

GfS-Forschungsinstitut, Wirtschaftsforschung und Sozialmarketing, Zürich

Befragungen im Zentrum Oerlikon

Im Auftrag der Fachstelle für Stadtentwicklung der Stadt Zürich

Alex Martinovits, Projektleiter, Volkswirtschaftler HSG
Philipp Gut, Forschungsassistent

GfS-Forschungsinstitut
Wirtschaftsforschung und Sozialmarketing
Riedtlistrasse 9
8006 Zürich
Tel. 01/ 361 51 24/ 51 00

Mai 2003



INHALTSVERZEICHNIS

ZUSAMMENFASSUNG	3
1. EINLEITUNG	6
1.1. Ausgangslage	6
1.2. Methodik.....	7
2. ERGEBNIS DER GESCHÄFTSBEFragung	9
2.1 Struktur der befragten Geschäfte	9
2.2 Inhaltliche Ergebnisse der befragten Geschäfte	22
3. ERGEBNIS DER BEFRAGUNG DER LIEGENSCHAFTSBESITZENDEN UND -VERWALTENDEN	37
3.1 Struktur der Liegenschaftsbesitzenden/ -verwaltenden.....	37
3.2 Inhaltliche Ergebnisse der Befragung von Liegenschaftenbesitzenden/ - verwaltenden.....	40
4. ERGEBNIS DER PASSANTINNENBEFRAGUNG	46
4.1 Struktur der befragten PassantInnen	46
4.2 Inhaltliche Ergebnisse der PassantInnenbefragung.....	53
5. ERGEBNIS DER FREQUENZZÄHLUNGEN	57
6. VERGLEICH ÜBER DIE GRUPPEN	61
VERZEICHNIS DER GRAFIKEN	64

Zusammenfassung

Der vorliegende Bericht, der auf einer schriftlichen Befragung von Geschäften/ Büros/ Dienstleistern und Liegenschaftsbesitzenden/-verwaltenden und einer persönlichen Befragung von PassantInnen, ergänzt durch Frequenzzählungen im Zentrum Oerlikon basiert, zeigt insbesondere folgende zentrale Resultate auf:

1. Das Zentrum Oerlikon ist aktuell vor allem als Einzugsgebiet für die nördlichen Stadtteile Zürichs von grosser Bedeutung. Darüber hinaus hat es lediglich als Arbeitsort eine gewisse überregionale Funktion.
2. Im Zentrum Oerlikon hält man sich zumeist rein „funktional“ auf (Einkäufe, bestimmte Dienstleistungen wie Banken, Coiffeur, Erwerbsarbeit). Es ist hingegen kein „emotionaler Aufenthaltsraum“, der zum Verweilen im Ausgang einlädt.
3. Bei der Benotung durch alle befragten Teilgruppen schneidet der (gemäss Einschätzung der Geschäfte) wichtigste Faktor, die Erreichbarkeit des Zentrums Oerlikon mit dem öffentlichen Verkehr, gleichzeitig am besten ab. Die Zensuren für die ebenfalls wichtigen Faktoren Sauberkeit, Sicherheit, Charakter/Image des Quartiers, Erreichbarkeit mit dem Personenwagen sowie Parkplätze sind hingegen mit Werten zumeist deutlich unter vier ungenügend und zeigen Handlungsbedarf auf; diese Faktoren werden bezüglich ihrer Entwicklung in letzter Zeit zudem als schlechter werdend eingestuft.
4. Bei verschiedenen Fragestellungen wird aus unterschiedlicher Perspektive ein klares Defizit an attraktiven gastronomischen Angeboten deutlich.
5. Bei den Frequenzzählungen augenfällig ist an allen drei untersuchten Standorten ein deutlicher Einbruch der PassantInnenbewegungen ausserhalb der normalen Geschäftsöffnungszeiten. Dies ist denn ein markanter Unterschied zu „multifunktionalen Zentrumsgebieten“, welche auch wichtige kulturelle und Unterhaltungs-Funktionen erfüllen, und ist insbesondere auch im Zusammenhang mit dem in den Befragungen festgestellten Defizit an

Gastronomie-Angeboten zu sehen: Man geht zwar für geschäftliche Erledigungen ins Zentrum Oerlikon, aber kaum in den „Ausgang“.

6. Unter verschiedenen den Geschäfts- und LiegenschaftsbesitzerInnen zur Auswahl gestellten Möglichkeiten zur Attraktivitätssteigerung des Zentrums Oerlikon findet diejenige zur Attraktivitätssteigerung des Ladenangebots die höchste Unterstützung. Ebenfalls hohen Support geniessen mehr Parkplätze, Aktionen zur Steigerung der Kundenfreundlichkeit in den Geschäften, mehr Strassencafés und Restaurants, ein Ausbau der Fussgänger-Verbindungen ins neue Zentrum Zürich-Nord ZZN, unter den befragten Geschäften auch die Umgestaltung des Bahnhofs Oerlikon (Bahnhofplatz, Umsteigebeziehungen, Zugänglichkeit) sowie die Verbesserung der Wegführung zwischen Zentrum Oerlikon und Bahnhof. Kaum Unterstützung finden würden eine Reduktion von Parkplätzen oder eine Aufhebung von Fussgängerzonen.

7. Vergleicht man die Resultate zwischen den verschiedenen Befragengruppen für einige wichtige Fragestellungen miteinander, zeigt sich Folgendes:

Die PassantInnen benoten den Standort deutlich höher als die beiden anderen Gruppen; letztere bewerten den Wochenmarkt und die Dienstleistungen im Bereich Liegenschaften und Geschäfte vergleichsweise hoch; die Punkte Gastronomie und Freizeit/ Kultur werden bei der Liegenschaftenbefragung, die Sauberkeit bei der Geschäftsbefragung, Charakter/ Image des Quartiers von den PassantInnen weniger schlecht bewertet. Die Parkplätze bekommen besonders ausgeprägt von den PassantInnen die mit Abstand schlechteste Benotung aller Standortfaktoren.

Die PassantInnen glauben bezüglich Charakter/ Image des Quartiers gar eine signifikante Verbesserung der Situation wahrzunehmen; die beiden anderen Befragengruppen sehen dies gegenteilig.

Bei den Geschäften bezeichnen sich deutlich mehr Befragte als generell sehr zufrieden mit dem Standort wie bei den Liegenschaften.

Bei der Einschätzung der Zukunft des Zentrums Oerlikon sind die Einschätzungen unter den Geschäften deutlich besser als im Bereiche der Liegenschaftsbesitzenden/ -verwaltenden.

Sowohl bei den Geschäften wie bei den Liegenschaften stehen insgesamt die selben neun Forderungen zur Attraktivitätsverbesserung des Zentrums Oerlikon in der vorderen Prioritätenhälfte. Für die Geschäfte relativ wichtiger sind Aktionen zur Steigerung der Kundenfreundlichkeit, bei den Liegenschaften der Ausbau der Fussgänger-Verbindungen ins Zentrum Zürich Nord (Personenunterführung).

Von PassantInnen wie Geschäften wird im Bereiche Gastronomie einiges vermisst; Spezialgeschäfte und Parkplätze wurden bei der Geschäftsbefragung vergleichsweise öfters als Mangel erwähnt.

1. Einleitung

1.1. Ausgangslage

Der Stadtrat von Zürich hat das Anliegen, dass Oerlikon als wichtigstes Nebenzentrum der Stadt Zürich mit einer Bedeutung über die Stadtgrenzen hinaus in Zukunft wieder stärker genutzt wird und sein Entwicklungspotenzial besser zum Tragen kommt.

Eines der Ziele des Legislatorschwerpunktes „Impulse für Zürich Nord“ ist es, die City Oerlikon oder das bestehende Zentrum Oerlikon rund um den Marktplatz zu einem lebendigen und urbanen Stadtteilzentrum mit einem vielseitigen Angebot an Läden, Gastronomie und Kultur weiter zu entwickeln. Allerdings weist das Zentrum Oerlikon – im Gegensatz zu anderen dynamischen Entwicklungen in Zürich Nord – einen gewissen "materiellen und ideellen Investitionsrückstand auf": Die seit langem nicht erneuerte Bausubstanz und fehlende zeitgemässe Angebote verringern teilweise die Attraktivität des Zentrums und bremsen auch das Vertrauen in die zukünftige Entwicklung.

Ziel der vorliegenden Studie war es, mittels Befragung von Unternehmen, HauseigentümerInnen/-verwalterInnen und PassantInnen eine verlässliche Grundlage über den Zustand und das Potenzial des Einkaufs- und Arbeitsortes Zentrum Oerlikon zu erhalten.

1.2. Methodik

Untersuchungsgegenstand der im März/ April 2003 durchgeführten Befragungen von Unternehmen, HauseigentümerInnen/-verwalterInnen und PassantInnen war das Gebiet im Zentrum Oerlikon rund um den Marktplatz Oerlikon mit folgender Begrenzung:

Nördliche Begrenzung: Bahnhof Oerlikon (Hofwiesenstrasse); Östliche Begrenzung Schaffhauserstrasse – Wallisellenstrasse – Schaffhauserstrasse bis Sternen Oerlikon; Westliche Begrenzung: Baumackerstrasse; Südliche Begrenzung: Sternen Oerlikon (Einmündung Baumackerstrasse in Schaffhauserstrasse).^{1 2 3}

¹ Zu den Örtlichkeiten der Befragungen der PassantInnen:

Die Befragungen wurden an folgenden 3, mit dem Auftraggeber abgesprochenen Punkten des zu untersuchenden Gebiets durchgeführt, welche die PassantInnenbewegungen rund um den Marktplatz relativ gut abbilden:

1. Marktplatz Oerlikon: Ecke Edisonstrasse/ Querstrasse
2. Ohmstrasse: Höhe Sternen Oerlikon/ Welchogasse
3. Ecke Hofwiesenstrasse/ Schulstrasse/ Eingang Neumarkt

² Zu den Örtlichkeiten der Frequenzzählungen:

Die Zählungen wurden an folgenden 3, mit dem Auftraggeber abgesprochenen Punkten des zu untersuchenden Gebiets durchgeführt, welche die PassantInnenbewegungen rund um den Marktplatz relativ gut abbilden:

1. Marktplatz Oerlikon: Ecke Edisonstrasse/ Querstrasse: Linie diagonal von Kreuzung/ Eck-Häuserblock links unten (südwestlich) nach Eck-Häuserblock rechts oben (nordöstlich). Somit wurden diejenigen Personen erfasst, die sich von der nördlichen Edisonstrasse in die östliche Querstrasse oder in die südliche Edisonstrasse sowie diejenigen, welche sich von der westlichen Querstrasse in die östliche Querstrasse oder in die südliche Edisonstrasse bewegen (bzw. jeweils auch umgekehrte Richtung).
2. Ohmstrasse: Höhe Sternen Oerlikon/ Welchogasse: Linie quer über das Trottoir auf Seite "Zentrum" (Westseite der Ohmstrasse, wenige Meter nördlich der genannten Kreuzung). Es wurde darauf geachtet, dass auf das Tram wartende Leute nach Möglichkeit nicht gezählt wurden.
3. Ecke Hofwiesenstrasse/ Schulstrasse/ Eingang Neumarkt: Linie quer über die Schulstrasse, wenige Meter südlich der Kreuzung, die aber die Bewegungen vom Bahnhof her zum Eingang zum Neumarkt noch beinhaltete.

³ Zur Zählweise und den konkreten Zeitblöcken der Frequenzzählungen:

Insgesamt wurde gegliedert in 28 (pro Woche 14) Zeitblöcke gezählt. Grundsätzlich gab es Vormittags-, Nachmittags- und Abend-Blöcke. Die zeitliche Gliederung war jeweils folgende (nach jedem Stunden-Teilblock wurde jeweils zwischen den drei Standorten rotiert):

Vormittags jeweils von: 09:00-09:18; 09:22-09:40; 09:44-10:02; 20 Minuten Pause; 10:25-10:43; 10:47-11:05; 11:09-11:27; 20 Minuten Pause; 11:50-12:08; 12:12-12:30; 12:34-12:52
Nachmittags jeweils von: 13:00-13:18; 13:22-13:40; 13:44-14:02; 20 Minuten Pause; 14:25-14:43; 14:47-15:05; 15:09-15:27; 20 Minuten Pause; 15:50-16:08; 16:12-16:30; 16:34-16:52
Abends jeweils von: 17:00-17:18; 17:22-17:40; 17:44-18:02; 20 Minuten Pause; 18:25-18:43; 18:47-19:05; 19:09-19:27; 20 Minuten Pause; 19:50-20:08; 20:12-20:30; 20:34-20:52.

Konkret wurde pro Woche nur an 14 (von möglichen 21) Zeitblöcken gezählt:

Montag, 31.März Vormittag; Montag, 31.März Nachmittag; Montag, 31.März Abend; Dienstag, 1.April Vormittag; Dienstag, 1.April Nachmittag; Mittwoch, 2.April Nachmittag; Donnerstag, 3. April Abend; 4. April Abend; Samstag, 5.April Vormittag, Samstag, 5.April Nachmittag; Samstag, 5.April Abend; Sonntag, 6.April Vormittag; Sonntag, 6.April Nachmittag; Sonntag, 6.April Abend; Montag, 7.April Vormittag; Montag, 7.April Nachmittag; Montag, 7.April Abend; Dienstag, 8.April Vormittag; Dienstag,

Im beschriebenen Gebiet gibt es ca. 400 Firmen aus den Bereichen Detailhandel/ Hotel/ Gastronomie und Büros/ Gewerbe/ Dienstleister und ca. 120 HauseigentümerInnen/-verwalterInnen, denen ein Fragebogen zugesandt wurde. Ebenfalls befragt wurden persönlich vor Ort PassantInnen. Ergänzt wurde die Untersuchungsanlage mit Frequenzzählungen (Anzahl PassantInnenbewegungen) an drei zentralen Punkten innerhalb des oben umschriebenen Gebiets.

Die detaillierten Fragestellungen wurden von der Fachstelle für Stadtentwicklung entwickelt und dem GfS-Forschungsinstitut zur Verfügung gestellt. GfS prüfte die Fragebogen methodisch und war verantwortlich für das definitive Layout und den Fragebogen. Die Fachstelle versandte die Fragebogen für die schriftlichen Befragungen (Geschäfte, Liegenschaften) und sandte zudem nach rund 10 Tagen allen Befragten nochmals einen Reminderbrief zu; die ausgefüllten Fragebogen wurden der Fachstelle für Stadtentwicklung zurück gesandt und von dieser darauf dem GfS-Forschungsinstitut für die Auswertungen weiter geleitet.

Persönlich befragt wurden insgesamt 308 PassantInnen. Der Rücklauf der 406 angeschriebenen Geschäfte/ Büros/ Dienstleister betrug mit 165 Antworten 41%. Bei den Liegenschaftenbesitzenden/-verwaltenden antworteten 60 von 121, was einen Rücklauf von 50% ergibt.

8.April Nachmittag; Dienstag, 8.April Abend; Mittwoch, 9.April Nachmittag; Freitag, 11. April Abend; Samstag, 12. April Vormittag; Samstag, 12.April Nachmittag; Samstag, 12. April Abend; Sonntag, 13. April Vormittag; Sonntag, 13.April Nachmittag; Sonntag, 13. April Abend.

