

# Flaniermeilen Stadt Zürich

locationservices



Präsentation SVSM Lunch  
Brasserie Lipp, Zürich  
Marc-Christian Riebe  
28. Februar 2008

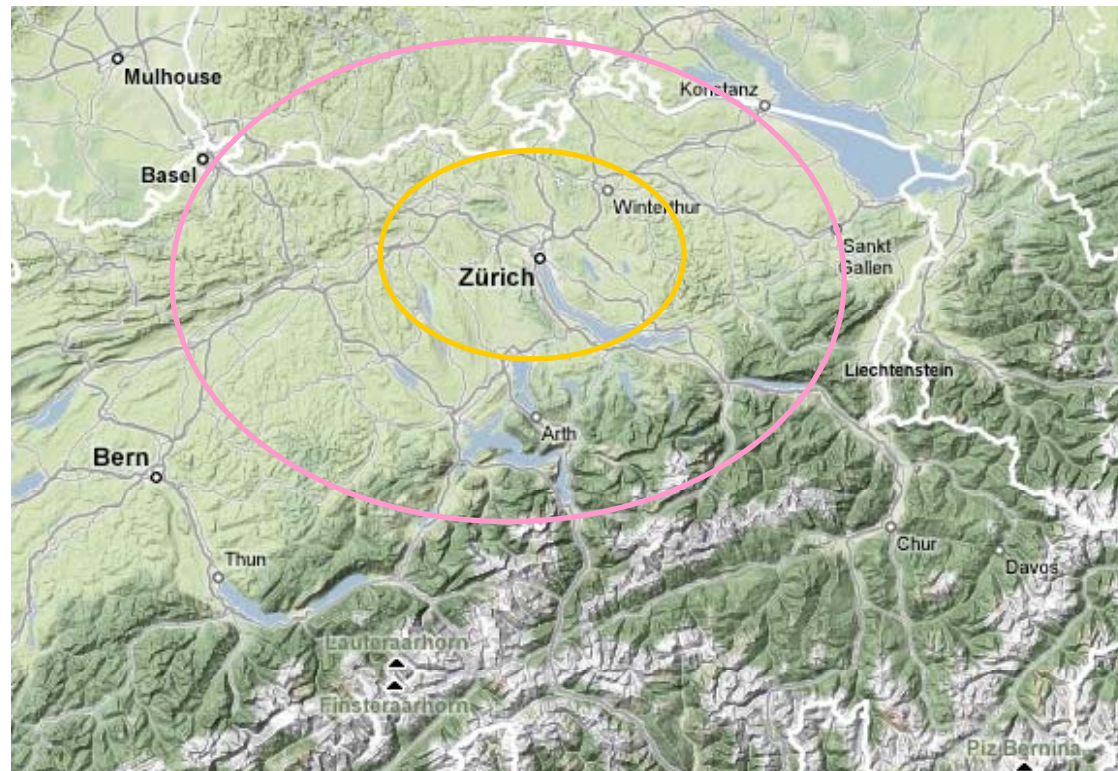
# Flaniermeilen Stadt Zürich

1. Ausgangslage
