

Zeitschrift: Werk, Bauen + Wohnen
Herausgeber: Bund Schweizer Architekten
Band: 98 (2011)
Heft: 3: et cetera Diener & Diener

Rubrik: bauen + rechten : Zielgruppen im Geschäftsflächenmarkt :
"Detailhandel"

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 14.03.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

§ Schriftlichkeit

Es ist allgemein bekannt und entspricht dem Prinzip der Vertragsfreiheit, dass Verträge auch mündlich zustande kommen können. Auch wortlos entstehen Verträge. Das ist vielleicht weniger bewusst, kommt aber im Alltag unzählige Male vor, beispielsweise wenn im Selbstbedienungsladen die auf das Band gelegte Ware an der Ausgangskasse bezahlt wird. In einem solchen Fall spricht man von einer konkludenten Vereinbarung, die also durch ein Verhalten entsteht, das auf das Zustandekommen des Vertrages schliessen lässt.

Für kurzfristig abgewickelte Verträge sind Mündlichkeit und schlüssiges Verhalten ausreichend. Dauerverträge – wie Arbeitsverhältnisse – und Verträge mit langfristiger Wirkung – wie Grundstückskaufverträge – hingegen rufen nach schriftlicher Fixierung. Deren Vorteile liegen nicht nur in der Beweiskraft; nicht zu unterschätzen ist vielmehr auch die Wirkung der fast zwangsläufig sorgfältigeren Vertragsgestaltung auf die Willensbildung der Parteien: Beim Ausformulieren und dank der schriftlichen Vorlage werden sie sich leichter klar, was sie im Detail vereinbaren wollen und worauf sie sich einlassen. Zum Schutz der klaren Willensbildung, zur Sicherung der Einhaltung von Vorschriften und der Wirksamkeit von Verträgen sieht für bestimmte Fälle auch das Gesetz die Pflicht zur Schriftlichkeit vor. Dabei werden drei Stufen der Schriftlichkeit unterschieden: (1) Für die einfache Schriftlichkeit genügt eine schriftliche Niederlegung des Vertragstextes mit eigenhändiger Unterschrift durch diejenigen Personen, die sich mit dem Vertrag verpflichten. (2) Verschärfte Anforderungen gelten dort, wo das Gesetz eine so genannte qualifizierte Schriftlichkeit verlangt: Dabei ist etwa an die Handschriftlichkeit der ganzen Urkunde – beim Testament – oder an die Verpflichtung zu denken, für den Vertrag ein vorgegebenes Formular zu verwenden, wie

im Mietrecht. (3) Als strengste gesetzliche Form schliesslich dient die Öffentliche Urkunde: Mit ihr erfolgt die Vertragsaufzeichnung durch eine Person, die vom Staat mit dieser Aufgabe betraut worden ist: durch den Notar oder die Notarin. Diese trifft auch eine besondere Aufklärungspflicht, dank der die Parteien vor unbedachten Vertragsabschlüssen bewahrt werden sollen.

Die Vorteile des schriftlichen Vertragsschlusses machen sich die Parteien aber auch in zahllosen Fällen zunutze, in denen ihnen kein Gesetz die Schriftlichkeit auferlegt. Die Vertragsfreiheit schliesst denn auch nicht nur die Formfreiheit in sich, sondern auch die Freiheit, die Form zu wählen: Die Parteien können sich also darauf einigen, dass ihr Vertrag nur und erst dann wirksam werden kann, wenn er schriftlich abgeschlossen ist. Sie können sich damit selbst vor Übereilung schützen und sich dagegen absichern, dass die andere Vertragspartei etwas fordern kann, bevor man sich über alle wesentlichen Teile unterschrieben geeinigt hat. Zur Verstärkung lässt sich auch vertraglich festlegen, was für die nach Gesetz der Schriftform unterliegenden Verträge gilt: dass auch Abänderungen des Vertrages nur wirksam werden, wenn sie schriftlich vereinbart werden. Solche Klauseln finden sich nicht selten in Werkverträgen: Bestellungsänderungen sollen nur verlangt und ausgeführt werden dürfen, wenn sich die Parteien schriftlich darauf geeinigt haben.

Damit fühlen sich die Parteien sicher. Nun gilt es aber zu bedenken, und darauf will dieser Beitrag besonders hinweisen, dass sich Verträge und Vertragsteile – auch ein Vorbehalt der Schriftlichkeit – nicht nur immer auch wieder aufheben und abändern lassen, sondern vor allem, dass dabei für die Verständigung und deren Wirksamkeit wiederum die Vertrags- und die Formfreiheit gilt: Die Aufhebung kann auch mündlich vereinbart werden oder konkludent erfolgen, selbst wenn für den Vertrag und für dessen Änderung Schriftlichkeit vorbehalten war. So kann in einer mündlich abgegebenen Aufforderung, da noch eine Wand aufzuziehen oder dort einen Boden in besserer Oberflächenqualität auszuführen, eine solche

Aufhebung des Schriftlichkeitsvorbehaltes liegen. Oder es kann eine Bauherrschaft nicht eine Abänderung der werkvertraglich vereinbarten Leistungen hinnehmen und die Bauausführung dulden, sich später dann aber auf die fehlende Schriftlichkeit berufen (wozu sie etwa bei auftretenden Mängeln oder Werklohnstreitigkeiten versucht sein könnte). Der Schriftlichkeitsvorbehalt ist also nur so kräftig, als man sich selbst peinlich daran hält.

