

# Vier strampeln, zwei wachsen und eines soll seine Umsatzzahlen frisiert haben

**EINKAUFEN** Die meisten Shoppingcenter in Stadt und Region kämpfen mit sinkenden Umsätzen. Zwei der fünf unproduktivsten Einkaufstempel der Schweiz liegen in Winterthur.

## Der Zenit ist erreicht

Im Mark getroffen fühlten sich die Detailhändler, als die Schweizerische Nationalbank im Januar die Preisbindung an den Euro aufhob. Die gute Nachricht: Der Frankenschock traf die Branche weniger hart als erwartet. Im ersten Quartal sanken die Umsätze nur um 0,8 Prozent. Die schlechte Nachricht: Der Zenit scheint erreicht. Gemäss der aktuellen Erhebung des Marktforschungsinstituts GfK stagnieren die Umsätze seit fünf Jahren. Insofern erstaunt es, dass sie im Segment der Einkaufszentren (EKZ) 2014 erneut leicht stiegen und sich bei rund 17 Milliarden einpendelten (+0,5 Prozent). Ein Drittel der Zentren wuchs, ein Drittel stagnierte, ein Drittel schrumpfte. Erfolgreich waren vor allem die eher kleineren EKZ (10 000–19 999 Quadratmeter Verkaufsfläche). Im Zentrum von Winterthur gibt es leider nur Verlierer.\*

## Drei Lichtblicke am Rande

Das flächenmässig grösste ist neu auch das umsatzstärkste EKZ der Stadt. Das **Zentrum Rosenberg** hat das **Neuwiesen** letztes Jahr überholt. Mit 100 Millionen Franken flossen 2014 über 3 Prozent mehr in die Kassen der 42 Läden, Restaurants und Dienstleister. Am Stadtrand gelegen, zieht das Rosenberg auch Kunden aus der Region an. Seit seiner Neueröffnung 2011 wachse es und sei zur Marke gereift: «Wir sind per Auto und Bus sehr gut erreichbar», sagt Andreas Bühler von Migros Ostschweiz. Der Mietermix stimme und Konzepte wie die XXL-Parkplätze kämen an.

Mit 50 Millionen Franken hat auch der **Grüzepark** mehr umgesetzt (+2 Prozent). Wegen der grossen Verkaufsfläche (Möbelgeschäft, Baumarkt) ist der Umsatz pro Quadratmeter tief und damit auch die Rentabilität (Platz 131 von 147). Auch das **Rosenberg** liegt hier nur auf Platz 67. Regionaler Spitzenreiter ist der **Effi-Märt** im Zentrum Effretikons

(5200 Quadratmeter). Coop und Migros sind zwei starke Zugpferde. Doch hier sank der Umsatz 2014 (-5 Prozent) über die gesamte Breite. «Dazu hat auch die grossflächige Baustelle beim Kreisler geführt», sagt Günter Heuberger von der Besitzerin Siska Heuberger Holding AG.

## Ein neues Sorgenkind?

Mit 9 Millionen weniger Umsatz (-9 Prozent) fiel das **Zentrum Neuwiesen**, ebenfalls im Besitz der Siska, unter die 100-Millionen-Grenze und damit hinter das **Rosenberg** zurück. Günter Heuberger relativiert die Einbussen. Die Begründung lässt aufhorchen: «Als es vor etwa fünf Jahren einen überdurchschnittlichen Umsatzrückgang gab, hat der damalige Siska-Geschäftsführer die Zahlen geschönt und seither nicht mehr korrigiert.» Wie schon beim Studentenheim an der Bürglistrasse macht Heuberger den ehemaligen Geschäftsführer verantwortlich für auftauchende Probleme. Dieser bestreitet die Vorwürfe vehement und erklärt, Heuberger fahre eine Kampagne gegen seine Person (siehe Frontartikel). 2010 soll das Zentrum laut GfK-Zahlen noch 121 Millionen umgesetzt haben. War das **Neuwiesen** gar nie die Perle, als die es galt? «Doch, aber auch durch Einnahmen aus Mieten und Parkplätzen», sagt Heuberger. Die Umsätze von 92 Millionen Franken habe man 2014 praktisch halten können. Pro Quadratmeter (schweizweit Platz 56 von 147) verdient es in Winterthur noch immer am meisten. Auf die Besucherzahlen gedrückt hätten vor allem die Bauarbeiten beim Hauptbahnhof, direkt vor dem Eingang des **Neuwiesen**. Bereits nächstes Jahr will das Center mit dem 80er-Flair umbauen und Ende 2018 neu eröffnen.

