



Stadtentwicklung Zürich

Thesen zum Detailhandel und zur Zentrenstruktur

Stand: 07.2019



Inhalt



Thesen zum Detailhandel und zur Zentrenstruktur

- I. [Ausgangslage, Ziel, Bedeutung und Rahmenbedingungen](#)
- II. [Thesen zum Detailhandel](#)
- III. [Thesen zur Zentrenstruktur](#)
- IV. [Zukünftige Angebotsausprägung der Zentren](#)
- V. [Fazit: Fünf Kernaussagen](#)



Detailhandel (DH) und Zentrenstruktur

I. Ausgangslage, Ziel und Bedeutung

Thesen der Stadtentwicklung Zürich

Ausgangslage und Ziel

Thesen zum Detailhandel und zur Zentrenstruktur

Die Thesen...

- bauen auf den Szenarien des [Pilotprojekts «Handel im Wandel»](#) auf.
- beziehen sich auf den stationären Detailhandel und die Zentrenstruktur in der Stadt Zürich.
- skizzieren Herausforderungen und Konsequenzen aufgrund des Wandels im Handel für die Stadtentwicklung.

Bedeutung

Thesen zum Detailhandel und zur Zentrenstruktur

Die Thesen...

- stellen begründete Statements aufgrund des aktuellen Wissens und der gesammelten Erfahrung dar.
- beziehen sich auf ein sehr dynamischen Umfeld (Handel im Wandel).
- werden kontinuierlich weiterentwickelt.

Rahmenbedingungen und Grundhaltung

Thesen zum Detailhandel und zur Zentrenstruktur

Folgende Rahmenbedingungen und Grundhaltungen waren bei der Erarbeitung der Thesen begleitend:

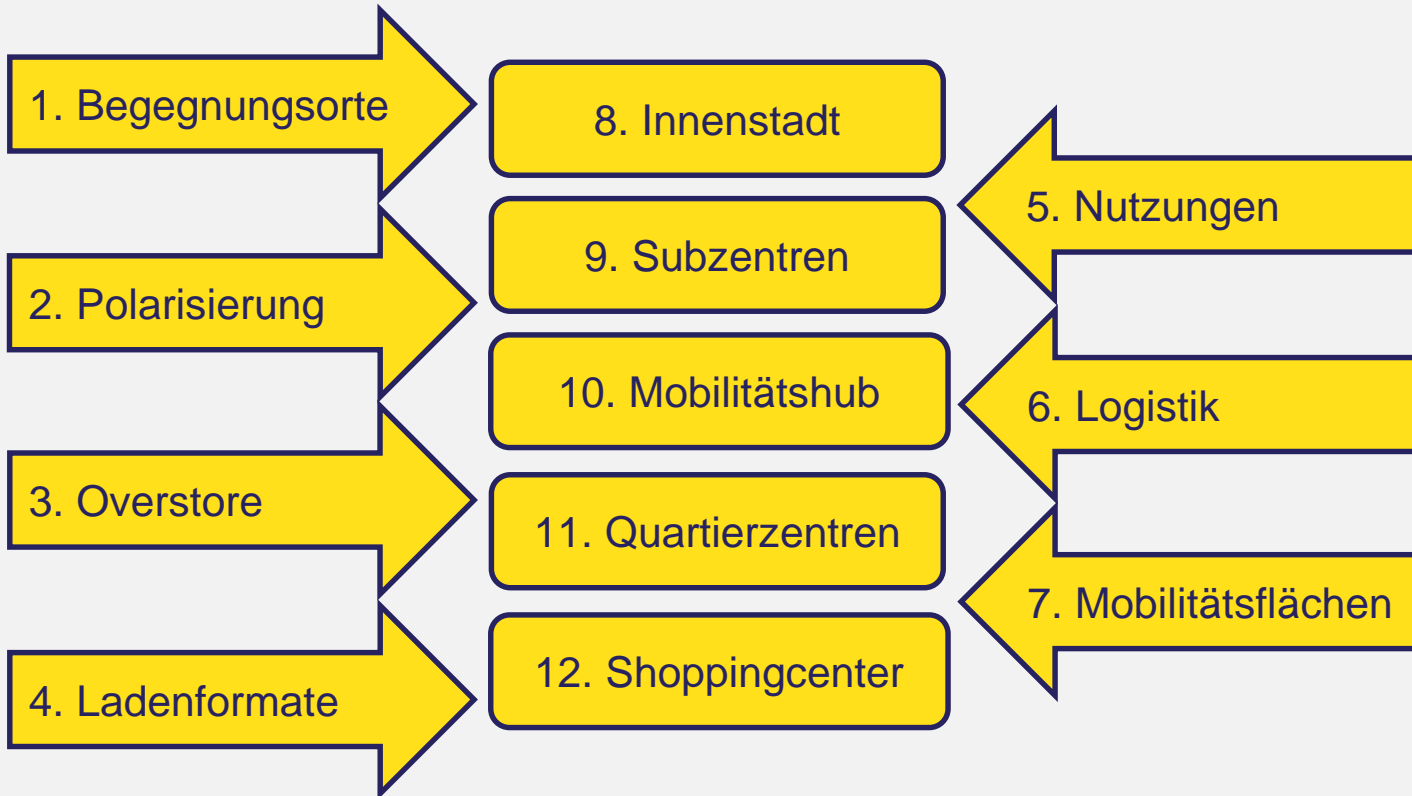
- ✓ **Globale Trends**, wie die Globalisierung werden als Realität anerkannt.
- ✓ **Marktwirtschaftliche Kräfte** seitens Nachfrage spielen eine wichtige Rolle.
- ✓ **Eigeninitiative** des Detailhandels ist notwendig.
- ✓ Nicht alle **Detailhandels-Formate** und **-Standorte** sind zukunftstauglich.
- ✓ Unterscheidung zwischen **Food-/Near-Food-** und **Non-Food-Bereich** ist zentral.
- ✓ **Belebte Zentren und gute Nahversorgung** sind ein gemeinsames Interesse des Detailhandels und der öffentlichen Hand.
- ✓ Öffentliche Hand will **attraktive Rahmenbedingungen** für den Detailhandel schaffen.

