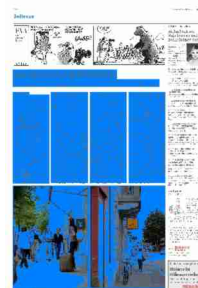


Gesamt

Tages-Anzeiger
8021 Zürich
044/ 248 44 11
www.tagesanzeiger.ch

Medienart: Print
Medientyp: Tages- und Wochenpresse
Auflage: 205'398
Erscheinungsweise: 6x wöchentlich



Themen-Nr.: 812.6
Abo-Nr.: 1067228
Seite: 22
Fläche: 75'711 mm²

Das grosse Lädeli-Werben

Während sich die Bahnhofstrasse globalisiert, setzt der Kreis 4 verstärkt auf lokale Anbieter. In der neuen Genossenschaftssiedlung Kalkbreite und überraschenderweise auch an der Europaallee.

Von Marcel Reuss

Nun also auch der Kleiner. Auf der langen Liste der TraditionsGeschäfte, die es um die Bahnhofstrasse nicht mehr gibt, ist die Konditorei der jüngste Eintrag. Weil die Monatsmiete künftig 5000 Franken mehr gekostet hätte, schloss man die Filiale, die vor Jahrzehnten an der Kuttelgasse eröffnet hatte. Verliert die Bahnhofstrasse deswegen ihr Gesicht? Nein. Sie hat längst ein neues. Das einer Einkaufsmeile, in der sich das Flughafen-Shopping-Open-Air fortsetzt. Eine, in der Zürcher finden, was sie auch in New York oder London finden würden. Weil internationale Ketten hier repetieren, was dort funktioniert. Die Nachricht, dass Starbucks am Bahnhofplatz seine 16. Zürcher Filiale eröffnet, passt da ins Bild, das jenseits der Sihl, in den Kreisen 4 und 5, ein ganz anderes ist.

In Zürichs Labor für Lebens- und Geschäftsmodelle sind zwei Vermieter daran, einen Gegentrend zu akzentuieren. Die Genossenschaft Kalkbreite und die SBB. Grundverschieden, haben beide doch einiges gemeinsam. Sie setzen auf den öffentlichen Verkehr - die Genossenschaft, weil sie autofreies Wohnen propagiert. Vor allem gehören sie aber zu Zürichs grössten Bauherren. An der Kalkbreite, wo die Genossenschaft ein «neues Stück Stadt» entstehen lässt. An der Europaallee, wo für die SBB gleich ein neuer Stadtteil aus dem Boden wächst. Für die Ladenlokale suchen beide Mieter - und interessanterweise dieselben: Nicht H&M oder Tommy Hilfiger. «Authentische Anbieter», «Ladenunikate», «Autorenbetriebe» sollen es sein.

Begriffe, die sich auf der Kalkbreite-Homepage ebenso finden wie in der Konzeptskizze zum Markt Lagerstrasse. Was kein Zufall ist, weil dieselbe Firma nach den Mietern sucht: die Fischer AG Immobilienmanagement. Die Firma wählt dafür - und da liegt der grosse Unterschied zum globalen City-Ansatz - einen lokalen Weg. Einen, den zuletzt

auch die Stiftung PWG ging, als sie für die Viaduktbögen internationale Ketten explizit ausschloss.

Lagerstrasse als Langstrasse

Für die Siedlung Kalkbreite und den Markt Lagerstrasse sucht die Fischer AG, um es in Konzeptworten zu sagen, also «authentische Anbieterinnen», die in ihren «Ladenunikaten» als «Autoren» hinter der Theke stehen. Doch bringt das Doppelmandat die Zürcher Firma nicht in einen Interessenkonflikt? «Nein», sagt Iris Vollenweider, die beide Projekte betreut. Weil sie offen kommunizierten. Weil die Vermieter und Mieter entscheiden würden. Und weil die Projekte für eine Differenzierung sorgten.

