

21/2012
BILANZ
Roche vs. Novartis | Philipp Hildebrand | Holcim | Jean-Pierre Roth | George Sheldon - Report | Bahnhofstrasse-Report | George Sheldon | Exchange Traded Funds | Kreuzflüge

Jean-Pierre Roth · Andy Rihs · George Sheldon · Bernard Fontana · Jørgen Bodum

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

Philipp Hildebrand

Sein neues Leben in
London

Investments

Tiefe Kosten, hohe
Rendite: Die Tipps

Roche vs. Novartis

Das ungleiche Duell
von Basel



9 771023 435000

21

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 Sengers / swissphotos.ch

Seit Ende Oktober sind die Männer von Kummler + Matter an der Arbeit. Fünf Spezialisten montieren Lucy, die Weihnachtsbeleuchtung an der Zürcher Bahnhofstrasse. In Nachtarbeit zwischen 21 und 6 Uhr, seit 1971 im Dienste der Illumination. Sie spannen 12000 Meter Stahlseile, hieven 110 Tonnen Gewicht, installieren 23100 LED-Leuchten. Wann es Licht werden darf an der Bahnhofstrasse, bestimmen aber nicht die Profis der Alpiq-Tochter. Die Erleuchtung ist Sache der Regierung. Per «Dienstanweisung» vom 3. September 2003 deklarierte der Zürcher Stadtrat die Lex Lux: «Die Weihnachtsbeleuchtungen dürfen frühestens am Donnerstag der Kalenderwoche 47 eingeschaltet werden.»

Am 22. November ab 18 Uhr wird Lucy die goldene Zeit der Bahnhofstrasse einleuchten. In der Vorweihnachtszeit fallen 25 bis 30 Prozent des Jahresumsatzes an. Und der ist gewaltig: Kalkuliert man mit einem durchschnittlichen Quadratmeterumsatz von 20 000 Franken, so ergibt sich für die insgesamt 137 000 Quadratmeter Ladenfläche die Summe von 2,7 Milliarden Franken, die jährlich an der wichtigsten Schweizer Einkaufsmeile umgesetzt werden. Allein in den zehn grössten der insgesamt 140 Läden ist es rund eine Milliarde (siehe «Ertragreiche Warenhäuser» auf Seite 65).

Entsprechend begehrt ist ein Platz auf den 1200 Metern zwischen Bahnhof und Zürichsee: Wer schon da ist, will nicht weg. Oder sucht noch mehr Fläche. Und wer noch nicht da ist, will hin, dringend: Entlang den 188 Linden, welche die Prachtsmeile säumen, spielt sich ein Bäumchen-wechsle-dich-Spiel ab, getrieben von internationalen Konzernen, die aus Genf, New York, Stockholm oder La Coruña einem Monopoly-Spiel gleich ihre Claims abstecken.

Bis zu fünfstellige Quadratmeterpreise. Das hat die Platzkosten nach oben schiessen lassen. «Seit 2006 haben die Mietpreise regelrecht abgehoben», sagt Marco Feusi vom Zürcher Immobilienberatungsunternehmen Wüest & Partner. Treiber sind kaufreudige Touristen aus Fernost, aus Russland und den Golfstaaten, welche die Umsätze primär in den Luxusgeschäften ankurbelten und so neue potente Mieter anlockten. Die hohe lokale Kaufkraft, die Zuwanderung und der Drang von globalen Akteuren, ihre Marke an der Bahnhofstrasse auszustellen, haben ebenfalls Propellerwirkung auf die Mieten. Wüest & Partner hat in den letzten sieben Jahren eine Zunahme der durchschnittlichen Mietzinse um 30 bis 40 Prozent beobachtet; seit 1998 haben sich die Spitzenquadratmeterpreise gar vervierfacht, sagt die internationale Immobilienberatungsfirma Cushman & Wakefield. Es ist an der Bahnhofstrasse ein offenes Geheimnis, dass auch fünfstellige Beträge für den Quadratmeter bezahlt werden. Top-Money für einen Top-Standort.

«Zürich ist keine Schweizer Stadt», sagt Jean-Claude Biver, CEO von Hublot, «Zürich ist eine Weltstadt. Eine der 20 Shoppingcitys rund um den Globus, die wirklich zählen.» Biver sucht seit über zwei Jahren einen Platz für seine Uhrenmarke an der Zürcher Luxusmeile, bevorzugt auf dem 458 Meter langen Abschnitt zwischen Bally Capitol und Paradeplatz: «Wir ►

Die untere Bahnhofstrasse

Mieter, Besitzer, Werte: Übersicht über das heisseste Pflaster Europas.

