

BILANZ

Das Schweizer Wirtschaftsmagazin

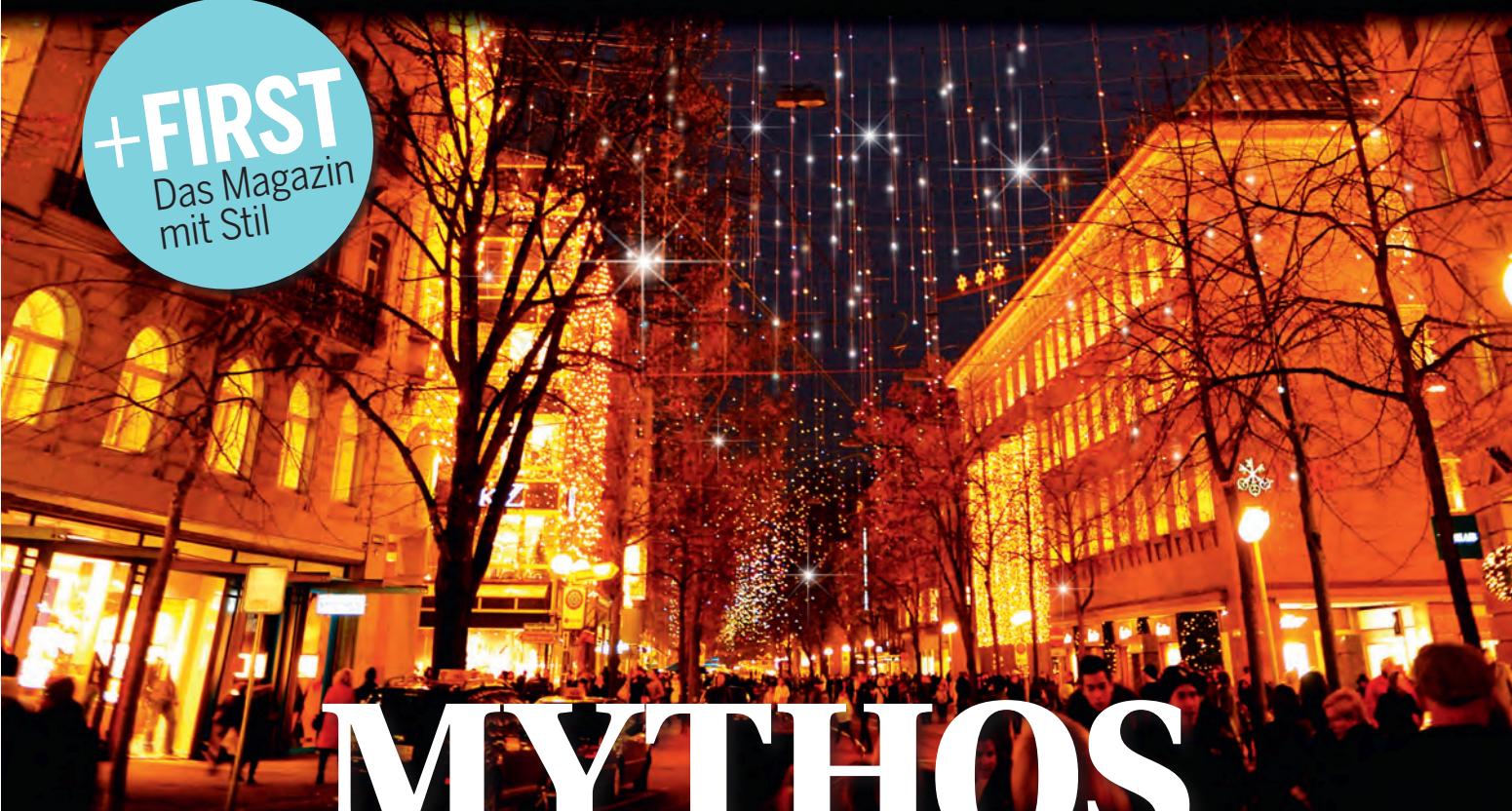
21/2012

16.-29. November 2012
CHF 9.80 / Euro 8.–
www.bilanz.ch

+FIRST
Das Magazin
mit Stil

MYTHOS BAHNHOFSTRASSE

Kampf um die teuerste Meile der Schweiz



Philip Hildebrand

Sein neues Leben in
London

Investments

Tiefe Kosten, hohe
Rendite: Die Tipps

Roche vs. Novartis

Das ungleiche Duell
von Basel



O du fröhliche: Die Vorweihnachtszeit bringt den Geschäften an der Bahnhofstrasse 25 bis 30 Prozent des Jahresumsatzes.

Mythos Bahnhofstrasse

Am **Zürcher Milliardenstrang** läuft die einträglichste Zeit des Jahres an. Hinter den Kulissen wird ganzjährig um Quadratmeter, Preise und Einfluss gekämpft. Anatomie einer Strasse von Welt.

MARC KOWALSKY UND ANDREAS GÜNTERT TEXT

Foto: Michael Samperi / swissphoto.ch



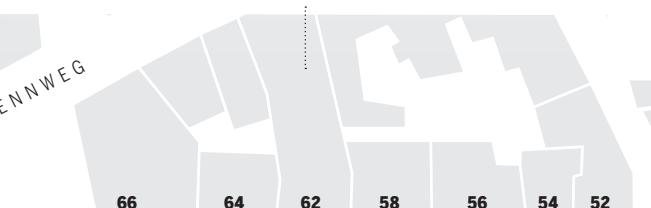
Die mittlere Bahnhofstrasse



★ Bally
■ GFG Gesellschaft für Grundeigentum
PSP Real Estate
196 Mio. Fr.

★ Les Ambassadeurs (Uhren, Schmuck)
■ Winterthur Leben
Axa Winterthur
71 Mio. Fr.

★ Franz Carl Weber (Spielwaren)
■ Franz Carl Weber AG
Phillip Gaydoul
135 Mio. Fr.



67
★ Bijoux Confiserie Sprüngli WE (Männermode)
■ Swissville Commerce AG Swissville Commerce Holding (Swiss Life)
90 Mio. Fr.

65
★ Madame (Damenmode) Benetton
■ Swiss Re
80 Mio. Fr.

61
★ Bernie's (Mode) Landolt-Arbenz (Papeterie)
■ Erbgemeinschaft Landolt Landolt-Arbenz
88 Mio. Fr.

63
★ Gut Juvelier Pelz AG IWC Schaffhausen Sunrise
■ Peter Kofmehl
101 Mio. Fr.



58
★ Weber-Strickler (Parfumerie) Longchamp (Lederwaren) Riethmüller (Messer, Besteck) Löwen Apotheke ■ Erbgemeinschaften Müller und Holzmann
97 Mio. Fr.

