

Es gibt nicht nur die Bahnhofstrasse

Retailobjekte Der Markt für Verkaufsflächen ist in Bewegung. Wer investiert, braucht den Blick für das Ertrags- und Ansiedlungspotenzial einer Immobilie.

GABRIELA BRANDENBERG

Die Märkte für Retailflächen divergieren weltweit: Im Zentrum der Aufmerksamkeit stehen die erstklassigen, stark frequentierten Einkaufsmeilen mit rekordhohen Mietpreisen. Doch sie machen am Gros aller Verkaufsflächen nur einen kleinen Teil aus. Abseits dieser Lagen sinken die Mieten und die Nachfrage nach Flächen sehr rasch – etwa bei ehemaligen Quartierflächen in den Agglomerationen und in ländlichen Gebieten – Flächen, die heute kaum mehr sinnvoll zum ursprünglichen Zweck zu vermieten sind. Irgendwo dazwischen – und mit grossen Unterschieden – stehen die Shoppingcenter, die mal besser, mal schlechter positioniert sind.

Kauf als strategische Lösung

Doch wer sind die Nachfrager nach diesen und nach jenen Verkaufsflächen? An Top-Einkaufsmeilen rückt der Aspekt des «Flagship Store» zunehmend ins Zentrum. Abgesehen von diesem noch schmaleren, aber hochlukrativen Nischensegment zählt für den Mieter einzig der Umsatz. Dieser bestimmt die Höhe der Miete, die für eine Fläche verlangt werden kann. Und der Umsatz hängt eng mit der Passantenfrequenz zusammen. Es ist darum nicht verwunderlich, dass Anbieter von Mietflächen anziehungsstarke Nutzungen im Unterhaltungs- und Freizeitbereich in der Nachbarschaft als Frequenzbringer anzusehen suchen. In Shoppingcentern ist dieser Trend unübersehbar.

Nachfrager von Retailflächen haben sehr unterschiedliche Suchprofile – in Abhängigkeit ihres Sortiments, der Produktmargen, des Zielpublikums und natürlich der Finanzkraft. Dass der Nachfragedruck auf die erstklassigen Lagen so stark zugenommen hat, hängt wesentlich mit dem Konsumverhalten, der Markenaffinität, der Zusammensetzung der Passanten, dem Einkommen und der Zahlungsbereitschaft zusammen. Aber jeder potenzielle Mieter setzt seine Präferenzen anders, er möchte beispielsweise eine bessere Anbindung an den Individualverkehr oder richtet sich an ein Zielpublikum, das ein Geschäft gezielter ansteuert. Je weniger wichtig die Passantenfrequenz, desto eher kann sich ein Mieter auch an einem andern Ort, beispielsweise in einer Nebenstrasse oder in einem Aussenquartier, ansiedeln. Wieder andere richten sich gezielt an die nahe Quartierbevölkerung. Es ist die zentrale Herausforderung, den richtigen Standort zu evaluieren beziehungsweise für einen Standort die passenden potenziellen Mieter anzusprechen.

Die wohl bekannteste Transaktion am Verkaufsflächenmarkt der jüngsten Vergangenheit ist der Kauf des Grieder-Hauses am Paradeplatz durch die Swatch Group. Sie passt in jeder Hinsicht zu den genannten Standortkriterien. Dass die Swatch-Group kauft und nicht mietet, mag der Situation geschuldet sein. Es hat aber auch eine strategische Komponente, und der Uhrenhersteller ist damit nicht allein: Finanzkräftige Retailer trachten danach, durch den Kauf einer Liegenschaft den Standort und die aufwendigen Investitionen in den Ausbau langfristig zu sichern und sich dem Trend der steigenden Mieten und dem Risiko von schwierigen Neuverhandlungen zu entziehen. Für Retailer sind Kündigungen der Mietverträge wie im Fall des Modeunternehmens Gassmann oder der Warenhauskette Manor eine Warnung.

Interessante Portfolioeimischung

Für renditeorientierte Eigentümer und Investoren sind Verkaufsflächen ein anspruchsvoller Markt. Eine korrekte Bewertung nach Ertragskriterien, die Berücksichtigung der zumeist endlichen Laufzeiten von bestehenden Mietverträgen, die Erfordernis eines erhöhten Unterhalts, der Einfluss des schnelllebigen Konsummarktes und der Lage sowie die daraus folgenden Fluktuationen der Mietzinse erfordern entsprechendes Know-how. Viele Investoren scheuen sich darum beispielsweise vor gemischt genutzten Liegenschaften mit Verkaufsflächen im Parterre und Büro- oder Wohnnutzungen in den oberen Geschossen. Sind aber die Renditeberechnungen realistisch und ist das Potenzial für eine Ansiedlung von Retailern vorhanden, sind Verkaufsflächen eine interessante Beimischung zum Portfolio.

