

Auch Zürichs Handel braucht Frequenzbringer

Hugo Boss eröffnet – Neues Shoppingcenter Sihlcity

Nachlassende Frequenz in der Innenstadt, Flächenexpansion am Rand, stabil hohe Mieten für den Einzelhandel in 1a-Lagen und ein verstärkter Auftritt ausländischer Anbieter kennzeichnen auch das teuerste Pflaster der Schweiz: Zürich. Die mit 367 000 Einwohnern und einem Einzugsgebiet von 3 Millionen Menschen größte Stadt des Landes ist in Bewegung. Die Händler an der Einkaufsmeile Bahnhofstraße freuen sich auf einen Frequenzbringer. Hugo Boss eröffnet dort in Kürze ein 500 m² großes Geschäft in Nachbarschaft zu Luxuslabels wie Chanel und Chopard. „Das wird die City aufwerten“, erklärt Urs Leuenberger, Geschäftsleiter der HAKA-Kette Herren Globus, die selbst zu den besten Kunden der Metzinger zählt.

Weniger erfreut sind viele Geschäftsleute von Sihlcity, einem neuen Stadtviertel im Süden Zürichs, ca. drei Auto- und 20 Fußminuten vom Zentrum entfernt. Dort entsteht auf 100 000 m² Gesamtfläche ein gleichnamiges Shoppingcenter mit 41 000 m² Verkaufsfläche und 90 Läden. Mietverträge unterschrieben haben bereits Firmen wie C&A, P&C, Castro, Vögele, PKZ, Feldpausch, Marc O'Polo, Mexx, Triumph und Zero. Rund 620 Mill. Franken (394 Mill. Euro)

werden investiert von der Immobilien-Investmentgesellschaft Swiss Prime Site sowie fünf Fonds, geführt von der Credit Suisse. Eröffnung ist im Frühjahr 2007. Konkurrenz bedeutet Sihlcity auch für das bisher umsatzstärkste Einkaufszentrum Glatt (43 000 m²) in der Nähe des Flughafens. Davon unberührt zeigen sich die Einzelhandelsmieten in der City. Spitzenpreise von rund 583 Franken pro m² (370 Euro) übertreffen sogar deutlich Deutschlands teuersten Standort München mit gut 250 Euro in 1a-Lage, stellt der Standortberater Marc-Christian Riebe von der Location Services AG, Zürich, fest.

Wichtigste Adresse bleibt die Bahnhofstraße. Vom Bahnhof aus reihen sich zunächst vor allem Filialisten für Young Fashion und Trendsortimente aneinander. Die Händler profitieren von täglich über 320 000 Reisenden. H&M hat im vergangenen Herbst das dritte Geschäft an der Einkaufsmeile eröffnet, am gleichen Standort, den zuvor ein Franchise-Nehmer von S. Oliver nach nur einem Jahr wieder verlassen musste.



Begehrnt und teuer: die Bahnhofstraße in Zürich, der größten Stadt in der Schweiz mit rund 367 000 Einwohnern.

Es folgen die neu strukturierten Magneten Jelmoli und Globus. Bei Jelmoli ist 2005 Zara mit einem Flagship eingezogen. Je näher es Richtung Paradeplatz und Zürichsee geht, um so hochwertiger werden die Geschäfte. Louis Vuitton hat von Grieder rund 500 m² übernommen. Kürzlich ließen sich dort Longchamp, Massimo Dutti und Wolford nieder.

Tommy Hilfiger startete 2005 sein erstes Schweizer Flagship und Devernois übernahm den früheren Charles Jourdan-Laden. Die Marke residiert jetzt in der Storchengasse. Standorte in der verwinkelten Altstadt sind laut Locations Service ebenso begehrnt wie die Laufflagen Rennweg oder Limmatquai, wo gerade Mexx eröffnet hat. Die Preise sind dort mit rund 250 Franken/m² deutlich moderater. RP ■