

RETAIL-MARKTSTUDIE SCHWEIZ 2008

themen

- 01 Genf und Zürich unter den 10 teuersten Einzelhandelstandorten weltweit
- 02 Globus weltspitze – Migros meldet Rekordumsätze
- 03 Veränderungen in den fünfzehn grössten Schweizer Städten
- 04 Shopping Center und Hauptbahnhöfe
- 05 Merger und Acquisitions
- 06 Ausblick und Prognose Schweizer Retailmarkt
- 07 Fakten Schweizer Retailmarkt

Die in dieser Übersicht enthaltenen Daten beruhen auf zugänglichen Quellen, die wir für zuverlässig halten. Eine Garantie für die Richtigkeit und Vollständigkeit der Angaben können wir nicht übernehmen. Stand: Januar 2008. Wir übernehmen keine Haftung für die Verwendung dieses Berichts bzw. der Inhalte. © 2008 Location Services AG – alle Rechte vorbehalten.

GENF UND ZÜRICH UNTER DEN 10 TEUERSTEN EINZELHANDELSSTANDORTEN WELTWEIT.

Die grosse Nachfrage nach Luxusgütern nutzen nicht nur noble Uhren- und Mode-Hersteller zur Expansion. Nationale und internationale Retailer stehen Schlange, um einen Shop in ZÜRICH oder GENF zu eröffnen und sind bereit, die vergleichbaren Mieten von London und Paris zu bezahlen. Der Grund ist, dass die beiden grössten Schweizer Städte bei den Einzelhandelsumsätzen, unter anderem wegen der global höchsten Kaufkraft (siehe Seite 5), weltweit an der Spitze liegen. Einzelhandelsgeschäfte erzielen ihre besten Ergebnisse global an der Rue du Rhône in Genf und der Bahnhofstrasse in Zürich. Aber auch die Edelmeilen Via Serlas in St. Moritz mit der europaweit grössten Dichte an Luxus-Boutiquen, die Promenade in Gstaad, die Via Nassa in Lugano sowie die Top-Locations der fünfundzwanzig grössten Schweizer Städte und Skigebiete sind genau so gefragte Standorte wie die beiden bekanntesten Einkaufsstrassen der Schweiz. Tom Ford, der ehemalige Gucci-Designer, wird deshalb seine ersten Boutiquen in St. Moritz und Zürich eröffnen.

AMERIKANISCHE RETAILER EXPANDIEREN IN DIE SCHWEIZ. Im Frühjahr 2008 wird Apple im jetzigen Benetton Geschäft an der Zürcher Bahnhofstrasse nach Rom den zweiten kontinentaleuropäischen Flagshipstore eröffnen. Nachdem im Sommer das dritte Ladenlokal in München startet, folgt im Herbst 2008 auf rund 1'000 m² der vierte Computer-Tempel an der Genfer Rue de Rive im ehemaligen Kino Hollywood. Der erste Apple Shop-in-Shop in einem Media-Markt wurde im Dezember 2007 auf rund 80 m² in Zürich-Dietlikon platziert, wo der zum Metro-Konzern gehörende Elektronikhändler seit über zehn Jahren europaweit sein bestes Ergebnis erzielt. Das amerikanische Modeunternehmen BCBG Max Azria übernahm das Modegeschäft Alain Manoukian und eröffnete die erste Schweizer Boutique an der Rue du Marché Anfang 2007. Das erste Starbucks Coffeehouse der Schweiz startete im März 2001 am Zürcher Central. In den vergangenen



Apple in New York

sechs Jahren ging die Expansion nur mässig voran. Nach zahlreichen internen Massnahmen und Veränderungen in den vergangenen zwei Jahren besitzt die amerikanische Café-Kette nun 36 Lokale, davon 15 in ZÜRICH.

Am Zürcher Rennweg wird der Young Fashion Anbieter American Apparel aus Los Angeles im Frühjahr 2008 sein Debüt geben. Hier hat Kiehls New York vor 13 Monaten ebenfalls den erste Schweizer Kosmetik-Store eröffnet. Das weltweit vertretene Uhren- und Accessoireunternehmen Fossil erwarb die Mietverträge der Schweizer Geschäfte der britischen Filialkette Accessorize an prominenten Lagen,

Top Ten Locations
Worldwide

Land	Stadt	Location	CHF/m ² Jahr 1	€/m ² Monat 1
USA	New York	5th. Avenue	16'304	849
Hong Kong	Hong Kong	Causeway Bay	13'170	686
USA	New York	Madison Avenue	13'037	679
France	Paris	Ave. des Champs Elysées	10'020	522
USA	New York	East 57th Street	9'778	509
UK	London	New Bond Street	8'845	461
Switzerland	Zurich	Bahnhofstrasse	7'530	392
Japan	Tokio	Ginza	7'426	387
Switzerland	Geneva	Rue du Rhône	7'310	381
Ireland	Dublin	Grafton Street	7'262	378

wie der Bahnhofstrasse in Zürich. Guess eröffnete die ersten beiden Schweizer Modegeschäfte an der Genfer Rue de Rive und der Freie Strasse in Basel. Auch eine weitere amerikanische Kultmarke, die kürzlich in London die Eröffnung des ersten Europäischen Hauses zelebrierte, wird in Zürich ihre Pforten öffnen. Ausserdem kommt Tom Ford in der grössten Schweizer Stadt wahrscheinlich an die Storchengasse und in St. Moritz in die Umgebung des Hotel Palace.

IN GENF GEHT DERZEIT DIE POST AB. Nachdem Louis Vuitton die Flagship-Boutique an der Rue du Rhône schräg gegenüber von Dior eröffnete, zog Gucci letztes Jahr nach und verdoppelte die Verkaufsfläche im ersten Obergeschoss. Im ehemaligen Louis Vuitton Geschäft findet man nun Omega. Gemäss Sonntagszeitung wurde hier von der Swatchgruppe ein 15-faches Key Money der Monatsmiete bezahlt. Die Mieten erreichen hier neue Höchstwerte von CHF 7'300 netto pro Quadratmeter im Jahr. Damit reiht sich Genf hinter Zürich in die Riege der zehn teuersten Einzelhandelsstädte der Welt ein. Im Winter 2007/2008 eröffnen nicht weniger als sechs Luxusmarken eigene Verkaufsläden an der Genfer Luxusmeile. Hierzulande erstmals präsent ist der Uhrenhersteller Boucheron, welcher zur Gucci-Group (PPR) gehört. Louis Vuitton Moët Hennessy, der grosse Konkurrent von PPR, will nicht zurück-



Louis Vuitton
in Genf

stehen und wird neu mit Fendi in der Rhonestadt vertreten sein. Neu in die Schweiz gekommen ist auch der französische Modeschöpfer Jean-Paul Gaultier sowie der britische Juwelier Graff. Auch der Schweizer Uhrendesigner Gerald Genta, Teil der italienischen Bulgari-Gruppe, hat Genf für seinen ersten Flagship-Store auserkoren.

