
Forum Raumwissenschaften, 4. November 2015

Neue Zentren in den Agglomerationen Erdgeschoss: was geht?

Dr. Stefan Fahrländer

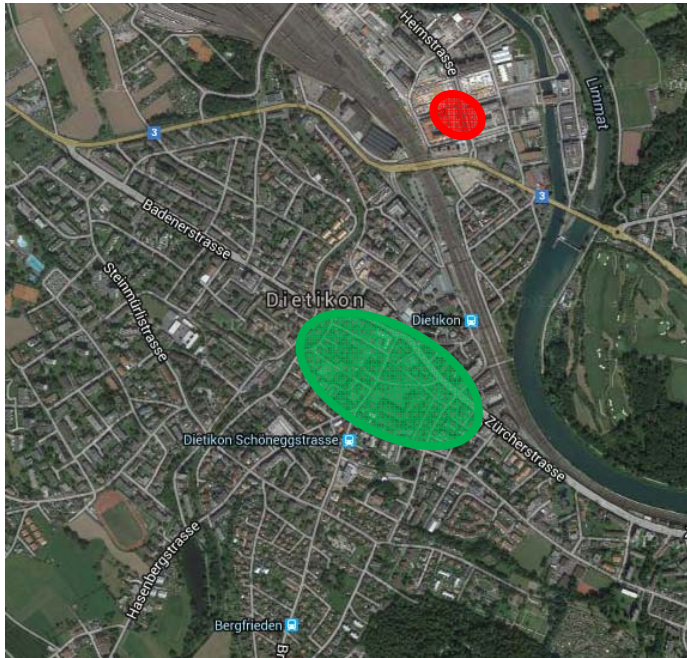
0 Gliederung

1. Häufige Fälle
2. Nachfragersegmente im Verkaufsflächenmarkt
3. Was geht – was nicht?
4. Herausforderungen und Postulate

