

Das e-paper der Schweizer Immobilienwirtschaft

INHALT

- 2 Digital Real Estate auf dem Vormarsch
- 6 Teures Pflaster – RICS-Umfrage Gewerbeimmobilien
- 6 Nachrichten: Zürich/Deka Immobilien
- 7 Nachrichten: CS REIM/Auslandszukäufe
- 8 Wincasa-Studie: Hoffnungsschimmer am Horizont
- 8 Nachrichten: Dietikon/Coca Cola
- 9 Nachrichten: Aldi/Expansion
- 10 Catella-Studie: Bis 2030 weniger Detailhandelsflächen
- 13 Marktkommentar
- 13 Nachrichten: UBS AST-KIS/Re-Opening
- 14 Immobiliennebenwerte
- 14 Immobilienfonds/-Aktien
- 16 Projektentwicklung: City-Resort-Hotel/Zürich
- 17 Nachrichten: Basel/Roche-Hochhausquartier
- 17 Impressum

EDITORIAL

Handel ist Wandel



Birgitt Wüst
Redaktionsleiterin

Panta rhei, alles fließt; nichts bleibt, wie es war. Die Dinge ändern sich, in den letzten Jahren etwas schneller als jemals zuvor, getrieben durch die technologische Entwicklung. Die Digitalisierung erfasst viele Bereiche des Wirtschaftslebens. Inzwischen auch die Immobilienbranche; auch hier hinterlassen die technischen Innovationen Spuren, etwa im Bereich der Detailhandelsimmobilien.

Der stationäre Detailhandel, seit Jahren konfrontiert mit steigenden Marktanteilen des Onlinehandels, steht unter Veränderungsdruck; neue Konzepte sind gefragt, um konkurrenzfähig zu bleiben. Inzwischen ist ein Strukturwandel im Gange – und mit strukturellen Veränderungen verändern sich auch die Anforderungen an die Standorte von Detailhandelsunternehmen. Eine Entwicklung, die aktuell die Vermieter von High-Street-Ladengeschäften ebenso beschäftigt wie die Investoren von Shoppingcentern. Ihre Frage: Wird der zunehmende, digital organisierte Handel die traditionellen Detailhandelsflächen mittelfristig überflüssig machen? Die kurze Antwort: Ganz so schlimm wird es nicht werden. Schliesslich bietet ein Einkaufsummel in der Stadt oder ein Besuch im Shoppingcenter weit mehr als der Onlinehandel, beruhigen Branchenkenner. Ihre Prognose: Die «Festivalisierung» wird das Alleinstellungsmerkmal des standortgebundenen Detailhandels der Zukunft sein. Mehr hierzu und zu weiteren Themen lesen Sie auf den folgenden Seiten.

Mit den besten Grüßen,
Birgitt Wüst

Partner Immobilienbrief



upc cablecom



Swiss Finance & Property Group



NETWORKING.

Die Schweizer Immobiliengespräche sind die ideale Plattform, die es Persönlichkeiten aus der Immobilienwirtschaft auf angenehme Weise ermöglicht, neue Netzwerke zu bilden und bestehende zu verstärken.

Anmeldung und Informationen:
www.immobiliengespraech.ch

**IMMOBILIEN
BUSINESS** Das Schweizer Immobilien-Magazin

DIGITALISIERUNG /STUDIEN

Digital Real Estate auf dem Vormarsch



Digitalisierung: Auch in der Immobilienbranche inzwischen ein Hype-Thema.

DIE IMMOBILIEN- UND BAUBRANCHE WIRD DURCH DIE FORTSCHRITENDE DIGITALISIERUNG STARK GEPRÄGT. ZWEI AKTUELLE STUDIEN GEBEN AUSKUNFT ZUM STAND DER DIGITALISIERUNG IN DER SCHWEIZER IMMOBILIENBRANCHE, ANALYSIEREN TRENDS UND AUSWIRKUNGEN UND BESCHREIBEN POTENZIALE UND SCHLÜSSELFAKTOREN, UM IM DIGITALEN WETTBEWERB ERFOLGREICH AGIEREN ZU KÖNNEN.

BW/PD. Digitalisierung – ein regelrechtes Hype-Thema – steht im Fokus vieler Wirtschaftszweige: Chancen und Risiken werden durchleuchtet, Szenarien erstellt, die totale Veränderung unserer Gesellschaft vorausgesagt. Tatsächlich sind die Folgen der Digitalisierung in manchen Wirtschaftszweigen nicht zu übersehen – etwa im Finanzbereich oder im Detailhandel. Anders in der Immobilienbranche, die mit knapp elf Prozent des BIP einen wesentlichen Teil

zur Schweizer Wirtschaftsleistung beiträgt: Fundierte Aussagen zum Stand der Digitalisierung waren bis vor kurzem eher dünn gesät – doch inzwischen liegen erste Studien vor.

SIND DIE WEICHEN GESTELLT?

Einen Überblick über den Status Quo und zum Potenzial digitaler Technologien gibt etwa die Publikation «Digital Real Estate – Bedeutung und Potenziale der Digitalisierung für die

Akteure der Immobilienwirtschaft» (s. Kastentext S. 3). Wie die Studie ergab, gewinnt Digital Real Estate rasant an Bedeutung – offensichtlich hat sich die Erkenntnis durchgesetzt, dass es für die strategische Ausrichtung eines Unternehmens von entscheidender Bedeutung ist, die Digitalisierung in die Unternehmensstrategie zu integrieren. Doch wie die Autoren der Studie – Dr. Peter Staub, Manuela Stucki und Andrea Wettstein – herausfanden, setzt erst eine Minderheit der Befragten (46%) diese Erkenntnis bereits um. Immerhin: 40 Prozent planen diese Integration; nur bei 14 Prozent spielt die Digitalisierung bisher keine strategische Rolle. Die Resultate zeigen zudem, dass nicht nur Mobile und Cloud Computing in der Immobilienwirtschaft grosses Potenzial haben, sondern auch die weiteren digitalen Technologien zum Teil schon verbreitet sind. Neben solchen generellen Resultaten gibt die Publikation ganz konkrete Hinweise für jeden spezifischen Prozess oder jede entsprechende Rolle, welche digitalen Technologien strategisch zu beachten und wo Disruptionen zu erwarten sind. Besonders gefährdet sind danach Unternehmen,

die den Trend der zunehmenden Mobilisierung durch Mobile und Cloud Computing verpassen und sich zu reaktiv oder passiv verhalten. Die Autoren sprechen von in diesem Zusammenhang von «Disruption durch Passivität» und «Disruption durch Immobilität» – und sie warnen: Nicht viel besser werde es Unternehmen gehen, die die Entwicklung der Technologien zu wenig systematisch analysieren oder verpassen, sich in digitale Ökosysteme zu integrieren.

EFFIZIENZSTEIGERUNG ALLEIN REICHT NICHT

Zu ähnlichen Ergebnissen kommt eine jüngst veröffentlichte Studie des Instituts für Finanzdienstleistungen Zug IFZ der Hochschule Luzern. Wie die Umfrage für das «Digitalisierungsbarometer 2016» (s. Kastentext S. 5) ergab, haben 72 Prozent der befragten Unternehmen die Bedeutung der Digitalisierung erkannt und entsprechende Ziele in der Unternehmensstrategie verankert. Die Qualität der Umsetzung sei jedoch sehr unterschiedlich, stellt Studienleiter Markus Schmidiger fest. Bauunternehmen und Architekturbüros etwa

seien bezüglich der Digitalisierung oftmals schlecht aufgestellt – obwohl sie sich selber eher als Vorreiter sehen. «Durch den täglichen Einsatz von digitalen Systemen wie 3-D-Modelling oder CAD-Systemen scheinen sich insbesondere Architekturbüros bezüglich der vorherrschenden Digitalisierung als innovativ einzustufen. Doch sie erkennen noch zu wenig, dass sich mit der Digitalisierung nicht nur die Planungsprozesse, sondern auch die Kundenbeziehungen verändern werden», so Schmidiger.

