

PRESSE-INFORMATION

10. DEZEMBER 2020

ECE eröffnet Shopping-Center Cano in Singen

Die ECE eröffnet heute nach rund zweieinhalb Jahren Bauzeit das neue von ihr entwickelte und realisierte Shopping-Center Cano in Singen. Das Einkaufszentrum bietet auf einer Verkaufsfläche von rund 16.000 m² und drei Ebenen rund 85 Shops, von denen rund 55 Konzepte erstmals in die Stadt kommen. Das Center ist zum Start nahezu vollständig vermietet und bietet einen abwechslungsreichen Mix aus bekannten nationalen und internationalen Marken sowie Konzepten aus der Region. Die ECE hat rund 165 Millionen Euro in die Entwicklung des Centers investiert und wird das Center auch langfristig betreiben. Mit der Eröffnung geht das Center in das Eigentum des ECE European Prime Shopping Centre Fund II über.

„Wir freuen uns sehr, dass wir das Cano heute eröffnen können, auch wenn es natürlich eine Eröffnung unter besonderen Bedingungen und in einer für den Handel sehr herausfordernden Situation ist“, so Joanna Fisher, ECE-Geschäftsführerin für das Center Management. „Genau deshalb bin ich besonders froh und auch ein wenig stolz, dass wir das Projekt mit großem Einsatz und zusammen mit unseren Mietern so gut an den Start gebracht haben. Das ist gerade jetzt ein starkes Signal, dass wir gemeinsam an die Zukunft des stationären Handels glauben.“

„Gute Shopping-Center an guten Standorten mit einem attraktiven Mieterbesatz werden auch in Zukunft erfolgreich sein – so wie das Cano in Singen. Das zeigt allein schon die sehr gute Nachfrage am Mietermarkt“, so Dr. Volker Kraft, Managing Partner bei ECE Real Estate Partners. „Deshalb freuen wir uns sehr über diesen attraktiven Neuzugang für unser Fonds-Portfolio.“

Mit dem Cano hat die ECE daher ein zeitgemäßes und durchdachtes Konzept mit einem ausgewogenen Mietermix an einem attraktiven Standort umgesetzt: Das Cano ist zentral in der Innenstadt von Singen direkt an der Haupteinkaufsstraße und gegenüber dem Singener Hauptbahnhof gelegen und soll Kunden aus der gesamten Bodensee-Region und aus der benachbarten Schweiz anziehen. Im Einzugsgebiet des Centers leben ca. 370.000 Einwohner in Deutschland und rund 200.000 Schweizer.

Zu den Ankermietern zählen die Lebensmittelmärkte Edeka und Norma, der dm-Drogeriemarkt und das Kleinkaufhaus der Drogerie Müller sowie der Sportspezialist Decathlon mit seiner ersten Filiale in der Region. Hinzu kommen bekannte Marken wie G-Star, Tommy Hilfiger, Gant, Marc O'Polo, Levi's, Guess, Brax, Snipes und Olymp sowie zahlreiche Anbieter aus der Region, darunter die Auer-Autohausgruppe mit dem ersten BMW-Konzeptstore in Deutschland, der Lederwaren-Spezialist Alexander Heitz aus Konstanz, das Singener Sneaker-Konzept Comix, die im Bodenseeraum bekannte Parfümerie Gradmann sowie der Spielwarenanbieter Ravensburger. Ergänzt wird das Angebot durch insgesamt 15 gastronomische Konzepte im Obergeschoss und im Erdgeschoss – so wird das Center nach außen zur Innenstadt geöffnet und zukünftig auch in den Abendstunden belebt sein.

Das Cano bietet zahlreiche aktuelle Serviceleistungen – von Lounge-Bereichen über Handyladestationen bis hin zu einem digitalen Wegeleitsystem, die für Kundenkomfort und eine angenehme Atmosphäre sorgen, und wird auch an die „Digital Mall“ der ECE angeschlossen, mit der die verfügbaren Produkte teilnehmender Shops vor Ort online gesucht werden können. Die moderne architektonische Gestaltung des Centers orientiert sich am vulkanischen Erbe der Region und der industriellen Tradition der Stadt Singen, indem sie die geologischen Strukturen der Landschaft interpretiert und industrielle Materialien verwendet. Auch der Name des Centers „Cano“ leitet sich vom Begriff „Volcano“ ab.

Durch die Nutzung moderner und energiesparender Technologien wurde beim Bau des Cano konsequent auch auf Nachhaltigkeit geachtet. So kommen z.B. eine energiesparende LED-Beleuchtung und Wärmepumpen zur effizienten Energieversorgung zum Einsatz. Die Grundrissplanung und die Ausgestaltung der technischen Systeme wurden so vorgenommen, dass große Flexibilität und Umnutzungsfähigkeit für zukünftige Entwicklungen gegeben sind. Durch einen angenehmen thermischen Komfort, frische Innenraumluft und abgestimmte Sicherheitseinrichtungen besteht eine hohe Nutzungsqualität für Mitarbeiter und Kunden.

Über die ECE

Die ECE realisiert große Immobilienprojekte wie Shopping-Center, Konzernzentralen, Bürohäuser, Industriebauten, Logistikzentren, Hotels und Stadtquartiere und ist mit rund 200 Einkaufszentren im Management (davon rund 40 Shopping-Center in internationalen Märkten sowie mehr als 50 Fachmarktzentren im Management der MEC METRO-ECE Centermanagement) und Aktivitäten in 13 Ländern einer der größten Betreiber von Shopping-Centern in Europa. Jeden Tag besuchen etwa 4 Mio. Kunden die ECE-Center, die sie im Auftrag der jeweiligen Eigentümer betreibt und in denen ca. 20.000 Einzelhandelsmieter auf einer Verkaufsfläche von insgesamt rund 7 Mio. m² einen Jahresumsatz von etwa 22,7 Mrd. Euro erwirtschaften. Mit Investitionen in die Digitalisierung, Serviceorientierung und das Gastronomie- und Entertainmentangebot der Center entwickelt die ECE ihr Shopping-Portfolio gemeinsam mit den Investoren stetig weiter. 1965 von Versandhauspionier Professor Werner Otto (1909-2011) gegründet befindet sich die ECE bis heute im Besitz der Familie Otto und wird seit 2000 von Alexander Otto, dem Sohn des Firmengründers, geführt. Als langfristig orientiertes Familienunternehmen steht die ECE für dauerhafte Partnerschaften, nachhaltiges Wirtschaften und mitarbeiterorientiertes Arbeiten sowie vielfältiges gesellschaftliches Engagement. Mehr unter: www.ece.de

Pressekontakt:

ECE Projektmanagement
Lukas Nemela
Pressesprecher
Telefon: +49 (40) 60606-6898
presse@ece.de
www.ece.de