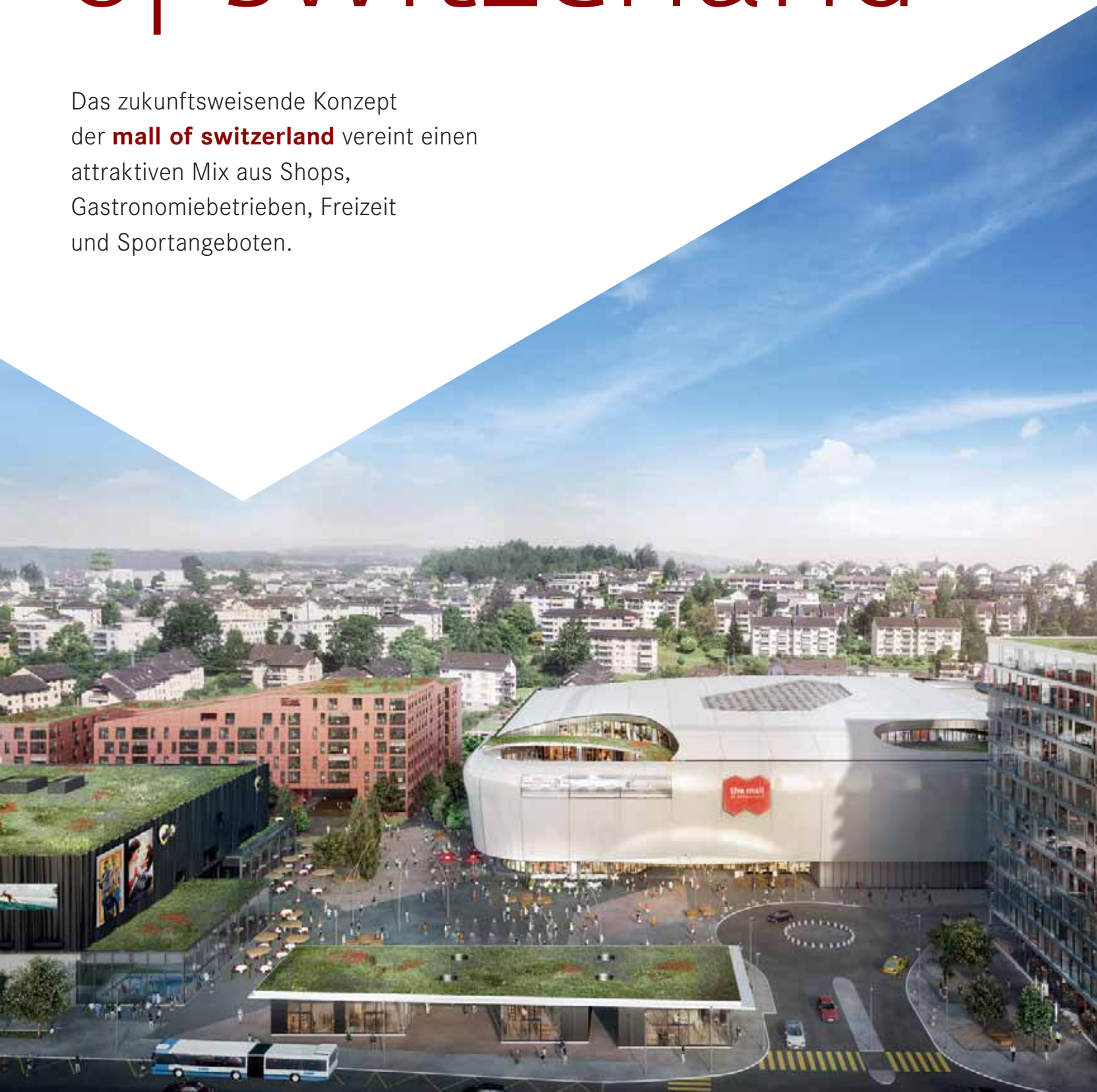
the mall
of switzerland

Das zukunftsweisende Konzept der **mall of switzerland** vereint einen attraktiven Mix aus Shops, Gastronomiebetrieben, Freizeit und Sportangeboten.



TEMME // OBERMEIER

Im Membranbau gibt es nur wenige Spezialisten, die es verstehen, das Material zu meistern. Temme // Obermeier – Experts for Membrane Buildings – gehören dazu. Sie haben über 20 Jahre Praxis in Überdachung, Messe- und Fassadenbau. Seitdem verfolgen sie die Entwicklung der Materialien, erforschen deren Verwendung und setzen immer wieder neue Maßstäbe in der Umsetzung. Die Einzigartigkeit von Temme // Obermeier – Experts for Membrane Buildings – liegt in der Synergie ihrer Kompetenzen. Leidenschaft für Membran-Architektur setzt Kenntnisse von der Pike auf, an die Anforderungen der Branche voraus. Hier Exzellenz zu beweisen, treibt das Team an – unter anderem bei spektakulären Projekten wie der Eisschnell-laufhalle Inzell, dem Headquarter von adidas oder dem Fritz-Lipmann-Institut.

Leistungen

Membran-Architektur: Makellose Harmonie von Kraft, Licht und Form

Die Entwicklung innovativer Folien und Membranen hat der Architektur atemberaubende neue Möglichkeiten geschenkt: organische Gebäudeskulpturen, schwebende Dächer, lichtdurchflutete Fassaden. Die Kunst besteht darin, dieses außergewöhnliche Material zu beherrschen. Als „Experts for Membrane Buildings“ haben wir uns genau darauf spezialisiert. Wir realisieren Lösungen für Membranbau und betreuen unsere anspruchsvollen Kunden ganzheitlich – vom Konzept bis zur Montage.

Konzeption: Was ist machbar, was baubar? Im kreativen Dialog mit Architekten, Fachplanern und Bauherren entwickeln wir aus den ersten Skizzen ein tragfähiges, wirtschaftliches Konzept

Planung: In der Planung wird das Projekt konkret. Hier simulieren wir den Entwurf in 3D, um das Verhalten der Membrane an der Konstruktion zu erforschen

Konfektionierung: Wir beziehen die Materialen, wie z.B. ETFE-Folien, PTFE-Glas oder PVC. Diese Materialien werden dann entweder verschweißt, vernäht oder verklebt.

Montage: Wir organisieren die Zulieferer und beauftragen Montage-Unternehmen, die die Membrane auf die Tragkonstruktion aufbringen.

Membrane: Ein Material, viele Möglichkeiten

Sportstadien, Bahnhöfe, Freizeitanlagen – Membranbautechnik ist vielfältig einsetzbar. Wir entwickeln unter anderem Lösungen für:

Überdachungen: Membrane geben Schutz, sind dabei UV-durchlässig und vermitteln das Gefühl von Raum und Weite – z. B. bei Busbahnhöfen wie Halle an der Saale.

Fassaden: Gebäude in eine organische Form gießen und Lichteffekte nutzen – wie Membranen an Fassaden wirken zeigt z. B. die Allianz-Arena.

Messe: Als Hüllen für Messestände sind Membranen ideal. Sie sind licht und nehmen sich zurück für den eigentlichen Star: das Produkt – z. B. in Showplätzen für Audi oder BMW.

Lichtsysteme: Mit Membranen große Lichtdecken und Lichtflächen inszenieren, um beeindruckende Wirkungen zu erzielen – z. B. bei Voestalpine in Österreich.

Eisschnelllaufhalle, Inzell

Busbahnhof, Halle an der Saale

adidas, Herzogenaurach

Sedus Stoll AG, Dogern

Temme // Obermeier GmbH
Dr.-Steinbeisser-Str. 7
83026 Rosenheim
Germany

Telefon +49 (80 31) 7 96 78-10
Fax +49 (80 31) 7 96 78-59
E-Mail contact@to-experts.com

halter

Im Grossen und Ganzen denken.

www.halter.ch

Grüezi.

Vom kleinen Luzerner Familienunternehmen zu einem der grössten Aufzughersteller der Welt: Diese Entwicklung verdanken wir vor allem der Tatsache, dass Schindler für echte Schweizer Qualität steht. Seit über 140 Jahren.

Schindler Your First Choice

Schindler

making value real

Immobilien über den ganzen Lebenszyklus hinweg betrachten – und intelligent entwickeln, projektieren, realisieren und betreiben.

Bautreuhand, Building Information Modeling (BIM),
Portfolio / Objektstrategien, Ausschreibungen,
Planungs- und baubegleitendes Facility Management (pbFM),
Betriebskonzepte und Workplace-Management

Zürich · Basel · Bern · Lausanne · St. Gallen

www.pom.ch

pom+

Auftraggeber
Halter AG Gesamtleistungen, Zürich

Architektur
Burckhardt+Partner AG, Zürich

Tiefbau- und Umgebungsarbeiten
Schmid Bauunternehmung AG, Ebikon

Realisierung
März bis Oktober 2017

Umfassende Tiefbau- und Umgebungsarbeiten

Organisationsgeschick und Flexibilität für die Mall of Switzerland

Die umfassenden Tiefbau- und Umgebungsarbeiten realisierte die Schmid Bauunternehmung mit Rücksicht auf den Fussgänger-, Bus- und Baustellenverkehr. Dank perfekter Koordination und hoher Flexibilität aller Beteiligten konnten die engen Termine eingehalten werden.

Tiefbau- und Umgebungsarbeiten ausgeführt:
Von der Retentionsanlage über die Kanalisation bis zu den farbigen Belagsarbeiten.

«Die passende Lösung finden wir gemeinsam im direkten Kontakt mit allen Beteiligten.»
Urs Ehrler, Bauführer

BAUUNTERNEHMUNG
HOCHBAU
TIEFBAU
FASSADENBAU
BAUERNEUERUNG

www.schmid.lu

SCHMID
Ideen verwirklichen.

Das in uns gesetzte Vertrauen ist für uns eine Verpflichtung, jeden Tag mit vollem Engagement einwandfreie und nachhaltige Dienstleistungen rund um Ihre Geschäftsimmobilie zu erbringen. Unsere 1500 Mitarbeiter schweizweit setzen alles daran, rund um die Uhr für einen einwandfreien Betrieb zu sorgen. Kontaktieren Sie uns für eine unverbindliche Rundum-Beratung.

www.bouygues-es.ch

BOUYGUES ENERGIES & SERVICES

Shared **innovation**

wir **bedanken** uns für die unterstützung bei den firmen

- Creafactory AG, Zug
- FREO Switzerland AG, Root
- Halter AG, Zürich

die mit ihrem einsatz für das gute gelingen dieser sonderpublikation einen grossen beitrag geleistet haben.

ebenfalls ein grosses **dankeschön** an alle inserenten.

wir wünschen der mall of switzerland einen **guten start** und vor allem **viel erfolg**.

immPULS GmbH
AGENTUR FÜR VERLAG & EVENT

info@immpulsgmbh.ch | www.immpulsgmbh.ch

Impressum

Verlag & Eventagentur
ImmPULS GmbH
Agentur für Verlag und Event
Bernstrasse 388
8953 Dietikon
T +41 (0)44 740 31 63
F +41 (0)44 740 31 65
info@immpulsgmbh.ch
www.immpulsgmbh.ch

Chefredaktion
Philipp Dreyer

Verlagsleitung
Carmen E. Lehmann

Anzeigenregie
Gabriela Seiler

Anzeigen
Bruno Schiegg

Redaktion
Claudia Gratz
Projektleiterin PR, Text
Creafactory AG
Gotthardstrasse 31
6300 Zug
claudia.gratz@creafactory.ch
www.creafactory.ch

Texte: Claudia Gratz, Mark Gilg, Michael Tibisch, Sergio Belfanti; Creafactory®

Sonderpublikation
the mall of switzerland

Layout
Phutsadee Phoojaphon
m3 GmbH
www.mdrei.ch
8620 Wetzikon

Druck
Procom SA
6934 Bioggio

Im gleichen Verlag erscheinen auch die folgenden Publikationen:
– immo!nvest
– immoRomandie
– renova!nvest
– wohnComfort
– die Immobiliendienstleister

Events
– ImmoTable

Editorial

was lange währt, wird endlich gut

Liebe Leserin, lieber Leser

Am 8. November 2017 wurde die Mall of Switzerland in Ebikon LU eröffnet. Mit insgesamt 65'000 Quadratmetern Gesamtfläche ist sie das zweitgrösste Einkaufs- und Freizeitzentrum in der Schweiz. Neben einem breiten Shopping-Angebot erwarten die Besucher vielfältige Freizeitmöglichkeiten. Dazu gehören die schweizweit erste stehende Indoor-Surfwelle, ein 12-Saal-Multiplex-Kino, ein grosser Fitness- und Wellnessclub oder ein Kinderland.

Von der Idee bis zur Eröffnung vergingen 15 Jahre. In dieser Zeit fanden vier Volksabstimmungen statt, waren drei Projektentwickler am Werk, wurde für zwei Investoren geplant, und einer davon ergriff die einmalige Chance. Die Qualität der Mall of Switzerland überzeuge auch in Zeiten des Online-Handels, sagt Bernd Hofer, Geschäftsführer der Projektentwicklerin FREO Switzerland AG. Für Bernd Hofer ist klar, dass Ebikon geradezu prädestiniert für ein Shopping Center ist. Das innovative an der Mall of Switzerland sei die gelungene Verbindung von Shopping und Freizeit, betont Hofer.

Das Einkaufsverhalten hat sich in den letzten Jahren jedoch markant verändert. Verkauf wird zu Merchandising und der Verkäufer zum Markenbotschafter, sagt Werner Schaeppi, Werbepsychologe und Spezialist für Immobilienkommunikation. Moderne Concept Stores zeigen, wie man die Vorzüge von stationärem Ladenlokal und Online-Handel miteinander verbindet: mit einladendem Ambiente, kompetenter Beratung, virtuellen Beispielen und einem erstklassigen Bestell- und Lieferservice. Und die Entwicklung geht weiter. Das traditionelle Ladenlokal wird zum Showroom, zur Bühne, zum Erlebnisraum.

Die grösste Herausforderung, mit der sich die Centerleitung unter Jan Wengeler konfrontiert sieht, besteht für Bernd Hofer ganz klar im Online-Handel. Ladengeschäfte – und da schliesst er die Mall of Switzerland mit ein – werden Wege finden müssen, mit diesem Trend konstruktiv umzugehen und die Convenience des Online-Handels auf der Ebene des Services und Einkaufserlebnisses zu kompensieren. Für den Ebiker Gemeindepräsident Daniel Gasser wird die Mall of Switzerland ein Publikumsmagnet, Begegnungs-, Erlebnisort und nicht zuletzt ein Aushängeschild für die Attraktivität dieser Region.

Wie vielfältig, und wer alles zum Gelingen dieser Mall beigetragen hat, erfahren Sie auf den folgenden Seiten. Dazu wünsche ich Ihnen viel Inspiration, Kurzweil und eine informative Lesezeit.

Ihr Philipp Dreyer

Chefredaktor

Das grosse Ganze

Entwicklung, Projektierung, Ausführung. Heizung, Lüftung, Klima, Kälte, Sanitär, MSR, mechanische Rauchabzuganlage, Rauchdruckanlage, multifunktionale Deckensysteme.