Bereits die dritte Verkaufsfläche eröffnet Anfang 2008 das italienische luxuriöse Mode-Label Loro Piana, nach eigenen Angaben weltweit der grösste Cashmere-Produzent. Nach St. Moritz und Gstaad ist nun Genf mit der grössten Boutique auf 550 m² Verkaufsfläche an der Reihe. Modeunternehmen die noch keinen Standort an der Rue du Rhône gefunden haben sind gezwungen, aussergewöhnliche Wege zu gehen, um ihre Kundschaft aus Russland und den arabischen Ländern zu bedienen. Deshalb werden die Kollektionen in Bussen von Mailand an den Lac Léman gefahren und direkt in den Hotels verkauft.



Paradeplatz in Zürich

DEUTLICH MEHR VERÄNDERUNGEN IN ZÜRICH. Loro Piana eröffnet im Herbst 2008 nach Genf die vierte Boutique im jetzigen Lederwaren-Traditionsgeschäft Mädler am Paradeplatz. Im Frühjahr 2008 wird die zur Swatchgruppe gehörende Uhrenmanufaktur Blancpain die erste Schweizer Repräsentanz im jetzigen Pelz Paradies am Paradeplatz platzieren. Neben Cartier, Salvatore Ferragamo, Sprüngli, Navyboot und Och Sport hat nun auch Mont Blanc die Boutique im Lichthof der Credit Suisse an der Bahnhofstrasse renoviert und die Verkaufsfläche nahezu verdoppelt. Ermenegildo Zegna erzielte gegenüber dem Vorjahr ein 40%-iges Umsatzwachstum, mehr als weltweit jedes andere Zegna-Geschäft.

Die Damenmode-Kette Bonita eröffnete Anfang Mai das Schweizer Flaggschiff zwischen Swarovski und Body Shop. Bei Neuvermietungen beträgt der Preis pro Quadratmeter bis zu CHF 7'500. Damit ist die Bahnhofstrasse bei den Nettomieten unter den Top 7 der Weltliga, hinter der 5th Avenue in New York,

dem Causeway Bay in Hong Kong, der Madison Avenue (N.Y.), der Champs Elysées in Paris, der East 57th Street (N.Y.), der New Bond Street in London und Ginza in Tokio sowie gleichauf mit Dublin und Genf (München folgt auf Platz 24).

02

GLOBUS WELTSPITZE – MIGROS MELDET REKORDUMSÄTZE.

Das zum Migros-Genossenschaftsbund gehörende Warenhaus Globus in Zürich erzielte gemäss den neu veröffentlichten Zahlen in 2007 auf 7'500 m² CHF 180 Mio. (EUR 108 Mio.). Damit ist der Department-Store mit einem Umsatz von über CHF 24'000 pro m² (+ 9%) eines der produktivsten der Welt. Das Schwesterhaus in Genf konnte an diesen Erfolg auf ca. 9'000 m², mit einem Gesamtumsatz von CHF 140 Mio., anknüpfen.

Das House of Brands von Jelmoli erzielte im abgelaufenen Geschäftsjahr dagegen einen Umsatz von CHF 317 Mio. (+3.6%) und liegt mit über 30'000 m² in der Performance mit einem Umsatz von CHF 10'300 (EUR 6'200) pro m² im Vergleich deutlich hinter dem Globus an der Pestalozzi-Wiese. Es ist davon auszugehen, dass aus diesem Grund über mehrere tausend Quadratmeter zusätzliche Fläche für Anbieter von Luxusmode geschaffen werden. Der Verkauf der Immobiliensparte von Jelmoli an ein von Delek Global geführtes Konsortium über CHF 3.4 Mrd. scheiterte im Herbst 2007, weil den Israelis der Kauf wegen der Kreditkrise zu teuer wurde. In Expertenkreisen geht man davon aus, dass ein Schweizer Konsortium den Zuschlag erhalten wird.

Der Industrie- und Handelskonzern Migros hat im Geschäftsjahr 2007 mit CHF 22.71 Mrd. (14 Mrd. Euro) einen Rekordumsatz erzielt. Der Zuwachs beträgt 6.2%. Dabei stieg der Einzelhandelsumsatz trotz Preisabschlägen im Bereich Super- und Verbrauchermärkte um knapp 6% auf 18.5 Mrd. Franken. Die Coop-Gruppe erzielte im Geschäftsjahr 2007 einen Detailhandelsumsatz von rund CHF 15.7 Mrd. Dies bedeutet eine Zunahme gegenüber dem Vorjahr von über CHF 1.0 Mrd. oder 7.1%. Im Jahresumsatz 2007 ist der Dezemberumsatz von ca. CHF 0.1 Mrd. der neu zur Coop-Gruppe gestossenen Dipl. Ing. Fust AG enthalten.

03

VERÄNDERUNGEN IN DEN FÜNFZEHN GRÖSSTEN SCHWEIZER STÄDTEN.

Die Markt- und Spitalgasse in BERN verzeichnen keine wesentlichen Veränderungen. Ein Neuzugang ist in der ehemaligen Beldona Boutique das dänische Jeanslabel Jack & Jones. Gespannt darf man sein,



Bild oben:
Marktgasse in Bern

Bild unten:
Globus in Zürich

mit wem der Hauseigentümer der Marktgasse 31, als Nachfolger seiner Confiserie Meyer, den neuen Mietvertrag über die dreigeschossige Fläche abgeschlossen hat.

Mit der Sanierung der Christoffel-Unterführung in Bern entstehen am Hauptbahnhof fünfzehn neue Geschäftsflächen. Bereits jetzt hat die Stadt Bern alle Flächen vermietet. Die Verkaufsräume werden im Juni 2008 eröffnet. Im Februar 2007 konnte der Vertragsabschluss mit der Migros, die in der neuen Einkaufspassage mit rund 600 m² die grösste Fläche mietet, realisiert werden. Parallel dazu wurde das Grobkonzept verfeinert. Entstanden ist eine Ladenpassage mit Geschäften im mittleren bis hohen Preissegment. Die gesamte vermietbare Fläche von rund 2'700 m² wirft mit jährlich fünf Millionen Franken einen Mietzins ertrag ab, der die bei der Projektierung budgetierten jährlichen CHF 3.9 Mio. klar übertrifft.

An der Freie Strasse in BASEL haben sich Fossil im ehemaligen Accessorize und Guess beim vormaligen Herrenausstatter Renz neu angesiedelt. Bally hat neben Louis Vuitton wieder eine neue Fläche gefunden, nachdem das vorherige Geschäft – zum Leidwesen des Strassenbildes – an die Postfinance abgegeben wurde. Gegenüber von Bally konnte Füglistaller im neuen UBS Gebäude eröffnen. Ebenfalls an der bekanntesten Basler Einkaufsstrasse ist neu L'Occitane En Provence mit dem siebten Schweizer Geschäft in einer ehemaligen Boutique von Trudie Götz neben Starbucks zu finden. Grieder übernahm das Geschäft von Merkur Mode an der Eisengasse und gleichzeitig auch nach Zürich und Genf die dritte Max Mara Boutique an der Freie Strasse. An der Steinenvorstadt findet man im ehemaligen Spengler Haus künftig das zur PPR-Gruppe zugehörige französische Musik- und Buchgeschäft FNAC auf rund 2'000 m².