Thesen der Stadtentwicklung Zürich

Überblick



Thesen zum Detailhandel (1-7) und zur Zentrenstruktur (8-12)





Detailhandel (DH) und Zentrenstruktur

II. Thesen zum Detailhandel

Thesen der Stadtentwicklung Zürich

Detailhandel (DH) und Zentrenstruktur

1. Begegnungsorte: Bedeutungsverlust des DH's

These zum Detailhandel



1. Begegnungsorte: Bedeutungsverlust des DH's

- Bedeutungsrückgang des Zusammenhangs zwischen sozialem Austausch und stationärem Detailhandel (DH)
- Nachgefragte Nutzungen verändern sich, d.h. weniger DH:
¼ der Nutzungen bei Neuvermietungen sind Coiffeur /Kosmetik, Gastronomie und Physiotherapie (CS Schweizer Immobilienmarkt 2018)

Konsequenzen

- Zentren / Öffentlicher Raum als Begegnungs-, Verweil- und Konsum-Orte weiterhin beliebt, deshalb hohe Aufenthaltsqualität sichern
- Alternativen zum oder Nutzungskombinationen mit DH ermöglichen

Self-Checkout



Detailhandel (DH) und Zentrenstruktur

2. Positionierung: Polarisierung des DH's

These zum Detailhandel

2. Positionierung: Polarisierung des DH's

- Retailausprägung zu «convenience» (USP: sofortige Verfügbarkeit) oder «experience» (USP: Sinneswahrnehmung) verstärkt sich.
- Starkes Wachstum der Convenience-Shops:
CH 2017: 1'817 Convenience-Shops; entspricht + ¼ seit 2005 (GfK 2018)
- Erlebnis-Trend: «Shops werden bis 2025 zu Erlebnisorten» (Omnichannel Studie 2017)

Konsequenzen

- DH schärft sein Profil («convenience» oder «experience»)
- Standort-spezifischer Mix der DH-Profile wichtig, da Bedürfnis nach verschiedenen DH-Angeboten vorhanden und lokal unterschiedlich

