



**Universität
Zürich** UZH

Abschlussarbeit

zur Erlangung des
Master of Advanced Studies in Real Estate

Vielfältig belebte Erdgeschosszonen - der Beitrag verschiedener Nutzungskategorien zur Lebendigkeit urbaner Quartiere

Verfasser: Tennhoff
Nils
Trottenstrasse 73, 8037 Zürich
nils.tennhoff@gmx.ch

Eingereicht bei: Alice Hollenstein, Urban Psychologist

Abgabedatum: 05.09.2022

Inhaltsverzeichnis

Abkürzungsverzeichnis	V
Abbildungsverzeichnis	VI
Tabellenverzeichnis	VII
Executive Summary.....	VIII
1. Einleitung.....	1
1.1 Ausgangslage und Problemstellung.....	1
1.2 Zielsetzung und Forschungsfragen.....	5
1.3 Vorgehen	5
1.4 Abgrenzung des Themas	6
2. Theoretischer Teil.....	6
2.1 Städtebau und Typologie	6
2.1.1 Historische Bedeutung der Erdgeschosszone	6
2.1.2 Funktion und Aufgabe des Erdgeschosses im urbanen Kontext	7
2.1.3 Urbane Quartiere – Definition und Zielsetzungen	8
2.1.4 Herausforderung der Quartiersentwicklung	10
2.1.5 Defizite in urbanen Quartieren durch Leerstand	10
2.2 Stadtsoziologie.....	11
2.2.1 Bedeutung von Belebtheit im urbanen Kontext	11
2.3 Nutzungskategorien.....	14
2.3.1 Kategorisierung der Nutzungen.....	15
2.3.2 Katalog der Nutzungen.....	17
2.3.3 Nutzungskategorie Detailhandel Food	17
2.3.4 Nutzungskategorie Detailhandel Non-Food	21
2.3.5 Nutzungskategorie Alternative Nutzungen – Soziale Nutzungen	22
2.3.6 Nutzungskategorie Alternative Nutzungen – Kulturelle Nutzungen.....	24
2.3.7 Nutzungskategorie Bildungseinrichtungen.....	24
2.3.8 Nutzungskategorie Dienstleistung - Kreativwirtschaft.....	25

2.3.9	Nutzungskategorie Dienstleistung - Gesundheitswesen.....	27
2.3.10	Nutzungskategorie Gastronomie	29
2.3.11	Nutzungskategorie Gewerbe und urbane Produktion.....	32
2.3.12	Nutzungskategorie Coworking.....	35
2.3.13	Nutzungsmischung	37
2.4	Bewertungskriterien.....	40
2.4.1	Grundlagen zur Bewertung.....	40
2.4.2	Kriterienkatalog zur Bewertung der Nutzungen.....	42
2.4.3	Flächenbedarf	42
2.4.4	Passanten- und Kundenfrequenzen.....	43
2.4.5	Nutzungszeiträume	44
2.4.6	Zahlungsbereitschaften.....	45
2.4.7	Bauliche Anforderungen an die Fläche	48
2.4.8	Umgebung, Erschliessung und Flächenbedarf im Aussenraum	48
2.4.9	Nutzungsmix und Kopplungspotenziale.....	51
2.4.10	Herausforderungen	51
2.4.11	Belebungspotenzial und Beitrag zur Quartierslebendigkeit	51
2.5	Fazit aus der Theorie	52
3.	Empirischer Teil	53
3.1	Methode	53
3.1.1	Beschreibung des methodischen Ansatzes	53
3.1.2	Experteninterviews	54
3.1.3	Auswahl der Experten	54
3.1.4	Durchführung der Experteninterviews	55
3.1.5	Nutzungskategorien u. Bewertungskriterien als Basis der Empirie	55
3.2	Ergebnis	56
3.2.1	Auswertung der Experteninterviews	56
3.2.2	Auswertung zur Nutzungskategorie Detailhandel Food.....	57

3.2.3	Auswertung zur Nutzungskategorie Detailhandel Non-Food	60
3.2.4	Auswertung zur Nutzungskategorie Soziale Nutzungen	62
3.2.5	Auswertung zur Nutzungskategorie Kulturelle Nutzungen.....	65
3.2.6	Auswertung zur Nutzungskategorie Bildungseinrichtungen.....	68
3.2.7	Auswertung zur Nutzungskategorie Kreativwirtschaft	71
3.2.8	Auswertung zur Nutzungskategorie Gesundheitswesen.....	73
3.2.9	Auswertung zur Nutzungskategorie Gastronomie.....	76
3.2.10	Auswertung zur Nutzungskategorie Gewerbe und urbane Produktion ..	80
3.2.11	Auswertung zur Nutzungskategorie Coworking	84
3.2.12	Erfolgreiche Profile zur Belebung urbaner Quartiere.....	87
3.2.13	Beantwortung der Forschungsfragen.....	96
3.2.14	Fazit aus den Experteninterviews	96
4.	Schlussbetrachtung	99
4.1	Schlussbetrachtung und Zusammenfassung	99
4.2	Kritische Würdigung	100
4.3	Forschungsmöglichkeiten.....	100
4.4	Ausblick.....	101
	Literaturverzeichnis.....	102
	Anhang.....	109

Abkürzungsverzeichnis

Bes.	Besucher
bspw.	beispielsweise
bzw.	beziehungsweise
EG	Erdgeschoss
GAB	Grundausbau
GZ	Gemeinschaftszentrum
i.d.R.	in der Regel
KMU	Klein- und mittelständische Unternehmen
KPI	Key Performance Indicator
MAB	Mieterausbau
max.	maximal
min.	minimal
mind.	mindestens
ÖV	Öffentlicher Verkehr
u.a.	unter anderem
vgl.	vergleiche
VMF	Vermietbare Fläche
z.B.	zum Beispiel

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Umsatzentwicklung Detailhandel Schweiz 1990-2020.....	2
Abbildung 2: Visualisierung Erdgeschossenebene einer neuen Quartiersentwicklung	3
Abbildung 3: Leerstand im Quartier Limmatfeld, Dietikon.....	4
Abbildung 4: Zonierung und Geschosshöhen der `Hausmann-Häuser`	7
Abbildung 5: Erdgeschoss auf Augenhöhe	8
Abbildung 6: Foto Leerstand.....	11
Abbildung 7: Zwölf Qualitätsmerkmale für Aufenthaltsqualität	13
Abbildung 8: Verteilung der Neumieter von Parterreflächen bei Mischnutzung.....	16
Abbildung 9: Verteilung der Umsätze nach Vertriebslinien im Detailhandel.....	18
Abbildung 10: Verkaufsflächen Entwicklung u. Prognose Angebotsmieten	19
Abbildung 11: Umsatzentwicklung Detailhandel.....	20
Abbildung 12: Planungen zukünftiger Verkaufsflächen Segmente Food / Non-Food...	20
Abbildung 13: Umsatzentwicklung im Detailhandel Non-Food Schweiz	22
Abbildung 14: Umsätze der Gastronomie in der Schweiz	31
Abbildung 15: Charakteristik Urbaner Produktion	34
Abbildung 16: Anzahl Coworking-Spaces in der Schweiz	36
Abbildung 17: Synergiepotenzial zwischen ausgewählten Nutzungsarten	38
Abbildung 18: Kopplungspotenziale, Aufteilung der Einkaufswege.....	39
Abbildung 19: Nutzungsarten in Ergänzung zum Detailhandel.....	40
Abbildung 20: 5 Kategorien zur Bewertung der Stadt auf Augenhöhe.....	41
Abbildung 21: Verkaufsflächen, Miete und Grösse des Ladenlokals	46
Abbildung 22: Verkaufsflächen, Durchschnittliche Miete und Mikrolage	46
Abbildung 23: Marktgleichgewicht im Verkaufsflächenmarkt.....	47
Abbildung 24: Nutzungsorganisation und Erschliessung im EG und Schnitt.....	50
Abbildung 25: Belebung des Aussenraums. Maneggplatz, Zürich	65
Abbildung 26: Aufenthaltsqualität im Aussenraum, Vorher-Nachher.....	86
Abbildung 27: Ideale Nutzungskombinationen gemäss den Experteninterviews	98

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Übersicht neuer Quartiersentwicklungen	9
Tabelle 2: Kriterien zur Messung der Aufenthaltsqualität	14
Tabelle 3: Nachfragesegmente im Verkaufsflächenmarkt	15
Tabelle 4: Nutzungskatalog	17
Tabelle 5: Flächenbedarf im Detailhandel Food	20
Tabelle 6: Gastronomische Marktstrukturen	30
Tabelle 7: Bewertungskriterien	42
Tabelle 8: Liste der Fachexperten und Interviewpartner	55
Tabelle 9: FACTSHEET Detailhandel Food	57
Tabelle 10: FACTSHEET Detailhandel Non-Food	60
Tabelle 11: FACTSHEET Dienstleistungsnutzung - Gesundheitswesen	63
Tabelle 12: FACTSHEET Alternative Nutzungen – Kulturelle Nutzungen	66
Tabelle 13: FACTSHEET Bildungseinrichtungen	68
Tabelle 14: FACTSHEET Bildungseinrichtungen	71
Tabelle 15: FACTSHEET Dienstleistungsnutzung - Gesundheitswesen	74
Tabelle 16: FACTSHEET Gastronomie	77
Tabelle 17: FACTSHEET Gewerbe und urbane Produktion	80
Tabelle 18: FACTSHEET Coworking	84
Tabelle 19: Erfolgsprofile zur Belebung urbaner Quartiere	87
Tabelle 20: Erfolgsprofile zur Belebung urbaner Quartiere	88
Tabelle 21: Nutzungskombinationen	89
Tabelle 22: Nutzungskatalog mit Bewertungsmatrix	96

Executive Summary

Die vorliegende Abschlussarbeit beschäftigt sich mit vielfältig belebten Erdgeschosszonen und dem Beitrag verschiedener Nutzungen im Erdgeschoss zur Belebung urbaner Quartiere. Diese Arbeit zeigt auf was die Ansprüche verschiedener Nutzungskategorien an eine Erdgeschosslage sind. Sie zeigt auch, welche Bedeutung das Erdgeschoss für ein urbanes Quartiers hat, wo die Probleme liegen und welche erfolgreichen Profile und Massnahmen bei der Vermietung der Erdgeschosslagen, für eine Belebung eines Quartiers genutzt werden können. Ein vorherrschendes Wunschdenken auf Seite Projektentwicklung, hinsichtlich der Anordnung publikumswirksamer Nutzungen im EG bei Quartiersneuentwicklungen, bestätigt die Notwendigkeit einer Auflistung der Bedürfnisse und der Kategorisierung der möglichen Nutzungen. Der Strukturwandel im Detailhandel bedingt eine Neuausrichtung der Zentren die sich nicht mehr allein über den Detailhandel als prägende Erdgeschossnutzung definieren können. Dadurch werden Flächen frei für alternative Nutzungen. Solche alternativen Nutzungen können kulturelle und soziale Nutzungen, urbane Produktionsbetriebe, Bildungseinrichtungen oder Coworking-Spaces sein.

Das Ergebnis dieser Arbeit ist eine Übersichtstabelle aller Nutzungen mit deren Bewertung hinsichtlich der Anforderungen und ihrem Beitrag zur Belebung urbaner Quartiere. Die Nutzungen Detailhandel-Food und Gastronomie liefern, insbesondere über ihre Funktion als Frequenzbringer und -halter, den grössten Beitrag zu einem lebendigen Quartier. Danach wurden die kulturellen Nutzungen mit den untersuchten Bibliotheken, mit den wenigsten Nachteilen und den meisten Vorteilen für eine Quartiersbelebung bewertet. Auch hat sich herausgestellt das Bildungseinrichtungen wie Kindergärten auf Grund ihrer eingeschränkten Nutzungszeiträume nicht den erwarteten Beitrag zur Belebung liefern können. Die Passantenfrequenz an einem Standort ist die entscheidende Masseinheit für Belebung. Aber auch Aufenthaltsqualität, Angebotsvielfalt, Imagebildung und Öffentlichkeitsgrad tragen zu höheren Frequenzen bei.

Als erfolgreiche Profile zur Belebung urbaner Quartiere wurden 6 Lösungsansätze identifiziert. Die drei wichtigsten sind: die Nutzungsmischungen, die in der Praxis über Nutzungskonzepte und kuratierte Vermietungen erfolgreich angewendet werden; die optimierten Nutzungszeiträume die eine Belebung über den Tagesverlauf fördern, die aber ein 50/50 Verhältnis von Wohnen und Arbeiten im Quartier bedingen und die Wandelbarkeit der Flächen als zukunftsfähige und flexible Lösung für heute noch unbekannte Herausforderungen und neue Nutzungsformen.

1. Einleitung

1.1 Ausgangslage und Problemstellung

Lebendige Erdgeschosszonen sind der Wunsch vieler Planer, Eigentümer und Investoren im Rahmen der Neuentwicklung, Transformation und Bewirtschaftung urbaner Quartiere. In der Praxis erweist sich die richtige Auswahl der Nutzung in der Erdgeschosszone als schwierig. Viele Nutzungskonzepte sind Wunschdenken und in der Realität und der Bewirtschaftung der Erdgeschosse mit publikumsorientierten Nutzungen, z.B. auf Grund des Strukturwandels im Detailhandel oder zu geringer Frequenzen, nur schwierig umzusetzen.

Konkret lässt sich der Bedarf einer Untersuchung des Themas Erdgeschossnutzung über 3 Betrachtungsebenen herleiten: über den Strukturwandel im Detailhandel, über die zu oberflächliche Betrachtungsebene in der Projektentwicklung und über den Bedarf stadtplanerische Entwicklungsansätze zu unterstützen.

Strukturwandel im Detailhandel

Die zentralen Treiber des Strukturwandels im Detailhandel sind der zunehmende Onlinehandel und das neue Freizeit- und Einkaufsverhalten der unterschiedlichen Bevölkerungsgruppen. Durch den zunehmenden Onlinehandel ist der Detailhandel einem starken Wettbewerb ausgesetzt. Viele Fachgeschäfte aber auch grosse Handelsketten mussten auf Grund der Zunahme des Onlinehandels bereits schliessen. Durch den Onlinehandel verschiebt sich der Handel auf eine andere Ebene, ein Grossteil des Umsatzes wird online erwirtschaftet. Gegenüber den Onlineriesen wie Amazon, Zalando und weiteren sind kleine Fach- und Spezialgeschäfte aber nicht mehr konkurrenzfähig. Wenn diese Geschäfte schliessen hat dies gravierende Auswirkungen auf die Innenstädte und Quartierszentren. Der Wegfall dieser Geschäfte geht einher mit dem Wegfall von Passantenfrequenz und damit Belebung des Quartiers. (BHP, 2018, S. 1-7, 50). Detailhandelsstandorte mit Kaufkraftverlusten zugunsten des Onlinehandels zwingen die städtischen Quartiere und Zentren sich neu auszurichten. Unter der Annahme das die Belebung städtischer Quartiere und Innenstädte zukünftig nicht mehr allein über den Detailhandel funktionieren wird, gewinnen alternative Nutzungen in der Erdgeschosszone an Bedeutung. (Stadt Zürich Stadtentwicklung, 2017, S.57)

Detailhandel Schweiz 1990 - 2020
Umsatzentwicklung in Mrd. CHF, zu laufenden Preisen

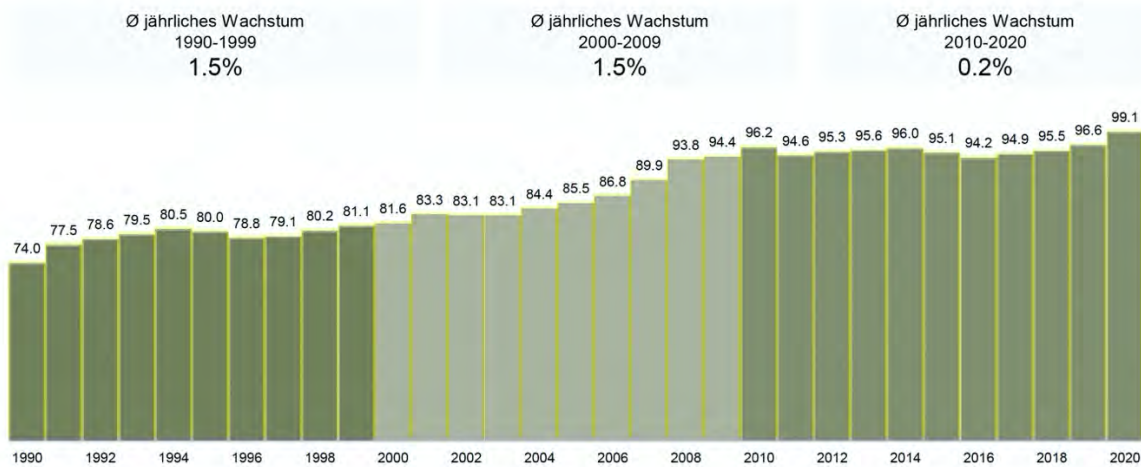


Abbildung 1: Umsatzentwicklung Detailhandel Schweiz 1990-2020 (GfK Switzerland, 2021, o.S.)

Die aktuelle Marktlage des Detailhandels verdeutlicht diese Entwicklung. Der Detailhandel in der Schweiz wächst, mit 0.2%, in den letzten Jahren nur noch minimal und stagniert. Dieser Umstand macht es umso wichtiger das in neuen Projektentwicklungen die Erdgeschossflächen umso zielgerichteter geplant und vermietet werden.

Wunschdenken bei Quartiersentwicklungen und Architekturwettbewerben

Nichts zeigt deutlicher den Wunsch nach einem belebten, urbanem und attraktivem Stadtquartier als die Visualisierungen von Stadtplanern und Architekten in städtebaulichen Wettbewerben. Die Visualisierungen sind stets voller zufriedener, heiterer Menschen, die vor und in Cafés, Buchläden und anderen attraktiven Erdgeschoss Nutzungen das urbane Leben geniessen. Ganz unabhängig davon ob die gebaute Wirklichkeit nachher diesem Idealbild entspricht, zeigt es deutlich den Wunsch nach einem belebten urbanen Stadtquartier. Exemplarisch zu sehen an der Visualisierung von Norman Foster Architekten (Abbildung 2) für ein neues urbanes Quartier.



Abbildung 2: Visualisierung Erdgeschossenebene einer neuen Quartiersentwicklung (Foster, 2021, o.S.)

Unterstützt wird dieses Idealbild und Wunschdenken durch die Ausschreibungen zu städtebaulichen Architekturwettbewerben. Hier heisst es oft in Architektur-Wettbewerbsprogrammen: «die künftigen Nutzungen und Angebote sollen diesen zentralen Ort beleben.» (Suter, 2011, S.3). Es wird jedoch selten bis gar nicht in dieser Planungs-Phase darüber diskutiert welche Nutzungen konkret einen Ort beleben können und ob sich der Ort an sich, z.B. aufgrund seiner Passantenfrequenzen, überhaupt für eine publikumsorientierte Nutzung eignet.

Während es für die Wohnnutzung viele Ansätze und Leitlinien gibt, wird häufig in der Erdgeschosszone nur von einem «belebten Erdgeschoss» oder von «Erdgeschossflächen mit publikumsorientierten Nutzungen» gesprochen. Konkrete Angaben oder Leitlinien dazu welche Nutzungen sich konkret umsetzen lassen findet man nicht. So heisst es zum Beispiel im Entwicklungskonzept für das neue städtische Quartier Hochbord in Dübendorf nur: «Ein wichtiger Punkt besteht in der Belebung des Quartiers. Eine ausgewogene Verteilung von Wohnraum und Arbeitsplätzen sowie publikumsorientierte Nutzungen im Erdgeschoss.» (Stadt Dübendorf, 2015, S.3, 20).

Das teilweise ein Wunschdenken von Seiten Planer und Projektentwickler vorhanden ist zeigen die ausbleibenden Vermietungserfolge in manchen neuen Quartiersentwicklungen. Seitens Stadtplanung und Architekten wurden die Arealentwicklungen der letzten Jahre in der Architekten- und Stadtplanerszene als

Motor einer neuen Urbanität propagiert, jedoch sind die Erdgeschosszonen in diesen Quartieren teilweise geprägt durch viele leere Ladenflächen.

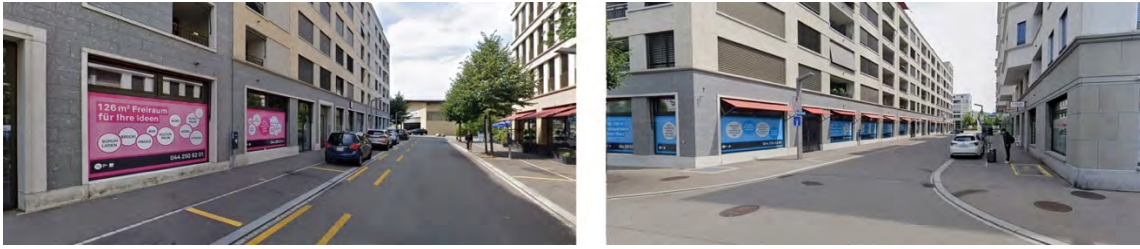


Abbildung 3: Leerstand im Quartier Limmatfeld, Dietikon (google, 2022, o.S.)

Gemäss Vorortbegehung im Quartier Limmatfeld, Dietikon vom 27.08.2022 wird dieser Eindruck bestätigt. Geschätzt etwa 20% der Verkaufsflächen im Erdgeschoss stehen leer. Dies insbesondere in den Nebenstrassen und Randlagen des Quartiers.

Standortpolitik und Stadtplanung

Die öffentliche Hand hat über ihre Wirtschafts- und Stadtplanungspolitik grossen Einfluss auf Standortentscheidungen des Detailhandels und damit auf die Funktionsfähigkeit von Nutzungen und die Belebung von Stadtquartieren. (BHP, 2018, S. 3). Auch die Stadt Zürich hat mit seiner BZO-Teilrevision 2016 erkannt, dass Quartierzentren einen wichtigen Beitrag zur dezentralen Quartiersversorgung leisten und deshalb neue Vorschriften zur publikumsorientierten gewerblichen Nutzung der Erdgeschosse eingeführt. Die BZO-Teilrevision 2016 definiert Orte und Regelungen die «publikumsorientierte Erdgeschosse direkt vorschreiben oder zumindest das Wohnen an gewissen Lagen in den Erdgeschossen ausschliessen». (Stadt Zürich, 2016, o.S.). Daraus lässt sich die Frage (vgl. Forschungsfrage Kap. 1.2) ableiten, welche sind denn die Nutzungsarten die publikumsorientiert sind und zu einer Belebung des Quartiers beitragen?

Betrachtungsebene Nutzerseite

Allen 3 Betrachtungsebenen gemein ist, dass sie die Nutzerseite nicht detailliert genug betrachten. Für die Belebung einer Erdgeschosszone gibt es viele erfolgreiche Beispiele die sich im weitesten Sinne der Methode der Erdgeschoss-Kuratierung bedienen haben. Diese Methode ist umfangreich in der Fachliteratur dokumentiert. Kuratierung ist dabei eine Methode die seitens des Eigentümers angewendet wird um Belebung in neue urbane Quartiere zu bringen. Beispiele sind die Europaallee in Zürich oder das Hunziker-Areal der Genossenschaft Mehr als Wohnen in Zürich. In dieser Arbeit möchte ich jedoch die Nutzerseite betrachten. Diese ist wesentlich weniger umfangreich

dokumentiert. Die Fachliteratur beschränkt sich dazu im wesentlichen auf die Nutzungskategorie Handel.

1.2 Zielsetzung und Forschungsfragen

Die Problematik der Belebung eines städtischen Quartiers über die Erdgeschosszone ist weitestgehend bekannt und auch in der Fachliteratur umfassend thematisiert. Jedoch handelt es sich hinsichtlich der Nutzung der Erdgeschossflächen oft um sehr allgemeine Ansätze. Es wird von ‘publikumsorientierten Erdgeschossnutzungen’ gesprochen. Die konkreten Nutzungen und die Bedürfnisse und Anforderungen der möglichen Nutzer an den Standort, an die Mietfläche und an die Passantenfrequenz werden nicht thematisiert. Der Fokus der bisherigen Untersuchungen liegt auf der Angebotsseite und weniger auf der Nutzerseite. Zudem wird bei der Nutzung häufig der Fokus auf den Detailhandel gelegt, alternative Nutzungen zur Belebung der Erdgeschosszone bleiben oft unberücksichtigt. Basierend auf dieser Ausgangslage ergeben sich folgende Forschungsfragen:

Welche Nutzungen können welchen Beitrag zur Belebung von Erdgeschosszonen und Quartieren leisten?

- Wie kann man Nutzungen in Erdgeschosszonen kategorisieren?
- Welche Anforderungen an Miete, Fläche, Passantenfrequenz und Nachbarschaft haben die einzelnen Nutzungssegmente?
- Welches Belebungspotential haben die einzelnen Nutzungen?

1.3 Vorgehen

Der theoretische Teil, im 2. Kapitel, befasst sich mit der historischen und aktuellen Bedeutung des Erdgeschosses im urbanen Kontext und mit dem Bedarf an attraktiven belebten Erdgeschosszonen in neuen Quartieren. Es werden die möglichen Nutzungen definiert, kategorisiert und detailliert beschrieben. Diese Nutzungen werden in einem Nutzungskatalog zusammengefasst. Im empirischen Teil, im 3. Kapitel, werden die Nutzungen mittels Experteninterviews untersucht und über vorgängig definierte Kriterien hinsichtlich ihres Beitrags zur Lebendigkeit eines Quartiers bewertet. Die finale Übersichtstabelle aller Nutzungen erlaubt für jede Nutzung eine rasche Einschätzung bezüglich deren Beitrag zum gemeinsamen Mehrwert eines belebten Quartiers.

1.4 Abgrenzung des Themas

In dieser Abschlussarbeit werden nur neue und urbane Quartiere betrachtet. Die Erkenntnisse der empirischen Studie können aber teilweise auch auf bestehende Innenstadtlagen angewendet werden. Wobei dort z.B. Änderungen der Nutzungsstruktur eher persistent und schwierig umzusetzen sind.

Die Nutzungskategorie Wohnen ist eine mögliche Nutzung in der Erdgeschosszone. Insbesondere in wenig frequentierten Seitenstrassen urbaner Quartiere sind Wohnnutzungen eine alternative Nutzungsform im Erdgeschoss. Wohnnutzungen haben allerdings spezielle Bedürfnisse und Anforderungen, insbesondere an die Schwellenräume zwischen Innen und Aussen. Eine Untersuchung der Wohnnutzung im EG würde den Rahmen und den Umfang dieser Abschlussarbeit übersteigen.

Diese Arbeit beschäftigt sich damit wie die Belebung über die Nutzung der Erdgeschossflächen belebt werden kann und nicht wie mit Belebung öffentlicher Räume, Strassen und Platzsituationen beispielsweise durch soziokulturelle Animation ein Quartier belebt werden kann. Soziokulturelle Animationen, die Raum für die Bewohner und ihre Aktivitäten schaffen und Engagement in den Quartieren fördern, sind ein eigenständiges Themengebiet.

Die Bewertungskriterien dieser Abschlussarbeit orientieren sich an den wichtigsten Retail-Kennzahlen, jedoch werden keine Umsatz Kennzahlen betrachtet. Umsatz Kennzahlen wie: Umsatz, Flächenproduktivität (Umsatz / Fläche) oder Occupancy Cost Ratio OCR (Verhältnis Miete / Umsatz) sind für den Detailhandel wichtige Kennzahlen, sie haben aber wenig Einfluss auf die Belebung eines Quartiers. Der Umsatz ist bei vielen Nutzungen abhängig von der Kundenfrequenz, diese wiederum ist Teil der Passantenfrequenz und deren Einfluss auf die Belebung eines Quartiers wird in dieser Arbeit detailliert beschrieben.

2. Theoretischer Teil

2.1 Städtebau und Typologie

2.1.1 Historische Bedeutung der Erdgeschosszone

Das Erdgeschoss ist das ebenerdig erschlossene Geschoss eines Gebäudes. Historisch betrachtet ist das Erdgeschoss schon lange für den Kontakt zur Stadt verantwortlich. Dies definierte schon Mitte des 19. Jahrhunderts der Architekt und Stadtplaner Baron

Eugène Haussmann mit seiner revolutionären Stadtplanung in Paris. Für die sogenannten ‚Haussmann-Häuser‘ gab es detaillierte Regeln zur vertikalen Aufteilung und Zonierung. Im Erdgeschoss befanden sich Geschäfte oder Restaurants, darüber die Büros für die Inhaber der Geschäfte und darüber, in der ‚bel étage‘ im zweiten Stockwerk waren die Wohnungen des Bürgertums. Diese klassische Aufteilung der Gebäude, mit kommerziell genutzten und publikumsorientierten Erdgeschosszonen, kristallisierte sich als ein Erfolgsfaktor der urbanen europäischen Stadt heraus und wurde in allen europäischen Grosstädten und bis heute so übernommen (Jallon Napolitano Boutté, 2020, S. 36 – 53).

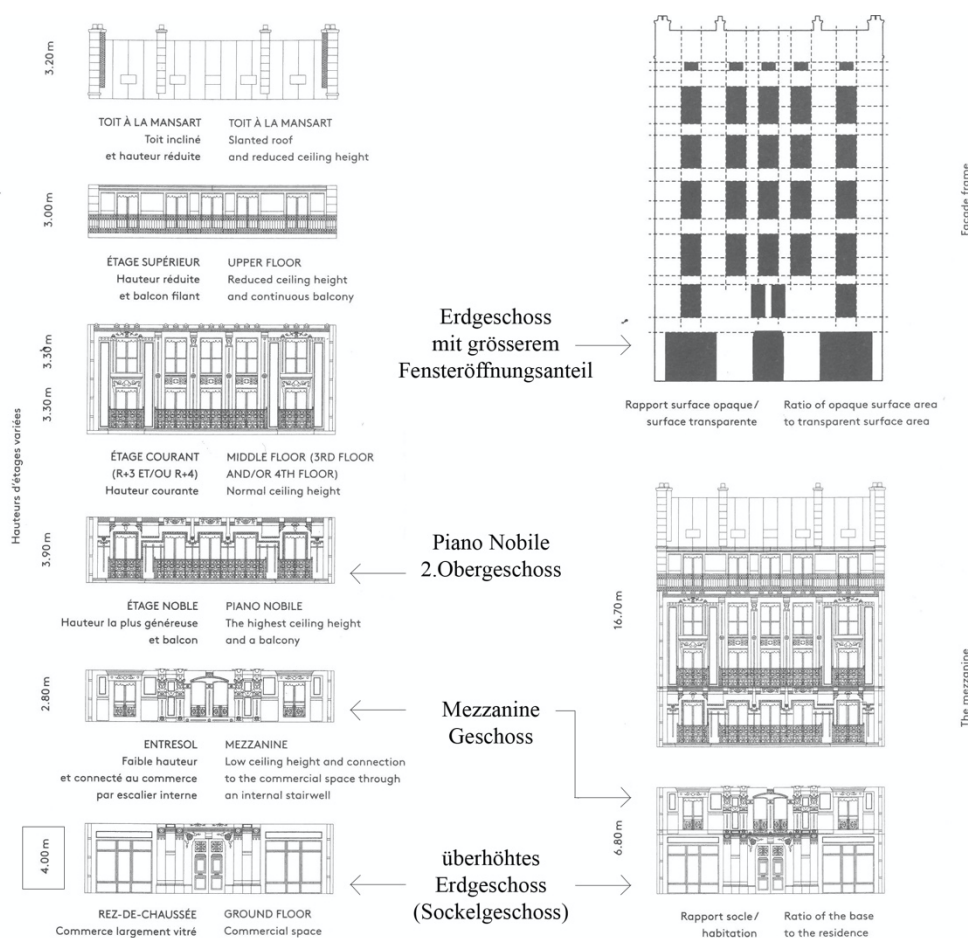


Abbildung 4: Zonierung und Geschosshöhen der ‚Haussmann-Häuser‘ (Jallon Napolitano Boutté, 2020, S. 38)

2.1.2 Funktion und Aufgabe des Erdgeschosses im urbanen Kontext

Das Erdgeschoss wird auch häufig Sockelgeschoss genannt. Es bildet den architektonischen Sockel des Gebäudes. «Für die Wirkung eines Gebäudes spielt dessen Sockel eine entscheidende Rolle. Im Vergleich zu mittlerer Fassade und Attikazone stellt er den Bezug zu den Menschen direkt her und prägt das Erlebnis des städtischen

Raums. Der Sockel hat wesentlichen Einfluss darauf, wie einladend und offen ein Bauwerk wirkt.» (Hild und K, 2021, S. 67-89).

Das wir als Passanten das Erdgeschoss ganz anders wahrnehmen als den Rest des Gebäudes liegt an der horizontalen Ausrichtung unseres Auges. Dies beschreibt der Stadtsoziologe und Städteplaner Jan Gehl: «Aufgrund der sensorischen und physischen Ausstattung die der Mensch im Laufe der Evolution erworben hat, kann der aufmerksame Fussgänger heute nach vorn und nach unten schauen, hat aber nach oben nur ein begrenztes Sichtfeld. Die horizontale Ausrichtung unseres visuellen sensorischen Apparats bestimmt, wie wir Räume oder Häuserfassaden auf unserem Weg durch eine Strasse erleben. Deutlich sehen wir eigentlich immer nur die Erdgeschossfronten, die oberen Fassadenabschnitte sind aufgrund der gegebenen Entfernung unklar.» (Gehl, 2021, S. 58).

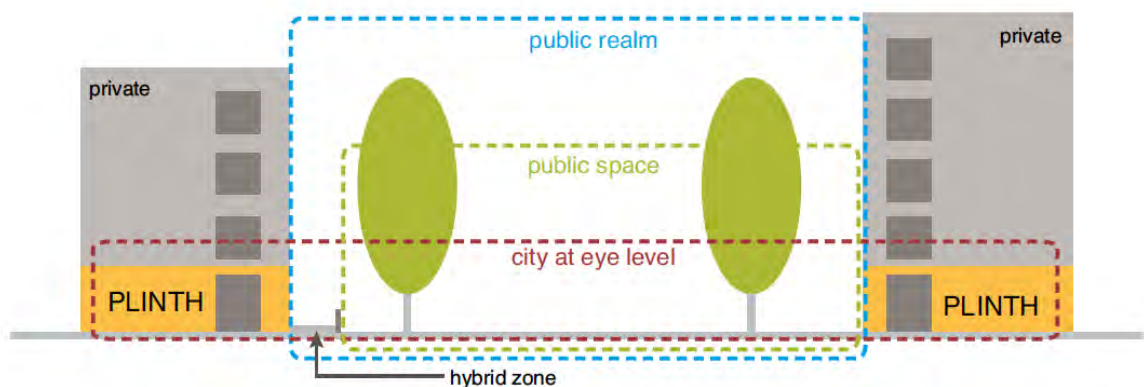


Abbildung 5: Erdgeschoss auf Augenhöhe (Karssenberg, 2016, S. 15)

Die Wichtigkeit des Erdgeschosses für die Wahrnehmung eines gesamten Quartiers unterstreicht auch Reiner Nagel, der Vorstandsvorsitzende der Bundesstiftung Baukultur in Deutschland, er drückt sich unmissverständlich aus: «Ohne lebendige, offene und vielfältige Erdgeschosse können wir keine erfolgreichen Neubauquartiere entwickeln» (Nagel, 2019, o.S.)

2.1.3 Urbane Quartiere – Definition und Zielsetzungen

Das Wort Quartier kommt aus dem französischen quartier ‘Viertel’ und dem lateinischen quartus ‘der Vierte Teil’. Ein Quartier ist also ein Teil einer Stadt, ein Stadtviertel. Schnur definiert das Quartier als ein überschaubares, räumlich begrenztes soziales Bezugssystem. Die Grösse oder administrative Grenzen eines Quartiers, gemessen in km² oder Einwohnerzahl sind dabei sekundär. Ein Quartier muss überschaubar sein. Überschaubare Quartiere weisen einen menschlichen Massstab auf,

wodurch die Bewohner eine Identifikation (Bezug) zum Ort entwickeln können (Schnur, 2008, S. 40).

Diese Abschlussarbeit befasst sich mit neuen Quartieren. Neue Quartiere entstehen, weil die bestehende Stadt unter Druck steht. Die Stadt ist nicht nur als Wohnort attraktiv, sondern auch als Arbeitsort und für die Freizeitgestaltung. Dadurch steigt der Nachfragedruck auf die bestehende Stadt erheblich. Stark wachsende Städte sehen eine Entlastungsmöglichkeit in der Entwicklung neuer urbaner Quartiere. Diese werden zum Beispiel auf Industriebrachen entwickelt (Umweltbundesamt, 2017, Seite 7).

In der untenstehenden Tabelle sind beispielhaft neue, grosse und urbane Quartiersentwicklungen im Kanton Zürich aufgelistet (ohne Wertung, nicht abschliessend, alphabetische Reihenfolge).

Bülach Nord	Bülach	Fläche: 110'000 m ²
Bahnhof Nord Regensdorf	Regensdorf	Fläche: 213'000 m ²
Europaallee	Zürich	Fläche: 78'000 m ²
Glattpark	Opfikon	Fläche: 67'400 m ²
Leutschenbach (inkl. Hunziker)	Zürich	Fläche: 78'000 m ²
Limmatfeld	Dietikon	Fläche: 87'000 m ²
Richti-Areal	Wallisellen	Fläche: 65'000 m ²
Zentrum Zürich Nord	Zürich Oerlikon	Fläche: 63'000 m ²
Zwicky-Areal	Wallisellen / Dübendorf	Fläche: 235'000 m ²

Tabelle 1: Übersicht neuer Quartiersentwicklungen (eigene Darstellung, Stadt Dübendorf, 2015, S.7f)

Neben der stadtsoziologischen Betrachtung gibt es auch noch die Sicht der Immobilienwirtschaft auf das Quartier. Experten der Handelsimmobilien-Branche definieren ein Stadtquartier als «gemischt genutzte Immobilie oder Ensemble, in dem der handelsrelevante Teil mindestens 10.000 m² Fläche umfasst» (Schwanenflug, 2022, o.S.). Solche handelsgeprägte Stadtquartiere liegen im Trend. Gemäss einer Untersuchung EHI Retail Institute hat sich die Zahl solcher Quartiersentwicklungen innerhalb eines Jahrzehnts in Deutschland verfünffacht. (Schwanenflug, 2022, o.S.).

2.1.4 Herausforderung der Quartiersentwicklung

Eine Herausforderung der Quartiersentwicklung ist die Nutzungsmischung. Defizite bei der Belegung eines Quartiers können bei falsch genutzten, zum Beispiel monofunktional genutzten, Quartieren auftreten. Neue Quartiere haben hier gegenüber bestehenden Quartieren den Vorteil das sich die Nutzungen freier definieren lassen. Bestehende Quartiere weisen eine hohe Nutzungspersistenz auf die es ist nicht einfach macht andere Nutzungen zu implementieren (Wüstenrot Stiftung, 2012, Seite 78).

