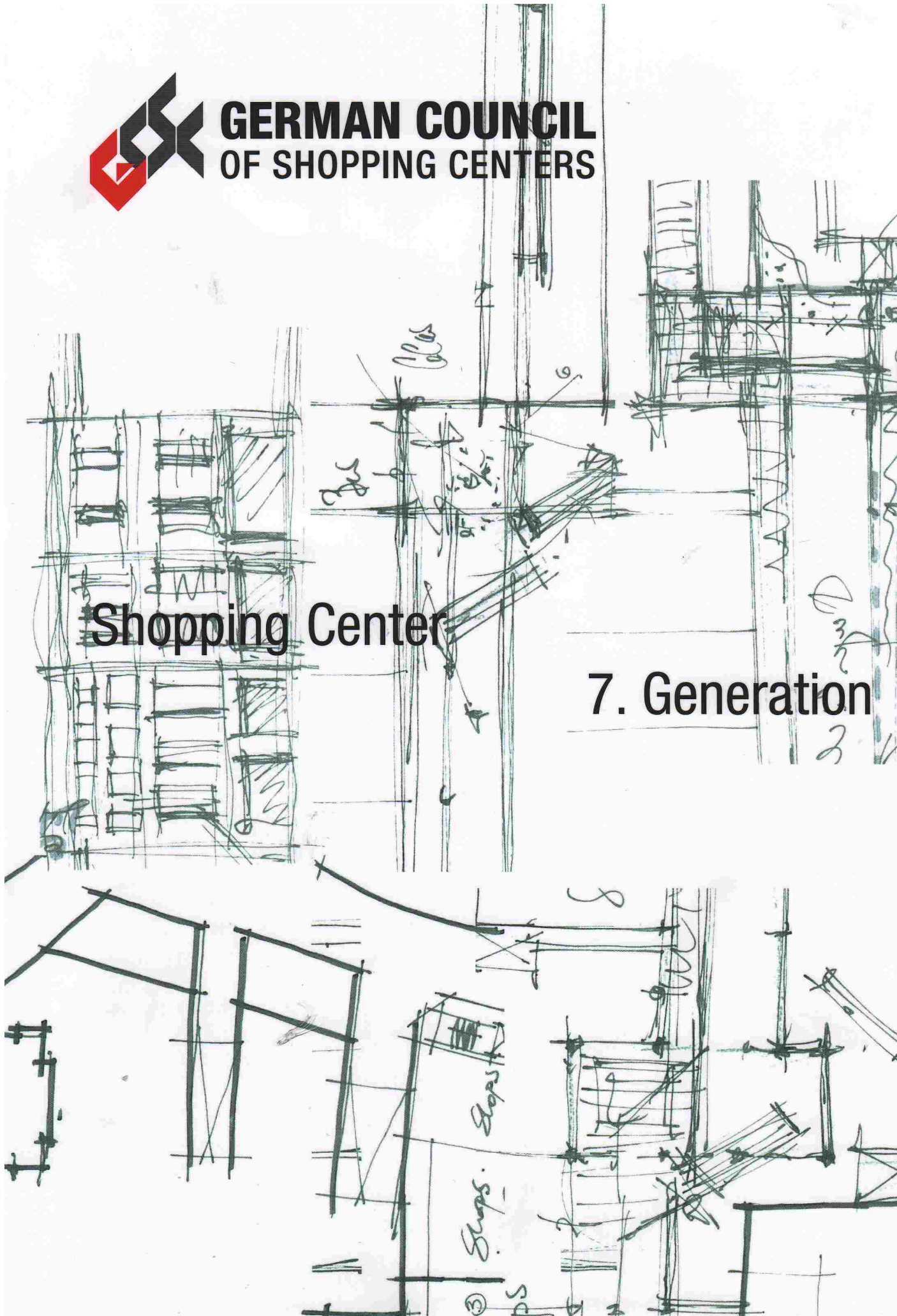




**GERMAN COUNCIL  
OF SHOPPING CENTERS**

**Shopping Center**

**7. Generation**



Sie werden kleiner und weniger spektakulär sein, dafür bieten sie einen echten Mehrwert, nämlich die Möglichkeit, etwas wirklich Neues zu entdecken. Etwas, das uns in den letzten Jahren an den 1a-Lagen abhanden gekommen ist. Von Keyserlingk ist überzeugt, dass Lage auch gemacht werden kann: *«Es braucht eine klare Positionierung, Eigenständigkeit und Individualität. Hat man eine gewisse Aura, ist im Grunde genommen alles möglich.»* Dann können sogar No-Locations zu Shopping-Destinationen werden.

### **Zunft[orte] – Auf der Suche nach «neuen guten Orten»**

Die Zunft AG macht sich mit ihrem Bündelungsansatz auf die Suche nach «neuen guten Orten», sogenannten Zunft[orten]. Das Ziel der Zunft AG ist es gemäß ihrem Mitgründer Christoph Hinderfeld, die prägende Marktform der Zünfte in punkto Wertesystem, Qualität, Erhalt von Verfahrenswissen und fairen Transaktionen wiederzubeleben. In Zunft[orten], den Zunft[quartieren], Zunft[vierteln], Zunft[hallen] oder Zunft[häusern] sollen in den nächsten Jahren eine Mischung von innerhalb und außerhalb der Zunft[orte] produzierter Waren und Dienstleistungen angeboten werden, die man aufgrund der Auswirkungen der Globalisierung, der Vertikalisierung und der «Verschleierung» von Wertschöpfungsketten zum jetzigen Zeitpunkt im herkömmlichen Angebotsmix der zentralen Orte nicht mehr beziehungsweise noch nicht wieder antrifft.



Quelle: [www.zunftwissen.org](http://www.zunftwissen.org), [www.zollverein.de](http://www.zollverein.de)

Die aktuell wohl spannendste Projektentwicklung ist das Zunft[viertel] Zollverein im UNESCO-Weltkulturerbe Zollverein Essen. Hier soll ein Zentrum der Kreativwirtschaft entstehen. Ziel ist es, in einem ganzheitlichen Ansatz Konsum mit Angeboten aus den Bereichen Wellness und Nachhaltigkeit mit neuen Formen von Wohnen und Arbeiten, mit wertigen Dienstleistungen sowie mit Edutainmentangeboten zu verbinden. Jeder Nutzer ist den anderen Nutzern gleichzeitig Frequenzbringer und guter Nachbar. So soll ein Ort ähnliche «Wertegruppen» realisiert werden mit Vorteilen für eine nachhaltige und beständige Wertentwicklung der betreffenden Immobilien. Mittlerweile sind Zunft[orte] als «Best-Practice»-Ansatz für die Umnutzung von Konversionsflächen besonders auch von den Trägern öffentlicher Belange anerkannt.<sup>71</sup>

<sup>71</sup> Die Zunft AG, [www.die-zunft.de](http://www.die-zunft.de)