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.



110
★ Zigarren Dürr
Zigarren Dürr / Davidoff
■ Klaus Eduard Lauber, Erbengemeinschaft Vogel, Erbengemeinschaft Matter
71 Mio. Fr.

108
★ Sammet Apotheke
Pleyer Foto
Amavita Apotheke
■ Dietrich Sammet
Swiss Life
51 Mio. Fr.

106
★ Merkur (Confiserie)
Läderach (Chocolatier)
■ Merkur AG
Swiss Prime Site
55 Mio. Fr.



104
★ Pedrino (Schuhe)
Dosenbach (Schuhe)
■ Rentenanstalt
Swiss Life
80 Mio. Fr.

102
★ Metzgerei Bell
Yooji's (Restaurant)
■ Rentenanstalt
Swiss Life
81 Mio. Fr.

100
★ Yves Rocher (Kosmetik)
■ Erbengemeinschaft Schöllhorn
Clair AG
(Luitpold von Finck)
52 Mio. Fr.



98
★ Götte Optik
■ Erbengemeinschaft Schöllhorn
Clair AG
(Luitpold von Finck)
53 Mio. Fr.



94
★ Barth (Bücher)
L'Occitane (Kosmetik)
Swatch
■ Alfred Barth
Helena Barth-Brejcha
81 Mio. Fr.



92
★ Ex Libris
Messer Dolmetsch
H&M
■ Turintra AG (UBS)
194 Mio. Fr.



88
★ Feldpausch / Blue Dog (Mode)
■ Marguerite Burger-Marchand, François Burger
PKZ Burger & Kehl AG
161 Mio. Fr.

84
★ Fein-Kaller (Herrenmode)
Diesel (Mode)
■ Fein-Kaller & Co AG
Jakob Guttman
68 Mio. Fr.



82/82a
★ Mango (Mode)
■ Turintra AG, Zurimo B Immobilien AG
UBS
104 Mio. Fr.



80
★ Juwelier Kurz
■ Bucherer Immobilien AG
63 Mio. Fr.

78
★ Juwelier Christ
■ Silberhof AG
Isy Gablinger
50 Mio. Fr.

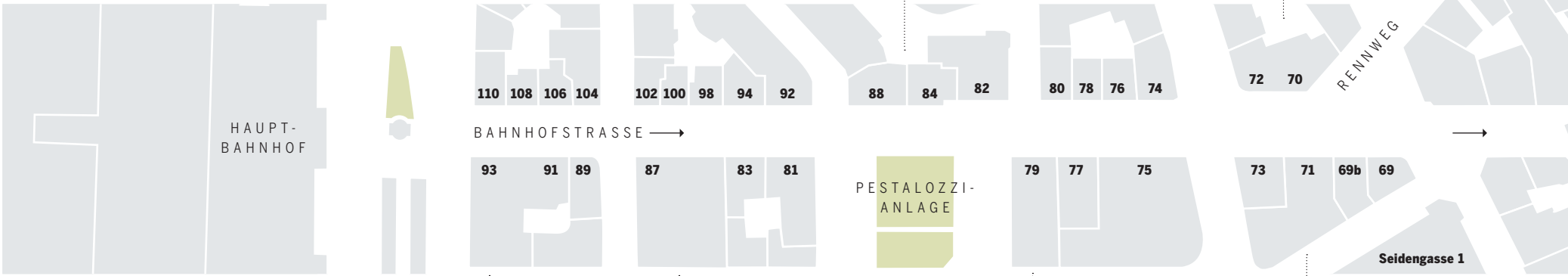
76
★ Tally Weijl (Damenmode)
■ Werner Gassmann, Marguerite Huber-Gassmann
Heidi Maja Gassmann
57 Mio. Fr.

74
★ Modissa (Damenmode)
■ Silberhof AG
Modissa Immobilien
134 Mio. Fr.

72
★ UBS
■ UBS
102 Mio. Fr.



70
★ Orell Füssli English Bookshop
Davidoff (Tabak)
■ Beamtenvorsorgekasse Kanton Zürich
116 Mio. Fr.



93/91
★ Bijoux One
Leder Locher
Claire's (Accessoires)
Bonita (Damenmode)
The Body Shop
Kuoni
■ Sonja Hitroff-Pestalozzi und Silvia Yvonne Pestalozzi
280 Mio. Fr.



