

Podiumsgespräch des Swiss Real Estate Institute

Platinum-Partner



Medien-Partner



Es diskutieren aktuell zum Thema:

«Starker
Onlinehandel
und Shopping-
center:
Stirbt der Detail-
handel in der
City langsam
aus?»



Moderation: Reto Lipp, Moderator und Redaktor SRF

Podiumsteilnehmende

Roland Brack, Gründer und Inhaber, BRACK.CH

Rageth Clavadetscher, CEO, Einkaufszentrum Glatt

Fredy Hasenmaile, Leiter Real Estate Economics, Credit Suisse AG

Milan Prenosil, Präsident des Verwaltungsrats, Confiserie Sprüngli AG



Swiss Real Estate Institute
Institut der Schweizer Immobilienwirtschaft
Forschung für die Praxis



1 Begrüssung und Einleitung

Prof. Dr. Peter Ilg

2 Einstiegsreferat

Fredy Hasenmaile

3 Podium

Roland Brack, Gründer und Inhaber, BRACK.CH

Rageth Clavadetscher, CEO, Einkaufszentrum Glatt

Fredy Hasenmaile, Leiter Real Estate Economics, Credit Suisse AG

Milan Prenosil, Präsident des Verwaltungsrats, Confiserie Sprüngli AG

Reto Lipp, Moderator und Redaktor SRF

4 Schlusswort

anschliessend Apéro im Lichthof, 2. Stock

Stationärer Handel mit 93% Marktanteil, Onlinehandel mit nur 7%..

