

Aussichten

Das Ende der lebendigen Stadt?

Amazon, Zalando und Co. werden immer mehr zum bevorzugten Einkaufskanal. Klassische Detailhändler geraten zunehmend unter Druck. Insbesondere Bücher- und Kleiderläden spüren die Online-Konkurrenz stark. Aber auch Elektronikgeräte werden mehr und mehr im Internet gekauft.

Für den reinen Einkauf muss man sich nicht mehr aus dem Haus bewegen: Im Internet ist alles rund um die Uhr bestellbar. Immer mehr stationäre Einzelhändler kämpfen aufgrund des Margendruckes und von Umsatzrückgängen ums Überleben.

Läden müssen sich neu erfinden und geschickt das stationäre Geschäft mit dem Online-Geschäft verbinden. Nicht alles wird jedoch ins Internet abwandern. Im Gegenteil: Auch reine Online-Geschäfte fangen an, Läden zu eröffnen. Amazon hat kürzlich die Nahrungsmittelkette «Whole-Foods» gekauft. Eine gewisse physische Präsenz beim Kunden ist positiv. Eines ist all diesen sogenannten Multichannel-Strategien gemeinsam: Sie führen dazu, dass wesentlich weniger Läden gebraucht werden.

Ein aktives Strassenleben war seit jeher ein Kennzeichen lebendiger Städte. Apple bezeichnet seine Läden mittlerweile als «Marktplätze», in Anlehnung an die «Agora», den Marktplatz der frühen griechischen Städte. Wenn Läden und ganze Standorte überleben wollen, müssen sie sich in Zukunft an diesen Konzepten orientieren und sich mehr auf Erlebnisse konzentrieren, die online nicht geboten werden können: persönliche Kontakte, sensorische Erlebnisse, Zugehörigkeit und Austausch.

Der Wandel des stationären Detailhandels hat weitreichende Konsequenzen für den Immobilienmarkt: Der verminderte Flächenbedarf führt dazu, dass an guten Standorten eine qualitative und quantitative

Verdichtung stattfinden kann. Innenstädte wie Luzern, Zürich oder grössere Shoppingcenter wie das Glattcenter oder das Sihlcity können auf der gleichen Fläche mehr Auswahl und Erlebnisdichte anbieten und diese mit Zusatzangeboten wie Gastronomie und Unterhaltung kombinieren. Sie werden demzufolge immer attraktiver.

Weniger gut gelegene, kleinere Standorte haben Mühe, überhaupt noch Mieter zu finden und Kunden anzuziehen. Die einst beliebten Erdgeschossflächen bleiben zunehmend leer, die Strassen ohne Passanten, das Dorfleben erlischt. Sind es heute vor allem von der Abwanderung betroffene Bergdörfer, die darum kämpfen, dass zumindest ein letzter Dorfladen erhalten bleiben kann, wird diese Tendenz in Zukunft vermehrt auch auf kleinere und mittlere Städte übergreifen. Selbst Höngg, ein durchaus attraktiver und gut besiedelter Stadtteil von Zürich, klagt über Lädelerben und das Ausbleiben von Passanten.

Wie können Städte ihre Lebendigkeit erhalten, wenn der Einzelhandel, so wie wir ihn kennen, nicht mehr existieren wird? Die lebendige Nachbarschaft ist der Ort, wo sich Leute begegnen, Ideen austauschen und der soziale Zusammenhalt entsteht. Je mehr sich Aktivitäten in die virtuelle Welt verlegen, um so mehr werden diese Räume wichtig.

Auf der Angebotsseite entstehen neue Formate. Pop-up-Stores und online schwer vermittelbare persönliche Erlebnisse in Shops sorgen für neuen Wind. Davon profitieren aber primär die Standorte mit noch intakter Frequenz. Nicht nur die Retailer, sondern auch Behörden und Immobilienbesitzer sind gefordert, sich zusammenzutun und gemeinsam Strategien zu überlegen, wie der Ort attraktiver werden kann.

Wie es nicht geht, zeigt die

Zuger Altstadt: Um den Anwohnern in den teuren Wohnungen Ruhe zu gönnen, wurde eine Erdgeschossfläche nach der anderen in Büros oder Wohnungen umgewandelt. Was vor zwanzig Jahren noch ein lebendiger, attraktiver Begegnungsort mit vielen Restaurants, Boutiquen, Läden und Galerien war, ist heute ein schmuckes, aber lebloses Disneyland.

