



UNIBAIL-RODAMCO-WESTFIELD

Düsseldorf, 17. Dezember 2024
Pressemitteilung

Mehr als 15 neue Deals im Westfield Centro: Etablierung weiterer Flagship-Formate und Stärkung der Branchenvielfalt

Unibail-Rodamco-Westfield (URW) stärkt erneut die Attraktivität der Shopping- und Freizeitdestination in Nordrhein-Westfalen: Dazu werden umfassend Flächen von Ankerpartnern zur Etablierung von Flagship-Formaten erweitert und parallel neue Brands an Bord geholt, die die Branchenvielfalt am Standort ausweiten. In diesem Zuge verzeichnet das Westfield Centro zudem mehrere Markteintritte in Deutschland. Außerdem legt eine Reihe der neuen Partner in ihrem Geschäftsmodell einen besonderen Fokus auf Nachhaltigkeit.

Unter anderem eröffnet Stradivarius nächstes Jahr als Neuzugang im Westfield Centro einen Store, während die weiteren Inditex-Marken Bershka und PULL&BEAR ihre Flächen modernisieren und erweitern. Der Umbau der neuen 6.000 Quadratmeter umfassenden Fläche für den künftigen Zara-Flagship-Store läuft derzeit auf Hochtouren. Auch weitere Fashion-Anker etablieren größere und modernere Store-Formate, wie etwa New Yorker, die sich auf das Dreifache vergrößern werden, oder Jack & Jones, die ebenso ihre Fläche modernisieren werden. Mit diesen ausgedehnten Partnerschaften stärkt das Westfield Centro seine Position als die maßgebliche Destination für Flagship-Stores und die modernsten Store-Konzepte weltbekannter Marken.

Im Einklang mit der Positionierung und Vermietungsstrategie für den Standort hat URW zudem Partnerschaften mit Trend- und Premium-Brands abgeschlossen, die den Branchenmix in der Tiefe und Vielfalt stärken. So haben Motel a Miio, Le Creuset, Feature, Glambou, Lounge Underwear, The North Face, UYN, Cabaia, Franky Brown Vintage und Verge Motorcycles bereits Stores eröffnet oder als Neuverpflichtungen Mietverträge unterzeichnet.

Katharina Zeiler, Director of Leasing Austria & Germany bei Unibail-Rodamco-Westfield, sagt: „Wir haben den ohnehin schon sehr attraktiven und branchenweit führenden Markenmix im Westfield Centro in den vergangenen Wochen und Monaten nochmals um weitere Highlights ergänzt und auch mit den Plänen für 2025 setzen wir diesen Weg fort. Die Neueröffnung einer ganzen Reihe an Topmarken zeigt die außergewöhnliche Positionierung des Westfield Centro und seine Anziehungskraft weit über die Grenzen der Region hinaus. Nationale und internationale Marken sehen die Destination als den zentralen Standort für den Ausbau von Flagship-Stores, die Etablierung der neuesten Store-Konzepte oder für einen Markteintritt in Deutschland.“

Flagship-Formate mit Ankerpartnern

Die Inditex-Marke **Stradivarius** erweitert im Westfield Centro ihren Footprint im stationären Einzelhandel in Deutschland und eröffnet im zweiten Halbjahr 2025. **Bershka** hat seine bisherige Mietfläche von 600

Quadratmetern auf fast 1.000 Quadratmeter erweitert und bereits Ende Oktober eröffnet, während **PULL&BEAR** sich auf ebenso rund 1.000 Quadratmeter von ursprünglich rund 670 Quadratmetern vergrößert. Beide Marken etablieren in diesem Zuge ihr neuesten Store-Konzepte.

