

# Eigner müssen mehr ins Risiko

**Shoppingcenter** – Das Angebot an Retailflächen übersteigt den Bedarf in der Schweiz. Nutzer können deshalb günstigere Mietverträge für sich aushandeln – zulasten der Besitzer.

Von Richard Haimann – Bilder: Dmitrijs Dmitrijevs/depositphotos; PD



Shoppingcenter: Neue Mietmodelle gefragt

Mit 766 Milliarden Franken in der Rückhand lässt sich auch ein grösserer Abstrich bei der potenziellen Maximalrendite leicht verschmerzen. Auf diesen Betrag schätzt das Sovereign Wealth Fund Institute in Las Vegas das Vermögen der Abu Dhabi Investment Authority, des Staatsfonds des gleichnamigen Emirats am Persischen Golf, der über seine Schweizer Tochter Silver Holdings für mehr als 450 Millionen Franken die Mall of Switzerland in die Höhe zieht. Doch wenn der Konsumtempel am 8. November seine Pforten öffnet, werden rund 13.000 der 65.000 Quadratmeter Gesamtmietflächen noch leer stehen. «Wir öffnen mit 80 Prozent Vermietungsstand», sagt Center-Kommunikationschef Werner Schaeppi.

## Schrumpfende Nachfrage ...

Dass das neue zweitgrösste Shoppingcenter der Schweiz lediglich mit Teillast an den Start geht, ist für Experten nicht überraschend. «In den Nullerjahren wurden neue Retailflächen in einem Umfang produziert, der den heutigen Bedarf übertrifft», sagt Fredy Hasenmaile, Head of Real Estate Research der Credit Suisse. Nach einer Erhebung des Marktforschungsunternehmens Fuhrer + Hotz in Baar planten zu Jahresbeginn 20 Prozent der Schweizer Retailer eine Reduktion ihrer Verkaufsflächen. Das ist der höchste Wert seit Beginn der Umfrage 2009. Weitere 36 Prozent wollten ihre Areale auf dem gegenwärtigen Niveau halten. 2016 planten dies ledig-

lich 22 Prozent, 2015 gar nur 21 Prozent. Die schrumpfende Nachfrage bereitet Eigentümern zunehmend Probleme, Nutzer für ihre Liegenschaften zu finden. Schweizweit sind in den vergangenen Jahren die Leerstände gestiegen und spiegelbildlich die Mieten gesunken. Der Mietindex für Verkaufsflächen von Wüest Partner notierte im ersten Quartal dieses Jahres rund acht Prozent tiefer als 2012. «Bei Vertragsabschlüssen sind die Mieten stark unter Druck», analysieren die Wüest-Partner-Beobachter. «Durch die massive Flächenproduktion in der Vergangenheit und die aktuell schwindende Flächennachfrage sitzen Nutzer zurzeit klar am längeren Hebel», sagt Hasenmaile. Das führt zu harten Verhandlungen zwischen Mietinteres-



«Durch die massive Flächenproduktion in der Vergangenheit und die aktuell schwindende Flächennachfrage sitzen Nutzer zurzeit klar am längeren Hebel.»

Fredy Hasenmaile, Credit Suisse



«Der stationäre Handel in der Schweiz steht deutlich unter Druck.»

Patricia Reichelt, CSL Immobilien

«Der Markt erfordert heute eine möglichst grosse Flexibilität bei den Mietzinskonditionen.»

Philipp Strebel, CBRE



senten und Eigentümern. Wobei die Nutzer nicht Gier treibt, sondern Existenzangst. «Der stationäre Handel in der Schweiz steht deutlich unter Druck», sagt Patricia Reichelt, Verantwortliche für Research und Marktanalyse bei der Zürcher Beratungsgesellschaft CSL Immobilien. «Zum einen durch die wachsende Konkurrenz des E-Commerce; zum anderen durch den starken Franken, der Schweizer Konsumenten in den grenznahen Regionen zum Einkauf ins Ausland treibt.»