Im Herzen von LAUSANNE werden in den nächsten Jahren tausende Quadratmeter am Place de l'Europe, dem neuralgischen künftigen Bahnhof der U-Bahn M2, neue Verkaufsflächen geschaffen. Am 28. Februar wird im ehemaligen Hauptsitz der UBS am Place Saint-François die gleichnamige Galerie unter anderem mit einer Nespresso-Bar eröffnet. Auf der anderen Seite der Grand-Pont, kommt das Shopping Center Bel-Air mit einer Gesamtfläche eines Fußballfeldes. Nur wenige Schritte weiter findet man das Shopping Center Métropole 2000. Der neue Flon hat eine Menge neuer Einkaufsmöglichkeiten, wie z.B. Migros, Athleticum, Casino. Franz Carl Weber hat ein Kinderspielzeuggeschäft am Place de la Palud angemietet. Die Rue de l'Ale and St-Laurent werden durch die Neuzugänge Jean's & Co, und den Young Fashion Anbieter Pimkie bereichert. Lewis wird in kürze einen Shop von 250 m² am Place de la Palud eröffnen. An der 1A-Lage Rue du Bourg eröffnete die Confiserie Ladurée Paris. Die Mietpreise in Lausanne liegen an den Toplagen bei jährlich CHF 3'400 pro m².

Das ehemalige Spengler-Modehaus an der Markt-gasse in Winterthur, das zuletzt von Schild betrieben wurde, wird künftig auf rund 1'000 m² vom deutschen Modeunternehmen s.Oliver genutzt. Nicht weit davon

entfernt hat das Young-Fashion Label Yendi Paris das Traditions-Schuhhaus Peterhans übernommen. Apple kommt mit einem Partnerstore in das Haus von Büro Schoch am Untertor. Schräg gegenüber eröffnete Bonita. Nach langer Suche wurde Nespresso an der Steinberggasse fündig und startete dort die 14. Schweizer Café-Boutique. Erzielt werden hier Quadratmetermieten bis zu CHF 4'000 pro Jahr.

Mit zusätzlichen Verkaufsflächen in der Webersbleiche an der St. Leonhardstrasse in ST. GALLEN ist seit Oktober 2007 bei Mode Weber unter anderem ein Original Shop von Ermenegildo Zenga zu finden. Manor ist im selben Haus neu auf 5'400 m² beheimatet. Die bisherigen Einkaufswelten der Multergasse werden nun durch einen Supermarkt und die Sanovit Drogerie ergänzt. Das ehemalige Manor-Haus wird Ende 2008 Orell Füssli auf 1'500 m² beziehen. Metro Boutique hat im Frühjahr auf der ehemaligen C&A Fläche auf über 1'000 m² an der Multergasse das 16. Geschäft für Teenies eröffnet. Gegenüber wird Bonita im ehemaligen Swatch- und Swarovski Geschäft zu finden sein.

Top
Twelve Locations
Switzerland
”

Stadt	Location	CHF/m ² Jahr	€/m ² Monat
Zürich	Bahnhofstrasse	7'530	392
Genf	Rue du Rhône	7'310	381
Genf	Rue du Marché/Rue de Rive	6'815	355
Bern	Markt-gasse/Spitalgasse	6'180	322
Basel	Freie Strasse	4'980	259
Luzern	Weggisgasse/Hertensteinstrasse	4'650	242
Winterthur	Untertor/Markt-gasse	4'260	222
Zürich	Rennweg	4'070	212
St. Gallen	Multergasse	4'020	209
Lausanne	Rue du Bourg	3'445	179
St. Moritz	Via Serlas	3'190	166
Lugano	Via Nassa	2'950	154
Davos	Promenade	1'560	81

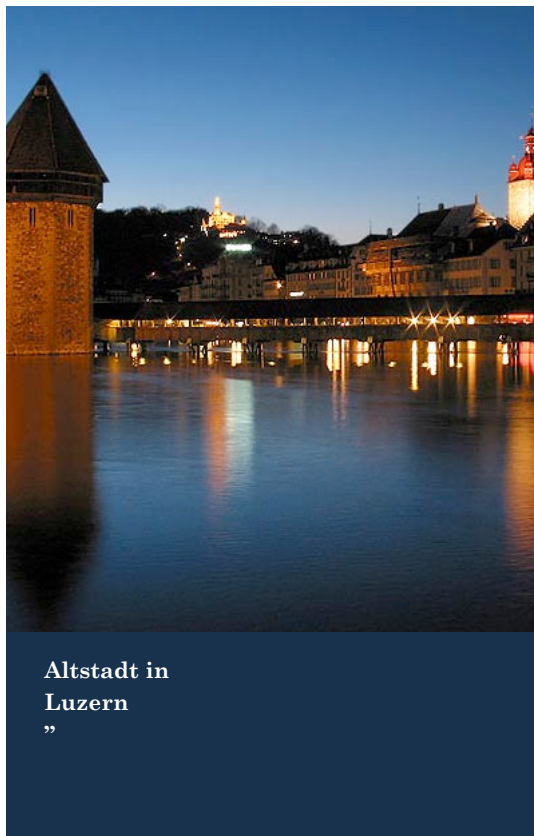
Am Schwanenplatz in LUZERN wird Hermès im Dezember 2008 auf 150 m² eröffnen und damit anderen Luxury Brands die Stadt am Vierwaldstädter See, auf der Route nach Andermatt, schmackhaft machen. Am Kornmarkt startete das österreichische Wäscheunternehmen Palmers das zweite Schweizer Geschäft. An der Multergasse erweiterte PKZ seine Präsenz mit einem MarcCain Shop gegenüber der neuen Boutique von Bonita. Bo-Concept wird im April sein Schweizer Debüt mit einem urbanen Möbelhaus Nahe der Pilatusstrasse geben. Das Highlight wird sein, dass der Kunde sein Auto im Geschäft abgeben kann und dieses per Lift im UG geparkt wird.

Die Via Nassa in LUGANO ist um einen Anbieter von Luxusartikeln reicher geworden. Bulgari hat sich in

den ehemaligen Räumen der Moda Gasser eingerichtet, in demselben repräsentativen Gebäude von Louis Vuitton, wo auch der Taschenhersteller MCM neu zu finden ist.

Kurz vor Weihnachten eröffnete in der Badstrasse von BADEN Bonita eine weitere Filiale. In THUN am Bälliz wird ebenfalls eine weitere Bonita-Boutique im Frühjahr aufgehen. In ZUG wird Esprit auf 450 m² an der Bahnhofstrasse schräg gegenüber dem Metall-EKZ und neben Apple Datquest präsent sein. Ansonsten haben sich an der einzigen Einkaufsstrasse Zug's keine namhaften Änderungen ergeben. Die Rue du Lac in YVERDON ist ein weiterer neuer Standort des in HongKong und Ratingen ansässigen Unternehmens. Ebenso ein 500 m² Store am Igelweid in AARAU. Im Zürcher Flughafen kommt ein Esprit Geschäft Ende 2008 im Shopp-Tivoli wurde im Herbst 2007 geöffnet und in Lausanne im neuen Portes St. Francois wird ein EDC-Standalone auf 300 m² eröffnet. Im neuen Shoppyländ in Schönbühl gibt Esprit auf 250 m² ein Debüt.