Mall of Switzerland
2017

Pfiffner

Wir sorgen für
gutes Klima.

www.pfiffner.ch

10

das interview

«das innovative ist die gelungene verbindung von shopping und freizeit»

Auch in Zeiten des Online-Handels überzeugen die Qualitäten der Mall of Switzerland, sagt Bernd Hofer, Geschäftsführer der Projektentwicklerin FREO Switzerland AG.

16

markt

mit leichtem gepäck in die zukunft

Für Werner Schaeppi, Werbepsychologe und Spezialist für Immobilienkommunikation ist klar: Das Einkaufsverhalten wird sich markant verändern.

18

markt

the mall of switzerland

Mit 65'000 Quadratmetern Gesamtfläche ist die am 8. November 2017 eröffnete Mall of Switzerland das zweitgrösste Einkaufs- und Erlebniscenter der Schweiz.

34

promotion

behind the mall

Damit das Einkaufserlebnis reibungslos läuft, ist gute Organisation nötig. Ein Blick hinter die Kulissen.

36

bau

«hier ist alles XXL!»

Trotz beeindruckender Grösse und enormen Anpassungen beim Innenausbau wurde die Mall of Switzerland reibungslos und termingerecht erstellt. Philip Kiefer, Gesamtprojektleiter Planung und Ausführung der Totalunternehmerin Halter AG, ist erleichtert und stolz.

46

interview

«die mall ist aushängeschild für die region»

Der Ebikoner Gemeindepräsidenten Daniel Gasser will die Dynamik der regionalen Entwicklungen aktiv für seine Gemeinde nutzen.

Bernd Hofer, Gesamtprojektleiter
der Mall of Switzerland,
beim ImmoTable Luzern 2016

«wo sonst führt eine passerelle von der s-bahn ins shopping center und der autobahnzubringer direkt ins parkhaus?»

Bernd Hofer, Geschäftsführer FREO Switzerland AG

Die Qualitäten der Mall of Switzerland überzeugen auch in Zeiten des Online-Handels, sagt Bernd Hofer, Geschäftsführer der Projektentwicklerin FREO Switzerland AG.

ImmoTable Luzern 2016

Verträgt die Zentralschweiz eine Mall of Switzerland?

Wir denken nicht nur, dass der starke Wirtschaftsstandort Zentralschweiz und die Tourismusregion Luzern eine weitere Attraktion vertragen, sondern vielmehr, dass sie durch die Mall of Switzerland eine Aufwertung erfahren werden. Die Mall ist ein Anreiz zur Belebung des Marktes und gibt Impulse für die regionale Entwicklung. Da sie ganz andere Attraktionen als zum Beispiel die Luzerner Innenstadt bietet, sehen wir uns weniger als Konkurrenz und mehr als konstruktive Ergänzung zum bestehenden Angebot.

Warum ist Ebikon der richtige Ort für ein Shopping-Center?

Ebikon ist geradezu prädestiniert für ein Shopping Center. Während andere Regionen unter Abwanderung und dem Verlust von Arbeitsplätzen leiden, ist das Rontal ein wirtschaftlicher Entwicklungsschwerpunkt des Kantons Luzern. Ein wesentlicher Grund dafür ist die privilegierte Lage auf der Achse Luzern – Zürich, von der die Region schon immer profitiert hat. Entwicklungen der letzten Jahre wie das Business Village D4, der Autobahnzubringer Buchrain und der Ausbau der Autobahn zwischen Luzern und Zürich zeugen davon und tragen zum weiteren Erfolg der Region bei. Deshalb war es ein glücklicher Umstand, dass die Firma Schindler ihre nicht mehr benötigten Landreserven in Ebikon als verhältnismässig günstiges Bauland abgeben konnte. Da sich dieses Land auch noch direkt am Autobahnzubringer und an der S-Bahnstation Buchrain befindet, konnte von Anfang an über eine publikumsintensive Nutzung nachgedacht werden.

Warum gerade ein Einkaufscenter, wo man allerorten vom «Lädeli-Sterben» spricht?

Ebikon ist der Versorgungsschwerpunkt des Rontals und befindet sich in einem kaufkraftstarken Einzugsgebiet, das weitaus grösser ist als das Rontal. Wir sprechen da von rund 3.3 Millionen Einwohnern im Umkreis von 60 Minuten Fahrzeit. Aber sicher, allein konventionelle Shopping-Angebote rechtfertigen ein neues Einkaufcenter in dieser Grösse nicht. In unserer terminreichen Zeit sind Konzepte gefragt, die es den Konsumenten gestatten, das Nützliche mit dem Angenehmen zu verbinden. Deshalb versteht sich die Mall of Switzerland als Einkaufs- und Erlebniscenter mit Angeboten für Sport, Kultur und Freizeit und setzt dabei auf Diversität und Innovation.

Was ist das Innovative an der Mall of Switzerland?

Das Innovative ist die gelungene Verbindung von Shopping und Freizeit. Die Mall bietet Attraktionen wie die erste Indoor-Surfanlage der Schweiz, die landesweit grösste iMax-Kinoleinwand oder das Schweizweit grösste «Kinderland» in einem Shopping Center.

Und auch über die Produkte differenziert sich die Mall of Switzerland von herkömmlichen Einkaufszentren. So haben wir bei der Vermietung einen spannenden Mix von nationalen und internationalen Marken, lokalen und globalen Anbietern, Bewährtem und Neuem verfolgt. Zum Beispiel hält das britische Schulabel Vivobarefoot mit veganen Schuhen Einzug in die Mall oder auch die internationale Branchengrösse Inglot Cosmetics, die mit ihrer dekorativen Kosmetik Fashion Weeks und Hollywood-Produktionen ausstattet. Aber auch Läden wie der Geschenkartikel-Shop Presentini aus Ebikon oder das Berliner Start-up Wonderwaffel überzeugen mit frischen Konzepten. Dabei schliesst Vielfalt natürlich auch die grossen Marken und Versorger wie H & M oder die Formate der Migros mit ein. Dies, um nur einige wenige Anbieter zu nennen. Um auch langfristig Neues, Spannendes zu bieten, haben wir einen Bereich für sogenannte Pop-up-Stores ausgeschieden, in denen junge Start-ups ihre Ideen temporär im stationären Handel testen können. Hierfür bieten wir bezugsfertige Ladenlokale und Mietverträge mit kürzeren Laufzeiten an.

Das klingt nach einer sorgfältigen Auswahl.

Wenn wir von Diversität sprechen, meinen wir ja Individualität. Jeder soll genau das bekommen, was seinen Wünschen und Bedürfnissen entspricht. Das spiegelt sich in den verschiedenen Angebotssegmenten wie auch im Design. Während wir zum Beispiel im Premiumsegment Premium- und Lifestyle-Marken in einer Atmosphäre anbieten, die von klassischem Stil und Eleganz geprägt ist, vereint das Segment Promenade verschiedene bezahlbare und qualitativ hochwertige Brands aus den Bereichen Fashion, Beauty, Schuhe, Schmuck und Accessoires in einer ▸

zur person

Bernd Hofer verfügt über mehr als 30 Jahre Erfahrung als Hochbautechniker- und Hochbauingenieur. Zuletzt war er Mitglied der Geschäftsleitung bei der Generalplanerin Ittenbrechbühl AG und verantwortete als Direktionsleiter den Aufbau und die operativen Geschäfte der Strabag AG in der Schweiz. Als Gesamtprojektleiter war Bernd Hofer unter anderem für den Bau des Einkaufs- und Freizeitcenters WESTside in Bern verantwortlich.

vitalen Marktatmosphäre. Und um den individuellen Auftritt eines Anbieters noch zu unterstreichen, haben wir das Konzept der Jumping Facades entwickelt, bei dem sich die Frontseiten der Geschäfte nicht wie gewohnt in einer Linie ausrichten, sondern vor- und zurück springen dürfen und individuell gestaltet werden können. Dem Kunden vermittelt sich dadurch ein Einkaufserlebnis, das ihn eher an einen gemütlichen Bummel durch eine organisch gewachsene Stadt, als an den Besuch eines klassischen Schweizer Shoppingcenters erinnert.

Wovon profitieren die Mieter der Mall sonst noch?

Um das Standortpotenzial optimal zu erschliessen, ist das Verkehrskonzept der Mall so ausgelegt, dass die Mieter die Möglichkeit haben, mit Touroperatoren Verträge abzuschliessen. So können internationale Kunden der Mall zugeführt und das Angebot der Luzerner Innenstadt ergänzt werden.

Mit welchen Herausforderungen sieht sich die Mall of Switzerland konfrontiert?

Die grösste Herausforderung, mit der sich die Centerleitung unter Jan Wengeler konfrontiert sieht, besteht ganz klar im Online-Handel. Ladengeschäfte – und da schliessen wir die Mall of Switzerland mit ein – werden Wege finden müssen, mit diesem Trend konstruktiv umzugehen und die Convenience des Online-Handels auf der Ebene des Services und Einkaufserlebnisses zu kompensieren. Hier bietet die Mall zum Beispiel flächendeckendes Wi-Fi, Informationspunkte, Lounge-Bereiche mit Wohnzimmer-Atmosphäre, Garderoben, hochwertige Toiletten und in Zusammenarbeit mit der Schweizerischen Post einen Lieferservice, mit dem man seine Einkäufe bequem nach Hause bringen lassen kann. Und vergessen wir nicht die hervorragende Verkehrsanbindung für ÖV, Langsamverkehr und MIV. Wo sonst führt eine Passerelle von der S-Bahnstation ins Shopping Center und der Autobahn-Zubringer direkt ins Parkhaus?

Freo Switzerland AG

FREO ist ein Private-Equity-Unternehmen und Fondsmanager, spezialisiert auf den Erwerb und die Entwicklung von gewerblichen Immobilien. Der Hauptsitz der FREO Group befindet sich in Luxemburg, dazu kommen Standorte in Berlin, Frankfurt, München, Hamburg, Düsseldorf sowie London und Luzern. Seit ihrer Gründung im Jahr 2002 hat die FREO mehr als 1,2 Milliarden Euro an Projektvolumina umgesetzt – wovon rund 400 Millionen Euro auf Entwicklungsprojekte entfallen. Derzeit gehören rund 900'000 Quadratmeter gewerblicher Mietfläche zum FREO-Portfolio. Das Grossprojekt «Mall of Switzerland» entwickelt die FREO im Auftrag des Staatsfonds von Abu Dhabi (ADIA), des zweitgrössten Immobilieninvestors der Welt.

anzeige

EIN STARKES TEAM
FÜR DIE FASSADE DER MALL

TEMME OBERMEIER
EXPERTS OF MEMBRANE BUILDINGS

biedenkapp
Visionen. Wege. Werte.

Innenhofüberdachung DWI, Aachen

Skywalk, Allgäu

Busstation, Hamburg-Poppenbüttel

AMAG Ausstellungshalle

WWW.TO-EXPERTS.COM

www.biedenkapp-stahlbau.ch

Herzlichen Glückwunsch

und viel Erfolg,

liebe Mall of Switzerland, wünscht Dir

First Christmas,

Dein Partner für die Weihnachtsdekoration!

Creating **the Magic.**

Wir sind Spezialisten für Weihnachtsdekoration in Frequenzimmobilien.

mail@firstchristmas.com · www.firstchristmas.com

First Christmas
by ROSENAU

eine idee setzt sich durch

Von der Idee bis zur Eröffnung der Mall of Switzerland vergingen 15 Jahre. In dieser Zeit fanden vier Volksabstimmungen statt, waren drei Projektentwickler am Werk, wurde für zwei Investoren geplant, von denen einer die einmalige Chance ergriff.

Das Grundstück der Mall of Switzerland war ursprünglich als Landreserve im Besitz der Schindler AG. Als der Standort 2002 im Hinblick auf den geplanten Autobahnzubringer A 14 Rontal an Attraktivität gewann, entwickelte die Nüesch Development AG im Auftrag der Schindler AG das erste Konzept für ein Einkaufszentrum an dieser Stelle. Im Februar 2005 wurde in Ebikon die Volksabstimmung über den Bebauungsplan mit dem damaligen Namen «Ebisquare» und im September 2005 im Kanton Luzern die Volksabstimmung über den Ronzalzubringer angenommen.

Das richtige Projekt am richtigen Standort

Die Nüesch Development AG, die z. B. das Einkaufs- und Erlebniszentrum «Westside» in Bern realisiert hat, brachte die Entwicklung des Projektes «Ebisquare» auf den Weg. Lange Zeit wurde für den französischen Investor L.S.G.I. La Société Générale Imobilière geplant, der sich aber 2009 im Zuge der Finanzkrise aus dem Projekt zurückzog. Danach erwies es sich eine Zeit lang als schwierig, einen geeigneten Investor für das grosse Investitionsvolumen zu finden. Dieses stand aber ausser Frage, denn um als Einkaufszentrum heute am Markt eine Chance zu haben, spielen die Kriterien Grösse und Angebotsvielfalt sowie die Kombination von Einkaufs- und Freizeitangeboten eine entscheidende Rolle. Zudem ist der ausserordentlich verkehrsgünstige Standort inmitten des Entwicklungsgebietes Rontal ideal für ein Einkaufs- und Erholungscenter. Das Projekt wurde von vielen Schweizer Investoren geprüft, die jedoch befanden, dass es nicht in ihre aktuellen Investitionsstrategien passe.

Ausländische Investoren mit einem weltweit gehaltenen Anlageportfolio bewerten Investitionen hingegen aus einem anderen Blickwinkel. Da die Schweiz politisch stabil ist und eine starke Währung hat, gilt sie als attraktiver Standort für eine langfristige Anlage.

Neustart mit neuem Investor

Die Projektentwicklerin und Totalunternehmerin Halter AG konnte das Bauland von Schindler erwerben und übernahm das Projekt von der Nüesch Development AG mit der Idee, es in mehrere finanziell verkraftbare Teile zu gliedern (Shopping, Freizeit, Hotel, Wohnen), damit sich die Suche nach Investoren einfacher gestaltet. 2013 zog Halter die FREO Group bei, einen europäischen Investor, Entwickler und Asset Manager von hochwertigen gewerblichen Immobilien. 2014 konnte die FREO Switzerland AG die Silver Holdings SA, eine Immobilien-Investment-Gesellschaft im vollumfänglichen Besitz der Abu Dhabi Investment Authority (ADIA), als Investor für die Mall of Switzerland gewinnen. Bei der Realisierung der Mall vertrat FREO den Investor und zeichnete unter anderem für das Entwicklungsmanagement verantwortlich. Um den Neustart des Projektes zu markieren, wurde der Name «EbiSquare», der ohnehin ein vorläufiger Projekttitel war, in «Mall of Switzerland» geändert.