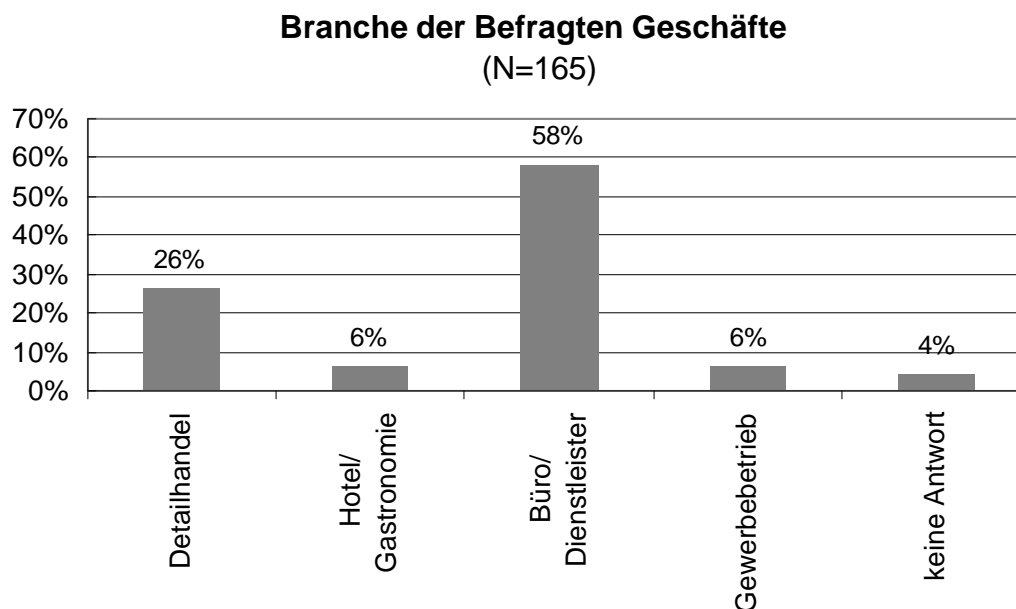
Die übrigen, nicht direkt erhobenen Blöcke wurden folgendermassen durch tatsächlich erhobene Werte ersetzt: Dienstag, 1. April Abend durch Montag, 31. März Abend; Mittwoch, 2. April Vormittag durch Dienstag, 1. April Vormittag; Mittwoch, 2. April Abend durch Montag, 31. März Abend; Donnerstag, 3. April Vormittag durch Dienstag, 1. April Vormittag; Donnerstag, 3. April Nachmittag durch Dienstag, 1. April Nachmittag; Freitag, 4. April Vormittag durch Dienstag, 1. April Vormittag; Freitag, 4. April Nachmittag durch Dienstag, 1. April Nachmittag; Mittwoch, 9. April Vormittag durch Dienstag, 8. April Vormittag; Mittwoch, 9. April Abend durch Dienstag, 8. April Abend; Donnerstag, 10. April Vormittag durch Dienstag, 8. April Vormittag; Donnerstag, 10. April Nachmittag durch Dienstag, 8. April Nachmittag; Donnerstag, 10. April Abend durch Donnerstag, 3. April Abend; Freitag, 11. April Vormittag durch Dienstag, 8. April Vormittag; Freitag, 11. April Nachmittag durch Dienstag, 8. April Nachmittag

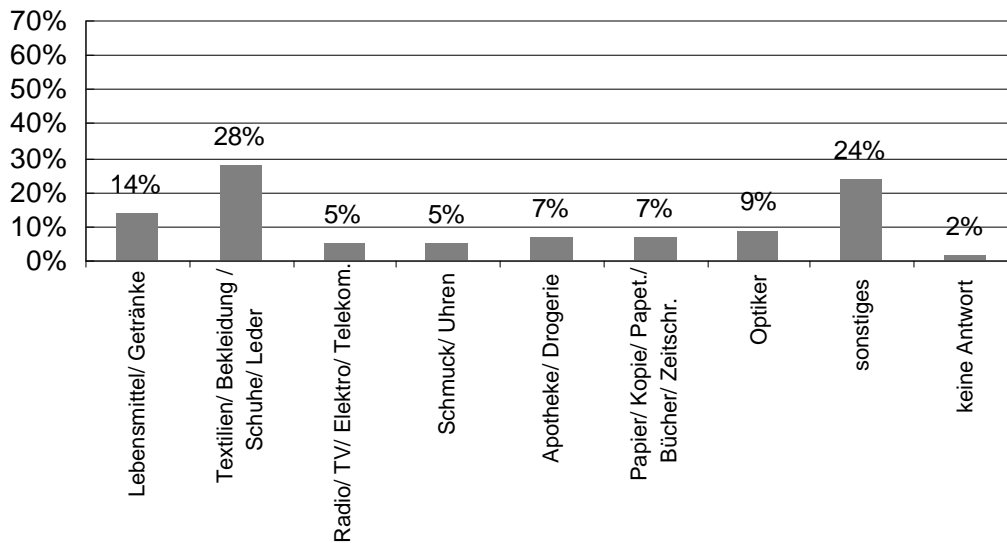
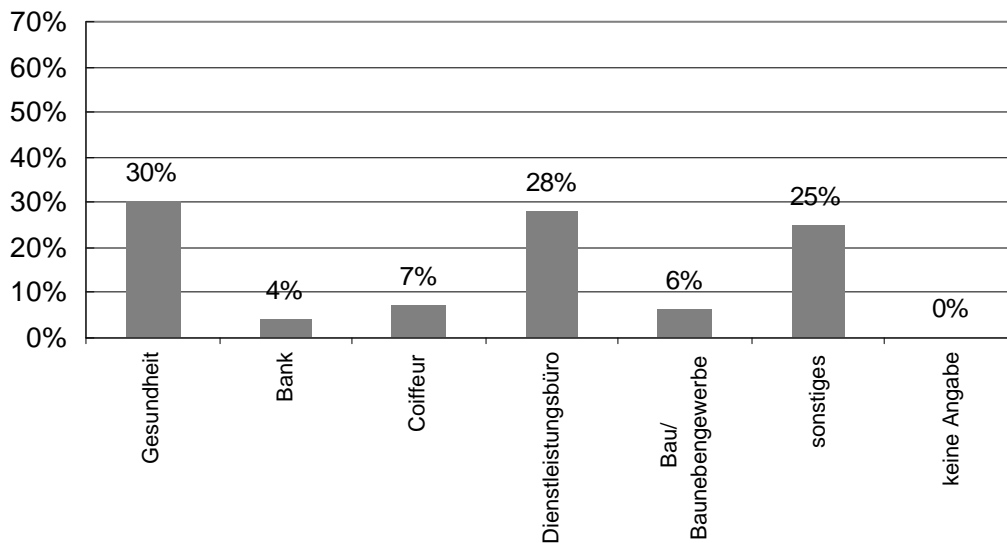
2. Ergebnis der Geschäftsbefragung

2.1 Struktur der befragten Geschäfte

Etwas mehr als ein Viertel der befragten Geschäfte kommt aus dem Detailhandelsbereich (viele Geschäfte aus dem Bereich Textilien/ Kleider/ Schuhe/ Leder, ebenfalls viele Lebensmittelgeschäfte), und die Mehrheit aus dem Büro/ Dienstleistungsbereich (oftmals aus dem Bereich Gesundheit oder Dienstleistungsbüros).

Grafik 1:



Grafik 2:**Falls Detailhandel: Feinere Branchengliederung (N=43)****Grafik 3:****Falls Dienstleistungs-/ Gewerbebereich: Feinere Branchengliederung (N=106)**

Setzt man die befragten Unternehmungen in Beziehung zur Struktur der Geschäfte/ Büros, die geantwortet haben, ergibt sich Folgendes:

Im Zentrum Oerlikon gibt es laut Eintragung im elektronischen Telefonbuch 406 Geschäfte, Büros/ Dienstleister und Gewerbebetriebe. Davon sind 110 Detailhandelsgeschäfte der verschiedensten Branchen:

Grafik 4: Vergleich Grundgesamtheit und Stichprobe beim Detailhandel

Branche Detailhandel	Stichprobe (N=43)	effektiv (N=110)
Lebensmittel/ Getränke (inkl. Grossverteiler, Warenhäuser)	14%	15%
Textilien/ Bekleidung/ Schuhe/ Lederwaren	23%	28%
Radio/ TV/ Elektro/ Telekommunikation	7%	5%
Schmuck/ Uhren	5%	5%
Apotheke/ Drogerie	3%	7%
Papier/ Bücher/ Zeitschriften/ Kopieren/ Papeterie/ Kiosk/ Tabakwaren	6%	7%
Optik	10%	9%
sonst. Detailhandel (Blumen, Geschenkart., Parfümerien, Garagen, Teppiche..)	30%	24%

Unter Berücksichtigung unvermeidlicher kleiner Differenzen angesichts kleiner Gruppen kann die Struktur der befragten Detailhandelsgeschäfte als sehr repräsentativ bezeichnet werden.

Die anderen 296 Unternehmen sind hauptsächlich Dienstleistungs- und nur ein paar Gewerbebetriebe. Die grösste Gruppe stellen Ärzte (57) und sonstige im Gesundheitsbereich tätige Betriebe (Dentallabors, Physiotherapie, Orthopädie etc.; 36 Betriebe) dar (insgesamt 93).

Grafik 5: Vergleich Grundgesamtheit und Stichprobe bei Dienstleistungen/ Gewerbe

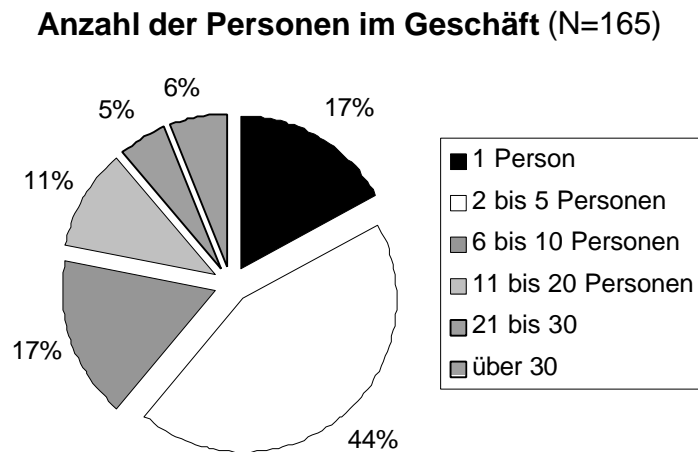
Branche Dienstleistungen/ Gewerbe	Stichprobe (N=106)	effektiv (N=296)
Gesundheit (Zahn-/ Ärzte und restliche Gesundheitsbranchen)	30%	34%
Bank	4%	2%
Coiffeur	7%	5%
Dienstleistungsbüro (Rechtsanwalt, Informatik, Planungsbüro, Architekten, Werbung, Treuhänder, Grafik etc.)	28%	18%
Sonst. Dienstleistungs-/ Gewerbebereich inkl. Verein/ Verband/ gemeinnützige Organisation/ Kinderkrippen/ Genossenschaften	19%	33%
Bau- und Baunebengewerbe (Maler, Elektroinstallation etc.)	6%	2%
Hotel/ Gastronomie	6%	8%

Unter Berücksichtigung der Tatsache, dass bei der Eigendeklaration der Dienstleistungsbüros die Abgrenzung zwischen Dienstleistungsbüros und dem übrigen Dienstleistungs- und Gewerbebereich nicht trennscharf ist, gibt es auch

im Bereich Dienstleistungen/ Gewerbe (ausser einer gewissen Überrepräsentation des Baubereichs) keinen Hinweis auf systematische Verzerrungen.

Mehrheitlich handelt es sich bei den befragten Geschäften um Einzelunternehmen. Daneben gibt es insbesondere einige Ketten, die gesamtschweizerische Verbreitung haben. In denjenigen Fällen, wo es mehrere Filialen gibt (24%), handelt es sich in einem Drittel der Fälle beim befragten Geschäft um das Hauptgeschäft, und in zwei Drittel der Fälle um eine Filiale.

Grafik 6:

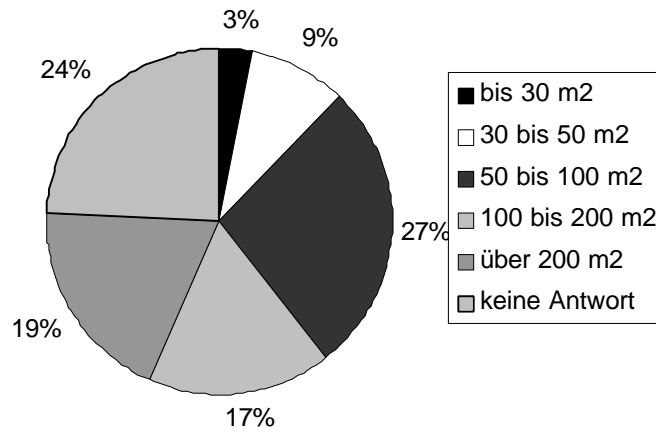


44% der befragten Unternehmungen beschäftigen zwischen zwei und fünf Personen, und ein Sechstel sind gar Ein-Personen-Unternehmen. Gemäss Angaben der befragten Geschäfte hat sich in 57% der Fälle die Beschäftigtenzahl in den letzten Jahren nicht verändert, bei 22% zugenommen und bei 19% abgenommen.

Die Mehrzahl Geschäfte besitzt eine Verkaufsfläche zwischen 50 m² und 100 m² und mehr als ein Viertel der Antwortenden (respektive ein Fünftel aller Geschäfte) von über 200 m². Die Durchschnittsfläche liegt bei 267m² (ein Viertel der Geschäfte lieferte keine Angaben hierzu).

Grafik 7:

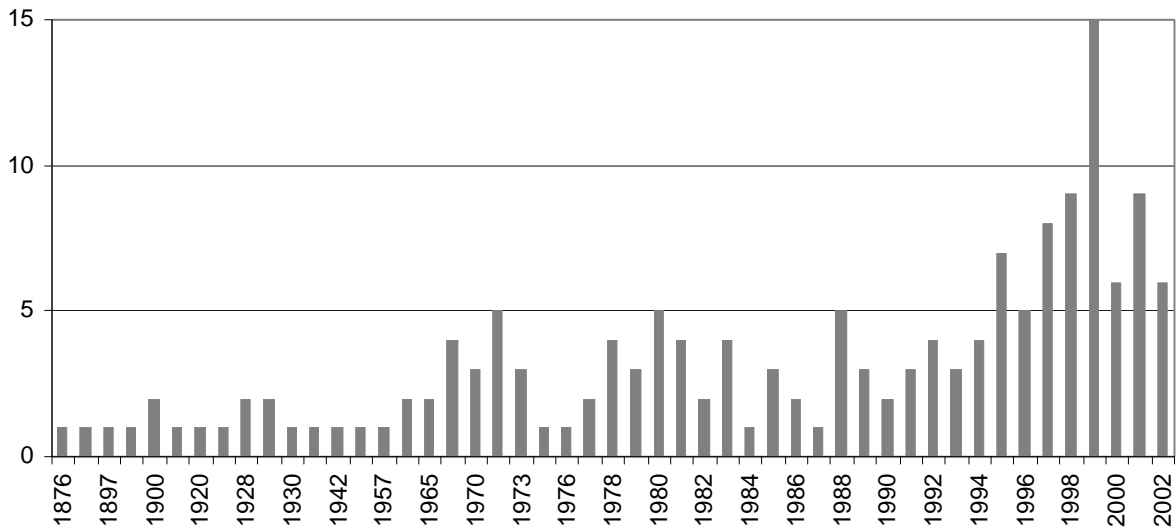
Geschäftsfläche (Verkaufs-/ Betriebsfläche in m² (N=165))



Die Hotel/ Gastronomiebetriebe besitzen durchschnittlich die weitaus grösste Fläche: Hotel/ Gastronomie 1907 m² (5 Betriebe mit Angaben), Gewerbebetriebe 243 m² (8), Detailhandel 222 m² (39) und Dienstleistungsbetriebe 187 m² (69).

Grafik 8:

Geschäfte nach Gründungsjahr (N=165)



Die Dynamik bezüglich neuer Geschäfte sieht folgendermassen aus: 4% der Geschäfte sind seit mehr als einem Jahrhundert an dieser Adresse tätig, 6% seit der 1. Hälfte des 20. Jahrhunderts, und weitere 6% seit 1950 bis 1969. Zwischen 1970 und 1979 sind 14% der befragten Geschäfte an dieser Adresse tätig geworden, zwischen 1980 und 1989 11%, zwischen 1990 und 1994 10%, zwischen 1995 und 1999 26%, und 14% der befragten Geschäfte sind gar erst nach der Jahrtausendwende an ihrem jetzigen Standort aktiv geworden. Insgesamt ist also die Hälfte der Geschäfte erst seit 1990 an den jetzigen Standort gekommen oder neu gegründet worden. Untenstehend ist die Dynamik auch nach Branchen ersichtlich:

Grafik 9:**Gründung nach Branchen**

Anzahl Unternehmen absolut	Total	Detailhandel	Hotel/ Gastronomie	Büro/ Dienstleister	Gewerbe
bis 1980	47	19	4	22	2
ab einschl. 1980	44	7	3	31	3
ab einschl. 1995	62	15	3	41	3
alle Jahre zusammen	159	43	10	96	10

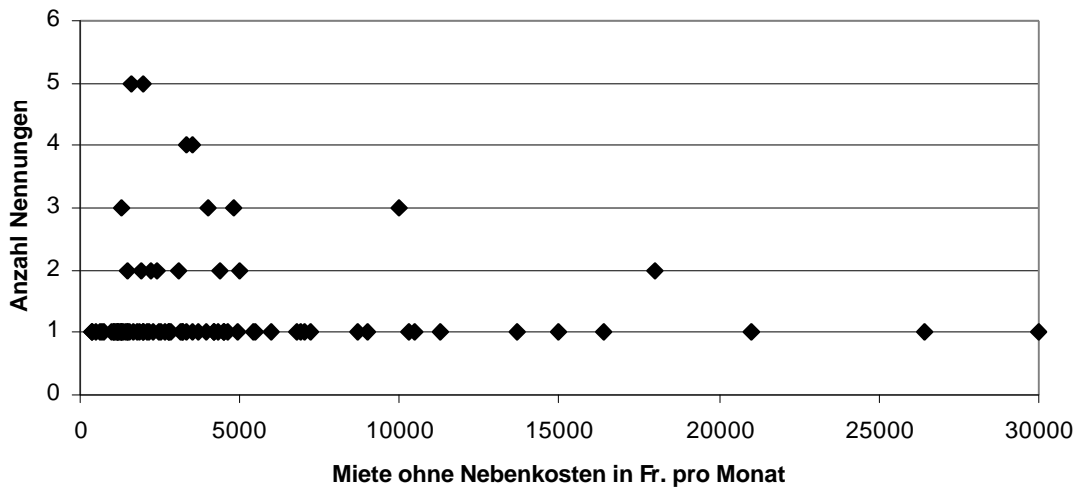
*kleine Differenzen zum Total aufgrund fehlender Branchenangaben

30% der Geschäfte waren vorher an einem anderen Standort gewesen; mehrheitlich (16%) ebenfalls im Kreis 11, und praktisch alle anderen kamen von einem anderen Standort innerhalb der Stadt Zürich.

