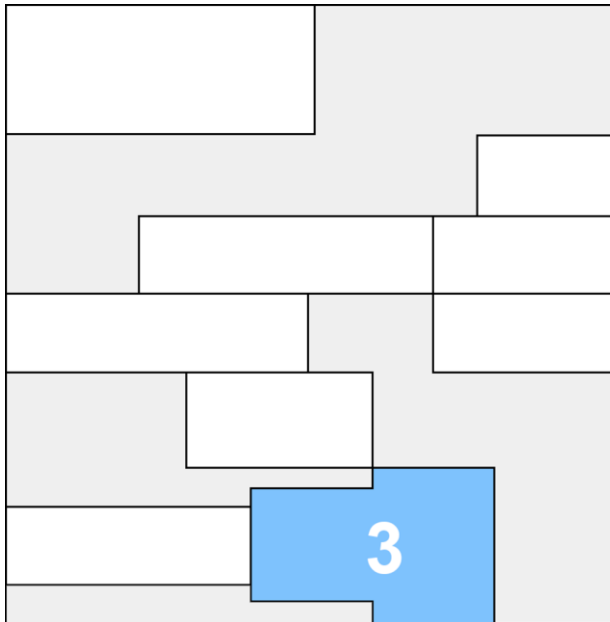


Segment 3: Nahversorger

Nachfragersegmente im Verkaufsflächenmarkt




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.

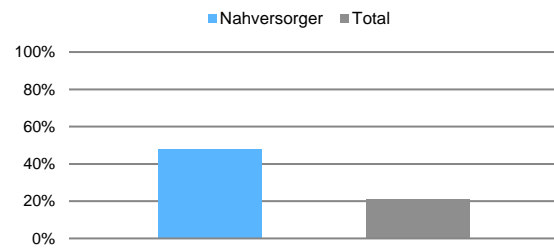
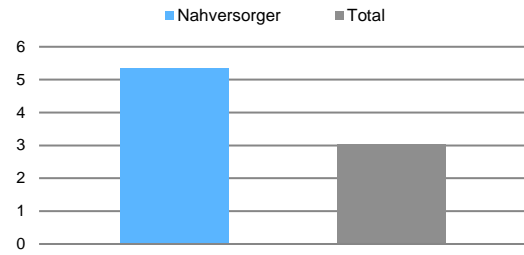
3.2 Wer sind die Nahversorger?

Charakteristikum	Typische Ausprägung
Flächenrentabilität (Rohertag pro m ² in CHF)	<div style="display: flex; justify-content: space-between; align-items: center;"> Gering  Hoch </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?

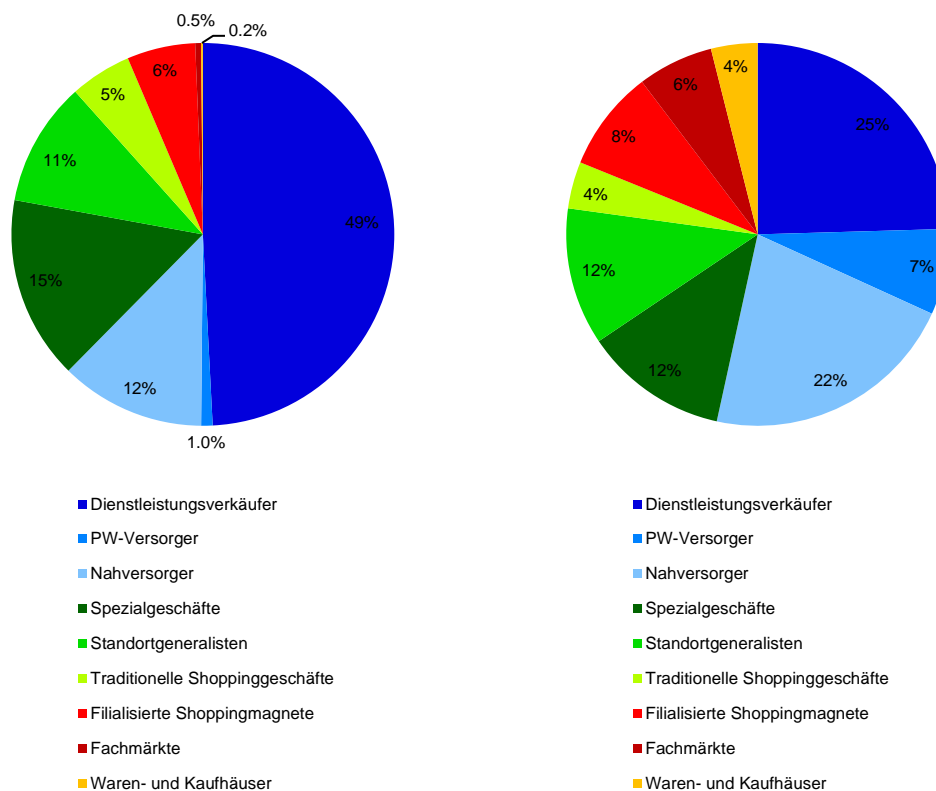
Nahrungs- und Genussmittel	<input checked="" type="checkbox"/>
Gesundheits- und Körperpflege	<input checked="" type="checkbox"/>
Bekleidung / Schuhe	<input type="checkbox"/>
Warenhäuser / Waren verschiedener Art	<input checked="" type="checkbox"/>
Optik / Foto	<input type="checkbox"/>
Uhren / Schmuck	<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 (2019)	5.3 Vollzeitstellen
Flächenbedarf	50 - 2'500 m ²
Einzugsgebiet	Klein, lokal
Filialisierungsgrad (Anteil Filialbetriebe) 2019	48%

