

# PERSPEKTIVEN DER FREIBURGER WIRTSCHAFT

## DER DETAILHANDEL IM KANTON FREIBURG

2012



ETAT DE FRIBOURG  
STAAT FREIBURG

Service de la statistique SStat  
Amt für Statistik StatA  
[WWW.FR.CH/DEE](http://www.fr.ch/dee)



Freiburger  
Kantonalbank

einfach offener

# INHALTSVERZEICHNIS

Vorwort	3
Einführung	4
Die Freiburger Wirtschaft 2012	5
Prognosen des Freiburger BIP für 2013	7
Der Detailhandel im Kanton Freiburg	8
1. Nachfrage	9
2. Angebot	15
3. Die Trends im Kanton	20
4. Fazit und Perspektiven	22
Danksagungen - Hinweise	23

## IMPRESSUM

### **Freiburger Kantonalbank**

Bd de Pérolles 1  
1701 Freiburg  
[www.fkb.ch](http://www.fkb.ch)

### **Redaktion:**

Paul Coudret, Wirtschaftswissenschaftlicher Berater

Mit der Beteiligung des

### **Amtes für Statistik des Kantons Freiburg**

Bd de Pérolles 25  
Postfach 1350  
1701 Freiburg  
[statfr@fr.ch](mailto:statfr@fr.ch)  
[www.stat-fr.ch](http://www.stat-fr.ch)

### **In Zusammenarbeit mit:**

Institut Créa, Universität Lausanne  
Claudio Sfreddo

### **Illustrationen und Layout:**

Joël Meyer, RMG Design

# VORWORT



**Beat Vonlanthen**

der Arbeiter dem Produkt einen Mehrwert hinzu. Aber diese Wertschöpfung pro Arbeitsplatz, auch Produktivität genannt, ist nicht in allen Branchen gleich. Sogar von Kanton zu Kanton ist sie unterschiedlich. Diese Unterschiede lassen sich anhand komplexer Auswertungen von verschiedenen statistischen Quellen, namentlich der Finanzrechnung der einzelnen Betriebe und der Beschäftigung, beziffern. Solche Analysen zeigen, dass es nicht so sehr die Produktivitätsunterschiede innerhalb einer Branche sind, die zu Differenzen zwischen den einzelnen Kantonen führen, sondern vielmehr Unterschiede in der Wirtschaftsstruktur. Hier, in der Gewichtung der Branchen nach Arbeitskräften, liegt die wichtigste Herausforderung.

Aus diesem Grund sind Regierungen, insbesondere auch die Freiburger Regierung, bestrebt, Aktivitäten mit hoher Wertschöpfung anzuziehen. Das heisst natürlich nicht, dass Branchen mit minderer Wertschöpfung nicht wichtig sind. Der Detailhandel, dem in diesem Heft ein besonderes Augenmerk gewidmet wird, wie auch das Bauwesen sind beispielsweise Branchen, die im Kanton Freiburg eine bedeutende Rolle spielen. Natürlich hat das starke Bevölkerungswachstum zur Entwicklung dieser Branchen beigetragen, einer Entwicklung, die die Gesundheit der Wirtschaft im Kanton gestärkt hat. Aber auf Dauer genügt das Wachstum in diesen Branchen allein nicht, um eine solide und diversifizierte Wirtschaftsstruktur zu erhalten. Allein vermag es auch nicht das BIP pro Arbeitsplatz oder Einwohner zu erhöhen. Um dies zu erreichen, muss unsere Wirtschaft auch Arbeitsplätze in Wirtschaftszweigen mit hoher Wertschöpfung schaffen. Die Unternehmen in solchen Wirtschaftszweigen sind oft sehr mobil, da sie weniger von der Nähe zum Kunden oder vom Bevölkerungswachstum abhängig sind um zu gedeihen. Sie haben also mehr Freiheit in der Wahl ihres Standorts und sind heftig umworben.

Um unsere Wirtschaftsförderung zielgenau einsetzen zu können und gute Rahmenbedingungen zu schaffen, müssen wir die Lage und die Aussichten unserer Wirtschaft so genau wie möglich kennen. Dies ist eines der Ziele dieser Studie.

Beat Vonlanthen  
Staatsrat  
Volkswirtschaftsdirektor

Vielen Leuten ist das Bruttoinlandprodukt ein etwas abstrakter Indikator, dem oft vorgeworfen wird, dass er nicht das alleinige Mass des Erfolgs oder Fortschritts ist, geschweige denn der Zufriedenheit. Wenn man aber berücksichtigt, dass das BIP nie diesen Anspruch erhoben hat und dass es einfach die Summe der Wertschöpfungen in allen Wirtschaftsbranchen und Betrieben ist, so ist es durchaus noch von Interesse.

In jeder Etappe des Herstellungsprozesses eines Gutes oder einer Dienstleistung fügt



**Edgar Jeitziner**

Dieses Instrument ermöglicht es ihnen, ihre Entscheidungen besser vorzubereiten und ihre Projekte besser zu leiten. Es gibt ihnen ein Mittel in die Hand, um sich einen Überblick über die eigene Position in ihrem Wirtschaftsumfeld zu verschaffen, und bietet ihnen einige nützliche Teilziele für die Ausrichtung ihrer mikroökonomischen Vorgehensweise. In diesem Kontext erfüllt die FKB eines ihrer Ziele perfekt, nämlich einen Beitrag zur wirtschaftlichen Entwicklung des Kantons zu leisten. Wenn das BIP auch ein Instrument ist, das gelegentlich kritisch gesehen wird, gibt die FKB den Freiburger Unternehmern mit ihm eines der wenigen derzeit vorhandenen Mittel in die Hand, das aktuelle wirtschaftliche Klima in ihrem Bereich zu beurteilen.

Einen Beitrag zur wirtschaftlichen Entwicklung des Kantons zu leisten und diese besser zu verstehen, bedeutet auch, die Zusage zu wagen, dass Momentaufnahmen interessant sein können. Nach der Untersuchung der konjunkturellen Kapazität des Kantons im Vergleich zu anderen vergleichbaren Regionen in Europa und der Schweiz und der Auseinandersetzung mit den Gründen für die Dynamik der Freiburger Wirtschaft widmet sich diese Veröffentlichung der Untersuchung einer Branche, die überall im Kanton präsent ist, über die jedoch nur geringe Kenntnisse vorliegen, nämlich dem Detailhandel.

Seit 1973 in Avry das erste Einkaufszentrum im Kanton Freiburg eröffnet wurde, hat sich diese Branche sehr dynamisch entwickelt, ohne jedoch – abgesehen von der fast im Jahrestakt stattfindenden Eröffnung neuer Einkaufszentren – die Aufmerksamkeit der Öffentlichkeit auf sich zu ziehen. Schon als der ehemalige Staatsrat Michel Pittet in seiner im Jahre 1976 veröffentlichten Dissertation der Wirtschaftswissenschaften ihre strategische Bedeutung darlegte, wurde dies durch Fakten belegt. Heute ist der Detailhandel ein Wirtschaftszweig von strategischer Bedeutung für den Kanton.

Es lohnt sich, genau in dem Moment einmal innezuhalten, in dem Freiburg ein bisher ungekanntes demografisches Wachstum erlebt, das den Detailhandel weiterhin ankurbelt und unseren Kanton für die Akteure dieser Branche zu dem Ort macht, an dem man einfach sein muss.

Edgar Jeitziner  
Präsident der Generaldirektion  
der FKB

# EINFÜHRUNG

2012 war die Freiburger Wirtschaft einem starken Druck ausgesetzt. Einerseits konnte der Exportsektor, in erster Linie dank der gefüllten Auftragsbücher der Uhrmacherbranche, den konjunkturellen Schocks gut widerstehen. Ende September konnte der Kanton tatsächlich im Vergleich zum entsprechenden Zeitraum 2011 einen Zuwachs von 18% bei den Exportzahlen verzeichnen. Andererseits werden die Zukunftserwartungen der Unternehmer laut den Untersuchungen der Konjunkturforschungsstelle der Universität Zürich (KOF) immer pessimistischer.

Tatsächlich sind es die Unternehmen, die auf dem Binnenmarkt aktiv sind, für die sich die Lage einzutrüben scheint. Wie Untersuchungen des Freiburger Wirtschaftsmonitoring und der Freiburger Handelskammer zeigen, müsste diese sich einer grösseren Konkurrenz erwehren und eine deutliche Margenerosion hinnehmen, zwei indirekte Auswirkungen der Stärke des Schweizer Franken.

In diesem Jahr richten wir unser Hauptaugenmerk, neben den Daten des Créa-Instituts für angewandte Makroökonomie der HEC der Universität Lausanne zum Stand der kantonalen Wirtschaft im 2012 und den Prognosen für 2013 auf einen Wirtschaftszweig, der genau auf den Binnenmarkt ausgerichtet ist, nämlich auf den Detailhandel. Er ist ein wesentlicher Bestandteil des wirtschaftlichen Reichtums unseres Kantons. Er zeigt jedoch auch die Herausforderungen, denen sich Freiburg stellen muss, insbesondere auf demografischer Ebene.

## Hinweise zur Methodik

Im Vergleich zu den vorhergehenden Publikationen wurde für die Klassifizierung der Produktionsaktivitäten in Übereinstimmung mit der vom BFS und vom SECO durchgeführten Änderung für die Schätzung des nationalen BIP die NOGA 2008-Nomenklatur verwendet. Wie für die Zahlen des SECO ist das Referenzjahr von nun an 2005. Die Revisionen des Freiburger BIP spiegeln im Grossen und Ganzen jene wider, die vom BFS und vom SECO für das Schweizer BIP durchgeführt werden. Die Abteilungen (d. h. Branchenkennzeichnung mit zwei Stellen) der NOGA 2008-Nomenklatur sind genauer definiert als in der NOGA 2002-Nomenklatur, insbesondere gilt dies für den Dienstleistungssektor. Dies wirkt sich auf die Auswahl der Zusammensetzung der 16 Branchen aus, die für die Aufschlüsselung des Freiburger BIP genutzt werden, so dass sich der Inhalt dieser Branchen etwas verändert hat.



**Abb. 1**  
**Entwicklung und Prognose des Bruttoinlandproduktes (BIP)**

Quellen: Créa; BIP zu den Preisen von 2005

Reales BIP (CHF Mrd.)					Reales BIP pro Einwohner (CHF)		
	2010	2011	2012 (Schätzung)	2013 (Schätzung)		2010	2011
Freiburg	12,749	12,959	13,04	13,14		45'779	45'523
Schweiz	532,823	543,090	545,8	551,8		67'702	68'638
Wachstum des realen BIP					Reales BIP pro Arbeitsplatz (CHF)		
Freiburg	2,4%	1,6%	0,6%	0,8%	Freiburg	143'501	144'603
Schweiz	3,0%	1,9%	0,5%	1,1%	Schweiz	157'994	159'263

Anmerkung: Die Angleichung der Créa-Daten an die NOGA 2008-Normen hat zu Anpassungen geführt. Das BIP pro Arbeitsplatz wurde auf der Grundlage der vom Créa-Institut geschätzten VZÄ berechnet.

# DIE FREIBURGER WIRTSCHAFT 2012

In diesem Jahr macht die Freiburger Wirtschaft den Eindruck, als hätte sie sich in einer auf schweizerischen und internationaler Ebene immer noch recht düsteren konjunkturellen Situation gut aus der Affäre gezogen.

Denn die internationale Konjunktur krankt immer mehr. Ihre Dynamik verlangsamt sich von Monat zu Monat, während die Eurozone immer stärker von den Auswirkungen der Staatsschuldenkrise gelähmt wird. Wie unser Staatssekretariat für Wirtschaft SECO in der jüngsten Ausgabe der „Konjunkturtendenzen“ feststellt, „breiten sich die rezessiven Tendenzen“ in dieser Region, die der erste Ansprechpartner der schweizerischen Wirtschaft ist, „immer mehr aus“. Ausserdem ist das starke Wachstum in den Schwellenländern dabei, sich abzuschwächen, und der Aufschwung in Amerika lässt immer noch auf sich warten.

In der Schweiz war nach einem eher stabilen ersten Quartal 2012 im Verlauf der Monate eine zunehmende Erosion des BIP zu beobachten. Laut Créa „gibt der Exportsektor unter dem Effekt einer nachlassenden Nachfrage aus dem Ausland nach“, die Aktivitäten im Industriesektor lassen nach, der private Konsum kann nicht mehr mithalten, obwohl er bislang sehr stabil war, und die Staatsausgaben bleiben konstant, was es laut Créa „der Binnennachfrage“ erlaubt, „positive Wachstumsrhythmen aufrechtzuerhalten“<sup>1</sup>.

