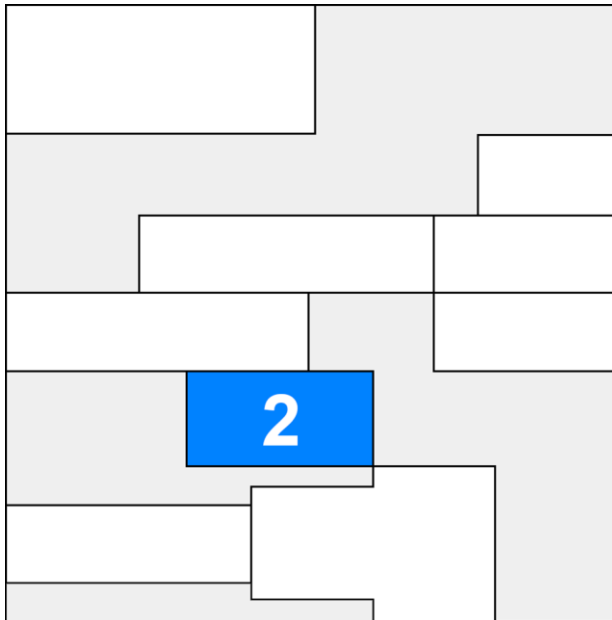


Segment 2: PW-Versorger

Nachfragersegmente im Verkaufsflächenmarkt




2.1 PW-Versorger: Einleitung

Rund 0.8 % der auf dem Schweizer Verkaufsflächenmarkt agierenden Betriebe und 5.2 % der Beschäftigten zählen zum Segment PW-Versorger. Zu diesem Segment gehören mehrheitlich filialisierte Verbrauchermärkte und Discounter, die ein breites Lebensmittelsortiment, ergänzt mit einem schmalen Non-Food Sortiment, verkaufen. Typische Vertreter der PW-Versorger sind Lebensmitteldiscounter und Lebensmittelverbrauchermärkte. Als autokundenorientierte Grundversorger an gut frequentierten Verkehrsachsen, am Stadtrand grösserer Städte, in Gewerbegebieten oder zunehmend auch in Fachmarktballungen sind sie nicht zentrenrelevant.



Die PW-Versorger können die Funktion eines Ankermieters an ihrem jeweiligen Standort einnehmen und somit Kundenfrequenz aus einer weiteren Umgebung erzeugen. Da ihre Güter gezielt und in grossen Mengen gekauft werden, sind die Erreichbarkeit mit dem Individualverkehr sowie ein grösseres Parkplatzangebot die wichtigsten Anforderungen an den Standort. Sie verkaufen in eigenständigen, in der Regel eingeschossigen Grundstücken mit Verkaufsflächen von über 2'500 m² oder bei Discountern häufig in Flächen von rund 1'000 m². Ihr Ausstattungsstandard ist überwiegend einfach und die Flächenflexibilität eher wichtig. Des Weiteren sind die Gewährleistung einer günstigen Anlieferung der Produkte und Zusatzräume wie Kühlräume von Bedeutung. Ihre Flächenrentabilität ist eher gering, was sich negativ auf die Miet-Zahlungsbereitschaft auswirkt. Die Preisgestaltung reicht von niedrigpreisig bis stark discountorientiert.

2.2 Wer sind die PW-Versorger?

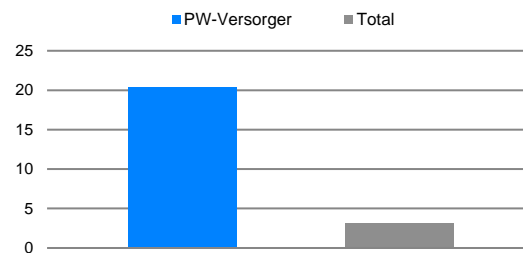
Charakteristikum	Typische Ausprägung
Flächenrentabilität (Rohertag pro m2 in CHF)	<div style="display: flex; justify-content: space-between; width: 100%;"> Gering Hoch </div> 
Typische Betriebe	Lebensmittelverbrauchermarkt, Lebensmitteldiscounter
Betriebstyp	Verbrauchermarkt, Discounter
Neue relevante Formate / Konzepte	

Welche Gütergruppen werden hauptsächlich von den PW-Versorgern verkauft?

