

Medienmitteilung

GfK Switzerland präsentiert am 9. SC-Forum ernüchternde Zahlen zu Schweizer Shopping-Centern

12. Mai 2016

Lukas Häusermann
Marketing & Communications
GfK Switzerland AG
T +41 41 632 91 19
lukas.haeusermann@gfk.com

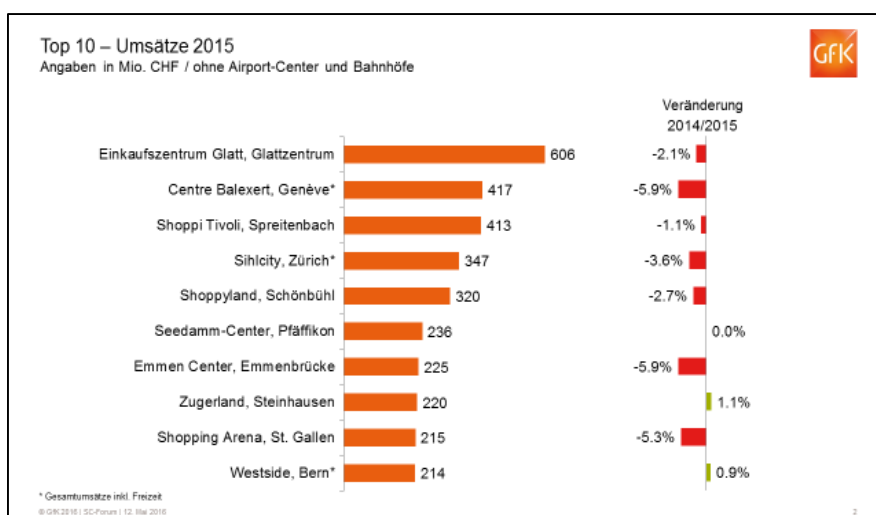
Thomas Hochreutener
Consumer Choices
GfK Switzerland AG
T +41 41 632 93 64
thomas.hochreutener@gfk.com

Hergiswil, 12. Mai 2016 - Anlässlich des 9. Shopping Center Forums präsentiert Detailhandelsexperte Thomas Hochreutener von GfK Switzerland die Branchen-Dokumentation „Shopping Center Markt Schweiz 2016“, mit den neusten Zahlen, Hitlisten und Trends zur Shopping Center-Landschaft Schweiz. Der Gesamtumsatz aller Schweizer Shopping Center entwickelte sich im 2016 mit minus 3% deutlich negativ, trotz Flächenausweitung um 1.9%. Die Flächenexpansion verlangsamt sich – nach vergangenen Boomjahren - im 2016 denn auch deutlich.

Am 9. SC-Forum versammelt sich erneut das Who is who der Schweizer Shopping Center Branche. Anlässlich dieses Jahreshighlights präsentiert GfK mit Detailhandelsexperte Thomas Hochreutener die neusten Zahlen aus der Welt der Shopping-Center, unter anderem die Hitlisten der bedeutendsten und umsatzstärksten Center der Schweiz. Ein Ausblick auf die Zukunft der Entwicklung der Shopping-Landschaft Schweiz rundet das Bild ab.

Die Darstellung der Umsätze benötigt dieses Jahr viel rote Farbe

Der Mix aus Einkaufstourismus, Preis-Erosion und Online-Vormarsch setzte den Zentren zu. In den Top Ten der umsatzstärksten Einkaufszentren (ohne Airport- und Bahnhof-Malls) buchten sieben ein Umsatzminus. Einzig das Zugerland in Steinhausen und das Westside Bern konnten leicht Boden gutmachen gegenüber dem Vorjahr; das Seedamm-Center in Pfäffikon konnte das Niveau von 2014 halten.



GfK Switzerland
Obermattweg 9
6052 Hergiswil
Switzerland

Tel. +41 41 632 9111
Fax +41 41 632 9123

Die Produktivität ist fast überall geschrumpft

Wenn ein Geschäftsjahr so stark im Umsatzminus steht wie 2015, ist die Rechnung für die Produktivität schnell gemacht: fast überall sanken die Verkäufe pro Quadratmeter. Nur in wenigen Fällen gelang es Schweizer Shopping-Centern, mehr aus den vorhandenen Flächen herauszuholen. Die Top-5-Bahnhöfe der Schweiz und der Flughafen Zürich spielen hinsichtlich der Produktivität weiterhin in einer eigenen Liga. Aber auch dort sind Bremspuren auszumachen.