Eine weitere Herausforderung ist der Zeithorizont. Stadtplanungshorizonte sind 10 – 20 Jahre. Innerhalb dieser Zeit können sich Bedürfnisse und Anforderungen der Nutzerseite stark verändern.

2.1.5 Defizite in urbanen Quartieren durch Leerstand

Leerstand ist per Definition «die Differenz aus dem Gesamtbestand an Fläche (Angebot) und den genutzten Flächen (Nachfrage)» (Ludwig, 2005, S. 147). Eine Umfrage des Swiss Council of Shopping Places prognostiziert einen steigenden Leerstand bei den Verkaufsflächen aufgrund geringerer Nachfrage. So erwarten «68% aller befragten Experten für die nächsten Jahre eine weiterhin sinkende Nachfrage nach Verkaufsflächen» (SCS, 2021, S. 23).

Über die Leerflächenzahlen bei den Verkaufsflächen in der Stadt Zürich lässt sich dieser Trend aktuell nicht verifizieren. Am 1. Juni 2021 standen in der Stadt Zürich 4'919 m² Verkaufsfläche leer. Über die letzten 5 Jahre betrachtet ist der Leerstand bei den Verkaufsflächen in der Stadt Zürich etwa gleichbleibend tief. Zur Einordnung verweist Statistik Stadt Zürich darauf, dass die angebotene Verkaufsfläche in der Stadt Zürich 2021 insgesamt und mit ihr auch der Leerstand rückläufig sind. Dies könnte darauf hindeuten, dass die Vermietenden ihr Angebot dem Markt anpassen und an Nutzungen ausserhalb des Bereich Retail vermieten. (Statistik Stadt Zürich, 2021, o.S.).

Dies führt zur Problematik wahrgenommener und effektiver Leerstand. Bei Leerstand im Erdgeschoss ist es wichtig zu berücksichtigen das dieser durch Passanten anders wahrgenommen wird als Leerstand zum Beispiel bei Wohnungsmietflächen oder Büroflächen in den Obergeschossen. Diese Wahrnehmung beschreibt Hans Karssenberg in seinem Buch 'The City at Eye Level': «Die Sockelzone bedeckt zwar nur 10 % des Gebäudes, bestimmt aber 90 % des Erlebnisses. Beim Gehen untersuchen Sie bewusst und unbewusst die unmittelbare Umgebung auf Augenhöhe genauer und nehmen Details auf» (Karssenberg, 2016, o.S.).



Abbildung 6: Foto Leerstand im Quartier Glattpark, Zürich (Keller, 2019, o.S.)

Bereits bei einer Leerstands-Quote von mehr als 10 % wird Leerstand von Passanten als störend wahrgenommen (Junker/Pump-Uhlmann, 2019, S. 10). Die Wirkung einer leeren Fläche im Erdgeschoss ist also ungleich wichtiger als eine leere Fläche im Obergeschoss. Insbesondere weil es zu einer Art Teufelskreis führen kann, «in dem der Leerstand und die abnehmende Versorgungsdichte zu rückläufigen Frequenzen führen, die noch bestehenden Verkaufsstellen Umsatzrückgänge hinnehmen müssen und Leerflächen noch schwieriger zu vermieten sind.» (Credit Suisse, 2020, S. 3)

Dieses Phänomen des Teufelskreises wird Trading-Down-Effekt genannt. Dieser beginnt mit einer Vorstufe des Leerstands. Aufgrund der Konkurrenz des Onlinehandels und verschiedener weiterer Gründe werden Detailhandelsgeschäfte aufgegeben. Im Laufe des weiteren Vermietungsprozesses werden bis anhin hochwertige Nutzungen durch Angebote des Billigsektors ersetzt. Dies beeinflusst die jeweilige Strasse oder Quartier negativ. Dieser Imageverlust führt dann zu weiterem Leerstand (Junker/Pump-Uhlmann, 2019, S. 10).

2.2 Stadtsoziologie

2.2.1 Bedeutung von Belebtheit im urbanen Kontext

Gemäss dem dänischen Stadtplaner und Stadtsoziologen Jan Gehl macht «erst Belebtheit und vielfältiges Treiben im öffentlichen Raum eine Stadt attraktiv» (Gehl, 2021, S. 39).

Belebtheit wird auch umschrieben mit Belebung oder Lebendigkeit in einem Quartier. Belebung in einem Quartier erfolgt gemäss Gehl über «das Produkt der Anzahl von Menschen und deren jeweiliger Aufenthaltsdauer» (Gehl, 2021, S. 88). Die Anzahl wird gemessen über die Passantenfrequenz und die Aufenthaltsdauer ist gleichzusetzen mit der Verweildauer an einem Ort. Diese These von Gehl begründet sich daraus, dass ein Kriterium allein zu keiner Belebung eines Strassenraums oder Quartiers führt. «Viele Menschen die nur kurz verweilen oder hindurchgehen, machen noch keine lebendige Stadt aus» (Gehl, 2021, S. 171).

Aufenthaltsqualität ist neben der Passantenfrequenz die zentrale Grundlage für die Belebung eines urbanen Quartiers. Damit sich Menschen länger an einem Ort aufhalten, die Verweildauer steigt, ist unter anderem eine hohe Aufenthaltsqualität notwendig. Menschen bleiben an Orten an denen sie sich wohlfühlen (Gehl, 2021, S. 171). «Die Bezeichnung Aufenthalt beinhaltet eine einladende Zugänglichkeit, das zweckfreie Verweilen, eine Entschleunigung von funktionalen Zwängen und auch das Motiv der Neugierde und des Beobachtens, das eine psychische Begründung für das Verweilen liefert.» (Riege, 2002, S.109).

In der Literatur lässt sich keine einheitliche Definition von Aufenthaltsqualität finden. Es gibt unterschiedliche Ansätze Aufenthaltsqualität zu definieren und zu messen. Aus der Fachliteratur, unter anderem von Gehl und Riege, lassen sich 3 Kriterien definieren über die Aufenthaltsqualität gemessen werden kann: über die *Nutzungsvielfalt*, über die *Begegnungsfunktion* und über den *Öffentlichkeitsgrad*.

a.) *Nutzungsvielfalt*: Aufenthaltsqualität wird durch diverse Faktoren bestimmt unter anderem durch die Attraktivität und Vielfalt der Nutzungen, also den Nutzungsmix definiert. Dieser wird im Kapitel 2.3.13 detailliert beschrieben. Gemäss Kretz definiert sich Nutzungsdiversität wie folgt: «Unterschiedlichste private und öffentliche Angebote, kommerzielle und nicht-kommerzielle Aktivitäten beleben und bereichern den urbanen Raum. Verschiedene Nutzungen können sich ergänzen, komplementär befruchten oder zeitlich abwechseln.» (Kretz, 2016, S.50-51).

b.) *Begegnungsfunktion*: Orte mit hoher Aufenthaltsqualität zeichnen sich durch ihre Begegnungs- und Treffpunktfunktion aus. Menschen kommen dort zusammen, wo «etwas los ist» und suchen instinktiv die Gegenwart anderer Menschen. (Gehl, 2021, S. 39). Karssenberg betont das Quartiere Interaktionsmöglichkeiten und Treffpunktqualitäten in und vor den Erdgeschossflächen bieten müssen um die

Aufenthaltsqualität zu erhöhen. (Karssenberg, 2016, S.14-25). Erhöhte Aufenthaltsqualität führt zu höherer Aufenthaltsdauer, was schlussendlich zu einer Belebung des städtischen Raums führt.

c.) *Öffentlichkeitsgrad*: Der Öffentlichkeitsgrad definiert sich über Transparenz, Visibilität und offene Erdgeschosszonen. Publikumsorientierte Nutzungen haben einen hohen Öffentlichkeitsgrad. Das sind beispielsweise Verkaufsgeschäfte, Gastronomiebetriebe oder Gewerbe mit Laufkundschaft. (Stadt Zürich, 2016, o.S.). Eine einfache Zugänglichkeit, sowie Transparenz und direkte Bezüge und Kontakte zwischen Innen (Mietfläche) und Aussen, gemessen über den Öffentlichkeitsgrad, sind wichtige Grundlagen für die Belebung. Aussenraumbezüge schaffen erst das Klima für soziale Kontaktmöglichkeiten. Nutzungen wie Büro oder Arztpraxen bringen zwar Passantenfrequenz aber wenig Visibilität auch einen geringen Beitrag zur Belebung.

Jan Gehl definiert Aufenthaltsqualität im öffentlichen Raum über die in der untenstehenden Abbildung aufgeführten 12 Punkte













SCHUTZ	SCHUTZ VOR VERKEHR UND UNFÄLLEN – SICHERHEITSGEFÜHL <ul style="list-style-type: none"> · Schutz für Fußgänger · die Angst vor dem Verkehr nehmen 	SCHUTZ VOR VERBRECHEN – SICHERHEITSGEFÜHL <ul style="list-style-type: none"> · belebter öffentlicher Raum · Augen auf zur Straße · überlappende Funktionen zwischen Tag und Nacht · gute Beleuchtung 	SCHUTZ VOR UNANGENEHMEN SINNESWAHRNEHMUNGEN <ul style="list-style-type: none"> · Wind · Regen/Schnee · Kälte/Hitze · Luftverschmutzung · Staub, Lärm, blendendes Licht 	
	KOMFORT	ANGEBOTE FÜR FUSSGÄNGER <ul style="list-style-type: none"> · genug Platz zum Gehen · keine Hindernisse · gute Bodenbeläge · für alle zugänglich · interessante Fassaden 	AUFENTHALTS-GELEGENHEITEN <ul style="list-style-type: none"> · Randeffect/ attraktive Wartezonen · Stützelemente 	SITZGELEGENHEITEN <ul style="list-style-type: none"> · spezielle Sitzbereiche · Vorteile nutzen: Aussicht, Sonne, Menschen · gute Sitzplätze · Ruhebänke 
		SEHENSWÜRDIGES <ul style="list-style-type: none"> · vernünftige Betrachtungsabstände · freie Sichtachsen · interessante Ausblicke · gute Beleuchtung bei Dunkelheit 	ORTE FÜR KOMMUNIKATION <ul style="list-style-type: none"> · niedrige Lärmpegel · Straßenmöbel als „gesprächsfördernde Sitzlandschaften“ 	ORTE FÜR SPIEL UND SPORT <ul style="list-style-type: none"> · bauliche Einladungen für kreative Aktivitäten, Bewegung, Sport und Spiel · bei Tag und bei Nacht · im Sommer wie im Winter 
BEGLÜCKENDES	GRÖSSENVERHÄLTNISSE <ul style="list-style-type: none"> · Bauten und Räume nach menschlichem Maß 	ANGENEHME KLIMATISCHE VERHÄLTNISSE <ul style="list-style-type: none"> · Sonne/Schatten · Wärme/Kühlung · leichte Brise 	POSITIVE SINNES-EINDRÜCKE <ul style="list-style-type: none"> · gutes Design, gute Details · gute Materialien · schöne Aussichten · Bäume, Grünanlagen, Wasser 	

Abbildung 7: Zwölf Qualitätsmerkmale für Aufenthaltsqualität (Gehl, 2019, S. 275)

Das Umweltbundesamt definiert die in der untenstehenden Tabelle aufgeführten 7 Kriterien zur Bewertung und Messung der Aufenthaltsqualität.

1.)	gestalterische Vielfalt, Komplexität und Ästhetik
2.)	Freiraum- und Grünraumausstattung
3.)	Beschattung bzw. Belichtung
4.)	Ruhe, Lärmabschirmung
5.)	Belüftung, Windschutz
6.)	Nutzungsvielfalt und Erlebnispotenziale, z.B. kulturelle Angebote
7.)	kommunikative Qualitäten

Tabelle 2: Kriterien zur Messung der Aufenthaltsqualität (Adrian, Bunzel, 2018, S. 68)

Aus städtebaulicher Sicht definiert sich Aufenthaltsqualität auch über Kleinteiligkeit und Porosität im Erdgeschoss definiert.

Karssenberg misst die Kleinteiligkeit über die Türdichte von Gewerbeeinheiten. In seinen empirischen Studien untersucht er die Distanz zwischen den Eingängen. Das Verhältnis der Eingänge pro Laufmeter Trottoir ein Indikator für eine gut gestaltete Erdgeschossfläche. Gute Beispiele wie Amsterdam, Haarlemmerdijk haben mit einer Tür alle 4-5m, eine sehr hohe Dichte. Grosse Einkaufsstrassen in Europa haben durchschnittlich 1 Tür alle 20m.

Gemäss Kretz definiert sich Aufenthaltsqualität über die Porosität und die gute Erschliessung der Erdgeschosszone. «Porosität bedeutet im kleinsten Massstab die Zugänglichkeit der Gebäude im Erdgeschoss, also die Distanz zwischen den Eingängen. Je kürzer die Abstände zwischen den Zugängen sind, desto höher ist die Porosität» (Kretz, 2016, S. 60-61).

2.3 Nutzungskategorien

Die Nutzung ist der Zweck dem eine Mietfläche durch ihren Gebrauch dient. Die Nutzung der Flächen im Erdgeschoss dient meist gewerblichen Zwecken, kann aber auch nicht kommerziellen Zwecken dienen. Die nicht-kommerziellen Nutzungen sind alternative Nutzungsformen die nicht ertragsorientiert sind, wie zum Beispiel Gemeinschaftszentren oder Bibliotheken. Ausserdem ist die Nutzung für wohnliche Zwecke möglich, was aber in dieser Arbeit nicht weiter betrachtet wird.

Daneben sind publikumsorientierte oder publikumswirksame Nutzungskategorien ein wiederkehrender Begriff in der Fachliteratur, aber auch im allgemeinen Sprachgebrauch bei der Nutzungsdefinition von Erdgeschossflächen. «Als solche gelten Nutzungen mit einem hohen Öffentlichkeitsgrad wie Verkaufsgeschäfte, Gastronomiebetriebe oder Gewerbe mit Laufkundschaft» (Stadt Zürich. Amt für Städtebau, 2016, o.S.)

2.3.1 Kategorisierung der Nutzungen

In der Fachliteratur sind die «Nachfragesegmente im Verkaufsflächenmarkt» von Fahrländer Partner AG und CSL Immobilien AG ist eine wichtige Quelle, die die Nutzungen in Erdgeschossflächen aus Sicht der Nutzer kategorisiert. Es werden neun Nachfragesegmente (Nutzungskategorien), gemäss Tabelle 3, unterschieden (Fahrländer, 2022, o.S.).

Dienstleistungsverkäufer	klein- und einzelbetriebliche Dienstleistungsgeschäfte, die Grundversorgungsdienstleistungen anbieten. Typische Betriebe dieses Nachfragesegments sind: Coiffeurgeschäfte
PW-Versorger	autokundenorientierte Grundversorger, meist filialisierte Verbrauchermärkte. Typische Betriebe dieses Nachfragesegments sind: Lebensmitteldiscounter und Lebensmittelverbrauchermarkte.
Nahversorger	kleine bis grosse Supermärkte, schwerpunktmässig Lebensmittel Typische Betriebe dieses Nachfragesegments sind: kleiner Supermarkt, Bäckerei, Convenience Lebensmittelladen.
Spezialgeschäfte	Traditionelle Fachgeschäfte mit spezialisiertem Angebot. Typische Betriebe dieses Nachfragesegments sind: traditionelle Fachgeschäfte wie Vinothek, Antiquitätengeschäft, Bootsbedarfsgeschäft, usw.
Standortgeneralisten	Grosse filialisierte Fachgeschäfte. Typische Betriebe dieses Nachfragesegments sind: Haushaltselektroniker, Sportfachgeschäfte
Traditionelle Shoppinggeschäfte	Einzelbetriebliche lokal verankerte Fachgeschäfte, in bevorzugten Lagen. Typische Betriebe dieses Nachfragesegments sind: Schuhgeschäft, Bekleidungsgeschäfte, Uhren- u. Schmuckgeschäfte
Filialisierte Shoppingmagnete	filialisierte Fachgeschäfte, in bevorzugten Lagen, für Produkte aus den Gütergruppen Bekleidung, Schuhe, Schmuck. Typische Betriebe sind: Parfümerien, Bekleidungsfilialisten oder Optikergeschäfte
Fachmärkte	Fachmärkte in Gewerbebezonen oder an Stadträndern. Typische Betriebe dieses Nachfragesegments sind: Möbeleinkaufshaus, Elektronikfachmarkt, Baumarkt, Sportfachmarkt
Waren- und Kaufhäuser	Grosse Kauf- und Warenhäuser in bevorzugten Lagen grösserer Zentren. Typische Betriebe sind: Warenhäuser

Tabelle 3: Nachfragesegmente im Verkaufsflächenmarkt (Fahrländer, 2022, o.S.)

Die Unterteilung in Nachfragesegmente gemäss Fahrländer orientiert sich, neben anderen Einflussgrössen, an den Betriebstypen und deren Wirtschaftszweig auf der

tiefst möglichen NOGA-Stufe (Fahrländer, 2022, o.S.). Die bei Fahrländer erwähnte Kategorisierung nach NOGA ist die allgemeine Systematisierung der Wirtschaftszweige in der Schweiz durch das Bundesamt für Statistik. Die Kategorisierung erfolgt, sehr detailliert, nach der wirtschaftlichen Tätigkeit. Eine Kategorisierung nach anderen Kriterien wie Lage, Kundengruppe, Sortiment oder Geschäftszweck erfolgt nicht.

In der Fachliteratur liegt der Fokus bei der Untersuchung der Nutzung der Erdgeschossflächen klar auf Retailflächen. Nicht-kommerzielle und alternative Nutzungen finden keine Berücksichtigung. Diese Wissenslücken in der Fachliteratur sollen mit einem breiter aufgestellten Nutzungskatalog geschlossen werden. Aus diesem Grund wurden für diese Abschlussarbeit weitere Nutzungskategorien, insbesondere nicht-kommerzielle und alternative Nutzungen, ergänzt.

Die Praxis zeigt das Erdgeschossflächen teilweise bereits sehr divers genutzt werden. Die Abbildung 8 zeigt, dass wenn Retailflächen in mischgenutzten Immobilien neu vermietet werden, dass diese an sehr vielfältige Nutzungen vermietet werden. Dies zeigt das Immobilien-Eigentümer damit begonnen haben die durch den Strukturwandel freiwerdenden Flächen vielfältiger vermieten (Credit Suisse, 2019, S.9).

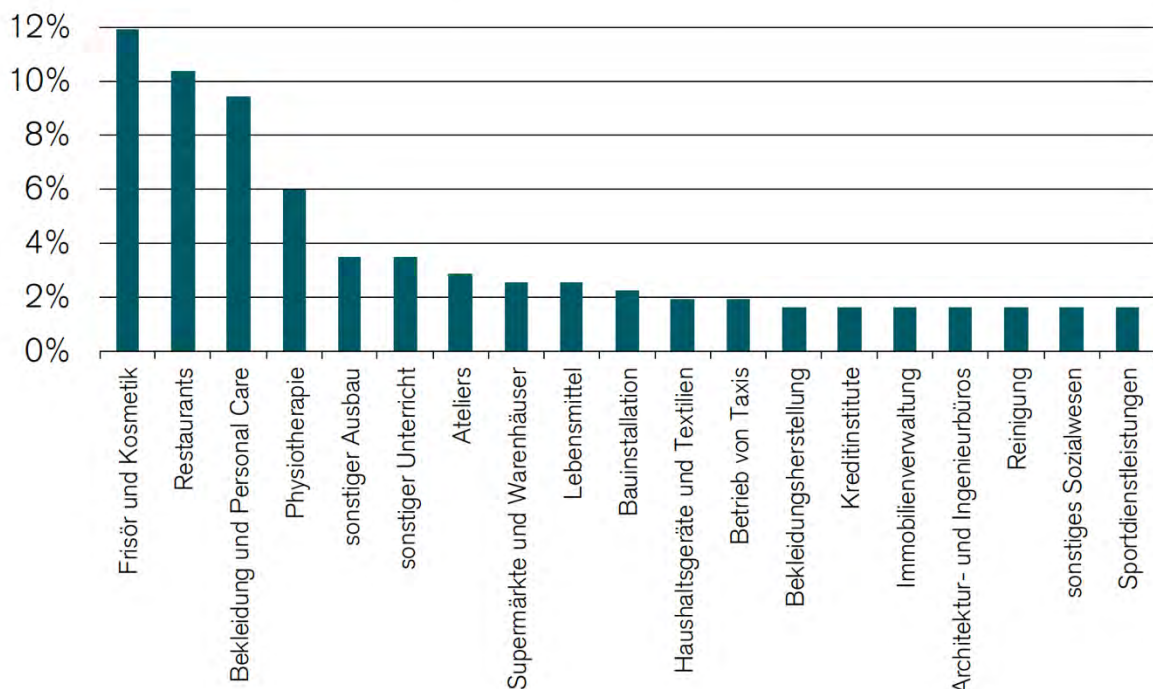


Abbildung 8: Verteilung der Neumieter von Parterreflächen bei Mischnutzung (Credit Suisse, 2019, S. 9)

Auch Karssenberg unterstützt in seinem Buch 'The City at Eye Level' die Sicht, das eine breitere und vielfältigere Nutzung im EG nötig ist. Er zeigt auf das Erdgeschoss nicht nur über Detailhandel (Retail) belebt werden können, sondern dass es alternative

Nutzungen wie Coworking-spaces, Restaurants, Schulen und soziale Nutzungen braucht. (Karssenberg, 2016, S.21).

2.3.2 Katalog der Nutzungen

Der Katalog der gewählten Nutzungen bildet die Basis für die empirische Untersuchung in Kapitel 3. In den folgenden Kapiteln werden die definierten Nutzungskategorien detailliert mittels Literaturrecherche untersucht. Der mit dieser Abschlussarbeit vorgeschlagene Nutzungskatalog umfasst folgende Nutzungskategorien.

Nutzungskategorien	
1.	Detailhandel Food
2.	Detailhandel Non-Food
3.	Alternative Nutzungen - Soziale Nutzungen
4.	Alternative Nutzungen - Kulturelle Nutzungen
5.	Bildungseinrichtungen
6.	Dienstleistungsnutzung - Kreativwirtschaft
7.	Dienstleistungsnutzung - Gesundheitswesen
8.	Gastronomie
9.	Gewerbe
10.	Coworking-spaces

Tabelle 4: Nutzungskatalog (eigene Darstellung)

Der Katalog der Nutzungen dieser Abschlussarbeit orientiert sich an den Nachfragesegmenten (hier Nutzungskategorien genannt) von Fahrländer, ergänzt diese aber noch. Andere Nachfragesegmenten (Nutzungskategorien) von Fahrländer wie PW-Versorger, Fachmärkte und Waren- und Kaufhäuser wurden nicht weiter berücksichtigt, weil sie für diese Abschlussarbeit mit ihrem Fokus auf urbane Quartiere und neue Quartierszentren keine Rolle spielen.

2.3.3 Nutzungskategorie Detailhandel Food

Die Nutzungskategorie Detailhandel wird in die zwei Unterkategorien Detailhandel Food und Detailhandel Non-Food unterteilt und im Kapitel 2.3.3 und 2.3.4 detailliert beschrieben.

Zur Nutzungskategorie Detailhandel Food gehören alle Firmen, die mehr als 50% ihres Verkaufsumsatzes mit Gütern des täglichen Bedarfs erzielen (GfK Switzerland, 2020, S. 11). In der Schweiz wird der Einzelhandel als Detailhandel bezeichnet. Der Begriff Detailhandel-Food wird in der Handelsbranche gleichbedeutend mit den Begriffen Detailhandel Food/Near-Food und Lebensmittel-Detailhandel verwendet. Der Bereich Lebensmittel umfasst folgende Warengruppen: Frischprodukte, verpackte Konsumgüter, Getränke, Near-Food Produkte (GfK Switzerland, 2020, S. 11).

Marktlage und Kennzahlen

Der Lebensmittel-Detailhandel ist die grösste und wichtigste Sparte des Detailhandels. 57% des gesamten Einzelhandelsumsatzes entfallen auf den Lebensmitteleinzelhandel (EHI Retail Institute, 2019, S. 12).

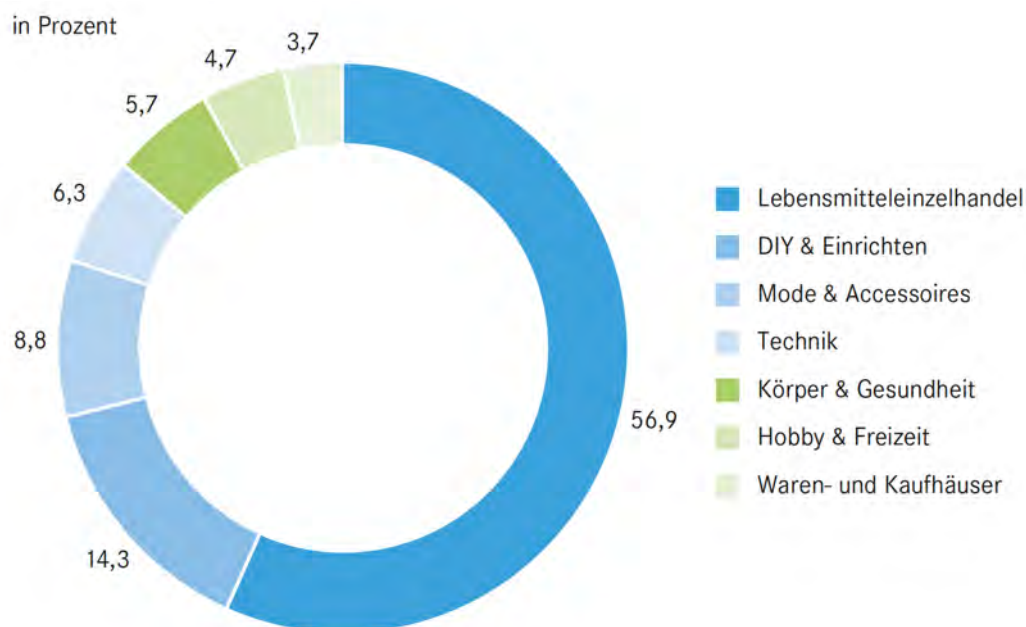


Abbildung 9: Verteilung der Umsätze nach Vertriebslinien im Detailhandel (EHI Retail Institute, 2019, S. 12)

Zum Lebensmittel-Detailhandel gehören alle Nahversorger, sogenannte Vollsortimenter wie Migros und Coop und auch Discounter wie Denner und Aldi. Die Branche wird klar dominiert von Migros und Coop. Beide zusammen hatten 2019 einen Umsatzanteil von 64% am Gesamtumsatz des Lebensmittel-Detailhandels (GfK Switzerland, 2020, S. 63).

Die aktuelle Marktlage für Verkaufsflächen wird von Wüst Partner als stabil eingeschätzt. Grosse Unterschiede gibt es vor allem hinsichtlich der Lage. Während schweizweit die Angebotsmieten um 1.4% sanken und auch für 2022 mit -2.1% sinkende Angebotsmieten prognostiziert werden, gibt es in den urbanen Zentren und in

Toplagen steigende Mieten. «Die Qualität der Mikrolage, insbesondere hinsichtlich der Passantenströme und der Repräsentativität, ist für Verkaufsgeschäfte noch wichtiger geworden» (Wüest Partner, 2021, S. 50-51)

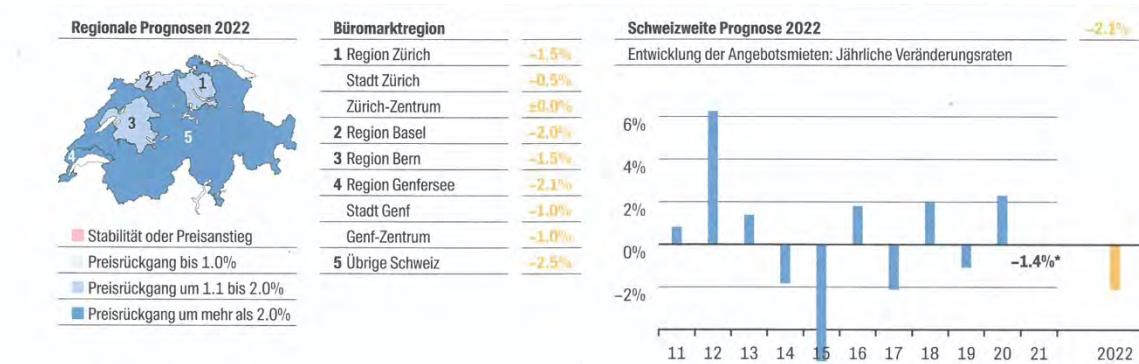


Abbildung 10: Verkaufsflächen Entwicklung u. Prognose Angebotsmieten (Wüest Partner, 2021, S. 51)

Potenzial der Nutzung

Neben dem hohen Marktanteil unterstreicht auch der Grundversorgungsauftrag, die Krisenresistenz, die stabilen Mieterträge und die generierbaren Kundenfrequenzen die Bedeutung und das Potenzial des Detailhandel Food für eine Immobilie und das gesamte Quartier.

Der Detailhandel Food ist krisenresistent. Die Umsätze wachsen jährlich leicht aber konstant, unabhängig von Wirtschafts- oder Pandemiekrisen. Dem Detailhandel-Food kommt dadurch eine wichtige Bedeutung im Retailflächen-Portfolio zu. Eigentümer vermieten ihre Flächen unter anderem deshalb gern und langfristig an den Detailhandel-Food weil dieser der Immobilie hohe Besucherfrequenzen sichert und die Mietcashflows, durch konstante Umsatzzahlen und seltene Konkurse, sichert. (Hahn Immobilien, 2020, S. 160).

Detailhandel Schweiz 1990 - 2020
Umsatzentwicklung in Mrd. CHF, zu laufenden Preisen



Abbildung 11: Umsatzentwicklung Detailhandel (GfK Switzerland, 2021)

Der Detailhandel-Food hat einen Nah- und Grundversorgungsauftrag für ein Wohnquartier. Die Nahversorgung wird als die Versorgung der Bewohner mit Waren und Dienstleistungen des alltäglichen Bedarfs im engeren Wohnumfeld definiert. Der Detailhandel-Food als Nah- und Grundversorger wirkt «zentrengenerierend und vermag sowohl Impulskäufe zu generieren als auch die Aufenthaltsqualität zu erhöhen.» (Fahrländer, 2022, S.2). Als wohnortnaher Grundversorger lebt der Detailhandel Food von Laufkunden und Stammkunden direkt aus dem Quartier. Dies belebt den angrenzenden öffentlichen Raum und reduziert den Verkehr im Quartier. (Bretschneider, 2008, S.3).

Flächenbedarf und Anforderungen

Es gibt im Bereich Detailhandel eine grosse Vielfalt der Konzepte und der Bandbreite an Flächengrössen. Übliche Flächengrössen im Detailhandel-Food sind in der untenstehenden Tabelle als Grössenbeispiele aufgelistet. (Grund, 2010, S.72).

Einzelladen	bis 500 m ²
Discounter	durchschnittlich 800 m ²
Supermarkt	800 – 1'500 m ²
Verbrauchermarkt	1'500 – 5'000 m ²
Nahversorgungs-Zentrum	3'000 – 5'000 m ²

Tabelle 5: Flächenbedarf im Detailhandel Food (eigene Darstellung, gemäss Grund, 2010, S.72)

Im Detailhandel wird sich der Verkaufsflächenbedarf in den nächsten Jahren verändern und gemäss Prognosen weiter wachsen. Es gibt einen Trend zu immer grösseren Verkaufsflächen des Detailhandels Food, während die Flächen des Detailhandels Non-Food eher sinken werden. (ILG, 2018, S.114).

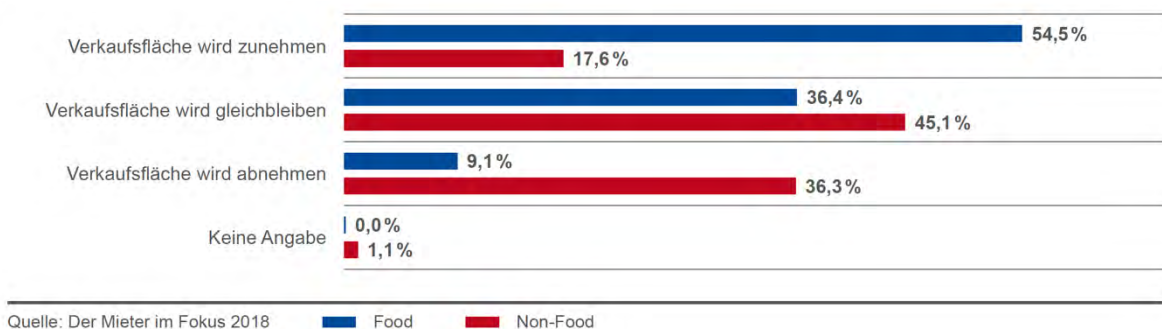


Abbildung 12: Planungen zukünftiger Verkaufsflächen Segmente Food / Non-Food (ILG, 2018, S.114)

Bauliche Anforderungen

Die baulichen Anforderungen sind eher gering. Je nach Grösse ist die Anlieferung (Laderampe) eine wichtige Anforderung und Zusatzräume wie Kühlräume können notwendig sein. Die Flächenflexibilität ist wichtig und die Fläche sollte eingeschossig sein. (Fahrländer, 2022, S.6).

Herausforderungen

Der Detailhandel-Food und insbesondere die grossflächigen Supermärkte sind sehr flächenintensive Nutzungen. Dies läuft der für die Belegung gewünschten Kleinteiligkeit in Erdgeschosszonen entgegen. Gemäss Kretz produzieren grossflächige Nutzungen weite Laufwege und teils hermetisch gestaltete Erdgeschossfassaden. Im Gegenteil dazu fördert Kleinteiligkeit die Schaffung von visuellen Beziehungen und die Zugänglichkeit von Orten. (Kretz, 2016, S.63)

2.3.4 Nutzungskategorie Detailhandel Non-Food

Unter die Nutzungskategorie Non-Food fallen Spezialgeschäfte, Fachgeschäfte und Shoppinggeschäfte. Die Kategorie Detailhandel Non-Food umfasst unter anderem folgende Warengruppen: Bekleidung, Multimedia, Do-it-Produkte, Drogerieprodukte, Schmuck, Spielwaren und Sportartikel (GfK Switzerland, 2020, S. 11). Fahrländer unterteilt den Bereich Detailhandel Non-Food noch in die Unterkategorien: Spezialgeschäfte, traditionelle Shoppinggeschäfte, Standortgeneralisten und filialisierte-Shoppingmagnete. (Fahrländer, 2022, o.S.).

Flächenbedarf

Der Flächenbedarf unterscheidet sich stark zum Detailhandel Food. Ebenfalls werden zukünftige Verkaufsflächen eher kleiner ausfallen. Gemäss einer Umfrage von 2022 im Auftrag der Credit Suisse wollen «60% der Food/Near-Food-Händler wollen für den Verkauf mehr Fläche zur Verfügung stellen. Kein einziger Lebensmitteldetailhändler beabsichtigt, den Verkaufsflächenanteil zu verkleinern. Dagegen wollen aber im Teilmarkt Non-Food 27% eine Verkleinerung der Fläche vornehmen.» (Credit Suisse, 2022, S. 24).

Marktlage

Fach- und Spezialgeschäfte haben rückläufige Umsätze und leiden stark unter der Konkurrenz des Onlinehandels. Im Detailhandel Non-Food ist die Marktlage und Umsatzentwicklung je Teilbereich und Warengruppe sehr unterschiedlich. Insbesondere

die Warengruppen Bekleidung leiden stark unter dem Konkurrenzdruck des Onlinehandels.

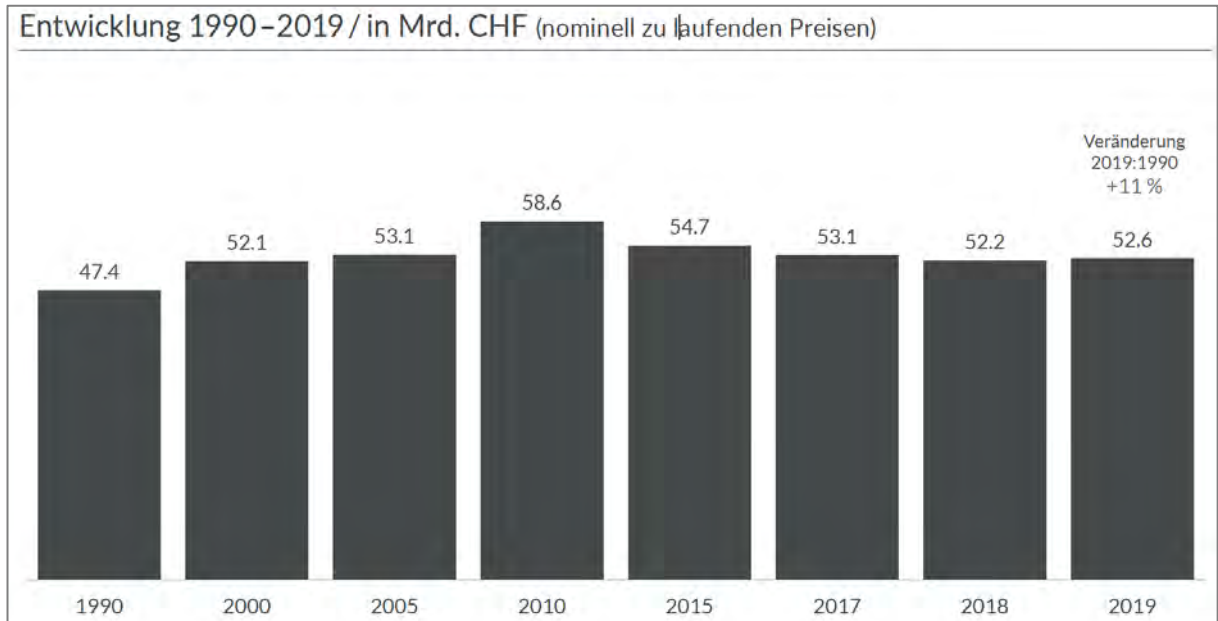


Abbildung 13: Umsatzentwicklung im Detailhandel Non-Food Schweiz 1990-2019 (GfK, 2020, S.39)

Potenzial der Nutzung

Das Potenzial der Spezial- und Fachgeschäfte der Nutzungskategorie Detailhandel Non-Food liegt in den hohen Kopplungspotenzialen und ihrem Beitrag zur Nutzungsvielfalt. Der Detailhandel Non-Food hat ein hohes Kopplungspotenzial mit dem Bereich Food. 50% der Non-Food-Einkäufe werden mit Einkäufen im Food Detailhandel verknüpft. (vgl. Kap. 2.3.3 und Abbildung 18: Varnholt/Adler, 2018, S. 22).