Nahrungs- und Genussmittel	<input checked="" type="checkbox"/>
Gesundheits- und Körperpflege	<input checked="" type="checkbox"/>
Bekleidung / Schuhe	<input type="checkbox"/>
Warenhäuser / Waren verschiedener Art	<input checked="" type="checkbox"/>
Optik / Foto	<input type="checkbox"/>
Uhren / Schmuck	<input type="checkbox"/>
Bücher / Schreibwaren	<input type="checkbox"/>
Sport	<input type="checkbox"/>
Spielwaren	<input type="checkbox"/>
Elektro / Unterhaltungselektronik	<input type="checkbox"/>
Heimwerker- und Gartenbedarf	<input type="checkbox"/>
Möbel / Einrichtungsbedarf	<input type="checkbox"/>
Übrige Waren und Dienstleistungen	<input type="checkbox"/>

Charakteristikum	Typische Ausprägung
------------------	---------------------

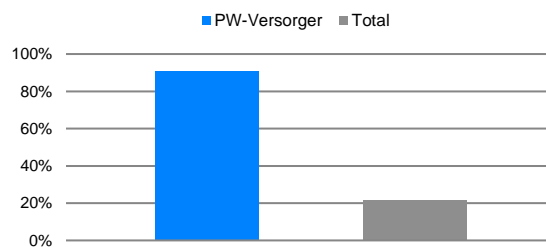
Durchschnittliche Anzahl Beschäftigte pro Betrieb (2017) 20.4 Vollzeitstellen



Flächenbedarf 2'500 - 8'000 m2 oder rund 1'000 m2 (Discounter)

