

Handel Handelsimmobilien Shoppingcenter

Drei Branchen im Umbruch

Ausgangslage

Herausforderungen

Lösungsansätze

Marktsituation Retail Schweiz

28 **Wirtschaft**

Detailhandel

Grösster Umsatz Einbruch seit 40 Jahren

VON ANDREA HÖRIGLI
UND GREGOR SCHATTI

Für den Schweizer Detailhandel war 2015 ein Elendjahr. Harte Zahlen liegen zwar erst

wenige vor, doch sie zeichnen ein düsteres Bild.

Coop beispielsweise löste letztes Jahr gegenüber 2014 **4,6 Prozent Umsatz** ein. Geschäftsdirektor wirft sich das Nahrungsmittelgeschäft

aus – gegessen wird schliesslich immer. Der Non-Food-Sektor leidet weitaus mehr. Die Coop-City-Warenhäuser seien weiter umlang 5,1 Prozent weniger als. Noch schlimmer traf es den Sportartikelhändler Intersport: **Der Umsatz** des im September

abgeschlossenen Geschäftsjahres brach um **18,8 Prozent** ein. Solche Schwankungen waren bis vor kurzem völlig undenkbar. Doch 2015 war der perfide Sommer: Transparenzcheck, schlechter Winter, Online-Jobbs – alles kam zusammen.

«Unsermässig war 2015 das schlechteste Jahr in den letzten 35 Jahren», sagt Thomas Hochreiter (61) vom Marktforschungsunternehmen GfK. Er schätzt das Umsatz-Minus im Gesamtmarkt auf rund zwei Prozent.

In der **Detailhandelsstatistik des Bundesamts für Statistik (BFS)** muss man sogar bis 1979 zurückgehen, um einen noch grösseren Einbruch zu finden. Eine definitive



Aussage, wie schlecht 2015 im historischen Vergleich war, lässt sich allerdings erst Anfang Februar machen. Dann publizieren das BFS die Zahlen für Gesamtjahr. Klar ist, dass das Weltmarktgeschäft wegen des Milliarden-Schweiz keine Besserung bringt. «Die Nachfrage nach warmer Winterrückbildung war zurückhaltend», sagt Ronald Christen (53), Geschäftsführer der Ledi-Gruppe.

Viele Hä anders zu Kauf und hält das «Die HJ ihrer Pro den Preis Sie bek mit, dass Konstante Internet

NEIN zur Durchsetzunginitiative



David Probst, Präsident «A4E»; Martin Herlihy, Leiter des Bundesamts für Statistik; Hans Kern, Präsident «Schweizerischer Gewerkschaftsbund»; Rudolf Hurni, Präsident «Schweizerischer Bauernverband»; Gerhard Pfister, Präsident «Schweizerischer Bauernverband»; Hans Hess, Präsident «Schweizerischer Bauernverband»; Franz Schaff, Leiter «Schweizerischer Bauernverband»; Patrick Lutz, Leiter «Schweizerischer Bauernverband».



Medienmitteilung
Prognosen für den Schweizer Detailhandel mit Sperrfrist, 02.02.2016, 12:00