NEWCOMER IN SKIRESSORTS. Die weltweit bekannteste luxuriöse Skiregion ST. MORITZ erhält prominenten Zuzug: Tom Ford kommt Ende 2008 und Roberto Cavalli eröffnete an Heiligabend das erste eigene Schweizer Geschäft auf 120 m² im ehemaligen Posthotel und heutigem „The Murezzan“



Altstadt in Luzern

an der Via dal Vout. An der am dichtest besiedelten Edel-Shoppingmeile Europas feierte Ermenegildo Zegna an der Via Serlas, ebenfalls in dem von Norman Foster entworfenen The Murrezan-Komplex, im Dezember die Eröffnung der dritten Schweizer Boutique auf 65 m².

Seit die Metzgerei Bieri in GSTAAD Ende Oktober letzten Jahres definitiv ihre Türen geschlossen hat,

steht das Lokal leer. Nun ist die triste Ansicht aber bald vorbei, denn auf die Wintersaison wird ein lokaler Detailhändler darin eine Boutique eröffnen. Das wäre dann seine siebte an der Promenade. Trudie Götz ist neu mit einem zweiten Trois Pommes Geschäft und einer Prada-Boutique an der Palacesstrasse präsent. Die zur Sowind Gruppe gehörende Uhrenmanufaktur Girard Perregaux betreibt den weltweit einzigen Flagshipstore an der Promenade.

Der Outdoor-Ausrüster Salewa ist nun auch seit Ende 2007, genau wie Bonita, in DAVOS an der Promenade präsent. In Flims-Laax ist nun – nach Zürich und Meiringen – der dritte Laden der Schweizer Kultmarke Alprausch präsent.

Mit Neueröffnungen in Cortina d'Ampezzo, Davos, ENGELBERG, SAAS FEE, Val d'Isère, Verbier, Whistler und ZERMATT bauen die schwedischen Freizeitmodeanbieter Peak Performance ihre Präsenz in den traditionellen und mondänen Skiresorts der Welt aus.

04

SHOPPING CENTER UND HAUPTBAHNHÖFE.

Mehr als eine Million Personen frequentieren täglich die Bahnhöfe. Der Zürcher Hauptbahnhof wird nach den neuesten SBB-Angaben im Schnitt von 300'000 Personen täglich frequentiert. Der Berner Hauptbahnhof ist mit 145'000 Personen pro Tag der am zweit meisten frequentierte Bahnhof der Schweiz. Es folgen Zürich-Stadelhofen mit beachtlichen 135'000 Personen, Winterthur (122'000), Basel (120'000), und Zürich-Oerlikon (110'000), Genf Cornavin (85'000), Olten (80'000), Zürich-Enge (70'000), Lausanne (65'000), Aarau (65'000) und Luzern (62'000).

SBB Immobilien² verbesserte im Vorjahr das Betriebsergebnis um 8.2% auf CHF 184.8 Mio. Die Mieterträge mit Dritten beliefen sich auf CHF 310.7 Mio. (+2.8%). Das Jahresergebnis von CHF 27.8 Mio. übertraf das Vorjahresergebnis um 32.3%. Zur Verbesserung des Ergebnisses im Immobilienbereich trug wesentlich die positive Entwicklung der RailCity-Mieterträge bei (+5.5%). Der Umsatz in den RailCity-Bahnhöfen Basel, Bern, Genf, Lausanne, Luzern, Winterthur und Zürich wuchs auch 2006 im Vergleich zur allgemeinen Entwicklung im Detailhandel über durchschnittlich. Andererseits nahm der Erfolg aus den Veräusserungen von Anlagevermögen ab und lag mit CHF 45 Mio. um CHF 4 Mio. unter dem Vorjahr.

Behalten die Trendforscher des Gottlieb Duttweiler Institutes GDI Recht, dann sind im Jahre 2025 die Bahnhöfe die „Hot Spots des Handels“. In ihrem Trendradar 1.07 schreiben sie, dass „hoch frequentierte, gut erreichbare Lagen, die Komfort und Erlebnis kombinieren“ mit dem grössten Wachstum rechnen dürfen. Und genau das charakterisiert den Bahnhof.



Bild oben:
Hauptbahnhof
in Zürich

Bild unten:
Ermenegildo Zegna
in St. Moritz

SHOPPING CENTER – FLUCHT NACH VORNE. Den Fantasien sind offensichtlich immer weniger Grenzen gesetzt. Schliesslich möchte man, dass die Konsumenten möglichst tief in die Tasche greifen, vergisst dabei aber gern, dass viele dieser Taschen nicht sehr prall gefüllt sind. Jedenfalls sind solche Überlegungen gemäss dem Economic Research der Credit Suisse³ - neben der Standortoptimierung - mit ein Grund für die massive Flächenausdehnung der jüngsten Jahre, vor allem aber für das Entstehen grösserer Einkaufszentren. Ob die Rechnung tatsächlich überall aufgeht, ist allerdings ernsthaft zu bezweifeln. Denn diese Formen der «Animation» sind nicht gratis, sondern schlagen via höheren Nebenkosten unmittelbar auf die Mieten durch.

Deshalb ist „die Flucht nach vorn“⁴ weiterhin im Gange. Die Flächenausdehnung geht fast ungebrochen weiter. Sowohl die Baubewilligungen als auch die Baugesuche sind auf historisch hohem Niveau. Die Baubewilligungen markierten 2006 sogar einen neuen historischen Höchststand. Mit Sihlcity in Zürich, der AFG Arena in St. Gallen und dem Stadion Maladière in Neuenburg sind nochmals rund 100'000 m² Verkaufsfläche in grossen Centern auf den Markt gekommen. Weitere befinden sich in der Pipeline, zum Beispiel Westside in Bern, Einkaufszentrum Stüchi in Basel oder EbiSquare in Ebikon. Keine Baubewilligung bekam das Gottéron-Village in Freiburg. Auch kleinere Flächen sind weiterhin im Entstehen begriffen.

Das Glattzentrum im Nordosten Zürichs konnte aktuell auf einer Fläche von 43'387 m² ein Umsatzplus von 3.5% auf CHF 647.6 Mio. unter anderem durch 1.5% mehr Besucher erreicht werden.

Deutlich an Umsatz (kumuliert) zulegen konnten folgende Branchen: Bijouterie, Optik und Foto mit plus 9.5 Prozent sowie Schuhe und Lederwaren mit einem Plus von 8.9 Prozent. Insgesamt besuchten 8.18 Mio. Konsumenten das EKZ im Jahr 2007, das mit 4'750 Gratisparkplätzen attraktiver ist als sein Pendant im Süden Zürichs.

