

Retailflächen vs. Renditeoptimierung

Oft besteht zwischen der Entwicklung renditeoptimierter Flächenangebote und der Schaffung guter Retailflächen eine grosse Diskrepanz. Bei einem Wohn- und Gewerbeobjekt sollte zwischen 30 bis 50% der Rendite über die gewerbliche Nutzung im Erdgeschoss erzielt werden.



Neue Überbauung in Gossau SG mit leer stehenden Gewerbe- und Verkaufsflächen im Erdgeschoss.

ELIAS STEINER* •

RETAILFLÄCHEN BEKOMMEN ZU WENIG AUFMERKSAMKEIT. Die Gebäudekonzeption und Funktionalität wird oft auf die Büro- und Wohnnutzung in den Obergeschossen ausgelegt. Als Folge entstehen im Erdgeschoss schlecht brauchbare, ineffiziente Flächen, die an den Zielgruppen und ihren Bedürfnissen vorbeigeplant sind. Abhilfe schaffen kann die Förderung des Verständnisses für gute Retailflächen, sowie vermehrt auch der Planungsansatz Bottom-up, statt Top-down. Mit entsprechendem Bewusstsein könnten für das Gewerbe und die Retailer, aber nicht zuletzt auch für die Investoren, in einer wenig kostensensiblen Phase, wesentlich attraktivere Mietflächen generiert werden.

Durch die Vorgehensweise der oft gesehenen Projektentwicklung nach dem Prinzip Top-down werden in einer ersten Phase die Wohnungsgrundrisse der oberen Geschosse entworfen. Schliesslich müssen die Wohnungsgrössen und -typen möglichst gut auf die Nachfrage des Marktes und die Vermietbarkeit, respektive Verkäuflichkeit, ausgerichtet werden. Dabei werden der optimalen Grundrissentwicklung der Miet- oder Eigentumswohnungen,

leider viel zu oft, höchste Priorität eingeräumt. Weil die Zielgruppen und Nutzer der Gewerbeflächen im Erdgeschoss lange nicht bekannt sind, wird der Planung dieser Fläche zu wenig Aufmerksamkeit ge-

» Der Planungsansatz Bottom-up, statt Top-down, sollte bei Wohn- und Gewerbeimmobilien wieder in den Fokus gerückt werden.«

schenkt. Aus der vermeintlich optimalen Konzeption der Wohnungsgrundrisse ergeben sich Vertikalerschließungen, welche bis in das Erdgeschoss reichen.

In der Folge entstehen im Erdgeschoss fast zufällig anmutende Flächensegmente,

welche irgendwie einer möglichst gewinnbringenden Erstvermietung zugeführt werden sollen. Durch die maximale Flächenausnutzung des Grundstückes wird eine gewerbefreundliche Umgebungsplanung –

mit guten Anbindungen an Tiefgarage, Parkplätze und Fussgängerfrequenzen – vernachlässigt. Die Vermietung solcher Flächen unter gleichzeitiger Erreichung der Renditevorgaben erweist sich immer wieder als schwer erfüllbare Herausforderung. Auch wenn die Erstvermietung solcher suboptimaler Gewerbeflächen

letztlich gelingt, muss sie immer wieder mit entsprechenden Anreizen erkaufte werden. Hinterher droht jedoch eine hohe Mieterfluktuation, weil die Gewerbetreibenden mit dem Standort nicht zufrieden sind und nicht auf ihre Zahlen kommen.

ANZEIGE

Privatinvestor sucht Bauland und Mehrfamilienhäuser zu Höchstpreisen. Seriöse Angebote werden gerne geprüft.

062 577 70 83*



Leer stehende Büro- und Gewerbeflächen an der Herisauerstrasse in Gossau SG.

ERFOLGSFAKTOREN EINER GUTEN RETAILFLÄCHE. Eine gute und funktionierende Retailfläche sollte die nachfolgenden Faktoren aufweisen: Erreichbarkeit (Parkplätze, ÖV, Langsamverkehr), Visibilität (Fernwirkung, Nahwirkung), Anlieferung, Raumhöhe und Flächenaufteilung.

Für eine erfolgreiche Retailfläche ist nebst einem überzeugenden Geschäftsmodell die Erfüllung dieser fünf Erfolgsfaktoren unabdingbar. Allen voran kommen den beiden Komponenten Erreichbarkeit und Visibilität grösste Bedeutung zu. Ein Ladengeschäft muss erreichbar sein. In diesem Zusammenhang spricht man gerne auch von einem «convenient» Zugang. Was «convenient» ist und tatsächlich angenommen wird, entscheidet dabei allein der Kunde.