Gemeinsame Planung mit Kanton und Gemeinden

Da zunächst für einen anderen Investor geplant wurde, musste das Projekt entsprechend angepasst und die Projektentwicklung neu aufgegleist werden. Lange bevor überhaupt an ein Baubewilligungsverfahren gedacht werden konnte, musste der kantonale Richtplan und anschliessend der kantonale Verkehrsplan (Autobahnzubringer) angepasst werden. Dann folgte der Zonenplan, zwei Jahre später der Bebauungsplan, und erst nach weiteren drei Jahren konnten die beiden Baubewilligungsverfahren für das Shopping-Center und das Freizeitgebäude an die Hand genommen werden. Mit dem Kanton, der Gemeine Ebikon und den Anrainergemeinden wurde ein intensiver Austausch gepflegt und beispielsweise das Verkehrskonzept gemeinsam und unter Beizug des VCS erarbeitet. Die Bevölkerung hat insofern am Projekt mitgewirkt, als sie viermal zu verschiedenen Vorlagen abstimmte: zur Überbauung des Ebisquares, zum Bau des Parkhauses, zum Rutschturm des in einer Anfangsphase geplanten Wellnessbades und zum Autobahnzubringer. Sämtliche Abstimmungen verliefen für das Projekt positiv und zeigten, dass die lokale Bevölkerung hinter der Mall of Switzerland steht. Inzwischen wurden das Shopping Center, das Freizeitgebäude und das Wohngebäude (Investorin des letzteren ist die Migros Pensionskasse) fertig gestellt. Zukunftspläne für ein Hotel sind bereits in Ausarbeitung.

anzeigen

TESIPRO AG METALLBAU

Stallikonerstr. 69 CH 8903 Birmensdorf

BERATUNG - PLANUNG - HERSTELLUNG - LIEFERUNG + MONTAGE - ALLES AUS EINER HAND

Allg. Metallbau - Gitterrostkombinationen für die Steigzonen - Technische Zentralen, Dachüberstiege usw. Schwerlastgitterrostkombinationen befahrbar für Lastwagen - Treppentürme und Aufstiegsleitern verzinkt, aus Edelstahl oder pulverbeschichtet - Dachaufbauten und Abdeckungen in verschiedenen Materialien – Geländer und Handläufe nach ihrer Wahl - Anfahrtsschutzvorrichtungen und Absperrungen nach Kundenwunsch

Zusammen erarbeiten wir mit Ihnen die richtige Lösung und erledigen diese fach- und termingerecht.

Wir danken der Bauherrschaft und Halter AG Gesamtleistungen, für das uns geschenkte Vertrauen!

Besuchen Sie unser Webseite www.tesipro.ch

Kuppeldach aus Stahl, Glas-Oblichter und Streckmetallfassade Parking

Mall of Switzerland

STAHLBAU PICHLER

mit leichtem gepäck in die zukunft

Das Einkaufsverhalten wird sich markant verändern. Verkauf wird zu Merchandising und der Verkäufer zum Markenbotschafter, sagt Werner Schaeppi, Werbepsychologe und Spezialist für Immobilienkommunikation.
Foto: Philippe Hubler

In seinen ungünstigsten Szenarien stellt sich Einkaufen heute so dar: wir suchen – mit Einkaufstaschen beladen – in einem überfüllten Geschäft vergeblich nach der passenden Kleidergrösse. Wir kaufen eine Alternative, die uns dann doch nicht so recht gefällt und können sie nicht zurückgeben. Wir bringen wieder und wieder die Pakete vom Online-Versand zur Post, weil das Produkt aus dem Katalog in der Realität nicht überzeugt. All das kostet Zeit und gute Laune. Ja, der Kunde ist anspruchsvoll. Wer aber den Zeitgeist erkennt und sein Angebot auf die komplexen Kundenbedürfnisse abstimmt, wird auch in Zukunft seinen Platz im hart umkämpften Detailhandel finden.

Das Ladenlokal wird zur Bühne

Die Zukunft beginnt jetzt. Moderne Concept Stores zeigen bereits, wie man die Vorzüge von stationärem Ladenlokal und Online-Handel miteinander verbindet: mit einladendem Ambiente, kompetenter Beratung, virtuellen Beispielen und einem erstklassigen Bestell- und Lieferservice. Und die Entwicklung geht weiter. Das traditionelle Ladenlokal wird zum Showroom, zur Bühne, zum Raum des Erlebens. Der Kunde flaniert durch ein übersichtliches Sortiment an Musterstücken, die er in aller Ruhe ausprobieren kann. Bei Bedarf lässt er sich virtuell inspirieren oder geniesst die Beratung einer kompetenten Fachperson. Die werden wir nicht mehr Verkäufer nennen, sondern eher Berater, und das Berufsbild wird eine entsprechende Aufwertung erfahren.

Der Verkäufer wird zum Markenbotschafter

Ladengeschäfte müssen und dürfen kreativ werden. Vielleicht richtet ein Musikgeschäft eine PA-Anlage ein, in der ich meine Gitarre testen kann, vielleicht gesellt sich ein Bassist dazu und die Kunden vom Nachbargeschäft hören eine Weile zu. Der Verkaufsberater ist ein erfahrener Musiker. Als Markenbotschafter von Fender, Gibson und Co. zeigt er mir seine Tricks, anstatt mir das teuerste Modell aufzuschwatzen. Wenn er überzeugt, werden die Marken Geld dafür bezahlen, sich von ihm vertreten zu lassen. Damit verändert sich das Mietmodell und es wird in Zukunft eher Merchandising-Verträge geben. Ähnliche Konzepte beobachten wir bereits in grösseren Märkten wie Parfümerien, Elektro- oder Heimwerkermärkten, wo den Herstellern Flächen oder Regale im Laufmeter vermietet werden, die sie mit ihren eigenen Markenrepräsentanten bespielen. Und für ein solches Ladenkonzept eignen sich moderne Einkaufs- und Erholungscenter wie die Mall of Switzerland eben besonders gut, denn hier kann ich in entspannter Atmosphäre ausprobieren, verschiedenste Einkäufe tätigen, vielleicht gehe ich anschliessend in die Sauna und geniesse ein feines Essen. Ich bin noch immer mit leichtem Gepäck unterwegs, denn meine Einkäufe werden mir nach Hause geschickt.

zur person

Dr. Werner Schaeppi ist Kommunikationsforscher und -berater bei der Kommunikationsagentur Creafactory und beim Marktforschungsinstitut mrc research & consulting in Zug. Er ist Mitbegründer und Mitinhaber beider Agenturen. Der studierte Psychologe und Linguist leitete zahlreiche empirische Studien für private Auftraggeber, Behörden und Institutionen und führte Kampagnen zur Akzeptanz und Vermarktung von bedeutenden Immobilienprojekten in der Deutschschweiz.

erfahrene centerleitung

In der Mall of Switzerland werden in den Bereichen Shopping und Freizeit rund 1'100 Arbeitsplätze mit den verschiedensten Anforderungsprofilen geschaffen.

Die Centerleitung der Mall of Switzerland übernimmt Jan Wengeler. Der Berliner war viele Jahre als Center Manager in verschiedenen Shopping Malls tätig und ist seit 2016 als Leiter Center Management bei CBRE Schweiz für die Entwicklung von Shopping Centern verantwortlich. CBRE mit Hauptsitz in Los Angeles ist das weltweit grösste Dienstleistungsunternehmen im Bereich gewerblicher Immobilien und gilt als eines der angesehensten Unternehmen der Immobilienbranche. In der Mall of Switzerland ist CBRE verantwortlich für das Center Management, eine der Kernkompetenzen des Unternehmens.

Mit Ronnie Hürlimann steht Jan Wengeler ein in der Region bekanntes Gesicht zur Seite. Der in Luzern aufgewachsene und in Nidwalden beheimatete Marketing- und Medienfachmann bekleidete verschiedene Leitungsfunktionen im Werbemarkt der AZ-Medien und war von 2010 – 2016 Marketing- und Verkaufsleiter sowie stv. Geschäftsleiter beim Zentralschweizer Fernsehen Tele1.

Jan Wengeler, Center Manager der Mall of Switzerland

the mall of switzerland

Mehr, als Shopping.

Die Mall of Switzerland hat am 8. November 2017 eröffnet.
Foto: Philippe Hubler

Mit 65'000 Quadratmetern Gesamtfläche ist die Mall of Switzerland das zweitgrösste Einkaufs- und Erlebniscenter der Schweiz. Die eigene Bahnstation mit direktem Übergang zur Mall, mehrere Buslinien, eine grosse Veloeinstellhalle und ein Autobahnzubringer, der direkt ins Parkhaus führt, machen die Mall of Switzerland zu einem besterschlossenen Einkaufscenter der Schweiz. ▸

Modernstes Multiplex-Kino der Schweiz vom Kinobetreiber Pathé: 12 Säle, 100 Prozent Laserprojektion, DOLBY 7.1 Sound, grösste IMAX-Leinwand der Schweiz, Saal mit D-BOX-Kinosesseln, die sich synchron zu Bild und Ton bewegen, CinemaConnect-App für Audiodeskription und Hörunterstützung, rollstuhlgängig, Premium-Lounge, Lifeübertragungen von Weltpremieren etc.

Über 17'500 Quadratmeter stehen dem Freizeitgebäude für Indoor-Surfanlage, Kino, Fitness und Wellness zur Verfügung. *Referenz: Pathé Balexert, Genf*

Der grosszügige Platz «Ebisquare» eignet sich für Events wie Konzerte, Open-Air-Kino, Märkte, Fasnacht etc.

die mall in zahlen

Eröffnung 8. November 2017

Gesamtfläche 65'000 Quadratmeter

Verkaufsfläche
46'000 Quadratmeter, Flächenanteil von rund 65 Prozent

Freizeitbereich 25 Prozent der Gesamtfläche

Gastronomie 10 Prozent der Gesamtfläche

Geschäfte und Restaurants
102 bei Eröffnung, 150 bei voller Vermietung

Arbeitsplätze rund 1'100

Parkplätze 1'600

Besucher 4,5 – 5 Millionen pro Jahr

Das zukunftsweisende Konzept der Mall of Switzerland vereint einen attraktiven Mix aus Shops, Gastronomiebetrieben und aussergewöhnlichen Freizeit- und Sportangeboten für die ganze Familie.

Im Freizeitgebäude befinden sich die erste stehende Indoor-Surfanlage der Schweiz, ein hochmodernes Multiplex-Kino mit 12 Sälen und der grössten IMAX-Kinoleinwand der Schweiz und der Zentralschweizer Marktführer ONE Training Center mit einem überdurchschnittlich grossen Trainingsbereich, In- und Outdoor-Wellness mit Sauna, Dampfbad und Hamam.

Die erste Indoor-Surfanlage der Schweiz holt Anfänger wie Profis auf die perfekte Welle. Sie wird vom ehemaligen Stuntman Jochen Schweizer entwickelt, der als Erlebnisanbieter internationales Renommee geniesst.
Foto: Nicolas Mercier, oneWaveStudios

Investor
Silver Holding SA, eine Immobilien-Investment-Gesellschaft im vollumfänglichen Besitz der Abu Dhabi Investment Authority (ADIA)

Investitionsvolumen
450 Millionen Franken

Businesshotel
100 Zimmer

Wohnanlage der Migros Pensionskasse
191 Wohnungen

Das Gesamtareal der Mall of Switzerland mit Freizeitgebäude (vorne links), Wohngebäude (hinten links), Shopping Center (Bildmitte) und Hotel (rechts). Die Gebäude gruppieren sich um den Platz «Ebisquare». An der Zugerstrasse ist der Ebisquare von einem Pavillon gesäumt, in dem sich weitere Shops und Showrooms befinden (vorne im Bild).
Visualisierung: Raumgleiter AG

Damit Einkaufen in der Mall of Switzerland auch für die Kleinen zum Erlebnis wird, steht Kindern von 0 bis 12 Jahren im Attika-Geschoss der Mall ein Kinderparadies mit vollumfänglicher Betreuung zur Verfügung.

Im Attika-Geschoss befindet sich das Kinderland auf über 1'500 Quadratmetern. Der Indoor-Abenteuerspielplatz wurde vom Freizeit-Spezialisten «TheLeisureWay» rund um Schweizer Themen wie Bergstation, Tunnelsystem, Dampfschiffe und Entdeckerwald konzipiert.

140 Läden haben auf einer Verkaufsfläche von 45'000 Quadratmetern Platz. Ankermieterin ist die Migros. 5'000 Quadratmeter werden von Gastronomieangeboten bespielt, weitere 15'000 Quadratmeter sind mit Freizeit- und Erlebnisattraktionen besetzt.

Die Mall bietet Lounge-Bereiche mit Wohnzimmer-Atmosphäre, flächendeckendes Wi-Fi, Garderoben mit Schliessfächern und hochwertige Toiletten.

Fitness und Wellness auf 2'300 Quadratmetern: der Innerschweizer Marktführer ONE Training Center betreibt in der Mall of Switzerland ein Studio der Extraklasse mit modernsten Kraft- und Ausdauergeräten und einer Vielzahl hocheffizienter Fitnesskurse.

Bei der Vermietung wurde Wert auf einen spannenden Mix von globalen und regionalen Anbietern sowie bewährten und innovativen Marken gelegt.
Referenz: TUI Store, Stuttgart

Zahlreiche Branchenführer sind in die Mall of Switzerland eingezogen. Einige von ihnen feiern hier ihren Schweizer Markteintritt. Zum Beispiel die amerikanische Kultmarke Original Penguin oder Original Marines, das trendige italienische Label für Kinderkleider.

Der Service-Point der Mall verfügt über eine offizielle PickPost-Stelle der Post, die den flexiblen Versand und Empfang von Paketen ermöglicht. Kleider können sofort anprobiert und bei Bedarf zurückgeschickt werden. Dafür stehen komfortable Umkleidekabinen mit individuell wählbarer Musik, Videoprojektion und Selfi-Stange zur Verfügung.
Foto: Philippe Hubler

Das innovative Pop-up-Konzept stellt Start-ups und besonders innovativen Unternehmen bezugsfertige Ladenlokale für einen befristeten Zeitraum zur Verfügung. So können neue Ideen am Markt getestet und den Besuchern der Mall wechselnde Attraktionen geboten werden.

3-fach nachhaltig

Die Mall of Switzerland folgt dem zeitgemässen Verständnis von Nachhaltigkeit in ihren drei Dimensionen Gesellschaft, Wirtschaft und Ökologie.

Attraktive Begegnungszonen und spannende Freizeitangebote
Gesellschaftlich nachhaltig ist die Mall, weil sie mit attraktiven Begegnungsorten und abwechslungsreichen Freizeitangeboten den Einwohnern des Rontals und der umliegenden Region einen nachhaltigen sozialen Nutzen bringt.

Über tausend Arbeitsplätze für die Region
Zur wirtschaftlichen Nachhaltig trägt die Mall of Switzerland mit über 1'000 Arbeitsplätzen bei. Die Mall erhöht die Standortqualität der Tourismusregion Luzern und gibt Impulse zur weiteren Entwicklung des Rontals.