Über die Nutzungsvielfalt wird die Gesamtattraktivität eines Quartiers gestärkt. Traditionelle Shoppinggeschäfte sind sie zentrenrelevant, erhöhen die Aufenthaltsqualität und können Impulskäufe generieren. (Fahrländer, 2022, o.S.). Spezialgeschäfte haben einen hohen Anteil an Stammkunden mit einer mittleren Wegbereitschaft. Dadurch tragen sie unmittelbar zu einer Belebung des Quartiers bei. (Fahrländer, 2022, o.S.). Spezialgeschäfte sind traditionelle Fachgeschäfte wie Vinothek, Antiquitätengeschäft oder Bootsbedarfsgeschäft. Insbesondere für Lagen in weniger frequenzstarken Seitenstrassen hat ein hoher Anteil Stammkunden Vorteile.

2.3.5 Nutzungskategorie Alternative Nutzungen – Soziale Nutzungen

Alternative Nutzungen sind nicht-kommerzielle Nutzungen, die nicht ertragsorientiert sind. Sie sind die Alternative zu gewerblichen und ertragsorientierten Nutzungen. Alternative Nutzungen sind zum Beispiel Bibliotheken oder Gemeinschaftszentren. Bei

gewerblichen Nutzungen steht die Nutzungskategorie Detailhandel meist im Vordergrund. Durch den zunehmenden Onlinehandel kommt es jedoch zu einem Bedeutungsverlust des Detailhandels. Kaufkraftverluste an zentralen Detailhandelsstandorten zugunsten des Onlinehandels sind zu beobachten. Die Zentren müssen sich deshalb neu ausrichten und davon Abstand nehmen sich allein über den Detailhandel zu definieren. Unter der Annahme dass die Belebung städtischer Quartiere und Innenstädte zukünftig nicht mehr allein über den Detailhandel funktionieren wird, gewinnen alternative Nutzungen in der Erdgeschosszone an Bedeutung. (Stadt Zürich Stadtentwicklung, 2017, Seite 57). Bei den alternativen Nutzungen ist zwischen sozialen und kulturellen Nutzungen zu unterscheiden.

Soziale Nutzungen

Soziale Nutzungen sind zum Beispiel: Gemeinschaftszentren, Kulturzentren, Quartiertreffs, Jugendtreffs, Sozialzentren, Allmendräume und Gemeinschaftsräume.

Das Ziel sozialer Einrichtungen im Quartier ist es Teilhabe, Zusammenhalt und Lebensqualität für alle Gesellschaftsschichten zu fördern. Identifikation und Lebensqualität sollen über Beteiligung und Engagement der Bewohner gesteigert werden. Dies wird durch soziale Institutionen gezielt gefördert. Ein lebendiges Quartier zeichnet sich durch soziale und kulturelle Vielfalt aus. Soziale Institutionen, wie Gemeinschafts- oder Sozialzentren, fördern und unterstützen diese Vielfalt. «Ein lebendiges Quartier zeichnet sich dadurch aus, dass Bewohner mit geringem, mittlerem und hohem Einkommen, Alte und Junge, Familien mit Kindern und Singles, Einheimische und Zugezogene neben- und miteinander leben können.» (Friedrich-Ebert-Stiftung, 2016, S. 6).

Ein best-practice-Beispiel wie soziale Nutzungen in die Erdgeschosszonen einer neuen Quartiersentwicklung integriert werden können ist das Hunziker Areal in Zürich der Genossenschaft Mehr als Wohnen. Hier sind 1.75 Prozent der gesamten Nutzfläche (circa 840 m²) mit gemeinschaftlichen sozialen Nutzungen belegt. (Hoffmann, 2019, S.66). Diese Gemeinschaftsflächen (genannt Allmendflächen) werden mehrheitlich durch Quartiersgruppen genutzt. Beispielsweise werden diese Flächen genutzt für: einen Gemeinschaftsraum als zentralen Quartierstreffpunkt, eine Werkstatt, ein Co-Working-Space, ein Indoor-Spielplatz, ein Bewegungs- und Meditationsraum, eine Tauschhalle, ein Spielgerätelager und ein Nahrungsmitteldepot. 46% der Bewohner sind aktive Nutzer dieser Räume. (Hoffmann, 2019, S.58).

Die Herausforderung bei den sozialen Nutzungen liegt in ihrer geringen Zahlungsbereitschaft. Gemäss dem Retail Outlook 2020 von Credit Suisse werden sie auch als ertragsschwach bezeichnet. Soziale Nutzungen werden leider häufig als letztmögliche Alternative gegenüber Leerstand gesehen und definieren dann durch ihre tiefe Zahlungsbereitschaft letztlich die Angebotsmieten und führen so zu einem geringeren Ertrag der Liegenschaft. (vgl. Kap. 2.4.6 Zahlungsbereitschaft und Credit Suisse, 2020, S.9-10).

2.3.6 Nutzungskategorie Alternative Nutzungen – Kulturelle Nutzungen

Kulturelle Nutzungen sind vielfältig. Kulturelle Nutzungen sind zum Beispiel Bibliotheken, Kleintheater, Museen, Clubs, Räume für kulturelle Nutzungen wie Musikstudios, Proberäume, Ausstellungsflächen, Ateliers und Galerien. In dieser Abschlussarbeit liegt der Fokus exemplarisch auf der Nutzung Bibliothek.

Potenzial der Nutzung

Der wichtigste Erfolgsfaktor und Beitrag der Bibliotheken zur Belebung ist, dass sie einem breiten Publikum zugänglich sind. Bibliotheken erhöhen die Angebotsvielfalt und fördern ein aktives Stadtleben als Anziehungspunkt für breite und diverse Gesellschaftsschichten. Gemäss Jan Gehl tun sie das «in einem höheren Mass als kommerzielle Einrichtungen. Sie sind demokratisch genutzte halb-öffentliche Räume für alle gesellschaftlichen Gruppen zugänglich und bieten Gelegenheiten, sich auszudrücken sowie Spielräume für Aktivitäten abseits des Mainstreams» (Gehl, 2021, S.42).

2.3.7 Nutzungskategorie Bildungseinrichtungen

Zur Nutzungskategorie Bildungs- und Betreuungseinrichtungen gehören alle Nutzungen deren Zweck Lehre, Forschung und Betreuung ist. In die Nutzungskategorie Bildungs- und Betreuungseinrichtungen gehören unter anderem folgende Nutzungen: Kindergärten, Hort und Betreuungseinrichtungen, Kindertagesstätten, verschiedene Schulformen von der Primarschule bis zur Hochschule (öffentliche und private Trägerschaften), Erwachsenenbildung und mehrere Weitere.

Potenzial der Nutzung

Bildungs- und Betreuungseinrichtungen haben ein grosses Potenzial für die Belebung eines städtischen Quartiers. Bildungsangebote lösen eine hohe Besucherfrequenz aus und tragen damit zur Belebung der Innenstadt bei (Stepper, 2015, S. 31). Alle

Anforderungen an die Erschliessung und die Umgebung prädestinieren eine Lage von Kinderärten und Hort in einer Erdgeschosszone.

Flächen und bauliche Anforderungen

Grundsätzlich ist der Raumbedarf und die Mindestanforderungen von Bildungsbauten in den kantonalen Schulbaurichtlinien festgehalten. Im Kanton Zürich sind dies die «Empfehlungen für Schulhausanlagen» von 2012. Die Richtlinien enthalten auch Angaben zu den Anforderungen der Kindergärten.

Die kleinste mögliche Einheit ist ein Kindergarten mit einem Kindergartenraum. Die Mindestgrösse für einen Kindergarten inklusive Nebenflächen beträgt, gemäss den Empfehlungen für Schulhausanlagen, 165 m² (Baudirektion Kanton Zürich, 2012, S. 9). Diese Fläche beinhaltet Kindergartenraum, Gruppenraum, Lager, WC-Anlagen und Erschliessungsflächen. Hinzu kommt immer für jeden Kindergarten eine Fläche (Spielplatz) im Aussenraum.

Kundenfrequenz

Notwendige Kundenfrequenzen sind bei Bildungseinrichtungen, anders als bei Nutzungen wie Detailhandel, keine geeignete Kenngrösse für einen Standortentscheid. Der Bedarf einer Bildungs- und Betreuungseinrichtungen an einem Standort ermittelt sich über das Einzugsgebiet. Im Kanton Zürich geht man, um den Bedarf einer Kindertagesstätte zu ermitteln, von einem Richtwert aus das pro 2'000 Einwohner oder pro 265 Familien mit Kindern eine mittelgrosse Kindertagesstätte notwendig ist (Fahrländer, 2015, Seite 20). Der Bedarf eines Betreuungshorts ergibt sich aus der Lage der nächstgelegenen Schule und über die Betreuungsquote. Die Betreuungsquote im Kanton Zürich liegt durchschnittlich bei 27% aller Schüler (Bildungsdirektion Kanton Zürich, 2020, Seite 11).

Zahlungsbereitschaft

Bei der Vermietung gilt es zu berücksichtigen das die Nutzung Kindertagesstätte eine ertragsschwache Nutzung ist und deshalb, anders als bei Kindergärten und Betreuungshorten, die maximale Zahlungsbereitschaft 30% tiefer ist als bei einer durchschnittlichen Nutzung (Fahrländer, 2015, Seite 20).

2.3.8 Nutzungskategorie Dienstleistung - Kreativwirtschaft

Die Dienstleistungsbranche, auch Dienstleistungsverkäufer genannt, ist vielfältig strukturiert. Zur Nutzungskategorie Dienstleistung gehören grosse filialisierte Geschäfte wie Bank- und Postfilialen, Dienstleistungen des Gesundheitswesens, die

Kreativwirtschaft, aber «überwiegend sehr klein- und einzelbetriebliche Dienstleistungsgeschäfte, die Grundversorgungsdienstleistungen anbieten» (Fahrländer, 2022, o.S.). Unter anderem gehören zu den Dienstleistungsverkäufern: Coiffeurgeschäfte, Textilreinigungen, Blumenläden und Apotheken. Sie sind nahversorgungsrelevant und haben dadurch eine wichtige Funktion in einem Quartier. Im Verkaufsflächenmarkt der Schweiz haben sie einen Anteil circa 49% aller Betriebe. (Fahrländer, 2022, o.S.).

In dieser Arbeit werden in den folgenden Unterkapiteln exemplarisch zwei Kategorien der Dienstleistung die Kreativwirtschaft und das Gesundheitswesen detaillierter beschrieben.

Nutzungskategorie Dienstleistung - Kreativwirtschaft

Zur Nutzungskategorie der Kreativwirtschaft zählen alle Betriebe von Kreativschaffenden und Kulturdienstleistern. Es gibt grosse Betriebe der Medienbranche, der Werbung und der Musikindustrie aber überwiegend klein- und einzelbetriebliche Dienstleister wie Designer, Architekten, Grafiker, Kulturschaffende oder Künstler. So ist das zentrale Charakteristikum der Kreativwirtschaft seine Kleinstrukturiertheit. In Zürich arbeiten beispielsweise rund 40 % aller Beschäftigten des Sektors Kultur- und Kreativwirtschaft in Kleinstunternehmen, während dies in der Gesamtwirtschaft nur rund 20 % sind (Klaus, 2008, S. 18).

Flächen und Büros für Kreativschaffende wie zum Beispiel Architekten, Grafiker, Designer oder Künstler werden als Ateliers bezeichnet. Ein Atelier, aus dem Französischen für Werkstatt, ist der Arbeitsplatz eines Kreativen, beispielsweise die Werkstatt eines Künstlers oder Fotografen, oder auch eine Produktionsstätte. (Wikipedia, 2021, o.S.).

Bei den Standortpräferenzen der Kreativwirtschaft sind 3 Faktoren für die Standortwahl entscheidend: Nutzungsmischung, Image und Zentralität. In Zeiten des Fachkräftemangels sind auch die Bedürfnisse der Beschäftigten der Kreativwirtschaft an einen Standort wichtig. Die Mitarbeitenden wollen nicht in irgendeinem Quartier arbeiten (und wohnen). «Der Standortfaktor des ‘mitten-drin-sein’ ist für hochqualifizierte Arbeitskräfte und damit auch für Kreativunternehmen von zentraler Bedeutung» (Klaus (2008) S. 24).

Potenzial der Nutzung

Das besondere Potenzial der Nutzung Kreativwirtschaft für die Belebung eines städtischen Quartiers liegt im Zeitpunkt der ‘Ansiedlung’ (first mover), der Imagebildung (placemaking), der Nutzungsvielfalt, der Transparenz zur Mietfläche und der Erhöhung der städtischen Beschäftigung.

- *Transparente* Fassaden sind ein wichtiges Charakteristikum der Nutzung Kreativwirtschaft. Transparenz ist einerseits eine Anforderung für den Arbeitsplatz, und andererseits fördert Transparenz den Bezug zum angrenzenden Strassenraum. Innen- und Aussenräume spielen zusammen und prägen die Atmosphäre eines Ortes.» (RZU, 2018, S.7)

- die *städtische Beschäftigung* wird durch die Kreativwirtschaft erhöht. die Mitarbeitenden wollen nicht in irgendeinem Quartier arbeiten (und wohnen). «Der Standortfaktor des ‘mitten-drin-sein’ ist für hochqualifizierte Arbeitskräfte und damit auch für Kreativunternehmen von zentraler Bedeutung» (Klaus, 2008, S. 24).

- die Kreativwirtschaft ist eine stadtaffine Nutzung. Dies befähigt die Nutzung dazu gerade am Anfang einer Quartiersentwicklung identitätsstiftend zu wirken und als first-mover in einem Quartier der Katalysator für die weitere Entwicklung zu sein.

Flächenbedarf

Der Flächenbedarf eines Ateliers, beispielsweise für ein Architekturbüro, entspricht dem Flächenbedarf einer normalen Büroarbeitsfläche. Gemäss Arbeitsgesetz (ArG) benötigt ein durchschnittlicher Arbeitsplatz in einem Grossraumbüro im Minimum 8 - 10 m² Bodenfläche, inklusive anteiliger Verkehrsflächen. (Arbeitsgesetz, 2022, S. 324). In der Praxis wird mit cirka 10 - 12 m² pro Arbeitsplatz gerechnet (eigene Erkenntnis).

Bauliche Anforderungen

Die baulichen Anforderungen an eine Mietfläche sind gering, aber in Bezug auf Ateliers können sie so unterschiedlich sein wie ihre Nutzer selbst. In der Praxis hat sich das sogenannte ‘White Cube-Konzept’ durchgesetzt. «Unaufgeregte und orthogonale Räume mit farbneutralen, weißen Wänden» schaffen den passenden Rahmen für kreatives Arbeiten (Berge, 2016, o.S.).

2.3.9 Nutzungskategorie Dienstleistung - Gesundheitswesen

Bei Nutzungen der Kategorie Gesundheitswesen handelt sich um medizinische Einrichtungen wie Allgemeinmediziner, Fachärzte und Apotheken. Diese medizinischen

Einrichtungen gehören zur Grundversorgung eines Stadtquartiers. Gemäss den Bewertungskriterien des DGNB Labels für nachhaltige Stadtentwicklung sollten diese Einrichtungen zur medizinischen Versorgung maximal innerhalb 10 Minuten Gehzeit oder Fahrzeit mit dem ÖV erreichbar sein (DGNB, 2018, Seite 731).

Als wohnortnahe Grundversorgung gehören medizinische Einrichtungen zu den Basisanforderungen, wenn ein neues Quartier entwickelt wird. Durch ihre baulichen Anforderungen wie Barrierefreiheit und Sichtbarkeit im Strassenraum sind sie prädestiniert, um in der Erdgeschosszone umgesetzt zu werden (Stadtentwicklung Wien, 2016, Seite 77). 85% aller Ärzte in der Schweiz arbeiten an einem Standort mit städtischem Charakter (Bundesamt für Statistik (2019) S. 7).

Die Nutzungen aus dem Bereich Gesundheitswesen eine Alternativnutzung zum Detailhandel in den Erdgeschossflächen sein können bestätigt auch die Expertenbefragung des Swiss Council of Shopping Places von Juni 2021. Auf die Frage «Für welche Alternativnutzungen zu Retail (oder in Ergänzung zu Retail) sehen Sie ein Potenzial?» antworteten die befragten Immobilien-Experten mehrheitlich mit, die Nutzung «medizinische Behandlungen» hat das grösste Potenzial (SCS, 2021, S.28).

Kundenfrequenz

Die Bedeutung der Passantenfrequenz an einem Standort ist je Unterkategorie der Nutzung unterschiedlich. Für Gesundheitseinrichtungen des Bereichs Grundversorgung (wie Allgemeinmedizin) ist das Einzugsgebiet und die Einwohnerstruktur (Beschäftigungsanteil, Demografie) die wichtigere Kenngrösse als die Passantenfrequenz. Die Dichte der medizinischen Grundversorgung liegt im schweizweiten Durchschnitt bei 73 Ärzten pro 100 000 Einwohner. (Bundesamt für Statistik, 2019, S. 7).

Bei Apotheken und neuen medizinischen Konzepten wie Walk-In Ambulanzen spielt die Passantenfrequenz eine wichtige Rolle. Für eine Apotheke mittlerer Grösse wird geschätzt das sie etwa 4'5000 Kunden pro Monat benötigt um wirtschaftlich existieren zu können (Fahrländer, 2015, S.20).

Zur Nutzungskategorie Gesundheitswesen bieten sich diverse Kopplungspotenziale über Nutzungskombinationen. Der Zusammenschluss von Ärzten verschiedener Fachrichtungen zu Gemeinschaftspraxen und die Nutzungskombination mit anderen Dienstleistern des Gesundheitswesens wie Apotheken, Optikern, Hörgeräteakustikern

fördert Synergieeffekte und eine bessere Sichtbarkeit und Vermarktung. (Institutional Money, 2020, S.1-2).

Bauliche Anforderungen

Die baulichen Anforderungen bewegen sich eher im mittleren Bereich. So entsprechen die Gebäudevoraussetzungen von Arztpraxen etwa denen von Büroimmobilien (Institutional Money, 2020, S.1-2). Die Anforderungen von Apotheken können mit denen des Detailhandels verglichen werden. Es gibt spezifischen Anforderungen an die Räumlichkeiten wie Hygieneanforderungen oder ein abgetrennter Beratungsraum. Aber zusammengefasst übersteigen die baulichen Anforderungen nicht die Anforderungen die sonst an ein Gebäude oder einen Mieterausbau etwa bei einer Büronutzung gestellt werden.

Herausforderungen

Eine Herausforderung der Nutzungskategorie Gesundheitswesen ist die Bewilligung der Nutzung. So braucht es für die Eröffnung und Führung einer Apotheke eine Detailhandelsbewilligung der Kantonalen Heilmittelkontrolle (Kanton Zürich Kantonale Heilmittelkontrolle, 2016, Zürich). Zudem schränkt das Werbeverbot der Ärzte die Sichtbarkeit der Mietfläche, zum Beispiel über grossflächige Werbetafeln, ein. Die Standesordnung der Verbindung der Schweizer Ärztinnen und Ärzte (FMH) hält genau fest, welche Formen der Kommunikation und Werbung für Ärztinnen und Ärzte zulässig sind.

Potenzial der Nutzung

Das besondere Potenzial der Nutzung für die Belebung eines städtischen Quartiers liegt in der Gewährleistung der Grundversorgung und damit der Attraktivitätssteigerung eines Quartiers als Wohnort und in den Möglichkeiten zur Nutzungsmischung in einem Quartier.

2.3.10 Nutzungskategorie Gastronomie

«Die Gastronomie ist neben der Hotellerie ein Teil des Gastgewerbes. Gastronomische Angebote umfassen die Ausgabe von Speisen und Getränken an Ort und Stelle gegen ein Entgelt.» (ILG, 2018, S. 38). Die Branchenstruktur in der Gastronomie ist sehr divers und eine Unterteilung und Strukturierung innerhalb der vielfältigen Nutzungskategorie Gastronomie schwierig. Einen guten Überblick bietet die Branchen- und Marktstruktur der Gastronomieberatung Desillusion gemäss der sich grob 7 gastronomische Marktstrukturen unterscheiden lassen (Desillusion, 2022, o. S.).

1.	Schnellgastronomie	dazu gehören unter anderem: Bistro, Fast Food, Take Away
2	Systemgastronomie	dazu gehören unter anderem: Mensa, Cafeteria, Care Gastronomie
3	Paragastronomie	dazu gehören unter anderem: Bäckerei, Metzgerei, Food Retail
4	Getränkogastronomie	dazu gehören unter anderem: Café Bar, Club, Bar
5	Eventgastronomie	dazu gehören unter anderem: Food Truck, Pop Up, Catering
6	Gourmetgastronomie	dazu gehören unter anderem: Restaurant, Destinationsgastronomie
7	Klassische Restaurants	dazu gehören unter anderem: Restaurant, Brasserie, Gasthof

Tabelle 6: Gastronomische Marktstrukturen (eigene Darstellung, aus Desillusion, 2022, o. S.)

Potenzial der Nutzung

Wenn man an ein belebtes städtisches Quartier denkt, denkt man häufig zuerst an ein gut besuchtes Café mit Aussengastronomie. Gastronomie Nutzungen sind «wesentliche Infrastrukturen, die ein vitales und vielfältiges Quartiersleben fördern» (Stadtentwicklung Wien, 2016, Seite 73). Cafés, Restaurants und alle weiteren Formen gastronomischer Nutzung sind sozialer Interaktionspunkt, Kommunikationsplattform und Treffpunkt in einem urbanen Quartier. Sie «ermöglichen ein niederschwelliges Kennenlernen und tragen damit zur Beschleunigung des Wachstums eines natürlichen Stadtgefüges» in neuen Quartieren bei (Stadtentwicklung Wien, 2016, Seite 73).

Der Nutzungskategorie Gastronomie wird auch zukünftig eine wichtige Rolle bei der Belebung der Innenstädte und urbaner Quartiere zugeordnet. Der gesellschaftliche Wandel mit seiner Verschiebung von einer passiven Konsumgesellschaft hin zu einer Erlebnisgesellschaft, sowie der durch den Onlinehandel bedingte Strukturwandel und weitere Einflüsse führen zu einem Bedeutungsverlust des Detailhandels und einem damit einhergehendem Bedeutungszuwachs der Gastronomie, was wiederum zu einer Belebung des öffentlichen Raums führen kann (GDI Gottlieb Duttweiler Institut, 2018, Seite 19-20).

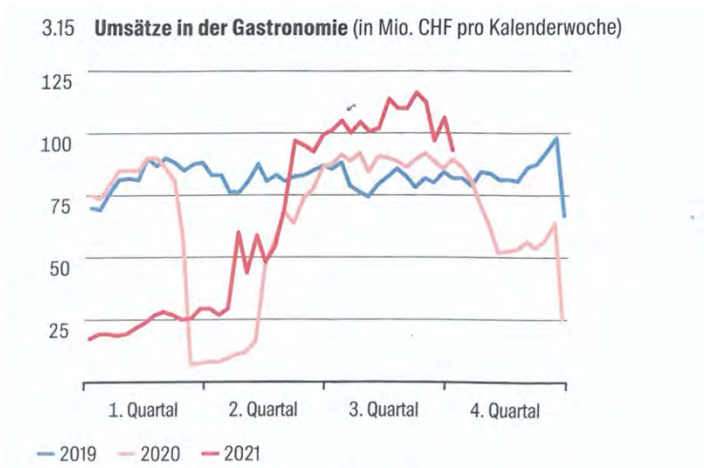


Abbildung 14: Umsätze der Gastronomie in der Schweiz (Wüest Partner, 2021, S. 48)

Die aktuelle Marktlage in der Gastrobranche wird von Wüest Partner positiv eingeschätzt. Sowohl die Umsätze, als auch die Mieten und die Angebotsziffer der Gastronomieflächen haben sich auf Vorkrisenniveau oder darüber erholt. Die Mieten lagen 2021 bei durchschnittlich 300 CHF pro m² und Jahr. (Wüest Partner, 2021, S. 48).

Bauliche Anforderungen der Nutzung

Die baulichen Anforderungen der Gastronomie sind eher hoch. Gerade technische Anforderungen wie die Lüftung (Küchenabluft) erfordern eine frühzeitige Berücksichtigung in der Planung (Stadtentwicklung Wien, 2016, Seite 73). Es gibt diverse bauliche Anforderungen aus den Vorgaben der Hygieneverordnung (Allgemeine Hygienevorschriften für den Umgang mit Lebensmitteln des EDI), unter anderem sind das Anforderungen an Küchenräume (z.B. Trennung von reinen und unreinen Zonen), Kucheneinrichtungen, Oberflächen, Kühleinrichtungen, Hygieneeinrichtungen, Toiletten / Personalräume, zur Lüftung und zu den Abfällen (Lebensmittelinspektorat, 2021, o.S.).

Herausforderung der Nutzung

Die Herausforderung der Nutzung sind mögliche Nutzungskonflikte zwischen den besucherintensiven Gastronomiebetrieben mit langen Öffnungszeiten und möglichen Geruchsemissionen und den Sicherheits- und Ruhebedürfnissen einer benachbarten Wohnnutzung (RZU, mehr als wohnen, Stadtentwicklung Zürich, 2018, Seite 7).

2.3.11 Nutzungskategorie Gewerbe und urbane Produktion

Unter der Nutzungskategorie Gewerbe und urbane Produktion werden in dieser Abschlussarbeit Nutzungen verstanden wie Manufakturen, Handwerksbetriebe und kleine bis mittlere Produktionsstätten aus dem Bereich der ‘urbanen Produktion’. Urbane Produktion ist vereinfacht beschrieben ein innerstädtischer Produktionsprozess und bezeichnet die Herstellung oder Verarbeitung von Produkten, teils kombiniert mit Verkauf und produktbegleitenden Dienstleistungen, innerhalb urbaner Nutzungsgemischter Stadtquartiere (BSW, 2021, S.3). Urbane Produktion grenzt sich dabei ab zur Produktion in den klassisch dafür vorgesehenen Gewerbe- und Industriegebieten ausserhalb oder am Rande der Stadt.

Produzierendes Gewerbe ist seit jeher Teil der Stadt. Über Jahrhunderte waren die europäischen Städte auch ein Ort für Produktion und Handwerk. Im 20. Jahrhundert wurden Gewerbe und Produktion aber aus den Innenstädten verdrängt. Das Leitbild seit den 1950er Jahren war die von Le Corbusier geprägte Funktionstrennung von Wohnen und Arbeiten. Dies wirkt bis heute in der Stadtplanung nach. Dieser Wandel zeigt sich auch an den Beschäftigtenzahlen. 1965 arbeiteten innerhalb der Stadt Zürich 125'000 Beschäftigte im industriell-gewerblichen Sektor, 2021 sind es nur noch 30'000 Beschäftigte. (Kälin, 2021, o.S.) Mit der Leipziger Charta von 2007 wird eine nachhaltige Stadtentwicklung propagiert. Diese hebt die Funktionstrennung zugunsten einer Nutzungsmischung in städtischen Quartieren auf. Eine lokale Funktionsmischung beschreibt die enge räumliche Nähe von Wohnen, Bildung, Freizeit und insbesondere auch Arbeiten. Urbane Produktion soll im Sinne einer ‚Stadt der kurzen Wege‘ und damit einer effizienteren Nutzung von Ressourcen, wieder in der Stadt angesiedelt werden. (Bathen, Bunse, Gärtner, 2019, S. 19).

Die Gründe das Gewerbe und urbane Produktion wieder in die urbanen Räume zurückkehren sind aus Unternehmenssicht: Innovationspotenzial, Fachkräftebindung, Kundennähe und gesellschaftlicher Wandel. (Schaaf & Spindler, 2019, S.10).

- *Innovationspotenzial* meint das durch Urbane Produktion ein Mehrwert über Zusammenarbeitsformen, Forschung, höhere Kreativität und Wissenskultur ein Mehrwert für eine Stadt geschaffen wird. (Schaaf & Spindler, 2019, S.10).

- *Fachkräftebindung* meint, das die Nähe des Arbeitsortes zum Wohnort, aber auch die Attraktivität des Arbeitsortes samt seinen (städtischen) Umfeld wichtige Faktoren sind um benötigte Fachkräfte zu binden. (Schaaf & Spindler, 2019, S.9).

- *Kundennähe* ist die Nähe zum Absatzmarkt. Die Kombination aus Produktion und Verkauf an einem Standort fördert den Bezug des Kunden zum Produkt. Insbesondere hochwertige Güter (z.B. aus Manufakturen) brauchen Kundenbindung und profitieren vom direkten Bezug über den Showeffekt. (Made in Zürich Initiative, 2021, S.14-15).

- *Der gesellschaftliche Wandel* mit seinem 'New-Local-Trend', dem verstärkten Konsum regionaler und lokal verankerter Produkte, fördert Produktions- und Fertigungsstandorte in der Stadt. (BSW, 2021, o.S.).

Voraussetzungen für Gewerbe und urbane Produktion in der Stadt sind: der *betriebliche* und *technologische* Wandel, sowie eine hohe *Wertschöpfung*. (Made in Zürich Initiative, 2021, S.14-15).

- *Technologischer Wandel* ist der Einsatz emissionsarmer und effizienter neuer Technologien wodurch die urbane Produktion stadtverträglicher wird. (Made in Zürich Initiative, 2021, S. 17).

- Der *betriebliche Wandel* ist geprägt durch mehr Kundennähe. Die Kombination aus Produktion und Verkauf fördert innerbetrieblichen Synergien und erhöht die Kundennähe. Lokal verankerte Produktionen erhöhen den direkten Bezug des Kunden zum Produkt. (Made in Zürich Initiative, 2021, S. 17).

- *Hohe Wertschöpfung* meint, das Gewerbe dann in der Stadt funktioniert, wenn eine hohe Wertschöpfung pro Fläche erzielt werden kann (Made in Zürich Initiative, 2021, S. 8). Manufakturen stellen zum Beispiel spezialisierte, hochwertige und hochpreisige Produkte in der Stadt her. Die unmittelbare Kundennähe und der direkte Bezug zum Kunden helfen den Preis des Produkts besser zu rechtfertigen (Kälin, 2021, o.S.).



Abbildung 15: Charakteristik Urbaner Produktion (Schaaf & Spindler, 2019, S. 22)

Bauliche Anforderungen der Nutzung

Die baulichen Anforderungen von Gewerbe und urbaner Produktion sind eher hoch. Gerade durch die technischen Anforderungen unterscheidet sich die Nutzung Gewerbe und urbane Produktion stark von anderen Nutzungen.

Herausforderung der Nutzung

Die Ansiedlung von Gewerbe und urbaner Produktion in städtischen Quartieren ist wesentlich herausfordernder als in sonst für diese Nutzungen vorgesehenen Gewerbe- und Industriegebieten. Die Herausforderung sind die *Flächengrößen*, die *Kosten* (hohe Mieten), *raumplanerische Vorgaben* und vor allem die *Bedürfnisse der Anwohner*.

Emissionen wie Lärm und Geruch sind die grössten Verursacher von Nutzungskonflikten mit benachbarten Wohnnutzungen. Sie sind die grösste Schwäche der Nutzung Gewerbe und urbane Produktion, denn trotz des technologischen Fortschritts können Gewerbe und urbane Produktion nie völlig emissionsfrei produzieren (Schaaf & Spindler, 2019, S.13).

Eine weitere Herausforderung der Nutzung Gewerbe und urbaner Produktion sind die *Kosten* einer innerstädtischen Produktion. Die im Vergleich zu städtischen Randlagen

sehr hohen Mieten und Grundstückspreise führen zu hohen Standortkosten. Dies führt wiederum dazu, dass sich vornehmlich kapitalstarke Gewerbeunternehmen, einen innerstädtischen Standort leisten können. (Piegeler & Spars, 2019, S.11).

Potenzial der Nutzung

Das besondere Potenzial der Nutzung Gewerbe und Urbane Produktion für die Belegung eines städtischen Quartiers liegt im Mehrwert über Imagebildung, der Erhöhung der Nutzungs- und Angebotsvielfalt, der Nachhaltigkeit und der Erhöhung der städtischen Beschäftigung.

- Urbane Produktion erhöht, im Sinne einer ‚Stadt der kurzen Wege‘ und damit einer effizienteren Nutzung von Ressourcen, die *Nachhaltigkeit* in einem Quartier. (Bathen, Bunse, Gärtner, 2019, S. 19).

- *Mehrwert* für die Immobilie und das Quartier generieren Gewerbe und Urbane Produktion über das Prinzip ‘Placemaking’ und verbessern das Image eines Standorts. Produktionsbetriebe sind an Lagen, die für Wohnen weniger geeignet sind, eine attraktivitätssteigernde Alternativnutzung. (Made in Zürich Initiative, 2021, S. 73).

- Die *Angebotsvielfalt* wird durch die Urbane Produktion erhöht und «mehr wirtschaftliche, soziale und städtebauliche Vielfalt in die Stadt» gebracht. (Made in Zürich Initiative, 2021, S. 8).

- die *städtische Beschäftigung* wird durch Urbane Produktion erhöht. Gute Mitarbeiter zu halten oder erfolgreich anzuwerben, fordert von den Unternehmen gute Arbeitsbedingungen bereitzustellen. Der Standortfaktor des ‘mitten-drin-sein’ in urbanen Quartieren ist dabei wichtig. (Piegeler & Spars, 2019, S.2).

2.3.12 Nutzungskategorie Coworking

Coworking ist eine neue Arbeitsform. Dabei stellen Coworking-Spaces Arbeitsplätze und Infrastruktur (Netzwerk, Besprechungsräume, Drucker, etc.) auf Tages-, Wochen- oder Monatsbasis zur Verfügung. Neben Freiberuflern und Kreativen sind Coworking-Spaces besonders für junge Unternehmen und Startups durch ihre flexiblen Mieten sehr attraktiv. Diese oder Unternehmen die nur zeitlich begrenzt Raum benötigen sparen durch die Arbeitsform des coworking erhebliche Kosten. So muss die Büro-Infrastruktur nicht geschaffen und bereitgestellt werden. Coworking bedeutet aus dem Englischen übersetzt ‘zusammenarbeiten’. Je nach Konzept des Betreibers können

Coworking-Spaces der ideale Ort für Networking, Austausch und die Bildung einer Gemeinschaft sein, welche mittels gemeinsamer Veranstaltungen gestärkt werden kann.

Coworking-Spaces haben einen klaren Wachstumstrend. 2021 gab es in der Schweiz 448 Standorte mit Coworking-Spaces. Das sind 24% mehr als im Vorjahr. Wie die Abbildung 16 zeigt gibt es eine Wachstumsdynamik mit jährlich steigenden Zuwachsraten. Wüest Partner geht davon aus das dieser Boom anhält, «alle Zeichen deuten auf ein dauerhaftes und dynamisches Wachstum hin» (Wüest Partner, 2021, S. 48).

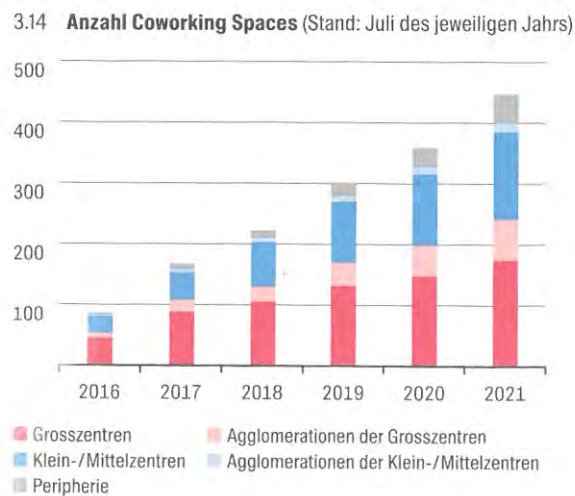


Abbildung 16: Anzahl Coworking-Spaces in der Schweiz (Wüest Partner, 2021, S. 48)

Potenzial der Nutzung

Das besondere Potenzial der Nutzung Coworking für die Belebung eines städtischen Quartiers liegt in der effizienten Flächennutzung, in der Flächenflexibilität, in der Nutzungsmischung, in der Transparenz zur Mietfläche und in der urbanen Zielgruppe.

- Coworking-Spaces sind vor allem in den urbanen Zentren vertreten. 61% aller Standorte liegen in Städten. Die Nähe der Coworking-Spaces zum Wohnort der Nutzer wird gemäss Wüest Partner immer wichtiger (Wüest Partner, 2021, S. 48). Die *Zielgruppe* der Coworking-Spaces unterstützt den Trend des 'mobilen Arbeitens' und lebt in urbanen Räumen. Dies macht Coworking-Spaces zu idealen Nutzern in Erdgeschosszonen von neuen, urbanen, mischgenutzten Quartieren.

- *Transparenz* fördert den Bezug zum angrenzenden Strassenraum. Innen- und Aussenräume spielen zusammen und prägen die Atmosphäre eines Ortes.» (RZU, 2018, S.7)

- Coworking-Spaces sind *effiziente Nutzungen*, sie verbrauchen gegenüber konventionellen Büroflächen 35% weniger Fläche (Karssenberg, 2016, S. 22).
- Coworking-Spaces sind *flexible Flächen*. Wüest Partner sehen Coworking-Spaces auch als ideale *Zwischennutzer* für leerstehende Verkaufsflächen (Wüest Partner, 2021, S. 48).

2.3.13 Nutzungsmischung

Die Nutzungsmischung wird auch Nutzungs-Mix oder englisch mixed-use genannt. Neue Quartiersentwicklungen bieten die Möglichkeit den Nutzungsmix der Erdgeschoss-Mietflächen vorgängig und über das gesamte Quartier zu bestimmen. Im Gegensatz zu langwierigen Prozessen in gewachsenen Innenstädten bietet sich hier die Möglichkeit über ein koordiniertes Nutzungskonzept die Gesamtattraktivität des Standorts zu stärken. (Forlati/Peer, 2016, S. 13). Dies geschieht über Nutzungskonzepte, sie orientieren sich an den umfangreich erforschten Nutzungskonzepten bei gemanagten Shopping-Centern. (Pfeiffer, 2010, S. 103). Ein Beispiel für ein erfolgreich umgesetztes Nutzungskonzept in einem neu entwickelten urbanen Quartier ist die Europaallee in Zürich.

Gemischt genutzte Immobilien werden als eigenen Assetklasse 'Mixed-Use' geführt. Als 'Mixed-Use' werden Immobilien oder Quartiere bezeichnet «die mehrere Nutzungsarten wie Einzelhandel, Büro oder Wohnen an einem Standort miteinander kombinieren. Überwiegend im urbanen Raum angesiedelt, sind oft weitere Gewerbeformen vertreten, wie etwa Arztpraxen, Gastronomie, Dienstleistungen, Entertainment, Fitness, öffentliche Einrichtungen und Parken.» (Hahn Immobilien, 2021, S. 158)

Ziele der Nutzungsmischung ist eine Belebung des Quartiers durch *Attraktivitätssteigerung*, die Optimierung von *Synergien* und *Kopplungspotenziale* zwischen den Nutzungen und eine *Risikooptimierung* auf Seite der Immobilien-Eigentümer.

