

# Retail-Marktstudie 2011



## **1A-Lagen**

Zürcher Einzelhandelsmieten durch Spitzenumsätze weltweit unter den drei höchsten

## **Schlüsselgelder**

7 Millionen Franken in Genf, 17 Millionen Pfund in London und 46 Millionen Dollar in New York

## **Expansion**

Abercrombie & Fitch in Deutschland, Forever 21 auf Expansionskurs, Jimmy Choo kommt in die Schweiz

## **Investment**

Schweizer Herausforderungen, signifikante Mietsteigerungspotenziale, Rekordpreise in New York

## **International**

Neuzugänge in New York, Tokio, Hongkong, Sydney, Paris, London, Mailand, Wien, Berlin & Co.

locationgroup research

# Retail-Marktstudie 2011

CHANEL



Chanel Boutique, Bahnhofstrasse in Zürich

# Inhaltsverzeichnis

Vorwort › [Seite 8](#)

**01** Zürich unter den drei teuersten Einzelhandelsstandorten weltweit › [Seite 9](#)

**02** Genf mit den höchsten Umsätzen im Luxusgüterbereich › [Seite 15](#)

**03** Basel und Bern mit überschaubaren Wechseln und stabilem Retailmarkt › [Seite 18](#)

**04** Lausanne und Winterthur sind die am stärksten wachsenden Schweizer Städte › [Seite 21](#)

**05** St. Gallen, Luzern, Lugano, Biel mit verhaltenen Wechseln › [Seite 23](#)

**06** St. Moritz, Gstaad, Zermatt und Davos mit wenigen Veränderungen › [Seite 25](#)

**07** Department Stores und Shoppingcenter weltweit am erfolgreichsten in Zürich › [Seite 26](#)

**08** Transaktionen Schweizer Retailunternehmen › [Seite 31](#)

**09** Schweizer Investmentmarkt für Einzelhandelsimmobilien › [Seite 33](#)

**10** Neuigkeiten aus Deutschland und Österreich › [Seite 36](#)

**11** Neuigkeiten aus internationalen Metropolen › [Seite 44](#)

**12** Transaktionen Internationaler Retailunternehmen › [Seite 59](#)

Facts & Figures › [Seite 63](#)

Quellenangaben › [Seite 70](#)

## Herausgeber:

LOCATION GROUP, Usterstrasse 23, CH-8001 Zürich  
T +41 (0)44 225 95 00, F +41 (0)44 225 95 01, [www.location.ch](http://www.location.ch)

LOCATION RETAIL AG, [www.locationretail.com](http://www.locationretail.com)  
LOCATION LUXURY AG, [www.locationluxury.com](http://www.locationluxury.com)  
LOCATION INVESTMENT AG, [www.locationinvestment.com](http://www.locationinvestment.com)  
SHOPMATCH AG, [www.shopmatch.com](http://www.shopmatch.com)

## Layout:

sofie's Kommunikationsdesign AG, Zürich, [www.sofies.ch](http://www.sofies.ch)

## Titelbilder:

Jan Deichner, Hamburg, [www.deichner.de](http://www.deichner.de)

## Lektorat:

Text Control AG, Zürich, [www.textcontrol.ch](http://www.textcontrol.ch)

## Druck:

Druckhaus Hartmann GmbH, Konstanz, [www.hartmandruck.de](http://www.hartmandruck.de)

## Auflage:

7000 Exemplare

## Redaktionsschluss:

10. Januar 2011

## Preis:

Der Bezugspreis beträgt CHF 750.– (zuzüglich der derzeit gültigen MwSt.)

## Bestellungen:

Direkt bei Ihrem Standortberater, per Fax +41 (0)44 225 95 01  
oder E-Mail an [research@location.ch](mailto:research@location.ch)

## Disclaimer:

Dieses Dokument wurde vom Research-Team der LOCATION GROUP erstellt und ist nicht das Ergebnis einer unserer Standort- bzw. Finanzanalysen. Diese Publikation dient nur zu Informationszwecken und wurde aufgrund von zugänglichen Informationen erstellt. Die darin vertretenen Ansichten sind diejenigen des Research-Teams der LOCATION GROUP zum Zeitpunkt der Drucklegung (Änderungen bleiben vorbehalten). Die Publikation darf mit Quellenangabe zitiert werden. Um ein Belegexemplar wird gebeten.

## Copyright © 2011:

LOCATION (HOLDING) AG und/oder mit ihr verbundene Unternehmen – alle Rechte vorbehalten. 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. Wir übernehmen keine Haftung für die Verwendung dieses Berichts bzw. der Inhalte.

Besuchen Sie uns auf dem Internet: <http://research.location.ch>

Wir freuen uns, Ihnen dieses Jahr wieder unsere Retail-Marktstudie überreichen zu dürfen. Die erste Studie in diesem Umfang veröffentlichten wir im Jahr 2008. Nach wie vor konzentrieren wir uns weltweit auf die innerstädtischen Top-1A-Lagen und Shoppingcenter mit den höchsten Passantenfrequenzen. Aus diesem Grund berichten wir über die nennenswertesten Wechsel und Neuzugänge. Aufgrund vielfacher Anregung haben wir dieses Jahr auch vereinzelte internationale Metropolen ins Visier genommen.

Das Jahr 2010 war von gesundem Optimismus und kontrollierter Expansion geprägt. Im Gegensatz zu den Jahren vor der Finanzkrise war zu klar spüren, dass Pro und Kontra für neue Verkaufsflächen genau abgewogen wurden. Aber rund um die Zürcher Bahnhofstrasse und die Genfer Rue du Rhône eröffneten so viele neue Geschäfte wie noch nie im vergangenen Jahrzehnt. Aufgrund des starken Schweizer Frankens befindet sich die Zürcher Bahnhofstrasse nicht nur in Bezug auf das Umsatzpotenzial, sondern nun auch bei den Marktmieten in Augenhöhe der Champs-Élysées und der Oxford Street.

In Bezug auf den Schweizer Retail-Immobilienmarkt kann man sagen, dass dies ein relativ kleiner und nicht transparenter Markt ist. Dies ist zwar für einige Marktteilnehmer vorteilhaft, steht jedoch sicherlich einer gewissen Markteffizienz entgegen. Selbst etablierte Marktteilnehmer suchen laufend nach Orientierungspunkten in Bezug auf das Miet- und Kaufpreisgefüge, auf Trends und sich daraus ergebende Möglichkeiten.

In diesem Zusammenhang ist die Schweiz im globalen Umfeld immer noch eine Insel der Glückseligkeit. Aus diesem Grund und aufgrund der internationalen Attraktivität der Schweiz gilt es immer noch, die vorhandenen Möglichkeiten voll zu nutzen – ohne dabei die für diese Attraktivität verantwortlichen wirtschaftlichen, strukturellen und städtischen bzw. städtebaulichen Strukturen der Schweiz grundsätzlich in Frage zu stellen.

Somit ist die Suche nach den besten Flächen und den Eigentümern, die ihre Liegenschaften zur Optimierung freigeben, wieder in vollem Gang. Die Liegenschaften an den besten Lagen sind mehr als rar, und die Ausgangssituation ist unverändert: Es gibt nach wie vor eine grosse unbefriedigte Konsum- und Expansionslust in der Schweiz!

Nach wie vor findet der grösste Teil der An- bzw. Verkäufe von Einzelhandelsimmobilien in einem sehr geschlossenen Umfeld statt. Doch generell ist eindeutig erkennbar, dass die Nachfrage nach Immobilien an soliden Lagen das Angebot, sowohl bei der Anmietung als auch beim Investment, nach wie vor bei weitem übersteigt. Es sind vermehrt auch private ausländische Investoren, die den lokalen Matadoren Konkurrenz beim Erwerb der Immobilien machen.

Wir sind auf Detailhändler spezialisierte Standortberater und Standortentwickler für Eigentümer von Einzelhandelsimmobilien. Auch sind wir als lokaler Partner für Investoren in Einzelhandelsimmobilien tätig. Unser Know-how setzen wir am liebsten ein, wenn durch eine aktive Verbesserung, Repositionierung und Bewirtschaftung der Einzelhandelsimmobilie die Mieterqualität und der damit verbundene Erfolg des Standorts nachhaltig gesteigert werden können.

Die LOCATION GROUP mit mittlerweile über 30 Mitarbeitenden sieht dem Geschäftsjahr 2011 mit Freude entgegen.

Wir wünschen Ihnen viel Freude bei der Lektüre.

**Marc-Christian Riebe**  
CEO, Präsident & Gründer

## 01 Zürich unter den drei teuersten Einzelhandelsstandorten weltweit

### Bahnhofstrasse mit überproportional vielen Wechseln in den vergangenen drei Jahren

In der Limmatstadt bringen die jüngsten Neuvermietungen an der Zürcher **Bahnhofstrasse** die Luxusmeile zwischen Bally Capitol und Paradeplatz mit einer Spitzenmiete von über 10 000 Franken pro Quadratmeter im Jahr unter die Top 3 der weltweit teuersten Einkaufsstrassen. Dies bedeutet eine Zunahme um 8,2 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Mit ein Grund hierfür ist, dass die Einzelhändler hier ihre höchsten Quadratmeterumsätze weltweit erzielen. Umsätze von 50 000 Franken pro Quadratmeter sind keine Seltenheit mehr. Damit rangiert die Bahnhofstrasse nun aufgrund der Stärke des Schweizer Frankens gegenüber dem Euro hinter der Fifth Avenue in New York (21 622 Franken) und dem Causeway Bay in Hongkong (19 445 Franken) sowie vor der Ginza in Tokio (9769 Franken), der Avenue des Champs-Élysées in Paris (9263 Franken) und der Via Montenapoleone in Mailand (9044 Franken). Zwischen dem Hauptbahnhof und dem Warenhaus Globus frequentieren mehr als 100 000 Passanten pro Tag. Am Hauptbahnhof sind es mehr als 340 000 Personen pro Tag.

### Hermès mit Flaggschiff

Mitte September 2010 eröffnete das Luxuslabel Hermès auf 450 Quadratmetern nach mehrmonatigem Umbau seine neue Boutique am Paradeplatz, zwischen dem Modehaus Grieder und dem Hotel Savoy, im ehemaligen Porzellangeschäft Meister Silber.

### Hackett im Bieterverfahren

Gleichzeitig startete Hackett London im ehemaligen Mövenpick-Restaurant am **Paradeplatz** nach Genf das zweite Schweizer Geschäft auf rund 350 Quadratmetern. Nachdem der Eigentümer eine führende Schweizer Hausverwaltung mit der Vermietung beauftragt hatte, entwickelte sich wie bei der Bernie's-Vermietung quasi eine Auktion an den Höchstbietenden. Aus Fachkreisen war zu hören, dass viele Interessenten aufgrund der Miethöhe nicht mehr mitbieten konnten.

### Premiere von Jimmy Choo am Paradeplatz

Gegenüber der Confiserie Sprüngli öffnete das nächste britische Luxusschuh-Label Jimmy Choo im Oktober auf rund 70 Quadratmetern in der ehemaligen Saint Phil Boutique. Offen blieb bis zum



Hermès, Paradeplatz/Bahnhofstrasse in Zürich

Redaktionsschluss, wer den Zuschlag für die Intercoiffeur-Fläche im Hotel Savoy erhalten hat. Am Anfang der **Bärengasse** wird die Boutique Paul & Shark die Fläche der Import Parfümerie übernehmen und ihre Fläche neben der Chronometrie Beyer verdoppeln. Das französische Modelabel Zadig & Voltaire startete im Frühjahr 2010 im ehemaligen La-Carafe-Geschäft ebenfalls an der Bärengasse, linkerhand von Agent Provocateur. Nach Genf ist es die zweite Schweizer Boutique. Sie umfasst rund 100 Quadratmeter.

### Chronometrie Beyer expandiert

Das ehemalige Hermès-Geschäft wird ab dem Frühjahr 2011 eine Patek-Philippe-Uhrenboutique beherbergen, die von der Chronometrie Beyer betrieben wird. In derselben Liegenschaft zelebrierte die zur Swatch-Gruppe gehörende Uhrenmanufaktur Breguet Anfang Dezember die Eröffnung des 420 Quadratmeter grossen Flaggschiffs, verteilt auf drei Etagen, das auch das zweite Geschäft in der Schweiz ist. Der Vorgänger, das Teppichgeschäft Vidal, erhielt von der Swatch Group über die Vermieterin für den vorzeitigen Auszug ein Key Money von 3,8 Millionen Franken. Im Gegenzug wurde ausgehandelt, dass der Mietzins für die kommenden fünf Jahre weit unter der Marktmiete bleibt.

## DIE TEUERSTEN RETAIL LOCATIONS PRO LAND

Rank	2010	2009	Country	City	Location	Rent/m <sup>2</sup> /Year	Rent/m <sup>2</sup> /Year
						CHF	EUR
1	1		USA	New York	5th Avenue	21'622	16'257
2	2		Hong Kong	Hong Kong	Causeway Bay	19'445	14'620
3	5		Switzerland	Zürich	Bahnhofstrasse	10'256	7'711
4	5		Japan	Tokyo	Ginza	9'769	7'345
5	7		UK	London	New Bond Street	9'263	6'965
6	3		France	Paris	Avenue des Champs Elysées	9'044	6'800
7	4		Italy	Milan	Via Montenapoleone	8'007	6'020
8	11		South Korea	Seoul	Myeongdong	6'443	4'844
9	10		Australia	Sydney	Pitt Street Mall	5'474	4'116
10	9		Germany	Munich	Kaufingerstrasse	4'948	3'720

### Bernie's mit Flaggschiff

Gegenüber von Longchamp und neben der Pape-  
terie Landolt-Arbenz startete das Zürcher Multi-  
label-Geschäft Bernie's erstmals seit rund 40 Jah-  
ren auf 500 Quadratmetern mit einem Geschäft an  
der Bahnhofstrasse. Das Geschäft wurde von den  
Eigentümern über eine führende Schweizer Haus-  
verwaltung, die wiederum mit einem deutschen  
Maklerhaus kooperierte, im Bieterverfahren zur  
Höchstmiere ausgeschrieben.

### Bally-Haus vor grossen Chancen

Ende 2010 stellte der Nachtclub Saint Germain  
nach knapp drei Jahren seinen Betrieb ein. Ob es  
weiterhin einen Gastronomiebetrieb im sechsten  
Obergeschoss des Bally Flagship Store geben wird,  
bleibt noch offen. Nicht einmal ein Jahr Betriebs-  
zeit konnte das Asia Spa im dritten Obergeschoss  
vorweisen, als es mangels Kundschaft und auf-  
grund der hohen Miete wieder die Pforten schloss.

### Eigentümerin zahlt mehrere Millionen an Restaurant

Eine führende Schweizer Versicherung zahlte dem  
Inhaber des Restaurant Baltasar mehrere Millio-  
nen Franken dafür, dass er nach drei Jahrzehnten  
Betriebszeit nun freiwillig früher den Schlüssel zu-

rückgibt und auszieht. Auch Pasito-Fricker gibt  
nach 28 Jahren sein bestes Geschäft auf, weil er  
die neue Miete nicht mehr zahlen möchte. Offen  
bleibt, an wen die Eigentümerin die rund 900 Quad-  
ratmeter grosse Fläche für einen Flagship Store  
auf drei Etagen vermietet. Die Marktmiete für die-  
ses Geschäft liegt bei rund 5 Millionen Schweizer  
Franken pro Jahr.

Die Boutique Roma wird im Frühjahr 2011 an der **Pe-  
likanstrasse** schräg gegenüber vom Luxusshuhla-  
bel J.M. Weston eröffnen. Dies ist der 6. Schweizer  
Shop in den ehemaligen Räumen des britischen  
Luxusbrand Jaeger auf 220 Quadratmetern. Auf  
derselben Strassenseite gegenüber des Restau-  
rant Kaufleuten startete das Elektro-Sportauto  
Tesla den ersten Schweizer Store auf 210 Quadrat-  
metern im ehemaligen Vitra Möbelgeschäft, wo  
zuvor Harley Davidson ausziehen musste.

### Weltweite Rekordumsätze

In den vergangenen zehn Jahren haben sich die An-  
gebotsmieten bei Neuvermietungen mehr als ver-  
doppelt. Bezahlen die Detailhandelsunternehmen  
um die Jahrtausendwende noch rund 5000 Fran-  
ken, sind es heute über 10 000 Franken pro Quad-  
ratmeter im Jahr. Je nach Branche und Grösse des  
Geschäfts werden von den hier ansässigen Detail-  
händlern Umsätze von 20 000 bis teilweise weit  
über 50 000 Franken pro Quadratmeter im Jahr er-  
zielt.

### Fünf Bewerber für Casino Lizenz

Bis zum 31. Dezember 2010 mussten die Bewerber  
für die Konzession des Stadtzürcher Casinos ihre  
Dossiers einreichen. Noch lassen sich die fünf  
Kandidaten ungern in die Karten blicken.

Ein Konzessionsbegehren reicht die Swiss Casinos  
Gruppe ein. Das Unternehmen will im Ober-Ges-  
chäftshaus an der **Gessnerallee** auf 4500 Quad-  
ratmetern ein Casino eröffnen.

Insgesamt will die Swiss Casinos Gruppe in der  
Limmatstadt 80 Millionen Franken in ihr Projekt in-  
vestieren. Damit sollen bis zu 250 neue Arbeits-  
plätze entstehen. Neben diesen Angaben enthält  
das Konzessionsgesuch auch ein so genanntes So-  
zialkonzept. Darin ist unter anderem festgelegt,  
wie Spielsperren geregelt sind.

Weiter ist das Grand Casino Baden im Rennen. Für  
die Aargauer gibt es zwei Möglichkeiten: Sie versu-  
chen es mit einem eigenen Projekt im Du-Pont-  
Gebäude am Beatenplatz. Erhält dieses keinen Zu-  
schlag, will Baden die Mehrheitsbeteiligung sowie  
die operative Führung beim Projekt der City Zürich  
Casino AG verlangen. In dieses Projekt an der Sihl-  
porte sollen zwischen 70 bis 80 Millionen Franken  
investiert werden. Die Casino Zürich AG will ihr Vor-  
haben in der Alten Börse realisieren. Mit ins Rennen  
steigt die Grand Casino Zürich AG. Sie buhlt um ei-  
nen Casinostandort beim Einkaufstempel Sihlcity.

### Am Rennweg löst eine Bank die andere ab

Am **Rennweg** schloss die Fortis Bank nach der  
Übernahme durch die Bank Paribas ihre 1500 Qua-  
dratmeter grosse Geschäftsstelle. Zum Leidwesen  
der Strasse war der Hauseigentümer nicht mit der  
Eröffnung einer Modeboutique einverstanden, wo-  
rauf die Bank Wegelin in den Mietvertrag von Fortis  
einstieg. Sie wird Anfang 2011 eröffnen.

Das Depot übernahm die Fläche von Interio und er-  
öffnete im Frühjahr 2010 das komplett erneuerte  
Einrichtungsgeschäft. Die Juweliere Landolf & Hu-  
ber übernahmen das Juweliergeschäft Or & Diam  
gegenüber von Kiehl's und Crabtree & Evelyn.

### Burlington-Debüt am Rennweg in zwei Jahren

Big Secret, das zur Familie von Modissa gehört, er-  
öffnete ein temporäres Wäschegeschäft mit aus-  
sergewöhnlichen Produkten auf 50 Quadratmetern.  
In zwei Jahren übernimmt das deutsche Modelabel  
Burlington die gesamte Erdgeschossfläche der Lie-



Longchamp, Bahnhofstrasse in Zürich

genschaft auf 120 Quadratmetern sowie 80 Quad-  
ratmetern im Untergeschoss.

Die mit rund 30 000 Personen pro Tag am zweit-  
höchsten frequentierte Einkaufsstrasse in Zürich  
(an Samstagen sind es bis zu 50 000 Passanten) er-  
lebte unter anderem durch die Verkehrsberuhigung  
vor zwei Jahren 15 Neuzugänge innerhalb der ver-  
gangenen fünf Jahre. Die höchsten Mieten betra-  
gen hier mittlerweile mehr als 4000 Franken pro  
Quadratmeter im Jahr, berechnet auf einer durch-  
schnittlichen Verkaufsfläche von 100 bis 150 Quad-  
ratmetern im Erdgeschoss mit einer Schaufenster-  
front von 6 bis 8 Metern und ebenerdigen Eingang.

Bereits Ende 2009 kam Ladurée mit der ersten  
Confiserie in die Deutschschweiz. Auf 50 Quadrat-  
metern werden Macrons, Kerzen, Tee, Raumdüfte  
und weitere Accessoires angeboten, die von be-  
kannten Designern kreiert werden.

## ENTWICKLUNG LADENMIETEN BAHNHOFSTRASSE IN ZÜRICH VON 2000 BIS 2010



Topmieten einer 150 Quadratmeter grossen Fläche mit einer  
Front von 6 bis 8 Metern und ebenerdigen Eingang



Ober-Haus an der Gessnerallee: Swiss Casinos plant ein  
Casino- und Unterhaltungszentrum auf über 11'000 m<sup>2</sup>



Big Secret, Rennweg in Zürich



Ladurée, Kuttelgasse/Augustinergasse in Zürich

An der **Augustinergasse** hat, neben Meister Silber im ehemaligen Laura Ashley Store, auch das Konzept für Secondhand-Uhren, Rent a Box, auf der ehemaligen Valleverde-Fläche auf rund 100 Quadratmetern eröffnet. Hier sind innerhalb der letzten fünf Jahre drei verschiedene Retailkonzepte aufgrund des Zuschnitts der Fläche und der Lage des Geschäfts gescheitert.

#### Debüts an der Strehlgasse

An der **Strehlgasse** wird Sundrani Fine Jewelry im Frühjahr 2011 in der ehemaligen Werkstatt der Bijouterie Affolter den ersten Flagship auf 80 Quadratmetern eröffnen. Bisläng war Karima Sundrani schweizweit saisonal in den Globus-Filialen in Genf und Zürich präsent.

#### Liu Jo für Furla

Zwei Häuser weiter wechselte der Franchisenehmer von Furla sein Konzept und eröffnete im Sommer 2010 die erste Liu-Jo-Boutique der Schweiz mit Handtaschen und Accessoires. Gegenüber konnte das Accessoires- und Schmuckkonzept «mah» nach langem Warten die Fläche von Coiffeur Kaiser auf rund 80 Quadratmetern übernehmen.

Das Geschäft Movement, neben dem Wäsche-Store Aubade, wurde auf 50 Quadratmetern durch die Boutique Silk & Cashmere ersetzt.

An der **Storchengasse** übernahm der ehemalige Geschäftsführer von Franz Carl Weber mit seiner Lebensgefährtin das 80 Quadratmeter grosse Kindermodegeschäft Babar Palace und firmierte es nach erfolgreichem Umbau zu Tom & Lisa um. Ganz oben auf der Wunschliste steht die neue Baby- und Kinderkollektion von Gucci.

An gut frequentierten Tagen verkehren hier 15 000 bis 20 000 Personen. Hier werden Mieten von bis zu 3000 Franken pro Quadratmeter im Jahr erzielt.

#### 40 Millionen für Jelmoli-Umbau

Glanz- und prunkvoll eröffnete der grösste Schweizer Department Store Jelmoli Ende Oktober nach 18-monatiger Bauzeit auf sechs Etagen und total 34 000 Quadratmetern Verkaufsfläche. Das Investitionsvolumen belief sich auf rund 40 Millionen Franken.

Bereits im März zelebrierte Charles Vögele gegenüber die Neueröffnung des komplett umgebauten Flagship an der Sihlstrasse mit viel Prominenz auf rund 2200 Quadratmetern Verkaufsfläche.

Gegenüber von Globus, dem drittgrössten Warenhaus in Zürich, eröffnete Schild den auf über 2000 Quadratmetern vergrösserten Flagship. Durch den unglaublichen Erfolg beflügelt, packte Schild die Chance, die sich durch den Auszug der Commerzbank in den Büroetagen bot, beim Schopf und mietete kurzerhand die gesamte Liegenschaft an, die sich nun im Umbau befindet.

Am **Löwenplatz** hat das Reisebüro I-tur im ehemaligen Coiffeurgeschäft Bechter auf 50 Quadratmetern eröffnet. Schräg gegenüber an der Usterstrasse startete das zweite Schweizer Kartell-Einrichtungsgeschäft auf rund 120 Quadratmetern im



Passantenfrequenzen der Zürcher Innenstadt (pro Tag in 1000)

ehemaligen Bernie's Fuore. An der Löwenstrasse wechselte gegenüber dem Bambus-Haus der Familie Bamberger lediglich ein Geschäft. Die Boutique Sanjas zog neben dem Trendrestaurant Madonna aus und beherbergt nun den Multilabel Store Deca. Im Shopville, dem städtischen Teil des Bahnhofshoppings, übernahm Sunrise im Sommer 2010 die Fläche des Musikgeschäfts Mix Music auf 50 Quadratmetern.

Am Anfang der Löwenstrasse beim Hauptbahnhof verkehren mehr als 30 000 Passanten, am Löwenplatz sind dies rund 50 000, wohingegen die Frequenz auf Höhe der Sihlporte merklich abnimmt und nur noch rund 5000 Passanten beträgt.

#### Rechtes Limmatufer mit vielen Veränderungen

Am **Limmatquai** übernahm das zu Migros gehörende Konzept Outdoor by SportXX die Fläche von Büro Waser, der hier nach über 100-jähriger Geschichte den neu angesetzten Mietzins der Eigentümerin nicht mehr hätte erwirtschaften können. Parallel

hierzu in der **Niederdorfstrasse** übernahm die zur Bestseller-Gruppe gehörende Bijouterie Pieces das Schuhgeschäft von Bernie's. Bestseller betreibt hier auf 50 Metern zwei weitere Geschäfte: das Damenmodegeschäft Only und das Herrengeschäft Jack & Jones.

Im ehemaligen Bernie's Uomo ist nun das deutsche Fashionlabel Tom Tailor mit seinem zweiten Zürcher Geschäft vertreten. An der Ecke Mühlegasse/Limmatquai betreibt der Franchisenehmer von Geox nun auch ein Ecco-Schuhgeschäft und ist ein paar Häuser weiter rechts auf eine grössere Fläche von 150 Quadratmetern im ehemaligen Sportschuhgeschäft von Da Soul gezogen.

#### Neueröffnung Gran Café Motta

Nach viermonatiger Umbauzeit war es so weit: Unter dem Namen «Gran Café Motta» öffnete im Mai 2010 das bisher als Gran Café bekannte Kaffeehaus auf 115 Quadratmetern wieder seine Türen.



Karen Millen, Storchengasse in Zürich



Gran Café Motta am Limmatquai in Zürich

#### EINZELHANDELSSPITZENMIETEN DER ZÜRCHER TOPLAGEN 2010

	CHF/m <sup>2</sup> pro Jahr	€/m <sup>2</sup> pro Monat
Bahnhofstrasse	10'256	643
Rennweg	4'400	276
Storchengasse	3'350	210
Limmatquai	3'320	208
Löwenstrasse	3'180	199
Niederdorfstrasse	3'100	194
Strehlgasse	2'850	179
Bellevue/Stadelhofen	2'200	138



Viaduktbögen in Zürich-West

#### Oberdorf mit vielen Neuzugängen

Am Anfang der **Niederdorfstrasse** / Ecke Markt-gasse übernimmt der Franchisenehmer von Guess die Fläche des Buchgeschäfts Orell Füssli auf rund 300 Quadratmetern. Das Schuhgeschäft Viva wurde auf 150 Quadratmetern durch das zur Vivarte Group gehörende NafNaf ersetzt. An der Schiff-lände verkaufte der Optiker Steffen sein Geschäft an seinen Kollegen Burri der bereits ein erfolgreiches Geschäft an der Uraniastrasse führt. In der Oberdorfstrasse eröffnete Tom Tailor im November prunkvoll das erste Zürcher Geschäft auf rund 300 Quadratmetern. Zuvor war hier die Papeterie Waser vom Limmatquai umgezogen. Nebenan befindet sich auch die neue Boutique Malelo mit Handtaschen und Accessoires.

An der Ecke **Stadelhoferstrasse**/Rämistrasse befindet sich seit Mitte Dezember neu das erfolgreiche Pasta-und-Pizza-Restaurant Vapiano mit der zweiten Filiale in Zürich auf rund 500 Quadratmetern. Nebenan zieht Ende 2011 Scotch & Soda auf 300 Quadratmetern ein, wofür der Club Hey seine Fläche räumen musste. Er zieht nach Oerlikon. Am Stadelhoferplatz und am Bellevue gab es im vergangenen Jahr keine nennenswerten Veränderungen.

#### Viaduktbögen: Läden eröffnet

Unter den Bögen des Eisenbahnviadukts im Zürcher Kreis 5 ist wieder Leben eingekehrt. Nach fünf Jahren Planungs- und Bauarbeiten ist ein urbaner Treffpunkt von 500 Metern Länge entstanden: zum Flanieren, Einkaufen, Sich-Vergnügen, Essen und Trinken. Ab April 2010 wurde ein grosser Teil der Läden eröffnet, weitere folgten Anfang Juli 2010.

