

Medienmitteilung

Schönbühl, 7. August 2017

Jahresbilanz

Ein Jahr Welle 7 am Hauptbahnhof Bern

Am 8. August 2016 eröffnete die Migros Aare die Welle 7 am Bahnhof Bern. Inzwischen hat sich das Center gut etabliert. Um die Bedürfnisse der Pendlerinnen und Pendler noch besser abzudecken, wurden und werden kontinuierlich Anpassungen vorgenommen. Auch die Klubschule zieht eine positive Bilanz.

Wöchentlich besuchen rund 80'000 Menschen die Welle 7, das neue Center am Bahnhof Bern, das die Migros Aare am 8. August 2016 eröffnet hat. Besonders auf Deck 2 (Eingang direkt von der Welle her) herrscht ein kontinuierlicher Besucherstrom.

Innerhalb des Gebäudes verteilen sich die Frequenzen unterschiedlich. Auf Deck 3 bis 7 sind es vor allem Gäste, die gezielt Klubschulkurse besuchen, Räume im Workspace nutzen oder Geschäftstermine in diesen Räumen wahrnehmen. Auf Deck 0 bis 1 gab es vor allem in der Startphase viele Neugierige, welche die Geschäfte und Dienstleistungen entdeckten. Im Verlaufe des Jahres wurden diese zunehmend gezielt aufgesucht, jedoch entspricht die Frequenz hier noch nicht den Erwartungen der Migros Aare.

Wandel als Bestandteil des Konzepts

Von Beginn weg war klar, dass sich die Welle 7 permanent auf die aktuellsten Bedürfnisse der mobilen Gesellschaft ausrichten will. Der Wandel ist Teil des Konzeptes. Dies illustrieren zum Beispiel die zahlreichen Gastronomieformate: Angebote wie Dunkin' Donuts oder das Sortiment Daily im Migros-Supermarkt kommen hervorragend an. Doch wie die meisten anderen Food-Anbieter wurden auch hier Sortimente und Konzepte im ersten Jahr permanent auf die individuellen Bedürfnisse der Kundschaft und der Zielgruppen der Welle 7 angepasst. Keines dieser Formate sieht heute noch so aus wie bei der Eröffnung.

Diese flexible und schnelle Anpassung an den Markt ist und bleibt ein Kennzeichen der Welle 7 und wird inzwischen vielerorts im stationären Handel ebenfalls umgesetzt – kaum ein namhafter Anbieter aus der Schweiz und dem benachbarten Europa, der die Welle 7 in den ersten Monaten nicht besucht und

bestmöglich analysiert hätte. Einzigartige Neuerungen wie die Collect Lounge sorgten für hohe Aufmerksamkeit. Um den Marktvorsprung beizubehalten wird die Welle 7 weiterhin an der permanenten Kundenorientierung arbeiten.

In der breiten Öffentlichkeit, der Retail-Szene und in der Migros-Gemeinschaft wird die Welle 7 denn auch als zukunftsweisend und innovativ wahrgenommen. Ein weiterer Fingerzeig dafür ist das enorme Interesse vieler Veranstalter von Foren, Tagungen und Kongressen, die nicht nur in der Welle 7 zu Gast sind, sondern oft zusätzlich über das Konzept informiert werden wollen.

Startschwierigkeiten bei Räumen und Technik behoben

Der Start der Welle 7 vor einem Jahr war selbstredend auch bei den Verantwortlichen der Migros Aare mit Anspannung erwartet worden, weil viele Angebote und Dienstleistungen in dieser Form das erste Mal umgesetzt wurden – nicht nur in der Migros, sondern gar schweiz- oder europaweit. Angesichts der Komplexität verliefen die ersten Wochen und Monate mehrheitlich reibungslos.

Erste Erfahrungen haben aber beispielsweise ergeben, dass die teilweise offen gestalteten Räume – diese werden gleichermassen von der Klubschule für Kurse wie auch von Drittmietern für Business-Anlässe oder Meetings gemietet – nicht bei allen gut ankamen. Ein Teil der offenen Räume wurde deshalb zusätzlich verglast. Hier war die Migros Aare eine Spur zu offensiv.

Ebenfalls angepasst wurde die Signaletik, um die Kundenführung zu verbessern und die Kundenströme besser zu lenken. Und auch die IT-Systeme in den topmodern ausgestatteten Räumlichkeiten waren und sind gewöhnungsbedürftig und ergaben anfangs Erklärungsbedarf. Mittlerweile haben sich die Kundinnen und Kunden an die Möglichkeiten der Welle 7 gewöhnt und schätzen diese.

Klubschule und Workspace auf Erfolgskurs

Die Klubschule hat den einschneidenden Umzug – aus drei Stadtberner Standorten wurde ein neuer, grosser und moderner in der Welle 7 – nach einer gewissen Eingewöhnungszeit gut verdaut. Die Rückmeldungen der Kursteilnehmenden sind positiv. Insbesondere die zentrale Lage am Bahnhof und die moderne Infrastruktur kommen sehr gut an. Seit der Eröffnung am 8. August 2016 haben 32'000 Kursteilnehmende insgesamt rund 650'000 Klubschul-Lektionen besucht – die meistbesuchten Kurse waren Deutsch, Englisch, Informatik, Kochen, Yoga, Pilates und Fitness.

Wenn die Klubschule Migros ihre Räumlichkeiten nicht für Kurse belegt, werden diese als Workspace an Dritte vermietet – auch dies ein Novum für die Migros Aare, welche die Koordination in Eigenregie übernommen hat. Das Angebot wird vom Markt gut angenommen. Seit der Eröffnung verzeichnete die Welle 7 rund 42'000 Raumbuchungen der Klubschule, 4'200 Raumbuchungen externer Mieter (davon 1'100 via Online-Kanäle), rund 100 Mal wurden grosse Eventräume für Anlässe mit 200 Gästen oder mehr gebucht. Entsprechend beeindruckend sind

die Zahlen des Caterings der Welle 7, das beispielsweise 4'600 Gipfeli, 23'500 Getränkepauschalen, 5'200 Zvieri oder 5'800 Znüni liefern konnte.

Agil und optimistisch in die Zukunft

Für eine erfolgreiche Positionierung am Markt rechnet die Migros Aare mit gut fünf Betriebsjahren. Ziel für die Zukunft ist es, weiterhin äusserst kundenorientiert agieren zu können, um sich stetig weiterzuentwickeln. Nach einem Jahr blickt die Migros Aare der Zukunft der Welle 7 optimistisch entgegen und zeigt sich mit den ersten Erfahrungen zufrieden.

Medienkontakt

Andrea Bauer, Mediensprecherin Migros Aare

Direktwahl +41 58 565 87 08

E-Mail andrea.bauer@migrosaare.ch

Download

Bilder zum freien Download finden Sie im [Medienbereich der Welle 7](#).