Die Mehrzahl der Geschäftsräume (75%) ist gemietet. Nur 8% der Räumlichkeiten befinden sich im Eigentum der betreffenden Geschäfte (19% keine Angabe).

Grafik 10:

Mietzinsbelastung (N=110)

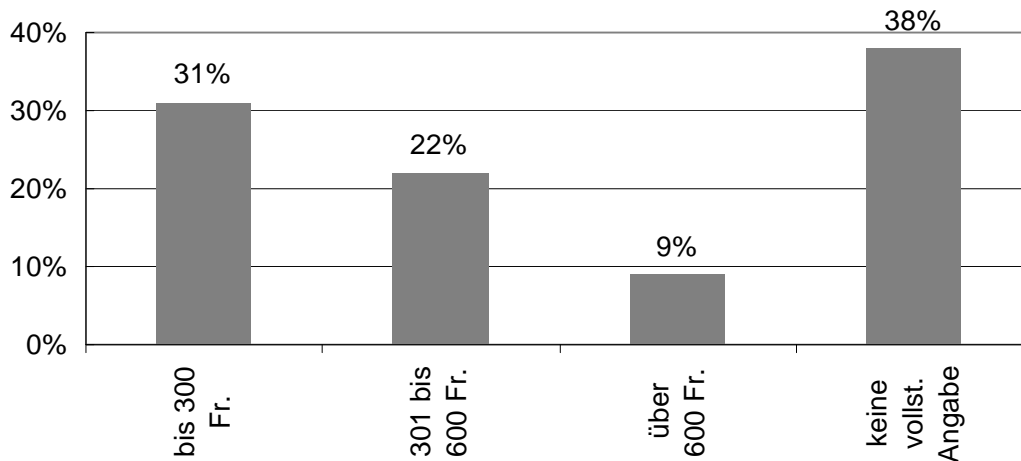


Von den 114 Geschäften, die zu ihrem Mietzins eine Angabe gemacht haben, zahlen 23% bis 1'500 Franken, 27% zwischen 1'500 und 3'000 Franken, 30% zwischen 3'000 und 5'000 Franken und 20% über 5'000 Franken pro Monat.

Bei der Miete ohne Nebenkosten in Franken pro m² und Jahr (aufgrund direkter Antworten oder indirekt aus Fläche und Mietzins berechnet) fällt auf, dass ein Schwerpunkt bei 200 bis 300 Franken pro Jahr und m² liegt, und die Mehrheit derjenigen, bei denen Zahlen vorliegen, zwischen 100 und 400 Franken pro m² bezahlen (vgl. nachfolgende Grafik).

Grafik 11:

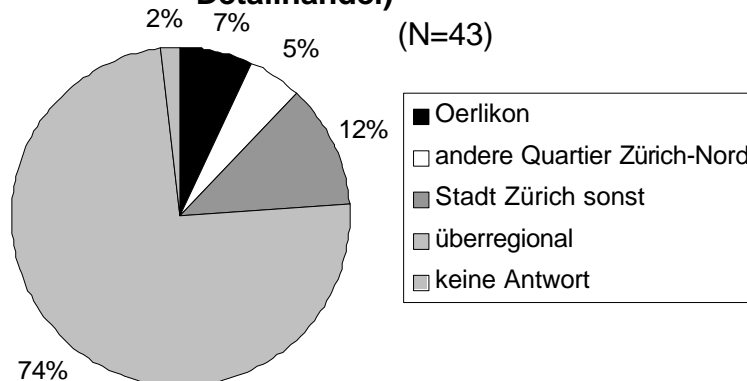
Miete pro m2 pro Jahr (aufgrund direkter Antworten oder aus Fläche und Mietzins berechnet) (N=102 von 165)



Altersmässig ist die Kundenstruktur im Bereich des Detailhandels bei einem grösseren Teil der befragten Geschäfte gemischt (42%). Kein Geschäft gibt an, hauptsächlich unter 25-Jährige als KundInnen zu haben, 30% antworten, 25-49-Jährige seien die Hauptkunden, und 14% haben mehrheitlich mindestens 50-Jährige KundInnen (14% geben keine genauen Angaben).

Grafik 12:

Hauptsächliche Herkunft der KundInnen (nur Detailhandel)

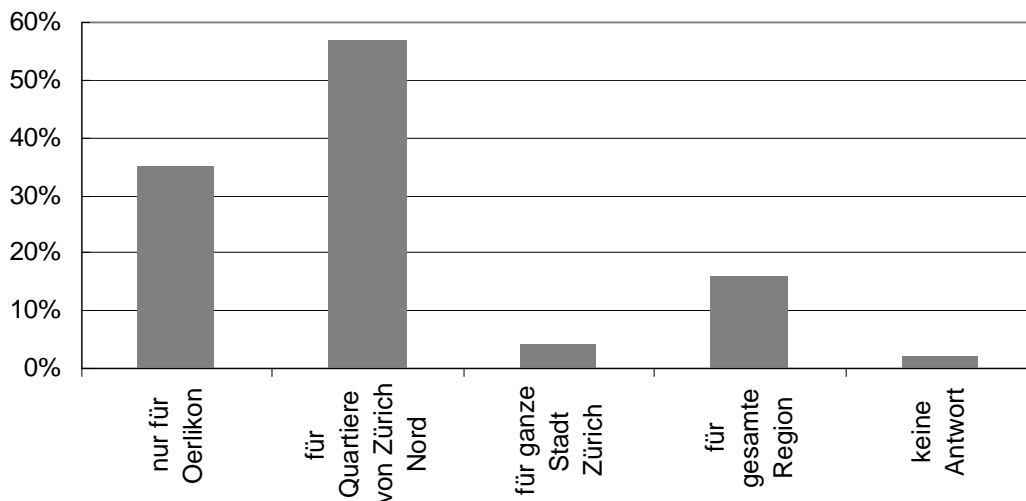


Die Kundenstruktur im Bereich des Detailhandels ist gemäss Einschätzung der befragten Geschäfte bei der klaren Mehrheit zur Hauptsache überregional oder mindestens aus der gesamten Stadt.

Diese Angaben stehen allerdings in einem Gegensatz zu den Resultaten der PassantInnenbefragung, wonach die Mehrzahl der sich im Zentrum Oerlikon aufhaltenden Befragten angibt, aus den nördlichen Quartieren der Stadt zu kommen, und nur ein Drittel deklariert, ausserhalb der nördlichen Zürcher Quartiere (und gar nur ein Fünftel, ausserhalb der Stadt) zu wohnen. Eher in die Richtung der Ergebnisse der PassantInnenbefragung weisen die Ergebnisse bezüglich der Beurteilung der Ausstrahlungskraft des Zentrums Oerlikon: Diese deckt sich (mit einem Schwerpunkt auf die nördlichen Quartiere Zürichs) recht gut mit der tatsächlichen Struktur der PassantInnen.

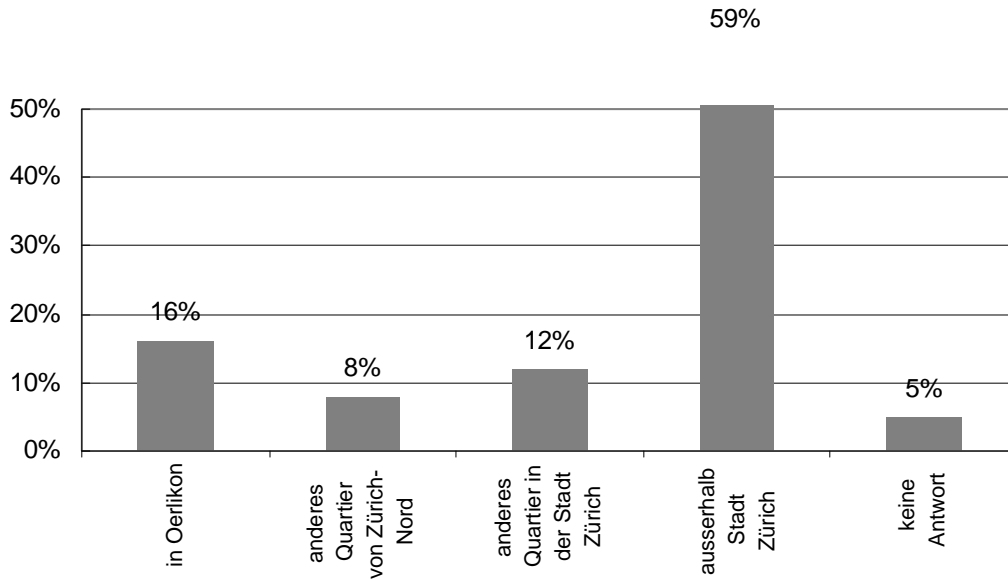
Grafik 13:

**Beurteilung der Ausstrahlungskraft des Zentrums
Oerlikon (für wen Zentrum?) (N=165)**



Grafik 14:

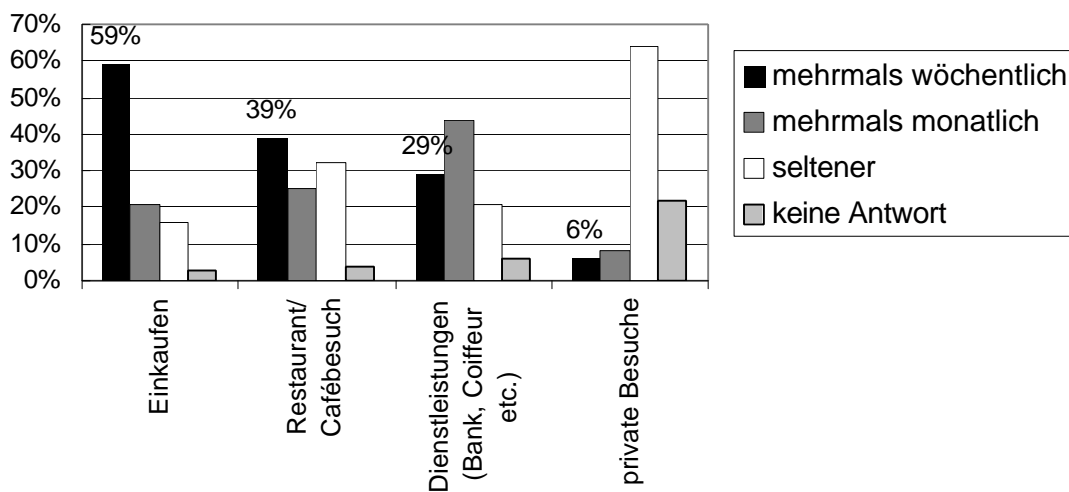
Wo wohnen die befragten GeschäftsführerInnen? (N=165)



Interessant ist auch ein Vergleich mit dem Wohnort der befragten GeschäftsführerInnen. Hier gilt die Überregionalität tatsächlich: Rund 60% gibt an, ausserhalb der Stadt Zürich zu wohnen, und nur ein Viertel kommt aus einem der nördlichen Quartiere der Stadt Zürich.

Grafik 15:

Wie oft Aufenthalt für folgende Aktivitäten im Zentrum Oerlikon? (N=165)

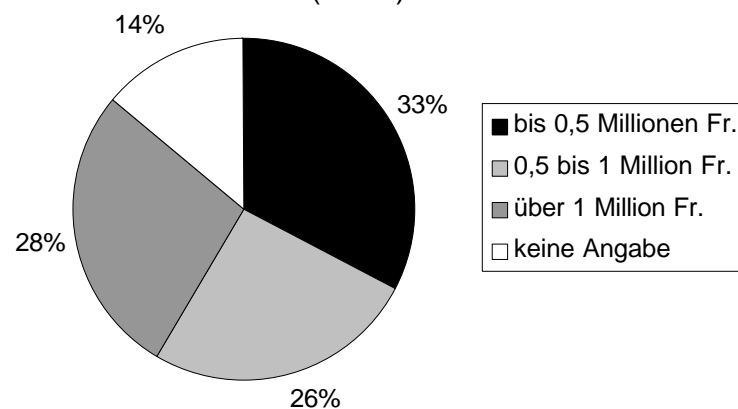


60% der befragten GeschäftsführerInnen geben an, mehrmals wöchentlich im Zentrum Oerlikon Einkäufe zu tätigen. Nur noch 40% sind es, welche hier mehrmals wöchentlich in Restaurants oder Cafés zu finden sind. Über 70% beanspruchen mindestens mehrmals monatlich weitere Dienstleistungen wie Bank, Coiffeur etc. im Zentrum Oerlikon (davon rund 30% mehrmals wöchentlich).

Grafik 16:

Durchschnittlicher Jahresumsatz des Geschäfts

(N=43)

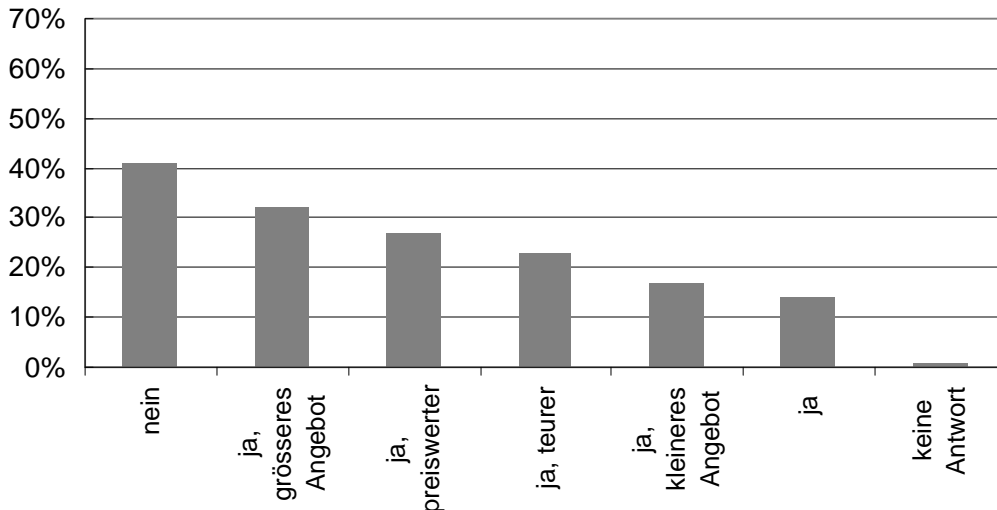


Ein Drittel der Detailhandelsgeschäfte gibt an, weniger als eine halbe Million Franken Umsatz, und 28%, einen solchen von mehr als einer Million pro Jahr zu generieren. Die Hälfte der Detailhandelsgeschäfte beklagt dabei in den letzten zwei Jahren einen Umsatzrückgang, bei einem Viertel ist der Umsatz gestiegen.

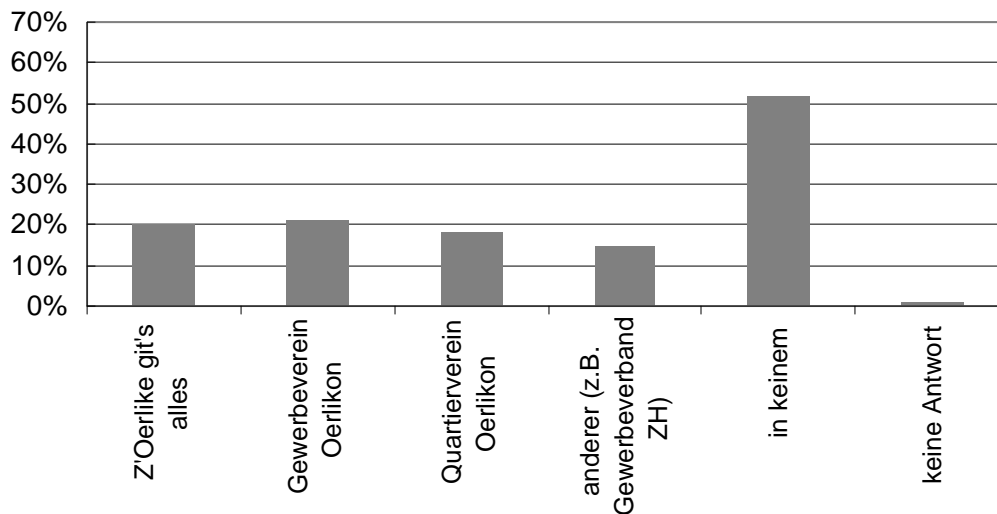
Bei 54% der befragten Unternehmungen hat sich das Waren/ Dienstleistungsangebot in den letzten Jahren nicht verändert. Falls es sich geändert hat, wurde das Angebot meist vergrößert.

Grafik 17:

Hat sich das Waren-/ Dienstleistungs-/ Service-Angebot in den letzten Jahren verändert? (N=174 / 165 Pers.)



Beim Detailhandel fällt auf, dass fast ein Fünftel angibt, preiswerter geworden zu sein, während im Bereich Hotel/ Gastronomie auch Preissteigerungen genannt werden.