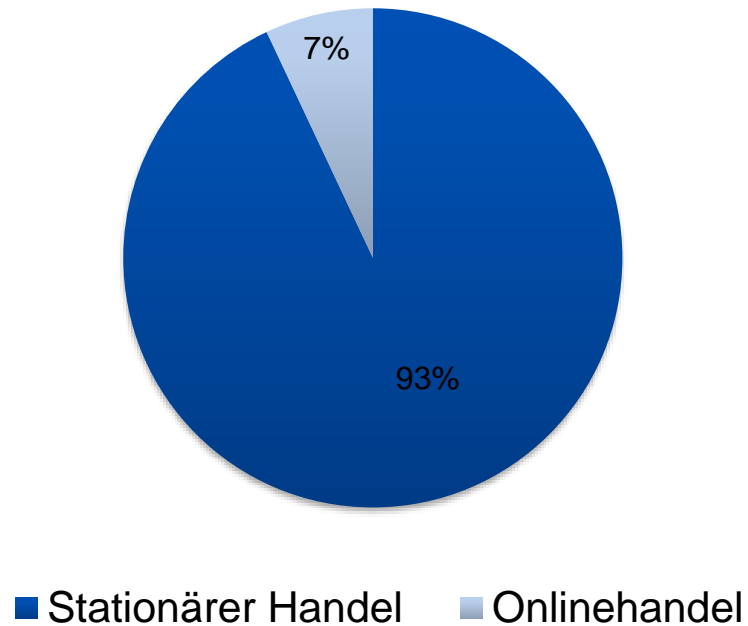


Abbildung: Marktanteile im Schweizer Detailhandel

Quelle: GFK Schweiz 2018



.. aber, Onlinehandel wächst deutlich stärker als der stationäre Handel

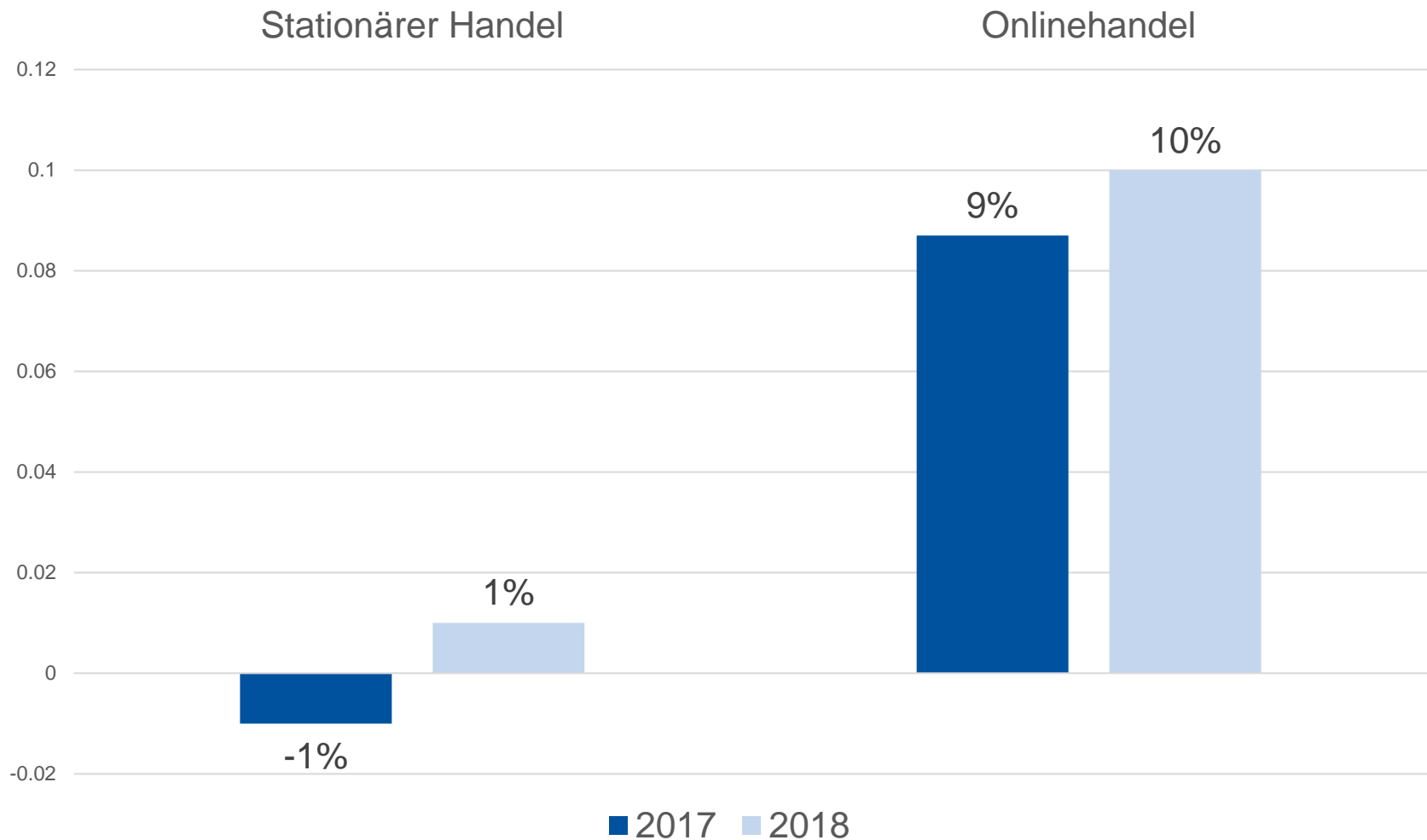
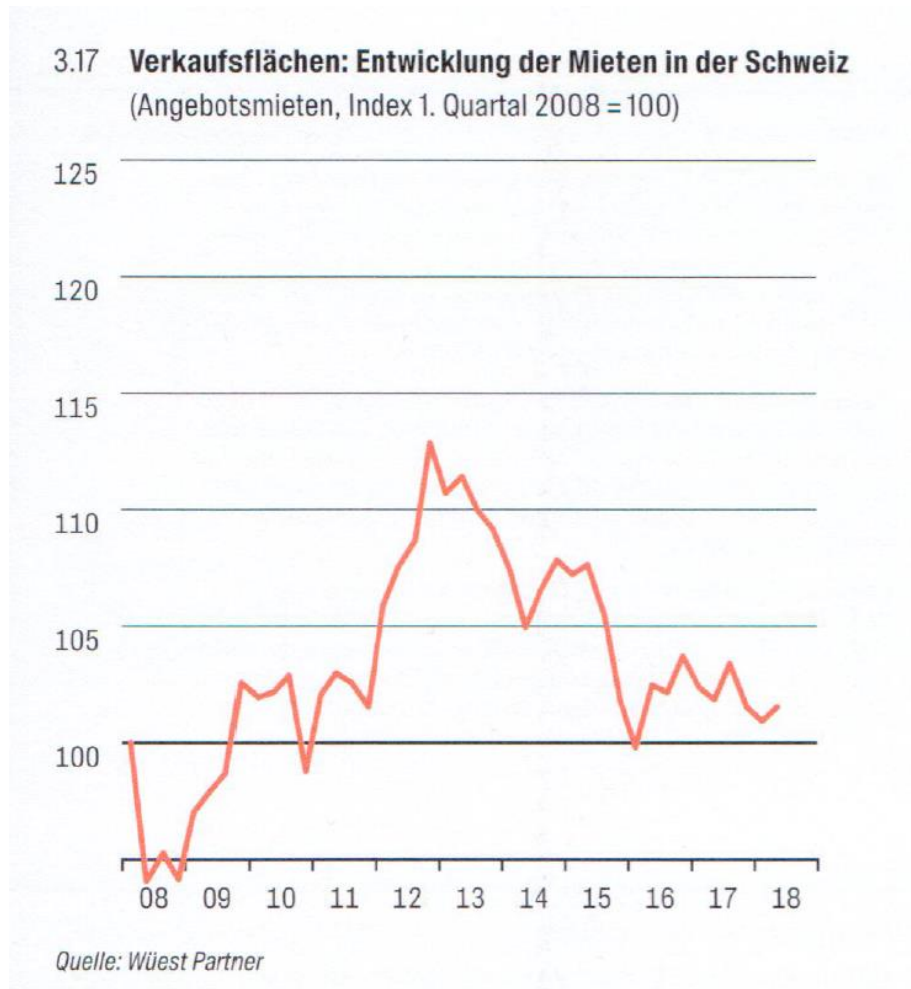


Abbildung: Umsatzveränderungen im Schweizer Detailhandel
Quelle: BAK Economics AG 2018, GFK Schweiz 2018, SwissREI



.. dies führt auch zu sinkende Mieten für Verkaufsflächen



Quelle: Wüest Partner, Immo-Monitoring 2019/1

Gründe für sinkende Mieten:

- Grösseres Angebot
- Einkaufstourismus
- Onlinehandel



1 Begrüssung und Einleitung

Prof. Dr. Peter Ilg

2 Einstiegsreferat

Fredy Hasenmaile

3 Podium

Roland Brack, Gründer und Inhaber, BRACK.CH

Rageth Clavadetscher, CEO, Einkaufszentrum Glatt

Fredy Hasenmaile, Leiter Real Estate Economics, Credit Suisse AG

Milan Prenosil, Präsident des Verwaltungsrats, Confiserie Sprüngli AG

Reto Lipp, Moderator und Redaktor SRF

4 Schlusswort

anschliessend Apéro im Lichthof, 2. Stock

Stirbt der Detailhandel in der City langsam aus?



Credit Suisse AG
Fredy Hasenmaile
IS&P Swiss Real Estate
Economics
Zürich, 31. Januar 2019

Onlinehandel ist nicht zu bremsen

Rekordmenge an Paketen im Monat vor Weihnachten

Anzahl der von der Post verarbeiteten Pakete
Vom Black Friday (23 November) bis Weihnachten 2018

25'000'000

Alibaba plant neues Logistikcenter in Liège (Brüssel)

Das Center hat eine Grösse von 53 Fussballfeldern

Anzahl Quadratmeter des neuen Logistikcenter von Alibaba in Brüssel

Alibaba hat bereits eine Fläche von 220'000 m² am Flughafen in Lüttich angemietet

380'000

Wie gross sind 380'000 Quadratmeter?

Alibaba Logistikcenter hypothetisch am Seebecken



Quelle: Credit Suisse, Google

Die Herausforderung Onlinehandel

Vergleich der Alleinstellungsmerkmale

Onlinehandel

- Viel breiteres Sortiment
- Geringe Suchkosten
- Keine Wegkosten (Zeit)
- Preistransparenz
- 24 Std. geöffnet
- Lieferverzögerung
- Unsicherheit (Lieferung, Qualität)
- Personalisierter Konsum

- ➔ In Bezug auf Bequemlichkeit, Auswahl, Effizienz und Preis ist der Onlinehandel im Vorteil
- ➔ Analyse Credit Suisse (2013): Jeder dritte Laden ist bedroht

