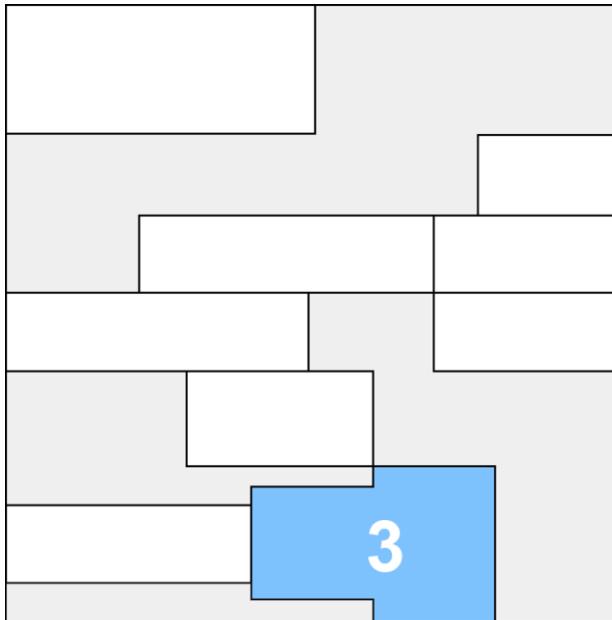


# Segment 3: Nahversorger

Nachfragersegmente im Verkaufsflächenmarkt



**FP  
RE**

Fahländer Partner AG  
Raumentwicklung  
Seebahnstrasse 89  
8003 Zürich

+41 44 466 70 00  
info@fpre.ch  
www.fpre.ch

Münzrain 10  
3005 Bern

+41 31 348 70 00  
bern@fpre.ch  
www.fpre.ch

**CSL**  **IMMOBILIEN**


### 3.1 Nahversorger: Einleitung

Rund 12 % der auf dem Schweizer Verkaufsflächenmarkt agierenden Betriebe und 22 % der Beschäftigten zählen zum Segment Nahversorger. Zu diesem Segment gehören kleine Läden, Convenience Stores, Lebensmittelgeschäfte und kleine bis grosse Supermärkte, die schwerpunktmässig Lebensmittel verkaufen. Typische Vertreter der Nahversorger sind etwa Quartier-Convenience Stores, Bäckereien oder mittelgrosse Supermärkte. Als Grund- und Nahversorger sind sie zentregenerierend und vermögen sowohl Impulskäufe zu generieren als auch die Aufenthaltsqualität zu erhöhen. Sie sind dadurch nicht nur wichtige Quartiersversorger, sondern auch Bestandteil jeder Verkaufslage aller Zentrentypen; sei es in Wohnquartieren, an Bahnhöfen, Shoppingcentern oder



Innenstädten. Die Güter der Nahversorger werden sowohl gezielt als auch gekoppelt gekauft. Ein gewisses Mass an Visibilität für die Passanten muss mit ihrer Verkaufsliegenschaft gegeben sein. Immobilientypisch findet man sie sowohl in mischgenutzten Objekten, in Bahnhöfen, Shoppingcentern oder solitären Einkaufsgeschäften. Sie verkaufen in eingeschossigen, kleinen bis mittelgrossen Verkaufsflächen oder teils in eigenständigen Grundstücken. Ihr Ausstattungsstandard ist einfach und bei den grösseren Vertretern ist die Flächenflexibilität eher wichtig. Je nach Betriebsgrösse muss eine günstige Anlieferung der Produkte gewährleistet und Zusatzräume wie Kühlräume können notwendig sein. Ihre Flächenrentabilität reicht von durchschnittlich bis hoch, was sich positiv auf die Zahlungsbereitschaft für Mieten auswirkt. Die Preisgestaltung reicht von eher niedrig- bis eher hochpreisig. Insgesamt ist dieses Segment auf Fussgängerkunden ausgerichtet, was die Erreichbarkeit mit dem öffentlichen Verkehr und zu Fuss deutlich wichtiger macht als die Erreichbarkeit mit dem Individualverkehr oder ein eigenes Parkplatzangebot.