Drei Viertel der Betriebe hätten die digitalen Möglichkeiten bis dato insbesondere für Veränderungen ihrer internen Prozesse eingesetzt. «Konkret fokussieren sich die Firmen hauptsächlich auf Effizienzsteigerungen und Kostenreduktionen. Die Chancen der Digitalisierung zur Gestaltung von Kundenbeziehungen werden noch zu wenig erkannt», sagt Schmidiger. Er geht davon aus, dass sich dieser Fokus in den kommenden Jahren verschieben wird. Mehr als die Hälfte der Unternehmen gehe davon aus, dass die Digitalisierung dazu führt, dass sich Geschäftsmodelle grundsätzlich verändern. Eine konsequente Digitalisierung von Geschäftsmodellen könne Produktivitätsgewinne von 80 bis 90 Prozent und damit traditionelle Anbieter massiv in Schwierigkeiten bringen. «Die Bewältigung dieser nächsten Phase wird von den Unternehmen den Mut erfordern, das eigene Vorgehen grundsätzlich in Frage zu stellen und sich im Extremfall sogar selber zu kannibalisieren», sagt Schmidiger. Dass sich das Kundenumfeld durch die Möglichkeiten der Online-Kanäle wandelt, erwarten 97 Prozent >>>

«Digital Real Estate – Bedeutung und Potenziale der Digitalisierung für die Akteure der Immobilienwirtschaft»

Die im SVIT-Verlag erscheinende Publikation «Digital Real Estate – Bedeutung und Potenziale der Digitalisierung für die Akteure der Immobilienwirtschaft» wurde von pom+ in Partnerschaft mit der Firma Investis und der Hochschule für Wirtschaft Zürich (HWZ) erstellt.

Die Studie bildet als ein erster Baustein den Anfang zu einem Digital Real Estate-Index, auf dessen Basis Investoren, Eigentümer, Bauherren, Vermarkter, Bewirtschafter und Facility Manager ihre Strategien besser auf die Digitalisierung ausrichten und sich mit Mitbewerbern benchmarken können.

Die Studie ist erhältlich unter www.digitalrealestate.ch/monitor



DIE **100**
KÖPFE
DER SCHWEIZER
IMMOBILIEN-
WIRTSCHAFT 2016

LES **100**
PERSONNALITÉS
DES SECTEURS SUISSES
DE L'IMMOBILIER 2016

Die französische Sonderausgabe. Im Juli erhältlich.
L'édition spéciale en français. Disponible en juillet.



Jetzt bestellen.
Commandez maintenant.

WWW.UNBOUNCEPAGES.COM/IMMOBILIENBUSINESS/100K

IMMOBILIEN
BUSINESS Das Schweizer Immobilien-Magazin

>>> aller befragten Unternehmen. «Das Internet baut Informationsasymmetrien ab und gibt mehr Verhandlungsmacht», benennt Schmidiger den Hintergrund. «Kunden vergleichen heute mehr, und sie sind preissensitiver geworden.» Doch während sich die Kundschaft der Immobilienbranche in den vergangenen Jahren dank der Digitalisierung emanzipierte, hinkten die Unternehmen im Bereich Kundenanalyse hinterher. «44 Prozent der Firmen wissen nicht, wie sich ihre Kunden heute im Internet bewegen: Ob sie über ein Online-Portal auf das Angebot aufmerksam wurden, ob sie mobil oder stationär auf die Website zugreifen oder welche Informationen sie tatsächlich nutzen», sagt Schmidiger. «Damit fehlen den Unternehmen die Grundlagen, um ihre Produkte, Dienstleistungen und Vertriebskanäle zu optimieren.»

DIGITAL LEADERS SETZEN SICH AB

Digital Leaders sind Firmen, die sich aktiv mit der Digitalisierung auseinandersetzen und entsprechende Massnahmen umsetzen. Sie konnten in den vergangenen Jahren stärker als andere Unternehmen neue Branchen, Zielgruppen und Regionen erschlies-

sen und dabei sowohl Marktanteile als auch Einnahmen und Profitabilität erhöhen.

Die IFZ-Studie zeigt, dass sich die Innovatoren in klar definierten Punkten von den Nachzüglern unterscheiden: Digital Leaders widmen sich vermehrt der Datenanalyse und kennen die Kunden und das Marktumfeld. Sie wissen, mit wem sie wirklich Geld verdienen, und können deshalb ihre Angebote sowie Informationskanäle darauf ausrichten und sich besser auf Entwicklungen vorbereiten. Sie nutzen neben den angestammten Offline-Kanälen auch Online-Kanäle konsequent, setzen aber trotzdem gezielt auf Beziehungsmanagement. Durch ihre Innovationskraft ziehen sie qualifiziertere

Mitarbeitende an, die wiederum die Digitalisierung vorantreiben. Tendenziell gewinnen sie die anspruchsvolleren Kunden. Die Nachzügler (immerhin 27 Prozent der Unternehmen) müssen sich mit den weniger anspruchsvollen Kunden und den weniger qualifizierten Mitarbeitenden begnügen. Während knapp 60 Prozent der Digital Leaders sowohl die Einnahmen je Kunde und Einzelauftrag als auch insgesamt steigern konnten, sind es bei den Nachzüglern nur knapp 22 Prozent. Das deutet darauf hin, dass sich die Schere in Zukunft noch weiter öffnen wird. «Die Digitalisierung lohnt sich. Und sie wird zur Überlebensfrage: Wer den Zug verpasst, wird untergehen», sagt Schmidiger. •

Digitalisierungsbarometer

Für die Studie «Digitalisierungsbarometer: Die Immobilienbranche im digitalen Wandel» wertete das IFZ-Forschungsteam knapp 1.000 Antworten von Fachpersonen aus, die beispielsweise in Architekturbüros, Generalunternehmen, Bauunternehmen, bei der öffentlichen Hand, in der Vermarktung oder im Bereich Immobilieninvestment tätig sind.

Die Studie entstand in Zusammenarbeit mit Amstein + Walthert, Halter Immobilien, Wincasa, Garaio, ImmoScout24, Implenla, Migros Pensionskasse und Swisscom.

Das Institut für Finanzdienstleistungen Zug IFZ der Hochschule Luzern wird das Digitalisierungsbarometer auch in den kommenden Jahren veröffentlichen.

Die Studie ist zum Preis von 90,00 CHF erhältlich unter ifz@hslu.ch

NACHRICHTEN

**ZÜRICH
DEKA KAUFTE UTOCHLOSS**

Deka Immobilien hat das «Utochloss» am Ufer des Zürichsees erworben. Die denkmalgeschützte Büroimmobilie am Utoquai 29/31 wird in das Portfolio des Offenen Immobilien-Publikumsfonds Deko-ImmobilienEuropa eingebracht. Zum Kaufpreis gibt es keine Angaben.

Das um 1900 errichtete und 1990 grundlegend sanierte Stadtpalais umfasst rund 4.000 qm Fläche, die vollständig an fünf Nutzer vermietet sind. Wie die deutsche «Immobilien Zeitung» berichtet, fand der letzte öffentlich bekannte Eigentümerwechsel des Utochlosses auf Vermittlung von Engel & Völckers Commercial statt: Im Jahr 2008 erwarb eine vermögende Schweizer Familie das Gebäude zur damals sensationellen Bruttoanfangsrendite von unter drei Prozent.

Für den Deko-ImmobilienEuropa markiert der Zukauf am Utoquai den Markteintritt in die Schweiz; der Fonds ist nun in 15 europäischen Ländern investiert. Die DekoBank ist das Wertpapierhaus der Sparkassen, gemeinsam mit ihren Tochtergesellschaften bildet sie die Deko-Gruppe. Mit Total Assets in Höhe von rund 240 Mrd. Euro (31.12.15) und rund vier Millionen betreuten Depots zählt sie zu den grössten Wertpapierdienstleistern in Deutschland. In der Sparte Immobilien betreuen die Deko Immobilien Investment und WestInvest gemeinsam mit der Deko Immobilien ein Immobilienvermögen von rund 29,5 Mrd. Euro (31.12.15). Die Immobilienfinanzierung (Neugeschäftsvolumen: rd. 2,5 Mrd. Euro p.a.) stellt die zweite wesentliche Säule des Geschäftsfelds dar.

GEWERBEIMMOBILIEN/RICS-UMFRAGE

Teures Pflaster

DAS PREISNIVEAU FÜR GEWERBLICH GENUTZTE IMMOBILIEN IN DER SCHWEIZ GILT SEIT EINIGEN JAHREN ALS SEHR HOCH. INZWISCHEN SPRECHEN EXPERTEN KLAR VON «ÜBERTEUERUNG». DIES ERGAB EINE AKTUELLE UMFRAGE DER RICS BEI SCHWEIZER MARKTTEILNEHMERN.