2. Flaniermeilen
3. Standortentwicklung
4. Trends

# Einzugsgebiet, Wirtschafts- und Lebensraum Zürich

locationservices

Ausgangslage



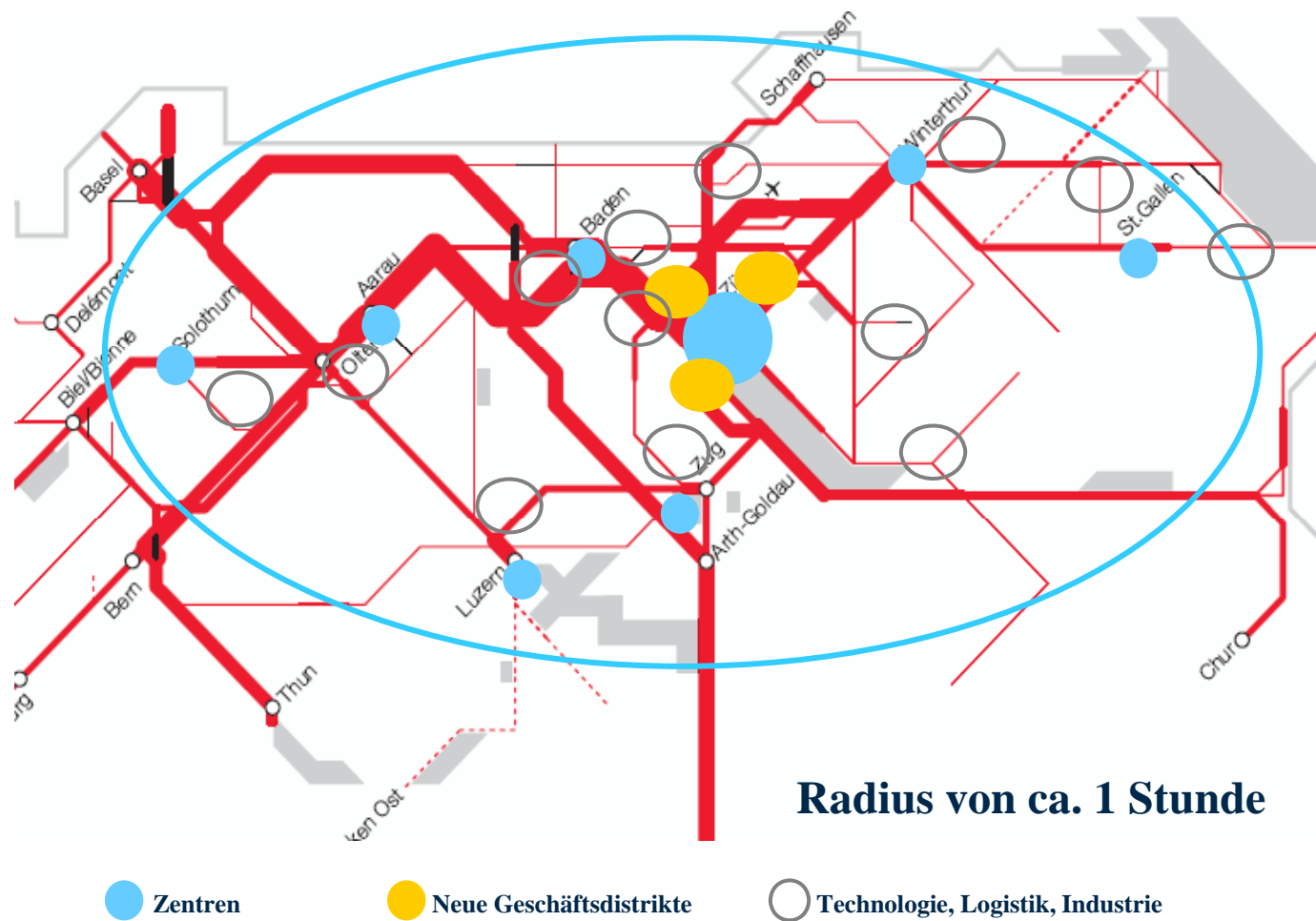
**Radius 30 Min - ca. 1.5 Mio. Einwohner**