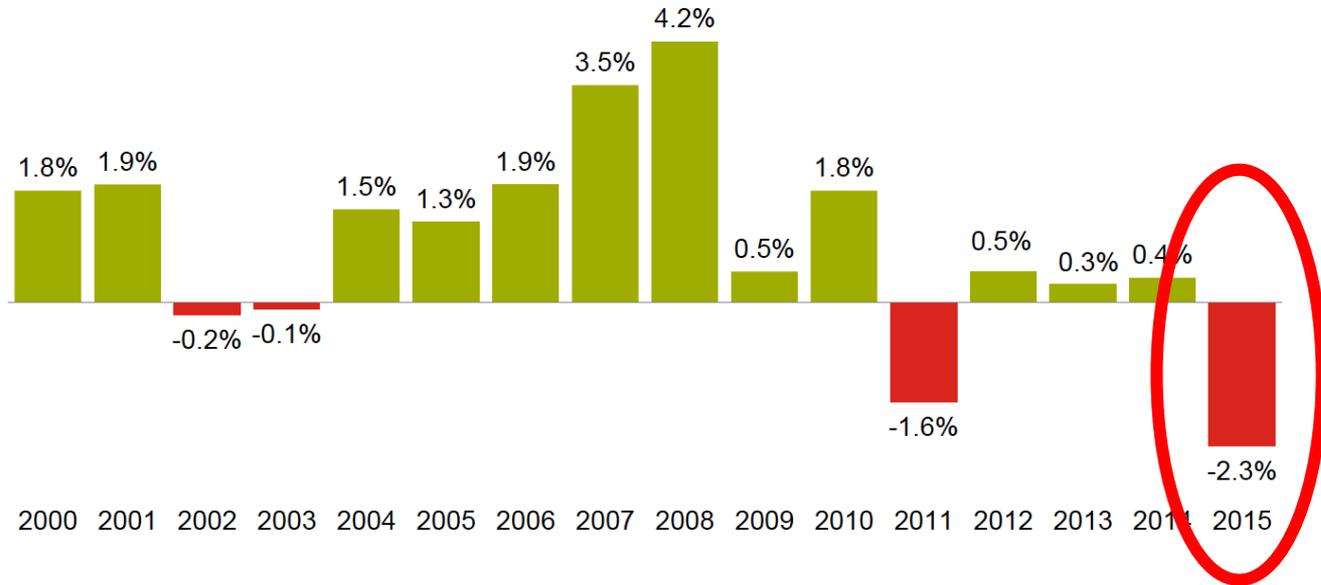
Schweizer Detailhandel 2015: Historischer Umsatzrückgang von über 2 Milliarden Franken

Basel, 02.02.2016 – Das Jahr 2015 geht als das Jahr mit dem grössten Umsatzrückgang in die jüngere Detailhandelsgeschichte der Schweiz ein. In den Kassen der Detailisten blieb gemäss BAKBASEL über zwei Milliarden Schweizer Franken weniger liegen als 2014. Damit fiel das Minus deutlicher aus als im Jahr 2011, als der Euro-Mindestkurs eingeführt wurde. Ausschlaggebend für den Rückgang waren eine Abnahme der Nachfrage sowie deutliche Preissenkungen. Auch im laufenden Jahr 2016 ist mit einer Abnahme der nominalen Umsätze zu rechnen.

Umsatzmässig war 2015 für den Detailhandel das schlechteste Jahr seit 40 Jahren.