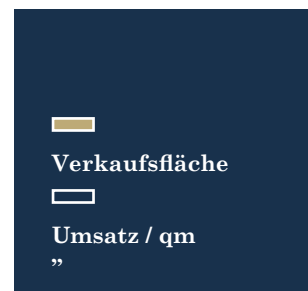
Sihlcity eröffnete im März vergangenen Jahres auf rund 41'000 m² Verkaufsfläche. Das Angebot umfasst neben rund 70 vielfältigen und teilweise neuen Geschäften in der Schweiz, einen Coop Supermarkt, ein Coop City Warenhaus und eine Coop Vitality Apotheke sowie die zu Coop gehörenden Elektronik-Händler Dipl. Ing. Fust und Interdiscount, eine Import Parfümerie und zwei Mal Juwelier Christ. Den deutschen Peek & Cloppenburg und Media Markt ist der Start nicht wie erwartet gelungen, wie aus Fachkreisen zu entnehmen ist. Der durchschnittliche Quadratmeterumsatz beträgt nach Angaben von verschiedenen Modeunternehmen im Erdgeschoss ca. CHF 6'000 pro m². Weiterhin umfasst das Angebot ausserhalb des Centers eine vielfältige Gastronomie, ein 4-Point-Sheraton Hotel, ein Multiplexkino, eine im Konkurs befindliche Diskothek und ein Asia Spa.

Erfahrungsgemäss dauert es zwei bis drei Jahre, bis sich der Mietermix in einem Einkaufszentrum mit einer nicht innerstädtischen Zentrumslage und Grösse

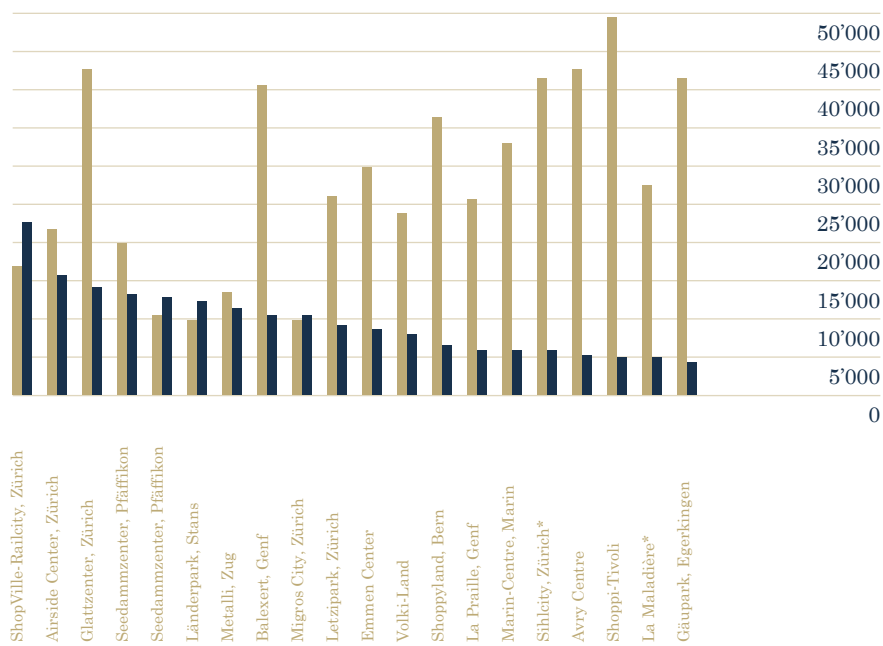
eingespielt hat und Besuchszahlen sowie Umsätze den Erwartungen und Versprechungen Stand halten können.

Beim Einkaufs- und Freizeitzentrum Westside in Bern, mit prominenter Architektur von Daniel Libeskind, sind die Bauarbeiten in vollem Gang. Eröffnung ist am 8. Oktober 2008. Globus wird als Warenhauspartner auf einer Verkaufsfläche von rund 6'000 m² ein Vollsortiment betreiben. Zum gleichen Zeitpunkt wird Orell Füssli eine Grossbuchhandlung eröffnen. Der Kinobetreiber Pathé sorgt für gute Unterhaltung. Die InterContinental Hotels Group lässt von der Turicum Hotel Management 144 Zimmer unter dem Namen Holiday Inn Westside betreiben. Auf das weitere Angebot darf man gespannt sein.

An der Autobahn A1 im Westen der Stadt St. Gallen entsteht zusammen mit der neuen Fussballarena das Shopping Center AFG Arena. Ikea und 50 weitere Fachgeschäften beherbergt das grösste Einkaufs- und Freizeitzentrum der Ostschweiz. Eröffnung ist am 6. März 2008 mit einer 30'000 m² Shopping Mall, 2'000 m² Restauration und 1'100 Kunden-



Shopping Center Switzerland⁵



* Schätzung

parkplätzen. Auf rund 7'000 m² wird Carrefour erst verspätet im Sommer öffnen. Insgesamt werden über 50 aus vielen anderen Shopping Centern bekannte Fachgeschäfte vertreten sein, darunter Esprit, Dipl. Ing. Fust, H&M, C&A, Mode Weber, New Yorker, Ochsner Sport, Sun Store Apotheke, Thalia, Vögele Shoes und Zara. Das grösste Schweizer Center Shoppi-Tivoli, auf 75'000 qm neu konzipiert, eröffnete im November 2007 in Spreitenbach die Verbindungsmall zwischen den beiden Häusern Shoppi und Tivoli. Das Tivoli wird nun komplett saniert.

Auf dem Sulzer-Areal im Werk 2 entsteht das gleichnamige Shopping-Center, welches das dort ebenfalls

ansässige EKZ Neuwiesen auf 22'000 m² Bruttogeschossfläche massiv konkurrenzieren wird. Mit Coop (2'500 m²), H&M (1'500), Choice, La Senza, L'tur, McOptik, Müller Drogeriemarkt (1'600), New Yorker, Ochsner Sport (1'000) Young Angels, und vielen anderen Geschäften ist das Ziel die 110 Mio. Umsatzmarke innerhalb der kommenden drei Jahre zu erreichen.

Nicht behaupten konnte sich das Einkaufszentrum A1 in Oftringen. Auf 18'000 m² Verkaufsfläche klagten viele der 47 Mieter über zu schlechte Umsätze und teilweise rote Zahlen. Das ist bedingt durch die deutlich geringe Frequenz und die fehlende Attraktivität des Standortes.

05

MERGER UND ACQUISITIONS.

Der zu Jelmoli gehörende Bereich Dipl. Ing. Fust AG mit den Segmenten Elektrohaushalt und Multimedia wurde für 990 Millionen Franken an Coop verkauft. Fust wird innerhalb der Coop-Gruppe weiterhin als eigenständige Unternehmenskette geführt. Die 1900 Beschäftigten werden von Coop übernommen. Die 151-Fust-Filialen bleiben erhalten.