### 3.2 Wer sind die Nahversorger?

| Charakteristikum   | Typische Ausprägung   |
|--|---|
| Flächenrentabilität (Rohertag pro m <sup>2</sup> in CHF) | <div style="display: flex; justify-content: space-between; width: 100%;"> <span>Gering</span> <span>Hoch</span> </div>  |
| Typische Betriebe  | Convenience Lebensmittelladen, kleiner Supermarkt, Bäckerei   |
| Betriebstyp  | Kleiner und grosser Supermarkt, Laden/Geschäft, kleine Lebensmittelgeschäfte, Convenience store   |
| Neue relevante Formate / Konzepte                        | Convenience store, Hybrid-Format, pop-up-store, Kioskformat, Selbstbedienungsladen  |

Welche Gütergruppen werden hauptsächlich von den Nahversorgern verkauft?

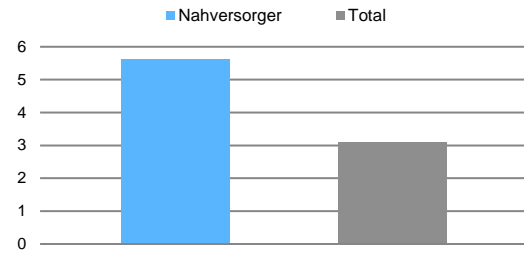
|                                       |                                     |
|---------------------------------------|-------------------------------------|
| Nahrungs- und Genussmittel            | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Gesundheits- und Körperpflege         | <input checked="" type="checkbox"/> |
| 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) 5.6 Vollzeitstellen