Stationärer Handel

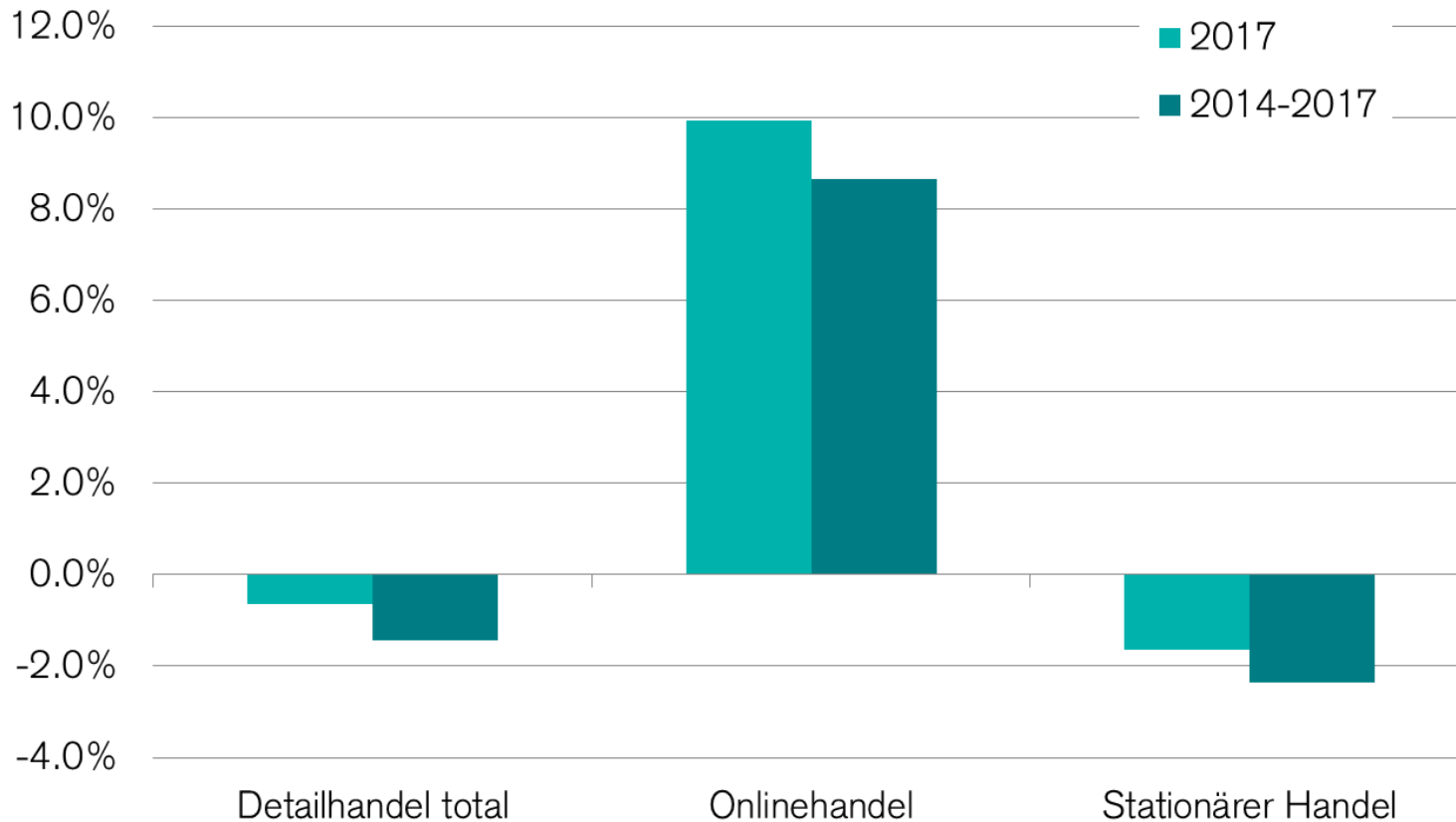
- Persönliche Beratung
- Haptik, Produktprüfung
- Verfügbarkeit der Ware
- Einkaufserlebnis
- Hoher Zeitaufwand
- Geringe (Preis-) Transparenz

