PRESSE-INFORMATION

9. DEZEMBER 2020

Neues Shopping-Center Cano in Singen eröffnet

- **Strahlkraft in die gesamte Bodensee-Region**
- **Rund 55 der insgesamt 85 Ladenkonzepte neu in der Innenstadt**

Singens neue Innenstadt-Attraktion eröffnet: Nach rund zweieinhalb Jahren Bauzeit wird morgen um 8:00 Uhr das neue Shopping-Center Cano mit einem maßgeschneiderten Mix aus Fachgeschäften, Restaurants, Cafés und Dienstleistungsbetrieben seine Türen erstmals öffnen. Insgesamt verfügt die Shopping-Galerie über eine Verkaufsfläche von 16.000 m^2 mit 85 Shops auf drei Ebenen sowie über etwa 500 Parkplätze. Im Einzugsgebiet des Centers leben ca. 370.000 Einwohner in Deutschland und rund 200.000 Schweizer. Mit seinem attraktiven Angebot wird das Cano Kunden aus dem gesamten Bodensee-Raum nach Singen ziehen und so den Einzelhandel in der City nachhaltig beleben.

ECE-Projektleiter Marcus Janko: „Wir freuen uns, dass das Center jetzt an den Start geht und als neue Shopping-Destination im Herzen der Innenstadt neue, faszinierende Einkaufserlebnisse nach Singen bringt. Von dieser Strahlkraft wird die gesamte Stadt nachhaltig profitieren. Natürlich ist dies eine Eröffnung unter ganz besonderen Voraussetzungen, die wir uns alle etwas anders vorgestellt haben. Aber wir sind froh, dass wir auch unter diesen erschwerten Bedingungen gemeinsam mit allen Beteiligten so gut ans Ziel gekommen sind – und blicken jetzt zusammen mit unseren Mietern zuversichtlich nach vorne."

Bernd Häusler, Oberbürgermeister von Singen: „Für unsere Stadt war die Entscheidung des Investors ECE, bei uns in Singen ein neues Center zu bauen, eine ganz besondere Auszeichnung. Mit dem Einkaufszentrum Cano bekommt Singen nun eine neue Attraktion. Das Cano setzt - zusammen mit dem neuen Bahnhofplatz - städtebaulich einen kräftigen Akzent und stärkt somit zusammen mit dem bestehenden Einzelhandel das Einkaufserlebnis in der Innenstadt. Das Cano belebt die Vielfalt unseres Einzelhandels und sorgt dafür, dass die Einkaufstadt Singen auch zukünftig für die Menschen aus nah und fern beliebt bleibt."

Ausgewogener Branchenmix und eine Vielzahl neuer Konzepte

Rund 55 Shop-Konzepte im Cano sind komplett neu in Singen und kommen erstmalig in die Innenstadt und stellen somit eine attraktive Ergänzung zu dem bisherigen Angebot in der Stadt, darunter bekannte und beliebte nationale sowie internationale Modemarken wie G-Star, Tommy Hilfiger, Levi's, Gant, Marc O'Polo, Olymp & Hades, Guess, Brax, Snipes und Olymp. Zu den Magnetmietern zählen die Lebensmittelmärkte Edeka und Norma, der dm-Drogeriemarkt und das Kleinkaufhaus der Drogerie Müller sowie der Sportspezialist Decathlon. Einen Schwerpunkt im Mietermix bilden zudem bekannte lokale Konzepte und 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.

Im Obergeschoss ist ein Food-Court mit einem Mix aus nationalen und internationalen Filialisten sowie starken „Local Heroes“ aus der Region angesiedelt. Fünf gastronomische Anbieter, darunter Hans im Glück (Burger) und der lokale Spezialist Pano (Kaffeehaus), befinden sich im Erdgeschoss und werden mit der Öffnung nach außen eine Verbindung zur Innenstadt schaffen und für zusätzliche Belebung sorgen.

Aufgrund der Corona-Pandemie und den damit verbundenen Einschränkungen sowie Verzögerungen im Planungs- und Bauablauf bei den Ausbauten einiger Mieterpartner werden nicht alle 85 Shops von Beginn an bzw. nur eingeschränkt öffnen können. Insbesondere die gastronomischen Einrichtungen im Center können gemäß der aktuellen behördlichen Vorgaben vorerst keine Besucher bewirten und bieten daher zunächst nur ausgewählte Leistungen im Take-Away-Geschäft an.