Hervorragende Erschliessung und minimaler Energieverbrauch
Mit einer eigenen S-Bahnstation, mehreren Buslinien, einer grossen Veloeinstellhalle und einem eigenen Lieferservice fördert die Mall of Switzerland eine nachhaltige Mobilität. Um die Emissionsbelastung des Individualverkehrs für die Nachbarschaft möglichst gering zu halten, führt der überdachte Autobahnzubringer direkt ins Parkhaus. Die kompakte Gebäudehülle der Mall schränkt Energieverluste erheblich ein. Die Mall selber, aber auch die anderen Gebäude auf dem Areal, können grösstenteils mit der Abwärme der Läden und Gastronomiebetriebe beheizt werden. An kalten Wintertagen kann zu Tageszeiten, an denen besonders viel Wärme benötigt wird, die Fernwärme der Kehrichtverbrennungsanlage Perlen ergänzend genutzt werden. Für das Areal wird eine Zertifizierung nach dem international anerkannten Energielabel BREEAM der Trägerorganisation Building Research Establishment BRE angestrebt.

geschäfte

- Adidas
- Andulino
- Bachmann
- Bata
- Bershka
- Bijou Brigitte
- Blumen Widler
- Botty
- C&A
- Calzedonia
- Camicissima
- CIN Foods
- Click Star
- Coffee Fellows
- Colomo
- C-Square Restaurant
- Cut & Coler – Hairstylist Pierre
- Data Quest Apple Reseller
- Denner
- Desperado
- Diamond Nails & Beauty
- Die Post
- Dondi Salotti
- Dosenbach
- Drink-shop.ch / Superfood.ch
- Dropa Drogerie Bähler
- Enchanté
- Flying Tiger
- Foot Locker
- GameStop
- Guess
- H&M
- HEAD CASE
- Hotic
- House of Shirts
- Hunkemöller
- Indian Motorcycles
- Individuel
- Inglot
- Intimissimi
- Jack & Jones
- Jochen Schweizer
- Joe & The Juice
- K-kiosk
- Läderach
- Lee & Wrangler
- L'Erbolario
- Lux Mobile
- Luzerner Kantonalbank
- Mango
- Marc O'Polo
- McDonald›s
- Melectronics
- Metro Boutiques
- Micasa Home
- Migros
- Migros Do it + Garden
- Migros Restaurant
- Mister Minit
- Mobilezone
- Mode Bayard
- Müller Drogerie
- Mustang
- Mutter Paradies
- Nespresso
- New Yorker
- Niso Massanzüge & Schneiderei
- Nooch / Negishi
- O bag
- Obey your Body
- Ochsner Shoes
- Ochsner Sport
- Only / Pieces
- Optik Unternährer
- Original Marines
- Oro Vivo
- Osma Cosmetics
- Papazziano
- PowerFood
- Presentini
- Salt
- Skechers
- Snipes
- Spielkiste
- SportXX
- Stefanal & Original Penguin
- SUC juice bars
- Sunrise
- Surfari
- Swarovski
- Sweet life
- Terranova
- Tesla
- TUI
- Visilab
- Vivobarefoot
- WonderWaffel

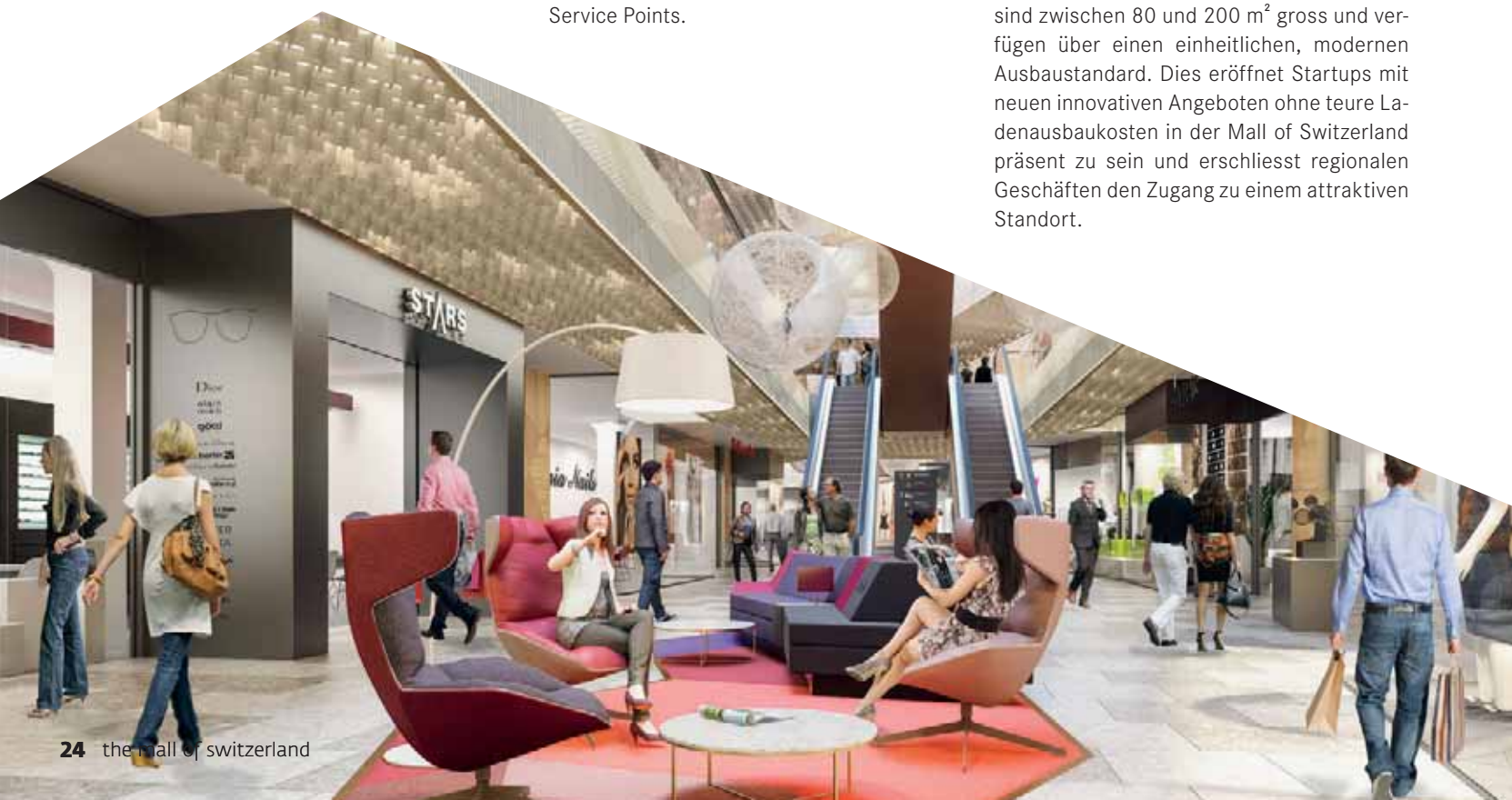
mall of switzerland: zusammenarbeit mit branchenkennern zahlt sich aus

Die Mall of Switzerland gehört zu den grössten und komplexesten Shoppingcenter-Neubauten der Schweiz in den vergangenen Jahren. Mint Architecture übernimmt als Branchenkenner eine wichtige Rolle als lokaler Partner.

Mint Architecture hat sich mit ihrer Studie über den Schweizer Shoppingcenter-Markt einen Namen gemacht und ist heute in verschiedenen Revitalisierungsprojekten involviert. Bei der Mall of Switzerland, deren Retail-Design von europaweit renommierten Brand- und Retailspezialisten entworfen wurde, übernimmt das Architekturbüro das Projektmanagement für den Innenausbau sowie für die Besucherführung der rund 46'000 m² grossen auf drei Etagen gelegenen Mall. Gleichzeitig unterstützt es die Verantwortlichen bei der Entwicklung eines temporären Flächennutzungskonzeptes sowie bei der Ausgestaltung des neuen Service Points.

Mit Pop-Up-Stores neuen Bedürfnissen gerecht werden

Als erstes Shoppingcenter bietet die Mall of Switzerland ein Pop-Up-Store-Konzept, wie es in vielen Städten bereits erfolgreich praktiziert wird. Die zwanzig von Mint Architecture geplanten und realisierten Stores sind zwischen 80 und 200 m² gross und verfügen über einen einheitlichen, modernen Ausbaustandard. Dies eröffnet Startups mit neuen innovativen Angeboten ohne teure Ladenausbaukosten in der Mall of Switzerland präsent zu sein und erschliesst regionalen Geschäften den Zugang zu einem attraktiven Standort.



Mint Archicture leitet die Innenausbauten der attraktiven Mall of Switzerland.

Neue innovative Services erlaubt der nach innen und aussen als Empfangsbereich zugängliche Service Point. Die Verbindung von On- und Offlineshopping zeigt sich beispielsweise beim Click & Collect Service: Onlinebestellungen lassen sich direkt in die Mall liefern, in einer multimedial eingerichteten Kabine anprobieren und die Fotos über die sozialen Medien teilen. Im grössten Kinderland der Schweiz namens Kaleidoskop tauchen die kleinen Besucher in eine bunte Erlebniswelt ein. Dieses greift in der Gestaltung typische Schweizer Themen auf und heisst in seinem Mini-Land auch Säuglinge willkommen.

«Neue Nutzerkonzepte und innovative Services tragen zur Attraktivität eines Centers bei und sollten immer mit Blick auf die Megatrends konzipiert werden», weiss Bastian Giese, Client Director Mint Architecture.

Zusätzlich zu den Projekten für die Mall-Betreiber zeichnet Mint Architecture in der Mall of Switzerland für die Umsetzung der Filialen ihrer Kunden Adidas und McDonalds verantwortlich.

Shoppingcenter-Studie: Die Megatrends untersucht

In ihrer Studie zur Zukunft der Schweizer Shoppingcenter beleuchtet Mint Architecture (ehemals Retailpartners) auf den drei Megatrends «Multichannel», «Silver Shopper» und «Third Place» den Revitalisierungsbedarf heutiger Shoppingcenter. Das Architekturbüro unterstützt Investoren und Bauherren in der Neuausrichtung ihres Centers, in der Entwicklung der Design- und Nutzerkonzepte und in der Umsetzung als Generalunternehmen. Dabei richtet Mint Architecture den Blick konsequent auf den Endkundennutzen und setzt dafür eigens entwickelte Tools ein. Mehr zu den Tools sowie die Studie zum Download unter: www.mint-architecture.ch

mehr infos
www.mint-architecture.ch

weihnachts-dekorationen massgefertigt und hoch emotional

– so schlägt man den e-commerce.
«Unser Design-Team gibt nie auf, erst wenn wir fest überzeugt sind, dass die neue Weihnachtsdekoration perfekt zum Kunden passt, die Menschen begeistern und für spürbar mehr Umsatz sorgen wird, dann sind wir zufrieden.», sagt First Christmas-Gründer Dr. Kersten Rosenau.

Vor 20 Jahren begann alles, und seitdem hat First Christmas mehr als 800 Weihnachtswelten in mehr als 50 Ländern erschaffen. Einkaufscenter, Bahnhöfe und Flughäfen genauso wie Hotels, Resorts, Strassen und ganze Städte. In der Schweiz hat First Christmas in diesem Jahr die neuen Dekorationen der Mall of Switzerland und des Pilatusmarkts kreiert. Aber auch Westfield London, das GUM in Moskau und die Mall of Berlin, die Mall of the Emirates in Dubai, die Mall of Egypt in Kairo und das Kingdom Centre in Riad vertrauen den Hamburger Experten.

In der Zeit des E-Commerces müssen Einkaufscenter, Innenstädte und andere Handelsstandorte noch viel mehr als bisher zu emotionalen Plätzen werden. Menschen wollen staunen! Und wann lässt sich das besser verwirklichen als zur Weihnachtszeit, wo jedermann an die Weihnacht seiner Kindheit und Jugend denkt, als die Welt noch in Ordnung war. Fast jeder hat sich diese Erinnerungen und diese Sehnsucht bewahrt. Wer in dieser Zeit eine wunderschöne Weihnachtsdekoration bietet, wird die Kunden anlocken.

Weihnachtsdekorationen erzeugen Emotionen.

Und sie werden das I-Pad zur Seite legen und zum Staunen und Kaufen kommen. Wie schön, dass das dann auch noch die für den Handel wichtigste Zeit des Jahres ist.

First Christmas
by ROSENAU

mehr infos
www.firstchristmas.com

Tore und Türen von Europas Nr. 1

www.hoermann.ch
0848 463 762

HÖRMANN
Tore • Türen • Zargen • Antriebe

Wir sorgen nicht nur während der Bauzeit für trockene Räume und angenehme Temperaturen.

Unser Team bietet überzeugende Dienstleistungen in den Bereichen **Bauheizung, Bautrocknung** und **Wasserschadensanierung** für die Baubranche und für Privatpersonen an. Nebst diesen Dienstleistungen liefern, installieren und warten wir **Klimageräte** und sind selbst Hersteller der **Raumluftwäschetrockner BORA** sowie der **Entfeuchter MISTRAL** und **SONORA.**

www.roth-kippe.ch

roth-kippe ag
für ein optimales Bau- und Raumklima

EINFACH SICHTBAR.

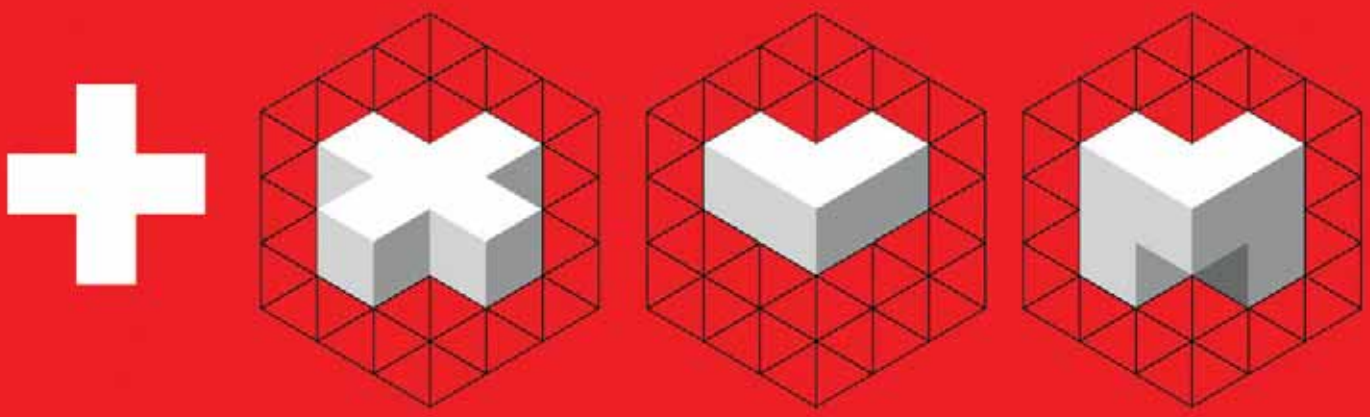
Wir realisieren Ihre Aussenbeleuchtung.