## Mindestens zwei Baustellen

«Winterthurs leerster Shoppingtempel» und «Shopping Seen in Bedrängnis» titelte der «Landbote» zuletzt zum Tösser **Lokwerk** und zum **Shopping Seen**. Beide hatten im vergangenen Jahr mit Leerständen zu kämpfen, was am Image kratzte. In **Seen** hatten gerade einmal 14 von 23 Mietern überlebt. Die Besitzerin **Swisscanto**, ein Anlagefonds der ZKB, heuerte daher eine Werbeagentur an, um dort das Einkaufserlebnis mit Aktionen und Events wie einem Kinderflohmarkt attraktiver und das letzte Jahr mit 7 Prozent Umsatzverlust vergessen zu machen. Inzwischen sind drei neue Mieter gefunden, mit weiteren verhandelt man derzeit. Ausserdem prüfe man, den Vorplatz neu zu gestalten. Die Rentabilität 2014? **Mittelmass**, Platz 71.

Davon ist das **Lokwerk** weit entfernt. Schweizweit setzen pro Quadratmeter nur vier EKZ weniger um (Platz 143). Die Einnahmen sanken um weitere 6 Prozent. Immerhin sank die Leerstandsquote dank eines Fitnesscenters und zwei Pop-up-Stores, temporären Geschäften von Jungunternehmen, die dort ihre Konzepte präsentieren. Mehr Kundschaft (2014: +2,5 Prozent) erhofft man sich auch durch den Superblock und den Wohnkomplex **Werk 3**, der 2016 bezugsbereit ist. Die geplanten Marketingaktionen richteten sich denn auch gezielt an die Quartierbevölkerung, heisst es bei Verwalterin **Wincasa**.

**Fehlstart des Neuen?**  
Im August 2013 eröffnet, liegen nun erstmals Jahreszahlen für die **Archhöfe** vor: **Netto** (27 Millionen Franken) und pro Quadratmeter (3103 Franken) fällt es gar hinter das **Lokwerk** und ist das vierunproduktivste EKZ der Schweiz. Zwei Geschäfte suchen einen Nachmieter, ein Grossteil ist unzufrieden mit der Bewirtschaftung des Shoppingcenters (siehe «Landbote» vom 17. Februar). Einen Fehlstart bilanziert **Florian Küng** von der Eigentümerin, der kantonalen Pensionskasse **BVK**, aber nicht: «Die Besucherzahlen entwickeln sich positiv. Wir planen langfristig.» An Aktionen wie der begehbaren Schweizer Karte auf dem Archplatz werde man anknüpfen und innen zusätzliche Sitzgelegenheiten schaffen.



Noch sind die **Archhöfe** mit 27 Millionen Franken das umsatzschwächste Shoppingcenter der Stadt.

Heinz Diener

## Ärmel hochkrepeln!

Preiserfall, der starke Franken, Online-Shopping, Einkaufstourismus: Sie alle setzen der Branche zu. Das GfK empfiehlt, auf **Preis-Leistung und guten Service** zu setzen. Ein Überangebot im Stadtzentrum sieht aber keiner der lokalen Branchenvertreter, nicht einmal die Konkurrenz in der Altstadt. Diese blickt ihrerseits auf ein «erfolgreiches Geschäftsjahr» zurück. Die Servicekarte steche seit dem starken

Franken jedoch nicht mehr richtig. «Für gewisse Kunden zählt nur noch der Preis», sagt **Remo Cozzio** von der Cityvereinigung **Junge Altstadt**. Auch Standortförderer **Michael Domeisen** glaubt an den Shoppingstandort **Winterthur**: «Die Ausgangslage ist gut. Die Bevölkerung und damit die potenzielle Kundschaft wächst.» Allenfalls müsse man sich über das Einkaufsverhalten der Bewohner Gedanken machen, angesichts der Konkurrenz **Zürich** und **Glattzentrum**. Das

«Glatt» bleibt mit den jeweils besten und praktisch stabilen Umsatzzahlen der unangefochtene Branchenprimus.

In **Winterthur** war das **Kesselhaus**, an bester Lage, aber halb leer, lange Sinnbild der aktuellen Shoppingflaute. Dort zieht im September der **Multimediariese Media-Markt** ein (siehe «Landbote» vom 4. Juli). **Till Hirsekorn**

\*Nicht erhoben wurden die Umsätze der EKZ am **Stadtgarten**, des **Kesselhauses** und von **Coop City**.