1 Häufige Fälle

1.1 Zwei häufige Fälle

Satellitenstadt



z.B. Limmatfeld

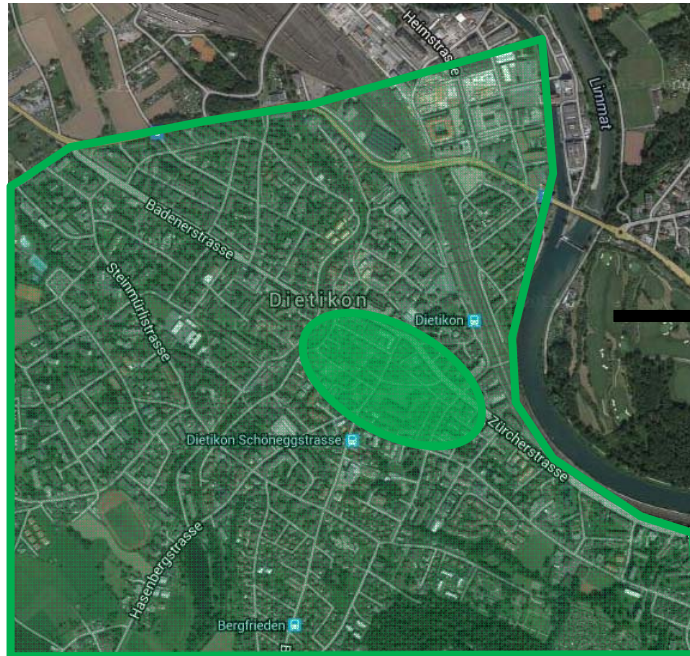
Zentrum Bahnhof



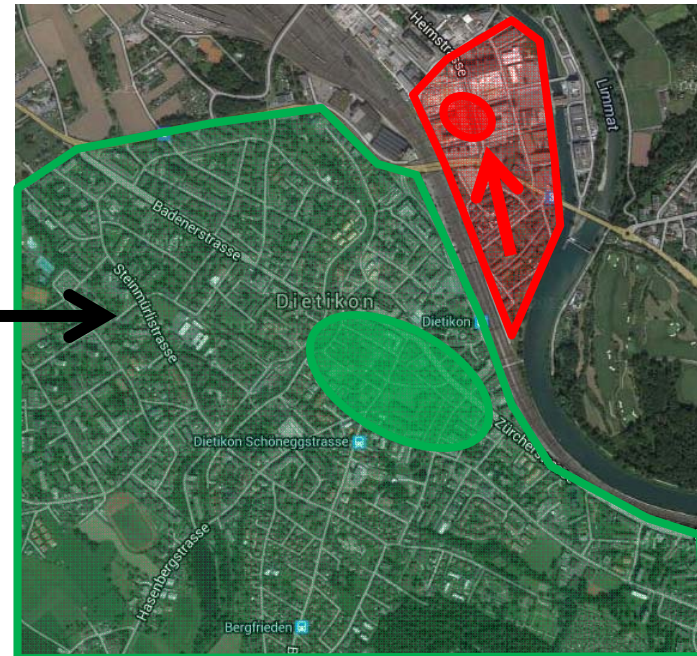
z.B. Effretikon

1.2 Veränderte Einzugsgebiete für gewisse Versorgung

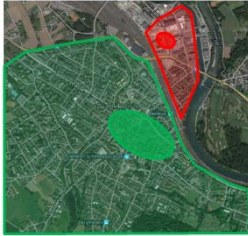
Gestern



Morgen



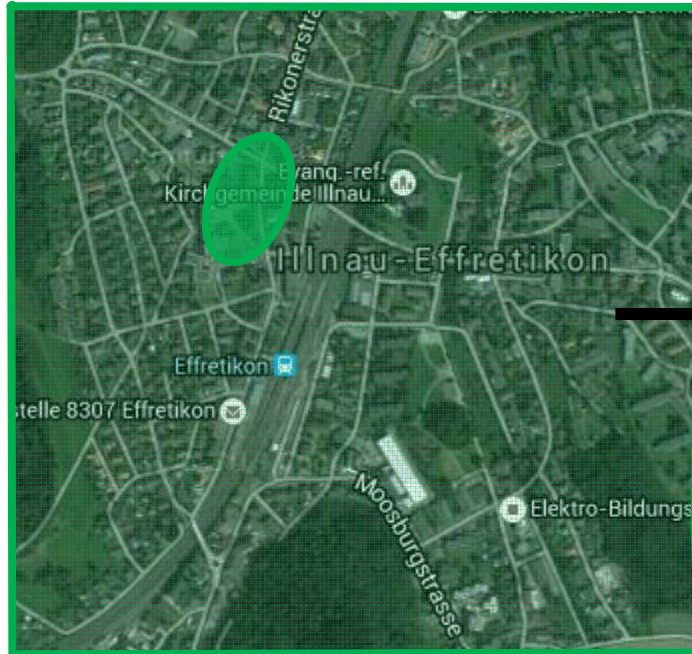
1.3 Funktionen des Zentrums der Satellitenstadt



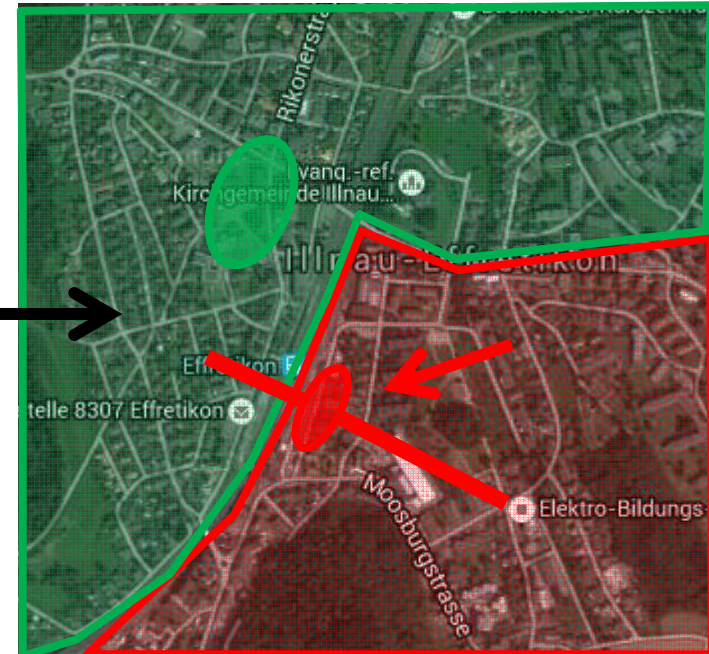
- Zentrumsfunktion und Quartiersversorgungsfunktion
- Generiert eine gewisse Wegbereitschaft für gewisse Dienstleistungen
- Praktisch reine Quartiersversorgung zur Deckung des kurz- und mittelfristigen Bedarfs
- Generiert keine Wegbereitschaft