www.ckw.ch

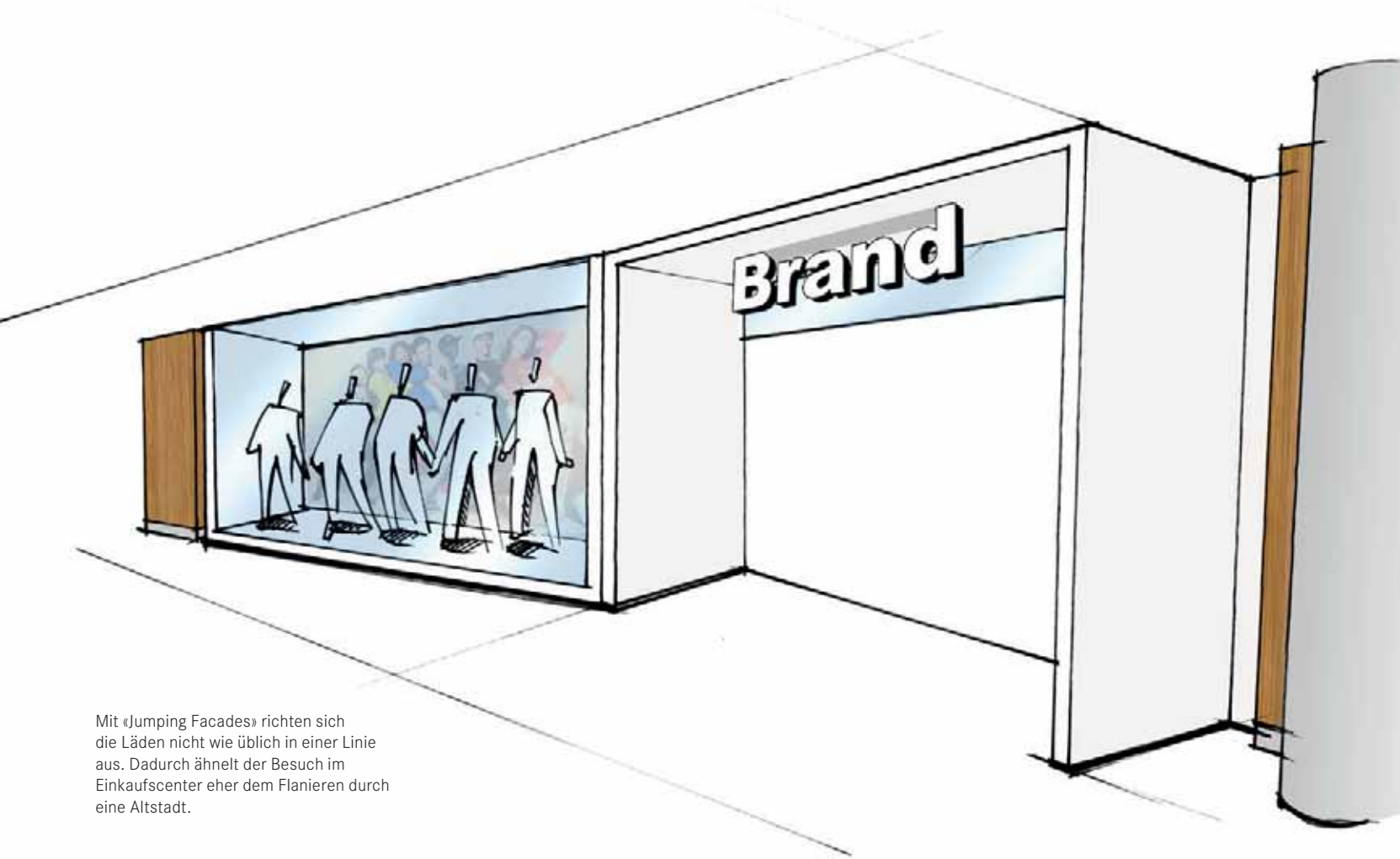
CKW.

swissness in allen facetten

Die Shoppingcenter-erfahrenen Retail-Designer der Schwitzke GmbH konzipierten das Innendesign der Mall of Switzerland und entwickelten eine Gestaltungslinie, die Schweizer Werte wie Tradition und Innovation aufgreift und leicht verständlich interpretiert.



Das Logo der Mall of Switzerland wurde aus dem Schweizerkreuz abgeleitet und zum «M» für «Mall» verdichtet. In der dreidimensionalen Anwendung steht es für Vielfalt und neue Perspektiven.



Mit «Jumping Facades» richten sich die Läden nicht wie üblich in einer Linie aus. Dadurch ähnelt der Besuch im Einkaufscenter eher dem Flanieren durch eine Altstadt.

Das Logo der Mall of Switzerland wurde aus dem Schweizerkreuz abgeleitet und zum «M» für «Mall» verdichtet. In der dreidimensionalen Anwendung steht es für Vielfalt und neue Perspektiven. Denn dies ist der Leitgedanke der Innenarchitektur. Sie reflektiert den Facetten- und Formenreichtum des Landes und spielt mit Schweizer Werten, die sie authentisch und modern interpretiert. Zum Einsatz kommen landestypische Materialien wie Eiche und Ulme, Terrazzo, Asphalt und Quarz und traditionelle Schweizer Grafikelemente, die von den 26 Kantonsflaggen abgeleitet wurden und sich in den Wandmustern wiederfinden. Das Gestaltungskonzept transportiert die Atmosphäre und das Lebensgefühl der Schweiz und setzt den Begriff «Swissness» gleich mit einem hohen Qualitätsanspruch, Pioniergeist und noblem Understatement.

Jumping Facades

Das Leitthema Vielfalt spiegelt sich auch in den einzelnen Ladenfronten. Die einzigartigen vor- und zurückspringenden Fassaden heben die Grenze zwischen Mall und Stores weitgehend auf und schaffen ein individuelles Shopping-Erlebnis, das mehr an ein Flanieren in der Innenstadt erinnert, als an einen Besuch im Einkaufszentrum.

Der Gebäudekomplex der Mall of Switzerland steht im Dialog mit den Proportionen des Rontals.

zwei herzen und viel licht

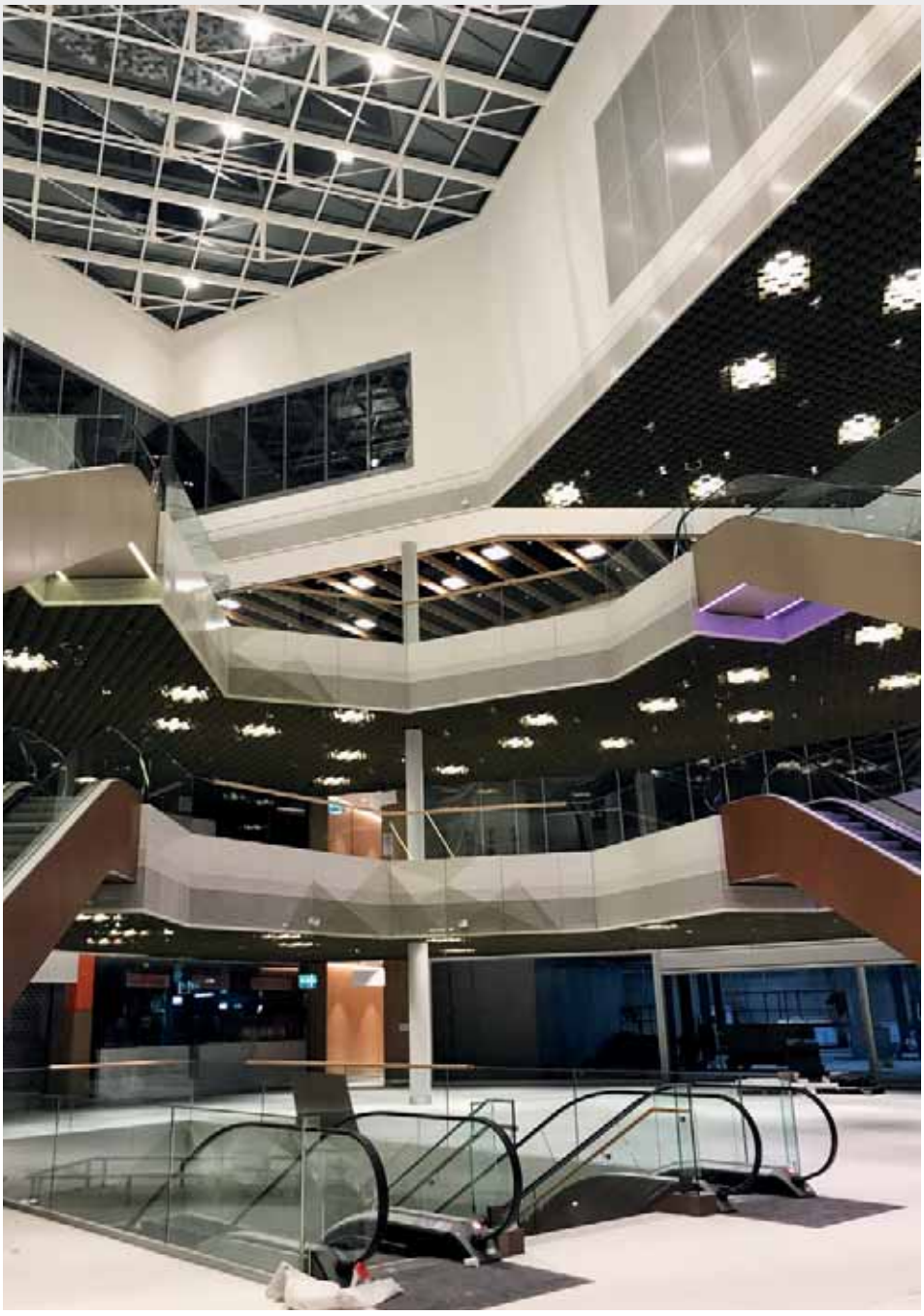
Die Mall of Switzerland überzeugt mit einer freundlich-offenen Architektur, die sich elegant in die Topografie des Rontals einfügt.

Die Landschaft des Rontals ist geprägt von den längsgestreckten Hügelzügen Hundsrüggen und Dietschiberg – Rooterberg, den Flussläufen von Ron und Reuss sowie den Infrastrukturachsen der Autobahn, Eisenbahn und Kantonsstrasse. Der Gebäudekomplex der Mall of Switzerland nimmt zum einen auf diese topografischen Formen und Proportionen Bezug und greift zum anderen den Charakter des umliegenden Industriegebietes auf. Für die Architektur und die Projektkonzeption der Mall, des Freizeitgebäudes und des Parkhauses zeichnete das grösste Schweizer Architektur- und Generalplanungsbüro, die Burckhardt+Partner AG, verantwortlich. Das Wohngebäude am Ebisquare stammt von den TGS Architekten aus Luzern.

Prägnant

Der Entwurf von Burckhardt+Partner gliedert die einzelnen Volumen in Erd- und Obergeschosse, so dass die grossmassstäblichen Baukörper einen adäquaten Massstab erhalten. Für die Fassade der Mall-Obergeschosse wurde eine transluzente ETFE-Folie gewählt, die das grosse Volumen entmaterialisiert und die verschiedenen Umgebungsbedingungen reflektiert. Je nach Tages- und

Grosser Lichthof im Mall Herz 1
Fotos: Nikolas Löhr



Die Mall-Herzen 1 und 2 sind Knotenpunkte für Rolltreppen und Fahrstühle.

Lichtsituation wird die Fassade zusätzlich hinterleuchtet, was dem Baukörper ein lebendiges und prägnantes Erscheinungsbild gibt. Mit seiner langgestreckten Form, der gewölbten Fassade und einer grossflächigen einseitigen Vertiefung korrespondiert das Gebäude der Mall mit der hügeligen Landschaft des Rontals. Die Wohnüberbauung schliesst an das Gebäude der Mall an und führt den topografischen Dialog durch asymmetrische Gefälle in den Dachlinien weiter.

Transparent

Das Parkhaus erhält eine industrielle Anmutung. In sich verlaufende Streckmetallelemente machen die Geschosse des Gebäudes von aussen sichtbar und ermöglichen die natürliche Belüftung. Die verzinkten Metallelemente werden mit der Zeit eine natürliche Patina annehmen und sich noch besser in die Umgebung einfügen.

Beim Freizeitgebäude sind die Nutzungen an der Fassade ablesbar. Das Kino, welches alle Obergeschosse einnimmt, erhält einen theatralischen Vorhang aus Faserzementplatten. Die Erdgeschossnutzungen werden entsprechend ihrer Aussenwirkung mehrheitlich verglast und öffnen sich zum zentralen Platz Ebisquare.

Dynamisch

Im Innern der Mall werden zwei zentrale Plätze – die «Herzen» – über einen Rundgang miteinander verbunden. So können die Besucher von einem Platz zum anderen gelangen, ohne den gleichen Weg zweimal gehen zu müssen. Grosse, versetzt zueinander angeordnete Atrien sind die Kernelemente des Entwurfs. Sie vermitteln ein Gefühl von heller, grosszügiger Weite und inszenieren spannende Blickbeziehungen zwischen den Geschossen und Geschäften.

behind the mall

Die Mall of Switzerland ist das zweitgrösste Shoppingcenter der Schweiz. Damit das Einkaufserlebnis reibungslos läuft, ist gute Organisation nötig. Ein Blick hinter die Fassade.

Entspannt durch die Gänge flanieren, hier und da einen neuen Look anprobieren und zwischendurch auf der Dachterrasse die Sonne ins Gesicht scheinen lassen. Später noch zur Eislaufbahn auf dem Ebisquare-Platz, Freunde treffen und danach bequem mit dem Zug zurück nach Hause.

Als sich am 8. November die Tore der Mall of Switzerland öffneten, wurde diese Fiktion Wirklichkeit. Auf rund 65'000 m² vereint das Einkaufszentrum um die 100 Shops und Gastronomiebetriebe sowie ein umfassendes Freizeit- und Sportangebot. Aber auch ein Blick hinter die Kulissen ist besonders: Während Kunden einen perfekten Shopping-Tag geniessen, ist im Hintergrund viel los.

Eröffnung nach Plan

Einen Beitrag dazu, dass alles reibungslos läuft, leistet das Unternehmen Bouygues Energies & Services Schweiz. Der internationale, integrale Facility-Management-Profi kümmert sich um die gesamte Infrastruktur und Technik der Mall – und das schon Monate vor der Eröffnung. Denn wer ein derartiges Grossprojekt erfolgreich realisieren möchte, braucht einen Plan. Zu Beginn hat Bouygues Energies & Services eine Servicestrategie entwickelt, die den gesamten Projektablauf, die Instandhaltung und den laufenden Betrieb regelt. Die Rekrutierung von passendem Personal für Infopoints, Reinigungsservice, Haus- und Sicherheitsdienst, die von Bouygues Energies & Services betreut werden, ist eine Schlüsselaufgabe in der Implementierung des Mandates. Denn neben den infrastrukturellen und technischen Rahmenbedingungen sind es vor allem die Menschen, die später die Atmosphäre der Mall prägen. Das Service-Team von Bouygues Energies & Services besteht insgesamt aus 31 Personen, die der Mall ab November ein Gesicht geben.

Besucher kommen mit ihnen vor allem am Infopoint oder Servicedesk in direkten Kontakt. Hier können sie nach Auskünften fragen, aber auch bestellte Artikel abholen oder Geschenke verpacken lassen. Im Hintergrund sorgen die zahlreichen Mitarbeitenden des Reinigungs-, Sicherheits- und Betriebsdienstes für einen sauberen, sicheren und technisch einwandfreien Tag in der Mall. Bei letzterem setzt Bouygues Energies & Services komplett auf Computer Aided Facility Management: Sämtliche technischen Objektbetreuer verfügen über Smartphones, mit denen sie über Störungen unmittelbar informiert werden und alle Vorkommnisse präzise rapportieren können. Auch bei den Sicherheitsleistungen stehen moderne Methoden im Fokus: In Kooperation mit der Feuerwehr Ebikon und der Gebäudeversicherung des Kantons Luzern wurde in einem integralen Test vor der Eröffnung ein Brand im Einkaufszentrum simuliert, bei dem die Brandfallsteuerungen der Lüftungen und weiterer Anlagen überprüft wurden und Mitarbeitende eine mögliche Evakuierung proben konnten.