Der Siegeszug des Onlinehandels hat erst begonnen

Nur der Onlinehandel verzeichnet noch ein Wachstum

Nominale Umsatzentwicklung in der Schweiz

Wachstumsraten in %



Quelle: GfK, BAK Economics, Credit Suisse

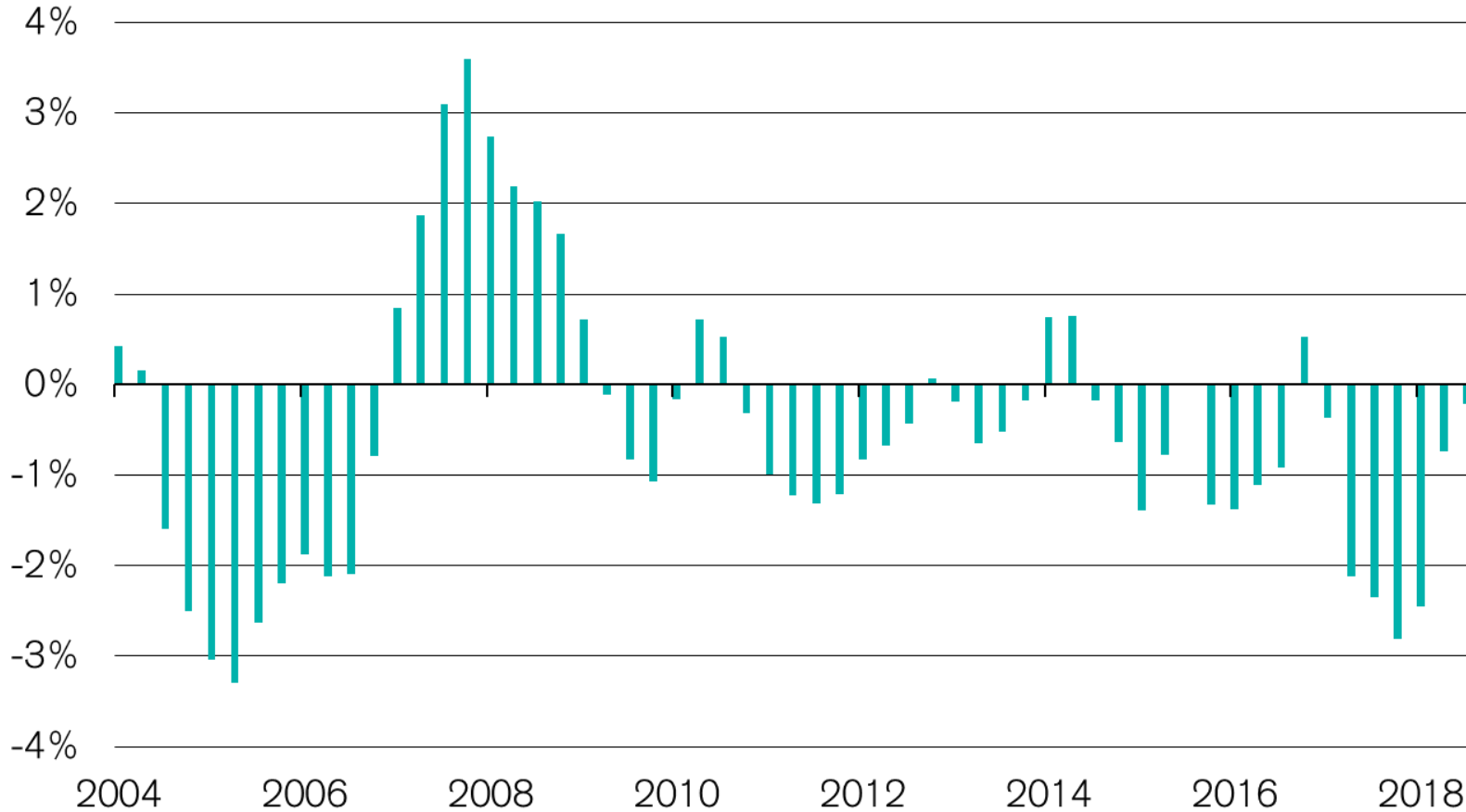
Letzter Datenpunkt: 2017

Strukturwandel lastet schwer auf dem Detailhandel

Anhaltender Beschäftigungsrückgang im Detailhandel

Beschäftigung im Detailhandel

Wachstumsraten in % ggü. Vorjahresquartal, 2-Quartals-Mittel



Quelle: Bundesamt für Statistik, Credit Suisse

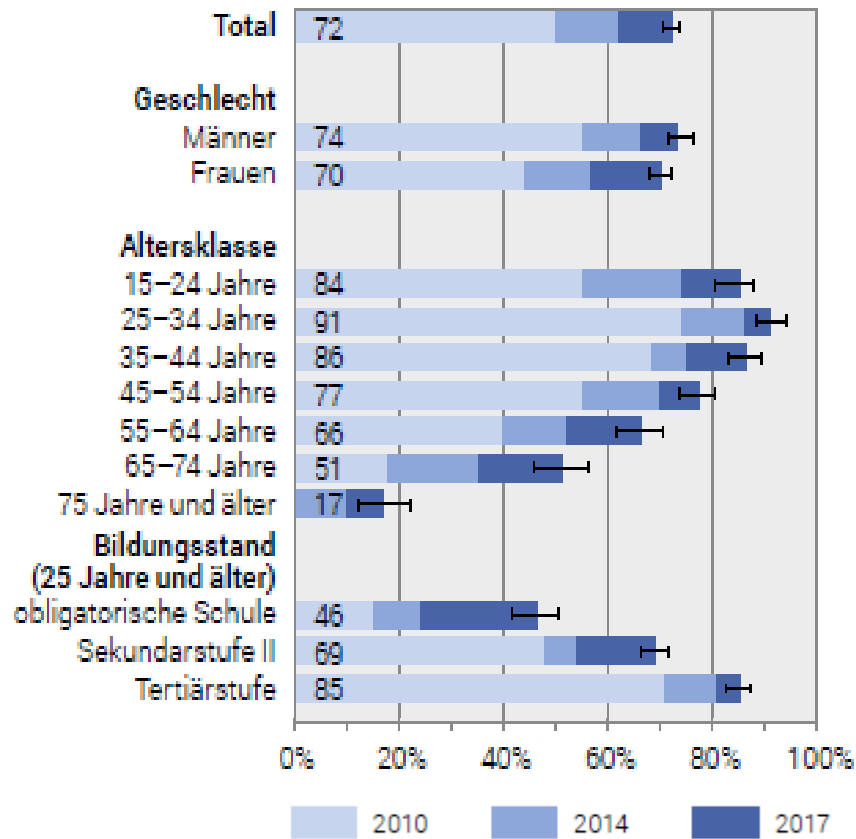
Letzter Datenpunkt: Q3/2018

Kontinuierliche Abwanderung ins Netz

Trägheit der Konsumenten verhindert rascheren Wandel

Online-Käufe: Vergleich der Jahre 2010 / 2014 / 2017

In % der Gesamtbevölkerung (15-88 Jahre) = 95%-Vertrauensintervall im Jahr 2017



Weiteres Wachstum programmiert

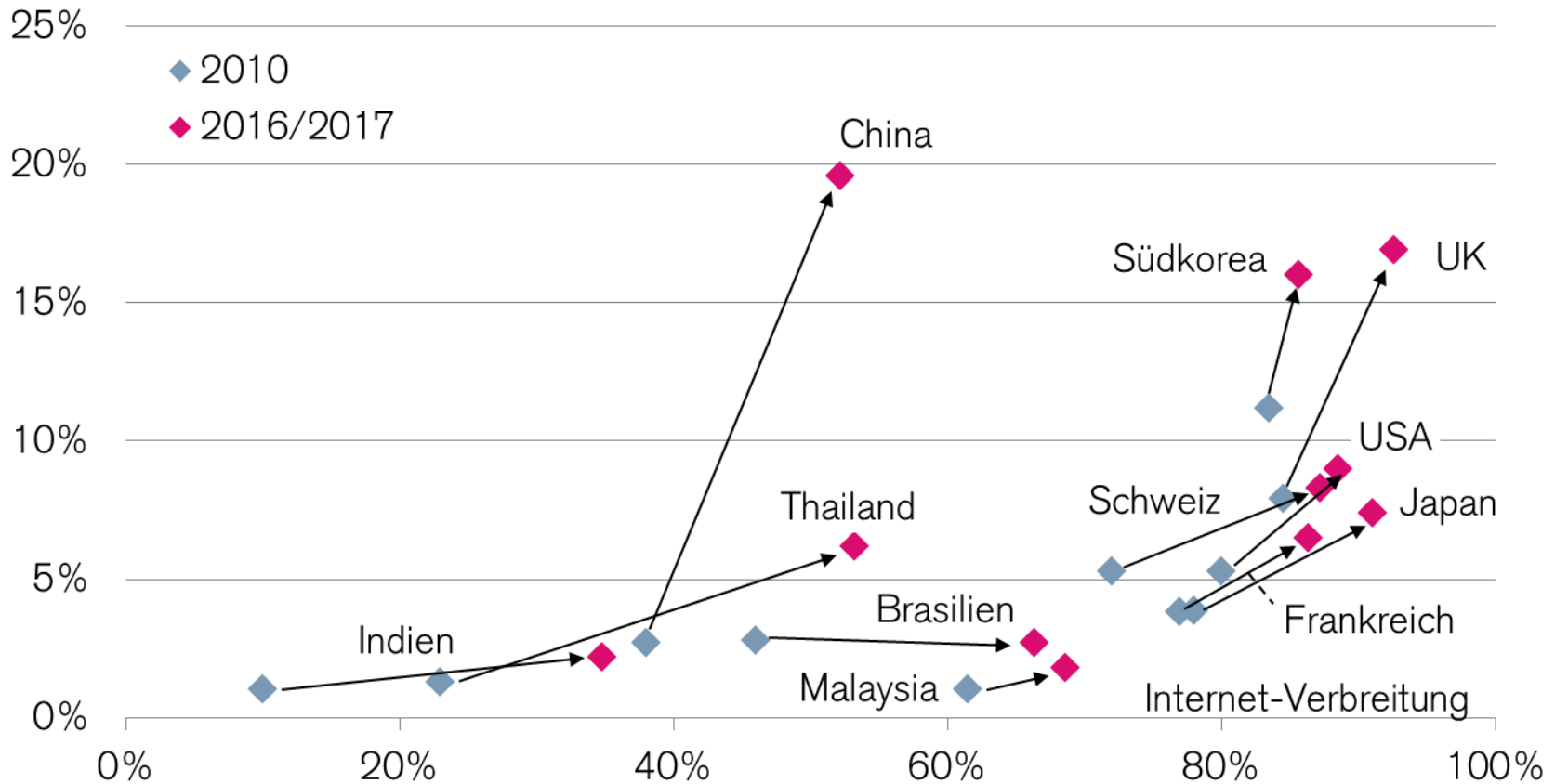
- Digitaler Graben wird kleiner
- Demografische Alterung unaufhaltsam
- Intensität der Internetnutzung wird weiter zunehmen (→ enger Zusammenhang mit Onlinekäufen)
- Konsumenten «entdecken» weitere Produktarten für den Onlinekauf
- Bestellhäufigkeit nimmt zu letzter Datenpunkt: 2017