Der Google-Think-Tank «Sidewalk Labs», der sich mit der Zukunft von lebenswerten Städten befasst, entwickelt vor diesem Hintergrund schon fast sozialistisch anmutende Empfehlungen: Die Städte sollen Immobilieneigentümer mit einer Strafsteuer oder ähnlichen Massnahmen dazu bringen, ihre Erdgeschossräume publikumsorientierten Nutzungen zur Verfügung zu stellen. Aktivitäten wie Kinderkrippen, Seniorentreffpunkte, Künstlerateliers, Begegnungszentren und weitere würden sich ansiedeln und wieder vermehrt Leben bringen. Damit könnten auch Restaurants und Nachbarschaftsläden wieder angesiedelt werden und überleben. Das Dorfzentrum könnte zu seiner ursprünglichen Begegnungsfunktion zurückfinden.

Immobilienbesitzer, Einzelhändler und Behörden sind in der Pflicht. Im Interesse aller müssen gemeinsame Konzepte erarbeitet und umgesetzt werden. Gegebenenfalls können auch Systeme entwickelt werden, um sich untereinander für weniger rentable Leistungen im Interesse der Attraktivierung zu entschädigen.



Markus Schmidiger
Prof. Dr. Markus Schmidiger leitet das CC Immobilienmanagement an der Hochschule Luzern.

Abholmärkte ade

Migros Der Grossverteiler steigt aus dem Cash & Carry-Geschäft wieder aus: CC Angehrn geht an die Westschweizer Firma Aligro.



Die Gemüse- und Früchteabteilung im Cash & Carry Angehrn.

Bild: Alessandro Della Bella/Keystone

Thomas Griesser Kym

«Eine optimale Lösung, um in der Schweiz langfristig wachsen zu können und erfolgreich zu bleiben» – mit diesen Worten feierten vor elf Jahren die Migros und Cash & Carry Angehrn (CCA) den Einstieg des Grossverteilers beim Abholgrosshandel mit Sitz in Gossau SG. Damals kaufte die Migros der Familie Angehrn 30 Prozent an CCA ab und stockte den Anteil 2012 auf 80 Prozent auf. Man träumte von besseren Einkaufskonditionen in der Beschaffung dank Grössenvorteilen.

Nun kommt es zu einer abrupten Kehrtwende: CCA wird zu 100 Prozent an die Firma Aligro verkauft. Diese betreibt den Abholgrosshandel des Westschweizer Grossisten Demaurex & Cie SA. Aligro übernimmt alle 360 Beschäftigten der CCA und führt deren neun Standorte in der Deutschschweiz, davon einer in Luzern, unter der Marke CCA Angehrn weiter. Geschäftsleiter bleibt Martin Angehrn.

Aligro mit 550 Mitarbeitenden hat selber fünf Abholgrossmärkte, davon vier in der Romanse und einen in Schlieren. Geografisch ergänzen sich CCA und

Aligro. Zusammen rücken sie zudem näher an Marktführer Prodega, der via Transgourmet zu Coop gehört, und sie gewinnen Abstand zur Nummer drei im Abholgrosshandel, Top CC von Spar. In Abholmärkten kaufen Grossverbraucher ein wie Hotels, Restaurants, Kantinen, Heime, Dorf- und Quartierläden und so weiter. Das Geschäft ist hart, denn der Einkaufstourismus, das Ausbleiben von Feriengästen als Folge der Frankenstärke und die Alternative, sich von Grosshändlern beliefern zu lassen, machen den Abholmärkten zu schaffen.

Erneuerung und vielleicht mal Expansion

CCA jedenfalls ist vergangenes Jahr geschrumpft, wie dem Migros-Geschäftsbericht 2016 zu entnehmen ist. Wie viel CCA umsetzt, will Simone Frei, Sprecherin der Migros-Grosshandels-tochter Saviva, nicht sagen. 2006, als die Migros einstieg, waren es mit damals acht Abholmärkten und 300 Beschäftigten gut 350 Millionen Franken.

Die Migros-Tochter Saviva selber konzentriert sich im Grosshandel künftig auf die Belieferung, wo man marktführend sei.

Dies mit den Firmen Scana, Lüchinger + Schmid, Apposito und Mérat. Die Synergien zwischen Belieferungsgrosshandel und Cash & Carry seien «kleiner als erwartet» gewesen, wird der Verkauf von CCA begründet. Dabei ist auch die Rede von «unterschiedlichen Kundenanforderungen» in diesen beiden Absatzkanälen. Frei sagt, in der Belieferung spielten Dienstleistungen eine sehr wichtige Rolle, während im Cash & Carry-Geschäft die Marktbearbeitung mit beispielsweise wöchentlichen Aktionen stärker gewichtet werde.