1.4 Veränderte Einzugsgebiete für gewisse Versorgung

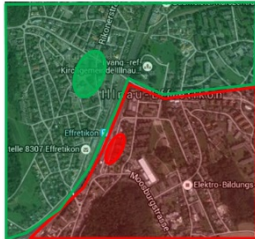
Gestern



Morgen



1.5 Funktionen des Zentrums Bahnhof

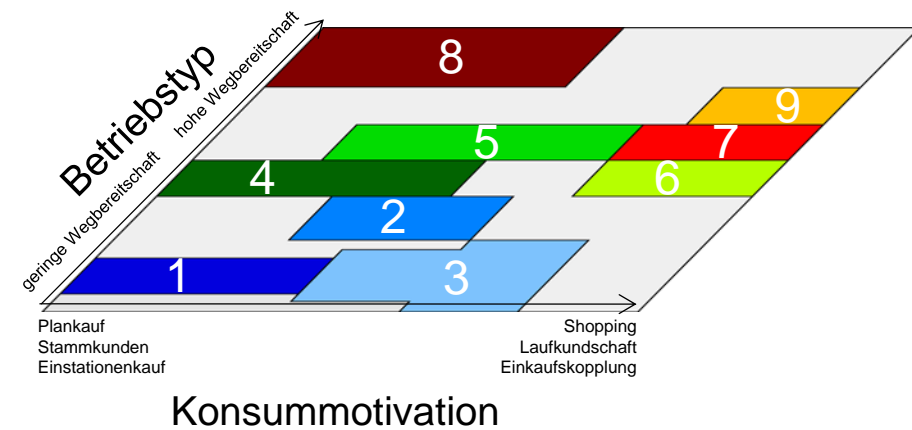
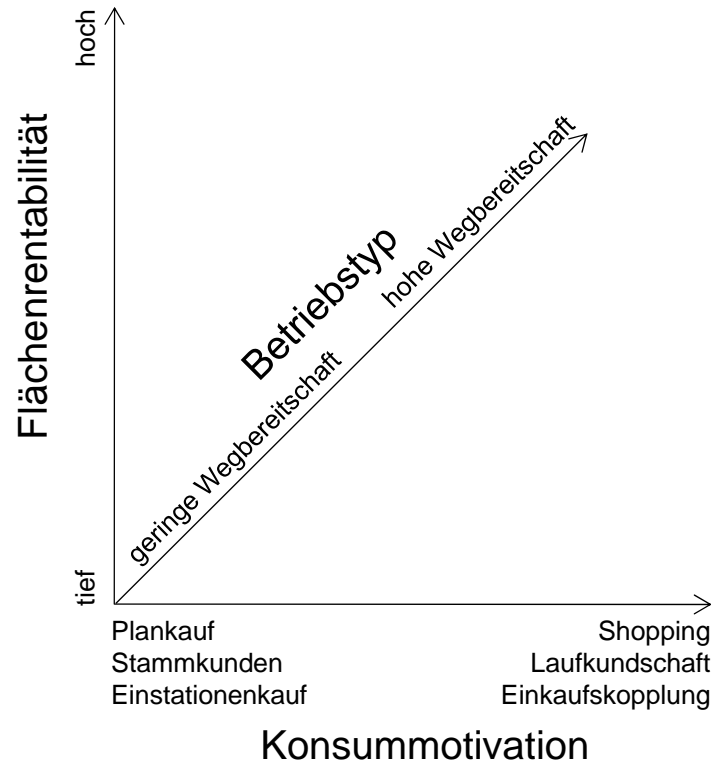


- Zentrumsfunktion und Quartiersversorgungsfunktion
- Generiert eine gewisse Wegbereitschaft für gewisse Dienstleistungen
- Einkaufszentrum