**Radius 60 Min - ca. 3 Mio. Einwohner**

# Einbindung mit dem ÖV

locationservices

Ausgangslage

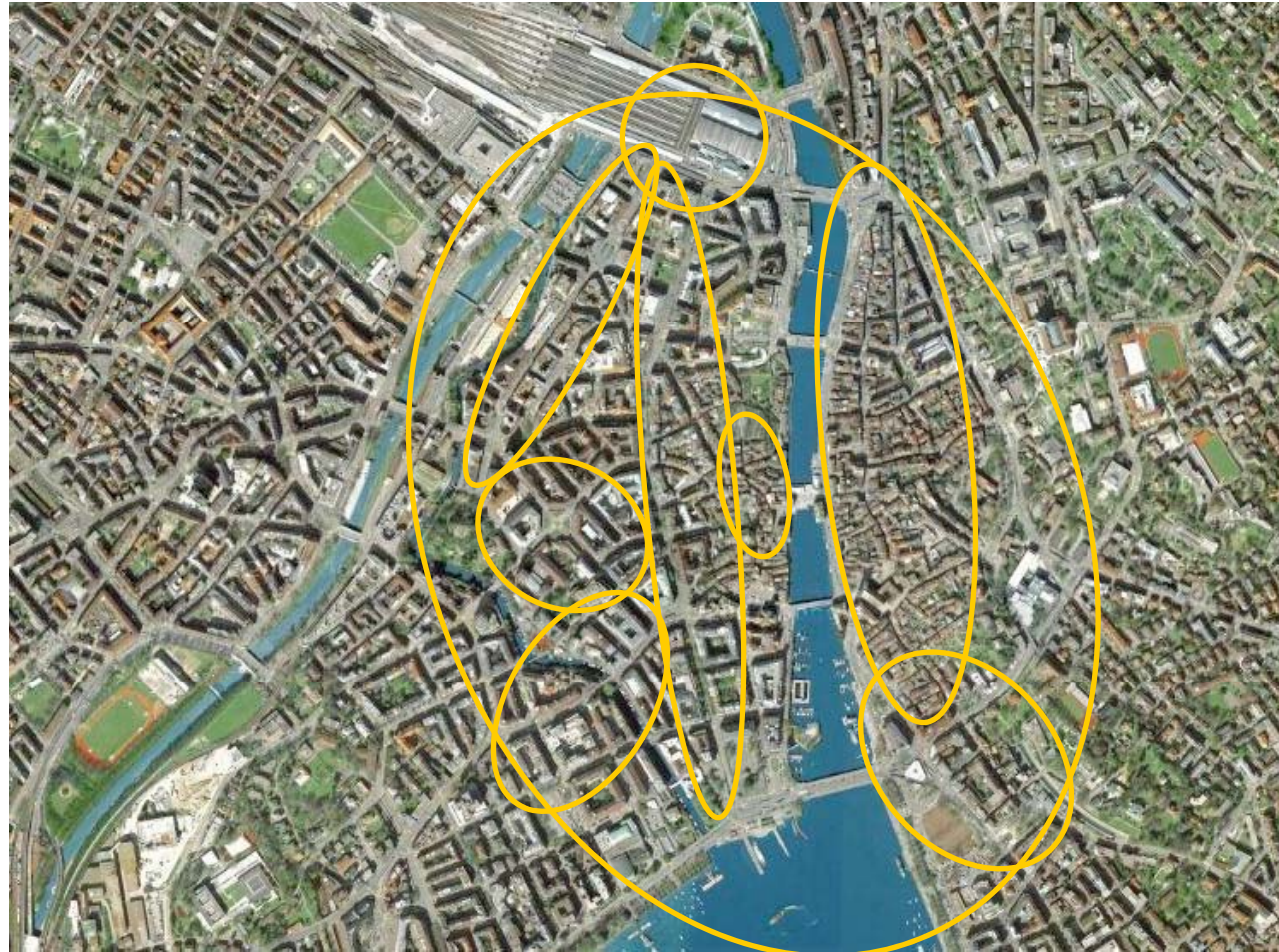


# Standortvereinigungen Zürich City

locationservices

Ausgangslage

**Flaniermeilen**



# Erdgeschoss Flächenbestand Innenstadt

locationservices

Ausgangslage

**Flaniermeilen**

Gesamt-Fläche	ca. 193'000 m <sup>2</sup>
davon Bahnhofstrasse:	
- EG	ca. 40'000 m <sup>2</sup>
- UG/OG (inkl. Globus und Jelmoli)	ca. 66'000 m <sup>2</sup>
Vergleich:	
Sihlcity	ca. 41'000 m <sup>2</sup>
Jelmoli	ca. 28'000 m <sup>2</sup>