„Wir freuen uns sehr, dass das Cano ab sofort seine Kunden und Besucher empfangen kann und wollen ihnen eine ganz besondere Einkaufs- und Erlebniswelt bieten. Die allermeisten Shops gehen heute an den Start, alle weiteren werden in den nächsten Wochen nachfolgen“, so Carolin Faustmann, Center-Managerin des Cano. “Am Eröffnungstag und den folgenden zwei Tagen wird das Cano von 8:00 bis 21:30 Uhr geöffnet sein. Ab 14. Dezember sind die Öffnungszeiten von 9:30 bis 20:00 Uhr. Selbstverständlich haben wir ein umfangreiches Hygiene- und Präventionskonzept umgesetzt und werden auch die aktuellen Beschränkungen bei der Besucherzahl jederzeit einhalten.“

Sicheres Einkaufserlebnis

Das Center-Management des Cano hat alle notwendigen Maßnahmen getroffen, um ein sicheres Einkaufserlebnis während der Corona-Pandemie zu ermöglichen. Dafür wurde ein umfangreiches und von einem unabhängigen Institut zertifiziertes Hygiene- und Präventionskonzept erarbeitet, das zahlreiche Maßnahmen umfasst, darunter: Desinfektionsspender an den Eingängen und in der Mall; Hinweisbeschilderung zur Einhaltung der allgemein gültigen AHA-Regeln, Empfehlung zu kontaktlosem Bezahlen; Sensibilisierung und Beratung der Mieterpartner zur Einhaltung und Umsetzung der behördlichen Verordnungen. Das Center verfügt zudem über eine automatische Frequenzzählanlage, so dass die Anzahl der Besucher im Center jederzeit verfügbar ist und die Besucherströme bei Bedarf gesteuert oder begrenzt werden können.

Kundenorientierte Serviceangebote und hoher Komfort

Zu einem entspannten Shopping-Vergnügen tragen auch die vielfältigen Serviceangebote im Cano bei. Dazu gehören u.a. Handyladestationen, Schließfächer, die Center-App, ein digitales 3D-Wegeleitsystem, eine Einzelstellplatzanzeige, die den Belegungsstand im Parkhaus anzeigt, hochwertige Lounge-Bereiche, zwei moderne WC-Anlagen sowie ein Wickelraum sowie kostenloses W-Lan im gesamten Center, das zudem auch an die Online-Verfügbarkeitsanzeige „Digital Mall“ der ECE angeschlossen wird,.

Städtebaulich bestens integriert

Das Cano liegt gegenüber vom Bahnhof und an der Haupteinkaufsachse August-Ruf-Straße, der zentralen Fußgängerzone und fügt sich harmonisch in die gewachsene Innenstadtstruktur ein. Mit insgesamt vier verschiedenen Ein- und Ausgängen öffnet sich das Center in alle Richtungen zur Stadt. Parallel zum Bau des neuen Centers hat die Stadt Singen mit umfangreichen Maßnahmen auch das Umfeld deutlich aufgewertet. Die Bahnhofstrasse, August-Ruf-Straße, Hegaustraße und Alpenstraße wurden komplett erneuert, ein Kreisverkehr angelegt und ein neuer Busbahnhof erstellt.

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 gold-schimmernder Oberfläche setzen edle Akzente und bilden einen gelungenen Kontrast zu der dunklen Fassade. Die Öffnung der Fassaden nach außen, z.B. mit großen Schaufenstern im Erdgeschoss schafft auch gestalterisch eine Verbindung zum Außenraum.

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 bei der Mallgestaltung sowie Deckenstrukturen in übereinander liegenden Schichten.

Rund 165 Millionen Euro hat die ECE in das Center investiert. Eigentümer des Shopping-Centers ist mit der Eröffnung der European Prime Shopping Centre Fund II, ein auf Investitionen in Shopping-Center spezialisierter Fond. Das langfristige Management des Cano liegt in den Händen der ECE, die das Shopping-Center auch entwickelt, geplant und realisiert hat. Insgesamt werden im Cano etwa 500 Arbeitsplätze geschaffen.

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:

Cano Singen
Carolin Faustmann
Center-Managerin
Telefon: 07731/7940930
info@cano-singen.de
www.cano-singen.de

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