



Nutzungsstruktur Altstadt

Erhebung Struktur – Stadt-, Altstadt-, Objektebene
Ergebnisse
Fragenbeantwortung
Folgerungen & Empfehlungen

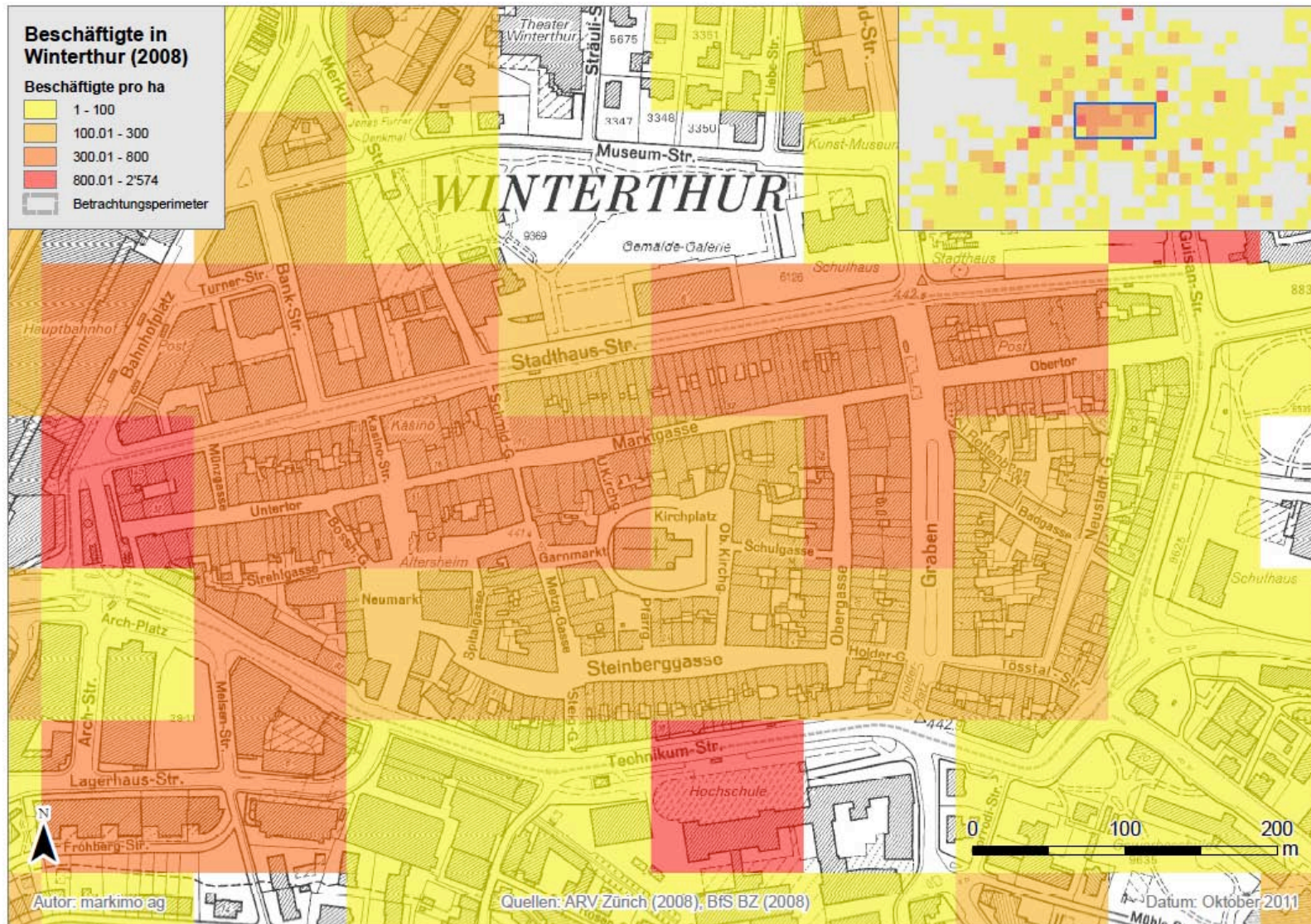
15. November 2011

| | |
|------------------|--|
| Projektleitung: | Daniel Berchtold, kreaprozess BERCHTOLD Standortentwicklung |
| Feldaufnahme: | Viktor Jauch (Detailhandelsspezialist), Laura Jauch, Viktor Jauch Consulting |
| GIS-Bearbeitung: | Serdar Oenel, markimo |
| Beratung: | Christoph Ackeret, markimo |

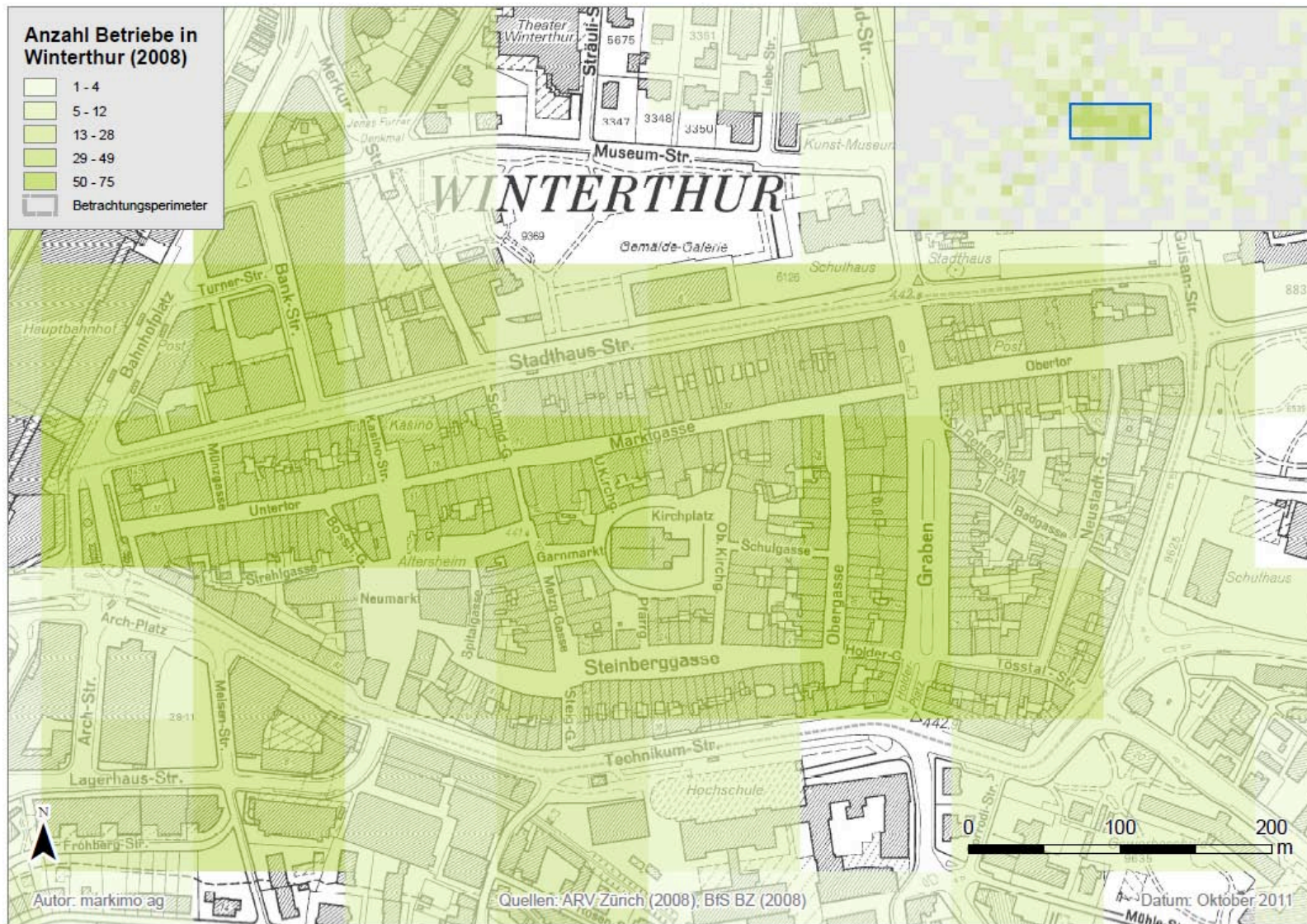
Bearbeitungsübersicht

| Seite | Inhalt |
|-------|---|
| | A. Erhebung Nutzungsstruktur |
| 2 | A.1 Stadtebene Funktionen Arbeiten und Versorgung – Dichte pro Hektare |
| 8 | A.2 Altstadtebene Nutzungsstruktur Altstadt (Funktionen Arbeiten, Versorgung, Wohnen) |
| 12 | A.3 Objektebene Erhebung publikumswirksame Nutzungen |
| 20 | B. Ergebnisse |
| 25 | C. Fragenbeantwortung |
| 28 | D. Folgerungen & Empfehlungen |