BW/PD. Fast neun von zehn Experten halten die Gewerbe-Immobilien in der Schweiz für übersteuert: Wie die Umfrage für den Switzerland Commercial Property Monitor Q1 2016 der Royal Institution of Chartered Surveyors' (RICS) ergab, sind 87 Prozent der befragten Immobilien-Experten überzeugt, dass Schweizer Gewerbeimmobilien zu hoch bepreist sind – im vierten Quartal 2015 waren es noch 71 Prozent. Dies entspricht einer Steigerung um +23%. Für die Studie wurden 500 RICS-Einzelmitglieder in der Schweiz, die mit führenden Immobiliengesellschaften

zusammenarbeiten, befragt. Wie die Autoren berichten, nahm die Investitionsnachfrage – nach einer leichten Erholung im vierten Quartal 2015 – im ersten Quartal 2016 wieder ab. Weiter gehen sechs von zehn der befragten Experten davon aus, dass sich der Markt derzeit in der frühen bis mittleren Phase eines Abschwungs befindet. Sowohl der Occupier Sentiment Index (OSI) als auch der Investment Sentiment Index (ISI), welche die Dynamik der Schweizer Miet- und Investoren-Märkte messen, wiesen eine deutlich negative Entwicklung zwischen Q4 2015 und Q1 2016 auf. Der OSI nahm zwischen Q4 2015 und Q1 2016 um -28 Prozent (von -41 bis -32), der ISI gar um -33 Prozent (von -16 bis -12) ab.

Aufgrund der sinkenden Nachfrage nach Mietraum in allen Segmenten und dem wachsenden Angebot an Mietfläche – vor allem im Bereich der Büroimmobilien – wird erwartet, dass die Mieten stark sinken und die



Schweizer Gewerbe-liegenschaften: Hohe Nachfrage, rares Angebot, hohe Preise

Vermieter attraktive Sonderkonditionen anbieten werden.

Der Rückgang bei den Investitionen ist vor allem auf die geringere Nachfrage der lokalen wie der internationalen Käufer zurückzuführen.

Die befragten Experten rechnen damit, dass sowohl Anlagewerte als auch Mieten an Toplagen weniger stark sinken werden als in zweitrangigen Mieten; erstklassige Industrie- und Büroimmobilien würden unter dem Abschwung am wenigsten leiden. Über die Zukunft von Immobilien bestimmten die Grundvoraus-

setzungen wie die Lage und die Eignung für bestimmte Anforderungen der Mieter, gibt Hans Rudolf Hauri (FRICS), Verwaltungsrats-Präsident von RICS Schweiz, zu bedenken. «Darüber hinaus reagiert die Industrie auf die sich verändernden Anforderungen. Dazu gehört zum Beispiel die Anpassung von Preismodellen und Dienstleistungen für die neue Mieter-Generation, die sich schlüsselfertige Wohnungen wünscht und keine Verantwortung für die Gestaltung der Innenräume übernehmen möchte.» •

NACHRICHTEN

CREDIT SUISSE REIM IM AUSLAND ZUGEKauft

Das Real Estate Investment Management der Credit Suisse hat im zweiten Quartal 2016 bis anhin für verschiedene Immobilienanlageprodukte kommerziell sowie gemischt genutzte Liegenschaften in sechs Ländern im Gesamtwert von rund 340 Mio. CHF erworben. Wie die Gesellschaft mitteilt, wurden für den Credit Suisse Real Estate Fund Global Liegenschaften in den USA, in den Städten Denver und Seattle, sowie in Grossbritannien, hier in Leeds, erworben. Ein Zukauf für den Credit Suisse Real Estate Fund International erfolgte in Osaka in Japan. Für den Credit Suisse [Lux] European Property wurden die Fondsmanager in Rotterdam in den Niederlanden und in Athlone in Irland fündig; ferner wurde über eine Club-Struktur in Düsseldorf in Deutschland investiert.

Die Schweizer Immobilienfonds Credit Suisse Real Estate Fund Global und Credit Suisse Real Estate Fund International investieren ausschliesslich in internationale Immobilien. Der Anlagefokus liegt auf kommerziell genutzten, qualitativ guten Liegenschaften an attraktiven Standorten in Europa, im Raum Asien-Pazifik sowie in Amerika. Während der CS REF International qualifizierten Anlegern vorbehalten ist, richtet sich der CS REF Global auch an private Investoren. Ziel der beiden Fonds ist es, den Investoren eine internationale Diversifikation des Immobilienbesitzes zu ermöglichen, wobei die Währungsrisiken weitgehend abgesichert werden. Es wird eine regelmässige, attraktive Ausschüttung angestrebt.

RICS-STUDIE: ENTWICKLUNG ANLAGEWERTE UND MIETEN

Sektor	RICS Prognose (Jährliche Veränderung in %)	
	Kapitalwert	Mieten
Erstrangige Industrieimmobilien	-0,9%	-1,2%
Zweitrangige Industrieimmobilien	-3,5%	-5,2%
Erstrangige Büroimmobilien	-0,9%	-2,9%
Zweitrangige Büroimmobilien	-4,6%	-6,8%
Erstrangige Einzelhandelsobjekte	-1,1%	-2,6%
Zweitrangige Einzelhandelsobjekte	-5,2%	-7,4%
Durchschnitt aller Liegenschaften	-2,7%	-4,4%

NACHRICHTEN

**DIETLIKON:
COCA-COLA ERÖFFNET
VISITOR CENTER**

Coca-Cola Schweiz hat in Dietlikon ein Visitor Center eröffnet. Den Besuchern wird auf einem zweistündigen, interaktiven Rundgang - u.a. durch Informationstafeln, Videos, Ratespiele und einem Rundgang durch die Abfüllanlage - Wissenswertes rund um das Unternehmen und das Getränk vermittelt.

Zu Highlights des Visitor Center gehören laut Coca-Cola Schweiz eine Freestyle-Getränkemix-Maschine mit über 100 Geschmacksrichtungen und der Coke Jump, der ein 360°-Video der Besucher erstellt. Das Visitor Center in Dietlikon/Brüttisellen befindet sich nur wenige Gehminuten vom Bahnhof Dietlikon entfernt.

Ebenfalls geht die erste High-Speed-PET-Abfüllanlage des Landes ihrer Art in Dietlikon in Vollbetrieb. Die Anlage, in die Coca-Cola rund 18 Millionen CHF investierte, produziert 42.000 Halbliter-PET-Flaschen pro Stunde.

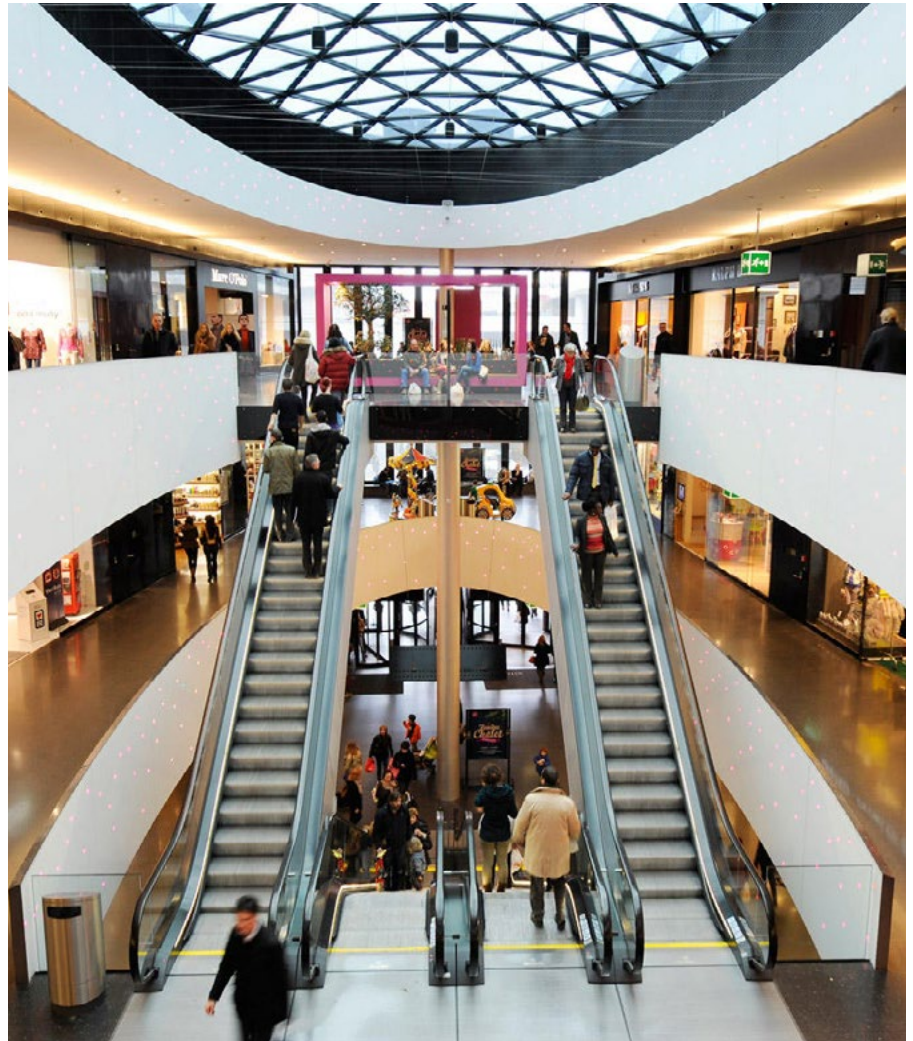
Coca-Cola ist seit 1936 in der Schweiz vertreten und beschäftigt über 900 Mitarbeitende. 2015 wurden an den zwei Produktionsstandorten Dietlikon und Vals rund 420 Millionen Liter Getränke abgefüllt, das sind 82 Prozent aller in der Schweiz verkauften Produkte von Coca-Cola Schweiz. (ah)