Bereits vor rund einem Jahr hat URW angekündigt, dass **Zara** innerhalb des Centers umzieht und sich erheblich vergrößert. Durch umfangreiche Baumaßnahmen entsteht an einer zentralen Achse im Erdgeschoss der Shopping- und Freizeitdestination ein Flagship-Store mit 6.000 Quadratmetern Mietfläche, was rund das Doppelte der aktuellen Fläche ist. Es handelt sich ab der Eröffnung im zweiten Quartal 2025 um den größten Zara-Flagship-Store in Deutschland. Mit der Eröffnung von Stradivarius und den Bestandsmietern Zara, Bershka und PULL&BEAR gibt es dann künftig ein noch stärkeres Profil der Inditex-Marken im Westfield Centro.

Ein weiterer Fashion-Anker, **New Yorker**, vergrößert ebenso erheblich seine Fläche, von aktuell rund 930 Quadratmetern auf 3.000 Quadratmeter. Die Vergrößerung geht mit umfassenderen Umbaumaßnahmen einher, die 2026 abgeschlossen sein werden. Auch bei den Bestseller-Marken **Jack & Jones** und **Vero Moda** tut sich was. Jack & Jones modernisiert im ersten Quartal 2025 seine Fläche zu einem Flagship-Format, während Vero Moda seinen Vertrag für die Fläche im Erdgeschoss langfristig verlängert hat.

Weitere Stärkung der Branchenvielfalt

Trend-Keramik-Hersteller **Motel a Miio** hat im Oktober seinen ersten Store in einem deutschen Shopping-Center eröffnet. **Le Creuset**, bekannt für seine gusseisernen Töpfe und weiteres Kochgeschirr in leuchtenden Farben, erweitert seit September die Auswahl im Premium-Segment des Centers. Das Street-Fashion-Label **Feature** hat auch im September seinen ersten Store in Nordrhein-Westfalen an den Start gebracht und der Schmuckhändler **Glambou** eröffnet im zweiten Quartal 2025 seinen ersten Stand-alone-Store in Deutschland. **Lounge Underwear**, Trend-Unterwäsche-Label aus England, das ursprünglich nur online vertrieben worden ist, und dann im Heimatmarkt begonnen hat Stores zu eröffnen, hat ebenso im Westfield Centro seinen Markteintritt in Deutschland gestartet. Der Store der DNVB (Digital native vertical brand) war zudem der erste außerhalb von Großbritannien.

Die Outdoor-Brand **The North Face** hat bereits im Sommer die Türen zu einem neuen Store geöffnet. Es ist der einzige Shop der Brand im deutschen URW-Portfolio. **UYN**, die technische Sportbekleidung z.B. fürs Radfahren und Skifahren herstellen, kommt noch im Dezember als Neuzugang und mit dem ersten Full-Price-Store national ins Westfield Centro. UYN fördert ein Null-Abfall-System und setzt stark auf das Recycling von Materialien. **Cabaia**, eine Brand für Rucksäcke und Reiseaccessoires, setzt bei Produktion, Transport und Vertrieb konsequent auf Nachhaltigkeit und Verantwortungsbewusstsein. Die Eröffnung fand Ende November statt. **Franky Brown Vintage**, der Store wurde erst kürzlich Mitte Dezember eröffnet, ist der erste permanente Second-Hand-Store im Center und der erste Store der Brand in Deutschland und stärkt das Profil des Westfield Centro im Bereich nachhaltigen Konsums. Auch **Verge Motorcycles**, Pionier bei der Herstellung von Elektro-Motorrädern, hat im Sommer mit einem erlebnisorientierten Flagship-Store seinen Markteintritt in Deutschland gefeiert und unterstreicht ebenso die fortlaufende Steigerung der Branchen- und Angebotsvielfalt. Mit The North Face, UYN, Cabaia, Franky Brown Vintage und Verge Motorcycles hat URW zudem Partner an Bord geholt, die mit ihren Geschäftsmodellen, und sei es in den Bereichen Produktion, Logistik oder Vertrieb, einen speziellen Fokus auf Nachhaltigkeit und Verantwortungsbewusstsein setzen.