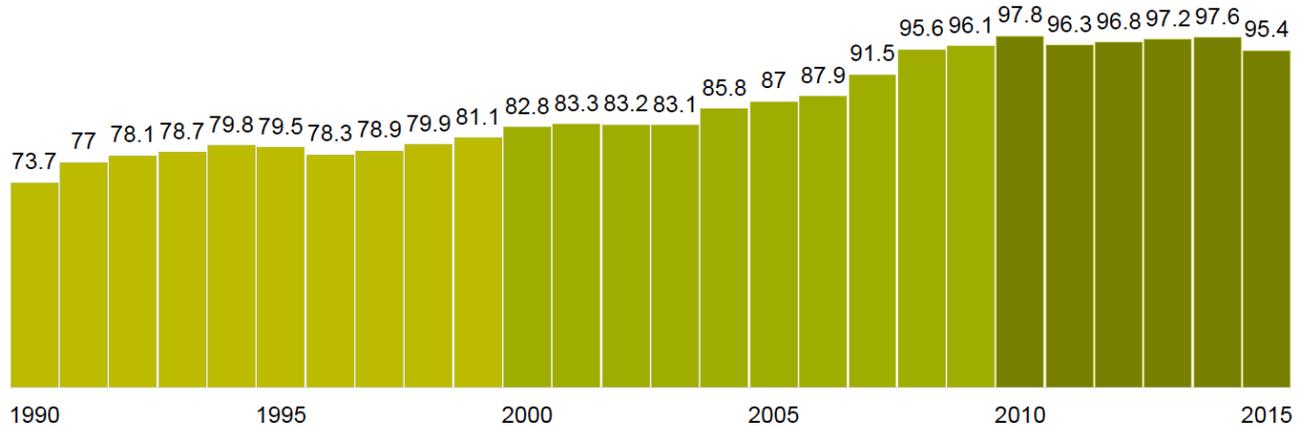
Ausgangslage

Detailhandel Schweiz 2000 - 2015
Wertmässige Veränderungsrate in %



Quelle: GfK Switzerland

Entwicklung des Schweizer Detailhandels Umsatzentwicklung 1990-2015 in Mrd. CHF

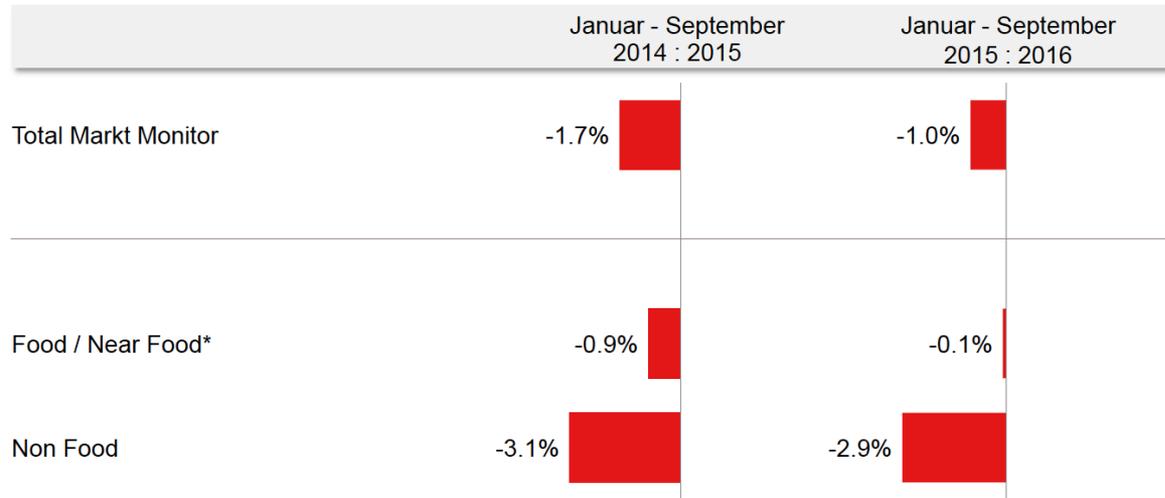


Quelle: BAK Basel, Stand Februar 2016

Und das Jahr 2016?

Ausgangslage, Aktuelle Umsatzsituation 2016

Wertmässige Entwicklungen im Detailhandel Schweiz
Veränderung des Umsatzes in %



* Quelle: The Nielsen Company

Und was ist
(aus der Sicht der meisten
Betroffenen) Schuld an dieser
Veränderung?

Umsatz im Schweizer Onlinehandel steigt stark an

Der Onlinehandel boomt auch in der Schweiz. In den letzten 12 Monaten ging der Umsatz um einen Fünftel nach oben. Gleichzeitig werden aber viele Käufe noch vor dem Bezahlen abgebrochen.

15.11.2016 20:22



Schweizerinnen und Schweizer kauften im Schnitt für 2'400 Franken im Internet ein.
Bild: ©kebox/Fotolia.com