In diesem eher düsteren Kontext leistet die Freiburger Wirtschaft Widerstand. Insgesamt dürfte das kantonale BIP, wie aus den Schätzungen des Créa hervorgeht, noch um real 0,6% auf 13,04 Milliarden Franken (zu den Preisen von 2005) gewachsen sein. Diese Wachstumsrate, die kaum über jener der gesamtschweizerischen Wirtschaft liegen dürfte, stellt eine deutliche Verlangsamung im Vergleich zu jener dar, die 2011 (+1,6%) erreicht wurde, und insbesondere im Vergleich zum starken Aufschwung im Jahre 2010 (+2,4%). Daher wird die Freiburger Wirtschaft das Jahr 2012 zweifellos nicht in Übereinstimmung mit dem mittleren jährlichen Wachstum abschliessen, das sie seit 1998 erlebte und das bei 1,5% lag. Aber auch auf der Ebene der Beschäftigung hat sie sich gut geschlagen: Die Arbeitslosenrate im Kanton ist die niedrigste in der Romandie und eine der niedrigsten in der Schweiz (2,5% im November).

Im sekundären Sektor standen die Unternehmen unter starkem Druck, insbesondere hinsichtlich ihrer Margen. Die von diesem Sektor generierte Wertschöpfung liegt weiterhin im kantonalen Mittel (0,6%). Ihr Wachstum hat sich im Vergleich zum Mittel des jährlichen Wachstums seit 1998, das bei 1,6% liegt, deutlich abgeschwächt. In diesem Sektor konnten sich die exportierenden Unternehmen behaupten. Laut den Daten der Eidgenössischen Zollverwaltung verzeichneten Ende September 2012 – abgesehen von der Uhrenbranche, die ihre Verkäufe in der Schweiz ab

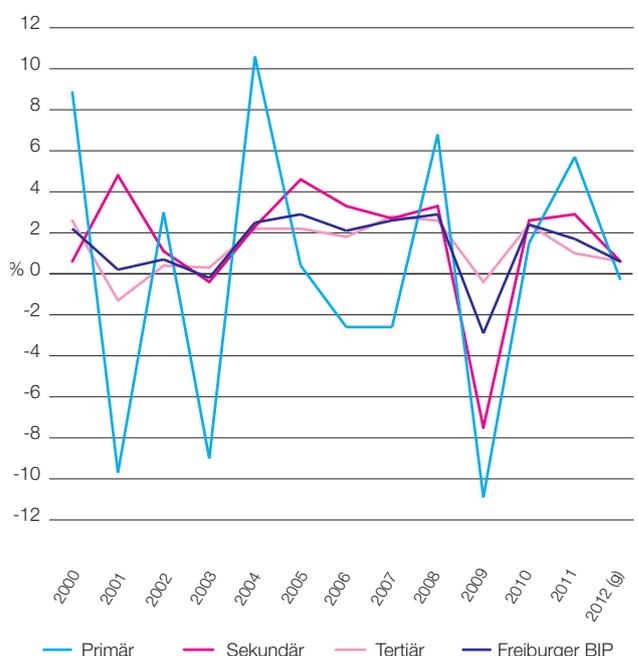
Freiburg fakturiert – alle anderen Exportbranchen des Kantons eine Steigerung ihrer Auslandsverkäufe um 13%. Die freiburgischen Exporte, ausschliesslich die Uhr- und Juwelierbranchen, sind jedoch per Ende September um 1,3% gesunken.

Dies erklärt, warum die Wertschöpfung in der Maschinen-, Werkzeugs- und Präzisionsinstrumentenbranche 2012 um 1,6% wachsen konnte. Ebenfalls erklärt es, warum die Chemiebranche dem Druck standhalten konnte (-0,9%). Andere Branchen des sekundären Sektors hingegen wurden von den Auswirkungen des starken Franken und der ungünstigen Konjunkturlage direkt betroffen. Dies gilt auch für die Lebensmittelindustrie (-3,1%), die Textil- und Bekleidungsbranche (-7,4%) und den Metallbau (-7,8%).

Der Bausektor zeigt weiterhin ein atypisches Verhalten. Mit einer Wachstumsrate von 5,6% in 2012 in Bezug auf die Wertschöpfung zeigt diese Branche, dass sie sich von der düsteren konjunkturellen Lage nicht beeindruckt lässt. Im Moment profitieren die Freiburger Bauunternehmen in hohem Masse von der demografischen Dynamik. Ihre Auftragsbücher sind gut gefüllt. Diese Branche ist tatsächlich jene, die derzeit den Motor der Freiburger Wirtschaft darstellt, vor allem, da laut Créa Bauprojekte und Arbeitsvorräte weiterhin zunehmen<sup>2</sup>.

**Abb. 2**  
**Entwicklung des Freiburger BIP nach Wirtschaftssektoren**  
**Reales BIP und reale Wertschöpfungen zu den Preisen aus dem Jahr 2005, von 2000 bis 2012**

Quelle: Créa



<sup>1</sup> Prévisions pour l'économie suisse 2012 – 2014 (Prognosen für die Schweizer Wirtschaft 2012-2014), Créa, Lausanne, Oktober 2012

<sup>2</sup> Conjoncture romande et suisse, Nr. 68, Créa, Lausanne, September 2012.

Im tertiären Sektor war der Zuwachs ebenfalls schwach (+0,6%). Die Detail- und Grosshandelsbranche hat sich mit einer um 0,6% zurückgegangenen Wertschöpfung nicht gerade optimal aus der Affäre gezogen. In der Hotel- und Gastronomiebranche ist die Stimmung schlecht: Obwohl die Hotelübernachtungen das ganze Jahr über ein starkes Wachstum aufwiesen (Ende Oktober wurde ein Anstieg um 4,1% im Vergleich zu einem deutlichen Rückgang von -3% auf gesamtschweizerischer Ebene verzeichnet), leidet die Branche immer noch an strukturellen Schwächen. In 2012 hat ihre Wertschöpfung laut Créa um 1,7% abgenommen.

Im tertiären Sektor schneiden zwei Branchen besonders gut ab, ihr jeweiliger Beitrag zum BIP des Kantons ist jedoch nicht gross genug, als dass sie den gesamten Kanton nach oben ziehen könnten. Es handelt sich um Finanzdienstleistungen und Versicherungen, die um 3,3% gewachsen sind, und um das Grundstücks- und Wohnungswesen und Dienstleistungen für Unternehmen (+3,8%). Jedoch machte die erste Branche 2011 nur 5,2% des kantonalen BIP aus und die zweite 7,2%. Ihre solide Situation, die auch eine Folge der Freiburger Dynamik in den vergangenen Jahren ist, kann den Bremseffekt der Branche der öffentlichen Verwaltung (20,3% des kantonalen BIP in 2011), deren Wertschöpfung in 2012 stagnierte (+1%), nicht kompensieren.

**Abb. 3**  
**Wachstum der realen Wertschöpfung der wichtigsten Freiburger Wirtschaftszweige 2012**

Reale Wertschöpfung zu den Preisen aus dem Jahr 2005

Quelle: Créa



### Margenerosion

Nach einer Befragung des Freiburger Wirtschaftsmonitoring, die im Herbst 2012 bei 39 bedeutenden Unternehmen im Kanton Freiburg durchgeführt wurde, betrifft dieses Problem mit voller Wucht, aber in unterschiedlich Abstufungen, die an dieser Befragung teilgenommenen Freiburger Unternehmer. Nach der von den befragten Unternehmern genannten Wichtigkeit geordnet sind die Gründe hierfür die Konkurrenz, der starke Franken, die Verschlechterung des Binnenmarktes und der Exportmärkte sowie die Notwendigkeit, Kosten zu senken und gegebenenfalls Investitionen zu tätigen, um wettbewerbsfähig zu bleiben.

Die Auswirkungen dieser Margenerosion für die Freiburger Unternehmen sind in erster Linie eine geringere Ertragskraft, ein Nicht-Ergreifen-Können geschäftlicher Chancen auf den Märkten sowie ein geringeres Investitionsvermögen und eine geringere Wettbewerbsfähigkeit. All dies bremst die Entwicklung des Unternehmens bzw. seine Fähigkeit, in Innovationen zu investieren. Um diese Situation zu bewältigen, sparen die Freiburger Unternehmen Kosten. Dabei sind für den Moment bei den Unternehmen, die im Kanton produzieren, weder die Verlegung von Produktionsstätten noch der Abbau von Arbeitsplätzen geplant.

# PROGNOSEN DES FREIBURGER BIP FÜR 2013

Für 2013 bleiben die Prognosen des Créa für die Freiburger Wirtschaft positiv. Insgesamt dürfte sich das kantonale BIP leicht erholen und um 0,8% (gegenüber 1,1% für die Schweiz) wachsen. Der primäre Sektor wird wohl auch weiterhin unter Druck stehen (-2,7%), er macht jedoch kaum mehr als 2% der kantonalen Wertschöpfung aus. Es ist der sekundäre Sektor mit einem realen Wertschöpfungszuwachs von 1,1%, der den Kanton „nach oben ziehen“ dürfte. Der tertiäre Sektor dürfte mit einem Wachstum von 0,7%, das kaum höher als das im 2012 ausfallen wird, weiterhin hinterherhinken.

Im sekundären Sektor wird das Wachstum laut den Analysten des Créa im Wesentlichen vom Bausektor, dessen Wachstum fast unverändert bleiben wird (+5,7%), und der Chemieindustrie (+1,4%) ausgehen. Diese beiden Branchen machen zusammen 10% des kantonalen BIP aus. 2013 dürfte für die Maschinenbranche (-0,1%) und, in geringerer Masse, den Metallbau (-0,6%) ein nahezu unverändertes Jahr werden. Alles in allem sollte dieser Sektor also zu starke Erschütterungen vermeiden. Im tertiären Sektor werden es die Branchen Handel (+1,1%) und Grundstücks- und Wohnungswesen und Dienstleistungen für Unternehmen (+3,4%) erlauben, die Situation zu meistern.



**Abb. 4**  
Wachstumsrate des BIP nach Branchen

Quelle: Créa



# DER DETAILHANDEL IM KANTON FREIBURG

## Einleitung

Als Michel Pittet das ehemalige Mitglied des Staatsrates 1976 seine Dissertation<sup>3</sup> in Wirtschaftswissenschaften über den Detailhandel im Kanton verfasste, hatte er sich sicherlich nicht vorgestellt, dass der Einzelhandel fast vierzig Jahre später immer noch der wichtigste Zweig der Freiburger Wirtschaft wäre. 2012 spiegelt diese Branche ausserdem die Herausforderungen wider, denen das dynamische Wachstum der kantonalen Bevölkerung zugrunde liegt. Das Ziel dieser Branchenuntersuchung ist es, diesen Wirtschaftszweig zu überprüfen, ihn ins Verhältnis zu setzen und die Probleme zu unterstreichen, die zur Stärkung der Entwicklung dieses Wirtschaftszweigs gelöst werden müssen.

## Kurzer geschichtlicher Rückblick

In der Schweiz und im Kanton Freiburg muss die Geschichte des Detailhandels noch geschrieben werden. Bis zur Mitte des 19. Jahrhunderts und der Eröffnung des ersten Kaufhauses in Paris im Jahre 1852 war der Freiburger Detailhandel an eine ländliche Wirtschaft angepasst: Die Handwerker waren auch Händler, die sich der Märkte und Messen bedienten, um Geschäfte abzuwickeln.

Mit Nordmann & Cie Ende des 19. Jahrhunderts, Oskar Weber oder auch Knopf haben sich die Warenhäuser rasch im Kanton etabliert. In 1973 gab es neun Kaufhäuser, also mit Ausnahme des Sensebezirks und des Vivisbachbezirks eines in jedem Hauptort. Die Migros hat 1933 ihr erstes Geschäft im Kantonshauptort eröffnet. Von den Kriegsjahren einmal abgesehen, während derer der Bundesrat das Wachstum des Detailhandels stoppte, entwickelte sich diese Branche langsam, im Einklang mit der wirtschaftlichen Entwicklung des Kantons.

1973, acht Jahre vor der offiziellen Eröffnung der Autobahn A12, eröffnete Migros in Avry-sur-Matran auf einer Gesamtfläche von 23'000 m<sup>2</sup> das erste Freiburger Einkaufszentrum. Der kantonale Detailhandel hat sich dann sehr schnell entwickelt. Es gab 1'500 Verkaufsstellen im Kanton, jedoch nur 66 Selbstbedienungsläden. Der selbständige Handel überzog noch immer und es gab Geschäfte aller Arten in allen Gemeinden. Laut Michel Pittet, der bereits 1974 festhält, dass die Migros die „wichtigste Arbeitgeberin des Kanton Freiburgs ist“, sind alle Bezirke gut versorgt, insbesondere in den Bereichen Kleidung, Textil und Einrichtungsgegenstände.