Detailhandel (DH) und Zentrenstruktur 0

3. Overstore: Räumliche Konzentration

These zum Detailhandel

3. Overstore: Räumliche Konzentration

- 00er Jahre: Ausdehnung der Detailhandelsflächen aufgrund Flächenwachstum bei Detaillisten, neuer Anbieter (Lidl, Aldi...), reger Bautätigkeit sowie zusätzlichen Erdgeschoss-Vorschriften
- 10er Jahre: Flächenreduktion und Ladenschliessungen (CH: 6'000 seit 2007).
- Bis Mitte 00er Jahre: Rückgang der Anzahl EinwohnerInnen pro Verkaufsfläche, danach, u.a. dank Bevölkerungswachstum, Stabilisierung (Immo-Monitoring 2019/11)

Konsequenzen

- Bis 2025: 1/3 der 50'000 CH-Läden sind gefährdet (F. Hasenmaile, CS Research).
- Räumlich dezentrale Konzentration des Detailhandels wichtig



Detailhandel (DH) und Zentrenstruktur

4. Ladenformate: kleiner u. näher an Kundschaft

These zum Detailhandel

4. Ladenformate: kleiner und näher an Kundschaft

- Lebensmittelhändler mit kleineren Formaten stärker in Quartieren:
Überproportionales Wachstum von Migrolino, VOI und M-Filialen (2007-2017)
(Markus Neukom, Leiter Expansion MBG)
- Traditionell flächenintensiver Detailhandel (z.B. Möbel) neu mit kleinflächigen Formaten in Innenstädten

Konsequenzen

- Ladenformate werden wieder stadttauglich, da kleinerer Flächenbedarf
- Dezentrale DH-Konzentration ist wichtig, um bestehende Zentren zu stärken oder neue zu schaffen

A photograph of a clothing store with racks of clothes hanging from the ceiling. The store has a modern, minimalist aesthetic with white walls and a high ceiling.

Detailhandel (DH) und Zentrenstruktur

5. Nutzungen: Ende der fixen Kategorien

These zum Detailhandel

5. Nutzungen: Ende der fixen Kategorien

- Grenzen zwischen Nutzungskategorien verschwimmen:
Parallelnutzungen oder zeitlich gestaffelte Nutzungen von Detailhandel, Dienstleistungen, Gastronomie und von Produktion
- Periodischer Wandel des Ladens als Normalfall
- Flexibilisierung von Verkauf- und Lagerfläche im stationären Laden

Konsequenzen

- Belebung und Konflikte durch Nutzungsdichte (Extremfall 7/24)
- Bewilligungen anpassen für wandelbare Läden
- Festlegungen (Arbeitsrecht, Öffnungszeiten...) zwischen Nutzungen (Detailhandel, Gastro, Dienstleistungen, Lager) harmonisieren

Detailhandel (DH) und Zentrenstruktur

6. Logistik: Hinterbühne rückt in den Vordergrund

These zum Detailhandel

6. Logistik: Hinterbühne rückt in den Vordergrund

- B2B*: Reduzierte Lager in Läden haben mehr Lieferungen zur Folge
- B2C*: Online-Handel führt zu viel mehr Kundenlieferungen
- Post-Paketversands 2017: 130 Mio.; 2036: ~ 585 Mio. (Handelszeitung)
- «Letzte Meile» als Flaschenhals für den Online-Handel
- Konkurrenz unter Logistikunternehmen als Hindernis

*B2B: Business-to-Business; B2C: Business-to-Consumer

Konsequenzen

- Logistik als Teil der Zentren; Entwicklung aufeinander abstimmen
- Innovative Pilotprojekte (DH, Dienstleistungen und Logistik) sind notwendig; auch durch die öffentliche Hand (eigenes Portfolio)

Detailhandel (DH) und Zentrenstruktur

7. Mobilitätsflächen: heute und morgen wichtig

These zum Detailhandel

7. Mobilitätsflächen: heute und morgen wichtig

- Mobilitätsflächen, d.h. Parkierungs-, Halte- und Belieferungsflächen sowie deren Erreichbarkeit wichtig für Kundschaft und Lieferanten
- 32.4 % Einkaufsdistanzen mit MIV (ÖV: 47 %) (Mikro-Zensus Stadt Zürich)
- MIV-Bedeutung in Quartier- u. Subzentren grösser als in Innenstadt
- ONMI-Channel könnte MIV-Abhängigkeit in Zukunft reduzieren

Konsequenzen

- Mobilitätsflächen bleiben auch in Zukunft sehr wichtig und ein knappes Gut.