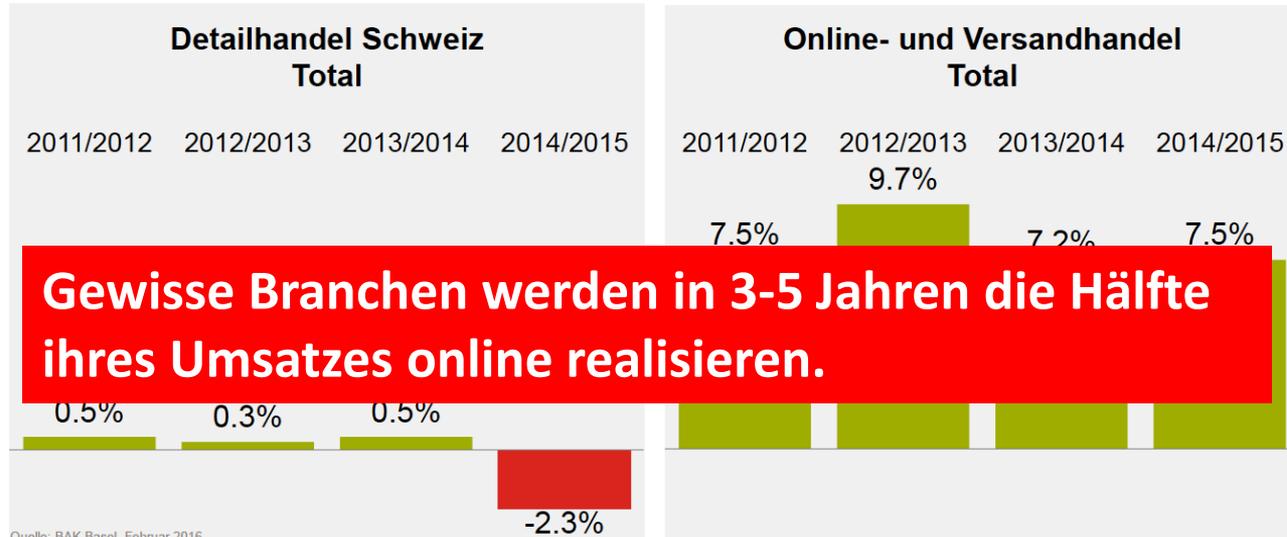
Wie der Branchenverband NetComm Suisse am Dienstag mitteilte, haben in den vergangenen zwölf Monaten 4,7 Millionen Schweizerinnen und Schweizer für insgesamt 11,2 Mrd Franken im Internet eingekauft. Das ergibt einen Schnitt von 2'400 Franken pro Person.

Der Online-Umsatz in der Schweiz beträgt aktuell CHF 11.2 Mrd.