52
★ PicNic Omega
■ Gebr. Niedermann AG
108 Mio. Fr.

56
★ Och Sport
■ Erbgemeinschaften Müller und Holzmann
97 Mio. Fr.

58
★ Bucherer
■ Bucherer Immobilien AG
58 Mio. Fr.

48
★ Sturzenegger (Damenmode) Diesel (Mode)
■ Sturzenegger Liegenschaften AG Z. STG. Immobilien (Thomas Abegg)
74 Mio. Fr.

50
★ Bucherer
■ Bucherer Immobilien AG
58 Mio. Fr.

46
★ Teuscher (Confiserie) PKZ (Herrenmode)
■ Winterthur Versicherungen Axa Winterthur
135 Mio. Fr.

44
★ Louis Vuitton Burberry (Mode) Les Millionnaires (Uhren, Schmuck) Bruno's (Mode)
■ Zurich Versicherung
121 Mio. Fr.

42
★ Brunello Cucinelli (Mode) Gübelin
■ Arthur Frey AG Swiss Prime Site
114 Mio. Fr.

39
★ Bruno Magli (Schuhe) Hugo Boss Starbucks Chanel
■ PSP Real Estate
217 Mio. Fr.

37
★ Rosenthal (Porzellan) Wolford (Mode) Cartier
■ UBS
77 Mio. Fr.

45
★ Grand Optical Visilab (Optik) Massimo Dutti (Mode) Credit Suisse
■ Credit Suisse Axa Winterthur
494 Mio. Fr.

41
★ Carlton Restaurants & Bar
■ UBS
120 Mio. Fr.

35
★ Marionnaud (Parfumerie)
■ Erbgemeinschaft Kind
63 Mio. Fr.

33
★ Meister Juwelier
■ Meister Juwelier AG
59 Mio. Fr.



46
★ Siegler (Schmuck) Chopard Salvatore Ferragamo (Mode)
■ Winterthur Versicherungen Axa Winterthur
101 Mio. Fr.

40
★ Louis Vuitton Burberry (Mode) Les Millionnaires (Uhren, Schmuck) Bruno's (Mode)
■ Zurich Versicherung
121 Mio. Fr.

38
★ Krämer (Blumen) Body Shop Piaget Fogal
■ Bank Julius Bär
107 Mio. Fr.

36
★ Manta Bar Burger (Mode)
■ Arthur Frey AG Swiss Prime Site
83 Mio. Fr.

32
★ Tod's (Schuhe) Douglas (Parfumerie) Caffè Al Leone
■ Baugesellschaft zum Brunnen, Bank Leu Credit Suisse
662 Mio. Fr.

30
★ Louis Vuitton Grieder
■ Peterhof AG
413 Mio. Fr.

32
★ Tod's (Schuhe) Douglas (Parfumerie) Caffè Al Leone
■ Baugesellschaft zum Brunnen, Bank Leu Credit Suisse
662 Mio. Fr.

30
★ Louis Vuitton Grieder
■ Peterhof AG
413 Mio. Fr.

32
★ Tod's (Schuhe) Douglas (Parfumerie) Caffè Al Leone
■ Baugesellschaft zum Brunnen, Bank Leu Credit Suisse
662 Mio. Fr.

30
★ Louis Vuitton Grieder
■ Peterhof AG
413 Mio. Fr.

27
★ Hermès Vidal (Teppiche) Patek Philippe Breguet
■ Erbgemeinschaft Michaelens Hanni Tola
244 Mio. Fr.

35
★ Carlton Restaurants & Bar
■ UBS
120 Mio. Fr.

33
★ Meister Juwelier
■ Meister Juwelier AG
59 Mio. Fr.

Legende
★ Mieter 2002
Mieter 2012
Mieter 2002 und 2012
■ Besitzer 2002
Besitzer 2012
Besitzer 2002 und 2012

Liegenschaftswert
Bei Annahme einer Nettorendite von 4% bei Vermietung zu Marktpreisen, Schätzung: Location Group.

► wollen eine 1-AAA-Lage – oder gar nichts.» Für einen Platz an der Bahnhofstrasse würde er auf manches andere verzichten, sagt er und breitet seinen auf zehn Jahre ausgelegten Businessplan für den Einstieg an der Prachtstrasse aus: «Wie viel kann ich zahlen? Wie viel bin ich bereit zu zahlen? Was wird es zurückbringen? Das muss man sich vorher genau überlegen.» In Zahlen: «350 000 Franken Jahresmiete für eine 100-Quadratmeter-Boutique.» Dort, wo Biver reinwill, wird jemand weg müssen. «Rauskaufen» nennt man das in der Branche, man offeriert einem alteingesessenen Mieter für die Restlaufzeit seines Vertrags ein Schlüsselgeld, ein sogenanntes Key Money, damit er vorzeitig Platz für einen neuen Player macht. Biver hat den Betrag schon einkalkuliert: «Mein Platz an der Bahnhofstrasse wird mich wohl ein Schlüsselgeld von drei bis maximal fünf Millionen Franken kosten.»