Das Coca-Cola VisitorCenter

DETAILHANDELSIMMOBILIEN

Hoffnungsschimmer am Horizont



Schweizer Shopping Center: Schwere Zeiten, aber Lichtblicke

DIE MINUSZAHLEN WERDEN KLEINER: GEMÄSS DER JÜNGSTEN SHOPPING CENTER ANALYSE DES IMMOBILIEN-DIENSTLEISTERS WINCASA GEHEN DIE NOMINALEN UMSÄTZE ZWAR WEITER ZURÜCK, DOCH DIE NEGATIVE DYNAMIK FLACHT IM VERGLEICH ZUM VORQUARTAL AB.

BW/PD. Nachdem in den vergangenen Monaten über den Schweizer Shopping-Center-Markt wenig Erfreuliches zu berichten war, warten die Researcher von Wincasa mit positiven Nachrichten auf: Wie dem aktuellen Retail Snapshot des Immobilien-Dienstleisters zu entnehmen ist, gehen die nominalen Umsätze zwar weiter zurück, doch die nega-

tive Dynamik flacht im Vergleich zum Vorquartal ab – und in gewissen Branchen helle sich die Entwicklung sogar auf.

«Der Strukturwandel im Detailhandel im Umfeld von Frankenstärke, Einkaufstourismus und Onlinehandel ist nach wie vor in vollem Gange», hält Philipp Schoch, Bereichsleiter Center Management bei Wincasa, fest. Im Bereich Hobby/Freizeit/Sport sowie in der Gastronomie zeigten sich entgegen der bekannten Minuszahlen aber interessante positive Umsatzentwicklungen.

Die Wincasa-Analyse fusst neu auf Zahlen von zehn Shopping Centern mit rund 550 Geschäften auf einer Gesamtfläche von 250.000 Quadratmetern; die bisherige Erfassungsbreite beruhte auf sieben Centern, 400 Geschäften und 155.000 Quadratmetern Verkaufsfläche. Seit eineinhalb Jahren weisen die Retail Snapshots Umsatzrückgänge im Vergleich zum Vorjahresquartal aus.

NOMINALER UMSATZ GEHT WEITER ZURÜCK

Wie die Researcher festhalten, schreibt das Minus von 2,3 Prozent im nominalen Wachstum die Entwicklung des letzten Quartals 2015 (- 3,2%) fort. Zuletzt hat auch der Branchenverband Swiss Council of Shopping Centers vermeldet, dass der Gesamtumsatz aller Schweizer Shoppingcenter 2015 um drei Prozent zurückgegangen ist.

Es erhellen aber auch Lichtstreifen den Horizont gewisser Branchen, so

Schoch. So hätten die Bereiche Hobby/Freizeit/Sport (+9,2 %) und Gastronomie (+3,0 %) ein Umsatzwachstum erzielen können. «Das zeigt, dass die Anstrengungen beim Ausbau der Erlebnisgastronomie in den Shopping Centern Früchte trägt», sagt Schoch.

Die Anbieter haben den Wunsch der Besucher nach mehr Genuss und sozialem Austausch aufgenommen – und sie werden nun belohnt.»

HOBBY, FREIZEIT, SPORT MELDET BEACHTLICHES UMSATZPLUS

Interessant ist die Entwicklung in der Branche Hobby/Freizeit/Sport. Diese verzeichnet durch den Flächenzuwachs zum Vorjahr ein beachtliches, aber bedingt durch den milden Winter unterproportionales Umsatzplus, was die Flächenproduktivität zurückgehen liess.

«Die Branche glaubt weiterhin an ihre Zukunft, deshalb wird investiert», analysiert Schoch. Den Besuchern werden faszinierende Freizeit- und Erlebniswelten auf vergrösserten Verkaufsflächen gezeigt und fachkundige Beratung offeriert – etwas, das der Online-Handel nicht bieten kann.

Das lässt Schoch und seine Fachleute neue Überlegungen bezüglich der Erfassung der ökonomischen Kennziffern anstellen. «Qualitative Messwerte wie Kundenfrequenzen oder Kundenzufriedenheit halten wir für die Zukunft der Shopping Center ebenso wertvoll wie die bekannte Grösse Flächenproduktivität.» •

NACHRICHTEN

ALDI AUF EXPANSIONSKURS

Aldi sieht offenbar noch viel Potenzial in der Schweiz: Der deutsche Discounter kündigt die Modernisierung seines bestehenden Filialnetzes in der Schweiz an; zudem soll die Anzahl der Filialen – derzeit sind es 181 – in den kommenden Jahren deutlich aufgestockt werden.

Wie Aldi-Suisse jüngst mitteilte, hat sich Timo Schuster, Landesgeschäftsführer des Billiganbieters, zum Ziel gesetzt, das Filialnetz in den nächsten Jahren auf 300 Standorte auszuweiten, was inklusive der Modernisierungsmassnahmen mit Investitionskosten rund 70 Millionen CHF veranschlagt ist.

Den Angaben zufolge soll das neue Ladendesign nach einer erfolgreichen Testphase in mehreren Filialen der Deutsch- und Westschweiz an sämtlichen Filialstandorten eingeführt werden. Alle neu geplanten Filialen wie auch die bestehenden Ladenstandorte werden nach und nach mit neuen Stil-Elementen ausgestattet. Zum neuen Erscheinungsbild gehören Imagebilder als Wandverkleidungen und Orientierungsschilder. Der Bereich Kühling soll ausgebaut werden; darüber hinaus will man den Convenience-Bereich und die Präsentation von frischem Obst und Gemüse aufwerten.

Bereits umgesetzt wurde das neue Design in der Winterthurer Filiale in Töss und in der Ende Mai eröffneten zweiten Filiale in Zürich-Oerlikon. Mitte Juni wird in Givisiez im Kanton Freiburg bereits die 182. Niederlassung eröffnet.

RETAILIMMOBILIEN EUROPA

Bis 2030 weniger Detailhandelsflächen

DIE DIGITALISIERUNG SETZT DEN STATIONÄREN DETAILHANDEL ZUNEHMEND UNTER VERÄNDERUNGSDRUCK. PARALLEL WIRD DIE WIEDERENTDECKUNG DES URBANEN PROPAGIERT, EINE NEUE DIFFUSION VON REALITÄT UND VIRTUALITÄT DEUTET SICH AN. CATELLA RESEARCH BESCHÄFTIGTEN DIE FRAGE, WIE SICH DAS KONSUMVERHALTEN VERÄNDERT – UND WIE VIELE DETAILHANDELSFLÄCHEN ES KÜNFTIG NOCH BRAUCHT.

BW/PD. Handel ist Wandel, heisst ein altes Sprichwort. Doch ging dieser Wandel kaum je so rasch von statten wie in den letzten Jahren, in denen der Detailhandel gleich mehrere Strukturänderungen erfahren hat, ausgelöst durch Produktinnovationen, Veränderungen in den Logistikprozessen – etwa in Folge der Globalisierung der Warenströme und steigender Nachfrage nach Same-day-delivery – und/oder durch Veränderungen im Konsumverhalten.