Herz der Anlage ist nach der offiziellen Eröffnung Anfang September 2010 Zürichs erste Markthalle, in der rund zwanzig Bauern und Lebensmittelhändler aus der Umgebung ihre Ware anbieten. Sie wird wie das Restaurant im hinteren Teil rund ums Jahr sechs Tage die Woche geöffnet sein. Die weiteren Mieter sind unter anderem die Modeunternehmen Big, Billabong, Companys, Kitchener und Nudie Jeans.

## 02

# Genf mit den höchsten Umsätzen im Luxusgüterbereich

#### Genfer 1A-Lagen gefragt wie nie zuvor

Der Standort GENF mit seiner sehr hohen Zentralität, der weltweit nach Zürich zweithöchsten Kaufkraft und internationalem Publikum hat für viele Detailhändler eine einzigartige Attraktivität als Tor zum Schweizer Einzelhandel. Neben dem Kaufkraftargument spielt die prinzipielle Affinität der angelsächsisch geführten Einzelhandelsunternehmen zum französischsprachigen Teil der Schweiz mit ihren Einzelhandelszentren Genf und Lausanne eine nicht unwesentliche Rolle. Ein weiterer Faktor für die enormen Erfolge ist die sehr hohe Nachfrage nach Accessoires- und Schmuckartikeln bei den arabischen Sommergästen. So kommt es nicht selten vor, dass ein Kunde im sechs- bis siebenstelligen Bereich für sich und seine Familie einkauft. Oft präsentieren die Luxusgüterfirmen ihre Ware auch direkt in der Hotelsuite des Kunden und fahren diese extra aus Mailand oder Paris nach Genf.

Die Spitzenmieten an der **Rue du Rhône** betragen bis zu 7900 Franken pro Quadratmeter im Jahr. Die Rues Basses stehen dem mit 7000 Franken in nichts nach und sind gefragt wie eh und je. Dies belegt auch die Frequenz von deutlich über 80 000 Passanten am Tag.

Die Strasse mit dem Namen des Flusses, der durch die Stadt fliesst, hat in den vergangenen drei Jahren die meisten Wechsel der Geschichte erlebt, was dafür spricht, dass aufgrund der weltweit zweithöchsten Kaufkraft sowie der arabischen Besucher in Genf mit die höchsten Umsätze erzielt werden. Luxusuhren- und Schmucklabels wie Boucheron, Audemars Piguet (Relocation), Panerei, Graff Diamonds, Hublot, Dior Horlogerie und Montblanc eroberten eine Fläche an einer der meistbegehrten Lagen in Europa. Das Uhren-Konzept Gérald Genta von Bulgari wurde allerdings schon nach rund zwei Jahren wieder eingestellt und die Boutique in ein Bulgari-Accessoires-Geschäft umgewandelt.

#### 75 Millionen Kaufpreis für Liegenschaft an der Rue du Rhône

Nachdem die Familie Wertheimer die Liegenschaft ihrer Chanel-Boutique für mehr als 50 Millionen Franken gekauft hatte, wurde dem Luxuslabel Hermès im selben Gebäude die Kündigung zugestellt. Daraufhin erwarb die Hermès-Eigentümerfamilie



Versace und Hugo Boss, Rue du Rhône in Genf



Les Ambassadeurs, Rue du Rhône in Genf



## EINZELHANDELSSPITZENMIETEN DER SCHWEIZER TOPLAGEN 2010/2011

	CHF/m <sup>2</sup> pro Jahr	€/m <sup>2</sup> pro Monat
Zürich, Bahnhofstrasse	10'256	643
Genf, Rue du Rhône	7'690	482
Genf, Rue du Marché/Rue de Rive	7'025	440
Bern, Marktgasse/Spitalgasse	6'390	400
Basel, Freie Strasse	5'450	341
Luzern, Hertensteinstr./Weggisgasse	5'150	323
Winterthur, Untertor/Marktgasse	4'550	285
Zürich, Rennweg	4'400	276
Lausanne, Rue du Bourg	4'200	263
St. Gallen, Multerasse	4'150	260
Lugano, via Nassa	3'650	229
Biel, Nidaugasse	3'600	226
St. Moritz, via Serlas	3'490	219



Passantenfrequenzen der Genfer Innenstadt (pro Tag in 1000)

Dumas von einer Deutschschweizer Versicherung zwei Häuser weiter, neben Patek Philippe, die Immobilie, in der Les Ambassadeurs eingemietet war. Die Kosten des Erwerbs summierten sich auf einen Rekordbetrag von über 75 Millionen Franken. Les Ambassadeurs erhielt für den vorzeitigen Auszug ein Schlüsselgeld im oberen siebenstelligen Bereich und kaufte damit das Modelabel Francesco Smalto aus seiner 450 Quadratmeter grossen Fläche aus, das gegenüber, im selben Haus wie das italienische Luxuslabel Fendi, eingemietet war. Der Eigentümer steigerte nach diesem Wechsel die Miete von Les Ambassadeurs um das Dreifache.

### Christian Louboutin und Jean Paul Gaultier

Luxusmode- und Accessoires-Retailer standen den Juwelieren aber keineswegs nach. Burberry betreibt derzeit ein Provisorium für Accessoires in der ehemaligen Boutique Lamarque neben Boucheron. Vier Häuser rechterhand zelebrierte der französische Schuhdesigner Christian Louboutin gegenüber von Jean Paul Gaultier die Eröffnung seines ersten Schweizer Geschäfts auf geschätzten 120 Quadratmetern. Die UBS hat angekündigt ihre von der Rue du Rhône zur **Rue de la Confédération** durchgehende Liegenschaft an der Rue du Commerce zu sanieren und für den Einzelhandel nutzbar zu machen.

### 7 Millionen Key Money für 60 Quadratmeter

Nach langem Leerstand entschied sich Versace, das ehemalige Accessoires-Geschäft Galli doch auf nur 60 Quadratmetern zu beziehen, nachdem ein Key Money von rund 7 Millionen Franken bezahlt worden war. Das vormalige Vilebrequin-Geschäft mit 40 Quadratmetern, zwischen Max Mara und Tod's gelegen, wurde vom Dessous-Anbieter Aubade übernommen. Gegenüber eröffnete der britische Luxusschuhanbieter Church sein zweites Schweizer Geschäft auf rund 70 Quadratmetern.

Es dauert nicht mehr lange, bis die erste offizielle Miete von 8000 Franken pro Quadratmeter im Jahr erreicht wird.

### Bon Génie mit Chanel und Gucci

Links vom Schweizer Flagship von Victorinox, an der **Rue du Marché**, hat ein spanischer Investor die Liegenschaft erworben und dort allen Mietern gekündigt. Lediglich Benetton wird bleiben und eine neue Fläche erhalten. In derselben Liegenschaft, auf der Fläche der französischsprachigen Buchhandelskette Payot, wird künftig das Young Fashion Label Esprit nach jahrelanger Suche auf über 1000 Quadratmetern den Westschweizer Flagship Store eröffnen.

Orange zog bereits Ende 2009 von der Rue du Rhône in die ehemalige Boutique Static um. Auf derselben Strassenseite weiter links, neben Bon Génie, eröffnete das Cashmere-Label Repeat auf etwas mehr als 100 Quadratmetern auf der ehemaligen Fläche des Outlet-Geschäfts Le Mouton à 5 Pattes.

Bon Génie erwarb vor einigen Jahren von der Valora die Liegenschaft in der Merkur Confiserie eingemietet war, bevor Jürg Läderach Merkur von der Valora Pensionskasse erwarb. Nun hat die Familie Brunshwig ihr Flaggschiff an der am stärksten frequentierten Genfer Strasse um wertvolle 150 Quadratmeter im Erdgeschoss auf 5000 Quadratmeter erweitert und neben Gucci und Chanel noch weitere Corner-Boutiquen mit Luxusbrands besetzt.

### Zwei Jahre Leerstand an Top-1A-Lage

Der französische Herrenausstatter Zilli eröffnete an der **Rue Robert-Céard**, zwischen Rue du Rhône und Rue de la Croix d'Or gelegen, auf rund 200 Quadratmetern neben dem Uhrenlabel Tag Heuer und gegenüber von Emporio Armani. Der ehemalige Photo Shop am Place Longemalle an der Ecke zur Rue de la Croix d'Or, zwischen dem Schuhlabel J.M. Weston und dem Homedecor-Anbieter Yves Delorme, wurde durch den Optiker Acuitis Genève ersetzt. Gegenüber, an der Rue de la Fontaine, eröffnete Rolex die erste Chrono Time Bijouterie und Tudor ebenfalls die erste Schweizer Bijouterie. Neben an wird neben dem deutschen DOB-Label Marc Cain das französische DOB-Konzept Comptoir des Cotonniers mit dem zweiten Schweizer Geschäft auf rund 70 Quadratmetern eröffnen.

An der **Rue de Rive** steht die Fläche der Bank BSI (vormals Banco del Gottardo) nun seit bald zwei Jahren leer. Ursprünglich sollte die Stadt Genf diese Fläche für das Bezirksgericht anmieten, machte dann jedoch einen Rückzieher. Man darf gespannt sein, wer diese prominente Eckliegenschaft zwischen den beiden Elektronikhäusern Apple und Fnac beziehen wird. Gegenüber entwickelte sich die Rue de la Tour Maîtresse enorm mit den Eröffnungen der Kindermodegeschäfte von Diesel, Madison, Tommy Hilfiger und Tartine et Chocolat sowie Tara Jarmon.

Auf den Rues Basses (Rue de la Confédération, Rue du Marché, Rue de la Croix d'Or und Rue de Rive) ist es nur noch eine Frage der Zeit, wann die Mieten die 8000-Franken-Marke übersteigen. Denn die Nachfrage übersteigt das Angebot bei weitem, so dass die Fläche der gesamten Strasse noch einmal an wartende internationale Retailer vermietet werden könnte.



Victorinox, rue du Marché in Genf



Rue du Marché und Place Molard in Genf

## Basel und Bern mit überschaubaren Wechseln und stabilem Retailmarkt



Freie Strasse in Basel

### Apple kommt mit Flaggschiff nach Basel

In BASEL, der drittgrössten Schweizer Stadt, wird Apple voraussichtlich Anfang 2012 an der Freie Strasse im jetzigen Botty-Schuhgeschäft auf drei Etagen und 900 Quadratmetern Gesamtfläche eröffnen. Am Anfang der **Freie Strasse**, beim Marktplatz, übernahmen neu die beiden französischen Young Fashion Retailer NafNaf (rund 300 Quadratmeter) und Promod (rund 200 Quadratmeter) die ehemaligen Flächen von Pimkie und Yves Rocher. Im ehemaligen Optik Noll, neben Starbucks und gegenüber von Musik Hug, findet man jetzt Spezialitäten von Casa del Vino. Die höchsten hier erreichten Mieten betragen bis zu 5450 Franken pro Quadratmeter im Jahr.

### Steinenvorstadt mit prominenten Neuzugängen

Am Anfang der **Steinenvorstadt** übernahm die dänische Bestseller-Gruppe mit ihren Marken Vero Moda und Jack & Jones den Mietvertrag von Fnac, die hier mit dem ersten Deutschschweizer Geschäft auf rund 2500 Quadratmetern nicht Fuss fassen konnten. Die Verkaufsfläche von Vero Moda und Jack & Jones beträgt 1200 Quadratmeter auf drei Etagen. Vier weitere Geschosse stehen derzeit noch leer. Die Immobilie wurde seinerzeit speziell für das Modehaus Spengler (heute Schild) konzipiert und weist sehr niedrige Deckenhöhen auf. Weil die Fassade Retail-tauglich verändert wurde, obwohl die Bewilligung der lokalen Baupolizei fehl-

te, erhielt das gesamte Gebäude einen völlig neuen Charakter. Bestseller erhielt von Fnac für den Einstieg in deren Mietvertrag eine Summe von 1,5 Millionen Schweizer Franken in bar.

Gegenüber startet das ebenfalls zu Bestseller gehörende Damenmodelabel Vila mit dem ersten Geschäft in der Schweiz auf 120 Quadratmetern in der ehemaligen Vero Moda-Boutique. 50 Meter weiter, auf derselben Strassenseite, kaufte ein Schweizer Investor die Liegenschaft, in der vormals die Lingerie-Boutique Beldona und das Süswarenkonzept Lolipop ansässig waren. Das Haus wurde komplett neu erstellt und beheimatet nun einen Burger King auf zwei Etagen mit rund 300 Quadratmetern. Schräg gegenüber wurde die Fläche des Spielsalons Domino durch die Vivarte-Gruppe übernommen.

### Gerbergasse mit viel Bewegung

Tom Bergstein startete sein Outdoor-konzept im ehemaligen Geschäft von Bossert Gravuren. Boty wird Mitte 2011 die Fläche des Mitbewerbers Pasito-Fricker auf rund 300 Quadratmetern übernehmen. Six Shop wird die **Gerbergasse** verlassen und unverständlicherweise ins Shoppingcenter Stücki ziehen. Der von der deutschen Görtz-Gruppe übernommene Pasito-Fricker hat wiederum die Fläche der zur Caritas gehörenden Ladenkette Unica gegenüber der Kinderbekleidungskette Du Pareil au Mème angemietet, nachdem ein Schweizer Investor die Liegenschaft erworben hatte. Zwei Häuser weiter rechts hat die italienische Modemarke Sasch auch hier ihren Mietvertrag für die über 1000 Quadratmeter grosse Fläche an die Metro Boutiques verkauft. Unica brauchte nicht lange, bis an der Markt-gasse gegenüber von Nespresso die in der ehemaligen Schiffflände Drogerie auf rund 100 Quadratmetern wieder eröffnet wurde.

Am Rheinufer der **Greifengasse** konnten die Swisscom und McOptic neu eröffnen. Gegenüber sicherte sich Sunrise die Fläche von Vögtli Mode auf 65 Quadratmetern neben der Parfümerie Marionnaud.

### Wer wird der Nachfolger von Vatter?

In der Bundeshauptstadt BERN ticken die Uhren bekanntermassen etwas langsamer. So wurden auch im vergangenen Jahr in der Stadt an der Aare im Verhältnis der Gesamtzahl der Geschäfte an 1A-Lagen

zur Grösse der Stadt die wenigsten Wechsel gezählt. Dies spricht jedoch für die Beständigkeit und den Erfolg der ansässigen Detailhandelsgeschäfte.

An der **Spitalgasse** wird das Biofachgeschäft Vatter von der gleichnamigen Familie Ende März geschlossen, weil es mit rund 8 Millionen Franken Umsatz nicht mehr rentiert. Erst vor kurzem wurde von den Eigentümern der Liegenschaft, der Familie Vatter, die einst selbst genutzte Restaurantfläche im ersten Obergeschoss an das asiatische Foodkonzept «Mjshjo» des Zürcher Frauenvereins auf rund 250 Quadratmetern untervermietet.

Orell Füssli gab seine Fläche im Musikhaus Krompholz auf. Das Zürcher Buchhaus konnte dem übermächtigen Konkurrenten Thalia kein Paroli mehr bieten, der mit den beiden Geschäften in Bern mit über 45 Millionen Franken Umsatz klarer Marktführer ist.

Dosenbach-Ochsner, Teil der deutschen Deichmann-Gruppe, beendete den Franchisevertrag mit Nike an der **Neuengasse** und eröffnete an gleicher Stelle Anfang 2010 ein Ochsner-Sportgeschäft auf rund 300 Quadratmetern.



Loeb, Spitalgasse in Bern



Vero Moda, Steinenvorstadt in Basel



Marktgasse in Bern



Shoppingcenter Westside in Bern-Brünnen

#### McDonald's kann Miete nicht mehr zahlen

An der **Marktgasse** kaufte der Young-Fashion-Multibrand-Spezialist Metro Boutique den Vertrag des Herrenausstatters und Nachbargeschäfts Fein-Kaller für einen siebenstelligen Betrag und verdoppelte die Verkaufsfläche des bestehenden Geschäfts auf über 1000 Quadratmeter. Gegenüber konnte McDonald's die Mieterhöhung nicht mehr erwirtschaften, so dass Tally Weijl den Zuschlag für die rund 300 Quadratmeter grosse Fläche bekam. Nachfolger von Tally Weijl zwei Türen weiter rechts ist das Schuhkonzept Humanic, das auf 180 Quadratmetern das zweite Schweizer Geschäft eröffnete.

Charles Vögele hat auch in Bern den Flagship Store mit 4000 Quadratmetern Verkaufsfläche einer Totalsanierung unterzogen und Anfang Oktober 2010 zeitgleich mit der etwas kleineren Filiale an der Spitalgasse neu eröffnet. Am Kornhausplatz konnten Swiss Alpine und Swiss Military neben Chico-rée mit einem tollen Ladenbaukonzept die Fläche von City Schuh auf rund 80 Quadratmetern übernehmen.

#### Kramgasse gewinnt an Attraktivität

Schon Albert Einstein wusste um die Attraktivität dieser Strasse und wohnte hier einige Jahre. Johann Wolfgang Goethe bezeichnete sie als «die schönste Gasse der Welt». Die **Kramgasse** wurde durch einige neue Brands bereichert. So eröffnete zum Beispiel Roy Rosen neben Navyboot auf 160 Quadratmetern im ehemaligen Restaurant Mistral. Das ehemalige Restaurant Artemisia wurde im Stockwerkeigentum verkauft und im August 2010, komplett neu saniert, von Hans Tschirren als Capitol Brasserie eröffnet. Auf der gegenüberliegenden Strassenseite befinden sich schon seit einigen Jahren internationale Brands wie Bally, Ecco, Lacoste und Repeat Cashmere.

Bern spielt im Vergleich zu anderen europäischen Hauptstädten und Metropolen eine recht unbedeutende Rolle in Bezug auf den innerstädtischen Einzelhandel. Die Wirtschafts- und Kaufkraft im Raum Bern ist eben nicht vergleichbar mit Orten wie Zürich, Genf, Wien oder München. Zudem behindert die Qualität des Flächenbesatzes auf dem Aarefelsen wegen der baulichen Gegebenheiten des UNESCO-Weltkulturerbes eine wettbewerbsfähige Flächenproduktivität. Das zeigt sich anhand der zahlreichen kleinen Geschäfte und Boutiquen in den Katakomben der Kellergeschosse.

#### Westside immer noch nicht auf Erfolgskurs

Doch gerade wegen dieser Umstände hat der Einzelhandel in Bern ein grosses Potenzial. Auch hier ist der Fokus nationaler und internationaler Investoren auf entwickelbare innerstädtische Liegenschaften gerichtet. Der grosse Erfolg der Christoffel-Unterführung steht dabei im direkten Gegensatz zur Entwicklung des Shoppingcenters Westside, das wie das Urban Entertainment Center Sihlcity in Zürich und das Shoppingcenter Stückerli in Basel ein unvollständiges Konzept an einer peripheren Lage darstellt.

Die höchsten Mieten bei Neuvermietungen von 100 bis 150 Quadratmeter grossen Geschäften mit einer Front von 6 bis 8 Metern und ebenerdigen Eingang wurden mit 6390 Franken registriert.

## 04

# Lausanne und Winterthur sind die am stärksten wachsenden Schweizer Städte

#### 100 Jahre Papeterie Reymond sind Geschichte

In LAUSANNE konnte die **Rue du Bourg** im abgelaufenen Jahr einige Wechsel und Neuzugänge verbuchen. Der Schweizer Schuhhändler Navyboot übernahm die Fläche der Papeterie Reymond gegenüber von Louis Vuitton und Hermès auf rund 300 Quadratmetern und wird im Frühjahr 2011 eröffnen. Mit Longchamp wurde ein adäquater Nachmieter für die ehemalige, 70 Quadratmeter grosse Boutique gegenüber dem spanischen Modelabel Mango gefunden. Die nebenan gelegene Bijouterie von Pierre Gumser mit rund 70 Quadratmetern wurde im Sommer 2010 vom Bijouteriebrand Thomas Sabo übernommen. Comptoir des Cotonniers, mit Mode für

die Mutter und Tochter, konnte das Geschäft von «bis by Annabelle» auf rund 120 Quadratmetern übernehmen und eröffnete im Sommer 2010. Nebenan startete das Geschenkartikelkonzept Smartbox auf 80 Quadratmetern in der ehemaligen Boutique Cotton Club.

#### Charles Vögele kann zweiten Standort in Lausanne nicht halten

An der **Rue Saint-François** übernimmt Ochsner Sport die Fläche von Schäfer Sport neben Bally und gegenüber von Bucherer. Das Navyboot-Geschäft wird durch eine Fogal-Boutique ersetzt. Am Ende der Strasse konnte das ebenfalls zur Deichmann-Gruppe gehörende Geschäft Ochsner Shoes



Rue du Bourg in Lausanne



Geox und Bonita am Untertor in Winterthur



Vero Moda und Vila an der Marktasse in Winterthur

die Fläche gegenüber von C&A um rund 200 Quadratmeter auf der ehemaligen Fläche von La Grange erweitern. An der **Rue du Pont** hat Das Depot die ehemalige Interio-Fläche übernommen und komplett nach dem deutschen Konzept umgebaut. Am **Place de la Palud** sicherte sich Chicorée nach einem lang und hart umkämpften Bieterverfahren die Fläche von Charles Vögele von rund 900 Quadratmetern.

#### Wagamama kommt in Winterthur nicht an

In WINTERTHUR standen im abgelaufenen Jahr diverse Mietvertragsverlängerungen an, nachdem im Vorjahr am **Untertor** mit Street One lediglich ein Neuzugang zu verzeichnen gewesen war. So konnte Walder Schuhe seinen Vertrag um weitere 15 Jahre verlängern. Auch die holländische Modekette WE schaffte es, die Angebote der Konkurrenz zu überbieten, und verlängerte den Mietvertrag. Bei Expert Gabriel, direkt links nebenan, hat Tally Weijl den Zuschlag erhalten und wird hier Ende 2011 auf 300 Quadratmetern eröffnen. Auf der ehemaligen Fläche von Yves Rocher wurde im September 2010 eine Geox-Boutique auf rund 90 Quadratmetern eröffnet.

Schräg gegenüber konnte die PKZ-Gruppe den Mietvertrag ihres Geschäfts Blue Dog nicht verlängern. Hier wird im Frühjahr 2011 Apple Dataquest einen Flagship Store auf rund 150 Quadratmetern eröffnen. Auch Kochoptik verlängerte den Vertrag auf 100 Quadratmetern an der **Marktasse**. Gegenüber gab das britische Nudelkonzept Wagamama nach nicht einmal einem Jahr wieder auf und schloss das Lokal im Sommer 2009. Nachfolger wurde hier nach fast neun Monaten Leerstand Anfang 2010 auf 300 Quadratmetern die Bestseller-Gruppe mit ihren Accessoires- und Modekonzepten Pieces und Vila.

#### Metro Boutiques expandiert

Am Ende der Marktasse kauften die Hauptaktionäre der Metro Boutiques das Gebäude von Charles Vögele. Die Eröffnung ist im Herbst 2011 auf 900 Quadratmetern vorgesehen.

Die höchsten Mieten liegen am Untertor bei rund 4000 Franken für ein ebenerdiges Ladengeschäft mit 100 Quadratmetern, einer Deckenhöhe von mehr als 3 Metern und einer Schaufensterfront von 6 bis 8 Metern. Je grösser die Grundfläche des Geschäfts ist, desto niedriger wird der durchschnittliche Umsatz des Detailhändlers pro Quadratmeter. Und somit verringert sich dann auch die Miete pro Quadratmeter. Über 50 000 Personen frequentieren hier täglich vom Bahnhofplatz in Richtung Marktasse.

## 05 St. Gallen, Luzern, Lugano und Biel mit verhaltenen Wechseln

#### Aus Beck-Beck wird Jack & Jones

In ST. GALLEN, der grössten Stadt in der Ostschweiz mit dem UNESCO-Weltkulturerbe der Stiftsbibliothek und der Kathedrale, waren die Neuzugänge im vergangenen Jahr eher verhalten, nachdem in den drei Jahren zuvor viele Wechsel vollzogen worden waren. Die Spitzenmiete an der **Multergasse**, der kürzesten 1A-Lage der Schweiz, ist mit rund 4000 Franken pro Quadratmeter im Jahr die moderateste der Schweizer Top-Lagen. Über 40 000 Personen am Tag sind hier keine Seltenheit mehr.

In die ehemalige Bäckerei Beck-Beck wird im Sommer 2010 das Herrenkonzept Jack & Jones auf zwei Etagen mit 240 Quadratmetern Verkaufsfläche einziehen. Die Eigentümerfamilie konnte das Geschäft nicht weiterführen und verkaufte die Liegenschaft für mehr als das 40-Fache der Jahresmiete an ein Schweizer Family. Nach der Sanierung beträgt die Rendite dann allerdings 7,5 Prozent. An der **Spisergasse** und der **Marktasse** gab es keine Veränderungen. Lediglich an der **Neugasse** konnte Das Depot im März 2010 die ehemalige Interio-Boutique komplett saniert neu eröffnen.

LUZERN hat schweizweit die höchste Zentralität mit einer Kennziffer von 221, was hauptsächlich auf den Tourismus und das grosse Einzugsgebiet der Nachbargemeinden zurückzuführen ist. An den besten Lagen werden Mieten bis zu 5000 Franken pro Quadratmeter im Jahr gezahlt. Bis zu 70 000 Passanten pro Tag wurden an der Weggisgasse und der Hertensteinstrasse gezählt.

#### Aus Waffen Stampfli wird Pieces

Am **Hirschenplatz** wird Companys Mitte 2011 in der jetzigen Vero Moda-Filiale auf zwei Etagen und 100 Quadratmetern Verkaufsfläche ein Schuhgeschäft eröffnen. Fielmann startete im Januar 2010 schräg gegenüber an der **Weggisgasse**, auf der ehemaligen Fläche des holländischen Modeanbieters Mexx. Durch den Umzug von der Kapellgasse können mehr als 40 Mitarbeitende dem Ansturm der Kunden nun auch schon morgens um acht Uhr gerecht werden. Die Gesamtfläche beträgt über vier Etagen rund 1000 Quadratmeter inklusive Lager und stand mehr als ein Jahr lang leer, bis der Umbau abgeschlossen werden konnte. An der **Hertensteinstrasse** hat das Accessoires-Konzept Pieces das dritte Schweizer Geschäft im ehemaligen Waffen Stampfli auf rund



Multergasse in St. Gallen



Schwanenplatz in Luzern

160 Quadratmetern eröffnet. Apple Data Quest hat den zweiten Standort in Luzern an der **Kapellgasse** auf 80 Quadratmetern eröffnet. Nach fast einjähriger Umbauzeit und langer Verhandlung über den neuen Mietvertrag konnte Herren Globus Ende Oktober 2010 wieder auf drei Etagen mit 470 Quadratmetern eröffnen. Das ehemalige Geschäft von Fielmann auf zwei Etagen mit 290 Quadratmetern Verkaufsfläche hat nach langen Verhandlungen Postfinance übernommen, nachdem Bestseller trotz schriftlicher Zusage einen Rückzieher gemacht hatte. Zwischen der Hertensteinstrasse und dem parallel gelegenen Grendel hat das Genfer Uhrenunternehmen Codex auf knapp 80 Quadratmetern debütiert und sein erstes Geschäft eröffnet.



Farfalle & Nassadonna, via Nassa in Lugano

### Etiqueta Negra mit Schweizer Debüt

In LUGANO, der Stadt am gleichnamigen See, vergrösserte Louis Vuitton seine Boutique am Ende der Luxusmeile **Via Nassa** auf rund 300 Quadratmeter. Gegenüber entsteht ein neues Fünfsternehotel, in dem gemäss lokalen Insidern auch Giorgio Armani seine Brands präsentieren wird.

### Gucci kommt nach Lugano

Insidern zufolge hat Gucci Ende 2010 die Liegenschaft der heutigen Modegeschäfte Farfalle und Nassadonna, zwischen Bally und Versace gelegen, an der via Nassa gekauft.

### Les Ambassadeurs doppelt so gross neben Gübelin

In der ehemaligen Boutique Bernie's befindet sich nun auf 55 Quadratmetern eine Boutique Etiqueta Negra. Nachdem bereits Chopard und Mobilezone neben dem Antiquitätengeschäft Weber & Bläuer wieder aufgegeben hatten, übernahm der Juwelier Les Ambassadeurs neben dem Juwelier Gübelin die Fläche auf rund 300 Quadratmetern. An der Pi-



Warenhäuser Loeb & Coop, Nidaugasse in Biel



Moncler & Hermès in Lugano

azzetta Maraini konnte Moncler als Nachfolger der Bijouterie Valente Milano neben Hermès auf zwei Etagen und knapp 100 Quadratmetern einziehen. Die höchsten Mieten betragen hier nahezu 4000 Franken pro Quadratmeter. Bis zu 50 000 Passanten verkehren hier an Spitzentagen.