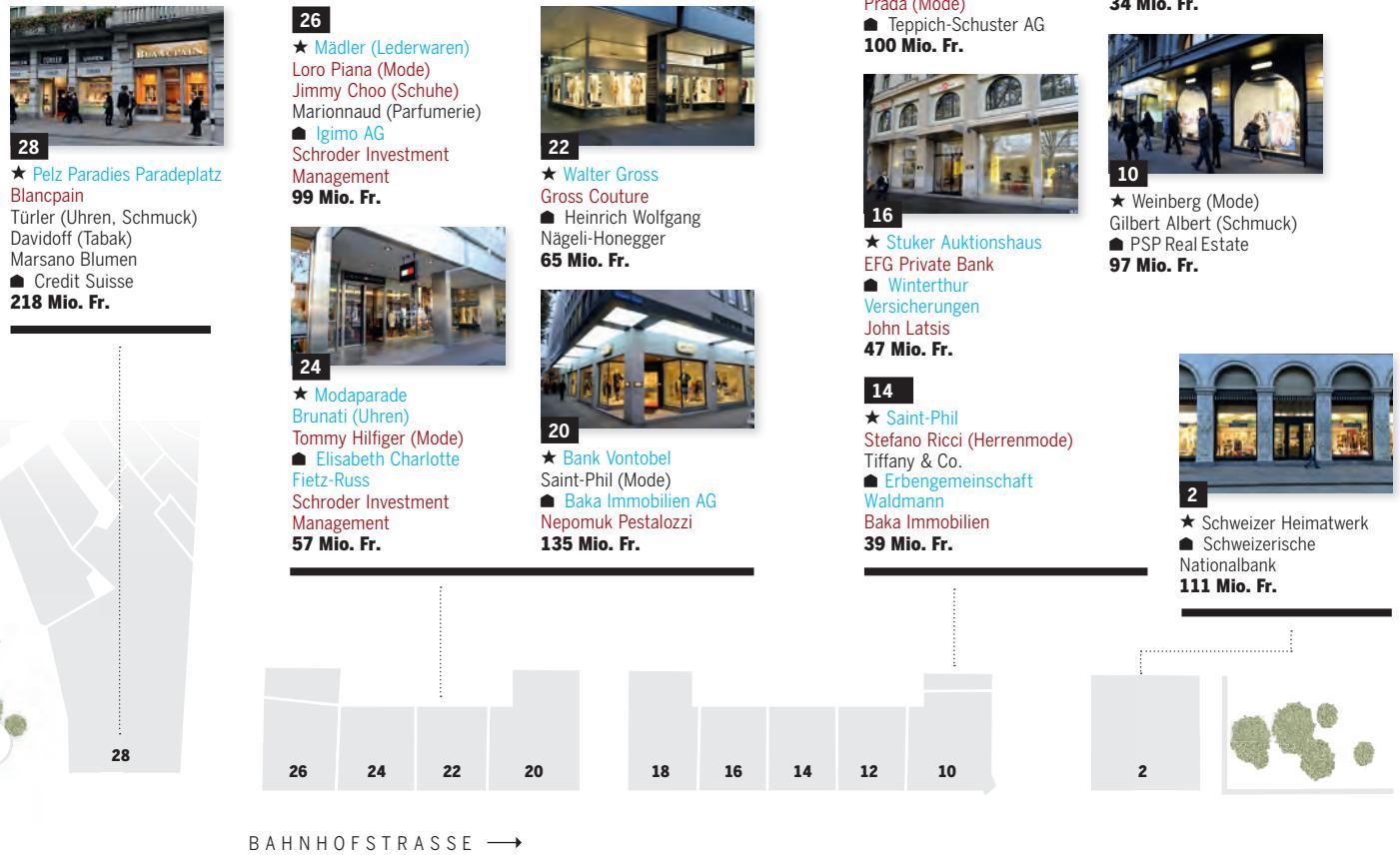
Heisse Bieterkämpfe. Seit dem Jahr 2000 hat in den 114 Liegenschaften entlang der Bahnhofstrasse 53-mal der Mieter gewechselt. Je mehr Uhrenhändler und Bijoutiers kommen, desto stärker wächst der Gesamtumsatz. Denn bei den Traumverkäufern aus der Luxuswelt sind Verkaufsflächen und Lager klein, die Kassenzettel dafür umso grösser. Viel seltener wechseln an der Bahnhofstrasse die Eigentümer. Nur rund ein Dutzend Liegenschaften gingen in den letzten zehn Jahren in neue Hände über. Kein Wunder: Hier lassen sich Spitzenwerte punkto Total Return erwirtschaften. Über sieben Prozent stabile Rendite ergibt das Zusammenspiel aus Mieteinnahmen bei gleichzeitiger Wertsteigerung. Inklusive der Gebäude von Jelmoli und Globus, die an Querstrassen liegen, aber Bild und Passantenströme an der Einkaufsmeile prägen, haben die Liegenschaften entlang der Bahnhofstrasse einen Wert von geschätzten 13,8 Milliarden Franken. Gold, in Stein gegossen.

Frei werdende Flächen lösen einen regelrechten Bieterkampf aus. So wie der Slot an der Bahnhofstrasse 31, dem ehemaligen Teppichhaus Vidal. Über hundert Händler kandidierten, reichten in zwei Runden schriftliche Gebote bei der Immobilienbesitzerin Credit Suisse ein. Die Banker siebten in der ersten Runde auf unter zehn, in einem zweiten Durchgang auf drei Interessenten, die dann im Einzelgespräch darlegen mussten, welche Art von Geschäft sie betreiben und was sie selber in den Läden investieren wollten. Der Zuschlag ging schliesslich an René Beyer, der nebenan die gleichnamige Bijouterie in der achten Generation führt. Auf dem gewonnenen Platz betreibt er nun eine Patek-Philippe-Boutique und blättert für jeden der 120 Quadratmeter über 10 000 Franken hin, wie er bestätigt. «In den letzten Jahren wurde zu heftig an der Preisschraube gedreht», sagt der Uhren- und Schmuckprofi, der die Bahnhofstrasse seit 25 Jahren hautnah kennt: «2013 wird sich das erstmals etwas beruhigen.» Oder er hofft es wenigstens.

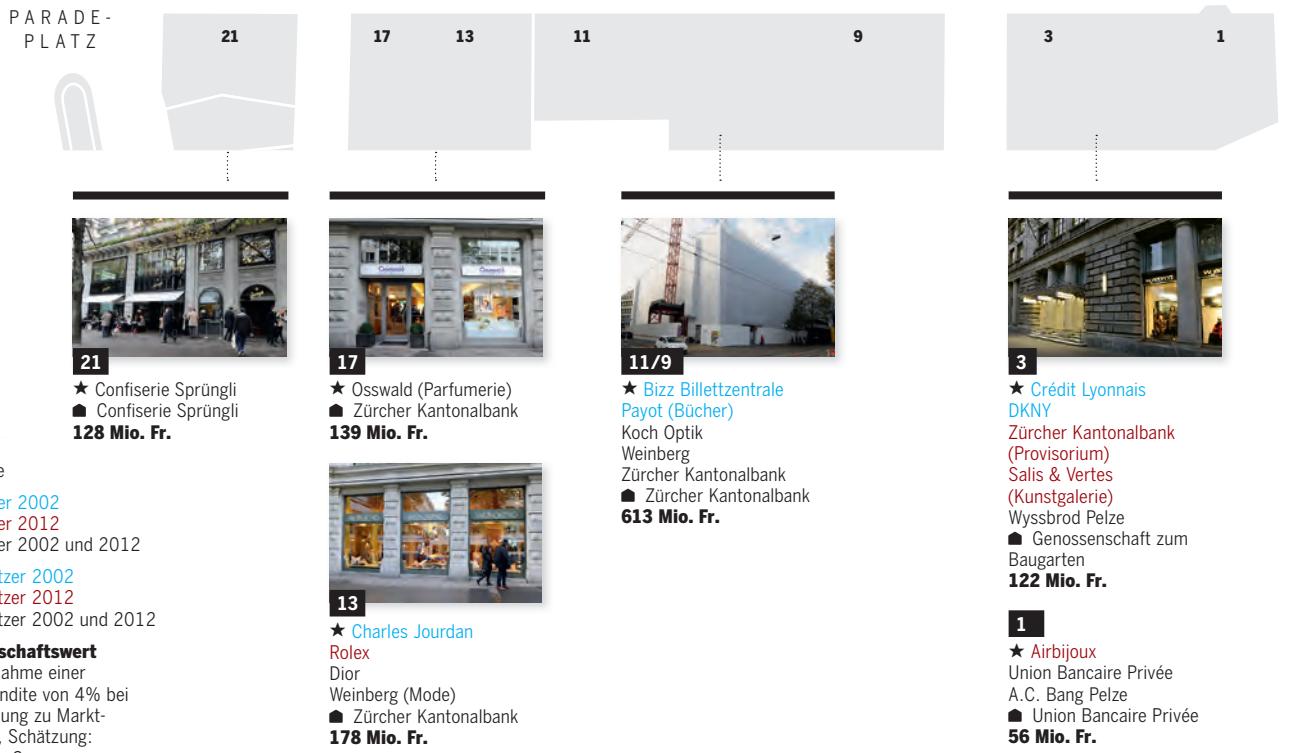
Auch Jacqueline Hafner, CEO und Inhaberin des Standortvermittlungsunternehmens Retail Services, sieht die Zitrone für den Moment ausgesprest. Das Mietzinsniveau hängt stark mit der Wirtschaftslage zusammen. Aber: «Wer unbedingt eine Fläche will, dem ist es tendenziell egal, ob sie 14 000 oder 20 000 Franken pro Quadratmeter kostet.» Und mit einer Präsenz an der Bahnhofstrasse stützt man seine Marke und kann daher auch an anderen Standorten höhere Umsätze erzielen.