# Flaniermeile untere Bahnhofstrasse

Ausgangslage

**Flaniermeilen**

Länge: ca. 350 m

VK EG: ca. 8'900 m<sup>2</sup>

VK UG/OG: ca. 12'000 m<sup>2</sup>

Vergleich:

Globus EG: ca. 900 m<sup>2</sup>

Gesamt: ca. 7'500 m<sup>2</sup>

- Frequenz pro Tag >100'000 Personen

- Weltweit höchste Umsätze pro m<sup>2</sup>  
34 EG-Geschäfte Ø 150 m<sup>2</sup>

- Marktmieten ca. 7'300 /m<sup>2</sup>



# Flaniermeile mittlere Bahnhofstrasse

Ausgangslage

**Flaniermeilen**

Länge: ca.450 m

VK EG: ca. 23'000 m<sup>2</sup>

VK UG/OG: ca. 24'000 m<sup>2</sup>

Vergleich:

Jelmoli EG: ca. 4'800 m<sup>2</sup>

Gesamt (netto): ca. 28'000 m<sup>2</sup>

- Frequenz pro Tag > 70'000 Personen

- Höchste Umsätze pro m<sup>2</sup>

- Marktmieten ca. >6'000 /m<sup>2</sup>



# Flaniermeile obere Bahnhofstrasse

Ausgangslage

**Flaniermeilen**

Länge: ca. 260 m

VK EG: ca. 7'000 m<sup>2</sup>

VK UG/OG: ca. >1'000 m<sup>2</sup>

Vergleich:

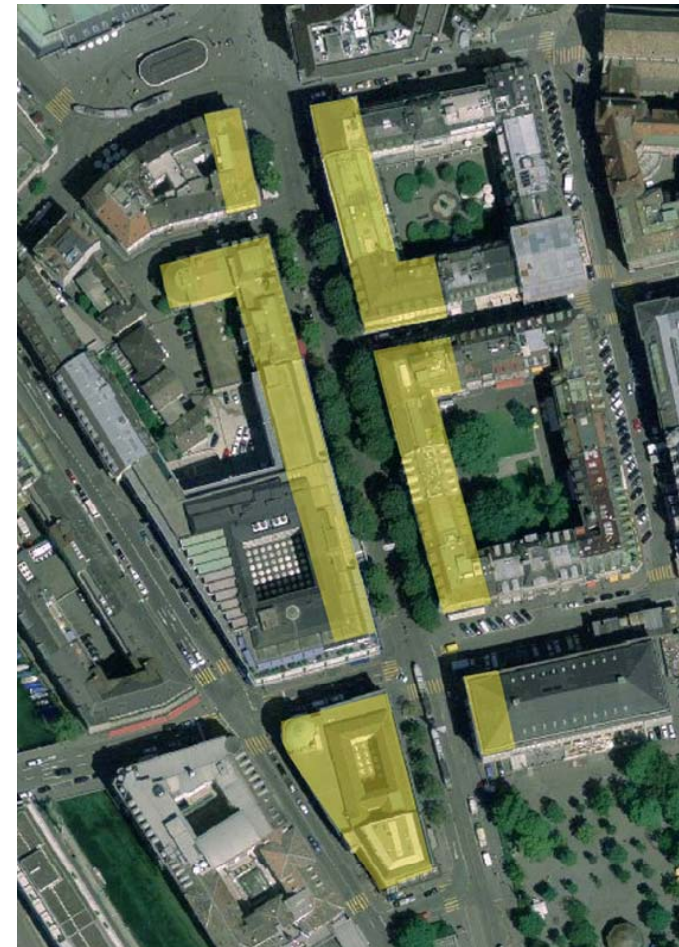
UBS/CS/ZKB: ca. 3'000 m<sup>2</sup>

- Frequenz pro Tag < 50'000 Personen

- Höchste Umsätze pro m<sup>2</sup>

- Marktmieten ca.