89
★ Credit Suisse
Y. Yendi (Damenmode)
■ Credit Suisse
Tanova AG
(Stephan Schmidheiny)
67 Mio. Fr.

87
★ Hotel St. Gotthard
Harry Hofmann (Schmuck)
H&M
Goldhaus (Schmuck)
Six Shop (Accessoires)
Mobilezone
■ Hotel St. Gotthard AG
Manz Privacy Hotels
Switzerland
203 Mio. Fr.



83
★ Fielmann
■ Hardturm Immobilien AG
64 Mio. Fr.

81
★ Coop Vitality
Ochsner Sport
■ REG Real Estate AG
PSP Real Estate
71 Mio. Fr.

Schweizergasse 11
★ Globus
■ LibAG (Migros)
516 Mio. Fr.

79
★ Musik Hug
Ex Libris
McDonald's
Marionnaud (Parfumerie)
■ Oscar Weber AG
Oscar Weber AG (Swiss Life)
180 Mio. Fr.



77
★ Benetton
Apple
■ Erbengemeinschaft Nörr
149 Mio. Fr.



75
★ Manor
■ Oscar Weber AG
Oscar Weber AG (Swiss Life)
460 Mio. Fr.



73
★ S. Oliver (Mode)
Big (Mode)
■ Immobilien AG Capitol
80 Mio. Fr.

71
★ Beldona (Unterwäsche)
H&M
Victoria-Apotheke
■ 27 Eigentümer, grösser Anteil: Prevista
Anlagestiftung
241 Mio. Fr.

69a

★ Séquin-Dormann
(Porzellan, Glas)
Esprit (Mode)
■ Susanne Spillmann-Séquin
64 Mio. Fr.



69
★ Imholz Reisen
Varesino (Schuhe)
Navyboot
■ Jelmoli AG
Swiss Prime Site
50 Mio. Fr.

Seidengasse 1 / Sihlstrasse 4
★ Jelmoli
■ Jelmoli AG
Swiss Prime Site
819 Mio. Fr.

Die mittlere Bahnhofstrasse



66
★ Bally
■ GFG Gesellschaft für Grundeigentum
PSP Real Estate
196 Mio. Fr.

64
★ Les Ambassadeurs (Uhren, Schmuck)
■ Winterthur Leben
Axa Winterthur
71 Mio. Fr.

62
★ Franz Carl Weber (Spielwaren)
■ Franz Carl Weber AG
Phillip Gaydoul
135 Mio. Fr.

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



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



54
★ Bata (Schuhe)
Juwelier Frech
■ Erbgemeinschaft Naef
Marianne Schäublin-Holzmann
56 Mio. Fr.

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



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

48
★ Sturzenegger (Damenmode)
Diesel (Mode)
■ Sturzenegger Liegenschaften AG
Z.STG. Immobilien (Thomas Abegg)
74 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
★ Manta Bar
Burger (Mode)
■ Arthur Frey AG
Swiss Prime Site
114 Mio. Fr.



40
★ Siegler (Schmuck)
Chopard
Salvatore Ferragamo (Mode)
■ Erbgemeinschaft Ganz
101 Mio. Fr.



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

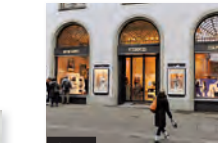
36
★ Brunello Cucinelli (Mode)
Gübelin
■ Bank Julius Bär
83 Mio. Fr.