Natürlich sind das Extremwerte, natürlich liegt der Durchschnittssatz deutlich tiefer – schliesslich gibt es Eigentümer ►

Die obere Bahnhofstrasse



BAHNHOFSTRASSE →



Legende

- ★ Mieter 2002
- Besitzer 2002
- Mieter 2002 und 2012
- Besitzer 2002 und 2012

Liegenschaftswert

Bei Annahme einer Nettorendite von 4% bei Vermietung zu Marktpreisen, Schätzung: Location Group.

► wie Modissa oder Meister Juvelier, die sich selbst nur eine nominale Miete zahlen, es gibt langjährige Mietverträge mit teilweise noch historisch tiefen Ansätzen, und es gibt auch Privatpersonen als Eigentümer, die aus Sympathiegründen mit dem Geschäft auf eine Gewinnmaximierung verzichten. Wie tief der Durchschnitt genau liegt, weiß niemand. Urs Küng von Partner Real Estate schätzt ihn auf 3500, Jacqueline Hafner auf 2500 Franken pro Quadratmeter. Einig ist man sich: Der Ansatz ist in den letzten Jahren gestiegen.

Tschüss Omertà. Hochgetrieben werden die Preise von Maklern, die an der Bahnhofstrasse ein neues, lukratives Beschäftigungsfeld entdeckt haben. Besonders wenn die Rede auf einen Player kommt, kochen die Emotionen hoch: «Die eine Hälfte liebt mich, die andere hasst mich», gesteht Marc-Christian Riebe, der mit seiner Location Group seit 2005 das heisse Pflaster Bahnhofstrasse vermarktet. Herrschte zuvor an der Luxusmeile eine Art selbst verordnete Omertà bezüglich Preisen, Schlüsselgeldern und Umsätzen, so lüftet Riebe den Mantel des Schweigens immer wieder öffentlichkeitswirksam.

Wenn Riebe, wie Anfang Jahr geschehen, das höchste je gezahlte Schlüsselgeld an der Bahnhofstrasse öffentlich macht – sieben Millionen, die Bucherer für seinen Rolex-Store gezahlt haben soll –, dann knirscht die Szene mit den Zähnen. Was den Standortentwickler nicht anficht: «Die Retailer stehen Schlange bei uns», sagt Riebe, «ich könnte die Bahnhofstrasse dreimal vermieten.» Wozu er auch steht: «Durch unsere Öffentlichkeitsarbeit haben wir massgeblich dazu beigetragen, dass die Mieten transparent wurden und sich die öffentlich bekannten Spitzenpreise an der Bahnhofstrasse seit 2005 verdreifacht haben.» Das kann naturgemäß nicht jedem gefallen: «Riebe hat mein Leben massgeblich verteuert», schimpft ein Händler, der nicht genannt werden will. Es profitieren die Eigentümer der Liegenschaften – häufig Banken, Versicherungen oder Immobilienfirmen –, aber auch die Makler selber: 10 bis 20 Prozent einer Jahresmiete und ein bis drei Prozent des Schlüsselgeldes kasieren sie für eine erfolgreiche Vermittlung.

Viele der Platzhirsche in 8001 Zürich schimpfen zwar über die Mietzinsexesse. «Sie sind aber zum Teil auch selber schuld», sagt ein Makler, der nicht genannt werden möchte: ►

Ertragreiche Warenhäuser

Jelmoli, Globus und Manor erzielen an der Bahnhofstrasse die höchsten Erlöse.

Bahnhofstrasse Nr.	Retailer	Umsatz in Mio. Fr.
-*	Jelmoli	300
-**	Globus	180
75	Manor	105
77	Apple	95
57	Coop City	90
50	Bucherer	65
30	Grieder Bon Génie	50
88	Feldpausch	45
92	H&M	40
71	H&M	40

* Seidengasse 1. ** Schweizergasse 11. Quelle: Location Group

Ausnahmefall Apple

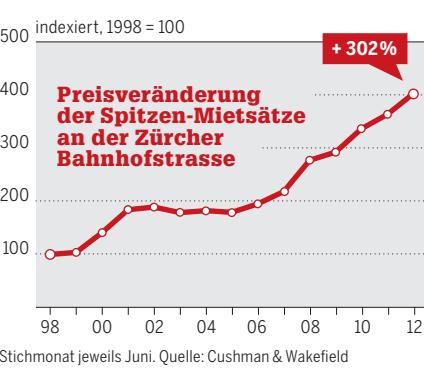
Apple setzt pro Quadratmeter am meisten um – vor neun Uhren- und Schmuckläden.

Bahnhofstrasse Nr.	Retailer	Umsatz pro m ² /Jahr in Fr.
77	Apple	225 000
52	Omega	190 000
31	Beyer Chronometrie	180 000
37	IWC Schaffhausen	175 000
36	Gübelin	165 000
50	Bucherer	160 000
30	Grieder Bon Génie	50
28	Türler	160 000
88	Feldpausch	45
31	Patek Philippe	155 000
64	Les Ambassadeurs	150 000
47	Cartier	120 000

Quelle: Location Group

Im Höhenrausch

Seit 1998 haben sich die Mietpreise an der Bahnhofstrasse mehr als vervierfacht.



Fotos: Peter Frommenwiler (14), Marc Wetli (1)



«In den letzten Jahren wurde zu heftig an der Preisschraube gedreht.»