CHF 3'000 - CHF 7'500 /m<sup>2</sup>



# Die Flaniermeilengebiete

Ein Flaniermeilenplan als Kommunikationsinstrument

locationservices

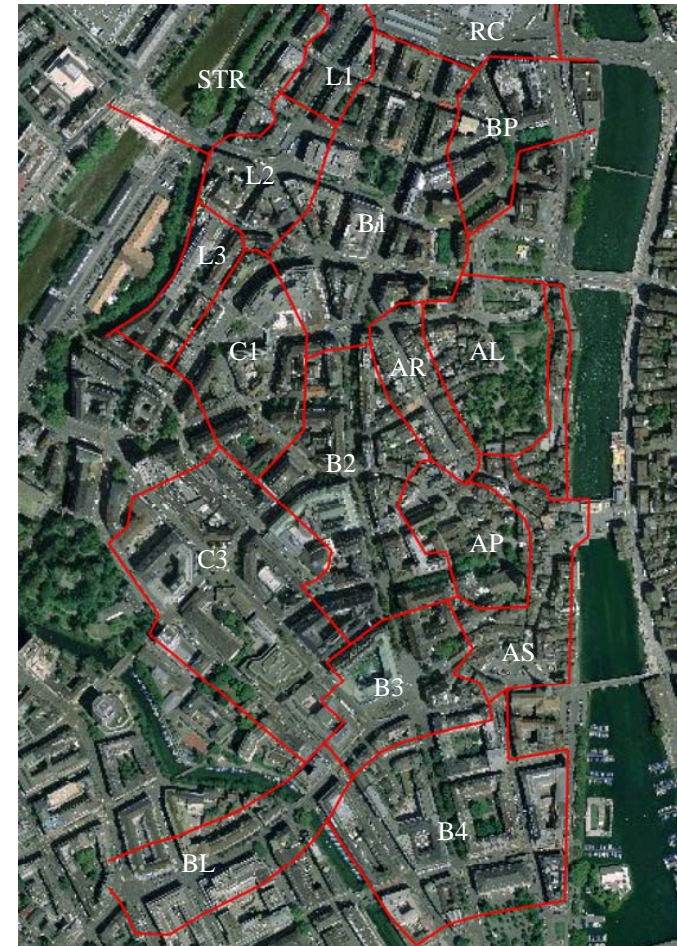
Ausgangslage

**Flaniermeilen**

Die Einteilung der Innenstadt in Flaniermeilengebiete erlaubt die Definition von „Marktgebieten“ mit ähnlichen wirtschaftliche Rahmenbedingungen.

Für Flaniermeilengebiete lassen sich gleiche Überlegungen, Analysen und Auswertungen wie bei Ebenen in einem Shopping Center anstellen.

Dies erlaubt eine Interpretation der aktuellen Situation und der vorhandenen Potentiale.



# Systematik und Auswertungen

locationservices

Ausgangslage

Flaniermeilen

**Standortentwicklung**

- Zuordnung der Adressen zu den Flaniermeilen
- Messung der Besucherfrequenzen
- Auswertung des Inputs bezüglich den Geschäften und dem Standort
- Interpretation der Auswertungen



