

Presse-Information

Cano Singen:

Bauarbeiten für 165 Mio.-Euro-Projekt sind im Zeitplan

Vermietungsstand liegt bei über 70 Prozent

ECE stellt Namen der ersten neuen Konzepte für Singens Innenstadt vor

Singen / Hamburg, 10.04.2019 – Das neue Cano in Singen nimmt weiter Formen an: Die vorbereitenden Arbeiten auf der Baustelle sind fast abgeschlossen. Ab April starten die Hochbauarbeiten für den zweiten Bauabschnitt für das neue Shopping-Center im Stadtzentrum von Singen. Parallel zu den Bauarbeiten geht die Vermietung der Shops erfolgreich voran: Bereits über 70 Prozent der Flächen sind vermietet. Die ersten Mieternamen hat die ECE heute in Singen bekannt gegeben. Bis Herbst 2020 realisiert die ECE direkt in der Singener Innenstadt an der Haupteinkaufsachse August-Ruf-Straße und gegenüber dem Bahnhof für rund 165 Millionen Euro eine Einkaufsgalerie mit rund 85 Fachgeschäften, Cafés, Restaurants und Dienstleistungsbetrieben. Die Verkaufsfläche von rund 16.000 qm verteilt sich auf drei Ebenen.

Größte Baustelle der Stadt liegt im Zeitplan

Auf der derzeit größten Baustelle von Singen schreiten die Bauarbeiten zügig und planmäßig voran. Das ist vor allem auch durch die enge Abstimmung und sehr gute Zusammenarbeit mit der Stadt möglich. Nach vorläufigem Abschluss der Erdarbeiten und weiteren vorbereitenden Maßnahmen können ab April die Hochbauarbeiten für das Cano im zweiten Bauabschnitt beginnen. Im hinteren Bauabschnitt war der Rohbau bereits im November vergangenen Jahres gestartet. In den kommenden vier Wochen werden drei weitere Kräne aufgestellt. Insgesamt fünf große Kräne werden dann, als weithin sichtbares Zeichen, große Mengen von Material bewegen. So werden für den Bau des Cano in den nächsten Monaten allein mehr als 33.000 Kubikmeter Beton und etwa 7.000 Tonnen Stahl verarbeitet. Darüber hinaus werden die Bauleute rund 9.000 m² Mauerwerkswände und 40.000 m² Fertigteildecken setzen sowie ca. 215 Kilometer Kabel und Leitungen verlegen. Bis zur Eröffnung im Herbst kommenden Jahres werden in der Spitze ca. 550 Menschen mit der termingerechten Fertigstellung des Shopping-Centers beschäftigt sein.

70 Prozent der Einzelhandelsflächen bereits vermietet

Der hohe Vermietungsstand bereits zum jetzigen Zeitpunkt zeigt das große Interesse des Einzelhandels an dem perfekt integrierten Innenstadt-Projekt mit seiner exponierten Lage an der Fußgängerzone. Schon jetzt sind 70 Prozent der Ladenflächen im Cano an namhafte Betreiber vergeben. Darunter sind bereits rund 35 Konzepte, die neu in Singen vertreten sind. Zu den Mieterpartnern zählen sowohl Unternehmen aus der Region als auch bekannte und beliebte nationale sowie internationale Marken. Der Schwerpunkt bei der Vermietung liegt auf Branchen und Labels, die das Angebot in der Singener City ergänzen und die Innenstadt somit weiter stärken.

„Wir sind sehr glücklich über das große Interesse der Einzelhändler am Cano und freuen uns über den aktuellen Vermietungsstand von rund 70 Prozent. Die erstklassige Lage in der Stadt und das spannende Einzugsgebiet im Bodenseeraum und in Schweizer Grenznähe zeichnen den Standort aus und sorgen für eine hohe Nachfrage bei regionalen, nationalen und internationalen Anbietern“, so Marcus Janko, Cano-Projektleiter und Director Development International bei der ECE.

Präsentation der ersten neuen Konzepte für Singen

Die ersten neuen Konzepte, die im Cano in Singen eröffnet werden, hat die ECE schon jetzt vorgestellt: Insbesondere im Bereich Mode sehen die Vermietungsexperten der ECE Potential für zusätzliche, höherwertige Labels und junge Marken in Singen. Für den Standort entschieden haben sich u.a. bereits G-Star, Tommy Hilfiger, Gant, Marc O'Polo, Olymp & Hades, der Sneaker-Spezialist Snipes sowie der französische Sportartikel-Anbieter Decathlon, Vorwerk und Thalia. Außerdem wird das Cano u.a. mit Edeka, Norma und einem dm-Drogeriemarkt das Nahversorgungsangebot im Stadtzentrum verbessern.