René Beyer, CEO Beyer Chronometrie



«Zürich ist keine Schweizer Stadt, sondern eine Weltstadt. Eine der zwanzig Shopping-Citys, die wirklich zählen.»

Jean-Claude Biver, CEO Hublot

► «Jeder der Alteingesessenen will König der Bahnhofstrasse sein. An den Partys sind die Leute beste Freunde, aber wenn es um den Laden geht, ist man sich spinnefeind.» Und wenn man die Fläche nicht einem Lokalkonkurrenten geben wolle, komme halt ein ausländischer Anbieter herein. Klar ist aber auch, dass die Eigentümer an der Bahnhofstrasse lange Zeit keine Ahnung von der Strahlkraft und Zahlungsbereitschaft internationaler Labels hatten. Als dann plötzlich die grosse Nachfrage kam, gerieten die Immobilienbesitzer in eine Art Schockzustand. Inzwischen sind sie näher dran am Markt, der Umgang mit den Big Players, die an der Bahnhofstrasse für einen Filialisierungsgrad von mittlerweile über 80 Prozent sorgen, ist professioneller geworden.

Nach den Exzessen der letzten Jahre ist derzeit eine leichte Verschnaufpause zu verzeichnen. Urs Küng vom Immobiliendienstleister Partner Real Estate sieht Dampf entweichen aus dem Edelstahlkochtopf Bahnhofstrasse: «Vor fünf oder zehn Jahren gab es für ein durchschnittliches Objekt von 200 bis 250 Quadratmetern vielleicht zehn bis zwanzig Interessenten, heute



«Es gibt keine andere Bahnhofstrasse. Wenn man erst mal hier ist, geht man nicht woandershin.»

Ursula Meyer, Inhaberin Saint-Phil

noch fünf bis acht», sagt er. Und immer mehr Eigentümer verbieten in ihren Mietverträgen die Annahme von Schlüsseldatern.

Brennpunkt Capitol. Eine der spannendsten Ecken der Bahnhofstrasse, auf die Eigentümer, Händler und Makler gleichermaßen blicken, ist die Hausnummer 66: das Bally Capitol. Dass der Schweizer Schuhhändler dort auszieht, ist beschlossene Sache. Der Vertrag mit dem neuen Mieter ist seit letztem Jahr unterzeichnet. Es handelt sich um den Einrichtungsspezialisten Zara Home aus der spanischen Inditex-Gruppe, wie zwei unabhängige Quellen bestätigen. Bettenlandschaften, Geschirr, Tischsets und Badvorleger im Bally Capitol – endlich etwas Neues für die Bahnhofstrasse, die sich, wie die Stadtentwicklung Zürich (STEZ) fürchtet, zur «filialisierten Bekleidungsstadt» entwickeln könnte. Zara Home hat 2011 schon einmal mit einem Schweizer Online-Shop vorgespurt; letztjährige Eröffnungen in Hamburg, Frankfurt und Düsseldorf zeigen den Weg vor. Klar scheint, dass die Inditex-Gruppe, die aus dem spanischen La Coruña gesteuert wird, mit ihren Textilhandels-

Fotos: Viktor Chlad / isifa / Getty Images, Marc Wehl

Die höchsten Spitzenmieten der Welt

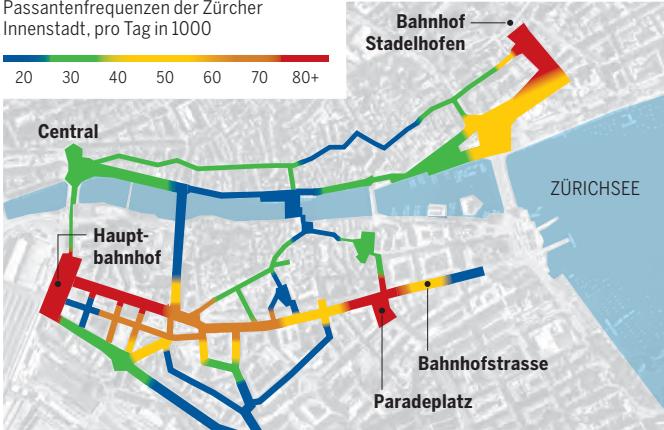
Nur zwei Einkaufsmeilen sind teurer als die Bahnhofstrasse.

Rang	2011	2010	Land	Stadt	Strasse	Spitzen-Mietpreis m ² /Jahr in Fr.
1	1	1	USA	New York	5th Avenue	19 882
2	2	2	Hongkong	Hongkong	Causeway Bay	14 312
3	3	3	Schweiz	Zürich	Bahnhofstrasse	12 500
4	5	4	Grossbritannien	London	New Bond Street	9 603
5	9	9	Australien	Sydney	Pitt Street Mall	8 778
6	4	6	Japan	Tokio	Omotesando	8 770
7	6	7	Frankreich	Paris	A. des Champs-Elysées	8 632
8	13	13	Russland	Moskau	Stoleshnikov Lane	8 628
9	7	8	Italien	Mailand	Via Monte Napoleone	7 783
10	8	10	Südkorea	Seoul	Myeongdong	5 798

Quelle: Location Group

Hektik an der Bahnhofstrasse

Passantenfrequenzen der Zürcher Innenstadt, pro Tag in 1000



Quelle: Location Group

eine oder andere beim Abschied noch ein Schlüsselgeld eingesteckt haben dürfte – leicht fällt der Abschied nicht. Wer Pech hat, muss ganz aufgeben, wie die Parfümerie Weber-Strickler oder das Edelhaushaltwarengeschäft Séquin-Dormann. Wer Glück hat, findet Unterschlupf in einer der Seitengassen.

Doch das Leben dort ist nicht immer einfach. Meister Silber etwa, das grösste Silberfachgeschäft der Schweiz, musste Ende 2009 nach 70 Jahren den Standort am Paradeplatz verlassen. ►

ANZEIGE

THE
CIRCLE
AT ZÜRICH AIRPORT



ZÜRICH'S NEUES GESCHÄFTSVIERTEL.

Mit «The Circle» entsteht am Flughafen Zürich bis 2017 eine globale Destination für Business, Bildung, Kultur, Medizin, Hotellerie und vieles mehr. Alles Weitere auf www.thecircle.ch





«Die Globalisierung an der Bahnhofstrasse lässt sich nicht umkehren.»

Markus Hünig, Präsident der Vereinigung Zürcher Bahnhofstrasse



«An der Bahnhofstrasse hatten wir viel internationale Laufkundschaft, die uns am neuen Ort nicht mehr findet.»