---

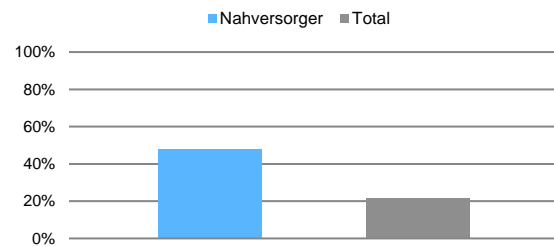
Flächenbedarf 50 - 2'500 m<sup>2</sup>

---

Einzugsgebiet Klein, lokal

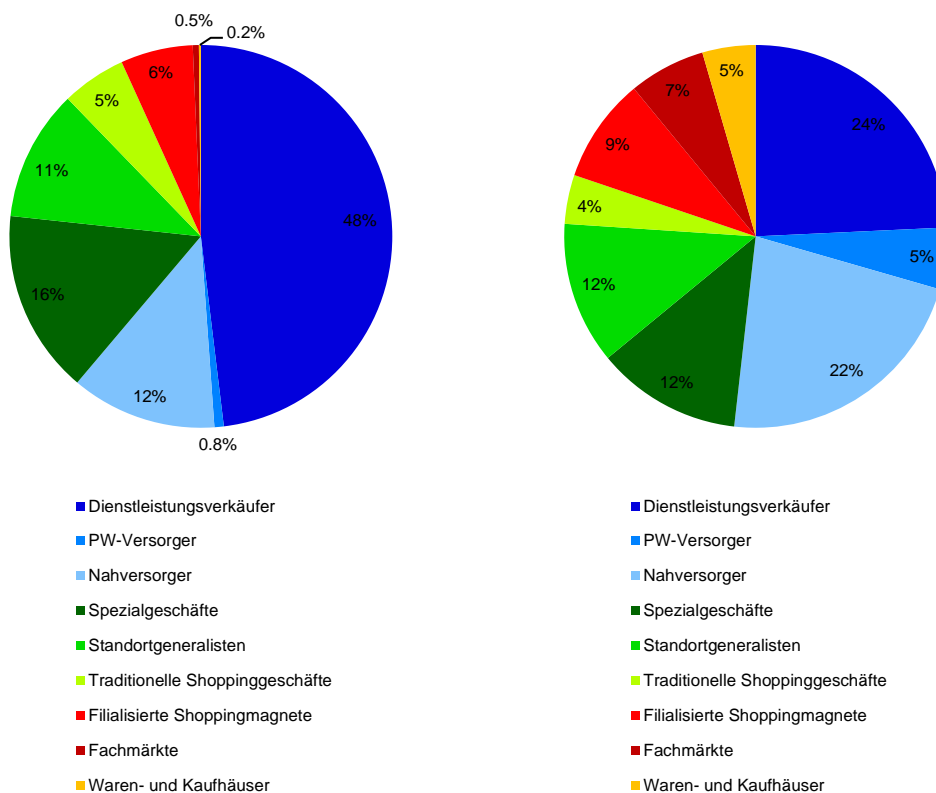
---

Filialisierungsgrad  
(Anteil Filialbetriebe)  
2017 48%

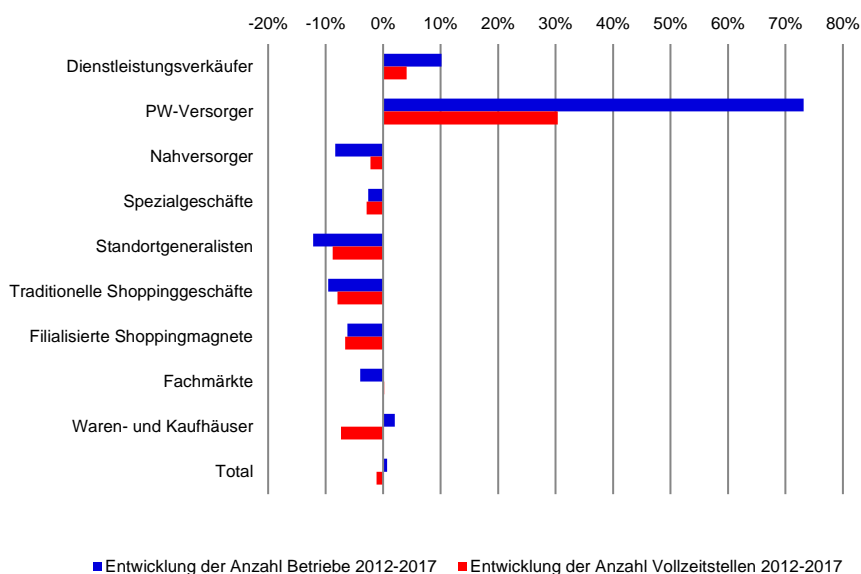


### 3.3 Nahversorger: Verteilung

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



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



### 3.4 Wie verkaufen die Nahversorger?

| Charakteristikum                    | Typische Ausprägung  |                  |                  |           |              |     |     |               |     |     |              |    |     |                     |     |     |                            |    |    |                      |    |     |                        |    |    |                                     |     |     |                            |    |    |                           |    |     |
|-------------------------------------|--|------------------|------------------|-----------|--------------|-----|-----|---------------|-----|-----|--------------|----|-----|---------------------|-----|-----|----------------------------|----|----|----------------------|----|-----|------------------------|----|----|-------------------------------------|-----|-----|----------------------------|----|----|---------------------------|----|-----|
| Verkaufsstandort                    | Kreuzungen, Bahnhöfe, gut frequentierte fussgängerorientierte Lagen, auch in Streulagen von Wohnquartieren und Shoppingcentern   |                  |                  |           |              |     |     |               |     |     |              |    |     |                     |     |     |                            |    |    |                      |    |     |                        |    |    |                                     |     |     |                            |    |    |                           |    |     |
|                                     | <table border="1"> <caption>Bar Chart Data: Nahversorger vs. Total by Community Type</caption> <thead> <tr> <th>Gemeinschaftstyp</th> <th>Nahversorger (%)</th> <th>Total (%)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Grosszentren</td> <td>~15</td> <td>~18</td> </tr> <tr> <td>Mittelzentren</td> <td>~12</td> <td>~15</td> </tr> <tr> <td>Kleinzentren</td> <td>~8</td> <td>~10</td> </tr> <tr> <td>Suburbane Gemeinden</td> <td>~22</td> <td>~25</td> </tr> <tr> <td>Einkommensstarke Gemeinden</td> <td>~3</td> <td>~5</td> </tr> <tr> <td>Periurbane Gemeinden</td> <td>~8</td> <td>~10</td> </tr> <tr> <td>Touristische Gemeinden</td> <td>~5</td> <td>~8</td> </tr> <tr> <td>Industrielle und tertiäre Gemeinden</td> <td>~10</td> <td>~12</td> </tr> <tr> <td>Ländliche Pendlergemeinden</td> <td>~5</td> <td>~8</td> </tr> <tr> <td>Agrar-gemischte Gemeinden</td> <td>~8</td> <td>~10</td> </tr> </tbody> </table> | Gemeinschaftstyp | Nahversorger (%) | Total (%) | Grosszentren | ~15 | ~18 | Mittelzentren | ~12 | ~15 | Kleinzentren | ~8 | ~10 | Suburbane Gemeinden | ~22 | ~25 | Einkommensstarke Gemeinden | ~3 | ~5 | Periurbane Gemeinden | ~8 | ~10 | Touristische Gemeinden | ~5 | ~8 | Industrielle und tertiäre Gemeinden | ~10 | ~12 | Ländliche Pendlergemeinden | ~5 | ~8 | Agrar-gemischte Gemeinden | ~8 | ~10 |
| Gemeinschaftstyp                    | Nahversorger (%)   | Total (%)        |                  |           |              |     |     |               |     |     |              |    |     |                     |     |     |                            |    |    |                      |    |     |                        |    |    |                                     |     |     |                            |    |    |                           |    |     |
| Grosszentren                        | ~15  | ~18              |                  |           |              |     |     |               |     |     |              |    |     |                     |     |     |                            |    |    |                      |    |     |                        |    |    |                                     |     |     |                            |    |    |                           |    |     |
| Mittelzentren                       | ~12  | ~15              |                  |           |              |     |     |               |     |     |              |    |     |                     |     |     |                            |    |    |                      |    |     |                        |    |    |                                     |     |     |                            |    |    |                           |    |     |
| Kleinzentren                        | ~8   | ~10              |                  |           |              |     |     |               |     |     |              |    |     |                     |     |     |                            |    |    |                      |    |     |                        |    |    |                                     |     |     |                            |    |    |                           |    |     |
| Suburbane Gemeinden                 | ~22  | ~25              |                  |           |              |     |     |               |     |     |              |    |     |                     |     |     |                            |    |    |                      |    |     |                        |    |    |                                     |     |     |                            |    |    |                           |    |     |
| Einkommensstarke Gemeinden          | ~3   | ~5               |                  |           |              |     |     |               |     |     |              |    |     |                     |     |     |                            |    |    |                      |    |     |                        |    |    |                                     |     |     |                            |    |    |                           |    |     |
| Periurbane Gemeinden                | ~8   | ~10              |                  |           |              |     |     |               |     |     |              |    |     |                     |     |     |                            |    |    |                      |    |     |                        |    |    |                                     |     |     |                            |    |    |                           |    |     |
