

Abstract

Zukunftsszenarien für Schweizer Shopping Center

Kurzzusammenfassung: (max. 100 Wörter)

Die Schweizer Shopping Center befinden sich aufgrund der Implikationen der Digitalisierung und des veränderten Einkaufsverhaltens der Konsumenten in einem Strukturwandel, was sich in rückläufigen Umsätze, sinkenden Renditen und zunehmenden Leerständen zeigt. Die Frage stellt sich, wie die Shopping Center in Zukunft bestehen können. Basierend auf den Erkenntnissen aus der Theorie sowie der Primärforschung mit 10 qualitativen Interviews konnte als Antwort auf diese Frage das sogenannte Treiber-Erfolgsfaktoren-Szenarien-Instrumente-Modell (TESI) entwickelt werden. Dieses zeigt, dass sich den Shopping Centern je nach deren Standort drei mögliche Zukunftskonzepte – nämlich Mixed Use, Spezialisierung und Umnutzung – anbieten.

Verfasserin: Ana Surac
Herausgeber: Dr. Stefan Nertinger
Veröffentlichung (Jahr): 5. Juli 2019
Zitation: Ana Surac, 2019, Zukunftsszenarien für Schweizer Shopping Center.
FHS St.Gallen – Hochschule für Angewandte Wissenschaften:
Masterarbeit MSc in Business Administration
Schlagworte: Shopping Center, Zukunftsszenarien, Einkaufscenter

Die Digitalisierung und das veränderte Einkaufsverhalten stellen den Detailhandel vor neue Herausforderungen und lösen tiefgreifende Veränderungen aus, die einen Strukturwandel hervorrufen. Davon sind auch die Schweizer Shopping Center betroffen. Diese verzeichnen seit dem Jahr 2015 rückläufige Umsätze und gleichzeitig steigende Leerstände. Basierend auf dieser Ausgangslage besteht das Ziel dieser Masterthesis darin, herauszufinden, welche möglichen Zukunftsszenarien für Schweizer Shopping Center existieren. Im ersten Schritt wurden die Schweizer Shopping Center Landschaft analysiert, indem die Center anhand ausgewählter Merkmale typisiert wurden. Dabei wurde festgestellt, dass die sehr kleinen Shopping Center anzahlmässig knapp 40% des Marktes abdecken, weshalb der Fokus auf diese Shopping Center Kategorie gelegt wurde.

Um mögliche Zukunftsszenarien bzw. die zu Grunde liegenden Stellhebel zu eruieren, wurde das dafür erforderliche Basiswissen aufgebaut. Dafür wurde zuerst der Lebenszyklus von Shopping Centern beschrieben. Dieser umfasst eine marktbezogene, baulich-technische und finanzwirtschaftliche Dimension. Danach liessen sich Erfolgsfaktorenmodelle und die Veränderungen im Detailhandel aufgrund der Digitalisierung und des veränderten Einkaufsverhaltens aufzeigen. Darauf aufbauend wurden mögliche – in der Theorie bekannte – Zukunftskonzepte vorgestellt.

Die im Anschluss durchgeführte Primärforschung mit ausgewählten Experten (10 qualitative Interviews) zeigen, dass die Digitalisierung sowie das veränderte Einkaufsverhalten sich gegenseitig beeinflussen und die Erfolgsfaktoren für Shopping Center verändern. Zudem verkürzen diese beiden Treiber den Lebenszyklus und fordern Revitalisierungen und/oder Repositionierungen. Um diesen vielseitigen Interdependenzen zu begegnen, bieten sich in Abhängigkeit des Standorts verschiedene Zukunftsszenarien an, nämlich Mixed Use, Spezialisierung oder Umnutzung. Je nach Szenario stehen unterschiedliche Instrumente zur Auswahl. Während bei Mixed Use der Rückgang der Retailsparte beispielsweise mit Angeboten im Bereich Dienstleistungen/Gastronomie, Gesundheit oder Freizeit/Unterhaltung kompensiert werden kann, ist beim Zukunftsszenario Spezialisierung beispielsweise ein Fokus auf Fachmarkt, Lifestyle oder Preis möglich. Die extremste Form der Zukunftsszenarien ist sicherlich die Umnutzung, welche neben einer Logistik-, Industrie- oder Wohnnutzung bis zu einer Schliessung reichen kann.

Es wurde festgestellt, dass konkrete Lösungskonzepte noch nicht erarbeitet sind. Dies ist darauf zurückzuführen, dass aktuell der Leidensdruck der Shopping Center noch zu tief ist, da das Mietzinsniveau noch relativ gut gehalten werden kann. Alternative Nutzungen weisen aktuell tiefere Renditen auf, weshalb die wirtschaftliche Lebensdauer noch nicht abgelaufen ist. Es ist anzunehmen, dass sich in den kommenden Jahren der Leidensdruck verschärfen wird und spätestens dann konkretere Lösungen ausgearbeitet werden müssen.