Quelle: Bundesamt für Statistik

Internetverbreitung beflügelt Onlinehandel

UK/USA mit hohem Online-Marktanteil am Detailhandel

Marktanteil Onlinehandel



Quelle: GfK, BAK Economics, diverse länderspezifische Quellen, Credit Suisse

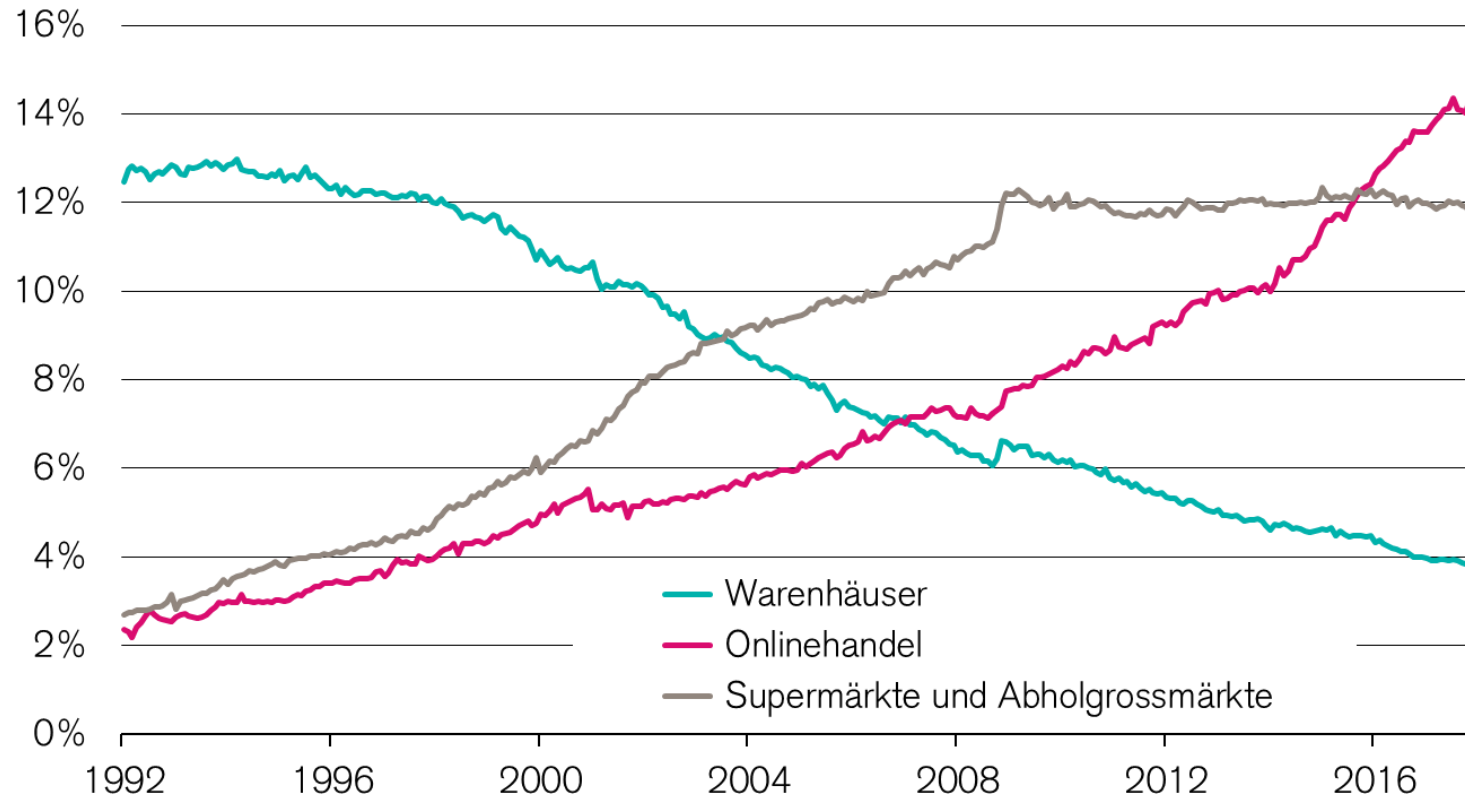
Letzter Datenpunkt: 2017

USA: Niedergang der Warenhäuser (Gemischtwarenläden)

Marktanteil verschiedener Einkaufskanäle in %

Umsatzentwicklung in den USA widerspiegelt grosse Verschiebungen

Umsatzanteile verschiedener Einkaufskanäle am Total der Detailhandelsumsätze in %








