

Was Raumplaner von Shopping Center Managern lernen können.

Jan Tanner
Präsident, SCSC

Mittwoch, 4. November 2015



Was macht die Situation in einem SC / Quartier denn so komplex?

Sind es die vielen Stakeholders?

Sind es die unterschiedlichen Interessen?

Welche Risiken / Chancen gibt es?

Was kann da ein einzelner
District Manager bewirken?



Integration von Akteuren und Zielen

Eigentümer

Mieterträge

Kein
Leerstand

Mieter-Mix



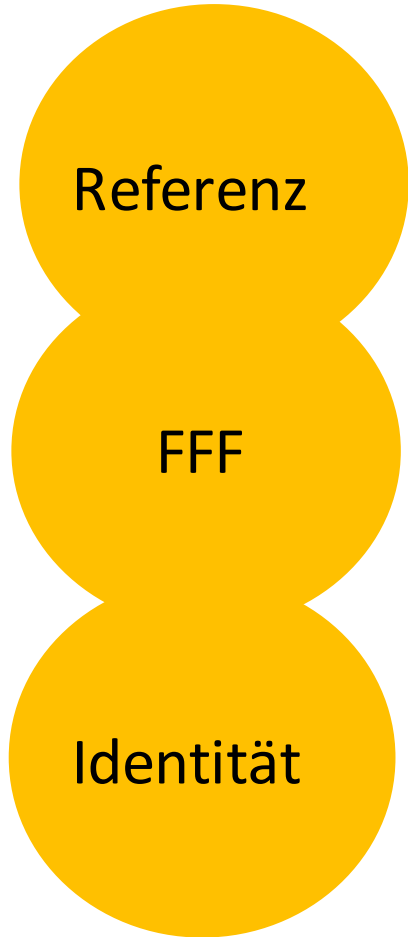
Wert-
steigerung

Image

Attraktivität

Integration von Akteuren und Zielen

Architekten



Integration von Akteuren und Zielen

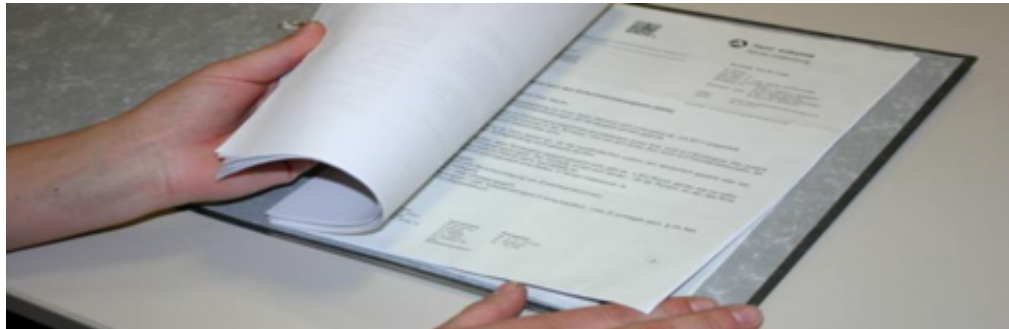
Mieter



Integration von Akteuren und Zielen

Behörden

- Günstiger Wohnraum
- Bewilligungen
- Stadt-Entwicklung



- sozial
- Ordnung
- Zukunft

Integration von Akteuren und Zielen

Medien



Integration von Akteuren und Zielen

Management

Ansprechpartner

Strategie

Quartiervereinigung



Strukturen

Vision

Finanzierung

Warum eine Quartiervereinigung?

- Ein Ansprechpartner für alle Stakeholder
- Nähe zu den Stakeholdern aufzeigen.
- Synergien nutzen (Extern / Intern)
 - Energie Contracting
 - Sauberkeit / Reinigung
 - Sicherheit
 - Werbung / Promotion / Gemeinschaftsaktionen
 - u.a.
- Mehr Gewicht bei Sachthemen
- U.a.

Welche Form von Quartiervereinigung?

Die einfachste Form ist die Gründung eines Verbands.

- Neutral
- Kein Eigenkapital notwendig
- Verschiedene Stakeholder können in den Vorstand gewählt werden
- Anzahl Vorstandsmitglieder ist variabel
- Funktion „Präsident“ hat strategische Bedeutung
- Funktion „Vize-Präsident“ kann Eigentümerversprecher sein
- wirkt sympathisch (Schweiz das Land der Verbände)
- bekommt offiziellen / seriösen Charakter durch die Generalversammlung
- Generalversammlung ist ideale Veranstaltung für „Get Together“
- Falls nötig können auch a.o. Generalversammlungen durchgeführt werden.
- Finanzielle Risiken werden durch professionelle Revisoren gemindert

Wer finanziert die Quartiervereinigung?

- Damit die Quartiervereinigung bei den verschiedenen Stakeholdern etwas bewegen kann, sollte die Vereinigung finanziell breit abgestützt sein.
- Eine finanzielle Beteiligung von verschiedenen Stakeholdern ist nur möglich, wenn der Mehrwert für jeden einzelnen dargestellt wird. Sonst werden die Beteiligten zurecht argumentieren, dass sie die Gelder alleine investieren.
- Multiplikatoren aufzeigen und darstellen.

Wer führt die Quartiervereinigung?

- Es braucht wie immer einen Initiator. Eine glaubwürdige Person oder Firma, die die Vereinigung ins Leben ruft.
Der Initiator muss nicht zwingend Teil oder Mitglied der Vereinigung sein.
- Die Quartiervereinigung wird von einem „Quartier Manager“ geführt, der in der Konsequenz der gezeigten Massnahmen die Funktion als Vize-Präsident einnimmt und dem Präsident die administrativen Arbeiten abnimmt.
- Dabei gilt es folgende Regeln zu beachten:
 - Themenspezifische Ansprache

Was macht eine erfolgreiche Quartiervereinigung?

- Ein glaubwürdiger, kompetenter Ansprechpartner, der von allen Stakeholders anerkannt und geschätzt wird.
- Messbare Mehrwerte für die Vereinigung schaffen
- Vereinheitlichungen (z.B. bei Öffnungszeiten, spez. Zahlungsmitteln)
- Die Ziele der verschiedenen Stakeholder immer wieder abfragen und die Strategie, Konzepte und Massnahmen entsprechend ausrichten oder neu danach planen.



Besten Dank für Ihre Aufmerksamkeit

Jan Tanner, Präsident SCSC, Swiss Council of Shopping Centers

Jan.tanner@scsc.ch

www.scsc.ch