

# Eine Million Miete bezahlt

Die Fast-Food-Ketten McDonald's und Burger King kritisieren unerschwingliche Mieten an Toplagen wie der Bahnhofstrasse

Das Geschäft mit Burgern läuft zwar, aber die Schnellimbisse werfen nur minimale Gewinnmargen ab.  
**Franziska Pfister**

Essen über die Gasse ist gefragt. In Grossstädten machen jede Woche neue Imbisse auf. Doch während besonders um die Bahnhöfe das Geschäft boomt, leidet McDonald's Schweiz. In nur zwei Jahren haben die Amerikaner 6 Mio. Gäste verloren, der Umsatz ging um 30 Mio. Fr. zurück. Nun schliesst der Fast-Food-Pionier in Zürich gleich zwei Restaurants: im Niederdorf und an der Bahnhofstrasse. Das ist ungewöhnlich, in vierzig Jahren wurden nur vier von heute 163 Lokalen dichtgemacht.

An Toplagen rechnen sich Schnellrestaurants kaum mehr nicht einmal für den Marktführer, der in jahrelanger Arbeit die Prozesse optimiert und die Kosten gedrückt hat. Ungewohnt offen kritisiert McDonald's Schweiz die Hauseigentümer. «Die Bahnhofstrasse ist ein sehr umsatzstarkes Lokal, aber die Miete ist auch entsprechend hoch», sagt Marketingchef Thomas Truttmann. Eine Trendwende bei den Mieten sei dort bisher ausgeblieben. Die Gastronomie sei jedoch ein Kleinstmargengeschäft.

Die Fast-Food-Kette schliesst an der Bahnhofstrasse, weil Ver-

mieterin Swiss Life den Mietvertrag nach 30 Jahren nicht verlängert hat. Auch diverse Kleidergeschäfte und der Buchladen Orell Füssli haben sich zurückgezogen. Dabei erwirtschaften die Händler laut Branchenkennern weit höhere Gewinnmargen als Restaurants.

McDonald's habe rund 1 Mio. Fr. Miete bezahlt für das Lokal mit 130 Plätzen, sagt ein Insider, der den Vertrag kennt. Dem stehe ein Jahresumsatz von 9 Mio. Fr. gegenüber, was weit über dem Schnitt vergleichbarer Betriebe liege. Das bedeutet: Jeden Monat gingen 11% des Umsatzes für Miete weg. Das Unternehmen will die Zahlen nicht kommentieren.

Als Faustregel für Schnellrestaurants gilt, dass die Miete maximal einen Zehntel des Umsatzes ausmachen darf. In der Stadt Zürich forderten Vermieter jedoch teilweise Mindestmieten von 15% des Umsatzes, sagt Paul Nagel, der als Lizenznehmer eine Reihe von Burger-King-Lokalen betreibt. «Wenn McDonald's das nicht stemmen kann, wer dann?», fragt er.

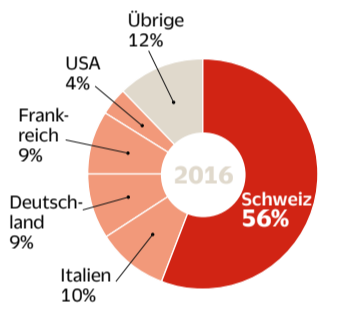
So ziehen die Imbisse an günstigere Lagen, die im Fall der Bahnhofstrasse nur um die Ecke liegen: Der Löwenplatz entwickelt sich gerade zu einem neuen Epizentrum für Fast Food. Nicht nur McDonald's betreibt dort seit kurzem ein Lokal, auch die Bur-



Unbezahlbare Mieten: McDonald's zieht von der Bahnhofstrasse weg. (Zürich, 11. November 2016)

## Schweizer dominieren

Herkunft der Marken an der Bahnhofstrasse - Anteil in %



Quelle: CBRE Rscannzz-dhpl4

ger-Kette Holy Cow wird demnächst einen «Food Court» mit drei Restaurants für Burger, Poulet-Spezialitäten und Burritos aufmachen. Und weit davon ist auch die Migros mit mehreren Take-aways tätig.

Nicht nur Schnellverpfleger sehen Potenzial, auch die SV Group ist zuversichtlich. Der Restaurant- und Mensenbetreiber ist seit drei Jahren mit der Pizza- und Pasta-Kette Spiga an der Löwenstrasse präsent. «Das Lokal entwickelt sich gut», sagt Florian Dübendorfer, Leiter der Restaurant-Division. SV suche zurzeit weitere Standorte, jedoch nicht in der unmittelbaren Umgebung.