- Doppelfunktion Sonderverkaufslage Bahnhof und Quartiersversorgung
- Generiert keine Wegbereitschaft
- Profitiert von Schulen im Südosten

2 Nachfragersegmente im Verkaufsflächenmarkt

2.1 Nachfragersegmente im Verkaufsflächenmarkt



1 Dienstleistungsverkäufer
2 PW-Versorger
3 Nahversorger

4 Spezialgeschäfte
5 Standortgeneralisten
6 Traditionelle Shoppinggeschäfte

7 Filialisierte Shoppingmagnete
8 Fachmärkte
9 Waren- und Kaufhäuser

Quelle: Fahrländer Partner & CSL Immobilien.

2.2 Segmente mit Eigenschaften, Bedürfnisse, Möglichkeiten

Charakteristikum	Typische Ausprägung
Detailhandelsfunktion	<div style="display: flex; justify-content: space-around; text-align: center;"> Nicht zentrenrelevant Nahversorgungsrelevant Zentrenrelevant Zentrengenerierend </div>
Erreichbarkeit MIV (inkl. Parkierung)	<p>Mittel</p> <div style="display: flex; justify-content: space-between; width: 100%;"> Weniger wichtig Wichtig </div>
Erreichbarkeit ÖV (inkl. zu Fuss)	<p>Wichtig</p> <div style="display: flex; justify-content: space-between; width: 100%;"> Weniger wichtig Wichtig </div>
Agglomerationsvorteil	<p>Mittel</p> <div style="display: flex; justify-content: space-between; width: 100%;"> Weniger wichtig Wichtig </div>

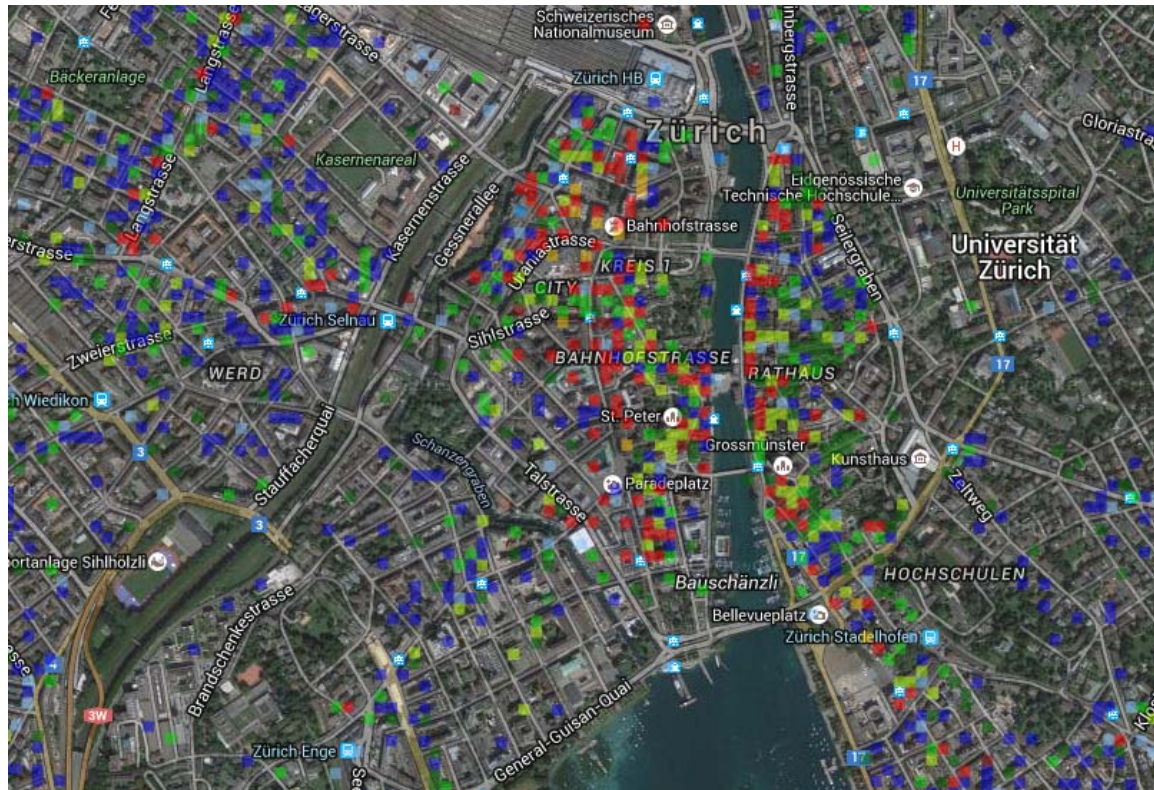
Quelle: Fahrländer Partner & CSL Immobilien