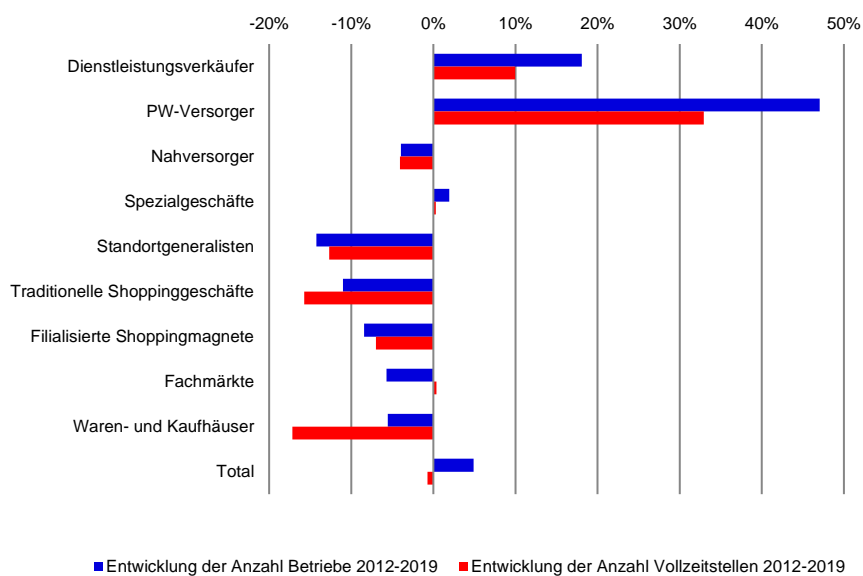


3.3 Nahversorger: Verteilung

Verteilung der Schweizer Betriebe (links) und Vollzeitstellen (rechts) im Verkaufsflächenmarkt (2019)



Entwicklung der Anzahl Betriebe und Vollzeitstellen 2012-2019 (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>Estimated data from the bar chart</caption> <thead> <tr> <th>Gemeinde-Typ</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>4</td> </tr> <tr> <td>Periurbane Gemeinden</td> <td>7</td> <td>8</td> </tr> <tr> <td>Touristische Gemeinden</td> <td>6</td> <td>5</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>4</td> </tr> <tr> <td>Agrar-gemischte Gemeinden</td> <td>7</td> <td>6</td> </tr> </tbody> </table>	Gemeinde-Typ	Nahversorger (%)	Total (%)	Grosszentren	15	18	Mittelzentren	12	15	Kleinzentren	8	10	Suburbane Gemeinden	22	25	Einkommensstarke Gemeinden	3	4	Periurbane Gemeinden	7	8	Touristische Gemeinden	6	5	Industrielle und tertiäre Gemeinden	10	12	Ländliche Pendlergemeinden	5	4	Agrar-gemischte Gemeinden	7	6
Gemeinde-Typ	Nahversorger (%)	Total (%)																																
Grosszentren	15	18																																
Mittelzentren	12	15																																
Kleinzentren	8	10																																
Suburbane Gemeinden	22	25																																
Einkommensstarke Gemeinden	3	4																																
Periurbane Gemeinden	7	8																																
Touristische Gemeinden	6	5																																
Industrielle und tertiäre Gemeinden	10	12																																
Ländliche Pendlergemeinden	5	4																																
Agrar-gemischte Gemeinden	7	6																																
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/ Gezielter Einkauf	Eher gezielt	<p>Gezielt Spontan</p>
Sortimentsbreite	Mittel	<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	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;"> Nicht zentrenrelevant Nahversorgungs- relevant Zentrenrelevant Zentrengenerierend </div>
Erreichbarkeit MIV (inkl. Parkierung)	Mittel	<div style="display: flex; justify-content: space-between;"> Weniger wichtig Wichtig </div>
Erreichbarkeit ÖV (inkl. zu Fuss)	Wichtig	<div style="display: flex; justify-content: space-between;"> Weniger wichtig Wichtig </div>
Agglomerations- vorteil	Mittel	<div style="display: flex; justify-content: space-between;"> Weniger wichtig Wichtig </div>
Laufkundschaft	Mittel bis wichtig	<div style="display: flex; justify-content: space-between;"> Weniger wichtig Wichtig </div>
Visibilität	Eher wichtig	<div style="display: flex; justify-content: space-between;"> Weniger wichtig Wichtig </div>
Verkaufsstandortimage	Eher weniger wichtig	<div style="display: flex; justify-content: space-between;"> Weniger wichtig Wichtig </div>