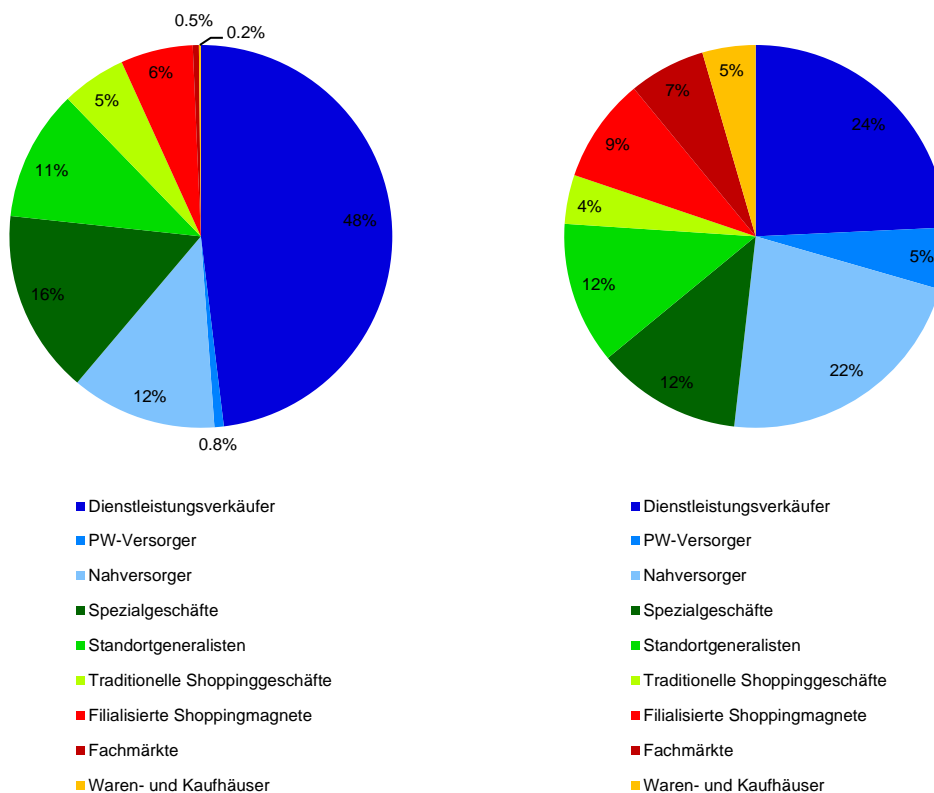
Einzugsgebiet Mittel

Filialisierungsgrad (Anteil Filialbetriebe) 2017 90.7%

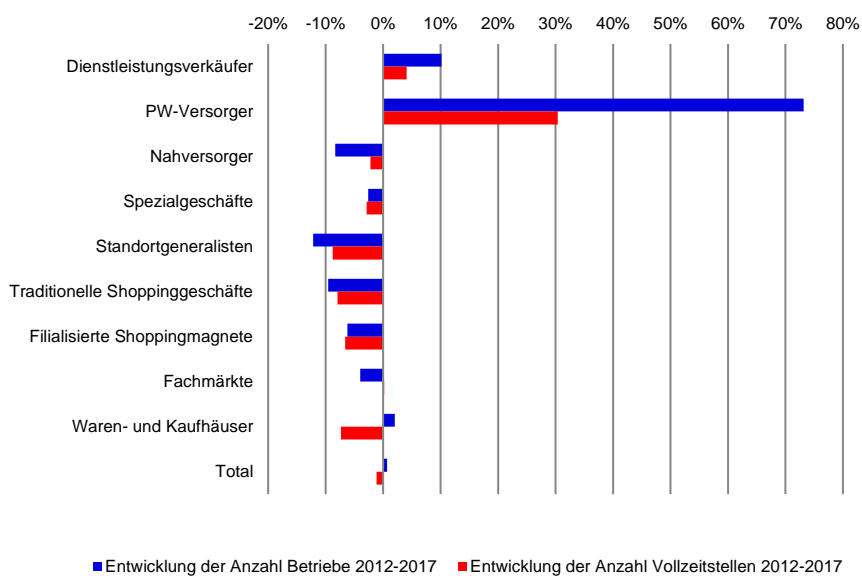


2.3 PW-Versorger: Verteilung

Verteilung der Schweizer Betriebe (links) und Vollzeitstellen (rechts) im Verkaufsflächenmarkt (2017)



Entwicklung der Anzahl Betriebe und Vollzeitstellen 2012-2017 (Schweiz)



