

# REINGEHEN, STATT NUR ANKLICKEN

Die Euphorie für reines Online-Shopping und das Homeoffice flaut ab. Die Talsohle scheint durchschritten. Laden- und Büroflächen geben ihr Comeback. TEXT – Ruedi Tanner\*



Ladenlokale in Innenstädten und Büroflächen gewinnen wieder an Attraktivität. Die Vermietungsquoten steigen, auch aufgrund der gedämpften Neubauaktivitäten. BILD: ZVG

## ▶ ABKÜHLUNG NACH DER PANDEMIE

Digitalisierung, Pandemie und Inflation mit deutlichen Kostensteigerungen und abgekühltem Konsumklima: Der stationäre Detailhandel macht schwere Zeiten durch, fegte binnen kurzer Zeit Traditionsunternehmen aus ihren angestammten Märkten und damit auch aus den Ladenlokalen. Die Passantenfrequenzen flie-

len in den Keller. Die Pandemie hat die Kunden in Massen in die Online-Shops getrieben. Der Handel in den Innenstädten war schwer angeschlagen, er taumelte. Leere Schaufenster allenthalben.

Es schien, als liessen sich in Online-Shops auch mittelmässige Marken mit mittelmässigen Produkten, wie warme Weggli verkaufen, während sich in den Läden die

Verkäufer vor lauter Langleweiligkeit die Beine in den Bauch standen. Aus dem Lädli-Sterben wurde erst ein Geschäftes-Sterben, dann ein Grosshandels-Sterben. Aber tausende von Quadratmetern Verkaufsfläche sind der digitalen Disruption zum Opfer gefallen. Der Online-Verkauf war flexibler, schneller, günstiger, erfolgreicher. E-Shops waren die «Places to be».

## COMEBACK DER LADENLOKALE UND BÜROFLÄCHEN

Waren? Und jetzt? Der bereits totgesagte stationäre Handel gibt Lebenszeichen von sich, erlebt gerade ein überraschendes Comeback. Was noch vor zwei Jahren als konservativ abgetan wurde, trifft jetzt (wieder) auf Wertschätzung: Der Gang ins Geschäft, die reale Erfahrung, die persönliche Beratung, das Gespräch, das Einkaufserlebnis an sich. Zudem: Galten die Preise im Internet – auch dank deren unkomplizierten Vergleichbarkeit – als unschlagbar, fehlt diese Gewissheit inzwischen. Die Ladenpreise können wieder mithalten. Denn auch die Online-Kosten steigen bei gleichzeitig wachsender Überreizung der User. Es zeigt sich mehr und mehr, dass Präsenz allein online zu markieren, eine ganz andere Herausforderung ist, als mit einem Ladenlokal Nähe zu schaffen und bei den Kunden verankert zu sein.

Natürlich ist der Detailhandel gezwungen, sich in Teilen auch neu zu erfinden, Ladenkonzepte zukunftsfähig zu machen. Mehr Services, mehr Convenience, mehr Individualität und mehr Nachhaltigkeit. Alles in allem gilt bei den Kunden aber durchaus: Reingehen ist wieder so beliebt wie anklicken. Wieder reingehen: Eine ähnliche Tendenz ist bei der Besetzung von Büroräumlichkeiten zu erkennen. Unterdessen rufen immer mehr auch grosse internationale Unternehmen ihre Mitarbeitenden zurück in die Büros. Noch nicht in allen Fällen zu 100%, aber durchaus mit Nachdruck. Homeoffice bleibt als integraler Bestandteil von New Work bestehen: Doch nur noch als Option, nicht mehr als Zwang. Die Büropräsenz wird wieder bedeutsamer – und beliebter.

## SKEPSIS VERFLIEGT

Das sind Entwicklungen mit entsprechenden Auswirkungen auf den Immobilienmarkt. Ladenlokale gerade in Innenstädten und Büroflächen an gut erreichbaren Lagen gewinnen wieder an Attraktivität. Auch die Investitionen in Logistikimmobilien nehmen wieder zu. Noch verhalten erst, aber der fundamentale Einbruch scheint gestoppt. Die ganz grosse Skepsis für Büro- und Geschäftsimmobilien ist am Verfliegen. Die Vermietungsquoten steigen, auch aufgrund der gedämpften Neubauaktivitäten.

Noch ist das Angebot an Gewerbeimmobilien grösser als

die Nachfrage, der Druck auf die Eigentümerseite ist grösser als auf Seiten potenzieller Käufer. Doch die Talsohle ist vorerst erreicht, die Preiskorrekturen haben gegriffen, die Renditen stabilisieren sich wieder. Und im Jahresverlauf können durchaus weiter zunehmende Aktivitäten erwartet werden. Denn gerade institutionelle Investoren wie Versicherungen und Pensionskassen, aber auch private Anleger setzen auf Investments, die einen bestmöglichen Schutz vor der Teuerung bieten. Immobilien gehören zu dieser Assetklasse. Weiter in den Fokus rücken dürften dabei auch

Immobilientypen, deren fundamentale Nachfragetreiber weniger vom Wirtschaftswachstum als vielmehr von demografischen und technologischen Faktoren abhängen und – in Vorwegnahme anstehender Regulierungssachzwängen – nachhaltige ESG-Kriterien erfüllen.

Die entsprechend nachgefragten Beratungsleistungen von qualifizierten Maklern konzentrieren sich vor diesem Hintergrund nicht nur auf die Preisfindung, den richtigen Vermarktungszeitpunkt und die wirkungsvollen Vermarktungsmassnahmen, sondern auch auf die Prüfung der

Zukunftsfähigkeit einer Gewerbe- oder Büroimmobilie bezüglich individueller sowie strategischer Nutzung, bezüglich Nachhaltigkeit, technologischem Wandel und New Work. ■



**\*RUEDI TANNER**

Der Autor ist Präsident der Schweizerischen Maklerkammer SMK und Mitinhaber der Wirz Tanner Immobilien AG in Bern.

ANZEIGE

## RUNDUM. SORGLOS. E-MOBILITÄT.

Die E-Mobilität kann kommen mit Ladeinfrastrukturen von PLUG'N ROLL

PLUG  ROLL



Jetzt anschliessen

[plugnroll.com](https://plugnroll.com)

✉ [sales@plugnroll.com](mailto:sales@plugnroll.com)

ALIERBAR ROBUST SKALIERBAR VERNETZT SKALIERBAR  
ERBAR ZUKUNFTSSICHER ROBUST VERNETZT ZUKUNFTSS  
& SICHER VERNETZT ROBUST NACHHALTIG  
ERBAR ZUKUNFTSSICHER ROBUST SKALIERBAR