

Einkaufszentren: Der Verdrängungswettbewerb hat begonnen



Von Dieter Marmet
Partner Wüest & Partner AG, Zürich

Als Wüest & Partner sich vor drei Jahren das letzte Mal intensiver mit dem Thema Einkaufszentren befasste, konnte festgestellt werden, dass die Schweiz mit ihren damals 85 Einkaufszentren sehr gut mit Detailhandelsflächen dieser Art versorgt ist. Und es war absehbar, dass die damals geplanten oder im Bau befindlichen Projekte auch die letzten noch bestehenden Versorgungslücken schliessen würden. Deshalb standen schon 2004 die Fragen im Raum, ob sich beim Neubau von Einkaufszentren eine Sättigung abzeichnet, und ob der zunehmende Konkurrenzkampf gar erste Opfer unter den bestehenden Einkaufszentren fordern könnte.

Drei Jahre später können beide Fragen deutlich verneint werden. Zwar ist die Zahl der Einkaufszentren – definiert als Objekte mit mehr als 7000 Quadratmetern Verkaufsfläche und mindestens fünf verschiedenen Anbietern – in der Zwischenzeit auf gegen 100 gestiegen, dennoch hat sich die Zahl der im Bau befindlichen oder geplanten Objekte kaum reduziert. Die Verlierer dieser Entwicklung sind damit weniger bei den Einkaufszentren

selbst zu suchen als bei den übrigen Verkaufsflächen im Detailhandel.

Ungebremstes Flächenwachstum

In den Jahren 2004 bis 2006 wurden 12 Einkaufszentren fertiggestellt. Allein dadurch hat sich die Verkaufsfläche in Einkaufszentren von 1,2 auf über 1,4 Mio. Quadratmeter erhöht. Darüber hinaus wurden im selben Zeitraum bauliche Erweiterungen vorgenommen, die ein zusätzliches Flächenwachstum zur Folge hatten. Insgesamt umfassen die Verkaufsflächen der Einkaufszentren heute 1,5 Mio. Quadratmeter, was rund 5% der gesamten verfügbaren Detailhandelsflächen der Schweiz entspricht.

Dieser Anteil wird auch im laufenden Jahr weiter zunehmen, werden doch 2007 voraussichtlich weitere vier Einkaufszentren fertiggestellt. Im März dieses Jahres bereits eröffnet wurde das «Sihlcity» in Zürich mit 42'700 Quadratmetern Verkaufsfläche. An der Spitze der Rangliste Schweizer Einkaufszentren befindet sich nach wie vor das «Shoppi & Tivoli» in Spreitenbach, das nach der Eröffnung der Center-Mall im November 2007 über knapp 80'000 Quadratmeter Verkaufsfläche verfügen wird. Weitere grosse Einkaufszentren werden noch hinzukommen. Gegenwärtig sind mindestens zehn Zentren mit einer Gesamtfläche von 200'000 Quadratmetern in Planung, und wenn sie alle tatsächlich realisiert werden, wird die Rangliste weitere markante Veränderungen erfahren. Von den zehn flächenmässig grössten Zentren des Jahres 2003 werden sich dannzumal nur noch drei in der Liste der Top ten befinden.

Auch die Umsätze steigen

Doch in den vergangenen Jahren sind nicht nur die Verkaufsflächen in den Einkaufszentren rasant gewachsen, sondern auch die dort erzielten Umsätze. Seit 2003 ist der gesamte in den Einkaufszentren erzielte Umsatz von 9 auf über 11 Mrd. Franken gestiegen. Damit hat sich der Anteil der Einkaufs-