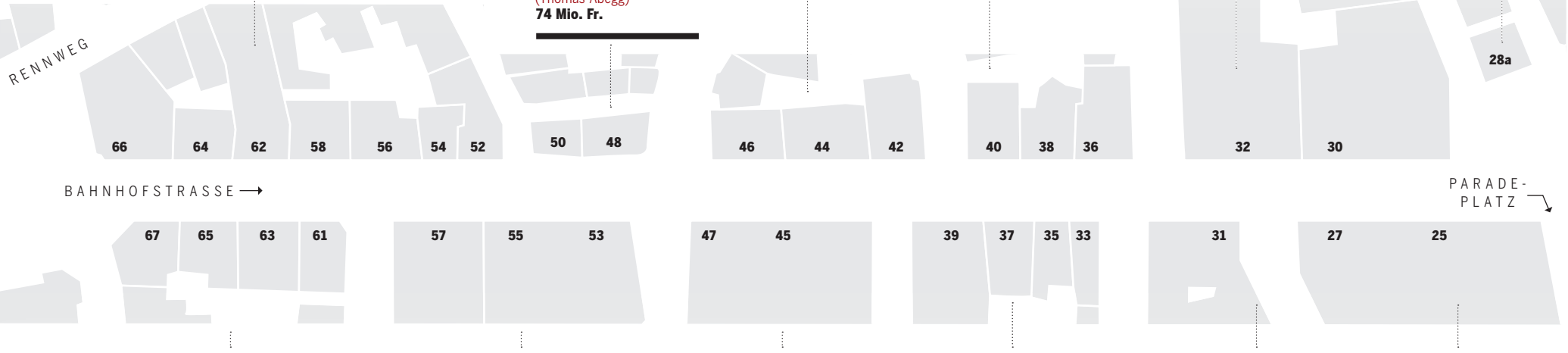
32
★ Tod's (Schuhe)
Douglas (Parfumerie)
Caffè Al Leone
■ Baugesellschaft zum Brunnen, Bank Leu
Credit Suisse
662 Mio. Fr.



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



28a
★ Meister Silber
Hermès
■ PSP Real Estate
155 Mio. Fr.



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



63
★ Madame (Damenmode)
Benetton
■ Swiss Re
80 Mio. Fr.



65
★ Bernie's (Mode)
Landolt-Arbenz (Papeterie)
■ Erbgemeinschaft Landolt
Landolt-Arbenz
88 Mio. Fr.



61
★ Gut Juwelier
Pelz AG
IWC Schaffhausen
Sunrise
■ Peter Kofmehl
101 Mio. Fr.



57
★ Coop St. Annahof
■ Coop Immobilien AG
730 Mio. Fr.



53
★ Grand Optical
Visilab (Optik)
Massimo Dutti (Mode)
Credit Suisse
■ Credit Suisse
Axa Winterthur
494 Mio. Fr.



47
★ Rosenthal (Porzellan)
Wolford (Mode)
Cartier
■ UBS
77 Mio. Fr.

45
★ UBS
■ UBS
1001 Mio. Fr.

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

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

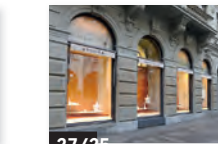
37
★ P.+R. Weill (Uhren)
Zett Meyer (Uhren, Schmuck)
IWC Schaffhausen
■ Erbgemeinschaft Michaelsen
Hanni Tola
64 Mio. Fr.

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

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



31
★ Hermès
Vidal (Teppiche)
Patek Philippe
Breguet
Beyer Chronometrie
■ Orell Füssli Hof AG (Credit Suisse)
Credit Suisse
244 Mio. Fr.



27/25
★ Credit Suisse
Christophe Grüber (Schmuck)
Nicole Diem (Brillenmode)
Armani (Mode)
Ermenegildo Zegna (Mode)
Montblanc (Schreibgeräte, Uhren, Schmuck)
Bottega Veneta (Mode)
Bulgari (Uhren, Schmuck)
Swiss
La Serlas (Uhren, Schmuck)
Fabric Frontline (Stoffe)
■ Credit Suisse
584 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 Markt-
preisen, 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 wegmüssen. «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. Inklusiv 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 Laden 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 ausgepresst. Das Mietzinsniveau hänge 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



28
★ Pelz Paradies Paradeplatz
Blancpain
Türler (Uhren, Schmuck)
Davidoff (Tabak)
Marsano Blumen
■ Credit Suisse
218 Mio. Fr.



26
★ Mädlér (Lederwaren)
Loro Piana (Mode)
Jimmy Choo (Schuhe)
Marionnaud (Parfumerie)
■ Igimo AG
Schroder Investment
Management
99 Mio. Fr.



22
★ Walter Gross
Gross Couture
■ Heinrich Wolfgang
Nägeli-Honegger
65 Mio. Fr.



24
★ Modaprade
Brunati (Uhren)
Tommy Hilfiger (Mode)
■ Elisabeth Charlotte
Fietz-Russ
Schroder Investment
Management
57 Mio. Fr.



20
★ Bank Vontobel
Saint-Phil (Mode)
■ Baka Immobilien AG
Nepomuk Pestalozzi
135 Mio. Fr.



18
★ Trois Pommes
EFG Private Bank
Prada (Mode)
■ Teppich-Schuster AG
100 Mio. Fr.



12
★ Alfred Day (Mode)
■ Allianz Suisse
34 Mio. Fr.