So verlagerten sich beginnend mit dem letzten Jahrzehnt Teile des Kaufverhaltens ins Internet; die Umsatzzahlen des E-Commerce stiegen jährlich im zweistelligen Prozentbereich, während die Umsätze des klassischen Detailhandels nur leicht zulegten. Auf diese Strukturänderung, reagieren, wie am Markt zu beobachten ist, viele Detailhändler mit neuen bzw. abgewandelten Standortkonzepten. Ein Trend, der das Research-Team von Catella dazu bewegte, sich mit der Frage zu beschäftigen, ob zunehmender, digital organisierter (Versand-)Handel die europäischen Detailhandelsflächen mittelfristig



E-Commerce verändert das Einkaufsverhalten

obsolet macht. «Fakt ist: Digitalisierung und demografischer Wandel werden Nachfragemuster verändern und zu einer Reduktion der Detailhandelsflächen führen», sagt Thomas Beyerle, Leiter Research der Immobiliengesellschaft. «Hinzu kommen in der aktuellen Dekade die bisher nur von wenigen erkannten Chancen – Stichwort Big Data – um Kundendaten professionell bei der Zielgruppenansprache einzusetzen.»

INNOVATIONEN UND TRENDS AM HORIZONT

Inzwischen tätigen 63 Prozent der Internetnutzer in der EU 28 regelmässig Einkäufe im Internet, wodurch sich gerade in den Märkten mit hoher Verkaufsflächenausstattung pro Kopf ein zunehmend aggressiv geführter Verdrängungswettbewerb abspielt. Jedoch sei der «klassische»

E-Commerce eigentlich schon heute eine Technologie von gestern, meint Beyerle: «Weitere technische Innovationen und die Prägung der Gesellschaft durch die sogenannten ‚Digital Natives‘ werden die Definition von Shoppen bis zum Jahr 2030 grundlegend verändern. Dabei werden die Kundenorientierung, Transparenz, Festivalisierung und ‚Shoppen im Vorübergehen‘ werden dabei im Mittelpunkt stehen.»

Kundenortierung könnten zwar auch E-Commerce-Anbieter leisten, räumt Beyerle ein: «Hochgradig digitalisierte Logistik mit flexiblen und innovativen Angeboten machten Hauslieferungen effizient und komfortabel, auf Wunsch auch automatisiert über M2M-Bestellungen¹; das ‚Internet der Dinge‘ und Big Data machen’s möglich.»

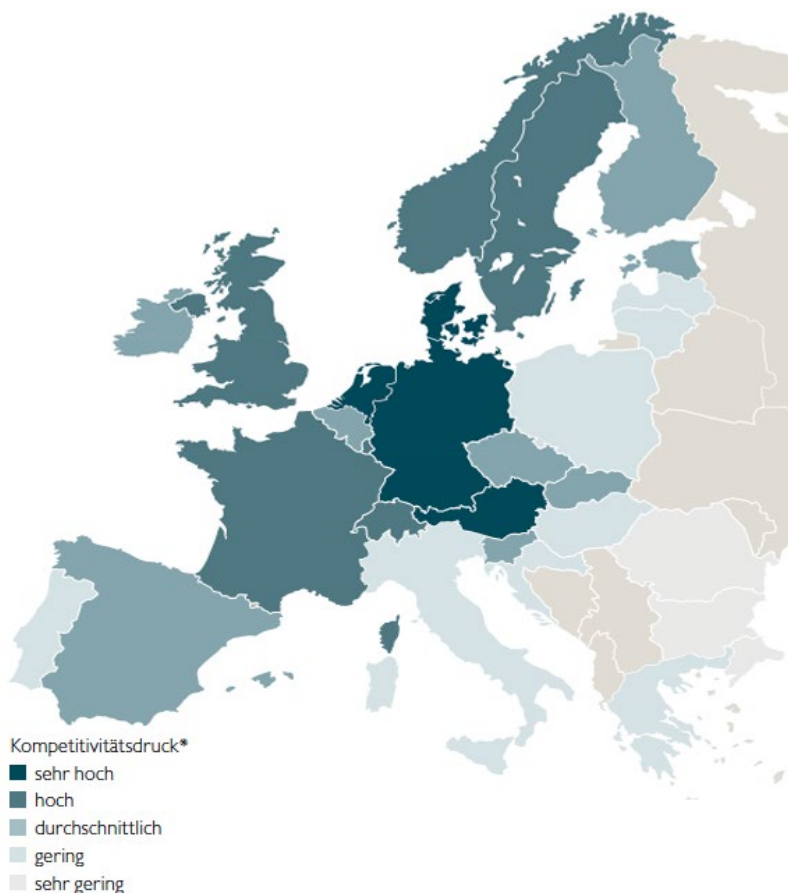
Doch mit dem Trend zur Festivalisierung finde der standortgebundene

Detailhandels sein neues USP². «Kombiniert mit multimedialer Konversation rückt die Zelebrierung der Marke und des Kaufevents gleichberechtigt neben das eigentliche Produkt. Somit wird im Zuge eines Omnichannel-Ansatzes in der Kundenansprache, vulgo Marketing, mithilfe aufwendiger Vernetzung interner Systeme und externer Geräte sowie technischer Innovationen ein Mehrwert beim Besuch des Stores generiert», führt Beyerle aus und verweist auf Stichworte wie IoT und AR.³ Die zunehmende Etablierung von Flagship Stores in Verbindung mit Kundenansprache via App sieht der Catella-Research-Chef als ersten Vorboten dieser Entwicklung. Eine weitere Ausprägung der Festivalisierung und Beschleunigung im Detailhandel materialisiere sich durch die temporäre Ansiedlung von Pop-Up-Stores. Zudem werde es die Verbreitung von Augmented-Reality-Technologien den Händlern ermöglichen, die Fussgängerzonen der Innenstädte durch interaktive Video Walls und Connected Devices zu einer grossen Kommunikations- und damit Verkaufsfläche aufsteigen zu lassen, individualisierte Kundenansprache eingeschlossen. Allerdings zeichnet sich in Gestalt der 3D-Druck-Technologie bereits neue Konkurrenz ab: 3D-Drucker bieten künftig das Potenzial, viele Produkte dezentral zu geringen Kosten herzustellen. «Hier könnte sich langfristig ein völlig neuer Markt mit dem Handel von Druckvorlagen etablieren: print-at-home statt Einkaufsbummel», so Beyerle. Die gute Nachricht: Bis 2030 ist kein Durchbruch zum Massenphänomen absehbar.

STRUKTURWANDEL ABSEHBAR

Grundsätzlich stellt sich für Beyerle die Frage, ob das zukünftige Verständnis von Verkaufsfläche >>>

KOMPETITIVITÄTSDRUCK AUF EUROPÄISCHE EINZELHANDELSMÄRKTE BIS 2030



* Verkaufsfläche (VK) pro Kopf & Quote der Online-Shopper

Quelle: Catella Research 2016

SZENARIEN – VERKAUFSFLÄCHENANALYSE 2030

Betriebsformen/Lagen	Entwicklung bei ca. 550 Mio m ²	Entwicklung bei ca. 510 Mio m ²
Malls	■	■
Fachmarktzentren	■	■
Factory Outlets	■	■
Discounter	■	■
LM-Vollsortimenter	■	■
Pop-Up Stores	■	■
A-Lagen	■	■
B-Lagen	■	■
Ländliche Räume	■	■

■ gleichbleibend bis leichte Zunahme
 ■ leichter Rückgang
 ■ starker Rückgang

Quelle: Catella Research 2016

>>> noch deckungsgleich mit dem heutigen sein wird. Aktuell verfügen die EU-28-Staaten insgesamt über circa 590 Millionen Quadratmeter Verkaufsfläche; diese sind allerdings sehr inhomogen verteilt. Hochentwickelte Märkte mit einer hohen Ausstattung an Verkaufsflächen pro Kopf bei relativ geringer Flächenproduktivität, wie etwa Deutschland mit 1,46 Quadratmetern, die Niederlande mit 1,62 Quadratmetern oder Österreich mit 1,74 Quadratmetern, bergen Beyerle zufolge ein relativ höheres Risiko für Schrumpfung; weniger entwickelte Märkte würden hingegen direkt auf ein niedrigeres Ausstattungsniveau zulaufen. «Je nach makroökonomischer Entwicklung und Adaptionse-

geschwindigkeit der europäischen Detailhändler werden 2030 nach unserer Prognose voraussichtlich noch 510 bis 550 Millionen Quadratmeter Verkaufsfläche erhalten sein», sagt Beyerle. Somit würden Zentren des stationären Detailhandels ihre Funktion vordergründig behalten, ihr Gesicht werde sich jedoch verändern: «Zunehmende Digitalisierung und stetige Vernetzung werden das Bedürfnis nach physischem sozialem Kontakt nicht ersetzen, sondern ergänzen und mehr denn je einfordern.»