Gabriela Brandenberg, Head Retail Services Deutschschweiz, SPG Intercity Zurich AG, Zürich.

VERKAUFSFLÄCHEN

Starker Einbruch in Osteuropa

Divergierend Der Markt für Verkaufsflächen bewegt sich mit einem Wachstum von 2,9 Prozent in West- und einem Einbruch von 11,4 Prozent in Osteuropa im ersten Quartal 2015 stark auseinander. Dies geht aus einer Studie von Cushman & Wakefield hervor. Ein ähnliches Bild zeigt sich bei den Mieten für Büroflächen: In Westeuropa stiegen diese im ersten Quartal 2015 um durchschnittlich 2,1 Prozent, während in den osteuropäischen Märkten innert drei Monaten ein Rückgang von 7,6 Prozent registriert wurde.

Schweizer Zentren In den Schweizer Wirtschaftszentren Zürich und Genf verändern sich die Mieten für Büro- und Verkaufsflächen gegenüber dem Jahresende nicht. Der Trend für erstklassige Lagen zeigt ebenfalls keine Richtungsänderung.

ANZEIGE

villa im obstgarten
 Erfüllen Sie sich einen einzigartigen Traum.
 Belle Epoque Villa mit Wohnatelier. 30 Min. ab Bern, Zürich und Luzern.



Ofenhausstöckli, Zimmerwald BE: Das Gebäude geht auf das 17. Jahrhundert zurück und beherbergt heute eine Dreizimmerwohnung.

Seit 100 Jahren aktiv

Verbände Der Mieter- und der Hauseigentümerverband feiern 2015 ihr 100-Jähriges Bestehen. Die beiden Präsidenten über ihre Aktivitäten und Ziele.

Fünf Fragen an die Jubilare



Marina Carobbio Präsidentin Schweizerischer Mieterinnen- und Mieterverband



Hans Egloff Präsident Hauseigentümerverband (HEV) Schweiz

1. Welches waren in der 100-jährigen Historie die wichtigsten Erfolge Ihres Verbandes?
2. Bei welchen Themen konnten Sie sich nicht durchsetzen?
3. Wie hat sich die Situation Ihrer Klientel im Verlaufe der Jahrzehnte verändert?
4. Wie schätzen Sie die Lage am Schweizer Immobilienmarkt ein?

1. In Notzeiten erreichte der Mieterverband (MV), dass der Bundesrat die Mietzinsen kontrollierte und Mietzins erhöhungen einschränkte. 1986 wurde aufgrund einer MV-Initiative eine Verfassungsänderung zugunsten der Mietenden beschlossen. 2004 gewann der MV eine Abstimmung und verhinderte eine Stärkung der Marktmiete.

2. Trotz grosser Wohnungsnot und steigenden Mieten in den Zentren und Agglomerationen lehnte es der Bundesrat kürzlich ab, mit griffigen Massnahmen Abhilfe zu schaffen. Der MV plant eine nationale Volksinitiative: Der Bund soll mehr für den preisgünstigen Wohnungsbau tun.

3. Mieterinnen und Mieter wohnen heute komfortabler. Die Ausgaben für das Wohnen sind aber konstant hoch und viel stärker angestiegen als die Teuerung. Die rechtliche Situation hat sich für die Mietenden nur zum Teil verbessert – so müssen sie zum Beispiel nach wie vor selber für eine Mietzinsenklampfen, wenn der Referenzzinssatz sinkt.

4. Der Markt ist angespannt. In den Zentren ist der Druck sehr hoch und nicht so deuter auf eine Entspannung in

1. Da gibt es beispielsweise den seit 2011 publizierten Gebührenfinanzierungsindex der Kantone und Gemeinden. Die Bemühungen des HEV Schweiz führten auch dazu, dass der Preisüberwacher seit 2007 die Gebühren von Wasser, Abwasser und Abfall in bestimmten Gemeinden erhebt. Zudem hat der HEV erreicht, dass die Swisscom den Glasfaserausbau bis in die Wohnungen finanziert. Überdies haben wir verhindert, dass der Mieterschutz noch weiter ausgebaut wurde.

2. Neben dem Mietrecht zum Beispiel bei der Eigenmietwertbesteuerung. Meine Motion «Sicheres Wohnen – Einmaliges Wahlrecht beim Eigenmietwert» wurde im Nationalrat allerdings angenommen und kommt nun in den Ständerat. Die heutige Situation ist für viele Eigentümer nicht mehr tragbar.

3. Das formalistische Mietrecht überfordert immer mehr nicht nur private, die deutlich in der Mehrheit sind, sondern auch professionelle Vermieter.

4. Das Jahr 2015 ist geprägt durch gegenläufige Tendenzen. Mehrfamilienhäuser sind im Negativzinsumfeld begehrter als zuvor. Eigentumswohnungen