

stores+ shops *special*



Handelsimmobilien Chancen durch Transformation

Center-Kultur
Mixed-use
als neues Prinzip

Revitalisierung
Flexibel, modern
und digitalisiert

Third Place
Neue Formate und
Assetklassen

Die Schweiz in der Revitalisierungsfalle

Die Schweiz steckt in der Falle. Genauer gesagt: in der Revitalisierungsfalle. In der Alpenrepublik sind die Shopping-Center durchschnittlich 30 Jahre alt. Revitalisierungen gibt es aber kaum, was, so die Kritiker, an strengen Auflagen liegt, vor allem auch, was den Pkw-Verkehr betrifft.



Außenansicht des Länderparks in Stans: Die Revitalisierung des Objekts erfolgte, bevor in der Schweiz Probleme durch die sogenannte Revitalisierungsfalle auftraten

Rund 200 Shopping-Center gibt es in der Alpenrepublik, das Durchschnittsalter liegt bei 30 Jahren. Das macht sich bemerkbar: Bei vielen Objekten ist die Bausubstanz überaltert, auch die technischen Anlagen sind erneuerungsbedürftig. „Die Betreiber und Eigentümer würden sehr gerne revitalisieren. Aber staatliche Auflagen und Restriktionsmaßnahmen verhindern häufig die Pläne“, sagt Thomas Schaumberg. Der Schweizer ist seit 2011 Geschäftsführer bei Espace Mobilité, eine Interessengemeinschaft führender Schweizer Unternehmen im Detailhandel.

Schaumberg hat bei den Treffen in jüngster Vergangenheit häufig Unzufriedenheit vernommen. Die Auflagen bereiten den Eigentümern Probleme. Schaumberg hatte zuletzt von den Plänen eines Investors gehört, der sein Shopping-Center revitalisieren

wollte. Er beantragte eine Baubewilligung. „Am Ende wurde ihm gesagt, dass er die Anzahl seiner Kundenparkplätze von 530 auf 260 senken müsste“, berichtet Schaumberg. „Damit kann man das betreffende Einkaufszentrum aber nicht mehr rentabel betreiben.“

Also wurde die Revitalisierung aufgeschoben. In anderen Fällen gab es die Auflage, zwei Franken pro Stunde an Parkgebühren zu erheben. Auch das schreckte Investoren ab, die Revitalisierungspläne wurden verworfen. Schaumberg spricht von einem Teufelskreis: „Man hat die Option, auf die Revitalisierung zu verzichten. Das führt dann zur fortlaufenden Alterung des Standorts und folglich zu sinkenden Umsätzen. Wer sich für die Revitalisierung entscheidet, dem machen die staatlichen Auflagen das Leben schwer.“

Problem Pkw-Parkplätze

Diesen „Teufelskreis“ hat auch Marcel Stoffel erkannt. Der Geschäftsstellenleiter des Swiss Council of Shopping Centers (SCSC) kann nachvollziehen, warum die Betreiber auf Revitalisierungen verzichten. „Man wünscht sich ja, dass man durch Investition höhere Frequenzen und dadurch höhere Erträge erzielt“, sagt Stoffel. „Eine Reduktion der Parkplätze aber führt automatisch zu weniger Frequenz, deshalb sinken auch die Mieterträge.“

Wenn die Entwickler Diskussionen mit den staatlichen Behörden führen, wird der Umweltschutz als Argument für die strengen Regeln angebracht. Weniger Verkehr würde auch weniger Emissionen bedeuten. „Die Emissionen im Straßenverkehr sind aber massiv gesunken, das erkennt auch das Schweizer Bundesamt für Umwelt an. Und die Prognosen sind weiter sinkend“, meint Thomas Schaumberg. Sein Standpunkt: „Der Verkehr wird bis 2030 anteilmäßig die Luftreinhalteziele betreffend Emissionen allein dank des technischen Fortschritts erreichen. Daher sind staatliche Restriktionen aus Sicht der Luftreinhaltung nicht mehr notwendig“, so seine Argumentation.