Ein Schwerpunkt in der Vermietung sind zudem bekannte lokale Konzepte und Anbieter aus der Region: u.a. die Auer-Autohausgruppe mit dem ersten BMW-Konzeptstore in Deutschland, der Lederwaren-Spezialist Alexander Heitz aus Konstanz, das Singener Sneaker-Konzept Comix und die im Bodenseeraum bekannte Parfümerie Gradmann.

Als neuer gastronomischer Hot-Spot in Singen ist ein Food-Court im Obergeschoss mit einem ausgewogenen Mix aus nationalen und internationalen Filialisten sowie starken „Local Heroes“ aus der Region geplant. Fünf gastronomische Anbieter befinden sich im Erdgeschoss und werden mit der Öffnung nach außen eine fließende Verbindung zur Innenstadt schaffen und für zusätzliche Belebung sorgen. Zu den gastronomischen Mieterpartnern zählen u.a. Hans im Glück (Burger), Dean & David (frische & gesunde Küche), KFC, Nordsee sowie die lokalen Spezialisten Pano (Kaffeehaus), Ristorante Arena (italienisch), Burro Burro (mexikanisch) und City Imbiss (Döner).

Die wenigen noch verfügbaren Flächen sollen den Mieter- und Branchenmix mit weiteren interessanten Konzepten und Partnern aus den Bereichen Mode, Schuhe, Wohnaccessoires, Reisen und Gastronomie abrunden. Dabei liegt der Fokus besonders auf weiteren Anbietern aus Singen und der Region: „Unser Interesse gilt vor allem starken Händlern aus der Region, die dem Shopping-Center einen Wiedererkennungswert verleihen und regionale Verbundenheit vermitteln.“, betont Nils Hoffmann, Senior-Leasingmanager bei der ECE.

Architektur – vulkanisches Erbe und industrielle Tradition

Die architektonische Gestaltung des Cano passt sich perfekt an die vorhandene Stadtarchitektur an. Die dunkle Steinfassade erinnert in ihrer Materialität an das Lavagestein der Hegau-Region. Elemente mit goldchangierender Oberfläche setzen edle Akzente und bilden einen gelungenen Kontrast zu der dunklen Fassade. Eine starke Plastizität der Fassaden sowie deren Öffnung nach außen, z.B. mit großen Schaufenstern im Erdgeschoss soll auch gestalterisch eine Verbindung zum Außenraum schaffen.

Eine in der Nähe des Baugrundstücks aufgestellte Musterfassade zeigt einen Querschnitt über die unterschiedlichen Situationen der Fassadengestaltung im Erdgeschoss und 1. Obergeschoss und ist für alle Interessierten im öffentlichen Raum frei sichtbar.

Auch die Architektur und das Design im Inneren des Centers orientieren sich am vulkanischen Erbe der Region und der industriellen Tradition der Stadt – zum Beispiel mit der Interpretation geologischer Strukturen durch weiche Formen und warme Farben sowie eine Deckengestaltung in übereinander liegenden Schichten.

Über die ECE

Die ECE entwickelt und betreibt Shopping-Center und realisiert Großimmobilien wie Konzernzentralen, Bürohäuser, Industriebauten, Logistik- und Verkehrsimobilien, Hotels und Stadtquartiere. Das Unternehmen betreut ein Marktwertvolumen (Assets under Management) von rund 33 Mrd. Euro und ist mit rund 195 Einkaufszentren im Management (davon über 50 im Management der MEC METRO-ECE Centermanagement GmbH & Co. KG) und Aktivitäten in elf Ländern europäische Marktführerin im Shopping-Center-Bereich. Täglich besuchen etwa 4,2 Mio. Kunden die Center der ECE, in denen 19.500 Einzelhandelsmieter auf einer Verkaufsfläche von insgesamt rund 7 Mio. m² einen Jahresumsatz von etwa 23 Mrd. Euro erwirtschaften. Mit kontinuierlichen Modernisierungen, innovativen Service- und Gastronomieangeboten, attraktiven Mall-Designs und einer kundenfreundlichen Digitalisierung entwickelt die ECE ihre Center stetig weiter und hält sie so fit für die Zukunft.

Kontakt für die Medien:

ECE Projektmanagement
Lukas Nemela
Pressesprecher
Telefon: 040/60606-6898
E-Mail: presse@ece.de
www.ece.de