Aus Erfahrung möchte der Kunde am liebsten direkt in das Geschäft stolpern

oder noch lieber fahren. Die Ausrichtung des Kundenzuganges ist deshalb von grosser Wichtigkeit. Idealerweise sollte dieser auf die Seite ausgerichtet sein, wo die Hauptfrequenz von potenziellen Kunden liegt. Der Zugang von den Parkplätzen

» Das Verhältnis der Warenpräsentationsmenge zur Flächenressource ist bei einem idealen Grundriss um bis zu 18% höher.«

zum Markt muss für den Kunden lesbar und intuitiv spürbar sein. Abfahrten zu Tiefgaragen zwei Häuserblöcke weiter sind zu vermeiden. Der Kunde möchte intuitiv

zum Geschäft geführt und dort auch rasch zu den Parkplätzen oder dem Eingang geleitet werden. Dies wird über eine attraktive Visibilität erreicht. Soll ein Geschäft von aussen gut erkennbar sein, erreicht man dies am besten mit Transparenz, sprich, indem man dem Kunden

das innere Geschehen eines Gebäudes nach aussen vermittelt.

Eine Retailfläche setzt eine funktionierende Logistik voraus. Kunden- und Warenströme sind zu trennen. Es müssen sowohl die Versorgung

als auch die Entsorgung berücksichtigt werden, funktional angelegt sein und keine Überkreuzungen aufweisen. Die Anlieferung per Lastwagen mit Anhänger und Entsorgungsräume müssen nach den einschlägigen Normen, Vorschriften und Richtlinien der Verkehrsplanung (VSS) und Logistikverbände (SGL) sichergestellt werden.

Ansprechende Retailflächen verfügen über gute Raumhöhen. Eine Innenhöhe von üblichen 2,50 m reicht nicht aus. Für

ANZEIGE

Frühlingserwachen

Aktion: Chicco d'Oro Kaffee kapseln!



INTERNET
STORE.
CH

ein grosszügiges Raumgefühl sollte die Raumhöhe zwischen drei und vier Meter betragen. Mit einer solchen Höhe lässt sich nebst anderen betriebsnotwendigen Installationen auch die nach dem Energiegesetz geforderte künstliche Belüftung im Deckenraum unterbringen.

EINE INEFFIZIENTE RETAILFLÄCHE. Verwinkelte Grundrisse mit ein- und ausspringenden Flächen lassen sich nicht so effizient nutzen wie rechteckige Flächen. Bei der Einrichtungsplanung steigt mit jeder Nische und jedem Einschnitt der Anteil an ungenutzten und unproduktiven Restflächen. Für die wirtschaftliche Nutzung einer Retailfläche ist eine effiziente Flächenaufteilung jedoch von zentraler Bedeutung. Dem Verhältnis zwischen der Planungseinheit Regalmeter und der ver-

fügbaren Verkaufsfläche (Regaleinheit/m²) wird deshalb grösste Bedeutung zugemessen. Beispielplanungen von Ladeneinrichtungen zeigen, dass sich mit einem idealen, rechteckigen Grundriss gegenüber einer ungeeigneten Flächeneinteilung mit störenden Einschnitten die Belegungseffizienz um stolze 18% erhöhen lässt. Aus Sicht der Retailer erhöht sich dadurch die Rentabilität, sprich das Verhältnis zwischen der Warenpräsentationsmenge und der Flächenressource um rund einen Fünftel. Dies wiederum bedeutet, dass er für eine effiziente Fläche bereit sein wird, einen höheren Mietpreis zu bezahlen.

Wie im Artikel aufgezeigt, liesse sich mit einer vorausschauenden Planung, in einer nicht kostensensiblen Phase, durch ein besseres Bewusstsein der Erfolgsfak-

toren für eine gute Gewerbe- und Retailfläche und ohne Vernachlässigung der Bedürfnisse des Wohnungsbaus, die Vermietbarkeit und der Ertrag für die Investoren wesentlich erhöhen. Eine Lösung dazu wäre wieder vermehrt die Planung nach dem Prinzip Bottom-up – und nicht nur Top-down.

Auch auf der Nachfrageseite bei den Gewerbebetrieben und im Retail liesse sich die Zufriedenheit wesentlich steigern. Das Resultat wären funktionierende, attraktive Mietflächen mit geringer Fluktuation und besserer Rendite. ●



***ELIAS STEINER**

Der Autor ist Bereichsleiter Bau + Facility Management bei der Spar Handels AG. Dieser Artikel entstand im Rahmen des MAS Immobilienmanagement an der Hochschule Luzern.

ANZEIGE



Die Zukunft kann kommen, wir sind bereit

Real Estate Management – nächste Generation

Städte verdichten sich. Häuser werden intelligent. Dinge reden mit Dingen. Die Menschen arbeiten, wo sie gerade sind. Eine neue Welt erwartet uns. Sie verändert alles. Je mehr wir davon verstehen, desto lustvoller und erfolgreicher können wir damit umgehen. Das gilt auch für das Real Estate Management. Wir haben uns auf das vorbereitet, was morgen wirklich wird. Damit Immobilien für Eigentümer profitabel und für Mieter attraktiv bleiben.

Livit Real Estate Management

Experten für Bewirtschaftung, Facility Management, Vermietungsmanagement, Baumanagement

www.livit.ch



Real Estate Management