16
★ Stuker Auktionshaus
EFG Private Bank
■ Winterthur
Versicherungen
John Latsis
47 Mio. Fr.



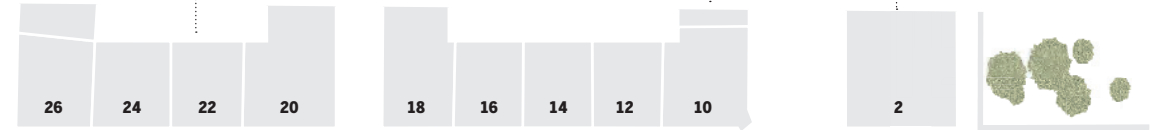
10
★ Weinberg (Mode)
Gilbert Albert (Schmuck)
■ PSP Real Estate
97 Mio. Fr.



2
★ Schweizer Heimatwerk
■ Schweizerische
Nationalbank
111 Mio. Fr.



14
★ Saint-Phil
Stefano Ricci (Herrenmode)
Tiffany & Co.
■ Erbgemeinschaft
Waldmann
Baka Immobilien
39 Mio. Fr.



BAHNHOFSTRASSE →

PARADE-PLATZ



21
★ Confiserie Sprüngli
■ Confiserie Sprüngli
128 Mio. Fr.



17
★ Osswald (Parfumerie)
■ Zürcher Kantonalbank
139 Mio. Fr.



11/9
★ Bizz Billettzentrale
Payot (Bücher)
Koch Optik
Weinberg
Zürcher Kantonalbank
■ Zürcher Kantonalbank
613 Mio. Fr.



3
★ Crédit Lyonnais
DKNY
Zürcher Kantonalbank
(Provisorium)
Salis & Vertes
(Kunstgalerie)
Wyssbrod Pelze
■ Genossenschaft zum
Baugarten
122 Mio. Fr.



13
★ Charles Jourdan
Rolex
Dior
Weinberg (Mode)
■ Zürcher Kantonalbank
178 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 Markt-
preisen, Schätzung:
Location Group.

► wie Modissa oder Meister Juwelier, 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 anfigt: «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 kassieren sie für eine erfolgreiche Vermittlung.

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



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

René Beyer, CEO Beyer Chronometrie

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

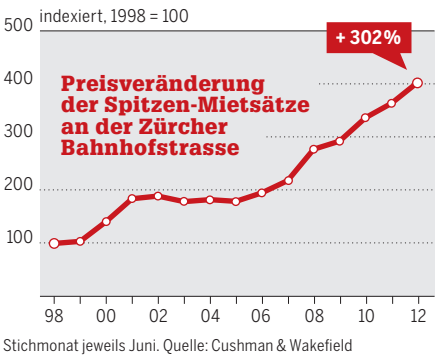
Apple setzt pro Quadratmeter am meisten um – vor neun Uhren- und Schmuckläden.

Bahnhofstrasse Nr.	Retailer	Umsatz pro m²/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
28	Türler	160 000
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)



«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 Schlüsselgeldern.

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 vorgespart; 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 Wettli

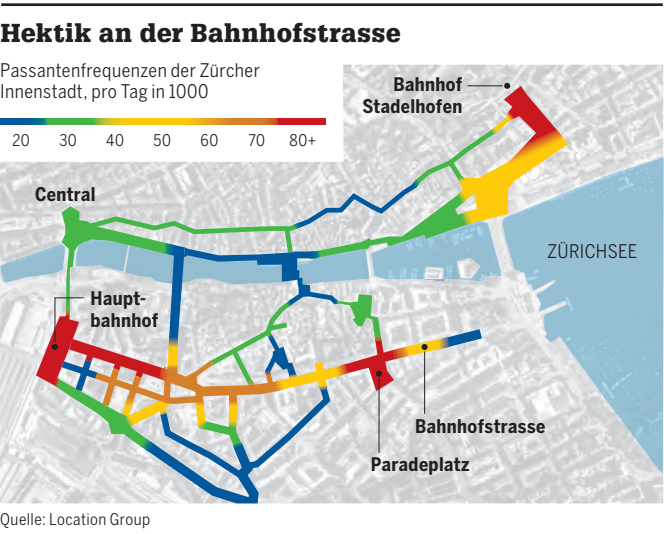
Die höchsten Spitzenmieten der Welt
Nur zwei Einkaufsmeilen sind teurer als die Bahnhofstrasse.