- Eine vielfältige und koordinierte Nutzungsmischung führt zu einem besseren *Rendite-Risikoprofil* im Immobilien-Portfolio der Eigentümer. Der Vorteil der Nutzungsmischung liegt hier in der Vielfalt der Mieter. So können Risiken

verschiedener Nutzungen breit diversifiziert werden, was unter Rendite-Risiko-Gesichtspunkten als positiv und resilient bewertet wird. (Hahn Immobilien, 2021, S. 158).

- *Attraktivitätssteigerung*: Ein breit und vielfältig aufgestellter Angebots- und Nutzungsmix kann über die gesteigerte Attraktivität des Standorts für potenzielle Kunden zu einer Belebung in einem Quartier führen

- *Synergieeffekte und Kopplungspotenziale*: «Eine konsequente, vielfältige, aufeinander abgestimmte Nutzungsmischung kann die Synergien zwischen den einzelnen Nutzungen optimieren» (Wüstenrot, 2008, S. 20).

Die untenstehende Grafik von Pfeiffer zeigt Synergiepotenziale zwischen ausgewählten Nutzungsarten.

Synergiepotenzial zwischen ausgewählten Nutzungsarten	
Nutzungsart	Effekt
Einzelhandel ↔ Dienstleistung	hoch
Einzelhandel ↔ Gastronomie	hoch
Einzelhandel ↔ Kino (in Deutschland)	gering
Einzelhandel ↔ Freizeit (Spielotheken usw.)	sehr gering bis negativ
Einzelhandel ↔ Fitness/Sport	sehr gering
Einzelhandel ↔ Büro/Verwaltung	zumeist mäßig

Abbildung 17: Synergiepotenzial zwischen ausgewählten Nutzungsarten (Pfeiffer, 2010, S. 104)

Aus Kundensicht sind solche Synergie-Effekte vor allem Kopplungskäufe. Kopplungskäufe beschreibt ein Konsumentenverhalten. Wenn der Kunde mehrere unterschiedliche Güter bzw. Zwecke (z.B. auch Aktivitäten wie Arbeiten, Freizeit) in einem Einkauf miteinander kombiniert, wird von Kopplungskäufen gesprochen. Der Detailhandel sieht in diesem Konsumverhalten des Kunden dann Kopplungspotenziale. (Wieland, 2014, S. 9)

Wenn diese Kopplungspotenziale realisiert werden, führt das dazu das sich die Kunden länger an einem Standort aufhalten, die Verweildauer steigt. Dadurch wird nicht nur mehr konsumiert, sondern zusammen mit der Anzahl (Passantenfrequenz) führt die höhere Verweildauer zu einer höheren Aufenthaltsqualität und damit letztlich zu einer Belebung eines städtischen Raums und Quartiers. (Gehl, 2021, S. 88)

Gemäss untenstehender Grafik ist zu erkennen das Kunden 50% ihrer Einkäufe mit anderen Aktivitäten kombinieren. Es bestehen Kopplungspotenziale unter anderem zu den 4 Hauptnutzungskategorien eines Stadtquartiers: Wohnen, Arbeiten, Dienstleistung, Freizeit (u.a. Gastronomie). Von den restlichen 50% Kunden kombinieren wiederum 21% den Einkauf mit mehreren Standorten des Detailhandels. Hier bestehen Kopplungspotenziale innerhalb der Nutzungskategorie Detailhandel.

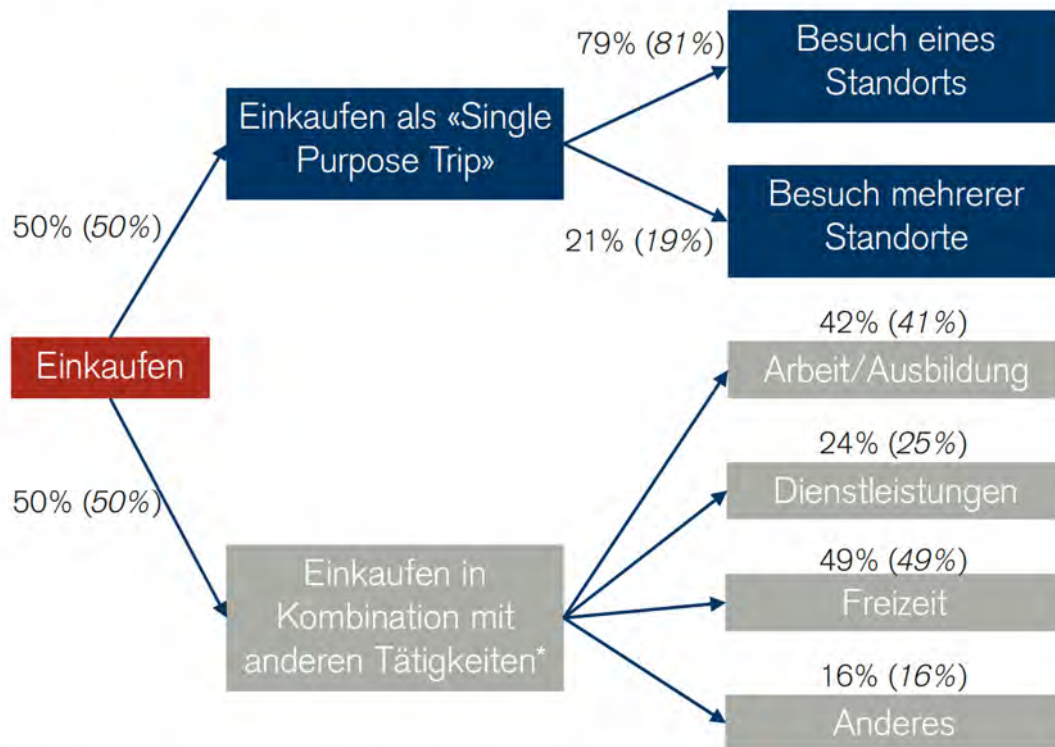


Abbildung 18: Kopplungspotenziale, Aufteilung der Einkaufswege nach verschiedenen Kriterien, Stand 2015 (Varnholt/Adler, 2018, S. 22)

Aus der Sicht des Detailhandels bieten Nutzungsmischungen vorallem Koppelungspotenziale. Eine Nutzungsmischung zwischen einem Ankermieter und mehreren kleineren Lebensmitteleinzelhändlern erzeugt Koppelungspotenziale für die Kunden, dies erhöht die Kundenfrequenz und damit die Umsatzerwartung der Händler. (Hahn Immobilien, 2021, S. 161). Als Ankermieter wird in Quartieren «mit einem differenzierten Nutzermix der Nutzer verstanden, der meist der Haupt-Frequenzbringer ist. Dieses können bei grösseren Quartieren auch mehrere sein, welche dann in der Regel so positioniert werden, dass die anderen Nutzer von der der hohen Passantenfrequenz zwischen den Ankermietern profitieren.» (Grund, 2010, S.74). Ein Beispiel für Ankermieter sind die grosse Lebensmittel-Supermärkte, sogenannte Vollsortimenter, wie Migros oder COOP.

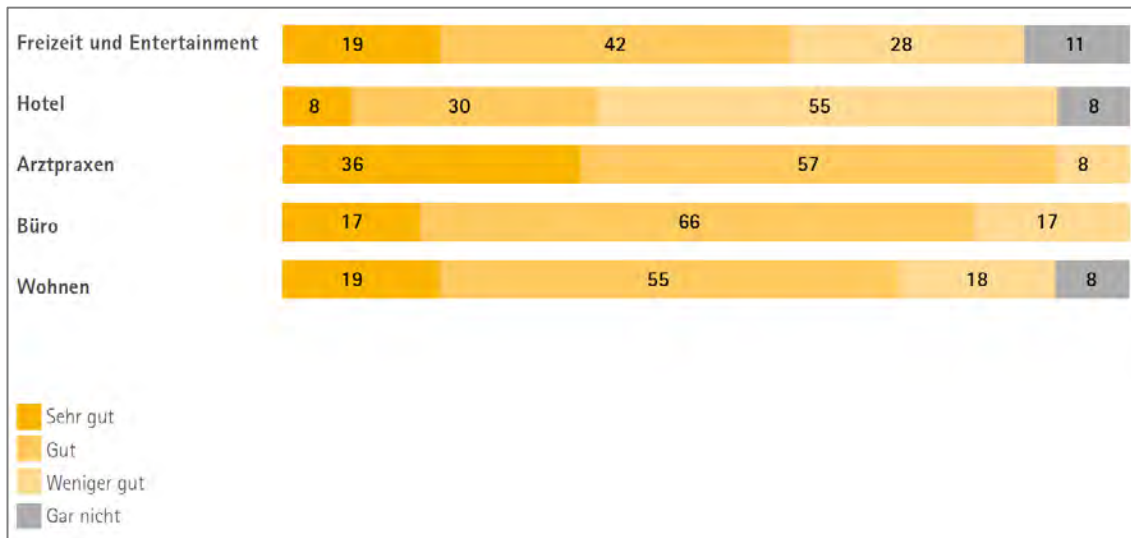


Abbildung 19: Nutzungsarten in Ergänzung zum Detailhandel (Hahn Immobilien, 2021, S. 160)

Gemäss der obenstehenden Abbildung ist zu erkennen das der Detailhandel selbst, gemäss einer Umfrage unter Detailhändlern, die optimale Ergänzung bei der Nutzung Arztpraxen sieht (vgl. Kapitel 2.3.6, Nutzungskategorie Dienstleistungen Gesundheitswesen). 36% aller Befragten meinen Arztpraxen eignen sich sehr gut als Kombination zur Nutzung Detailhandel (Hahn Immobilien, 2021, S. 160).

2.4 Bewertungskriterien

2.4.1 Grundlagen zur Bewertung

[Text] In der Fachliteratur gibt es umfassende Angaben zu den möglichen Erfolgsfaktoren und Bewertungskriterien zu einer gewerblichen Erdgeschoss-Nutzung. Diese beziehen sich fast ausschliesslich auf die Nutzungskategorie Detailhandel.

Die beiden italienischen Immobilien-Experten Bravi und Talarico haben die Erfolgsfaktoren von gemanagten Retailflächen in Shoppingcentern untersucht. Diese weisen Analogien zu neu entwickelten Quartieren mit gemeinsamen Nutzungskonzept auf. Bravi und Talarico nennen dabei folgende Erfolgsfaktoren: Erreichbarkeit, Sichtbarkeit, Zugänglichkeit, Lagequalität, Umfeld mit Nähe zu anderen frequenzbringenden Nutzungen, Einzugsgebiet, Parkplätze, Design, Mietermix und Passantenfrequenz. (Bravi/Talarico, 2010, S. 1, 7-8, 11).

Fahrländer hat in den ‚Nachfragesegmenten im Verkaufsflächenmarkt‘ ebenfalls Attribute zur Bewertung eines Nachfragesegments untersucht. Er nennt unter anderem folgende Charakteristika: Flächenrentabilität, Betriebstyp, Einzugsgebiet, Architektur, Zugang und Erschliessung, Flächenflexibilität, Kopplungspotenzial, Erreichbarkeit, Visibilität und Verkaufsstandortimage. (Fahrländer, 2022, o.S.).

Neben diesen wirtschaftlichen Erfolgsfaktoren, die vor allem die mögliche Umsatzsteigerung einer Nutzung bewerten, gibt es noch weitere soziokulturelle Kriterien die das Potenzial zur Belebung eines Quartiers bewerten. Nur über offene, lebendige und vielfältige Erdgeschosse kann ein Quartier erfolgreich belebt werden (vgl. Kap. 2.1.2). Ob eine Erdgeschosszone die Kriterien lebendig, offen und vielfältig erfüllt hängt von der Gestaltung der Erdgeschossfassade zur Strasse ab. Jan Gehl hat für die Erfassung und Bewertung der Erdgeschosse fünf Bewertungskategorien festgelegt. Er orientiert sich dabei vor allem an dem Öffnungsgrad, der Erschliessung und an der Nutzungsvielfalt im Erdgeschoss (Gehl, 2021, S. 276).

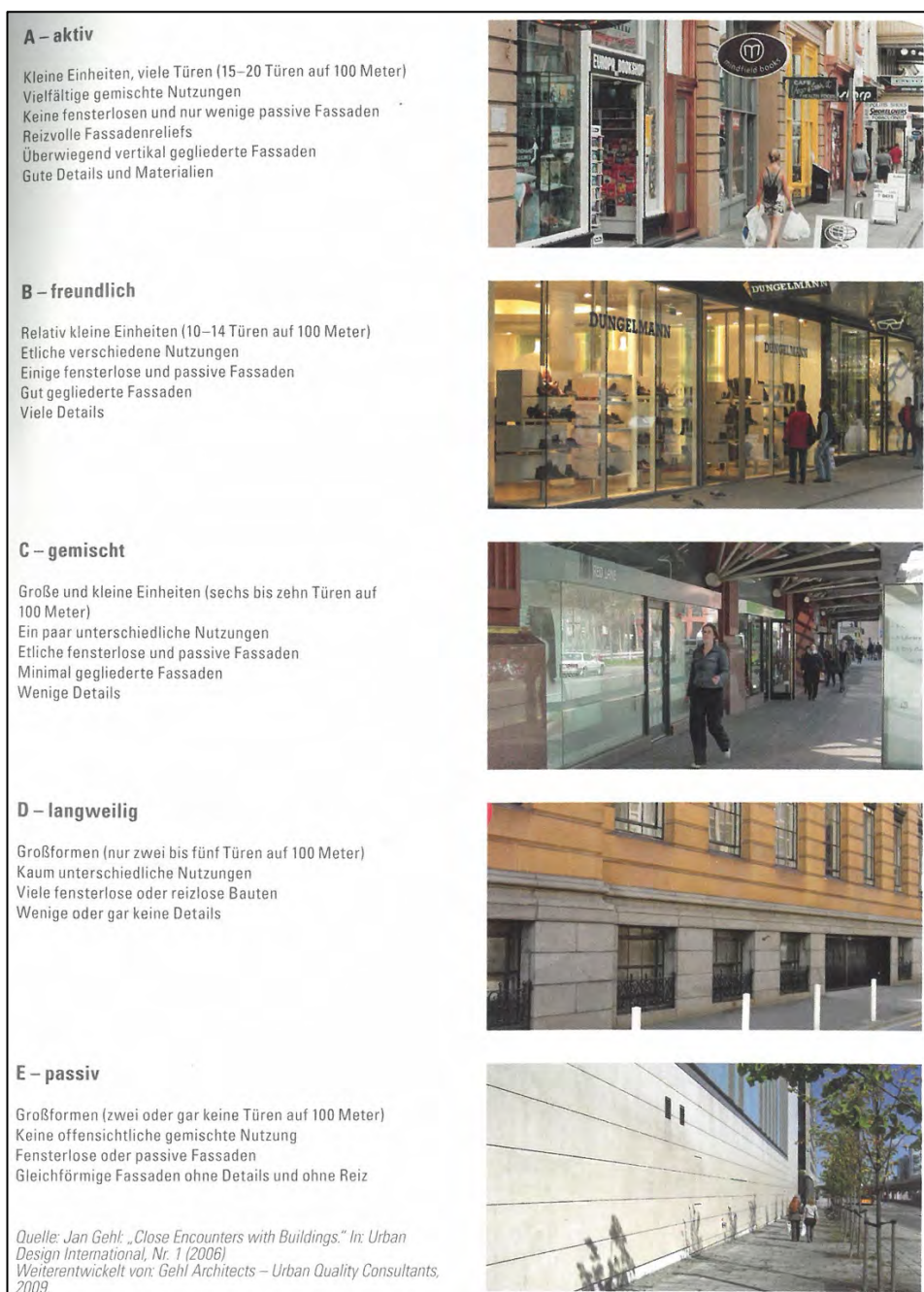


Abbildung 20: 5 Kategorien zur Bewertung der Stadt auf Augenhöhe (Gehl, 2021, S. 277)

2.4.2 Kriterienkatalog zur Bewertung der Nutzungen

Die Forschungsfrage lautet: Welche Nutzungen können welchen Beitrag zur Belebung von Erdgeschosszonen und Quartieren leisten? Und als Unterfrage: Welches Belegungspotential haben die einzelnen Nutzungen? Um diese Fragen zu beantworten braucht es eine Analyse der Nutzungen. Hierzu wurden 9 Kriterien zur Beurteilung der Belegung eines Quartiers durch die Nutzung im Erdgeschoss aufgestellt. Die in der untenstehenden Tabelle aufgeführten Kriterien werden in den folgenden Kapiteln detailliert beschrieben.

1.)	Flächenbedarf
2.)	Passanten- und Kundenfrequenz
3.)	Nutzungszeiträume
4.)	Zahlungsbereitschaften
5.)	Bauliche Anforderungen an die Fläche
6.)	Umgebung, Erschliessung und Flächenbedarf im Aussenraum
7.)	Nutzungsmix und Kopplungspotenziale
8.)	Herausforderungen
9.)	Belegungspotenzial und Beitrag zur Quartierslebendigkeit

Tabelle 7: Bewertungskriterien (eigene Darstellung)

2.4.3 Flächenbedarf

Der Flächenbedarf ist eine wichtige Immobilien-Kennzahl. Der Flächenbedarf ist die notwendige Fläche die eine Nutzung für ihren Zweck benötigt. Die Flächenanforderungen sind je Branche sehr unterschiedlich und auch innerhalb einer Branche stark abhängig vom gewählten Konzept.

Als gängige Immobilien-Kennzahl ist hier die in der SIA-Norm d 0165 definierte vermietbare Fläche (VMF) wichtig. «Die vermietbare Fläche ist diejenige Fläche, die effektiv vermietet werden kann» (SIA, 2000, S.16). Die VMF setzt sich im Wesentlichen aus der Geschossfläche abzüglich der tragenden Konstruktionsflächen und der allgemein genutzten Nebennutz-, Funktions- und Verkehrsflächen zusammen (CEI, 2017, S. 88).

2.4.4 Passanten- und Kundenfrequenzen

Die Passantenfrequenz ist eine wichtige Kennzahl in der Immobilienwirtschaft und im Detailhandel. «Passantenfrequenzen geben die Zahl von Personen wieder, die an festgelegten Stichtagen in einem abgegrenzten Zeitraum als Fussgänger in einer Einkaufsstraße unterwegs sind und im Rahmen einer Zählung erfasst wurden. Als Indikatoren für Umsatzchancen stellen Frequenzdaten besonders für Einzelhändler, die auf Laufkundschaft angewiesen sind, wichtige Kennziffern für Umsatzchancen dar.» (gif Gesellschaft für Immobilienwirtschaftliche Forschung, 2014, o.S.).

Die Passantenfrequenz ist ein wichtiger Faktor für Standortentscheidungen. Es ist jedoch zu beachten das für Nutzungen der Kategorie Bildungs- und Betreuungseinrichtungen, soziale Nutzungen und kulturelle Nutzungen die Passantenfrequenz keine oder nur eine unter geordnete Rolle spielt. Statt wirtschaftlich notwendiger Kundenfrequenzen gibt es bei diesen Nutzungen Bedarfsgrenzwerte. Diese definieren eine kritische Masse ab der eine solche Nutzung in einem definierten Einzugsgebiet notwendig wird.

Passantenfrequenz allein führt noch nicht zur Belebung einer Erdgeschosszone. Nur Passantenfrequenz und Aufenthaltsdauer zusammen bilden die Grundlage für die Belebung eines Quartiers. Dies ist im Kapitel 2.2.1 detailliert beschrieben.

Unterscheidung Passantenfrequenz und Kundenfrequenz

Die Unterscheidung von Kundenfrequenz und Passantenfrequenzen ist wichtig. Passantenfrequenzen sind die Personenanzahl auf der Strasse vor einem Verkaufsstandort. Kundenfrequenzen sind die Personenanzahl in einem Verkaufsstandort. (Löchl, 2008, S.6). Benötigte Passantenfrequenzen sind ein Kennwert über den die Messung der Belebung in einem Quartier erfolgen kann. Nötige Kundenfrequenzen dagegen sind ein betriebswirtschaftlicher Kennwert. Gemäss Fahrländer definiert die Kundenfrequenz die «ungefähr notwendige Anzahl Personen, damit ein mittlerer Betrieb existieren kann.» (Fahrländer, 2015, S. 15). Die Kundenfrequenz ist der Anteil Personen der Passantenfrequenz die von der Strasse in ein Ladenlokal gehen.

Frequenzen als Kennzahlen der Absatzwirtschaft

Der Detailhandel beurteilt Standorte nach der Passantenfrequenz, da die benötigten Kundenfrequenzen ein Anteil der Passantenfrequenz am Standort sind. Gemäss dem Handelsexperten Tietz sind «Kundenfrequenz und Verweildauer die massgeblichen

Faktoren für den Umsatz.» (Tietz, 1987, zit. in Bühler, 1990, S. 146). Die Umsatzerwartung ist im Detailhandel also über die Anzahl der Kunden, sowie den durchschnittlichen Umsatz pro Kunde, direkt verknüpft mit den erwarteten Passantenfrequenzen am Standort.

Unterscheidung Frequenzbringer / Frequenzhalter/ Frequenznutzer

Man unterscheidet zwischen Frequenzbringern, Frequenzhaltern und Frequenznutzern. Frequenzbringer sind vornehmlich grosse Detailhändler (Vollsortimenter). Diese sind die als Frequenzbringer die Ankermieter in einem Quartier. Als Ankermieter wird in Quartieren «mit einem differenzierten Nutzermix der Nutzer verstanden, der meist der Haupt-Frequenzbringer ist. Dieses können bei grösseren Quartieren auch mehrere sein, welche dann in der Regel so positioniert werden, dass die anderen Nutzer von der hohen Passantenfrequenz zwischen den Ankermietern profitieren.» (Grund, 2010, S.74). Die Nutzer die von solchen Frequenzen profitieren sind die Frequenznutzer. Dies sind vor allem Formate mit kleineren Verkaufsflächen, z.B. Non-Food Detailhändler. (Löchl, 2008, S.6). Frequenzhalter sind z.B. gastronomische Betriebe, sie erhöhen die Verweildauer an einem Ort.

2.4.5 Nutzungszeiträume

Belegung über die Passanten- bzw. Kundenfrequenz kann nur stattfinden, wenn die Erdgeschossfläche genutzt und geöffnet ist. Nutzungszeiträume einer Mietfläche definieren sich einerseits über die Öffnungszeiten und allenfalls auch über Betriebsferien oder vorübergehende Schliessungen von Nutzungen. Die Nutzungszeiträume haben einen grossen Einfluss auf die Gesamtattraktivität eines Quartiers. Koordinierte Öffnungszeiten unterschiedlicher Nutzungen steigern die Attraktivität für potenzielle Kunden, erhöhen dadurch die Kundenfrequenzen und stärken so gesamthaft die Aufenthaltsqualität. (Börschig/Sturmfels, 2010, S.127) Bei grossen neuentwickelten Quartieren gibt es häufig, ähnlich wie bei Shopping-Centern, eine sogenannte Betriebspflicht in den Verträgen zwischen Vermieter und Mieter. Diese verpflichtet den Mieter innerhalb vereinbarter Zeitfenster, unter Berücksichtigung der gesetzlichen Öffnungszeiten, seine Mietfläche geöffnet zu halten. Betriebsferien oder vorübergehende saisonale Schliessungen sind dadurch nicht möglich. (Börschig/Sturmfels, 2010, S. 127).

Ein Qualitätsmerkmal für gute Aufenthaltsqualität sind «sich im Raum und Zeit überschneidende Nutzungen» (Stadt Zürich, 2006, S. 19). Diese Überschneidung erreicht man einerseits durch einen breiten und diversen Nutzungsmix in der

Erdgeschosszone. Und andererseits über Nutzungszeiträume die sich überschneiden. Eine Gastronomie Nutzung kann beispielsweise einen städtischen Raum auch am Abend beleben, während der Detailhandel an die kantonalen Ladenöffnungszeiten gebunden ist. Als Negativbeispiel sind hier monofunktional genutzte Quartiere zu nennen, in denen es nur Büronutzungen oder nur Wohnnutzungen gibt. Hier findet die Belebung des öffentlichen Raums über die Passantenfrequenz nur zu Stosszeiten statt.

2.4.6 Zahlungsbereitschaften

Die Zahlungsbereitschaft ist die maximale Miete die eine Nutzung bereit ist für eine Fläche zu zahlen, so dass ein wirtschaftlicher Betrieb der Nutzung möglich ist.

Gerade bei Retailflächen gibt es stark unterschiedliche Formen der Miete, was eine Vergleichbarkeit einzelner Nutzungen schwierig macht. Neben der klassischen Grundmiete pro Quadratmeter, gibt es im Retailbereich die Umsatzmiete, die Kombination aus Grundmiete und Umsatzmiete und oft auch quersubventionierte Mieten und Mietincentivierungen.

Quersubventionierte Mieten sind ein gebräuchliches Mittel zur Belebung von urbanen Quartieren. Dabei werden «umsatzschwache, aber erwünschte Nutzungen durch andere, ertragsstarke Erdgeschossnutzungen oder über die Wohnungsmieten im Obergeschoss quersubventioniert.» (RZU, 2018, S.32). Zu beachten ist hier jedoch das solche Mietreduktionen nicht immer die optimalste Lösung sind um gewünschte Nutzungen, wie z.B. ein Restaurant, an einen Standort zu binden. «Bei tieferer Frequenz respektive zu kleinem Umsatzvolumen wird nicht primär die Miete für den Gastronomen zum Problem, sondern der Mitarbeiteraufwand, der nicht beliebig gesenkt werden kann und die Kostenstruktur belastet.» (Hollenstein, 2019, S.32). Quersubventionierungen können bei frequenzgetriebenen Nutzungen die anderen Nachteile eines Standorts, wie die Passantenfrequenz, nicht ausgleichen.

Die Ladenmieten liegen schweizweit (Stand Februar 2021) im Schnitt bei rund 270 CHF pro m² und Jahr (Wüest Partner, 2021, S.4). Es gibt aber erhebliche Unterschiede zwischen den einzelnen Branchen.

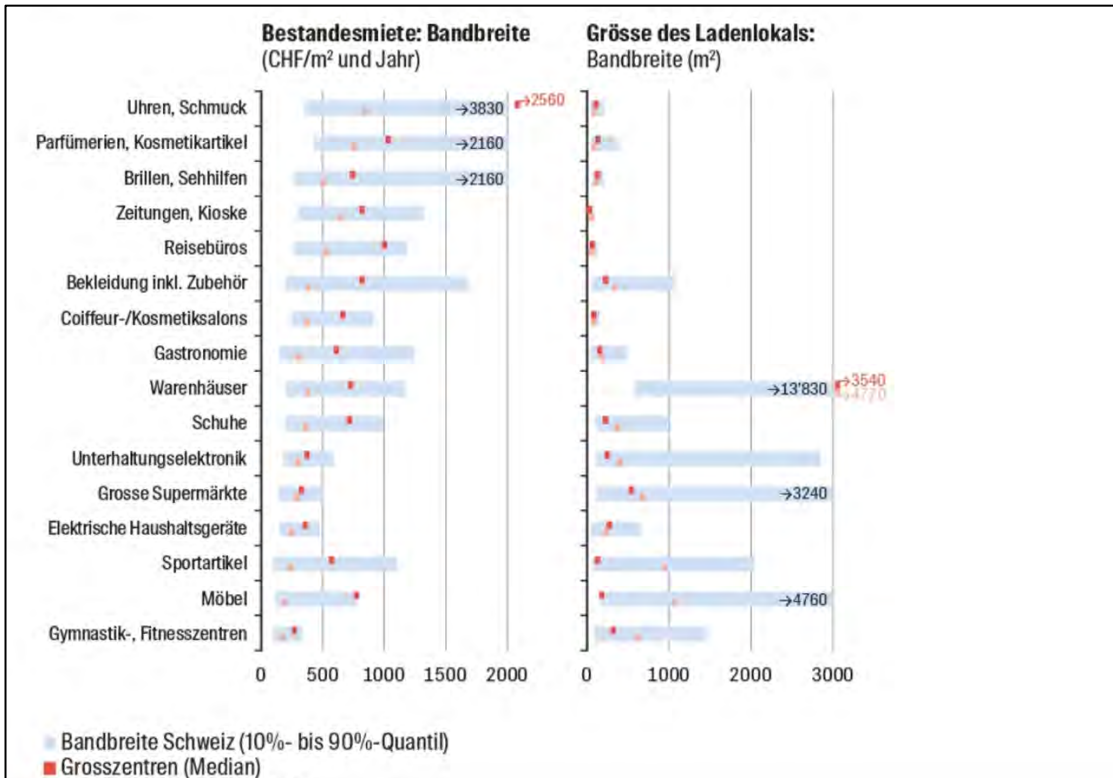


Abbildung 21: Verkaufsfächen, Miete und Grösse des Ladenlokals (Wüest Partner, 2021, o.S.)

So zahlen Mieter der Branche Uhren- und Schmuckhandel mit im Schnitt 1'000 CHF/m² und Jahr die höchsten Mieten, während die Mieten bei Fitnesszentren mit durchschnittlich 180 CHF/ m² und Jahr am tiefsten liegen. Interessant ist das die Zahlungsbereitschaft für eine Mietfläche stark davon abhängig ist aus welcher Branche der potenzielle Mieter kommt.

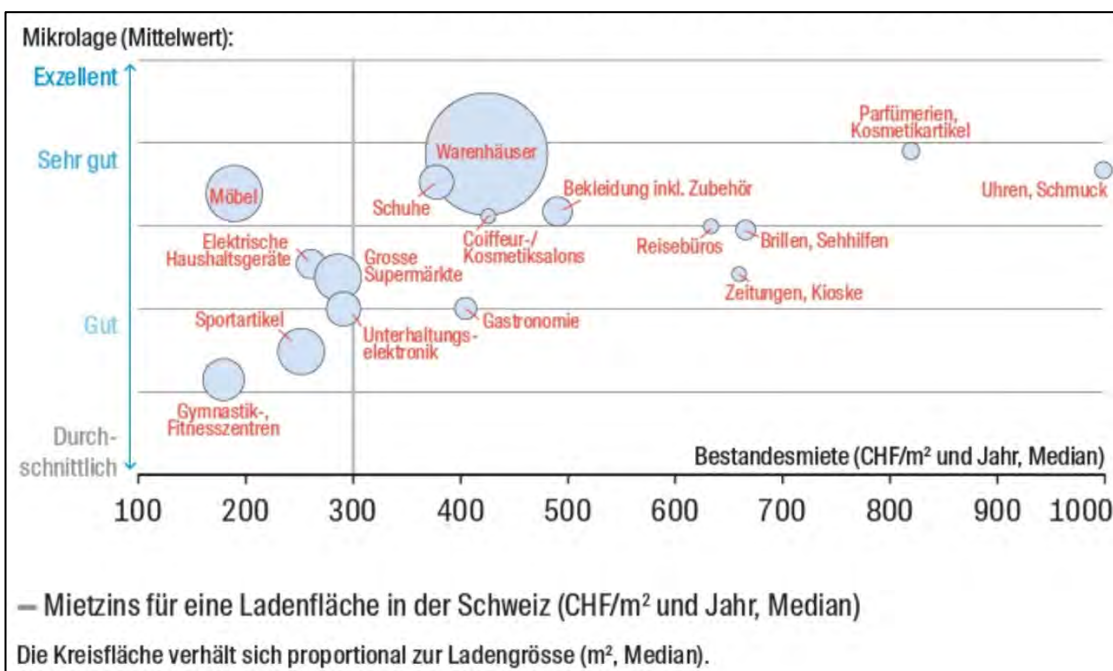


Abbildung 22: Verkaufsfächen, Durchschnittliche Miete und Mikrolage (Wüest Partner, 2021, o.S.)

Die Miete ist dabei nicht zwingend abhängig von der Flächengrösse. So zahlt der Schmuckhandel im Schnitt eine höhere Miete pro m² und Jahr, weil sie auf weniger Fläche, aber hochfrequentierten Lagen, einen höheren Umsatz erwirtschaften können. Die Flächenrentabilität (Rohertrag pro m² in CHF) ist also hoch. Auf der anderen Seite ist nicht jede Branche von einer guten Passantenfrequenz abhängig. Hier spielt der Flächenbedarf eine wichtigere Rolle und flächenintensive Nutzungen siedeln sich oft an günstigeren Standorten ausserhalb hochpreisiger Zentren an. Dies trifft unter anderem Freizeitnutzungen (z.B. Fitnesscenter), Sportartikelläden und grosse Detailhandelsnutzungen (wie Supermärkte) zu. (Wüest Partner, 2021, o.S.).

Die Zahlungsbereitschaft ist die Nachfrageseite. Angebot und Nachfrage ergeben im Schnittpunkt das Marktgleichgewicht, die Gleichgewichtsmiete.

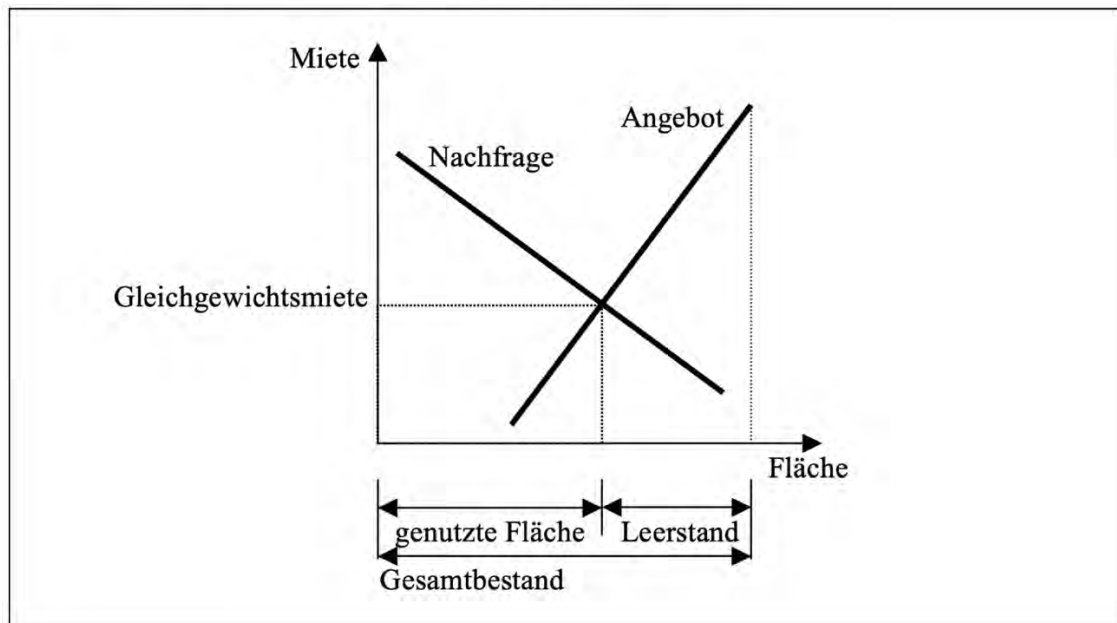


Abbildung 23: Marktgleichgewicht im Verkaufsflächenmarkt (Ludwig, 2005, S.146).

Werden Angebotsmieten zu hoch angenommen dann befindet sich der Markt für die konkreten Flächen nicht im Gleichgewicht, mit der Folge das Flächen nicht vermietet werden können und Leerstand entsteht. Solche Leerstände können das Resultat von zu hohen Mietpreiserwartungen oder Wunschenken der Eigentümer sein. So nennt die Stadt Luzern als möglichen Grund für Leerstände an nicht Top-Lagen, zum Beispiel Seitenstrassen zu Top-Lagen, die zu hohen Mietpreisvorstellungen als möglichen Grund des Leerstands. (Stadt Luzern, 2019, S.2). Idealerweise sollte die Höhe der Angebotsmiete das Resultat der richtigen Lageeinschätzung sein um Leerstände zu vermeiden.

Die Zahlungsbereitschaft ist auch insofern ein wichtiges Kriterium für die Bewertung des Beitrags zur Belegung einer Nutzung, weil oft Nutzungen mit geringer Zahlungsbereitschaft als Alternativnutzungen zur Aktivierung von Erdgeschosszonen vorgeschlagen werden. Gemäss dem Retail Outlook 2020 von Credit Suisse sind solche Alternativnutzungen zum Detailhandel häufig ertragsschwache Nutzungen. Sie sind oft die einzige Alternative gegenüber Leerstand und definieren durch ihre tiefe Zahlungsbereitschaft letztlich die Angebotsmieten und den Ertrag des Vermieters. (Credit Suisse, 2020, S.9-10).

2.4.7 Bauliche Anforderungen an die Fläche

Die baulichen Anforderungen an eine Fläche definieren welche Flächeneigenschaften der Nutzer für seinen Nutzungszweck von einer Fläche verlangt. Neue Quartiersentwicklungen bieten die Möglichkeit von Anfang an die bestmögliche Nutzung an der entsprechenden Lage im EG anzuordnen und damit auch die baulichen Anforderungen in die Planung eines Neubaus zu integrieren. Bauliche Anforderungen können unter anderem sein: die Raumhöhe, haustechnische Anforderungen wie Lüftung, Bodenbelastungen, notwendige Transparenz und Belichtung der Mietfläche (Fensteranteil) und weitere.

Innerhalb dieses Bewertungskriteriums werden auch die Anforderungen an die Fläche berücksichtigt. Flächeneigenschaften wie: zusammenhängend, ebenerdig oder rechteckig und können für den Nutzer wichtige Anforderungen sein.

Es ist entscheidend zu welchem Zeitpunkt diese Anforderungen als Planungsvorgaben bei einem Neubau mit eingebracht werden. Wenn von der Nutzung wesentliche bauliche Anforderungen ausgehen, ist es wichtig diese am Anfang der Planung (Vorprojekt) zu integrieren. Nachträgliche Anpassungen der Flächeneigenschaften auf eine Nutzung sind meist kostenintensiv.

2.4.8 Umgebung, Erschliessung und Flächenbedarf im Aussenraum

Dieses Bewertungskriterium beurteilt die Anforderungen an die Umgebung, dazu gehört auch die Erschliessung, die Sichtbarkeit und die äussere Erscheinung der Mietfläche. Ausserdem ist der Flächenbedarf im Aussenraum je nach Nutzungskategorie eine wichtige Anforderung an einen Standort. Diese baulich-funktionalen Anforderungen betreffen die unmittelbare Umgebung vor einer Mietfläche, als auch den Übergangsbereich zur Umgebung, die Fassade. Beispiele für solche Anforderungen sind: Erscheinungsbild und Sichtbarkeit, Erschliessung und Zugänglichkeit,

Anlieferungsmöglichkeiten, Parkplätze, sowie Aussenraumflächen für Spielplatz oder Aussengastronomie.