# Analysen Passantenströme

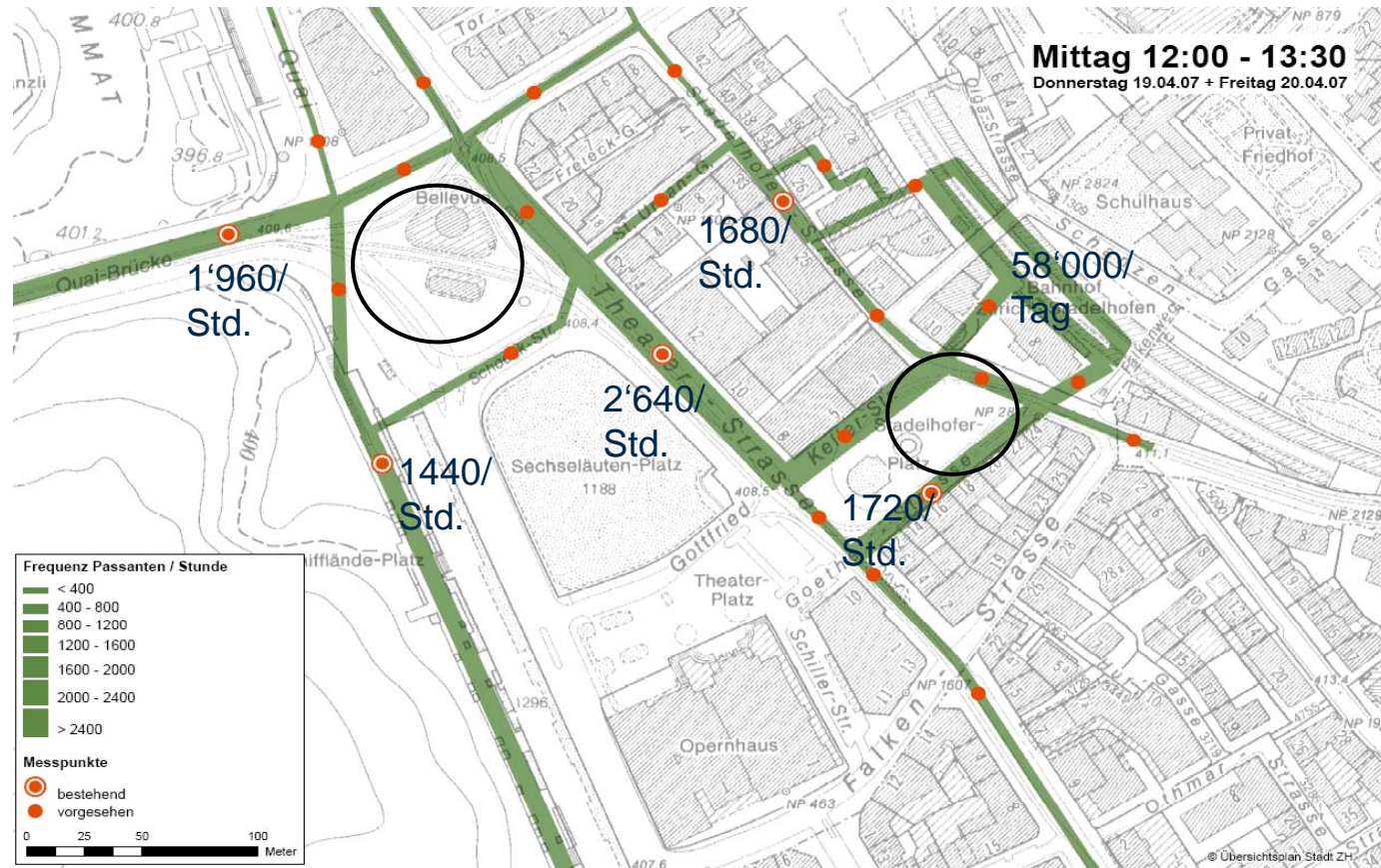
(Quelle: Eigene Messungen, ZVV)