Quelle: U.S. Department of Commerce, Credit Suisse

Letzter Datenpunkt: Q4/2017

Einkaufskanäle im digitalen Stresstest

Onlinehandel verändert Rolle des stationären Handels

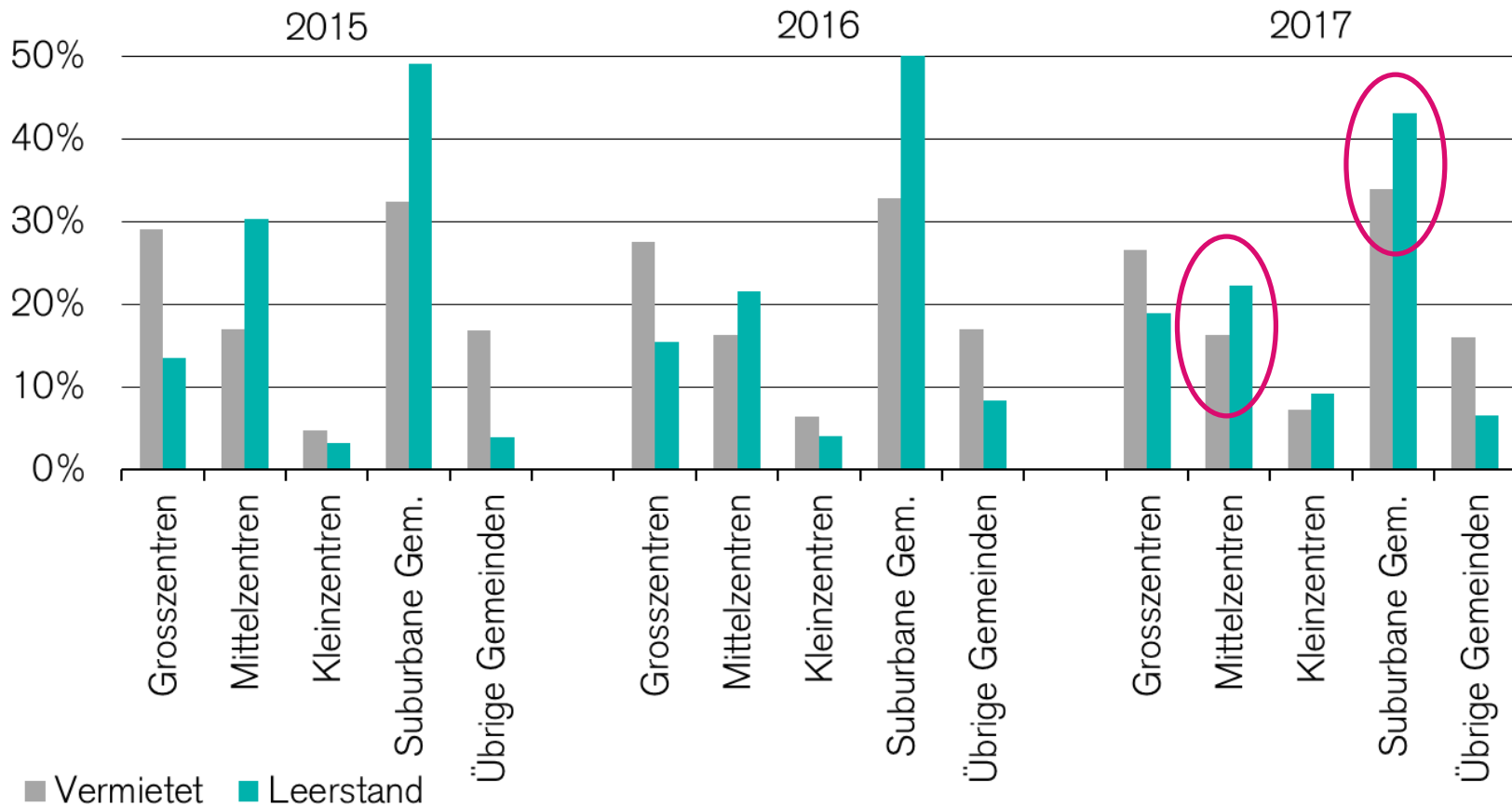
Convenience-Shop	Warenhaus	Shoppingcenter Urban Entertainment Center	Übrige	Einkaufsstrasse (A-Lage)	Einkaufsstrasse (B/C-Lage)
					
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Begünstigt von verschiedenen Trends: <ul style="list-style-type: none"> – kleinere Haushalte – wachsende Erwerbsquote – höhere Mobilität ➤ Längere Öffnungszeiten ➤ Verfügbarkeit statt Sortimentstiefe ➤ Komplementäres Angebot zum Onlinehandel 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Verlust zentraler Alleinstellungsmerkmale <ul style="list-style-type: none"> – Sortimentsbreite und -tiefe – Lösung für jedes Konsumbedürfnis – Informationsführerschaft ➤ Nachteilige vertikale Organisation ➤ Konkurrenz durch Vertikalisierung der Markenartikelhersteller (Datenhoheit) 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Hoher Anpassungsbedarf in Richtung <ul style="list-style-type: none"> – Dienstleistungen – Unterhaltung und Gastronomie – Komplementäre Angebote ➤ Wichtige Vorteile: <ul style="list-style-type: none"> – Grösse – Food-Anker – Einheitliche Führung 		<ul style="list-style-type: none"> ➤ Physische Präsenz bleibt wichtig für: <ul style="list-style-type: none"> – Interaktion mit Kunden – Markenimage pflegen – Werbung, Community ➤ Bedingt: <ul style="list-style-type: none"> – Toplagen – Hohe Passantenfrequenzen – Weniger Fläche 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Stärken: <ul style="list-style-type: none"> – Authentizität – Vielfalt des Mietermixes ➤ Schwächen: <ul style="list-style-type: none"> – Keine einheitliche Führung – Reduktion auf regionale und lokale Anbieter (Nischen)