Samuel Ryser, Geschäftsführer Meister Silber

► Der Mietvertrag wurde nicht verlängert, als Nachfolger kam Hermès zum Handkuss. Zwar fand Meister Silber an der Augustinergasse, keine 50 Schritte entfernt von der Bahnhofstrasse, ein neues Lokal. Doch was 50 Schritte bedeuten, merkte Geschäftsführer Samuel Ryser schnell: «An der Bahnhofstrasse hatten wir viel internationale Laufkundschaft, die uns am neuen Ort nicht mehr findet. Das führt zu sofortigem Umsatzverlust.» Man habe danach die Werbeanstrengungen erhöhen müssen, führt die Website neu auch in Russisch und Chinesisch, etablierte ein Kundenmagazin und stellt in Vitrinen in Zürcher Luxushotels aus.

Vor Umsatzverlust Angst hat auch Ursula Meyer von Saint-Phil. 40 Jahre war das klassische Bekleidungsgeschäft mit seinen zwei Filialen Teil der Bahnhofstrasse. Meyer selber ist seit 23 Jahren sur place, nun ist sie das jüngste Opfer der Globalisierung. Bereits vor drei Jahren wurde ihr der Laden an der Nummer 26 gekündigt; der Eigentümer hatte die Miete verdreifacht. Nächsten März muss Meyer auch Hausnummer 20 aufgeben: Im Bieterwettkampf hatte sie keine Chance. Den Zuschlag für

die 400 Quadratmeter im Erdgeschoss und fast ebenso viel Fläche im ersten Stock erhielt die aus dem Capitol vertriebene Bally. Zwar betreibt Ursula Meyer an der Hausnummer 14 mit dem Label Stefano Ricci seit kurzem ein neues Herregeschäft. Aber ein Quantum Wehmut bleibt: «Die Kunden sind schockiert. Viele fragen mich: Wo soll ich jetzt noch einkaufen? Es bricht mir das Herz!» Mit Saint-Phil in eine der Seitengassen abwandern kann sich Meyer nicht vorstellen: «Es gibt keine andere Bahnhofstrasse. Wenn man erst mal hier ist, geht man nicht woandershin.»

Vormarsch internationaler Brands. Wenn sich globale Player wie Hennes & Mauritz, Mango oder Diesel an der Bahnhofstrasse weiter verbreiten, wenn Uhrenmarken mit ihren Mono-Stores zunehmend Präsenz markieren, schwindet die Unverwechselbarkeit der Bahnhofstrasse, fürchten Pessimisten. Weil der Zürcher Strang dann bald aussieht wie eine jener fünfzehn bis zwanzig High Streets auf der Welt, welche die Trends setzen. «World Class, Swiss Made», der Slogan der Tourismusstadt ►

19.-

Syrah du Valais AOC
J.-R. Germanier, 75 cl

Coop verkauft keinen Alkohol an Jugendliche unter 18 Jahren.
Erhältlich in grösseren Coop Supermärkten und unter www.coopathome.ch

Für einen edlen Syrah aus dem Wallis.

Dieser Walliser Syrah besticht durch sein kräftiges Kirschrot und verströmt Aromen von reifen Brombeeren, Kirschen und Tabak. Auch feine Rauch- und Holznuancen sind zu entdecken. Im Gaumen überrascht der Wein durch seine Lebhaftigkeit. Er ist stoffig mit sattem Extrakt, konzentriert und besitzt ein dunkelbeeriges Finale sowie eine gute Länge. Passt wunderbar zu kräftigen Fleischgerichten, Walliser-Platte und Hartkäse.

Für jeden Anlass den passenden Wein.

coop
Für mich und dich.

Himmlische Ruhe

Zürichs neuer Stadtteil Europaallee ist eröffnet. Shopper merken das erst langsam.

Erster November-Samstag an der Bahnhofstrasse: Eishockey-Nationaltrainer Sean Simpson duelliert sich bei Franz Carl Weber mit Passanten am Eishockey-Kasten – Gedränge beim Spielzeugladen. Der Apple Store: rappelvoll, obwohl keine iPad Mini vorrätig sind. Bei H&M wie üblich – alles wuselt, hetzt und drängt. Die Strasse vibriert, die Kassen klingen.

Wartesaal. Ruhiger zeigt sich die Europaallee, der neue Stadtteil am Hauptbahnhof, dessen erstes Baufeld am 22. September öffnete. Nirgends mehr als ein Kunde an einer der Kassen bei Transa Outdoor, Coop und Ochsner Sport Lady Shop. Die einzige Kundin im Reisebuchladen von Orell Füssli schwärmt: «Wie ein Wartesaal. Keiner stört – und super Automaten-Espresso für 1.50 Franken.» Offiziell tönt es anders. Immobilienbesitzerin SBB meldet «positives Echo» von der Mieterschaft. Coop zeigt sich zufrieden, «vor allem über Mittag suchen uns sehr viele Kunden auf, um sich zu verpflegen oder Einkäufe zu tätigen». Zumeist wohl Studenten der Pädagogischen Hochschule, die an der Europaallee eingemietet ist. Kundschaft, die am Wochenende fehlen dürfte. Transa-CEO Daniel Hummel sieht den Outdoor-Shop «voll im Plan», räumt aber ein, dass im 3000 Quadratmeter grossen Laden der Eindruck von Leere entstehen könne. In der Kasse stimme es aber; man sei optimistisch, das anvisierte jährliche Umsatzziel von 20 Millionen Franken zu erreichen. Beobachter sind skeptischer, halten den Mietermix für zu wenig frequenzwirksam, monieren die fehlende Flanieratmosphäre. Immerhin wollen die SBB mit Holzchristbäumen vorweihnachtliches Flair schaffen.

Drei Faktoren. «Wir haben uns für einen Paul-Kehl-Shop interessiert», sagt PKZ-Chef Olivier Burger, «fanden aber die gewünschte Fläche nicht.» Man sei weiterhin interessiert an der Europaallee. Für den Detailhandelsprofi wird ein neuer Shopping-Standort von drei kritischen Erfolgsfaktoren bestimmt: «Es braucht Frequenzen, einen Grossverteiler, der sein Geschäft gut betreibt, und es braucht ein Warenhaus.» Und, gerade im Fall der Europaallee, wohl noch einiges an Zeit. Das nächste der insgesamt sieben Baufelder wird 2013 eröffnet.



Mal gucken, aber noch nicht kaufen: harziger Shopping-Start an der Zürcher Europaallee am Hauptbahnhof.

Fotos: Steffen Schmidt / Keystone, Marc Wetli



«Die Retailer stehen Schlange bei mir. Ich könnte die Bahnhofstrasse dreimal vermieten.»