locationservices

Ausgangslage

Flaniermeilen

Standortentwicklung



# Standortentwicklung Beispiel Nüscherstrasse

Ausgangslage

Flaniermeilen

Standortentwicklung

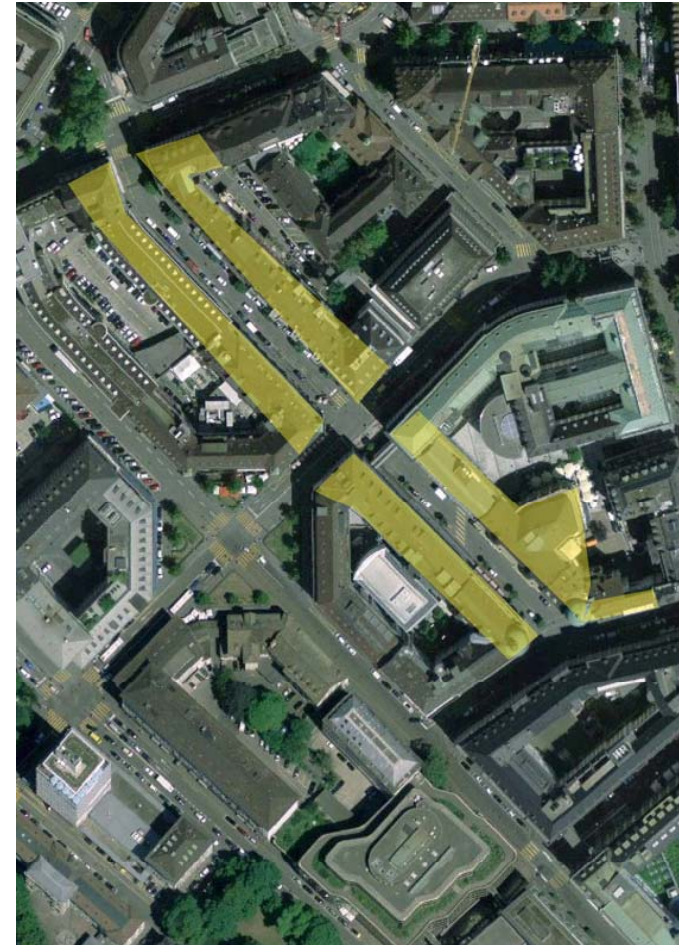
Länge: ca. 250 m

VK EG: ca. 8'000 m<sup>2</sup>

VK UG/OG: ca. .... m<sup>2</sup>

- Frequenz pro Tag
  - derz. <5'000 Personen
  - nach Entw. >..... Personen

- Marktmieten nach Entwicklung  
>CHF 3'000/m<sup>2</sup>



# Standortentwicklung Beispiel Stadtraum HB 2011

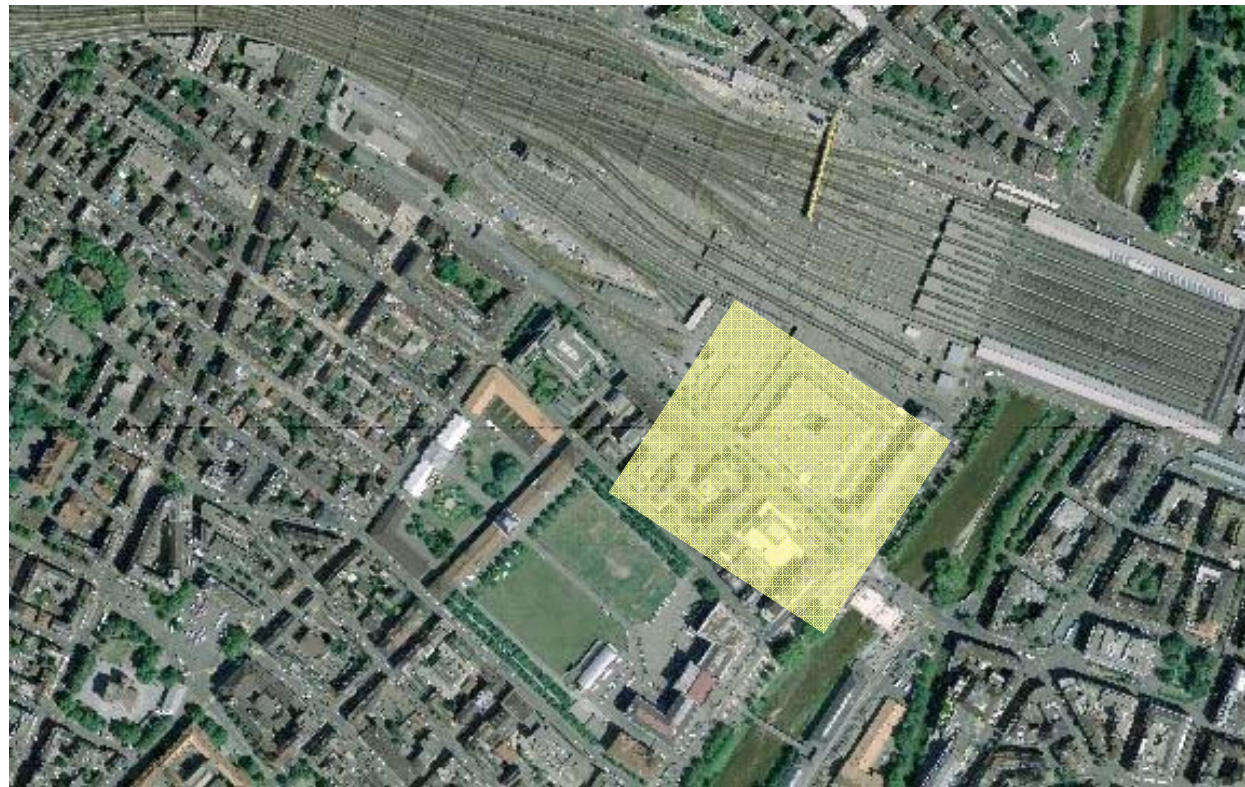
locationservices

Ausgangslage

Flaniermeilen

**Standortentwicklung**

1. Etappe



# Standortentwicklung Beispiel Stadtraum HB 2013

locationservices

Ausgangslage

Flaniermeilen

**Standortentwicklung**

2. Etappe



# Standortentwicklung Beispiel Stadtraum HB 2015

locationservices

Ausgangslage

Flaniermeilen

**Standortentwicklung**

3. Etappe



# Standortentwicklung Beispiel Stadtraum HB 2017

locationservices

Ausgangslage

Flaniermeilen

**Standortentwicklung**

4. Etappe



# Standortentwicklung Beispiel Stadtraum HB 2019

locationservices

Ausgangslage

Flaniermeilen

**Standortentwicklung**

5. Etappe



# Standortentwicklung

## Beispiel Stadtraum HB Gesamtprojekt

locationservices