Quelle: Fahrländer Partner & CSL Immobilien

z.B. Segment 3: Nahversorger.

Quelle: Fahrländer Partner & CSL Immobilien.

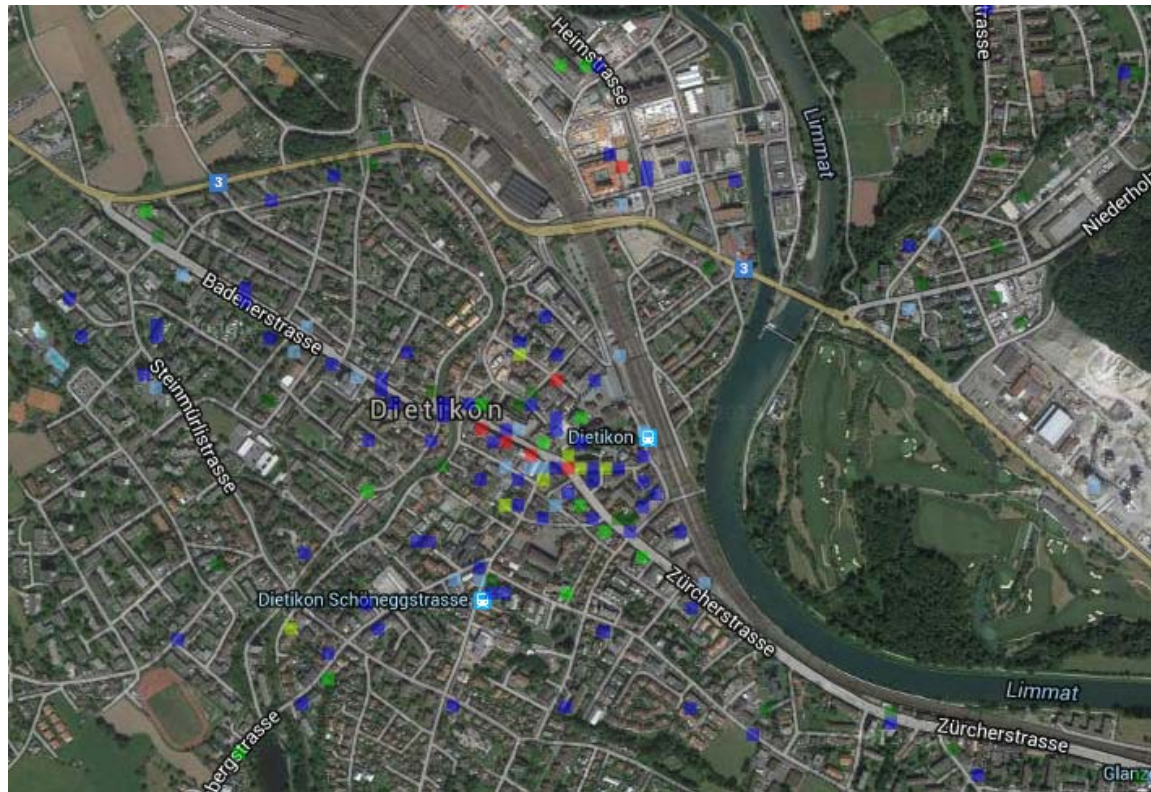
2.3 Verteilung im Raum (Zürcher Innenstadt)



- | | | |
|----------------------------|-----------------------------------|---------------------------------|
| ■ Dienstleistungsverkäufer | ■ Spezialgeschäfte | ■ Filialisierte Shoppingmagnete |
| ■ PW-Versorger | ■ Standortgeneralisten | ■ Fachmärkte |
| ■ Nahversorger | ■ Traditionelle Shoppinggeschäfte | ■ Waren- und Kaufhäuser |

Quelle: Fahrländer Partner & CSL Immobilien, BZ 2013.