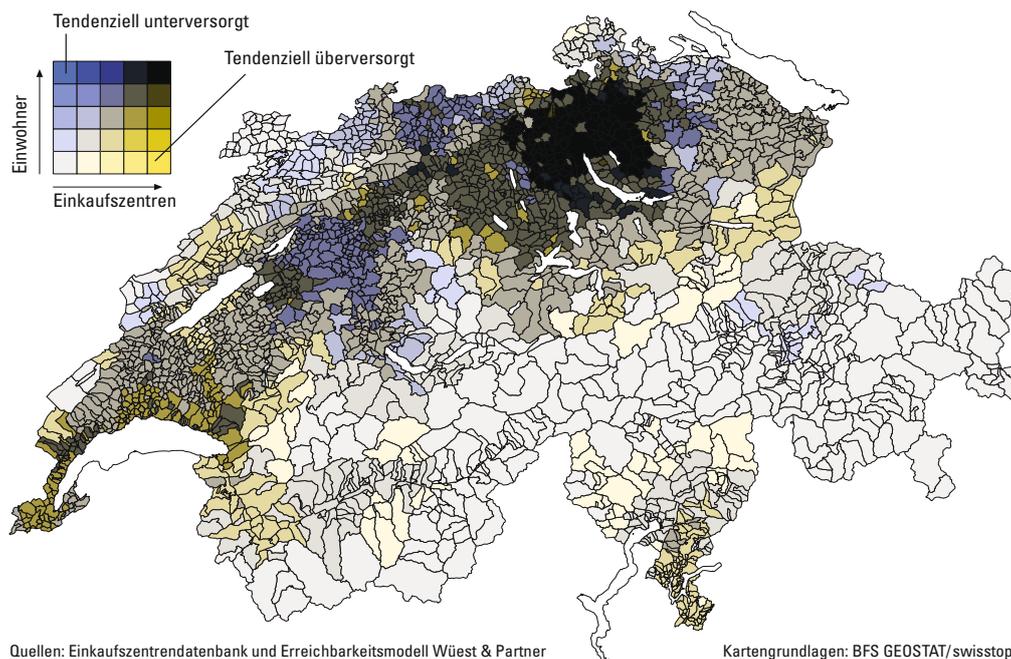
zentren am gesamten Detailhandelsumsatz weiter erhöht: von 10,2% im Jahr 2003 auf 12,7% im Jahr 2006. Das bedeutet aber auch, dass die Flächen in Einkaufszentren schneller zugenommen haben als die darin erzielten Umsätze. Auch die Einkaufszentren konnten sich damit der im gesamten Detailhandel zu beobachtenden Tendenz zu sinkenden Flächenumsätzen nicht entziehen. Oder anders formuliert: Der Trend zu grosszügigeren Verkaufsflächen hat sich fortgesetzt. Dies ist nicht zuletzt eine Reaktion auf die Bedürfnisse der Kunden, die heute nicht nur ein breites Angebot, sondern auch ein angenehmes Shoppingumfeld erwarten.

Gut versorgte Schweiz

In der Schweiz sind insbesondere die Agglomerationen der Grossstädte sowie die Westschweiz ausgezeichnet mit Einkaufszentren versorgt. Durch die Bautätigkeit in den vergangenen drei Jahren haben sich zum einen einzelne, bis 2004 noch bestehende Versorgungslücken geschlossen (zum Beispiel durch das «A1 Shopping Center» in Oftringen), zum andern hat sich die Versorgungssituation in den Agglomerationen der Grossstädte (zum Beispiel durch «Sihlcity» in Zürich und «Wankdorf» in Bern) weiter verbessert. Besser versorgt ist zudem die Westschweiz durch die neuen Einkaufszentren «La Maladière» in Neuenburg und «Les Entilles» in La Chaux-de-Fonds.

So erreichen heute 96% der Schweizer Bevölkerung mit dem privaten Verkehrsmittel innert 30 Minuten mindestens ein Einkaufszentrum, für 89% sind im selben Zeitraum gar drei Einkaufszentren erreichbar und immer noch 71% sind innert dreissig Minuten in mindestens fünf verschiedenen Einkaufszentren. Einzig in einzelnen Gebieten des Alpenraums und des Juras sind innert 30 Minuten keine Einkaufszentren erreichbar. Eine schlechte Versorgungssituation dürfte damit nicht der Auslöser für die gegenwärtig neu geplanten Projekte sein.