Nach Gesetz ist sogar eine formfreie, also eine mündliche oder eine konkludente Aufhebung eines Vertrages möglich, selbst wenn für dessen Errichtung eine öffentliche Urkunde nötig war. Allerdings stellen sich in diesen Fällen der gesetzlich vorbehaltenen Schriftform regelmässig diffizile Abgrenzungsschwierigkeiten, besonders nach den Kriterien, ob der Vertrag aufgehoben oder nur abgeändert worden oder ob wesentliche oder nur Nebenbestimmungen betroffen seien: Je nachdem können sich dann die Parteien nicht wirksam einigen, ohne die Schriftform, beispielsweise die öffentliche Beurkundung, einzuhalten.

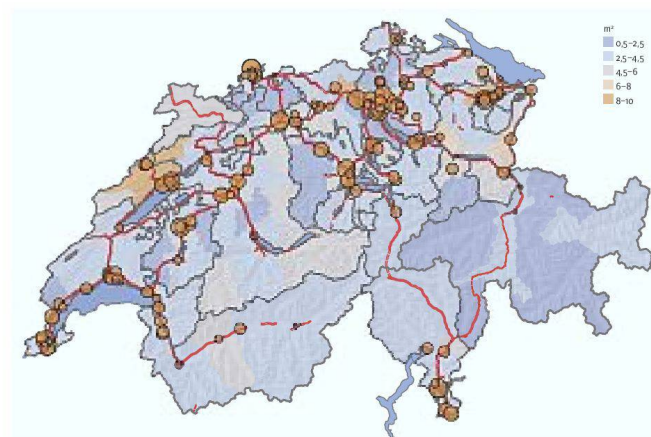
Dominik Bachmann

Zielgruppen im Geschäftsfeldmarkt: «Detailhandel»

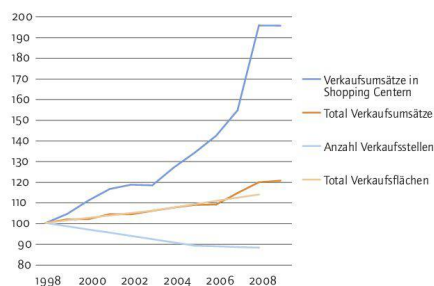
Nachdem im vergangenen Jahr das Thema «Wohnen» und die entsprechenden Zielgruppen beleuchtet wurden, liegt der Fokus der diesjährigen Artikelserie «bauen + rechnen» auf dem «Arbeiten»: Wichtige Branchen des dominanten Tertiärssektors, namentlich aus den Bereichen Handel, Logistik, Tourismus sowie weiteren Dienstleistungen werden hinsichtlich ihrer Auswirkungen auf die räumliche Entwicklung sowie aktueller Trends und Entwicklungen untersucht. Der erste Beitrag behandelt Veränderungen im Detailhandel.

Eine Branche im Wandel

Der Handel ist aus volkswirtschaftlicher Sicht eine der Produktion nachgelagerte Tätigkeit und um-



Verkaufsflächen pro Einwohner und Standorte der Einkaufszentren. – Quellen: Einkaufszentrenbank Wüest & Partner, BFS; Kartengrundlagen: BFS/swisstopo



Entwicklung der Umsätze und Verkaufsflächen im Detailhandel (Index 1998 = 100). – Quellen: «Detailhandel Schweiz», 2010; Wüest & Partner

fasst, bezogen auf die Beschäftigung, rund ein Viertel des Dienstleistungssektors. Unterschieden werden der Gross- und der Detailhandel, wobei letzterer gut die Hälfte der Handelsbranche ausmacht und sich direkt an den einzelnen Konsumenten wendet.

In der Vergangenheit haben zwei Hauptentwicklungen den heutigen Detailhandel geprägt: In den 1970er und 1980er Jahren die Abwanderung der Verkaufsstellen von den Zentren in die Peripherie sowie in den vergangenen zwanzig Jahren der Ausbau der Vormachtstellung der beiden Branchenleader Migros und Coop unter dem Druck des Markteintrittes von ausländischen Händlern in die Schweiz.