2.4 Verteilung im Raum (Dietikon)

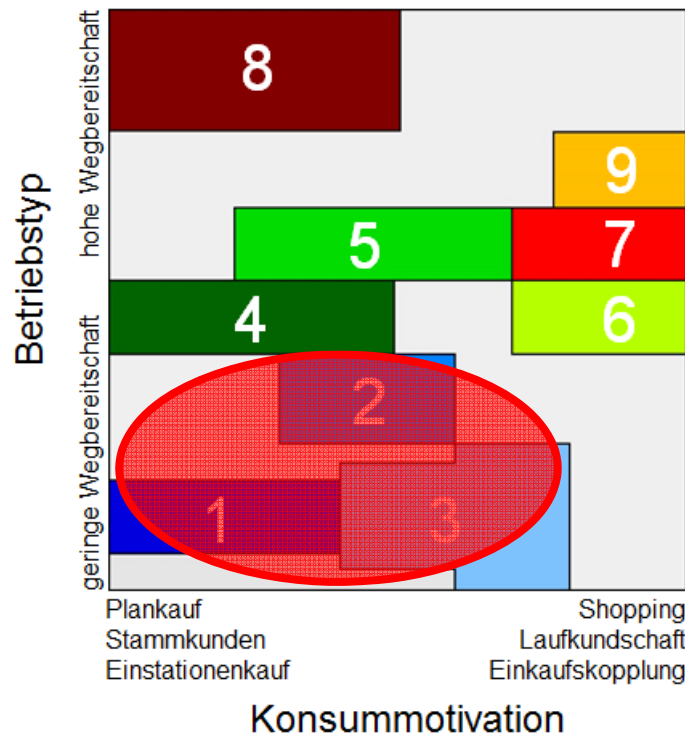


- | | | |
|----------------------------|-----------------------------------|---------------------------------|
| ■ Dienstleistungsverkäufer | ■ Spezialgeschäfte | ■ Filialisierte Shoppingmagnete |
| ■ PW-Versorger | ■ Standortgeneralisten | ■ Fachmärkte |
| ■ Nahversorger | ■ Traditionelle Shoppinggeschäfte | ■ Waren- und Kaufhäuser |

Quelle: Fahrländer Partner & CSL Immobilien, BZ 2013.

3 Was geht – was nicht?

3.1 Positionierung Limmatfeld



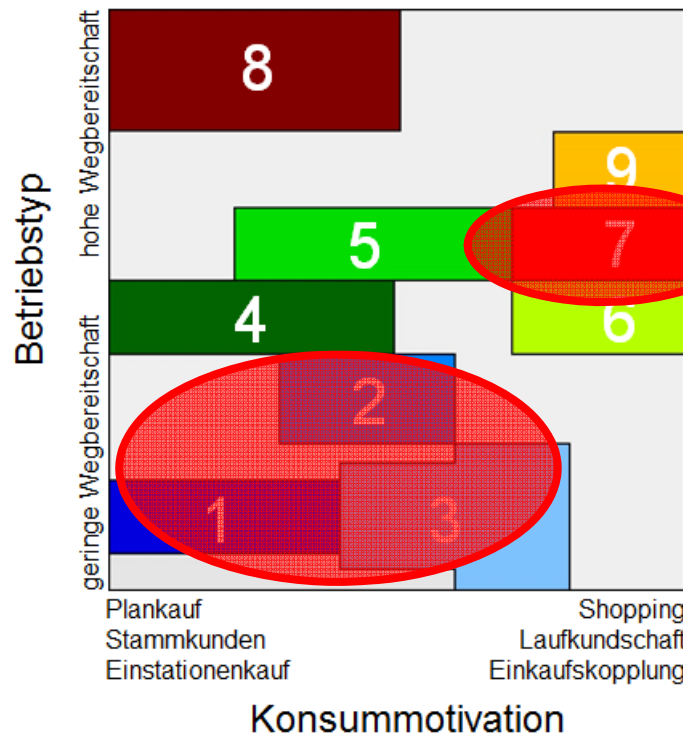
z.B.

