

# «Die Unsicherheit lähmt Planen und Handeln»

*Die Krise hat im Detailhandel eine Entwicklung beschleunigt, die sowieso stattgefunden hätte, sagt Felix Thurnheer von der ImmoCompass AG. Er publiziert zusammen mit Bouke van Dijk auch den Retail Atlas Schweiz. Insgesamt steht momentan schweizweit ein Mietertrag von rund 4,5 Milliarden Franken auf dem Spiel, das sind pro Monat rund 375 Millionen Franken.*

**Die Meldungen häufen sich, es gibt fast täglich neue Läden, die die kundenlose Zeit nicht länger überstehen. Wie stark wird die Coronakrise den Retail-Immobilienmarkt verändern?**

Felix Thurnheer: Nun, die Unsicherheit ist momentan sehr gross: Wie lange bleiben die Läden noch geschlossen? Wie und in welchen Schritten wird die Wirtschaft wieder in Betrieb genommen? Diese Unsicherheit lähmt nicht nur unser Handeln, sondern auch unser Planen.

**Mit welchen Auswirkungen?**

Wenn wir in einem optimistischen Szenario davon ausgehen, dass die Wirtschaft in den nächsten zwei Monaten wieder läuft, dann sehe ich folgende Auswirkungen:

- Alle Lebensmittel- und Nahversorger, Elektronik- und Unterhaltungsanbieter sowie Ketten mit guten Onlineshops werden die grossen Gewinner mit tollen Umsätzen sein.
- Bekleidung, Garten, Haushalt, Möbel, Sport: Sie holen wieder auf, denn aufgeschoben ist nicht aufgehoben. Ihre Umsätze können grösstenteils aufgeholt oder online verkauft und nach Hause geliefert werden.
- Tourismus, Gastronomie, Kultur, persönliche Dienstleister: Sie können nicht einfach aufholen, sondern tragen einen bleibenden Schaden davon. Ich zähle da sehr auf die Wirksamkeit der Kurzarbeit und der COVID Kredite. Sie bräuchten allerdings statt dem Kredit einfach eine Ausfallzahlung ohne Rückzahlungsverpflichtung.

**Wird sich der Schaden also in Grenzen halten?**

Der Strukturwandel im Detailhandel und der bessere Gang im Tourismus hat in den letzten zwei Jahren zu deutlich mehr Läden mit touristischer Ausrichtung und Gastronomie geführt. Diese sind jetzt genau am stärksten betroffen.

**Wer in seinem Portfolio auf Fachmärkte gesetzt hat, wird grosse Probleme bekommen. Wie stark gewichten Sie den Aspekt der Diversifikation?**

Die Diversifikation wirkt stabilisierend und ausgleichend. Spezialisierung bringt mehr Risiko, aber auch mehr Chancen. Die Fachmärkte werden nicht verschwinden sondern mit den gleichen oder neuen Formaten weiterlaufen und künftig besser in Kombination mit Onlineverkauf und Hauslieferung funktionieren. Sie haben ja mit ihren grosszügigen Platzverhältnissen in Zeiten der Distanz auch Vorteile: zum Beispiel für Gastronomie, Unterhaltung, Spiel und Spass. Oder für Umnutzung und Verdichtung. Ich denke, dass die Krise hier eine Entwicklung beschleunigt, die sowieso stattgefunden hätte. Uns wird hier bestimmt etwas einfallen.



Felix Thurnheer ist Geschäftsführer der ImmoCompass AG und Mitherausgeber des Retail Atlas Schweiz.



**Der Retail Atlas ist in verschiedene Segmente aufgeteilt. Lassen sich schon Prognosen dazu machen, wie hoch die Einnahmeausfälle in diesen Segmenten sind?**

Insgesamt steht momentan schweizweit ein Mietertrag von rund 4,5 Milliarden Franken auf dem Spiel, das sind pro Monat rund 375 Millionen Franken. Grosse Ketten mit Onlineshops und die Anbieter von Gütern mit periodischem Bedarf sind ja wie gesagt nicht so stark betroffen. Dienstleister, Gastronomen und Fachmärkte hingegen schon. Sie machen flächenmässig etwa die Hälfte aus. Grosso modo ist demnach also 2,25 Milliarden Franken Mietertrag pro Jahr und 187,5 Millionen Franken pro Monat schwer zu bedienen. Wir sind gerade dabei, eine detailliertere Schätzung zu machen.

**Was heisst das für die Besitzer der Retail-Immobilien?**

Das bedeutet entweder Ausfall durch Mietzinsreduktion oder Ausfall durch Konkurse,

mühselige Wiedervermietung und Imageverlust. Ersteres kommt sicher viel günstiger.

**Der ohnehin schon stark unter Druck stehende Einzelhandel erhält nun also einen weiteren Rückschlag. Online-Dienste sorgen schon seit einiger Zeit für Umsatzrückgänge in Shoppingcentern und Innenstädten.**

Ja, diese Entwicklung beschleunigt sich nun kurzfristig durch die Krise. Mittelfristig werden aber immer mehr Ketten und Labels merken, dass ihr Onlineerfolg besser mit einer physischen Vorortpräsenz funktioniert. Die Shoppingcenters und Innenstädte werden ihre Bedeutung als publikumswirksame Orte behalten, einfach mit etwas weniger Hektik und Umsatz, dafür mit etwas mehr Lebensqualität.

Interview: Remi Buchschacher

Ihre Spezialisten für:

**Flachdächer  
Dachbegrünungen  
Bauspenglerei  
Bautenschutz  
Dachservice**



**TECTON®**  
  
MACHT BAUTEN DICHT

**tecton.ch**  
**dachservice@tecton.ch**