A.1.1 Arbeitsfunktion – Beschäftigte / ha

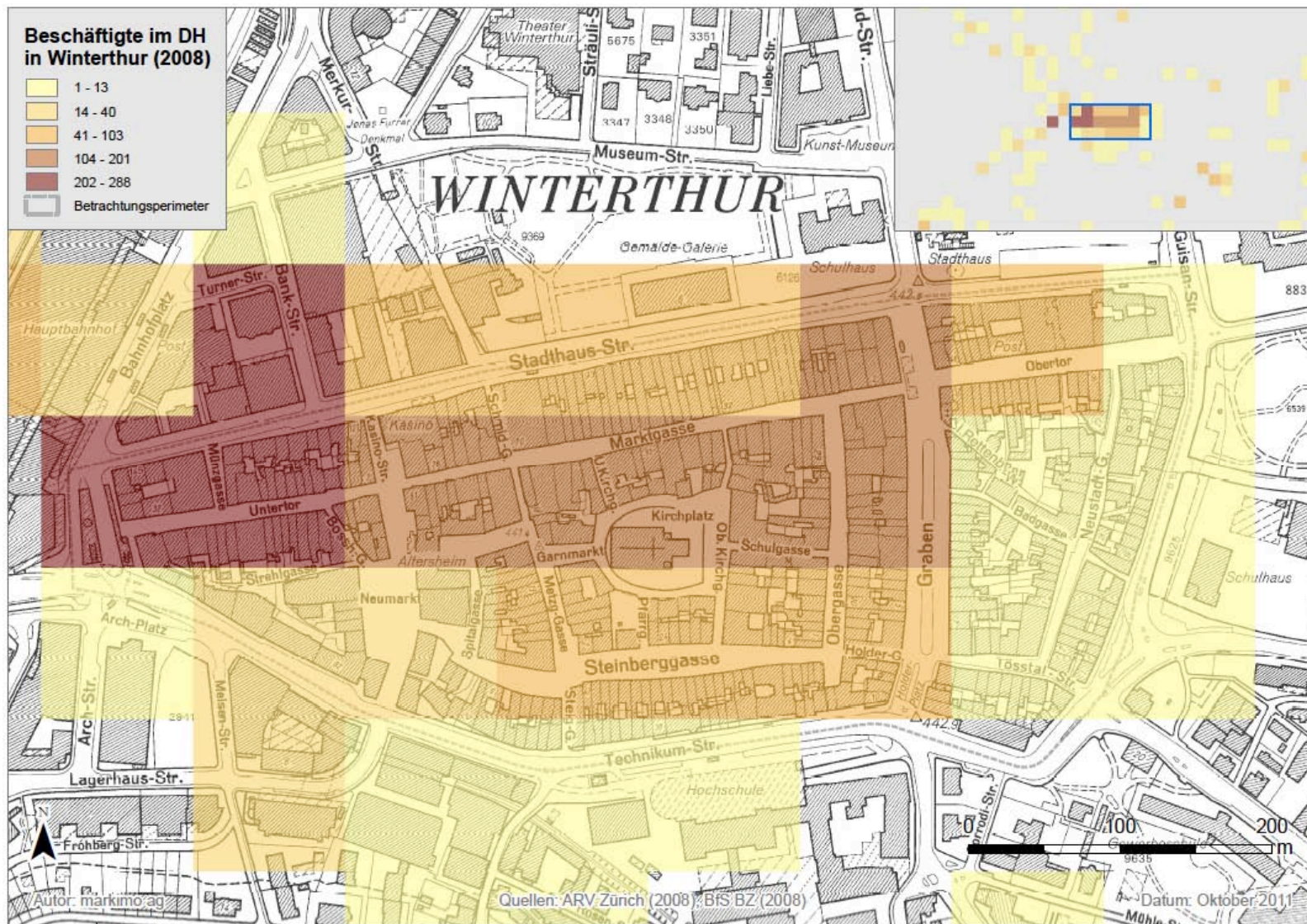


A.1.2 Arbeitsfunktion – Betriebe / ha

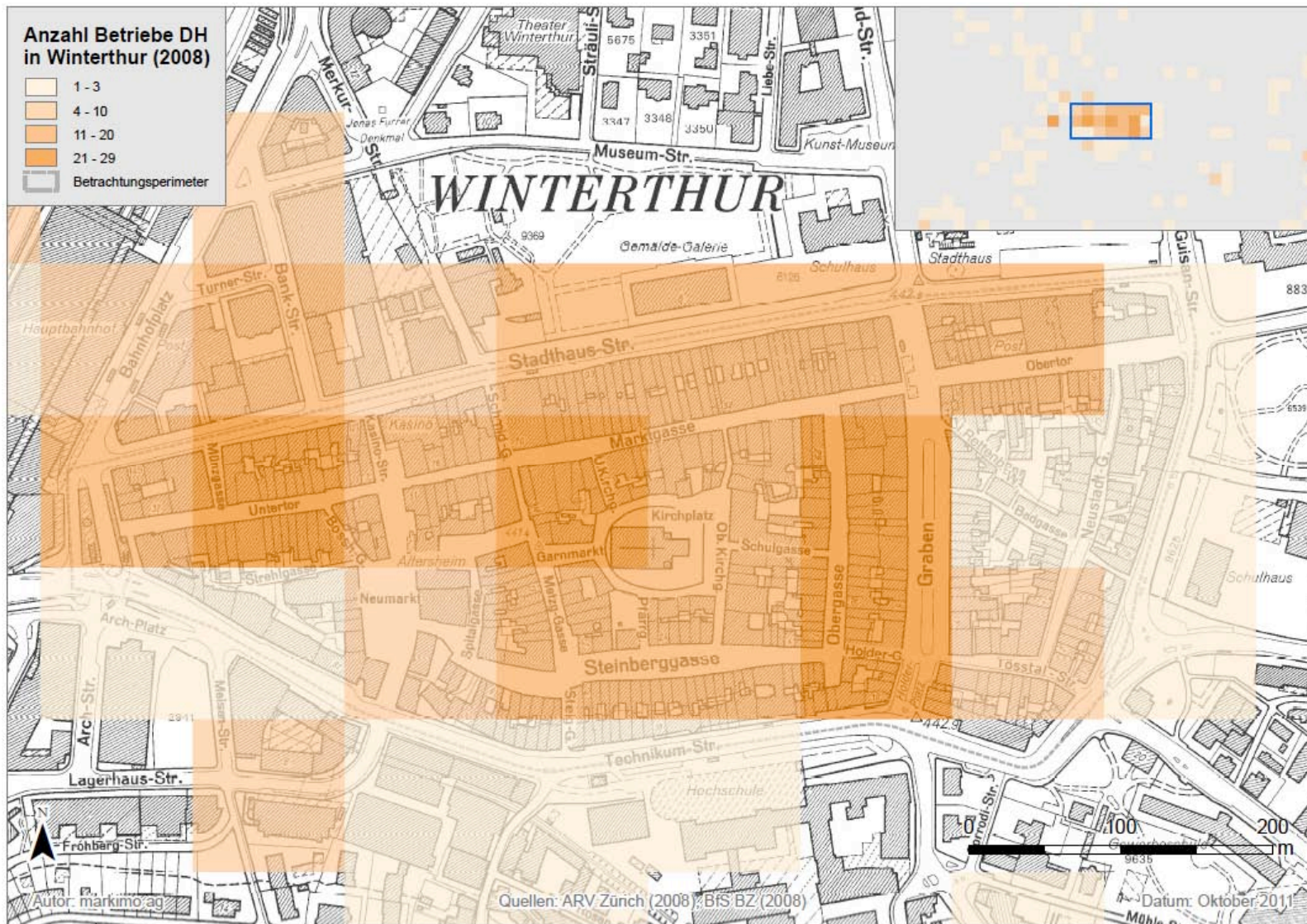


Altstadt
ausgeprägte
Dichte an
Betrieben

A.1.3 Versorgungsfunktion – Beschäftigte / ha

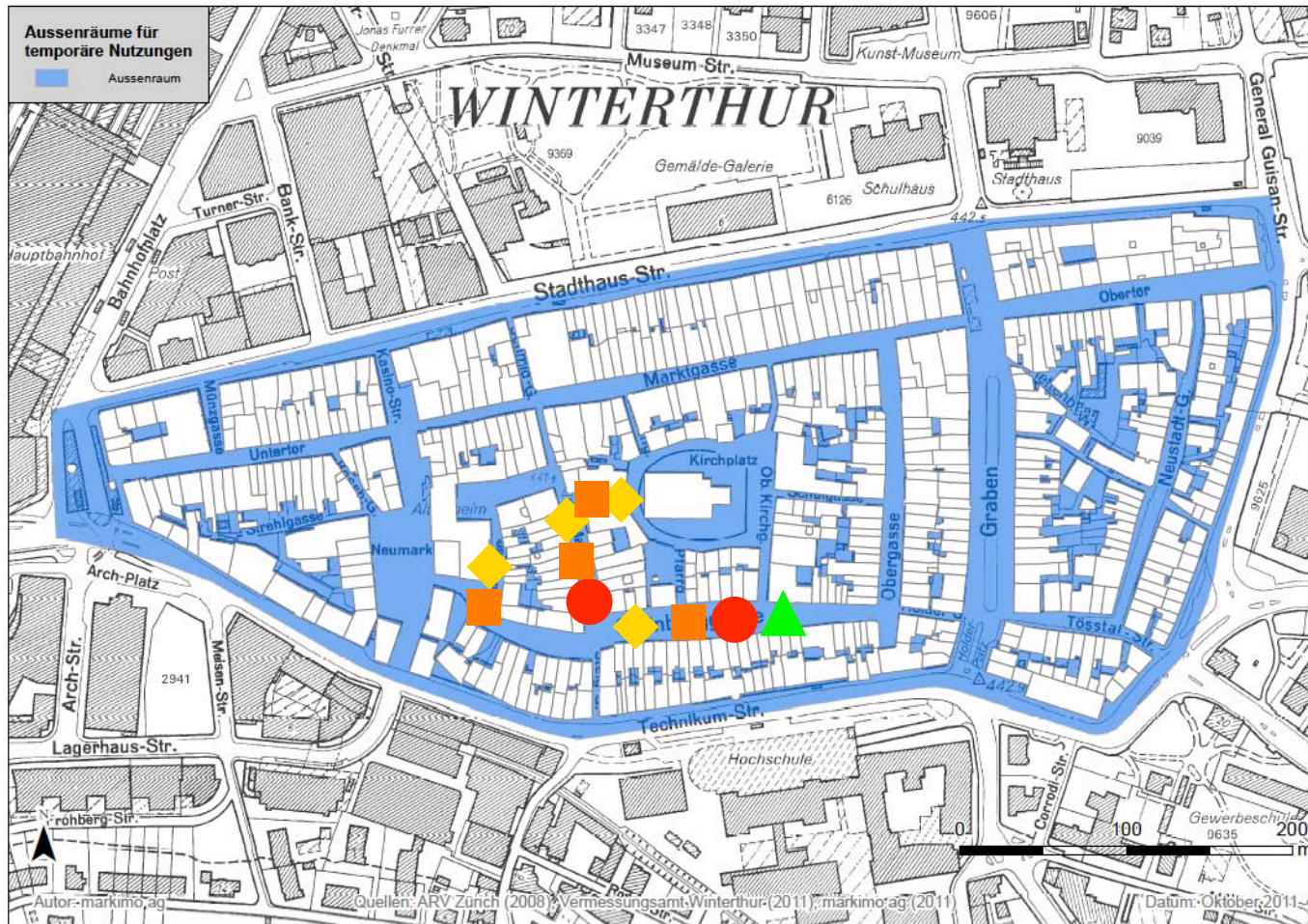


A.1.4 Versorgungsfunktion – Betriebe / ha



Altstadt
stark
ausgeprägte
Dichte
an Betrieben
im Detail-
handel

A.1.5 Temporäre Nutzungen (Märkte / Events)



Albanifest jährlich 3 Tage

Kernaktivität in Altstadt ca. 100'000 Besucher (grösstes, jährlich durchgeführtes Stadtfest in Europa)

▲ Musikfestwochen jährlich 12 Tage

Ende August
Steinberggasse

Afropingsten jährlich

teilweise in Altstadt ca 90'000 Besucher

● Wochenmärkte

Dienstag & Freitag 6h - 11h
Steinberg- & Metzgergasse

◆ Jahrmärkte

Mai-, Martini- & Klausmarkt 9h - 21h
Ober-, Steinberg, Metzger-, Spitalgasse, Garnmarkt

■ Floh- & Trödlermarkt

11x jährlich, 8h - 16h
Steinberg, Metzger-, Spitalgasse, Garnmarkt

Viele Events und Märkte in der Altstadt stärken die Versorgungsfunktion mit den permanenten Publikumsnutzungen hinsichtlich Bekanntheit und Frequenz erheblich. (Ausmass: keine Daten)

A.1.6 Lageklassen Wohnen

Lageklassen 2009

- Klasse 1
- Klasse 2
- Klasse 3
- Klasse 4
- Klasse 5

Unter Bezug Landwirtschaftsätzung Steuerbehörde Kriterien:

- Immissionen: Strassenlärm, andere Lärmquellen, Geruchs-
immissionen etc.
- Aussicht/Besonnung: Attraktivität Aus-/Fernsicht, Topografie etc.
- Infrastruktur: Einkaufsmöglichkeiten, Schulen, Freizeitangebot etc.
- Verkehrsanbindung: ÖV-Anbindung, PV-Anbindung, Parkierung
etc.
- Zone/Umgebung: Image des Quartiers, Attraktivität, Umfeld etc.
Struktur



Quelle: Kanton Zürich, Lageklassen - GIS-Browser Internet

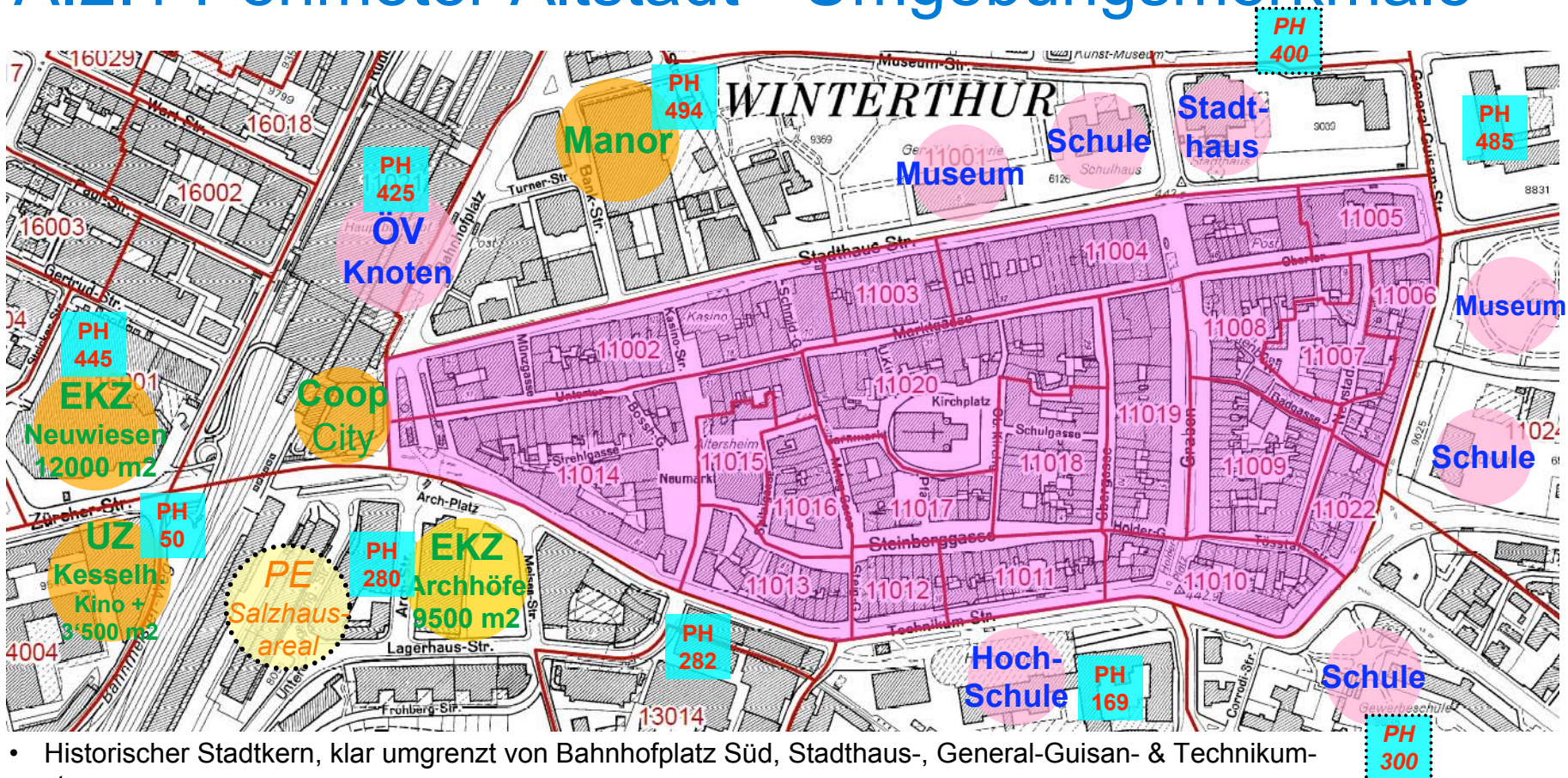
Altstadt

**Im Innenbereich der Altstadt
höchste und hohe Lageklassen.**

**Im Aussenbereich – besonders
entlang Technikumstrasse und am
Bahnhof deutlich tiefer.**
(Anschliessend ost- & südwärts
[Heiligberg] beste Lageklassen)