Stille Helfer

Diese und viele weitere Massnahmen machen die Infrastruktur der Mall fit für den Betrieb. Mit dem intensiven Weihnachtsgeschäft steht nach der erfolgreichen Eröffnungsfeier am 8. November bereits die nächste grosse Herausforderung bevor. Und wenn Sie als Besucher einen entspannten Shopping-Tag geniessen, dann haben die Mitarbeitenden von Bouygues Energies & Services ihren Job gut gemacht.

mehr infos
www.bouygues-es.ch

«hier ist alles XXL!»

Philip Kiefer

Trotz beeindruckender Projektgrösse, anspruchsvollen Teilprojekten und massiven Anpassungen beim Innenausbau wurde die Mall of Switzerland reibungslos und termingerecht erstellt. Philip Kiefer, Gesamtprojektleiter Planung und Ausführung der Totalunternehmerin, ist erleichtert und stolz.

zur person

Als Gesamtprojektleiter Planung und Ausführung realisierte **Philip Kiefer** den Bau der Mall of Switzerland für die Totalunternehmerin. Der gelernte Hochbauzeichner absolvierte eine Zusatzlehre zum Maurer sowie entsprechende Weiterbildungen und ist seit 2009 als Projektleiter bei Halter tätig. Vor dem Bau der Mall of Switzerland verantwortete Philip Kiefer als Gesamtprojektleiter unter anderem den Neubau Hard Turm Park, Baufeld B, in Zürich und den Neubau Wright Place in Opfikon.
Foto: Philippe Hubler

Was war Ihr persönliches Highlight beim Bau der Mall of Switzerland?

Das gesamte Projekt ist ein Highlight, allein schon auf Grund seiner Grösse. XL sind wir gewohnt, aber die Mall ist XXL! Zwischen der unteren und der oberen Bewehrung, also den Schichten des Fundaments, liegen normalerweise rund 50 Zentimeter, hier konnte man hindurchlaufen. Das Logo am Haupteingang hat 50 Quadratmeter. Und die Erstellung der SBB-Passerelle war auch einmalig. Und besonders anspruchsvoll.

Was genau war das Anspruchsvolle an der SBB-Passerelle?

Da die Passerelle direkt von der S-Bahn-Haltestelle in die Mall führt, musste der Bau mit dem SBB-Fahrplan koordiniert werden. Um den Fahrplan Luzern – Zürich nicht zu unterbrechen, haben wir die mit dem Bau verbundenen Sperrungen zwei Jahre im Voraus bei der SBB beantragt und die Passerelle mehrheitlich in Nachtarbeit erstellt – wie auch die Anbindung des Parkhauses an den überdachten Rontalzubringer. Der ist auch einmalig. Beide Teilprojekte erforderten einen erhöhten Ressourcenaufwand, die sorgfältige Anwohnerinformation und ein gemeinsames Qualitätsmanagement von Halter und der SBB bzw. dem Kanton Luzern. Bei den Qualitätsanforderungen standen Sicherheit und Korrosionsschutz, also Nachhaltigkeit an erster Stelle.

Welchen Baugrund haben Sie vorgefunden? Gab es hier besondere Herausforderungen?

Der Bauperimeter wird von zwei Grundwasserströmen umschlossen, die sich in unterschiedlichen Höhen befinden. Damit sich die Ströme nicht zusammenschliessen, mussten wir zu jedem Bauzeitpunkt entsprechende Massnahmen treffen. Zudem wurden aufgrund des schlechten Baugrunds über 900 Bohrpfähle bis auf den Felsuntergrund im Boden verankert.

Gab es besondere Herausforderungen an die Logistik?

Durch die Projektgrösse sind auch die Mengen der Bestellungen und der Koordinationsaufwand bei den Lieferungen höher als üblich, angefangen beim Tiefbau, Rohbau und Fassade, bis hin zur Haustechnik und zu den Elektroinstallationen. Dann gab es im Zuge des Innendesigns massive Anpassungen. Insgesamt mussten wir über 400 Bestellungsänderungen abwickeln und umsetzen. Vom Boden bis zur Decke, vom Waschbecken im WC bis zum Handlauf am Geländer hiess es, Machbarkeit, Kosten und Termine erneut zu prüfen.

Nach welchen Kriterien haben Sie die Zulieferer ausgewählt?

Wir haben alle Aufträge öffentlich auf einer Plattform ausgeschrieben. Da offerieren je nach Arbeitsgattung bis zu 25 Unternehmungen. Bei der Auswahl haben wir in erster Linie die Kosten berücksichtigt und dann nach Möglichkeit mit lokalen und regionalen Unternehmen zusammengearbeitet. Einige Unternehmen kannten wir bereits aus anderen Projekten und konnten auf einer bewährten Zusammenarbeit aufbauen. Zuverlässige Partner – sowohl in der Planung als auch in der Ausführung – sind der Garant für die fristgerechte Realisierung eines Projektes dieser Grösse.

Das Timing ist beeindruckend: am 11. Juni 2014 war die Grundsteinlegung der Mall, rund dreieinhalb Jahre später wurde sie eröffnet. Wie ist es gelungen, den Bau so schnell zu realisieren?

Das entscheidende sind gültige Terminpläne – Gesamtterminplan, Planlieferprogramm, Submissionsprogramm und Detailbauprogramm –, deren Soll-/Ist-Stand kontinuierlich abgeglichen wird, um Abweichungen frühzeitig zu erkennen und entsprechende Massnahmen zu ergreifen. Dass wir dieses Grossprojekt in der bestellten Qualität und Zeit erstellen konnten, macht mich stolz.

Wie viele Personen waren am Bau der Mall beteiligt?

In der Grundausbauphase waren bis zu 500 Handwerker auf der Baustelle, während der laufenden Ladenausbauten über 1'000. Halterintern waren bis zu 16 Personen in Vollzeit mit der Erstellung des Projektes beschäftigt. Unser Team bestand aus sechs Bauleitern und den Verantwortlichen für Kalkulation, Bauherrenbetreuung, Qualitätsmanagement, Mieterkoordination, Elektroinstallationen und Haustechnik. Hinzu kamen die externen Planer, Fachplaner und Spezialisten.

Auf welche Kernthemen konnten Sie sich als ausführender Gesamtprojektleiter konzentrieren und welche Aufgaben konnten Sie delegieren?

Das Vertragswesen und die Baubuchhaltung mit der damit verbundenen Kostenprognose waren jederzeit bei mir. Die operative Bearbeitung des Qualitätsmanagements, das Durchführen von Jour Fix-Besprechungen wie Bauherrensitzung, Planungssitzung und Bausitzung erfolgte durch die zuständigen, sehr kompetenten Mitarbeitenden.

Was braucht es als Gesamtprojektleiter eines Baus dieser Grösse?

Die Kommunikation bei der Abwicklung derartiger Grossprojekte ist anspruchsvoll, denn es muss ständig sichergestellt werden, dass alle Beteiligten über die für sie wichtigen Informationen in der richtigen Detaillierung und zur richtigen Zeit verfügen. Dafür braucht es die Übersicht über das Gesamtprojekt und die Kenntnis der Mitarbeitenden und ihrer Fähigkeiten. Das wichtigste ist aber die Qualität der Mitarbeitenden in Bezug auf unternehmerisches Denken und Zuverlässigkeit. Und an dieser Stelle muss ich sagen, dass unser leistungsstarkes, engagiertes Team auch ein Highlight für mich war. Es bestand zu jeder Zeit ein wirklich guter Teamgeist. Dafür möchte ich mich bei allen Beteiligten bedanken.

Halter AG

Die **Halter AG** ist eines der führenden Unternehmen für Bau- und Immobilienleistungen in der Schweiz. Die Geschäftseinheiten Entwicklungen, Gesamtleistungen, Renovationen, Immobilien und Raumgleiter befassen sich mit der Konzeption und Realisierung von Entwicklungsprojekten mit Nutzungen jeder Art und Investitionsvolumen jeder Grösse. Halter beschäftigt rund 240 Mitarbeitende in Zürich, Bern, Basel, Luzern und Lausanne.

Um die SBB-Fahrpläne nicht zu behindern, wurde der Übergang von der S-Bahn zur Mall in Nachtarbeit erstellt.

Rohbau, Anfang 2016
Fotos: Oliver Stern, Luzern

rund 200 unternehmen waren am bau der mall of switzerland beteiligt:

Foto: Halter AG / Oliver Stern, Luzern

- 3S Partner AG
- ACG Autcomp Grischa AG
- Aeschlimann AG
- AGI AG für Isolierungen (Luzern)
- Alphabeton AG
- Anliker AG Bauunternehmung
- ANTA SWISS AG
- ARGE Estermann AG,Feldmann Bau AG
- ARGE Temme Obermeier_ Biedenkapp Stahlbau AG
- Attilio Meyer AG
- Babberger Brandschutz AG
- Bartolamai Fugendichtungen
- Bergauer AG
- betontec AG
- BETOSAN AG
- Bezzola Flavio AG
- BKS stromschienen ag
- Blaser Metallbau AG
- Braun RaumSysteme AG
- Buffone GmbH
- Burkhalter Technics AG
- Burri & Achermann Gartenbau AG
- Central Logistics Gmbh
- Centralschweizerische Kraftwerke AG
- CKW Conex AG
- Cleverat Allglanz AG
- Condecta AG
- Cupolux AG
- Deweta AG
- Diethelm Fassadenbau AG
- DISA Elektro AG
- Drawag Metall
- Element AG Schweiz
- Enderli Metallbau AG
- Estermann AG
- Fehlmann AG
- Fetaxid AG
- FREO Switzerland AG
- g+m elektronik ag
- Gallati AG
- Gilgen Door Systems AG
- GLAESER WOGG AG
- Glatz AG
- Goette Bau GmbH
- Gysi AG
- Haller Gerüstbau AG
- Halter AG, Gesamtleistungen
- Halter Bauservice AG
- Hammer Metall AG
- Hanspeter Bühler
- Harisberger Beleuchtungs-Service AG
- Heinzer Schreinerei Muotathal GmbH
- Hörmann Schweiz AG
- Huser Stahlbau AG
- Inotec Sicherheitstechnik (Schweiz) AG
- Inter Clean Luzern AG
- Ivo Bachmann
- J. Fanger AG
- Jegen AG
- JOVI Service GmbH
- Kaufmann AG
- Klausner Metallbau AG
- Koch Group AG
- Kurt Keller AG
- Küttel Teppiche AG
- LD Brandschutz AG
- LeCo Lagertechnik AG
- Lenzlinger Söhne AG
- Locher Bewehrungen AG
- Lötscher Tiefbau AG
- Macchi Beton-Fertigteile AG
- Maler Stutz AG
- Mint Architecture
- Morf AG
- Müssig AG
- Nägele-Capaul AG
- PeGe Werbetechnik AG
- Pfenniger Entsorgungs AG
- Pfiffner AG
- PILAG Montagen AG
- Pilatus Flachdach AG
- Pumpen Lechner GmbH
- Real Corporate Protect GmbH
- Redics – Reto Diethelm
- Repoxit AG
- Rey Automation AG
- Roba Bautenschutz AG
- Robert Bosch AG
- Rolf Schlagenhauf AG
- Rosconi Systems AG
- Roth Kippe AG
- RWD Schlatter AG
- Schädler Mulden AG
- Scheco AG
- Schindler Aufzüge AG
- Schmid Bauunternehmung AG
- Schweizer Brandschutz GmbH
- SE Lightmanagement AG
- Securiton AG
- SKIDATA (Schweiz) AG
- Stahlbau Pichler Schweiz AG
- Steiger Baucontrol AG
- Stocker & Partner GmbH
- Swisscom (Schweiz) AG
- swisspro AG
- Terex Material Handling AG (DEMAG)
- Tesipro AG
- Thermog AG
- Tilag AG
- Trutmann + Co. Zementwarenfabrik
- Velopa AG
- Vistona AG
- Vocat AG
- VR AG Verkehrsregelungs- und Kommunikationstechnik
- Walo Bertschinger AG
- Wasta AG
- Wibatec AG
- Zumtobel Licht AG

… und viele mehr.

keine angst vor dem verkehr

Die Mall of Switzerland fokussiert mit einem ausgewogenen Verkehrskonzept auf vernünftige Mobilität.

Für den ÖV optimal erschlossen

Die Mall of Switzerland ist eines der am besten erschlossenen Einkaufszentren der Schweiz. Sie ist über eine rollstuhlgängige Passerelle, die von der SBB Haltestelle Buchrain direkt in das Gebäude der Mall führt, bequem zu erreichen und durch die Busse 23 und 111 sowohl in Richtung Luzern als auch in Richtung Rotkreuz und Aargau erschlossen. Der Kanton Luzern plant, die Buslinie 1 ab Ende 2019 bis zum zentralen Platz, dem Ebisquare, zu verlängern. Die Gemeinde Buchrain fordert bessere ÖV-Verbindungen in Richtung Zug. Die Mall beteiligt sich mit 1,5 Millionen Franken aktiv an den Infrastrukturkosten und entrichtet zusätzlich für die nächsten 15 Jahre einen jährlichen Beitrag von 0.5 Millionen Franken an die Attraktivierung des öffentlichen Verkehrs in der Region. Insgesamt ist das eine Unterstützung von 9 Millionen Franken.

Lieferservice der Schweizerischen Post

Im Untergeschoss der Mall bietet eine grosse Fahrradabstellhalle Platz für 155 Fahrräder. Hier besteht auch die Möglichkeit für die Ladung von E-Bikes. Auf dem Gelände befinden sich weitere vier Standorte mit 250 zum Teil gedeckten Fahrradabstellplätzen. Für die Angestellten gibt es auf dem Areal keine Parkplätze. Die SBB bietet den Mietern die Möglichkeit, vergünstigt Tickets für ihre Mitarbeitenden zu beziehen.

Die Verkehrsplaner rechnen bei dieser komfortablen Ausgangslage damit, dass rund 40 Prozent der Besucher mit dem öffentlichen Verkehr anreisen werden. Diese Hochrechnung berücksichtigt den Lieferservice, den die Mall in Kooperation mit der Schweizerischen Post eingerichtet hat: die gekauften Güter werden einfach am Service-Point abgegeben und bequem nach Hause geliefert.

Die Mall bietet einen Lieferservice in Kooperation mit der Schweizerischen Post

Eine Passerelle führt von der S-Bahnstation Buchrain direkt ins Shopping Center
Foto: Mark Gilg

Vom Zubringer direkt ins Parkhaus

Das frühzeitig unter Mitwirkung der kantonalen Behörden, der Gemeinden und des VCS erstellte Verkehrskonzept legte den Fokus von Beginn weg auf den öffentlichen Verkehr. Trotzdem werden immer noch 60 Prozent der Besucher mit dem Auto anreisen. Der Autobahnzubringer Buchrain erschliesst die Siedlungsgebiete von Dierikon und Ebikon von der A14 aus. Er führt aber auch als überdachter Zubringer direkt in das Parkhaus der Mall of Switzerland. So werden Verkehrsbehinderungen in den Gemeinden ausgeschlossen, Emissionen eingedämmt und die Besucher gelangen trockenen Fusses vom Parkplatz ins Hauptgebäude und wieder zurück. Die Zahl der Parkplätze ist auf die verschiedenen Nutzungen, die zu unterschiedlichen Zeiten stattfinden, abgestimmt. Zum – gemessen an der Grösse des Einkaufszentrums – beschränkten Parkplatzangebot zählen auch Familien-, Park+Ride- sowie Carparkplätze.