1974 zählte der Glanebezirk 123 unabhängige Geschäfte; neun Geschäfte gehörten zur Kette Usego, 25 zur Kette Végé (beide Ketten gibt es heute nicht mehr); es gab zwei Verkaufsstellen von Migros und Coop, acht Selbstbedienungsläden, davon fünf in Romont, und ein

## Der Detailhandel im Kanton Freiburg in Zahlen

- \* Geschätzter Umsatz : 2,3 bis 3,4 Milliarden Franken (2010)
- \* Bruttowertschöpfung : 1 Milliarde Franken (2010)
- \* Anzahl der Beschäftigten : 7.705 Vollzeitäquivalente - VZÄ (2010)

**Quellen:** Eigene Berechnungen für die Umsatzzahlen; Créa<sup>4</sup> für die Wertschöpfung und die VZÄ-Zahlen

## Definitionen

Der Detailhandel umfasst alle Wiederverkäufer, d. h. den Wiederverkauf von Neu- und Gebrauchsgütern ohne Weiterverarbeitung an die Öffentlichkeit, die für den Gebrauch und Konsum durch Einzelpersonen oder private Haushalte gedacht sind. Auf der Grundlage der NOGA-Codierung schliesst der Wirtschaftszweig Detailhandel (NOGA-Code 2008: 47) Automobile und Motorräder aus. Die Codierung unterscheidet den Handel in spezialisierten Geschäften (Lebensmittel, Geräte, Verlagsprodukte, Sportausrüstungen und Spielwaren, Kleidung usw.) und den Handel mit verschiedenen Waren in Einkaufszentren und Warenhäusern. In der Schweiz unterscheidet man darüber hinaus zwischen „grossen Supermärkten“ (Migros, Coop, Manor usw.) und kleinen Detailhandelsgeschäften.

Kaufhaus der Gruppe Maus Frères in Romont. Es gab also eine Verkaufsstelle für 107 Einwohner, während 2008 auf eine Verkaufsstelle im Bezirk 207 Einwohner kommen.<sup>5</sup>

Seit 1973 ist die Anzahl der Detailhandelsverkaufsstellen im Allgemeinen stabil geblieben (1518, gemäss BZ<sup>6</sup> 2008), allerdings hat sich ihre Struktur weiterentwickelt. 1974 verfügten die selbständigen Geschäfte laut Michel Pittet im Kanton über eine Verkaufsfläche von 121'933m<sup>2</sup>. Das entspricht einer Fläche, die jener der heute neun grössten Einkaufszentren im Kanton gleichkommt.<sup>7</sup> Heute gibt es nur noch zwei Warenhäuser, dafür allerdings fünf Verbrauchermärkte mit einer Verkaufsfläche von jeweils über 2'500 m<sup>2</sup>. Die Einkaufszentren befinden sich entlang der Autobahn A12. In vielen Gemeinden gibt es gar keinen örtlichen Detailhandel mehr.

Michel Pittet hielt dies bereits 1976 fest: „Die Vertriebsbranche hat in den letzten Jahren im Kanton Freiburg eine tiefgreifende Wandlung durchgemacht.“ 2010 machte dieser Sektor laut Créa bereits 7% des kantonalen Bruttoinlandsproduktes aus und wies 7'700 Beschäftigte (Vollzeitäquivalent) auf, d. h. 8,6% der Freiburger Vollzeit-Arbeitsplätze.

<sup>3</sup> Michel Pittet, „Equipements et zones de chalandise du commerce de détail fribourgeois“ (Einrichtungen und Einzugsbereich des Freiburger Detailhandels), Dissertation Wirtschaftswissenschaften, Universität Freiburg, 1976

<sup>4</sup> Institut Créa für angewandte Makroökonomie der Universität Lausanne

<sup>5</sup> Quellen: Michel Pittet für die Daten aus dem Jahre 1974 und BZ/STATA für die Daten aus 2008

<sup>6</sup> BZ = Betriebszählung

<sup>7</sup> Avry Centre, Agy, Fribourg Sud, Fribourg Centre, Gruyère Centre, Le Câro in Bulle, Matran Centre und Pérolles Centre; Quelle Detailhandel Schweiz 2011, GfK Switzerland, Hergiswil

# 1. NACHFRAGE



Der Freiburger Detailhandel ist einer der drei Hauptwirtschaftszweige des privaten Sektors im Kanton. Mit 7'705 Beschäftigten (Vollzeitäquivalent) macht er ca. 9% der Arbeitsplätze aus, im Vergleich zu 7% landesweit.<sup>8</sup> 7 bis 8% der Wertschöpfung des Kantons erfolgt durch den Detailhandel. 2010 hat er einen geschätzten Umsatz zwischen 2,3 und 3,4 Milliarden Franken realisiert. Dieser Wirtschaftszweig ist zwischen den Dienstleistungen für Unternehmen und dem Bausektor angesiedelt.

## 1.1. Schätzung des Umsatzes

Der Schweizer Umsatz der Detailhandelsbranche wird vom BFS kalkuliert.<sup>9</sup> Für das Jahr 2010 belief sich der Umsatz auf 110,96 Milliarden Franken, was einen Anstieg um 2% im Vergleich zu 2009 bedeutet. Der Umsatz der Detailhandelsbranche des Kantons Freiburg wurde nicht berechnet. Seine Schätzung ermöglicht es auch, die Bedeutung dieser Branche im Kanton zu beurteilen. Hierfür wurden in Zusammenarbeit mit den Fachleuten des Instituts Créa drei Verfahren angewendet, deren Ergebnisse den Fachleuten der Branche vorgelegt wurden.<sup>10</sup>

### 1.1.1. Das Verhältnis zwischen Umsatz und Wertschöpfung

Beim ersten Verfahren wird angenommen, dass das Verhältnis zwischen dem Umsatz und der geschätzten nominalen Wertschöpfung der Branche auf schweizerischer Ebene auch für den Kanton Freiburg angewendet werden kann. Von 1999 bis 2010 hat sich dieses Verhältnis auf einen jährlichen Mittelwert von 3,14 eingependelt. Für 2010 belief es sich auf 3,64. Der Umsatz der Branche entspricht daher 2010 dem 3,64-Fachen der nominalen Wertschöpfung.

Angewendet auf die nominale Wertschöpfung des Freiburger Detailhandels, die sich laut den Berechnungen des Instituts Créa<sup>11</sup> 2010 auf 1,025 Milliarden beläuft, betrüge der geschätzte Umsatz dieser Branche im Kanton somit **3,733** Milliarden Franken. Dieser Betrag erscheint den Fachleuten etwas hoch. Bestimmte Verzerrungen könnten tatsächlich nicht vermieden werden, wie z. B. die Gewichtung des Detailhandels in den Grossstädten und reichsten Kantonen des Landes.

## 1.1.2. Der Umsatz pro Beschäftigtem bezogen auf Freiburg

Bei diesem Verfahren wird der Umsatz der Branche pro Beschäftigtem (Vollzeitäquivalent, VZÄ) für die gesamte Schweiz verwendet. 2010 hat das BFS hierfür einen Wert von 443'100 Franken ermittelt. Bezogen auf die vom Créa für die Branche geschätzte Anzahl der VZÄ für den Kanton Freiburg (7'705) erhält man für 2010 einen Umsatz von **3,414** Milliarden Franken. Gegen diesen Betrag hatten die Fachleute der Branche weniger Einwände vorzubringen. Allerdings unterliegt er den gleichen Verzerrungen wie das vorangegangene Ergebnis: Der Umsatz pro VZÄ in den Grossstädten und/oder den reichen Kantonen ist höchstwahrscheinlich nicht mit dem von kleineren Städten und/oder ärmeren Kantonen vergleichbar.

## 1.1.3. Bewertung über das Familienbudget

Dieses dritte Verfahren nutzt die Daten der Budgets der einzelnen Haushalte.<sup>12</sup>

Für Freiburg existieren keine präzisen Daten. Daher wird die Hypothese aufgestellt, dass die Ausgaben eines Freiburger Haushalts im Durchschnitt so ausfallen wie die eines Haushalts in der Schweiz allgemein.<sup>13</sup> Es wird auch von der Hypothese ausgegangen, dass die Ausgaben für Nahrungsmittelprodukte und Getränke (Ausgaben „Lebensmittel“) und die Ausgaben „Nicht Lebensmittel“ (Kleidung, Einrichtung, Freizeitgeräte, Audiogeräte, Verlagsprodukte und Körperpflege) im Detailhandel gemacht werden. Anschliessend werden diese Ausgaben in Beziehung zur geschätzten Anzahl der Haushalte im Kanton für das Jahr 2010 gesetzt. In diesem Jahr fand die letzte Haushalts- und Budgeterhebung des BFS statt.

Folgende Daten wurden verwendet:

- Ausgaben Lebensmittel/Monat/Haushalt:	763 Franken
- Ausgaben Nicht Lebensmittel/ Monat/Haushalt:	993 Franken
- Gesamtausgaben/Jahr/Haushalt:	21'072 Franken
- Geschätzte Anzahl der Haushalte für den Kanton Freiburg 2009 (Bevölkerung/2,5) <sup>14</sup> :	111'397

Der geschätzte Umsatz für 2010 gemäss diesem Verfahren beträgt 2,347 Milliarden. Auf der Grundlage ihrer geschätzten Marktanteile schätzten die befragten Fachleute der Branche, dass diese Berechnung die plausibelste ist, auch wenn sie sich, ihrer Meinung nach, am unteren Ende der Spanne befindet.

<sup>8</sup> Quellen: Créa.

<sup>9</sup> Die Rechnungsergebnisse der Schweizer Unternehmen, vom BFS veröffentlichte jährliche Broschüre

<sup>10</sup> In der Vereinigung Trade Fribourg sind die Grossunternehmen des Detailhandels im Kanton zusammengeschlossen; sie sind für 40% des Umsatzes im kantonalen Detailhandel verantwortlich.

<sup>11</sup> Das Institut Créa für angewandte Makroökonomie der Universität Lausanne berechnet das kantonale BIP.

<sup>12</sup> Haushalts- und Budgeterhebung 2009, BFS Aktuelle, Neuenburg 2012; die Daten für 2010 wurden noch nicht berechnet.

<sup>13</sup> Dem BFS zufolge wird ein privater Haushalt als eine Gruppe von Personen definiert, die sich eine gemeinsame Wohnung teilen, einen Teil oder die Gesamtheit ihres Einkommens und ihrer Vermögenswerte zusammenlegen und bestimmte Waren und Dienstleistungen gemeinsam konsumieren. Die Haushalte umfassen Studierende und Pendler, die Teil der ständigen Wohnbevölkerung sind. Grenzgänger und Touristen zählen nicht hierzu.

<sup>14</sup> Quelle: STATA; die Anzahl der Einwohner ist die der durchschnittlichen Zahl der Wohnbevölkerung 2009; die durchschnittliche Anzahl der Personen pro Haushalt wurde auf der Grundlage der VZ 2000 ermittelt.

#### 1.1.4. Diskussion...

Man kann nun ermitteln, dass sich der Umsatz des Freiburger Detailhandels in einem Bereich zwischen 2,35 und 3,4 Milliarden Franken befindet (also in dem Bereich der Berechnungen unter 1.1.2. und 1.1.3). Tatsächlich schätzen die Fachleute von Trade Fribourg (siehe Fussnote 10) ihren kantonalen Umsatz auf 1 bis 1,2 Milliarden Franken bei einem Anteil am kantonalen Markt von ca. 40%. Der Umsatz für diese Branche sollte sich zwischen 2,5 und 3 Milliarden befinden.

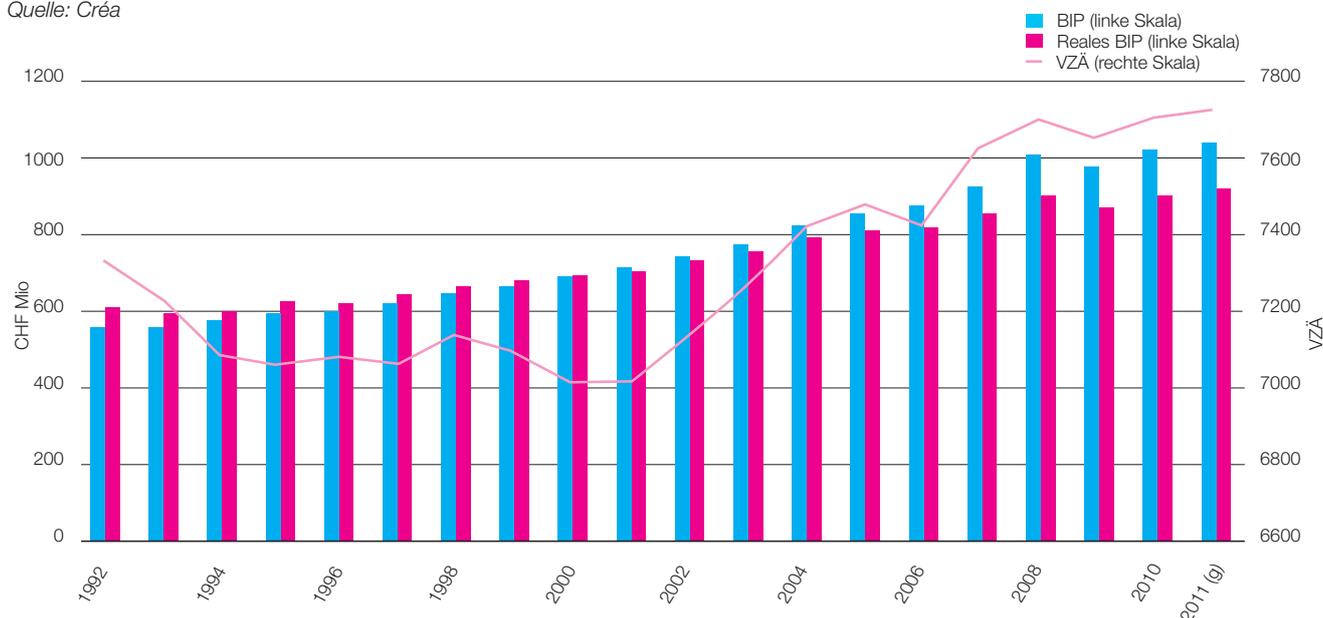
#### 1.2. Die wirtschaftliche Bewertung des Freiburger Detailhandels

Das Institut Créa hat den Freiburger Detailhandel bewertet. Als Indikator scheint den Fachleuten die Wertschöpfung relevanter zu sein als der Umsatz. Zum einen sind die Preise<sup>15</sup> in der Branche in den letzten Jahren allgemein um 2% gesunken, was sich auf die Verkäufe auswirkt. Zum anderen haben die Bemühungen im Bereich der Produktion die Wertschöpfung in dieser Branche positiv beeinflusst.