Coop, die Nummer zwei hinter Migros, kaufte die hiesigen Märkte von Carrefour. Der Kaufpreis betrug CHF 470 Mio. Anfang Jahr hatte Migros in einem Überraschungscoup Denner gekauft und damit den Abstand zu Coop deutlich ausgebaut. Coop übernimmt zwölf bestehenden Carrefour Verkaufsstellen, die 2006 einen Umsatz von ca. CHF 950 Mio. erzielten. Zudem übernimmt Coop die beiden Projekte im St. Galler Stadion und in Chur.

Das amerikanische Uhren- und Accessoireunternehmen Fossil übernahm die fünf Boutiquen an den besten 1A-Lagen von Accessorize, unter anderem an der Zürcher Bahnhofstrasse, der Basler Freie Strasse und der Weggisgasse in Luzern.

Die Genfer Maus Frères hat über die Tochtergesellschaft Procastor SA den Anteil am schwedischen Modeunternehmen Gant auf 35.3% ausgebaut. Nach dem Ablauf der Angebotsfrist am 11. Januar, hat Maus nach Angaben vom 17. Januar weitere 84'700 Aktien gekauft, die 0.5% der Stimmrechtsanteile entsprechen.

Schlossberg Switzerland erwarb das Unternehmen Langenthal Leinen und präsentiert nun schweizweit an besten Lagen. In den Geschäften, wie z.B. an der Zürcher Strehlgasse, der Genfer Rue de la Corraterie, der Marktgasse in Bern sowie in Appenzell, Basel, Davos, Langenthal, Luzern, Montreux und Zermatt, werden hochwertige Heimtextilien präsentiert. Das traditionsreiche Mode- und Wäscheunternehmen Sturzenegger verkaufte bereits im Jahr 2005 die beste Immobilie der Eigentümerfamilie an der Zürcher Bahnhofstrasse, nachdem das Geschäft aufgegeben und an das italienische Jeanslabel Diesel vermie-

tet wurde. Die Rendite beträgt dort für den neuen Eigentümer circa 2.8%. Nun wurden im Jahr 2007 weitere Geschäfte aufgegeben und einer der letzten Standorte an der Löwenstrasse in Zürich an das dänische Bettenhaus Hästens übergeben. Die weiteren Filialen in Basel, Davos, Gstaad, Bern, Luzern, Saas Fee, St. Gallen, St. Moritz und Zermatt werden bzw. wurden teilweise vom Outdoor-Ausstatter Salewa übernommen.

Die Boutiquen des ehemaligen Young-Fashion Anbieters Speed-Trailer wurden grossteils von Valora übernommen und werden nun für deren Konzept Caffè Spettacolo genutzt. Coop plant 40 Coffee-Shops in der Schweiz eröffnen. Coop startete die beiden Pilotprojekte Ca'Puccini in Neuenburg und Unterentfelden. Nun sollen in den nächsten fünf Jahren 40 weitere Filialen folgen. Am Schweizer Kaffee-Bar-Markt hat gegenwärtig Tchibo mit 50 Filialen die Nase vorn, gefolgt von Starbucks (siehe Seite 1) und Spettacolo mit 30 Coffee-Shops.

06

AUSBLICK UND PROGNOSE SCHWEIZER RETAILMARKT.

Die Schweizer Wirtschaft wächst wieder, und dies kräftig. Der konjunkturelle Taucher der Jahre 2001 bis 2003 ist Vergangenheit, die viel zitierte Wachstumsmalaise der Schweiz in den Neunzigerjahren heute kaum mehr ein Thema. Kein Wunder angesichts einer seit gut drei Jahren ausgesprochen rund laufenden Konjunktur.

Trotz gesamtschweizerischer ungehemmter Expansion der Detailhandelsflächen sind die guten Standorte in den Innenstädten knapp geworden. Dies als Folge der neu entdeckten Freude an der Stadt. Auch gefördert durch die erhöhte Zentralität dank der hohen Akzeptanz des öffentlichen Verkehrs.

In Zürich wurde die Baustelle für den Durchgangsbahnhof Löwenstrasse endlich in Angriff genommen. Diese Milliardeninvestition wird einen verkehrstechnischen Herzinfarkt im Zentrum des schweizerischen öffentlichen Verkehrs bis in 6 Jahren verhüten.

Gerade rechtzeitig konnten auch die rechtlichen Hindernisse für den Bau des Grossprojektes Stadtraum HB beseitigt werden. Diese weitere Milliardeninvestition in den neuen Stadtteil wird in einigen Jahren einen neuen Stadtteil und damit den dringend nötigen neuen Raum für die Entwicklung der Innenstadt bereitstellen. Nach der Expansion der Metropole muss sich auch das Zentrum den neuen Bedürfnissen anpassen, um international wettbewerbsfähig zu bleiben.

Auch in der Altstadt von Winterthur übersteigt die Nachfrage das verfügbare Angebot. Das Projekt „Arch-Areal“ wird hier mit einem „House of Fashion“ die nötige Ergänzung des Platzangebotes bringen.

In Chur wurde im Sommer 2007 nach langwierigen Planungen der Umbau des Bahnhofes fertiggestellt, mit attraktivem Fussgängerzugang zur Bahnhofstrasse als Hauptgeschäftsstrasse in der Churer City. Die Bahnhofstrasse soll nun als Verbindungsstück zur seit 2005 als Fussgängerzone erfolgreich positionierten Poststrasse ebenfalls fussgängerfreundlich gestaltet werden. Die Innenstadt von Chur kann damit als Detailhandelsstandort Potentiale freilegen.

Aufgrund der hohen Nachfrage nach Einzelhandelsflächen an innerstädtischen Zentrumsanlagen ist davon auszugehen, dass Immobilieneigentümer das Potenzial Ihrer Liegenschaften künftig entsprechend zu nutzen wissen und die momentanen Büro- und Verwaltungsflächen in Verkaufsflächen umwandeln. Am Beispiel der Verlagerung der Luxusgeschäfte in Amsterdam von der Kalverstraat an die PC Hofstraat oder in Frankfurt an die Goethestrasse, sind z.B. in Zürich die Pelikanstrasse, Nüscherstrasse und Löwenstrasse dafür prädestiniert. Dazu Bedarf es aber der Beteiligung der Stadt sowie des Interesses der institutionellen Eigentümer an einer Belebung der genannten Strassenzüge.