### ... und sinkende Mieten

Am stärksten davon betroffen sind die Shoppingcenter an den Scheiden zu den Nachbarstaaten. Das erst 2009 eröffnete Stücki in Basel erfährt gerade eine grundlegende Neuausrichtung: Die Besitzerin Swiss Prime Site lässt bis Ende nächsten Jahres 14.000 Quadratmeter in ein Multiplex-Kino mit 18 Sälen und 2.400 Sitzplätzen umwandeln. Steigende Leerstände und schrumpfende Mieten lassen nun einst scheinbar eherne Regeln bei der Vermietung von Retailflächen ins Wanken geraten. Noch vor fünf Jahren konnten Eigentümer problemlos Verträge durchsetzen, die Nutzer zwangen, eine hohe Basismiete, gekoppelt mit einem kleineren Anteil an Umsatzmiete, zu akzeptieren. Liefen die Geschäfte gut, kassierten die Besitzer durch die Umsatzmiete noch ein Sahnehäubchen obendrauf. Harzte der Warenabsatz, trugen die Nutzer allein das Risiko der hohen Basismiete. Solche Verträge muss heute kein Interessent mehr unterschreiben. «Der Markt

erfordert heute eine möglichst grosse Flexibilität bei den Mietzinskonditionen», sagt Philipp Strebel, Head of Retail bei der Beratungsgesellschaft CBRE in Zürich, die mit der Erstvermietung und dem Centermanagement der Mall of Switzerland beauftragt wurde. «Das Risiko hat sich in die Mitte verlagert.»

### Neue Mietmodelle

Der Anteil der Basismiete an der Gesamtmiete sei heute signifikant tiefer, der Anteil der Umsatzmiete spiegelbildlich höher. «Die Eigentümer müssen heute mehr ins Risiko gehen», sagt Martin Bernhard, Head Research bei der Beratungsgesellschaft JLL Switzerland in Zürich. Die Nutzer profitierten dabei nicht nur von den sinkenden Basismieten. «Die Risikoverschiebung bei der Abfassung der Mietverträge zwingt Eigentümer und Center-Manager auch, deutlich mehr Aufwand zu betreiben, um Konsumenten anzulocken», sagt Bernhard.

In den USA einigen sich Center-Betreiber und Nutzer inzwischen immer häufiger auf Frequenzmieten. Entscheidend für die Höhe der monatlichen Zahlung an die Eigentümer ist dabei nicht der Umsatz, der in einem Ladengeschäft generiert wird, sondern die Zahl der Konsumenten, die durch dessen Tür schreiten. Das neue Modell ist eine Reaktion auf die Multichanneling-Marketingstrategie, die immer mehr Retailer nutzen. Sie nutzen dabei Ladenflächen immer stärker, um ihre Sortimente zu präsentieren, tätigen den Grossteil des Verkaufs jedoch über das Internet. «Eine

Reihe von Shops generieren inzwischen mehr Umsatz online als physisch in ihren Ladenflächen», sagt Credit-Suisse-Experte Hasenmaile. In der Extremvariante werden Retailflächen dabei nur noch als sogenannter Showroom genutzt, in dem Produkte nur an- und ausprobiert werden können. Den Erwerb können Konsumenten im Laden selbst oder später daheim auf der Webseite des Anbieters tätigen.

ANZEIGE

**Erstvermietung**



**«FORUM ZOFINGEN»**

Untere Brühlstrasse 4, Zofingen  
www.forum-zofingen.ch

**Nach Mass in repräsentativem Neubau**

**Moderne Büroflächen zu vermieten**

**Mietflächen bis zu 5'324 m<sup>2</sup>**  
Edelrohbau oder ausgebaut  
Mieteraufteilung möglich  
Bezugsbereit ab Januar 2018

Auskünfte oder Unterlagen erhalten Sie bei:

**AVIDA Immobilien-Treuhand AG**  
Herr Roger Rettenmund  
Solothurnerstr. 233, 4600 Olten  
Telefon 062 287 22 33  
www.avidach.ch



NACHRICHT

Zürich

## Mehr leerstehende Verkaufsflächen

Am 1. Juni 2017 standen in Zürich 243.000 qm Nutzfläche leer, nur etwas mehr als im Vorjahr. Von den Flächen, die zum Stichtag zu Vermietung oder Verkauf ausgeschrieben waren, entfielen 174.000 qm auf die Kategorie Büro/Praxis. Am 1. Juni 2016 waren es noch 237.000 qm leerstehende Nutzfläche, davon 193.000 qm Büro- oder Praxisflächen. Während also heuer weniger leere Büroflächen zu verzeichnen waren, sei bei den Verkaufsflächen die Zunahme mit einem Plus von 7.000 qm bemerkenswert gewesen, teilt Statistik Stadt Zürich mit. Deutliche Veränderungen hat es in der geografischen Verteilung der leeren Büroflächen gegeben. Während in den meisten Stadtquartieren analog zur gesamtstädtischen Entwicklung der Büroleerstand zurückging, war in Seebach ein deutlicher Anstieg zu beobachten – um 11.000 auf 45.000 qm. Jeder vierte Büro-Quadratmeter, der in der Stadt ausgeschrieben ist, befindet sich in Seebach. Im Gegenzug wurde besonders in Altstetten, Escher Wyss, Alt-Wiedikon und Oerlikon deutlich weniger Leerfläche gezählt als im Vorjahr. Die Leerflächenzählung wurde 1995 durch Statistik Stadt Zürich eingeführt, auf Bundesebene existiert sie nicht. Befragt werden sämtliche Eigentümer und Verwaltungen von Gebäuden mit Nutzflächen ab 500 qm. Als Quelle dient das von Statistik Stadt Zürich geführte Gebäuderegister. Als «leer stehend» gelten Nutzflächen, die am 1. Juni des Berichtsjahres zur Dauermiete (von mindestens drei Monaten) oder zum Verkauf ausgeschrieben waren, die sofort nutzbar waren, auch wenn der Verwendungszweck der Fläche noch nicht oder nur zum Teil bestimmt war. Nutzflächen in Abbruch- oder Umbauobjekten und in noch im Bau befindlichen Gebäuden werden dagegen nicht als Leerstand gezählt. (ah)