Marc-Christian Riebe, CEO Location Group

► Zürich, müsste dann wohl in «World Class, World Made» umgeschrieben werden. Andere Metropolen wie Mailand, an der Via Monte Napoleone, New York, an der 5th Avenue, oder London, an der New Bond Street, weisen eine ähnliche Ballung von Gucci, Prada und Co. auf. Der grosse Unterschied zu Zürich: Dort gibt es zusätzlich zur Luxusmeile auch noch andere zentrale Einkaufsstrassen. Die jedoch fehlen Zürich.

Die Vielfalt nimmt ab. Als James Joyce im letzten Jahrhundert ausrief, dass Zürich so sauber sei, «dass man eine auf der Bahnhofstrasse ausgeschüttete Minestrone ohne Löffel wieder aufessen könnte», da ahnte er wohl nicht, dass man 2012 dort kaum mehr eine Minestrone finden würde. Das Café Balthazar an der Nummer 104 ist weg, es musste sich von Dosenbach die Butter vom Brot nehmen lassen. Mövenpick am Paradeplatz wurde von der britischen Herrenmodemarke Hackett London weggeföhrt. Das einst legendäre Delikatessengeschäft Corrieri an der Nummer 91 ist längst weg, heute gibts dort Modeschmuck von Claire's. Und auch die Confiserie Sprüngli wäre längst nicht mehr, würde ihr die Immobilie am Paradeplatz nicht selber gehören. «Eine Confiserie mit Café am Paradeplatz? Bei diesen Mieten? Vergessen Sies», beschied Sprüngli-Präsident Milan Prenosil jüngst der «NZZ am Sonntag». Diesen Sommer hat sich nach 37 Jahren am magischen Strang auch Traiteur Kauffmann an der Nummer 102 verabschiedet. Immerhin eröffnet hier wieder ein Restaurant: Das «Yooji's», ein Sushi-Betrieb der Zürcher Gastro-Gruppe Two Spice. Dass ein lokales Unternehmen an der Bahnhofstrasse ein Heimspiel anpeift, ist eine grosse Ausnahme.

Die untere Bahnhofstrasse, der Abschnitt vom Bahnhof bis zum Rennweg, hat sich zur Fast-Fashion-Meile gewandelt: «Die Durchmischung dort ist schlecht, es hat fast nur noch Billiglabels. Die guten Marken wollen dort nicht mehr hin», hat Urs Küng von Partner Real Estate festgestellt. Kein Wunder, wegen des nahe gelegenen Bahnhofs sind hier die Frequenzen besonders hoch. Umgekehrt verhält es sich an der oberen Bahnhofstrasse nahe am See: Dort sind die Frequenzen deutlich tie-

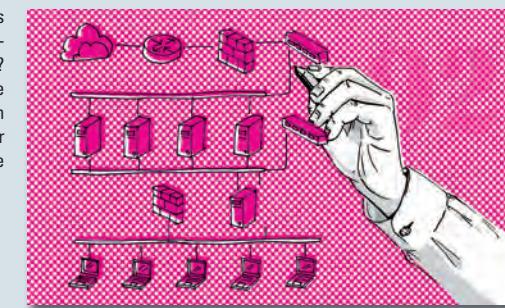
►

Warum überhaupt IT-Outsourcing?

Weil jedes Unternehmen seine Kernkompetenz hat. Sie haben Ihre, unsere ist IT-Outsourcing – T-Systems Schweiz.

Kosten sparen und gleichzeitig die Leistungsfähigkeit des IT-Betriebs erhöhen? IT-Landschaften schlanker und effizienter gestalten, die eher einem IT-Dschungel gleichen? Sicherheit gewährleisten, obwohl täglich neue mobile Privatgeräte mit dem Unternehmensnetzwerk verbunden werden? Diese Herausforderungen bereiten Schweizer CIOs landesweit einiges Kopfzerbrechen. Dabei trennen sie nur vier Schritte von der Lösung ihres Problems.

- Schritt 1 von 4: Die Bedarfsanalyse
- Schritt 2 von 4: Die Strategie
- Schritt 3 von 4: Die Umsetzungsplanung
- Schritt 4 von 4: Die Transition und der Betrieb



den Auswahlprozess kann sich lohnen, schliesslich geht es nicht um irgendeinen Dienstleister, sondern um einen langjährigen Partner, der häufig auch Mitarbeiter vom Auftraggeber übernimmt.

T-Systems Schweiz ist seit über 10 Jahren erfolgreich im IT-Outsourcing tätig und bietet verschiedene Outsourcing-Modelle – in der Schweiz, in Europa oder auf der ganzen Welt. Ein internationales Netz aus IT-Spezialisten ermöglicht rund um die Uhr hochwertige Leistungen in den verschiedensten Sprachen – und zu den besten Konditionen! Dieses Konzept des «bestshoring» ist immer individuell auf das Unternehmen angepasst. Erfahren Sie mehr: contact@t-systems.ch

T-Systems hat bereits über etliche Outsourcing-Projekte erfolgreich durchgeführt, viele davon best-shore.

Lesen Sie in der nächsten Ausgabe «Schritt 3: Die Umsetzungsplanung».

Sie haben den ersten Schritt verpasst? Lesen Sie ihn unter: www.t-systems.ch/outsourcing-serie nach.

► fer, die Einkaufstaschen dafür deutlich voller – am Schluss ist der Durchschnittsumsatz vergleichbar.

«Die Globalisierung der Bahnhofstrasse lässt sich nicht umkehren», sagt Markus Hünig, der seit 1992 das Sekretariat der Vereinigung Zürcher Bahnhofstrasse führt und seit 2007 auch als deren Präsident amtet. «Viele Leute bedauern, dass alteingesessene Mieter verschwinden, aber sie können sich oft schon nach kurzer Zeit nicht mehr an deren Namen erinnern», sagt Hünig. «Vielleicht, weil sie selber dort selten als Kunden auftreten.» Braucht die Bahnhofstrasse Heimatschutz, damit die traditionellen Player ihren Platz behalten können? Das Gegenteil sei der Fall, glauben Immobilien- und Shoppingpezialisten: Das Ökosystem Bahnhofstrasse brauche diese Globalisierung, um für Touristen aus neuen Märkten wie China, Indien und Russland attraktiv zu sein.

Das Mietniveau an einer Luxusmeile wie der Bahnhofstrasse Zürich, sagt Fabian Wildenauer, Immobilienökonom und Dozent für Retailimmobilien an der Universität Zürich, habe weniger zu tun mit den Preisen in der unmittelbaren Nachbarschaft als mit anderen Prachtstrassen wie etwa in Paris, London oder New York. Wenn globale Marken an der Bahnhofstrasse Spitzenumsätze erwirtschaften, steigen auch die Nutzungsgebühren, um an dieser kurzen Strecke der Opportunitäten einen Platz zu besetzen: «Umsatz macht Miete», folgert der Immobilienökonom. Die Bahnhofstrasse als gelebter Darwinismus, quasi: «Diejenigen mit dem gesündesten Geschäftsmodell überleben.» Touristen aus neuen Märkten suchten an jeder

High Street die ihnen bekannten globalen Marken: «Das Wichtigste ist ihnen, dass ihrer Uhr eine Quittung mit einer Adresse von der Bahnhofstrasse beiliegt. Das hat hohen Prestigewert.»