A.2.1 Perimeter Altstadt - Umgebungsmerkmale

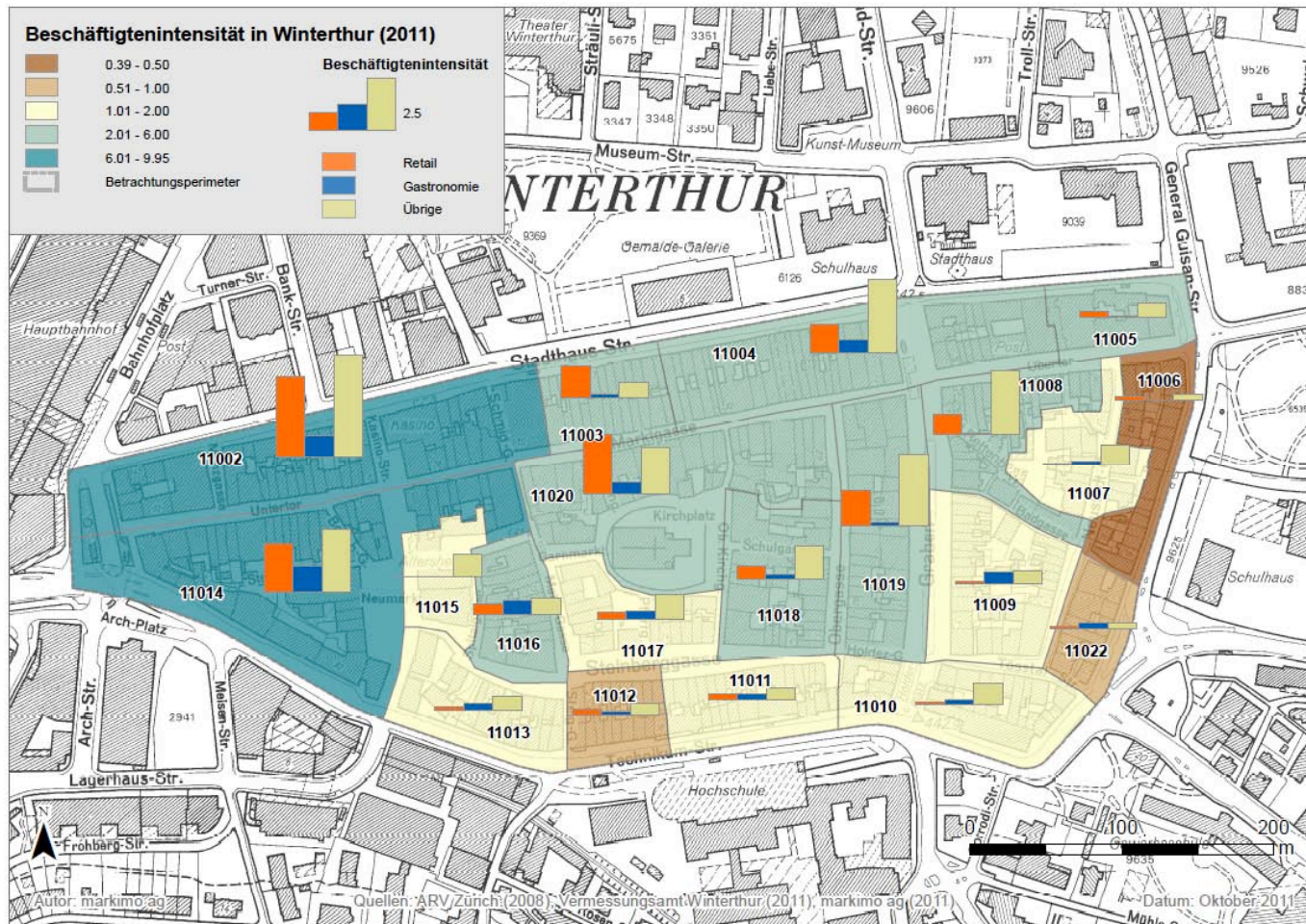
Der Ort ●
als Produkt



- Historischer Stadtkern, klar umgrenzt von Bahnhofplatz Süd, Stadthaus-, General-Guisan- & Technikumstrasse
- Geschlossene Blockrandstruktur mit kleinteiliger Parzellen- und Gebäudestruktur
- **Zentrum des städtischen Lebens mit potenter Flanierqualität und Erlebnisatmosphäre (hohe Anbieterdichte an publikumswirksamen Nutzungen, Treff- und Eventorte / Märkte)**
- Wohnlagen im Innenbereich der Altstadt hochwertig, im Aussenbereich abgewertet (Verkehrslärm)

Die Umgebung zeichnet sich aus durch deutlich grössere Parzellen und Bauten mit wichtigen öffentlichen Einrichtungen wie Stadthaus, Museen, Schulen, Technikum, öV-Knoten Bahnhof, grossflächige Anlagen und Projekte für Verkaufsnutzungen und öffentliche Parkhäuser.

A.2.2 Arbeits- & Versorgungsfunktion Zählkreise



Beschäftigte pro Einwohner
(Ø Stadt Winterthur 0.55)

| | B/E | Faktor zu Ø Stadt |
|-----------------|------------|-------------------|
| Altstadt | 3.1 | 5.7 |

Blaue Bereiche:

| Untertor | B/E | Faktor zu Ø Stadt |
|-----------------|-----|-------------------|
| 11002 | 9.9 | 18.2 |
| 11014 | 6.6 | 12.0 |

| Marktgasse / Obertor | B/E | Faktor zu Ø Stadt |
|-----------------------------|-----|-------------------|
| 11003 | 2.5 | 4.6 |
| 11020 | 5.8 | 10.7 |
| 11004 | 5.5 | 10.0 |
| 11008 | 4.1 | 7.5 |
| 11005 | 3.4 | 6.2 |

| Obergasse | B/E | Faktor zu Ø Stadt |
|------------------|-----|-------------------|
| 11018 | 2.4 | 4.5 |
| 11019 | 5.5 | 10.7 |

| Neumarkt | B/E | Faktor zu Ø Stadt |
|-----------------|-----|-------------------|
| 11016 | 2.0 | 3.7 |

| Vergleiche | Beschäftigte | Einwohner | BE pro EW |
|-----------------|--------------|--------------|-------------|
| Altstadt | 5'465 | 1'977 | 2.76 |
| Winterthur | 56'344 | 103'457 | 0.54 |
| Reg. Winterthur | 75'871 | 181'373 | 0.42 |
| Zürich | 361'805 | 378'996 | 0.95 |
| Kanton Zürich | 799'079 | 1'397'148 | 0.57 |

Altstadt mit hoher Beschäftigtenintensität – überaus hoch in den Bereichen Untertor, Markt-gasse, Obergasse und unterem Teil Obertor – südlich & östlich deutlich tiefer.

A.2.3 Intensität & Anordnung Arbeitsfunktionen

| | Beschäftigte | Einwohner | BE/EW | Faktor | BE Retail | BE/EW | Faktor | BE Gastro | BE/EW | Faktor |
|----------------------|---------------|----------------|-------------|------------|--------------|-------------|-------------|--------------|-------------|-------------|
| Winterthur | 56'357 | 103'025 | 0.55 | 1.0 | 5'208 | 0.05 | 1.0 | 2'668 | 0.03 | 1.0 |
| Tot. Altstadt | 5'465 | 1'765 | 3.1 | 5.7 | 1'675 | 0.95 | 18.8 | 689 | 0.39 | 15.1 |
| Zählkreise | | | | | | | | | | |
| 11002 | 766 | 77 | 9.9 | 18.2● | 301 | 3.91 | 77.3● | 81 | 1.1 | 40.6● |
| 11003 | 190 | 76 | 2.5 | 4.6 | 119 | 1.57 | 31.0● | 13 | 0.2 | 6.6 |
| 11004 | 644 | 118 | 5.5 | 10.0● | 157 | 1.33 | 26.3● | 69 | 0.6 | 22.6● |
| 11005 | 192 | 57 | 3.4 | 6.2● | 15 | 0.26 | 5.2 | 3 | 0.1 | 2.0 |
| 11006 | 41 | 104 | 0.4 | 0.7 | 14 | 0.13 | 2.7 | 0 | 0.0 | 0.0 |
| 11007 | 79 | 68 | 1.2 | 2.1 | 2 | 0.03 | 0.6 | 11 | 0.2 | 6.2 |
| 11008 | 309 | 75 | 4.1 | 7.5● | 73 | 0.97 | 19.3● | 5 | 0.1 | 2.6 |
| 11009 | 137 | 110 | 1.2 | 2.3 | 12 | 0.11 | 2.2 | 58 | 0.5 | 20.4● |
| 11010 | 131 | 94 | 1.4 | 2.5 | 11 | 0.12 | 2.3 | 23 | 0.2 | 9.4 |
| 11011 | 104 | 90 | 1.2 | 2.1 | 29 | 0.32 | 6.4 | 25 | 0.3 | 10.7 |
| 11012 | 75 | 75 | 1.0 | 1.8 | 20 | 0.27 | 5.3 | 11 | 0.1 | 5.7 |
| 11013 | 109 | 93 | 1.2 | 2.1 | 14 | 0.15 | 3.0 | 32 | 0.3 | 13.3● |
| 11014 | 854 | 130 | 6.6 | 12.0● | 302 | 2.32 | 46.0● | 161 | 1.2 | 47.8● |
| 11015 | 84 | 76 | 1.1 | 2.0 | 0 | 0.00 | 0.0 | 0 | 0.0 | 0.0 |
| 11016 | 137 | 68 | 2.0 | 3.7 | 35 | 0.51 | 10.2 | 47 | 0.7 | 26.7● |
| 11017 | 182 | 97 | 1.9 | 3.4 | 32 | 0.33 | 6.5 | 36 | 0.4 | 14.3● |
| 11018 | 266 | 109 | 2.4 | 4.5 | 69 | 0.63 | 12.5 | 25 | 0.2 | 8.9 |
| 11019 | 573 | 105 | 5.5 | 10.0● | 184 | 1.75 | 34.7● | 18 | 0.2 | 6.6 |
| 11020 | 561 | 96 | 5.8 | 10.7● | 281 | 2.93 | 57.9● | 58 | 0.6 | 23.3● |
| 11022 | 31 | 47 | 0.7 | 1.2 | 5 | 0.11 | 2.1 | 13 | 0.3 | 10.7 |

Über dem Altstadt Durchschnitt
liegende Zählkreise
● Total Beschäftigte/Einwohner
● Retail Beschäftigte/EW
● Gastronomie Beschäftigte/EW

Untertor
11002 ● ● ●
11014 ● ● ●

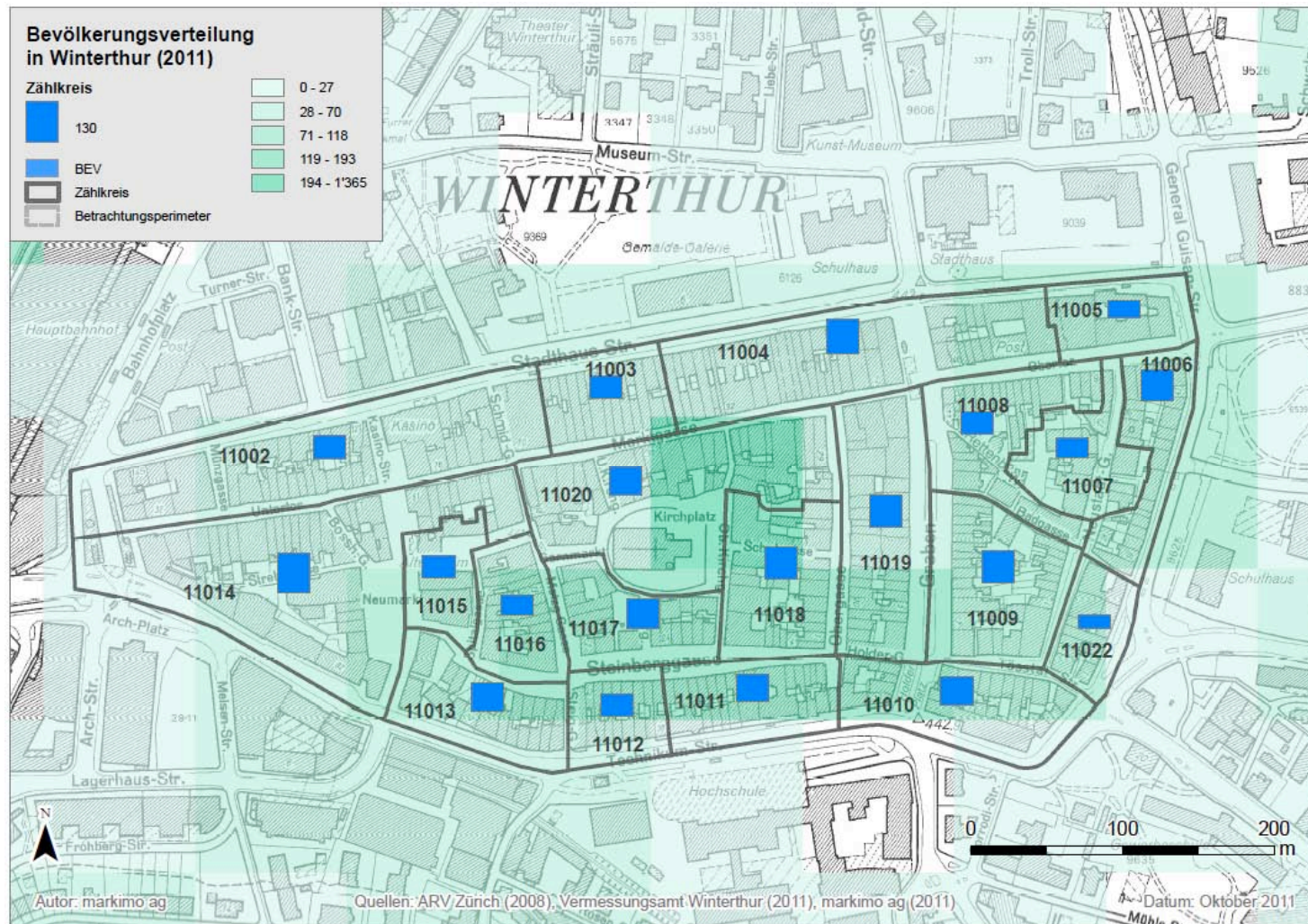
Marktgasse / Obertor
11003 ●
11020 ● ● ●
11004 ● ● ●
11008 ● ●
11005 ●

Obergasse / Graben
11019 ● ●
11009 ●

Steinberggasse / Neumarkt
11017 ●
11016 ●
11013 ●

Altstadt mit hoher Arbeits- sowie sehr hoher Versorgungsfunktion – Konzentrationen auf einzelne Zählkreise. (32% aller Retail-Beschäftigten in Winterthur in der Altstadt)