Grafik 18:**Mitgliedschaft in Interessenverbänden**
(N=207 / 165 Personen)

Mehr als die Hälfte aller befragten Unternehmungen gibt an, in keiner der in Frage kommenden Interessenverbände Mitglied zu sein. Je rund 20% geben an, im Gewerbeverein Oerlikon, bei „Z'Oerlike git's alles“ oder im Quartierverein Oerlikon Mitglied zu sein. 15% sind zudem Mitglied eines anderen Interessenverbandes (z.B. Gewerbeverband Zürich). Auffällig ist, dass auch von den befragten Detailhändlern 60% angeben, bei keinem Interessenverband Mitglied zu sein.

Im Gewerbeverein Oerlikon sind vorab Detailhandel und Gewerbebetriebe Mitglieder, in „Z'Oerlike git's alles“ Detailhandel sowie Hotel/ Gastronomie, und im Quartierverein scheint insbesondere der Bereich Hotel/ Gastronomie gut organisiert zu sein. In anderen Organisationen wie dem Gewerbeverband Zürich sind vorab befragte Dienstleistungs- und Gewerbebetriebe Mitglied.

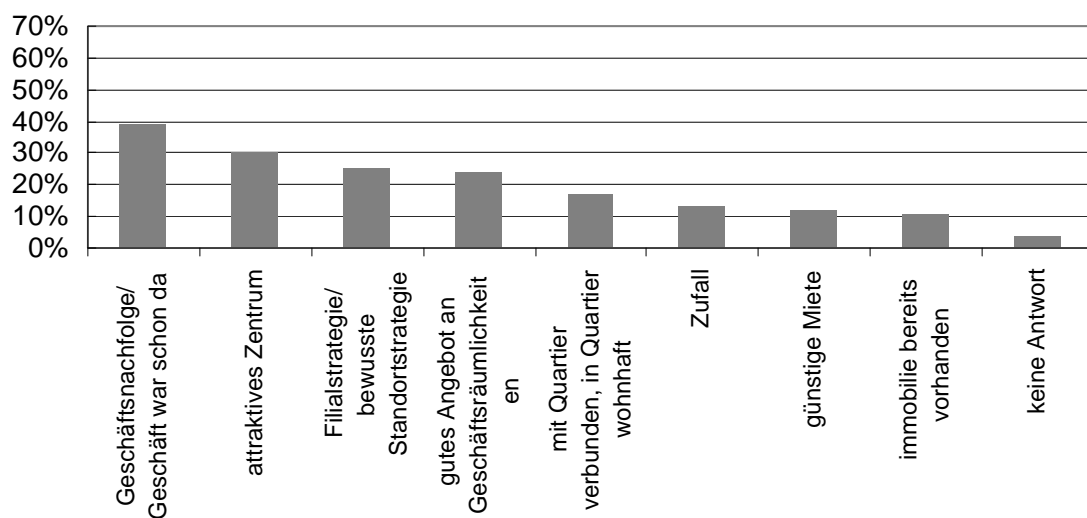
2.2 Inhaltliche Ergebnisse der befragten Geschäfte

Der Hauptgrund, weshalb das Geschäft seinen Standpunkt am aktuellen Ort im Zentrum Oerlikon hat, ist in rund 40% der Fälle eine Geschäftsnachfolge (bereits vorher war Geschäft an selbem Standort), und in weiteren 11% war ein „verwandter Grund“, dass nämlich bereits vor Ort eine (eigene) Immobilie vorhanden war, im Spiel. Ebenfalls recht häufig genannt wurden das attraktive Zentrum, eine bewusste Filial- respektive Standortstrategie und ein gutes Angebot an Geschäftsräumlichkeiten vor Ort. Schon seltener wurden die Quartierverbundenheit, , der „Zufall“ oder günstige Mieten genannt.

Besonders oft wurde der Grund „Geschäftsnachfolge“ in den Bereichen Hotel/ Gastronomie und Detailhandel genannt. Bei den Dienstleistungsbetrieben standen öfters das attraktive Zentrum, eine bewusste Filial- oder Standortstrategie sowie das gute Angebot an Räumlichkeiten im Vordergrund. Bei den Gewerbebetrieben wurden die Geschäftsnachfolge und das attraktive Zentrum am meisten genannt, oft stand hier gemäss den befragten Betrieben aber auch der Zufall Pate beim Standortentscheid.

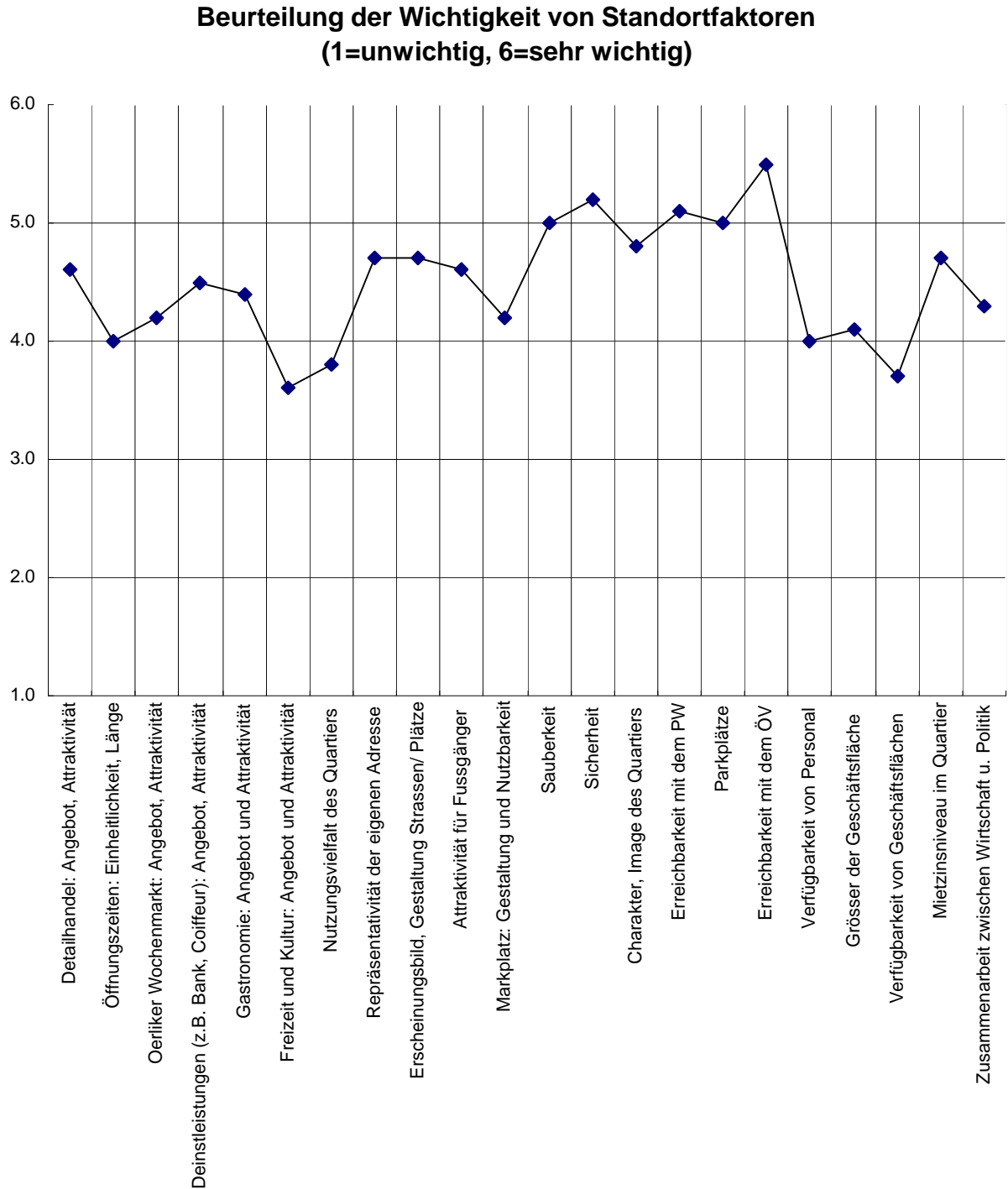
Grafik 19:

Hauptgründe für den aktuellen Geschäftsstandort
(N=287 / 165 Pers.)



Als wie wichtig werden nun die einzelnen Standortfaktoren im Detail beurteilt?

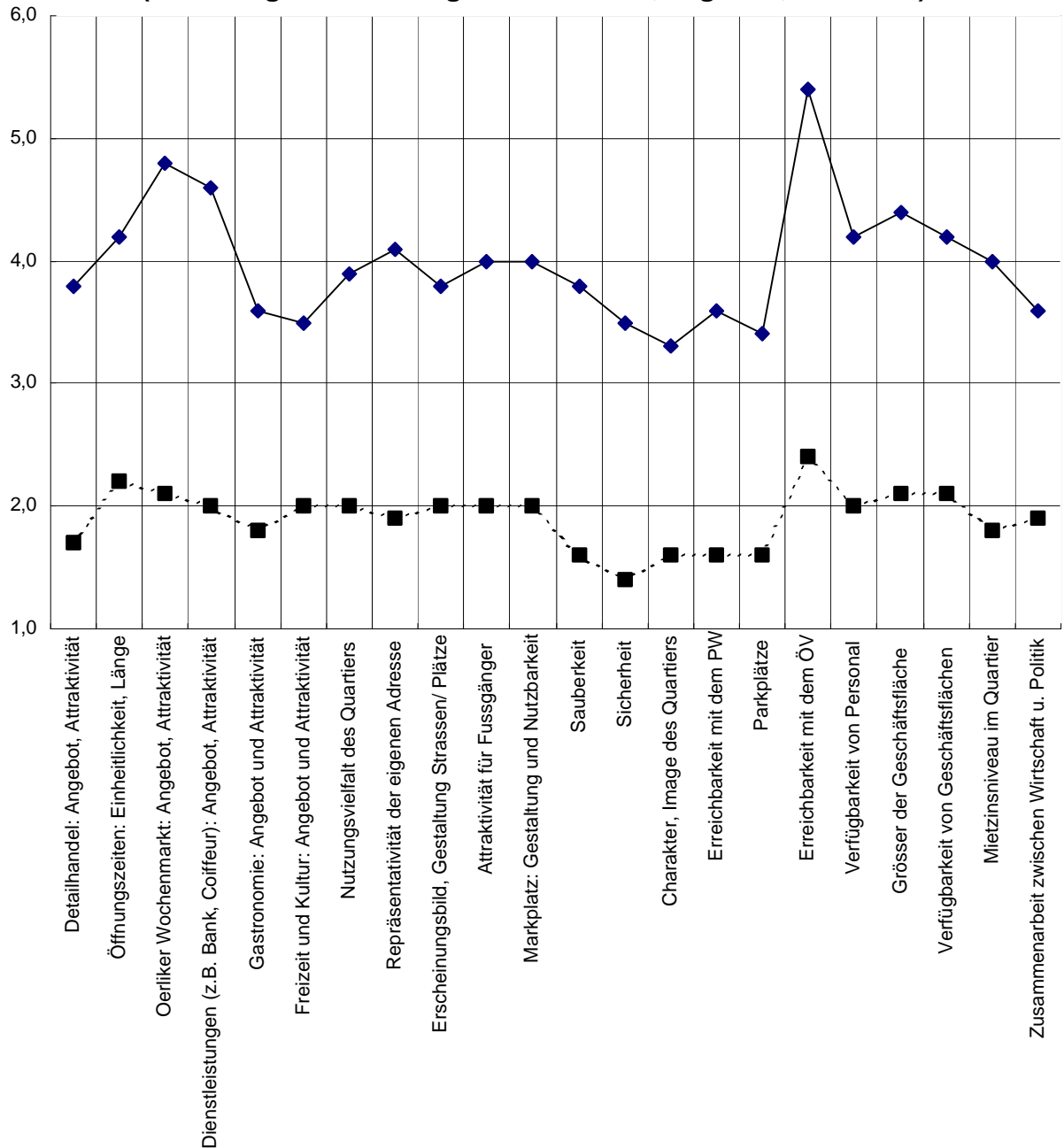
Grafik 20:



Als mit Abstand am wichtigsten wird der Faktor „Erreichbarkeit mit dem öffentlichen Verkehr“ beurteilt (5.5 auf Skala von 1 bis 6). Ebenfalls noch Werte um 5 herum erhalten Sauberkeit, Sicherheit, Chancen/Image des Quartiers, Erreichbarkeit mit dem Personenwagen und Parkplätze. Von geringer Bedeutung scheinen hingegen für die Unternehmungen die Faktoren Freizeit und Kultur, Nutzungsvielfalt des Quartiers und Verfügbarkeit von Geschäftsflächen zu sein.

Grafik 21:

Beurteilung Zentrum Oerlikon rund um den Marktplatz
(Benotung aktueller Zustand: 1 "sehr schlecht" bis 6 "sehr gut")
(Benotung Veränderung: 1=schlechter, 2=gleich, 3=besser)



Bei der Benotung schneidet der wichtigste Faktor, die Erreichbarkeit mit dem öffentlichen Verkehr, gleichzeitig am besten ab. Die Zensuren für die wichtigen Faktoren Sauberkeit, Sicherheit, Charakter/Image des Quartiers, Erreichbarkeit mit dem Personenwagen sowie Parkplätze sind hingegen mit Werten zumeist deutlich unter vier ungenügend und zeigen Handlungsbedarf auf.

Besonders wichtig scheint der Faktor Sauberkeit für den Bereich Hotel/ Gastronomie und auch Gewerbebetriebe sowie für grössere, alteingesessene Unternehmungen zu sein. Ähnliches gilt für die Sicherheit (Gewerbe nur Durchschnitt). Charakter und Image des Quartiers sind speziell bedeutsam für den Detailhandel und grössere, ältere Unternehmungen. Die Erreichbarkeit mit dem Personenwagen sowie Parkplätze sind zentral für Hotels/Gastronomie, Gewerbebetriebe und grössere sowie ältere Betriebe. Die Erreichbarkeit mit dem öffentlichen Verkehr nimmt schliesslich bei fast allen befragten Teilgruppen eine Spitzenstellung ein.

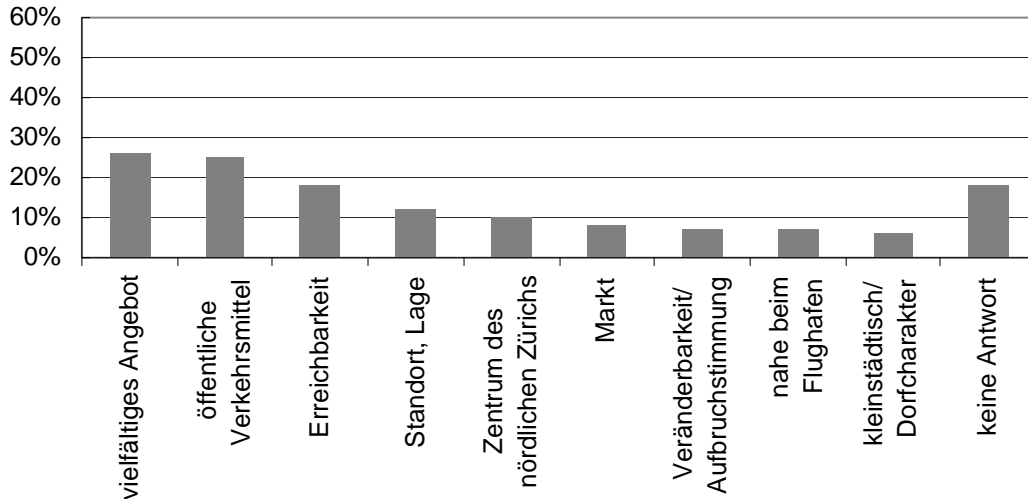
Der wichtigste und gleichzeitig am höchsten bewertete Faktor, die Erreichbarkeit mit öffentlichem Verkehr, wird fast durchwegs von allen Teilgruppen sehr hoch bewertet; eine Ausnahme bilden Detailhandelsbetriebe mit weniger als einer halben Million Franken Umsatz. Bei den wichtigen Faktoren mit ungenügender Bewertung fällt folgendes auf: Die Sauberkeit wird insbesondere von Gewerbebetrieben besonders schlecht benotet. Die Sicherheit wird von Hotels/ Gastronomie und von Detailhändlern zwischen einer halben und einer Million Franken Umsatz speziell tief bewertet. Charakter und Image des Quartiers erhalten besonders tiefe Zensuren von Gewerbebetrieben sowie von Detailhändlern mit mindestens einer halben Million Franken Umsatz. Die Erreichbarkeit mit dem Personenwagen sowie Parkplätze werden schliesslich von Detailhändlern mit einem Umsatz von weniger als einer halben Million Franken sowie von alteingesessenen Unternehmungen speziell schlecht bewertet.

