

Sihlcity: Böses Erwachen

ZÜRICH. Sihlcity gehts schlecht: nicht erreichte Budgets, wenige Kunden, frustrierte Mitarbeiter. Die Leitung hat sich bereits verabschiedet.

100 Tage nach der Eröffnung sah die Zukunft für die Sihlcity noch rosig aus. Man zählte 1,65 Millionen Besucher und zeigte sich mit den Umsätzen zufrieden. Fünf Monate später die grosse Ernüchterung: Über den «Katzenjammer im Einkaufszentrum» berichtete gestern die «Handelszeitung». Selbst grosse Modeketten seien mit dem Ge-

schäftsgang unzufrieden und der Centerleiter sowie der Marketingleiter hätten sich bereits verabschiedet. Interimsleiterin Christina Haag war gestern für eine Stellungnahme nicht erreichbar.

Hinter vorgehaltener Hand redet dafür das Verkaufspersonal über die Misere in der kleinsten Grossstadt: «Es gibt Geschäfte, die pro Tag nur einen Kunden haben», sagt die Verkäuferin einer Kleiderboutique. In der Kaffeepause werde jeweils gejammert, wie langweilig das Rumstehen in den leeren Läden sei. Eine Bijouterie-Verkäuferin erzählt: «Das

Weihnachtsgeschäft hätte längst beginnen sollen. Wir merken aber nichts.»

Wo der Hund begraben sein könnte, ortet Standortförderer Christoph Ackeret von Location Services AG: «Sihlcity ist eine Festung ohne Atmosphäre, die Einbettung ins Quartier fehlt und im Gegensatz zu anderen Malls wird kein Eventprogramm geboten.» Zudem sei der Ladenmix uninteressant.
Alexandra Roder

» Umfrage
Sihlcity »
www.20minuten.ch



Argus Ref 29410875