Intelligentes Leitsystem für Besucherströme

Ein Dosiersystem, abgestützt auf ein Fahrtenmodell, regelt die Anzahl der Zu- und Abfahrten für rund die 1'600 Parkplätze. Sollte das Parkhaus an Samstagen und Feiertagen an Kapazitätsgrenzen stossen, kann zudem ausserhalb der Bürozeiten das benachbarte Parkhaus von Schindler genutzt werden. Besonders im Zeitraum der Eröffnung der Mall sowie vor grossen Feiertagen wie Ostern oder Weihnachten ist ein höheres Verkehrsaufkommen zu erwarten. Ansonsten wird es sich in einem überschaubaren Rahmen einpendeln. Sollte es zu einer Verkehrsüberlastung kommen, können Rückstaus vor der Parkhausein- und -ausfahrt auf dem Gelände der Mall selbst aufgefangen werden. Dazu wurde eine zusätzliche Strasse auf dem Gelände gebaut. Die Besucherströme haben angesichts der Öffnungszeiten der Mall geringfügige Überschneidungen mit dem Pendlerverkehr, was für den motorisierten Individualverkehr entlastend wirkt. Dieser Effekt würde noch verstärkt, falls der Kanton Luzern die Ladenöffnungszeiten eines Tages liberalisiert.

der verkehr in zahlen

- 4,5 – 5,5 Millionen Besucher werden pro Jahr erwartet
- 3.3 Millionen Einwohner wohnen im Umkreis von 60 Minuten Fahrzeit
- 1'600 Parkplätze gibt es im Parkhaus
- 405 Fahrradparkplätze stehen zur Verfügung
- 3 Buslinien führen zur Mall
- 1 S-Bahnstation befindet sich direkt an der Mall
- 1 Lieferservice der Schweizerischen Post bringt die Einkäufe bequem nach Hause

anzeige

ES IST VOLLBRACHT! WIR GRATULIEREN HERZLICH.

Das rote Band ist zerschnitten, die Türen geöffnet. Was einst in einigen Köpfen als Idee entstand, ist heute Tatsache. Die mall of switzerland ist bereit für grosse Taten.

Bereit für grosse Taten sind auch wir. Auch in unseren Köpfen entstehen Ideen. Kleine und grosse, normale und verrückte. Denn Kreativität und Know-how sind die Basis unseres Tuns – und Ihres Erfolgs. Wir bieten Lösungen, die über den Standard hinausgehen. Zielgerichtet, rasch, preiswert. Wer wir sind?

DIE WERBEAGENTUR FÜR ROSINENPICKER

m3 WIR KREIEREN EMOTIONEN.

Buchgrindelstrasse 7
8620 Wetzikon
+41 43 931 40 50
info@mdrei.ch
www.mdrei.ch

mall of switzerland – perfekte bautreuhand für perfekte shoppingerlebnisse

Am 8. November 2017 öffnete die Mall of Switzerland in Ebikon LU ihre Tore. Mit insgesamt 65'000 m² Gesamtfläche ist sie das zweitgrösste Einkaufs- und Freizeitzentrum in der Schweiz. Neben einem breiten Shopping-Angebot erwarten den Besucher, die Besucherin, vielfältige Freizeitmöglichkeiten. Dazu gehören ein 12-Saal Multiplex-Kino, ein grosser Fitness- und Wellness Club und ein Kinderland, in dem Buben und Mädchen unter Betreuung auf 1'500 m² sich austoben, spielen und lernen können.

Um die Mall of Switzerland als erstklassige Shopping-Destination zu etablieren, unterstützt pom+ den Projektentwickler und Investorenvertreter FREO Switzerland AG seit 2013 mit umfangreichen Leistungen. Am Anfang stand eine umfassende technische Due Diligence sowie die Unterstützung bei der Erarbeitung des Totalunternehmer-Vertrages inkl. aller Beilagen. Die Due-Diligence konzentrierte sich auf Aspekte wie Bau, Gebäudetechnik, Gebäudebetrieb inkl. Lebenszykluskosten, Umwelt & Geologie, sowie Verkehr. Seit Herbst 2014 zeichnet pom+ für folgende Aufgaben verantwortlich:

- Beratung und Unterstützung bei diversen bautechnischen Fragen
- Durchführung von Projektaudits
- Aufbau und Führung eines umfassenden projektbezogenen Qualitätsmanagements
- Erstellung einer umfassenden monatlichen Projektberichterstattung zuhanden des Investors
- Beurteilung der Detailplanung des Totalunternehmers aus Sicht Gebäudebetrieb
- Ansprechpartner für den zukünftigen FM-Leiter sowie Review sämtlicher Gebäudebetriebskonzepte
- Ausschreibung der Facility Management-Leistungen in Zusammenarbeit mit dem zukünftigen FM-Leiter
- Begleitung und Durchführung sämtlicher Abnahmen sowie Übergabe der Mietflächen an die Mieter inkl. Mängelmanagement

Die Mall of Switzerland ist ein Shopping-Center, das in der Schweiz in eine neue Dimension vorstösst –sowohl vom Angebot als auch vom Gebäude und dessen Nutzung her. Die umfangreichen Erfahrungen von pom+ im professionellen Projektmanagement waren ein zentraler Faktor, um die Komplexität und das schnelllebige Umfeld im Griff zu haben. Und damit die Erwartungen des Investors, aber auch des zukünftigen Kunden zu erfüllen.

mehr infos
www.pom.ch

über pom+

pom+, ein Schweizer Beratungsunternehmen, erbringt Dienstleistungen für Immobilien, Unternehmen und Organisationen aus den Bereichen Bau, Facility, Property, Portfolio und Asset Management. Die Kernkompetenzen von pom+ umfassen Bautreuhand, baubegleitendes Facility Management (pbFM), Strategieentwicklung, Ressourcenoptimierung und Organisations- und Prozessgestaltung. Dabei steht der Lebenszyklusgedanke im Zentrum. 65 hochqualifizierte Mitarbeitende – Hoch- und Fachhochschulabsolventen – überzeugen mit Fachwissen, ausgewiesener Erfahrung und dem Know-how von pom+ aus rund 5'000 Projekten. Mit Hauptsitz in Zürich und Niederlassungen in Basel, Bern, Lausanne, St. Gallen berät pom+, als Spin-off der ETH Zürich gegründet, seit 1996 über 500 Kunden aus der ganzen Schweiz und dem Ausland.

Building & Operations
Immobilien über den ganzen Lebenszyklus hinweg betrachten und intelligent entwickeln, projektieren, realisieren und betreiben.

- Bautreuhand
- Building Information Modeling (BIM)
- Portfolio-/Objektstrategien
- Planungs- und baubegleitendes Facility Management (pbFM)
- Betriebskonzepte
- Workplace-Management
- Ausschreibungen

love this place

Mint Architecture entwickelt und kreiert Orte, die Menschen begeistern, die sie inspirieren, die sie lieben. Retail, Shopping Centers, Gastronomy & Food, Workplaces, Banking & Finance, Public Spaces und Health & Hospitality.
www.mint-architecture.ch

MINT ARCHITECTURE

burckhardtpartner

Neubau Einkaufs- und Erlebniszentrum
Mall of Switzerland, Ebikon
2003 – 2017

Architektur: Burckhardt+Partner AG

Ein **Projekt** von
Burckhardt+
Partner
Architekten
Generalplaner

Basel Bern Genf Lausanne Zürich Berlin Grenzach Stuttgart

VIELSEITIGKEIT IM TIEFBAU

LÖTSCHER PLUS
neue Lösungen im Tiefbau

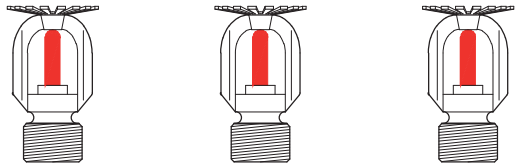
Lötscher Tiefbau AG
Spahau 3, 6014 Luzern
Telefon +41 41 259 07 07
www.tiefbau-plus.ch

Brandschutzanlagen Rohrleitungsbau

Babberger
Brandschutz AG

Basel - Luzern - Weinfelden

Tel 061/ 691'68'09 Fax 061/ 693'33'70
e-mail: info@babberger.ch
www.babberger.ch



Sprinkleranlagen
Feuerlöschposten
Rauchschürzen
Brandschutzvorhänge

Begrünte Flächen und Dächer holen ein Stück Natur in das ehemalige Industriegebiet zurück. *Visualisierung*

begrünt und belebt

Mit rund 200 Bäumen auf dem Areal und Blumenwiesen auf den Dächern gibt die Aussenraumgestaltung der Mall of Switzerland der ehemaligen Landreserve von Schindler ein Stück Natur zurück.

Wer dereinst von den umliegenden Hügeln auf die Mall of Switzerland blickt, wird ein reich begrüntes Areal mit Wiesenhügeln und Baumgruppen sehen. Neben dem visuellen Aspekt spielen beim Freiraumkonzept aber auch ökologische Belange wie Biodiversität eine Rolle. Rund 43'500 Quadratmeter, also 55 Prozent der Gesamtfläche des Areals sind begrünt und bieten Lebensraum für Tiere und Pflanzen.

Das Begrünungskonzept der Mall nimmt Bezug auf die standorttypischen Gewächse des Rontals. Für die Bepflanzung mit rund 200 Bäumen wird der Naturwald des Mittellandes als Referenz verfolgt. Alle Grünflächen inklusive der begrünten Flachdächer werden mit einheimischen Blumenwiesen angesät. Der Belag des zentralen Platzes Ebisquare ist eine Abstraktion des Sandsteins vom angrenzenden Moränehügel. Damit gelingt es, den Gebäudekomplex elegant in das Landschaftsbild zu integrieren und ein Stück Natur auf das ehemalige Industrieareal zurückzuholen.

Zentraler Treffpunkt Ebisquare

Um die einzelnen Gebäude – Shopping Center, Freizeitkomplex, Hotel und Wohnüberbauung – miteinander zu verbinden, haben die Fahrni Landschaftsarchitekten die Baumallee, die von Luzern nach Dierikon führt, als Leitidee für die Umgebungsgestaltung aufgegriffen. So wurden entlang der Hauptstrasse verschiedene Freiräume realisiert, die mit den Gebäuden und dem öffentlichen Platz Ebisquare eine rhythmische Abfolge bilden. Als Treffpunkt und Aufenthaltsort ist der Ebisquare von zentraler Bedeutung für die Mall of Switzerland. Hier gibt es Aussenrestaurants und Raum für temporäre Nutzungen wie Chilbi, Markt oder Sportanlässe. Der Platz ist mit Sitzgelegenheiten ausgestattet und von Bauminseln umringt. Dekorative Mastleuchten unterstreichen den Platzcharakter. In Richtung Kantonsstrasse ist der Ebisquare mit einem schwebenden Dach für Shops abgegrenzt, eine grosszügige Fussgängerzone führt zur Bahnstation.

Freiraumplanung seit 2006

Dem Freiraumkonzept ging die langjährige sorgfältige Planung der Fahrni Landschaftsarchitekten in enger Zusammenarbeit mit der Gemeinde Ebikon sowie der Halter AG, dem für die Realisierung verantwortlichen Totalunternehmer, voraus. Da ein Projekt dieser Grösse eine intensive Zusammenarbeit erfordert, waren die Fahrni Landschaftsarchitekten bereits seit 2006 in die Entwicklung des Bebauungsplans involviert. Eine besondere Herausforderung lag zum Beispiel in der Koordination der technischen Infrastruktur. So wurde manche Leitung verschoben, um nicht mit dem Wurzelwerk der Bäume zu kollidieren. Und auch der Untergrund erforderte spezielle Lösungen. Da Teile des Gebiets auf einer Felsrippe aus Sandstein ruhen, musste rund ein Meter Fels abgetragen werden, um Wurzelraum für die Bepflanzung zu schaffen.

Für die Bepflanzung mit rund 200 Bäumen wird der Naturwald des Mittellandes als Referenz verfolgt.
Foto: September 2017

«die mall ist aushängeschild für die region»

Der Ebikoner Gemeindepräsidenten Daniel Gasser will die Dynamik der regionalen Entwicklungen aktiv für seine Gemeinde nutzen.

Bereits 2005 stimmte Ebikon dem Bebauungsplan Ebisquare zu, auf dem das heutige Konzept der Mall of Switzerland (MoS) basiert. Es kam zu Verzögerungen, das Projekt stand zeitweise auf der Kippe. Nun öffnete das grösste Einkaufs- und Erlebniscenter der Zentralschweiz seine Tore. Sind Sie erleichtert?

Ich würde es nicht Erleichterung nennen. Vielmehr bin ich gespannt, wie die MoS bei den Leuten ankommt und wie sie sich weiterentwickelt. Die Grundlagen für eine positive Zukunft sind gelegt: Die Mall ist neu, modern und gut konzeptioniert. Die Bevölkerung ist neugierig und freut sich auf das breite Angebot.

Wie konnten die umliegenden Gemeinden ihre Anliegen einbringen?

Die Gemeinden organisierten sich in einer politischen Begleitgruppe, bestehend aus Gemeindevertretern der vier meistbetroffenen Rontaler Gemeinden Ebikon, Buchrain, Dierikon und Root. Die Vertreter trafen sich regelmässig unter der Leitung des Gemeindeverbandes LuzernPlus und seines Gebietsmanagements LuzernOst, um wichtige Themen aufzugreifen und diese dann in die Gespräche mit der Investorin, den Projektentwicklern und dem Generalunternehmen einzubringen. Diese hatten stets ein offenes Ohr, die Zusammenarbeit war deshalb sehr konstruktiv für alle Beteiligten.

Welche Bedeutung hat die MoS für den Standort Ebikon und die Region Luzern Ost?

Als Bedingung für die Realisierung der Mall wurden zwischen 2007 und 2011 der Autobahnanschluss Buchrain sowie der Rontal-Zubringer samt Tunnel gebaut. Zusammen mit dem neuen Autobahnabschnitt durch das Knonauer Amt brachte dies eine gewaltige Dynamik in die Region. Die bessere Verkehrsanbindung und die erschwinglichen Bodenpreise begünstigen eine Vielzahl neuer Projekte. Allein die MoS schafft über 1'000 neue Arbeitsplätze. Wir wollen die Weiterentwicklung im Einzugsgebiet der MoS aktiv begleiten und den Bekanntheitsgrad von Ebikon mit positivem Image weiter fördern.

Daniel Gasser, Gemeindepräsident von Ebikon, an der heutigen Kantonsstrasse
Foto: Michael Tibisch

Welche Auswirkungen hat die MoS auf die Geschäfte im Zentrum?

