

Innenstadt Zürich

Shoppinglust im internationalen Wettbewerb

Die Stadt Zürich ist heute Einzugsgebiet für über drei Millionen Einwohner in einem Radius von einer Stunde. Damit gewinnt sie als Standort im internationalen Wettbewerb. Für den Detailhandel, die Immobilienbesitzer und die Investoren entstehen Chancen, die es zu nutzen gilt.

Die Vergnügungs- und Partymeile in Zürich West, die Quaianlagen am See und der neue Schwung im Gastgewerbe verleihen der ganzen Innenstadt eine magnetische Wirkung. Doch was dem heutigen Zeitgeist so sehr entspricht, ist in grossen Teilen ein Erbe des 19. Jahrhunderts.

Die Innenstadt als historisches Erbe

Die heutige Zürcher Innenstadt basiert weitgehend auf der damaligen Städteplanung. Der nach 1833 eingeleitete Abriss der imposanten Schanzenanlagen aus dem 17. Jahrhundert war der Auftakt einer zielgerichteten städtebaulichen Entwicklung. Das Limmatquai und die Münsterbrücke erschlossen die Altstadt verkehrsmässig. Ab 1860 wurde ein Geschäftszentrum nach internationalen Vorbildern gebaut: zuerst die Bahnhofbrücke, dann die Bahnhofstrasse, die Löwenstrasse und der Hauptbahnhof. 1882 bis 1887 entstanden die grosszügigen Quaianlagen mit der Quaibrücke; damit war die Stadt mit dem See verbunden. Die Uraniastrasse mit der Urania-Sternwarte, den Amtshäusern am Werdmühleplatz und der Rudolf Brun-Brücke gehen auf die Bauzeit von 1912 bis 1913 zurück.

So wurden Entwicklungspotenziale für den Ausbau des Geschäftszentrums bis zur Mitte des 20. Jahrhunderts geschaffen. Ursprünglich sollte auch die Altstadt baulich neu gestaltet werden; sie wurde als nicht mehr zeitgemäss empfunden. Nach dem Zweiten Weltkrieg fand jedoch ein Umdenken statt, und die Altstadt wurde als Baudenkmal aufwändig erneuert. Statt die City im Sihlraum zeitgemäss zu erweitern und autogerecht zu erschliessen, wurde nach langwierigen politischen Auseinander-

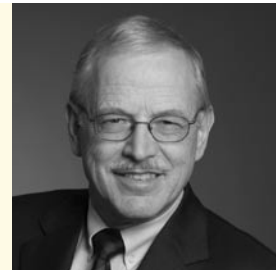
dersetzungen der öffentliche Verkehr grosszügig ausgebaut und Raum für neue Geschäftszentren in Zürich West, Zürich Nord und Zürich Süd planerisch festgelegt. Dies, um die angestammten Wohngebiete zu erhalten. Seit 1990 verbindet die S-Bahn die Innenstadt mit dem ganzen Einzugsgebiet. Der Zürcher Hauptbahnhof ist heute mit einer Frequenz von über 320'000 Personen täglich der bei weitem grösste Knotenpunkt für Personenverkehr in der Schweiz und gleichzeitig ein umsatzstarkes Shoppingcenter. Der S-Bahnhof Stadelhofen und der Raum Bellevue und Stadelhofen wurden mit dem Bau der S-Bahn zum neuen Tor für die Innenstadt. Es macht die Quaianlagen und den See für die gesamte Bevölkerung des Einzugsgebietes direkt erreichbar. Die Innenstadt ist damit zur öffentlichen Bühne, zum geselligen und gesellschaftlichen Treffpunkt und zum Erlebnisraum geworden.

Der geplante Ausbau und die erhöhten Frequenzen der S-Bahn werden die Besucherzahl weiter ansteigen lassen. Das Unternehmen Location Services möchte die Zürcher Akteure motivieren, sich mit den entstehenden Chancen auseinanderzusetzen.