Aussenraum

Dem Aussenraum und der Zwischenzone zwischen innen und aussen ist bei der Planung erhöhte Bedeutung zu schenken. Dort wo der Aussenraum belebt wirkt halten sich Menschen gern auf (vgl. Kapitel 2.2.1). «Erdgeschossnutzungen sollten in Bezug zum angrenzenden Strassenraum gedacht werden. Die Art, wie Innen- und Aussenräume zusammenspielen, prägt die Atmosphäre eines Ortes.» (RZU, 2018, S.7)

Anforderungen an den Aussenraum und die Erschliessung

«Darüber hinaus ist zu beachten, dass einige Nutzungen auch Anforderungen an die Infrastruktur stellen (z. B. Parkplätze, Anlieferzone), die einerseits in der Immobilie erfüllbar sind und andererseits mit dem Konzept und den Gegebenheiten des gesamten Quartiers in Einklang gebracht werden müssen.» (Bulwiengesa, 2020, S. 13).

Erschliessung

Eine gute Erschliessung der Mietfläche ein wichtiger Erfolgsfaktor. Eine gute Erschliessung von Erdgeschossflächen lässt sich in einem Quartier über die Porosität definieren. «Porosität bedeutet im kleinsten Massstab die Zugänglichkeit der Gebäude im Erdgeschoss, also die Distanz zwischen den Eingängen für Wohnungen, Büros, Geschäfte und den Durchgängen durch die Gebäude. Je kürzer die Abstände zwischen den Zu- und den Durchgängen sind, desto höher ist die Porosität» (Kretz, 2016, S. 60-61). Und auch Gehl und Karssenberg definieren Belebung ebenfalls über die Erschliessung, nämlich über die Masseinheit der Anzahl Eingänge pro Meter Fassadenlänge. (vgl. Kap. 2.2.1).

Erschliessung und Organisation sollten gewichtet sein und ein störungsarmes Miteinander unterschiedlicher Nutzungen möglich machen (Junker/Pump-Uhlmann, 2019, S. 38). Ein gutes Beispiel wie unterschiedliche Nutzungen in einem Gebäude über das Erdgeschoss erschlossen werden können ist in der Abbildung X zu sehen. Hier wird die Erschliessung für die Wohnnutzung reduziert und das Treppenhaus in den rückwärtigen Bereich gelegt. Retailflächen werden zusammenhängend, effizient und zusammenschaltbar angeordnet und Nutzungen aus den Obergeschossen, beispielsweise soziale Nutzungen, wird der wichtige Anknüpfungspunkt und grosszügiger Eingang im Erdgeschoss gewährt.

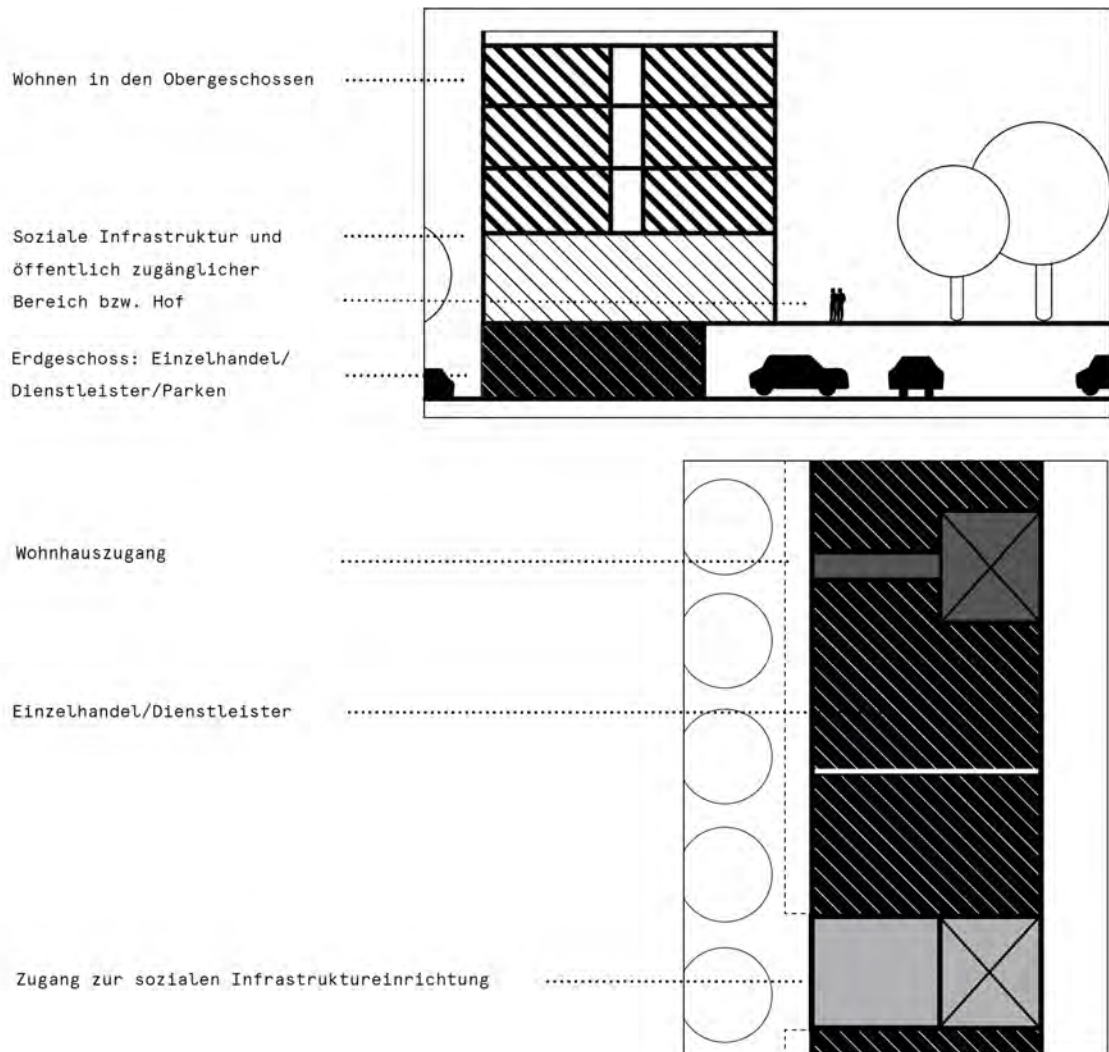


Abbildung 24: Nutzungsorganisation und Erschliessung im EG und Schnitt (Junker/Pump-Uhlmann, 2019, S. 38).

Sichtbarkeit - Transparenz und Schaufensterfläche

Eine möglichst transparente Fassade im Erdgeschoss erhöht die Aufenthaltsqualität. Bei der Sichtbarkeit eines Ladenlokals geht es darum ein optimales Verhältnis zwischen den Ansprüchen der Nutzerseite an die Sichtbarkeit im Strassenraum und den Ansprüchen an die Belebung eines Quartiers und die Erhöhung der Aufenthaltsqualität mittels Transparenz zu finden. Die Nutzer, insbesondere Detailhändler, möchte über grossflächige Aussenwerbungen und beklebte Schaufensterflächen die Sichtbarkeit steigern. Diese hat einen entscheidenden Einfluss auf den Umsatz (Ahrens, 2010, S. 87). Die verantwortlichen Stellen bei Städten und Gemeinden wollen die Aufenthaltsqualität über Verordnungen zur Mindesttransparenz von Schaufensterfläche erhöhen. Beispielsweise hat das Amt für Städtebau der Stadt Zürich für die wichtigsten Werbearten entsprechende Konzepte erarbeitet um die Transparenz und das Gesamtbild

zu erhalten. So wird Werbung zu höchstens einem Drittel der Fensterfläche bewilligt. (Stadt Zürich, 2022, o.S.).

2.4.9 Nutzungsmix und Kopplungspotenziale

Der Nutzungsmix bzw. die Nutzungsmischung, beschreibt die unterschiedlichen Nutzungsarten, unter anderem in einer Erdgeschosszone, in einem Quartier und wird im Kapitel 2.3.13 Nutzungsmischung ausführlich beschrieben.

2.4.10 Herausforderungen

Die Herausforderung einer Nutzung sind die mit einer Nutzung einhergehende Probleme und Schwierigkeiten gegenüber anderen Nutzungen, der Nachbarschaft oder der Öffentlichkeit. Aus diesen Herausforderungen können Nutzungskonflikte entstehen. Zum Beispiel aufgrund von Lärmemissionen oder Geruchsemmissionen.

Die Herausforderung Lärm muss aus zwei Perspektiven betrachtet werden. Es gibt Lärmemission und Lärmimmission. Um eine Lärmimmission der Nutzung handelt es sich wenn von der Nutzung eine Lärmbelastung auf die Umgebung und Umwelt ausgeht. Beispielsweise ist die Anlieferung für Detailhandel, Gewerbe, urbane Produktion oder Gastronomie eine grosse Lärmquelle.

Weitere Herausforderungen einer Nutzung sind zum Beispiel: Geruchsemmissionen, Zugänglichkeit, Flächenflexibilität und Barrierefreiheit. Solche Herausforderungen werden in der Fachliteratur unter den Risikofaktoren einer Immobilie genannt.

2.4.11 Belebungs potenzial und Beitrag zur Quartiers lebendigkeit

Das Potenzial einer Nutzung zur Belebung eines städtischen Raums und eines Quartiers beizutragen bemisst sich im Wesentlichen über ihren Einfluss auf die Passantenfrequenz. Passantenfrequenz kombiniert mit der Aufenthaltsdauer sind die entscheidenden Faktoren für ein belebtes Quartier. Den grössten Einfluss auf die Passantenfrequenz hat die Kundenfrequenz einer Nutzung. Die sogenannten Frequenzbringer sind insbesondere die Nahversorger und Vollsortimenter aus der Nutzungskategorie Detailhandel Food. Sie erhöhen durch ihre Kundenfrequenz die Passantenfrequenz an einem Standort. (vgl. Kapitel 2.4.4).

Daneben haben Nutzungen über folgende weitere Faktoren einen positiven Einfluss auf die Passantenfrequenz und die Aufenthaltsdauer und damit auf die Belebung:

- durch die Steigerung der Aufenthaltsqualität über die Nutzung und attraktive Gestaltung von Aussenraumflächen für Aussengastronomie und Spielplätze

- durch die Steigerung der Aufenthaltsqualität über die Aneignung und Bespielung öffentlicher Räume.
- durch die Steigerung der Aufenthaltsqualität über eine hohe Transparenz und Einsehbarkeit in das EG. Dadurch wirkt der Aussenraum attraktiver, es gibt einen Bezug zur Belebung und den Menschen im Innenraum und allgemein wird das Sicherheitsempfinden gestärkt.
- über ihren Beitrag zur Angebots- und Nutzungsvielfalt (vgl. Kapitel 2.3.10). Dies erhöht die Gesamtattraktivität eines Standorts und letztendlich die Passantenfrequenz
- über ihren Beitrag zur Imagebildung eines Quartiers

Diese Einflussmöglichkeiten sollten neben der Kundenfrequenz in die Bewertung des Belegungspotenzials einer Nutzung einfließen.

2.5 Fazit aus der Theorie

Als Erkenntnis aus dem theoretischen Teil ist festzuhalten das die Bedeutung der Erdgeschossnutzung für die Belebung eines urbanen Quartiers gut belegt ist. Insbesondere die Nutzungskategorie Detailhandel ist umfangreich erforscht.

Systeme zur Kategorisierung der Nutzungen sind vorhanden. Diese, wie die Nachfragesegmente von Fahrländer (vgl. Kap. 2.3.1) beschränken sich teils nur auf kommerzielle Nutzungen und vernachlässigen alternative Nutzungen. Die 5 Bewertungskriterien von Gehl zum Belegungspotenzial im Erdgeschoss erfolgen über alle Nutzungen hinweg (vgl. Kap. 2.1.2). ohne die spezifischen Bedürfnisse einzelner Nutzungen zu berücksichtigen.

Im Kapitel 2.3.10 werden die Vorteile von Nutzungsmischung und Kopplungspotenzialen erläutert. Die Angaben beziehen sich mehrheitlich auf den Detailhandel. Hinsichtlich der Nutzungskombination von kommerziellen mit alternativen Nutzungen und deren Synergien und Kopplungspotenzialen gibt es in der Fachliteratur wenig Angaben. Dies soll im Rahmen der Experteninterviews bei den Nutzern direkt abgefragt werden.

Das Belegungspotenzial in einem Quartier ist umfassend untersucht. Die Bewertungskriterien von Gehl und Umweltbundesamt beziehen sich in den meisten Punkten auf das Belegungspotenzial im öffentlichen Raum und weniger auf den Einfluss der Nutzung selbst.

Unter den definierten 9 Bewertungskategorien gibt es erhebliche Unterschiede in welcher inhaltlichen Tiefe diese bisher in der Fachliteratur behandelt wurden. Der Detailhandel ist relativ umfassend untersucht und dokumentiert. Hier sind die beiden Bewertungskriterien Kundenfrequenz und Zahlungsbereitschaften wichtige KPI's, jedoch werden diese nicht öffentlich publiziert. Bezogen auf alle Nutzungskategorien ist festzuhalten, dass das Bewertungskriterium Flächenbedarf in der Fachliteratur am besten dokumentiert ist.

Die aufgeführten Wissenslücken in der Fachliteratur bestätigen die unter Kapitel 1.1 aufgestellte These das es ein unzureichendes Wissen auf Seite der Planer und Eigentümer zur Nutzerseite, den Bedürfnissen der einzelnen Nutzungskategorien und ihrem Potenzial für eine Belegung eines Quartiers gibt.

Insofern bestätigt sich als Fazit aus der Theorie das die Befragung der Experten auf der Nutzerseite mittels Interviews zu den 10 Nutzungskategorien, mittels der gewählten 9 Bewertungskriterien, einen Mehrwert bringen kann.

3. Empirischer Teil

3.1 Methode

3.1.1 Beschreibung des methodischen Ansatzes

Das methodische Vorgehen wird in drei Phasen gegliedert. In der ersten Phase werden theoretische Hintergründe durch eine Literaturrecherche ermittelt (vgl. Kap. 2. Theoretischer Teil). Diese Phase konzentriert sich auf Definition, Typologie und historische Hintergründe. Es werden die verschiedenen Nutzungsmöglichkeiten im EG analysiert und daraus die 10 Nutzungskategorien für die weitere Untersuchung definiert. Weiterhin werden Einflussfaktoren und die möglichen Kriterien zur Bewertung einer Nutzung im EG mittels Literaturstudium beschrieben. Die Erkenntnisse fließen in einen Interviewleitfaden ein, auf Grundlage dessen die Experteninterviews geführt werden. Qualitative Experteninterviews mit Nutzern und Experten stellen die zweite Phase des methodischen Vorgehens dar. Abschliessend, in der dritten Phase, werden im Kapitel 3.2 die im Literaturstudium analysierten Treiber durch die Erkenntnisse aus den Experteninterviews komplementiert und ausgewertet. Die erfolgreichen Profile werden im Kapitel 3.2.12 als Ergebnis dieser Arbeit detailliert beschrieben. Die Beantwortung der Forschungsfragen und die Zusammenfassung der Bewertungen in einer Übersichtstabelle erfolgen ebenfalls in dieser Phase.

3.1.2 Experteninterviews

Für den Teil der empirischen Untersuchung wurde die Methode der Experteninterviews gewählt. Da für die zu untersuchenden Fragestellungen (vgl. Kap. 1.2) nicht auf bestehende Daten zurückgegriffen werden kann, sollen mit Hilfe von Befragungen Erkenntnisse gewonnen werden. Mittels Experteninterviews wurden auf Seite der Mieter (Nutzer) deren Anforderungen und Bedürfnisse an eine Mietfläche im EG abgeholt.

3.1.3 Auswahl der Experten

Es wurden Experteninterviews mit verschiedenen Nutzern und Nutzergruppen resp. potenziellen Mietern von Erdgeschossflächen geführt. Dabei wurden teilweise direkt Unternehmen als Mieter von EG-Flächen befragt, teilweise wurden Branchenverbände befragt und teilweise Fachexperten der jeweiligen Nutzungskategorie. Es wurden 13 Experteninterviews durchgeführt. Es gibt zu jeder Nutzungskategorie mindestens ein Interview. Von den 24 kontaktierten Experten konnten mit 13 Personen Gespräche geführt werden. Die untenstehende Liste zeigt die Expertinnen / Experten, welche als Gesprächspartner zur Verfügung standen.

Nutzungskategorie	Experte	Funktion / Institution
Detailhandel Food	Thomas Krumm	Property Director Aldi Suisse AG
Detailhandel Food	Alessandro Pinazza	Manager Expansion und Immobilien Denner AG
Detailhandel Food	Urs Wellauer	Direktor SBC Schw. Bäcker- Confiseurmeister Verband
Detailhandel Non-Food	Tanja Messerli	Geschäftsführerin SBVV Schweizer Buchhändler- u. Verleger-Verband
Kulturelle Nutzungen	Felix Hüppi	Direktor PBZ Pestalozzi-Bibliothek Zürich
Soziale Nutzungen	Stephen Nuttall	Betriebsleiter Gemeinschaftszentren Leimbach Stiftung Züricher Gemeinschaftszentren
Bildungseinrichtungen	Cedric Perrenoud	Geschäftsführer (Bauherrenberater Schulraum) Immoprogess AG
Kreativwirtschaft	David Müller	Architekt und Gründer Müller Schnörringer Architekten GmbH
Gesundheitswesen	Maria Hitziger	Gründerin und Geschäftsführerin ApoDoc (Apotheke und Ärztezentrum)

Gastronomie	Rafael Saupe	Gründer und Partner desillusion Gastronomiekompetenz & Beratung
Gewerbe u. urbane Produktion	Mika Lanz	Gründer und Geschäftsführer mikas – stadt.fleisch.wurst
Gewerbe u. urbane Produktion	Oscar Martin	Co-Founder / Head of Marketing a. Sales Turicum Distillery GmbH
Coworking	Andreas Widmer	Gründer und Geschäftsführer WESTHIVE AG co-working spaces

Tabelle 8: Liste der Fachexperten und Interviewpartner (eigene Darstellung)

3.1.4 Durchführung der Experteninterviews

Von Juni bis August 2022 wurden 13 leitfadengestützte Experteninterviews durchgeführt. Die Experteninterviews wurden einheitlich und vergleichbar geführt. Die Experteninterviews wurden anhand eines Leitfadens durchgeführt, der sich aufbauend auf dem in Kapitel 2.4.2 definierten 9 Bewertungskriterien und der in Kapitel 1.2 aufgestellten zentralen Forschungsfragen in 9 Themenbereiche gliedert. Die Interview-Fragen beziehen sich alle auf die definierten 9 Bewertungskriterien. Der Interviewleitfaden ist im Anhang dieser Arbeit zu finden.

Die Interviews wurden mehrheitlich direkt mit den Interviewpartnern, teilweise per Online-Meeting (TEAMS) und teilweise telefonisch durchgeführt. Die Aussagen und Antworten der Expertinnen und Experten wurden während der Gespräche mit Handnotizen festgehalten und dann in einer qualitativen Inhaltsanalyse ausgewertet und in Transskripten zusammengefasst. Sämtliche Aussagen und Statements werden in der Arbeit anonymisiert wiedergegeben.

3.1.5 Nutzungskategorien u. Bewertungskriterien als Basis der Empirie

Auf Basis der Erkenntnisse des theoretischen Teils wurden, im Kapitel 2.3.2 *Katalog der Nutzungen*, folgende Nutzungskategorien für die weitere Untersuchung im empirischen Teil ausgewählt.

Nutzungskategorien	
1.	Detailhandel Food
2.	Detailhandel Non-Food-Fachgeschäfte
3.	Alternative Nutzungen - Soziale Nutzungen
4.	Alternative Nutzungen - Kulturelle Nutzungen

5.	Bildungseinrichtungen
6.	Dienstleistung - Kreativwirtschaft
7.	Dienstleistung - Gesundheitswesen
8.	Gastronomie
9.	Gewerbe
10.	Coworking-spaces

Tabelle 4: Nutzungskatalog (eigene Darstellung)

Auf Basis der Erkenntnisse des theoretischen Teils wurden, im Kapitel 2.4.2 *Kriterienkatalog zur Bewertung der Nutzungen*, folgende Bewertungskriterien für die weitere Untersuchung im empirischen Teil und als Basis für den Interviewleitfaden der Experteninterviews ausgewählt.

Bewertungskriterien	
1.)	Flächenbedarf
2.)	Passanten- und Kundenfrequenz
3.)	Nutzungszeiträume
4.)	Zahlungsbereitschaften
5.)	Bauliche Anforderungen an die Fläche
6.)	Umgebung, Erschliessung und Flächenbedarf im Aussenraum
7.)	Nutzungsmix und Kopplungspotenziale
8.)	Herausforderungen
9.)	Belebungspotenzial und Beitrag zur Quartierslebendigkeit

Tabelle 7: Bewertungskriterien (eigene Darstellung)

3.2 Ergebnis

3.2.1 Auswertung der Experteninterviews

Die Auswertung der Experteninterviews erfolgt jeweils pro Nutzungskategorie in den folgenden Unterkapiteln. Zu jeder Nutzungskategorie gibt es am Kapitelanfang ein factsheet in Form einer Tabelle das die wichtigsten Erkenntnisse zusammenfasst

dargestellt. Im Kapitel 3.2.13 werden alle Bewertungen zu den Nutzungskategorieen nochmals in einer Übersichtstabelle zusammengefasst dargestellt.

3.2.2 Auswertung zur Nutzungskategorie Detailhandel Food

	Bewertungskriterium	Bewertung der Nutzungskategorie basierend auf dem jeweiligen Experteninterview
1	Flächenbedarf	Hoher Flächenbedarf Discounter1: 550 – 700 m ² Discounter2: 1'500 – 1'800 m ²
2	Kunden- / Passantenfrequenz	Sehr hohe Kundenfrequenzen 12'500 - 25'000 Kunden pro Monat
3	Nutzungszeiträume	Reguläre gesetzliche Ladenöffnungszeiten
4	Zahlungsbereitschaften	Hohe Zahlungsbereitschaft marktübliche Mieten, stark abhängig von der Lage und der Passantenfrequenz
5	Bauliche Anforderungen	Mittlere Anforderungen Anlieferung mit LKW Raumhöhe 4.50m Rechteckiger und tiefer Flächenzuschnitt
6	Flächenbedarf im Aussenraum	Geringe Anforderungen Cirka 15 Parkplätze (in Innenstadtlagen)
7	Kopplungspotenziale	Sehr hohe Kopplungspotenziale Alle Frequenzbringer sind ideale Nachbarsmieter Kopplungspotenziale bestehen mit Vollsortimentern Gastronomie als Nachbarsmieter bringt Kopplungspotenziale, steigert die Passantenfrequenz und Aufenthaltsqualität
8	Herausforderungen	Mittlere Herausforderungen Restriktionen der Behörden Flächenangebot am Immobilienmarkt Eingeschränkte Zugänglichkeiten
9	Belegungspotenzial / Beitrag zur Quartierslebendigkeit	Hohes Belegungspotenzial Funktion als benötigter Nahversorger Rolle als Frequenzbringer

Tabelle 9: FACTSHEET Detailhandel Food

Zusammenfassung der Erkenntnisse zur Nutzungskategorie (eigene Darstellung)

In der Nutzungskategorie Detailhandel Food wurde exemplarisch der Teilbereich der Discounter detaillierter untersucht. Die Erkenntnisse aus dem Experteninterviews zur

Nutzungskategorie Detailhandel Food sind in den folgenden Absätzen zu den jeweiligen Nutzungs-Bewertungskriterien beschrieben.

Flächenbedarf

Gemäss den Experteninterviews hat eine Standardfiliale eines Discounters im Durchschnitt einen Flächenbedarf von 1'500 – 1'800 m². Davon sind 1'000 – 1'200m² Verkaufsflächen und etwa 500- 600 m² Lager- und Nebenflächen. Innerstädtische Filialen können auch deutlich kleiner ausfallen. Ausserdem kann der Flächenbedarf je nach Ladenkonzept stark variieren. So hat der grösste Discounter in der Schweiz mit 550 – 700 m² einen deutlich kleineren Flächenbedarf als der oben aufgeführte zweitgrösste Discounter. Überschlägig betrachtet wurden die im theoretischen Teil angegeben Flächengrössen bestätigt. Im Bereich Food gibt es einen klaren Trend zu grösseren Verkaufsflächen. Der Flächenbedarf pro Filiale wird in den nächsten Jahren steigen, weil neue Konzepte der Produktpräsentation wesentlich grosszügiger sind.

Kunden- / Passantenfrequenz

Die Nutzungskategorie Detailhandel Food hat sehr hohe Kundenfrequenzen. Die beiden befragten Discounter geben eine benötigte Kundenfrequenz zwischen ca. 12'500 Kunden pro Monat und 25'000 Kunden pro Monat an. Es wird die Annahme bestätigt das Lebensmittel-Detailhändler die Funktion eines Frequenzbringers haben. Gleichzeitig wird aber auch eine Grund-Passantenfrequenz vom Standort erwartet. Diese orientiert sich an der Umsatzerwartung an einen Standort. In innerstädtischen Lagen und zentralen Quartierslagen ist die Erwartung an die Passantenfrequenz höher, weil die Kunden grösstenteils mit dem ÖV oder zu Fuss kommen und der durchschnittliche Konsum pro Kunde dadurch tiefer liegt als wenn die Kunden ihre geplanten Wocheneinkäufe mit dem Auto erledigen können. Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer eines Kunden in einer Filiale beträgt etwa 25-30 Minuten.

Nutzungszeiträume

Die Nutzungszeiträume bewegen sich im Rahmen der gesetzlichen Ladenöffnungszeiten.

Zahlungsbereitschaft

Die Zahlungsbereitschaft wird als hoch eingeschätzt. Sie orientiert sich an der Umsatzerwartung an einem Standort. Die Zahlungsbereitschaft ändert sich entsprechend mit der vorhandenen Passantenfrequenz. Genaue Zahlen werden von den befragten Experten nicht öffentlich genannt. Es werden marktübliche Mieten gezahlt.

Bauliche Anforderungen

Die baulichen Anforderungen werden als mittel eingeschätzt. Die wichtigste Anforderung ist die Anlieferungsmöglichkeit mit einem LKW. Die Anlieferung sollte exklusiv zur Verfügung stehen. Nahversorger schlagen täglich ein grosses Warenvolumen um und sind deshalb auf eine gut funktionierende Anlieferung angewiesen. Weitere Anforderungen sind eine hohe Raumhöhe (mindestens 4.50m), eine funktionierende Entsorgung, sowie rechteckige und tiefe Grundrisslayouts.

Anforderungen an den Aussenraum

Detailhändler haben keinen Flächenbedarf im Aussenraum. Dafür aber erhöhte Anforderungen an die Erschliessung, insbesondere an die Parkplätze. Je höher die Qualität des ÖV und je höher die Einwohnerdichte im Einzugsgebiet ist, desto weniger Parkplätze werden benötigt. In innerstädtischen Lagen werden cirka 15 Parkplätze benötigt. Die Experten betonen die Wichtigkeit der Kundenzugänglichkeit mit Kriterien wie: Kundenführung, Parkplatz-Lage, Verkehrswegen, Zugänglichkeit mit Einkaufswagen und die Sichtbarkeit sowie Auffindbarkeit.

Nutzungsmix und Kopplungspotenziale

Die Kopplungspotenziale werden als sehr hoch eingeschätzt. Der ideale Nachbarsmieter ist ein Vollsortimenter. Diese ergänzen das Warenangebot der Discounter ideal und sorgen so dafür das die Kunden Einkäufe miteinander verbinden (sogenannte Kopplungen). Diese Kombination erhöht die Attraktivität des Standorts und dadurch auch die Kundenfrequenz und damit den Umsatz. Weitere Nutzungen mit Kopplungspotenzialen sind Lebensmittel-Fachgeschäfte (wie bspw. Weinhandel, Feinkost, Bäckereien). Diese ergänzen die Warengruppen ebenfalls. Neben der Ergänzung der Warengruppen sind auch alle Nutzungen die die Aufenthaltsqualität und Frequenz steigern von Vorteil (wie bspw. Gastronomie, Apotheken und Postfilialen).

Herausforderungen

Herausforderungen des Detailhandels hinsichtlich der Standortwahl sind die Restriktionen der Behörden, das beschränkte Flächenangebot am Immobilienmarkt und eingeschränkte Zugänglichkeiten am Standort.

Belebungspotenzial / Beitrag zur Quartierslebendigkeit

Der Beitrag des Detailhandels Food zur Quartierslebendigkeit ist sehr hoch. Die hohe Kundenfrequenz zusammen mit einer langen Aufenthaltsdauer ergeben ein hohes Belebungspotenzial für ein Quartier. Durch ihre Rolle als Nahversorger generieren sie

eine hohe Wegbereitschaft und sind deshalb Frequenzbringer für einem Standort. Auch auf Grund der hohen Kopplungspotenzialen zu anderen Nutzungen sind Detailhändler aus dem Bereich Food ein entscheidender Erfolgsfaktor zur Belebung eines Quartiers.

Fazit

Das besondere Potenzial der Nutzungskategorie Detailhandel Food für die Belebung eines städtischen Quartiers liegt in der Funktion als Nahversorger und in der Rolle als Frequenzbringer. Detailhändler sind der wichtigste Treiber der, für die Belebung eines Quartiers so entscheidenden, Passantenfrequenz.

3.2.3 Auswertung zur Nutzungskategorie Detailhandel Non-Food

	Bewertungskriterium	Bewertung der Nutzungskategorie basierend auf dem jeweiligen Experteninterview
1	Flächenbedarf	Mittlerer Flächenbedarf stark variierend und konzeptabhängig Buchhandel: durchschn. 300 m ² (min. 20m ²) Bäckereien: durchschn. 150 m ² (min. 40m ²)
2	Kunden- / Passantenfrequenz	Mittlere Kundenfrequenzen Buchhandel: keine Angaben bekannt Bäckereien: 6'250 Kunden pro Monat
3	Nutzungszeiträume	Reguläre gesetzliche Ladenöffnungszeiten
4	Zahlungsbereitschaften	Mittlere Zahlungsbereitschaft marktübliche Mieten, stark abhängig von der Lage und der Passantenfrequenz Buchhandel: max. 600 CHF pro m ² und Jahr
5	Bauliche Anforderungen	Geringe Anforderungen
6	Flächenbedarf im Aussenraum	Geringe Anforderungen
7	Nutzungsmix und Kopplungspotenziale	Hohe Kopplungspotenziale Zu allen Nutzungen die Frequenz bringen Detailhandel (Vollsortimenter o. Discounter) 30% aller Bäckereien mit Gastronomie
8	Herausforderungen	Geringe Herausforderungen Lärmproblematik bei Bäckereien mit eigener Produktion
9	Belebungspotenzial / Beitrag zur Quartierslebendigkeit	Mittleres Belebungspotenzial Stärkung der Nutzungs- und Angebotsvielfalt

Tabelle 10: FACTSHEET Detailhandel Non-Food

Zusammenfassung der Erkenntnisse zur Nutzungskategorie (eigene Darstellung)

In der Nutzungskategorie Detailhandel Non-Food wurden exemplarisch der Buchhandel und Bäckereien detaillierter untersucht. Der Buchhandel ist ein klassisches Fachgeschäft. Da Bäckereien kleinflächige Detailhändler sind und die filialisierten Verkaufskonzepte keine Handwerksbetriebe mehr sind wurden sie in dieser Arbeit uebenfalls unter der Kategorie Detailhandel Non-Food aufgenommen. Die Erkenntnisse aus dem Experteninterviews zur Nutzungskategorie Detailhandel Non-Food sind in den folgenden Absätzen zu den jeweiligen Nutzungs-Bewertungskriterien beschrieben.

Der Buchhandel steht exemplarisch für die aktuell laufenden Anpassungen in der Kategorie Non-Food. Unter dem Druck des zunehmenden Onlinehandels erfolgt eine Anpassung der Konzepte und Flächen an den Markt. Der Trend geht zu Omnichannel Konzepten und zu kleineren Verkaufsformaten die dafür aber an hochfrequentierten Lagen liegen. Ziel ist die Nähe zum Kunden.

Flächenbedarf

Die Flächen variieren stark von 20 m² bis 300 m². Der Flächenbedarf ist abhängig vom Verkaufskonzept. Grosse Buchkaufhäuser mit über 1'000 m² werden seltener.

Kunden- / Passantenfrequenz

Der Buchhandel hat sich weitestgehend so angepasst das Geschäfte an durchschnittlichen Lagen nicht mehr nur auf die Kundenfrequenz angewiesen sind. 1/3 bis 2/3 des Umsatzes erfolgen in der Regel über das Online- und Grosskundengeschäft.

Nutzungszeiträume

Die Nutzungszeiträume bewegen sich im Rahmen der gesetzlichen Ladenöffnungszeiten. Effekte auf die Belegung des Quartiers ausserhalb dieser Öffnungszeiten sind nicht zu erwarten.

Zahlungsbereitschaft

Durchschnittliche Mieten können nicht angegeben werden. Die Zahlen werden nicht öffentlich angegeben. Die Zahlungsbereitschaft orientiert sich an der Umsatzerwartung an einem Standort. Kleine Buchhandlungen haben eine maximale Zahlungsbereitschaft von 600 CHF pro m² und Jahr.

Bauliche Anforderungen

Der Buchhandel hat keine besonderen Anforderungen an die Mietfläche.

Anforderungen an den Aussenraum

Der Buchhandel hat wenig Anforderungen an den Aussenraum selbst. Die Sichtbarkeit der Fläche, über grosszügige Schaufensterflächen, ist eine wichtige Anforderung.

Nutzungsmix und Kopplungspotenziale

Die Gastronomie ist der ideale Nachbarsmieter. In circa 50% aller Buchhandlungen gibt es verschiedenste Kombinationen mit gastronomischen Angeboten. Als klassischer Nachbarsmieter oder als shop-in-shop Konzept. Der Detailhandel (z.B. Bioladen) ist ebenfalls ein beliebter Komplementär. Ein Beispiel für eine gute Nutzungskombination im Buchhandel ist das sphères in Zürich mit der Kombination aus Bar, Café, Buchhandlung, Event-Raum, und städtischen Gemeinschaftsräumen.

Herausforderungen

Die Herausforderungen sind des Buchhandels sind: der Onlinehandel, fehlende Lagerflächen und die Standortwahl.

Belebungspotenzial / Beitrag zur Quartierslebendigkeit

Der Buchhandel ist ein attraktiver Mieter. Imagebildung ist ein wichtiger Punkt warum der Buchhandel ein gern genommener Mieter ist. Der Buchhandel trägt zur Angebotsvielfalt bei und steigert die Gesamtattraktivität an einem Standort.

Fazit

Das besondere Potenzial der Nutzungskategorie Detailhandel Non-Food für die Belegung eines städtischen Quartiers liegt, in der Steigerung der Angebots- und Nutzungsvielfalt und der Imagebildung an einem Standort.

3.2.4 Auswertung zur Nutzungskategorie Soziale Nutzungen

	Bewertungskriterium	Bewertung der Nutzungskategorie basierend auf dem jeweiligen Experteninterview
1	Flächenbedarf	Mittlerer Flächenbedarf Gemeinschaftszentrum: 300 m ² Zweigstelle: 40m ²
2	Kunden- / Passantenfrequenz	Tiefe Besucherfrequenzen GZ: ca. 750 Besucher pro Monat Gastro-Teil: ca. 1'625 Besucher pro Monat
3	Nutzungszeiträume	Eingeschränkte Öffnungszeiten Das GZ ist an 20 Tagen pro Monat geöffnet. Betriebsferien im Sommer
4	Zahlungsbereitschaften	Geringe max. Zahlungsbereitschaft

		Nur wenige Flächen werden gemietet
5	Bauliche Anforderungen	Geringe - mittlere Anforderungen Die Anforderungen variieren je nach Angebot des GZ (Gastronomie, Werkbereiche).
6	Flächenbedarf im Aussenraum	Sehr hohe Anforderungen grosszügiger Aussenbereich - Aussenspielplatz - Aussensitzplatz für die Gastronomie - mit Zentrumsfunktion im Quartier
7	Nutzungsmix und Kopplungspotenziale	Hohes Kopplungspotenzial Wohnnutzungen sind ideale Nachbarsmieter Synergien mit ähnlichen Nutzungen: - soziale u. kulturelle Nutzungen - Kindergarten, Kindertagesstätten - Gastronomie
8	Herausforderungen	Mittlere Herausforderungen Lärmemission durch spielende Kinder
9	Belebungspotenzial / Beitrag zur Quartierslebendigkeit	Sehr hohes Belebungspotenzial Unterstützt Mitwirkungsprozesse der Anwohner Aussenraumnutzung

Tabelle 11: FACTSHEET Dienstleistungsnutzung - Gesundheitswesen
Zusammenfassung der Erkenntnisse zur Nutzungskategorie (eigene Darstellung)

In der Nutzungskategorie Alternative Nutzungen – soziale Nutzungen wurden exemplarisch die Städtzürcher Gemeinschaftszentren genauer interview untersucht. Die Erkenntnisse aus dem Experteninterview zur Nutzungskategorie Soziale Nutzungen sind in den folgenden Absätzen zu den jeweiligen Nutzungs-Bewertungskriterien beschrieben.

Flächenbedarf

Soziale Nutzungen wie Gemeinschaftszentren haben einen kleinen bis mittleren Flächenbedarf. Das GZ Leimbach als durchschnittliches GZ hat circa 300 m² Fläche. Die Mindestgrösse einer Mietfläche für eine Zweigstelle ist 40m².

Kunden- / Passantenfrequenz

Es werden keine Statistiken zur Besucheranzahl geführt. Eine soziale Nutzung definiert ihren Erfolg nicht über eine Kunden- resp. Besucherfrequenz. Geschätzt sind es durchschnittlich 750 Besucher pro Monat. Für den gastronomischen Bereich sind es geschätzt, je nach Wochentag, Jahreszeit, Ferienzeit und Wetter variierend, durchschnittlich 1'625 Besucher pro Monat.

Nutzungszeiträume

Die Nutzungszeiträume müssen als eingeschränkt bewertet werden. Die Öffnungszeiten sind im GZ Leimbach dienstags bis samstags. Bei einer Zweigstelle nur mittwochs und freitags nachmittags. Im Sommer gibt es 3 Wochen Betriebsferien.

Zahlungsbereitschaft

Die Zahlungsbereitschaft wird als gering bewertet. Die wenigen Flächen die nicht im Eigentum sind werden durch die Stadt Zürich zu marktüblichen Konditionen gemietet.

Bauliche Anforderungen

Die baulichen Anforderungen sind im geringen bis mittleren Bereich. Je nach Konzept des GZ, als Zweigstelle, mit oder ohne Gastronomie, mit oder ohne Werkbereich, variieren die Anforderungen.