2.4 Wie verkaufen die PW-Versorger?

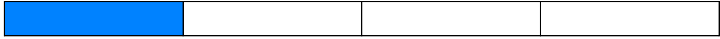





Charakteristikum	Typische Ausprägung																																	
Verkaufsstandort	PKW orientiert, an gut frequentierten Verkehrsachsen, Stadtteillagen, Stadtrand, in Fachmarktballungen, in Gewerbegebiete grösserer Städte																																	
	<table border="1"> <caption>Estimated data from the bar chart</caption> <thead> <tr> <th>Location Type</th> <th>PW-Versorger (%)</th> <th>Total (%)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Grosszentren</td> <td>~8</td> <td>~18</td> </tr> <tr> <td>Mittelzentren</td> <td>~10</td> <td>~15</td> </tr> <tr> <td>Kleinzentren</td> <td>~15</td> <td>~10</td> </tr> <tr> <td>Suburbane Gemeinden</td> <td>~38</td> <td>~25</td> </tr> <tr> <td>Einkommensstarke Gemeinden</td> <td>~2</td> <td>~5</td> </tr> <tr> <td>Periurbane Gemeinden</td> <td>~8</td> <td>~8</td> </tr> <tr> <td>Touristische Gemeinden</td> <td>~2</td> <td>~5</td> </tr> <tr> <td>Industrielle und tertiäre Gemeinden</td> <td>~10</td> <td>~10</td> </tr> <tr> <td>Ländliche Pendlergemeinden</td> <td>~2</td> <td>~5</td> </tr> <tr> <td>Agrar-gemischte Gemeinden</td> <td>~5</td> <td>~5</td> </tr> </tbody> </table>	Location Type	PW-Versorger (%)	Total (%)	Grosszentren	~8	~18	Mittelzentren	~10	~15	Kleinzentren	~15	~10	Suburbane Gemeinden	~38	~25	Einkommensstarke Gemeinden	~2	~5	Periurbane Gemeinden	~8	~8	Touristische Gemeinden	~2	~5	Industrielle und tertiäre Gemeinden	~10	~10	Ländliche Pendlergemeinden	~2	~5	Agrar-gemischte Gemeinden	~5	~5
Location Type	PW-Versorger (%)	Total (%)																																
Grosszentren	~8	~18																																
Mittelzentren	~10	~15																																
Kleinzentren	~15	~10																																
Suburbane Gemeinden	~38	~25																																
Einkommensstarke Gemeinden	~2	~5																																
Periurbane Gemeinden	~8	~8																																
Touristische Gemeinden	~2	~5																																
Industrielle und tertiäre Gemeinden	~10	~10																																
Ländliche Pendlergemeinden	~2	~5																																
Agrar-gemischte Gemeinden	~5	~5																																
Flächenzuschnitt/-grundriss	Rechteckig, funktionell																																	
Objekt/Grundstück	Mehrheitlich eigenes Grundstück																																	
Immobilientyp	Solitäres mittleres Einkaufsgeschäft																																	
Geschossigkeit	In der Regel eingeschossig																																	
Architektur	Funktional, modern, eingeschossig																																	
Zugang/Erschliessung	Zugang und Anlieferung wichtig und anspruchsvoll (Laderampe)																																	
Flächenflexibilität	Wichtig																																	
Ausstattungsstandard	Überwiegend einfach																																	
Anforderungen an Verkaufsimmoblie	Anlieferung (Laderampe) muss gewährleistet sein, Zusatzräume wie Kühlräume notwendig																																	

2.5 Eigenschaften der Güter und Dienstleistungen

Charakteristikum	Typische Ausprägung	
Güterart	Grundnutzen	
Spontaneinkauf/ Gezielter Einkauf	Gezielt	<p>Gezielt Spontan</p>
Sortimentsbreite	Eher breit	<p>Schmal Breit</p>
Sortimentstiefe	Mittel	<p>Flach Tief</p>
Kopplungspotenzial der angebotenen Güter	Eher hoch	<p>Gering Hoch</p>
Bedarfsfristigkeit	Kurzfristig	<p>Kurzfristig Langfristig</p>
Preisgestaltung	Eher niedrigpreisig bis stark dicountorientiert	

2.6 PW-Versorger: Verkaufsort

Der Prozess der Verkaufsflächensuche ist durch Präferenzen und Restriktionen geprägt, die auf die Nachfrager einwirken. Die folgenden Angaben beziehen sich auf das Endergebnis der dabei spielenden Prozesse.

Charakteristikum	Typische Ausprägung
Detailhandelsfunktion	<div style="display: flex; justify-content: space-around; width: 100%;"> Nicht zentrenrelevant Nahversorgungsrelevant Zentrenrelevant Zentrengenerierend </div> 
Erreichbarkeit MIV (inkl. Parkierung)	<p>Eher wichtig</p> <div style="display: flex; justify-content: space-between; width: 100%;"> Weniger wichtig Wichtig </div> 
Erreichbarkeit ÖV (inkl. zu Fuss)	<p>Eher weniger wichtig</p> <div style="display: flex; justify-content: space-between; width: 100%;"> Weniger wichtig Wichtig </div> 
Agglomerationsvorteil	<p>Eher weniger wichtig</p> <div style="display: flex; justify-content: space-between; width: 100%;"> Weniger wichtig Wichtig </div> 
Laufkundschaft	<p>Mittel</p> <div style="display: flex; justify-content: space-between; width: 100%;"> Weniger wichtig Wichtig </div> 
Visibilität	<p>Eher weniger wichtig</p> <div style="display: flex; justify-content: space-between; width: 100%;"> Weniger wichtig Wichtig </div> 
Verkaufsstandortimage	<p>Sekundär</p> <div style="display: flex; justify-content: space-between; width: 100%;"> Weniger wichtig Wichtig </div> 