### Swarovski verdrängt Kulinarientempel

Der Hit des Luganer Einkaufsviertels ist weder das feine Tuch noch die exquisite Uhr, sondern der farbige Kulinarientempel von Lino Gabbani. So umschreibt der Reiseführer Marco Polo Herrn Gabbani, der nach jahrelangem Kampf um sein Geschäft dem Filialisierungsdruck an der **Via Pessina** zugunsten von Swarovski nachgeben musste. Aber die Familie Gabbani gab nicht auf und kaufte die direkt an ihre ehemalige Lokalität angrenzende Liegenschaft, die sie mit grossem Aufwand sanierte und in neuem Glanz mit ihrem alten Charme eröffnete.

### 41 Millionen Franken Investment für Esprit und Lüthi + Stocker Bücher

In BIEL investierte eine deutsche Bauträgerin 37 Millionen Franken in das Projekt der neuen Geschäfte von Esprit und Lüthi + Stocker Bücher an der **Nidaugasse** auf insgesamt 1900 Quadratmetern an der Nidaugasse. Die Eröffnung ist für das Frühjahr 2011 geplant. Die sehr gefragte 1A-Lage weist Mieten von über 3000 Franken pro Quadratmeter auf. Metro Boutique konnte nach zähen Verhandlungen die Fläche von Cecil, der Schwesterfirma von Street One, übernehmen. Somit hat Metro Boutique nun endlich die Möglichkeit sich in seiner Heimatstadt entsprechend zu präsentieren.

An der **Bahnhofstrasse** gab es nach dem Zuzug von Jack & Jones und der Eröffnung der Valiant Bank im ehemaligen Bijou les Boutiques keine wesentlichen Veränderungen mehr.

Die Spitzenmieten betragen an der Nidaugasse bis zu 3600 Franken pro Quadratmeter im Jahr.

## 06

# St. Moritz, Gstaad, Zermatt und Davos mit wenigen Veränderungen

### St. Moritz und Gstaad mit mehr Debütanten

In ST. MORITZ eröffnet Jimmy Choo Anfang 2011 auf 100 Quadratmetern an der **Via Serlas**. Gegenüber wird Trudie Götz den ersten Tom Ford Store in einem Skiresort eröffnen, nachdem sie die erfolgreiche Boutique als erste Partnerin von Tom Ford vor rund zwei Jahren an der Storchengasse in Zürich lanciert hatte.

Ralph Lauren hat Ende 2009 an der Via Serlas neben Ermengildo Zegna die langjährige Boutique von Bogner übernommen. Sonja und Willy Bogner kauften sich an der **Via Maistra** die Liegenschaft des ehemaligen Bankbetriebs der Credit Suisse, behielten das Ladenlokal und veräusserten nach der Sanierung die Apartments. Die 300 Quadratmeter grosse «World of Bogner» ist gegenüber der berühmten Confiserie Hanselmann. Marni eröffnete eine Fashion-Boutique an der Via Maistra. Wenige Meter davon entfernt schloss Kacy Crown den erst kürzlich eröffneten Shop. Mieten von über 4000 Franken sind in St. Moritz keine Seltenheit mehr.

In GSTAAD wird Loro Piana in der ehemaligen Boutique Nicole, unweit von der **Promenade**, seine vierte Schweizer Kaschmir-Boutique auf rund 80 Quadratmetern eröffnen.

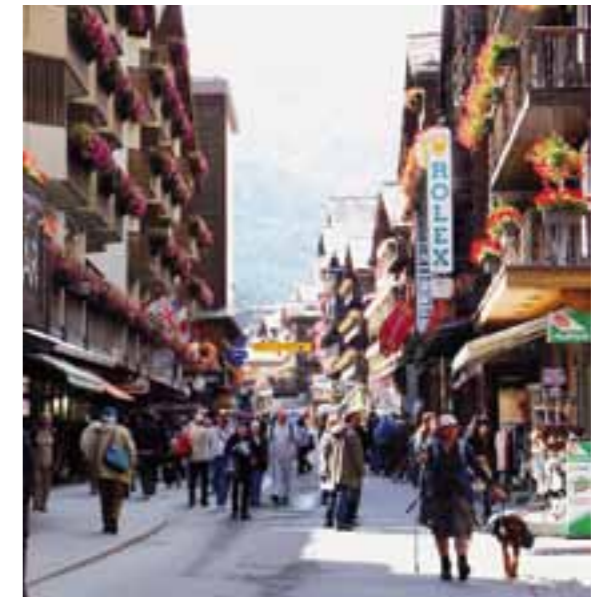
Am Anfang der Promenade, gegenüber der Eisbahn, kaufte Heidi Engelhorn zwei weitere Chalets und wird dort wieder eine Petit-Angels-Boutique eröffnen. Wer den Zuschlag für das ehemalige Hermenjat-Geschäft erhält, steht noch aus.

### Breguet kommt nach Gstaad

In der Liegenschaft der Credit Suisse an der Promenade muss Lorenz Bach ausziehen. Er weicht Breguet. Auf rund 80 Quadratmetern entsteht in der Seitengasse gegenüber dem Bahnhof eine neue Uhren- und Juwelier-Boutique.

Anfang 2012 wird eines der bekanntesten Luxuslabels in Gstaad den Grundstein für weitere Neuzugänge an der Promenade setzen. Details konnten bis zum Redaktionsschluss nicht bekannt gegeben werden. Die Mieten bewegen sich noch um die 3000 Franken pro Quadratmeter im Jahr.

Durch die Eröffnung einer neuen Boutique im Grand Hotel Park hat Audemars Piguet bestehende Syner-



Bahnhofstrasse in Zermatt

gien weiter ausgebaut. Mit ihren nur 8 Quadratmetern ist diese Boutique die kleinste Niederlassung der Marke – und doch ein wahres Schmuckstück.

In ZERMATT konnte pünktlich vor Saisonbeginn Ende November 2010 Moncler an der **Bahnhofstrasse** in der ehemaligen Boutique Nicole auf 50 Quadratmetern die fünfte Schweizer Alpendestination eröffnen. Weitere Zuzüge bekannter nationaler und internationaler Retailer im hochwertigen Segment sind 2011 und 2012 zu erwarten.

In DAVOS wurde an der **Promenade** das Hotel Morosani für 15 Millionen Franken komplett saniert und das Erdgeschoss für weitere Retailflächen ausgebaut. Odlo hat hier vor einem Jahr auf rund 150 Quadratmetern mit seinem zweiten Schweizer Geschäft die Boutique an der linken Ecklage bezogen. Sunrise platzierte sich am alten Haupteingang auf 70 Quadratmetern neben dem neuen Sportgeschäft Angerer. Migrolino ist nun an der rechten Ecklage des Hotels mit seinem Convenience Store auf 150 Quadratmetern auch präsent. Gegenüber wird das Restaurant Cioccolino abgerissen und komplett neu überbaut, so dass hier rund 500 Quadratmeter neue Retailflächen und zusätzlich auch Apartments entstehen. Die Mieten bewegen sich im Erdgeschoss heute bei rund 1000 Franken pro Quadratmeter im Jahr.

## Department Stores und Shoppingcenter weltweit am erfolgreichsten in Zürich

### Zürcher Globus-Filiale Weltspitze im Umsatz

Im Zürcher Globus an der Bahnhofstrasse blieb im Grossen und Ganzen alles beim Alten. Mit einem Umsatz von über 24 000 Franken pro Quadratmeter zählt das 7500 Quadratmeter grosse Flaggschiff mit einem Gesamtumsatz von 180 Millionen Franken immer noch zu den erfolgreichsten Department Stores weltweit.

Der Genfer Flagship Store von Globus (12 000 Quadratmeter) ist mit seiner DOB-Abteilung in die Premium-Etage aufgestiegen. Die im ersten Obergeschoss auf mehr als 2000 Quadratmeter erweiterte Abteilung präsentiert jetzt Marken wie Burberry, Boss Black, Karen Millen, Peuterey oder Paige und Maje. Mit 12 500 Franken Umsatz pro Quadratmeter hat das Genfer Haus bei 150 Millionen Franken total noch grosses Potenzial.

### Weniger Umsatz bei Jelmoli

Da das traditionsreiche Warenhaus Jelmoli in der Zürcher Innenstadt umgebaut wurde, hatte es im ersten Halbjahr 2010 weniger verkauft als noch 2009. Mit 134,2 Millionen Franken ist der Umsatz um 5,9 Prozent tiefer ausgefallen. Der Gesamtumsatz betrug im Vorjahr rund 330 Millionen Franken, was einer Performance von 13 000 Franken pro Quadratmeter auf einer reinen Verkaufsfläche von 25 200 Quadratmetern entspricht.

Weitere Angaben zum Geschäftsgang des Jelmoli-Warenhauses machte die Immobiliengesellschaft Swiss Prime Site (SPS) bei der Bekanntgabe ihres Halbjahresresultats nicht. SPS hatte Jelmoli und insbesondere dessen riesiges Liegenschaftsportfolio vor gut einem Jahr übernommen.

Jelmoli-Chef Hanspeter Grüninger renommierte kürzlich im «Tages-Anzeiger», seine Quadratmeter-Umsätze, seien «für ein Warenhaus dieser Grösse ein ungewöhnlich hoher Wert». Da hat Grüninger



Jelmoli, Seidengasse in Zürich

einerseits recht – aber andererseits liegt Globus noch weit vor Jelmoli. Renditen aus dem operativen Geschäft zwischen 3 und 6 Prozent des Umsatzes – was in der Warenhausbranche als sehr gut gilt – dürften alle drei erzielen.

Globus Bahnhofstrasse kann sich punkto Flächenumsätzen sogar mit der Mutter aller Kaufhäuser messen: den Galeries Lafayette am Pariser Boulevard Haussmann. Und das, obwohl dort Scharen von kaufwütigen Touristen aus Fernost einfallen – man weiss aus dem Duty-free-Geschäft, dass bei ihnen im Schnitt etwa 1000 Franken auf den Kassenbons stehen. Solche Kunden sind in Zürich ein seltenes Phänomen. Dass Globus mithalten kann, zeigt, dass die Schweizer einiges richtig machen.

### Manor weit abgeschlagen

Weit abgeschlagen in der Umsatz-Performance liegt das Warenhaus Manor mit lediglich 9905 Franken pro Quadratmeter im Jahr. Fraglich ist, ob Manor nach dem 31. Dezember 2014 noch an diesem Standort präsent sein wird. Die Eigentümerin eruiert, welche alternativen Nutzungsmöglichkeiten auf dem Markt vorhanden sind.

	Umsatz in Mio. Fr.	Verkaufsfläche in m <sup>2</sup>	Umsatz pro m <sup>2</sup> in Fr.
<b>Globus</b> Bahnhofstrasse, Zürich	180	~ 7'500	24'000
<b>Jelmoli</b> Bahnhofstrasse, Zürich	330	~ 25'200	13'100
<b>Manor</b> Bahnhofstrasse Zürich	105	~ 10'600	9'905
<b>Globus</b> Rue du Marché, Genf	150	~ 12'000	12'500
<b>Loeb</b> Raum Bern, sechs Häuser	182	~ 22'300	8'160

Viel Potenzial haben die privat geführten Warenhäuser von Loeb in Bern, Biel, Thun und dem Shoppyland Center bei Bern.

### Desigual mit Schweizer Premiere im Glatt

Im Shopping Center Glatt konnte sich das spanische Young Fashion Label Desigual eine Fläche sichern und wird hier voraussichtlich im Sommer 2011 eröffnen. Guess hat die Fläche von Atlanta Jeans angemietet und eröffnete mit viel Prunk im Herbst 2010. Nicht ganz so einfach liessen sich Big und Modissa von der Centerleitung kündigen, so dass die Modeunternehmen Marc O'Polo und Esprit noch ein bisschen warten müssen. Gut gestartet ist unter anderem das Healthy-Food-Konzept Hitzberger im neuen Foodcourt des Centers.

Der ehemalige Centerleiter Marcel Stoffel wurde nach knapp zehn sehr erfolgreichen Jahren Amtszeit ohne offiziellen Abschied entlassen, hat aber als Präsident des Swiss Council of Shopping Centers kürzlich ein neues Büro im Glatt Tower bezogen. Der neue Centerleiter Stefan Gross hat schon vor seinem Amtsantritt für Schlagzeilen gesorgt: Anfang Februar wurde der 41-jährige Gross von seinem Arbeitgeber Ikea gefeuert. Er war für die Immobiliengeschäfte in Russland zuständig gewesen. In Moskauer Branchenkreisen wurde spekuliert, dass der entlassene Manager ein Opfer russischer Behörden sei. In einem intransparenten Wirtschaftssystem wie dem russischen kommt es nicht selten vor, dass unliebsame Manager durch kompromittierendes Material zu Fall gebracht werden – meist ohne dass diese wissen, dass sie sich strafbar gemacht haben.

Mit einem durchschnittlichen Umsatz von über 15 000 Franken pro Quadratmeter zählt das Glattzentrum zu den erfolgreichsten Einkaufszentren Europas.

### Balexert wird zweitgrösstes Center der Schweiz

Die Schweizer Warenhausgruppe Globus, branchendritte nach Manor und Coop City, setzt ihre Expansion und Modernisierung konsequent fort. Im September eröffnete im um 10 000 auf 45 000 Quadratmeter erweiterten und gemessen am Umsatz zweitgrössten Shoppingcenter Balexert ein Globus Department Store mit 6900 Quadratmetern. Es ist die insgesamt 14. Filiale, die modisch in der Mitte bis gehobenen Mitte positioniert ist.

Bis März 2011 wird der benachbarte Herren Globus von 350 auf 1100 Quadratmeter vergrössert. Investiert werden an diesem Standort in der Nähe des Flughafens Genf über 20 Millionen Franken (rund 15 Millionen Euro).



Glattzentrum, Wallisellen



Swarovski im Shoppi-Tivoli in Spreitenbach

### Sihlcity weiter mit schwachen Umsätzen

Das an der Peripherie der südwestlichen Zürcher City gelegene Shoppingcenter Sihlcity hat seinen ersten grossen Wechsel vollzogen. Sage und schreibe Charles Vögele hat einen Meilenstein gesetzt und die Segel der Erfolglosigkeit in dieser trostlosen Mall gestrichen. Mit Outdoor by SportXX von der Migros wurde ein adäquater Nachfolgemietter gefunden.

Es bleibt spannend, zu beobachten, welche Veränderungen sich dieses Jahr ergeben werden. Mit der Vermietung des Vidal-Geschäfts an der Bahnhofstrasse hätte die Credit Suisse die Möglichkeit gehabt, dort Abercrombie & Fitch als Mieter zu gewinnen und das Schwesterlabel Hollister für das Sihlcity zu gewinnen. Doch zum Leidwesen der Zürcher Retaillandschaft wurde das Augenmerk wieder einmal auf die Swatch-Gruppe gesetzt. Die Umsätze der meisten Textil-Detailhändler bewegen sich bei nicht zufrieden stellenden 2500 bis

5000 Franken pro Quadratmeter im Jahr, was hauptsächlich auf die mangelnde Besucherfrequenz zurückzuführen ist.

### Grösstes Schweizer Shopping Center mit Druck für bessere Performance

Das grösste Center der Schweiz, das Center Spreitenbach (Shoppi-Tivoli), konnte nach über dreijähriger Bauzeit glanzvoll neu eröffnen. Zuletzt konnte sich das Young-Fashion-Geschäft Chicorée die Fläche des italienischen Modelabels Sasch sichern und neben Ochsner Sport sowie gegenüber von Esprit Men neu eröffnen. H&M betreibt auf der Tivoli-Seite sein grösstes Geschäft der Schweiz. Im November 2009 konnte im Tivoli die Eröffnung des grössten Modegeschäfts des gesamten Centers gefeiert werden: Van Graaf von der Hamburger Gruppe Peek & Cloppenburg eröffnete auf 4500 Quadratmetern und erhofft sich mit dem Start in der Schweiz mehr Erfolg als der gleichnamige Konkurrent aus Düsseldorf im Zürcher Sihlcity. Gegenüber startete Metro Boutique zwischen Fly und C&A auf rund 1000 Quadratmetern.

### Westside nicht zufrieden stellend

Ebenfalls nicht mit Erfolg behaftet bleibt das Berner Westside. Die Aussage aus dem Jahr 2007 «Wer baden geht, der kauft nicht ein» hat sich bestätigt. Noch immer hat die Centerleitung mit den Beschwerden der Mieter zu kämpfen, dass im Center nicht genügend Frequenz herrscht. Neben Orell Füssli, Palmers und L'Occitane gibt es noch einige andere Mieter, die lieber gestern als heute wieder ausgezogen wären. Nicht gerade der Brüller ist die Kommunikation der Facebook-Seite des ohnehin nicht von Erfolg gekrönten Centers.

### Stücki-Blamage in Basel

Eine grosse Enttäuschung stellt die Entwicklung des Shoppingcenters Stücki an der nördlichen Peripherie von Basel dar. Mindestens ein Drittel aller Mieter würden sofort wieder ausziehen, wenn die Eigentümerin einwilligen würde, denn die Umsätze sind jenseits dessen, was man sich auch nur im geringsten erhofft hatte. Fachleute bemängeln die



Stücki, Basel

Kompetenz des Entwicklers, der in der Schweiz unter anderem auch die Shopping Arena im Fussballstadion in St. Gallen plante, und führen den Misserfolg auch hauptsächlich auf den mangelhaften und in sich nicht stimmenden Mietermix zurück. Das Einkaufszentrum hat eine Verkaufsfläche von 32 000 Quadratmetern und 125 Geschäfte, davon 15 Gastronomiebetriebe.

### Shopyland in neuem Gewand

Das nach 35 Jahren Betriebszeit komplett sanierte Shopyland (37 500 Quadratmeter Verkaufsfläche, 249 Millionen Franken Umsatz) konnte mit Saturn doch noch einen adäquaten Ersatz für die Handelskette Fnac finden, die den Mietvertrag schon unterschrieben hatte und nach der Basler Pleite ihre Eröffnungspläne wieder auf Eis legte. Insidern zufolge ist auch hier ein guter siebenstelliger Betrag von Fnac an Saturn geflossen. Nicht funktioniert hat unter anderem Yves Rocher, der schon wenige Monate nach der Eröffnung wieder ausgezogen ist.

### Marin mausert sich

In das komplett neu gestaltete Shoppingcenter Marin werden unter anderem Globus und H&M auf jeweils 5900 und 1400 Quadratmetern eröffnen. Das Center, zwischen Biel und Neuchâtel gelegen, erfährt durch den Umbau eine markante Aufwertung. Insbesondere wird eine optimierte Zufahrt von der Autobahn die Erschliessung deutlich verbessern. Auch der optische Auftritt wird stark aufgewertet und die Totalverkaufsfläche um über 15 Prozent erweitert. Die Eröffnung ist für Herbst 2011 vorgesehen. Es wird erwartet, dass sich der durchschnittliche Umsatz von derzeit 6160 Franken pro Quadratmeter im Jahr deutlich verbessert.

### Länderpark in Stans komplett saniert

Das Einkaufszentrum wurde Ende September auf eine Fläche von 19 500 Quadratmeter vergrössert. Es ist jetzt fast doppelt so gross, bietet Platz für 52 Geschäfte und hat 1100 Parkplätze. Die Migros liess sich den Umbau 150 Millionen Franken kosten.

### Alte und neue Shoppingcenter mit grossem Potenzial

Während die Schweiz, genauso wie Österreich, mit einer Shoppingcenter-Dichte von rund 30 Quadratmetern GLA (gross leasable area / Mietfläche) pro 100 Einwohner zu den gesättigten Märkten Europas gehört, hat Deutschland noch Potenzial. Denn bei unseren Nachbarn beläuft sich die Shoppingcenter-Dichte auf nur rund 13 Quadratmeter Mietfläche pro 100 Einwohner und ist damit sogar niedriger als beispielsweise in Polen (15 Quadratmeter Mietfläche pro 100 Einwohner).

Nachfolgend sind die 36 Shoppingcenter (GfK, Detailhandel Schweiz 2010) dargestellt, die einen Gesamtumsatz von 100 Millionen Franken und mehr erwirtschaften.

Aus dieser Betrachtung lässt sich erkennen, dass bei den grossen Einkaufszentren im letzten Drittel der Grafik grosser Handlungsbedarf bestehen würde, wenn die Eigentümer und Investoren ein Interesse daran hätten, die Rendite nachhaltig zu steigern. Die Detailhandelsmieter sind mit Sicherheit interessiert, in diesen Einkaufszentren höhere Umsätze zu erzielen. Mit die Ersten, die das erkannt hatten, waren die Managements des Centers Spreitenbach (Shoppi-Tivoli), des Shopyland sowie des Marin Centre, wie vorstehend erwähnt. Es bleibt spannend, zu beobachten, was die anderen

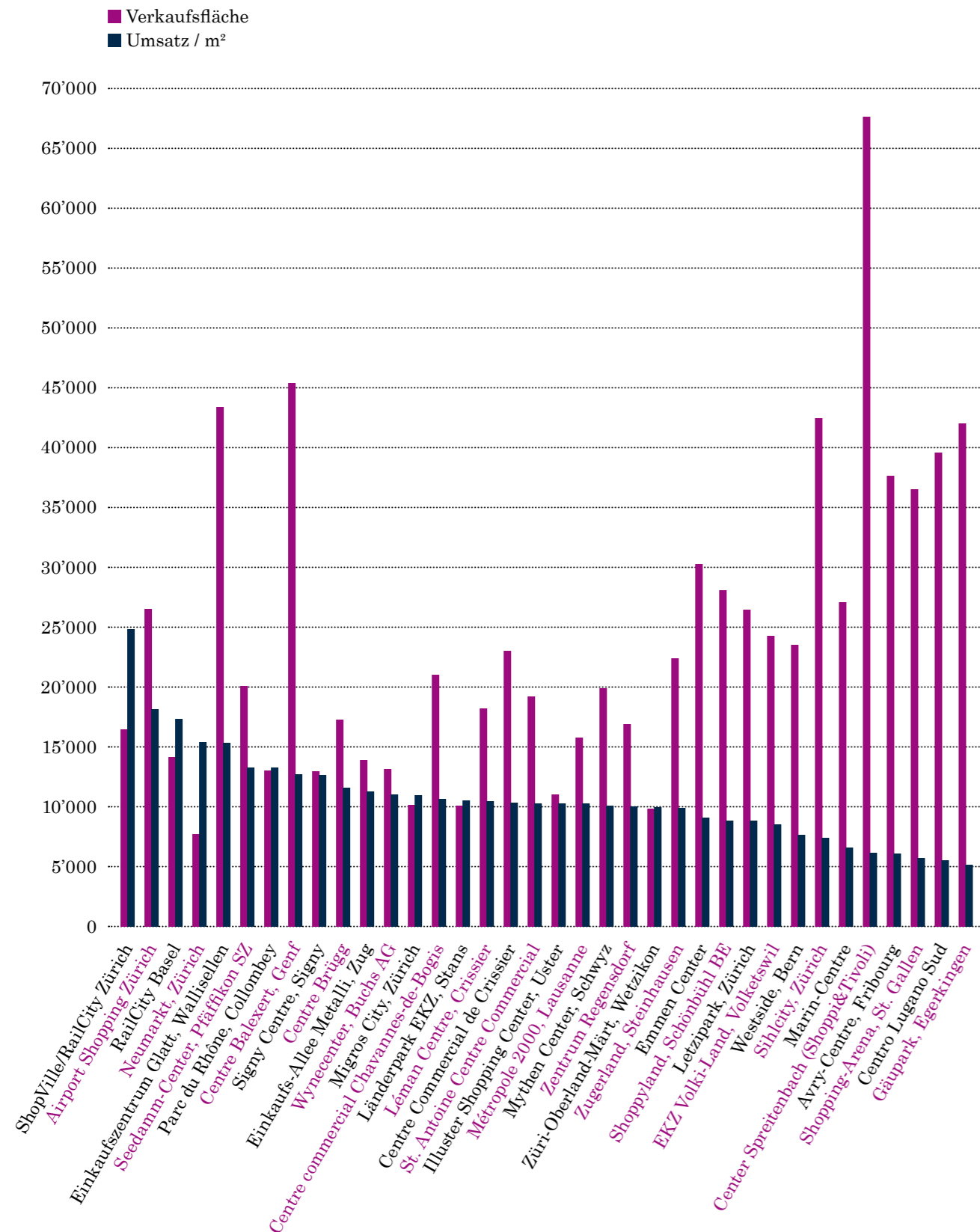
Marktteilnehmer bewerkstelligen werden, um aus ihrer derzeitigen Misere herauszukommen. Wie jedes Jahr sind unter anderem die Zahlen des Emmen Center verfälscht. Hier müsste der Umsatz von Manor herausgerechnet werden, da die restlichen Retailer wesentlich bessere Umsätze erzielen.

Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass es nicht nur darum geht, einen Konsumtempel mit den üblichen und bekannten Geschäften zu füllen, sondern darum, einen für alle Beteiligten gesunden Mietermix zu finden. Natürlich darf die Architektur dabei nicht ausser Acht gelassen werden, was bei der Planung des Sihlcity und des Westside leider geschah.

Shopping Center Schweiz	Verkaufsfläche	Umsatz/qm	Gesamtumsatz (CHF)
ShopVille/RailCity Zürich	16'486	24'809	409'001'174
Airport Shopping Zürich	26'500	18'125	480'312'500
RailCity Basel	14'159	17'327	245'332'993
Neumarkt, Zürich	7'723	15'409	119'003'707
Einkaufszentrum Glatt, Wallisellen	43'387	15'343	665'686'741
Seedamm-Center, Pfäffikon SZ	20'103	13'311	267'591'033
Parc du Rhône, Collombey	13'000	13'308	173'004'000
Centre Balaxert, Genf	45'390	12'715	449'983'850
Signy Centre, Signy	12'962	12'652	163'995'224
Centre Brügg	17'250	11'577	199'703'250
Einkaufs-Allee Metalli, Zug	13'880	11'311	156'996'680
Wynecenter, Buchs AG	13'158	11'043	145'303'794
Migros City, Zürich	10'145	10'951	111'097'895
Centre commercial Chavannes-de-Bogis	21'000	10'667	224'007'000
Länderpark EKZ, Stans	10'109	10'550	106'649'950
Léman Centre, Crissier	18'197	10'441	189'994'877
Centre Commercial de Crissier	23'042	10'368	238'899'456
St. Antoine Centre Commercial	19'230	10'296	197'992'080
Illuster Shopping Center, Uster	11'000	10'282	113'102'000
Métropole 2000, Lausanne	15'800	10'250	161'950'000
Mythen Center, Schwyz	19'930	10'085	200'994'050
Zentrum Regensdorf	16'909	10'054	170'003'086
Züri-Oberland-Märt, Wetzikon	9'862	9'947	98'097'314
Zugerland, Steinhausen	22'432	9'937	222'906'784
Emmen Center	30'300	9'109	276'002'700
Shopyland, Schönbühl BE	28'075	8'869	248'997'175
Letzipark, Zürich	26'466	8'827	233'615'382
EKZ Volki-Land, Volketswil	24'270	8'529	206'998'830
Westside, Bern	23'500	7'660	180'010'000
Sihlcity, Zürich	42'466	7'394	313'993'604
Marin-Centre	27'102	6'660	180'499'320
Center Spreitenbach (Shoppi&Tivoli)	67'627	6'156	416'311'812
Avry-Centre, Fribourg	37'644	6'110	230'004'840
Shopping-Arena, St. Gallen	36'500	5'699	208'013'500
Centro Lugano Sud	39'580	5'558	219'985'640
Gäupark, Egerkingen	42'000	5'131	215'502'000

Quelle: GfK Switzerland, Detailhandel Schweiz 2010

## SHOPPING CENTER SCHWEIZ



## 08 Schweizer Retail-Unternehmens-transaktionen



Mónica Cruz posiert mit André Maeder und designt für Vögele

### Migros rüstet sich im Wettkampf mit Coop

Die Migros hat ihre Beteiligung am Kleiderkonzern Charles Vögele erneut ausgebaut. Es handle sich um eine rein finanzielle Beteiligung, bekräftigte die Migros erneut. Marktteilnehmer zweifeln an dieser Aussage. Der grösste Schweizer Detailhändler hält inzwischen Erwerbspositionen von 22,064 Prozent an der führenden Kleiderkette des Landes. Das Interesse an der Kleiderkette besteht schon seit längerem und ist seither keineswegs erloschen: Eingestiegen ist die Migros bei Vögele im Februar 2008. Vögele hat in der Schweiz 165 Standorte. Insgesamt verfügt das Unternehmen über rund 850 Verkaufsniederlassungen.

### Aus Interio wird Depot

Ein Schweizer Brand verschwindet aus den Innenstädten: Interio eröffnete im Herbst 2009 gemeinsam mit Depot die ersten gemeinsamen Geschäfte des Joint Ventures in der Schweiz.

Migros hatte zehn Monate zuvor 49 Prozent des Familienunternehmens Gries Deco Holding (GDH) erworben. In Deutschland, Österreich und der Schweiz werden nun über 200 Filialen betrieben.