Anforderungen an den Aussenraum

Die Anforderungen an den Aussenraum sind sehr hoch. Um den Leistungsauftrag zu erfüllen ist ein grosszügiger Aussenbereich mit Aussenspielplatz und Aussensitzplatz für die Gastronomie eine wichtige Anforderung. Der Aussenbereich eines Gemeinschaftszentrums übernimmt zumeist eine Platz- und Zentrumsfunktion und ist entsprechend zu gestalten. Die Umgebung sollte die Möglichkeit für Ausbreitung und Aneignung bieten.

Nutzungsmix und Kopplungspotenziale

Wohnnutzungen, insbesondere Wohnungsbau-Genossenschaften, sind die idealen Komplementäre zu Gemeinschaftszentren. Genossenschaften interessieren sich ähnlich nachhaltig und langfristig für Entwicklungsprozesse in einem Quartier. Weitere ideale Ergänzungen sind die Nutzungen Kindergärten (weil es ähnliche Ansprüche gibt), Gastronomie und andere soziale Nutzungen.

Herausforderungen

Lärmemission durch Kinder können zu Nutzungskonflikten mit Anwohnern führen.

Belebungspotenzial / Beitrag zur Quartierslebendigkeit

GZ bieten niederschwellige Angebote für alle Gesellschaftsschichten und sorgen GZ fördern über Mitwirkung, Engagement und Beteiligung das Quartiersleben GZ erhöhen die Aufenthaltsqualität vor einer Mietfläche. In der Regel haben GZ grosse Aussenraumflächen dem die Funktion eines Quartierplatzes zukommt.

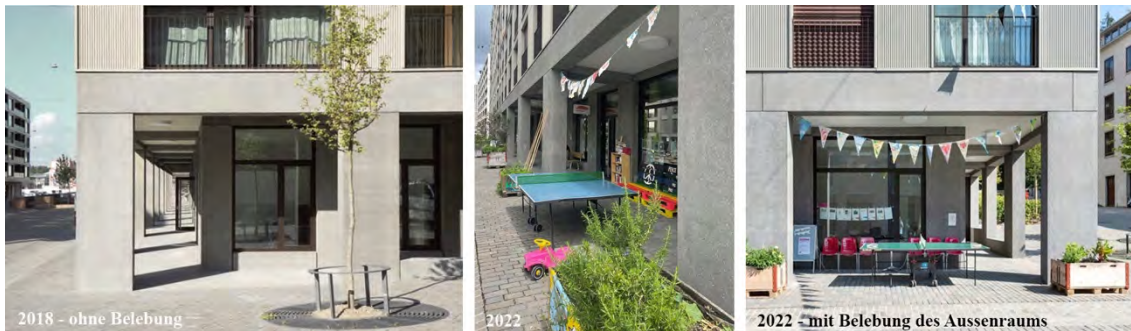


Abbildung 25: Belebung des Aussenraums. Maneggplatz, Zürich (RZU, 2018, S.13 und eigene Fotos).

Die Nutzung und Bespielung des Aussenraums, in den unterschiedlichsten Formen, sind ein grosses Potenzial der Gemeinschaftszentren zur Belebung eines Quartiers. Der grosszügige Aussenraum eines GZ übernimmt, ähnlich einem städtischen Platz, eine Zentrumsfunktion im Quartier. Er wird als Spielplatz, Fläche für Aussengastronomie und für Veranstaltungen genutzt. Gemeinschaftszentren eignen sich auch den öffentlichen Raum an. Wie beispielsweise in Abbildung 25 zu sehen, wo ein karger Stadtraum in einen Platz mit Aufenthaltsqualität transformiert wurde.

Fazit

Das besondere Potenzial der sozialen Nutzungen für die Belebung eines städtischen Quartiers liegt, basierend auf ihrem Leistungsauftrag, in der Organisation und Koordination von Mitwirkungsprozessen und der Förderung des Engagements für das Quartier. Zudem geht von sozialen Nutzungen eine nicht unerhebliche Stärkung der Aufenthaltsqualität und eine Belebung des Aussenraums aus.

3.2.5 Auswertung zur Nutzungskategorie Kulturelle Nutzungen

	Bewertungskriterium	Bewertung der Nutzungskategorie basierend auf dem jeweiligen Experteninterview
1	Flächenbedarf	Mittlerer Flächenbedarf Bibliothek, durchschnittlich: 800 m ² , minimal 250 m ²
2	Kunden- / Passantenfrequenz	Hohe Besucherfrequenzen Grosse Bibliotheken ca. 12'000 Bes. pro Mo. Kleine Bibliotheken ca. 1'000 Bes. pro Mo.
3	Nutzungszeiträume	Lange Öffnungszeiten Regulär 10:00 -19:00 Uhr Open Library: 6:00 -22:00 Uhr (7 Tage/Wo.)
4	Zahlungsbereitschaften	Mittlere Zahlungsbereitschaft marktübliche Mieten maximal 400 CHF pro m ² und Jahr

5	Bauliche Anforderungen	mittlere Anforderungen Ansprüche an Wandelbarkeit und Flexibilität
6	Flächenbedarf im Aussenraum	geringe Anforderungen - eigener separater Zugang (barrierefrei) - Sichtbarkeit - Mindestens Teilflächen im EG
7	Nutzungsmix und Kopplungspotenziale	Hohes Kopplungspotenzial Gastronomie ist der ideale Komplementär Weitere Nutzungen mit Synergien sind: Soziale Institutionen Gemeinschaftszentren Detailhandel Coworking
8	Herausforderungen	Geringe Herausforderungen Gute Erreichbarkeit muss gegeben sein
9	Belebungspotenzial / Beitrag zur Quartierslebendigkeit	hohes Belebungspotenzial Bibliothek ist Begegnungsort niederschweligen Zugang breites Angebot, breites Publikum Beitrag zum kulturellen Leben der Stadt

Tabelle 12: FACTSHEET Alternative Nutzungen – Kulturelle Nutzungen
Zusammenfassung der Erkenntnisse zur Nutzungskategorie (eigene Darstellung)

In der Nutzungskategorie Alternative Nutzungen – kulturelle Nutzungen wurde exemplarisch die Nutzung Bibliothek untersucht. Die Erkenntnisse aus dem Experteninterview zur Nutzungskategorie Kulturelle Nutzungen sind in den folgenden Absätzen zu den jeweiligen Nutzungs-Bewertungskriterien beschrieben.

Flächenbedarf

Eine neue Bibliothek braucht eine Fläche von mindestens 250 m² inkl. Nebenflächen. Die Grösse der Bibliotheken in der Stadt Zürich schwankt stark, durchschnittlich ist eine Bibliothek circa 800 m² gross. Im Idealfall liegen, aufgrund der besseren Zugänglichkeit, alle Flächen der Bibliothek auf einem Geschoss und im Erdgeschoss. Mindestens jedoch sollten der Empfang und die Begegnungszone (Lese- und Aufenthaltszone) im Erdgeschoss liegen. Die Lage dieser Flächen im EG erhöht die optische Wahrnehmung und Sichtbarkeit der Bibliothek.

Kunden- / Passantenfrequenz

Die Besucherzahl ist stark standortabhängig. Gute Standorte haben 12'000 Besucher pro Monat. Es gibt keine benötigte Mindestanzahl Besucher. Auch sind Bibliotheken unabhängig von der Passantenfrequenz.

Nutzungszeiträume

Die meisten Bibliotheken haben reguläre Öffnungszeiten, wochentags zwischen 10 -19 Uhr. Das Ziel der Bibliotheken ist es zukünftig 7 Tage die Woche von 6:00 bis 22:00 Uhr zu öffnen. An einzelnen Standorten ist das Konzept der unbedienten Ausleihe in den Randzeiten bereits etabliert. Vorhandene Flächen sollen effizient genutzt werden und zur Verfügung gestellt werden.

Zahlungsbereitschaft

Die maximale Zahlungsbereitschaft beträgt 400 CHF pro m² und Jahr. Im Durchschnitt wird eine Miete von 204 CHF pro m² und Jahr gezahlt. Bibliotheken sind non-profit Organisationen sie zahlen aber marktübliche Mieten.

Bauliche Anforderungen

Bibliotheken haben eher geringe bis mittlere bauliche Anforderungen. Der gesellschaftliche Wandel (u.a. die Digitalisierung) erfordern das sich die Bibliotheken ständig an neue Bedürfnisse anpassen und ihre Betriebsform darauf abstimmen. Entsprechend muss auch die bauliche Struktur grösstmögliche Wandelbarkeit und Flexibilität bieten. Ausserdem ist die architektonische Qualität der Mietfläche wichtig. Grosszügige und helle Bibliotheksflächen sind gefragt.

Anforderungen an den Aussenraum

Diese Nutzung hat keine Anforderungen an den Aussenraum direkt, aber Anforderungen an die Erschliessung und Sichtbarkeit. Die Bibliothek als öffentlicher Ort muss barrierefrei erschlossen sein. Die Bibliothek muss eine gute ÖV Erschliessung haben.

Nutzungsmix und Kopplungspotenziale

Gastronomie ist der ideale Komplementär (Ergänzung) zur Bibliotheksnutzung. Diese Nutzungskombination, mit einem externen Gastronomiebetreiber für eine interne Fläche, gibt es bereits mit Lesecafés in verschiedenen Bibliotheken in der Schweiz. Dies stärkt die Bibliothek als Begegnungs- und Kommunikationsort und fördert so, zusammen mit den Vorteilen der Gastronomie, die Aufenthaltsqualität in und im Nahbereich der Bibliothek. Weitere Nutzungen mit Kopplungspotenzial zur Bibliotheksnutzung sind: soziale Institutionen, Gemeinschaftszentren (ähnliches Zielpublikum), Detailhandel (Beispiel PBZ Sihlcity) und Coworking.

Herausforderungen

Es sind keine wesentlichen Herausforderungen bekannt.

Belegungspotenzial / Beitrag zur Quartierslebendigkeit

Die erweiterten Nutzungszeiträume der Bibliotheken durch das Konzept der ‘open library’ fördern die Belegung des Quartiers auch ausserhalb der Standard-Öffnungszeiten.

Fazit

Das besondere Potenzial der kulturellen Nutzungen und insbesondere der Nutzung Bibliothek für die Belegung eines städtischen Quartiers liegt, basierend auf ihrem Leistungsauftrag, in ihrem Angebot und niederschweligen Zugang für breite Gesellschaftsschichten. Bibliotheken erhöhen die Angebotsvielfalt und fördern ein aktives Stadtleben als Anziehungspunkt für breite und diverse Gesellschaftsschichten.

3.2.6 Auswertung zur Nutzungskategorie Bildungseinrichtungen

	Bewertungskriterium	Bewertung der Nutzungskategorie basierend auf dem jeweiligen Experteninterview
1	Flächenbedarf	Mittlerer Flächenbedarf Kindergarten, minimal: 165 m ²
2	Kunden- / Passantenfrequenz	Geringe Besucherfrequenzen 460 Personen pro Monat Keine Abhängigkeit von Passantenfrequenzen
3	Nutzungszeiträume	Schwierige Nutzungszeiträume Regulär: wochentags, vormittags an 13 von 52 Wochen geschlossen
4	Zahlungsbereitschaften	Mittlere Zahlungsbereitschaft marktübliche Mieten durchschnittlich 260 CHF pro m ² und Jahr
5	Bauliche Anforderungen	geringe Anforderungen zusammenhängende Räume
6	Flächenbedarf im Aussenraum	Hohe Anforderungen grosse, direkt zugängliche Aussenraumfläche Durchschnittlich ca. 300 m ² Spielplatzfläche
7	Nutzungsmix und Kopplungspotenziale	Mittlere Kopplungspotenziale Attraktivitätssteigerung von Wohnnutzungen
8	Herausforderungen	Mittlere Herausforderungen Allfällige Nutzungskonflikte durch Lärm
9	Belegungspotenzial / Beitrag zur Quartierslebendigkeit	Mittleres Belegungspotenzial Belegung von weniger frequentierten Lagen

Tabelle 13: FACTSHEET Bildungseinrichtungen

Zusammenfassung der Erkenntnisse zur Nutzungskategorie (eigene Darstellung)

Als Erkenntnis aus dem Experteninterview zur Nutzungskategorie Bildungsbauten hat sich ergeben das in dieser Abschlussarbeit vorrangig die Nutzungen Kindergarten und Hort zu untersuchen. Diese sind am ehesten, aufgrund ihrer Grösse, in eine Erdgeschosszone integrieren und lassen sich auf das EG beschränken. Schulbauten dagegen haben einen grossen Flächenbedarf, der sich im Rahmen einer normal parzellierten neuen Quartiersentwicklung nur schwer ausschliesslich im EG verwirklichen lässt. Die Erkenntnisse aus dem Experteninterview zur Nutzungskategorie Bildungseinrichtungen sind in den folgenden Absätzen zu den jeweiligen Nutzungs-Bewertungskriterien beschrieben.

Flächenbedarf

Der Flächenbedarf für Schulen und Kindergärten wird durch die kantonalen Schulbaurichtlinien definiert. Zusammen mit den nötigen Neben- und Erschliessungsflächen hat ein Kindergarten, für 1 Kindergartenklasse, einen Mindestfläche von 165m². Ein Richtwert für den durchschnittlichen Flächenbedarf eines Betreuungs-Horts sind 5 m²/ Person (resp. pro Kind). Ein durchschnittlicher Hort hat einen Flächenbedarf von 218 m².

Kunden- / Passantenfrequenz

Kunden- oder Passantenfrequenzen sind keine geeigneten Messgrössen für Bildungseinrichtungen. Eine durchschnittliche Klassengrösse sind 22 Kinder und 1 Betreuungsperson. Daraus ergibt das eine Personenfrequenz von 460 Personen pro Monat. Der Bedarf für einen Kindergarten ermittelt sich über die Anzahl Einwohner in einem Einzugsgebiet. Als Richtwert kann man von 1-2% Kindergarten-Kinder der Gesamteinwohnerzahl in einem Einzugsgebiet ausgehen. Das Einzugsgebiet ist definiert durch den maximalen Schulweg von 1-1.5 km.

Nutzungszeiträume

Die Nutzungszeiträume sind eher eingeschränkt und reduziert. Der Kindergarten wird vorwiegend am Vormittag, teils auch nachmittags genutzt. Der Hort wird nur nachmittags genutzt. In den Schulferien, während 13 Wochen im Jahr, bleibt der Kindergarten geschlossen.

Zahlungsbereitschaft

Es werden marktübliche Mieten gezahlt. Mietreduktionen für die Nutzungsart Bildung gibt es nicht. Zu hohe Mieten können politisch nicht gerechtfertigt werden. Im Durchschnitt wird eine Miete von circa 260 CHF pro m² und Jahr gezahlt.

Bauliche Anforderungen

Insgesamt haben die Nutzungen Kindergarten und Hort eher tiefe bauliche Anforderungen an das Gebäude. Die Anforderungen sind etwa vergleichbar mit Büroflächen und Retailflächen. Die Anforderungen sind: zusammenhängende Räume, Raumhöhe mindestens 3.00m, die Erschliessung und alle Räume müssen barrierefrei gestaltet sein, die Anlieferung für die Küche im Hort (Mittagstisch) muss möglich sein.

Anforderungen an den Aussenraum

Die Nutzungen Kindergarten und Hort haben sehr hohe Anforderungen an die Umgebung. Jeder Kindergarten braucht einen eigenen Aussenraum für einen Spielplatz. Die Aussenraumfläche sollte etwa dem 2-fachen der Klassenzimmergrösse entsprechen. Durchschnittlich braucht ein Doppel-Kindergarten etwa 300 m² Aussenraumfläche. Der Aussenraum muss direkt erschlossen werden können. Zudem haben Kindergarten und Hort hohe Anforderungen an die Erschliessung und Zugänglichkeit. Wichtig ist eine einfache und auffindbare Erschliessung die von der Erschliessung des restlichen Gebäudes getrennt ist. Die Erschliessung muss barrierefrei und verkehrssicher sein.

Nutzungsmix und Kopplungspotenziale

Jede andere Nutzung ist kompatibel mit Bildungseinrichtungen.

Herausforderungen

Die Herausforderungen der Nutzung sind die Aussenraumfläche und die Lärmemissionen. Die Spielplatz Nutzung durch die Kinder erzeugt Lärmemissionen. Häufig gibt es deshalb Nutzungskonflikte mit Wohnnutzungen.

Belegungspotenzial / Beitrag zur Quartierslebendigkeit

Kindergärten und Hort Betreuungen funktionieren unabhängig von der Passantenfrequenz am Standort. Das Potenzial liegt darin das Kindergärten und Horte auch in weniger frequentierten Lagen (Nebenstrassen) angeordnet werden können und diese selbst beleben können.

Fazit

Das besondere Potenzial der Nutzung Bildungseinrichtungen und insbesondere der Kindergärten und Betreuungshorte für die Belegung eines städtischen Quartiers liegt in der Attraktivitätssteigerung einer mischgenutzten Wohnsiedlung. Ausserdem prädestinieren die baulichen Anforderungen an die Erschliessung und die Umgebung eine Lage von Kindergarten und Hort in einer Erdgeschosszone.

3.2.7 Auswertung zur Nutzungskategorie Kreativwirtschaft

	Bewertungskriterium	Bewertung der Nutzungskategorie basierend auf dem jeweiligen Experteninterview
1	Flächenbedarf	Geringer Flächenbedarf Es werden eher kleine Flächen benötigt Durchschnittlich 100 m ²
2	Kunden- / Passantenfrequenz	Geringe Kundenfrequenzen Es wird keine Passantenfrequenz benötigt
3	Nutzungszeiträume	Reguläre Nutzungszeiträume
4	Zahlungsbereitschaften	Mittlere Zahlungsbereitschaft marktübliche Mieten durchschnittlich 300 CHF pro m ² und Jahr.
5	Bauliche Anforderungen	Mittlere Anforderungen Flächen vornehmlich im Vollausbau Hohe Transparenz und gute Belichtung
6	Flächenbedarf im Aussenraum	Geringe Anforderungen
7	Nutzungsmix und Kopplungspotenziale	Geringe Kopplungspotenziale
8	Herausforderungen	Geringe Herausforderungen
9	Belebungspotenzial / Beitrag zur Quartierslebendigkeit	Hohes Belebungspotenzial - aktive Mitwirkung an Quartiersbelebung - first mover, idealer erster Mieter im Quartier - identitätsstiftend für das Quartier

Tabelle 14: FACTSHEET Bildungseinrichtungen
Zusammenfassung der Erkenntnisse zur Nutzungskategorie (eigene Darstellung)

Flächenbedarf

Der Flächenbedarf der untersuchten Nutzung Architekturbüro, als Teil der Kreativwirtschaft, lässt sich vergleichen mit dem Bedarf einer konventionellen Büronutzung. Die Flächen werden als kommunikationsförderndes Grossraumbüro genutzt. Die Flächengrösse definiert sich über die Anzahl Arbeitsplätze. Gemäss Arbeitsgesetz (ArG) rechnet man theoretisch mit einer Fläche von 8 m² pro Arbeitsplatz in einem Grossraumbüro. Als Praxiserfahrung ist von 12 m² pro Arbeitsplatz (inklusive Verkehrsflächen) auszugehen. Für ein Architekturbüro durchschnittlicher Grösse werden mindestens 100 m² vermietbare Fläche angenommen. Dabei sind die

Erweiterbarkeit und Flächenflexibilität sehr wichtig. Je nach Auftragslage kann sich die Anzahl der benötigten Arbeitsplätze in der Kreativwirtschaft schnell ändern.

Kunden- / Passantenfrequenz

Es ist keine Kundenfrequenz erforderlich und es wird so gut wie keine Kundenfrequenz generiert. Die Anzahl Kunden beschränkt sich auf wenige Personen pro Tag.

Nutzungszeiträume

Die Mietfläche wird zu den Standard-Büroarbeitszeiten während der Woche genutzt. Es ergibt sich kein Vorteil aus den Nutzungszeiträumen für die Belegung.

Zahlungsbereitschaft

Die Zahlungsbereitschaft wird als durchschnittlich angenommen. Es gibt einen zunehmenden Anspruch der Kreativwirtschaft bei der Standortwahl hinsichtlich Zentralität, Erreichbarkeit, Qualität des Umfelds und Image des Quartiers. (Klaus, 2008, S. 24 und Experteninterview Kreativwirtschaft). Gemäss Experteninterview liegt die Zahlungsbereitschaft bei cirka 300 CHF pro m² und Jahr.

Bauliche Anforderungen

Die Anforderungen an eine Mietfläche sind zahlreich, bewegen sich aber qualitativ eher im mittleren Bereich im Vergleich zu anderen Nutzungen. Die Flächen für Architekturbüros und Künstlerateliers sollten für deren kreative Arbeit eine attraktive, angenehme und Kreativität fördernde Arbeitsumgebung schaffen. Hohe Raumhöhen sind wichtig für eine helle, grosszügige Bürofläche. Kleine Architektur- und Planungsbüros übernehmen die Mietfläche gern im Ausbaustandard Vollausbau. Die Kosten für einen aufwendigen Mieterausbau (z.B. Lüftung, Teeküche und WCs) sind für kleine Büros zu hoch. Die Belichtung der Arbeitsplätze ist wichtig. Die Mietfläche sollte grosszügig verglast sein. Ausserdem erhöht eine transparente Fassade die Kommunikation zwischen innen und aussen.

Anforderungen an den Aussenraum

Es ist nicht zwingend ein der Mietfläche zugewiesener Aussenraum notwendig. Allerdings ergeben sich aus der Lage im Erdgeschoss Möglichkeiten den öffentlichen Raum mitzubeneutzen und zu bespielen. Die Kreativwirtschaft und insbesondere Architektur- und Stadtplanungsbüros als stadtaffine Nutzer haben ein Interesse an einem belebten Stadtraum und eignen sich den öffentlich Raum gern, zum Beispiel mittels Sitzgelegenheiten und Pflanzkästen, an.

Nutzungsmix und Kopplungspotenziale

Die Gesamtattraktivität des Umfelds ist wichtig, deshalb sind Gastronomie und Detailhandel die idealen Nachbarsmieter.

Herausforderungen

Es sind keine besonderen Herausforderungen bekannt.

Belebungspotenzial / Beitrag zur Quartierslebendigkeit

Eine allfällige kuratierte Ansiedlung von Unternehmen der Kreativwirtschaft in der Startphase eines neu entwickelten urbanen Quartiers kann identitätsstiftend wirken. So können kuratierte Clusterbildungen mit Unternehmen aus dem Bereich der Kreativwirtschaft das Image eines Quartiers prägen.

Die Transparenz der Mietfläche und die Aneignung des öffentlichen Raums führen über die sogenannte ‘soziale Kontrolle’ zu einem gesteigerten Sicherheitsempfinden im Quartier und damit zur Erfüllung eines, gemäss Jan Gehl (Abbildung 7, Kapitel 2.2.1), wichtigen Kriteriums zur Belebung des städtischen Raums.

Architektur und andere Planungsbüros sind durch ihre hohe Affinität zum Thema städtischer Raum viel sensibler für Themen der Belebung des Quartiers. Das Engagement für das Quartier und die Nachbarschaft ist hoch. Sie können ihr Verständnis und Fachkenntnis zum städtischen Raum einbringen.

Fazit

Das besondere Potenzial der Nutzung Kreativwirtschaft für die Belebung eines städtischen Quartiers liegt in der Rolle als Initiator städtischer Belebung und als first mover in neu entwickelten Quartieren in der Startphase. Die Nutzung ist stadtaffin, frei von möglichen Nutzungskonflikten und die Anforderungen an die Mietflächen sind im mittleren Bereich.

3.2.8 Auswertung zur Nutzungskategorie Gesundheitswesen

	Bewertungskriterium	Bewertung der Nutzungskategorie basierend auf dem jeweiligen Experteninterview
1	Flächenbedarf	Mittlerer Flächenbedarf Apotheken min. 160 m ² (inkl. Nebenflächen) Ärztzentrum ca 380 m ² (inkl. Nebenflächen)
2	Kunden- / Passantenfrequenz	Mittlere Kundenfrequenzen Apotheke: 10'000 Kunden pro Monat Arztpraxen: Bedarf nach Einzugsgebiet

3	Nutzungszeiträume	Lange Nutzungszeiträume 12 Stunden pro Tag Reguläre Öffnungszeiten + Notfalldienste
4	Zahlungsbereitschaften	Mittlere Zahlungsbereitschaft marktübliche Mieten durchschnittlich 350 CHF pro m2 und Jahr.
5	Bauliche Anforderungen	Mittlere Anforderungen Wenig Anforderungen an den GAB, viele Anforderungen an den MAB
6	Flächenbedarf im Aussenraum	Geringe Anforderungen Barrierefreie Erschliessung Sichtbarkeit im Aussenraum Gute ÖV-Erschliessung
7	Nutzungsmix und Kopplungspotenziale	Hohe Kopplungspotenziale Perfekte Nutzungskombination zwischen Apotheke und Arztpraxis
8	Herausforderungen	Mittlere Herausforderungen Erschwerte rechtliche Rahmenbedingungen und Regulationen
9	Belebungspotenzial / Beitrag zur Quartierslebendigkeit	Mittleres Belebungspotenzial - Grundversorgung - Nutzungsdiversität - breite Zielgruppe

Tabelle 15: FACTSHEET Dienstleistungsnutzung - Gesundheitswesen
Zusammenfassung der Erkenntnisse zur Nutzungskategorie (eigene Darstellung)

In der Nutzungskategorie Dienstleistungsnutzung Gesundheitswesen wurde exemplarisch eine Nutzungskombination aus Apotheke, Arztpraxis und Café innerhalb eines Betriebs untersucht. Das interviewte Unternehmen wurde gewählt, weil es eine in der Schweiz seltene aber zukunftsfähige Nutzungskombination hat. Das Unternehmen wird als best-practice Lösung für Nutzungskombinationen gesehen. Die Erkenntnisse aus dem Experteninterview zur Nutzungskategorie Gesundheitswesen werden in den folgenden Absätzen zu den jeweiligen Nutzungs-Bewertungskriterien wieder gegeben.

Flächenbedarf

Der Flächenbedarf der Teilbereiche Arztpraxis und Apotheke liegt im mittleren Bereich. Apotheken haben inklusive der Nebenflächen einen Flächenbedarf von mind. 160 m2. Das Ärztezentrum haben inklusive der Nebenflächen einen Flächenbedarf von mind. 380 m2. Die Nebenflächen (Büro, Garderoben, Lager, Empfang, Labor, etc.) haben einen relativ grossen Flächenanteil an der Gesamtfläche. Die durchschnittliche reine

Verkaufsfläche einer Apotheke liegt bei nur 60m², die benötigten Nebenflächen liegen bei minimal 100 m².

Kunden- / Passantenfrequenz

Für die Nutzung Apotheke ist keine benötigte Kundenfrequenz bekannt. Als grober Richtwert können 10'000 Kunden pro Monat als benötigte Kundenfrequenz einer Apotheke angenommen werden. Für Arztpraxen ist keine benötigte Kundenfrequenz bekannt. Zur Bedarfsermittlung für eine Arztpraxis ist das Einzugsgebiet, der Standort und die vorhandene Konkurrenz entscheidend.

Nutzungszeiträume

Konzeptbedingt haben alle 3 Bereiche (Arztpraxis, Apotheke und Café) die gleichen Öffnungszeiten. Die Öffnungszeiten sind wochentags während 12 Stunden, sowie an Samstagen. Die Öffnungszeiten sind stark auf die Zielgruppe Beschäftigte und Pendler ausgerichtet. Neben den regulären Öffnungszeiten gibt es noch Notdienste.

Zahlungsbereitschaft

Eine maximale Zahlungsbereitschaft ist nicht bekannt. Als grober Richtwert können circa 350 CHF pro m² und Jahr angenommen werden.

Bauliche Anforderungen

Eine Arztpraxis hat geringe bauliche Anforderungen. Apotheken haben geringe Anforderungen an den GAB aber hohe Anforderungen an den MAB. Die Anforderungen sind räumlicher Art (Arzneimittel-Herstellungslabor, Beratungsraum), technischer Art, sowie hinsichtlich Brandschutz und Hygieneanforderungen.

Anforderungen an den Aussenraum

Es gibt keine Anforderungen an Flächen im Aussenraum. Erhöhte Anforderungen gibt es an die Sichtbarkeit bei Apotheken (Notfalldienste müssen erkennbar sein) und die Erschliessung. Eine gute ÖV-Erschliessung ist wichtig. Die Erschliessung muss barrierefrei.

Nutzungsmix und Kopplungspotenziale

Aus der Nutzungskombination von Apotheke, Arztpraxis und Café ergeben sich vielfältige Synergien. Unter anderem sind das:

1. Synergien gibt es durch die Nutzung gemeinsamer Flächen (Büros, Aufenthaltsräume, Garderoben) und Infrastrukturen (z.B. Sterilisator Gerät).

2. Durch einen gemeinsamen Auftritt und Aussendarstellung profitiert die Arztpraxis von der Bekanntheit und dem Wiedererkennungseffekt des Standorts trotz des Werbeverbots für Arztpraxen.

3. Das Café ist eine Erweiterung des Wartebereichs und ein Anknüpfungspunkt ins Quartier. Es steigert die Bekanntheit und verbessert das Image. Das Café ist ein Attraktor für das Walk-In Konzept der Arztpraxis. Alle drei Nutzungen haben das Ziel eines möglichst niederschweligen Zugangs. Die Querfinanzierung des eher defizitären Cafés erfolgt durch die Arztpraxis und Apotheke

4. Das Kopplungspotenzial von Apotheke und Arztpraxis bringt Zeitersparnis für den Kunden. Synergien ergeben sich durch die Ergänzung der Leistungsangebote. Die Apotheke entlastet beispielsweise die Arztpraxis mit Walk-In Konzept durch ihr Beratungsangebot.

Herausforderungen

Eine Herausforderung sind die erschwerten rechtlichen Rahmenbedingungen bei einer Nutzungsmischung. Die Nutzungsmischung bedingt eine «Grosshandelszulassung» diese wiederum bedingt einen erheblichen administrativen Aufwand. Es gibt erhöhte Vorschriften und Inspektionen aus den verschiedensten Bereichen wie Lebensmittelrecht, Arbeitsrecht, Informationssicherheit und Brandschutz.

Belegungspotenzial / Beitrag zur Quartierslebendigkeit

Apotheken und Arztpraxen gehören zur Grundversorgung eines Quartiers. Sie erhöhen die Angebotsvielfalt und die Nutzungsdiversität in einem Quartier.

Fazit

Das besondere Potenzial der Nutzung Gesundheitswesen für die Belegung eines städtischen Quartiers liegt in der Grundversorgung des Quartiers mit medizinischen Dienstleistungen und in der Erhöhung der Passantenfrequenz. Die Kombination mit einem Café steigert zudem die Aufenthaltsqualität und Belegung im Quartier.

3.2.9 Auswertung zur Nutzungskategorie Gastronomie

	Bewertungskriterium	Bewertung der Nutzungskategorie basierend auf dem jeweiligen Experteninterview
1	Flächenbedarf	Mittlerer Flächenbedarf Café-Bar inkl. Nebenflächen mind. 200 m ²
2	Kunden- / Passantenfrequenz	Hohe Kundenfrequenzen Café-Bar: 5'000 – 10'000 Kunden pro Monat

		Bistro: 3'000 – 5'000 Kunden pro Monat Restaurant: 2'000 – 4'000 Kunden pro Monat Gastronomie = Frequenzhalter
3	Nutzungszeiträume	Lange Nutzungszeiträume bei Ganztagesöffnung
4	Zahlungsbereitschaften	Mittlere Zahlungsbereitschaft durchschnittlich 200 – 400 CHF pro m2 und Jahr
5	Bauliche Anforderungen	Sehr hohe Anforderungen - Anlieferung - Technischer Ausbau - Wandelbarkeit und Flächenflexibilität
6	Flächenbedarf im Aussenraum	Hohe Anforderungen - Flächen für Aussengastronomie - Hohe atmosphärische Qualität
7	Nutzungsmix und Kopplungspotenziale	Hohe Kopplungspotenziale - Perfekter Partner für jede Nutzung - Detailhandel - Büro- und Wohnnutzungen
8	Herausforderungen	Mittlere Herausforderungen - Passantenfrequenz als Erfolgskriterium - Komplexität des Bau- / Ausbaivorhabens - Lärmproblematik
9	Belebungspotenzial / Beitrag zur Quartierslebendigkeit	Hohes Belebungspotenzial - stärkt die Aufenthaltsqualität - Sichtbezüge, Transparenz zur Mietfläche - Frequenzhalter

Tabelle 16: FACTSHEET Gastronomie

Zusammenfassung der Erkenntnisse zur Nutzungskategorie (eigene Darstellung)

Die Erkenntnisse aus dem Experteninterview zur Nutzungskategorie Gastronomie sind in den folgenden Absätzen zu den jeweiligen Nutzungs-Bewertungskriterien beschrieben.

Flächenbedarf

Der Flächenbedarf in der Gastronomie ist sehr stark konzeptabhängig. Das kleinstmögliche Gastronomieformat ist eine Kaffeebar, der minimale Flächenbedarf sind hier 200 m2, inklusive den rückwärtigen Servicebereichen. Der Fachexperte bestätigt das der Trend zu kleinen, kompakten und zukunftsfähigen Gastronomieformaten und damit zu einem kleineren Flächenbedarf geht.

Kunden- / Passantenfrequenz

Die Nutzungskategorie Gastronomie benötigt hohe Kundenfrequenzen für einen wirtschaftlichen Betrieb. Auch sind die Anforderungen an die Passantenfrequenzen an einem Standort sehr hoch, da die Gastronomie zu grossen Teilen auf Laufkundschaft angewiesen ist. Man kann davon ausgehen das etwa 10% aller Passanten Gäste werden. Der befragte Fachexperte sieht entsprechend die Gastronomie auch nicht in der Funktion als Frequenzbringer, wie es sonst oft genannt wird, sondern in der Rolle des Frequenzhalters an einem Standort. Schätzwerte für die benötigten Kundenfrequenzen der unterschiedlichen gastronomischen Formate sind:

- Café-Bar: 5'000 – 10'000 Kunden pro Monat
- Bistro: 3'000 – 5'000 Kunden pro Monat
- Restaurant: 2'000 – 4'000 Kunden pro Monat

Der Unterschied ergibt sich aus dem Konsumverhalten der Gäste. In einem Restaurant liegt der durchschnittliche Umsatz je Gast höher als in einem Bistro oder Café.

Nutzungszeiträume

Idealerweise wird von der Gastronomie erwartet das sie ein Quartier während der Ladenöffnungszeiten aber auch in den Randzeiten und am Wochenende belebt. Dafür ist eine Ganztagesöffnung und entsprechend auch eine Ganztagesnachfrage notwendig. Eine Ganztagesnachfrage wird nur in Quartieren mit einer Mischnutzung von Wohnen und Arbeiten erreicht.

Zahlungsbereitschaft

Die maximale Zahlungsbereitschaft entspricht i.d.R. circa 10% des Umsatzes. Als grober Richtwert kann an einem durchschnittlich guten Standort von einer Gesamtmiete (Sockelmiete und Umsatzmiete) von im Durchschnitt 200 – 400 CHF/ m² und Jahr ausgegangen werden. Je nach Lage sind auch wesentlich höhere Mieten möglich.

Bauliche Anforderungen

Es handelt sich um hohe Anforderungen an die Mietfläche. Die Gastronomienutzung erhöht die Komplexität eines Bauvorhabens massiv. Unter anderem müssen folgende Punkte in der Planung berücksichtigt werden: Anlieferung, Entsorgung, technische Ausbauten (insbesondere Lüftung), Raumhöhe und Wandelbarkeit. Die Wandelbarkeit als Erfolgsprofil wird im Kapitel 3.2.12 beschrieben. Die Flächen werden im Ausbaustandard Edelrohbau übernommen und alle Ausbauten erfolgen durch den Mieter. Auf Grund der hohen MAB-Kosten gibt es häufig Mietincentives. Die

wesentlichen baulichen Anforderungen an den GAB sollten am Anfang der Planung berücksichtigt werden.

Anforderungen an den Aussenraum

Die Flächen für Aussengastronomie sind eine entscheidende Anforderung an einen Standort. Der Flächenbedarf im Aussenbereich entspricht etwa dem Flächenbedarf des Gästebereichs im Innenraum. Die Aussengastronomie ist umsatzrelevant - wird dieses Flächenverhältnis nicht berücksichtigt ist in den Sommermonaten mit Umsatzeinbussen für den Betreiber der Gastronomie zu rechnen.

Nutzungsmix und Kopplungspotenziale

Ideale Nachbarsmieter sind alle Nutzungen die die Passantenfrequenz an einem Standort erhöhen. So werden im Experteninterview folgende ideale Nachbarsnutzungen genannt: Kultur, Bildung, Detailhandel, Büro und Wohnen (sofern die Nutzungsaufteilung im Quartier mindestens 50/50 ist) und Gastronomie.

Herausforderungen

Die Passantenfrequenz ist das entscheidende Kriterium für den wirtschaftlichen Betrieb eines gastronomischen Angebots. Falsch eingeschätzte Passantenfrequenzen in einem Quartier sind die grösste Herausforderung.

Belegungspotenzial / Beitrag zur Quartierslebendigkeit

Der Beitrag der Nutzung Gastronomie zur Quartierslebendigkeit ist sehr hoch. Insbesondere die Aussengastronomie fördert die Aufenthaltsqualität im städtischen Raum. Ausserdem liegen die Potenziale der Nutzung in der Rolle des Frequenzhalters, in den langen Nutzungszeiträumen und in der Funktion als perfekter Partner mit Kopplungspotenzialen zu jeder Nutzung.

Fazit

Das besondere Potenzial der Nutzung Gastronomie für die Belegung eines städtischen Quartiers liegt in der Stärkung der Aufenthaltsqualität und der Belegung des Aussenraums.