An der Löwenstrasse seien die Mieten rund 15% tiefer als an der

Bahnhofstrasse, sagen Immobilienexperten. Das kommt Gastronomen entgegen. Burger blieben gefragt, das zeige die Eröffnung diverser neuer Lokale, sagt McDonald's-Manager Truttmann. «Die Realität ist aber, dass der Gastronomiemarkt Schweiz seit 22 Quartalen schrumpft, das bringt viele Wirte in Bedrängnis.» So hat Burger King ein Lokal an der Löwenstrasse zwar geprüft, schliesslich aber nicht zugegriffen. «Das hätte sich nicht gerechnet», sagt Lizenznehmer Nagel, der kürzlich Dunkin' Donuts in die Schweiz geholt hat.

Von den 60 Geschäften an der Löwenstrasse sind auf gut einem Zehntel der Ladenfläche Cafés und Restaurants eingemietet, wie der Immobilienberater CBRE im März errechnet hat. Das sei ein hoher Anteil. Daneben hätten zahlreiche Läden eröffnet. Prominente Zuzüger sind das Spielwarengeschäft Franz Carl Weber sowie der US-Turnschuh-Multi Footlocker.

Tagsüber ist also bereits viel Laufkundschaft unterwegs, am Abend, wenn die Warenhäuser Globus und Migros geschlossen haben, ist die Gegend jedoch ausgestorben. Das dürfte sich mit den Fast-Food-Lokalen ändern, hoffen die Wirte. Die neuen Angebote sollten zudem tagsüber vermehrt Leute von der nahen Bahnhofstrasse herüberlocken.  
Mitarbeit: Charlotte Jacquemart

## Laden-Mix an der Bahnhofstrasse

### Hiesige Marken dominieren

Zürich, London oder Paris: Wer durch die Einkaufsstrassen der europäischen Metropolen schlendert, dem bietet sich auf den ersten Blick das immergleiche Bild: Zara neben H&M, Gucci neben Louis Vuitton, Rolex neben Cartier – internationaler Einheitsbrei allenthalben. Wenig heimische Marken, wenig Überraschendes, Langeweile dominiert, so der Eindruck des Shopping-Reisenden.

Doch der Eindruck täuscht. An der Zürcher Bahnhofstrasse sind 56% aller Läden in der Hand von Schweizer Marken (siehe Grafik). Das zeigt eine Untersuchung der internationalen Immobilienberatungsfirma CBRE, die nächste Woche publiziert wird. Die Situation an der Bahnhofstrasse ist ähnlich wie jene in London oder Paris: An der Oxford Street kämpfen mit 60% etwas mehr heimische Marken um die Kunden, an den Champs-Élysées mit 55% gleich viele. Der Detailhandels-Mix an den Top-Einkaufsstrassen eines Landes sei immer auch ein Spiegel der Fähigkeit des Landes, starke Marken hervorzubrin-

gen, die sich die überdurchschnittlich hohen Mieten an diesen Strassen leisten könnten, sagt Michael Dessen, zuständig für den Bereich High-Street Retail bei CBRE Schweiz.

Obwohl sich in den letzten Jahren und Monaten Schlagzeilen von Modehäusern jagten, die Filialen schlossen oder Konkurs anmeldeten, sind mit PKZ, Tally Weijl, Modissa, Weinberg oder Bally weiterhin viele Schweizer Mode-Brands an der Bahnhofstrasse präsent. Wo trotzdem Läden schlossen, entbrannte ein Wettbewerb um die raren Flächen.

In die Lücke sprangen oft Uhrengeschäfte, die das Niveau der heimischen Anbieter halten konnten. «Schweizer Uhrenmarken haben in den letzten fünf Jahren vermehrt eigene Shops eröffnet, wodurch das Verschwinden mehrerer Schweizer Detailhändler an der Bahnhofstrasse ausgeglichen wurde», so Dessen. Vacheron Constantin, Breitling, Tissot, Omega und Hublot haben allein in den vergangenen beiden Jahren eigene Läden eröffnet. (knu.)

# Constantin Film steht vor juristischer Blockade

Die Stimmen von Grossaktionär Bernhard Burgener werden an der Hauptversammlung nicht zugelassen. Der Baselbieter kündigt Anfechtungsklage an.  
**Ueli Kneubühler, München**

Auf einmal kletterte Radauktionär Manfred Klein auf die Bühne, tanzte zwischen Vorstand und Aufsichtsrat umher und forderte, dass er die Hauptversammlung (HV) der Constantin Medien leiten kann. Am Ende einer HV, wie sie die deutsche Aktionärs-geschichte noch nicht erlebt hat («Handelsblatt»), führten Buh-rufe, Schreie und ein Tumult am Podium gar zum Einschreiten des Sicherheitspersonals.