Für 2010 wurde eine nominale Bruttowertschöpfung von 1,025 Milliarden Franken für insgesamt 7'705 Beschäftigte (VZÄ) in der Branche ermittelt. Die reale Wertschöpfung ihrerseits wurde für 2010 auf 909 Millionen geschätzt. Ihre Entwicklung im Verhältnis zur Anzahl der Beschäftigten (VZÄ) ist in der unten stehenden Grafik dargestellt. Für 2011 schätzt Créa die nominale Wertschöpfung auf 1,043 Milliarden (+ 1,7% im Vergleich zu 2010) und die reale Wertschöpfung auf 926 Millionen (+ 1,8% im Vergleich zu 2010). Der Freiburger Detailhandel befindet sich im oberen Drittel der wichtigsten Wirtschaftszweige des Kantons (siehe unten stehende Abb.5). Allgemein und in Bezug auf die Wertschöpfung

**Abb. 5**  
Entwicklung der Wertschöpfung und der VZÄ im Freiburger Detailhandel

Quelle: Créa



<sup>15</sup> Swiss Issues Branches, Retail Outlook 2012, Credit Suisse Economic Research Januar 2012

schneidet die Branche im Vergleich mit den Diensten für Unternehmen und dem Bauwesen positiv ab.

#### 1.3. Verteilung der Arbeitsplätze im Freiburger Detailhandel

Der Freiburger Detailhandel ist ein wichtiger Arbeitgeber im Kanton. Die Verteilung hat sich jedoch im Laufe der Jahre geändert, wie dies aus den unten stehenden Karten ersichtlich ist. 1995 waren die Arbeitsstellen noch über den gesamten Kanton verteilt und es gab wenige Gemeinden, die nicht über ein Lebensmittelgeschäft, eine Bäckerei oder eine „Gemischtwarenhandlung“ verfügten (siehe Karte 1). 2008 zeigt die letzte Betriebszahlung, dass die Arbeitsstellen sich im Saanebezirk und den Agglomerationen wie Bulle, Châtel-St-Denis und Murten konzentrieren (siehe Karte 2).

#### 1.4. Die indirekte wirtschaftliche Bedeutung des Detailhandels

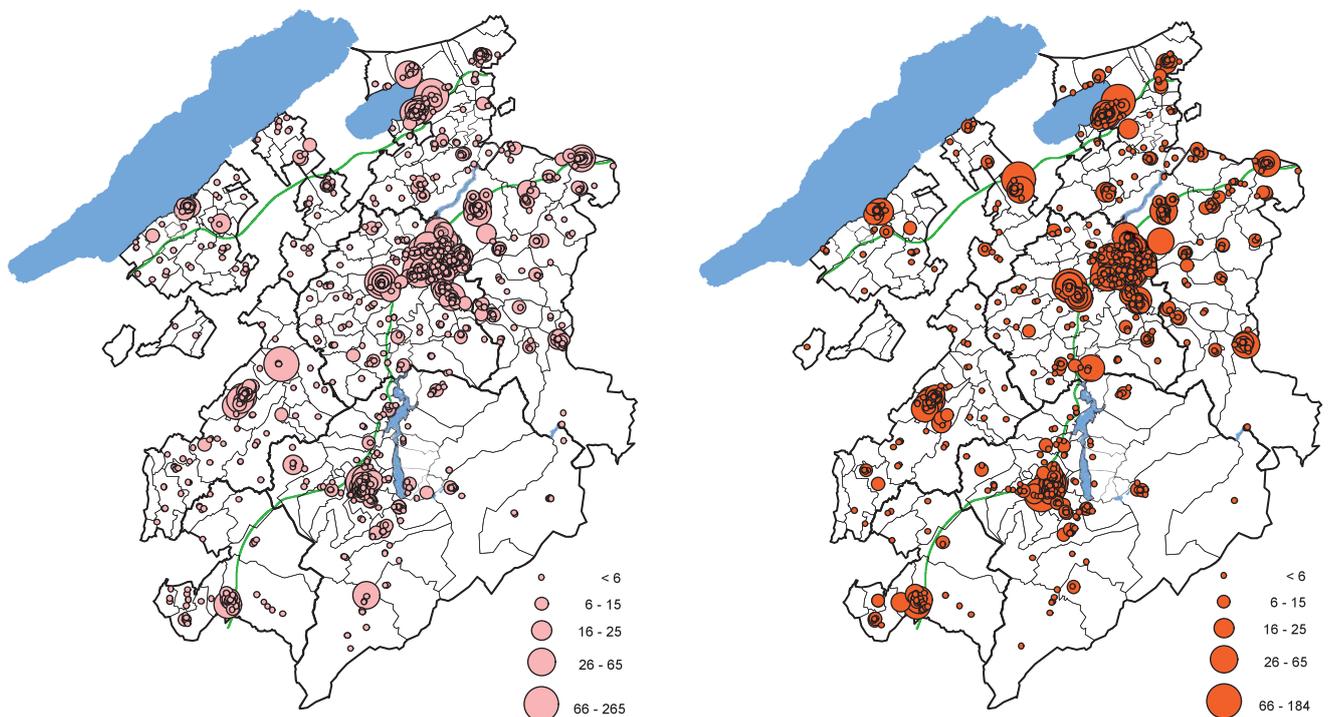
In Ermangelung präziser Daten ist es nicht möglich, die indirekte wirtschaftliche Bedeutung des Detailhandels korrekt zu schätzen. Bestimmte Elemente ermöglichen es, seine Bedeutung zu ermessen. Beispiele:

- Die im Kanton vorhandenen grossen Supermarktketten decken sich bei den regionalen Landwirtschaftsbetrieben insbesondere in den Bezirken Greyerz, Broye und See mit Grundnahrungsmitteln ein. Das könnte den hohen Anteil von ca. 3% des primären Sektors am kantonalen BIP erklären, der in anderen Kantonen deutlich geringer ausfällt. Bestimmte Geschäftsstrategien oder die Einführung von sogenannten „regionalen“ Labels (beispielsweise Öko-Labels) und spezielle Preispolitiken können sich direkt auf den primären Sektor im Kanton auswirken.

**Abb. 6**  
**Die zehn wichtigsten Freiburger Wirtschaftszweige**  
 Quelle: Créa/FKB; Klassifizierung gemäss realer Wertschöpfung

Daten für 2010 – CHF in Mio. (Grundlage: NOGA 2002)			
Wirtschaftszweig	Nominale Wertschöpfung	Arbeitsplätze VZÄ (Einheiten)	Reale Wertschöpfung zu den Preisen aus dem Jahr 2000
Verwaltung	2'742	23'379	2'408
Detailhandel	1'025	7'705	909
Dienstleistungen für Unternehmen	1'062	7'626	886
Lebensmittel	958	3'748	886
Bauwesen	970	10'153	845
Maschinen & Ausrüstungen	926	6'911	837
Grosshandel	924	7'872	802
Chemie	847	2'726	779
Transport P&T	648	3'966	700
Finanzen	642	2'606	565
<b>Gesamt Kanton Freiburg</b>	<b>13'737</b>	<b>88'404</b>	<b>12'350</b>

**Karten 1 und 2 – Anzahl der Vollzeitäquivalente (VZÄ) im Detailhandel im Kanton Freiburg 1995 (Karte links) und 2008 (Karte rechts)**  
 Quelle: STATA/BZ 1995 und 2008





- Zwei grosse Unternehmen, die im Lebensmittelbereich aktiv sind, Elsa-Mifroma in Estavayer-le-Lac und Ursy und Micarna in Courtepin, die ca. 3'100 Arbeitsstellen aufweisen, hängen direkt von der Migros ab. Wenn man ihre 600 Beschäftigten (VZÄ) im Bereich Vertrieb hinzufügt, ist Migros der grösste Arbeitgeber im Kanton.<sup>16</sup>

- Das Unternehmen Cremo AG in Villars-sur-Glâne, das in der Milchverarbeitung tätig ist, setzt auch den Grossteil seiner Produktion über Supermärkte und den Detailhandel im Kanton und in der Schweiz ab: Es beschäftigt über 600 Personen und realisiert einen Umsatz von über einer halben Milliarde Franken.

- Zwei Supermarktketten (Aldi in Domdidier und Denner in Schmiten) haben Logistikzentren mit überregionalem Aktionsradius im Kanton angesiedelt.

- Die Supermarktketten besitzen oder mieten Verkaufsflächen im Kanton: Sie tragen daher zur Wertschöpfung im Bereich Immobilien bei und auch in der Branche Dienstleistungen für Unternehmen.

- Seit 1973 wurden für die Errichtung von Einkaufszentren im Kanton mehrere Hundert Millionen Franken investiert.<sup>17</sup> Beispielsweise:

→ Einkaufszentrum in Murten

Investition von 17 Millionen Franken

→ Einkaufszentrum in La Tour-de-Trême

Investition von 26 Millionen Franken

→ Einkaufszentrum in Châtel-St-Denis

Investition von 25 Millionen Franken

→ Einkaufszentrum Cormanon Ost in Villars-sur-Glâne

Investition von 50 Millionen Franken

→ Einkaufszentrum La Galerie in Freiburg

Investition von 50 Millionen Franken.

## 1.5. Faktoren, die die Nachfrage beeinflussen

### 1.5.1. Demografie

1973 waren das primäre Einzugsgebiet des ersten Einkaufszentrums in Avry-sur-Matran die Stadt Freiburg und der Saanebezirk. Noch allgemeiner: „Migros hat für die Niederlassung im Avry Centre eine ausreichend grosse Region berücksichtigt, in diesem Fall den Kanton Freiburg“,<sup>18</sup> der zum damaligen Zeitpunkt eine durchschnittliche Wohnbevölkerung von 182'700 Einwohnern hatte. Ende 2010 hat sich die demografische Situation für dieses Einkaufszentrum radikal geändert. Die Stadt Freiburg und der Saanebezirk zählten nun 94'849 Einwohner und der Kanton 278'591 Einwohner (+ 52%).

Nun „kommen im Regelfall 70 bis 80% der Kunden eines Einkaufszentrum aus dem primären Einzugsgebiet“, d. h. einem Gebiet mit einem Radius von 10 bis 20 km.<sup>19</sup> Angesichts dieser demografischen Dynamik sind der Saanebezirk und die Hauptstadt inzwischen zu der Region mit der grössten Konzentration von Detailhandelsgeschäften im Kanton Freiburg geworden (siehe Karten 3 und 4). Um es noch deutlicher zu machen: Das Avry Centre wurde Anfang der 2000er Jahre von 24'632 m<sup>2</sup> auf 34'035 m<sup>2</sup> ausgebaut und ist somit heute das neuntösste Einkaufszentrum der Schweiz ist.<sup>20</sup>

Neben der Autobahnachse, die durch den Kanton verläuft, wird der Grund für den Erfolg der Handelsansiedlungen in Freiburg das demografische Wachstum gewesen sein, das sich als das dynamischste der Schweiz abhebt. Seit über 10 Jahren wächst die Freiburger Bevölkerung stärker (2% pro Jahr) als das BIP (+ 1,4%). Die Zuwanderung erfolgt vor allem aus den benachbarten Kantonen (VD, NE und BE). Sie führt zu einer Bevölkerung, die in erster Linie aus Pendlern besteht, die im Kanton leben, jedoch anderswo arbeiten. In Bezug auf den Detailhandel ist Freiburg der Kanton, in dem man sich ansiedeln muss, „denn hier findet er statt“.<sup>21</sup>

Die demografische Dynamik im Kanton Freiburg hat die Nachfrage angekurbelt, in allen Handelsbereichen. Weitere damit verbundene wichtige Faktoren sind:

- **Die Zweisprachigkeit** – Der Freiburger Konsument wird von einigen Grosshändlern als französisch- und deutschsprachig betrachtet. Insbesondere in der Region Freiburg und im Norden des Kantons verwenden die Supermärkte daher andere Werbebotschaften als diejenigen, die den französischsprachigen Konsumenten ansprechen: Der Kanton hat zwei Kundentypen.