A.2.4 Wohnen – Bewohnerverteilung



Altstadt
Verteilung der
Bevölkerung pro
ha & Zählkreise

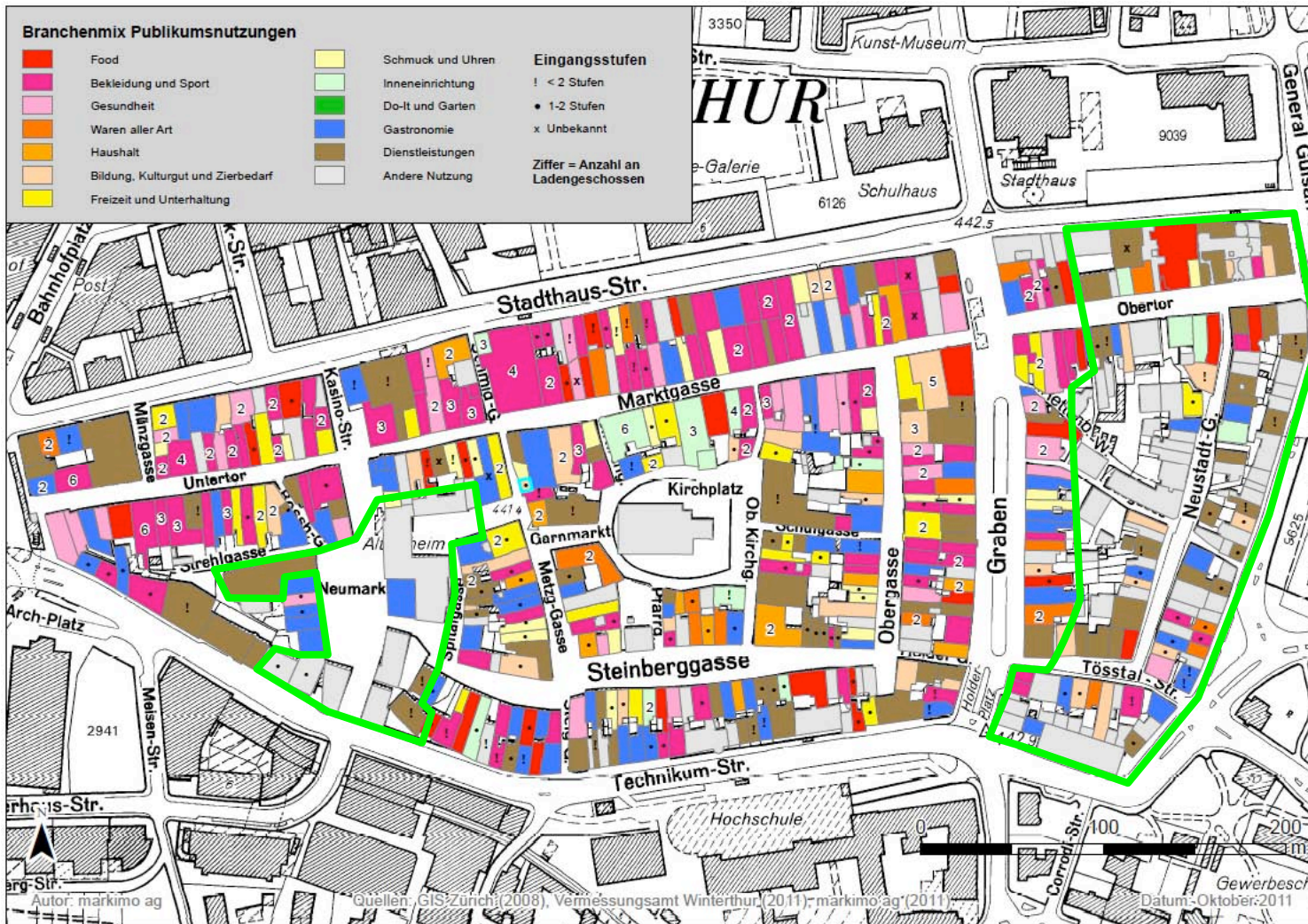
Tiefe Bevölkerungs-
dichte, partiell aber
höher als angren-
zende Gebiete
(grün hinterlegt, VZ
2000).

Altstadt mit geringer
Bevölkerungszahl
Σ 1'800 1'765
(Quelle Stadt
Winterthur, 2010)

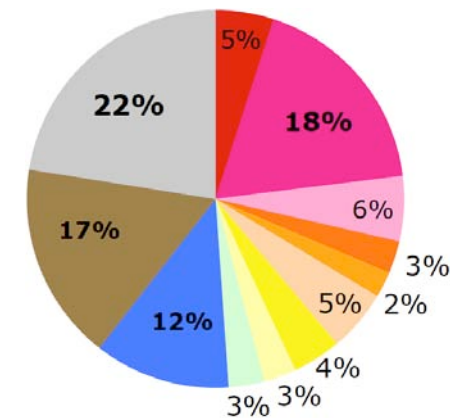
Altstadt mit geringer Wohnfunktion – etwas ausgeprägter in den Bereichen Kirche / Steinberggasse + östlich des Grabens. Angrenzende Gebiete schwache Wohnfunktion.

A.3.1 Altstadt Nutzungsmix Erdgeschoss

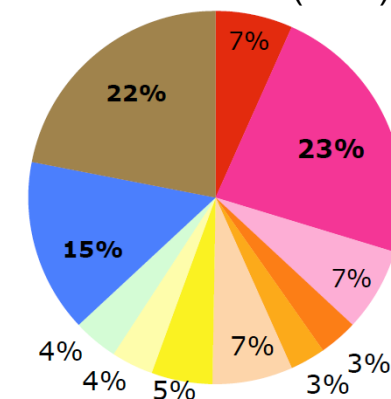
Der Ort ●
als Produkt



Nettoflächen Total
EG 68'137 m²



Nettoflächen Publi-
kumsnutzungen
EG 52'861 m² (78%)

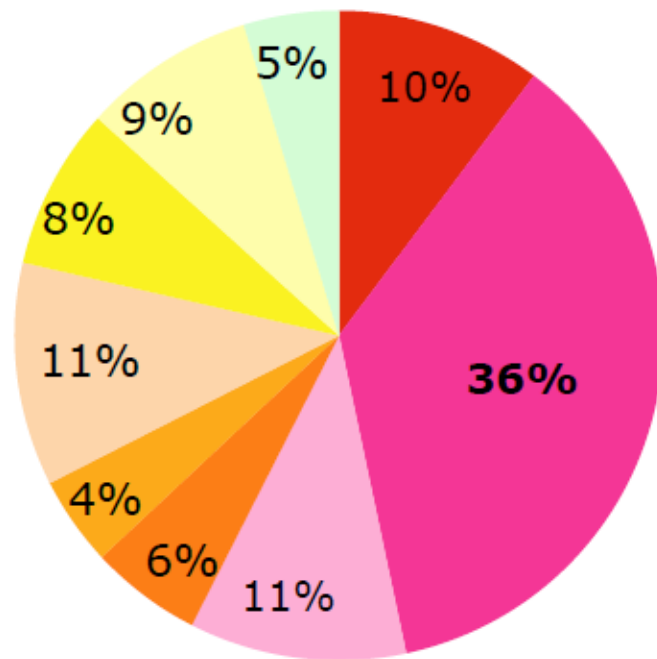


ca. Nettoflächen = Grundflächen x 0.7

Altstadt präsentiert einen attraktiven Mix an Publikumsnutzungen ausser ostwärts an Graben anschliessenden Bereich + Neumarkt. (Linien grün)

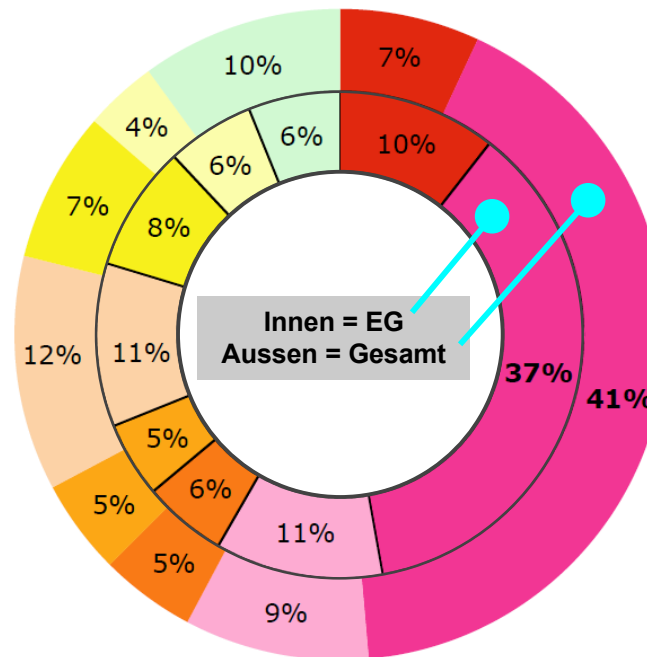
A.3.2 Nutzungsmix Retail

Anbietermix
Total 290 Anbieter



Nettoflächen

EG: 33'297 m2 (63% von Nettoflächen Publikumsnutzungen)
Gesamt: 51'049 m2 (inkl. Obergeschosse)



Gesamtfläche = ca. Nettofläche (Grundfläche x 0.7) x Anzahl Geschosse

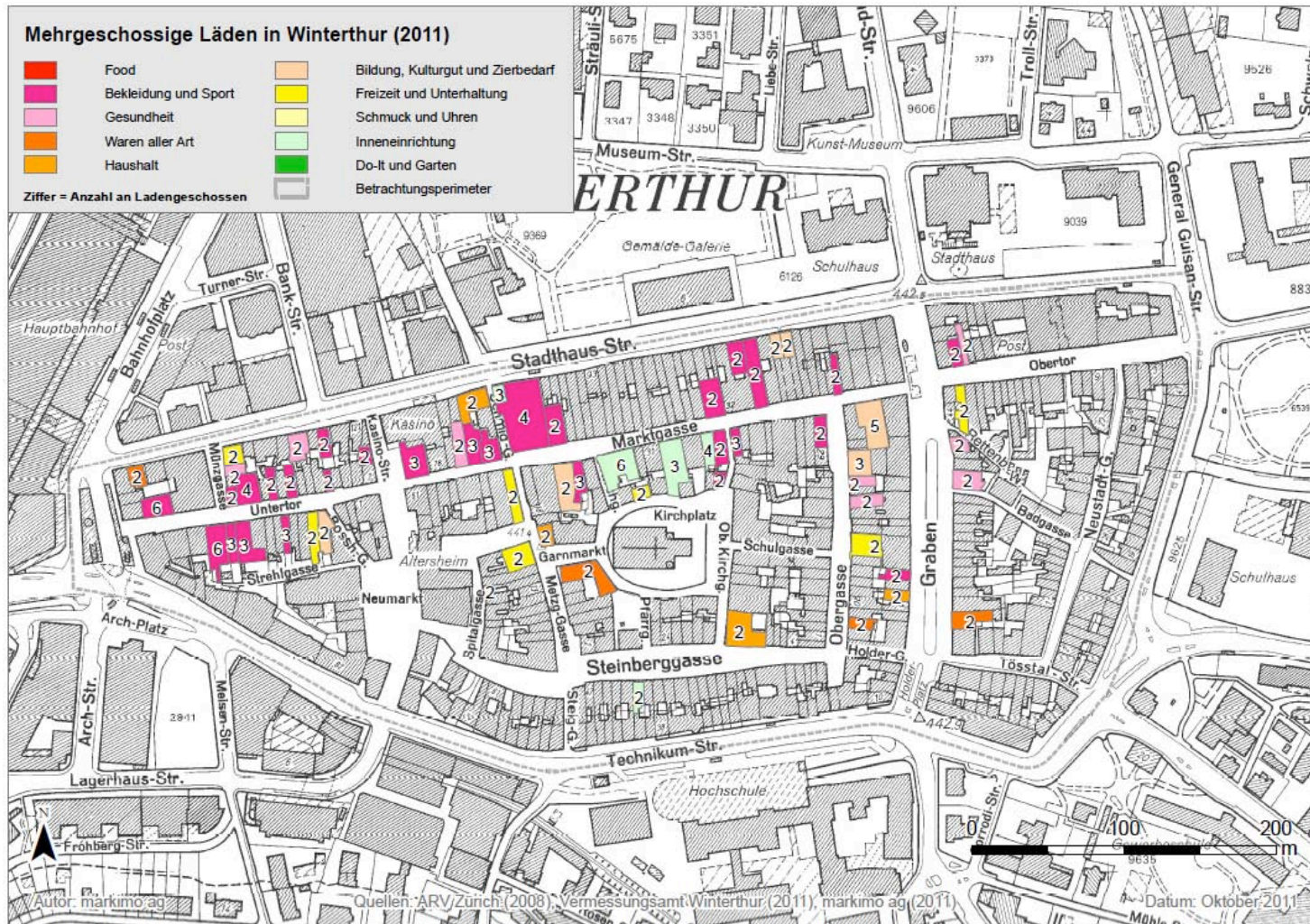
Ø Gesamtfläche m2

Durchschnitt alle Anbieter 176

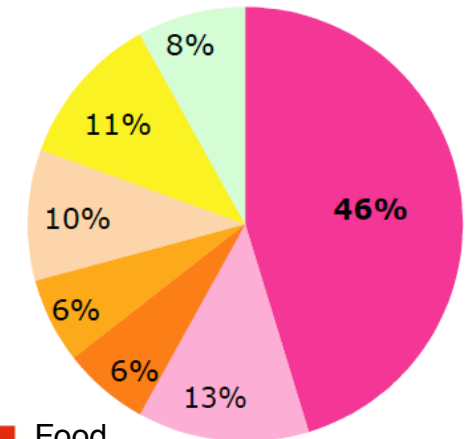
| | |
|------------------------------|-----|
| Food | 116 |
| Bekleidung, Schuhe, Sport | 203 |
| Gesundheit | 146 |
| Waren aller Art | 156 |
| Haushalt | 179 |
| Bildung, Papeterie, Zierbed. | 187 |
| Freizeit, Unterhaltung | 163 |
| Schmuck, Uhren | 77 |
| Inneneinrichtung | 364 |
| Do-it, Garten | 0 |

Altstadt Wie in vielen Innenstädten ist Gruppe Bekleidung etc. ausgeprägt (hier insb. Schuhe sehr hoch). Kleine Durchschnittsgrößen der Ladenflächen.