Christoph Ackeret von der Location Services AG hat sich bei vielen städtebaulich integrierten Bauprojekten mit der Standortentwicklung auseinandergesetzt und ist mit der städtebaulichen Entwicklung von Zürich bestens vertraut. Zur Zukunft von Zürich meint er: "Die wachsenden Besucherzahlen schaffen neue Standortpotenziale und Marktchancen. Diese sollten erkannt und genutzt werden. Dafür braucht es eine Kommunikationsgrundlage. Der Flaniermeilenplan schafft die nötige Übersicht für die Besucher, den Detailhandel, die Gastronomiebetriebe, die Immobilieneigentümer und die für den öffentlichen Raum zuständigen Behörden. Durch die Abstimmung der Erdgeschossnutzungen auf die Nutzung der Obergeschosse lassen sich die verschiedenen Flaniermeilen differenziert positionieren und der Mix der Angebote marktgerecht gestalten." *Plan Seite 9*



Die ungenutzten Potenziale von Zürich



Interview mit Christoph Ackeret, Berater für Standortentwicklung, Mit-Gründer & Chairman der Location Services AG

Welches Potenzial steckt noch in dieser Stadt?

Ein Blick auf den Flaniermeilenplan zeigt, dass die Entwicklung der letzten Jahrzehnte vor allem auf die Gassen in der Altstadt ausgerichtet war. Das Gebiet der City mit den Geschäftshäusern bis zum Schanzengraben und der Sihlporte hat beim Detailhandel verloren. Diese Strukturveränderung zur reinen Büro-City wurde zwar allgemein beklagt, aber als unabänderbar hingenommen. Es kann ein Zusammenhang mit den Anlagevorschriften von institutionellen Anlegern bestehen. Sie ziehen eine einheitliche Nutzung gemischten vor. Nun hat sich das Gespenst der Bürohäuser auf die neuen Geschäftshausstandorte nach aussen verlagert. Die einseitige Ausrichtung auf Büronutzungen hat sich als riskanter als vermutet erwiesen. Die Nachfrage nach Erdgeschossflächen ist wieder gestiegen, weil sich die Standortgunst der Innenstadt – in Zürich und weltweit – gegenüber den Shoppingcenter auf der "grünen Wiese" wieder verbessert hat. In dieser veränderten Ausgangslage bestehen interessante neue Optionen für die Geschäftsinhaber und die Hauseigentümer.

Wie werden Innenstadt-Standorte zu guten Adressen?

Adressen sind wie "Marken" im kollektiven Gedächtnis gespeichert. Sie sind oft das Resultat einer langfristigen Entwicklung und können auf öffentlichen wie auf privaten Aktivitäten beruhen. Die renommierten Firmen oder Marken, die sich an einer repräsentativen Strasse ansiedeln, prägen das Image und wirken als Multiplikator. Eine Hauptachse hat meistens mehrere hundert Hausnummern und ihr Name wird dann zum Begriff. Plätze sind der Inbegriff der Stadt, aber nicht besonders gute Geschäftsadressen, weil der Multiplikator-Effekt des Boulevards fehlt. Ausnahmen bilden Magneten wie Hotels, Restaurants und Warenhäuser.

Wie sehen Sie die Standortentwicklung von Zürich, Frankfurt, München und Wien im Vergleich?

Frankfurt am Main hat als erste Stadt Europas den Finanzinstituten und Konzernzentralen erlaubt, ihre Geschäftssitze als Hochhäuser mitten im Stadtzentrum zu konzentrieren. Diese Gebiete sind für die Fussgänger weitgehend unwirtlich und abends menschen-