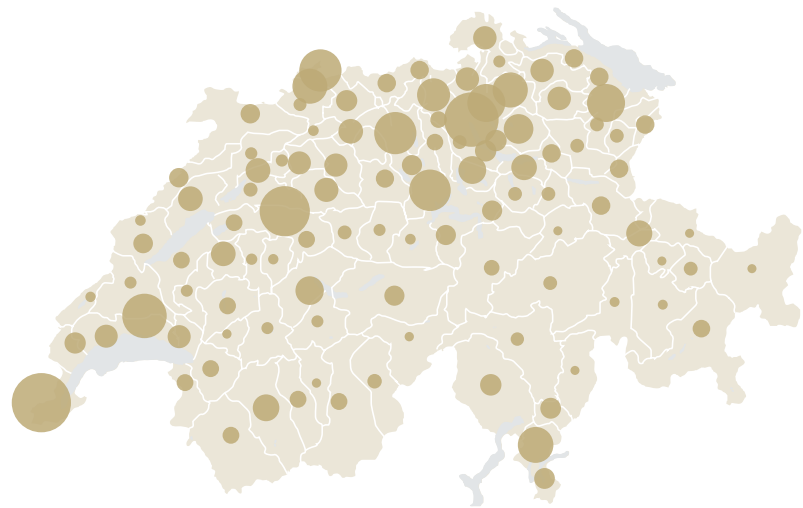
Die Grafik der Umsätze pro Quadratmeter im Verhältnis zur Gesamtgrösse der Schweizer Einkaufszentren zeigt auf, dass die Mehrheit der Center einen grossen Nachholbedarf bei der Flächenproduktivität haben. Dies ist hauptsächlich auf die Attraktivität und somit auch auf den Retail-Mix zurückzuführen. Die meisten EKZ gleichen einander derart, dass die Besucher fast überall ein und dieselbe Auswahl haben. Aus diesem Grund besteht für den Kunden kein Grund sein gewohntes Verhalten zu ändern, eine andere Mall aufzusuchen. Es ist davon auszugehen, dass die Center-Verwaltungen und Eigentümer neuen und innovativen Marken, nach Ablauf der Mietverträge der jetzigen Mieter, den Vorzug geben werden und somit in Zukunft ein frischer Wind in die Shoppingcenter-Landschaft einziehen wird, so wie es das Shoppi-Tivoli derzeit teilweise praktiziert.

07

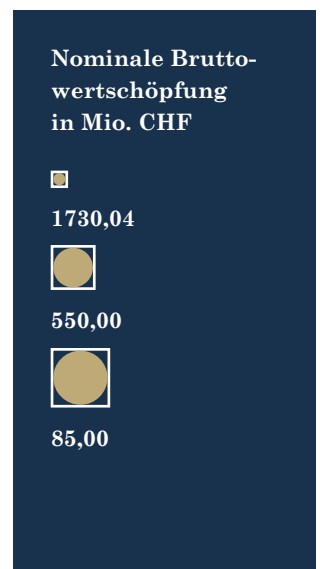
FAKTEN SCHWEIZER RETAILMARKT.

In kaum einer Güterkategorie ist das globale Preisgefälle derart ausgeprägt wie bei der Bekleidung. Im weltweiten Mittel müssen Frauen 420 Euro, Männer 553 Euro für ihr Outfit hinblättern. In Zürich sind dies für Frauen 669 Euro und für Männer 870 Euro. Dieser Unterschied ist zumindest teilweise durch die Selektion der berücksichtigten Kleidungsstücke mitbedingt. Zürich, Genf und Wien sind für Damen wie Herren etwa gleichermassen überdurchschnittlich teuer. Die Preisangaben der UBS Studie „Preise und Löhne 2006 – Ein Kaufkraftvergleich rund um die Welt“⁴⁷ beziehen sich auf Einkäufe von Konfektionsware in grossen Warenhäusern, nicht auf Spezialgeschäfte, Boutiquen oder Designernamen, deren Preise im internationalen

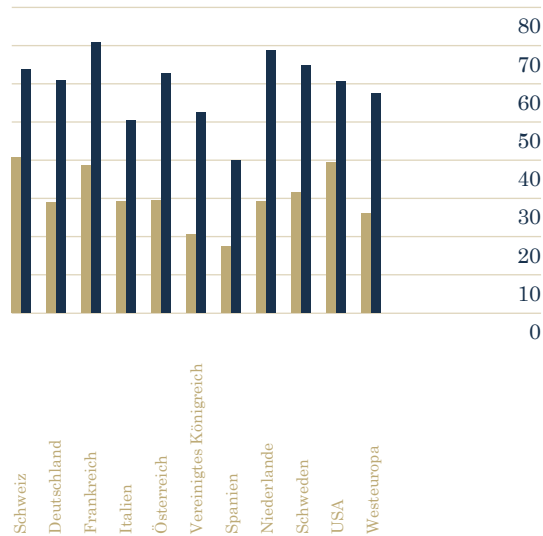
Verteilung der normalen Bruttowertschöpfung im Detailhandel in den Schweizer MS-Regionen 2006⁶



Vergleich wesentlich weniger variieren dürften. Der Einfluss der Hotelgäste auf die Shopping Umsätze in Zürich wurde erstmalig mit einer Studie von BAK Economics⁶ und der Schule für Tourismus in der Zeit von Juni bis August 2007 untersucht. In diesem Beobachtungszeitraum haben die Hotelgäste durchschnittlich CHF 524 pro Tag ausgegeben, davon 27% für Shopping. Überraschend ist der hohe Anteil von 61% für Uhren und Bijouterie an diesen Shopping-



Nominale Stundenproduktivität im Detailhandel und in der Gesamtwirtschaft im internationalen Vergleich⁶ 2005



ausgaben. Der durch die Hotelgäste erbrachte Shopping Umsatz wurde auf CHF 324 Mio p.a. errechnet.

Nachfolgend wird ein Beispiel aufgezeigt, das vergleichbar für viele erfolgreiche Geschäfte ist. Der 58 Quadratmeter grosse Body Shop an der Zürcher Bahnhofstrasse ist weltweit eines der umsatzstärksten. Derzeit betreibt Body Shop 39 Shops in der Schweiz, davon 5 in und um Zürich. 25% des Schweizer Umsatzes werden in Zürich und davon 10% im Flagship-Store an der Bahnhofstrasse generiert. Ein weiterer Superlativ ist, dass das Flaggship 35% mehr, als das beste Geschäft in einem Shopping Center, dem Glattzentrum, erwirtschaftet. Es werden insgesamt 35% des Gewinns in Zürich und davon alleine 18% an der Bahnhofstrasse umgesetzt.

ZÜRICH UNTER DEN VIER TEUERSTEN STÄDTEN

WELTWEIT. Oslo, London, Kopenhagen und Zürich sind die vier teuersten Städte im Vergleich der Lebenshaltungskosten in 71 Weltstädten der UBS⁷. Inklusive Wohnungsmieten, die in einem westeuropäischen Haushalt rund ein Viertel der gesamten Lebenskosten ausmachen, sind London und New York die mit Abstand teuersten Städte. Es erstaunt nicht, dass die Bewohner dort oft sehr lange Arbeitswege in Kauf nehmen, um erschwinglich wohnen zu können. Der Warenkorb der UBS spiegelt das Konsummuster einer durchschnittlichen westeuropäischen Familie wider. Die effektiven Lebenskosten in einer Stadt können jedoch je nach Wohnquartier, persönlichem Lebensstil oder Lebenszyklus erheblich davon abweichen.