Analysiert man diejenigen wichtigen und zudem ungenügend bewerteten Faktoren genauer, welche gleichzeitig auch als in den letzten 3 bis 5 Jahren verschlechtert wahrgenommen wurden, fällt hinsichtlich Verschlechterungen folgendes auf: Bei der Sauberkeit treten keine grossen Unterschiede nach Teilgruppen auf. Die Sicherheit wird insbesondere von Betrieben, welche sich zwischen 1980 und 1994 in Oerlikon angesiedelt haben, in besonderem Ausmass als verschlechtert wahrgenommen. Charakter und Image des Quartiers werden insbesondere von Detailhändlern mit über einer halben Million Franken Umsatz als sich verschlechternd empfunden. Die Erreichbarkeit mit Personenwagen sowie die Parkplatzsituation werden relativ gleichmässig unter allen Teilgruppen als deutlich verschlechtert wahrgenommen.

Grafik 22:

Grösste Stärken/ Potenziale des Zentrums Oerlikon

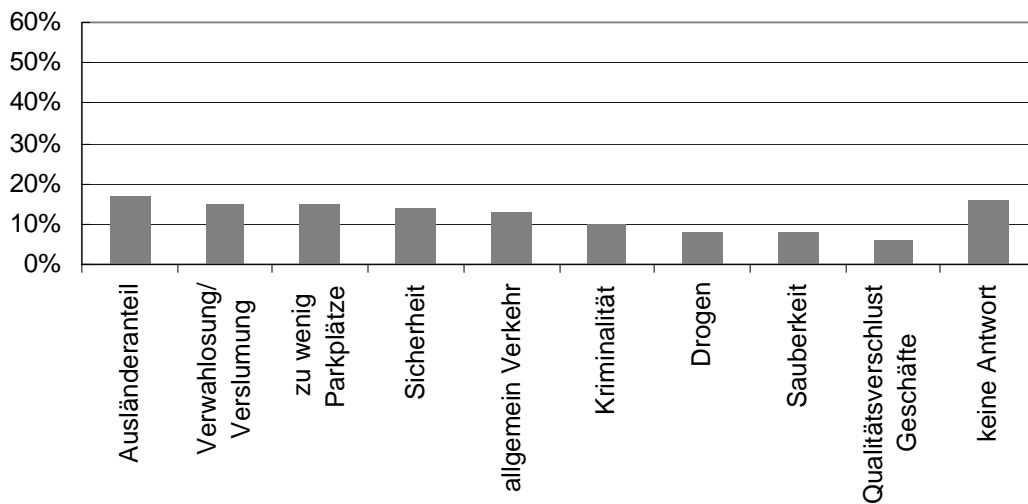
(N=270 Antworten/ 165 Pers.)



Grafik 23:

Grösste Schwächen/ Gefahren im Zentrum Oerlikon

(N=279 Antworten/ 165 Pers.)



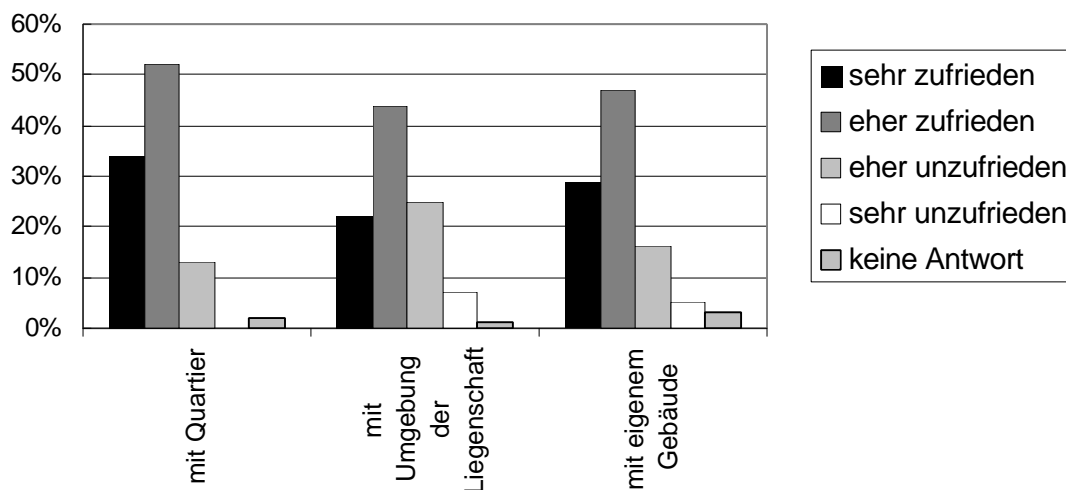
Zu den grössten Stärken, Chancen und künftigen Potenzialen für das Zentrum Oerlikon (offene Frage ohne vorgegebene Antwortmöglichkeiten; Mehrfachantworten möglich):

Das vielfältige Angebot und die (ausgezeichnet benoteten) öffentlichen Verkehrsmittel sowie die generelle Erreichbarkeit werden als grösste Potenziale gesehen, welche die Stärken als „funktionales Zentrum“ betonen. Daneben werden weitere Vorteile öfters erwähnt: Allgemeine Lage, Zentrumsfunktion für das nördliche Zürich, der wöchentliche Markt, die Aufbruchstimmung (im nahen Zentrum Zürich Nord ZZN), die Flughafennähe sowie der oftmals als „kleinstädtisch“ oder „dorfähnlich“ bezeichnete Charakter.

Umgekehrt werden der hohe Ausländeranteil, gewisse Verwahrlosungserscheinungen (von den Befragten oft als „Verslumung“ bezeichnet), zu wenig Parkplätze, die Verkehrssituation generell sowie die Sicherheit als grösste Schwächen oder Gefahren für die künftige Entwicklung des Zentrums Oerlikon bezeichnet – wobei sich diese Ergebnisse mit den zuvor kommentierten Zensuren einzelner Punkte decken. Ebenso noch oft erwähnt werden Kriminalität, Drogen, Sauberkeit sowie ein Qualitätsverlust der Geschäfte.

Grafik 24:

Zufriedenheit mit eigenem Standort im Zentrum Oerlikon
(N=165)

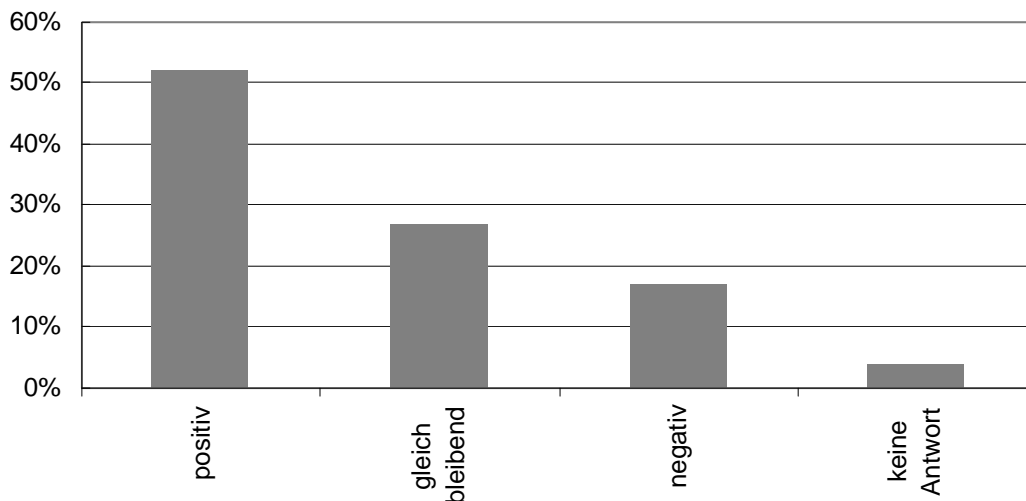


Die Zufriedenheit der GeschäftsleiterInnen mit dem eigenen Standort darf insgesamt als hoch bezeichnet werden, insbesondere diejenige mit dem Quartier generell. Hinsichtlich der Umgebung der Liegenschaft ist aber immerhin ein

gutes Drittel unzufrieden, hinsichtlich dem eigenen Gebäude ist es ein knappes Viertel.

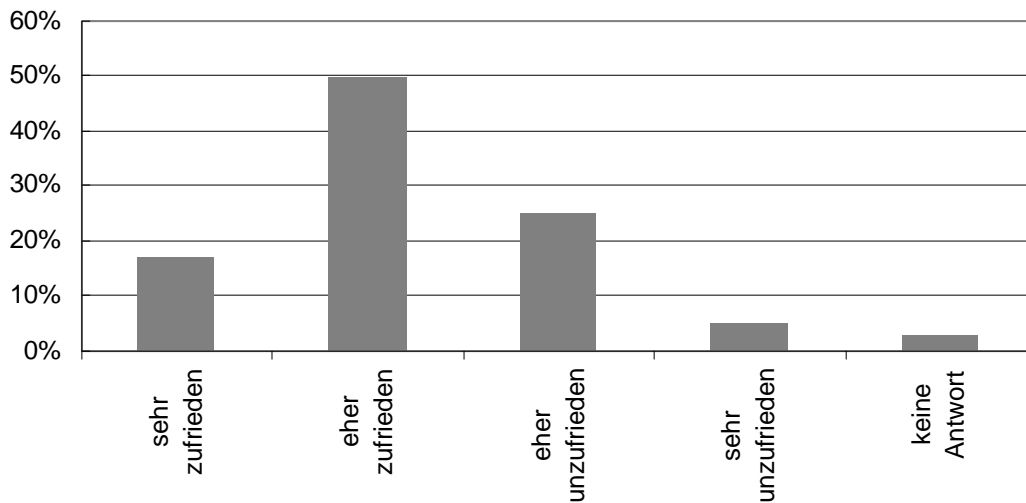
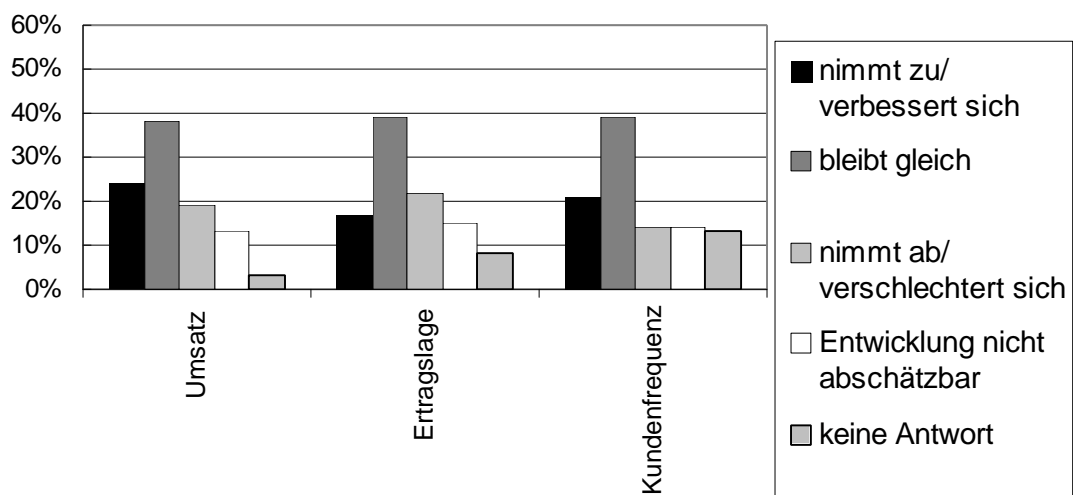
Grafik 25:

Einschätzung der Zukunft des Zentrums Oerlikon
(N=165)



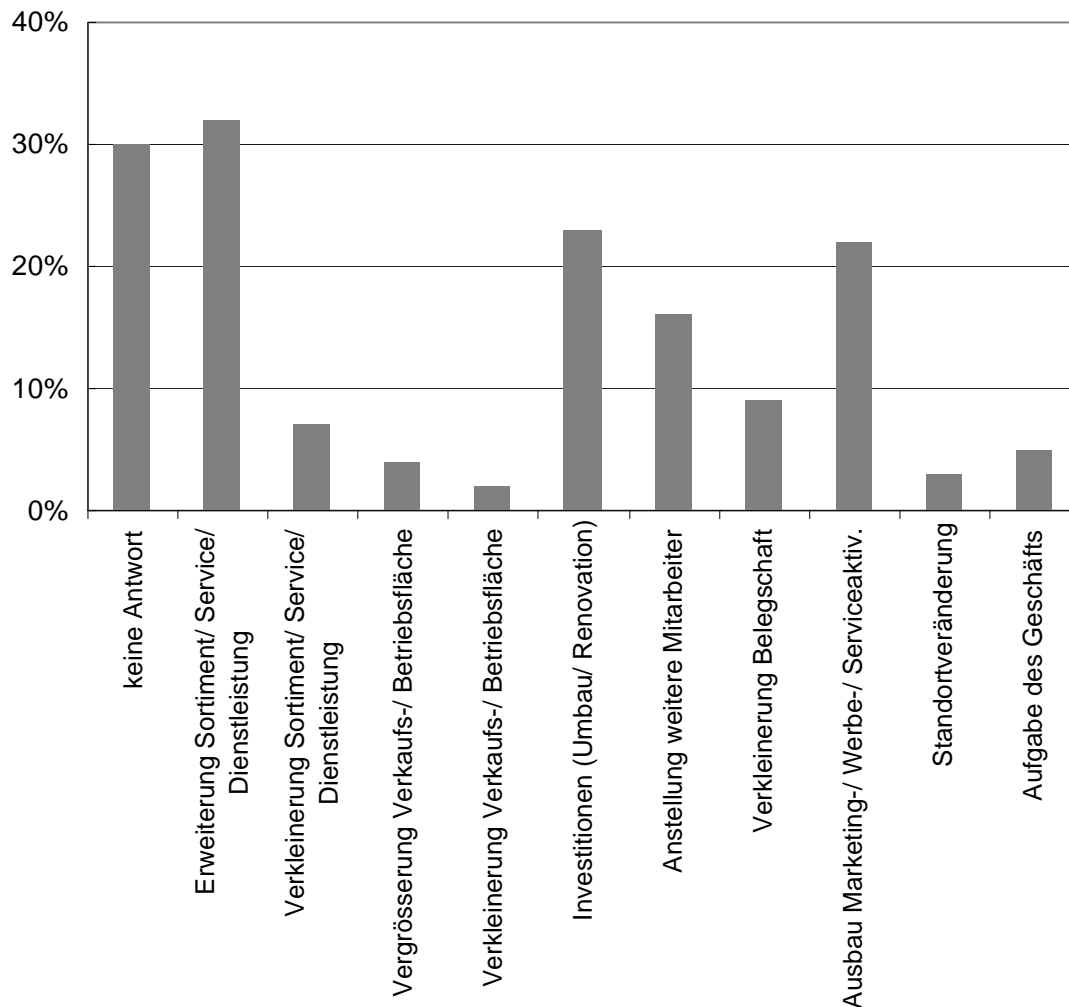
Trotz der wahrgenommenen Gefahren schätzt die Mehrheit der befragten Unternehmungen die Zukunft des Zentrums Oerlikon als positiv ein, und nur ein Sechstel sieht eine negative künftige Entwicklung.

Dieser grundsätzlich positiven Einschätzung entspricht auch die mehrheitliche Zufriedenheit mit der aktuellen eigenen Geschäftsentwicklung und der Beurteilung der mittelfristigen eigenen Geschäftsaussichten für die nächsten 3 Jahre: Während jeweils rund 40% von einer Stabilität bezüglich Umsatz, Ertragslage und Kundenfrequenz ausgehen, gehen mehr von einer Umsatz- und Kundenfrequenzsteigerung als von einer –verringerung aus. Bezüglich Ertragslage sind die befragten Geschäfte allerdings etwas skeptischer, wobei dies insbesondere für den Detailhandel und den Bereich Hotels/ Gastronomie gilt.

Grafik 26:**Zufriedenheit mit eigener Geschäftsentwicklung (N=165)****Grafik 27:****Beurteilung Geschäftsaussichten für nächste 3 Jahre (N=165)**

Bezüglich geplanter Zukunftsaktivitäten verfolgen viele Unternehmungen eine offensive Strategie: Je zwischen einem Drittel und einem Fünftel plant konkret eine Erweiterung des Sortiments oder der Dienstleistungen, Umbau- / Renovationsinvestitionen oder einen Ausbau der Marketing- und Werbeaktivitäten.

Ebenfalls oft wird noch die Anstellung weiterer Mitarbeiter genannt. Eine Verkleinerung des Sortiments oder der Belegschaft wird seltener genannt.