### Migros beteiligt sich an Ryffel Running

Der Schweizer Handelskonzern Migros hat sich mit 60 Prozent am Laufsport- und Nordic-Walking-Spezialisten Ryffel Running aus Bern und Uster beteiligt. Gleichzeitig wird die Ryffel Running Versand

AG, Uster, zu 100 Prozent übernommen. Die Beteiligung soll langfristig ausgebaut werden, teilt Migros mit. Ein Kaufpreis wird nicht genannt. Mit der Übernahme will Migros ihren Sportartikelfilialisten SportXX im Laufsportsegment stärken. Zu SportXX gehören 48 Läden sowie sechs Geschäfte Outdoor by SportXX. Im Herbst 2011 sollen erste Running-Shop-in-Shops in grösseren SportXX-Filialen eröffnet werden.

### Migros baut Position mit Mibelle aus

Der Schweizer Industrie- und Handelskonzern baute seine Position im internationalen Kosmetik- und Hygienegeschäft aus. Die zur Gruppe gehörende Mibelle AG Cosmetics übernimmt die Mehrheit der britischen Hallam Beauty Ltd, Bradford, mit 270 Mitarbeitenden und 37 Millionen Pfund (41 Millionen Euro) Umsatz. Die Migros setzte 2009 rund 25,7 Milliarden Franken (17,5 Milliarden Euro) um, davon 5,2 Milliarden Franken im Industriebereich.

### Coop erstmals mit Umsatz von 20 Milliarden Franken

Coop hat 2010 eine weitere Wachstumsschwelle überschritten: Der Gruppenumsatz nahm um 1,8 Prozent auf 20,0 Milliarden Franken zu. Coop wuchs damit schneller als die Migros und steht mit der Übernahme von Transgourmet vor dem Sprung zur Nummer eins.

Im laufenden Jahr dürfte Coop die Migros beim Umsatz überholen: Coop steht nämlich vor der Vollübernahme der bisher nicht konsolidierten Transgourmet-Gruppe, die im Abhol- und Belieferungsgrosshandel 2010 im In- und Ausland rund 6,2 Milliarden Euro umsetzte (+6,6 Prozent).

Die letzte noch ausstehende Zustimmung für die Übernahme des 50-Prozent-Anteils an Transgourmet von der deutschen Rewe sei am Montag eingetroffen, gab Coop Anfang Januar 2010 weiter bekannt.

### 50 Verkaufsstellen mehr

Ende 2010 zählte die Coop-Gruppe inklusive weiterer Töchter wie Dipl. Ing. Fust, die den Umsatz um 3,4 Prozent steigerte, 1914 Verkaufsstellen. 49 Schliessungen standen 99 Eröffnungen gegenüber. Allein 38 Standorte kamen mit der Übernahme der Körperpflege-Kette The Body Shop Switzerland hinzu.



### Sunrise geht an CVC

Die geplante Übernahme von Sunrise durch Orange für 1,8 Milliarden Franken wurde von der Wettbewerbskommission nicht genehmigt. Stattdessen erwarb der Finanzinvestor CVC Capital Partners die Schweizer Tochter der dänische TDC-Gruppe für 3,3 Milliarden Franken. Die Beteiligungsgesellschaft CVC Capital Partners sieht sich als langfristige Investorin. Sie konzentriert sich auf die Entwicklung von Unternehmen und bleibt in der Regel fünf Jahre oder länger investiert, bevor sie eine Beteiligung wieder abstösst.

### Schweizer Investorengesellschaft übernimmt Mister Lady

Rund 44 Jahre nach der Gründung der Mister Lady GmbH wurde das Unternehmen per 31. Dezember 2010 an die Schweizer Investorengesellschaft Opcon mit Sitz in Birsfelden verkauft. Mister Lady erwartete, dass das Jahr 2010 bezogen auf Umsatz und Ertrag das erfolgreichste der 44-jährigen Unternehmensgeschichte wurde. Der Umsatz des Young-Fashion-Filialisten stieg von 184 auf 194 Millionen Schweizer Franken. Heute zählt Mister Lady 261 Filialen und hat 1630 Mitarbeitende.

### Triumph übernimmt Beldona

Die Triumph International hat von der niederländischen Logo International sämtliche Anteile an Beldona erworben, wie Triumph am Montag mitteilte. Der Kaufpreis wurde nicht angegeben.

Beldona ist nach eigenen Angaben der grösste Detailhändler für Damenunterwäsche und Bademode in der Schweiz mit 70 Filialen und 350 Mitarbeitenden. Triumph werde das Geschäftsmodell unverändert weiterführen, hiess es. Die Arbeitsplätze und der Unternehmenssitz im aargauischen Baden-Dättwil bleiben erhalten. Die Filialen werden auch künftig unter der Marke Beldona geführt.

Aus Sicht von Triumph ergänzen sich die Geschäftskonzepte der beiden Unternehmen ideal. Mit der Beldona-Übernahme verstärkte Triumph seine Präsenz auf dem Heimmarkt, heisst es in der Mitteilung. Die Gruppe mit Marken wie Triumph, Sloggi und Valisère hat über 37 500 Mitarbeitende und setzte im vergangenen Jahr 2,3 Milliarden Franken um.

Beldona gehörte bis 1998 der Credit Suisse. Die Bank verkaufte das Unternehmen an eine britische Investorengruppe, welche die Damenunterwäsche-Kette an Logo International veräusserte. Zu Logo gehören unter anderem die Modekette WE und der Bademodespezialist O'Neill.

### Pasito – ein Schweizer Schnäppchen

Die Garant Schuh+Mode AG hatte im März rückwirkend per 1. Januar 2010 das Fachhandelsunternehmen Pasito-Fricker mit 60 Geschäften und rund 60 Millionen Franken Umsatz an Görtz verkauft. «Pasito-Fricker, die Philosophie, die Positionierung und das Markenverständnis, passen ideal zu uns», sagt Görtz-Chef Christoph von Guionneau. Die Investition ist langfristig geplant. «Mit dem Eintritt in den Schweizer Markt haben wir einen wichtigen Sprung gemacht, um unsere Marktbedeutung in Europa signifikant auszubauen», sagt von Guionneau.

### Matter, Rohner, Gaydoul – illustres Trio gründet eine neue Bank

Der Ex-Chef der Swissfirst, Thomas Matter, will es nochmals wissen. Freunde aus dem Club zum Rennweg stehen bei der Bankgründung mit Rat und Geld zur Seite. Thomas Matters Mitstreiter sind Philippe Gaydoul und Marcel Rohner, Ex-Konzernchef der UBS.

Rohner sieht sich mit dem Vorwurf konfrontiert, von den kriminellen Machenschaften der UBS im Geschäft mit US-Kunden gewusst zu haben. Matter wurde bezichtigt, vor der geplanten Fusion von Swissfirst und Bellevue-Gruppe 2005 einzelne Aktionäre zum Verkauf ihrer Aktien animiert und so übervorteilt zu haben. Weder Matter noch Rohner konnten aber strafbare Handlungen nachgewiesen werden.

### Gaydoul Group übernimmt Hanhart Uhren

Die Gaydoul Group stieg im Oktober 2010 als Mehrheitsaktionärin beim schweizerisch-deutschen Hersteller von Luxus- und Stoppuhren ein. An Hanhart sind als Minderheitsaktionäre auch die Matter Group des ehemaligen Swissfirst-Chefs Thomas Matter sowie die Astraia Holding beteiligt. Die Leitung von Hanhart übernimmt Thomas Morf, der bis vergangenen Mai Chef der Luzerner Uhrenmanufaktur Carl F. Bucherer war. Die Leitung der Manufaktur in Gütenbach im Schwarzwald nimmt weiterhin Klaus Eble wahr.

Zur neuen Mehrheitsaktionärin von Hanhart, der Gaydoul Group, gehören auch der Schuh- und Accessoires-Hersteller Navyboot, die Strumpfmodekette Fogal und die Wintersportmodemarke Jet Set. Philippe Gaydoul hat die Unternehmen seit Sommer 2008 erworben, nachdem er unter anderem den Discounter Denner und das Traditions-Spielzeuggeschäft Franz Carl Weber verkauft hatte.

## 09

# Schweizer Investmentmarkt für Einzelhandelsimmobilien

Der Schweizer Immobilien-Investmentmarkt ist aufgrund der Grösse des Landes und seiner Bevölkerung für internationale Investoren ein Nischenmarkt und wird es in der Zukunft auch bleiben. Auch sind hier die gleichen Charakteristiken vorzufinden wie in jedem anderen Nischenmarkt im Immobilienbereich: hohe Eintrittsbarrieren, geringe Liquidität, geringer Wettbewerb, hohe Margen bzw. Gewinne für die, die schon investiert sind.

### Filialisierungsgrad unterdurchschnittlich

Der Mietertrag einer Liegenschaft an einer gut frequentierten Lage erwirtschaftet sich meist zu 75 Prozent und hauptsächlich aus der Vermietung der Retailflächen. Im internationalen Vergleich ist der Filialisierungsgrad in der Schweiz aber deutlich unterdurchschnittlich. Dies bedeutet zwar, dass es noch viele Geschäfte gibt, die noch nicht einer Ladenkette angehören, aber auch, dass noch viele Flächen nur in den Erdgeschossen durch den Detailhandel genutzt werden. Die wertvollen Ober- und Untergeschosse werden immer noch meist ausser Acht gelassen.

In einigen Segmenten bestehen ausgeprägte Oligopole, was bedeutet, dass wenige Einzelhändler relativ grosse Marktanteile in ihrem Segment belegen und daher in der Lage sind, im internationalen Vergleich Wettbewerb zu unterbinden. Folglich sind die Margen dieser Einzelhändler im internationalen Vergleich überproportional gross. In der Schweiz gibt es nach wie vor eine geringe Segment-spezialisierung im Bereich der Fachmärkte und Discounter, und selbst erfolgreiche Lebensmittel-discounter wie Aldi sind noch lange nicht flächendeckend in der Schweiz vertreten.

### Einzelhandelspositionierung

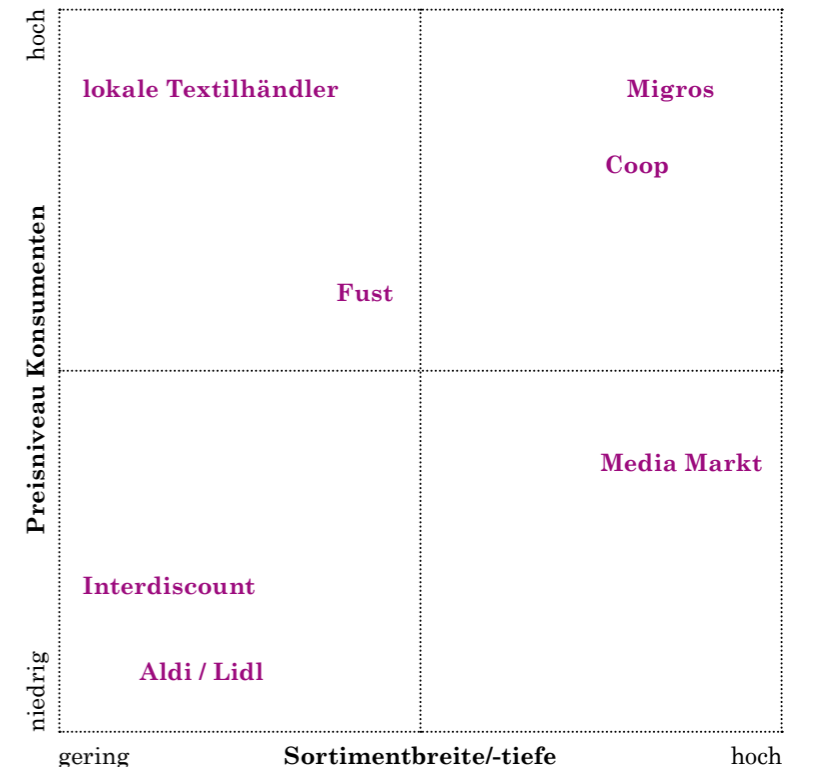
Die nachfolgende Grafik stellt exemplarisch eine Einschätzung hinsichtlich der Positionierung wichtiger Einzelhändler dar. Dabei wird deutlich, wo die Schwachpunkte oder auch die Vorteile der derzeitigen Positionierung liegen. Ausserdem zeigt die Darstellung auf, dass es derzeit einige Detailhandelsmodelle in der Schweiz gibt, die auf Dauer nicht überlebensfähig sind.

### VERHÄLTNISS DER VERTEILUNG DEUTSCHER UND SCHWEIZER LUXUSGESCHÄFTE

	Schweiz	Deutschland	Verhältnis
Gucci	6	8	75%
Hermès	10	14	71%
Louis Vuitton	8	12	67%
Prada	3	5	60%
Ermenegildo Zegna	3	6	50%

### Expansion internationaler Retailer

Die Schweiz ist trotz der schwierigen Bedingungen für «Neueinsteiger» ein äusserst interessanter Markt, denn die Umsätze der Einzelhändler sind dank der nahezu ungebrochenen Nachfrage und dem Zuzug von 70 000 meist deutschen Arbeitnehmern stabil geblieben und in einigen Segmenten sogar weiter steigend. Auch oder gerade Luxusanbieter haben in der Schweiz steigende Umsätze verbuchen können, während dies international gesehen im Zuge der Wirtschaftskrise eines der Segmente mit den höchsten Umsatzeinbrüchen ist.



Das Interesse der Luxusgüterfirmen zeigt sich am besten im Vergleich mit Deutschland. Der Marktführer Louis Vuitton ist achtmal in der Schweiz und «nur» zwölfmal in Deutschland vertreten. Ähnlich sieht es bei vielen anderen etablierten Detailhändlern aus, egal aus welchem Bereich.

### Freier Mieterwettbewerb teils stark eingeschränkt

In der täglichen Arbeit eines in den Markt eintretenden Einzelhändlers stellen sich die bereits erwähnten Eintrittsbarrieren häufig und konkret wie folgt dar: Dominierende Einzelhändler wie Migros oder Coop treten als Anker- oder Globalmieter von Einkaufszentren auf und nutzen ihre Marktmacht unter anderem dazu, den Mietermix zu bestimmen und ihre Entourage typischer Neben- oder Untermieter zu installieren. Damit werden häufig Einzelhandelsobjekte einem freien Mieterwettbewerb entzogen und dem Konsumenten ein bestimmter Mietermix vorgegeben, der auf jeden Fall dem Ankermieter, nicht aber unbedingt dem Konsumenten passt.

### Best Ownership Prinzip weitgehend unbekannt

Auch werden in vielen Fällen wichtige und dominierende Innenstadtlagen von Schweizer Eigentümern, wie Pensionskassen, Versicherungen oder Banken, oder aber auch von nicht immobilienwirtschaftlich versierten Privatpersonen gehalten. Diese Eigentümer sind in der Regel nicht pro-aktiv in der Objektbewirtschaftung und verwenden relativ wenig Energie darauf, neue, passendere Mietergruppen zu erschliessen, sondern vermarkten Mietflächen eher durch traditionelle Kanäle und an ihnen bekannte Detailhändler.

Neben dem herkömmlichen Vermarktungsprozess traditioneller Immobilieneigentümer oder Objektverwalter sind auf der Vermietungsseite letztendlich die fehlende Kundenorientierung und der fehlende Blick auf die spezifischen Bedürfnisse des Mieters, die manchem möglicherweise gut zahlenden Einzelhändler Bauchschmerzen bereiten. Denn die für den unternehmerischen Erfolg des Einzelhändlers notwendige operative Effizienz bezieht sich eben nicht nur auf die Bereiche Produktion und Logistik; die Verkaufsstelle ist gerade bei anspruchsvolleren Sortimenten (und Kunden) ein wesentlicher Baustein für den Erfolg eines Einzelhändlers – und somit für dessen Fähigkeit, erhöhte und für die Qualität des Mietobjekts angemessene Mieten zu zahlen.

### Markteintritt internationaler Investoren

Ausländische Immobilieninvestoren sind vor dem Hintergrund der starken Einzelhandelsumsätze vor allem am Erwerb von Liegenschaften in guten und zentralen Lagen in den grössten Schweizer Städten und den wichtigsten Skiorten interessiert.

Es fällt jedoch auch den Investoren häufig schwer, den Markteintritt darzustellen, wenn sie diesen bislang noch nicht ansatzweise erreicht haben. Wichtigste Gründe hierfür sind wiederum in der geringen Liquidität zu finden. In der Praxis heisst dies häufig: Ein Büro zu eröffnen, lohnt sich nicht, wenn keine Investition mit signifikantem Volumen (> CHF 75 Mio.) gefunden werden kann. So ist der Markt intransparent und wird von lokalen Akteuren dominiert – ohne Präsenz vor Ort sind attraktive Investitionen in grösseren Volumen nicht darstellbar.

Die Tatsache, dass Immobilien häufig über Jahrzehnte hinweg in den Händen desselben Eigentümers oder derselben Eigentümerfamilie bleiben, hat auch positive Effekte, trägt aber ebenfalls nicht zur Liquidität und Markttransparenz bei.

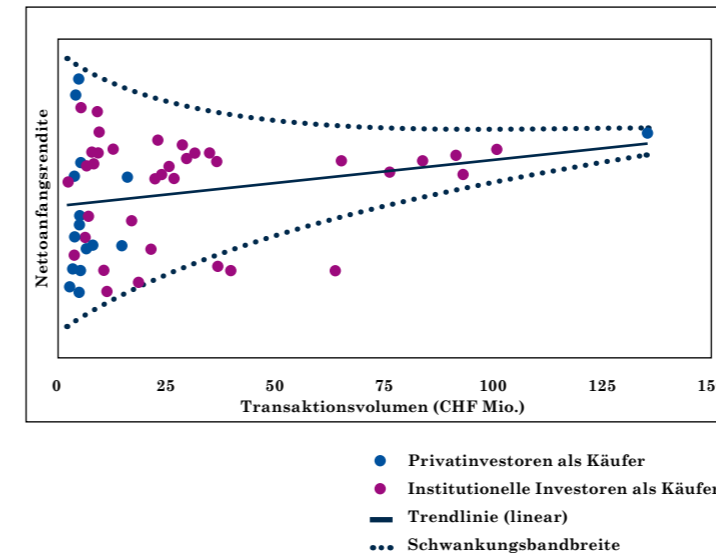
### Verhaltene Risikobereitschaft lokaler Investoren

An Bereichen die sich grundsätzlich für internationale Investoren eher eignen, mangelt es aber nicht. Denn im Gegensatz zu anderen Immobilienmärkten ist die Risikobereitschaft lokaler Investoren, und vor dem planungsrechtlichen Hintergrund die der Gemeinden, eher verhalten. Dadurch gibt es z.B. relativ wenige immobilienwirtschaftlich spekulative Projektentwicklungen oder aufwendige spekulative Repositionierungen von Objekten. Es ist aber genau diese Art Projekte, die Investoren zu den hohen Renditen verhilft, die sie ihrer anspruchsvollen Klientel erwirtschaften müssen. Denn typische Ankaufrenditen zwischen 5 und 6 Prozent sind oft unzureichend, wenn die Miete in absehbarer Zeit nach dem Erwerb nicht spürbar gesteigert werden kann. An der Bahnhofstrasse in Zürich sind auch schon 2,5 Prozent Ankaufrendite für vollvermietete Immobilien ohne signifikantes Mietsteigerungspotenzial gesehen worden.

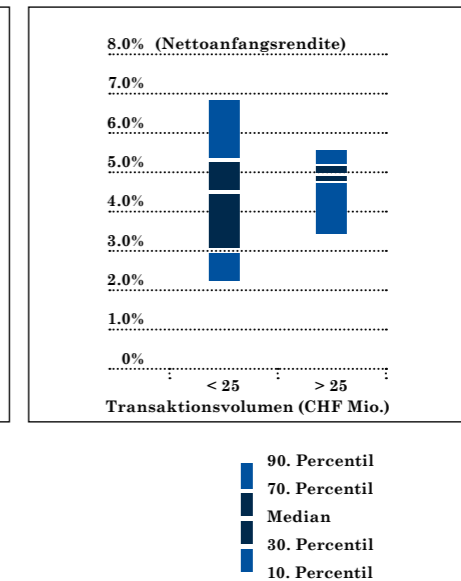
Bei kleinvolumigen Transaktionen bis 5 Millionen Franken ist eine erhöhte Aktivität von Privatinvestoren zu beobachten. In Transaktionen mit grösseren Volumen treten ausschliesslich institutionelle Anleger als Vertragsparteien auf. In diesem Segment werden sowohl eine deutlich geringere Schwankungsbreite als auch ein Trend zu höheren Nettoanfangsrenditen beobachtet.

Es lässt sich festhalten, dass die Höhe der durchschnittlichen Nettorenditen positiv und deren Schwankungsbreite negativ mit dem Transaktionsvolumen korreliert.

TRANSAKTIONSMATRIX NACH VOLUMEN UND NETTOANFANGSRENDITE (ALLE NUTZUNGEN)



SCHWANKUNGSBREITE NETTOANFANGSRENDITE NACH VOLUMEN



Quelle: KPMG Real Estate, Swiss Banking Institute Universität Zürich

### Internationalisierung bietet Chancen

Das konkrete Interesse seitens international agierender Einzelhändler, in die guten Lagen der Schweiz zu expandieren, ist sehr hoch. Filialisten aus allen Segmenten haben ihre Expansionspläne in der Schublade. Auch die Schweiz ist mittlerweile vom Prozess der Internationalisierung ergriffen, und dieser Prozess ist nicht umkehrbar – er ist lediglich eine Frage der Geschwindigkeit.

Die Internationalisierung und Angleichung an internationale Standards (wie sie übrigens auch in anderen Bereichen wie der Finanzwirtschaft usw. zu erkennen ist) führt trotz hoher Eintrittsbarrieren und zum Teil abwehrender Reaktion lokaler Einzelhändler, weil sich diese zu Recht in ihrer komfortablen Position bedroht fühlen, letztlich zu einer grösseren Auswahl für Konsumenten bei gleichzeitig sinkenden Preisen. Hierbei sei gesagt, dass es auch einige alteingesessene Einzelhändler gibt, die die Internationalisierung als echte Chance begreifen – und zu Recht. Das Bestreben einiger Einzelhändler, wie auch der zuvor genannten Migros und Coop, ins Ausland zu expandieren, ist da und durchaus erfolgreich bzw. erfolgsversprechend.

Internationale Investoren werden zudem ihre Position in der Schweiz weiterhin ausbauen. Und auch wenn diese Prozesse sich noch über einen nicht absehbaren Zeitraum mehrerer Jahre (vielleicht Jahrzehnte) hinziehen werden, so werden sie ultimativ zu einer höheren Transparenz und Liquidität sowie schliesslich zu einer höheren Effizienz führen – sowohl mit Blick auf das Einzelhandelsangebot für Konsumenten als auch auf Einzelhandelsmieten und das Potenzial für Investitionen in Gewerbeimmobilien. Eine vermutlich mit diesen Prozessen einhergehende Volatilität in den einzelnen Bereichen wird sich aus verschiedenen Gründen, jedoch weiterhin aufgrund des Nischencharakters des Marktes, in Grenzen halten. Grundsätzlich ist daher auch der durch die Finanzkrise manifestierte Wegfall der mit hohen Fremdkapitalanteilen ausgestatteten Private Equity Fonds und anderer hoch gehebelter Investitionsstrukturen sehr positiv zu sehen, da diese das Preisgefüge sicherlich noch weiter unter Druck gesetzt hätten und sich hier wie in den anderen ausländischen Immobilienmärkten eine Preisblase entwickelt hätte.

# 10 Neuigkeiten aus Deutschland und Österreich



Superdry Flagship Store, Friedrichstrasse in Berlin

## Einzelhandel Europa: Deutschland führendes Expansionsziel

Deutschland ist zum zweiten Mal in Folge führendes Expansionsziel für Einzelhändler in Europa. Dies geht aus dem von CB Richard Ellis erstellten Report «How active are Retailers in EMEA?» hervor. Dabei wurden die führenden 212 Einzelhändler im Sommer 2010 zu ihren Expansionsplänen in der Region Europa, Nahost, Afrika (EMEA) befragt. Dem Report zufolge planen 41 Prozent der Befragten für das Jahr 2011, die Aktivitäten in Deutschland auszuweiten. Hauptgründe: das starke Wirtschaftswachstum und die bisher vergleichsweise geringe Internationalisierung des Marktes. Nach Angaben der Autoren wird die Attraktivität des Handelsstandorts Deutschland trotz der Finanzkrise durch sehr stabile Umsätze belegt. Markteintritt und Expansion würden durch eine Vielzahl attraktiver Handelsstandorte erleichtert, obwohl der Wettbewerb in Deutschland in vielen Handelsbranchen bereits sehr ausgeprägt sei.

Im Ranking folgen auf den deutschen Einzelhandelsmarkt, der für 41 Prozent der befragten Einzelhändler das führende Expansionsziel im Jahr 2011 ist (hierbei sind die inländischen Einzelhändler besonders optimistisch: 29 der befragten 42 deutschen Einzelhändler wollen im Jahr 2011 im Inland expandieren), Polen und Frankreich mit jeweils 33

Prozent, Spanien mit 30 Prozent und Grossbritannien mit 29 Prozent.

Wird die Expansion nationaler Marktteilnehmer im Inland ausgenommen, ist Frankreich das führende Expansionsziel für internationale Einzelhändler.

In BERLIN stellt sich Hermès neu auf. Die Pariser Luxusmarke führt Ende Februar 2011 die Geschäfte am Kurfürstendamm und in der Friedrichstrasse in einem sogenannten Temporary Store zusammen. Der Standort ist noch nicht bekannt, soll sich aber in der Nähe des Kurfürstendamms befinden. Nach dem Umzug werden die Räume am Kurfürstendamm renoviert. Dabei wächst die Verkaufsfläche um 30 Quadratmeter auf 250 Quadratmeter, indem Verwaltungs- und Lagerräume einbezogen werden. Die Neueröffnung ist für September 2011 geplant. Der Store in der Friedrichstrasse wird geschlossen.

## Bally eröffnet Store in Berlin

Das Schuhlabel Bally eröffnete einen neuen Store am **Kurfürstendamm**. In lockerer Atmosphäre und zu Klängen des Berliner DJs Adam Port feierten rund 200 Gäste in den neuen Räumlichkeiten.

## Monsoon Accessorize auf Tauentzienstrasse

1000 Läden, 60 Länder, 1 Milliarde Franken Umsatz: Die britische Monsoon-Accessorize-Gruppe ist in den vergangenen Jahren stark gewachsen. Einer der Fokuspunkte ist Deutschland. Im August vergangenen Jahres hat in Berlin der erste Monsoon Store an der **Tauentzienstrasse** eröffnet.

Die neue Filiale ist der erste deutsche Monsoon-Laden überhaupt. Sogar Peter Simon, der scheue Gründer und Alleineigentümer, hat sich morgens kurz blicken lassen und das neueste Baby persönlich inspiziert. Er kann zufrieden sein. Deutschland-Chef Christoph Gross hat dem Unternehmen einen der besten Standorte gesichert, den die Hauptstadt zu bieten hat. Links die angesagten Spanier von Desigual, rechts die populären Dänen von Vera Moda. Und Monsoon mittendrin. Vormieter war der Filialist Brando-4. Kein Cent Key Money sei geflossen, beteuert Gross. «Wir haben uns ganz normal, wie alle anderen auch, beim Vermieter beworben.»

Auf 160 Quadratmetern Verkaufsfläche gibt es bei Monsoon Mode für die Zielgruppe Frauen ab 25. «Feminin, ethnisch inspiriert, aber modern und zeitgemäss, mit vielen Details», umschreibt Ridler den Stil von Monsoon. Der Ethno-Look spiegelt sich auch im Ladenbau wider. Graue, matte Bodenfliesen kontrastieren zu dunklem, in Mosaik eingefasstem Parkett. Die Rückwände sind mit Ornamenten verziert, an den Decken hängen orientalische Lampen mit Lochmustern.

## Allsaints setzt Deutschland-Expansion fort

Ein Jahr nach der Premiere in Berlin setzt Allsaints seine Expansion in Deutschland fort. Anfang 2011 startet ebenfalls in Berlin das zweite Geschäft. Standort sei das sogenannte Spreedreieck an der **Friedrichstrasse**, wo erst kürzlich Superdry und Weekday neue Läden eröffnet haben. Allsaints wird dort über rund 1000 Quadratmeter Verkaufsfläche verfügen. Weitere Stores in den deutschen Top-Grossstädten sind geplant. Allsaints hatte im November 2009 sein erstes deutsches Geschäft mit einer Verkaufsfläche von 650 Quadratmetern auf drei Etagen in der **Rosenthaler Strasse** in Berlin-Mitte eröffnet.

In der Friedrichstrasse hat Superdry seinen ersten Flagship Store auf 140 Quadratmetern in Deutschland eröffnet.

7 for all mankind hat seinen ersten Flagship Store in Deutschland eröffnet. Der 85 Quadratmeter grosse Laden ist im Basement des Department Store Quartier 206 in der Friedrichstrasse untergebracht. Das ebenfalls zur VF-Corporation gehörende Outdoor-Konzept The North Face eröffnete am Kudamm den grössten Store der US-Marke in Europa auf rund 300 Quadratmetern.