| Touristische Gemeinden              | ~5   | ~8               |                  |           |              |     |     |               |     |     |              |    |     |                     |     |     |                            |    |    |                      |    |     |                        |    |    |                                     |     |     |                            |    |    |                           |    |     |
| Industrielle und tertiäre Gemeinden | ~10  | ~12              |                  |           |              |     |     |               |     |     |              |    |     |                     |     |     |                            |    |    |                      |    |     |                        |    |    |                                     |     |     |                            |    |    |                           |    |     |
| Ländliche Pendlergemeinden          | ~5   | ~8               |                  |           |              |     |     |               |     |     |              |    |     |                     |     |     |                            |    |    |                      |    |     |                        |    |    |                                     |     |     |                            |    |    |                           |    |     |
| Agrar-gemischte Gemeinden           | ~8   | ~10              |                  |           |              |     |     |               |     |     |              |    |     |                     |     |     |                            |    |    |                      |    |     |                        |    |    |                                     |     |     |                            |    |    |                           |    |     |
| Flächenzuschnitt/-grundriss         | Funktionell  |                  |                  |           |              |     |     |               |     |     |              |    |     |                     |     |     |                            |    |    |                      |    |     |                        |    |    |                                     |     |     |                            |    |    |                           |    |     |
| Objekt/Grundstück                   | Mehrheitlich kein eigenes Grundstück   |                  |                  |           |              |     |     |               |     |     |              |    |     |                     |     |     |                            |    |    |                      |    |     |                        |    |    |                                     |     |     |                            |    |    |                           |    |     |
| Immobilientyp                       | Mischgenutztes Objekt, mittleres solitäres Einkaufsgeschäft, Shoppingcenter  |                  |                  |           |              |     |     |               |     |     |              |    |     |                     |     |     |                            |    |    |                      |    |     |                        |    |    |                                     |     |     |                            |    |    |                           |    |     |
| Geschossigkeit                      | Eingeschossig  |                  |                  |           |              |     |     |               |     |     |              |    |     |                     |     |     |                            |    |    |                      |    |     |                        |    |    |                                     |     |     |                            |    |    |                           |    |     |
| Architektur                         | Modern, klassisch, Altbau, eingeschossig   |                  |                  |           |              |     |     |               |     |     |              |    |     |                     |     |     |                            |    |    |                      |    |     |                        |    |    |                                     |     |     |                            |    |    |                           |    |     |
| Zugang/Erschliessung                | Je nach Grösse Zugang und Anlieferung anspruchsvoll (Laderampe)  |                  |                  |           |              |     |     |               |     |     |              |    |     |                     |     |     |                            |    |    |                      |    |     |                        |    |    |                                     |     |     |                            |    |    |                           |    |     |
| Flächenflexibilität                 | Eher wichtig   |                  |                  |           |              |     |     |               |     |     |              |    |     |                     |     |     |                            |    |    |                      |    |     |                        |    |    |                                     |     |     |                            |    |    |                           |    |     |
| Ausstattungsstandard                | Eher einfach   |                  |                  |           |              |     |     |               |     |     |              |    |     |                     |     |     |                            |    |    |                      |    |     |                        |    |    |                                     |     |     |                            |    |    |                           |    |     |
| Anforderungen an Verkaufsimmoblie   | Je nach Grösse muss Anlieferung (Laderampe) gewährleistet sein, Zusatzräume wie Kühlräume notwendig  |                  |                  |           |              |     |     |               |     |     |              |    |     |                     |     |     |                            |    |    |                      |    |     |                        |    |    |                                     |     |     |                            |    |    |                           |    |     |