- **Nord-Süd-Gegensatz** - Der Kanton ist demografisch gesehen zweigeteilt: Die Einwohner im Süden sind eher nach Bulle (oder zum Genferseebogen) orientiert; die im Norden zur Hauptstadt oder nach Bern. In Verbindung mit dem demografischen Aufschwung der südlichen Freiburger Bezirke dank der Einwanderung aus der Genferseeregion erklärt dies die Entwicklung des Detailhandels in der Region Bulle und aktuell in der Region Châtel St-Denis.

- **Gegensatz Stadt/Land** – Bereits in den 1970er Jahren spürbar, ist er heute Realität: Vor allem in den

<sup>16</sup> Daten Migros, Elsa SA und Mifroma SA.

<sup>17</sup> Quellen: Presseartikel; Daten der Unternehmen.

<sup>18</sup> Quelle: Jean-Marie Egger, La détermination de l'emplacement des centres commerciaux (Standortbestimmung von Einkaufszentren), Lizentiatsarbeit, Universität Freiburg, 1977

<sup>19</sup> Les stratégies foncières des grands propriétaires collectifs: le cas des entreprises de commerce de détail (Immobilienstrategien der grossen kollektiven Eigentümer: Detailhandelsunternehmen), Patrick Csikos, IDHEAP, Lausanne, 2009

<sup>20</sup> Detailhandel Schweiz 2011, GfK Switzerland, Hergiswil

<sup>21</sup> Gespräch mit einem Verantwortlichen einer Supermarktkette (06.09.2012)



Agglomerationen (2011: + 2,3%<sup>22</sup>) findet das demografische Wachstum des Kantons statt. Daraus ergeben sich Unterschiede im Verhalten und in Bezug auf den Konsum. Die Städte weisen die grösste Durchmischung der Bevölkerung auf und hier findet die schnellste Änderung des Verhaltens statt.

Der demografische Aufschwung betrifft heute auch die kleinen Orte, insbesondere im Süden und im Broyebezirk.<sup>23</sup> Der Detailhandel stellt sich selbst in Frage. Man bevorzugt wieder Geschäfte, die sich in einer gewissen Nähe befinden (siehe auch Seite 20).

- **Die Jugend** – Die Freiburger Bevölkerung ist die jüngste der Schweiz. Ende 2011 sind 51% der Freiburger jünger als 39 Jahre und 24% jünger als 20 Jahre. Daraus ergibt sich auch ein unterschiedliches Kaufverhalten: Käufe über das Internet oder in Tankstellenshops konkurrieren mit den klassischen Akteuren der Branche. Und so auch Modemarken, Massenprodukte oder Produkte für Häuser und Wohnungen gemäss einigen Händlern.

Die Freiburger Bevölkerungsentwicklung bringt jedoch auch strukturelle Probleme im Hinblick auf die Qualität der Infrastrukturen, die Mobilität oder auch die Entwicklung der gesellschaftlichen Verhaltensweisen mit sich. Bis 2030 wird ein Bevölkerungsanstieg auf 330'000 Einwohner erwartet. Die demografische Dynamik könnte sich jedoch verlangsamen, insbesondere aufgrund der Verknappung von verfügbaren Grundstücken, bevor die Auswirkungen der politischen Direktiven im Bereich Raumplanung spürbar werden. Dies könnte sich direkt auf die Entwicklung des Detailhandels auswirken. Bestimmte Akteure der Branche wünschen daher eine schnelle Konsolidierung.

#### Qualität des Standorts, Kaufkraft und Konsumklima

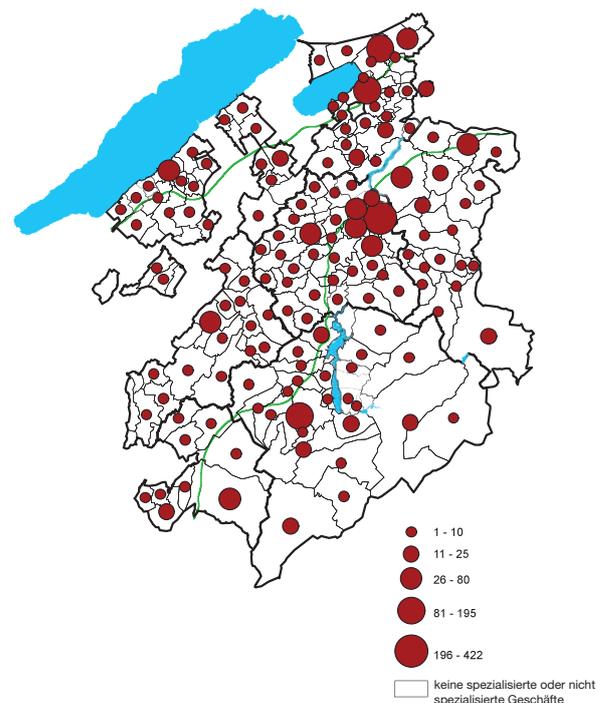
Der Wettbewerbsindikator<sup>24</sup> der Schweizer Kantone ordnet den Kanton Freiburg als „solid“ ein, vor allem aufgrund der Diversifizierung seiner Wirtschaft und seines Arbeitsmarktes. In einer weiteren Studie<sup>25</sup> wurde ermittelt, dass dank der Höhe des frei zur Verfügung stehenden Einkommens der Freiburger Bürger der Kanton in der Westschweiz gut positioniert ist. Der Detailhandel profitiert davon genauso wie von der demografischen Dynamik oder von den grossen Landreserven, die den Preisanstieg bremsen und ein dynamisches Konsumklima begünstigen.

#### 1.5.2. Infrastrukturen und Verkehrsachsen

Der Detailhandel, der früher über den gesamten Kanton verteilt war, hat sich entlang der grossen Verkehrsachsen entwickelt und neu gestaltet. Wie diese Karte zeigt, hat die Autobahn A12 zwischen 1995 und 2008 die Entwicklung dieser Branche im Kanton begünstigt. Im Glanebezirk – mit Ausnahme des Hauptortes – sind beispielsweise in nicht einmal 15 Jahren nahezu alle Geschäfte verschwunden. Das Gleiche gilt für den Broye- und den Seebezirk, die 2008 demografisch gesehen noch nicht wirklich von der Autobahn A1 profitiert haben. Darüber hinaus wird die Tatsache, dass zahlreiche Gemeinden 2008 über keine Detailhandelsgeschäfte mehr verfügen, dadurch erklärt, dass ein Mangel an sekundären Verkehrswegen herrscht und die grossen Einkaufszentren im Saanebezirk, die strategisch günstig liegen, eine grosse Anziehungskraft ausüben. Den Fachleuten der Branche zufolge zeigt diese Entwicklung auch, dass Einkaufszentren dort entstanden sind, wo es eine Nachfrage durch die Kunden gab.

#### Karte 3 – Stand der spezialisierten und nicht spezialisierten Geschäften pro Gemeinde im Kanton Freiburg zwischen 1995 und 2008

Quelle: STATA/BZ 1995 und 2008



<sup>22</sup> Pressemitteilung des STATA vom 26.04.2012: „Eine Stadt/Land-Analyse in unserem Kanton zeigt, dass sich das Bevölkerungswachstum hauptsächlich in den Agglomerationen ereignet hat (+ 2,3%).“.

<sup>23</sup> Pressemitteilung des STATA vom 26.04.2012.

<sup>24</sup> Kantonaler Wettbewerbsindikator, UBS, März 2012

<sup>25</sup> Swiss Issues Regions – Kanton Freiburg, Credit Suisse Economic Research, Zürich, 2010

### 1.5.3. Rechtliche Rahmenbedingungen

Die rechtlichen Rahmenbedingungen sind strikter geworden. Bestimmte Akteure der Branche betrachten sie mit als die strengsten in der Schweiz. Diese Rahmenbedingungen stützen sich auf drei Säulen:

→ **Raumplanung** – Seit 2011 legt der kantonale Richtplan für die Gemeinden genaue allgemeine Prinzipien für Einkaufszentrumsprojekte fest. Er schliesst neue Einkaufszentren in der Nähe der Hauptstadt und der regionalen Zentren nicht aus. Sie müssen jedoch spezialisiert sein, d. h. kein Verkauf von Lebensmittelprodukten, und direkten Zugang zu Hauptverkehrswegen haben. Der zugrunde liegende Gedanke ist, Gewerbegebiete so zu dimensionieren, dass mit Grundstücksflächen sparsam umgegangen wird, Gelände in ausreichender Grösse für Industriegebiete zurückbehalten werden und Gewerbebrachen vermieden werden.<sup>26</sup> Betroffen hiervon sind:

- Einkaufszentren mit grossem räumlichem Einfluss – Über 2'000 motorisierte Anfahrten pro Tag; Verkaufsfläche von über 3'000 m<sup>2</sup> und über 200 Parkplätze (diese Kriterien sind nicht kumulierbar). Abgesehen von den Normen zum Langsamverkehr, Niederlassung in Wohngebieten und Anbindung an öffentliche Verkehrsmittel wird das Einkaufszentrum so dimensioniert sein, dass ein Verhältnis von maximal 2 m<sup>2</sup> Gewerbefläche pro Einwohner eingehalten wird. Die Parkplätze müssen in Tiefgaragen geplant werden.
- Weitere Einkaufszentren – Zwischen 600 und 3'000 m<sup>2</sup> und über 40 Parkplätze. Normen des Langsamverkehrs und Anbindung an öffentliche Verkehrsmittel. Die Parkplätze müssen unterirdisch gebaut werden. Dimensionierung in den Gemeinden in Abhängigkeit von den Forderungen des Richtplans und Koordinierung mit den benachbarten Gemeinden. Keine Konkurrenz zu Wirtschaftszweigen mit hoher Wertschöpfung.

→ **Luftreinhaltung** – Hierbei handelt es sich darum, die Standorte der „grossen Verkehrserzeuger“, also der Einkaufszentren, durch die Prinzipien zur Luftreinhaltung zu koordinieren. Die Massnahmen, die im Massnahmenplan zur Luftreinhaltung ergriffen wurden, nähern sich einem Verkehrsbeschränkungssystem an, das von Fall zu Fall angewendet werden würde.

→ **Gewerbepolizei**<sup>27</sup> – Das Gesetz vom 25. September 1997 zur Ausübung des Handels (Kapitel 2) und das Reglement vom 14. September 1998 (Kapitel 2) stellen die rechtliche Grundlage für die Öffnungszeiten der Geschäfte dar (siehe auch Seite 2). Die anwendbare Grundlage für den gesamten Kanton und für alle Arten von Detailhandelsgeschäften lässt

sich folgendermassen zusammenfassen:

- Montags bis freitags für alle Geschäfte Öffnungszeiten von 6 bis 19 Uhr; für Kioske und Tankstellenshops Öffnungszeiten von 6 bis 21 Uhr;
- Samstags von 6 bis 16 Uhr geöffnet, ausser Molkereien, die bis 19 Uhr geöffnet haben dürfen;
- Sonntags und an Feiertagen sind alle Geschäfte geschlossen.

Das kantonale Recht gewährt den Gemeinden bestimmte Befugnisse, die dann über ein allgemein verbindliches Reglement in bestimmten Grenzen und unter bestimmten Voraussetzungen die Verlängerung der Öffnungszeiten vorsehen können. Die Situation hängt auch davon ab, ob es sich bei der Gemeinde um ein touristisches Gebiet handelt oder nicht (siehe Art. 3 und 4 des Reglements).

Nicht touristische Gemeinden können:

- einmal wöchentlich eine nächtliche Öffnung bis 21 Uhr für alle Geschäfte festlegen;
- eine Öffnung an Sonn- und Feiertagen von 6 bis 19 Uhr für bestimmte Arten von Tätigkeiten vorsehen (siehe Art. 10 des Reglements), sofern der Händler im Rahmen des eidgenössischen Arbeitsgesetzes für das Verkaufspersonal eine vorherige Genehmigung erhalten hat;
- eine ausserordentliche nächtliche Öffnung bis 23 Uhr von montags bis samstags für bestimmte ständige Verkaufsgeschäfte von Speisen und Getränken zum Mitnehmen (Pizzaverkäufer, Verkäufer von Kebabs) vorsehen;
- eine ausserordentliche nächtliche Öffnung oder Öffnung an Sonn- und Feiertagen für Veranstaltungen oder Feste bewilligen.
- „Touristische“ Gemeinden<sup>28</sup> können während der Saison die Öffnungszeiten der Geschäfte von montags bis samstags von 6 bis 22 Uhr und an Sonn- und Feiertagen von 6 bis 20 Uhr bewilligen.

Darüber hinaus können Geschäfte in Bahnhöfen oder in Raststätten im Sinne des eidgenössischen Gesetzes für die Erfüllung des Bedarfs von Reisenden von besonderen Regelungen profitieren.

Wenn eine Gemeinde kein kommunales Reglement zu den Öffnungszeiten von Geschäften hat, gilt die kantonale Regelung. 77<sup>29</sup> der 177 Gemeinden verfügen über ein solches Reglement. Eine Gemeinde kann keine Öffnungszeiten bewilligen, die sich ausserhalb des vom kantonalen Recht eingeräumten Spielraums befinden. Die Sicherheits- und Justizdirektion ist die Aufsichtsbehörde der Gemeinden in diesem Bereich. Die Gemeinden wiederum sind die Aufsichtsbehörden für die Geschäfte und können Verstösse sanktionieren.