Agglomeration und Mittelzentren leiden am stärksten

Detailhändler verkleinern ihre Filialnetze

Struktur der Leerstände von Verkaufsflächen nach Gemeindetyp

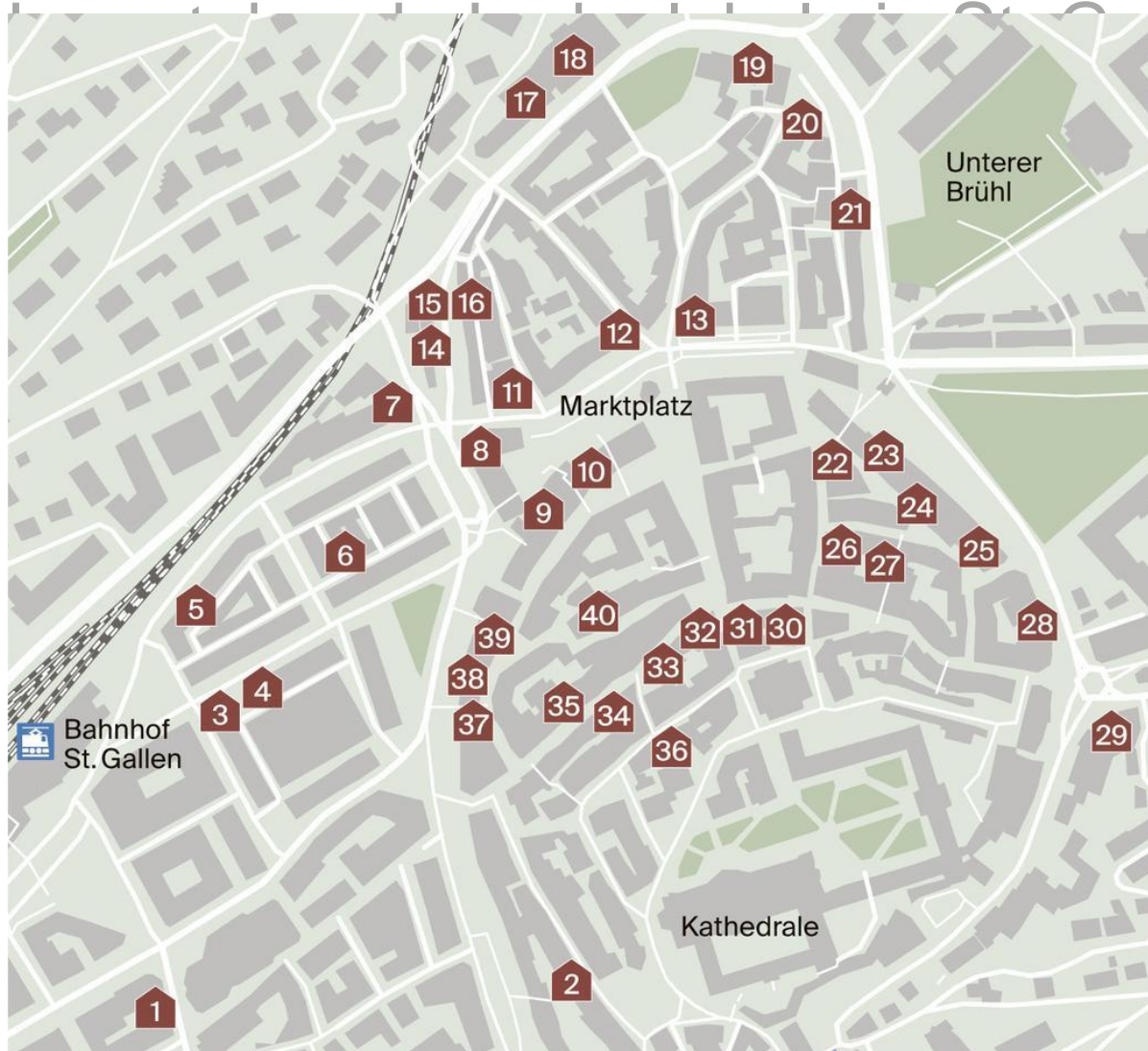
Verteilung der leer stehenden/vermieteten Flächen