Abdeckung mit Einkaufszentren und Bevölkerungsdichte



In 30 Minuten erreichbare Verkaufsflächen und in 30 Minuten erreichbare Einwohner

Keine Versorgungslücken mehr

Die kombinierte Karte der innert 30 Minuten erreichbaren Einwohner und Einkaufszentren zeigt denn auch deutlich, dass in der Schweiz keine eigentlichen Versorgungslücken mehr existieren. Im Grossraum Zürich, wo die Besiedlung am dichtesten ist, ist auch die Versorgungsdichte durch Einkaufszentren am grössten. Annähernd so dicht besiedelt und ebenfalls gut versorgt sind fast alle Gebiete der Kantone Zug, Luzern, Aargau und Solothurn. Auch weite Teile der Ostschweiz sind – gemessen an der Bevölkerung – mehr als nur ausreichend mit Einkaufszentren versorgt.

Bläuliche Flecken – ein Anzeichen für eine, gemessen an der Bevölkerungszahl, eher unterdurchschnittliche Versorgung mit Einkaufszentren – zeigen sich in der Deutschschweiz einzig noch im Grossraum Basel (Laufental, Oberes Baselbiet, Fricktal), im Grossraum Bern (Bern und Seeland) sowie in der Region Thurtal. Die weniger gute Versorgung des Thurgauer Seerückens rührt aber lediglich daher, dass die Einkaufszentren ennet der Landesgrenze (zum Beispiel das Konstanzer «Lago») nicht in die Untersuchung einbezogen sind. Und auch in den Grossräumen Basel und Bern kann in Anbetracht der riesigen Detailhandels-

flächen in den Innenstädten sicher nicht von einer Unterversorgung gesprochen werden. Dennoch gibt es in diesen beiden Gebieten einige ganz grosse Projekte: «Westside» in Bern und «Stücki», «Baleo» und «Erlenmatt» in Basel. Die Versorgungssituation mit Verkaufsflächen in Einkaufszentren wird sich in diesen Regionen also weiter verbessern.

In der Westschweiz war die Versorgungssituation seit jeher überdurchschnittlich. Durch die Eröffnung neuer Einkaufszentren in Neuenburg und La Chaux-de-Fonds hat sie sich in den vergangenen drei Jahren weiter verbessert, und die grossen Projekte in Genf und Freiburg akzentuieren diese Entwicklung auch in Zukunft.

Zunehmender Konkurrenzkampf

Der Wettbewerb unter den Einkaufszentren wird sich weiter verschärfen. Bestehende Verkaufsflächen werden konkurrenziert durch neu erstellte und an die heutigen Konsumbedürfnisse angepasste Flächen. Dies führt dazu, dass ältere Einkaufszentren unter einem konstanten Anpassungsdruck stehen. Investitionen wollen allerdings bedacht sein, denn die Flächenumsätze sind, wie erwähnt, rückläufig.

Allerdings hat sich der Konkurrenzkampf unter den Einkaufszentren

bis heute als weniger dramatisch erwiesen, als noch vor drei Jahren zu vermuten war. Das lag daran, dass sich die Einkaufszentren insgesamt jedes Jahr ein grösseres Stück vom Detailhandelskuchen abschneiden konnten. Die Verlagerung der Umsatzströme in die neuen Einkaufszentren ging also nicht in erster Linie zu Lasten der älteren Einkaufszentren, sondern zu Lasten der übrigen Verkaufsflächen im Detailhandel. Im Foodbereich beispielsweise nahm die Zahl der Läden weiter ab – heute existieren noch gut halb so viele wie 1980 und gut 1000 weniger als vor fünf Jahren. Dies, obwohl sich die gesamte Verkaufsfläche gegenüber 1980 rund verdoppelte und auch gegenüber 2000 noch um rund 7% zunahm.

Positive Aussichten

Dieses Bild könnte auch die zukünftige Entwicklung prägen. Während die Flächen pro Laden und die Flächen pro Umsatz laufend zunehmen, sinkt die Zahl der Läden weiter. Flächen in neuen Einkaufszentren haben an der richtigen Passantenlage, bei guter Erreichbarkeit und genügend Parkplätzen durchaus Chancen im harten Wettbewerb. Ihre Umsatzgewinne gehen heute zumeist zu Lasten von bestehenden Geschäften. ●