<sup>26</sup> Kantonaler Richtplan, Kapitel 25 – Grosse Verkehrserzeuger und Einkaufszentren

<sup>27</sup> Text auf der Grundlage der Stellungnahme des Leiters der Gewerbepolizei des Kantons Freiburg (25.07.2012)

<sup>28</sup> Im Kanton: der Schwarzsee, Charmey, Gruyères-Moléson, Jaun-Bellegarde, Les Paccots (ganzjährig) und saisonal Bas-Vully, Greng, Haut-Vully, Meyriez, Murten, Muntelier, Châbles, Cheyres, Delley, Estavayer-le-Lac, Font, Gletterens und Portalban.

<sup>29</sup> Liste der Gemeinden unter [http://www.fr.ch/spoco/de/pub/oefnungszeiten\\_der\\_geschaeft.htm](http://www.fr.ch/spoco/de/pub/oefnungszeiten_der_geschaeft.htm)

## 2. ANGEBOT

Das Angebot des Detailhandels spiegelt die demografischen und sozioökonomischen Trends der jüngsten Entwicklung des Kantons wider.

### 2.1. Entwicklung des Detailhandels

Die Anzahl der Detailhandelsgeschäfte ist zwischen 1995 und 2008, in dem es laut BZ 1518 Geschäfte gab, um 250 Geschäfte gesunken. Dieser Rückgang, sowohl bezogen auf die Art der Geschäfte als auch auf die Bezirke, ist in den beiden Abbildungen 7 und 8 dargestellt.

Die Zahl der kleinen, nicht spezialisierten Detailhandelsgeschäfte mit einer Fläche von unter 100 m<sup>2</sup>, der Lebensmittelgeschäfte, Geschäfte für Haushaltswaren (Einrichtungen, Textilien, Eisenwaren, Haushaltselektronik usw.) und anderer Detailhandelsgeschäfte, wie Bekleidungsgeschäfte, Reiseartikelgeschäfte, Schuhgeschäfte oder auch Uhrengeschäfte und Juweliers ist am stärksten zurückgegangen. Alle Bezirke sind hiervon betroffen, der Broye- und der Glanebezirk stärker als die anderen. Die Bezirke See, Sense und Vivisbach konnten dem Rückgang am besten widerstehen.

**Abb. 7**

#### Entwicklung des Detailhandels (Anzahl der Geschäfte)

Quelle: BFS/BZ STATA

<b>Kanton Freiburg</b>	<b>1995</b>	<b>2001</b>	<b>2005</b>	<b>2008</b>
<b>Detailhandel mit Waren verschiedener Art</b>	281	206	180	175
Hypermärkte (> 2'500 m <sup>2</sup> )	5	2	5	5
Grosse Supermärkte (1'000 – 2'499 m <sup>2</sup> )	8	11	9	8
Kleine Supermärkte (400 - 999 m <sup>2</sup> )	34	27	22	30
Grosse Geschäfte (100 - 399 m <sup>2</sup> )	76	63	51	57
Kleine Geschäfte (< 100 m <sup>2</sup> )	139	89	76	55
Warenhäuser	5	3	2	2
Sonstiger Detailhandel mit Waren verschiedener Art a.n.g	14	11	15	18
<b>Fachdetailhandel</b>	<b>1'487</b>	<b>1'417</b>	<b>1'321</b>	<b>1'343</b>
Detailhandel mit Nahrungs- und Genussmitteln, Getränken und Tabakwaren (in Verkaufsräumen)	381	354	319	293
Detailhandel mit Motorenkraftstoffen (Tankstellen)	21	29	28	36
Detailhandel mit Geräten der Informations- und Kommunikationstechnik (in Verkaufsräumen)	98	117	101	104
Detailhandel mit sonstigen Haushaltsgeräten (in Verkaufsräumen)	204	166	169	175
Detailhandel mit Verlagsprodukten, Sportausrüstungen und Spielwaren (in Verkaufsräumen)	168	176	160	164
Sonstiger Detailhandel (in Verkaufsräumen)	585	551	519	537
Detailhandel an Verkaufsständen und auf Märkten	2	5	4	6
Detailhandel nicht in Verkaufsräumen, an Verkaufsständen oder auf Märkten	28	19	21	28
<b>Gesamt</b>	<b>1'768</b>	<b>1'623</b>	<b>1'501</b>	<b>1'518</b>

**Abb. 8**

#### Entwicklung des Detailhandels (Anzahl der Geschäfte pro Bezirk)

Quelle: BFS/BZ/STATA

	<b>1995</b>	<b>2001</b>	<b>2005</b>	<b>2008</b>
<b>Kanton Freiburg</b>	1'768	1'623	1'501	1'518
Saanebezirk	707	634	583	616
Sensebezirk	196	176	167	167
Greyerzbezirk	343	326	303	303
Seebezirk	196	192	185	175
Glanebezirk	118	102	100	96
Broyebezirk	127	113	94	91
Vivisbachbezirk	81	80	69	70

## 2.2. Dichte der Branche

### 2.2.1. Arbeitsplätze

In Bezug auf die Arbeitsplätze sind die sehr kleinen Geschäfte von der Konzentration der Branche am meisten betroffen. Zwischen 2001 und 2008 sind über 100 Betriebsstätten, die weniger als vier VZÄ beschäftigten, verschwunden. Dennoch ist die Anzahl der VZÄ pro Betriebsstätte parallel allgemein angestiegen. Dies zeigt die Konzentration in dieser Branche.

Die Karten der Entwicklung der Anzahl der Betriebsstätten zwischen 1995 und 2008 (Karten 4 und 5) und die Anzahl der Beschäftigten zeigen auch, dass die Entwicklung des Detailhandels im Kanton zu Gunsten der Agglomerationen (Freiburg, Bulle, Châtel-St-Denis und in geringerem Masse Romont und Estavayer-le-Lac) verläuft.

Ist diese Entwicklung auf die gestiegene Zahl von Einkaufszentren zurückzuführen? Derzeit gibt es 19 Einkaufszentren im Kanton (siehe Abb. 10), mit einer Gewerbefläche von 170'703 m<sup>2</sup>, was 24 Fussballfeldern entspricht. Durch diese Einkaufszentren wurden zahlreiche Arbeitsplätze geschaffen. 2008 beispielsweise waren nicht spezialisierte Geschäfte mit einer Gewerbefläche von mehr als 100 m<sup>2</sup> für 1'801 VZÄ verantwortlich, das sind 80% in der Kategorie der nicht spezialisierten Geschäfte und 23% aller Arbeitsplätze im Detailhandel des Kantons.

In der Aufstellung der Zahl der Arbeitsstätten des BFS (siehe Abb. 7) ist der Aspekt „Einkaufszentrum“ nicht berücksichtigt. Letzteres kann mehrere Unterkategorien des Detailhandels in nicht spezialisierten Geschäften enthalten sowie Unternehmen, die als spezialisierte Geschäfte erfasst sind.

Abb. 9

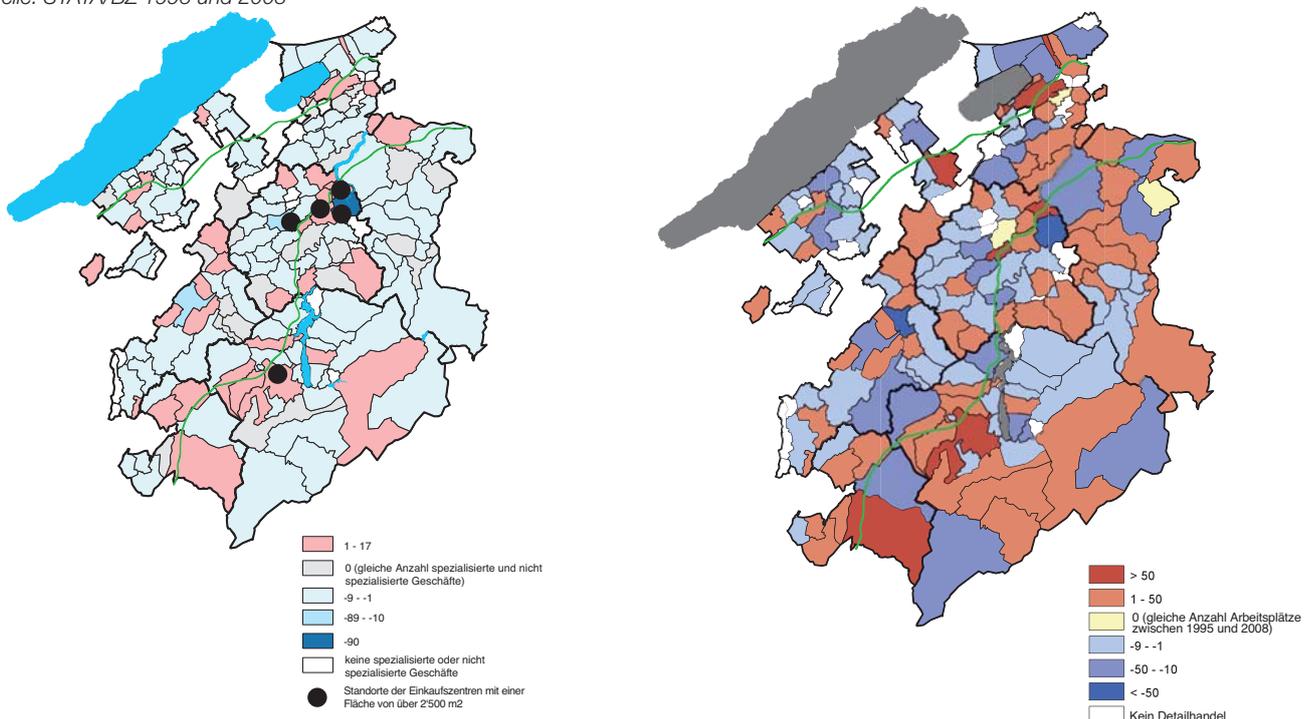
### Entwicklung des Detailhandels (Anzahl der Vollzeitäquivalente pro Betriebsstätte)

Quelle: BFS/VZ/STATA

	1995	2001	2005	2008
<b>Kanton Freiburg</b>	4.4	4.5	5.0	5.2
Saanebezirk	5.0	5.3	6.1	6.0
Sensebezirk	4.3	4.4	4.3	4.7
Greyerzbezirk	3.8	4.0	4.6	4.7
Seebezirk	4.6	4.6	4.7	4.9
Glanebezirk	4.2	3.7	4.0	4.4
Broyebezirk	3.1	3.2	3.4	4.5
Vivisbachbezirk	2.9	3.2	4.3	4.7

### Karten 4 und 5 – Entwicklung der Zahl der spezialisierten und nicht spezialisierten Geschäfte pro Gemeinde im Kanton Freiburg zwischen 1995 und 2008 (Karte 4 links) und Entwicklung der Arbeitsplätze im Detailhandel im Kanton Freiburg zwischen 2005 und 2008 (Karte 5 rechts)

Quelle: STATA/BZ 1995 und 2008



**Abb. 10****Liste der Einkaufszentren im Kanton Freiburg**

Quellen: IHA-GFK, Detailhandel Schweiz 2011;

www.architectes.ch; Artikel und Pressemitteilung (Pérolles Centre und Galeries du Rex); n. v.: nicht verfügbar

<b>Einkaufszentrum</b>	<b>Umsatz 2011 CHF Mio.</b>	<b>Gewerbe- fläche in m<sup>2</sup></b>	<b>Parkplätze</b>	<b>Baujahr</b>
Avry Centre, Avry-sur-Matran	223	34'035	1'718	1973
Centre commercial d'Agy, Granges-Paccot	n. v.	10'636	370	1999
Centre Fribourg Sud, Villars-sur-Glâne	75	17'558	790	1973
Fribourg Centre, Freiburg	117	15'263	120	2003
Gruyère Centre, Bulle	87	8'080	700	1977
Le Cârô, Bulle	n. v.	8'535	260	2004
Matran Centre, Matran	97	15'431	510	2007
Pérolles Centre, Freiburg	n. v.	8'900	275	1989
Galeries du Rex, Freiburg	n. v.	4'680	212	2008
Cormanon Est, Villars-sur-Glâne	38	6'000	n.a	2006
Chatel-St-Denis	n. v.	2'970	227	2008
Murten	n. v.	3'254	145	1999
Düdingen	n. v.	2'941	154	2008
Romont	n. v.	1'800	n.a	2010
JUMBO, Givisiez	n. v.	9'450	200	2005
La Tour, La Tour-de-Trême	n. v.	7'400	282	2007
Pôle Sud, Bulle	n. v.	8'770	n.a	2012
La Galerie, Freiburg	n. v.	3'500	-	2007

### 2.2.2. Bevölkerung

Die Entwicklung der Zahl der Detailhandelsgeschäfte im Kanton war nicht zwingend an das demografische Wachstum gebunden. Zwischen 1995 und 2008 hat die Bevölkerungszahl im Kanton zwar um 19% zugenommen, aber im gleichen Zeitraum ist die Einwohnerzahl pro Detailhandelsgeschäft um 38% gestiegen. Wie aus Tabelle 11 zu ersehen ist, fällt die Steigerung der Einwohner pro Detailhandelsgeschäft in den einzelnen Bezirken unterschiedlich aus.