A.3.3 Läden mehrgeschossig



Total Läden = 62
(21% aller Läden)

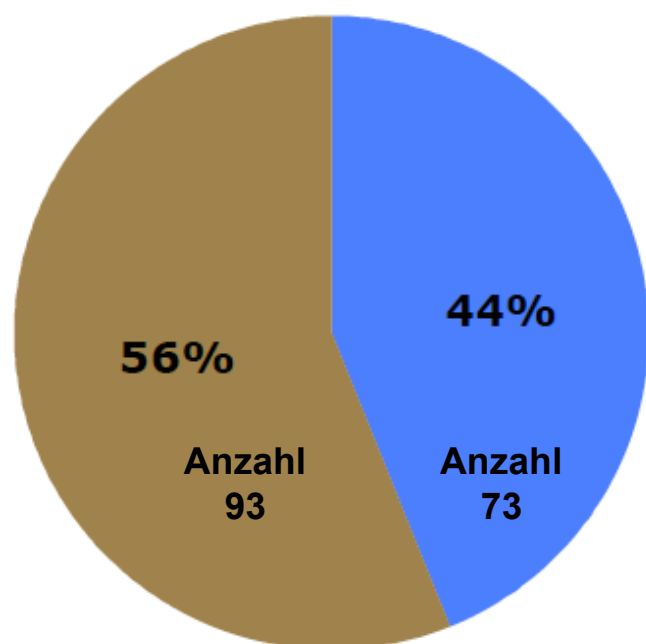


| | |
|------------------------------|----|
| Food | 0 |
| Bekleidung, Schuhe, Sport | 28 |
| Gesundheit | 8 |
| Waren aller Art | 4 |
| Haushalt | 4 |
| Bildung, Papeterie, Zierbed. | 6 |
| Freizeit, Unterhaltung | 7 |
| Schmuck, Uhren | 0 |
| Inneneinrichtung | 5 |
| Do-it, Garten | 0 |

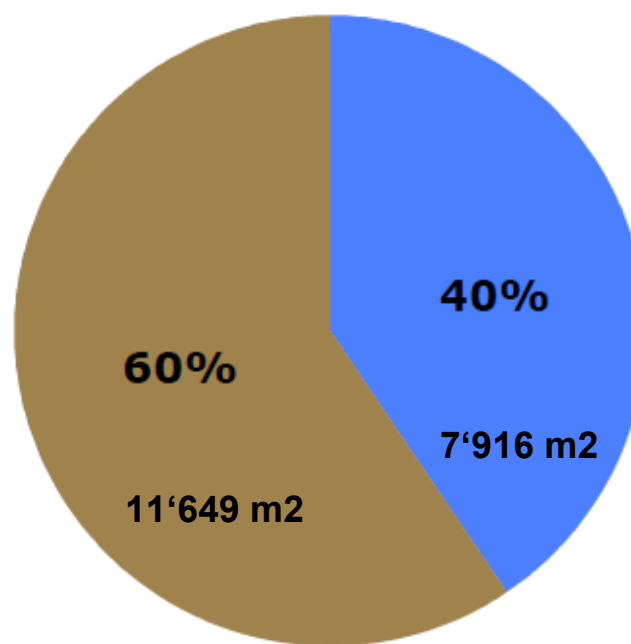
Altstadt mit mehrgeschossigen Läden in den Gebieten Untertertor, Marktgasse – verstreut wenige (21% aller Läden). Branchenschwerpunkte: Bekleidung, insb. Untertertor & Marktgasse.

A.3.4 Gastronomie- & Dienstleistungen EG-Flächen

Anzahl Anbieter
166



Flächenmix (netto)
EG: 19'565 m2



Ø Gesamtfläche m2

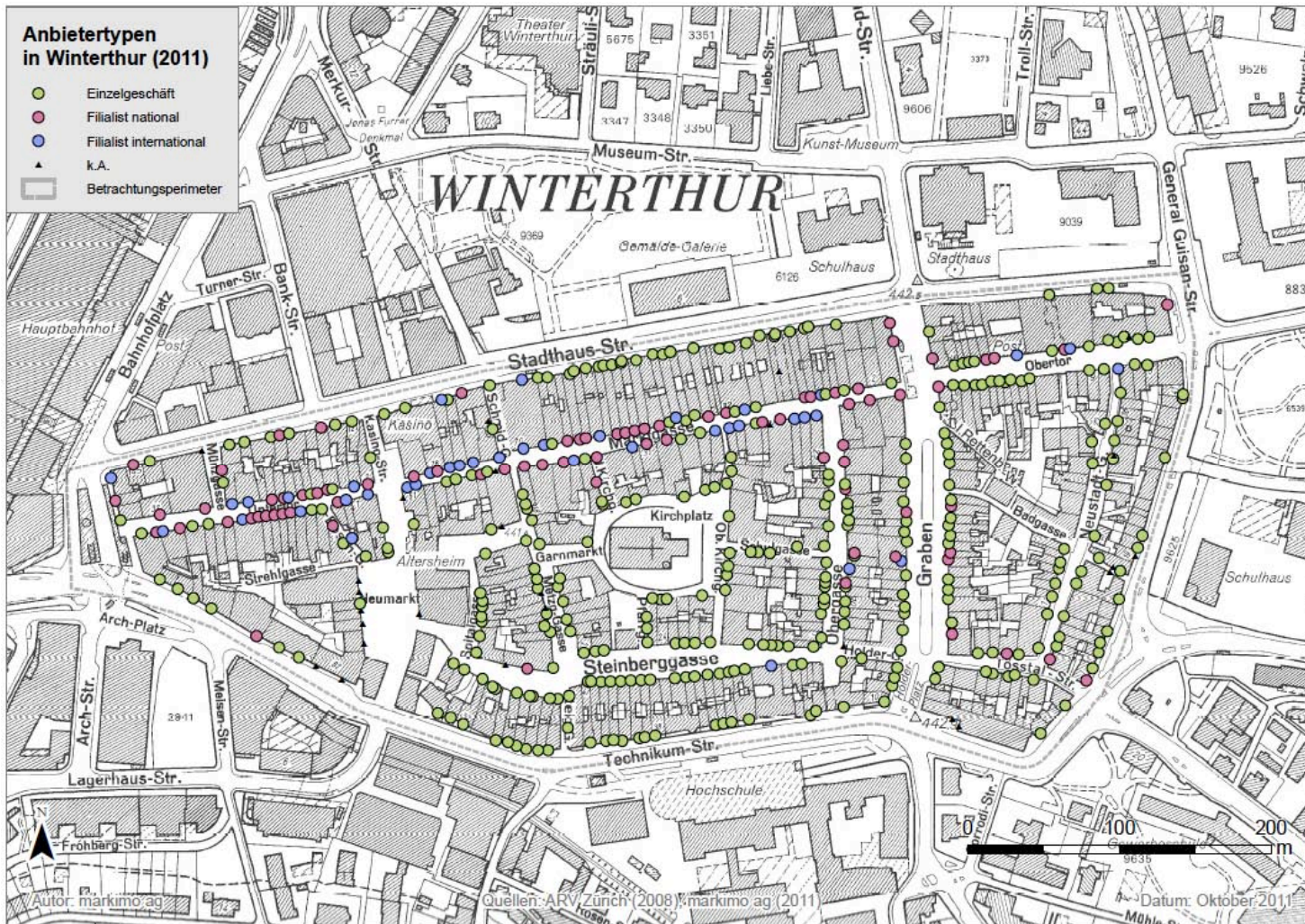
Durchschnitt der Anbieter 118

| | |
|------------------|-----|
| Gastronomie | 108 |
| Dienstleistungen | 125 |

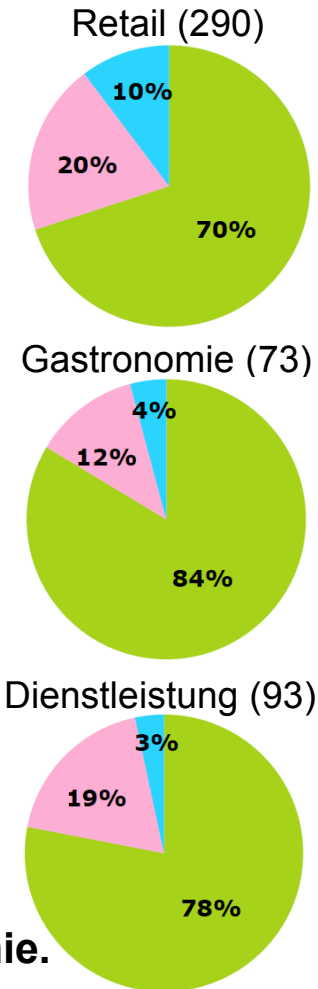
ca. Nettofläche = Grundfläche x 0.7

Altstadt mit bedeutender Anzahl an Gastronomie- und Dienstleistungsbetrieben. Grössen variieren stark (siehe A.3.1.) – durchschnittliche Flächen klein.

A.3.5 Mix Anbietertyp / Filialisierung

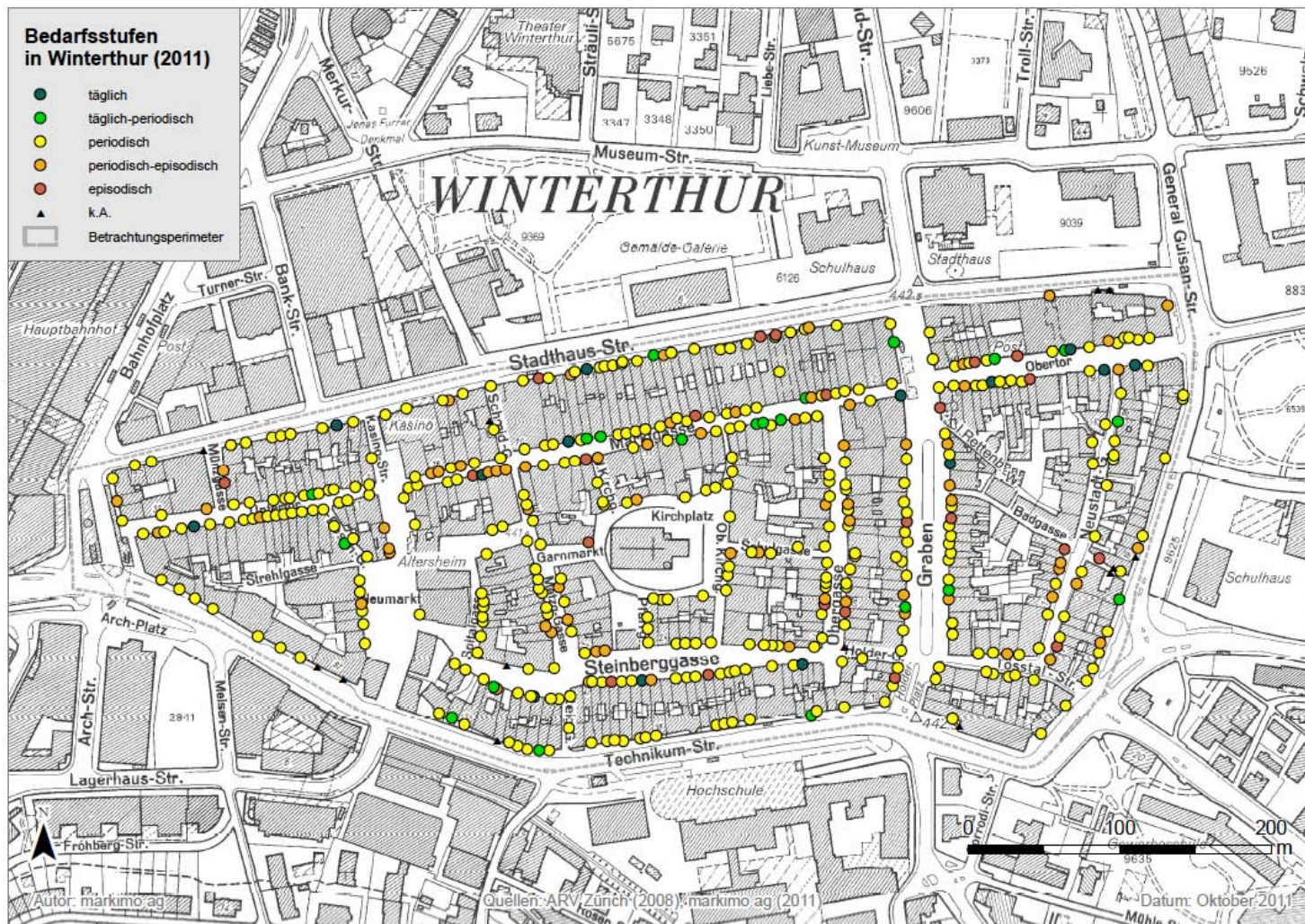


- Einzelgeschäft
- Filialist Schweiz
- Filialist internat.



Altstadt mit tiefem Filialisierungsgrad in Retail, Dienstleistungen und Gastronomie. Filialisierung konzentriert auf Untertor + Marktstrasse – Hotspot für Magnetanbieter.