Das sind über 10% des gesamten Detailhandelsumsatzes der Schweiz

Online- und Versandhandel wachsen schneller als der übrige Detailhandel Schweiz

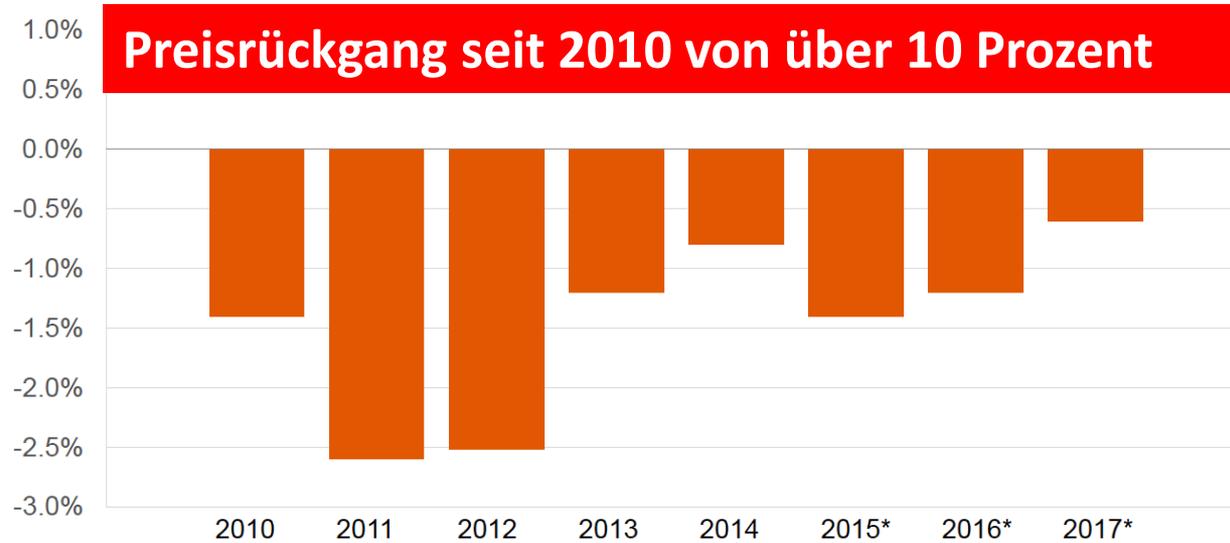
Veränderungen in Prozent



Preiserfall



Teuerung Food & Non-Food; Veränderung in Prozent gegenüber Vorjahr



Quelle: GfK Switzerland

Der Umsatzrückgang hat
Auswirkungen auf das
Flächenangebot und die
Mietpreise in Innenstadtlagen
und in Shoppingcentern

Kantonsfinanzen
Wie lässt sich ein
Spargpaket in Luft
auflösen?
19



Harry Sprenger
Der konkursste
Veranstalter hat
sich aufgerappelt.
21

DETAILHANDELSIMMOBILIEN

Wachsendes Angebot an Retailflächen

**Wachsendes Angebot an Retailflächen
in den Innenstädten und tiefere Mieten**

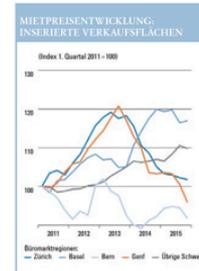
**WÜEST & PARTNER STANDEN
IN DER SCHWEIZ NOCH NIE SO
VIELE VERKAUFSFLÄCHEN IM
ANGEBOT.**

gemäss dem Immo-Monitoring von W&P stehen in der Schweiz noch nie so viele Verkaufsflächen im Angebot. Entsprechend entwickelt sich die Mietpreisentwicklung für Verkaufsfläche negativ.

Derzeit liegt das Angebot an Retailflächen in den Innenstädten in den vergangenen Jahren zu beobachtende starke Angebotsausdehnung inzwischen zum Stillstand gekommen.

Flächen
der über
gibt der

schweizer
Angebot
ll. ausge-
ellen klei-
nen und
mittelgrossen
Städten in den
vergangenen
Jahren zu beobachtende
starke Angebotsausdehnung
inzwischen zum Stillstand
gekommen.



©Stimm: Die-Bahnhofstrasse, hier der untere Teil des Hauptbahnhofs von Christoph Kretsch

Gemäss dem Immo-Monitoring von W&P standen in der Schweiz noch nie so viele Verkaufsflächen im Angebot. – Entsprechend entwickelt sich die Mietpreisentwicklung für Verkaufsfläche negativ.

Quelle: Immobilien Business, immobilienbrief online

WIRTSCHAFT

Winterthur Stadt | 12.01.2015

Shopping Seen in Bedrängnis

Das Einkaufszentrum leert sich. Sieben Läden sind nun Gegenmassnahmen. Sie will das Shopping w



Wachsendes Angebot an Retailflächen und häufig Leerstände in den Shoppingcentern – tiefere Mieten - Mietzinsausfälle

Ha... Erstes verwaistes Shopping-Center der Schweiz

Detailhandel Ausser dem Coiffeur sind alle weg. Das Centro Ovale in Chiasso ist die erste «Dea Mall» der Schweiz.

Ihre Story, Ihre Informationen, Ihr Hinweis? feedback@20minuten.ch

Schlieren ZH

10. März 2015 06:40; Akt: 10.03.2015 06:40

«Dieses Einkaufszentrum ist eine Katastrophe»

Leere Ladenlokale, ein Restaurant im Ausnahmezustand, weniger Umsatz: Im Wagi-Shopping in Schlieren ZH hängt der Haussegen schief. In der Kritik steht das Centermanagement.

pingcenter

pingcenter und des
Filialschliessungen
bestätigt diesen Trend.

/18_2015 / Seite 2

DETAILHANDELSIMMOBILIEN SCHWEIZ

Schweizer Einkaufszentren verlieren Umsatz



Erkenntnisse

Etliche Schweizer Detailhändler haben kein temporäres Umsatzproblem...