- Lebensmittel (Segment 2, 3)
- Coiffeur (1)
- Apotheke (1)
- Chem. Reinigung (1)
- Kiosk (3)
- Bäckerei (3)
- Convenience Shop (3)
- Boutique (6)
- Café / Restaurant

- | | | |
|----------------------------|-----------------------------------|---------------------------------|
| ■ Dienstleistungsverkäufer | ■ Spezialgeschäfte | ■ Filialisierte Shoppingmagnete |
| ■ PW-Versorger | ■ Standortgeneralisten | ■ Fachmärkte |
| ■ Nahversorger | ■ Traditionelle Shoppinggeschäfte | ■ Waren- und Kaufhäuser |

Quelle: Fahrländer Partner & CSL Immobilien, BZ 2013.

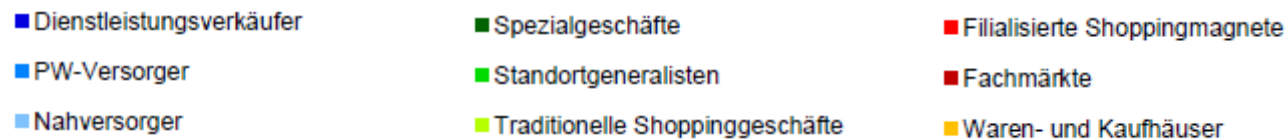
3.2 Positionierung Bahnhof Effretikon



Quartiersversorgung ähnlich wie
Limmatfeld

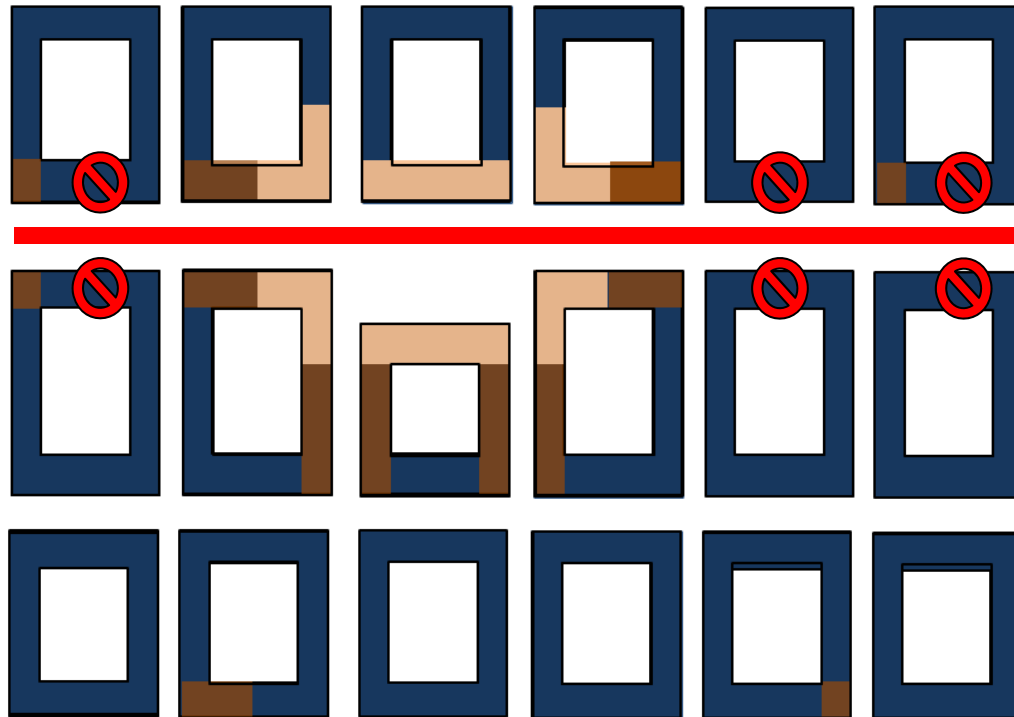
Zusätzlich aufgrund der Bahnhofslage

- Attraktoren für Spontaneinkauf
(Take Away's etc.)
- Allenfalls preisgünstige Betriebe
aus dem Segment 7



Quelle: Fahrländer Partner & CSL Immobilien, BZ 2013.