Man könnte beispielsweise aus der Entwicklung für den Broyebezirk, in dem die Bevölkerungszahl um 27% gestiegen ist, die Zahl der Einwohner pro Geschäft jedoch um 76%, schliessen, dass es nicht ausreichend Detailhandelsgeschäfte für die Einwohner gibt. Zu einem ähnlichen Schluss könnte man für den Vivisbachbezirk, den Sensebezirk und den Seebezirk kommen. Dabei würde man jedoch einen schwierig zu bewertenden und dennoch vorhandenen Faktor (siehe Seite 21) vernachlässigen, nämlich den kantonsübergreifenden Einkaufstourismus, bei dem die Freiburger, die in der Nähe der Kantone Bern und Waadt leben, ihre Einkäufe dort erledigen.

**Abb. 11**  
Entwicklung des Detailhandels (Einwohnerzahl pro Geschäft)

Quelle: STATA; Berechnungen FKB; Berechnungsgrundlagen: BZ und durchschnittliche Wohnbevölkerung der Bezirke

	1995	2001	2005	2008
<b>Kanton Freiburg</b>	127.9	149.0	170.2	177.1
Saanebezirk	114.2	133.9	148.3	148.8
Sensebezirk	164.7	217.3	236.7	241.5
Greyerzbezirk	102.7	117.3	137.0	145.9
Seebezirk	128.8	149.0	164.4	182.8
Glanebezirk	144.7	173.7	188.8	207.1
Broyebezirk	156.2	189.2	245.9	276.0
Vivisbachbezirk	144.4	158.9	203.7	219.1

### 2.2.3. Gewerbefläche

Die Gewerbefläche pro Einwohner ist ein anderes interessantes Verhältnis. Für Freiburg wurde die Gewerbefläche mit einem vom Institut CEAT<sup>30</sup> der Universität Lausanne berechneten Schlüssel ermittelt. Sie konnte jedoch nur für die Detailhandelsgeschäfte mit Waren verschiedener Art, Haupttrichtung Nahrungs- und Genussmittel, Getränke und Tabakwaren, präzise ermittelt werden,<sup>31</sup> die einzigen Geschäfte, für die das BFS Daten nach der Geschäftsgrössenklasse zur Verfügung stellt. Für den Kanton sind die Schätzungen für diese Detailhandelskategorie in Tabelle 12 unten dargestellt.

<sup>30</sup> Handel und Raumplanung im Kanton Freiburg: Elemente für eine Entwicklung der kantonalen Politik, Abschlussbericht von CEAT (Communauté d'Etudes pour l'aménagement du territoire) für den Staatsrat von Freiburg, Lausanne, 2008

<sup>31</sup> NOGA-Code 4711: Hypermärkte(> 2'500 m<sup>2</sup>), grosse Supermärkte (1'000 – 2'499 m<sup>2</sup>), kleine Supermärkte (400-999 m<sup>2</sup>), grosse Geschäfte (100 - 399 m<sup>2</sup>), kleine Geschäfte (< 100 m<sup>2</sup>); die von der CEAT in ihren Berechnungen für jede Kategorie genutzte durchschnittliche Fläche ist jeweils 3'000 m<sup>2</sup>, 1'800 m<sup>2</sup>, 700 m<sup>2</sup>, 250 m<sup>2</sup> und 80 m<sup>2</sup>.

In den Kantonsbezirken und für die gleiche Detailhandelskategorie ist die Entwicklung der durchschnittlichen Gewerbefläche pro Einwohner zwischen 1995 und 2008 in Abbildung 13 dargestellt.

**Abb. 12**  
Entwicklung des Detailhandels mit Waren verschiedener Art, Haupttrichtung Nahrungs- und Genussmittel, Getränke und Tabakwaren (Gewerbefläche pro Einwohner)

Quellen: STATA/CEAT; m<sup>2</sup> auf zwei Dezimalstellen gerundet

Entwicklung im Kanton Freiburg				
	1995	2001	2005	2008
Detailhandel mit Waren verschiedener Art, Haupttrichtung Nahrungs- und Genussmittel, Getränke und Tabakwaren	262	192	163	155
Durchschnittliche Fläche, in m <sup>2</sup> pro Geschäft (Schätzung)	318	352	401	445
Durchschnittliche Wohnbevölkerung	224'552	240'339	253'954	268'537
Durchschnittliche Fläche, in m <sup>2</sup> pro Einwohner (Schätzung)	0.37	0.28	0.26	0.26

**Abb. 13**  
Entwicklung des Detailhandels mit Waren verschiedener Art, Haupttrichtung Nahrungs- und Genussmittel, Getränke und Tabakwaren (Gewerbefläche pro Einwohner)

Quellen: STATA/CEAT; m<sup>2</sup> auf zwei Dezimalstellen gerundet

m <sup>2</sup> /Einwohner	1995	2005	2008
<b>Kanton FR</b>	0.37	0.26	0.26
Saane	0.51	0.34	0.34
Sense	0.67	0.57	0.57
Greyerz	0.36	0.21	0.21
See	0.16	0.17	0.17
Glane	0.43	0.22	0.22
Broye	0.29	0.15	0.15
Vivisbach	0.17	0.14	0.14

### 2.2.3.1. Schätzung für den gesamten Detailhandel

Den Daten der Betriebszählung zufolge machen die spezialisierten Geschäfte jedoch den Grossteil des Freiburger Detailhandels aus.

Wenn man für alle Detailhandelsgeschäfte des Kantons die gemäss des CEAT-Verfahrens ermittelten durchschnittlichen Flächen anwendet,<sup>32</sup> könnte man sagen, dass die Gewerbefläche pro Einwohner im Kanton seit 1995 stabil bei 2,5 m<sup>2</sup> liegt (siehe Abb. 14). Diese Schätzung, die von den Fachleuten der Branche als plausibel bewertet wird, befindet sich in der Nähe der Grenze von 2 m<sup>2</sup> pro Einwohner, die der Staatsrat für neue Einkaufszentren im Kanton mit grossem Gebietseinfluss, d.h. eine Fläche von über 3000 m<sup>2</sup>, anwenden möchte.<sup>33</sup> Sie fällt in den Bezirken sehr unterschiedlich aus. Sie zeigt auch, dass dieses Verhältnis seit 1995 im Saanebezirk stark angestiegen ist, in dem die Fläche pro Einwohner nahezu 3 m<sup>2</sup> beträgt, und im Sensebezirk, in dem es die wenigsten Einkaufszentren im Kanton gibt, auf unter 2 m<sup>2</sup> gefallen ist.

**Abb. 14**  
**Entwicklung des Detailhandels – Gesamt**  
**(Gewerbefläche pro Einwohner)**

Quelle: BFS-BZ; STATA; Berechnungen FKB

m <sup>2</sup> /Einwohner	1995	2001	2005	2008
<b>Kanton FR</b>	2.49	2.36	2.41	2.52
Saane	2.79	2.63	2.77	2.99
Sense	1.93	1.62	1.74	1.84
Greyerz	3.10	3.00	3.00	3.05
See	2.47	2.36	2.50	2.44
Glane	2.20	2.03	2.18	2.15
Broye	2.04	1.86	1.67	1.61
Vivisbach	2.20	2.22	2.02	2.03

### Das „Convenience“-Geschäft

Der Begriff „Convenience“ ist in der Schweiz sehr gut definiert. Für Freiburg wird diese Art des Detailhandels, mit dem kleine Shops für unterwegsversorgung bezeichnet werden, auf „Tankstellenshops“ und Bahnhofsgeschäfte beschränkt werden. Das Produktangebot geht über das „Angebot für Notkäufe“ hinaus. Ausserdem bieten sie längere Öffnungszeiten als herkömmliche Geschäfte. Sie reichen von „frühmorgens bis spätabends, 7 Tage die Woche“.

Diese Shops sind Einkaufsorte für Autofahrer oder Reisende, die es eilig haben. Sie befinden sich daher an Stellen mit grossem Verkehrsaufkommen. Sie werden auch zu Einkaufsstellen in der Nähe (siehe Seite 20). Ihre Gewerbeflächen reichen von 100 bis 500 m<sup>2</sup> und sie können bis ca. 15 Personen beschäftigen.

Laut der letzten Betriebszählung gab es 2008 18 Tankstellenshops. Drei Jahre später waren es 37.<sup>34</sup> Eine im Rahmen dieser Untersuchung durchgeführte Berechnung zeigt, dass diese Zahl heute bei ca. 50 liegt, mit einer Beschäftigtenzahl von ca. 300 Personen, und diese Shops in erster Linie von Mineralölunternehmen oder von grossen Ketten, die als Partner dieser Unternehmen fungieren, gehalten werden.<sup>35</sup>



<sup>32</sup> Siehe auch Anmerkung 22, Seite 13

<sup>33</sup> Kantonaler Richtplan, Kapitel 25 Grosse Verkehrserzeuger und Einkaufszentren

<sup>34</sup> Diese Zahl wird in der Antwort des Staatsrates vom 17. Mai 2011 auf die Frage von Josef Binz zum Gesamtarbeitsvertrag der Arbeitgeber und Arbeitnehmer des Kantons Freiburg (QA 3368.11) zitiert.

<sup>35</sup> Bei einer Zählung auf Websites wurden Tankstellen der Marken Total, BP, Tamoil und Agrola gezählt; Einzelhandelsketten: Coop mit den Pronto-Shops und Migros mit Migrolino; spezialisierte Unternehmen: Valora AG und Restoshop SA und Alvisshop SA der Gruppe Villars Holding.

### 3. DIE TRENDS IM KANTON

Durch seine zentrale Lage in der Schweiz und die Einflüsse der Schweizer Riviera am Genfer See und der Hauptstadt Bern entwickelt sich der Freiburger Detailhandel entsprechend der allgemeinen Trends. Er wird von der Alterung der Bevölkerung, den Auswirkungen der Wirtschaftskrise oder des starken Franken auf den Konsum, vom Wettbewerb unter den grossen Detailhandelsketten, vom tendenziellen Preisverfall sowie von den neuen Verkaufstechnologien der Handelsunternehmen oder den neuen Einkaufstechnologien wie dem Internet beeinflusst und dies wird auch in der Zukunft der Fall sein. Einige Trends sind für den Freiburger Detailhandel besonders bestimmend.

#### **Verknappung der Grundstücke**

Im Kanton ist die Ausweitung der Gewerbeflächen beendet. Die rechtlichen Bestimmungen (siehe Seite 14) und die Notwendigkeit politischer Eingriffe zur Abstimmung einer Ausweitung der Detailhandelsgeschäfte mit dem Bedarf an Grundstücken für andere Unternehmen werden die Einrichtung neuer grosser Einkaufszentren bremsen oder sogar stoppen. Das Beispiel aus dem lokalen Raumplan der Gemeinde Bulle spricht für sich: „...der OP hat die Verpflichtung eingeführt, dass Gewerbeflächen in Gebäude integriert werden müssen, die andere Funktionen haben...“<sup>36</sup> Es müssen beispielsweise Wohnflächen in gleicher Grösse wie Gewerbeflächen vorhanden sein.

Die Verknappung der verfügbaren Grundstücke für Wohnimmobilien und Industrie- und Gewerbeimmobilien<sup>37</sup> wird einen Anstieg der Grundstückspreise in Regionen/Standorten mit grossem Bevölkerungswachstum nach sich ziehen. Diese Preishausse wird die Rentabilität gewerblicher Projekte mit hoher Kapazität belasten. Im Kanton wird man daher zu einer Konsolidierung der bestehenden Geschäfte mit Neugestaltungen oder einer Diversifizierung der Gewerbeflächen übergehen. In diesem Zusammenhang könnte man auch schlicht zum Verschwinden von Marken beitragen. Darüber hinaus erleichtern die langwierigen Prozeduren oder die Opposition zu den wenigen laufenden Projekten die Aufgabe nicht.

#### **Strategische Umstrukturierung**

Das Beispiel von Coop, bei dem das Unternehmen am Bahnhof von Freiburg einen Nachbarschaftsladen mit einer Grösse von ca. 500 m<sup>2</sup> eröffnet hat, steht stellvertretend für diese Tendenz. Dieses Geschäft muss zeigen, dass es nicht nur Laufkundschaft anzieht, sondern auch solche Kunden, die hier ihre Einkäufe zu Uhrzeiten machen möchten, die besser in ihren Lebensrhythmus passen.

Im Kanton unterstützt man auch die strategische Umstrukturierung bestimmter Marken, die sich an Standorten niederlassen, an denen eine echte demografische Dynamik herrscht,

aber an denen die Geschäfte zugunsten der Einkaufszentren nahezu verschwunden sind. Die Umstrukturierung, welche vom kantonalen Richtplan gewünscht ist, erfolgt nach dem Prinzip der Nähe zum Kunden und der Regionalität. Man versucht eine Kundschaft anzusprechen, für die der Preis nicht oder nicht mehr das einzige Verkaufsargument ist.

