

Real Estate Newsflash

Credit Suisse Real Estate Fund Interswiss, Januar 2008

Inhalt

Geschäftsjahr 2006/2007 Leistung lohnt sich	1
Eröffnung der Center Mall Juwel in Spreitenbach	2
Interview mit Matteo Thun Synergien auf beiden Seiten	2
Geprüfter Jahresbericht Vermögens- und Erfolgsrechnung	3/4
BrauiPassage in Langenthal Von Gewerbehalle zu Einkaufspassage	5
Interview mit Peter Roland Wittwer Ein neues Gesicht zum Stadtkern	5
Geschäftshaus Nänikon Vom Bauherrn zum Mieter	6



Von der Gewerbehalle zur Einkaufspassage

Bis im Mai 2008 wird das eingeschossige, ursprünglich für einen Supermarkt konzipierte Gebäude durch bauliche Massnahmen und ein gezieltes Marketing neu positioniert. Als Frequenz bringender Ankermieter der neuen BrauiPassage konnte Aldi gewonnen werden.



Der Brauihof zeigt anschaulich, wie sich ein rasch veränderndes Umfeld auf die Marktfähigkeit und die Vermietbarkeit einer Liegenschaft auswirken kann. Die 1996 erstellte Überbauung besteht aus drei Wohngebäuden und einem Gewereteil mit darunterliegender Einstellhalle. Während das Wohnen im Brauihof dank der Nähe zur Altstadt, der Besonnung und der Anbindung an den öffentlichen Verkehr nach wie vor attraktiv ist, hat sich das Konzept des Gewerbebaus überholt.

Die bestehende «Einzelhandelsfabrikhalle», die mit der heutigen Ausrichtung und Konzeption unattraktiv wirkt und kaum vermietbar ist, muss für eine weitere Detailhandelnutzung wieder wettbewerbsfähig gemacht werden, stellte der mit der Erarbeitung einer Neupositionierung beauftragte Immobilien- und Marketingspezialist Peter Roland Wittwer fest (siehe auch unten stehendes Interview). Dieter Morf von Morf Dipl. Architekten ETH SIA in Aarburg, die für das Umbauprojekt verant-



wortlich sind, bemängelte, dass der fensterlose, mit Blechpaneelen verkleidete Bau «nichtssagend bis abweisend» wirke. Zudem sei die ursprüngliche organisatorische Auslegung auf nur einen Laden mit der heute angezeigten Aufteilung der Verkaufsfläche auf mehrere Geschäfte kaum zu vereinbaren.

Anbindung an die Fussgängerströme

Der Bau wurde seinerzeit als Waro-Supermarkt konzipiert. Nach dem Verschwinden von Waro zogen Denner und Interdiscount ein, allerdings nur als Übergangslösung. Im Sommer 2007 stand die Gewerbehalle leer. Die grundsätzliche Neupositionierung war damals bereits beschlossene Sache. Für die Investitionen gab der CS REF Interwiss ein Budget von CHF 5.4 Mio frei. Das Hauptziel: Die Gewerbehalle wird in eine moderne, transparente und lebendige innerstädtische Einzelhandelspassage mit einem Hauptmieter und vier bis fünf kleineren Ergänzungsmietern umgewandelt. Die BrauiPassage

soll sich dem Einzelhandelswettbewerb in Langenthal selbstbewusst stellen und an die Fussgängerströme zwischen dem Neubauprojekt der Migros im Westen und der Altstadt, dem Coop Supermarkt und dem Neubauprojekt «Untere Markt-gasse» auf der östlichen Seite angeschlossen werden.

Aldi als Ankermieter und Frequenzbringer

Im Zentrum des Umbau- und Aufwertungsprojekts steht eine interne Verbindung. Über diese Ladenpassage – daher auch der neue Name BrauiPassage – können beidseits Ladenflächen von beinahe beliebig variierbarer Grösse erschlossen werden. Südlich der Passage wird sich auf einer Fläche von ungefähr 1 800 m² Aldi etablieren. Auf der nördlichen Seite der Passage, im pavillonartigen neuen Teil des Gebäudes, sind fünf Kleinläden von je 70 m² bis 170 m² vorgesehen. Diese werden von der hohen Anziehungskraft und den Frequenzen des Discounters profitieren können. Gegen den öffentlichen Aussenraum wird das Gebäude durch grossflächige Glasfronten geöffnet. Nach Abschluss der Arbeiten Ende Mai 2008 wird das Braui-Areal durch eine attraktive Shopping-Destination aufgewertet werden und das Portfolio vom CS REF Interwiss wird wieder mit einer ertragsstarken sowie wettbewerbsfähigen Liegenschaft ergänzt.