Martin Angehrn stellt in einem Video auf der CCA-Website «die Erneuerung der CCA-Märkte» und für 2018 «Sortimentsergänzungen» in Aussicht. Konkretes lasse sich noch nicht sagen, sagt anstelle Angehrns Dominique Demaurex, dem zusammen mit seinem Bruder Etienne Aligro gehört. Ferner sagt Demaurex, zuerst wolle man die bestehenden Abholmärkte entwickeln. «Langfristig sehen wir Potenzial für neue Standorte.» Saviva-Sprecherin Frei sagt, die Belieferung von CCA mit Artikeln der Migros-Industriebetriebe solle beibehalten werden.

AN7FIGF

Finanzmärkte und LUKB Anlagefonds

29. September 2017

Dank des Herbstaufschwungs ist die Zahl der Arbeitslosen in Deutschland auf den niedrigsten Wert seit Wiedervereinigung gesunken. Diese äusserst positiven Arbeitsmarktaussichten haben in der Berichtswoche zu einem leichten Anstieg der Aktienkurse geführt. Die von Präsident Donald Trump angekündigte Steuerreform hat sich hingegen kaum auf die Märkte ausgewirkt, da noch gewisse Zweifel zu bestehen scheinen. So haben sich die US Indizes in der vergangenen Woche kaum bewegt. In Folge des bei Anlagefonds üblichen Forward-Pricings zeigt sich die positive Aktienmarktentwicklung vom Freitag noch nicht in den Kursen der LUKB Anlagefonds.

Aktien	akt. Index	Wochenfrist	seit 1.1.
SMI	9'131	0.1%	11.1%
Euro Stoxx 50	3'568	0.7%	8.4%
FTSE 100	7'364	0.9%	3.1%
Dow Jones Ind. Avg.	22'381	0.1%	13.3%
Topix	1'675	0.6%	10.3%

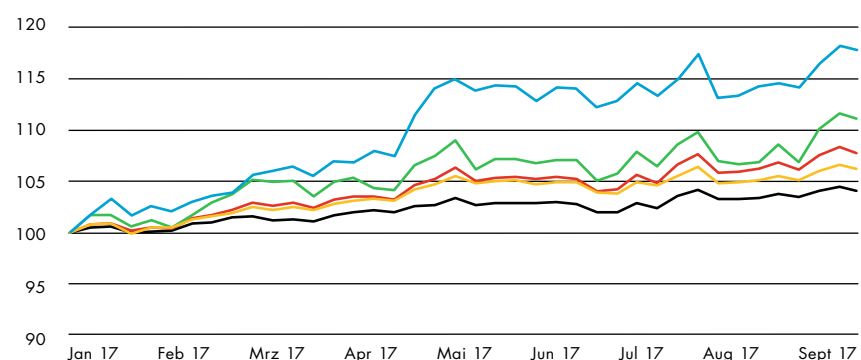
Zinsen	akt. Rendite	Wochenfrist	seit 1.1.
CHF 3 Mt.	-0.726	0.00 PP	0.00 PP
CHF 10 J.	0.030	0.02 PP	0.17 PP
EUR 3 Mt.	-0.378	0.00 PP	0.04 PP
EUR 10 J.	0.449	0.00 PP	0.24 PP
USD 3 Mt.	1.333	0.01 PP	0.33 PP
USD 10 J.	2.309	0.06 PP	0.14 PP

Devisen	akt. Kurs	Wochenfrist	seit 1.1.
EUR/CHF	1.146	1.1%	6.8%
GBP/CHF	1.299	0.7%	3.2%
USD/CHF	0.971	0.2%	4.7%
JPY/CHF	0.863	0.3%	0.9%
EUR/USD	1.179	1.3%	12.1%

Anlagefonds	akt. Kurs	Wochenfrist	seit 1.1.
LUKB Expert-Ertrag	146.00	0.4%	4.2%
LUKB Expert-Vorsorge 45	146.50	0.3%	6.4%
LUKB Expert-Zuwachs	192.60	0.6%	7.9%
LUKB Expert-TopGlobal	157.90	0.4%	11.3%
LUKB Crowders TopSwiss	129.80	0.2%	18.0%
LUKB Expert-Tell	105.70	0.0%	n.a.*

* lanciert per 31. März 2017

Entwicklung der LUKB Anlagefonds indiziert per Januar 2017



Schneller ans Vorsorge-Ziel.
Neue LUKB Expert-Vorsorgefonds: Ausgabekommission bis 30.11.2017 geschenkt. lukb.ch/vorsorgen

Anlageberatung und LUKB Anlagefonds

Informieren Sie sich unter www.lukb.ch/expert-markt

Bargeldlos bezahlen mit Twint www.lukb.ch/twint

Lassen Sie sich persönlich oder telefonisch unter 0844 822 811 beraten.