...sondern ein Existenzproblem

Das eigentliche Problem ist nicht der Umsatz,
sondern die fehlende, falsche oder zu
schlechte Marktleistung

In der Schweiz gibt es 25% zu viel
Verkaufsflächen

Der Revitalisierungs- und Umnutzungsbedarf
bei Handelsimmobilien und Shopping Center
ist massiv

Ausblick 2020

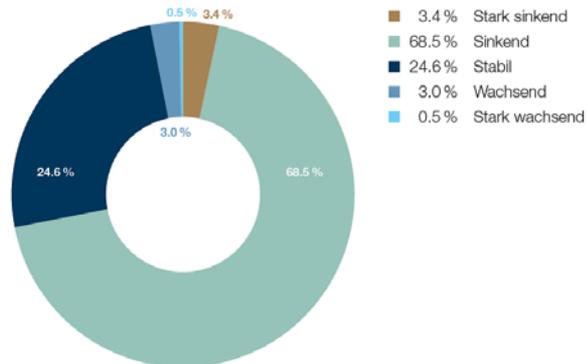
Die Resultate aus dem aktuellen
Shoppingcenter Marktreport 2017

Marktreport 2017 - Umsatzentwicklung Stationärer Handel

«Rund 72 % der befragten Experten erwarten im stationären Handel in den nächsten 2 bis 3 Jahren tiefere Umsätze. Im Jahr 2013 waren dies lediglich 33,6 % aller befragten Experten.»

2016 Stark sinkend und sinkend	71,9 %
2015 Stark sinkend und sinkend	59,7 %

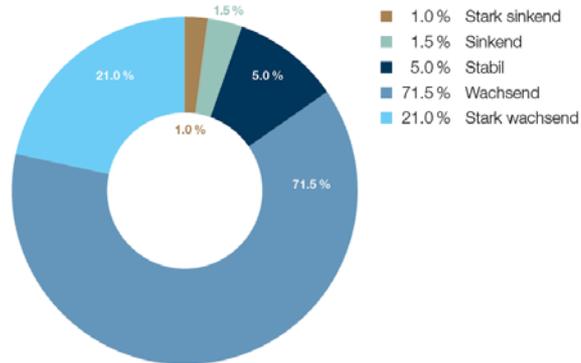
1. Entwicklung stationärer Handel. Wie schätzen Sie die Umsatzentwicklung des stationären Handels (also am Verkaufspunkt / im Geschäft) in der Schweiz in den nächsten 2 bis 3 Jahren ein?



Marktreport 2017 - Umsatzentwicklung Onlinehandel

«71 % der befragten Experten gehen von einem Umsatzwachstum im Online-Handel aus, 21 % sogar von einem starken Wachstum.»

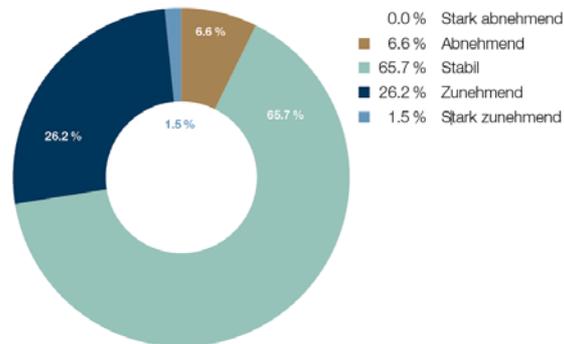
2. Wie schätzen Sie die Umsatzentwicklung des Online-Handels (E-Commerce) in den nächsten 2 bis 3 Jahren ein?



«Fast 2/3 aller befragten Personen gehen davon aus, dass die Auslandeinkäufe auf dem bestehenden Niveau ausharren.»

Letztes Jahr prognostizierten noch knapp 38 % aller Gruppen eine Zunahme bei den Auslandeinkäufen während im Berichtsjahr lediglich 28 % aller befragten Personen von einer Zunahme ausgehen.