### 3.5 Eigenschaften der Güter und Dienstleistungen

| Charakteristikum                            | Typische Ausprägung      |   |
|---|--------------------------|---|
| Güterart                                    | Grundnutzen              |   |
| Spontaneinkauf/<br>Gezielter Einkauf        | Eher gezielt             | <p>Gezielt <span style="float: right;">Spontan</span></p>         |
| Sortimentsbreite                            | Mittel                   | <p>Schmal <span style="float: right;">Breit</span></p>            |
| Sortimentstiefe                             | Mittel                   | <p>Flach <span style="float: right;">Tief</span></p>              |
| Kopplungspotenzial der<br>angebotenen Güter | Eher hoch                | <p>Gering <span style="float: right;">Hoch</span></p>             |
| Bedarfsfristigkeit                          | Kurzfristig              | <p>Kurzfristig <span style="float: right;">Langfristig</span></p> |
| Preisgestaltung                             | Niedrig- bis hochpreisig |   |

### 3.6 Nahversorger: 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; text-align: center;"> <span>Nicht zentrenrelevant</span> <span>Nahversorgungsrelevant</span> <span>Zentrenrelevant</span> <span>Zentrengenerierend</span> </div> |
| Erreichbarkeit MIV (inkl. Parkierung) | Mittel               | <div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <span>Weniger wichtig</span> <span>Wichtig</span> </div>  |
| Erreichbarkeit ÖV (inkl. zu Fuss)     | Wichtig              | <div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <span>Weniger wichtig</span> <span>Wichtig</span> </div>  |
| Agglomerationsvorteil                 | Mittel               | <div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <span>Weniger wichtig</span> <span>Wichtig</span> </div>  |
| Laufkundschaft                        | Mittel bis wichtig   | <div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <span>Weniger wichtig</span> <span>Wichtig</span> </div>  |
| Visibilität                           | Eher wichtig         | <div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <span>Weniger wichtig</span> <span>Wichtig</span> </div>  |
| Verkaufsstandortimage                 | Eher weniger wichtig | <div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <span>Weniger wichtig</span> <span>Wichtig</span> </div>  |