Andreas Ulmer, General Manager Westfield Centro, sagt: „Wir freuen uns sehr, so viele spannende neue Marken und Konzepte bei uns im Westfield Centro willkommen zu heißen. Die aktuelle Dynamik bei den Neueröffnungen sowie Vergrößerungen und Modernisierungen der Stores unterstreicht die einzigartige Positionierung des Westfield Centro in der Region, aber auch im stationären Einzelhandel allgemein. Unsere Besucherinnen und Besucher können sich auf noch mehr Auswahl, Vielfalt und Markenerlebnisse unter einem Dach freuen.“

Flagship-Destination im Ruhrgebiet: das Westfield Centro in Oberhausen

Mit einer Gesamtfläche von 260.800 Quadratmetern ist das Westfield Centro die größte Shopping- und Freizeit-Destination Deutschlands. Rund 240 Shops, darunter insgesamt 47 Gastronomie-Konzepte, eine Multifunktionshalle mit 12.500 Plätzen, das Legoland® Discovery Centre und ein Kino befinden sich auf dem

Areal. Das direkte Umfeld im Stadtteil Neue Mitte bietet zudem die international bekannte Oberhausener Ausstellungslocation Gasometer, das größte Sealife Aquarium Deutschlands sowie ein Erlebnisschwimmbad. Durch direkte Autobahnanschlüsse sowie Straßenbahn- und Bushaltestellen unmittelbar vor der Tür ist das Westfield Centro optimal an die regionale und überregionale Infrastruktur angebunden.

Für weitere Informationen kontaktieren Sie:

Unibail-Rodamco-Westfield
Pressebüro Deutschland
c/o JDB MEDIA GmbH
Katharina Seher
T: 040/ 46 88 32 -50
F: 040/ 46 88 32 -32
E: urw@jdb.de

Über Unibail-Rodamco-Westfield

Unibail-Rodamco-Westfield ist ein Eigentümer, Entwickler und Betreiber von nachhaltigen, hochwertigen Immobilien in den dynamischsten Städten Europas und der USA.

Die Gruppe betreibt 71 Shopping-Center in 12 Ländern, darunter 39 mit der weltberühmten Westfield-Brand im Namen. Diese Center werden jährlich über 900 Millionen Mal besucht und bieten Retailern und Marken eine einzigartige Plattform, um mit den Besucher*innen in Kontakt zu treten. In Deutschland betreibt die Gruppe aktuell 19 Shopping-Center, davon acht im eigenen Portfolio. URW verfügt zudem über ein Portfolio aus hochwertigen Büros, zehn Kongress- und Ausstellungszentren in Paris und eine Projektentwicklungspipeline von 2,9 Milliarden Euro mit hauptsächlich gemischt genutzten Assets. Das Portfolio im Wert von 50 Milliarden Euro besteht zu 86% aus Handelsimmobilien, zu 6% aus Büroimmobilien, zu 5% aus Kongress- und Ausstellungszentren und zu 2% aus Dienstleistungsflächen (Stand: 30. Juni 2024).

URW ist ein engagierter Partner von Großstädten bei der Erneuerung und Modernisierung urbaner Räume – sowohl durch die Entwicklung von gemischt genutzten Immobilien als auch bei der Nachrüstung von Gebäuden gemäß branchenführender Nachhaltigkeitsstandards. Dieses Engagement wird durch den "Better Places"-Plan der Gruppe verstärkt, der darauf abzielt, einen positiven ökologischen, sozialen und wirtschaftlichen Einfluss auf die Städte und Gemeinschaften zu erwirken, in denen URW tätig ist. URW ist an der Börse Euronext Paris (Ticker: URW) gelistet. Eine Zweitnotiz wurde in Australien durch „Chess Depositary Interests“ eingerichtet. Die Gruppe genießt ein Rating in der Kategorie BBB+ bei Standard & Poor's und in der Kategorie Baa2 bei Moody's.

Weitere Informationen finden Sie unter: www.urw.com sowie www.unibail-rodamco-westfield.de