## DIE SHOPPINGCENTER IN WINTERTHUR UND REGION IM VERGLEICH

**Nur das Rosenberg kann zufrieden sein:** Die Einkaufszentren in Stadt und Region kämpfen mit sinkenden Umsätzen. Zwei der fünf unproduktivsten Shoppingcenter der Schweiz liegen im Stadtzentrum. Einen Spitzenwert erzielt hier nur der **Effi-Märt**.



**Zentrum Rosenberg**  
Der neue Platzhirsch

2011 neu eröffnet, lockt es auch viele Kundinnen und Kunden aus der Region an und ist dort zur «Marke» gereift. Am **Mix** der 42 Geschäfte hat sich wenig geändert. Auch die **XXL-Parkplätze** kommen gut an.

**Umsatz (Mio. Fr.):** 100 (+3%)  
**Verkaufsfläche (m<sup>2</sup>):** 13 845  
**Produktivität (U./m<sup>2</sup>, Fr.):** 7222  
**Rang Umsatz:** 56 (von 149)  
**Rang Prod.:** 67 (von 147)



**Neuwiesen**  
Eine Perle bekommt Kratzer

Noch immer ist es das produktivste und vielleicht rentabelste auf dem Platz. Der Umsatzrückgang sei nur auf falsche Zahlen zurückzuführen, behaupten die Besitzer. 2016 bis 2018 wird das **Neuwiesen** umgebaut.

**Umsatz (Mio. Fr.):** 92 (-9%)  
**Verkaufsfläche (m<sup>2</sup>):** 12 000  
**Produktivität (U./m<sup>2</sup>, Fr.):** 7666  
**Rang Umsatz:** 65  
**Rang Produktivität:** 56



**Effi-Märt**  
Spitze bei Umsatz pro Fläche

Das achtproduktivste EKZ schweizweit hat zwei starke Ankermieter, kämpft aber trotz Zentrumsfunktion mit den Umsätzen. Im Schnitt hat es sogar etwas mehr verloren als die anderen Kleinen der Branche.

**Umsatz (Mio. Fr.):** 59 (-5%)  
**Verkaufsfläche (m<sup>2</sup>):** 5205  
**Produktivität (U./m<sup>2</sup>, Fr.):** 11 335  
**Rang Umsatz:** 101  
**Rang Produktivität:** 8



**Shopping Seen**  
Leerstand zehrt am Image

Gehen die Mieter, schrumpft auch der Umsatz, die Rechnung ist einfach. Mit Events und speziellen Aktionen will das Quartier-EKZ wieder mehr Kunden und neue Mieter anlocken, Erfolgsaussichten ungewiss.

**Umsatz (Mio. Fr.):** 59 (-5%)  
**Verkaufsfläche (m<sup>2</sup>):** 7660  
**Produktivität (U./m<sup>2</sup>, Fr.):** 6191  
**Rang Umsatz:** 116  
**Rang Produktivität:** 71



**Lokwerk**  
Abwärtsspirale dreht weiter

Das **Lokwerk** ist auch 6 Jahre nach seiner Eröffnung noch immer nicht zur festen Grösse im Quartier geworden. Dies will es mit gezielten Aktionen werden, und **Pop-up-Stores** sollen die Leerstandsquote weiter senken.

**Umsatz (Mio. Fr.):** 32 (-6%)  
**Verkaufsfläche (m<sup>2</sup>):** 9941  
**Produktivität (U./m<sup>2</sup>, Fr.):** 3210  
**Rang Umsatz:** 138  
**Rang Produktivität:** 143



**Archhöfe City Mall**  
Flop oder Langsamstarterin?

21 Geschäfte, aber weniger Umsatz als das kriselnde **Lokwerk**. Pro Quadratmeter setzen landesweit nur drei EKZ weniger um. Die begehbare Schweizer Karte auf dem **Archplatz** aber ist ein erster Marketing Erfolg. **hit**

**Umsatz (Mio. Fr.):** 28 (kein Vergl.)  
**Verkaufsfläche (m<sup>2</sup>):** 9000  
**Produktivität (U./m<sup>2</sup>, Fr.):** 3103  
**Rang Umsatz:** 143  
**Rang Produktivität:** 144