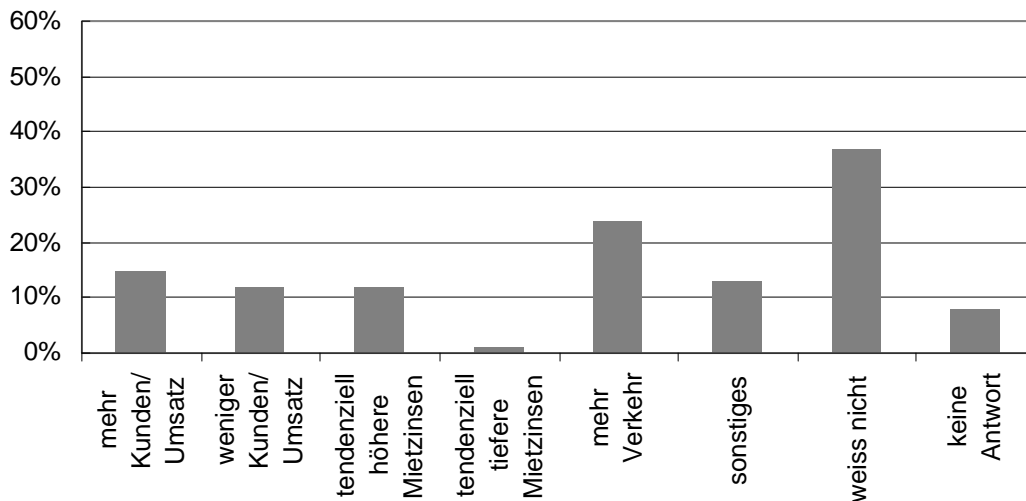
Grafik 28:**Konkrete Zukunftsplanungen für Geschäft**
(N=253 / 165 Personen)

Standortveränderungen oder Geschäftsaufgaben werden nur von 3% respektive 5% genannt. Falls dies ins Auge gefasst wird, wird dies vorab mit einem generell unattraktiven Umfeld oder einer fehlenden Nachfolgeregelung erklärt, seltener mit zu teuren Mieten oder nicht gefundenen grösseren Räumlichkeiten. Weitere Einzelnennungen sind fehlende Rentabilität, (zu) starke Konkurrenz, Straffung des Agentennetzes und eine andere berufliche (Neu-) Ausrichtung.

Hinsichtlich der Zukunftsaussichten von Interesse sind die Wechselbeziehungen zwischen der Entwicklung des Zentrums Oerlikon und des neuen Zentrums Zürich Nord ZZN. - Die eingeschätzten Auswirkungen des ZZN sind ambivalent: Während ein Teil mehr Umsatz erwartet, rechnen fast gleich viele aufgrund von Verdrängungseffekten eher mit einem Umsatzrückgang. Relativ bedeutsam sind die Befürchtungen hinsichtlich Mehrverkehr.

Grafik 29:

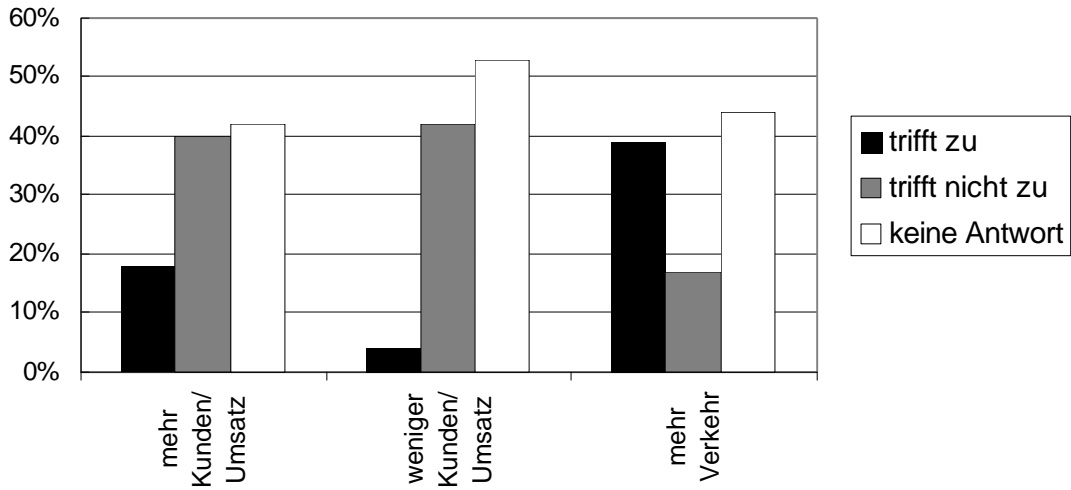
Auswirkungen der Entwicklung des Zentrums Zürich Nord ZZN auf eigenes Geschäft (N=159)



Rund um die Diskussionen bezüglich künftiger Investitionen beim Hallenstadion interessiert auch die Meinung von Auswirkungen entsprechender Veranstaltungen auf das eigene Geschäft: Während die klare Mehrheit überhaupt keinen Einfluss ausmacht, sehen knapp 40% vor allem Mehrverkehr und ein gutes Sechstel ein Mehr an Umsatz und Kunden.

Grafik 30:

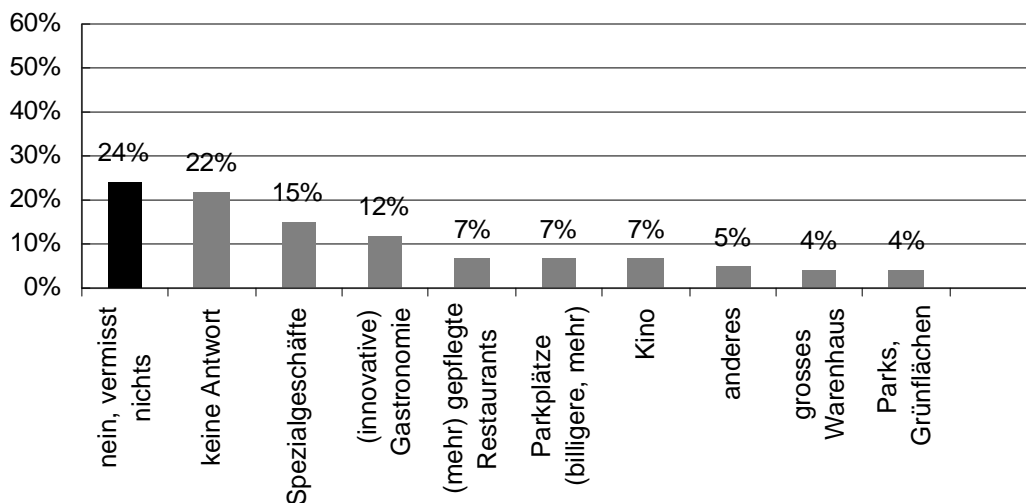
**Auswirkungen von Grossveranstaltungen in
Hallenstadion und Messe Zürich (N=165)**



Hinsichtlich künftiger Veränderungen bedeutsam sind die Statements darüber, in welchem Bereich etwas im Zentrum Oerlikon vermisst wird:

Grafik 31:

**Gibt es irgendetwas, was Sie in Oerlikon vermissen?
(N=206 Antworten/ 165 Personen)**

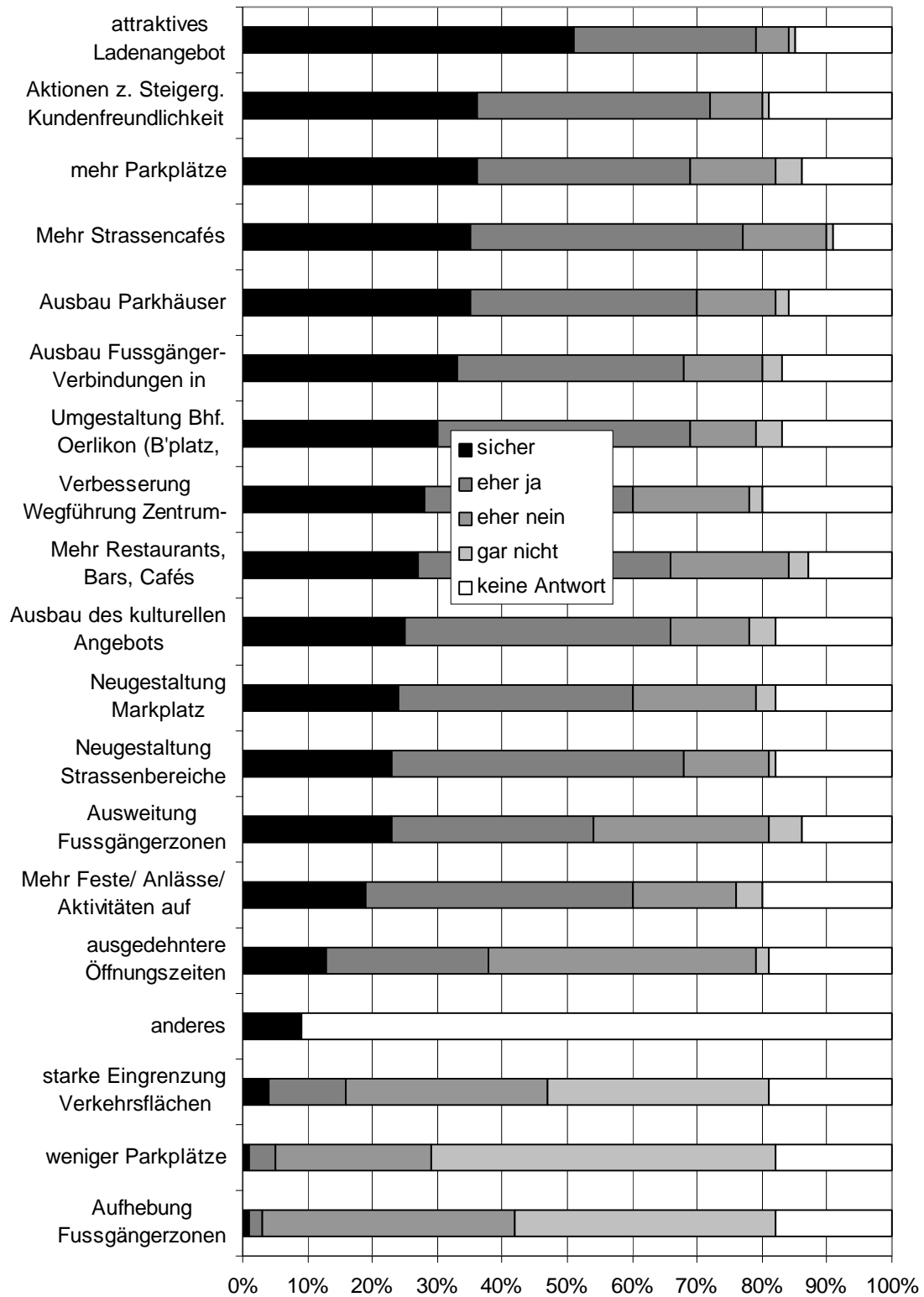


Während 24% der befragten GeschäftsführerInnen nichts vermissen (und 22% keine Antwort geben), fallen auch hier wiederum Statements rund um die Gastronomie ins Auge (innovativere Gastronomie, mehr gepflegte Restaurants), welche die bereits zuvor kommentierten Ergebnisse bestätigen. Ebenfalls noch öfters genannt werden Spezialgeschäfte.

Einen ähnlichen Fokus hat die Frage nach der Unterstützung verschiedener Massnahmen zur Attraktivitätssteigerung des Zentrums Oerlikon, welche in der folgenden Grafik ersichtlich sind:

Grafik 32:

Massnahmen zur Attraktivitätssteigerung im Zentrum Oerlikon (sortiert nach Grad der Zustimmung)



Insgesamt die höchste Unterstützung findet die Attraktivitätssteigerung des Ladenangebots. Ebenfalls hohen Support geniessen mehr Parkplätze bzw. ein Ausbau der Parkhäuser, Aktionen zur Steigerung der Kundenfreundlichkeit, mehr Strassencafés, ein Ausbau der Fussgänger-Verbindungen ins Zentrum Zürich-Nord ZZN , die Umgestaltung des Bahnhofs Oerlikon (Bahnhofplatz, Umsteigebeziehungen, Zugänglichkeit) sowie die Verbesserung der Wegführung zwischen Zentrum Oerlikon und Bahnhof. Kaum Unterstützung finden würden eine Reduktion von Parkplätzen, eine Aufhebung von Fussgängerzonen oder eine starke Eingrenzung der Verkehrsflächen.

3. Ergebnis der Befragung der Liegenschaftsbesitzenden und -verwaltenden

3.1 Struktur der Liegenschaftsbesitzenden/ -verwaltenden

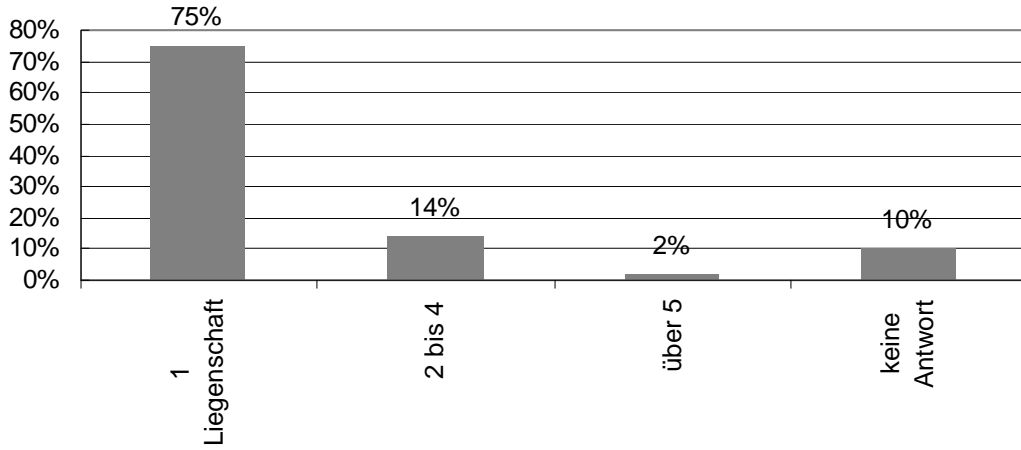
Im Zentrum Oerlikon gibt es 121 Liegenschaftsbesitzende/ -verwaltende, die insgesamt 166 Liegenschaften im Zentrum Oerlikon besitzen/ verwalten.

Von den 121 Liegenschaftsbesitzenden/ -verwaltenden haben nach Kenntnis der Stadt Zürich 89 Besitzende/ Verwaltende nur eine Liegenschaft (74%) im Zentrum Oerlikon, 19 Besitzende/ Verwaltende 2 Liegenschaften (16%), 7 Besitzende/ Verwaltende 3 Liegenschaften (6%) und 6 Besitzende/ Verwaltende 4 Liegenschaften (5%).

Die 60 Liegenschaftsbesitzenden/ -verwaltenden, die den Fragebogen zurückgeschickt haben, besitzen insgesamt 83 Liegenschaften (6 haben keine Anzahl ihrer Liegenschaften angegeben). Drei Viertel der Besitzenden/ Verwaltenden haben nur eine Liegenschaft im Zentrum Oerlikon, was den realen Besitzstrukturen der Liegenschaften im Zentrum Oerlikon genau entspricht.

Grafik 33:

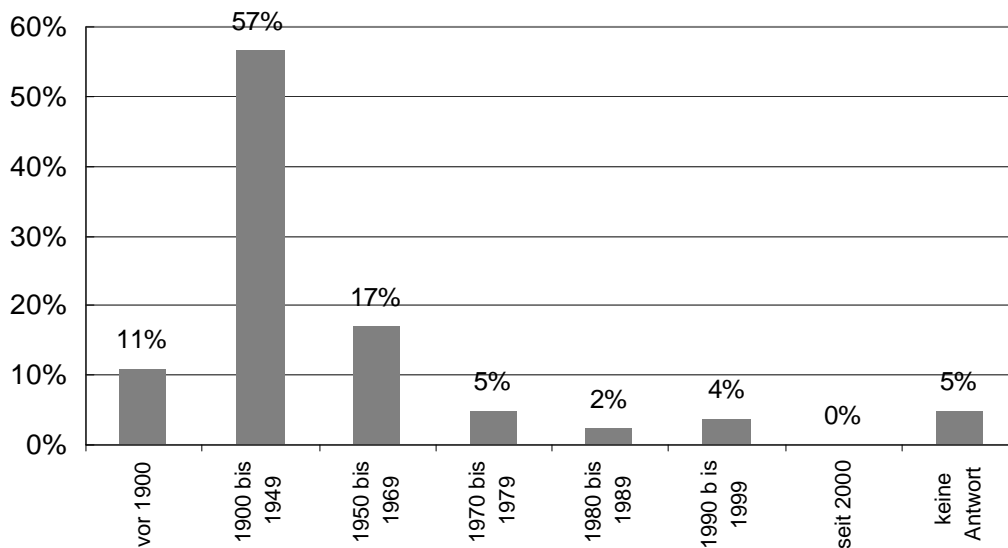
Anzahl Liegenschaften in Besitz
(N=83 Liegenschaften/ 60 Befagte)



Der Grossteil der Liegenschaften stammt aus der ersten Hälfte des letzten Jahrhunderts. Weitere bedeutende Anteile stammen aus den Jahren 1950 bis 1969 oder sogar aus dem vorletzten Jahrhundert. Nur sehr wenige Liegenschaften wurden in den letzten drei Jahrzehnten erstellt.

Grafik 34:

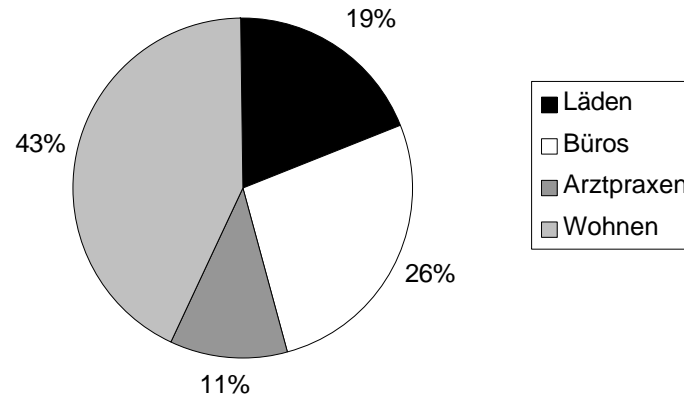
Baujahr Gebäude (N=83 Liegenschaften/ 60 Befagte)



Im Durchschnitt werden die Gebäude zu 43% zu Wohnzwecken, zu einem Viertel für Büros, zu einem Fünftel für Läden und zu einem Neuntel für Arztpraxen und ähnliches genutzt.