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

Quelle: Location Group

formaten wie Zara, Bershka oder Stradivarius stärker präsent sein möchte an der Rambla von Zürich.

Jubeln an der Bahnhofstrasse kann, wer mit einem neuen Ladenlokal einen grandiosen Touchdown erzielt. Doch für jeden, der neu kommt, wird einer aus dem teuren Paradies vertrieben. Und die Zahl dieser Vertriebenen steigt. Standortentwickler Marc-Christian Riebe zählt im laufenden Jahr acht Wechsel an der Bahnhofstrasse – «so viele wie noch nie». Auch wenn der



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

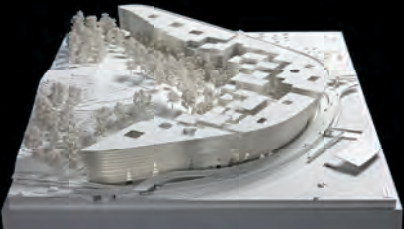
Doch das Leben dort ist nicht immer einfach. Meister Silber etwa, das grösste Silberfachgeschäft der Schweiz, musste Ende 2009 nach 70 Jahren den Standort am Paradeplatz verlassen. ►

ANZEIGE



ZÜRICHS 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

► 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 führte 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



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

Samuel Ryser, Geschäftsführer Meister Silber

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 Herrengeschäft. 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 ►

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 klingeln.

Wartesaal. Ruhiger zeigt sich die Europaallee, der neue Stadtteil am Hauptbahnhof, dessen erstes Bauwerk 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 Humbel 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 Wettli



«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 weggefrühstückt. 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 anpfeift, 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 tiefer. ►

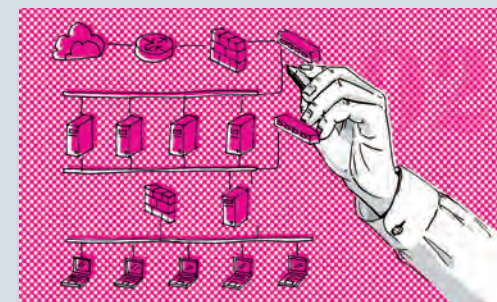
ANZEIGE

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/outourcing-serie nach.

**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.



Für mich und dich.

► 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 amtiert. «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 Städtetouristen 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 globalisierteres Shoppingparadies. Noch weniger altein-

gesessene 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 Trouvaillen suche, müsse in Zukunft einfach ein paar Schritte mehr in Kauf nehmen, sagt Martina

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-

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 Umtauschaison 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. ■

ANZEIGE

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

www.fisker-automobile.com



PURE DRIVING PASSION



Fährt elektrisch – auch wenn er mit Benzin fährt.

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

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

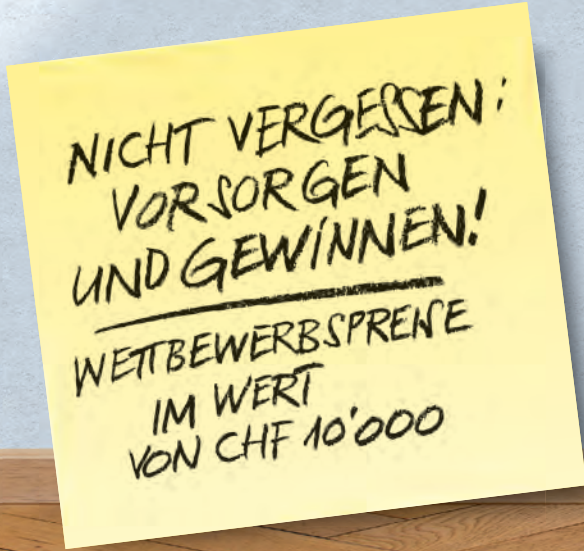


Basel: Emil Frey AG, Autowelt Basel-Dreispietz, 061 335 61 11
Safenwil: Emil Frey AG, Autocenter Safenwil, 062 788 88 88
Zürich: Emil Frey AG, Autohaus Zürich-Altstetten, 044 495 23 11
Crissier: Emil Frey SA, Centre Automobile Romand, 021 631 24 11
Noranco: Emil Frey SA, Auto-Centro Noranco-Lugano, 091 960 96 96

ANZEIGE

Sorgfältig vorsorgen macht glücklich.

Mit 3a-Wertschriftensparen können Sie noch attraktivere Ziele erreichen. www.meine-vorsorge.ch



Anlage und Vorsorge.



Swisscanto