Ausgangslage

Flaniermeilen

Standortentwicklung



# Trends

locationservices

Ausgangslage

Flaniermeilen

Standortentwicklung

**Trends**

## **Wachstum des Einzugsgebietes**

Annahme 10%, Zunahme 300'000 potentielle Besucher

## **Zunahme der Attraktivität der Innenstadt**

weltweiter Trend, outdoor statt indoor, real statt künstlich

## **Städte als Teil europäischer Identität**

Zürich als Stadt mit einer der höchsten Lebensqualitäten;  
Erlebnis, Einkaufen, Kultur, Stadtraum-Erlebnis

# Trends

locationservices

Ausgangslage

Flaniermeilen

Standortentwicklung

**Trends**

## **Überlastung durch Besucherfrequenzen**

Chancen für neue Flaniermeilen, Differenzierung des Angebotes

## **Cluster-Bildung durch Anbieter**

Segmentierung des Angebotes nach Strassenzügen; Verdrängungskampf an attraktiven Lagen, neue Nischen nötig; Höchstmieten, Angleichung an internationale Vergleiche

## **Chancen für neue Flächenangebote nutzen**

Steigerung der Konkurrenzfähigkeit im internationalen Wettbewerb

[www.flaniermeilen.com](http://www.flaniermeilen.com)

locationservices

Ausgangslage

Flaniermeilen

Standortentwicklung

Trends



Danke für Ihre Aufmerksamkeit!