Grafik 35:

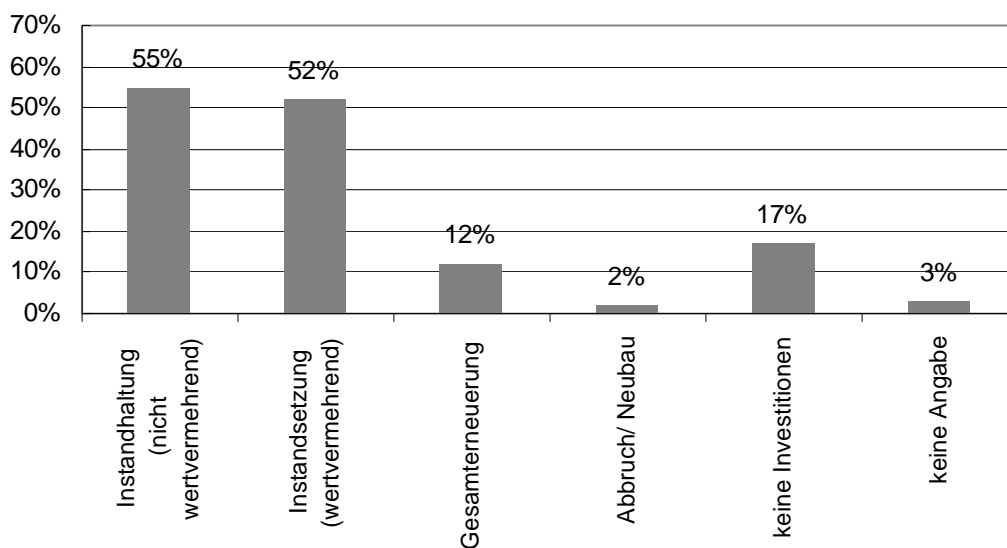
Durchschnittliche Nutzungsanteile der Gebäude
(Angaben der Befragten auf 100% bereinigt) (N=60)



Bei der Mehrzahl der bei der Befragung berücksichtigten Liegenschaften wurden in den letzten Jahren nicht wertvermehrende Instandhaltungsarbeiten wie auch wertvermehrende Instandsetzungsinvestitionen getätigt.

Grafik 36:

Art getätigter Investitionen in Gebäuden in Oerlikon in letzten Jahren (N=82 Antworten/ 60 Befragte)



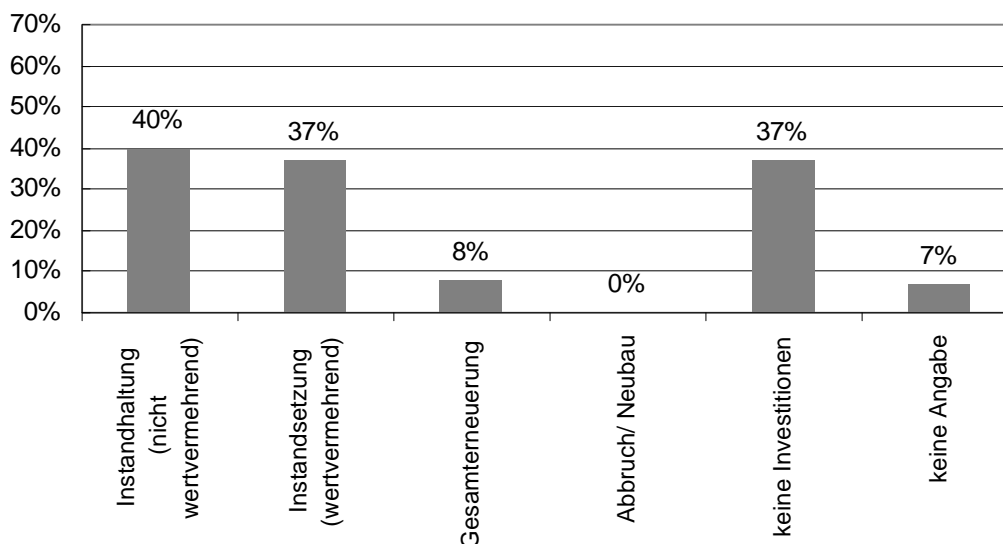
3.2 Inhaltliche Ergebnisse der Befragung von Liegenschaftsbesitzenden/ -verwaltenden

Für die künftige Entwicklung im Zentrum Oerlikon bedeutsam sind die aktuell oder in nächster Zeit vorgesehen Investitionen in die Liegenschaften:

Je rund 40% der befragten Liegenschaftsbesitzenden / -verwaltenden geben an, nicht wertvermehrende Instandhaltungsarbeiten wie auch wertvermehrende Instandsetzungsinvestitionen zu planen.

Grafik 37:

Art geplanter Investitionen in Gebäuden in Oerlikon aktuell oder in nächster Zeit (N=73 Antworten/ 60 Befragte)

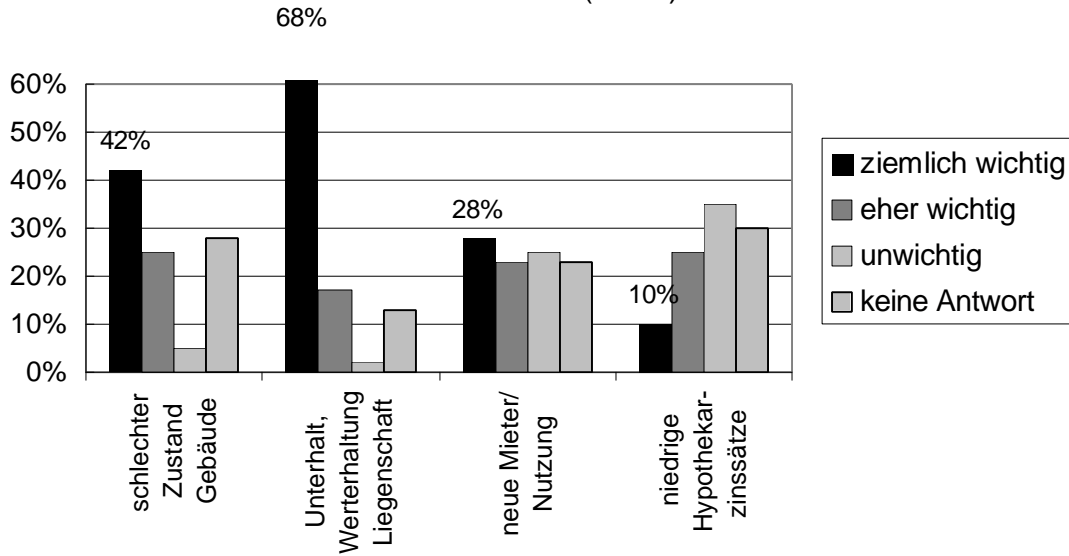


Für den Entscheid rund um diese geplanten Investitionen steht nach Meinung von zwei Dritteln der Befragten der nötige Unterhalt und die Werterhaltung der Liegenschaften im Vordergrund. Ebenfalls oft genannt wurden der schlechte Zustand von Gebäuden und das gute Image des Quartiers, bedeutsam sind ferner noch neue Mieter mit neuen Nutzungsbedürfnissen.

Lediglich 7% planen in nächster Zeit den Verkauf einer Liegenschaft. Für diese steht oft die Tatsache im Vordergrund, dass nach ihrer Einschätzung der Standort generell zu wenig attraktiv ist.

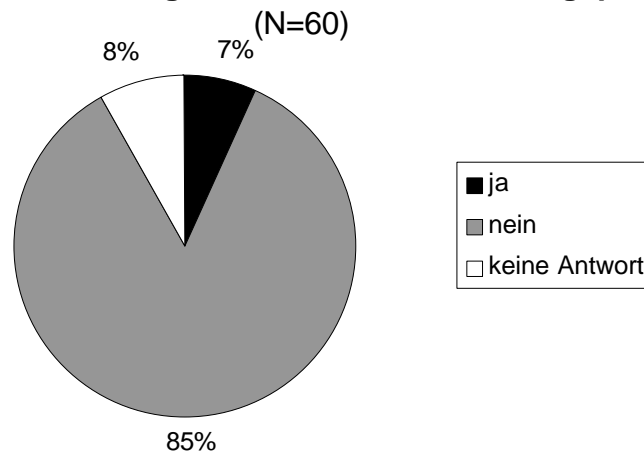
Grafik 38:

Wichtigkeit von Auslösern für getätigte oder geplante Investitionen (N=60)



Grafik 39:

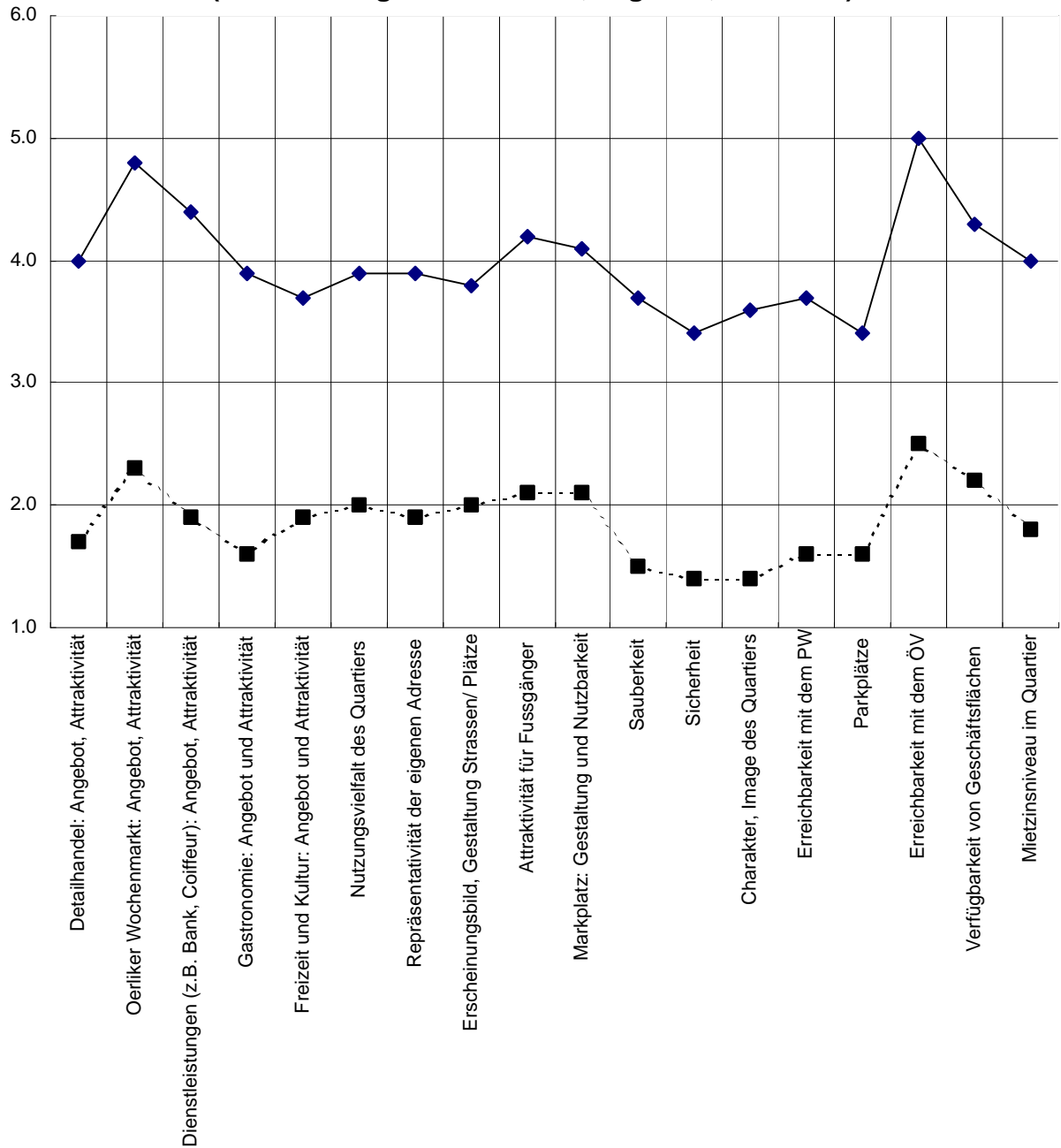
Verkauf einer Liegenschaft in nächster Zeit geplant?



Die detaillierte Beurteilung des Zentrums Oerlikon in den verschiedenen Bereichen präsentiert sich aus Sicht der Besitzenden und Verwaltenden folgendermassen:

Grafik 40:

**Beurteilung Zentrum Oerlikon rund um den Marktplatz
(Benotung von 1 "sehr schlecht" bis 6 "sehr gut")
(Veränderung: 1=schlechter, 2=gleich, 3=besser)**



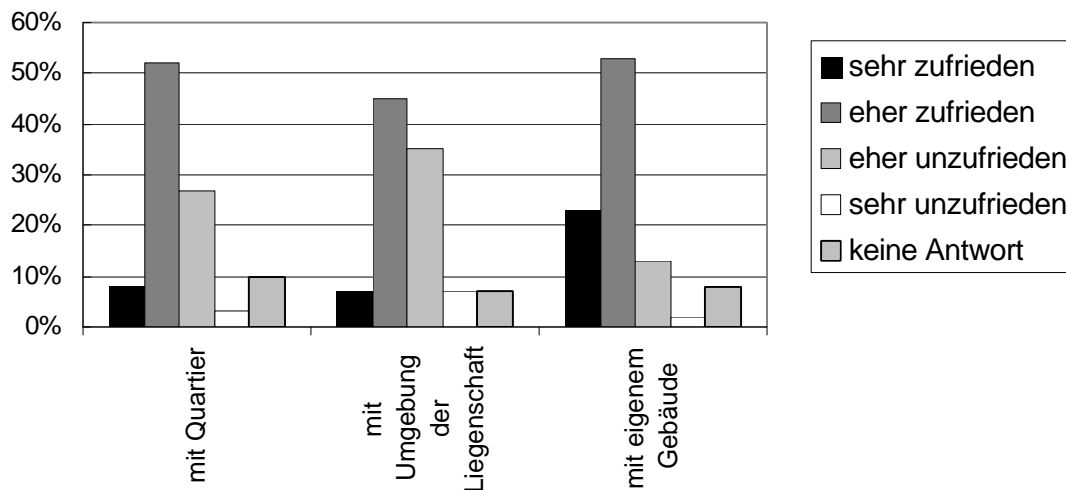
Auch bei der Beurteilung durch die Liegenschaftenbesitzenden zeigt sich der generelle Zusammenhang, dass in denjenigen Bereichen, wo die Benotungen gut sind, in letzter Zeit tendenziell auch eher eine Verbesserung festgestellt wurde.

Auch hier zeigen sich insbesondere in den (nach Einschätzungen aus der Geschäftsbefragung) speziell wichtigen Bereichen Sauberkeit, Sicherheit, Charakter/ Image des Quartiers, Erreichbarkeit mit dem Personenwagen sowie Parkplätze ungenügende Bewertungen, wobei gleichzeitig in allen diesen Bereichen eine Verschlechterung wahrgenommen wurde.

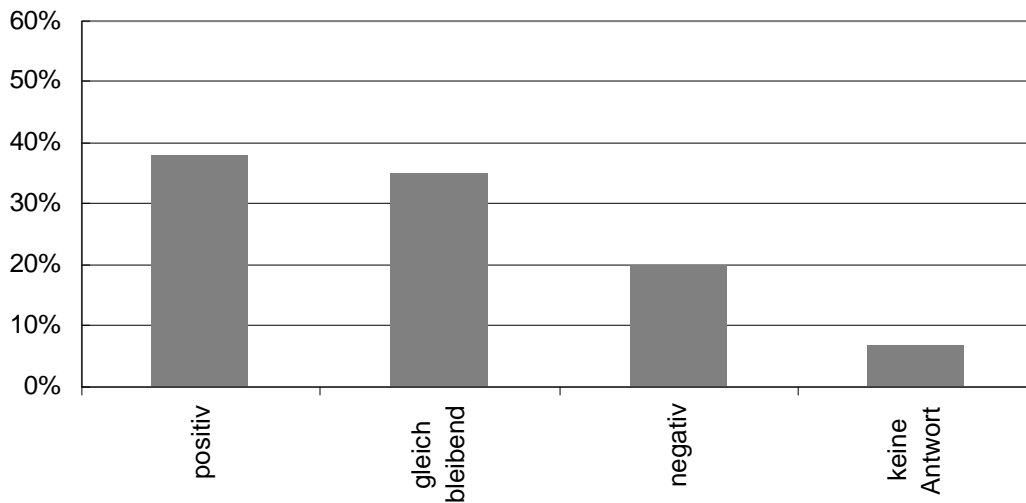
Die beste Benotung erreicht auch hier die Erreichbarkeit mit dem öffentlichen Verkehr, wobei von den Liegenschaftsbesitzenden/ -verwaltenden auch das Angebot des Oerliker Wochenmarktes als sehr gut eingeschätzt wird.