3.2.10 Auswertung zur Nutzungskategorie Gewerbe und urbane Produktion

	Bewertungskriterium	Bewertung der Nutzungskategorie basierend auf dem jeweiligen Experteninterview
1	Flächenbedarf	Mittlerer Flächenbedarf Mindestens 300 - 400m ²
2	Kunden- / Passantenfrequenz	Geringe Kundenfrequenzen Je nach Konzept sehr unterschiedlich Zwischen 70 – 1'000 Kunden pro Monat
3	Nutzungszeiträume	Mittlere Nutzungszeiträume Je nach Konzept sehr unterschiedlich
4	Zahlungsbereitschaften	Geringe max. Zahlungsbereitschaft Zwischen 120 - 340 CHF pro m ² und Jahr. Zusatznutzungen für Tragfähigkeit
5	Bauliche Anforderungen	Sehr hohe Anforderungen - Technische & regulatorische Anforderungen - Anlieferung, Raumhöhe - Grundrisslayout und Flächenflexibilität
6	Flächenbedarf im Aussenraum	Geringe Anforderungen
7	Nutzungsmix und Kopplungspotenziale	Hohe Kopplungspotenziale - Perfekte Nutzungskombination zw. Gewerbe-/ Gastronomie-/ Eventnutzung - Nutzungssynergien innerhalb der Branche - zum Detailhandel
8	Herausforderungen	Hohe Herausforderungen Nutzungskonflikte zu Wohnnutzungen - Lärmemission und Geruchemissionen Standortwahl und geeignete Flächen
9	Belebungspotenzial / Beitrag zur Quartierslebendigkeit	Hohes Belebungspotenzial - Frequenzbringer (bei zusätzl. Eventnutzung) - Identitätsstiftend (Destinationscharakter) - Nutzungsdiversität und Angebotsvielfalt

Tabelle 17: FACTSHEET Gewerbe und urbane Produktion

Zusammenfassung der Erkenntnisse zur Nutzungskategorie (eigene Darstellung)

In der Nutzungskategorie Gewerbe und urbane Produktion wurden exemplarisch zwei Unternehmen gewählt die als KMU innerhalb der Stadt Zürich produzieren. Interviewt wurde ein Destillerie-Betrieb in Zürich-Albisrieden und ein Fleischerei-Fachbetrieb in Zürich-Oerlikon. Beide vereinen Produktion und Verkauf bzw. Produktion, Gastronomie und Veranstaltungsräume an einem Standort. Die Erkenntnisse aus dem

Experteninterviews zur Nutzungskategorie Gewerbe und urbane Produktion sind in den folgenden Absätzen zu den jeweiligen Nutzungs-Bewertungskriterien beschrieben.

Flächenbedarf

Der Flächenbedarf der untersuchten Unternehmen aus der Nutzungskategorie Gewerbe und urbane Produktion liegen im mittleren Bereich. Die beispielhaft untersuchten Unternehmen haben einen Flächenbedarf von 410 m² und 200 m². Der Flächenbedarf ist abhängig vom Betriebskonzept und kann durchaus grösser sein als bei den untersuchten Unternehmen. Grob lassen sich folgende klar getrennte Teilflächenbereiche unterscheiden: Produktion, Büro, Verkauf und Gastronomie. In der Regel sind Produktionsbetriebe ebenerdig. Lager und Logistikflächen können auch ausserhalb des urbanen Produktionsstandorts sein.

Kunden- / Passantenfrequenz

Je nach Konzept des Gewerbebetriebs ergeben sich sehr unterschiedliche mögliche Kundenfrequenzen. Ein Produktionsbetrieb mit angegliedertem Verkaufsbereich und reduzierten Öffnungszeiten hat circa 70 Kunden pro Monat, ein Produktionsbetrieb der seine Flächen zusätzlich für gastronomische Nutzungen, Workshops und Veranstaltungen nutzt hat circa 1'000 Kunden pro Monat. Gewerbebetriebe sind in der Regel nicht auf Passantenfrequenzen angewiesen. Bei den Kunden handelt es sich nicht um Laufkundschaft.

Nutzungszeiträume

Ebenfalls sind die Nutzungszeiträume je nach Konzept des Gewerbebetriebs sehr unterschiedlich und können nicht vereinheitlicht angegeben werden. Interessant ist das es das Ziel der Nutzungskombination Produktion, Büronutzung, Gastronomie und Veranstaltungsräume ist, die Nutzungszeiträume deutlich zu verlängern. Die vorhandenen Flächen werden so effizient und teils zeitlich versetzt, teils doppelt genutzt.

Zahlungsbereitschaft

Die maximale Zahlungsbereitschaft von Unternehmen der Nutzungskategorie Gewerbe und urbane Produktion ist gering. Urbane Produktionsflächen sind mit sehr hohen Standortkosten verbunden, die nur über zusätzliche Nutzungen wie Verkauf, Gastronomie oder Events querfinanziert werden können. Die maximale Zahlungsbereitschaft liegt zwischen 120 - 340 CHF pro m² und Jahr.

Bauliche Anforderungen

Produktionsbetrieb haben sehr hohe Anforderungen an eine Mietfläche. Dies sind unter anderem technische Anforderungen (Lüftung), regulatorische Vorgaben (Lebensmittelhygiene) und insbesondere bauliche Anforderungen wie Anlieferung und maximierte Raumhöhe. Die Anlieferung per Lastwagen muss möglich sein. Lebensmittelbetriebe haben auf Grund der Hygiene- und Lebensmittelvorschriften nochmals höhere Anforderungen als normale Gewerbeunternehmen.

Der Ausbaustandard bei Übergabe an den Mieter ist Rohbau. Die Flächen werden i.d.R. ab Rohbau übernommen und die gesamten speziellen Ausbauten, u.a. nach den Anforderungen des Lebensmittelrechts, erfolgen durch den Mieter.

Die wichtigste Anforderung an die Mietfläche ist die Flexibilität. Die Fläche muss wandelbar sein und auf die Bedürfnisse und wechselnde Konzepte des Mieters anpassbar sein. Es wird ein hoher Gestaltungsspielraum beim Ausbau und Grundrisslayout erwartet. Das Nutzungskonzept mit der Kombination von Produktion und Veranstaltungsräumlichkeiten muss im Grundrisslayout umsetzbar sein. Das Grundrisslayout muss durch den Mieter selbst und frei definiert werden können. Bauliche Anforderungen wie eine Abtrennbarkeit einzelner Bereiche (Veranstaltungszu Büro- zu Produktionsbereich) müssen möglich sein. Dabei sind Details wie Brandschutz und Fassadenwandanschlüsse bereits im GAB zu berücksichtigen.

Anforderungen an den Aussenraum

Für den Produktionsbetrieb sind keine Flächen im Aussenraum notwendig. Es gibt aber erhöhte und spezielle Anforderungen an Schaufensterfläche, Transparenz und Sichtbarkeit im Aussenraum. Wie stark konzeptabhängig die Anforderungen sind zeigen die Beispiele der zwei interviewten Unternehmen. Ein Fleischerei-Fachbetrieb braucht nur wenig Schaufensterfläche und diese sollte am besten nach Norden ausgerichtet sein (wenig direkte Sonneneinstrahlung). Dagegen ist die Sichtbarkeit der Mietfläche auf der Erdgeschossenebene für einen Destillerie-Betrieb aus Marketinggründen sehr wichtig. Als Alkoholhersteller darf der interviewte Betrieb keine aktive Werbung machen. Die Transparenz und Einsehbarkeit der Mietfläche ist deshalb eine zwingende Anforderung.

Nutzungsmix und Kopplungspotenziale

Die perfekte Nutzungskombination innerhalb eines Betriebs ist die zwischen Produktion, Verkauf und Gastronomie. Die Gründe für die Nutzungsmischung sind:

Marketing, Kostendeckung, Kundennähe und Flächeneffizienz. Dieses Profil wird unter Kapitel 3.2.12 detailliert beschrieben.

Ausserdem gibt es im Lebensmittelbereich die Möglichkeit Synergien zwischen Nutzungen aus der gleichen Branche und zum Detailhandel zu nutzen. Dies gilt insbesondere für Kleinstunternehmen wie den interviewten Fleischerei-Fachbetrieb. Nutzungskombinationen im Lebensmittelbereich (sogenannte Food-Cluster) können zum Beispiel zu Käsereien oder Weinhandel bestehen mit denen man sich die Verkaufsfläche, Logistik und Infrastrukturen teilt.

Herausforderungen

Die Herausforderungen der Nutzung Gewerbe sind die Anlieferung und die Lärmemission. Auch können die Entsorgung und die Geruchemission ein Problem sein. Die Herausforderungen können je Unternehmen und Betriebskonzept sehr unterschiedlich sein. Ausserdem ist es eine Herausforderung der Nutzung eine geeignete Fläche für einen Produktionsbetrieb im dichten, urbanen Kontext zu finden.

Belegungspotenzial / Beitrag zur Quartierslebendigkeit

Der untersuchte Destillerie-Betrieb ist durch die Zusatznutzungen Gastronomie und Veranstaltungsbereich ein Frequenzbringer. Die Belegung im Quartier erfolgt insbesondere in den Randzeiten und am Wochenende durch die Besucher der Events und Workshops. Der Produktionsbetrieb ist ein Anziehungspunkt mit Destinationscharakter. Urbanen Produktion als brand trägt zur Imagebildung eines Quartiers bei. Urbane Produktionsbetriebe sind in der Regel offen gestaltet und nutzen den Showeffekt, die Direktheit und den Bezug zur Produktion als wesentliche Einkaufsgründe. Dies gilt insbesondere für regional verankerte Produkte. Je nach Betriebskonzept sorgt die Transparenz zur Mietfläche für Belegung des Strassenraums. Allgemein betrachtet steigert produzierendes Gewerbe die Angebots- und Nutzungsvielfalt in einem Quartier.

Fazit

Das besondere Potenzial der Nutzung Gewerbe und urbane Produktion für die Belegung eines städtischen Quartiers liegt in der Belegung in Randzeiten, der Imagebildung, dem Destinationscharakter und der Angebots- und Nutzungsvielfalt.

3.2.11 Auswertung zur Nutzungskategorie Coworking

	Bewertungskriterium	Bewertung der Nutzungskategorie basierend auf dem jeweiligen Experteninterview
1	Flächenbedarf	Mittlerer Flächenbedarf durchschnittlich 800-900 m ² mind. 2'000 m ² bei Gastro-Zusatznutzung
2	Kunden- / Passantenfrequenz	Mittlere Kundenfrequenzen Ohne notwendige Kundenfrequenz Restaurant: 8'000 Kunden pro Monat
3	Nutzungszeiträume	Lange Nutzungszeiträume Theoretisch: 24 Stunden, 7 Tage die Woche Innerhalb des Tages sehr flexible Nutzung
4	Zahlungsbereitschaften	Mittlere Zahlungsbereitschaft marktübliche Mieten, abhängig von der Lage zwischen 300-550 CHF pro m ² und Jahr
5	Bauliche Anforderungen	Geringe Anforderungen - Büroraster in Grundriss und Fassade - Raumhöhe mind. 3.00m
6	Flächenbedarf im Aussenraum	Geringe Anforderungen - Nutzbare Terrasse oder Dachterrasse - Gute ÖV-Erschliessung
7	Nutzungsmix und Kopplungspotenziale	Hohe Kopplungspotenziale Coworking ist Frequenzbringer für Gastro. Gastronomie ist Attraktor für Coworking
8	Herausforderungen	Geringe Herausforderungen Lärmproblematik
9	Belebungspotenzial / Beitrag zur Quartierslebendigkeit	Mittleres Belebungspotenzial - Belebung über den ganzen Tag hinweg - Aufwertung des Aussenraums

Tabelle 18: FACTSHEET Coworking
Zusammenfassung der Erkenntnisse zur Nutzungskategorie (eigene Darstellung)

Die Erkenntnisse aus dem Experteninterview zur Nutzungskategorie Coworking sind in den folgenden Absätzen zu den jeweiligen Nutzungs-Bewertungskriterien beschrieben.

Flächenbedarf

Der Flächenbedarf der untersuchten Nutzung Coworking, liegt tiefer als der Bedarf einer konventionellen Büronutzung. Durch gemeinsam genutzte Flächen und Infrastrukturen sind Coworking-spaces effizienter als konventionelle Büroflächen. Ein Coworking Space in Nutzungskombination mit Gastronomie (Restaurant) hat eine

Mindestfläche von 2'000 m². Ein reiner Coworking Space ohne zusätzliche gastronomische Nutzung hat einen durchschnittlichen Flächenbedarf von 800-900 m². Grosse Coworking Spaces können aber auch bei 9'000 m² Fläche liegen. Wobei davon nur ein kleiner Teil im EG liegen muss.

Kunden- / Passantenfrequenz

Eine benötigte Kundenfrequenz für die Coworking Nutzung kann nicht definiert werden. Ein angegliedertes Restaurant benötigt etwa 8'000 Kunden pro Monat.

Nutzungszeiträume

Coworking Spaces sind für die Nutzer durchgängig die ganze Woche, 24 Stunden, zugänglich. Die effektiven Nutzungszeiträume sind dabei so flexibel wie die Arbeitsformen der vielfältigen Nutzerschaft. Dies sorgt für eine Belebung und Kundenfrequenz über den gesamten Tagesverlauf verteilt. Klassische Hauptfrequenzzeiten wie in konventionellen Büroflächen gibt es nicht.

Zahlungsbereitschaft

Es werden marktübliche Mieten gezahlt. Genaue Angaben können nicht veröffentlicht werden. Die Mieten bewegen sich zwischen 300-550 CHF pro m² und Jahr. Die Lage wird bei einer Standortentscheidung höher gewichtet als die Miete.

Bauliche Anforderungen

Die wichtigste bauliche Anforderung der Nutzung Coworking an eine Mietfläche ist ein funktionierendes und effizientes Büro-Grundrissraster. Dazu gehören ein bürotaugliches Fassadenraster das Wandanschlüsse an die Fassade zulässt. Zu einem effizienten Büro-Grundrissraster gehört auch die Reduktion nicht nutzbarer Flächen (Verkehrsflächen). Es werden rechteckige Grundrisse für eine gute Flächeneffizienz bevorzugt.

Anforderungen an den Aussenraum

Nutzbare Aussenflächen sind eine wichtige Anforderung. Diese werden zum einem als Aufenthalts- und Kommunikationsflächen (Terrassen, Dachterrassen) für das Coworking benötigt. Für die Aussengastronomie werden ebenfalls Flächen benötigt.

Nutzungsmix und Kopplungspotenziale

Die ideale Nutzungskombination ist Coworking mit einem angegliederten Gastronomie-Betrieb. Die flexible Arbeitswelt des Coworking ergänzt sich funktional ideal mit zusätzlichen gastronomischen Angeboten (Restaurant, Catering) und Flächen für Veranstaltungen und Workshops. Flächen wie Lounge und Restaurant werden

nutzungsüberschneidend zum arbeiten, für informelle Gespräche, als Eventbereich und als Restaurant genutzt. Es gibt eine wechselseitige Abhängigkeit zwischen den Nutzungen. Die Coworking Nutzung ist ein Frequenzbringer für das Restaurant und das Restaurant ist ein Attraktor für den Coworking Space.

Herausforderungen

Es gibt wenige Herausforderungen. Die Standortwahl und die Suche nach geeigneten Flächen sind eine Herausforderung. Allfällige Lärmimmissionen benachbarter Nutzungen (z.B. Fitnessstudio) können für die ruhige Nutzung Coworking eine Herausforderung sein.

Belegungspotenzial / Beitrag zur Quartierslebendigkeit

Die Nutzungszeiträume und damit die Kundenfrequenz sind flexibel und über den gesamten Tagesverlauf. Coworking hat dadurch ein grösseres Belegungspotenzial als herkömmliche Büroflächen.

Die Flächenflexibilität der Nutzung Coworking ist ein wichtiger Faktor in der Projektentwicklung und Nutzungskonzeption. Die Coworking-Flächen können auf mehrere Geschosse verteilt werden. Jedoch muss mindestens der Gastronomieteil als Attraktor, sowie ein Teil der Coworking-Fläche als Anknüpfungsort im Erdgeschoss liegen. Die Flächenflexibilität gibt dem Eigentümer oder Projektentwickler gute Möglichkeiten die grossflächige Nutzung Coworking zu splitten und im Erdgeschoss dafür mehr kleinteilige Flächen für weitere Nutzungen anzubieten.

Positiv wirkt sich auch die Nutzungskombination von Coworking und Gastronomie auf den städtischen Raum aus. Das Potenzial liegt hier in der Belebung und Aufwertung des Aussenraums durch die Aussengastronomie und in der Rolle der Gastronomie als Attraktor für die Nutzung Coworking, für die Immobilie und das gesamte Quartier.



Abbildung 26: Aufenthaltsqualität im Aussenraum, Vorher-Nachher (eigene Fotos)

Fazit

Die Marktlage für Coworking ist gut. Flex-work-spaces sind ein allgemeiner und längerfristiger Trend. Das besondere Potenzial der Nutzung Coworking für die Belebung eines städtischen Quartiers liegt in den breit verteilten Nutzungszeiträumen, der Flächenflexibilität und in den Potenzialen die sich aus der Kombination mit gastronomischen Nutzungen ergeben.

3.2.12 Erfolgreiche Profile zur Belebung urbaner Quartiere

Auf Basis der Experteninterviews und der theoretischen Analyse wurden, teils nutzungsübergreifend, teils nutzungsspezifisch, 6 Erfolgsprofile zur Belebung neuer urbaner Quartiere identifiziert. In der untenstehenden Tabelle sind diese erfolgreichen Profile als Ergebnis dieser Abschlussarbeit aufgeführt.

	Erfolgsprofil	Nutzungskategorie
1	Nutzungskombination und Nutzungsmischung	Gastronomie Coworking Kulturelle Nutzungen Dienstleistung Gesundheitswesen
2	Kleinteiligkeit	Detailhandel Gastronomie Soziale Nutzungen
3	Kopplungspotenziale	Detailhandel
4	Optimierte Nutzungszeiträume	Gastronomie Kreativwirtschaft Gewerbe und urbane Produktion Kulturelle Nutzungen
5	Flexibilität und Wandelbarkeit	Alternative Nutzungen Gastronomie Gewerbe und urbane Produktion
6	Imagebildung und Identifikationsorte	Gewerbe und urbane Produktion Bildungseinrichtungen Kreativwirtschaft

Tabelle 19: Erfolgsprofile zur Belebung urbaner Quartiere
auf Basis der Experteninterviews (eigene Darstellung)

Auf Basis der Experteninterviews und der theoretischen Analyse wurden, teils nutzungsübergreifend, teils nutzungsspezifisch, 6 Erfolgsprofile zur Belebung neuer urbaner Quartiere identifiziert. In der untenstehenden Tabelle sind diese erfolgreichen Profile als Ergebnis dieser Abschlussarbeit aufgeführt.

	Erfolgsprofil	Nutzungskategorie
1	Nutzungskombination und Nutzungsmischung	Gastronomie Coworking Kulturelle Nutzungen Dienstleistung Gesundheitswesen
2	Kleinteiligkeit	Detailhandel Gastronomie Soziale Nutzungen
3	Kopplungspotenziale	Detailhandel
4	Optimierte Nutzungszeiträume	Gastronomie Kreativwirtschaft Gewerbe und urbane Produktion Kulturelle Nutzungen
5	Flexibilität und Wandelbarkeit	Alternative Nutzungen Gastronomie Gewerbe und urbane Produktion
6	Imagebildung und Identifikationsorte	Gewerbe und urbane Produktion Bildungseinrichtungen Kreativwirtschaft

Tabelle 20: Erfolgsprofile zur Belegung urbaner Quartiere (Experteninterviews, eigene Darstellung)

Erfolgsprofil 1: Nutzungskombination

Als Ergebnis der empirischen Untersuchung wird die Nutzungskombination als ein zentrales Erfolgsprofil zur Belegung identifiziert. Bei 7 von 13 interviewten Nutzungen gibt es ein Konzept zur Nutzungskombination. Dies sind folgende:

	Kernnutzung	Zusätzliche Nutzungen
1	Coworking Nutzung	Gastronomie (Restaurant) Veranstaltungsnutzung
2	Soziale Nutzung (Gemeinschaftszentrum)	Gastronomie (Bistro)
3	Gewerbe- und Produktionsbetrieb	Verkauf Gastronomie Veranstaltungsnutzung Workshopnutzung Bürogemeinschaft

4	Gesundheitswesen	Arztpraxis Apotheke Gastronomie (Café)
5	Detailhandel - Food (Bäckerei) - NonFood (Buchhandel)	Gastronomie

Tabelle 21: Nutzungskombinationen (eigene Darstellung)

Die Gründe für die Nutzungskombinationen sind je Nutzungskategorie unterschiedlich und werden in den folgenden Absätzen erläutert.

Kombination Coworking und Gastronomie und Veranstaltungsnutzung

Das untersuchte Unternehmen bietet Coworking Spaces an und kombiniert diese Nutzung mit zusätzlichen gastronomischen Angeboten (Restaurant, Catering) und Flächen für Veranstaltungen und Workshops. Alle drei Nutzungen profitieren wechselseitig zu gleichen Anteilen von der Nutzungskombination. Die Coworking Nutzung ist ein Frequenzbringer für das Restaurant und die Veranstaltungsnutzung. Das Restaurant ist ein Attraktor für den Coworking Space. Der Vorteil für das Quartier liegt darin, dass über die Gastronomie Aufenthaltsqualität geschaffen wird an einem Ort wo ohne die frequenzbringende Nutzung Coworking sich keine gastronomische Nutzung lohnen würde.

Kombination Soziale Nutzungen und Gastronomie

Soziale Nutzungen wie Gemeinschaftszentren sind ein zentraler Kommunikations- und Begegnungsort in einem Quartier. Die gastronomische Nutzung ist eine logische Vervollständigung des Angebots eines Gemeinschaftszentrum und stärkt dessen Funktion innerhalb des Quartiers. Beide Nutzungen profitieren wechselseitig von der Nutzungskombination.

Kombination Produktion, Verkauf, Gastronomie, Veranstaltungsnutzung, Workshopnutzung und Bürogemeinschaft

Der interviewte Gewerbe-Betrieb in Zürich nutzt die Synergien die sich aus dem Nutzungsmix zwischen den unterschiedlichen Nutzungen Produktion, Verkauf, Gastronomie, Veranstaltungs- und Workshopnutzung und Bürogemeinschaft ergeben. Die Gründe für den Nutzungsmix sind folgende:

1. *Marketing* ist der Hauptgrund für die Nutzungskombination. Ein Alkoholhersteller darf keine aktive Werbung machen. Eine attraktive Immobilie und Events ideale Kompensationsmöglichkeiten.

2. Das Ziel ist *Kostendeckung*. Die Miete soll durch die Erträge der Nutzungen Eventlocation, Workshops und Gastronomie, unabhängig von den Erträgen des eigentlichen Kernprodukts gedeckt werden. Das Ziel ist Risikostreuung durch eine Doppelnutzung der Fläche.

3. *Kundennähe*: Gerade bei regionalen und spezifischen Produkten ist der Bezug zum Produkt und zum Herstellungsort für den Kunden besonders wichtig. Die Öffnung des Produktionsbetriebs für Events und die Lage innerhalb der Stadt sorgen für Kundennähe.

3. *Effizienz*: Die Produktionsflächen und Infrastrukturen werden durch die Produktion (Destillier-Betrieb) nicht voll ausgenutzt. Die Nutzung der gleichen Infrastrukturen für Destillier-Workshops führt zu einer effizienten Ausnutzung der Fläche.

Unternehmen der urbanen Produktion bringen grosse Vorteile für die Immobilie und die Belebung des Quartiers. Damit sich ein Gewerbeunternehmen die hohen Standortkosten im urbanen Raum überhaupt leisten kann sind Nutzungskonzepte wie das oben beschriebene zwingende Voraussetzung zur Kostendeckung.

Kombination Gesundheitswesen mit Arztpraxis, Apotheke und Café

Untersucht wurde die Nutzungskombination aus Arztpraxis, Apotheke und Café an einem urbanen Standort in Zürich-West. Diese wird im Kap. 3.2.8 detailliert beschrieben. Die Gründe und Vorteile der Nutzungskombination sind:

1. *Flächeneffizienz* durch die Nutzung gemeinsamer Flächen und Infrastrukturen
2. *Marketing*: Durch einen gemeinsamen Auftritt und Aussendarstellung profitiert die Arztpraxis von der Bekanntheit des Standorts trotz des Werbeverbots für Arztpraxen.
3. Das Café ist eine Erweiterung des Wartebereichs und ein Anknüpfungspunkt ins Quartier. Es steigert die Bekanntheit und verbessert das Image. Das Café ist ein Attraktor für das Walk-In Konzept der Arztpraxis. Es stärkt den möglichst niederschweligen Zugang.

Das Café trägt zur Aufenthaltsqualität und damit auch zur Belebung im Quartier bei. Damit das Café am gewählten Standort funktionieren kann braucht es das oben beschriebenen Nutzungsmix zur Querfinanzierung.

Erfolgsprofil 2: Kleinteiligkeit

Ein Erfolgsprofil zur Belebung urbaner Quartiere ist die Kleinteiligkeit der Erdgeschoss Mietflächen. Aus städtebaulicher Sicht steigert Porosität und Kleinteiligkeit die Attraktivität eines Quartiers (Kretz, 2016, S. 60-63). Jan Gehl misst diese Porosität und Kleinteiligkeit über die Türdichte und sieht darin ein Kriterium zur Bewertung von Aufenthaltsqualität im öffentlichen Raum (vgl. Kapitel 2.2.1). Diese Kleinteiligkeit bedingt kleinteilige Mietflächen. Seit einigen Jahren ist am Markt zu beobachten das solche kleinen Mietflächen in urbanen Räumen von Nutzungen gemietet werden für die diese bisher nicht attraktiv war. Die Ladenkonzepte wandeln sich. 4 von 13 Experten geben in den Interviews an, das sie kleinere Laden- oder Flächenkonzepte erfolgreich eingeführt haben.

Dies sind, gemäss den Experteninterviews, folgende Nutzungskategorien: Detailhandel-Food, Gastronomie und soziale Nutzungen.

In der Nutzungskategorie Detailhandel geht der Discounter Aldi Suisse mit seinem ‚Aldi City Konzept‘ neue Wege und ist nun auch vermehrt an urbanen, zentralen und kleinflächigen Standorten vertreten. Gemäss GfK Switzerland gehen auch Discounter vermehrt an urbane Standorte. Fussläufige Hochfrequenzlagen sind für Discounter so attraktiv geworden, dass sie dafür auch von ihren üblichen Ladenkonzepten und Baustandards abweichen (GfK Switzerland, 2020, S. 111). Ähnliche Konzepte mit Convenience Stores verfolgen auch die anderen grossen Detailhändler wie COOP mit COOP Pronto und Migros mit Kleinladen-und Quartiersversorger Konzepten wie Migros VOI.

Gemäss Experteninterview werden auch die Flächen für Bäckereien immer kleiner. Ein starker Trend zur Filialisierung führt zu einem grösseren Druck auf die Flächeneffizienz der einzelnen Bäckerei-Filiale. Deshalb werden an den meisten Standorten keine Backwaren mehr produziert, sondern nur noch angeliefert. Die Funktion der Bäckereien als Nah- und Grundversorger bedingt häufig zentrale Standorte mit hohen Mieten, dies bedingt wiederum eine hohe Flächeneffizienz. In der Gastronomie geht der Trend ebenfalls zu immer kleineren und kompakteren Gastronomiekonzepten mit effizienter Flächennutzung.

Interessant ist, dass auch soziale Nutzungen wie Gemeinschaftszentren auf kleine kompakte Flächen setzen. So hat das Gemeinschaftszentrum Leimbach am Maneggplatz in Zürich-Manegg eine Zweigstelle mit nur 40 m² Fläche. Hier ist der Grund die räumliche Nähe zu den Bewohnern und die zentrale Lage für die Funktion als

Kommunikations- und Begegnungspunkt. Dieses Prinzip der Nähe zur Zielgruppe bzw. der Nähe zum Kunden ist der Grund zu kleineren Formaten bei allen erwähnten Nutzungen.

Erfolgreich angewendet wurde der Ansatz der Kleinteiligkeit unter anderem im Nutzungskonzept der Europaallee in Zürich. Ein zentraler Aspekt der EG-Kuratierung ist dort der Flächenzuschnitt mit kleinen Mietflächen von 20 bis max. 100 m² entlang der Lagerstrasse. (RZU, 2018, S.22).

Der überwiegend aus wirtschaftlichen Gründen bedingte Trend zu kompakteren Flächen kann aus stadtplanerischer Sicht für übergeordnete städtebauliche Zwecke genutzt werden. Über ein grösseres Angebot kleinerer Flächen und der Nutzung bestehender Kleinflächen durch frequenzstarke Nutzungen wird das Quartier stärker belebt. Durch diese win-win Situation kann das Prinzip der kleinteiligen Mietflächen als Erfolgsprofil definiert werden.

Erfolgsprofil 3: Kopplungspotenziale

Teil eines klassischen Nutzungskonzepts ist es neben einem frequenzstarken Ankermieter mehrere kleinere Nutzungseinheiten anzusiedeln die dann von der Kundenfrequenz des Ankermieters profitieren (vgl. Kap. 2.3.13). 8 von 13 befragten Experten sehen diese räumliche Nähe zu einem Frequenzbringer als Erfolgsfaktor. Grosse Supermärkte, der Nutzungskategorie Detailhandel Food, sogenannte Vollsortimenter sind solche Ankermieter. Durch ihre Funktion als Nahversorger sind sie sehr frequenzstark. Ein Beispiel für erfolgreiche Kopplungspotenziale im Detailhandel ist die räumliche Kombination von Discounter und Vollsortimenter. Gemäss dem Experteninterview ergeben sich die Kopplungspotenziale aus der Ergänzung der Warengruppen. Die räumliche Nähe der beiden Detailhandelssparten ist für die Nutzung solcher Kopplungspotenziale entscheidend. Die Kunden sind sehr zeit- und distanzsensibel, umgangssprachlich ‚bequem‘ und möchten möglichst alle Einkäufe in einem Zug erledigen, erläutert der befragte Fachexperte. Häufig wird die Nutzungskombination Discounter mit Vollsortimenter noch um Drogeriemärkte oder Apotheken ergänzt. Ein grosses Kopplungspotenzial bringt mehr Kunden an einen Standort und sorgt dadurch, über eine Erhöhung der Passantenfrequenz, für eine grössere Belebung der öffentlichen Räume.

Erfolgsprofil 4: Optimierte Nutzungszeiträume

Im Rahmen der Empirie konnten innerhalb des Erfolgsprofils optimierte Nutzungszeiträume zwei Unterkategorien identifiziert werden. Die sich zeitlich im Tagesverlauf überschneidenden Nutzungszeiträume und die zeitlich gestaffelten Nutzungskonzepte bei Quartiersentwicklungen.

Die sich in Ort und Zeit überschneidenden Nutzungen wurden im Kapitel 2.4.4 (Bewertungskriterium Nutzungszeiträume) bereits beschrieben. Die Experteninterviews unterstützen die aufgestellte These, dass sich in Raum und Zeit überschneidende Nutzungen ein Qualitätsmerkmal für gute Aufenthaltsqualität sind (vgl. Kap. 2.4.4 und Stadt Zürich, 2006, S. 19). Der untersuchte Betrieb der Urbanen Produktion (Turicum Destillerie) kann als best-practice Beispiel fungieren, wenn es darum geht wie sich unterschiedliche Nutzungen bestmöglich im gesamten Tagesverlauf überschneiden. Neue Quartiere haben häufig das Problem das sie ausserhalb der regulären Arbeits- und Ladenöffnungszeiten wenig belebt sind. Durch die Mischung der Nutzungen Produktion, Büro, Kreativwirtschaft, Gastronomie, Events und Workshop können die Zeiten in denen die Flächen genutzt und bespielt werden erheblich gesteigert werden. Tagsüber wird produziert, am frühen Abend finden Workshops statt und am späteren Abend dann Events. Das gleiche gilt für das Wochenende wo die Besucher der Workshops und Events den Aussenraum beleben wo sonst wenig Passantenfrequenz wäre.

Neue Quartiere müssen sich entwickeln können. Aufenthaltsqualität und Passantenfrequenzen bestehen nicht von Anfang an. Die Gastronomie kann einen Beitrag zur Belebung liefern indem sie ihr Gastronomiekonzept auf den jeweiligen Stand der Entwicklung eines Quartiers anpasst. Gastronomiekonzepte sollten mit der Nachfrage wachsen. Dies könnte gemäss Expertenauskunft so aussehen das am Anfang wenn Nachfrage und Passantenfrequenzen im Quartier noch klein sind wird ein einfacher Food-Truck gestellt, danach eine Kaffeebar etabliert, dann ein kleines Bistro und final ein Quartiers-Restaurant angesiedelt. Die gleiche Steigerung könnte bei den Öffnungszeiten erfolgen. Wobei final bei dann ausreichender Nachfrage ein Ganztagesbetrieb etabliert wird. Bedingung für solche Konzepte ist die Wandelbarkeit und Nutzungsflexibilität der Erdgeschossflächen (vgl. Erfolgsprofil 6: Flexibilität und Wandelbarkeit).

Dieses Konzept gilt gemäss der Experteninterviews auch für die Kategorien Kreativwirtschaft, Detailhandel und kulturelle Nutzungen. So betreibt beispielsweise die Pestalozzi Bibliothek in der Stadt Zürich einzelne Zweigstellen nach dem Konzept

der ‚open library‘. Dabei werden die Öffnungszeiten stark erweitert und die Bibliothek ist auch für unbedient zugänglich. Vorhandene Flächen und Infrastrukturen werden dadurch effizienter genutzt und Bedürfnisse einer sich ändernden Gesellschaft berücksichtigt. Das Konzept soll nicht nur die Besuche über den Tag verteilen, sondern auch zu mehr Nutzern führen.

Profil 5: Flexibilität und Wandelbarkeit

In 6 von 13 Experteninterviews wird angegeben das bei der Standortwahl die Suche nach geeigneten Flächen, mit den benötigten baulichen Eigenschaften, die grösste Herausforderung ist. Die bauliche Anforderungen werden im Kapitel 2.4.7 beschrieben.

Flexibilität und Wandelbarkeit sind deshalb wichtige Eigenschaften einer Mietfläche weil sich «räumliche Anforderungen und Bedürfnisse ändern können. Sei es, wenn Betriebe wachsen oder schrumpfen oder wenn sie wegziehen und andere Betriebe einziehen» (Made in Zürich Initiative, 2021, S.74). Dabei spielen die unveränderbaren baulichen Eigenschaften eines Gebäudes eine wichtige Rolle. Eine einmal gebaute und zu niedrig gewählte Raumhöhe im Erdgeschoss lässt sich so gut wie nie mehr im Lebenszyklus einer Immobilie anpassen.

Eine hohe Flexibilität bezieht sich auf das Gebäude (bauliche Anforderungen) und die Fläche (Flächenflexibilität und Grundrisslayout). Eine hohe Flexibilität ist dadurch definiert möglichst wenig einschränkend für wechselnde Nutzer zu sein.

Ebenfalls unter das Profil Flexibilität und Wandelbarkeit fällt das die Flächen auch während des Betriebs eine Wandlung und gleichzeitige Nutzung zulassen. Mobile Trennwände, flexible und doppelt nutzbare Zugänge sowie schalltechnische Trennwände sind hier die Stichworte. So werden die Flächen des befragten Destillierbetriebs in Zürich-Albisrieden tagsüber für die Produktion genutzt und am Abend für Workshops und Events. Die Zugänge, Infrastrukturen (wie z.B. WC-Anlagen) und Abtrennungen müssen dann für die geänderten Anforderungen und Nutzerbedürfnisse funktionieren. Diese baulichen Anforderungen sind zumeist schon im Teilbereich des Grundaubaus zu definieren und damit auch im Verantwortungsbereich des Eigentümers.

Flexibilität und Wandelbarkeit sind deshalb ein Erfolgsprofil, weil sie einen Nutzerwechsel, zum Beispiel bedingt durch den Strukturwandel, möglich machen und so die aktive Nutzung einer Erdgeschosszone und damit die Belegung des gesamten Quartiers vorallem langfristig sicherstellen.

Erfolgsprofil 6: Imagebildung und Identitätsstiftend

Imagebildung kann auch als Branding-Prozess verstanden werden. «Imagefördernde Nutzungen können sich über daraus resultierende, höhere Mieterträge in anderen Projektbausteinen rentieren“ (bluewiengesa, 2020, S.26).

Ein best practice Beispiel für die imagefördernde Wirkung einer einzelnen Nutzung auf das gesamte Quartier ist der interviewte Destillerie-Betrieb Turicum in Zürich-Albisrieden. Turicum gehört zur Nutzungskategorie Gewerbe und urbane Produktion. Über ihr positives Image wirkt die Nutzung anziehend für andere Mieter. Die Nachbarsmieter wollen von Image der urbanen Produktion, die als hip und trendig gilt, profitieren. Gleichzeitig wirkt die Nutzung auch frequenzsteigernd. Der Betrieb als role-model der urbanen Produktion gibt dem Standort, auch aus touristischer Sicht, einen Destinationscharakter.

Aus den Experteninterviews wurden zwei weitere Beispiele für das Erfolgsprofil Imagebildung identifiziert. Die Nutzung Kindergarten und die Nutzung Kreativwirtschaft. Kindergärten steigern die Attraktivität einer Liegenschaft und eines Quartiers wenn es einen hohen Wohnnutzungsanteil gibt. Die Wohnnutzung wird attraktiver wenn ein Kindergarten (oder auch andere Bildungseinrichtungen) im unmittelbaren Wohnumfeld ist. Dieser Vorteil überwiegt gemäss Expertenauskunft gegenüber den Nachteilen, wie möglichen Nutzungskonflikten durch Lärm.

Gemäss den Experteninterviews wird ausserdem der Ansatz bestätigt, dass die Kreativwirtschaft als first-mover gerade am Anfang einer Quartiersentwicklung identitätsstiftend sein kann. Die Kreativwirtschaft kann gerade beim Start der Belegung eines neu entwickelten urbanen Quartiers unterstützen. Zum einen wirken Unternehmen aus der Kreativwirtschaft identitätsstiftend und können damit zu einer positiven Imagebildung eines Quartiers beitragen. Zum anderen kann die Ansiedlung von stadtaffinen Nutzungen wie Architekten, Stadtplanern und Künstlern dafür genutzt werden vor Ort Mitwirkungsprozesse der Anwohner zu initiieren, zu koordinieren und zu lenken. Weiterhin können diese Unternehmen eine Vermittlerrolle und lokaler Bezugspunkt zwischen Eigentümer oder Projektentwickler und den Anwohnern sein. Dies gerade dann, wenn neue Stadtquartiere etappiert und zeitlich versetzt fertig gestellt werden. Es ist also aus vielerlei Hinsicht sinnvoll Unternehmen der Kreativwirtschaft als First Mover in einem Quartier anzusiedeln (Forlati/Peer, 2016, S. 86 und Experteninterview Kreativwirtschaft).

3.2.13 Beantwortung der Forschungsfragen

Die Forschungsfrage lautet: Welche Nutzungen können welchen Beitrag zur Belebung von Erdgeschosszonen und Quartieren leisten? Mit den Unterfragen: Wie kann man Nutzungen in Erdgeschosszonen kategorisieren? Welche Anforderungen an Miete, Fläche, Passantefrequenz und Nachbarschaft haben die einzelnen Nutzungssegmente? Welches Belebungspotential haben die einzelnen Nutzungen?

Als Auswertung aus den Experteninterviews lassen sich die Forschungsfragen zusammengefasst mit der untenstehenden Übersichtstabelle (Tabelle 21) beantworten.