## Ben Sherman eröffnet «Parade-Flagship» in Berlin

Eigentlich sollte es der erste deutsche Flagship Store von Ben Sherman werden. Ursprünglich sollte der Laden in den neu gebauten Rosenthaler Höfen in Berlin-Mitte schon im Oktober eröffnet werden. Aber weil sich die Fertigstellung des Komplexes immer wieder verzögert hat, waren die Kölner schneller. Jetzt konnten die Briten ihren Berliner Laden, den sie als «Paradestück ihrer Flagship Stores» bezeichnen, endlich einweihen. Auf einer Verkaufsfläche von 180 Quadratmetern werden die Ben-Sherman-Kollektionen für Männer und Frauen sowie Schuhe verkauft.

Anfang März fiel der Startschuss für den Strenesse-Blue-Shop in der Rosenthaler Strasse 49 in Berlin-Mitte.

## EINZELHANDELSSPITZENMIETEN IN DEUTSCHLANDS METROPOLEN

	CHF/m <sup>2</sup> pro Jahr	€/m <sup>2</sup> pro Monat
München, Kaufingerstr./Neuhauserstr.	4'950	310
Frankfurt, Zeil	4'300	270
Düsseldorf, Königsallee	3'830	240
Hamburg, Spitalerstrasse	3'670	230
Stuttgart, Königstrasse	3'670	230
Berlin, Tauentzienstrasse	3'500	220
Köln, Schildergasse	3'400	215
Hannover, Georgstrasse	2'870	180
Nürnberg, Karolinenstrasse	2'230	140
Leipzig, Petersstrasse	1'830	115



Escada, Maximilianstrasse in München

In MÜNCHEN eröffnete Escada in der **Maximilianstrasse** nach fast einjährigem Umbau im Oktober 2010 auf drei Etagen und 450 Quadratmetern im ehemaligen Gucci-Geschäft. Nachdem der Untermietvertrag mit Bottega Veneta im September 2008 nicht zustande gekommen war, stand das Geschäft nun fast zwei Jahre lang leer.

Escada zahlte eine Woche vor Insolvenzanmeldung im Juli 2009 ein Key Money von 1,5 Millionen Euro, um sich diese hervorragende Lage neben dem Sportgeschäft von Escada noch zu sichern. Der Mietvertrag im ehemaligen Escada-Geschäft an der **Theatinerstrasse** lief nämlich Ende 2009 aus und die Immobilie wurde zu nahezu denselben Konditionen mit rund 900 Quadratmetern an Nespresso weitervermietet. An der Residenzstrasse hat Golfino das ehemalige Nespresso-Geschäft übernommen.

Ebenfalls neu an der Theatinerstrasse ist seit Februar 2010 der amerikanische Modedesigner Michael Kors auf 630 Quadratmetern im ehemaligen More & More zu finden.

Mit der Neueröffnung des Flagship Stores von Boggi Milano entstand Ende November wieder eine attraktive Adresse in den Fünf Höfen. Die neuen Verkaufsräume von Boggi Milano hatte bis dahin Ermenegildo Zegna genutzt, vor dessen Umzug in die Maximilianstrasse. Anfang September eröffnete das Modeunternehmen Airfield aus Österreich seinen ersten eigenen Airfield Store im ehemaligen Telekom Shop in der Theatinerstrasse.

Das Schweizer Schuh- und Lederwarenlabel Navyboot ist nach Berlin, Frankfurt und Hamburg jetzt auch in Münchens **Dienerstrasse** mit einem Geschäft vertreten. Auf knapp 200 Quadratmetern und zwei Etagen wird das gesamte Sortiment für Damen und Herren gezeigt.



Navyboot an der Dienerstrasse in München

Direkt links nebenan wird das ebenfalls zur Gaydoul Group gehörende Wäschelabel Fogal im ehemaligen Palmers-Geschäft Mitte 2011 neben Navyboot eröffnen.

#### Louis Vuitton eröffnet erstes deutsches Maison

Der französische Luxusgüter-Spezialist wird sein erstes deutsches Maison, die exklusive Form eines Flagship Stores, voraussichtlich im Dezember 2012 in München eröffnen. Im zukünftigen Palais an der Oper, wo die Eigentümer Accumulata Immobilien Development und LBWW Immobilien auf dem Grundstück der ehemaligen Residenzpost ein Ge-



Gucci Eröffnung Ende 2009 in München

bäude-Ensemble mit 23 000 Quadratmetern Geschossfläche errichten, hat Louis Vuitton knapp 3000 Quadratmeter angemietet.

Nach zehn Jahren verliess das Modelabel Ermenegildo Zegna im Herbst 2010 seinen Standort in den Münchner Fünf Höfen und zog in die Maximilianshöfe um. Der neue Store ist mit rund 400 Quadratmetern auf zwei Ebenen gleich gross wie der in den Fünf Höfen. Der bisherige Mieter Rena Lange, der seinen Flagship Store erst vor fünf Jahren vom Star-Architekten David Chipperfield gestalten liess, gab die Luxusmeile zugunsten eines neuen Geschäfts auf. Dieses befindet sich auf 200 Quadratmetern im verkleinerten Café Kreuzkamm in der Maffeistrasse im Umfeld von Maendler, Theresa und Lodenfrey und weist eine wesentlich geringere Frequenz auf.

#### Moncler eröffnete ersten deutschen Store in München

Neben Bally hat der italienische Sportswear-Hersteller und Daunenspezialist Moncler Mitte September seinen ersten Monolabel-Store eröffnet. Die Erdgeschossfläche von Bally wurde zugunsten von Moncler geteilt, der die Ecklage belegt. Bally befindet sich direkt neben dem neuen Zegna-Geschäft. Am linken Ende der Maximilianhöfe wird im Sommer 2011 Bottega Veneta auf rund 350 Quadratmetern im ehemaligen Store des insolventen Designers Gianfranco Ferré eröffnen. In der ehemaligen Boutique von Bottega Veneta wird dann im Herbst 2011 Yves Saint Laurent sein Debüt in München auf 50 Quadratmetern geben.

Gegenüber öffnete im Oktober der Hermès Flagship Store in München wieder seine Türen. Seit März 2010 wurde der Store aufwendig renoviert und umgebaut. Die 320 Quadratmeter grosse Boutique verteilt sich auf drei sehr unterschiedliche Etagen.

Im Herbst 2010 eröffnete nach dem ersten COS Shop in München an der **Weinstrasse** ein weiterer COS Store.

#### Die Schweizer kommen

Mitte Oktober starteten die Schweizer Confiserie-Unternehmen Lindt & Sprüngli und Läderach, hierzulande als Merkur Confiseries bekannt, die Neueröffnung in München in den Stachus-Passagen am hochfrequentierten **Karlsplatz**. Einen Monat später startete Vera Moda noch einen Shop in München, ebenfalls in den Stachus-Passagen. Zeitgleich mit dieser Neueröffnung, und zwar am gleichen Tag, feierte Vera Moda in München eine andere Shop-Eröffnung in der Kaufinger Strasse auf der ehemaligen Hallhuber-Fläche gegenüber von H&M. Über das siebenstellige Key Money wurde Stillschweigen vereinbart.

Das Schweizer Young-Fashion-Unternehmen Tally Weijl zelebrierte die Eröffnung seines frisch renovierten Flagship Stores in der **Neuhauser Strasse** auf sechs neu gestylten Etagen.

In der Frauenstrasse am **Viktualienmarkt** wurde im November auf 300 Quadratmetern der siebte Mammot Store des Schweizer Outdoor-ausrüsters in Deutschland eröffnet.

In **HAMBURG** wird Abercrombie & Fitch an der **Poststrasse** voraussichtlich 2012 in der Alten Post den zweiten deutschen Flagship Store eröffnen.

Am **Neuen Wall** hat das Modelabel Gant bislang den grössten Store in Deutschland eröffnet. Mit 600 Quadratmetern Fläche ist es nach London und New York der drittgrösste Flagship Store weltweit. Insgesamt wurden 1,5 Millionen Euro ins Geschäft investiert. Nach einem Pop-up Store in Berlins Rosa-Luxemburg-Strasse hat Bally im April 2010 mit 245 Quadratmetern Luxuslage am Neuen Wall auf der Fläche des ehemaligen Juwelier-Geschäfts H. Stern eröffnet. Bally hat Ende Mai 2010 einen Store in der Hamburger Luxuslage Neuer Wall eröffnet. Die Verkaufsfläche erstreckt sich über zwei Etagen und umfasst rund 245 Quadratmeter. Das italienische Bekleidungslabel Stefanel eröffnete bereits im Februar 2010 nebenan am Neuen Wall einen neuen Flagship Store auf zwei Ebenen und 600 Quadratmetern.

#### Navyboot mit erstem Concept Store

Navyboot gibt es jetzt 250 Quadratmeter gross auch in Hamburg. Im April letzten Jahres feierte der Concept Store in der Hansestadt eine glamouröse Eröffnung mit Stars und Sternchen.

#### Armani und Etro kreieren neue Lage

In **HAMBURG** hat Etro Ende 2009 an den **Hohen Bleichen** seinen dritten deutschen Flagship Store eröffnet. Er besteht aus zwei angrenzenden Läden, einen für DOB und einen für HAKA, die zusammen eine Verkaufsfläche von 400 Quadratmetern ergeben.



Giorgio & Emporio Armani an den Hohen Bleichen in Hamburg

Unmittelbar nebenan hat die Armani Group im September 2010 gleich zwei neue Läden eröffnet. Eine 220 Quadratmeter grosse Giorgio-Armani-Boutique und einen 250 Quadratmeter grossen Emporio-Armani-Laden.

In **DÜSSELDORF** eröffnet Abercrombie & Fitch (A&F) Ende 2011 seine erste Deutschland-Filiale in der ehemaligen Immobilie der Hypo-Vereinsbank an der **Königsallee**. Die Immobilie befindet sich auf der westlichen, schwächer frequentierten Seite der Königsallee. Der Flagship Store wird eine Verkaufsfläche von etwa 1700 Quadratmetern haben. In den Store an der Kö werden angeblich 25 Millionen Euro investiert. Im Gegensatz zum Heimmarkt Amerika eröffnet die Gruppe mit ihrer Marke Abercrombie & Fitch im Ausland ausschliesslich grosse Flagship Stores.

Der Düsseldorfer Laden wird Ende 2011 voraussichtlich der fünfte auf internationaler Ebene sein. Bereits gestartet sind Geschäfte in London, Mailand und Tokio. Demnächst folgen Paris und Kopenhagen. Nun wurde auch die Alte Post in der Hamburger Poststrasse, in die nach dem Umbau 2011 auch Tommy Hilfiger einziehen wird, als weiterer Standort bestätigt.



Navyboot an der Poststrasse in Hamburg

Strellson eröffnet im Breidenbacher Hof in Düsseldorf einen Flagship Store. Auf 460 Quadratmetern präsentiert der HAKA-Anbieter aus Kreuzlingen in der Schweiz seine Kollektionen. Die Eröffnung des Ladens ist für Februar 2011 vorgesehen.

#### Swiss Army Knife mit erstem Store

Das Schweizer Lifestyle-Unternehmen Victorinox eröffnet im Februar 2011 in Düsseldorf seinen ersten Laden in Deutschland. Der selbst betriebene Flagship Store wird über rund 500 Quadratmeter Verkaufsfläche auf drei Ebenen verfügen. Der Laden in Deutschland eröffnet in einem Neubau der Düsseldorfer Gruppe Brune Immobilien. Das Unternehmen des Architekten Walter Brune hat das ehemalige Selbachhaus übernommen, Anfang 2009 abgerissen und dort ein Geschäftshaus errichtet.

Karen Millen eröffnete nach Hamburg den zweiten deutschen Flagship Store an der Königsallee 74 auf 210 Quadratmetern.

#### Riviera Maison eröffnet an der Kö

Das niederländische Einrichtungskonzept Riviera Maison kommt mit einem Store an die Düsseldorfer Kö. Dort wurden rund 1100 Quadratmeter Retail- und Lagerfläche angemietet. Vormieter der Location war Aigle. Aigle zog in die Kö Galerie um. Das ECE-Center wird gerade umstrukturiert und modernisiert. Für Riviera Maison ist es der zweite Store in Deutschland. Der erste befindet sich in Hamburg am Neuen Wall.

Gina Tricot Stores eröffneten Anfang Oktober in Düsseldorf an der **Flingerstrasse** auf rund 400 Quadratmetern und in Köln in der Schildergasse im ehemaligen s.Oliver-Geschäft neben H&M und New Yorker auf 1000 Quadratmetern. Der schwedische

DOB-Filialist ist mit dem Geschäft in seinen beiden ersten deutschen Läden zufrieden.

Bereits im April eröffnete mit dem House of Gerry Weber in der **Schadowstrasse** gegenüber den gleichnamigen Arkaden ein neuer Flagship Store seine Pforten. Auf einer Fläche von rund 1000 Quadratmetern präsentiert das Modeunternehmen aus Halle in Westfalen auf drei Etagen die neusten Modetrends.

In FRANKFURT ist an der **Zeil** der weltweit erste Denim Flagship von Tom Tailor auf 400 Quadratmetern Verkaufsfläche, verteilt auf zwei Etagen, vor Anker gegangen.

#### Hollister Debüt mit 700 Meter Warteschlange

Mit Aufsehen und einem ersten Laden ist das zu A&F gehörende Fashionlabel Hollister im Frankfurter Einkaufszentrum MyZeil gestartet. Am Eröffnungstag bildeten sich den ganzen Tag Schlangen vor dem Geschäft, und der Eintritt wurde von Türstehern reglementiert.

Immer noch müssen die Kunden dort meistens Schlange stehen, um in das 600 Quadratmeter grosse Geschäft zu kommen. «Der Frankfurter Store läuft sehr gut.» Mehr verrät eine Sprecherin nicht. Angeblich soll die Produktivität dort bei über 25 000 Euro pro Quadratmeter liegen. Die Expansion von Hollister in Deutschland wird stark forciert. Bis Ende des Jahres eröffneten Läden in den Einkaufszentren Centro in Oberhausen, Elbe-Einkaufszentrum in Hamburg und Rhein-Galerie in Ludwigshafen. Für dieses Jahr stehen bereits weitere Standorte fest, unter anderem in Köln (Rhein-Center), Neuss (Rheinpark-Center), Dresden (Altmarkt-Galerie), Günthersdorf (Nova Eventis) und Dortmund (Thier-Galerie).



Esprit an der Zeil in Frankfurt

Der neue Flagship Store von Esprit an der Frankfurter Zeil ist Mitte September 2010 auf 3600 Quadratmetern Verkaufsfläche neu eröffnet worden. Es ist der weltweit grösste Laden. Der Ratinger Modekonzern hat nach dem Auszug seines Unternehmers Saturn zwei weitere Etagen hinzugenommen und den bisherigen Store um rund 1500 Quadratmeter erweitert.

#### Apple kommt auf die Fressgass

Apple eröffnete seinen dritten offiziellen Store in Deutschland im Januar 2010 an der Grossen **Bockenheimer Strasse** gegenüber von Douglas und umgeben von Bars und Restaurants. Das Ladengeschäft befindet sich in zentraler Lage in der Fussgängerzone Fressgass auf 750 Quadratmetern Verkaufsfläche.

Nach den Flagship Stores in Berlin und Köln bereicherte Kiehl's im Mai die beliebte Einkaufsmeile Grosse Bockenheimer Strasse mit einer Verkaufsfläche von insgesamt 28 Quadratmetern.

Bereits im März hatte Levi Strauss mitten in Frankfurt einen eigenen Store eröffnet. Am Rathenauplatz mitten in der City kann man sich künftig auf drei Etagen mit Levi's Jeans und Accessoires ausstatten.

#### Jimmy Choo und Prada eröffneten

Die Londoner Luxus-Schuhmarke Jimmy Choo eröffnete Anfang Dezember 2010 einen Store an der Frankfurter **Goethestrasse**. Vormieter der 160 Quadratmeter grossen Einzelhandelsfläche war das Modelabel Rena Lange.



Miu Miu an der Goethestrasse in Frankfurt

Der Mailänder Luxusgüterkonzern Prada hat in Frankfurt den ersten deutschen Monobrand Store der Marke Miu Miu gegenüber von Nespresso eröffnet. Das Geschäft in der Goethestrasse ist 65 Quadratmeter gross und wurde vorher von Prada genutzt. Kurz zuvor ist Prada in eine grössere Location in der Goethestrasse umgezogen und verkauft dort nun auf 250 Quadratmetern sein gesamtes Sortiment.

#### Bewegung am Kohlmarkt

In WIEN hat am **Kohlmarkt** Ermenegildo Zegna neben Diesel die Fläche von Bulgari auf zwei Etagen und 700 Quadratmetern Gesamtfläche übernommen. Die Miete beträgt hier jährlich 1500 Euro pro Quadratmeter, und das Schlüsselgeld lag im unteren siebenstelligen Bereich. Gegenüber übernimmt im März 2011 Moncler die Boutique von Gil Couture auf einer Fläche von 190 Quadratmetern im Erdgeschoss. Don Gil hat an der Seilergasse / Ecke Kärntnerstrasse auf 750 Quadratmetern, verteilt über drei Etagen, einen neuen Flagship Store eröffnet.



Kohlmarkt in Wien



Andrang bei Hollister in der Zeil-Galerie



Gina Tricot an der Schildergasse in Köln

### Kunstforum bleibt nun doch auf der Freyung

Die hochfliegenden Pläne wurden durch geringe Raumhöhe vereitelt. Eigentlich hätte es von der Freyung verschwinden sollen, um Teil einer neu errichteten Luxuszone in der Innenstadt zu werden. Doch nun kommt es anders: Das Bank Austria Kunstforum wird an seinem angestammten Platz bleiben, wie sich kurz vor Weihnachten 2010 herausstellte.

Der Umzugsplan war gefasst worden, nachdem die Signa Holding des Tiroler Unternehmers René Benko zu Jahresbeginn nicht nur das Freyung-Palais, sondern auch den unweit davon entfernten Bawag-Komplex übernommen hatte. Dorthin sollte das

neue Kunstforum nach Benkos Willen übersiedeln und im Zusammenspiel mit einer vom Kohlmarkt bis Am Hof erweiterten Fussgängerzone, neuen Handelsflächen, Gastronomie und einem Luxushotel eine neue Edel-Meile bilden.

### Luxus in Leder am Graben in Wien

Bally ist von der **Kärntnerstrasse** umgezogen und hat in derselben Liegenschaft eröffnet, in der auch das Damenmode-Brand Bonita und der Schweizer Juwelier Bucherer eingemietet sind. Mit 365 Quadratmetern ist dies nach Zürich der zweitgrösste Flagship Store im deutschsprachigen Raum.

### Triumph kommt mit Flagship

Mit Fürnkranz hat ein weiteres Traditionsunternehmen an der Kärntnerstrasse geschlossen. Die Fläche von 173 Quadratmetern im Erdgeschoss und 127 Quadratmetern im ersten Obergeschoss wurde vom Unterwäscheunternehmen Triumph übernommen. Die Miete beträgt fast 1 Million Euro im Jahr.

### Peek & Cloppenburg geht in Kärntner Strasse

Ein Gebäude des Finanzministeriums in der Kärntner Strasse wird zu einem Textilkaufhaus. Das deutsche Unternehmen Peek & Cloppenburg will dort ab 2008 Kleidung verkaufen. Anfang des Jahres hatte die Bundesimmobiliengesellschaft (BIG) den Gebäudekomplex an der Ecke Kärntner Strasse / Himmelpfortgasse für 50 Millionen Euro gekauft. Jetzt übernahm das deutsche Familienunternehmen 60 Prozent der Projektentwicklungsgesellschaft. Über den Kaufpreis schweigen die Partner. Die BIG sprach aber von einem ordentlichen Gewinn bei dem Geschäft.

### Forever 21 kommt zweimal nach Wien

Auch für den Markteinstieg in Österreich hat sich der Fashion-Retailer einen prominenten Platz rechterhand von Zara gesichert. Im April 2010 wurde der Mietvertrag mit Signa für die Wiener Top-Adresse Kärntner Strasse unterschrieben. Dort waren bis vor kurzem eine Swarovski-Boutique sowie Stores der Schuhmarken Bally und Salamander beheimatet. Die drei Geschäfte wurden zu einer 1300 Quadratmeter grossen Fläche zusammengelegt. Die Miete beträgt beachtliche 2,6 Millionen Euro pro Jahr. Die Eröffnung wird im Frühjahr 2011 stattfinden.

### Esprit übernimmt H&M Store

Esprit hat sich laut Wiener Insidern in der Kärntner Strasse die H&M-Fläche gegenüber dem neuen Forever-21-Geschäft gesichert, die im Laufe des Jahres 2011 bezogen wird. An der Mariahilferstrasse konnte auch die Schöps-Fläche übernommen werden.

### Signa zum Zweiten

Die grösste Neuvermietung des Jahres 2010 in der Wiener Innenstadt war das ehemalige Gaggle-Geschäft, ebenfalls in einer Signa-Liegenschaft, in der **Mariahilferstrasse** neben dem Schuhhändler Stiefelkönig – 4000 Quadratmeter für Forever 21.

### Mariahilferstrasse sehr gefragt

An der Mariahilferstrasse hat Geox seinen 750 Quadratmeter grossen Wiener Flagship Store eröffnet. Die Fassaden mit 13 Schaufenstern auf zwei Stockwerken dienen als Eyecatcher.

Die dänische Bestseller-Gruppe hat ihren ersten österreichischen Flagship Store eröffnet. Bereits vor einem Jahr hat man sich dafür die Wiener Top-Adresse Mariahilferstrasse, zwischen den Kaufhäusern Gerngross und Peek & Cloppenburg, gesichert. Die Verkaufsfläche beträgt 1440 Quadratmeter auf zwei Etagen.

### Moncler anstatt Hugo Boss

In SALZBURG wurde im August 2010 die Eröffnung des 200 Quadratmeter grossen Moncler-Geschäfts an allerbesten Lage in der **Getreidegasse** gegenüber von Louis Vuitton auf zwei Etagen gefeiert.

### Kiehl's in Salzburg

Marionnaud und Kiehl's feierten die Eröffnung des neuen Kiehl's Corner in der bekannten Marionnaud Parfümerie in der Salzburger Getreidegasse. Die Kiehl's since 1851 gilt als der Geheimtipp der New Yorker Stars.

Bonita hat die Fläche von Schöps neben H&M übernommen. Grösser, schöner, vielfältiger präsentiert sich der Standort von H&M neben Mozarts Geburtshaus. Seit der Übersiedlung vom Kranzmarkt Ende 2009 bietet der schwedische Textilriese im Herzen der Stadt das gesamte Sortiment.

### Philipp Plein eröffnet ersten Accessoires-Laden

In KITZBÜHEL eröffnet der Münchner Designer mit Firmensitz in Amriswil am Bodensee in der Schweiz im Dezember 2010 den ersten Laden nur für Accessoires auf 20 Quadratmetern an der **Vorderstadt 29**. Ausserdem wurde im Dezember noch ein weiteres Geschäft in Cannes gestartet. Aktuell gibt es Plein-Läden in Monte Carlo, Saint-Tropez, Wien und Moskau.

### Shoppingcenter-Projekte

Die wichtigsten Neuprojekte des Jahres waren das Kaufhaus Tyrol in Innsbruck mit rund 33 000 Quadratmeter, das Varena in Vöcklabruck mit rund 32 000 Quadratmeter sowie die Erweiterung des Donau-

## DIE ZEHN GRÖSSTEN SHOPPING-CENTER IN ÖSTERREICH

Shopping-Center	Ort	Verkaufsfläche in m <sup>2</sup>
SCS Shopping Mall	Vösendorf	133 000
Shoppingcity Seiersberg	Seiersberg	76 000
Plus City	Pasching	67 000
Donauzentrum	Wien	52 000
Center West	Graz	45 000
SES Center Huma Einkaufspark	Wien	41 000
Haid Center	Haid	36 000
Europark	Salzburg	35 000
Citypark	Graz	32 000
Uno Shopping-Center	Leonding	31 000

zentrums in Wien um 24 000 Quadratmeter. Bestehende Einkaufszentren – wie die im Jahr 1976 errichtete Shopping City Süd – stehen ganz im Trend der Sanierung, Restrukturierung und Erweiterung.

Um alle drei Phasen – Umbau, Modernisierung und Erweiterung – geht es bei zwei Grossprojekten, die die Hamburger ECE in Wien in Angriff genommen hat. Im Hauptbahnhof West, der direkt an die Haupteinkaufsmeile Mariahilferstrasse stösst, kann ab Herbst 2011 auf 17 000 Quadratmeter geshoppt werden. Die Bahnhof City am Hauptbahnhof Süd soll bis 2014 mit 20 000 Quadratmeter und 115 Läden locken.

Das vermutlich vorerst letzte grosse Grüne-Wiese-Projekt Österreichs liegt nördlich von Wien in Gerasdorf. Dort soll im Frühjahr 2012 ein gleichnamiges Shoppingcenter plus Fachmarktzentrum mit zusammen 70 000 Quadratmetern für 180 Läden eröffnet werden. Die Immobiliertochter der Bank Austria BAI und der Immobilienmanager Ekazent lassen sich das Vorhaben 200 Millionen Euro kosten und vermarkten es durch ShopMatch.



Kärntner Strasse in Wien



Kaufhaus Gerngross an der Mariahilferstrasse

# 11 Neuigkeiten aus den internationalen Metropolen



Apple Cube an der Fifth Avenue in New York

## Apple schlägt die Freiheitsstatue

In NEW YORK hat Apple an der **Fifth Avenue** zwischen der 59. und der 60. Strasse 2009 einen ganz neuen Rekord aufgestellt. Einer Studie der Cornell University zufolge wird dieser spezielle Apple Store nämlich mittlerweile öfter von Touristen fotografiert als beispielsweise die Freiheitsstatue. Damit gehört der unterirdisch liegende Laden mit seinem futuristischen Eingang in einem würfelförmigen Überbau aus Glas zu den meistfotografierten Sehenswürdigkeiten der Stadt – er liegt auf Platz fünf gleich nach dem Empire State Building, dem Times Square, dem Rockefeller Center und der Grand Central Station. Und nicht nur das: Der Apple Store ist auch im weltweiten Rennen mit Platz 28 auf der Liste der am meisten fotografierten Touristenattraktionen weit vorn vertreten.

Aber auch der Umsatz des Cube ist ein Rekord: Für 350 Millionen Dollar werden hier jährlich Apple-Produkte verkauft.

Drei Blöcke weiter hat das zur Swatch-Gruppe gehörende Uhrenbrand Omega die Fläche von Alfred Dunhill, rechterhand von Escada und Armani, übernommen. Noch ist nicht klar, wer das seit August

2008 leer stehende ehemalige Geschäft von Walt Disney an allerbesten Ecklage rechts neben Omega übernehmen wird.

Nebenan kaufte der Investor Thor Equities die Immobilie des japanischen High-End Department Store Takashimaya, zwischen Bottega Veneta und Zara gelegen, für 142 Millionen Dollar und vermietete die Retailfläche an das Unternehmen Forever 21, das im November 2010 einen weiteren Flagship Store in Manhattan eröffnete.



Forever 21, Fifth Avenue in New York

## Uniqlo kommt mit 20 Millionen Miete an 5th Avenue

Der zum japanischen Modekonzern Fast Retailing gehörende Bekleidungsfilialist wird Anfang 2011 an der 666 Fifth Avenue / Ecke 53. Strasse im Tishman Building den zweiten Store in New York eröffnen. Die Miete beträgt 20 Millionen Dollar pro Jahr, 10 Millionen weniger, als noch vor der Finanzkrise bei C&W auf dem Exposé stand.



Uniqlo, 666 Fifth Avenue in New York

## 46 Millionen Dollar Key Money

Mit rund 8300 Quadratmetern wird die ehemalige Brooks-Brothers-Filiale mehr als doppelt so gross sein wie der 2006 eröffnete Uniqlo Store im New Yorker Szenestadtteil Soho. Um sich den Mieter nicht entgehen zu lassen, kaufte der Eigentümer den bisherigen Nutzer acht Jahre vor Ablauf der Mietzeit aus seinem Vertrag heraus. Der Herrenausstatter Brooks Brothers erhielt dadurch insgesamt 46 Millionen Dollar Abstandsanzahlung.

Nebenan hatte Hollister im selben Gebäude im November 2010 auf 1400 Quadratmetern das Flaggschiff eröffnet, nachdem das beste Geschäft von Abercrombie & Fitch fünf Blöcke weiter umsatztechnisch alle Rekorde gebrochen hatte.

## 1,8 Milliarden Verkaufsrekord

Das im Real-Estate-Markt berühmte Gebäude 666 Fifth Avenue wurde 1957 von der Familie Tishman gebaut und 1976 für 80 Millionen Dollar verkauft. Im Jahr 2000 wurde der Wolkenkratzer zusammen mit dem Rockefeller Center von Tishman Speyer für 518 Millionen Dollar zurückgekauft und nur sieben Jahre später für die unglaubliche Summe von 1,8 Milliarden Dollar an die Familie Kushner verkauft. Daraufhin wurden die Retailflächen in Stockwerkeigentum umgewandelt und für 525 Millionen Dollar an ein Konsortium von Stanley Chera, dem Eigentümer der Crown Acquisitions, und der Carlyle Group veräussert.