Detailhandel (DH) und Zentrenstruktur

III. Thesen zur Zentrenstruktur

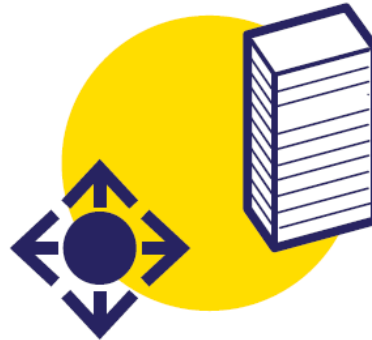
Thesen der Stadtentwicklung Zürich

Thesen zur Zentrenstruktur

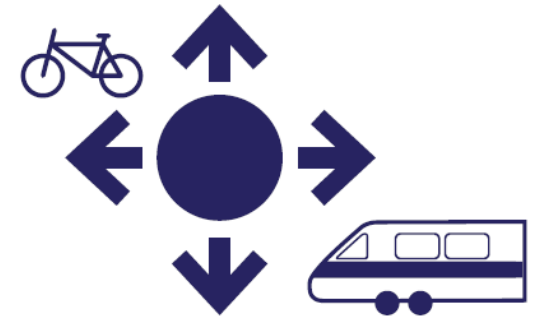
Fünf Raumtypen der Zentrenstruktur



Innenstadt



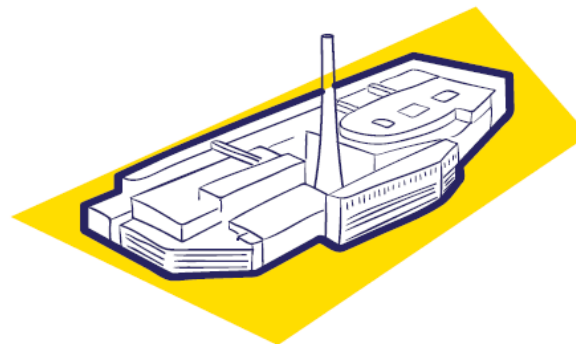
Subzentren



Mobilitäts-Hub



Quartierzentren



Shoppingcenter (SC)



Detailhandel (DH) und Zentrenstruktur

8. Innenstadt: Internationale Erlebniswelt

These zur Zentrenstruktur

8. Innenstadt: Internationale Erlebniswelt

- Erlebnisdestination mit «customized goods», «storefront production»
- Brands (Markengeschäfte) dominieren
- Mehr Gastronomie, Kunst, Coworking, Dienstleistungen in den Erdgeschossen

Chancen/Risiken für Innenstadt

- Attraktiver Detailhandelsdestination, wenig Nahversorgung ausser convenience-Food
- Hohe BesucherInnenfrequenzen und Druck auf öffentlichen Raum
- MIV-Bedeutung sinkt: OMNI-Channel u. internationale Kundschaft

Detailhandel (DH) und Zentrenstruktur

9. Subzentren: Beschäftigten-/Bewohner-Fokus

These zur Zentrenstruktur

9. Subzentren: Beschäftigten-/Bewohner-Fokus

- Keine Shopping-Erlebniswelten wie Innenstadt, aber mehr als Quartierzentrum, daher schwierige Positionierung
- Fokus auf Beschäftigte und Bevölkerung
- Ergänzende Coworking-Angebote sowie Abhol- u. Verteilstationen

Chancen/Risiken für Subzentren

- Gute Verkehrsanbindung an umliegende Quartiere (Frequenzbringer)
- Beschäftigten- und Bevölkerungswachstum stärkt Subzentren
- Angrenzende Mobilitäts-Hubs mit Subzentren integrieren
- Räumliche Konzentration des Detailhandels

Detailhandel (DH) und Zentrenstruktur

10. Mobilitäts-Hub = Convenience-Hub

These zur Zentrenstruktur

10. Mobilitäts-Hub = Convenience-Hub

- Bedeutungszuwachs als Einkaufsstandort aufgrund Mobilitätswachstum und ausgedehnten Öffnungszeiten