«Eigentümer von Retailflächen müssen heute mehr ins Risiko gehen.»

Martin Bernhard, JLL Switzerland



«Wir eröffnen mit 80 Prozent Vermietungsstand.»

Werner Schaeppi, Mall of Switzerland

Bei den Vertragsverhandlungen mit den Nutzern der Mall of Switzerland sei auch über Frequenzmietverträge diskutiert worden, sagt CBRE-Retailexperte Strelbel. «Wir haben uns aber gemeinsam entschieden, zunächst auf dieses Modell zu verzichten.» Möglicherweise würden aber einzelne Verträge später entsprechend umgestellt, wenn Erfahrungswerte über das Verhalten der Centerbesucher vorliegen. Nutzer, die ihre Ladenfläche ausschliesslich oder hauptsächlich als Showroom nutzen, würden zunächst eine reine Basismiete ohne anteilige Umsatzmiete zahlen.

### Tesla als Kundenmagnet

Zu den Showroom-Nutzern zählt nach Informationen aus Marktkreisen auch der Elektromobil-Anbieter Tesla. Der US-Konzern, einziger Hersteller ausschliesslich emissionsfreier Automobile, soll in der Mall of Switzerland sein SUV-Modell X und seine Mittelklasse-Baureihe 3 präsentieren sowie in der Parkzone zwei Supercharger-Ladestationen aufstellen. In anderen Shoppingcentern bekam der kalifornische Konzern laut Branchengerüchten bereits Showrooms kostenlos gestellt und bezahlte für Schnellladestationen nur die Aufwendungen für Installation und Verlegung der Stromkabel. In der MoS soll Tesla zumindest eine geringe Miete zahlen, heisst es in Branchenkreisen. «Tesla weiss um seine starke Marktposition als innovativer Fahrzeughersteller», sagt JLL-Chefresearcher Bernhard. «Der Elektromobil-Hersteller hat quasi den Charakter eines An-

kermieters.» Viele Konsumenten seien neugierig auf diese Fahrzeuge, so Bernhard: «Daher ergibt es für Center-Eigentümer durchaus Sinn, die neuen Elektromobile der Kalifornier mietfrei oder zu einem sehr geringen Mietzins zu präsentieren, um Kunden anzulocken.» Zudem verfügten Besitzer der teilweise mehr als 90.000 Franken teuren Tesla-Modelle über eine überdurchschnittliche Kaufkraft. «Für ein Shoppingcenter ist es durchaus interessant, Ladestationen für diese Elektromobile zu bieten», sagt Bernhard. Gleichwohl dürften Center-Manager in Verhandlungen immer versuchen, Tesla zu Mietzahlungen zu bewegen.

Verhandlungen – wenn auch aus einem ganz anderen Grund – führte das Management des jüngsten Schweizer Shoppingcenters in den vergangenen Monaten mit allen Mietern. Einige von ihnen sollten dabei bewegt werden, andere Ladenflächen als ursprünglich geplant zu nutzen. Das Ziel wurde erreicht: Bei der Eröffnung am 8. November dürften die Besucher kaum bemerken, dass die Mall of Switzerland mit 20 Prozent Leerstand an den Start geht. Durch die Rochaden konnten die noch freien Flächen im obersten Geschoss konzentriert werden. Dazu musste jedoch der ursprünglich für den 28. September vorgesehene Eröffnungstermin in den elften Monat verschoben werden. Dafür sieht das Center-Management die Chance, im kommenden Jahr ein zusätzliches Event zu veranstalten. Kommunikationschef Schaeppi: «Für die zum Start noch nicht genutzten Flächen im Attika-Geschoss planen wir eine zweite Teileröffnung 2018.»