Die zum US-Bekleidungskonzern Oxford Industries gehörende Sportswear-Marke Tommy Bahama will noch in diesem Jahr ihren ersten Laden in Manhattan eröffnen. Dafür wurde jetzt ein Mietvertrag für einen 850 Quadratmeter grossen Store an der Fifth Avenue / Ecke 45. Strasse unterzeichnet. Das auf Beach-Themen spezialisierte Label aus Seattle/Washington führt bereits 89 Läden in den USA, war bisher jedoch nicht in New York vertreten.

## Esprit eröffnet Flagship in New York

Esprit hat in New York einen neuen Flagship Store eröffnet. Der Laden mit rund 1700 Quadratmetern



F21 und Disney am Times Square in New York

in Manhattan an der 34. Strasse ist der grösste des Unternehmens in Nordamerika und der zweitgrösste weltweit.

Guess eröffnete im Dezember 2010 das neue Konzept für Denim Stores auf 1300 Quadratmetern an der Ecke Fifth Avenue / 47. Strasse. Der Store trägt sogar eine eigene Duftnote: Dank neuester Technologien umweht stets ein leichter Hauch des Parfums Guess Seductive die Nase des Besuchers.

## Forever 21 eröffnet Megastore in New York

Ende Juni 2010 hat der US-Bekleidungsfilialist am New Yorker **Times Square** einen Store mit 9000 Quadratmetern Verkaufsfläche auf vier Etagen eröffnet. Vier Monate später folgte Disney mit dem neuen Flagship auf rund 2500 Quadratmetern, nachdem der Vertrag an der Fifth Avenue zwei Jahre zuvor nicht verlängert worden war. Beide Geschäfte befinden sich auf der vergrösserten ehemaligen Virgin Megastore zwischen der 45. und der 46. Strasse. Nicht zu vergessen ist der Swarovski Store rechts neben F21.

## Ralph Lauren mit beindruckendem Flaggschiff

An seinem 71. Geburtstag eröffnete der US-Designer Ralph Lauren an der **Madison Avenue** an der 72. Strasse einen imposanten Flagship Store für Womenswear. Die Location ist ein vierstöckiges, rund 2200 Quadratmeter grosses Beaux-Arts-Gebäude, das wie ein herrschaftliches Wohnhaus gestaltet wurde. Es liegt gleich gegenüber dem bekannten Rhinelander Mansion, das jahrelang die DOB und die HAKA des Designers führte, aber in Folge der rasanten Expansion von Polo Ralph Lauren nun ausschliesslich für die HAKA genutzt wird.

Nur zehn Tage nach der Eröffnung seines weltweit ersten Flagship Stores in Tokio hat der New Yorker Designer Reed Krakoff Anfang September in seiner Heimatstadt seinen zweiten, rund 180 Quadratmeter grossen Flagship Store für seine gleichnamige, hochgenrige Kollektion eröffnet. Standort ist die Madison Avenue 831 zwischen der 69. und der 70. Strasse.

Zur Eröffnung des dritten Stores in Manhattan lud UGG Australia Ende Oktober 2010 zu einer VIP-Party ein. Special Guest war «Gossip Girl»-Star Jessica Szohr, die mit zahlreichen weiteren Gästen und bekannten UGG-Fans – darunter US Celebs wie die MTV-Moderatorin Julie Alexandria und Jung-Designer Richie Rich – das Opening bereits am Vorabend der offiziellen Eröffnung feierte. Auf über 500 Quadratmetern Verkaufsfläche präsentiert UGG Australia das komplette Produktsortiment, das keine Wünsche offen lässt, allerdings vorläufig nur auf dem US-Markt erhältlich ist. In der prominenten Location in der Madison Avenue sind auch die Modelle der UGG & Jimmy Choo Collaboration erhältlich. Direkt links nebenan eröffneten Ende 2010 auch der zur Schweizer Richemont-Gruppe gehörende chinesische Luxury Lifestyle Brand Shanghai Tang und der französische Luxusschuhhersteller J.M. Weston ihre New Yorker Flagships.

#### Hermès: erster HAKA Store

Hermès hat im Februar 2010 in der Madison Avenue 690 – gleich gegenüber dem Hermès Flagship Store in New York – den ersten, rund 230 Quadratmeter grossen Menswear Store eröffnet. Direkt nebenan, gegenüber von Chopard und Girard-Perregaux, hat die Schweizer Uhrenmarke Hublot im Dezember 2010 auf 120 Quadratmetern ihr New Yorker Flaggschiff eröffnet. Schräg gegenüber haben im Dezember 2010 die Schweizer Uhrenmarke Vacheron Constantin und direkt rechts nebenan der deutsche Juwelier Wempe eröffnet.

Burberry eröffnete zwei Brit Stores: in der Madison Avenue und in der Columbus Avenue. In der Bleecker Street im New Yorker West Village öffnete im Dezember 2010 ein weiterer Store.



Burberry und Burberry Brit an der Madison Avenue



Madison Avenue in New York an einem Sonntagmorgen



Longchamp Flagship an der Madison Avenue

#### Longchamp: Neues Store-Konzept in New York

Der Pariser Lederwarenspezialist hat in New York ein neues Ladenbaukonzept vorgestellt. Der 230 Quadratmeter grosse Monobrand Store in der Madison Avenue wurde komplett erneuert.

#### Lanvin kommt mit Flagship

Das französische Modeunternehmen Lanvin eröffnete einen Flagship Store in New York. Der 330 Quadratmeter grosse Laden belegt drei Etagen eines fünfstöckigen Stadthauses an der Madison Avenue. Es ist der dritte eigene Store der Marke in den USA neben Bal Harbour (Florida), und Las Vegas. Wie das Unternehmen in Paris mitteilte, wird es im September den Sitz seiner US-Niederlassung in den zwei Etagen über dem Flagship Store einrichten.

#### Soho voll im Trend

Im Szene- und Trendviertel Soho eröffnete Moncler an der **Prince Street** Anfang September 2010 den weltweit führenden Flagship Store auf rund 300 Quadratmetern neben dem neuen Trendsetter von Nespresso, wo zwei Wochen später das Opening zelebriert wurde.

Gegenüber befindet sich das neue Trendgeschäft von Prada auf rund 500 Quadratmetern.

#### Broadway immer interessanter für Retailer

American Eagle Outfitters hat im November 2010 gegenüber von Hollister und neben Kenneth Cole am **Broadway** in Soho auf 2200 Quadratmetern und drei Etagen eröffnet. Weitere Nachbarn sind unter anderem Adidas, Billabong, Forever 21, Victoria's Secret und Zara.

#### Zwei Jahre Stillstand in Etro-Immobilie

Etro hat im Jahr 2008 für 12 Millionen Dollar eine Liegenschaft mit einer Grundfläche von 220 Quadratmetern an der **Greene Street**, linkerhand von A Bathing Ape und La Perla, gekauft und immer noch nicht eröffnet. Links auf der anderen Strassenseite haben J. Lindberg und Longchamp ihre Flagships in Soho platziert.

#### Alexander Wang eröffnet Store in Soho

Der New Yorker Designer wird an der **Grand Street** im New Yorker Szenestadtteil Soho seinen ersten Store eröffnen. Das Eröffnungsdatum und Details zur Ausstattung wurden noch nicht bekannt gegeben. Anfang 2010 war der bisher dort ansässige Store von Yohji Yamamoto geschlossen worden.

Der Französische Make-up-Meister François Nars wird eine kleine Boutique im gleichen Block wie Marc Jacobs 'Bleecker Mini-Mall' eröffnen. Nars arbeitet eng mit Marc Jacobs zusammen.

Burberry hat eines der letzten Antiquitätengeschäfte an der **Bleecker Street** übernommen und wird Anfang 2011 eröffnen.



Moncler, Prince Street in Soho, NYC



Abercrombie & Fitch Flagship in Ginza, Tokio

#### Abercrombie & Fitch eröffnet ersten Store in Asien

In TOKIO hat der US-Modedialist aus New Albany (Ohio) kurz vor Weihnachten 2009 seinen ersten Store in Asien eröffnet. Der Abercrombie-&-Fitch-Laden befindet sich in einem zwölfstöckigen Gebäude im Stadtteil **Ginza** an der **Chuo Dori** neben Salvatore Ferragamo und gegenüber von Prada. Ein zweiter Laden soll für die Präfektur Fukuoka geplant sein.

Ein knappes halbes Jahr später hatte Forever 21 das zweite Geschäft in Japan, schräg gegenüber von A&F im etwas verstaubten Matsuzakaya Department Store, auf fünf Etagen und 3000 Quadratmetern eröffnet. Ein Jahr zuvor war bereits ein Store auf 1700 Quadratmetern im Tokioter Stadtteil Harajuku, rechterhand von H&M, in Betrieb genommen worden.



F21 Harajuku Opening



### Christian Louboutin von Japanerinnen sehnlichst erwartet

Unweit von A&F entfernt, an der **Namiki Dori** in Ginza zwischen Piaget und Louis Vuitton, feierte Christian Louboutin die Eröffnung seines ersten japanischen Geschäfts auf rund 80 Quadratmetern.

Polo Ralph Lauren hat in Tokio den ersten Rugby-Ralph-Lauren-Laden ausserhalb der USA eröffnet. Der Store in der Cat Street im Stadtteil **Harajuku** bietet auf 400 Quadratmetern Fläche Bekleidung und Accessoires für Männer und Frauen. Anfang April gab es elf Rugby-Läden in den USA.

### Marc Jacobs in Aoyama

Zwischen Prada und Cartier eröffnete Anfang Dezember Marc Jacobs seinen Flagship Store auf drei Etagen und 260 Quadratmetern.



Prada in Aoyama, Tokio

Der Präsident und Executive Creative Director von Coach, Reed Krakoff, hatte Anfang November 2010, kurz vor Eröffnung des New Yorker Flagships, einen Shop in **Aoyama**, neben dem Prada-Epicenter und der neuen Marc-Jacobs-Boutique, eingeweiht.

Ebenfalls im November gab Tommy Hilfiger die Eröffnung seines grössten Flagship-Ladengeschäfts in Japan und Asien bekannt. Planmässig wird das Ladengeschäft im März 2012 auf dem Omotesando in Harajuku im ehemaligen Gap-Geschäft eröffnet. Das neue Flagship-Ladengeschäft wird 1017 Quadratmeter gross sein und drei Stockwerke umfassen.

### F21 anstatt HMV

Wie auch in London an der Oxford Street hat Forever 21 in **Shibuya** die HMV-Fläche übernommen

und einen Tag vor Weihnachten glamourös auf sechs Etagen und 4200 Quadratmetern das grösste asiatische Geschäft eröffnet. Die Location befindet sich neben dem Department Store Seibu sowie direkt gegenüber vom britischen Modehaus Coach.

### Michal Kors in Omotesando

Auf 120 Quadratmetern hat der amerikanische Designer seine erste japanische Boutique im Zebra-Muster gegenüber von Emporio Armani eröffnet.

### American Eagle Outfitters geht nach Japan

Der US-Modekonzern expandiert ins Land der aufgehenden Sonne: Im Rahmen der internationalen Expansion sollen 2012 die ersten American Eagle Stores mit Hilfe eines lokalen Franchisepartners eröffnen. Kurz vor Weihnachten 2010 gab American Eagle Outfitters bekannt, dass man den Plan gefasst habe, nach Japan zu expandieren. Mit Hilfe des Franchisenehmers Sumikin Bussan Corporation will man in Japan die ersten Stores eröffnen. Der erste Flagship Store soll in der ersten Hälfte von 2012 in Tokios Einkaufsviertel Harajuku eröffnen.

### Nike eröffnet grössten Store in Japan

Das US-Sportartikel-Unternehmen aus Beaverton (Oregon) hat in Tokio seinen bisher grössten Store in Japan eröffnet. Der Store im Stadtteil Harajuku ist Nikes erster Flagship Store in Tokio und präsentiert auf drei Etagen und 1000 Quadratmetern die bisher umfangreichste Auswahl an Nike-Artikeln in Japan sowie eine Reihe neuer, meist interaktiver Services.



Forever 21 Opening am 23. Dezember in Tokio



Shopping Galerie, Omotesando Hills in Tokio



Coach in Ginza, Tokio

### Top Shop expandiert in Japan

Der Londoner Modefilialist Top Shop eröffnete im September einen zweiten Store in Tokio. Der Laden im Stadtteil Shinjuku bietet auf einer Verkaufsfläche von fast 1000 Quadratmetern DOB sowie HAKA der Marke Topman an. Der erste Topshop-Laden in Japan eröffnete 2006 im Tokioter Stadtviertel Harajuku.

### Galeries Lafayette expandiert nach Peking

In PEKING plant die französische Kaufhausgruppe 2013 das erste Kaufhaus in der chinesischen Hauptstadt zu eröffnen. Wenn die Nachfrage gut ist, könnten bis zu 15 weitere Stores in anderen chinesischen Städten folgen. Die erste chinesische Galeries Lafayette soll in weniger als drei Jahren in Peking eröffnen. Der Konsumtempel soll eine Fläche von 18 000 Quadratmetern haben. Damit wird es nach dem Stammhaus am Boulevard Haussmann in Paris die zweitgrösste Galeries Lafayette sein. Sie soll zwischen 40 und 50 Millionen Euro jährlich umsetzen.

### Hublot weicht ersten eigenständigen Flagship Store in China ein

Mit einem festlichen Event hat Hublot seinen ersten Flagship Store in Peking eröffnet. Die neue Boutique liegt an der prestigeträchtigen Wangfu-

jing Street im exklusiven Oriental Plaza, einem der besten und florierendsten Einkaufszentren in der Pekinger Innenstadt, und ist mit 100 Quadratmetern Fläche die grösste Boutique in China. Zuvor hatte Hublot bereits eine Boutique am Plaza 66 in Schanghai und eine zweite im Intercontinental Hotel in Dalian eröffnet.

### Gucci mit erster Bijouterie

Auch Gucci hat Chinas erste Schmuck-Boutique in Pekings Parkson-Einkaufszentrum eröffnet.

### Ferragamo treibt China-Expansion voran

Das Florentiner Modehaus eröffnete Ende 2010 zwei weitere Stores in **Nanning** in der Dream Island Mall und in Harbin im Harbin Charter Shopping Centre. Insgesamt kommt Ferragamo damit auf 45 Stores in 33 Städten im Reich der Mitte. Laut CEO Michele Norsa ist China inklusive Hongkong und Macao neben den USA das grösste Absatzgebiet für Ferragamo weltweit.

### Prada treibt Expansion in China voran

Der Mailänder Luxusgüterkonzern will in diesem Jahr 17 Stores in China eröffnen, 2012 sollen weitere 11 folgen. Es heisst, das Unternehmen plane einen Börsengang in Hongkong.

### Tom Ford startet in China

Das Unternehmen des US-Designers Tom Ford wird im Rahmen seiner Asien-Expansion seine ersten beiden Läden in China eröffnen. Bereits im Juni 2011 soll ein rund 170 Quadratmeter grosser Store in der IFC Mall in **Hongkong** eröffnen.



Gucci Golden Eagle Galerie, Shanxi Road in Schanghai

Einen Monat später ist die Eröffnung eines rund 200 Quadratmeter grossen Geschäfts im luxuriösen Shanghai Centre in **Schanghai** geplant. Tom Ford International führt bereits zwei Läden in Japan (Tokio, Osaka) und einen im südkoreanischen Seoul.

#### Home of Alfred Dunhill eröffnet in Hongkong

Der zum Schweizer Luxusgüterkonzern gehörende britische HAKA-Spezialist hat einen The Home of Alfred Dunhill Store in Hongkong eröffnet. Der Laden belegt drei Stockwerke des Prince's Building. Ausser einem Store gibt es einen Schneiderservice, ein Restaurant, eine Weinstube und eine Bar. The Home of Alfred Dunhill Stores gibt es ausserdem in London, Schanghai und Tokio.

#### Glashütte Original eröffnet Boutique im Einkaufszentrum «K 11» in Hongkong

Ende Januar 2010 wurde die Eröffnung der zweiten Boutique von Glashütte Original in Hongkong festlich gefeiert. Nach der erfolgreichen Eröffnung der ersten Boutique im Jahr 2009 in der **Pak Sha Road** ist dies die zweite Filiale der sächsischen Uhrenmanufaktur in Hongkong.

#### Hermès eröffnet ersten Shang Xia Store

Mitte September 2010 eröffnete das Pariser Luxusgüterunternehmen den ersten Shang Xia Store. Die eigens für den chinesischen Markt entworfene Marke wird mit einem Laden im Einkaufszentrum **Hong Kong Plaza** in Schanghai präsent sein. Auf 120 Quadratmetern werden Lifestyle-Produkte, Bekleidung, Accessoires und Möbel angeboten. In Asien steht als Nächstes eine Eröffnung in Peking auf dem Plan. Pläne soll es auch für einen Shang Xia Store in Paris im kommenden Jahr geben.



Shang Xia Collage

#### Blancpain öffnet die Türen seiner zweiten Boutique in Schanghai

Als Teil des 275-Jahr-Jubiläums feiert Blancpain auch die Eröffnung seiner zweiten Boutique in Schanghai. Dies ist die 37. Blancpain-Boutique weltweit. Weiterhin eröffneten hier Swatch, Omega und Breguet ihre Boutiquen. Das Shanghai Peace Hotel liegt an einem der traditionsreichsten Standorte in dieser dynamischen Stadt, direkt an der Kreuzung der Uferpromenade Bund und der **Nanjing Road**. Es ist seit dem Jahr 1854 das renommierteste Hotel in Schanghai.



Shanghai Peace Art Hotel

#### Gap startet in China

Der US-Modekonzern Gap betrat Mitte November 2010 mit der Eröffnung eines Stores in Schanghai den chinesischen Markt. Es wurden ein Gap Store mit einer Fläche von 1140 Quadratmetern auf der **Mid Huaihai Road** in Schanghai und ein Laden im Wohnkomplex Hong Kong Plaza eröffnet. Es folgt in Schanghai ein zweiter Store in der Nanjing West Road.

#### American Eagle Outfitters will 2011 nach China

Der US-Bekleidungsfilialist aus Pittsburgh wird 2011 die ersten Stores in China und Hongkong eröffnen. Dazu wurde ein Franchiseabkommen mit dem Hongkonger Unternehmen Dickson Concepts geschlossen. Die Eröffnung von Läden in Hongkong, Peking und Schanghai steht für Anfang nächsten Jahres fest.

#### Apple kommt nach China

Der erste Store von Apple eröffnete in Schanghai Mitte Juli 2010. Es sollen 25 weitere Filialen in China und Hongkong folgen. Bisher gab es nur einen Apple Store in ganz China, und zwar in Peking. Er wurde im Jahr 2008 eröffnet.

#### Eröffnung der Flagship-Boutique von Nespresso in Sydney

In SYDNEY hat im Dezember 2010 die grösste Nespresso-Boutique der südlichen Hemisphäre eröffnet. Die von Westfield komplett neu gestaltete Pitt

Street Mall ist der ausgewählte Standort für die fünfte in diesem Jahr eröffnete Flagship-Boutique von Nespresso. Genau wie die anderen vier in Brüssel, Miami, New York (Soho-Viertel) und München ist sie im unverwechselbaren Nespresso-Stil gehalten. Alle fünf Boutiquen spiegeln dabei gleichzeitig den besonderen Charakter der jeweiligen Weltstadt wider.

Zara wird 2011 in der Westfield's Pitt Street Mall in Sydney auf 1830 Quadratmetern das erste australische Geschäft eröffnen. Bereits im Dezember letzten Jahres eröffneten der französische Schuhdesigner Christian Louboutin und das britische Designer-Label Mulberry ihre ersten australischen Boutiquen im selben Shoppingcenter.

Am Flughafen in Sydney startete der erste Victoria's Secret Store in Australien im Juni 2010.

#### H&M auf Champs-Élysées

In PARIS konnte H&M nach jahrelangem Warten auf 2800 Quadratmetern und drei Etagen die elfte Pariser Boutique eröffnen. Die Eröffnung eines H&M-Geschäfts an einem weltbekannten Ort wie diesem ist keineswegs selbstverständlich. Ganze zwei Jahre musste das Label dafür kämpfen. Die Pariser Stadtregierung hatte sich über drei Jahre gegen Frankreichs grösste H&M-Filiale gewehrt. Schliesslich hat die edle Avenue einen Ruf zu verlieren. «Die Champs-Élysées brauchen kein H&M, H&M braucht die Champs-Élysées», meint Lyne Cohen-Solal, stellvertretende Handelsbeauftragte der Stadt Paris. «Die schönste Strasse der Welt», wie die Champs-Élysées von den Franzosen gerne genannt werden, seien eine Promenade aus Luxus, Kultur und Unterhaltung. Insidern zufolge sollen die Investitionen inklusive dem Key Money 20 Millionen Euro betragen haben.

Fast gleichzeitig startete Tommy Hilfiger ebenfalls auf drei Etagen und 835 Quadratmetern nur 100 Meter entfernt.

#### Banana Republic will auf die Champs-Élysées

Der zu Gap gehörende US-Bekleidungsfilialist Banana Republic will einen Laden an der begehrten Avenue des Champs-Élysées eröffnen. Er muss allerdings noch genehmigt werden. Vorgesehen ist ein 1500 Quadratmeter grosser Store am unteren Ende der Strasse, neben Adidas. Für dieselbe Adresse hatten sich zuvor Dolce & Gabbana und der Sportfilialist Go Sport interessiert. Sie haben ihre Eröffnungspläne jedoch nicht realisiert.

Aus gut informierten Quellen war zudem im März vergangenen Jahres zu hören, dass Gap bis vergan-



Nespresso in der Westfield Mall in Sydney



Prachtmeile Champs-Élysées, Paris

gene Woche mit dem japanischen Konzept Uniqlo im Wettbewerb um den begehrten Store stand. Für Banana Republic ist es der erste Laden in Frankreich.

Der Ende 2008 bezogene Standort von Esprit wird entgegen anders lautender Gerüchte jedoch nicht frei. Das Unternehmen dementierte im Juli, den Mietvertrag über 3,9 Millionen Euro für seinen 1000 Quadratmeter grossen Flagship Store gekündigt zu haben.



Louis-Vuitton-Flaggschiff, Champs-Élysées in Paris

#### Tissot eröffnet Monobrand Store

Für ihren neusten Monobrand Store hat sich Tissot als Standort eine der schönsten Prachtstrassen der Welt ausgesucht: die berühmten Champs-Élysées in Paris. In Nachbarschaft zu den Flagship Stores der weltweit führenden Marken öffnete die 100 Quadratmeter grosse Boutique Anfang Juli 2010 erstmals ihre Tore in der Nachbarschaft des Elektronik- und Buchhauses Fnac sowie der Parfümeriekette Sephora.

#### Swarovski mit Store auf den Champs-Élysées

Swarovski hat sein neues Ladenkonzept auf den Champs-Élysées in Paris eröffnet. Es ist der erste Laden in Frankreich mit dem neuen Store-Konzept, das im März 2009 auf der Ginza in Tokio vorgestellt worden ist. Das vom japanischen Designer Yokuji Yoshioka entwickelte Konzept soll international nach und nach auf alle 1700 Läden von Swarovski übertragen werden. Der auf 110 Quadratmetern und zwei Ebenen angelegte Laden auf der frequenzstarken Pariser Prachtmeile zeichnet sich durch eine sieben Meter hohe Fassade, eine kristallglitzernde Treppe und ein von der Decke hängendes Crystal Art Piece aus 3500 Kristallen aus.

Auf der nach Süden gerichteten Sonnenseite der Avenue liegen die Monatsmieten zwischen 670 und 840 Euro netto pro Quadratmeter. Gegenüber kostet es 30 Prozent weniger. So hohe Mieten können sich nur noch internationale Modefilialisten und Luxusmarken leisten.

#### A&F kommt nach Frankreich

Am Ende der Champs-Élysées wird an der heute nicht topfrequentierten Lage auf Höhe der Avenue Montaigne im Laufe des Jahres 2011 Abercrombie & Fitch auf rund 3000 Quadratmetern den ersten französischen Store eröffnen.

#### Yves Saint Laurent anstatt Escada

Das Pariser Modeunternehmen Yves Saint Laurent plant einen Flagship Store auf der Pariser Luxusmeile **Avenue Montaigne**. Wie das Unternehmen in Paris bestätigte, wird es Anfang 2012 in die 900 Quadratmeter grossen Räume von Escada ziehen. Der Mietvertrag des Münchner Damenmodeunternehmens ist Ende 2010 ausgelaufen.

#### Max Mara übernimmt Gianfranco Ferré

Auf 400 Quadratmetern präsentiert neben YSL nun auch Max Mara seinen neuen Laden im ehemaligen Geschäft von Gianfranco Ferré. Der Laden auf der Avenue Montaigne wurde vom Architekten Grassi entworfen.

#### Celine mit neuem Flagship

Das französische Modeunternehmen Céline, das zu LVMH gehört, hat im Frühjahr 2010 ebenfalls einen neuen Flagship Store in der Avenue Montaigne eröffnet.

#### Neuer Glanz für Prachtmeile

Der britische Immobilienentwickler Hammerson vermarktet sein Prestige-Projekt Faubourg One. Vier von sieben zukünftigen Mietern stehen schon fest. Zu ihnen gehören Burberry, Moschino und Brunello Cuccinelli, die in die Nachbarschaft von Hermès, Yves Saint Laurent, Gucci und anderen Luxusgrössen an der **Rue Faubourg Saint-Honoré** ziehen werden. Vormieter wie Chloé, Akris, Montblanc, Fratelli Rossetti und Sprung Frères verlassen den Gebäudekomplex (Rue Faubourg Saint-Honoré 54 bis 60), den Hammerson 2005 für 56 Millionen Euro gekauft hat. Er zeigt klassischen Pariser Haussmann-Stil und über 60 Meter Fassade.

Die Briten investieren 35 Millionen Euro in die Renovierung, die im März 2010 begonnen hat und bis Anfang 2011 dauern soll. Die sieben angebotenen Mietlokale werden zwischen 100 und 830 Quadratmeter gross sein. Von insgesamt 2570 Quadratmetern Verkaufsfläche werden 1500 Quadratmeter neu geschaffen.

Der vorherige Besitzer bezog knapp 3 Millionen Euro Miete aus insgesamt 7500 Quadratmetern. Über die jetzt verlangten Ladenmieten macht Hammerson keine Angaben. Der Retailspezialist hatte ein ähnliches Projekt in der Rue Saint-Honoré – der kommerzielleren Verlängerung der Rue Faubourg

Saint-Honoré – 2006 vorgestellt und Mieter wie Brooks Brothers, Cacharel, Tommy Hilfiger und Hugo Boss dafür gewonnen. Das Projekt Place Vendôme wurde inzwischen gewinnbringend an einen irischen Fonds verkauft.

#### Glashütte Original: Eröffnung einer Boutique in Paris

Die Rue du Faubourg Saint-Honoré ist eine der faszinierendsten Strassen der Welt. Reich an Geschichte, war sie lange beliebt bei Künstlern und anderen Kreativen auf der Suche nach einem passenden Lebensraum. Heute ist der Strassenzug das Zuhause für eine grosse Anzahl an Galerien, Haute-Couture-Marken und opulenten Geschäften. Seit einigen Monaten ist hier nun auch der sächsische Uhrenhersteller Glashütte Original vertreten. Nach einer ausführlichen Suche nach dem optimalen Standort für die erste Monobrand-Boutique in Europa ausserhalb von Glashütte entschied man sich für die Rue du Faubourg Saint-Honoré in Paris.

#### Michael Kors plant weltweit grössten Store in Paris

Der erste Monobrand Store in Frankreich von US-Designer Michael Kors soll auch der bislang grösste weltweit werden. Wie das Unternehmen mitteilte, wird der in Paris geplante Store auf 650 Quadratmetern im Frühjahr 2011 eröffnen. Der Laden an der Modemeile **Rue Saint-Honoré** am rechten Seiner Ufer wird nach London, Mailand und München der vierte in Europa sein.

#### Ermanno Scervino eröffnet Flagship Store in Paris

Das Florentiner Modelabel eröffnete im Januar 2011 seinen ersten Pariser Flagship Store. Der Laden liegt an der Rue du Faubourg Saint-Honoré zwischen Bottega Veneta und La Perla und erstreckt sich auf 300 Quadratmetern über drei Etagen.

#### Paris: Zegna findet Flagship-Standort

Ermengildo Zegna hat einen neuen Standort für seinen Flagship Store in Paris gefunden. Zegna bekam den Zuschlag für ein 800 Quadratmeter grosses Ladenlokal in der Rue Saint-Honoré. Zegna hatte nach der Schliessung eines 550 Quadratmeter grossen Stores in der Rue de la Paix drei Jahre lang nach einer neuen Adresse für einen Flagship Store gesucht. In Paris gibt es zurzeit drei Franchisefilialen des hochwertigen Männermode-Labels sowie Markenflächen bei Galeries Lafayette und Le Printemps. Ein eigener Store der Marke existiert in Frankreich zurzeit nur auf der Strandpromenade La Croisette in Cannes.

