



# Interview

## Jürg Brechbühl

Direktor, New Business Development  
VebeGO AG

---

### Herr Brechbühl, was sind aus Ihrer Sicht die grössten Herausforderungen für den Detailhandel in der Schweiz?

Jürg Brechbühl:

Nichts ist so stetig wie der Wandel – dies bekommt die Retail-Branche aktuell stark zu spüren. In den vergangenen zehn Jahren sind zu den bisherigen Spannungsfeldern weitere dazugestossen, denen sich die Eigentümer und Betreiber von Shopping Centern stellen müssen. Zum einen hat so der starke Franken den Einkaufstourismus weiter gefördert. Doch nicht nur die günstigeren Preise locken über die Grenze: Auch die grössere Produktauswahl im Ausland hat ihren Sog. Dazu kommt, dass gerade bei kostspieligeren Einkäufen der Kunde online umfangreiche Information findet, um Preisvergleiche vorzunehmen und dies bei seiner Kaufentscheidung mitberücksichtigt. Doch das Internet ist nicht nur Informations- und Werbeplattform; gerade das Multichanneling führt dazu, dass der Detailhandel als Vertriebskanal an Umsatzstärke einbüsst. Die schmerzliche Konsequenz sind drohende Filialschliessungen oder zumindest Flächenreduktionen. Zusammenfassend kann man sagen: Der Detailhandel steht stark unter Druck. Es besteht Handlungsbedarf. Die Retail-Branche muss sich selbst neu erfinden, innovative

Ansätze sind gefragt. Mit dazu gehört, die Digitalisierung nicht nur als Bedrohung wahrzunehmen, sondern ganzheitliche Ansätze zu entwickeln, die bewusst damit arbeiten.

### Wie stellen Sie sich den Detailhandel in 20 Jahren vor?

Jürg Brechbühl:

Die Digitalisierung wird weiter zunehmen, das bietet Chancen und Herausforderungen. Zu den Gewinnern wird gehören, wer die Stärken der virtuellen Welt mit denjenigen der realen zu einem Mehrwert zu kombinieren weiss. Das Ziel muss sein, ein Einkaufserlebnis zu schaffen, bei dem der Service-Gedanke und der Convenience-Aspekt im Mittelpunkt stehen.

Ein grosses Thema der näheren Zukunft wird auch das Thema Third Place Living darstellen. Fand das bisherige Leben vor allem entweder zuhause oder dann am Arbeitsplatz statt, so löst sich das stetig auf. Im 21. Jahrhundert ist der Mensch mobil. Ein Grossteil seines täglichen Lebens spielt sich irgendwo zwischen diesen beiden Polen ab, unterwegs – im sogenannten Third Place. Einkaufszentren, die auf diese demografische Entwicklung eingehen und den reinen Konsum-Teil lau-

fend mit entsprechenden Angeboten ergänzen, gewinnen an Attraktivität. Damit ist längst nicht mehr nur das Bereitstellen von Seminarräumen und Gastro-Dienstleistungen gemeint. Die Rede ist von umfassenden Konzepten, die neben attraktiven Arbeitsmöglichkeiten auch umfangreiche Freizeit-, Erholungs- und Bildungsangebote umfassen.

## **Und wie wird sich Ihr Einkaufsverhalten verändern?**

Jürg Brechbühl:

Als New Business Development Direktor eines Facility-Dienstleisters bin ich persönlich und von Berufs wegen sehr an der Welt von morgen und den sich daraus ergebenden Möglichkeiten interessiert. Ich sehe viele Potenziale, wie gerade auch das Facility Management für die Retail-Branche durch die Digitalisierung und den Ausbau der Sensortechnik gewinnen kann. Dadurch lassen sich die Wertschöpfung und die Service-Qualität für die Betreiber und letztlich den Endkunden beträchtlich steigern. Als Konsument schätze ich klar die Möglichkeiten, die sich durch das Multichanneling für mich eröffnen. Doch ich bin überzeugt, dass ich auch in zwanzig Jahren noch den Ausflug zum Detailhändler meiner Wahl geniessen werde. Wo ich persönlich den rötesten, knackigsten Apfel auswähle, meinen Nachbarn treffe und spontan mit ihm einen Kaffee trinken gehe.

## **Sind Sie der Meinung, dass die Schweiz weitere Flächen zur Expansion von Shopping Center braucht oder ist eine Sättigung erreicht?**

Jürg Brechbühl:

Die aktuelle Entwicklung deutet darauf hin, dass die Umsätze weiter zurückgehen werden und entsprechend eher die Reduzierung von Verkaufsflächen die Norm sein wird. Allerdings zeigt sich die Situation uneinheitlich. Die Shopping-Angebote beispielsweise an den Grossbahnhöfen fallen durch eine bemerkenswerte Umsatzstärke auf. Ganz allgemein wird der Standortfaktor als einer der entscheidenden im Kampf um den Konsumenten wahrgenommen.

## **Welches sind die Kernaufgaben für Shopping Center Besitzer und was sind die Herausforderungen für die Betreiber?**

Jürg Brechbühl:

Das übergreifende Ziel ist klar: Es gilt, sich den neuen Gegebenheiten anzupassen und zukunftsfähige Strategien zu entwickeln. Die Shopping Center-Besitzer sind punkto Revitalisierungen gefragt. Dazu gehören Investitionen in eine einladende Architektur und ansprechende Designkonzepte, das Schaffen von Erlebniswelten und Convenience ... Retail-Experten sagen, dass ein Shopping Center regelmässig einer Generalüberholung bedarf. Da hinken wir in der Schweiz stark hinterher. Doch mit rein baulichen Konzepten ist es nicht getan. Die Betreiber sind am Zug, wenn es darum geht, einen attraktiven Mietermix zu bieten, welcher der Verkaufswelt von heute entspricht, eine Erlebniswelt mit Third Place-

Angeboten schafft und den Bedürfnissen der Bevölkerung im Einzugsgebiet dynamisch Rechnung trägt. Ein professionelles Facility-Konzept gehört selbstredend zu einem modernen Shopping Center mit dazu. Und hier kommen wir als Vebegeo mit ins Spiel: Als kundennaher Facility-Dienstleister bieten wir massgeschneiderte Konzepte und Lösungen, die exakt auf die jeweiligen Anforderungen abgestimmt sind.

Was letztlich beim Besitzer und beim Betreiber auf dem Pflichtenheft stehen sollte, ist das Verfolgen der angesprochenen Trends: Der Servicefaktor für den Konsumenten muss erhöht werden. Und es muss in attraktive und zukunftsweisende Strategien und Konzepte investiert werden, welche am POS die virtuelle und die reale Welt zum Nutzen der Konsumenten zusammenführen.

## **Nennen Sie uns die grössten Schweizer Shopping Center, die von Ihnen gemanaged werden?**

Jürg Brechbühl:

Wir sind für über dreissig verschiedene grosse Einkaufszentren schweizweit tätig, so unter anderem für die Maus Frères SA und für Wincasa.

## **Welche Erwartungen haben Sie an die Veranstaltung vom 4. + 5. Mai 2017 in Zürich?**

Jürg Brechbühl:

Ich freue mich auf den Fachkongress als einzigartige Plattform für gehaltvolle Referate rund um die Schweizer Shopping Center-Industrie und auf den Austausch mit ausgewiesenen Experten und Entscheidern der Branche. Besonders gespannt bin ich darauf, aus erster Hand über die Entwicklungen im Detailhandel zu erfahren, dabei interessiert mich persönlich natürlich speziell die Schnittstelle zur Facility-Welt.