Die Bestimmung der Zentren verändere sich somit vom Marktplatz hin zum Kristallisationspunkt des Urbanen, in dem der Aspekt des Einkaufens nur noch ein Teilelement darstel-

le, prognostiziert Beyerle. Sein Fazit: «Nur wer es schafft, die Konsumenten aus dieser Gemengelage heraus abzuholen sowie technische Innovationen aus dem Bereich der Digitalisierung zu adaptieren, wird langfristig erfolgreich sein.» •

¹ M2M = *Machine-to-machine (automatisierter Informationsaustausch zwischen Endgeräten)*

² USP = *Unique Selling Proposition oder Unique Selling Point*

³ IoT = *Internet of Things (Internet der Dinge), AR = Augmented Reality (Erweiterte Realität).*

ANZEIGE



Wer sorgt bei Ihnen für das bestmögliche Arbeitsumfeld?

Bouygues Energies & Services ist ein global agierendes und in der Schweiz führendes Unternehmen für Dienstleistungen rund um Geschäftsimmobilien in jeder Phase des Lebenszyklus.

www.bouygues-es.ch



Unsere Energie für ein **Besseres Leben**

MARKTKOMMENTAR

Stabiler Seitwärtstrend

REAL WIE SWIIT INDEX VERZEICHNETEN ZULETZT EINE LEICHTE KURSKORREKTUR. AUF DAS JAHR GESEHEN BLEIBT DIE PERFORMANCE DER KOTIERTEN IMMOBILIEN-AKTIE UND – FONDS WEITER ANSEHNLICH.

NH/TM. In der vergangenen Woche erreichte der REAL Index mit 2.203 Punkten knapp einen neuen Allzeithöchststand. Die Volumen bewegten sich während dieser Zeit deutlich unter dem 30-tägigen Durchschnitt und somit fehlte ein wichtiger Antriebsfaktor in der sich entwickelnden Aufwärtsphase. Somit ist eher davon auszugehen, dass es mittelfristig beim Seitwärtstrend bleibt. Zum Wochenabschluss folgte eine deutliche Kurskorrektur, so dass der REAL Index für den laufenden Monat eine negative Performance (-0,57%) ausweist; für das Jahr bleibt weiterhin ein Plus von 10,06 Prozent. Die massive Abnahme der Wahrscheinlichkeit einer Zinserhöhung durch die amerikanische Notenbank, die Auswirkungen auf das globale Zinsumfeld hat, sollte die Immobilienmärkte weiterhin vor einer grösseren Korrektur schützen. Eine ähnliche Entwicklung vollzog der EPRA Index: Er näherte sich Ende Mai dem Vorjahresschlusskurs, ehe auch hier zum Wochenabschluss eine Kurskorrektur einsetzte. Somit notiert der Index der europäischen Immobilien-Aktien wieder bei -2,75 Prozent für das laufende Jahr (nicht währungsbereinigt). Während der letzten Handelswoche setzte nach einer fast vierwöchigen Seitwärtsbewegung eine kurzfristig negative Kurskorrektur ein. Zum Wochenabschluss verzeichnete der



Nicolas Hatt und Thomas Marti, SFP

Markt eine erste Gegenbewegung. Die kotierten Immobilienfonds notieren im Juni um 0,79 Prozent tiefer als im Vormonat und bei plus 5,25 Prozent für das laufende Jahr. Der Fokus lag zuletzt auf der Kapitalerhöhung des Credit Suisse REF LivingPlus (170 Mio. CHF). Auch Polymen (46 Mio. CHF) und Residentia (22 Mio. CHF) führten eine Emission von neuen Anteilen durch. In den kommenden Wochen folgen nichtkotierte Produkte wie Procimmo II und SF Retail Properties Fund mit einem Gesamtvolumen von rund 200 Millionen CHF. Auch der an der Berne Exchange kotierte Immobilienfonds Streetbox führt in den kommenden Tagen eine Kapitalerhöhung von 20 Millionen CHF durch. Für das dritte Quartal 2016 ist zudem der Transfer von der Berner Börse an die SIX Swiss Exchange geplant. •

REAL ESTATE INDICES	LAST	MTD	YTD
REAL SWIIT KOMBINIERT	1844.87	-0.73	6.57
REAL	2184.36	-0.57	10.06
SWIIT	352.85	-0.79	5.25
EPRA EUROPE INDEX	2165.07	-1.62	-2.75

SWISS FRANC SWAP	LAST	MTD	YTD
CHF SWAP (VS 6M LIB) 2Y	-0.7675	-0.0937	-0.1214
CHF SWAP (VS 6M LIB) 5Y	-0.6550	-0.1050	-0.3500
CHF SWAP (VS 6M LIB) 10Y	-0.2725	-0.1383	-0.5291
CHF SWAP (VS 6M LIB) 15Y	-0.0300	-0.1363	-0.5975

NACHRICHTEN

UBS AST-KIS
RE-OPENING

Die Anlagegruppe UBS AST Kommerzielle Immobilien Schweiz der Anlagestiftung der UBS für Personalvorsorge wird unter bestimmten Bedingungen und nach einem speziellen Prozedere bis am 24. Juni 2016 (Anmeldeschluss) für Zeichnungen geöffnet. Das Emissionsvolumen beziffert sich auf rund 75 Mio. CHF. Wie die UBS mitteilt, können nur schweizerische Personalvorsorgeeinrichtungen in Anlagegruppen der Anlagestiftung der UBS für Personalvorsorge investieren. Der Emissionserlös diene der Rückführung von Fremdfinanzierungen, der Finanzierung von Bauprojekten und dem Kauf von Liegenschaften.

Zum Portfolio der Anlagegruppe UBS AST-KIS zählen aktuell 38 Liegenschaften mit einem Marktwertvolumen von rund 580 Mio. CHF. Die Performance von UBS AST-KIS betrug im vergangenen Geschäftsjahr 5,0 Prozent, respektive 5,4 Prozent über die letzten drei Jahre.

Der jüngste Zukauf erfolgte zum 1. Juni 2016: Die Anlagegruppe erwarb ein Portfolio mit vier Bestandesliegenschaften in Basel, Chiasso (TI), Muttenz (BL) und Reinach (BL) für insgesamt rund 58 Mio. CHF. Die Gebäude werden primär kommerziell genutzt (Büro, Retail, Gewerbe), zwei verfügen auch über einen geringen Wohnanteil. Alle vier Objekte beinhalten als Besonderheit UBS-Geschäftsstellen, die bereits dem neuen Corporate Branch Design der UBS AG angepasst wurden. Den Angaben zufolge zeichnen sich die Gebäude durch eine sehr gute Mikrolage im Zentrum der jeweiligen Standorte aus.