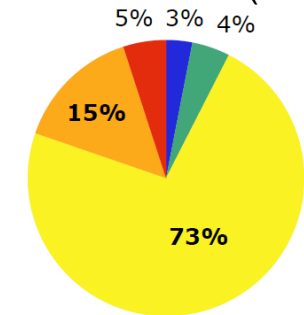
A.3.6 Bedarfsstufen Publikumsnutzungen



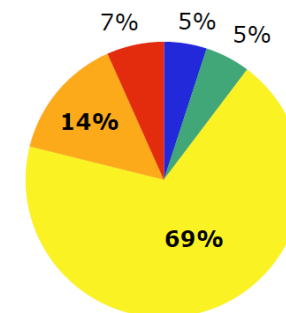
Einschätzung

- täglich
- täglich-periodisch
- periodisch
- periodisch-episodisch
- episodisch

Alle Anbieter (456)

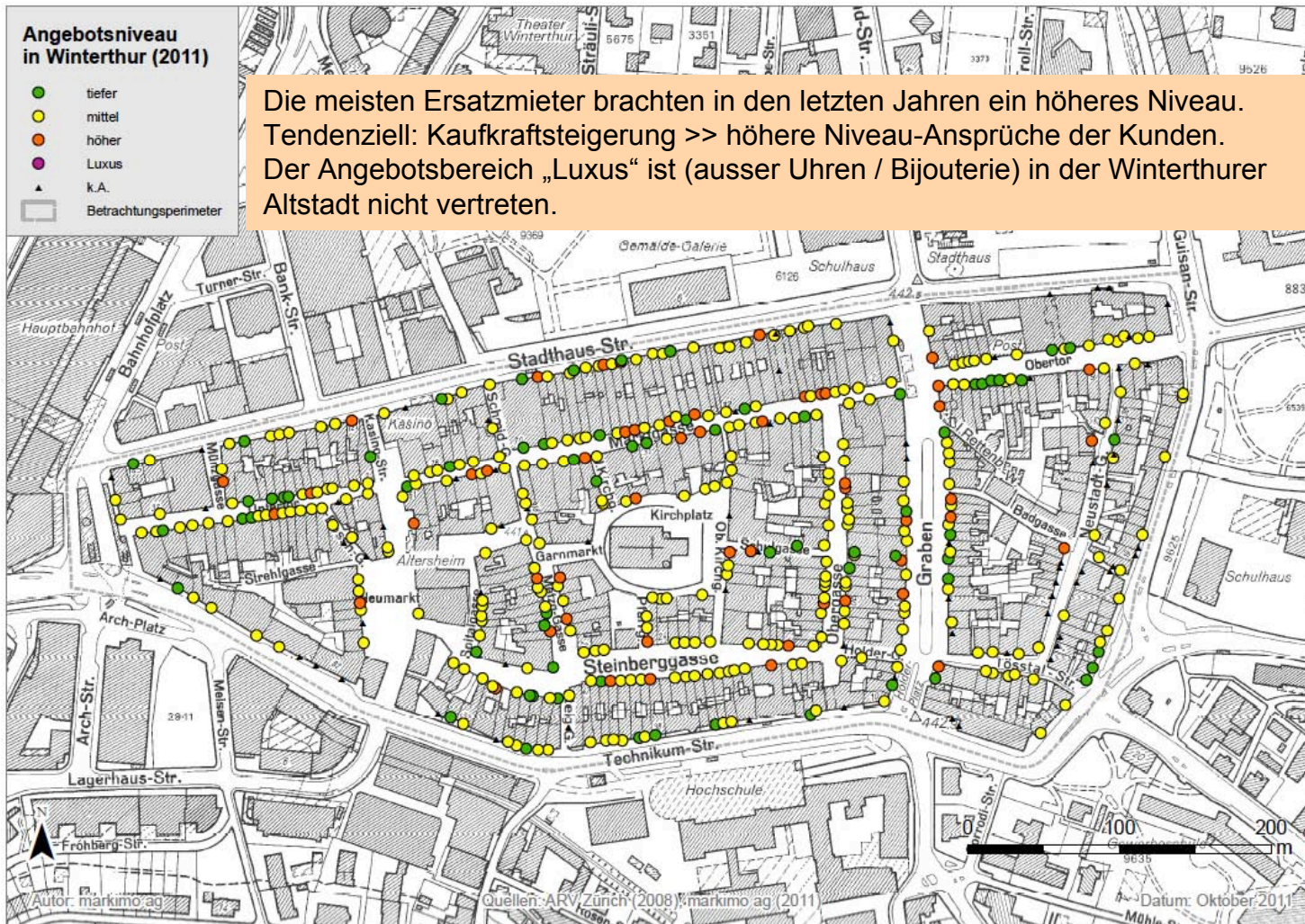


Retail (290)



Altstadt mit vorwiegend periodischem Bedarf (typisch urbane Versorgungsgüter), heterogene Verteilung hinsichtlich Belebung und Kundennutzen positiv. (Einschätzung durch Anbieter fehlt)

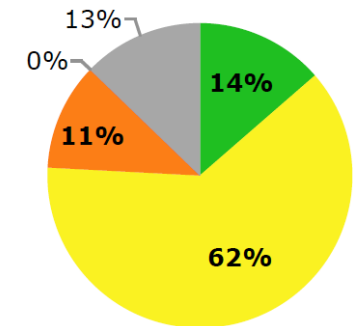
A.3.7 Angebotsniveau Publikumsnutzungen



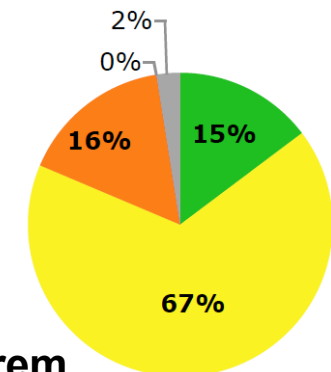
Einschätzung Niveau

- tiefer
- mittel
- höher
- Luxus
- k.A.

Alle Anbieter (456)

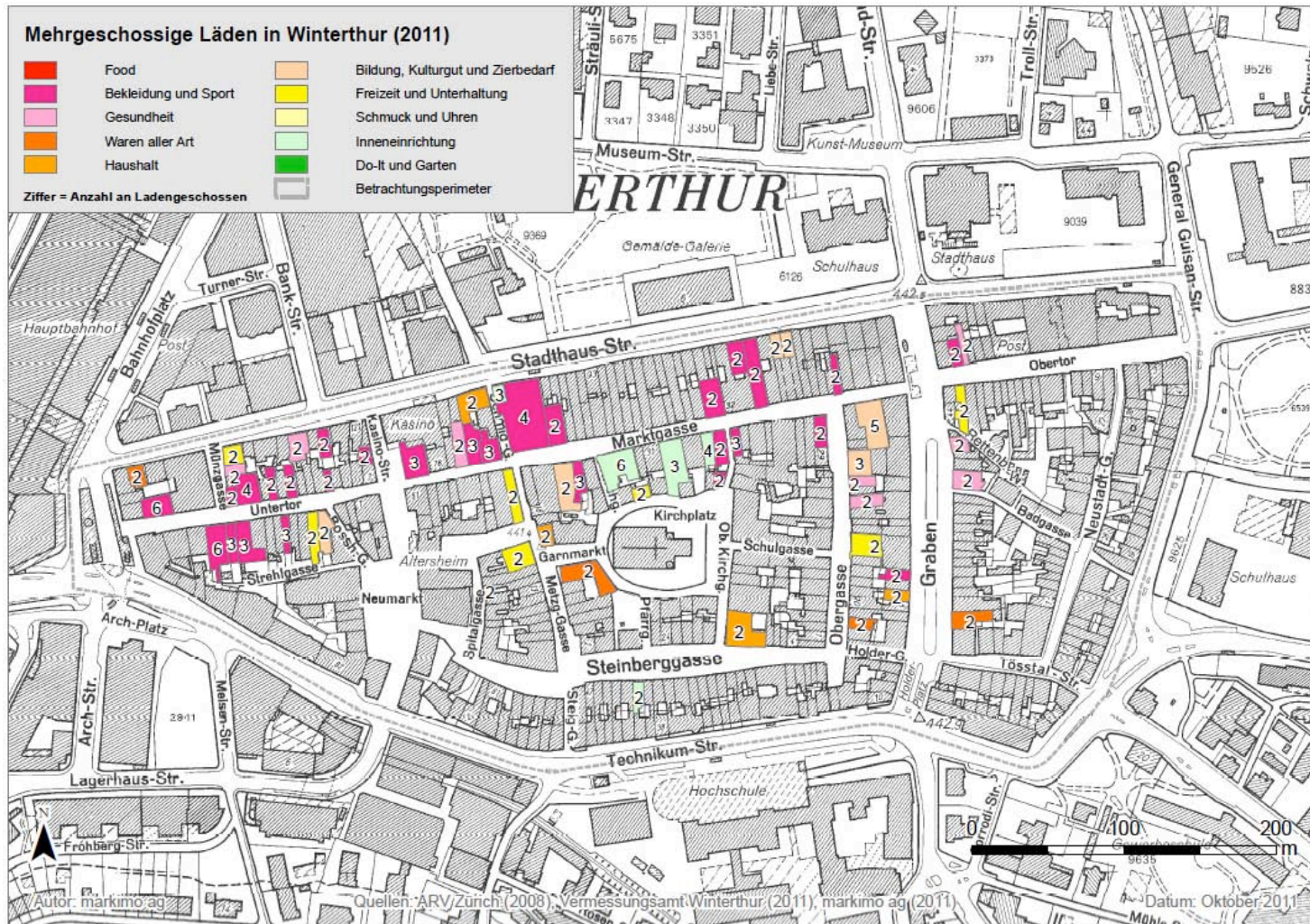


Retail (290)



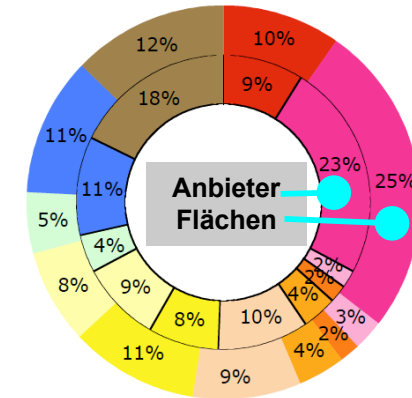
Altstadt mit vorwiegend mittlerem Angebotsniveau. Die Abwechslung von tieferem und höherem Niveau bringt Publikumsvielfalt – in Aussenbereichen Süd, West & Ost limitiert.

A.3.8 Suboptimale Eingänge Erdgeschoss



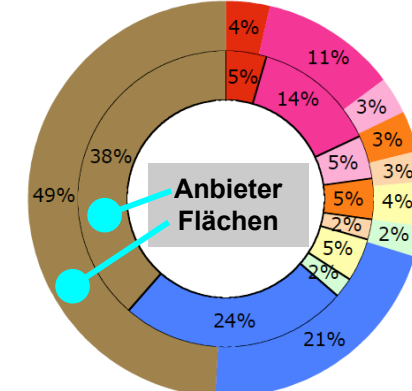
EG mit 1-2 Stufen

101 Anbieter (von Tot. 456)
8'608 m2 EG-Nettofläche (von 68'137 m2)



EG mit mehr als 2 Stufen

44 Anbieter
5'616 m2 EG-Nettofläche



Altstadt mit unbequemen Eingängen in verschiedenen Gebieten – betrifft eher Erschliessung von kleinen Erdgeschossen (Ausnahme einige Dienstleistungen). Branchenmix siehe Charts.

B. Ergebnisse Nutzungserhebung

Betrachtungsebene Stadt (Folien A.1.1 - A.1.6)

- Innerhalb Winterthur („Wohn-/Gartenstadt“) ist die Altstadt ein Gebiet mit einer hohen Dichte an Beschäftigten und Betrieben – insbesondere bezüglich relevanter Branchen für die Versorgungsfunktion. Die temporären Nutzungen (Märkte und Events) in der Altstadt stärken das Treffpunkt- und Versorgungsangebot. Aufgrund des attraktiven Angebotes, der Altstadtatmosphäre und der Umgebungsqualität verfügt die Altstadt im inneren Bereich über beste und gute Lageklasse für Wohnen – bei gleichzeitig gering ausgeprägter Wohnfunktion.

Betrachtungsebene Altstadt / Zählkreise (Folien A.2.1 - A.2.4)

- (2.1) Die Altstadt als historischer Stadtkern ist klar umgrenzt von Bahnhofplatz Süd, Stadthaus- und General-Guisan- und Technikumstrasse. Dieser Perimeter ist identisch mit der vorab gezeigten Funktionsspezialisierung. Die Altstadt weist eine geschlossene Blockrandbebauung mit kleinteiligen Parzellen- und Gebäudestrukturen auf. Bemerkenswert ist, dass sie nach wie vor das Zentrum des städtischen Versorgungsangebotes ist – auch wenn angrenzend Einkaufsmagnete (Neuwiesen, Manor, Arch-Höfe) mit grösseren und vom Anbietermarkt gesuchteren Flächenformaten im Gebiet Bahnhof entstanden sind. Die Atmosphäre, der Anbietermix, die Angebotsdichte, die Niveaueielfalt sowie die daraus resultierend Erlebnis- und Konsumattraktivität für die Besucher sind Gründe für die recht starke Position der Altstadt.

Deutlich grössere Parzellen und Bauten mit wichtigen öffentlichen Einrichtungen wie Stadthaus, Museen, Schulen, Technikum, öV-Knoten Bahnhof, öffentliche Parkhäuser und die bereits erwähnten Einkaufszentren umgeben die Altstadt.

Die umliegenden Parkhäuser und die Nähe zum öV-Knoten gewährleisten die Erreichbarkeit.