Quelle: Real Estate Investment Data Association (REIDA), Credit Suisse

Letzter Datenpunkt: 2017

Herausforderung Detailhandel für die Flächenanbieter

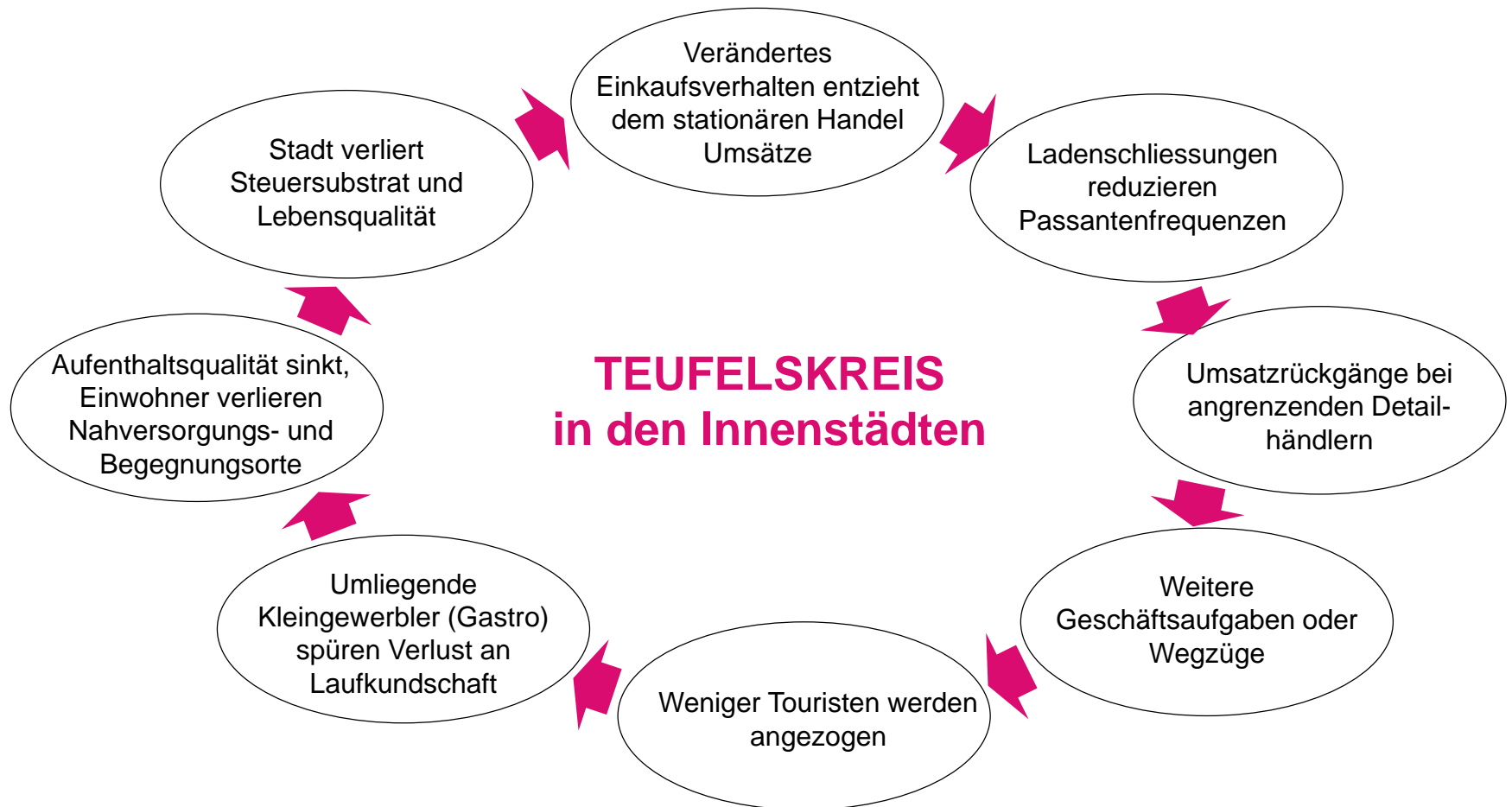


- | | |
|-----------------------------|-------------------------------|
| 1 Kornhausstrasse 26 | 22 Kugelgasse 3 |
| 2 Webergasse 24a | 23 Brühlgasse 19 |
| 3 Schützensgasse 10 | 24 Brühlgasse 25 |
| 4 Poststrasse 17 | 25 Brühlgasse 37 |
| 5 Bahnhofstrasse 17 | 26 Löwengasse 4 |
| 6 Hintere Poststrasse 4 | 27 Spisergasse 17 (2 Lokale) |
| 7 Bahnhofstrasse 2 | 28 Burggraben 26 |
| 8 Oberer Graben 3 | 29 Moosbruggstr. 1 (2 Lokale) |
| 9 Marktplatz 11 | 30 Spisergasse 6 |
| 10 Marktplatz 5 | 31 Spisergasse 4 |
| 11 Marktplatz 22 (2 Lokale) | 32 Multergasse 1 |
| 12 Marktplatz 4 | 33 Multergasse 3 |
| 13 Bohl 1 | 34 Multergasse 19 |
| 14 Unterer Graben 1 | 35 Multergasse 22 |
| 15 Unterer Graben 7 | 36 Schmiedgasse 11 |
| 16 Augustinerstrasse 17 | 37 Neugasse 48 (2 Lokale) |
| 17 Unterer Graben 23 | 38 Neugasse 44 |
| 18 Unterer Graben 25 | 39 Neugasse 34 |
| 19 Unterer Graben 58 | 40 Hinterlauben 10 |
| 20 Torstrasse 25 | |
| 21 Schwertgasse 15 | |

Quelle: St. Galler Tagblatt

Die Städte und Gemeinden sind auch gefordert

Leere Läden lösen einen Teufelskreis aus



- ➔ Alle Akteure (auch die Städte) müssen ein Interesse haben, diesen Teufelskreis zu stoppen
- ➔ Angedachte Lösungen sind zumeist zu wenig radikal, um rasch Verbesserungen herbeizuführen. Der Fokus ist zudem auf die chancenreichen Quartiere zu richten.

Fazit

Herausforderung Detailhandel für die Innenstädte

- Der Strukturwandel betrifft die Fläche letztlich stärker als den Handel
- Der stationäre Detailhandel wird überleben, aber er muss seine Rolle anpassen
- Der Strukturwandel steht erst am Anfang, wie Entwicklungen in den Ländern mit höheren Onlineanteilen zeigen

Handlungsfelder für alle Akteure in Innenstädten:

- **Grundeigentümer:** Übergeordnetes Management nötig (zu viele Einzelinteressen)
 - Analyse der Standorte in Bezug auf künftige Retailtauglichkeit
 - Evaluation der Handlungsmöglichkeiten (Kooperationen, Optimierungen, etc.)
 - Offenheit für Zwischennutzungen, diese erhalten die Nutzungsvielfalt
- **Stadtverwaltung:** Handlungsgeschwindigkeit erhöhen
 - Bollwerkbildung mit Hilfe öffentlicher Frequenzbringer
 - Besseres Verständnis der Verwaltung für die Nöte des Gewerbes
 - Konstruktive Haltung beim Thema Parkierung/Verkehr
- **Detailhandel/Gewerbe:** Bedürfnisse in den Vordergrund stellen
 - Out-of-the-box Denken anwenden, mutiges Agieren
 - Sinn für Kooperationen stärken



1 Begrüssung und Einleitung

Prof. Dr. Peter Ilg

2 Einstiegsreferat

Fredy Hasenmaile

3 Podium

Roland Brack, Gründer und Inhaber, BRACK.CH

Rageth Clavadetscher, CEO, Einkaufszentrum Glatt

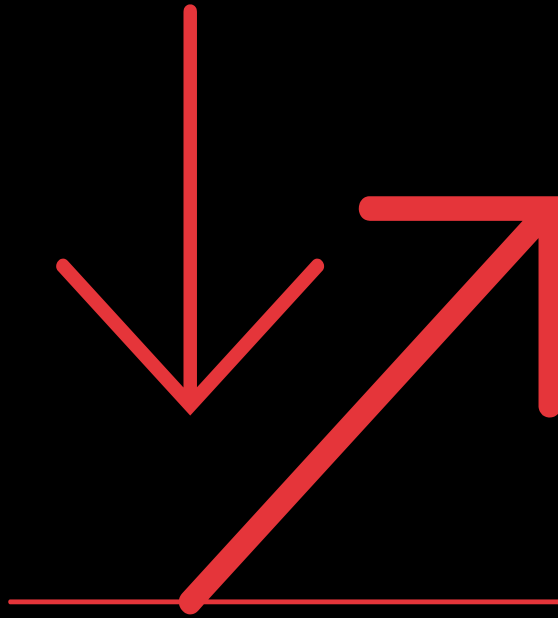
Fredy Hasenmaile, Leiter Real Estate Economics, Credit Suisse AG

Milan Prenosil, Präsident des Verwaltungsrats, Confiserie Sprüngli AG

Reto Lipp, Moderator und Redaktor SRF

4 Schlusswort

anschliessend Apéro im Lichthof, 2. Stock



Swiss Real Estate Institute

1 Begrüssung und Einleitung

Prof. Dr. Peter Ilg

2 Einstiegsreferat

Fredy Hasenmaile

3 Podium

Roland Brack, Gründer und Inhaber, BRACK.CH

Rageth Clavadetscher, CEO, Einkaufszentrum Glatt

Fredy Hasenmaile, Leiter Real Estate Economics, Credit Suisse AG

Milan Prenosil, Präsident des Verwaltungsrats, Confiserie Sprüngli AG

Reto Lipp, Moderator und Redaktor SRF

4 Schlusswort

anschliessend Apéro im Lichthof, 2. Stock



Standortrelevante Fragestellungen fundiert beantworten

Senozon modelliert, wie sich Menschen in einem Land bewegen. Wir wissen, wer sich wann zu welchem Zweck an welchem Ort aufhält.