Immobilien-Finanzmärkte Schweiz

KURSE NICHKOTIERTER IMMOBILIEN-NEBENWERTE										9. JUNI 2016
NOM. WERT	BRUTTO-DIVIDENDE	VALOREN-NUMMER	BESCHREIBUNG	TIEFST	HÖCHST	GELD		BRIEF		
500		3490024 N	AG FÜR ERSTELLUNG BILLIGER WOHNHÄUSER IN WINTERTHUR	81,000.00	82,500.00	89000	1.00	94,950.00	3	
50		140241 N	AGRUNA AG	3,250.00	3,275.00	3100	5.00	3,650.00	5	
1		4986482 I	ATHRIS HOLDING AG I	1,400.00	1,425.00	1410	1.00	1,450.00	10	
0.2		4986484 N	ATHRIS HOLDING AG N	280.00	325.00	285	1.00	320.00	29	
50		155753 N	BÜRGERHAUS AG, BERN	1,550.00	1,750.00	1550	9.00	1,850.00	5	
137		10202256 N	CASAINVEST RHEINTAL AG, DIEPOLDsau	305.00	350.00	310	96.00	0.00	0	
10		255740 N	ESPACE REAL ESTATE HOLDING AG, BIEL	146.00	152.00	146	300.00	149.00	5	
25		363758 I	FTB HOLDING SA, BRISSAGO	600.00	612.00	600	8.00	650.00	29	
500		191008 N	IMMGES VIAMALA, THUSIS			6605	5.00	8,000.00	10	
400		257750 I	IMMOBILIARE PHARMAPARK SA, BARBENGO			0	0.00	0.00	0	
200		11502954 N	KONKORDIA AG N	3,300.00	3,950.00	3710	1.00	4,100.00	5	
50		154260 N	LÖWENGARTEN AG			165	10.00	0.00	0	
10		254593 N	MSA IMMOBILIEN, ADLISWIL			650	20.00	1,050.00	25	
0.1		28414392 N	PLAZZA-B-N	38.00	41.00	40.5	250.00	42.00	132	
500		3264862 N	PFENNINGER & CIE AG, WÄDENSWIL			0	0.00	3,500.00	1	
1		2989760 I	REAL ESTATE HOLDING			0	0.00	0.00	0	
250		257770 N	REUSSEGG HLDG N	57.00	57.00	81	30.00	0.00	0	
600		225664 I	SAE IMMOBILIEN AG, UNTERÄGERI	3,450.00	4,600.00	3800	15.00	4,999.00	1	
870		228360 N	SCHÜTZEN RHEINFELDEN IMMOBILIEN AG, RHEINFELDEN	2,600.00	3,000.00	2710	6.00	3,450.00	6	
800		231303 I	SIA- HAUS AG, ZÜRICH	4,120.00	4,250.00	4100	10.00	4,400.00	5	
5		1789702 I	SIHL MANEGG IMMOBILIEN AG	7.00	7.50	7.5	29,250.00	0.00	0	
1000		172525 N	TL IMMOBILIEN AG	11,000.00	11,000.00	9000	1.00	0.00	0	
100		253801 N	TERSAG			11600	1.00	0.00	0	
1000		256969 N	TUWAG IMMOBILIEN AG, WÄDENSWIL			15650	1.00	0.00	0	
2.5		14805211 N	ZUG ESTATES N SERIE A	140.50	155.00	144	70.00	0.00	0	
100		635836 N	ZÜRCHER FREILAGER AG, ZÜRICH	6,750.00	8,800.00	7510	10.00	0.00	0	



B E K B | B C B E

ANZEIGE

NO RISK, NO FUN?
Immobilieninvestments werden anspruchsvoller

Mehr über Macher, Märkte
und Investitionen im
neuen IMMOBILIEN Business.

Die aktuelle Ausgabe jetzt
am Kiosk oder im Abo.
www.immobilienbusiness.ch

IMMOBILIEN
BUSINESS

Das Schweizer Immobilien-Magazin

Immobilien-Finanzmärkte Schweiz

IMMOBILIENFONDS										12. JUNI 2016
CH-VALOREN	ANLAGEFONDS NAME	RÜCKNAME PREIS	BÖRSEN-KURS	AUS-SCHÜTT.-RENDITE	ECART	PERF. YTD 2016	TOTAL UMSATZ %APRIL	KURSE SEIT 1.1.15 TIEFST / HÖCHST		BÖRSEN-KAPITALISIERUNG
2,672,561	BONHOTE IMMOBILIER	113.90	146.00	2.18%	28.18%	6.03%	3.34%	134.30	146.50	869,604,762
844,303	CS 1A IMMO PK	1148.00	1530.00	3.46%	33.28%	2.68%	NICHT KOTIERT	1455.00	1530.00	4,326,656,400
10,077,844	CS REF GREEN	103.65	130.50	2.70%	25.90%	7.46%	2.08%	118.10	135.90	783,000,000
11,876,805	CS REF HOSPITALITY	98.15	96.00	2.89%	-2.19%	5.61%	2.91%	89.95	96.00	864,000,000
276,935	CS REF INTERSWISS	179.50	214.70	3.99%	19.61%	3.17%	1.50%	205.50	218.00	1,781,297,196
3,106,932	CS REF LIVINGPLUS	98.80	131.30	2.53%	32.89%	3.58%	1.54%	127.50	137.00	2,527,525,000
4,515,984	CS REF PROPERTY PLUS	116.20	144.00	2.94%	23.92%	6.31%	1.91%	137.00	147.00	1,227,571,200
1,291,370	CS REF SIAT	135.75	196.50	2.79%	44.75%	7.97%	1.35%	180.80	199.40	2,801,049,533
12,423,800	EDMOND DE ROTHSCHILD SWISS	107.30	129.00	2.54%	20.22%	6.79%	3.25%	117.00	132.00	862,044,951
1,458,671	FIR	121.20	180.00	2.20%	48.51%	3.39%	0.90%	170.60	186.00	1,158,198,120
977,876	IMMOFONDS	295.75	439.00	3.14%	48.44%	-1.18%	1.02%	420.75	455.00	1,413,103,685
278,226	LA FONCIERE	656.00	1050.00	1.99%	60.06%	6.87%	1.08%	972.00	1077.00	1,302,147,000
277,010	IMMO HELVETIC	157.15	226.00	2.89%	43.81%	9.10%	1.56%	213.00	245.00	904,000,000
3,499,521	PATRIMONIUM SRE FUND	118.30	149.00	2.03%	25.95%	12.01%	1.23%	137.90	150.90	614,214,952
10,700,655	POLYMER FONDS IMMOBILIER	114.10	133.00	2.35%	16.56%	7.44%	4.23%	128.00	140.00	247,962,540
3,362,421	PROCIMMO SWISS COMM FUND	124.50	156.50	3.33%	25.70%	7.05%	0.87%	142.00	158.00	755,691,081
3,941,501	REALSTONE SWISS PROP FUND	117.35	144.00	2.71%	22.71%	6.67%	1.38%	132.10	148.90	661,630,464
10,061,233	RESIDENTIA	105.25	125.50	2.62%	19.24%	13.30%	7.70%	113.50	128.40	125,576,304
278,545	SOLVALOR "61"	176.85	248.00	2.12%	40.23%	6.90%	1.19%	230.30	255.00	1,117,800,232
12,079,125	SF SUSTAINABLE PROPERTY FD	109.20	135.50	2.11%	24.08%	2.92%	1.07%	130.00	139.50	410,483,023
725,141	SCHRODER IMMOPLUS	964.00	1265.00	2.72%	31.22%	4.72%	1.63%	1204.00	1295.00	1,214,400,000
3,743,094	SWISSCANTO (CH) REF IFCA	93.85	131.50	2.52%	40.12%	7.84%	1.76%	123.30	134.90	1,386,606,484
11,195,919	SWISSCANTO (CH) REF SCOM	96.00	136.00	2.32%	41.67%	10.88%	1.17%	123.00	138.50	487,298,200
2,616,884	SWISSINVEST REIF	124.25	170.50	2.71%	37.22%	5.25%	1.08%	159.70	178.80	826,346,323
1,442,082	UBS SWISS RES. ANFOS	50.60	68.50	2.97%	35.38%	0.22%	1.19%	66.05	70.50	2,281,268,378
2,646,536	UBS CH PF DIRECT RESIDENTIAL	12.70	17.65	2.30%	38.98%	5.06%	1.10%	16.30	18.45	585,797,905
19,294,039	UBS CH PF DIRECT URBAN	10.56	12.80	1.90%	21.21%	-2.29%	4.52%	12.50	13.35	368,592,371
1,442,085	UBS LEMAN RES. FONCIPARS	66.90	90.50	2.72%	35.28%	9.35%	2.63%	84.00	92.50	1,160,791,825
1,442,087	UBS SWISS MIXED SIMA	81.10	105.70	3.09%	30.33%	4.47%	2.74%	103.30	111.50	7,350,723,322
1,442,088	UBS SWISS COM. SWISSREAL	58.50	70.20	3.80%	20.00%	4.07%	2.09%	69.30	74.70	1,460,240,870
				Ø	Ø	SWIIT	Ø			TOTAL
				2.69%	31.11%	5.25%	1.70%			41,875,622,119