Wahrzeichen Shoppingstrasse. Ins gleiche Horn stösst Martina Kühne, Senior Researcher und Shoppingspezialistin am Gottlieb Duttweiler Institute (GDI): «Die Bahnhofstrasse ist ein Zürcher Aushängeschild mit internationaler Ausstrahlung. Wenn Shopping für Städtereisenden weiter an Bedeutung gewinnt, ist eine Bahnhofstrasse, die weltweit in der Topkategorie der klassischen Einkaufsstrassen mitspielt, auch aus wirtschaftlicher Sicht von zentraler Bedeutung.» Globale Marken verleihen der Bahnhofstrasse Sogwirkung, sagt Kühne: «Sie zieht kaufkräftige Klientel aus aller Welt an.» Etwas anders sieht es naturgemäß Olivier Burger, der die drei Häuser PKZ, Feldpausch und Burger an der Bahnhofstrasse betreibt: «Die Touristen kommen nicht nur wegen der globalen Marken hierhin – es braucht da schon einen weiteren Fächer. Die lokalen Größen sind quasi das Salz in der Shoppingsuppe.» Wildenauer traut der teuersten Schweizer Einkaufsmeile interkontinentale Strahlkraft zu: «Das Einzugsgebiet der Bahnhofstrasse reicht bis nach Shanghai.» Wie wichtig den Touristen das Thema Shopping ist, zeigt sich auf der Bewertungsplattform TripAdvisor: In der Rangliste der Wahrzeichen Zürichs steht die Bahnhofstrasse an erster Stelle – weit vor Grossmünster, Fraumünster und St.-Peters-Kirche.

Die Zürcher Bahnhofstrasse in zehn Jahren? Wohl ein noch stärker globalisierter Shoppingparadies. Noch weniger alteingesessene Mieter, dafür noch mehr Uhren- und Kleiderboutiquen würden dann um Kunden buhlen, glaubt Hublot-CEO Jean-Claude Biver: «Uhren und Mode sind heute Ausdruck für Luxus – und die Bahnhofstrasse ist eine Luxusstrasse. Auf der Pariser Place Vendôme gibt es auch nur Diamanten oder Uhren, das weiss jeder, und niemand klagt darüber.»

Wer nach Zürcher Trouvailles suche, müsse in Zukunft einfach ein paar Schritte mehr in Kauf nehmen, sagt Martina

lung. Doch sie gibt ihm auch Grund zur Sorge: «Es nährt die Angst, dass die Seitengassen im Zuge der Entwicklung ihrerseits zu Prachtstrassen werden und die Mieten damit stark ansteigen – wie man es an der Bahnhofstrasse erlebt hat.» Die parallel laufende Löwenstrasse als Alternative zu promoten, ist bislang misslungen – die Edelbrands wollen sich dort partout nicht niederlassen. Flächenspezialist Küng will nun quer zur Bahnhofstrasse eine neue Shoppingachse etablieren: Vom Limmatquai her über Gemüsebrücke, Münsterhof, Storchengasse und Paradeplatz hin zum Bleicherweg tue sich was, «da kommen die wirklich neuen Labels hin», sagt er.

Nichts Vergleichbares. Für viele Händler ist das aber keine Alternative. Sie wollen «the real thing», die Schaufensterfront an der Strasse der Strassen. «Das ist der Mythos der Bahnhofstrasse», sagt Saint-Phil-Chefin Ursula Meyer. Und so sieht es auch Hublot-CEO Jean-Claude Biver: Bis Ende November hofft er, einen Vertrag unter Dach und Fach zu haben, um 2013 mit dabei zu sein, wenn Lucy dann wieder die goldene Zeit einleuchtet. Dieses Jahr findet der Konsumendspurt noch ohne Hublot statt. Und auch die anschliessende, etwas weniger romantische Umtauschsaison nach Weihnachten.

Danach geht Lucy in Frühlings-, Sommer- und Herbstschlaf. Die Weihnachtsbeleuchtung wird in Dietikon, 20 Kilometer nordwestlich vom Paradeplatz, eingelagert. Denn Lucy muss «spätestens am 1. Arbeitstag nach Neujahr» ausgeknipst werden. Dienstanweisung. ■

Im Sog der Bahnhofstrasse werden auch die Mieten in den Seitengassen steigen.

Kühne vom GDI: «So werden die Nebengassen der Bahnhofstrasse für diejenigen Shopper, die sich für Zürcher Eigenheiten interessieren, in Zukunft attraktiver als die durchglobalisierte Bahnhofstrasse.» Der Rennweg oder die Augustinergasse, das Limmatquai oder das Niederdorf profitieren, wenn die Vertriebenen dort Unterschlupf finden. Und das strahlt aus: Die Absatzkünstler von Louboutin etwa haben sich kürzlich an der Wühre niedergelassen – undenkbar vor ein paar Jahren. Für Meister-Silber-Chef Samuel Ryser zwar eine positive Entwick-

ANZEIGE

ANZEIGE

Den Elektro-Sportwagen von morgen schon heute Probe fahren. Fisker Karma.

www.fisker-automobile.com



Fährt elektrisch – auch wenn er mit Benzin fährt.

- Elektroantrieb mit Reichweitenverlängerer
- Leistung: 408 PS
- Verbrauch: 2,2 l/100 km
- Reichweite: 483 km nonstop
- CO₂-Emission: 53 g/km
- Solardach
- 22-Zoll-Leichtmetallräder

Fisker Karma EcoSport: Energieeffizienzkategorie C.
CO₂-Durchschnitt aller Neuwagen in der Schweiz: 159 g/km.



Basel: Emil Frey AG, Autowelt Basel-Dreispitz, 061 335 61 11

Safenwil: Emil Frey AG, Autocenter Safenwil, 062 788 88 88

Zürich: Emil Frey AG, Autohaus Zürich-Altstetten, 044 495 23 11

Crisier: Emil Frey SA, Centre Automobile Romand, 021 631 24 11

Noranco: Emil Frey SA, Auto-Centro Noranco-Lugano, 091 960 96 96



Sorgfältig vorsorgen macht glücklich.
Mit 3a-Wertschriften sparen können Sie noch attraktivere Ziele erreichen. www.meine-vorsorge.ch

NICHT VERGESSEN:
VORSORGEN
UND GEWINNEN!
WETTBEWERBSPRENE
IM WERT
VON CHF 10'000



Swisscanto

Anlage und Vorsorge.