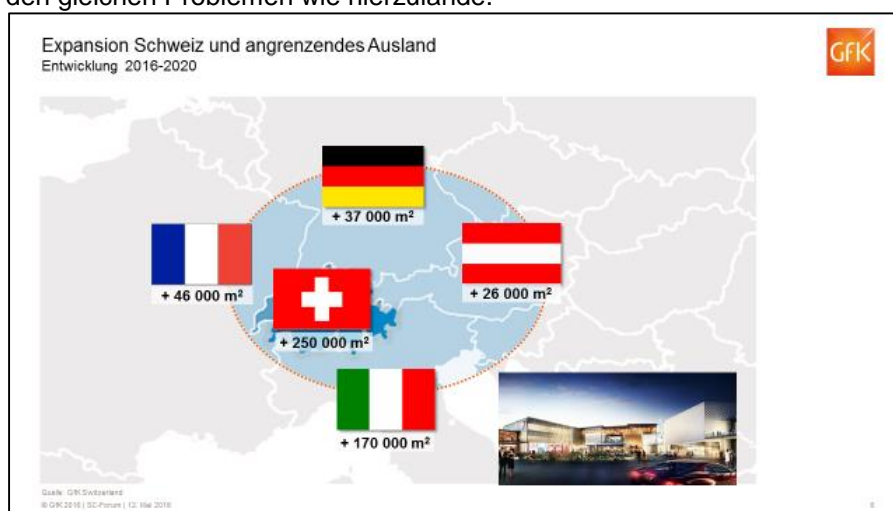
Veränderung der Branchen in Shopping Centern

Wenn man die Anzahl Mieter und deren Branchen in den letzten 5 Jahren vergleicht stellt man fest, dass einzig die Elektronik- und Reisebranche effektiv eine Negativtendenz aufweisen. Sport- und Bekleidungsgeschäfte wie auch Do-it/Garten stagnieren auf einem hohen Niveau. Die anderen Branchen legten vorwiegend zu. Vor allem Dienstleistungen wie Ärzte und Gesundheitszentren, aber auch Kosmetik und Schönheit füllten viele Lücken in den Shopping Centern.



Expansion weiter gebremst

Ein „grosser Shopping-Center-Jahrgang“ wird 2016 bezüglich Neueröffnungen wohl nicht werden. Lediglich zwei kleinere Einkaufszentren mit 10'000 Quadratmetern in Bern und in Schaffhausen werden dieses Jahr eröffnet. Dass die Branche plötzlich etwas kleiner denkt, muss aber kein Nachteil sein. Vielmehr ist es eine Besinnung darauf, dass neu gebaute Shopping-Hüllen auch mit attraktiven Mietern gefüllt werden müssen. Und da viele Non-Food-Händler derzeit eher ihre Netze straffen, ist das nicht mehr so einfach wie früher. Auch im nahen Ausland stossen neu Bauvorhaben auf grössere Hürden. Auch dort kämpfen neue Projekte mit den gleichen Problemen wie hierzulande.



Diese Medienmitteilung inklusive Grafiken finden Sie ab 12. Mai 2016 unter: <http://www.gfk.com/de-ch/presse/press-releases/>

Weitere Auskünfte zu diesem Thema erteilt Ihnen gerne:

Thomas Hochreutener

Direktor Handel | Consumer Choices

GfK Switzerland AG | Obermattweg 6 | CH-6052 Hergiswil | Switzerland

T +41 41 632 9364 | www.detailhandel-schweiz.ch | www.gfk.ch

Twitter: @Detailhandel_CH

GfK Switzerland AG

GfK Switzerland ist das grösste Marktforschungsinstitut der Schweiz. GfK steht für zuverlässige und relevante Markt- und Verbraucherinformationen. Durch sie hilft das Marktforschungsunternehmen seinen Kunden, die richtigen Entscheidungen zu treffen. GfK verfügt über langjährige Erfahrung im Erheben und Auswerten von Daten. Rund 13'000 Experten weltweit vereinen globales Wissen mit Analysen lokaler Märkte in mehr als 100 Ländern. Mithilfe innovativer Technologien und wissenschaftlicher Verfahren macht GfK aus grossen Datenmengen intelligente Informationen. Dadurch gelingt es den Kunden von GfK, ihre Wettbewerbsfähigkeit zu steigern und das Leben der Verbraucher zu bereichern.



Die Studie: "**Shopping-Center Markt Schweiz 2016**" kann ab sofort im [GfK Webshop](#) bestellt werden.

Save the date - notieren Sie sich schon heute den Termin für die **5. GfK Handelstagung**. Am Dienstag, 21. Juni 2016 ist es wieder soweit, Sie können sich direkt [hier](#) anmelden, wir freuen uns auf Sie.