Was nach einem bayrischen Schwank tönt, ereignete sich diese Woche tatsächlich in der bekannten Schenke Nockherberg in München. Bereits die HV im Juli musste abgebrochen werden. Man hoffte auf Besserung – doch

sie blieb aus. Im Saal mit seinem abgewetzten Parkettboden, der die Geschichte vieler bierseliger Abende erzählt, wirkte das Setting der Hauptversammlung mit seinen beiden übergrossen, weisen Panels, die den puristischen dunkelblauen Constantin-Schriftzug zu jeder Seite des pompösen Podiums ins Publikum schrien, reichlich unwirklich. Ein Dutzend Führungskräfte in zwei Reihen bevölkerte die Tribüne.

Im halb gefüllten Saal hielten die rund 200 Aktionäre der Constantin-Führung um Aufsichtsratschef Dieter Hahn den Spiegel in trumpscher Manier vor. Ein Triumvirat um den unteretzten Aktionär Klein scherte sich nicht um Rederechte und Anstand und brüllte den Versammlungsleiter nieder. Mehrfach forderten die Aktionäre zu Recht die Offenlegung der anwesenden Stimmen (was erst im Verlauf des Nachmittags geschah) und eine Abstimmung über die Absetzung des ih-

rer Ansicht nach parteiischen Versammlungsleiters. Dieser, vom Aufsichtsrat erst eine Stunde vor der Hauptversammlung gewählt, quitierte die Anträge zur Offenlegung mit Ignorieren.

Nach zwei Tagen, 20 Stunden und 500 Fragen endete am Donnerstagabend das Aktionärstreffen, in dessen Kern es um den



Bernhard Burgener

Streit zweier Grossaktionäre geht. Einer von ihnen ist der Schweizer Bernhard Burgener, zwischen 2008 und 2015 Constantin-Chef.

Vorne links sass er, umringt von gestikulierenden Anwälten, den Kopf schüttelnden PR-Beratern und sich lässig gebenden Erfolgsleuten. Burgener, Chef der in Pratteln (BL) domizilierten Constantin-Tochter Highlight Communications, hält in einem Pool rund 30% der Aktien der Muttergesellschaft.

Sein Gegenspieler ist Dieter Hahn, Hauptprotagonist der Versammlung. Er sass als Aufsichtsratschef pomadig auf dem Podium, während sein PR-Berater Journalisten über angebliche Lügen Burgeners aufklärte. Hahn will das Filmgeschäft verkaufen («Fack ju Göhte») und auf den Sportbereich fokussieren. Burgener, bekennender Cineast, stemmt sich dagegen. Die beiden werfen sich gegenseitig vor, bloss an die Kasse der Gegenseite zu

wollen. Hahn bezichtigte Burgener, einer Clique von Profiteuren den Zugang zu ihren Fleischtopfen sichern zu wollen. Burgener konterte, dass Hahn bloss die mehreren hundert Millionen Euro kassieren wolle, die ein Verkauf des Filmgeschäfts bringen würde. Der Baselbieter erhielt für seine Ausführungen tosenden Applaus, Hahn musste sich mit zaghaftem Klatschen begnügen.

Trotzdem lächelte am Ende der Constantin-Chef. Die Abstimmungen fielen zu seinen Gunsten aus. Dies allerdings nur, weil die Stimmen des Burgener-Pools erneut nicht zugelassen waren und kurz vor den Abstimmungen nur die Anwesenheit von 47,1% der Stimmen verkündet wurde.

Während zweier Tage fragten etliche Aktionäre nach geplanten Stimmrechtsbeschränkungen. In die Karten liess sich Constantin erst blicken, als es zu spät war, um zu intervenieren. Grund für die Ausschliessung sei eine

Falschmeldung des Burgener-Pools, was dieser heftig bestritt.

Mit dem Fall vertraute Juristen sprechen von einer falschen Begründung und einem Verstoß gegen geltendes Recht. Burgener kündigte umgehend an, dass er dieses Vorgehen nicht billige. Die Beschlüsse seien null und nichtig. Er werde eine Anfechtungsklage einreichen lassen. Andere Aktionäre dürften dem Beispiel folgen. Damit dies geschehen kann, ist das notarielle Protokoll der Hauptversammlung nötig.

Wie zerrüttet das Vertrauen der Parteien ist, zeigt, dass die Burgener-Seite die ganze Hauptversammlung stenografiert hat und nicht auf die Inhalte des ordentlichen Protokolls vertraut.

Die gesetzliche Frist für die Einreichung der Klage beträgt vier Wochen. Solange die Situation rechtlich derart verworren ist, bleibt Constantin Film für potenzielle Käufer ein rotes Tuch. Fortsetzung folgt.