Zegna ist nur eine von mehreren italienischen Marken, die Paris als Vorzeigeadresse gewählt haben.



Place Vendôme in Paris

Nach Canali, Paul & Betty, Fratelli Rossetti und John Richmond, die in den vergangenen 18 Monaten Läden aufgemacht haben, stehen in diesem Jahr weitere Eröffnungen an. Unter den Marken befinden sich Brunello Cuccinelli, Ermanno Scervino, Blumarine, Moschino oder auch Napapijri, um nur die bekanntesten zu nennen.

#### Hublot mit Premiere am Place Vendôme

Die Schweizer Uhrenmarke Hublot hat Ende 2010 am **Place Vendôme**, neben dem Uhrmacher Patek Philippe, auf 120 Quadratmetern ihr Pariser Flaggschiff eröffnet.

#### Desigual erobert Paris

Das spanische Modeunternehmen Desigual eröffnete Anfang Juni 2010 den 2500 Quadratmeter grossen Flagship an einer strategischen Lage an der Alten Oper **Opéra Garnier** im Herzen von Paris. Tally Weijl hat einen Standort für seinen geplanten Pariser Flagship Store gefunden. Das Ladenlokal besitzt eine Fläche von 400 Quadratmetern auf zwei Etagen. Es befindet sich auf dem Boulevard Haussmann, einer der kaufkraftstärksten Shoppingmeilen in Paris, gegenüber dem Warenhaus Le Printemps.

#### Coach kommt nach Europa

Der US-amerikanische Accessoires-Filialist Coach startete mit einem Shop-in-Shop bei Printemps in Paris. Im Frühjahr 2011 soll die Eröffnung eines rund 300 Quadratmeter grossen Ladens in der Westfield White City Mall in West London folgen, und für Sommer ist ein rund 500 Quadratmeter grosser Flagship Store auf der New Bond Street geplant.



Strassenszene der New Bond Street in London

### Showtime in London

In LONDON will das West End mit dem noblen Stadtteil Mayfair Paris, Mailand, New York und Tokio als Standort für Luxus-Shopping toppen. Die New West End Company (NWE), zuständig für das Marketing rund um die Bond Street, Jermyn Street, Oxford Street und Regent Street, hat die Kampagne «London Luxury» gestartet. Nicht nur Briten, sondern auch internationale Besucher haben den Saisonstart der neuen Modedesigner den ganzen Monat September 2010 begeistert gefeiert.

Von den insgesamt 600 Einzelhändlern, die NWE repräsentiert, sind rund 300 Luxus-Stores rund um die Bond Street angesiedelt. Der Verkehr soll reduziert werden. Entertainment-Zonen werden für Strassen-Fashion-Shows geschaffen, so dass die Mode-Stores ihre Kollektionen nicht nur im, sondern auch vor dem Schaufenster zeigen können.

### Victoria's Secret kommt nach Europa

In London eröffnet Victoria's Secret im Laufe des Jahres 2012 auf 2500 Quadratmetern die erste Lingerie-Boutique in Europa in der **New Bond Street** an der Ecke Brooke Street.

Eventuell eröffnet das zur Limited-Brands-Gruppe gehörende Brand bereits vorher einen Store im Westfield White City oder im Bluewater Shopping Center. In der White City hatte Ende November das zu A&F und Hollister gehörende Schwesterbrand Gilly Hicks auf 500 Quadratmetern Europapremiere gefeiert.

Ebenfalls neu nach London kommt die New Yorker Designerin Tory Burch. Ihre Boutique an der New Bond Street umfasst 420 Quadratmeter.

Neben Tory Burch und Hermès hat Anfang Dezember 2010 Miu Miu den neue Flagship Store in der ehemaligen Wana Boutique eröffnet.



Westfield White City in London ist ein 2,5-Milliarden-Franken-Development mit 150 000 Quadratmetern

### Louis Vuitton spektakulär in London

Louis Vuitton hat den Londoner Flagship Store an der New Bond Street als «Maison» Louis Vuitton wiedereröffnet. Der Luxustempel ist mehr als nur ein Geschäft. In dem «Haus» kann die verwöhnte Kundschaft die Markenwelt in einem glamourösen Ambiente erleben, die es so in keinem anderen Louis Vuitton Store gibt. Nach dreijähriger Umbauzeit und einem Investitionsvolumen, das auf bis zu 30 Millionen Pfund (etwa 40 Millionen Franken) geschätzt wird, hat der New Yorker Stararchitekt Peter Maroni hinter einer imponierenden Fassade drei Etagen mit einer Verkaufsfläche von 1500 Quadratmetern gestaltet.



Louis Vuitton, New Bond Street in London

Der italienische Männermode-Anbieter Canali hat im Juni 2010 in London, neben Pal Zileri und gegenüber von Emporio Armani, seinen bisher grössten Store eröffnet. 700 der 1200 Quadratmeter grossen Fläche an der Bond Street sind Verkaufsfläche. Es ist der zweite Canali Store in London.

### Coach plant Flagship Store an der New Bond Street

Der US-Accessoires-Filialist Coach eröffnet im Frühjahr 2011 einen rund 300 Quadratmeter grossen Laden in der Westfield White City. Im Sommer folgt ein 470 Quadratmeter grosser Flagship Store an der New Bond Street.

### Das Gerangel war kurz und teuer

Als der Juwelier Asprey Anfang 2010 seinen Laden in der New Bond Street neben Bulgari und Boucheron sowie gegenüber von Patek Philippe, de Grisogono, Adler und Chopard räumte, entbrannte kurz darauf ein beispielloses Bietergefecht. Nicht weniger als fünf Luxusketten überboten sich gegenseitig, um den Standort ergattern zu können. Am Ende erhielt Piaget den Zuschlag – für eine Jahresmiete von 7345 Euro pro Quadratmeter.

### Core Spirit eröffnet Flagship Store

Die Modemarke Core Spirit hat sich ihren ersten Flagship Store in London gesichert. Nach einer langen Asbestsanierung wird er im Frühjahr 2011 an der New Bond Street eröffnet, direkt neben Kronometry, Victorinox und Calvin Klein. Der Shop hat 424 Quadratmeter auf zwei Etagen und die Miete liegt bei 370 000 Euro.

### Carolina-Herrera-Boutique in London eröffnet

Die amerikanische Modedesignerin Carolina Herrera hat in Londons Stadtteil Mayfair an der 120 **Mount Street** eine Boutique ihrer Lifestyle-Marke CH Carolina Herrera eröffnet. Die 185 Quadratmeter grosse Boutique CH Carolina Herrera präsentiert auf zwei Etagen DOB, HAKA und Kindermode des Lifestyle-Labels neben luxuriösen Accessoires und Schuhen.

### True Religion eröffnet ersten Store in Grossbritannien

Der US-Denim-Spezialist eröffnete im Juni 2010 den ersten Store in Grossbritannien. Der Laden an der **James Street** in London präsentiert auf 140 Quadratmetern das gesamte Angebot der Marke für Frauen, Männer und Kinder.

### Topshop, London

Die britische Modekette Topshop hat einen 1300 Quadratmeter grossen Flagship Store im Londoner Stadtteil **Knightsbridge** eröffnet. Es wurden 3,5

Millionen Euro investiert. Gegenüber dem berühmten Kaufhaus Harrods ist die Young-Fashion-Marke auf drei Etagen mit Topshops Hauptlinie, den Schuh- und Accessoires-Kollektionen sowie den Linien Boutique und Unique vertreten.

Direkt am Piccadilly in London hat The Sting auf mehr als 2300 Quadratmetern, die sich über drei Stockwerke verteilen, einen Flagship Store eröffnet. Banana Republic, die Tochter des US-Filialisten Gap, hat sich für ihren ersten Store in London eine spektakuläre Location ausgesucht. Das 1600 Quadratmeter grosse Flagship ist im ehemaligen Dickens-&-Jones-Kaufhaus heimisch geworden.

### Gant an Regent Street

In der Londoner **Regent Street** hat das Modelabel Gant im Februar 2010 auf drei Stockwerken und 800 Quadratmetern seinen neuen Flagship Store eröffnet, neben dem 2009 eröffneten Ferrari Store. Gegenüber befinden sich Hamleys Toys, Hugo Boss und Esprit.



Gant an der Regent Street in London



Andrang bei Primark, Oxford Street in London

### Primark's zweiter Store an Oxford Street

Primark hat am östlichen Ende der **Oxford Street** mit dem ehemaligen Virgin Megastore mit 7900 Quadratmetern ein zweites Haus auf der Einkaufsmeile angemietet. Im Juni 2011 soll es bereits eröffnet werden. Man kann davon ausgehen, dass mit diesem Schachzug die Tottenham Court Road nun weiterentwickelt wird.

Am letzten Samstag im November 2010 hatte das 6500 Quadratmeter grosse Flaggschiff von Primark in der Nähe des Hyde Park mit einem Umsatz von 820 000 Pfund an einem einzigen Tag einen neuen Rekord erzielt.

Forever 21 wird sein erstes Geschäft an der Oxford Street im ehemaligen HMV Entertainment Store auf 3250 Quadratmetern eröffnen. Es wurde eine Ablösesumme von rund 17 Millionen Euro bezahlt. Der jährliche Mietzins beträgt 3,25 Millionen Euro mit einer festen Vertragslaufzeit von 15 Jahren. Neben an wird das spanische Modeunternehmen Desigual im ehemaligen Walt-Disney-Geschäft einziehen.

In MAILAND hat der US-Bekleidungskonzern Gap, zu dem auch Banana Republic, Old Navy, Piperlime und Athleta gehören, Ende November 2010 auf drei Etagen und insgesamt 3369 Quadratmetern an der



Gap-Eröffnung in Mailand



Bershka unter den Arkaden an der Corso Vittorio Emanuele

**Corso Vittorio Emanuele** seine erste italienische Filiale eröffnet.

Der gleich nebenan liegende, 1625 Quadratmeter grosse Store der Marke Banana Republic wurde Anfang Dezember eröffnet. Direkt neben Gap und Banana Republic hat Mango im April 2010 auf drei Stockwerken und 775 Quadratmetern Verkaufsfläche einen Flagship Store eröffnet.

Rechterhand eröffnete bereits ein halbes Jahr zuvor im gleichen Gebäude Mango seinen italienischen Flagship Store auf drei Stockwerken und 775 Quadratmetern Verkaufsfläche. Neben lokaler Prominenz nahmen auch Laura Drzewicka und Isak Andic an der Eröffnungsfeier teil.

### In Mailand eröffnet grösster Bershka Store

Die junge Modekette des spanischen Modekonzerns Inditex hat ihren bisher grössten Laden eröffnet. Er liegt drei Häuser rechts von Gap, Banana Republic und Mango, hat eine Verkaufsfläche von 1300 Quadratmetern und ist der 41. Bershka Store in Italien sowie der 682. weltweit. Anfang Oktober wurde in Mailand auch der erste eigenständige Zara Home Store in der ehemaligen Upim-Filiale an der **Piazza San Babila** eröffnet. Wiedereröffnet hat jetzt in Mailand auch der erweiterte Zara-Laden in der Via Torino auf 1500 Quadratmetern.

An der Piazza San Babila hat Guess gegenüber von Zara Home auf zwei Etagen und 420 Quadratmetern erstmals sein neues Konzept für Denim Stores verwirklicht.

### Sorgente bietet 480 Millionen Euro für Rinascente-Immobilie

Die italienische Investmentgesellschaft Sorgente Group aus Rom hat öffentlich Interesse an der Immobilie in Mailand angemeldet, in der die wichtigste Filiale des Kaufhauses La Rinascente untergebracht ist. Die Sorgente Group ist bereit, für das Prestigeobjekt am Domplatz 480 Millionen Euro zu bezahlen, allerdings «unter der Bedingung, dass der kommerzielle Betrieb von Rinascente von neuen Akteuren übernommen wird». Presseberichten zufolge soll hinter dem Angebot die Familie Borletti stecken, die zwar aktuell Miteigentümerin des Warenhauskonzerns ist, aber an einer stärkeren operativen Kontrolle des Unternehmens interessiert sein soll.

Sorgente hat in der Vergangenheit bereits die Übernahme und den Verkauf von wichtigen New Yorker Immobilien wie dem Flatiron Building und dem Chrysler Building abgewickelt. Aktuell verwaltet die Gruppe Immobilien und Beteiligungen im Wert von 2,8 Milliarden Dollar (2,1 Milliarden Euro).

### Coin plant Luxus-Lifestyle-Haus in Mailand

Der italienische Warenhauskonzern aus Mestre plant ein neues Handelskonzept für hochgenrige Lifestyle-Produkte. Im ehemaligen Excelsior-Kino an der Galleria del Corso wird ein Store entstehen, der auf sieben Etagen und 3600 Quadratmetern Bekleidung und Accessoires für Männer und Frauen, Kosmetik, Hightech-Produkte und Lebensmittel aus dem Luxussegment anbieten wird. Die Eröffnung ist für September 2011 geplant.

### Geox eröffnet atmenden Palast in Mailand

Der grösste Laden des Labels verfügt über 1000 Quadratmeter Verkaufsfläche und eine ungewöhnliche Fassade. Geox hat in Mailand seinen weltweit grössten Store eröffnet. Die rund 1000 Quadratmeter grosse Boutique befindet sich unweit des Mailänder Doms in der **Via Torino**.

Die Aussenfassade ist mit einer Skulptur aus 734 gold-, bronze- und kupferfarbenen Edelmetallplatten bedeckt. Die einzelnen Platten werden mit Hilfe von 82 Motoren um 12 bis 33 Grad bewegt. Damit wird die Fassade geöffnet, was für einen permanenten Luftaustausch sorgt und das Gebäude «atmen» lässt.

### Larusmiani: exklusive Cocktail-Party

Ende September wurde die Eröffnung der Boutique mit 700 Quadratmetern in der **Via Montenapoleone** am Corner zur Via Verri gefeiert.



Larusmiani Opening an der Via Montenapoleone

Die Schmuck-Boutique von Faraone hat nach acht Jahren Absenz in der Via Montenapoleone zwischen Paul & Shark und Frette sowie Versace auf rund 70 Quadratmetern wieder eröffnet. In dieser Zeit hat auch die Eigentümerin von Sotheby's zu Christie's gewechselt.

Nebenan eröffnete Cacharel einen Pop-up Store. Gegenüber zelebrierte Anfang September in einem Palazzo aus dem 18. Jahrhundert die Designerin Alberta Ferretti die Eröffnung ihrer Flagship-Boutique.



Alberta Ferretti an der Via Montenapoleone in Mailand

Ebenfalls nebenan startete Paul & Shark die zweite Boutique in der Via Montenapoleone, einen HAKA Store. Der Laden erstreckt sich auf 250 Quadratmeter und drei Etagen. In der Via Montenapoleone verfügt Paul & Shark bereits über einen DOB Store und einen Kindermodeladen.

### Spazio Sei: erster Kidspace Store in Italien

Der Kindermodeanbieter aus Carpi bei Modena hat in der Mailänder Via Montenapoleone, zwischen Christian Dior und Iceberg, den ersten Kidspace Store in Italien eröffnet. Auf zwei Stockwerken mit insgesamt 150 Quadratmetern bietet das Unternehmen Kinder- und Babymode der Marken Iceberg, Parrot, Ki6? und Miss Blumarine Jeans an. Kidspace-Läden gibt es schon in London, Kiew und Odessa.

### Lanvin hat einen Platz im «Quadrilatero» gefunden

Die 150 Quadratmeter grosse Flagship-Boutique befindet sich an der Ecke der **Via Santo Spirito** im ehemaligen Geschäft von Borbonose, der in ein neues Geschäft neben Marni zieht. Es wurden zusätzlich drei Schaufenster von Swatch gegenüber von Dolce & Gabbana dazugemietet. Im Februar 2011 eröffnet an der Via Babuino in Rom ein weiterer Store auf 150 Quadratmetern.

### Burberry Brit jetzt auch in Europa

Der Londoner Luxusmoden-Hersteller Burberry hat in Mailand Ende November 2010 den ersten europäischen Monobrand Store der Linie Burberry Brit eröffnet. Der Laden befindet sich am **Corso Venezia** und erstreckt sich über eine Fläche von 250 Quadratmetern.



Henry Cotton's, Milan

### Henry Cotton's mit Premiere

Das zur italienischen Industries SpA gehörende Casualwear-Label Henry Cotton's hat den ersten eigenen Laden eröffnet. Der 400 Quadratmeter grosse Flagship Store befindet sich in Mailand am Corso Venezia.

Jimmy Choo stärkt die Einzelhandelspräsenz in den europäischen Metropolen. Im September 2010 wurde ein 230 Quadratmeter grosser Store in Mailand eröffnet. Der Laden in der **Via Sant'Andrea** ersetzt den bestehenden Laden in der Via San Pietro All'Orto und wird der grösste Store auf dem europäischen Festland sein. Bereits im Januar 2010 kam zuvor ein Jimmy Choo Corner im Mailänder Flagship La Rinascente hinzu.



Furla an der Via Condotti in Rom

### Y-3 Store gestartet

Der Laden in der **Via De Cristoforis** bietet auf einer Fläche von 200 Quadratmetern und zwei Etagen DOB, HAKA und Accessoires der Marke an, die zu Adidas gehört und vom japanischen Designer Yohji Yamamoto entworfen wurde. Y-3 Stores gibt es unter anderem bereits in Tokio, New York, Paris, Manchester, Peking und Miami.

In ROM hat Zara seinen 5000. und bislang grössten Store an der **Via del Corso** eröffnet. Das Geschäft erstreckt sich über fünf Etagen auf über 3000 Quadratmetern Verkaufsfläche und befindet sich im ehemaligen Gebäude des Kaufhauses La Rinascente.

Die New Yorker Designerin Tory Burch hat in Europa ihren ersten eigenen Laden eröffnet. Das 280 Quadratmeter grosse Geschäft befindet sich in der **Via del Babuino** in Rom.

Mitte Oktober wurde der bisher grösste Taschen- und Schuhladen von Furla an der berühmten **Via Condotti** eröffnet. Gestaltet wurde der 415 Quadratmeter grosse Store vom italienischen Architekten Andrea Truglio.



Zara im ehemaligen Kaufhaus La Rinascente in Rom

## 12 Internationale Retail-Unternehmenstransaktionen

### Der Deal des Jahres 2011

Das ist die Übernahme von Tommy Hilfiger durch Philips-Van-Heusen (PVH). Grosser Gewinner ist Fred Gehring, gemeinsam mit Unternehmensgründer Tommy Hilfiger und PVH-Chef Emanuel Chirico. Rund 3 Milliarden Dollar zahlt PVH für Tommy Hilfiger – eine Riesensumme für ein Unternehmen, dessen eigener Jahresumsatz bei 2,5 Milliarden Dollar (2008) liegt. Finanzinvestor Apax hat seinen Kapitaleinsatz von 2006 (1,6 Milliarden Dollar) mit dem Verkauf nahezu verdoppelt.



Tommy Hilfiger

### Börsenaufsicht gibt Hermès grünes Licht

Wichtiger Etappensieg für Hermès im Abwehrkampf gegen eine befürchtete Übernahme durch LVMH.

Die französische Börsenaufsicht Autorité des Marchés Financiers (AMF) hat am 6. Januar 2011 dem Gesuch des Pariser Luxusunternehmens Hermès um eine Sonderbehandlung stattgegeben. Die Erbenfamilie von Hermès, die ihre Anteile von derzeit rund 73 Prozent in einer Familienholding bündeln will, hatte die Börsenaufsicht gebeten, Hermès von einer Vorschrift zu befreien, die dem entgegenstand. Diese sieht vor, dass im Fall eines Aktionärspakts, der mindestens 30 Prozent der Kapitalanteile betrifft, ein öffentliches Übernahmeangebot erfolgen muss.



Die Entscheidung der AMF erlaubt nun der Familie, ihr Kapital wie geplant über die Gründung einer Holding gegen Übergriffe abzusichern und, wie es in einer Mitteilung heisst, «die Kultur von Hermès dauerhaft zu sichern». Im vergangenen Oktober war bekannt geworden, dass LVMH eine Beteiligung von 17,2 Prozent an Hermès aufgebaut hatte. Kurz vor Weihnachten gelang es Konzernchef Bernard Arnault, die Beteiligung über Zukäufe auf dem freien Markt auf 20 Prozent zu erhöhen.

### Prada übernimmt CarShoe ganz

Der italienische Luxusgüterkonzern Prada will das Wachstum der Schuhmarke CarShoe international vorantreiben. Dazu hat das Mailänder Unternehmen CarShoe komplett übernommen. 2001 hatte Prada einen Anteil von 51 Prozent von der Familie des italienischen Geschäftsmanns Antonio Moretti übernommen. Jetzt hat Moretti die restlichen 49 Prozent an Prada abgegeben. Ein Übernahmepreis wurde nicht genannt.

CarShoe wurde 1953 gegründet und wird heute bei rund 250 Händlern weltweit angeboten. Eigene Stores gibt es in Mailand, Rom und Capri und ausserhalb Italiens seit März auch in Singapur. Für Oktober steht die Eröffnung eines CarShoe-Ladens im Shoppingcenter Elements in Hongkong an. Dort gibt es schon Stores von Prada und der Prada-Marke Church's.

### Gianfranco Ferré: Verkauf geplatzt

Das Mailänder Modehaus Gianfranco Ferré wird nicht wie geplant an den US-Private-Equity-Fonds Prodos Capital Management verkauft. Prodos sei es bis Ende Dezember 2010 nicht gelungen, sich mit dem potenziellen Partner Samsung über einen Sanierungsplan zu einigen, berichtet die Nachrichtenagentur Reuters unter Berufung auf Quellen. Damit wurde eine Voraussetzung für die Übernahme durch Prodos nicht erfüllt. Die Koreaner hätten sich nun zurückgezogen, heisst es.

Ein Grund für die geplatzte Partnerschaft sei möglicherweise auch, dass sich die Partner in operativen Fragen, wie der Besetzung von Führungspositionen im Unternehmen, nicht einigen konnten. Die Insolvenzverwalter werden sich nun mit dem italienischen Ministerium für wirtschaftliche Entwicklung über die notwendigen Schritte beraten, wie



Saks an der Fifth Avenue, New York

der Verkauf von Gianfranco Ferré zum Abschluss gebracht werden kann. IT Holding hatte im Februar 2009 Insolvenz beantragt.

#### Tod's-Chef stockt bei Saks weiter auf

Diego Della Valle, Chairman des Mailänder Modeunternehmens Tod's, hat im Herbst 2010 seinen Anteil am New Yorker Luxus-Warenhauskonzern Saks Inc von 9,4 auf 11,1 Prozent aufgestockt. Wie aus einer Mitteilung bei der US-Börsenaufsicht SEC hervorgeht, besitzt Della Valle mittlerweile 17,9 Millionen Saks-Aktien. Dies hat in Finanzkreisen zu Gerüchten geführt, dass eine mögliche Übernahme bevorsteht.

Die Aktie des Unternehmens stieg daraufhin um rund 10 Prozent auf über 10 Dollar (7,3 Euro). Für Della Valle hat sich das Investment durch die beträchtliche Wertsteigerung schon jetzt gelohnt. Als er Anfang 2009 mit dem Kauf der Saks-Anteile begonnen hatte, lag der Preis bei rund 1,70 Dollar.

#### Jones Apparel übernimmt Stuart Weitzman

Das New Yorker Bekleidungsunternehmen Jones Apparel hat den US-Schuhanbieter Stuart Weitzman übernommen. Hierzu wurde ein Abkommen mit dem bisherigen Mehrheitseigner Irving Place Capital geschlossen. Jones Apparel zahlte dem Investmentunternehmen 180 Millionen Dollar (rund 140 Millionen Euro) für einen Anteil von 55 Prozent. Der gleichnamige Gründer von Stuart Weitzman bleibt CEO und Eigner der restlichen 45 Prozent des New Yorker Unternehmens. Das Unternehmen betreibt 38 eigene Stores in den USA sowie sieben eigene und 29 Partner-Stores im Ausland. 2009 erzielte die Marke einen Umsatz von 193 Millionen Dollar.

#### Canada Goose

Der kanadische Outdoorspezialist aus Toronto hat im Januar 2011 den Daunenjacken-Hersteller Engineered Apparel übernommen. Das Unternehmen aus Winnipeg produziert für Outdoormarken weltweit und arbeitet seit fünf Jahren mit Canada Goose zusammen. Canada Goose ist für seine trendigen Parkas bekannt. Der Europasitz des Unternehmens ist in Stockholm.

#### Jo-Ann Stores geht für 1,6 Milliarden Dollar an Investor

Der US-Stoff- und Kurzwarenhändler Jo-Ann Stores wird von der Private-Equity-Gesellschaft Leonard Green & Partners übernommen. Die Investoren bieten 1,6 Milliarden Dollar (1,2 Milliarden Euro) für Jo-Ann Stores. Der Abschluss der Übernahme wird für die erste Jahreshälfte 2011 erwartet. Mit Hilfe der neuen Eigentümer will Jo-Ann die Expansion im Handel forcieren.

Derzeit betreibt das Unternehmen aus Hudson (Ohio) 756 Stores in den USA. Im Geschäftsjahr 2009/10 stieg der Umsatz um 4,7 Prozent auf rund 2 Milliarden Dollar. Der Nettogewinn verdreifachte sich von 21,9 auf 66,6 Millionen Dollar. Leonard Green & Partners ist ein US-Handelsunternehmen wie Neiman Marcus, Sports Authority und David's Bridal beteiligt. Im November kündigte das Unternehmen aus Los Angeles die Übernahme des New Yorker Modehändlers J. Crew für rund 3 Milliarden Dollar an.

Die Übernahme des New Yorker Modehändlers durch die Investmentgesellschaft TPG Capital schien eine «gemachte Sache». Anfang 2011 haben laut Nachrichtenagentur Bloomberg auch Sears und Urban Outfitters sowie zwei weitere Investmentgesellschaften Interesse an J. Crew angemeldet. Neue Angebote konnten bis zum 15. Januar 2011 abgegeben werden.

#### VF kauft Jeansmarke Rock & Republic

Der US-Bekleidungskonzern VF Corporation übernahm kurz vor Weihnachten 2010 die Marke Rock & Republic. Ein entsprechendes Abkommen zur Übernahme der Markenrechte, jedoch nicht des Tagesgeschäfts und der Stores wurde mit dem Gläubigerausschuss des insolventen Jeanswear-Spezialisten aus Los Angeles unterzeichnet. Das Unternehmen Rock & Republic Enterprises wird es künftig nicht mehr geben, bestellte Ware würde jedoch wie geplant ausgeliefert, so VF.

Der Konzern aus Greensboro soll 57 Millionen Dollar (43,3 Millionen Euro) für die Marke zahlen, die im Frühjahr 2011 unter das Dach der 2009 gegründeten VF-Sparte Licensed Brands kommen wird.

Rock & Republic hat einen Jahresumsatz von rund 100 Millionen Dollar.

#### Mabrun hat neuen Eigentümer

Die österreichische Rudigier & Partner Management & Beteiligungs GmbH hat im April 2010 den italienischen Sportswear- und Lederbekleidungsanbieter Mabrun SpA zu 100 Prozent übernommen. Zum Übernahmepreis wurden keine Angaben gemacht. Geführt wird der hochwertige Jackenspezialist aus Bassano dal Grappa ab sofort vom ehemaligen Baldessarini-Chef Thorsten Stiebing, zusammen mit Hannes Oberrauch.

#### PPR: Steinhoff will Conforama

Der französische Mischkonzern will seine Möbel- und Einrichtungstochter Conforama verkaufen. Man sei in exklusiven Verhandlungen mit der Steinhoff International Holdings Ltd, teilte das Pariser Mutterunternehmen der Gucci Group im Dezember 2010 mit. Conforama setzte 2009 mit 241 Läden 2,9 Milliarden Euro um. Das entsprach knapp 18 Prozent des



Conforama Markt in Frankreich



Maurizio Borletti



Coin, Piazza Cinque Giornate in Mailand

Konzernumsatzes (2009: 16,5 Milliarden Euro). Zu Steinhoff Europe gehören Möbelanbieter wie Harveys, Sleepmasters und Dieter Knoll Collection.

#### Italien: neuer Kaufhaus-Gigant

Die Coin-Gruppe übernahm Ende 2009 Upim und wurde nach eigenen Angaben größter Textilhändler.

Die italienische Coin-Gruppe (Coin und Oviesso) kaufte ihren Konkurrenten Upim und wurde damit zum Kaufhaus-Giganten. Upim erzielt mit 135 eigenen Häusern sowie 15 Geschäften der Marke Blu-Kids und rund 200 Upim-Franchiseläden etwa 430 Millionen Euro Umsatz. Das Upim-Besitzer-Konsortium aus Investitori Associati, Pirelli RE, der Deutschen Bank und der Familie Borletti erhält für die Übernahme 7,5 Prozent der Coin-Anteile.