Die Altstadt konnte mit ihrem Umfeld (Museen, Parkanlagen, Hochschulen) ihre gesellschaftliche Bedeutung als ideelles Zentrum erhalten. Dieser "Parkgürtel" rund um die Altstadt mit ihren repräsentativen öffentlichen Anlagen und Bauten macht den wirklich speziellen und sogar fast grossstädtischen Charakter des Zentrums von Winterthur aus. Weiter ist dank der Führung des innerstädtischen Durchgangsverkehrs am Rande der Altstadt die Altstadt im Sichtfeld und Bewusstsein als Zentrum verankert.

- (2.2) Die Beschäftigtenzahlen pro Einwohner zeigen die starke wirtschaftliche Ausrichtung der Altstadt wie folgt:
 - 3.1 Gesamtbeschäftigte pro Einwohner, 5.7 mal mehr als Ø Stadt (Winterthur 0.55)
 - 0.95 Beschäftigte Retail pro Einwohner, 19 mal mehr als Ø Stadt (Winterthur 0.05)
 - 0.39 Beschäftigte Gastronomie / Einwohner, 15 mal mehr als Ø Stadt (Winterthur 0.026)
 - Die Anteile an den Beschäftigtenzahl von Winterthur sind wie folgt: Gesamtbeschäftigte 9.6%, Retail 32.2%, Gastronomie 25.8%
- (2.3) Innerhalb der Altstadt ist die Intensität der wirtschaftlichen Funktionen besonders in folgenden Gebieten stark ausgeprägt:
 - Untertor (Gesamtbeschäftigung, Retail und Gastronomie)
 - Marktgasse, unterer Teil Obertor (Retail, teilweise Gesamtbeschäftigung und Gastronomie)
 - Obergasse (Gesamtbeschäftigung, Retail)
 - Graben, Steinberggasse, Neumarkt (Gastronomie)

Das Untertor und der untere Teil der Marktgasse sind der Einkaufsmagnet für die Altstadt. Eine schwache Versorgungsfunktion ist am Obertor als zweites Tor zur Altstadt festzustellen. In den östlichen und südlichen Gebieten der Altstadt sind die wirtschaftlichen Funktionen deutlich schwächer ausgebildet.

- (2.4) Die Altstadt weist trotz guter Lageklassen eine schwache Wohnfunktion auf. Die Einwohnerzahl beträgt lediglich knapp 1'800, wobei innerhalb der Altstadt die Wohnfunktion in den Bereichen Kirche / Steinberggasse + östlich des Grabens ausgeprägter ist als in den übrigen Gebieten. Inwieweit die Wohnfunktion erhalten oder gestärkt werden soll, bleibt noch abzuklären. *Die Daten für eine vertiefte Untersuchung der Wohnfunktion standen nicht zur Verfügung (Wohnflächen, weitere Wohnungsmerkmale sowie soziodemographische Merkmale).*

Betrachtungsebene Objekterhebung (Folien A.3.1 - A.3.8)

- (3.1) Die Altstadt weist einen recht attraktiven Mix an Publikumsnutzungen auf – **ausser in den Gebieten Neumarkt und östlich der Anliegerzeile des Grabens.**

Die EG-Nettofläche der publikumswirksamen Nutzungen beträgt knapp 53'000 m² (rund 78% aller EG-Nettoflächen). Dies ist eine beachtliche Grösse. Die Anbieteranzahl beträgt 456. Der Grobmix ist wie folgt:

- Retail 33'300 m² (63%) 290 Anbieter (64%)
- Gastronomie 7'900 m² (15%) 73 Anbieter (16%)
- Dienstleistungen 11'650 m² (22%) 93 Anbieter (20%)

Der Branchenmix ist an den meisten Strassenzügen abwechslungsreich; im Gebiet Untertor – Marktgasse sind Bekleidungsanbieter stark vertreten.

Die Flanierfunktion wird unterstützt durch die verstreut angeordneten Gaststätten, welche als gesellschaftliche Treffpunkte die Altstadt nach wie vor zu einem Zielort machen, sowie den Kunstmuseen, dem Casinotheater und dem Stadttheater als überregionale gesellschaftliche Treffpunkten.

- (3.2) Die Retailnutzungen befinden sich vorwiegend im Erdgeschoss – 33'300 m² (65%), in den Obergeschossen – 17'700 m² (35%). Die gesamte Nettogröße beträgt beachtliche 51'000 m² mit 290 Anbietern im Open-Air Einkaufszentrum Altstadt (Glattzentrum 43'000 m²).

Nach Anteil an der Gesamtfläche (GF), an der EG-Fläche (EGF) und der Anzahl an Retailanbietern (RA) sind die Branchen wie folgt vertreten:

| | GF | Ø GFm ² | EGF | RA | Eignung Mehrgeschossigkeit (Zusatzinformation) |
|---------------------------|------------|--------------------|------------|-----|--|
| - Bekleidung | 41% | 203 | 37% | 36% | <i>gut</i> |
| - Bildung, Papeterie etc. | 12% | 187 | 11% | 11% | <i>mittelmässig</i> |
| - Inneneinrichtung | 10% | 364 | 6% | 5% | <i>gut</i> |
| - Gesundheit | 9% | 146 | 11% | 11% | <i>schlecht</i> |
| - Food | 7% | 116 | 10% | 10 | <i>schlecht</i> |
| - Freizeit, Unterhaltung | 7% | 163 | 8% | 8% | <i>gut</i> |
| - Waren aller Art | 6% | 156 | 6% | 6% | <i>gut</i> |
| - Haushalt | 5% | 179 | 5% | 4% | <i>gut</i> |
| - Schmuck, Uhren | 4% | 77 | 6% | 9% | <i>schlecht</i> |

- (3.3) Die durchschnittlichen Verkaufsflächen sind eher klein. Einige Anbieter in den Bereichen Inneneinrichtung, Bekleidung und Bildung verfügen über grosszügige Flächen. Nur 21% der Läden werden mehrgeschossig genutzt. Diese befinden sich hauptsächlich in den Gebieten Untertor, Markgasse – teilweise auch auf ziemlich kleinen Parzellen.

- (3.4) Die Gastronomie- und Dienstleistungsnutzungen sind grossteils verstreut angeordnet. Eine gewisse Konzentration von Gastronomie ist am Neumarkt, Ansätze dazu in den Bereichen Steinberggasse und am Graben feststellbar. Grössere Dienstleistungsflächen befinden sich in den Bereichen Arch-Platz, Obere Kirchgasse, Graben und an der Stadthausstrasse. Die EG-Nettogrößen, die Anbieterzahlen und die durchschnittlichen Grössen sind wie folgt: Gastronomie mit 7'900 m², 73 Anbieter, ø 108m² – Dienstleistungen mit 11'650 m², 93 Anbieter, ø 125m² (aufgrund einiger grossen Flächen, viele Kleinflächen).

- (3.5) Die Anbieterstruktur nach Anbietertyp (Einzelgeschäfte, Filialbetriebe) zeigt eine auffallende Konzentration der Filialisierung am Untertor und der Marktgasse – Hotspot für Magnetanbieter. In den übrigen Gebieten dominieren die Einzelgeschäfte mit ihren Individualangeboten. Diese Gebiete sind eher beschaulicher Art und von Zielkundschaft frequentiert. Insgesamt weist die Altstadt einen tiefen Filialisierungsgrad auf – Retail 30%, davon 10% internationale Filialisten, Gastronomie 16%, davon nur 4% internationale und Dienstleistungen 21%, davon 3% internationale. Der tiefe Filialisierungsgrad, insbesondere in der Gastronomie, ist hinsichtlich einer Vielfalt an Angeboten von Vorteil.
- (3.6) Das Versorgungsangebot ist zu 73% auf den periodischen Bedarf ausgerichtet (typisch urban) – Retail 69%. Die kürzeren Bedarfsintervalle betragen 7% beim Gesamtangebot und 10% im Retail. Die längeren Bedarfsintervalle liegen bei 20% für das Gesamtangebot, und 21% für das Retailangebot.
Anzutreffen ist an den meisten Strassen und Gassen eine wechselnde Abfolge von verschiedenen Bedarfsintervallen. Dies wirkt sich günstig auf die Belegung, den Anbieter- und Kundennutzen aus. In einzelnen Gebieten wie Neumarkt, Technikumstrasse, Kirchplatz und teilweise Steinberggasse sowie Stadthausstrasse überwiegen periodische Versorgungsangebote.
- (3.7) Das Angebotsniveau ist schwierig einzuschätzen (insb. Gastronomie & Dienstleistungen). Im Retail beträgt der Anteil des mittleren Niveaus ca. 67%, des höheren Niveaus ca. 16%, des tieferen Niveau ca. 15%. Luxusanbieter (ausser Uhren / Bijouterie) sind nicht vertreten. Es zeigt sich eine Abwechslung der unterschiedlichen Angebotsniveaus. Eine solche bringt Publikumsvielfalt in die Altstadt. In den Aussenbereichen der Altstadt ist das Angebotsniveaus eher mittel bis tief (ausser Mitte Stadthausstrasse). Retailinformationen zufolge brachten die meisten Ersatzmieter der letzten Jahre ein höheres Angebotsniveau. Da in Winterthur die Kaufkraft tendenziell steigt, ist weiter mit einer Zunahme der höheren Niveau-Ansprüche der Kunden zu rechnen.
- (3.8) Suboptimale Eingänge mit Stufen haben 145 Versorgungsanbieter (32%). Davon haben 101 Anbieter (22%) Eingänge mit 1-2 Stufen – 43 Anbieter (10%) mehr als 2 Stufen. Betroffen sind eher kleinere Parzellenflächen – Ausnahme einige grössere Dienstleistungsflächen. Offensichtlich finden 1-2 Stufen noch Akzeptanz bei den Retailanbietern (72 von 290 = 25%) – Gastronomie 15%, Dienstleistungen 18%. Unbequeme EG-Erschliessungen mit mehr als 2 Stufen werden nur noch von 6% der Retailanbieter in Kauf genommen – Gastronomieanbieter 15%, Dienstleistungen 18%.

C. Fragenbeantwortung

Vorbemerkung

Winterthur befindet sich in einem rasanten Umwandlungsprozess. Bezüglich der Versorgungsfunktion findet zudem ein Wandel bei der Versorgungsnachfrage, dem Angebot und den Versorgungsanbietern statt.

Ausserhalb dem Versorgungsschwerpunkt Altstadt sind schon länger grössere Einkaufsmagnete wie Neuwiesen und Manor im Bahnhofgebiet installiert, neu hinzu gekommen ist das Unterhaltungszentrum Kesselhaus. Das Einkaufszentrum Arch-Höfe wird im März 2013 eröffnet und das Salzhausareal und das Sulzerareal bieten weitere Expansionsmöglichkeiten.

Für die Entwicklung der Versorgungsfunktion in der Innenstadt gibt es grundsätzlich 5 Möglichkeiten:

- Aufwertung der Altstadt
- Optimierung Gebiet Post-Manor
- Erweiterung im Arch-Quartier
- Erweiterung im Neuwiesenquartier
- Erweiterung auf dem Sulzer Areal

Relevant für eine Expansion im Arch-Quartier ist der Erfolg der Arch-Höfe hinsichtlich Mietermix, Angebotsniveau, Akzeptanz der Kunden sowie der Qualität der Fussängerverbindung über die Technikumstrasse. Die Chancen und die Zweckmässigkeit für eine Expansion auf der anderen Seite der Geleise (Neuwiesen, Sulzer) sind davon abhängig, ob mit der neuen Gleisquerung eine ausreichend anziehende Fussgängerverbindung geschaffen werden kann. Eine Expansion in allen Gebieten anzustreben dürfte kurz- bis mittelfristig nicht realisierbar und auch kaum sinnvoll sein.

Grundlegender Art sollten unter Berücksichtigung einer Betrachtung der angebotsspezifischen Versorgungsfunktion (Angebot, Niveau, Filialisierung etc.) folgende Varianten geprüft und anschliessend priorisiert werden:

1. Expansionspotenziale innerhalb der Altstadt sollen genutzt werden.
2. Hinsichtlich Expansion soll das Gebiet Post-Manor optimiert und mit der Altstadt verbunden werden.
3. Die Expansion soll in den anderen Gebieten ausserhalb der Altstadt erfolgen.

Mit dem Auszug der Verwaltung und der Polizei werden in den nächsten Jahren bedeutende Flächen im Gebiet Obertor der Altstadt für eine Umnutzung frei (Verwaltung ab 2015 – Total rund 2'600 m² Parzellenfläche / knapp 40'000 m³. Polizei ab 2017 – ca. 2'500 m² Parzellenfläche / ca. 14'000 m³, teilweise mit überkommunalen Inventarobjekten belegt). Daraus ergeben sich besonders in den von der Verwaltung belegten Liegenschaften Perspektiven für die Expansion von Versorgungsleistungen, die Aufwertung der Altstadt und die strategische Positionierung ihrer Gebiete.

Mit dieser Erhebung der Nutzungsstruktur in der Altstadt wurden die Grundlagen für die Variante 1 erarbeitet.

Versorgungsfunktion und Struktur Altstadt

Eingangs sind bereits folgende Fragestellungen beantwortet:

- Funktion der Altstadt im städtischen Kontext (A1.)
- Funktion und Struktur auf Ebene Altstadt-Zählkreise (A2.)
- Art der Nutzungsstrukturen, Grösse der Flächen und Versorgungscharakteristik auf Objektebene (A3.)

Erläutert werden die Untersuchungen unter Ergebnisse der Nutzungserhebung (B.)