Städte Preisniveau	ohne Miete Zürich = 100	mit Miete Zürich = 100
Oslo	113,1	108,3
London	102,9	120,9
Kopenhagen	101,6	98,9
Zürich	100,0	100,0
Tokio	99,5	107,1
Genf	95,8	98,3
New York	93,1	114,6
Dublin	91,5	96,6
Stockholm	91,3	86,8
Helsinki	90,3	88,5
Paris	89,0	89,5
Wien	88,4	84,8
Luxemburg	86,9	87,7
Chicago	85,8	94,2
Los Angeles	85,2	92,4
Toronto	82,4	81,8
München	82,3	81,6
Brüssel	82,3	78,5
Amsterdam	81,7	83,6

Wie viel ist ein Lohn wert? Die Höhe des Einkommens allein sagt wenig darüber aus, was man sich damit alles leisten kann. Ein Arbeitnehmer in einer westeuropäischen Stadt kann mit seinem Bruttojahres-einkommen den Warenkorb rund 13 Mal kaufen. Am meisten Gegenwert bietet ein Bruttostundenlohn (vor Abzug von Steuern und Sozialleistungen) in Kopenhagen, in Zürich und Genf sowie in Berlin und Frankfurt. Die Rangliste wird noch einmal gehörig verschoben, wenn die Kaufkraft der Nettostundenlöhne verglichen wird. Kopenhagen und die deutschen Städte fallen dann wegen der hohen Steuer und Sozialabgaben deutlich zurück. Am meisten bleibt nach Abzug von Steuern und Sozialleistungen in den Schweizer Städten sowie in Dublin, Los Angeles und Chicago übrig.

Städte Binnenkaufkraft	Stundenlohn brutto Zürich = 100	Stundenlohn netto Zürich = 100	Jahres-einkommen netto Zürich = 100
Zürich	100,0	100,0	100,0
Genf	100,7	97,0	93,9
Dublin	83,9	92,1	87,5
Los Angeles	88,0	91,6	97,0
Luxemburg	84,0	90,9	78,1
Chicago	89,5	88,9	94,6
New York	93,4	86,5	87,6
Berlin	95,6	86,3	67,7
Sydney	86,7	85,6	77,5
Auckland	82,5	85,4	79,1
Frankfurt	94,1	85,2	76,3
München	89,7	82,6	75,5
Nikosia	69,2	80,5	75,8
Helsinki	81,7	79,4	68,7
Oslo	89,9	78,9	71,5
Toronto	78,3	78,6	76,6
Brüssel	91,6	76,5	70,2
Montreal	79,1	76,4	75,3
Kopenhagen	101,1	75,8	69,4
London	75,3	75,1	73,6

EINZELHANDELSZENTRALITÄT IN DER SCHWEIZ.

Erstmals in der Schweiz, werden in Zusammenarbeit mit einem deutschen Konsumforschungsinstitut, die Zentralitätskennziffern der 10 grössten Schweizer Städte dargestellt. Es fällt auf, dass der Tourismus in Luzern wesentlich dazu beiträgt, dass hier der höchste Zufluss an Kaufkraft herrscht.

Eine Kennziffer von mehr als 100 sagt aus, dass ein Kaufkraftzufluss stattfindet. D.h. in dieser Region wird mehr Umsatz im Einzelhandel getätigt als die dort lebende Bevölkerung im Einzelhandel zur Verfügung hat. Eine Kennziffer von kleiner 100 bedeutet,

dass ein Kaufkraftabfluss stattfindet. D.h. in dieser Region wird weniger Umsatz im Einzelhandel getätigt als die dort lebende Bevölkerung im Einzelhandel ausgeben kann.

Die am schnellsten wachsende Stadt der Schweiz, Winterthur, zeigt auf, dass sie nach Zürich den höchsten Kaufkraft-Indexstand aufweist.

Der Konsum von Modeartikeln ist in der grössten Schweizer Stadt, Zürich, mit Abstand der Höchste. Diese Darstellung zeigt, dass Winterthur auch hier mit an der Spitze ist.

Quellenangaben.

Dieser Bericht beruht auf der Auswertung von Medienberichten sowie eigenen Marktbeobachtungen. Zusätzlich wurden für spezielle Informationen folgende Quellen benutzt:

- ¹ Cushman & Wakefield: Main Streets Across the World 2007 (Betrachtungsweise adjustierter Netto-Mieten, gemäss repräsentativer Umfrage internationaler Retailexperten)
- ² SBB Immobilien: Geschäftsbericht 2006
- ³ Euroforum Retail Tagung 2007: Retailflächen – Das Ende des Booms, 14.11.2007, Martin Neff, Credit Suisse
- ⁴ Credit Suisse Economic Research: Swiss Issues Immobilien, Immobilienmarkt 2007 – Fakten und Trends
- ⁵ GFK IHK: Detailhandel Schweiz 2007
- ⁶ BAK Basel Economics (2007b/d): Analysen und Prognosen für Konsum und Detailhandel in der Schweiz; Die Performance des Schweizer Detailhandels im internationalen Vergleich
- ⁷ UBS Research: Preise und Löhne 2006

Einzelhandelsumsatz 2007	in Mio Euro	Euro pro Kopf	Umsatzkennziffer Land = 100	Zentralitätskennziffer 2007 Land = 100
Zürich	4'452.5	12'741	161.2	150.2
Genf	2'214.8	12'379	156.6	153.1
Basel	2'144.3	13'132	166.1	159.3
Bern	1'715.8	14'064	177.9	177.2
Lausanne	1'292.3	10'990	139.0	143.9
Winterthur	952.0	10'070	127.4	123.0
St. Gallen	858.9	12'245	154.9	156.5
Luzern	1'012.7	17'586	222.5	221.6
Lugano	498.2	10'062	127.3	132.8
Biel/Bienne	540.2	11'091	140.3	146.9
Thun	452.9	10'072	138.8	144.2

Kaufkraft 2007	in Mio Euro	Promilleanteil	Euro pro Kopf	Kaufkraftindex Land = 100
Zürich	10'696.1	53.155	30'608	114.1
Genf	5'070.1	25.196	28'339	105.7
Basel	4'665.4	23.185	28'572	106.5
Bern	3'247.4	16.138	26'617	99.2
Lausanne	2'927.8	14.550	24'899	92.8
Winterthur	2'712.8	13.481	28'696	107.0
St. Gallen	1'821.	9.054	25'971	96.8
Luzern	1'497.1	7.440	25'998	96.9
Lugano	1'181.8	5.873	23'870	89.0
Biel/Bienne	1'173.4	5.831	24'090	89.8

Fashionkonsum 2007	in Mio Euro	Promilleanteil	Euro pro Kopf	Index Land = 100
Zürich	296.0	52.7	847	113.1
Genf	142.7	25.4	798	106.5
Basel	132.2	23.5	809	108.1
Bern	93.0	16.6	762	101.8
Lausanne	84.5	15.0	719	96.0
Winterthur	75.6	13.5	799	106.7
St. Gallen	51.8	9.2	738	98.6
Luzern	43.2	7.7	751	100.3
Lugano	34.4	6.1	695	92.8
Biel/Bienne	34.0	6.1	699	89.8

locationservices

•

Die Standortentwickler

Location Services AG
Usterstrasse 23
CH-8021 Zürich

Tel. + 41 44 225 95 00
Fax + 41 44 225 95 01

kontakt@location.ag
www.location.ag