



Im Herbst wird in Linz das neue Passage City Center eröffnet. Spar ist dabei.



Gerngross neuer Trumpf: Tolles Großkaufhaus in Linz

Die Gerngross-Flotte segelt mit dem Wind: 4,6 Milliarden Schilling setzten die Häuser im Vorjahr insgesamt um, zusammen mit dem Passage-Kaufhaus peilt der Vorstand die Sechs-Milliarden-Grenze an. Nach dem Rumpfgeschäftsjahr 2000 soll das Passage City Center - Eröffnungstermin: 28. September - satte 1,3 Milliarden Schilling schaffen.

Was die Gerngross AG unter Palmers-Ägide still und gründlich erreicht hat, vollzieht das Linzer Passage-Kaufhaus - in ganz O.Ö. eine bekannte Institution - nun „im Kleinen“ nach: die umfassende, innovative Generalsanierung.

Die Kaufhauskette ist nun in ihrem Bestand mehr als gesichert: „Zusammen mit den Einmietern setzten wir zuletzt 4,6 Milliarden Schilling um“, berichtet Vorstand Mag. Walter Wölfler. „Von 250 Millionen Schilling Mieteinnahmen werden 130 Millionen für den Zinsdienst aufgewendet, der Rest steht für die Tilgung zur Verfügung.“

Die Mieter bringen bereits mehr als 70 Prozent des Umsatzes auf, wobei Gazelle, Palmers und Don Gil als konzernale Einmieter abgerechnet werden.

Gerngross-Vorstand Josef Anreiter



Den Schuldenberg von 2,8 Milliarden hat Gerngross auf rund zwei Milliarden Schilling abgebaut, das effektive Eigenkapital beträgt 1,4 Milliarden Schilling.

Glaspalais in Linz. Zwar ist das Passage-Kaufhaus seit jeher eine regionale „Berühmtheit“ - praktisch 100 Prozent aller OberösterreicherInnen kennen es - doch wird es nach der Wiedereröffnung durchaus das Zeug zum Weltstadt-

kaufhaus haben: „Nach der Verdoppelung der Verkaufsflächen auf 20.000m² wollen wir die Hälfte der Landstraße-Passanten abschöpfen“, erläutert Vorstand Josef Anreiter. „Laut RegioPlan hält sie mit einer Tagesfrequenz von 32.000 durchaus mit der Wiener Mariahilferstraße oder der Maria Theresienstraße in Innsbruck mit.“

Der Umsatz des Traditionskaufhauses, das im Kundenimage schon Staub angesetzt hatte, betrug zuletzt magere 200 Millionen Schilling. Nun soll er allein im Rumpffjahr 2000 - von Oktober bis Ende Dezember - auf 500 Millionen hinaufschnellen. Für 2001 peilt die Führungsscrew an die 1,3 Milliarden Schilling an.

Das neue Passage City Center nimmt ein Drittel der Gesamtverkaufsfläche der Linzer Landstraße (60.000m²) ein, bietet 1.050 innerstädtische Parkplätze und beschäftigt 450 Mitarbeiter. Die Architektur von Franz Kneidinger steht ganz im Zeichen der Transparenz: Glasfassade, Wintergarten, zwei Panorama-Aufzüge. Übrigens ist

die virtuelle Begehung im Cyber-Raum jetzt schon möglich.

Von Eurospar bis Saturn. „Wir setzen nach der Erfahrung in den anderen Häusern durch die Bank auf starke Einmieter“, betont Anreiter. Im Untergeschoß soll sich Interspar auf 2.400m² als Lebensmittler der Landstraße profilieren. Das Erdgeschoß bietet Mode, Parfümerie (Import-Parfümerie), Schmuck, Brillen und einen Bankshop. Einen Stock darüber finden sich Schuhe, Wäsche, Strumpfwaren (Gazelle, Wolford) und Bademode. Das zweite Obergeschoß hält u.a. Papier&Schreib-, Spiel- und Haushaltswaren sowie Kindermode bereit, die dritte Etage ist dem Sport vorbehalten. Auf drei Geschosse verteilt präsentiert sich die Erlebnisgastronomie, eine Restaurant-Terrasse lockt mit Blick auf die Landstraße und über Linz. Ganz oben eine Neuheit: Gleich zwei Geschosse Saturn-Elektrowaren auf 4.000m²! „Der Saturn im Gerngross Mariahilferstraße hat sich als unschlagbarer Kundenmagnet erwiesen“, begründet Anreiter diese massive Präsenz. Übrigens soll der Wiener Elektromarkt deshalb mit zusätzlich 1.500m² zum größten Saturn Österreichs ausgebaut werden.

Harald Edelbauer

Passage City Center

- Eröffnung: 28. September 2000
- Innerstädtisches Einkaufszentrum
- Gesamtinvestitionen: 250 Millionen Schilling
- Bauzeit: 8 Monate
- Architekt: Franz Kneidinger
- Center Manager: Dietmar Dutzler
- Verkaufsfläche: 20.000 Quadratmeter
- 1.050 Parkplätze
- mehr als 450 Beschäftigte

Branchenmix

- 5.OG SATURN - Elektro
- 4.OG SATURN - Elektro
- 3.OG Sportartikel, Restaurant mit Terrasse
- 2.OG Schuhe, Papier- und Schreibwaren, Spielware, Kindermode, Haushalt, Leder
- 1.OG Mode, Schuhe, Wäsche, Bademode, Strumpfwaren, Gastronomie
- EG Mode, Parfümerie, Schmuck, Brillen, Accessoires, Bankshop, Gastronomie
- UG EUROSPAR, Backshop, Friseur, Mister Minit, Dienstleistungen, Gastronomie



Werbung, die haften bleibt!

Pop'n Jot™ Dispenser: der spendable Werbeträger

Geben Sie dem Pop'n Jot™ Dispenser die Gestalt Ihrer Produktverpackung, um die Werbewirksamkeit zu verstärken. Ihre Werbebotschaft wird sechsstufig vierfarbig präsentiert und sorgt für nachhaltige Wiedererkennungseffekte. Nutzen Sie die Vorteile der bedruckten Post-it® Haftnotizen für Ihre Kommunikationsstrategie.

Für mehr Information bzw. Musterversand:
Fr. Silvia Gratzl, Tel: 01/866 86-403, Fax DW 460
e-mail: sgratzl@mmm.com

3M Innovation