Die kürzlich erfolgte Eröffnung eines „kleinen“ Einkaufszentrums mit einer Fläche von 1000 m<sup>2</sup> in Cottens oder auch die Ankündigung der Einrichtung kleinerer Lebensmittelgeschäfte einer Marke der Gruppe Fenaco an bestimmten Standorten belegen diese Tendenz. So kann man auch, indem man die Preiskomponente hinzuzählt, die für bestimmte Verbraucher immer noch sehr wichtig ist, die Ankunft der deutschen Discounter Lidl und Aldi im Kanton nachvollziehen.

Bei der strategischen Umstrukturierung an Orten, an denen die Bevölkerung wächst, sollte die Servicekomponente nicht ausser Acht gelassen werden. Bestimmte Initiativen der Stadt Freiburg zur Verbesserung der Dienstleistungen für die Kunden, beispielsweise durch Sicherstellung einer Lieferung direkt nach Hause, gehen in diese Richtung.

#### **Urbane Zentren und Spezialisierung**

Der Preis ist ein wichtiger Faktor bei der Kaufentscheidung und für die Frequentierung der Einkaufszentren gewesen. Er verliert zugunsten der Faktoren Mobilität-Zeitmanagement und Nähe an Bedeutung. Die Stadtzentren gewinnen daher für den Detailhandel wieder an Bedeutung. Die Fachleute gehen hier von besseren Zukunftsaussichten für sehr spezialisierte Geschäfte aus.

Bestimmte Konzentrationen von Freiburger Marken im Lebensmittel-Detailhandel (Bäckerei, Metzgereien) oder im Bereich Bekleidung gehen in diese Richtung. Eine grössere Spezialisierung, eine bessere Lage und folglich eine grössere Nähe zur Kundschaft stehen auf dem Programm. Dieser Aspekt wird durch eine Studie gestützt, die kürzlich zur Attraktivität des Handels in der Innenstadt durchgeführt wurde,<sup>38</sup> der in einem Einzugsbereich von ca. 20 km gut abschneidet. Das Angebot müsste sich jedoch auf sehr spezialisierte Geschäfte mit kundenorientierten Services konzentrieren.

Für die Freiburger Fachleute haben kleine, sehr spezialisierte Detailhandelsgeschäfte, die zugehörige Dienstleistungen mit einem Mehrwert anbieten und eine grosse Identifikationsmöglichkeit und grosse Kundennähe aufweisen, keinerlei Probleme im Kanton. Sie ergänzen das Angebot der grossen Ketten. Angesichts der demografischen und gesellschaftlichen Entwicklung im Kanton gäbe es sogar Platz für Luxus-Geschäfte, die bereits in einigen Strassen der Hauptstadt entstehen.

<sup>36</sup> Gemeinde Bulle, lokaler Ortsplan, erläuternder Bericht (Absatz 5.1.7, Seite 25), Bulle, Februar 2011

<sup>37</sup> „Trotz der allgemeinen Verfügbarkeit von ca. 220 ha verfügt der Kanton nicht mehr über die Flächen, die den aktuellen Bedarf der Wirtschaft erfüllen“: Kanton Freiburg, Neue Regionalpolitik (NRP) Kantonales Umsetzungsprogramm 2008-2011, Volkswirtschaftsdirektion, Freiburg 2008.

<sup>38</sup> Imadeo und HEG Arc, Etude attractivité du commerce de centre ville (Studie zur Attraktivität des Handels in der Innenstadt), Mai 2011

## Einkaufstourismus

Laut dem Mikrozensus des BFS aus dem Jahre 2005 zum Verkehrsverhalten der Schweizer Bevölkerung beträgt die Fahrzeit für Einkäufe von Lebensmitteln im Durchschnitt 10 Minuten und für den Einkauf von Nicht-Lebensmitteln 15 Minuten. Dieser Durchschnitt erhöht sich auf 20 Minuten bzw. 30 Minuten bei Einkäufen im Ausland. Und er beträgt sogar 45 bis 60 Minuten für Konsumgüter mit höherer Qualität.

Von einer kleinen Gruppe der Freiburger Bevölkerung im Broye- und im Seebezirk abgesehen, findet in Bezug auf den kantonalen Detailhandel kein Einkaufstourismus nach Frankreich statt. Dieses Verhalten hat im Kanton, selbst angesichts des starken Franken, eher anekdotischen Charakter. Sicher, manchmal kann man Autos mit Freiburger Kennzeichen auf den Parkplätzen der Einkaufszentren in Pontarlier im französischen Jura sehen. Damit dies zu einer Gewohnheit wird, wäre es nötig, dass die zusätzlichen Kosten (Kraftstoff, Fahrt usw.) nicht die Wechselkursvorteile und den Preisvorteil der Waren zunichte machen.

Der Einkaufstourismus in die Kantone Bern und Waadt, wie er auch von den Handelsfachleuten festgestellt wird, ist jedoch eine wöchentliche Realität; insbesondere samstags aufgrund der abweichenden Öffnungszeiten der Geschäfte in den beiden Kantonen, Bern bis 17.00 Uhr und Waadt bis 18.00 Uhr. Er ist im Broyebezirk und in den südlichen Freiburger Bezirken, insbesondere im Vivisbachbezirk, aufgrund ihrer Nähe zur Genferseeregion täglich zu beobachten. Daher sind laut den befragten Handelsfachleuten die finanziellen Auswirkungen dieses Einkaufstourismus, der sich für den Kanton Freiburg auf den Samstagnachmittag beschränkt, eine wirtschaftliche Realität für die Geschäfte.

Eine andere Form des Einkaufstourismus betrifft die Tankstellenshops, insbesondere ausserhalb der herkömmlichen täglichen Öffnungszeiten und am Sonntag. Und schliesslich sind die Einkäufe im Internet auch eine Art von Einkaufstourismus. Die Verantwortlichen des Detailhandels, die insbesondere auf Verlagsprodukte, Sportausrüstungen und Spielwaren oder Bekleidung spezialisiert sind, erleben, wie Kunden ins Geschäft kommen, die Waren testen, sie dann aber im Internet kaufen. So schätzt ein spezialisierter Händler im Bereich Konsumelektronik, dass die Auswirkungen des virtuellen Handels heute 20% seines Umsatzes ausmachen, ein Anteil, der sich bis 2020 auf 25% erhöhen dürfte.

## Die wirtschaftliche Rolle der Öffnungszeiten<sup>39</sup>

Die Frage der Öffnungszeiten im Detailhandel hat laut den Handelsfachleuten deutliche wirtschaftliche Auswirkungen. Laut den Markenunternehmen kann sich der finanzielle Verlust auf Kantonsebene auf mehrere Millionen Franken jedes Jahr belaufen und Hunderte von Arbeitsstellen betreffen. Dieser Verlust würde sogar erklären, warum in den Stadtzentren im Kanton die kleinen Detailhandelsgeschäfte verschwunden sind.

Denn der Umsatzverlust zugunsten der waadtländischen oder Berner Geschäfte beträgt zwischen 20 und 30% der Verkäufe an dem betreffenden Wochentag, in diesem Fall dem Samstag. In den Geschäften in der Innenstadt von Lausanne erfolgen 20% der wöchentlichen Verkäufe samstags. In Freiburg, wo die Geschäfte an diesem Tag eine Stunde früher schliessen, beträgt der Anteil 14%.



<sup>39</sup> Dieser Abschnitt basiert auf Gesprächen mit den Verantwortlichen von Trade Fribourg und den Handelsfachleuten des Kantons.

## 4. FAZIT UND PERSPEKTIVEN

Die Freiburger Detailhandelsbranche hat einen strategischen Charakter für die Wirtschaft des Kantons. Sie realisiert Umsätze zwischen 2 und 3 Milliarden Franken und sie macht 7 bis 8% der kantonalen Wertschöpfung aus. Im privaten Sektor ist sie der wichtigste bzw. einer der beiden wichtigsten Wirtschaftszweige des Kantons. Den letzten Schätzungen des KOF, der Konjunkturforschungsstelle der Universität Zürich, zufolge, sind die Perspektiven in dieser Branche recht gut (siehe neben stehende Grafik).

Die Entwicklung bzw. die Konsolidierung ihrer Aktivitäten hängen in hohem Masse von der demografischen Dynamik ab, der der Kanton Freiburg in den letzten Jahren unterliegt. Sie hängt auch von den rechtlichen Rahmenbedingungen ab, nicht nur im Bereich der Öffnungszeiten, sondern auch bei der Reglementierung in Bezug auf die Raumplanung, die Luftreinhaltung und die Mobilität.

Die Unternehmen dieser Branche können andere bedeutende Rahmenbedingungen, wie die Auswirkungen des starken Franken auf ihre Aktivitäten oder in welchem Masse die Verbraucher neue Technologien wie das Internet nutzen, nicht beeinflussen. Mit ihrer aktuellen strategischen Umstrukturierung sollen kleine und mittlere Standorte wiederentdeckt werden, die in den letzten Jahren aufgegeben wurden.

**Abb. 15**  
**Geschäftslage - Aussichten auf 6 Monate**

Quelle: KOF; Anzahl der positiven Meldungen



# DANKSAGUNGEN

Die FKB und der Autor möchten hiermit den Akteuren des Freiburger Detailhandels und der Vereinigung Trade Fribourg danken, die sich dazu bereit erklärt haben, unsere Fragen zu beantworten.

# HINWEISE

Die offizielle Statistik zur Detailhandelsbranche ist auf die Daten aus der Betriebszählung (BZ), die zum letzten Mal 2008 stattfand, begrenzt. Die anderen Zahlen resultieren aus Untersuchungen, die für die Realisierung dieser Studie bei privaten Organisationen und/oder in dieser Branche spezialisierten Unternehmen durchgeführt wurden. Die Daten zur Wertschöpfung wurden vom Institut Créa geschätzt. Die Daten zu den Umsatzzahlen sind Schätzungen, die der Autor den Fachleuten der Branche vorgelegt hat.

## Quellen

Zu den konsultierten Dokumenten zählen u. a.:

- \* *Annales fribourgeoises, 1997 bis 2010*, KUB
- \* *Kanton Freiburg, Neue Regionalpolitik (NRP) Kantonaales Umsetzungsprogramm 2008-2011*, Volkswirtschaftsdirektion, Freiburg 2008.
- \* *Patrick Csikos, Les stratégies foncières des grands propriétaires collectifs: le cas des entreprises de commerce de détail (Immobilienstrategien der grossen kollektiven Eigentümer: Detailhandelsunternehmen)*, IDHEAP, Lausanne, 2009
- \* *Detailhandel Schweiz 2011*, GfK Switzerland, Hergiswil
- \* *Jean-Marie Egger, La détermination de l'emplacement des centres commerciaux (Standortbestimmung von Einkaufszentren)*, Lizentiatsarbeit, Universität Freiburg, 1977
- \* *Location Groupe Research, Detailhandel – Marktstudie Schweiz 2010*, Zürich, 2010
- \* *BFS, Rechnungsergebnisse schweizerischer Unternehmen, Neuenburg (Veröffentlichungen der Jahre 2000 bis 2010)*
- \* *Gemeinschaftswerk, Freiburg, eine Stadt im 19. und 20. Jahrhundert*, Editions La Sarine, 2007
- \* *Michel Pittet, Equipements et zones de chalandise du commerce de détail fribourgeois (Einrichtungen und Einzugsbereich des Freiburger Detailhandels)* Dissertation Wirtschaftswissenschaften, Universität Freiburg, 1976
- \* *Bericht Nr. 109 des Staatsrates an den Grossen Rat zum Postulat Nr. 2016.07 René Kolly/Christian Ducotterd zur Politik des Kantons im Bereich der grossen Supermärkte und der Einkaufszentren*
- \* *Antoine Rochat, Les grands magasins au sein de la distribution*, Lizentiatsarbeit, Universität Freiburg, 1972
- \* *Swiss*

### **HAUPTSITZ**

1701 Freiburg  
Bd de Pérolles 1

### **STADT FREIBURG**

Bourg  
Hôpital cantonal  
Rue de Romont  
Schoenberg

### **NIEDERLASSUNGEN**

1616 Attalens  
1754 Avry-Centre  
1636 Broc  
1630 Bulle  
1637 Charmey  
1618 Châtel-St-Denis  
1741 Cottens  
1784 Courtepin  
1611 Le Crêt  
1564 Domdidier  
3186 Düdingen  
1731 Ependes  
1470 Estavayer-le-Lac  
1726 Farvagny  
3175 Flamatt  
3210 Kerzers  
3280 Murten  
1716 Plaffeien  
1746 Prez-vers-Noréaz  
1680 Romont  
1712 Tafers  
1687 Vuisternens-devant-Romont

### **MOBILE NIEDERLASSUNG**

3178 Bösingen  
3182 Überstorf  
3184 Wünnewil  
3212 Gurmels

### **STAATSGARANTIE**

0848 352 352  
[www.fkb.ch](http://www.fkb.ch)



**Freiburger  
Kantonalbank**

einfach offener