Das Zentrum von Ebikon hat gemäss einer Haushaltsbefragung zum Konsumverhalten Regionalversorgungscharakter für die umliegenden Gemeinden. Den täglichen Bedarf decken die Haushalte somit in der eigenen Gemeinde und die weiteren Einkäufe wie beispielsweise Kleidung wurden bis jetzt häufig in Ebikon getätigt. Die Eröffnung der MoS mit dem Sortiment an einem attraktiven Standort wird die Detaillisten somit herausfordern. Aus diesem Grund hat die Gemeinde Ebikon zusammen mit dem Gewerbeverein das Projekt «Zentrum Ebikon stärken» ins Leben gerufen und der Gewerbeverein hat neu eine Detaillistengruppe gegründet. Ziel ist es, die Bevölkerung zu sensibilisieren und Kunden im eigenen Segment zu binden.

Ebikon will städtebaulich neue Qualitäten schaffen und verschiedene Ortsabschnitte entlang der Kantonstrasse aufwerten. Welche Rolle spielt dabei die Mall?

Die Kantonsstrasse und der Verkehr mitten durch Ebikon gehören zu den grössten Herausforderungen, wie die Bevölkerungsbefragung zeigt. Zugleich ist die Kantonsstrasse die Lebensader von Ebikon mit 28'000 Fahrten pro Tag und für Einwohner sowie für Beschäftigte sehr gut erreichbar.

Mit verschiedenen Massnahmen wollen wir das ganze Gebiet attraktiver gestalten, etwa mit dem geplanten Rontaler Höhenweg oder einem Veloweg entlang der Ron. Künftig wird es möglich sein, mit dem Fahrrad zur Mall zu radeln, ohne auf der Hauptstrasse fahren zu müssen. Warum dann nicht für einen Kinobesuch an einem gemütlichen Sommerabend das Velo nehmen? Die Investorin und die Projektentwickler der MoS haben unterschiedliche Studien zum Standort und zum Potenzial durchgeführt. Die sehr gute Verkehrslage und die bezahlbaren Bodenpreise haben die MoS und auch viele weitere Investoren dazu bewogen, in Luzern Ost direkt entlang der Kantonsstrasse wie auch entlang der Hügelzüge Areale zu entwickeln. Die Gemeinden und LuzernPlus planen zusammen, um neue städtebauliche Qualitäten zu schaffen und Luzern Ost als Zentrum auf der Achse Luzern-Zug-Zürich zu positionieren. Dabei ist die Mall of Switzerland ein Publikumsmagnet, Begegnungs-, Erlebnisort und nicht zuletzt ein Aushängeschild für die Attraktivität dieser Region.

Von der Dynamik der Mall wird auch Ebikon profitieren. Entlang der Kantonsstrasse soll der Ort neue städtebauliche Qualitäten erhalten. *Visualisierung: zweikraft GmbH*

vorhang auf!

Für Besucherinnen und Besucher des neuen Kinokomplexes beginnt das Kinoerlebnis schon vor dem Betreten des Filmtheaters. Nämlich dann, wenn sie auf die Fassade zulaufen, die sich wie ein Theatervorhang um den Gebäudekörper wellt. Für die Entwicklung und Fertigung der besonderen Fassadenplatten wurde auf die Erfahrung und Kreativität der Eternit (Schweiz) AG zurückgegriffen.

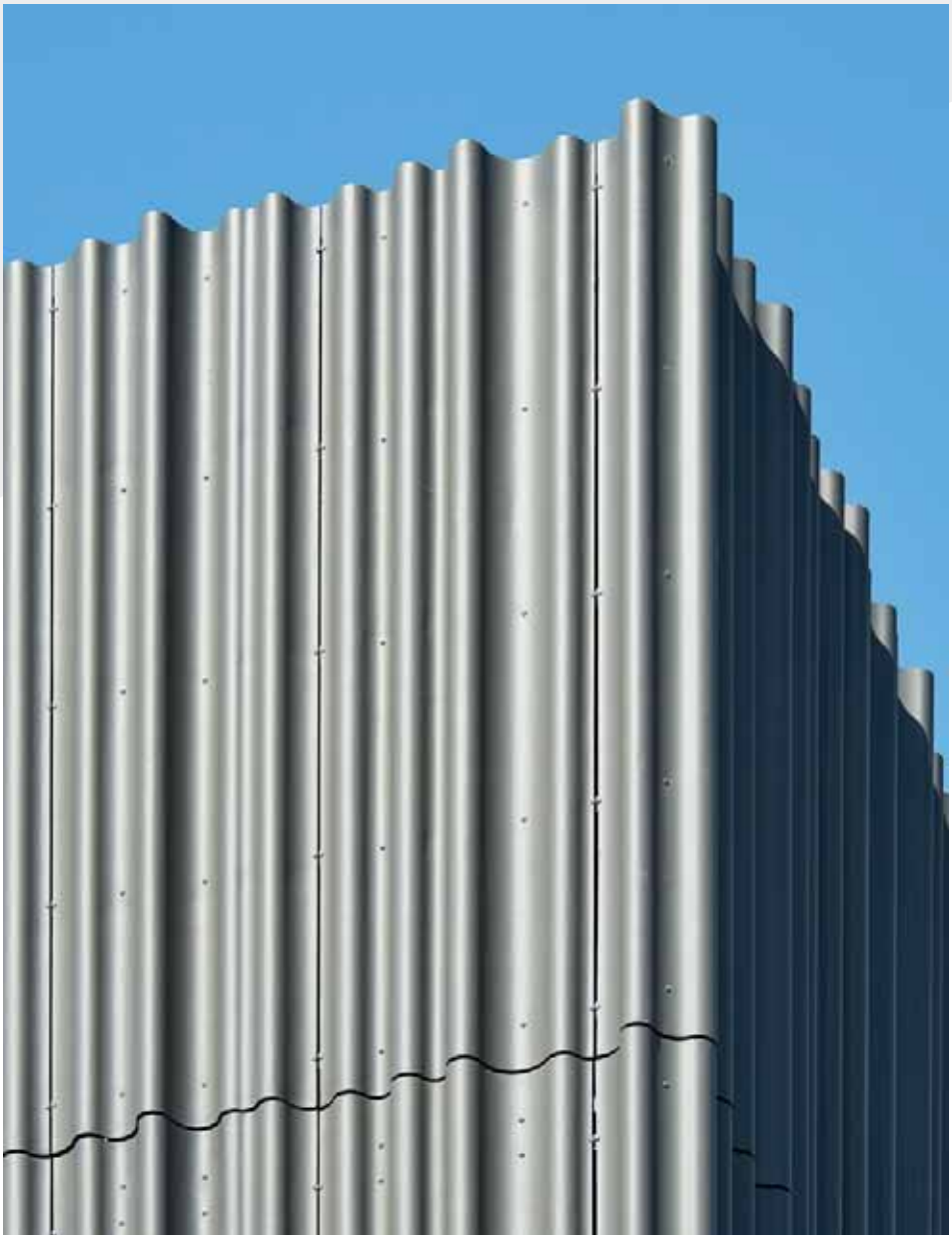
Wenn die Besucherinnen und Besucher über den «Ebisquare» in Richtung Freizeitgebäude flanieren, kommen sie in den Genuss eines in der Schweiz einmaligen Kinoerlebnisses. Dieses beginnt nicht erst an der Kasse, sondern bereits beim Betrachten des Gebäudekörpers. Die Vision des Architektenteams war eine Fassade, die sich gleich einem samtenen Kinovorhang wellt und bauscht. Die Eternit (Schweiz) AG erwies sich als ideale Partnerin, um diese Idee zum Leben zu erwecken. Das Unternehmen entwickelte und produzierte rund 3'000 m² Wellplatten, die der Aussenhülle mit ihrer unregelmässigen Wellenhöhe eine einmalige Gestalt verleihen. Aus der Ferne muten die Schwünge sehr regelmässig an, beim Nähertreten aber erkennt man, dass der Faltenwurf nicht monoton gleichförmig, sondern rhythmisiert ist. Nebst der Geometrie der klassischen, regelmässigen Wellplatte wurde auch das Befestigungsmaterial derselben modifiziert. Dem Schweizer Traditionsunternehmen gelang es, in kurzer Zeit kreative und technisch einwandfreie Lösungen für alle Herausforderungen zu finden. Die Eternit (Schweiz) AG handelte ganz im Sinne der Mall of Switzerland, mit hohem Qualitätsanspruch und innovativem Pioniergeist. Eine Note nobles, gut-

schweizerisches Understatement wird durch das matte Anthrazit der Platten hinzugefügt, das einen optischen Gegenpunkt zum strahlenden Weiss der Mall bildet.

Und so lüftet sich in Zukunft für die Besucherinnen und Besucher schon vor dem Betreten der Säle der Vorhang – möge das Kinospektakel beginnen!

mehr infos

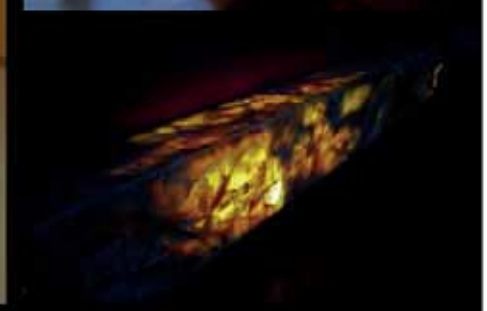
Weitere Informationen zu Produkten und Projekten finden Sie unter www.eternit.ch



anzeige

alles aus einer Hand
Planen | Bauen | Pflegen

Ihre Gartenbauer
BURRI & ACHERMANN
...machen Ihre Gartenträume wahr!
GALANET
Inwil · Horw · Luzern · Stans
Telefon 041 340 30 32 · www.burri-achermann.ch



VERABSCHIEDEN SIE SICH ENDGÜLTIG VON SCHLAFSTÖRUNGEN

MIT ONYDORM

ONYDORM, DAS SPEZIELLE NATURSTEINBETT, ODER DER HEILIGE GRAL GEGEN SCHLAFSTÖRUNGEN

Die Emilio Stecher AG hat vor 10 Jahren das Natursteinbett „ONYDORM" entwickelt. Wir suchten dabei nach erlesenen, nicht strahlenden Natursteinen, welche nicht nur optisch gut aussehen, sondern die positive Eigenschaft besitzen, fremde Erdstrahlen abzuhalten. Es ist seit langem bekannt, dass es Leute mit Schlafstörungen gibt, welche Steine unter das Bett legen. Stein ist bekanntlich nicht Stein. Oft nützt dies wenig, weil das falsche Material verwendet wird. Bei unserem Natursteinbett dient ein Steinrahmen nicht nur als schöne Zierde, sondern bildet ein perfektes Energiefeld, welches fremden Umwelteinflüssen und unerwünschten Strahlen aller Art keine Chance lässt in die Bettstatt einzudringen. Dadurch schläft jedermann in unserem Natursteinbett „ONYDORM" buchstäblich wie ein Engel.
Schlafen wie im siebten Himmel – wer wünscht sich das nicht! Da spielt das eigentliche Bett zweifellos als wichtigstes Möbelstück im Schlafgemach die Hauptrolle; vor allem wenn es darum geht den allseits gesuchten Wohlfühlschlaf zu finden.

WELCHE EIGENSCHAFTEN HAT ONYDORM? UND WIE WIRD DER MARMOR EINGESETZT?

Wir haben bei ONYDORM einen Onyx eingesetzt; ein Ablagerunsgestein, geologisch gehört er zum Synterkalk. Dieses Material hat die Eigenschaft, dass es transluzent, also lichtdurchlässig ist. Die Steinsstruktur sieht nicht nur wunderschön aus, sondern kann zudem als Scheibenersatz eingesetzt werden. Besonders zur Geltung kommt jedoch der Onyx durch die Hinterleuchtung mittels LED-Licht oder Neonröhren. So erinnert der Stein an den früher für Lampenschirme verwendeten Alabaster. Beim Alabaster handelt es sich jedoch um einen Gipsgestein. Zudem gibt es ihn nur kleinformatig, wohingegen es beim Onyx grosse Rohtafeln mit Dimensionen von bis zu 300 × 180 cm Grösse gibt. Generell verwendet man eine Plattenstärke von 2cm. Das Material wird dann in Gehrung geschnitten und die Struktur ähnlich wie bei Holz zusammen verleimt, so dass die Struktur ineinander läuft, wie in einem offenen Buch. So wirkt es wie ein Massivstück und ohne ersichtliche Fugen.

DAS SCHÖNE NATURSTEINBETT ALS GESUNDHEITS- UND WOHLFÜHLOASE

Wir entwickelten dieses spezielle Bett aus reinen Designgründen, weil es uns einfach persönlich sehr gut gefällt, Naturstein und Holz, die natürlichsten Baustoffe der Welt, zu kombinieren. Da wir unsere neu konstruierten Betten auch privat in unserem eigenen Haushalt verwendeten, schliefen darin auch viele unserer Bekannten und Verwandten. Alle waren total erstaunt und begeistert, wie sensationell man in diesem Bett schläft. Wir dachten dabei an Zufall und glaubten selbst nicht an eine spezielle Wirkung dieses Natursteinbettes für einen besseren Schlaf. Nach jahrelangen und umfangreichen persönlichen Tests mit weiteren Personen auch mit Schlafstörungen, glaubten wir dann wirklich an die besonderen Eigenschaften des dafür eingesetzten Natursteins.

Unser Ziel: Schlaflosigkeit soll der Vergangenheit angehören.

EMILIO STECHER
Naturstein erfüllt Lebens(t)räume

Tel. Nr.: 041 450 00 50
Fax. Nr.: 041 450 00 51
E-Mail: natursteine@stecher.ch

Emilio Stecher AG
Werkstrasse 15
6037 Root (LU)

wir waren am bau der mall of switzerland beteiligt und wünschen den investoren, allen shops und gastronomiebetrieben sowie den erlebnisanbietern viel erfolg.

Gemeinschaftsanzeige der Inserenten

halter

BOUYGUES ENERGIES & SERVICES

Creafactory®

STAHLBAU PICHLER

HÖRMANN

TEMME OBERMEIER

Pfiffner

SCHMID Ideen verwirklichen.

eternit®

CKW.

biedenkapp Visionen. Wege. Werte.

pom+

MINT ARCHITECTURE

FREO

LÖTSCHER PLUS

burckhardtpartner

TESIPRO AG METALLBAU www.tesipro.ch

swisscom

Ihre Gartenbauer BURRI & ACHERMANN ...machen Ihre Gartenträume wahr! GALANET

Schindler

Babberger Brandschutz AG

roth-kippe ag für ein optimales Bau- und Raumklima

First Christmas by ROSENAU

TEMME OBERMEIER

EXPERTS OF MEMBRANE BUILDINGS

Donauzentrum, Wien

Bus Station, Königsbrunn

Ketteler-Kolleg, Mainz

Temme // Obermeier GmbH
Dr.-Steinbeisser-Str. 7
83026 Rosenheim
Germany

Telefon +49 (80 31) 7 96 78-10
Fax +49 (80 31) 7 96 78-59
E-Mail contact@to-experts.com

Award Winner:
World Architecture Festival 2011

WWW.TO-EXPERTS.COM