3.3 Oftmals ein Mengenproblem



- Nah- und PW-Versorger, Gastronomie, allenfalls Standortgeneralisten
- Dienstleistungsverkäufer
- Wohnen EG/Hochparterre oder Leerstand bzw. Quasi-Leerstand

3.4 Antwort in den bestehenden Zentren



3.5 Vermietbarkeit und Ertrag nach Zentralität

	Vermietbarkeit	Ertragspotenzial
Gross- und Mittelzentren - Innenstadt - Quartierzentrum - Ungünstige Mikrozentralität (innenstadtnah) - Ungünstige Mikrozentralität (innenstadtfen)	sehr gut sehr gut gut schlecht	sehr hoch mittel gering sehr gering
Klein-, und Peripheriezentren, grössere Dörfer - Zentrum - Ungünstige Mikrozentralität	mittel schlecht	gering sehr gering
Einkaufszentren, Geschäfts-Agglomeration	gut	mittel

Quelle: Immobilien-Almanach Schweiz 2015, Fahrländer Partner.

3.6 Einige Mengen- und Preisindikationen

Betrieb	Pers./ Betrieb*	Mietzinsniveau	Umsatzmiete**
Apotheke	4'500	+10%	2.5-5.0%
Bäckerei	3'500	0 bis 10%	4.0-6.0%
Chem. Reinigung	3'500	+20%	
Coiffeur	500	-15%	11.0%
Drogerie	12'000	0 bis 5%	4.5-11%
Kleiderboutique	4'000	- 10%	5.5-13%
Lebensmittel	1'600	0 bis 15%	
Schuhgeschäft	5'000	-15% bis 0	5.5-13%
Kinderkrippe	2'000 / 265***	-30%	

Ausgehend vom mittleren lagegerechten Preisniveau sind -15% bis +40% an identischen Lagen ohne weiteres möglich

* Ungefähr notwendige Anzahl Personen (Wohnen, Arbeit, Schule etc.), damit ein mittlerer Betrieb existieren kann.

** Analyse bestehender Mietverträge an identischen Standorten. Differenz in % zum jeweiligen Markt-Preisniveau bzw. % des Umsatzes.

*** Zahlen für den Kanton Zürich (exklusive Stadt). Lesehilfe: pro 2'000 Einwohner bzw. pro 265 Familien mit Kindern besteht eine mittelgrosse Krippe.

Quelle: FPRE, SEK SVIT/SVKG, BZ. Vgl. auch Factsheets zu den Nachfragersegmenten im Verkaufsflächenmarkt.

4 Herausforderungen und Postulate

4.1 Herausforderung Planerverständnis

Entwicklung eines neuen 10 Hektaren-Stadtquartiers am Rand eines Mittelzentrums

- gefordert werden publikumsintensive EG-Nutzungen mit Verweis auf den Zürcher Kreis 3 – z.B. Idaplatz
- Idee der Stadt: im EG Verkaufsflächen, im OG EWG – Verkäuflichkeit?
- Rentiert das Bowling-Center im Neubau?

Entwicklung eines neuen Zentrums am (Pendler)bahnhof

- gefordert werden 30% publikumsintensive und gewerbliche EG-Nutzungen sowie Hotel
- Ertrag vs Kosten Neubau?
- Antwort auf Warnung vor Vermietbarkeit
Zitat: «Herr Fahrländer, hören Sie mal auf mit Ihrer Nachfrage – wir machen hier Planung!»

4.2 Postulate

- Zentrum hat oftmals nur Quartiersversorgungsfunktion und generiert keine Wegbereitschaft – Einzugsgebiet definiert Menge an Verkaufsflächen
- Oftmals ist eine Konzentration dieser Flächen an einem Punkt – nicht in der Fläche – angezeigt
- Ebenfalls denkbar: Einzelne Dienstleistungsverkäufer, Kinderkrippen
aber: oftmals ertragsschwach
- Herausforderung: Gewerbliche Nutzungen, aber ertragsschwach und schwer verträglich mit Wohnen
- Oftmals sinnvoll: Wohnen ab EG bzw. Hochparterre

Herzlichen Dank für Ihre Aufmerksamkeit

Nachbereitung? sf@fpre.ch