„Man muss aufpassen, dass man nicht in ein Bewilligungsverfahren hineinläuft.“



Thomas Schaumberg
Geschäftsführer, Espace Mobilité



„Eine Reduktion der Parkplätze führt zu weniger Frequenz.“

Marcel Stoffel
Geschäftsstellenleiter,
Swiss Council of Shopping Centers (SCSC)

Schaumbergs Analyse: „Dort, wo die Revitalisierungsfalle droht, werden aktuell so gut wie keine Revitalisierungen durchgeführt. Die Situation ist wirklich dramatisch.“ Und: „Auf kommunaler und auf kantonaler Ebene wurden die gesetzlichen Rahmenbedingungen in den vergangenen Jahren sogar noch verschärft.“

Die Folge: Da umfassende Revitalisierungen also nicht wirtschaftlich erscheinen, setzen die Eigentümer und Betreiber auf Einzelmaßnahmen. Ein neuer Anstrich, Wände versetzen – das wird manchmal gemacht. „Viel mehr geht aber nicht. Man muss schauen, dass man nicht in ein Bewilligungsverfahren hineinläuft. Dann greift der Bestandsschutz nicht mehr, und der Betreiber hat ein Problem“, sagt Thomas Schaumberg.

Eher Einzelmaßnahmen

Espace Mobilité unternimmt einiges gegen die Revitalisierungsfalle. „Wir zeigen in unseren Stellungnahmen und in unserer Öffentlichkeitsarbeit auf, dass Menschen sich durch solche Restriktionen beim Einkaufsverkehr nicht zu einer Verhaltensänderung, zum Beispiel dem Umstieg vom Auto auf öffentliche

Verkehrsmittel, bewegen lassen. Das menschliche Verhalten ist nämlich alles andere als rational. Die Politik muss diese Tatsachen berücksichtigen“, so die Argumentation von Schaumberg.

Er und seine Mitstreiter fordern deshalb ein Umdenken, zumal der stationäre Einzelhandel in der Schweiz laut Schaumberg noch weitere Probleme hat. „Wir haben einen großen Einkaufstourismus ins angrenzende Ausland. Zehn Milliarden Franken Kaufkraft gehen jährlich ins Ausland“, so Schaumberg. Hinzu komme der zunehmende Online-Handel. „Vor diesem Hintergrund ist es äußerst bedenklich, wenn dem Schweizer Einzelhandel durch staatliche Restriktionsmaßnahmen zusätzliche Steine in den Weg gelegt werden.“ Die Zahlen seien alarmierend: 7 der 10 größten Shopping-Center in der Schweiz verloren laut Schaumberg im Jahr 2016 zusammen rd. 52 Mio. Franken (rd. 44 Mio. Euro) Umsatz.

Thomas Schaumberg räumt ein, dass auch die Betreiber der Shopping-Center dem Trend entgegensteuern müssten: „Sie müssen sich auch neu erfinden und neue Wege gehen“, so Schaumberg. Marcel Stoffel vom SCSC spricht in diesem Zusammenhang von einem Nutzungs-Shift. „Wenn Retailer ihre Filialen schließen, muss ich gucken wie ich die Fläche nutze“, sagt er. Stoffel: „Für die Gesundheits-, Schönheits- und Kosmetikindustrie bieten Center eine ideale Plattform.“ Für Stoffel muss der Besuch in einem Shopping-Center einen Mehrwert bieten. „Das Center muss zur begehbaren Marke werden, zur Erlebnis-, Freizeit- und Konsumdestination“, sagt er.

„Die Erkenntnisse, dass die Shopping-Center-Betreiber was tun müssen, sind da“, sagt Thomas Schaumberg. „Ebenso wichtig ist aber, dass die politischen Rahmenbedingungen verändert werden. Nur so kann sich der stationäre Einzelhandel in einem zunehmend schwierigeren Wettbewerbsumfeld behaupten.“ (DDH)

Interessengemeinschaft

Space Mobilité

Espace Mobilité ist eine Interessengemeinschaft führender Schweizer Unternehmen des Detailhandels. Die Mitglieder Coop, Ikea, Jumbo, Manor, Migros und Pfister sind Konkurrenten am Markt, aber Partner in grundsätzlichen Fragen der Raumplanung, des Umweltschutzes, der Mobilität und der Bauordnung.

www.espacemobilite.ch