3. Wie schätzen Sie die Entwicklung der Einkäufe im Ausland (Einkaufstourismus) in den nächsten 2 bis 3 Jahren ein?

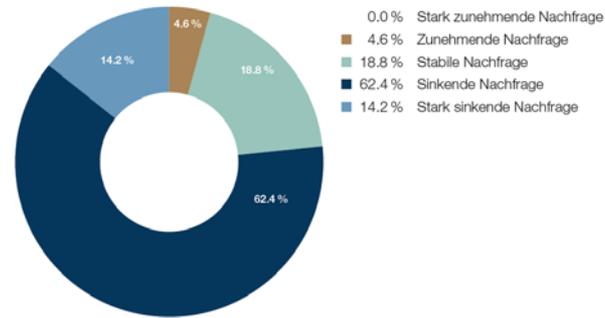


Marktreport 2017 - Nachfrage nach Verkaufsflächen

«Mehr als doppelt so viele Experten gehen heute (im Vergleich zu 2015) davon aus, dass die Nachfrage nach Verkaufsfläche in den kommenden Jahren stark sinken wird.»

Noch im Jahr 2013 gingen 53 % der befragten Experten davon aus, dass es eine stabile Nachfrage oder sogar eine zunehmende Nachfrage nach Verkaufsfläche geben wird. Heute beträgt dieser Anteil noch knapp 23 %. Umgekehrt prognostizieren 77 % der befragten Gruppen für die nächsten Jahre eine sinkende oder stark sinkende Nachfrage. Im Jahr 2013 lag dieser Wert noch bei knapp 45 %.

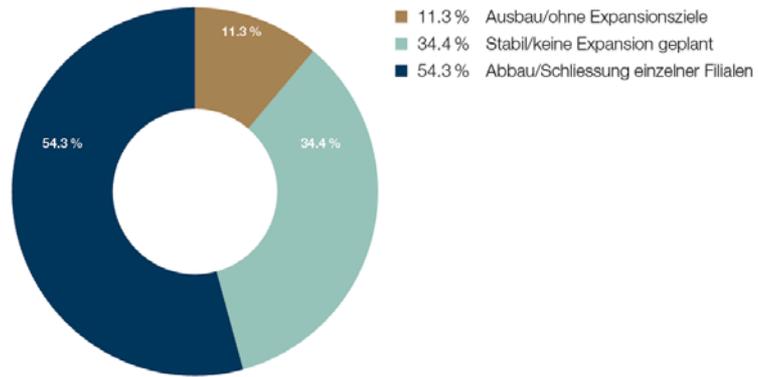
4. Wie wird sich die Nachfrage nach noch mehr Verkaufsfläche (Flächenerweiterung am bestehenden Verkaufspunkt) für Retailer in den nächsten 2 bis 3 Jahren verändern?



Marktreport 2017 - Nachfrage nach Verkaufsflächen

«Doppelt so viele Experten gehen heute (im Vergleich zu 2014) davon aus, dass es in Zukunft weiterhin Schliessungen von Ladengeschäften geben wird. Lediglich 11.3% aller befragten Experten geht in Zukunft von hohen Expansionszielen aus – das ist weniger als die Hälfte von vor 3 Jahren.»

5. Wie schätzen Sie die Expansionspläne der Detailhandelsfilialisten in der Schweiz ein?



Lösungsansätze

Die zukünftige Marktleistung des stationären Handels

- Das Produkt
- Der Produktnutzen
- Der Preis

- Service, Beratung und Dienstleistung
- Ganzheitliche Lösungen
- Positives Freizeit- und Einkaufserlebnis

Der zukünftige Nutzungsmix bei Handelsimmobilien und Shopping Centern

- 92% Läden
- 8% Gastronomie

- 45% Läden
- 15% Gastronomie
- 20% Services und Dienstleistungen
- 20% Entertainment

Die Zukunft von Handelsimmobilien und Shopping Centern

Umdenken

Umnutzen

Repositionieren

Revitalisieren

Auf Wiedersehen an der Redcon Switzerland 2017

Redcon Switzerland 6. April 2017, GDI, Rüschtli

Der neue Schweizer Handelsimmobilien-
und Shoppingcenter-Kongress

Save the date & Early-Bird-Registration:
Informationen und Anmeldung
auf www.redcon-switzerland.ch

Sponsoren/Partner



redcon Switzerland
2017