IMMOBILIENAKTIEN										12. JUNI 2016
CH-VALOREN	AKTIEN NAME	NAV	BÖRSEN-KURS	AUS-SCHÜTT.-RENDITE	ECART	PERF. YTD 2016	MTL. UMSATZ %APRIL	KURSE SEIT 1.1.15 TIEFST / HÖCHST		BÖRSEN-KAPITALISIERUNG
883,756	ALLREAL HOLDING	121.50	135.80	4.26%	11.77%	5.95%	2.53%	128.20	142.30	1,407,272,810
1,820,611	BFW LIEGENSCHAFTEN N	35.70	38.50	3.52%	7.84%	18.25%	2.61%	33.25	40.50	169,776,338
255,740	ESPACE REAL ESTATE	151.90	149.00	3.03%	-1.91%	4.99%	0.18%	146.00	152.00	319,738,206
4,582,551	FUNDAMENTA REAL N	13.25	13.80	2.91%	4.15%	4.80%	0.58%	12.80	13.90	195,858,446
23,951,877	HIAG IMMOBILIEN N	86.25	93.00	3.78%	7.83%	4.83%	0.38%	84.84	96.95	744,000,000
1,731,394	INTERSHOP N	265.40	435.00	4.64%	63.90%	13.04%	2.75%	399.00	477.50	574,200,000
1,110,887	MOBIMO	195.80	220.50	4.58%	12.61%	3.50%	3.92%	196.70	228.00	1,370,831,522
21,218,624	NOVAVEST	36.55	37.50	1.91%	2.60%	7.30%	0.46%	34.00	37.00	98,618,288
1,829,415	PSP SWISS PROPERTY	82.20	92.25	3.60%	12.23%	8.58%	5.05%	79.00	93.50	3,723,555,391
803,838	SWISS PRIME SITE	68.70	85.20	4.37%	24.02%	13.25%	5.19%	71.20	85.15	5,934,310,697
261,948	WARTECK INVEST	1436.00	1850.00	3.68%	28.83%	7.75%	1.26%	1715.00	1897.00	315,018,000
1,480,521	ZUG ESTATES	1456.00	1595.00	1.29%	9.55%	11.80%	0.67%	1431.00	1605.00	376,981,440
				Ø	Ø	REAL	Ø			TOTAL
				3.46%	15.28%	10.06%	4.05%			15,230,161,136

PROJEKTENTWICKLUNG/STADTENTWICKLUNG

Neues City-Resort-Hotel im Zürcher Vulcano



In der Überbauung Vulcano entsteht eines der grössten Hotels in Zürich

ZÜRICH IST BALD UM EINEN BEHERBERGUNGSBETRIEB REICHER. DIE A-JA RESORT UND HOTEL GMBH WILL IN DER ÜBERBAUUNG VULCANO IN ALTSTETTEN EIN HOTEL IM MIDSCALE-SEGMENT ERÖFFNEN.

BW. Die Hamburger a-ja Resort und Hotel GmbH mit Sitz hat Zürich als neuen Standort entdeckt. Bis 2018 will die Tochter der Deutschen Seereederei GmbH in der Überbauung

«Vulcano» ein neues City-Resort-Hotel eröffnen. Mit 320 Zimmern wird das «aja City Resort» eines der grössten Hotels in der Limmatstadt sein. Der vom Pariser Architekten Dominique Perrault entworfene Gebäudekomplex Vulcano entsteht auf einem rund 12.000 Quadratmeter grossen Areal an der Vulkanstrasse 110, für dessen Entwicklung und Überbauung die Steiner AG als Immobilienentwickler und Totalunternehmer verantwortlich zeichnet. Steiner er-

stellte auch das Nutzungskonzept für einen Hotelbetrieb. Bauherr ist eine Anlagegruppe der Credit Suisse, mit der a-ja einen langfristigen Pachtvertrag, unter Vorbehalt einer rechtskräftigen Baugenehmigung durch die Behörden, unterzeichnet hat. Perraults Entwurf sieht drei markante Türme auf einem Sockelbau mit insgesamt 25 Geschossen und einem Untergeschoss vor. Ende 2018 soll der gesamte Vulcano-Komplex fertiggestellt sein und eröffnen.



Sockelbau des Vulcano: Standort des a-ja-City-Resorts

Das künftige a-ja Resort befindet sich im Sockelbau und erstreckt sich vom Erdgeschoss bis in den fünften Stock. Die künftigen Wohnungsmieter des Vulcano werden a-ja-Dienstleistungen wie Catering, SPA und Reinigungsservice nutzen können.

Das a-ja City Resort wird über einen Fitness- und Wellnessbereich mit Rooftop-Alpengarten und Aussen-sauna verfügen; ferner sind zwei Gastronomiebetriebe geplant. Trotz der vielen Dienstleistungen soll das City-Resort-Konzept preislich im Midscale-Segment liegen.

Das a-ja City Resort Zürich ist das sechste Resort der jungen Hotelmarke, die an klassischen Urlaubsorten sowie in der Stadt weiter expandieren will. Holger Hutmacher, Geschäftsführender Gesellschafter der a-ja Resort und Hotel GmbH, sagt: «Nachdem wir ein Zukunftskonzept für die klassische Ferienhotellerie entwickelt haben, geht a-ja jetzt auch in die deutschsprachigen Metropolen und sucht Standorte für die weitere Expansion. Zürich wird das erste Resort für Urlaub in der Stadt sein, weitere

werden folgen.» Das a-ja-Konzept wurde von den Erfindern der Marken AIDA und A-ROSA entwickelt. An Ostern 2013 wurde in Warnemünde das erste a-ja Resort eröffnet, 2015 folgten Grömitz und Bad Saarow. •

SCHWEIZER IMMOBILIENBRIEF

Das e-paper der Schweizer Immobilienwirtschaft
Ausgabe 11/2016 / 10. Jahrgang / 222. Ausgabe.

Verlag:
galledia ag
IMMOBILIEN Business
Grubenstrasse 56, 8045 Zürich
www.immobiliengeschaeft.ch

Birgitt Wüst, Redaktionsleitung
Dr. Anja Hall, Redaktion
Rehne Herzig, Verlagsleiter
Claudia Haas, Mediaberaterin
Susana Perrotet, Layout

Administration & Verwaltung:
info@immobiliengeschaeft.ch

WEITERE TITEL:
IMMOBILIEN Business
Schweizer Immobiliengespräche

HAFTUNGSAUSSCHLUSS:
Der redaktionelle Inhalt stellt weder ein Angebot noch eine Aufforderung zum Abschluss einer Finanztransaktion dar und entbindet den Leser nicht von seiner eigenen Beurteilung.

ISSN 1664-5162

NACHRICHTEN

BASEL: ROCHE PLANT HOCHHAUS-INDUSTRIE-QUARTIER

Der Pharmakonzern Roche plant auf seinem Areal entlang der Grenzacherstrasse mehrere bis zu 132 Meter hohe Bauten für ein Forschungszentrum. Zudem soll ein 205 Meter hohes Bürogebäude entstehen, das nochmals 27 Meter höher ist als der «Bau 1», derzeit mit 178 Metern das höchste Gebäude der Schweiz. Den Entwicklungsplan hatte Roche mit dem Basler Architekturbüro Herzog & de Meuron ausgearbeitet, von dem auch die Entwürfe für den «Bau 1» stammen. Der Konzern will drei Milliarden Franken in Ausbau investieren.

Im Parlament wurde dies als Bekenntnis des Pharmakonzerns zum Standort Basel breit begrüsst; der Grosse Rat des Kantons Basel-Stadt hat den Bebauungsplan für die räumliche Entwicklung des Pharmakonzerns gutgeheissen – damit kann das Roche-Areal zum Hochhaus-Industriequartier erweitert werden. Diskussionen gab es indes über die massive Veränderung des Stadtbildes durch die neuen Hochhäuser. Der Bebauungsplan für die neuen Roche-Hochhäuser wurde allerdings deutlich mit 84 gegen zwei Stimmen bei fünf Enthaltungen mit einer breiten Mehrheit verabschiedet. Damit wurden auch alle 89 Einsprachen abgewiesen.



Der Roche-Turm «Bau 1» bekommt bald Gesellschaft

IMMOBILIEN Business

Das Leitmedium aus der Schweizer Immobilienbranche

Damit haben Sie nicht gerechnet.

Für nur CHF 150.– erhalten Sie ein Jahresabonnement für zehn Ausgaben der Immobilienzeitschrift IMMOBILIEN Business (CHF 140.–) plus einen Eintritt an die Schweizer Immobiliengespräche 2016 (CHF 95.–).

Jetzt profitieren und CHF 85.– sparen.

Angebot gilt nur für Neuabonnenten.

www.immobilienbusiness.ch/abo

IMMOBILIEN
BUSINESS Das Schweizer Immobilien-Magazin