Tatsächlich sind die sehr verschieden. Die Kalkbreite, die auf 5000 Quadratmetern verschieden grosse Lokale anbieten wird. Als Herzstück einen Suk mit Gastroangeboten plant und die Riffraff-Betreiber für Zürichs neuestes Kino gewinnen konnte. Mit dem genossenschaftlichen Hintergrund, dem durchmischten Wohnkonzept, scheint das Kalkbreite-Projekte perfekt in die «authentische» Strategie zu passen, die auch vom Les Halles inspiriert wurde, dessen Betreiber der Genossenschaft als Berater beistehen. In der Europaallee hingegen überrascht der lokale Ansatz. Eine geometrische Stadt aus Stein und Glas, die überall in den Himmel wachsen könnte und als Feigenblatt deshalb etwas Züri-Kolorit braucht?

Was der Komplex, welcher dereinst Arbeitsort für Hunderte von Bankern und Studenten der Pädagogischen Hochschule sein wird, vor allem braucht, ist Leben. Auch nach Büroschluss, wie ein SBB-Sprecher jüngst sagte. Denn ohne Leben bleibt die Europaallee, was sie noch ist: eine Retorten-City mit Berlin-Mitte-Charme. Deshalb will man den Tanker ans Quartier anbinden. Scharnierfunktion übernehmen soll dabei der geplante Markt entlang der bislang öden

Lagerstrasse. Die kleinen Shops sollen verkörpern, was die Kreise 4 und 5 ausmacht: nicht Alkis, Prostituierte und Nachtvögel, sondern das leichte südländische Flair. Für dieses sorgen die Autorenbetriebe und die Leute, die von einem zum andern flanieren und zwischendurch einkehren.

Alte Bekannte mit neuen Ideen

Geschäfte, die es so in Zürich noch nicht gibt, stellt sich Iris Vollenweider vor. Das könnten, sagt sie, auch alte Bekannte mit neuem Ladenkonzept sein: das Zürcher Strick-Design-Label Xess + Baba etwa oder Newcomer wie die Produzenten von handgeschnitzten Skateboards und nachhaltigen Ski.

Doch gibt es genügend solche Geschäfte in Zürich? Sie denke Ja, sagt Vollenweider, zumal man nicht nur hier suche. Man wolle den Leuten auch Mut machen, den Schritt in die Selbstständigkeit zu wagen. Anreize schaffen dazu sollen die Mietpreise. Sie reichen je nach Lage und Anbieter von über 400 bis unter 250 Franken pro Quadratmeter. In der Kalkbreite kostet der Quadratmeter im Schnitt um die 400 Franken. Die SBB lassen sich das Kreis-4-Ambiente etwas kosten, weil sich eine belebte Europaallee für die Bahn am Ende rechnet.

Mehrere Hundert Anfragen

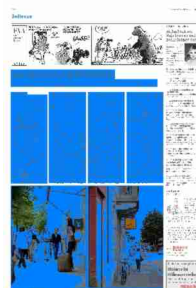
International und austauschbar wie an der Bahnhofstrasse oder lokal einzigartig wie an der Kalkbreite und Lagerstrasse: Diese beiden Trends zeigen sich momentan im Zürcher Detailhandel. Wird sich der eine verstärken? An der Bahnhofstrasse zumindest stehen potenzielle Mieter noch immer Schlange, wie man hört. Und den Aufwertungsdruck spürt man längst auch in Aussersihl.

Doch zum Schluss eine ganze andere Frage: «Wann wird ein Kebab-Anbieter zum authentischen Autorenbetrieb?» Wenn er ein qualitativ gutes Angebot führe, das er selber verkaufe, sagt Iris

Gesamt

Tages-Anzeiger
8021 Zürich
044/ 248 44 11
www.tagesanzeiger.ch

Medienart: Print
Medientyp: Tages- und Wochenpresse
Auflage: 205'398
Erscheinungsweise: 6x wöchentlich



Themen-Nr.: 812.6
Abo-Nr.: 1067228
Seite: 22
Fläche: 75'711 mm²

Vollenweider, die dann zu schwärmen beginnt: Von einem kulturellen Warenhaus, das im Baufeld H entstehen soll. Einer biologischen Kosmetiklinie und vom Hot-Dog-Anbieter, der die Würste in «chüschtigem» Brot verkaufe. Ja, das Interesse sei sehr gross, sagt sie. Bisher seien 150 Anfragen für Kalkbreite eingegangen und gut 250 zum Markt an der Lagerstrasse.

www.kalkbreite.net
www.marktlagerstrasse.ch



Internationales Shopping an der Bahnhofstrasse.



Lokales Einkaufen an der Lagerstrasse. Fotos: Sophie Stieger