Chancen/Risiken für Mobilitäts-Hub

- Anbindung an bzw. Konkurrenz zu angrenzenden Zentren als Herausforderung
- Ausdehnung der speziellen Öffnungszeiten der Mobilitäts-Hub auf «Terminals des innerstädtischen Nahverkehrs»

Zentrenstruktur und Detailhandel (DH)

11. Quartierzentren: Nahversorgung und Pick-up

These zur Zentrenstruktur

11. Quartierzentren: Nahversorgung und Pick-up

- Stationärer Handel unter starkem Druck
- Fokus auf Güter und Dienstleistungen für lokale Wohnbevölkerung
- Nachfrage nach Dienstleistungen im Bereich Gesundheit, Beauty und Soziales vorhanden

Chancen/Risiken für Quartierzentren

- Räumliche Konzentration wird wichtiger
- Logistik (Abhol-/Retour-Stationen) zusammen mit anderen Quartier-Versorgungsangeboten weiterentwickeln
- MIV auch in Zukunft, nebst ÖV, Velo- und Fussverkehr, wichtig

Detailhandel (DH) und Zentrenstruktur

12. Shoppingcenter: UEC oder Billigangebot

These zur Zentrenstruktur

12. Shoppingcenter: UEC oder Billigangebot

- Sihlcity als Urban Entertainment Center (UEC); guter ÖV-Anschluss
- Shoppingcenter Letzipark steckt aus DH-Sicht in einer «Transformationsfalle»: Bei Umbau erfolgt eine PP-Reduktion
- Traditionelle Shoppingcenter stark auf Parkplätze und MIV angewiesen, UEC weniger

Chancen/Risiken für Shoppingcenter (SC)

- Sihlcity etabliert sich weiter als UEC (mehr Dienstleistung u. Gastro)
- Zukunftsentwicklung des Shoppingcenters Letzipark offen: Billigangebot oder UEC, falls starkes Bevölkerungs- und Beschäftigten-Wachstum sowie deutlich bessere ÖV-Anbindung

Thesen der Stadtentwicklung Zürich

Zusammenfassung



Thesen zum Detailhandel

- 1. Begegnungsorte**
Bedeutungsverlust des Detailhandels
- 2. Positionierung**
Polarisierung des Detailhandels
- 3. Overstore**
Räumliche Konzentration
- 4. Ladenformate**
Kleiner und näher an Kundschaft
- 5. Nutzungen**
Ende der fixen Kategorien
- 6. Logistik**
Hinterbühne rückt in den Vordergrund
- 7. Mobilitätsflächen**
Heute und morgen wichtig

Thesen zur Zentrenstruktur

- 8. Innenstadt**
Internationale Erlebniswelt
- 9. Subzentren**
Beschäftigten- u. Bevölkerungs-Fokus
- 10. Mobilitätshub**
Convenience-Hub
- 11. Quartierzentren**
Nahversorgung und Pick-up
- 12. Shoppingcenter**
UEC oder Billigangebot