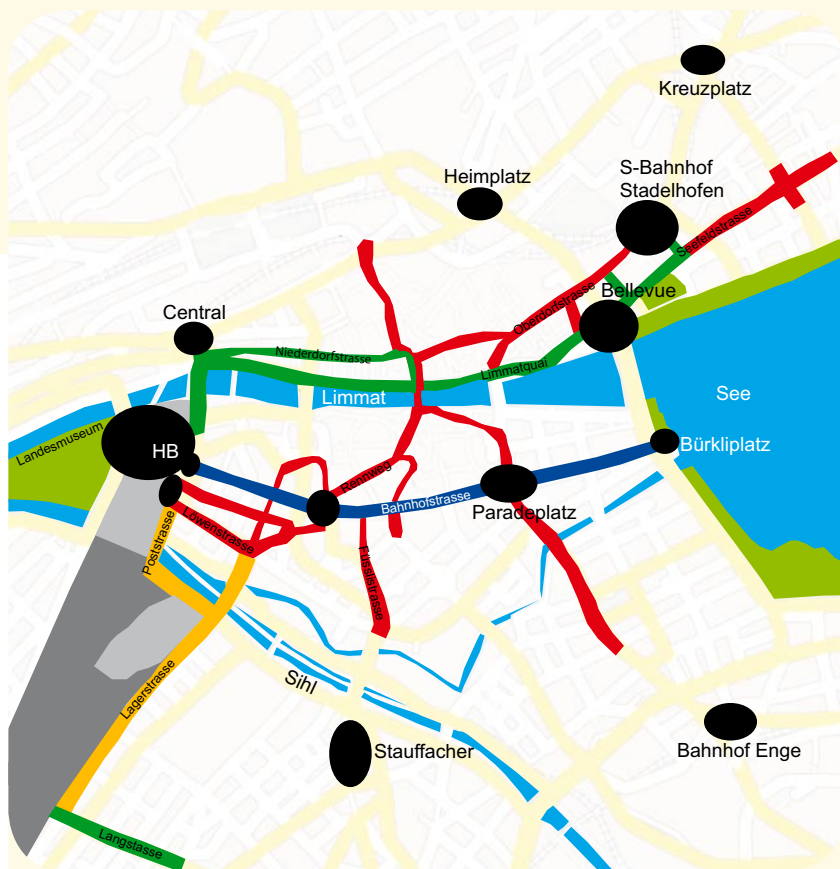
leer. Dies ist auch in der City von London der Fall, wo Hochhäuser aber erst in jüngster Zeit genehmigungsfähig geworden sind. In Frankfurt sind die guten Geschäftslagen an den innenstädtischen Hauptachsen angesiedelt. Dabei stellt die Goethestrasse einen interessanten Fall dar: Dort sind alle internationalen Top Labels auf einer Parallelstrasse angesiedelt. In München gibt es wie in Wien in der Innenstadt keine Bürohochhäuser. Beide Städte haben deshalb äusserlich den Charakter von Residenzstädten gewahrt. Die Einkaufsstrassen konzentrieren sich in Teilbereichen der Innenstadt, welche zu Fussgängerzonen umgewandelt worden sind; dies im Zusammenhang mit dem Bau von U- und S-Bahnen. Gegenüber Zürich besteht ein viel grösserer Massstab der Bebauung. Das ergibt geringere Zwänge und erlaubt meist auch die Anlieferung ohne Beeinträchtigung der Fussgängerbereiche. Für Wien ist die Umwandlung vieler Stadthäuser in begehrten Wohnraum bemerkenswert; die wird unter anderem auch durch attraktive und begehrte Dachaufbau-Wohnungen ermöglicht. Damit wird die historische Bausubstanz der Innenstadt wieder sinnvoll genutzt. Als modernes Geschäftshausviertel wurde die Donau City am anderen Ufer der Donau errichtet. Gegenüber Zürich weisen Frankfurt, Wien und München wegen der U-Bahn einen geringeren Grad der Zentralisierung des öffentlichen Verkehrs auf. Dies wird in Zürich durch die hohe Integration des Hauptbahnhofes in das Hauptgeschäftszentrum noch verstärkt. Es wurde folgerichtig die Chance genutzt, im Hauptbahnhof ein umsatzstarkes Einkaufszentrum einzurichten.