Eckdaten BrauiPassage, Langenthal

Baujahr	1996
Lage	150m nordwestlich vom Zentrum Langenthals
Grundstücksfläche	7 177 m ²
Verkehrswert (30.09.2007)	CHF 20.28 Mio.
Investition	CHF 5.4 Mio.
Netto-Sollmietertrag p.a. nach Umbau	CHF 1.59 Mio.
Wohnungen	44
Verkaufsfläche Detailhandel	2 922 m ²
Parkplätze (inkl. Kurzparking)	230

Ein neues, freundliches Gesicht zum Stadtkern



Herr Wittwer, was erwarten Sie von der Neupositionierung des Brauihofs?

Der einstige Waro-Verbrauchermarkt avanciert zu einer Shoppingpassage mit mehreren Anbietern. Mit der neuen Marktpositionierung dieser Immobilie erwarte ich primär die für eine nachhaltige Ertragsentwicklung erforderliche Wettbewerbsstärke.

Wann begannen sich die Probleme mit der Einzelhandelsimmobilie Brauihof abzuzeichnen?

Konzipiert und gebaut wurde das Gebäude für den Verbrauchermarkt Waro. Coop übernahm 2003 die Waro AG. Mit der Schliessung des Verbrauchermarktes verlor die Betreiberliegenschaft ihr Nutzenpotenzial weitgehend. Das Verkaufslokal des Waro-Marktes wurde für die bestehende Restmietdauer

nicht von Coop, sondern mit mässigem Erfolg von Denner und Interdiscount weiterbetrieben. Das Image hatte sich durch die provisorischen Nutzungen weiter verschlechtert.

Auf welche Faktoren stützt sich die Neupositionierung?

Die hier gewählte Neupositionierung stützt sich auf die vorhandenen Stärken wie Parkplatzangebot, innerstädtische Lagequalität und einen das bestehende Detailhandelsangebot des Stadtzentrums optimal ergänzenden Angebotsmix. Mit abgestimmten baulichen Massnahmen an Gebäude und Vorplätzen wird das Potenzial der Lagequalität voll ausgeschöpft.

Die Fondsleitung ist Ihren Vorschlägen für eine Neupositionierung gefolgt. Hätte es eine Alternative gegeben?

Natürlich könnte der bestehende, einfache Gewerbebau mit engagierter Marktbearbeitung und ohne grössere Investitionen weitergenutzt werden. Der so erzielbare Mietertrag hätte jedoch die bestehende Bausubstanz und den Landwert weder nachhaltig noch angemessen verzinsen können, was unweigerlich zu sehr hohen Abschreibungen hätte führen müssen. Eine Alternative zur Einzelhandelsnutzung sehe ich nicht.

Was hat Aldi (Schweiz) veranlasst, in die BrauiPassage einzuziehen?

Der Lebensmitteldiscounter bevorzugt eigene Bauten an Hauptverbindungsachsen mit hohem Verkehrsaufkommen. Aldi hatte den Grossraum Langenthal seit Jahren im Visier und verschiedene Angebote in Prüfung. Auf ein innerstädtisches Mietangebot ist Aldi nur deshalb eingetreten, weil die entworfene Neupositionierung mit der Anbindung auch für den Fussgänger an das Stadtzentrum und mit dem angestrebten Branchenmix zu überzeugen vermochte.

Welche Art von Mietern braucht es, um einen idealen Mietermix zu erreichen?

Eine Mischung zwischen lokal und regional bzw. national tätigen Detailhandelsunternehmen. In der Kleinstadt können lokale Anbieter wesentlich zu Image und Akzeptanz eines Centers beitragen. Entscheidend für den Erfolg im hart umkämpften Markt ist eine ausgewiesene Professionalität und Bonität. Für die BrauiPassage wird ein Branchenmix angestrebt, welcher das Sortiment von Aldi optimal ergänzt.

Was bringt der Umbau aus städtebaulicher Sicht?

Der Brauihof gilt bei der Baubehörde von Langenthal – und auch in anderen Fachkreisen – als städtebaulicher, architektonischer Schandfleck. Mit der neuen Gestaltung und der Realisierung der Passage erhält das Gebäude ein Gesicht, hin zum Stadtkern. Das neue Erscheinungsbild des eingeschossigen Hofbaus wird die gesamte Geschäfts- und Wohnüberbauung in ihrer städtebaulichen Qualität aufwerten.

Worauf freuen Sie sich persönlich am meisten, wenn im Mai 2008 die neue BrauiPassage eröffnet wird?

Die BrauiPassage wird das innerstädtische Detailhandelsangebot von Langenthal stärken. Davon profitieren der Einzelhandel des Stadtzentrums und das Publikum im Raum Langenthal. Aus der Recovery-Position befreit, gilt die Immobilie wieder als attraktives Anlageobjekt. Richtig Freude wird aufkommen, wenn bei Eröffnung Vollvermietung erreicht ist.

Kurzlebenslauf

Peter Roland Wittwer, Betriebsökonom MBA/SKU, befasst sich seit über 25 Jahren mit der Entwicklung, Vermarktung und Realisierung von Shopping Centers.

Er ist Inhaber der WMI Wittwer Marketing & Immobilien sowie Mitinhaber der City Marketing AG in Bern.