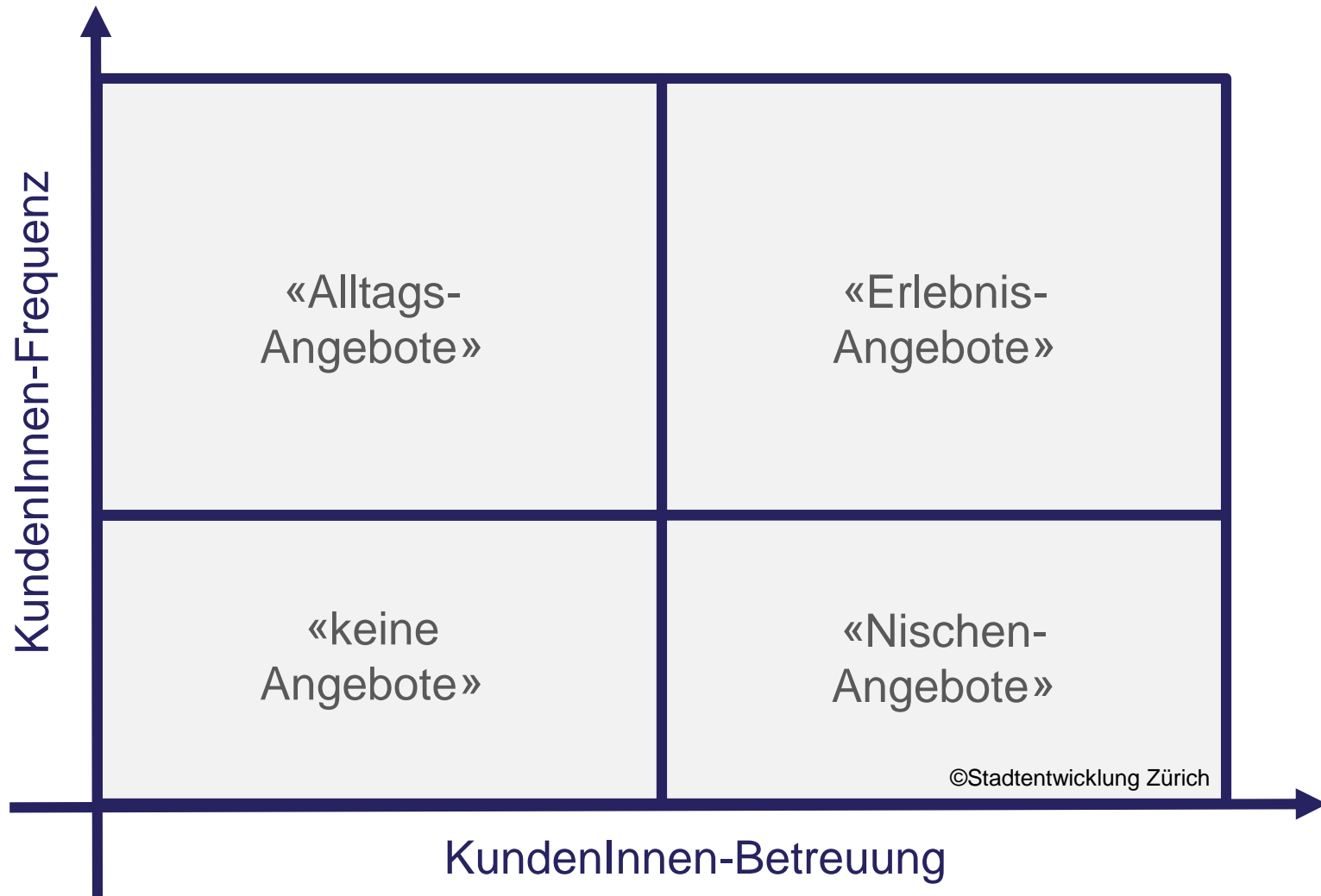
Detailhandel (DH) und Zentrenstruktur

IV. Zukünftige Angebotsausprägung der Zentren

Thesen der Stadtentwicklung Zürich

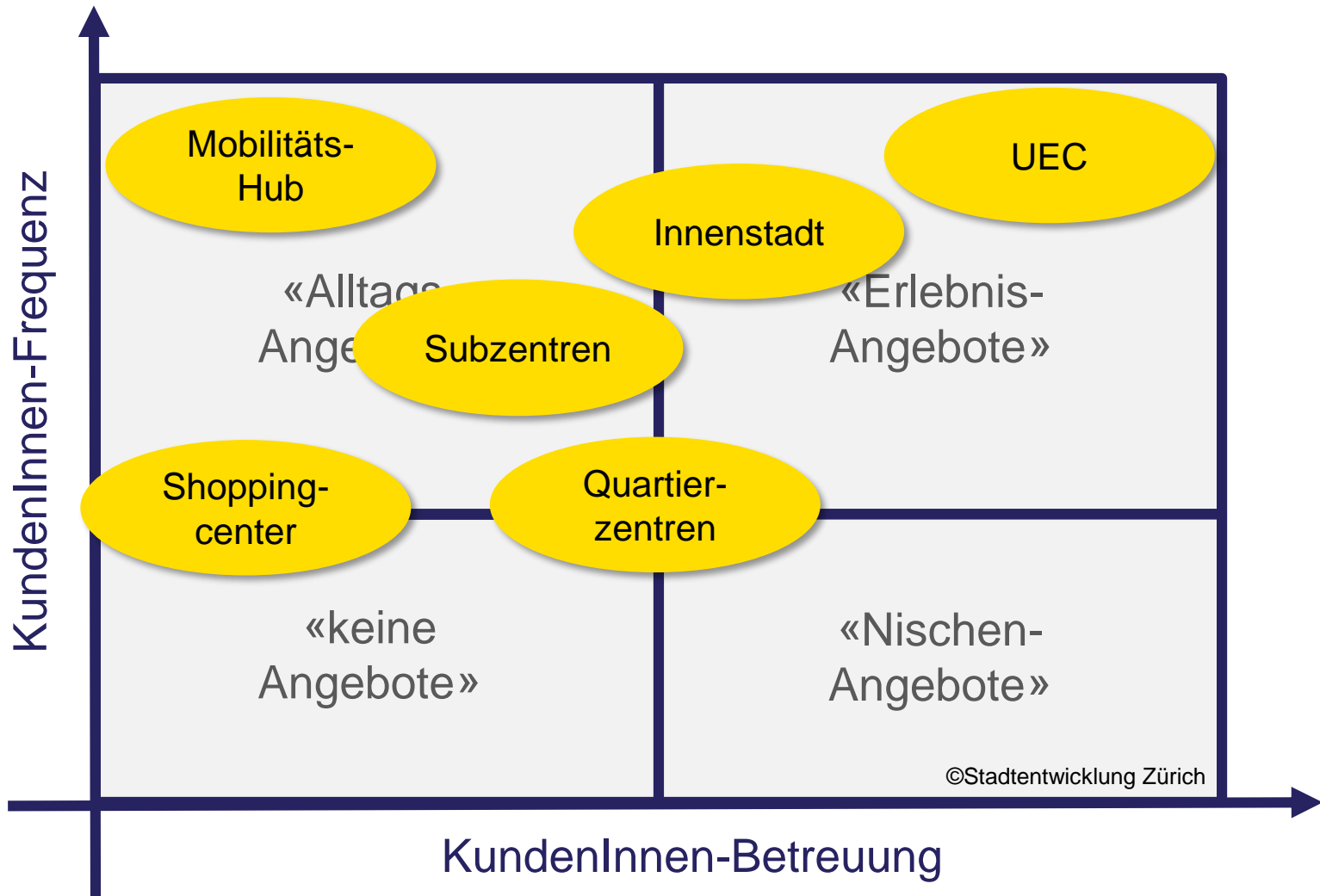
Zukünftige Angebotsausprägung der Zentren ^(1/2)

Frequenz und Betreuung der Kundschaft bestimmend für die Angebotsausprägung der Zentren



Zukünftige Angebotsausprägung der Zentren ^(2/2)

Frequenz und Betreuung der Kundschaft bestimmend für die Angebotsausprägung der Zentren





Detailhandel (DH) und Zentrenstruktur

V. Fazit: Fünf Kernaussagen

Thesen der Stadtentwicklung Zürich

Fünf Kernaussagen



Thesen zum Detailhandel (DH) und zur Zentrenstruktur

- a. Nachfrage nach **dezentraler Zentrenstruktur** mit Aufenthalts-, Begegnungs- und Konsum-Orten bleibt bestehen. DH verliert an Bedeutung, da teilweise Entkoppelung von DH und sozialer Interaktion.
- b. Weitere **räumliche Konzentration** der DH- und Dienstleistungs-Angebote in den Zentren ist notwendig.
- c. Neue **Angebote und Kombinationen von Nutzungen** (DH, Gastro, Dienstleistungen...) sind nutzerorientiert in den Zentren zu ermöglichen.
- d. **Angebotsausprägung** («experience» versus «convenience») des Detailhandels verstärkt sich weiter und damit die unterschiedlichen **Charakter der einzelnen Zentren**.
- e. **Urbane Logistik** wird wichtiger und muss bei den Raumtypen der Zentrenstruktur integral mitberücksichtigt werden.

Weitere Informationen und Kontakt

Thesen zum Detailhandel (DH) und zur Zentrenstruktur

- ✓ Weitere Grundlagen und Projekte der Stadtentwicklung Zürich zu den Themen Detailhandel, Nahversorgung, Zentrumsentwicklung und Erdgeschossnutzungen finden sich [hier](#).

- ✓ Kontaktperson
Simon Keller, Stadtentwicklung Zürich
simon.keller@zuerich.ch
www.stadt-zuerich.ch/stadtentwicklung