Ergänzend können Aussagen zu den Qualitäten, Defiziten, suboptimalen Situationen und Antworten zur Gewährleistung und Verbesserung der Attraktivität der Altstadt wie folgt zusammengefasst werden:

Gesamthaft betrachtet ist die Versorgungsfunktion der Altstadt in einer recht guten Verfassung. Die Altstadt kann sich gegenüber anderen Zentren in der Region behaupten. Es besteht eine regionale Anziehung trotz der Kleinteiligkeit und der gewachsenen Struktur. Ein marktfähiges Versorgungsangebot unter den gegebenen Umständen der städtebaulichen Struktur und dem Trend zu grösseren Flächenformaten im Detailhandel aufrecht zu erhalten, verdient Anerkennung.

Die hohe Anbieterdichte und die grosse Angebotsvielfalt auf kurzen Wegen weisen zusammen mit der Altstadtatmosphäre offenbar einen hohen Kundennutzen auf. Die Filialmeile (Frequenzbringer) Untertor - Marktgasse sowie die Gebiete der Einzelanbietern mit ihren Individualangeboten ergeben ein breites Spektrum an innerstädtischen Versorgungsmöglichkeiten. In das soweit übliche Schwerpunktsortiment Bekleidung (inb. an der Filialmeile) sind in der Altstadt andere sich günstig auswirkende Versorgungsangebote eingestreut. Die Abfolge von Branchen mit verschiedenen Bedarfsintervallen und unterschiedlichem Angebotsniveau wirkt sich positiv auf die Publikumsvielfalt aus.

Dennoch gibt es einige zum Teil erhebliche Mankos.

So verfügt die Altstadt nur über einen Magnet mit verschiedenen Anbietern am Untertor. Am Obertor bricht die Kundenfrequenz ab – hier fehlen Magnetanbieter aufgrund mangelnder Flächenverfügbarkeit. Weiter fehlt eine Frequenzschleife über den Graben – Steinberggasse – Neumarkt und zurück zum Untertor. Obwohl an der Steinberggasse und am Neumarkt geschickt und gekonnt Märkte & Events angesiedelt sind, ist diese „Meile“ der Individualangebote und Aufenthaltszonen schwach belebt. Die verschiedenen Querverbindungen zur Frequenzmeile bringen wenig Impulse. Auch weisen die Gebiete Neumarkt und der mehr wohnorientierte Bereich östlich des Grabens einen schwachen Mix an Publikumsnutzungen auf (Optimierung: Neumarkt möglich – östlich Graben schwierig und mit geringem Effekt).

Weiter eignen sich die kleinteiligen Parzellenflächen nur beschränkt für mehrgeschossige und eher schwierig zu betreibende Läden. Eine suboptimale Eingangssituation mit Stufen und Treppen weisen auch rund ein Drittel aller Liegenschaften mit Publikumsnutzungen auf. 1-2 Stufen werden von einem Viertel der Retailanbieter noch akzeptiert. Mehr als 2 Stufen werden nur noch von wenigen Ladengeschäften sowie von Gastronomiebetrieben und Dienstleistungen gebilligt. Eine barrierefreie Zugänglichkeit der Erdgeschosse unter Wahrung des Strassenbildes der Altstadt zu erreichen, dürfte nicht einfach sein.

Attraktivität der Altstadt gewährleisten und verbessern

Entscheidend für die Gewährleistung und Verbesserung der Attraktivität der Altstadt ist die Publikumsfrequenz und deren Lenkung! Plakativ gesagt, wäre die Altstadt ohne Frequenz ein Museum. Die Finanzierung des Unterhalts der Liegenschaften in der Altstadt hängt weitgehend von den Frequenzströmen und der Gunst der Frequenzanbieter ab. Würden die Frequenzbringer wegfallen, wäre nicht nur die Belebung der Altstadt in Frage gestellt; die EG-Geschosse würden auch derart an Wert verlieren, dass langfristig kaum ausreichende Kompensationserträge in den Obergeschossen für den Erhalt der Altstadt generiert werden könnten (kurzfristig mit Stockwerkeigentum möglicherweise schon).

Derzeit kann festgestellt werden, dass die Frequenzanbieter trotz suboptimaler Flächenformate Marktchancen sehen. Die eigentlich zu kleinen Flächen erfordern zwangsläufig ein auf die Kundschaft optimiertes Angebot, was nicht jeder Anbieter kann. Anzunehmen ist, dass vernünftige Mietkosten und die hohe Flächenproduktivität die potenten Anbieter mit Magnetwirkung zu halten und noch anzuziehen vermögen. Die Wertschöpfungskette Anbieter-, Anbietersynergie-, Eigentümer-, Kunden- und Standortnutzen erscheint intakt. Die Balance sollte auf diesem Niveau weiterhin aufrecht erhalten werden!

Mit dem Vorhaben Bahnhofplatz-Süd kann die Altstadt viel gewinnen, wenn diese Frequenzdrehzscheibe hinsichtlich Priorisierung der Frequenzströme gut organisiert ist und die Atmosphäre stimmt. Mit den Vorhaben Parkhaus Inneren Lind (nahe Obertor) und sekundär dem Parkhaus Teuchelweiher wird die Erreichbarkeit der Altstadt mit dem Individualverkehr ebenfalls verbessert.

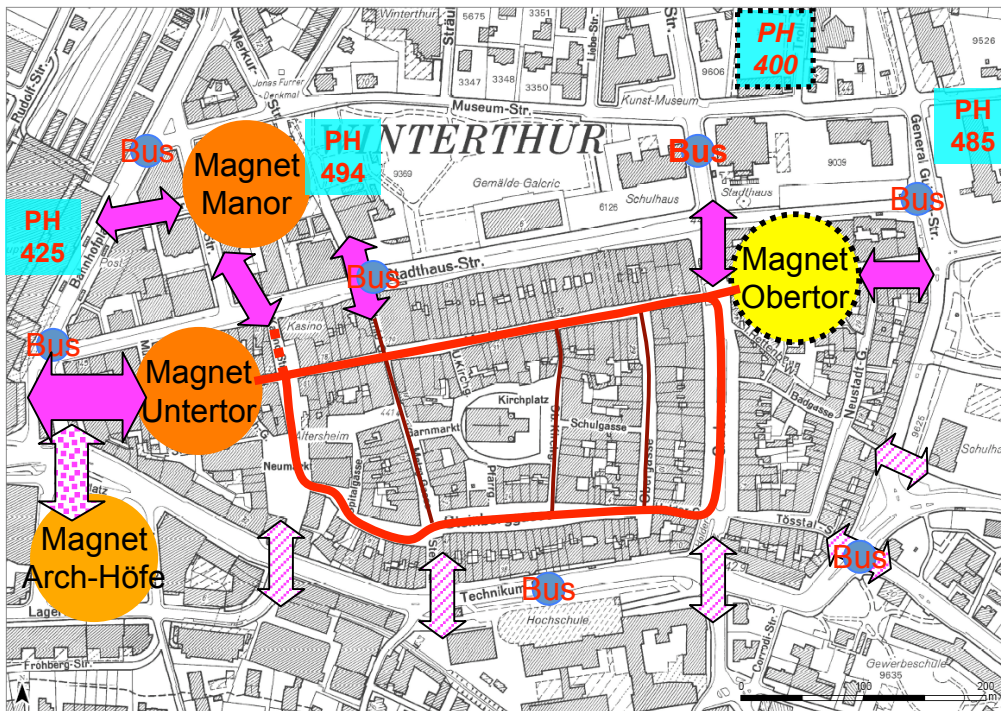
Eine Steigerung der Attraktivität der Altstadt erscheint mit dem Auszug der Verwaltung am Obertor und der Ansiedelung von weiteren Magnetanbietern möglich und sollte vertieft abgeklärt werden. Entscheidend sind hier der Branchenmix und ein passendes Angebotsniveau. Anzustreben sind zudem Versorgungsfunktionen mit einer möglichst breiten Publikumsvielfalt, welche auch das Gebiet Graben zu beleben vermögen und einen Altstadttrundgang zu fördern in der Lage sind. Sollten entsprechende Abklärungen nicht zu einem überzeugenden Ergebnis führen, müsste die Eignung anderer Nutzungen geprüft und die künftige Funktion der Altstadt überprüft werden.

Die Umnutzung der Polizei-Liegenschaften wird idealerweise auf die künftigen Nutzungen in den Verwaltungs-Liegenschaften abgestimmt. Auszuloten sind punktuelle Verbesserungsmöglichkeiten am Holdertor und am Neumarkt.

D. Folgerungen & Empfehlungen

Relevant für die Verbesserung der Attraktivität der Altstadt sind die Steigerung und Lenkung der Frequenz. Ausschlaggebend für den Kunden-, Anbieter-, Eigentümer- und Stadtnutzen sind:

- **Magnetwirkung Untertor optimieren**
- **Gelenk Bahnhofplatz-Süd auf Altstadtbelebung abstimmen – Priorisierung Achsen, Atmosphäre etc.**
- **Magnetwirkung Obertor entwickeln mit Ausstrahlung auf oberen Teil Marktgasse und Graben**
- **Realisierung Parkhaus Inneren Lind**
- **Altstadt-Rundgang (Frequenzschleufe) schaffen, allenfalls Querverbindungen stärken**
- **Zusätzlich Einbindung Magnet-Manor prüfen**



Aufwertung Obertor erfordert:

- Flächenverfügbarkeit EG & OG
- Gute Erreichbarkeit mit öV & IV
- Potenten Mietermix
- Mittleres bis eher höheres Angebotsniveau
- Angebot mit gemischten Bedarfsintervallen
- Publikumsvielfalt
- Sorgfältigen Umgang mit der Atmosphäre
- Communitybildung / Partizipation

Wirkungen:

- Höhere Frequenz an der oberen Marktgasse
- Höhere Frequenz am Graben
- Impuls für Frequenzschleufe
- Höhere Ertragskraft
- Anreize für Liegenschaften-Unterhalt
- Verbesserung Erscheinung & Atmosphäre
- Steigerung der Attraktivität der Altstadt

Wir empfehlen, die Machbarkeit, die Umsetzungsmöglichkeiten sowie die Auswirkungen sorgfältig zu prüfen.

Winterthur mit dem schönsten Openair Einkaufszentrum der Region als Tor zur Ostschweiz zu positionieren ist eine Chance, aber kein einfacher Entwicklungsprozess.

Die Steigerung der Frequenz und deren verbesserte Führung macht gerade bei einem kleinteiligen Flächenangebot und kompakten Versorgungsleistungen mit einem gemischten Angebotsniveau sowie beschränkten Möglichkeiten im Hochpreis- & Luxussegment standortökonomisch Sinn. Mit Massnahmen zur Frequenzoptimierung steigt der Synergienutzen, und es wird auf den relativ kleinen Flächen eine hohe Produktivität erreicht. Wertschöpfungskette: **Hohe Flächenproduktivität >>> anständige Umsätze >>> anständige Mieten pro m2 >>> anständiger Unterhalt der Gebäudevolumen >>> Standortmehrwert >>> höhere Attraktivität >>> Frequenzzunahme.**

Die recht kleinen Flächen in der Altstadt erfordern zwangsläufig ein auf die Kundschaft optimiertes Angebot (Selektion dessen, was der Kunde auch will und kauft). Daraus resultiert ein oft unterschätzter Kundennutzen. **Die Effektivität und die Effizienz bei der Versorgungstätigkeit spielen für die Altstadtbesucher eine gewichtige Rolle.** Vorteilhaft ist zudem, wenn eine stimmige Atmosphäre das Versorgungserlebnis abrundet. Punktuell empfiehlt sich deren Überprüfung mit einer Atmosphären-Analyse mit anschliessenden Zielvorstellungen zur Soll-Atmosphäre (Obertor, Graben, Holdergasse, Neumarkt). Zur weiteren Klärung des Aufwertungs- und Positionierungspotenzials der Altstadt ist der Einbezug der Akteure relevant. Sorgfältig zu klären ist, wie diese Partizipation erfolgen soll, damit sie wirkungsvoll ist.

Um eine Beeinträchtigung des Erscheinungsbildes der Altstadt bei den Aussennutzungen (Gastronomie) zu vermeiden, wurden Gestaltungsnormen geschaffen. Diese erscheinen suboptimal. Es sollte eine Balance gefunden werden, die die Individualität der Anbieter und die bauliche Atmosphäre der Altstadt noch etwas adäquater präsentieren könnte.

Wichtig für die Altstadt sind auch die Nutzungen in den Obergeschossen. Zur genaueren Beurteilung der Wohn- und Büronutzungen fehlt die Datengrundlage. Deren Aufbereitung dürfte sich hinsichtlich einer Optimierung der Obergeschosse lohnen. Die Obergeschossnutzungen müssen bei der Entwicklung stets sorgfältig mitbedacht werden.

Wie in jeder lebendigen Altstadt bedarf die Vermeidung von Konflikten zwischen den Versorgungsnutzungen (insb. Gastronomie) und dem Ruhebedürfnis der Anwohnerschaft besonderer Anstrengungen. Das Wohnen in den Bereichen Kirche / Steinberggasse und östlich des Grabens trägt zur Durchmischung, Belebung, sowie zur sozialen Kontrolle und zur Altstadtatmosphäre bei. Inwieweit die Wohnfunktion in der Altstadt erhalten oder allenfalls noch gestärkt werden soll, bleibt zu prüfen.

In welchem Ausmass die Arch-Höfe die Altstadt positiv beeinflussen werden, wird erst mit dem definitiven Versorgungsangebot (Mietermix, Angebots-Niveau, der Bindung von Kundensegmenten etc.) einschätzbar und sollte dann beurteilt werden.

Für die Entwicklung der Versorgungsfunktion in der Innenstadt gibt es verschiedene Varianten genereller Art (Expansion innerhalb Altstadt, Optimierung Gebiet Post-Manor mit Vernetzung Altstadt, Expansion in den anderen Gebieten der Innenstadt – ausserhalb der Altstadt). Vorteilhaft wäre, wenn die Stadt konkretere Aussagen dazu erarbeiten und kommunizieren würde.