Wohin geht der Trend weltweit?

Dass die Innenstädte an Attraktivität gewinnen, ist eine europäische Tatsache. Der Trend zu Outdoor ist weltweit zu beobachten. In Los Angeles ist das neueste Shoppingcenter ein French Village mit Tram und Weiher. Der öffentliche Verkehr begünstigt die Erreichbarkeit der Innenstadt, und Zürich ist da ganz besonders privilegiert.

Welche Chancen räumen Sie Zürich für die Zukunft ein?

Die Zürcher Innenstadt hat die Chance zur Weiterentwicklung. Das wird durch die Nähe zur Bahnhofstrasse sowie zum Bahnhof begünstigt. Beispiele sind die Nüscherstrasse für hochwertige Marken und die Löwenstrasse für das mittlere Preissegment. Mehr ist möglich, zum Beispiel im Umfeld der Sihlporte.



Location Services hat für Zürich den Flaniermeilenplan entwickelt, der die heutige Situation für den Stadtbesucher verdeutlicht. Er zeigt, wo heute Flaniermeilen bestehen und ist eine Diskussionsgrundlage zur Beurteilung von Potenzialen und Entwicklungsmöglichkeiten. www.location-services.ch

Die Bahnhofstrasse vom Hauptbahnhof zum See, als 1A-Flaniermeile geplant und gepflegt

Die Flaniermeilen in der Innenstadt

Die Flaniermeilen als nächtliche Vergnügungsmeylen

Die (denkbaren) Flaniermeilen im Stadtraum HB (in Planung): Die Verbindung der Langstrasse mit der City

Die Flaniermeilen-Inseln an Plätzen und Bahnhöfen

Bahnhofstrasse – Flaggschiff der Innenstadt

Die Bahnhofstrasse ist das städtebauliche Vorzeigestück der Stadt Zürich. Von Anfang an war sie ein Zeichen dafür, dass Zürich den Wettbewerb mit den europäischen Hauptstädten aufnehmen wollte. Dies ist für Zürich seit der Mitte des 19. Jahrhunderts ein Leitgedanke. Die Ausnahme bildeten die Jahre 1970 bis 1990, wo die kleinräumige Quartierentwicklung im Zentrum des Interesses stand. Die baulichen und verkehrsmässigen Entwicklungen wurden damals als masslos empfunden und das Interesse richtete sich darauf, Schäden zu verhindern. Mit der Inbetriebnahme der S-Bahn und der Öffnung der Märkte richtete sich die Stadtentwicklung erneut auf die internationale Wettbewerbsfähigkeit des Standortes aus. Die Bahnhofstrasse konnte dabei ihre Bedeutung erhalten. Durch die Umnutzung von Erdgeschossen bei Bankgebäuden gelang es, begehrten zusätzlichen Raum für Ladengeschäfte zu schaffen und damit ihre Attraktivität als Flaniermeile zu erhöhen.

Die Stadt Zürich weist weltweit die höchste Kaufkraft auf, das höchste Pro-Kopf-Einkommen und mit die höchste Lebensqualität. Das macht die Bahnhofstrasse und Zürich als Standort äusserst attraktiv. Marc-Christian Riebe von Location Services: "Es gibt täglich Anfragen internationaler Firmen, die hier einen Laden eröffnen wollen. An der Bahnhofstrasse wäre jede Parterrefläche mindestens dreifach vermietbar, so enorm gross ist die Nachfrage. Das treibt die Preise in die Höhe und führt zur Gefahr eines einseitigen Nutzermixes. Beide Phänomene sind ein konkreter Anlass, die Seitenstrassen und Parallelstrassen für den Detailhandel und die Besucher attraktiv zu machen. Die Entwicklung der Storchengasse ist ein gutes Beispiel. Dies erfordert jedoch die Koordination mit den Eigentümern der Liegenschaften."