Nutzungskatalog mit Bewertungsmatrix	Flächenbedarf			Passanten- / Kundenfrequenz			Nutzungszeiträume			Zahlungsbereitschaft			Bauliche Anforderungen			Umgebung, Erschliessung, Aussenraum			Nutzungsmix u. Kopplungspotenziale			Herausforderungen			Belebungspotenzial und Beitrag zur Quartierslebendigkeit		
	gross (L)	mittel (M)	klein (S)	hoch (+++)	mittel (++)	tief (+)	lang	regulär	eingeschränkt	hoch (+)	mittel (o)	gering (-)	hoch (+)	mittel (o)	gering (-)	hoch (+)	mittel (o)	gering (-)	hoch (+)	mittel (o)	gering (-)	wenige (+)	durchschm. (o)	viele (-)	hoch (+)	mittel (o)	klein (-)
Detailhandel Food	L			+++			x			+			o			-		+				o			+		
Detailhandel Non-Food			S		++		x				o				-			+						-			o
Soziale Nutzungen		M			+		x				-				+			+				o			+		
Kulturelle Nutzungen		M		+++			x				o		o			-		+						-			+
Bildungseinrichtungen		M			+		x				o				+			o				o					o
Kreativwirtschaft			S		+		x				o		o			-		-						-			+
Gesundheitswesen		M			++		x				o		o			-		+				o					o
Gastronomie		M	S	+++			x				o		+		+			+				o					+
Gewerbe und urbane Produktion	L	M			+		x				-	+				-		+				+					+
Coworking-spaces		M			++		x				o				-			+						-			o

Tabelle 22: Nutzungskatalog mit Bewertungsmatrix (eigene Darstellung)
Übersichtstabelle der Nutzungskategorien als Ergebnis der Empirie

3.2.14 Fazit aus den Experteninterviews

Betrachtet man die verschiedenen untersuchten Nutzungskategorien fällt auf das 3 Nutzungen durchgängig positiv bewertet werden. Nach Detailhandel und Gastronomie ist dies die alternative Nutzungskategorie ‘Kulturelle Nutzungen’ die mit den meisten Vorteilen und wenigsten Nachteilen bewertet wird. Insbesondere gilt dies für die untersuchte Nutzung der Bibliotheken. Der Beitrag der Bibliotheken zur Belebung ist, auch aufgrund ihres Leistungsauftrags, sehr hoch. Gleichzeitig gibt es keine überdurchschnittlichen Anforderungen oder Herausforderungen. Nutzungskonflikte sind nicht bekannt. Der einzige Nachteil ist, dass der Bedarf gedeckt ist und nur mit grossflächigen neu entwickelten Stadtquartieren neuer Bedarf entsteht. Ausserdem

eignen sich als alternative Nutzungen für den, durch den Strukturwandel schwächelnden, Detailhandel Non-Food wurden die Nutzungen Coworking sowie Gewerbe und Urbane Produktion.

Durch die empirische Studie mittels Experteninterviews wurden theoretisch bekannte Fakten nochmals verdeutlicht und in den Kontext der Quartiersbelebung gesetzt. Beispielsweise könnte die Nutzungskategorie Bildungseinrichtungen, gemäss Literaturrecherche, eine alternative Nutzung im Erdgeschoss sein, allerdings hat sich in der empirischen Untersuchung herausgestellt dass die Nutzung Kindergarten durch ihre sehr eingeschränkten Nutzungszeiträume keinen wesentlichen Beitrag zur Belebung in einem Quartier liefern kann. Ein Kindergarten ist an 13 von 52 Wochen im Jahr geschlossen und wochentags ebenfalls nur eingeschränkt geöffnet. Im Kontext der Quartiersbelebung betrachtet kann die Nutzungskategorie Bildungseinrichtungen auf Grund der reduzierten Nutzungszeiträume keine Alternative zum Detailhandel sein.

Als Fazit aus den Experteninterviews steht die Erkenntnis dass die Passantenfrequenz das wichtigste Kriterium zur Belebung urbaner Räume ist. Jedoch erfassen die meisten, 7 von 10 Nutzungskategorien, die Kundenfrequenz gar nicht. Der Detailhandel-Food stützt seine Umsatzerwartungen auf die Kundenfrequenzen erfasst diese detailliert, jedoch werden öffentlich nur Richtwerte angegeben. Einige Nutzungen haben über andere Kriterien als die Kundenfrequenz einen positiven Einfluss auf die Passantenfrequenz und damit auf die Belebung eines Quartiers. Diese Faktoren sind unter anderem: die Steigerung der Aufenthaltsqualität durch Aussenraumnutzung und Gestaltung der Schwellenräume, die positive Imagebildung für ein Quartier, die zeitlich verteilten Nutzungszeiträume, sowie die Steigerung der Angebotsvielfalt und damit die Attraktivitätssteigerung im Quartier.

Ein Aspekt der Nutzungsmischung ist die Nutzungsvielfalt und Diversität der Nutzungen. Nutzungsvielfalt führt zu lebendigen Quartieren. Quartiere beziehen «die Attraktivität ihrer Mischung aus der Vielfalt und Besonderheit der jeweiligen Angebote. Häufig entsteht dabei eine hohe Nutzungsfrequenz nicht mehr dadurch, dass man dort etwas erledigen muss, sondern man sie besuchen will, weil die Angebote in ihrer Gesamtheit und in ihren Kombinationsmöglichkeiten attraktiver sind oder in einem attraktiveren Umfeld präsentiert werden als anderswo.» (BBSR, 2017, S. 104). 6 von 13 Experten antworteten auf die Frage «Was sind ihrer Meinung nach die Gründe dass in manchen neuen Quartiersentwicklungen die Belebung des Quartiers über die Erdgeschossflächen nicht funktioniert?» mit der Antwort: «die falsche oder nicht

vorhandene Mischung von Wohnen und Arbeiten ist der Grund das die Belebung nicht funktioniert.» Diese Einschätzung wird unterstützt durch die Experten Angaben zur Nutzung Gastronomie. Für eine Ganztagesöffnung ist ein Gastronomiekonzept nötig, das sich im Tagesverlauf ändert und eine Nachfrage über den ganzen Tag notwendig. Eine Ganztagesnachfrage wird nur in Quartieren mit einer Mischnutzung von Wohnen u. Arbeiten, idealerweise im Verhältnis 50/50, erreicht.

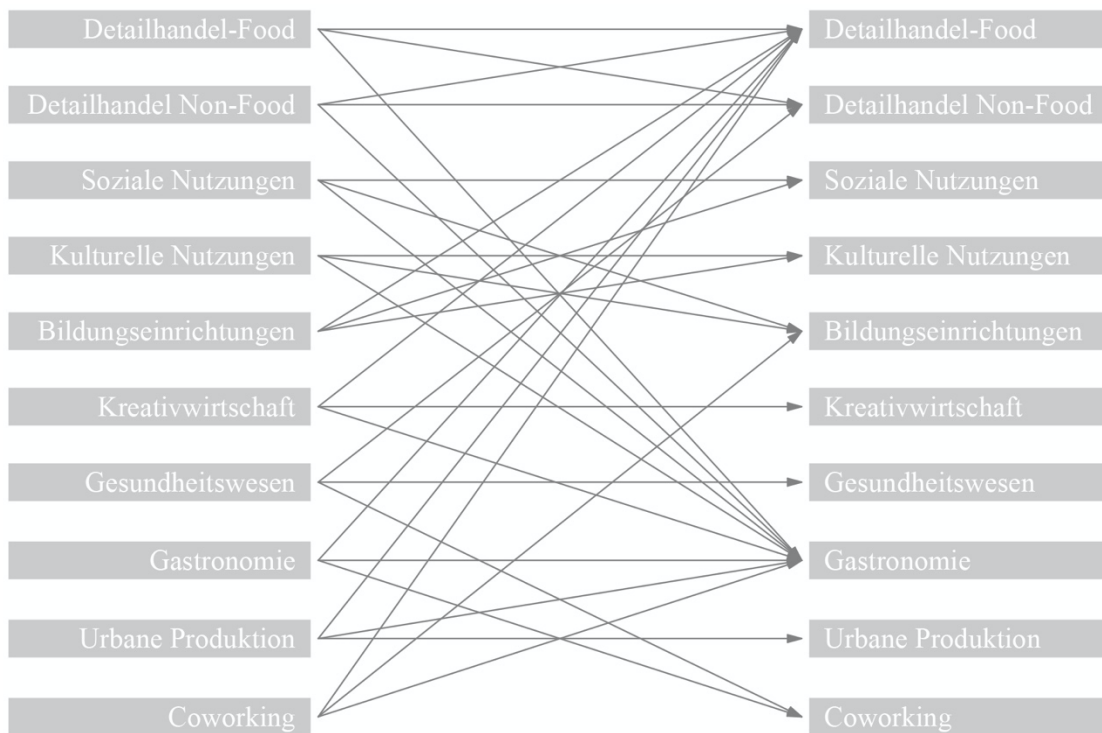


Abbildung 27: Ideale Nutzungskombinationen gemäss den Experteninterviews (eigene Darstellung)
Bei Nennung von max. 3 idealen Komplementären je Nutzungskategorie

Allen Experten wurde in den Interviews die Frage gestellt: «Was wäre der ideale Nachbarsmieter?» Das Ergebnis der Befragung zeigt (Abbildung 27) einen grossen Beziehungsreichtum unter den Nutzungskategorien. Die untenstehende Abbildung zeigt die beliebtesten idealen Nachbarsmieter sind der Detailhandel-Food und die Gastronomie. Der Detailhandel-Food als Frequenzbringer und die Gastronomie auf Grund der Steigerung der Aufenthaltsqualität. Interessant ist auch das fast alle interviewten Experten einen Nachbarsmieter aus der gleichen Branche attraktiv finden.

Die Nutzungsmischung ist das bekannteste und wichtigste Erfolgsprofil zur Belebung urbaner Quartiere. Das Ergebnis dieser Abschlussarbeit bestätigt dies. Nutzungsmischungen fördern Kopplungspotenziale und erhöhen schlussendlich die Passantenfrequenz. Nutzungsmischungen stärken die Aufenthaltsqualität und das Quartiersleben, z.B. durch gastronomische Zusatznutzungen. Nutzungsmischungen sorgen für Angebots- und Nutzungsvielfalt im Quartier, was schlussendlich ebenfalls

über die Attraktivität des Standorts die Passantenfrequenz erhöht. Viele Nutzungen könnten sich ohne die Nutzungskombination die hohen Standortkosten in Erdgeschosslagen urbaner Quartiere nicht leisten.

Weitere Erfolgsprofile zur Belegung eines Quartiers sind: die Kleinteiligkeit der Mietflächen und Parzellierung, die Kopplungspotenziale zu Ankermietern, die optimierten Nutzungszeiträume, die Flexibilität und Wandelbarkeit der Flächen, sowie die Imagebildung und Schaffung von Identifikationsorten.

4. Schlussbetrachtung

4.1 Schlussbetrachtung und Zusammenfassung

Im Rahmen der Schlussbetrachtung werden die wichtigsten theoretischen und empirischen Erkenntnisse der vorliegenden Arbeit zusammengefasst und die empirische Untersuchung kritisch gewürdigt. Abschliessend wird ein Ausblick auf weitere Forschungsmöglichkeiten gegeben.

Diese Abschlussarbeit zeigt auf was die Ansprüche und Anforderungen verschiedener Nutzungskategorien an eine Erdgeschosslage sind. Sie zeigt auch welche Bedeutung das Erdgeschoss für ein urbanes Quartiers hat, wo die Probleme liegen und welche erfolgreichen Profile und Massnahmen, bei der Vermietung der Erdgeschosslagen in Quartieren, für eine Belegung eines Quartiers genutzt werden können.

Die vorliegende Arbeit hat die Notwendigkeit aufgezeigt sich mit dem fortschreitenden Strukturwandel im Detailhandel auseinanderzusetzen und dessen Auswirkungen auf die Struktur und Nutzung der Erdgeschossflächen verdeutlicht. Die Nutzungen Gewerbe & urbane Produktion, Coworking, Gesundheitswesen und die nicht-kommerziellen Nutzungskategorien, soziale und kulturelle Nutzungen (insbesondere die Bibliotheken), wurden als ergänzende Nutzungen zum Detailhandel deshalb näher betrachtet. Diese Nutzungen stellen als Erkenntnis dieser Abschlussarbeit eine Ergänzung zum Detailhandel-Food und eine Alternative zum Detailhandel Non-Food dar.

Als Fazit aus den Experteninterviews steht die Erkenntnis das Passantenfrequenz das wichtigste Kriterium zur Belegung urbaner Räume ist. Jedoch erfassen die meisten Nutzungskategorien, die Kundenfrequenz gar nicht. Einige Nutzungen haben über andere Kriterien als die Kundenfrequenz einen positiven Einfluss auf die Passantenfrequenz und damit auf die Belegung eines Quartiers. Diese Faktoren sind unter anderem: die Steigerung der Aufenthaltsqualität durch Aussenraumnutzung und

Gestaltung der Schwellenräume, die positive Imagebildung für ein Quartier, die zeitlich verteilten Nutzungszeiträume, sowie die Steigerung der Angebotsvielfalt und damit die Attraktivitätssteigerung im Quartier.

Als erfolgreiche Profile zur Belebung urbaner Quartiere wurden als Ergebnis dieser Abschlussarbeit 6 Lösungsansätze (Kap. 3.2.12) identifiziert. Die drei wichtigsten sind:

1. die Nutzungskombination und -mischung, die bereits in der Praxis über Nutzungskonzepte, kuratierte Vermietungen und im Shopping-center-Management erfolgreich angewendet wird.
2. die optimierten Nutzungszeiträume die eine Belebung über den ganzen Tagesverlauf fördern, die aber eine etwa 50/50 Verhältnis von Wohnen und Arbeiten in einem Quartier bedingen
3. die Wandelbarkeit der Flächen, als zukunftsfähige und flexible Lösung auch für heute noch unbekannte Herausforderungen und neue Nutzungsformen.

4.2 Kritische Würdigung

Die vorliegende Arbeit soll in erster Linie als Grundlage für weiterführende Diskussionen und Untersuchungen bezüglich der Ermittlung des Beitrags der verschiedenen Nutzungen zur Lebendigkeit urbaner Quartiere und der Potenziale der alternativen Nutzungen verstanden werden. Die Experteninterviews dieser Arbeit beleuchten einzelne Unternehmen und liefern sehr interessante, aber nicht immer allgemeingültige Aussagen. Diese Abschlussarbeit ist eher ein Überblick über alle Nutzungskategorien.

4.3 Forschungsmöglichkeiten

Weitere Forschungsmöglichkeiten bestehen in einer breiten abgestützten Studie zu einzelnen Nutzungskategorien, zum Beispiel einer gross angelegten Umfrage, um aussagekräftigere Ergebnisse zu bekommen. Auch bestehen weitere Forschungsmöglichkeiten die alternativen Nutzungen (z.B. kulturelle und soziale Nutzungen) einzeln und detaillierter zu untersuchen.

Als ein erfolgreiches Profil wurde die Kleinteiligkeit der Mietflächen identifiziert. In einem weiteren nächsten Schritt sollten Nutzungen untersucht werden die zu diesen kleinteiligen Flächen passen. So könnten hier kleinteilige Detailhandelsformate wie Convenience-Stores näher untersucht werden.

4.4 Ausblick

Ziel sollte es sein konkrete Nutzungskonzepte schon ganz am Anfang der Planung, bei Architektur- und Städtebauwettbewerben, zu integrieren und Anforderungen der Nutzungen zu berücksichtigen, vor allem um Wunschdenken auszuschliessen und beispielsweise nicht auf das Café als zentrale Belebungsfaktor zu setzen das aufgrund der effektiven vorhandenen oder zu erwartenden Passantenfrequenzen nicht funktionieren wird. Werden die Anforderungen der Nutzerseite in der Quartiersplanung und bei Nutzungskonzepten beachtet, bleibt die Herausforderung in den sich möglicherweise ändernden Bedürfnissen über die Zeit. Stadtplanungshorizonte sind 10 – 20 Jahre. Innerhalb dieser Zeit können sich Bedürfnisse und Anforderungen verändern.

Literaturverzeichnis

- Adrian, L., Bunzel, A., Frerichs, S., Küpper, C., Noky, B., Pätzold, R., Simon, A. (2018). Umwelt- und Aufenthaltsqualität in kompakturbanen und nutzungsgemischten Stadtstrukturen. Publikation des Umweltbundesamtes. Dessau-Roßlau. Gefunden unter: <http://www.umweltbundesamt.de/publikationen>
- Ahrens, J. (2010). Einzelhandelsimmobilien. Kapitel 4.2 Expansionsplanung. S. 83-98. Soethe/Rohmert (Hrsg.). Freiburg.
- Bathen, A., Bunse, J., Gärtner, S., Meyer, K., Lindner, A., Schambelon, S., Schonlau, M., Westhoff, S. (2019). Handbuch Urbane Produktion. Bochum.
- Baudirektion Kanton Zürich, Bildungsdirektion Kanton Zürich (Hrsg.) (2012). Empfehlungen für Schulhausanlagen. Zürich.
- BBSR, Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung (Hrsg.). (2017). Nutzungsmischung und die Bewältigung von Nutzungskonflikten in Innenstädten, Stadt- und Ortsteilzentren. BBSR-Online-Publikation 23/2017, Bonn.
- Berge, Tim. (2016). Zur Sonne, zur Freiheit, Architektur bei Künstlerateliers. Baunetz Magazin, 29.06.2016. Gefunden unter: <https://www.baunetz-id.de/stories/zur-sonne-zur-freiheit-16845578#>
- BHP, Brugger und Partner AG (Hrsg.). (2018). Strukturwandel im Detailhandel Handlungsempfehlungen für den Metropolitanraum Zürich, Arbeitsbericht A: Entwicklungen und Herausforderungen des Detailhandels. Zürich.
- Bildungsdirektion Kanton Zürich, Bildungsplanung (Hrsg.). (2020). Situation der familien- und unterrichtsergänzenden Betreuung im Kanton Zürich. Zürich.
- Bulwiengesa (Hrsg.). (2020). Erdgeschoss 4.0 - Aktuelle Handlungsansätze für Projektentwickler und Stadtplaner. Berlin.
- Börschig, D. und Sturfels, D. (2010). Einzelhandelsimmobilien. Kapitel 6, Handelsimmobilie: Bestandsmanagement und -entwicklung. S. 117-149. Soethe/Rohmert (Hrsg.). Freiburg.
- Bravi, M., Talarico, A. (2010). Managing the shopping centre formula: saturation or new development? In: ERES Conference 2010, 23.-26. Juni 2010. Mailand.

- Bretschneider, B. (2008). Win Wi(e)n: Blockentwicklung Erdgeschosszone, Optimierung des Blocksanierungsprogramms zur nachhaltigen Entwicklung der Erdgeschosszone und der (halb-)öffentlichen Räume. Berichte aus Energie- und Umweltforschung 34/2008 des Bundesministerium für Verkehr, Innovation und Technologie. Wien.
- BSW, Bergische Struktur- und Wirtschaftsförderungsgesellschaft (Hrsg.). (2020). UP – Urbane Produktion. Solingen
- Bühler, Th. (1990). City-Center, Erfolgsfaktoren innerstädtischer Einkaufszentren. Kap. 7: Die Attraktivitätsfaktoren — Die Grundlage der Kompetenz, S. 146 – 177. DUV Springer Fachmedien. Wiesbaden.
- Bundesamt für Statistik BFS (Hrsg.). (2019). Statistik der Arztpraxen und ambulanten Zentren (MAS), Arztpraxen und ambulante Zentren 2017: Tätigkeit, Zugänglichkeit und räumliche Verteilung. Neuchâtel.
- CEI (Schweizerische Kammer der Experten in Immobilienbewertungen), HEV Zürich (Hauseigentümerverband Zürich), RICS Switzerland, SVIT Schweiz (Hrsg.) (2017). Swiss Valuation Standard (SVS): Best Practice of Real Estate Valuation in Switzerland, Kapitel 9.1 Anhang I: Nationale Flächennormen. vdf Hochschulverlag. Zürich
- Credit Suisse AG, Investment Solutions & Products (Hrsg.). (2020). Retail Outlook 2020, «Flexible Retail» auf dem Vormarsch. Zürich.
- Credit Suisse AG, Investment Solutions & Products (Hrsg.). (2022). Retail Outlook 2022, «Special Days» polarisieren den Schweizer Detailhandel. Zürich.
- Desillusion GmbH (2022). Gastronomische Markstruktur. Gefunden unter: https://www.desillusion.ch/_files/ugd/3b059f_47f0dc3aafb548f1baf42fad82989d7a.pdf
- DGNB Deutsche Gesellschaft für Nachhaltiges Bauen e.V. (Hrsg.) (2018). DGNB System – Kriterienkatalog Gebäude Neubau. Standortqualität - Site 1.4 Nähe zu nutzungsrelevanten Objekten und Einrichtungen. Stuttgart
- EHI Retail Institute GmbH (Hrsg.). (2019). EHI Studie - Stationärer Einzelhandel Deutschland 2019. Köln

- Fahrländer, Dr. Stefan. (2015). Neue Zentren in den Agglomerationen, Erdgeschoss: was geht?. Forum Raumwissenschaften, 4.11.2015. Zürich. Gefunden unter: <https://www.curem.uzh.ch/static/events/archive/index.php?event=2015-11-04>
- Fahrländer, Fahrländer Partner AG und CSL Immobilien AG (Hrsg.) (2022). Nachfragesegmente im Verkaufsflächenmarkt. Zürich. Gefunden unter: <https://fpre.ch/marktdaten/nachfragersegmente/nachfragersegmente-im-verkaufsflaechenmarkt/>
- Forlati, Silvia, Peer, Christian (Hrsg.). (2016). Mischung: Possible! - Wege zur zukunftsfähigen Nutzungsmischung. Fachbereich Soziologie, Department für Raumplanung, Technische Universität Wien. Wien
- Foster and Partners Architects. (2021). Foster + Partners designs Mixed-Use Masterplan for Industrial Site in Chile. 13.09.2021. ArchDaily. Gefunden unter: <https://www.archdaily.com/968318/foster-plus-partners-designs-mixed-use-masterplan-for-industrial-site-in-chile>
- Friedrich-Ebert-Stiftung, Abteilung Wirtschafts- und Sozialpolitik (Hrsg.). (2016). Das Soziale Quartier - Quartierspolitik für Teilhabe, Zusammenhalt und Lebensqualität. Bonn.
- GDI Gottlieb Duttweiler Institute (Hrsg.) (2018). Future Public Space. Die Zukunft des öffentlichen Raums. Rüschlikon.
- Gehl, Jan. (2021). Städte für die Menschen. 6.Auflage 2021. Jovis Verlag, Berlin.
- GfK Switzerland AG (Hrsg.). (2020). Detailhandel Schweiz 2020. Rotkreuz.
- gif, Gesellschaft für Immobilienwirtschaftliche Forschung (Hrsg.). (2014). Definitionen zur Einzelhandelsanalyse. Gefunden unter: https://www.gif-ev.de/glossar/view_contact/301
- Google (2022). Google Streetview, Quartier Limmatfeld Dietikon
- Grund, Norbert. (2010). Einzelhandelsimmobilien. Kapitel 4, Markt- und Standortanalytik. S. 71-98. Soethe/Rohmert (Hrsg.). Freiburg
- Hahn Immobilien Beteiligungs AG (Hrsg.). (2020). 15. Retail Real Estate Report 2020/2021. Bergisch Gladbach.

- Hild und K (Hrsg.) (2021). Der Sockel: Architektur - Wirkung – Wiederbelebung. Berlin
- Hoffmann, M. (2019). Wohnen, Leben, Arbeiten im Hunziker Areal in Zürich, Strukturen – Prozesse – Erfahrungen, Begleitstudie 2015 – 2019. Im Auftrag der Baugenossenschaft mehr als wohnen und Age-Stiftung. Zürich.
- Hollenstein, A. (2019). Neue Wege der Passantenanalyse. In Immobilien Business, 09/2019
- ILG Gruppe, HBB Hanseatische Betreuungs- und Beteiligungsgesellschaft, BBE Handelsberatung (Hrsg.). (2018). Der Mieter im Fokus - Handelsimmobilien neu denken. Parsdorf bei München.
- Institutional Money - Fachmagazin für Institutionelle Investoren (Hrsg.) (2020). Vom Nischenprodukt zum Trendinvestment: Gesundheitsimmobilien. Wien. Gefunden unter: <https://www.institutional-money.com/news/maerkte/headline/vom-nischenprodukt-zum-trendinvestment-gesundheitsimmobilien-202053/>
- Jallon, Benoit, Napolitano, Umberto & Boutté, Frank. (2020). Paris Haussmann – a models relevance. 2020 Edition. Pavillon de l'Arsenal, Paris und Park Books, Zürich.
- Junker, R., Pump-Uhlmann, H. (2019). Einkaufsstrassen neu denken - Bausteine für neue Perspektiven. StadtBauKultur NRW. Gelsenkirchen.
- Kälin, Adi (2021). Das Prinzip Schaukäserei belebt die Innenstadt. NZZ, Neue Zürcher Zeitung. 11. Februar 2021. Zürich
- Kanton Zürich, Kantonale Heilmittelkontrolle (Hrsg.) (2016). Merkblatt zu den räumlichen Anforderungen an eine öffentliche Apotheke. Zürich
- Karssenberg, H., Laven, J., Glaser, M. & van 't Hoff, M. (2016). The City at Eye Level – Lessons for street plinths. Delft
- Klaus, Philipp. (2008). Urbane Kontexte der Kulturproduktion – Räume der Kreativwirtschaft. Zürich
- Kretz, Simon, Kueng, Lukas (Hrsg.). (2016). Urbane Qualitäten - Ein Handbuch am Beispiel der Metropolitanregion Zürich. Edition Hochparterre. Zürich.

- Keller, S. (2022). Lebendige Erdgeschosse: Leitfaden und Fallbeispiele. Stadt Zürich, Präsidialdepartement, Stadtentwicklung (Hrsg.). Zürich. Gefunden unter: https://www.stadt-zuerich.ch/content/prd/de/index/stadtentwicklung/gesellschaft-und-raum/nahversorgung-und-zentrenentwicklung/gesamtstadt/lebendige-erdgeschosse-2019/_jcr_content/mainparsys/graphic/image.1752.jpg/1548404420098.jpg
- Lebensmittelinspektorat Kanton Schaffhausen (Hrsg.) (2021). Merkblatt - Bauliche Voraussetzungen in Gastronomiebetrieben. Schaffhausen
- Löchl, M. (2008) Standortplanung im Detail-/ Einzelhandel: Auswertung von Interviews mit Unternehmen in Deutschland und der Schweiz. Arbeitsberichte Verkehrs- und Raumplanung, ETH Zürich. Zürich.
- Ludwig, Helge. (2005). Prognose von Gewerbemieten in Deutschland. Dissertation an der Technischen Universität München. gefunden unter: <https://mediatum.ub.tum.de/doc/603180/603180.pdf>
- Made in Zürich Initiative, Basler Fonds, Gewerbeverband der Stadt Zürich, Mobimo Management AG, Pensimo Management AG, Senn Development AG (Hrsg.). (2021). SUPR - Standorte für urbane Produktion und Retail - Ein Leitfaden für Produzierende, Immobilienentwicklerinnen und die öffentliche Hand. Zürich.
- Nagel, Reiner. (2019). Erst im Betrieb zeigt sich die Qualität. Europacity – das Magazin, Ausgabe 5/2019. Gefunden unter: <https://europacity-berlin.de/article/im-gespraech-mit-rainer-nagel-erst-im-betrieb-zeigt-sich-die-qualitaet/>
- Pfeiffer, Elmar. (2010). Einzelhandelsimmobilien. Kapitel 5, Zentrenplanung – Dimensionen, Prinzipien, Praktiken. S. 99-115. Soethe/Rohmert (Hrsg.). Freiburg
- Piegeler, M. und Spars, G. (2019). Urbane Produktion – Konzept und Messung. Schumpeter Discussion Papers, Bergische Universität Wuppertal.
- Riege, M. und Schubert, H. (2002). Sozialraumanalyse: Grundlagen - Methoden – Praxis. VS Verlag für Sozialwissenschaften (Hrsg.). Opladen.
- RZU, mehr als wohnen, Stadtentwicklung Zürich (2018). Lebendige Erdgeschosse – Die Gestaltung von Erdgeschosszonen als eigenständige und interdisziplinäre Planungsaufgabe. Zürich.

- Schaaf, J. und Spindler, I. (2019). Urbane Produktion – Kommt die Industrie zurück in die Stadt?. Fakultät Wirtschaftsingenieurwesen, Hochschule Mittweida (Hrsg.). Mittweida.
- Schnur, Dr. Olaf (Hrsg.) (2008). Quartiersforschung - Zwischen Theorie und Praxis. Wiesbaden.
- Schwanenflug, Christoph von. (2022). Inflation der Stadtquartiere. in Immobilien Zeitung 17/2022, 28.04.2022.
- SCS, Swiss Council of Shopping Places (Hrsg.) (2021). Swiss Council Marktreport 2021. Saland.
- SECO - Staatssekretariat für Wirtschaft, Direktion für Arbeit, Arbeitsbedingungen (Hrsg.). (2022). Wegleitung zur Verordnung 3 zum Arbeitsgesetz, 2. Kapitel: Besondere Anforderungen des Gesundheitsschutzes, 3. Abschnitt: Arbeitsplätze, Art. 24 Besondere Anforderungen. Bern.
- SIA, Schweizerischer Ingenieur- und Architektenverein (Hrsg.). (2000). Dokumentation d 0165 - Kennzahlen im Immobilienmanagement. Zürich.
- Stadt Dübendorf (Hrsg.). (2015). Teilrevision Richt- und Nutzungsplanung - Entwicklungskonzept Hochbord, Erläuterungsbericht Art. 47 RPV. Zürich.
- Stadt Luzern (Hrsg.). (2019). Monitoring Mietpreisentwicklung und Branchenmix der Verkaufsflächen in der Stadt Luzern 2018. Immocompass 19.12.2019. Zürich. Gefunden unter: https://www.stadt Luzern.ch/_docn/2491505/ Beilage_1 _Monitoring_Mietpreisentwicklung_der_Verkaufsflächen_in_Luzern.pdf
- Stadt Zürich (Hrsg.). (2006). Strategie für die Gestaltung von Zürichs öffentlichem Raum. Zürich.
- Stadt Zürich Stadtentwicklung (Hrsg.) (2017). Handel im Wandel – Szenarien für den Detailhandel und die Auswirkungen auf die Stadt Zürich. Zürich.
- Stadt Zürich, Amt für Städtebau (Hrsg.). (2022). Aussenwerbekonzepte, Reklame im Erdgeschoss. Zürich. Gefunden unter: https://www.stadt-zuerich.ch/hbd/de/index/bewilligungen_und_beratung/aussenwerbung/aussenwerbekonzepte/konzept-reklameanlagen/

- Stadt Zürich. Amt für Städtebau (Hrsg.). (2016). Teilprojekt BZO-Revision 2016 - Erdgeschoss mit Publikum beleben das Quartier. Gefunden unter: <https://www.planwerkstadt.ch/projekte/erdgeschoss-mit-publikum-beleben-das-quartier>
- Stadtentwicklung Wien Magistratsabteilung 21 - Stadtteilplanung und Flächennutzung (Hrsg.) (2016). Werkstattberichte der Stadtentwicklung Wien (Nummer 162). Die Sockelzone in Neubaugebieten. Wien.
- Statistik Stadt Zürich (Hrsg.). (2021). Leerflächenzählung in der Stadt Zürich. Gefunden unter: <https://www.stadt-zuerich.ch/prd/de/index/statistik/themen/bauen-wohnen/leerwohnungen-leerflaechen/leerflaechenzaehlung.html>
- Suter, von Känel, Wild (Hrsg.). (2011). Zentrumsentwicklung Küsnacht - Offener Projektwettbewerb. Zürich.
- Umweltbundesamt Fachgebiet FG I 3.5 Nachhaltige Raumentwicklung (Hrsg.). (2017). Umwelt- und Aufenthaltsqualität in urbanen Quartieren. Dessau.
- Varnholt, B. und Adler, O. (Hrsg.). (2018). Retail Outlook 2018 - Der Detailhandel hinkt der Konjunktur hinterher. Credit Suisse Group AG. Zürich.
- Wieland, Thomas. (2014). Räumliches Einkaufsverhalten und Standortpolitik im Einzelhandel unter Berücksichtigung von Agglomerationseffekten. Dissertation an der Georg-August-Universität Göttingen.
- Wikipedia. (2016). Ateliers, in: Wikipedia, Die freie Enzyklopädie, 01.03. 2021. Gefunden unter: <https://de.wikipedia.org/wiki/Atelier>
- Wüest Partner AG (Hrsg.). (2021). Immo-Monitoring 2022/1, Herbstausgabe. Zürich.
- Wüest Partner AG (Hrsg.). (2021). Ladenmieten – so unterschiedlich der Mieter, so unterschiedlich der Preis. Blog News Wüest Partner vom 06. Mai 2021. Gefunden unter: <https://www.wuestpartner.com/ch-de/2021/05/06/ladenmieten/>
- Wüstenrot Stiftung (Hrsg.) (2012). Markus Gasser Carolin zur Brügge Mario Tvrtković. Raumpilot Arbeiten. Stuttgart + Zürich.

Anhang

Anhang 1a – Interviewleitfaden für die Experteninterviews

Universität Zürich CUREM, MAS Real Estate – Abschlussarbeit, Nils Tennhoff
Vielfältig belebte Erdgeschosszonen - der Beitrag verschiedener Nutzungskategorien zur Lebendigkeit urbaner Quartiere

Anhang 1: Interviewleitfaden

Intro

Dauer des Interviews ist ca. 30min, 9 Themenbereiche, mit 18 Unterfragen.

Zweck des Interviews und Erläuterung des **Themas** der Abschlussarbeit durch Nils Tennhoff

Titel der Abschlussarbeit: «Vielfältig belebte Erdgeschosszonen - der Beitrag verschiedener Nutzungskategorien zur Lebendigkeit urbaner Quartiere»

0.) Allgemein

Was ist ihre Position innerhalb der Organisation?

Können Sie kurz Ihre Organisation und ihre Produkte umreissen?

1.) Flächenbedarf (Grösse der Mieteinheiten)

1.a.) **Mit welcher Fläche rechnen sie im Durchschnitt für eine Standardfiliale (ein neues Ladenlokal)?**

1.b.) **Wie planen Sie in den kommenden 5 Jahren die Entwicklung der Verkaufsfläche einer Standardfiliale?**

2.) Passantenfrequenz

3.a.) **Welche Mindestanzahl Kunden pro Monat benötigen Sie für einen wirtschaftl. Betrieb?**

3.b.) **Gibt es eine durchschnittliche Aufenthaltsdauer der Kunden in ihrem Geschäft?**

3.c.) **Wie setzt sich cirka das Verhältnis von Laufkundschaft und Stammkunden zusammen?**

3.) Nutzungszeiträume

In welchen Zeiträumen (z.B. Öffnungszeiten) wird die Mietfläche von Kunden frequentiert?

4.) Zahlungsbereitschaften

Wie hoch ist die maximale Zahlungsbereitschaft (Miete) für ihre Nutzung (pro m2 und Jahr)?

5.) Anforderungen, Flächeneigenschaften und Planungsvorgaben

5.a.) **Wann ist der richtige Zeitpunkt das ihre Planungsvorgaben und Anforderungen an die Mietfläche in die Planung miteinbezogen werden?**

5.b.) **Welche Anforderungen stellen sie an die Mietfläche und das Gebäude?**

6.) Umgebung und Flächenbedarf im Freiraum

6.a.) **Welche Anforderungen an die Umgebung (z.B. Flächenbedarf im Aussenraum) haben sie?**

6.b.) **Was sind die Anforderungen an die Erschliessung u. äussere Erscheinung der Mietfläche?**

7.) Kopplungspotenziale (Konkurrenz und Umfeld)

7.a.) **Was wäre der ideale Nachbarsmieter für ihre Nutzung?**

7.b.) **Welche Nutzungen würden einen Standort für sie ausschliessen?**

8.) Herausforderungen der Nutzung

8.a.) **Wo liegen die Herausforderungen ihrer Nutzung?**

8.b.) **Welche Kriterien haben bei einer Standortwahl für sie die höchste Gewichtung?**

9.) Belegungspotenzial / Beitrag zur Quartierslebendigkeit

9.a.) **Was sind ihrer Meinung nach die Gründe das in manchen neuen Quartiersentwicklungen die Erdgeschossflächen leer stehen?**

9.b.) **Wie bewerten sie das Potenzial ihrer Mietfläche hinsichtlich des Beitrags ihrer Nutzung zur Belegung und Attraktivitätssteigerung des Quartiers?**

Anhang 1b – Übersichtstabelle der Nutzungskategorien

Nutzungskatalog mit Bewertungsmatrix	Flächenbedarf			Passanten- / Kundenfrequenz			Nutzungs- zeiträume			Zahlungs- bereitschaft			Bauliche Anforderungen			Umgebung, Erschliessung, Aussehenraum			Nutzungsmix u. Kopplungs- potenziale			Heraus- forderungen			Belebungspotenzial und Beitrag zur Quartiers- lebendigkeit		
	gross (L)	mittel (M)	klein (S)	hoch (+++)	mittel (++)	tief (+)	lang	regulär	eingeschränkt	hoch (+)	mittel (0)	gering (-)	hoch (+)	mittel (0)	gering (-)	hoch (+)	mittel (0)	gering (-)	wenige (+)	durchschn. (0)	viele (-)	hoch (+)	mittel (0)	klein (-)			
Detailhandel Food	L			+++			x		+					0		+			0			+					
Detailhandel Non-Food			S	++			x		+							+								0			
Soziale Nutzungen		M				+		x								+						+					
Kulturelle Nutzungen		M		+++			x									+						+					
Bildungs- einrichtungen		M				+		x								+								0			
Kreativwirtschaft			S			+			x													+					
Gesundheitswesen		M		++			x									+								0			
Gastronomie		M	S	+++			x									+						+					
Gewerbe und urbane Produktion		L	M			+		x														+					
Coworking-spaces		M		++			x															+		0			

Tabelle 21: Nutzungskatalog mit Bewertungsmatrix (eigene Darstellung)
Übersichtstabelle der Nutzungskategorien als Ergebnis der Empirie

Ehrenwörtliche Erklärung

Ich versichere hiermit, dass ich die vorliegende Arbeit mit dem Thema „Vielfältig belebte Erdgeschosszonen - der Beitrag verschiedener Nutzungskategorien zur Lebendigkeit urbaner Quartiere“ selbstständig verfasst und keine anderen Hilfsmittel als die angegebenen benutzt habe.

Alle Stellen die wörtlich oder sinngemäss aus veröffentlichten oder nicht veröffentlichten Schriften entnommen sind, habe ich in jedem einzelnen Falle durch Angabe der Quelle (auch der verwendeten Sekundärliteratur) als Entlehnung kenntlich gemacht.

Die Arbeit hat in gleicher oder ähnlicher Form noch keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegen und wurde auch noch nicht veröffentlicht.

Zürich, den 05.09.2022

Nils Tennhoff