



Riesenschritte auf der Modepirsch

McArthurGlen will die Flächen seiner 24 Designer Outlets in Europa um 50 Prozent auf 900.000 Quadratmeter erhöhen.

••• Von Christian Novacek

Henrik Madsen, Managing Director Northern Europe bei McArthurGlen Group, im **medianet**-Interview über die Gründe der Prolongierung der Erfolgsstory des Designer-Outlets.

medianet: Wo ist McArthurGlen vertreten, wo besonders erfolg-

reich und wo gibt es noch Potenzial?

Henrik Madsen: Der Outlet-Sektor in Europa entwickelt sich weiterhin stärker als der Einzelhandel. Der Gesamtumsatz unseres 24-Center-Portfolios stieg 2017 auf 4,5 Mrd. Euro – eine starke Leistung, die ein kontinuierliches Umsatzwachstum gegenüber dem Vorjahr und das Potenzial der Outlet Center-Branche zeigt.

medianet: Potenzial in Richtung effektiver Expansion?

Madsen: McArthurGlen ist der führende europäische Entwickler, Eigner und Betreiber von Designer-Outlets. Wir sind als wachstumsstärkstes Unternehmen in Europa bestens positioniert, um von dieser anhaltenden Marktstärke zu profitieren. Wir streben an, unsere Verkaufsfläche um 50 Prozent auf 900.000 m² zu vergrößern. In den letzten

zwölf Monaten hat unser Programm für neue Entwicklungen, Akquisitionen und Erweiterungen 85.000 m² neue Einzelhandelsflächen hinzugefügt. Somit wurden mit einer angenommenen Anreisedauer von maximal 90 Minuten mehr als 160 Mio. Verbraucher erreicht. Aufbauend auf einem Rekordjahr 2017, werden wir in den nächsten drei Jahren rund 150.000 m² neue Einzelhandelsflächen an sechs