«Durch diese Übernahme wird die Coin-Gruppe der größte italienische Bekleidungshändler und erhält enorme Wachstumschancen», sagte Coin-Chef Stefano Beraldo.

#### Billabong kauft West 49

Der australische Surfwear-Spezialist aus Burleigh Heads hat im Juni 2010 den kanadischen Junge-Mode-Händler West 49 übernommen. Billabong bezahlte 99 Millionen kanadische Dollar (77,3 Millionen Euro) für das Unternehmen aus Burlington, das in Kanada 138 Stores mit Bekleidung, Accessoires und Schuhen betreibt. Mit der Übernahme erhöht sich die Zahl der zu Billabong gehörenden Läden in Nordamerika auf 230 und weltweit auf 510. West 49 ist die 15. Übernahme des Unternehmens seit 2001.



Nicolas Berggruen

### Warten auf Berggruens Vision

Nachdem der Investor Anfang September 2010 den Zuschlag für Karstadt erhalten hat, steht jetzt die Frage nach seinem Konzept im Mittelpunkt.

Schliesslich verzichtete das Vermieterkonsortium Hightstreet, dem rund 80 der 120 Karstadt-Häuser gehören, über mehrere Jahre verteilt auf insgesamt 400 Millionen Euro Mieteinnahmen. In den Verhandlungen hatte Berggruen durchgesetzt, dass die Karstadt-Mietverträge in drei Gruppen aufgeteilt werden: normale Warenhäuser, die Sporthäuser und die Premium-Häuser (das Berliner KaDeWe, das Hamburger Alsterhaus und Oberpollinger in München). Damit hätte er zumindest die Möglichkeit, einen oder mehrere Teile unabhängig voneinander zu verkaufen.

Bereits vor Wochen kündigte Thomas Fox an, dass in die Modernisierung der Warenhäuser rund 100 Millionen Euro pro Jahr investiert werden sollen. 60 Warenhäuser würden sogar komplett umgestaltet. Um den Modepart bei Karstadt wird sich künftig Berggruens Partner Max Azria, Chairman und CEO der amerikanischen Max Azria Group, kümmern. Azria, dessen Anteil an Karstadt bei 20 Prozent liegt, erklärte gegenüber der US-Fachzeitschrift «Womenswear Daily»: «Wir werden das Unternehmen sehr langsam verändern. Wir wollen richtungsweisende Anleitungen geben, die das Geschäft deutlich verbessern.» Er wolle die Sortimente zeitgemässer ausrichten.

Seine Labels BCBG, Max Azria und Hervé Leger sollen zunächst allerdings nur an «drei Karstadt-Top-Standorten» geführt werden. Bevor er weitere Häuser beliefere, wolle er erst noch ein wenig mehr über den deutschen Markt lernen. In Deutschland führt sein Unternehmen sechs BCBG-Max-Azria-Läden. Ausserdem hat die kalifornische Gruppe im März 2009 in Deutschland zehn Läden der insolventen belgischen Modegruppe Donaldson übernommen, unter anderem in Düsseldorf, Berlin und München.

### Woolworth gerettet

Das Bundeskartellamt hatte Anfang Juni 2010 keine wettbewerbsrechtlichen Bedenken gegen die Übernahme der insolventen Woolworth Deutschland mit 162 Filialen und 4300 Mitarbeitenden durch das Konsortium HH Holding von Kik-Chef Stefan Heinig und der Tengelmann-Gruppe. Zuvor war eine Einigung mit dem Hauptvermieter Cerberus erfolgt, so dass mindestens 140 Filialen vom Investor fortgeführt werden können.



KaDeWe, Tauentzienstrasse in Berlin



Woolworth Markt in Deutschland

## Facts & Figures

### Wo der Lohn am meisten wert ist

Im Vergleich von 73 Weltstädten erhalten Arbeitnehmer in den Städten Zürich, Kopenhagen, Genf, Oslo und New York die höchsten Bruttolöhne. Spitzenreiter im internationalen Lohnvergleich ist die Stadt Zürich. Beschäftigte verdienen hier netto mehr als in jeder anderen Stadt der Welt. Die ausserordentlich hohen Bruttolöhne der Schweiz gepaart mit einer vergleichsweise niedrigen Abgabenlast lassen die Schweiz als besonders arbeitnehmerfreundlich erscheinen.

Wer viel verdienen will, sollte die Städte Zürich, Kopenhagen, Genf und Oslo weiterhin als Arbeitsorte in Betracht ziehen. Unabhängig davon, ob Netto- oder Bruttolöhne angeschaut werden, steht die Schweiz eindeutig an der Spitze im internationalen Vergleich. Auffällig ist auch, dass in der Schweiz die Abgabenlast verhältnismässig niedrig ausfällt. So sind beispielsweise die Bruttolöhne in Kopenhagen gleich hoch wie in Zürich, während der Nettolohn rund 30 Prozent niedriger ausfällt.

Die Stadt Sydney hat am meisten Plätze aufgeholt. Dank der bereits erwähnten Aufwertung des Australischen Dollar (AUD) gegenüber dem Euro rutscht Sydney von Platz 20 auf Platz 6 in der Rangliste. Ebenfalls von einer Wechselkursaufwertung profitiert hat Stockholm: Belegte Stockholm 2009 noch Platz 17, befindet sich die Stadt heute dank einer rund 17-prozentigen Aufwertung der Schwedischen Krone (SEK) bereits auf Platz 8 beim Bruttolohn. Schlechter abgeschnitten hat unter anderem Irland mit einer Inflationsrate von -2,2 Prozent und einer Veränderung des Bruttoinlandsprodukts (BIP) von rund -5 Prozent. Diese negativen Zahlen befördern Dublin um 9 Plätze nach unten.

### LOHNNIVEAU 2010

Zurich = 100

Rang 2010	Rang 2009	Städte	brutto	netto
1	2	Zurich	100.0	100.0
2	1	Copenhagen	97.0	69.8
3	3	Genève	96.3	89.7
4	5	Oslo	83.8	72.6
5	4	New York	82.1	79.3
6	20	Sydney	76.4	78.2
7	6	Los Angeles	74.7	72.9
8	17	Stockholm	67.7	62.4
9	7	Munich	67.5	57.4
10	8	Luxembourg	65.9	71.9
11	14	Chicago	65.8	62.5
12	13	Miami	65.0	64.9
13	24	Toronto	64.8	64.8
14	9	Francfort	64.7	56.9
15	11	Bruxelles	64.5	56.8
16	25	Montréal	63.8	64.9
17	18	Tokyo	63.3	68.6
18	12	Helsinki	61.7	61.0
19	10	Dublin	61.3	69.4
20	21	Londres	60.2	61.9
21	15	Amsterdam	60.1	52.1
22	16	Berlin	58.1	53.7
23	19	Vienne	55.8	55.3
24	22	Paris	53.7	53.0
25	23	Lyon	53.0	53.4
26	26	Milan	49.3	45.5
27	27	Nicosie	44.2	52.5
28	34	Auckland	43.8	46.2
29	28	Madrid	42.8	47.2
30	29	Barcelona	42.6	46.2
31	30	Rome	39.0	35.6
32	31	Athènes	36.0	35.6
33	35	Tel-Aviv	35.9	39.7
34	32	Lissabon	34.6	36.5
35	33	Ljubljana	33.6	26.9
36	36	Dubai	32.6	43.6
37	38	Séoul	30.7	31.6
38	37	Hong-Kong	28.7	34.8
39	43	Johannesburg	28.2	28.3
40	46	São Paulo	27.8	31.0
41	39	Taipei	27.4	31.7
42	41	Moscou	25.1	28.4
43	40	Singapour	24.7	27.8
44	49	Rio de Janeiro	24.4	25.0
45	47	Istanbul	21.9	21.9
46	44	Manama	20.9	26.8
47	45	Prague	20.0	21.0
48	42	Tallinn	19.5	20.8
49	51	Varsovie	19.4	18.6
50	58	Bogota	16.5	18.6



**BINNEN-KAUFKRAFT 2010**

		Zurich = 100				
Rang 2010	Rang 2009	Städte	Stundenlohn brutto	Stundenlohn netto	Jahreseinkommen netto	
1	1	Zürich	100,0	100,0	100,0	
2	2	Sydney	96,9	99,2	90,9	
3	5	Miami	95,0	94,9	95,3	
4	6	Los Angeles	97,1	94,8	94,5	
5	3	Luxemburg	86,4	94,3	88,3	
6	4	Dublin	82,5	93,5	88,0	
7	7	Genf	97,7	91,1	87,8	
8	8	New York	93,7	90,5	93,6	
9	9	Chicago	91,7	87,1	83,1	
10	10	Nikosia	71,4	84,9	75,1	
11	12	Montreal	79,2	80,4	78,5	
12	11	Berlin	86,5	79,9	71,7	
13	13	Brüssel	90,6	79,7	71,0	
14	17	Toronto	77,6	77,6	75,3	
15	14	Helsinki	78,3	77,4	71,0	
16	15	London	75,2	77,3	70,9	
17	16	Kopenhagen	106,8	76,9	67,4	
18	18	Amsterdam	88,1	76,4	70,1	
19	19	Frankfurt	86,0	75,6	68,3	
20	20	München	88,2	75,0	67,0	
21	21	Lyon	74,3	74,9	61,8	
22	23	Tokio	68,3	74,0	77,3	
23	22	Stockholm	79,5	73,3	68,2	
24	24	Wien	71,5	70,8	64,6	
25	25	Madrid	62,6	69,1	60,6	
26	28	Oslo	79,4	68,8	63,8	
27	26	Mailand	74,4	68,6	64,1	
28	27	Paris	68,8	67,8	57,2	
29	29	Barcelona	60,5	65,5	60,8	
30	30	Auckland	60,8	64,2	64,5	
31	31	Lissabon	56,4	59,4	55,8	
32	33	Dubai	42,3	56,5	61,8	
33	32	Athen	57,1	56,5	53,6	
34	34	Tel Aviv	49,6	54,8	55,2	
35	35	Taipeh	46,9	54,3	57,6	
36	38	Manama	40,2	51,5	57,8	
37	41	Hongkong	41,0	49,8	57,3	
38	36	Ljubljana	61,7	49,4	48,0	
39	37	Moskau	43,5	49,3	45,3	
40	40	Johannesburg	49,0	49,2	49,2	
41	39	Rom	53,6	48,9	45,5	
42	42	Seoul	46,5	47,8	55,2	
43	43	Tallinn	40,5	43,1	39,8	
44	45	São Paulo	37,3	41,7	39,3	
45	44	Prag	39,8	41,6	40,0	
46	48	Rio de Janeiro	34,8	35,6	34,6	
47	49	Kuala Lumpur	31,6	35,5	37,8	
48	46	Doha	26,3	35,2	42,2	
49	50	Singapur	31,2	35,2	38,0	
50	47	Bratislava	32,8	35,0	34,0	

**Kaufkraft**

In welchen Städten lassen sich mit einem durchschnittlichen Einkommen die meisten Güter und Dienstleistungen kaufen? Diese Frage lässt sich beantworten, wenn die beiden Ranglisten von Preis- und Lohnniveau zueinander in Beziehung gesetzt werden. Ein hohes Lohnniveau alleine sagt noch nichts über den Wohlstand in einer Stadt oder in einem Land aus. Erst wenn ein durchschnittliches Jahressalär durch den Preis des Warenkorbs geteilt wird, erhält man ein Mass für die Kaufkraft der Löhne. So können die Städte miteinander verglichen werden.

**Entscheidend ist der Nettolohn**

Im vorangehenden Abschnitt wurde die Kaufkraft der Bruttolöhne betrachtet, also der Einkommen vor Abzug von Steuern und Sozialabgaben. Was jedoch zählt, ist, wie viele Güter und Dienstleistungen ein Arbeitnehmer mit seinem Nettolohn erwerben kann. Im Vergleich zur Betrachtung der Bruttolöhne fallen nun Städte mit vergleichsweise hoher Steuerbelastung in der Rangliste deutlich zurück. So verlieren Kopenhagen sowie die deutschen Städte bei Betrachtung der Nettostundenlöhne erheblich an Kaufkraft. Am meisten Güter verbleiben nach Abzug von Steuern und Sozialabgaben den Erwerbstätigen in Zürich, gefolgt von Sydney, Miami und Los Angeles.

**Ausgeprägtes Preisgefälle bei Bekleidung**

In kaum einer Güterkategorie ist das globale Preisgefälle derart ausgeprägt wie bei der Bekleidung. Im weltweiten Mittel müssen Frauen 630 Franken (420 Euro), Männer 830 Franken (553 Euro) für ihr Outfit hinblättern.

In Zürich sind dies für Frauen 1004 Franken und für Männer 1305 Franken. Dieser Unterschied ist zumindest teilweise durch die Selektion der berücksichtigten Kleidungsstücke bedingt.

Die teuersten Städte für Damengarderobe, nach Tokio, heissen Zürich, Genf und Wien. Herrenkleidung ist in den Städten Tokio, Oslo und Wien am kostspieligsten.

Die Preisangaben der UBS-Studie «Preise und Löhne – Ein Kaufkraftvergleich rund um die Welt» beziehen sich auf den Einkauf von Konfektionsware in grossen Kaufhäusern, nicht auf Spezialgeschäfte, Designerartikel oder Boutiquen.

**PREISNIVEAU 2010**

		Zurich = 100			
Rang 2010	Rang 2009	Städte	ohne Miete	mit Miete	
1	1	Oslo	105.6	105.8	
2	2	Zürich	100.0	100.0	
3	4	Genf	98.5	101.0	
4	5	Tokio	92.7	99.3	
5	3	Kopenhagen	90.8	87.8	
6	6	New York	87.7	112.2	
7	16	Stockholm	85.1	82.0	
8	31	Toronto	83.5	85.3	
9	32	Montreal	80.7	80.6	
10	21	London	80.1	84.7	
11	24	Singapur	79.0	87.2	
12	38	Sydney	78.8	83.4	
13	7	Helsinki	78.8	79.4	
14	9	Paris	78.1	82.0	
15	8	Wien	78.1	73.7	
16	19	Dubai	77.1	91.1	
17	15	Los Angeles	76.9	81.2	
18	11	München	76.5	73.7	
19	14	Luxemburg	76.2	75.2	
20	34	Istanbul	76.1	77.3	
21	13	Frankfurt	75.3	74.9	
22	42	São Paulo	74.4	73.5	
23	10	Dublin	74.3	78.2	
24	17	Rom	72.8	74.6	
25	33	Tel Aviv	72.4	70.3	
26	45	Auckland	72.0	73.3	
27	25	Chicago	71.7	80.6	
28	18	Lyon	71.3	66.6	
29	20	Brüssel	71.2	72.8	
30	22	Barcelona	70.4	70.5	
31	48	Rio de Janeiro	70.0	67.5	
32	28	Hongkong	69.9	83.1	
33	29	Miami	68.4	76.8	
34	26	Madrid	68.3	68.2	
35	23	Amsterdam	68.2	67.7	
36	27	Berlin	67.2	63.5	
37	30	Mailand	66.3	69.2	
38	43	Seoul	66.0	68.3	
39	36	Athen	63.0	60.5	
40	37	Nikosia	61.8	61.6	
41	35	Lissabon	61.4	61.4	
42	50	Bangkok	59.0	52.7	
43	46	Taipeh	58.4	58.5	
44	56	Moskau	57.6	66.9	
45	64	Johannesburg	57.5	54.8	
46	39	Doha	56.3	66.3	
47	41	Shanghai	56.0	54.7	
48	65	Jakarta	55.5	55.5	
49	12	Caracas	54.8	59.0	
50	40	Ljubljana	54.5	52.2	

**Zürich nach Oslo die teuerste Stadt weltweit**  
Oslo, Zürich, Genf, Tokio und Kopenhagen sind die fünf teuersten Städte im Vergleich der Lebenshaltungskosten in 71 Weltstädten. Inklusive Wohnungsmieten, die in einem westeuropäischen Haushalt rund ein Viertel der gesamten Lebenskosten ausmachen, ist New York die mit Abstand teuerste Stadt, gefolgt von Oslo, Genf, Zürich und Tokio.

Im Durchschnitt zahlen die Bürger der Schweizer Städte Genf und Zürich rund 20 Prozent mehr für Waren, Dienstleistungen und Unterkunft als Einwohner der übrigen westeuropäischen Städte.

#### Einzelhandelszentralität in der Schweiz

In Zusammenarbeit mit einem Konsumforschungsinstitut wurden 2009 anhand von Einzelhandelsumsätzen und einzelhandelsrelevanter Kaufkraft die Zentralitätskennziffern der Schweizer Städte über 10 000 Einwohner erarbeitet.

Nachfolgend sind die zehn grössten Schweizer Städte abgebildet.

Ort	Bevölkerung	Zentralität
Zürich	366.947	149.8
Genf	184.053	153.4
Basel	165.092	154.6
Lausanne	123.104	138.2
Bern	122.870	176.0
Winterthur	98.728	124.0
St.Gallen	72.246	165.2
Luzern	59.655	221.1
Lugano	54.677	134.1
Biel/Bienne	50.161	155.0

Ort	Kanton	Bevölkerung	Zentralität
Spreitenbach	Aargau	10.541	468.1
Wallisellen	Zürich	12.858	396.0
Aarau	Aargau	15.779	252.0
Solothurn	Solothurn	15.690	228.0
Kloten	Zürich	17.559	225.3
Luzern	Luzern	59.655	221.1
Pfäffikon	Zürich	10.331	220.5
Vevey	Waadt	17.831	216.6
Baden	Aargau	17.611	207.4
Schwyz	Schwyz	14.171	203.8

Eine Kennziffer von mehr als 100 sagt aus, dass ein Kaufkraftzufluss stattfindet. Das bedeutet, dass in dieser Region mehr Umsatz im Einzelhandel getätigt wird, als die dort lebende Bevölkerung im Einzelhandel ohne Konsumzufluss von aussen erbringen kann.

Eine Kennziffer kleiner als 100 bedeutet, dass ein Kaufkraftabfluss stattfindet, das heisst, dass in dieser Region weniger Umsatz im Einzelhandel getätigt wird, als die dort lebende Bevölkerung im Einzelhandel ausgeben kann. Dies liegt letztlich daran, dass der örtliche Einzelhandel nicht die erforderliche Sortimentstiefe oder Sortimentsbreite aufweist.

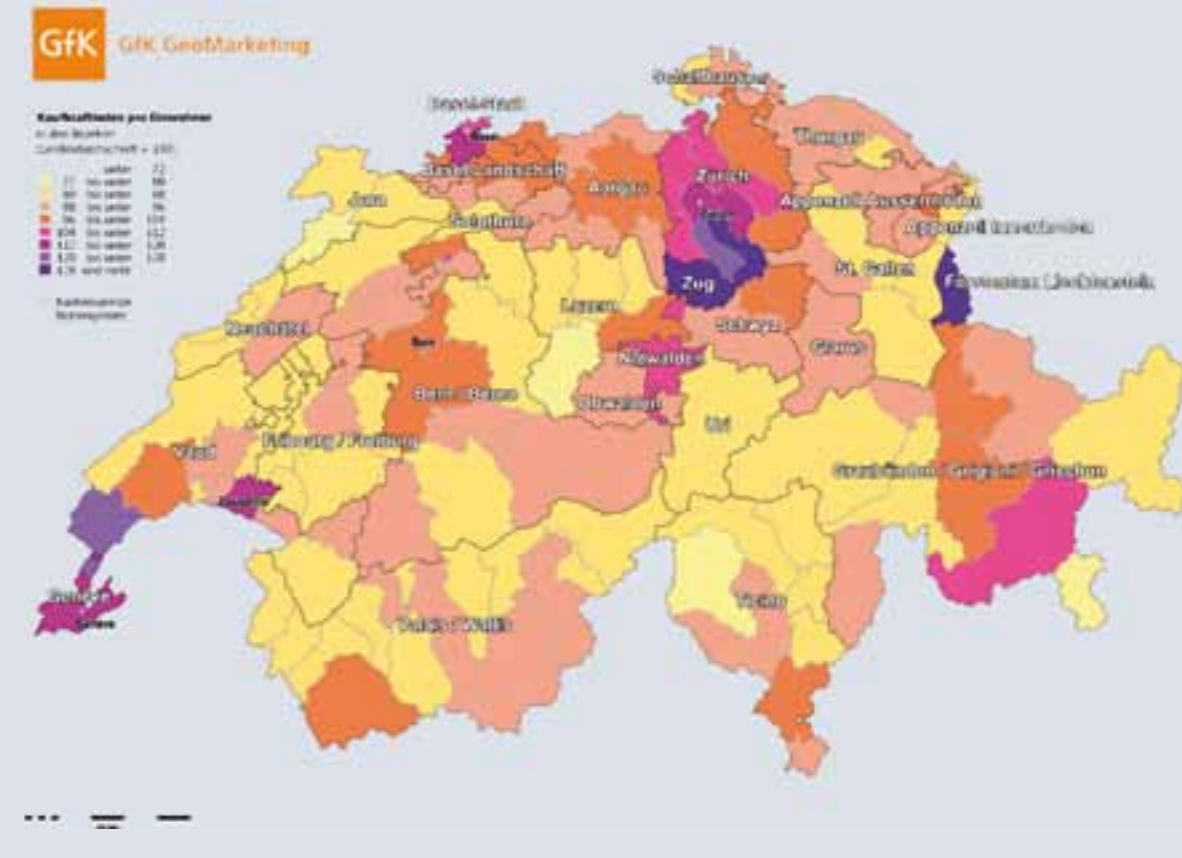
Bern hat ähnlich wie Luzern eine besondere Lage als «letzte» Shopping-Destination nördlich der Alpen. Luzern ist die letzte grössere Stadt vor dem Gotthard mit einem relativ guten Einzelhandelsbesatz. Auch Bern profitiert von dieser exponierten Lage, wobei diese Situation weniger naturgegeben ist als in Luzern: Denn ein besserer Einzelhandelsbesatz in Thun hätte sicherlich seine Auswirkungen auf die Zentralität Berns mit Blick auf das Berner Oberland. Thuns Zentralität liegt jedoch auch bei 150,1.

Es fällt auf, dass der Tourismus in Luzern wesentlich dazu beiträgt, dass hier der höchste Zufluss an Kaufkraft herrscht. Winterthur, eine der am schnellsten wachsenden Städte der Schweiz, weist nach Zürich den höchsten Kaufkraft-Indexstand auf. 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.

Betrachtet man die Orte mit der höchsten Zentralität in der Schweiz, so sieht man auch hier ganz deutlich, dass die höchste Zentralität an verkehrstechnisch äusserst gut erschlossenen Orten mit mindestens einem grossen Einzelhandelsmagneten und relativ kleiner Bevölkerung zu finden ist. In Spreitenbach sind es zum Beispiel das Center Spreitenbach (Shoppy-Tivoli) sowie der erste IKEA ausserhalb Skandinaviens. In Wallisellen ist es das Glattzentrum.

Ausnahme in der Aufstellung ist wiederum Luzern. Begünstigt ist die hohe Zentralität des innerstädtischen Einzelhandels in Luzern sicherlich auch dadurch, dass, ganz im Gegensatz zu Zürich oder auch Genf, die geografische Lage und die verkehrstechnische Anbindung der Nachbargemeinden die Bildung eines Einzelhandels-Gegenpols ausserhalb der Stadtgrenzen nicht ermöglicht hat.

#### KAUFKRAFT SCHWEIZ INKL. LIECHTENSTEIN 2010





Gucci Boutique, Poststrasse in Zürich

# Quellenangaben

Wir danken allen Firmen und Journalisten für die Bereitstellung ihrer Artikel, Berichte und Reports:

## Textilwirtschaft

<http://www.textilwirtschaft.de>

## Retail Week

<http://www.retail-week.co.uk>

## Property Week

<http://www.propertyweek.com/news/news-by-sector/retail/forever-21-to-open-flagship-oxford-street-store/5009087.article>

## Bloomberg Businessweek

<http://www.businessweek.com/news/2010-04-19/uniqlo-s-fifth-avenue-lease-in-new-york-sets-record-update1-.html>

## The Real Deal

<http://therealdeal.com/newyork/articles/behind-the-record-deal-for-666-fifth-avenue>

<http://therealdeal.com/newyork/articles/uniqlo-paying-20m-a-year-for-new-666-fifth-avenue-space>

## The Independent

<http://www.independent.co.uk/news/business/news/us-fashion-chain-comes-to-london-2137036.html>

## Tagesanzeiger

<http://www.tagesanzeiger.ch/wirtschaft/unternehmen-und-konjunktur/Matter-Rohner-Gaydoul--illustres-T>

## NZZ

[http://www.nzz.ch/nachrichten/wirtschaft/aktuell/coop\\_umsatz\\_1.8985990.html](http://www.nzz.ch/nachrichten/wirtschaft/aktuell/coop_umsatz_1.8985990.html)

[http://www.nzz.ch/nachrichten/zuerich/weniger\\_umsatz\\_bei\\_jelmoli\\_1.7504532.html](http://www.nzz.ch/nachrichten/zuerich/weniger_umsatz_bei_jelmoli_1.7504532.html)

## Handelsblatt

<http://www.handelsblatt.com/unternehmen/koepfe/schmiergeldaffaere-ikea-feuert-korruptions-aufklaerer;2530264>

## Stern

<http://www.stern.de/lifestyle/mode/hm-eroeffnet-flagshipstore-auf-den-champs-elysees-besser-ein-klamottenl>

## GfK Switzerland Detailhandel Schweiz 2010

[http://www.gfk.ch/imperia/md/content/iha-gfk/publikationen/andere/flyer\\_2010\\_subskription.pdf](http://www.gfk.ch/imperia/md/content/iha-gfk/publikationen/andere/flyer_2010_subskription.pdf)

## UBS Research

[http://www.ubs.com/1/g/wealthmanagement/wealth\\_management\\_research/prices\\_earnings.html](http://www.ubs.com/1/g/wealthmanagement/wealth_management_research/prices_earnings.html)

## Credit Suisse Research

<https://emagazine.credit-suisse.com/app/article/index.cfm?fuseaction=OpenArticle&aoid=275353&coid=157&lang=DE>

## KPMG Real Estate

<http://www.kpmg.ch/Themen/20066.htm>

## Globus

<http://www.globus.ch/de/ueber-globus/medien/2009-10-14-d-globus-expandiert-weiter.pdf>

## Umdasch Shop-Concept

<http://www.umdach-shop-concept.com/index2.php?local=1&catID=7&subCat=31&subSub=608&req=showNews&id=167&lang=de&flash=on>

## CBRE Deutschland

[http://portal.cbre.eu/portal/page/portal/research/publications/How%20Active%20are%20Retailers%20in%20EMEA\\_Exe](http://portal.cbre.eu/portal/page/portal/research/publications/How%20Active%20are%20Retailers%20in%20EMEA_Exe)

## JLL Deutschland

[http://www.joneslanglasalle.de/ResearchLevel1/JLL\\_Germany\\_Retail\\_Ticker\\_Deutschland\\_H2-2010.pdf](http://www.joneslanglasalle.de/ResearchLevel1/JLL_Germany_Retail_Ticker_Deutschland_H2-2010.pdf)

## C&W European Cities Monitor

<http://www.cushwake.com/sites/landing/citiesmonitor/European-cities-monitor-2009-holding.pdf>

## C&W Main Streets Across the World

<http://www.cushwake.com/cwglobal/jsp/kcReportDetail.jsp?Country=GLOBAL&Language=EN&catId=100003&pId=c31300002p>

## Vereinigung der via Monte Napoleone

<http://www.viamontenapoleone.org/eng/home.php>

## Immo Report Österreich

[http://www.immo-report.com/-gesellschaftliche-trends-oesterreich-marktstudie\\_848\\_42.php](http://www.immo-report.com/-gesellschaftliche-trends-oesterreich-marktstudie_848_42.php)

## Marktforschungsstudie der Deutsche Handelskammer in Österreich e.V.

[http://www.g-e-f-a.de/news/\\_termine/marktstudien/marktstudie\\_oesterreich\\_und\\_ungarn.html](http://www.g-e-f-a.de/news/_termine/marktstudien/marktstudie_oesterreich_und_ungarn.html)

## CBRE Österreich

[http://www.cbre.ie/at\\_de/research/vienna\\_reports](http://www.cbre.ie/at_de/research/vienna_reports)

## Colliers Österreich

[http://www.colliersinternational.com/Content/Repositories/Base/Markets/Austria/English/Market\\_Report/PDFs/marketrepor](http://www.colliersinternational.com/Content/Repositories/Base/Markets/Austria/English/Market_Report/PDFs/marketrepor)

## Wüest & Partner

Stadtpläne Zürich und Genf

locationgroup

•

locationretail

•

locationluxury

•

locationinvestment

•

shopmatch.com

LOCATION GROUP · Usterstrasse 23 · CH-8001 Zürich · T +41 (0)44 225 95 00 · www.location.ch



locationgroup