Wachstum und Konzentration prägen die jüngere Geschichte: Umsätze und Verkaufsflächen wuchsen stetig an, währenddem die Beschäftigung stagnierte und die Anzahl der Verkaufsstellen sank. Die einzelnen Läden wurden also immer grösser: Im Lebensmittel-Detailhandel stieg die durchschnittliche Fläche pro Verkaufseinheit in den vergangenen neun Jahren von rund 430 auf 600 m². Diese Veränderungen sind eine Folge unter anderem der hier aufgeführten wirtschaftlich raumwirksamen Entwicklungen:

• Facelifting und Revival der Einkaufszentren

Das stärkste Umsatzwachstum verzeichneten in dieser Zeit die Einkaufszentren. Diese haben ihren Anteil am Detailhandel stetig vergrössert. Nach dem Boom der 1970er Jahre erleben die Einkaufszentren in jüngster Zeit ein «Revival», welches sich einerseits in zahlreichen Neubauprojekten, andererseits in einer erhöhten Sanierungstätigkeit äussert. Wichtigstes Standortkriterium für ein Einkaufszentrum sind sein Einzugsgebiet und die Erreichbarkeit. So liegen alle grösseren Einkaufszentren in unmittelbarer Nähe einer Autobahn.

Das «Revival» ist zudem gekoppelt mit einer Annäherung an die städtischen Zentren: Die beiden grössten neu erstellten Einkaufszentren der vergangenen Jahre liegen in unmittelbarer Reichweite einer Grossstadt: das Einkaufszentrum «Stücki» in Basel mit rund 35 000 m² und das «Westside» in Bern-Brünnen mit rund 23 500 m² Verkaufsfläche.

Grosse Zentren aus den Boomjahren kamen in einen ersten Sanierungszyklus: So werden und wurden beispielsweise das «Marin-Centre» in Marin mit rund 33 000 m², der «Rheinpark St. Margrethen» mit rund 21 000 m² und die «Mutter aller Schweizer Einkaufszentren», das «Shoppi & Tivoli» in Spreitenbach – mit beeindruckenden 68 000 m² Verkaufsfläche – aufwändig saniert und in diesem Zusammenhang auch frisch positioniert.

• Ein neues Modell: die Nahversorgungszentren

Im Schatten der grossen Einkaufszentren hat sich ein neuartiger Gebäudetyp entwickelt, welcher sich auf die Abdeckung der Nachfrage in den Regionen konzentriert. Diese zumeist eingeschossigen Nahversorgungszentren sind mit rund 3000 bis 5000 m² Verkaufsfläche im Vergleich zu Einkaufszentren relativ klein. Sie sind damit nicht auf ein möglichst grosses Einzugsgebiet angewiesen, sondern positionieren sich an gut erschlossenen Lagen in tendentiell unterversorgten Regionen, beispielsweise an Autobahnzubringern, wo auf einfache Weise ein Teil der zu den Einkaufszentren strömenden Kunden abgeschöpft werden kann. Eine ähnliche Strategie verfolgen die ebenfalls vermehrt auftretenden Convenience- und Tankstellenshops.

• Zentrum mit Bahnanschluss

Rund ein Drittel der in den vergangenen zehn Jahren neuerstellten Einkaufszentren entstand in den

Innenstädten, typischerweise an Lagen mit hoher Passantenfrequenz und guter Anbindung an den öffentlichen Verkehr. Exemplarisch dafür stehen die «Railcities» in den Bahnhöfen der Schweizer Grossstädte. Möglichst nahe beim Kunden zu sein, lautet die Devise. Dieser pendelt zu seinem Arbeitsplatz und hat im Alltag keine Zeit, zusätzliche Wege zu gehen. Was der Tankstellenshop für den Autopendler, sind die «Railcities» für die Bahnpendler.

• Trend zur Filialisierung

Zusätzlich zur Annäherung der Einkaufszentren an die Städte ist in den Innenstädten ein zunehmender Trend zur Filialisierung feststellbar. Die Einkaufsmeilen in den Grossstädten der Welt gleichen sich zunehmend: Wo immer man hinkommt, die Läden der bekannten internationalen Marken sind schon da. Der Filialisierungsgrad an den begehrtesten Verkaufslagen vieler Metropolen liegt bereits bei über 90 Prozent. In der Schweiz weisen die grösseren Städte an ihren Topadressen einen Filialisierungsgrad von rund 70 Prozent aus. Die Lagegunst führt zu einem Verdrängungseffekt und zum Rückzug lokaler Geschäfte.

Die in Zukunft absehbaren Entwicklungen verdeutlichen, dass das Thema der peripheren Einkaufszentren auf der grünen Wiese vom Tisch ist. An der Reihe sind kleine und mittlere Zentrumsstädte in derzeit eher unterversorgten Regionen: So sind etwa in Chur in der Überbauung «City West» und in Biel im Zusammenhang mit dem «Stade de Bienne» grössere Einkaufszentren mit jeweils rund 30 000 m² Verkaufsfläche geplant.

David Belart, Marcel Scherrer, Wüest & Partner, www.wuestundpartner.com

Quellen: BFS Betriebszählung, Detailhandel Schweiz 2010 / GfK Switzerland AG, Immo-Monitoring Wüest & Partner AG