Grafik 41:

Zufriedenheit mit eigenem Standort im Zentrum Oerlikon
(N=60)



Zwar ist die Mehrheit mit dem eigenen Standort im Zentrum Oerlikon zufrieden; allerdings zeigen sich nur sehr wenige als sehr zufrieden bezüglich Quartier oder Umgebung der Liegenschaft, und insbesondere hinsichtlich Umgebung der Liegenschaft gibt ein hoher Anteil von über 40% gar eine ungenügende Bewertung ab.

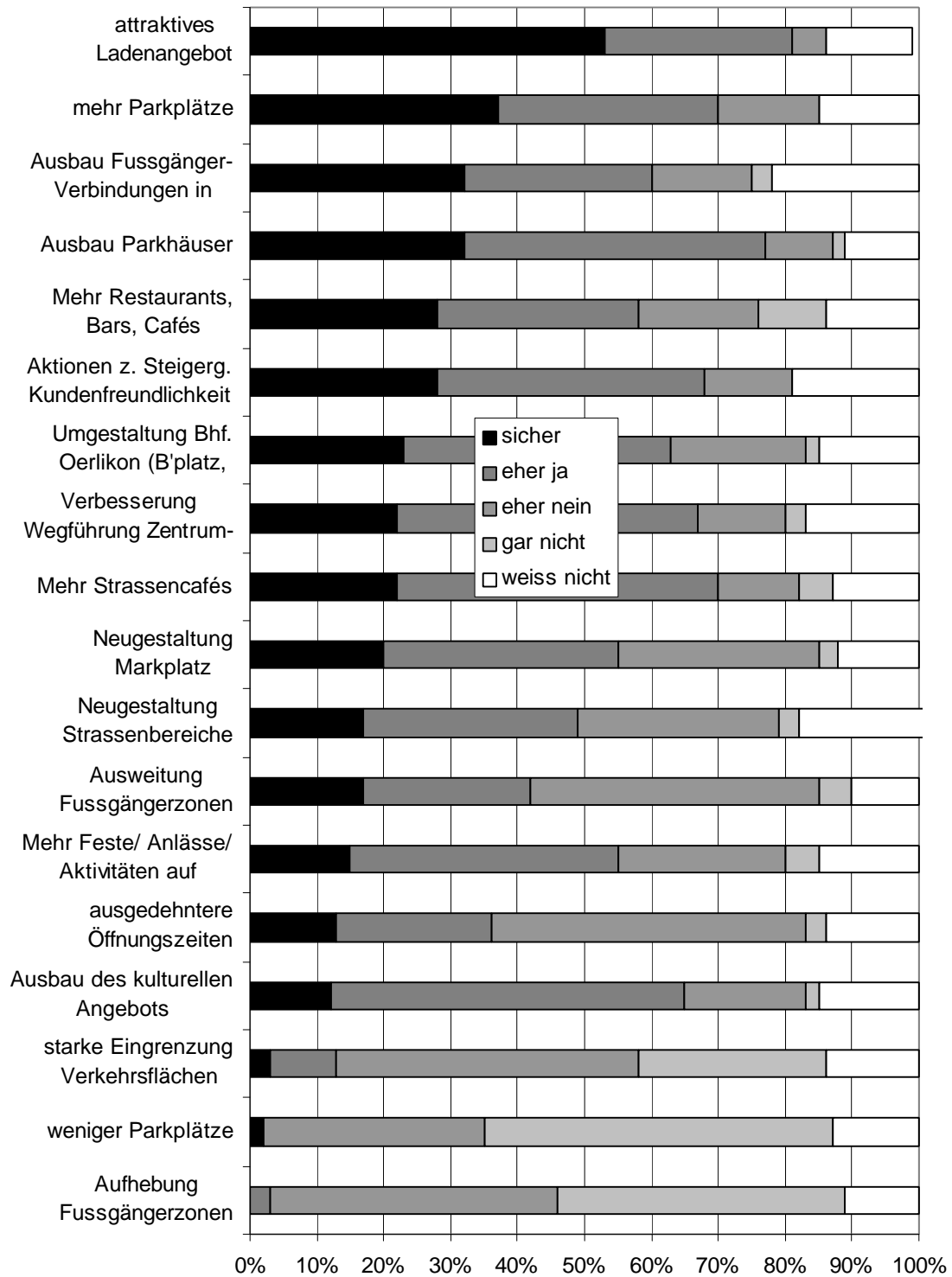
Grafik 42:**Einschätzung der Zukunft des Zentrums Oerlikon**
(N=60)

Die Einschätzung der Zukunft des Zentrums Oerlikon präsentiert sich bei den Liegenschaftsbesitzende/ –verwaltenden als deutlich weniger positiv wie bei den GeschäftsinhaberInnen: Deutlich weniger als die Hälfte gibt eine klar positive Einschätzung ab, und etwa gleich viele geht von einer grundsätzlich gleich bleibenden Situation aus. Ein Fünftel sieht die Zukunft explizit negativ.

Unter den in der Befragung explizit zur Auswahl gestellten möglichen Massnahmen zur Attraktivitätssteigerung geniesst ein attraktiveres Ladenangebot mit Abstand die grösste Unterstützung. Ebenfalls noch relativ grosse Unterstützung finden ein Ausbau des Parkplatzangebots oder mehr Parkhäuser, der Ausbau der Fussgänger-Verbindung zum Zentrum Zürich Nord ZZN, Aktionen zur Steigerung der Kundenfreundlichkeit in den Geschäften und mehr Restaurants.

Grafik 43:

Massnahmen zur Attraktivitätssteigerung im Zentrum Oerlikon (sortiert nach Grad der Zustimmung)



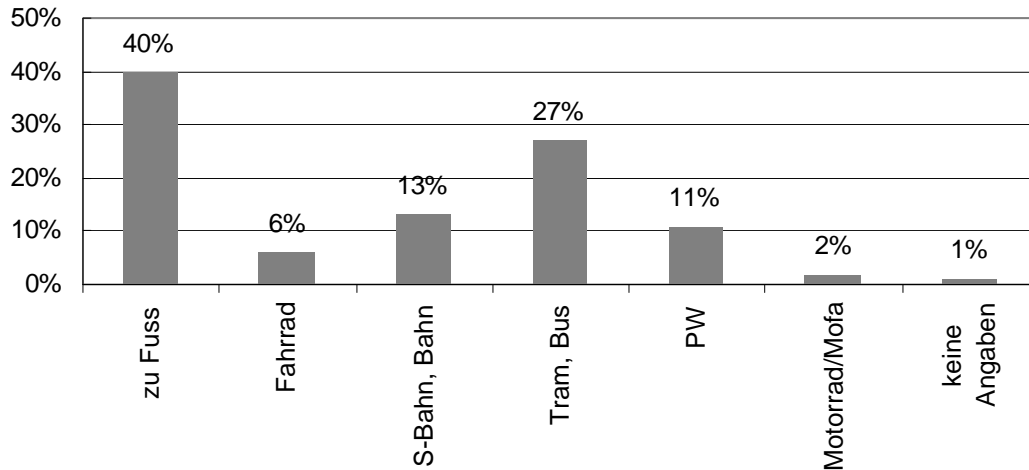
4. Ergebnis der PassantInnenbefragung

4.1 Struktur der befragten PassantInnen

Die Struktur der 308 befragten PassantInnen präsentiert sich folgendermassen:

- Befragt wurden 49% Männer und 51% Frauen,
- 19% sind 16-24-Jährige, 31% 25-40-Jährige, 29% 41-64-Jährige und 21% über 64-Jährige.
- 55% sind berufstätig, 23% RentnerInnen, 10% Hausfrauen/-männer, 7% Schüler/ Lehrlinge (5% anderer Status).
- 44% leben in Haushalten mit Kindern, 31% in Einzelhaushalten, 19% in Paarhaushalten ohne Kinder und 7% in Wohngemeinschaften.

40% der Befragten PassantInnen gaben an, zuletzt zu Fuss unterwegs gewesen zu sein, um an die drei Standorte im Zentrum Oerlikon gelangt zu sein; es kann allerdings davon ausgegangen werden, dass einige Befragte dieser Gruppe zuvor insbesondere auch Tram oder Bus, teilweise die Bahn benutzt haben. Mehr als ein Viertel hat zuletzt Tram oder Bus benutzt, ein knappes Siebtel die Bahn, und nur ein Neuntel einen Personenwagen.

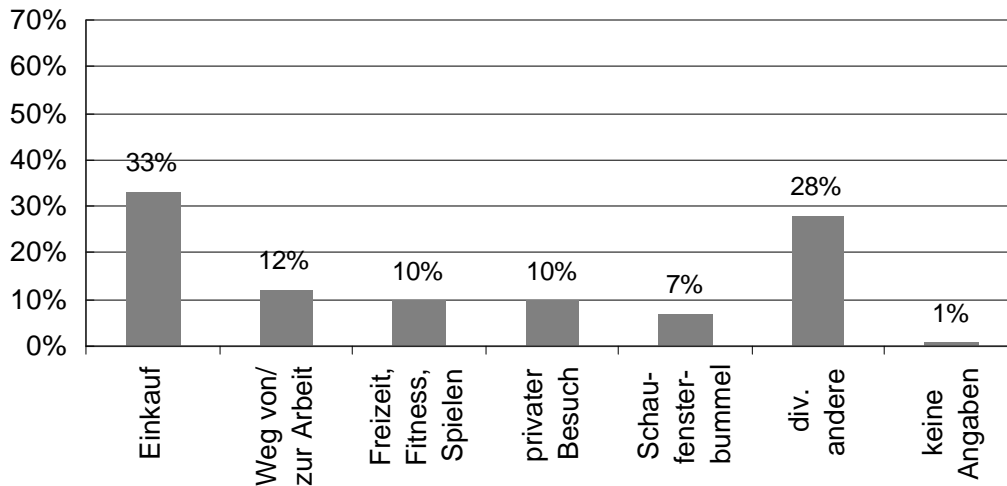
Grafik 44:**Zuletzt benutztes Verkehrsmittel, um ins Zentrum Oerlikon zu kommen (N=308)**

Zu Fuss ins Zentrum Oerlikon kamen überdurchschnittlich oft Personen, die Kinder haben sowie solche, welche im neuen Zentrum Zürich-Nord oder sonst im Kreis 11 oder 12, also oft relativ in der Nähe, wohnhaft sind. Per Tram oder Bus sind überproportional Personen aus Haushaltsformen ohne Kinder, über 65jährige, Hausfrauen/ -männer und RentnerInnen unterwegs. Personen, welche die Bahn oder das Auto benutzen, wohnen erwartungsgemäss oft ausserhalb der Stadt.

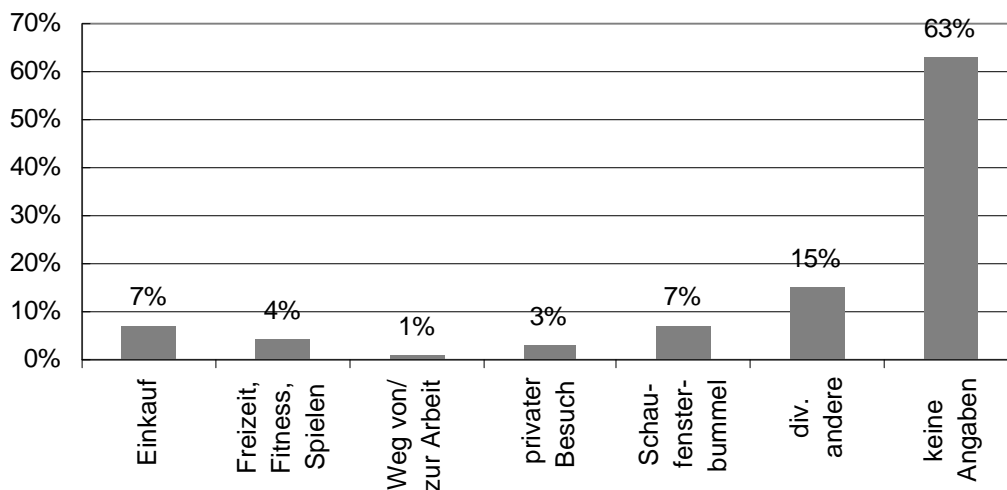
Die meisten Personen halten sich zum Einkaufen an den drei Standorten im Zentrum Oerlikon auf. Ebenfalls noch oft genannt werden Freizeit/ Fitness-Tätigkeiten, Arbeitswege oder private Besuche. Weitere Nennungen sind noch Aus-/Weiterbildung/Studium/Schule, Schaufensterbummel, Beanspruchung diverser Dienstleistungen (wie Bank, Coiffeur), Kaffee-Besuche, geschäftliche Verabredungen sowie der Oerliker Wochenmarkt (wobei sich diese Nennungen auf den betreffenden Tag konzentrieren).

Grafik 45:

**Aus welchem Grund ins Zentrum Oerlikon gekommen?
(wichtigste Nennung) (N=308)**

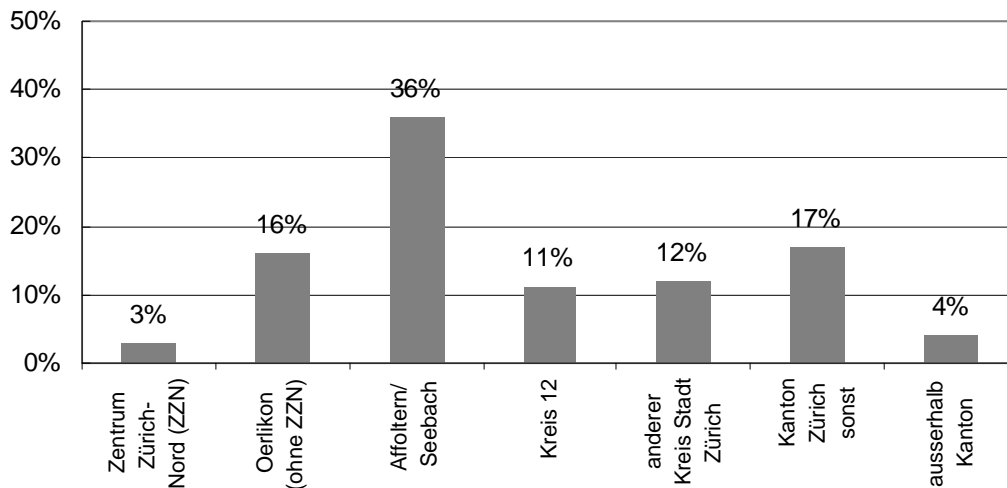
**Grafik 46:**

**Aus welchem Grund ins Zentrum Oerlikon gekommen?
(zweitwichtigste Nennung) (N=308)**



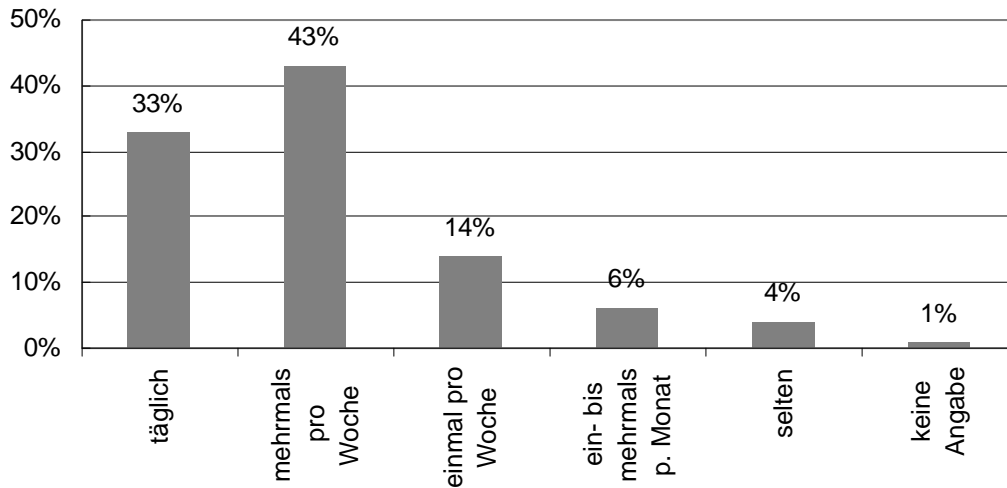
Zum Einkaufen halten sich überproportional oft über 65jährige, (Haus-) Frauen sowie Personen aus Paarhaushalten ohne Kinder im Zentrum Oerlikon auf. Personen, deren Aufenthaltszweck Freizeit/ Fitness ist, stammen eher aus Haushalten mit Kindern/ Jugendlichen und sind oft männlich und relativ jung. Auf dem Arbeitsweg befinden sich überdurchschnittlich oft 25-40jährige, Män-

ner und Personen, welche relativ häufig aus Gemeinden ausserhalb der Stadt Zürich stammen.

Grafik 47:**Wo wohnen die befragten PassantInnen? (N=308)**

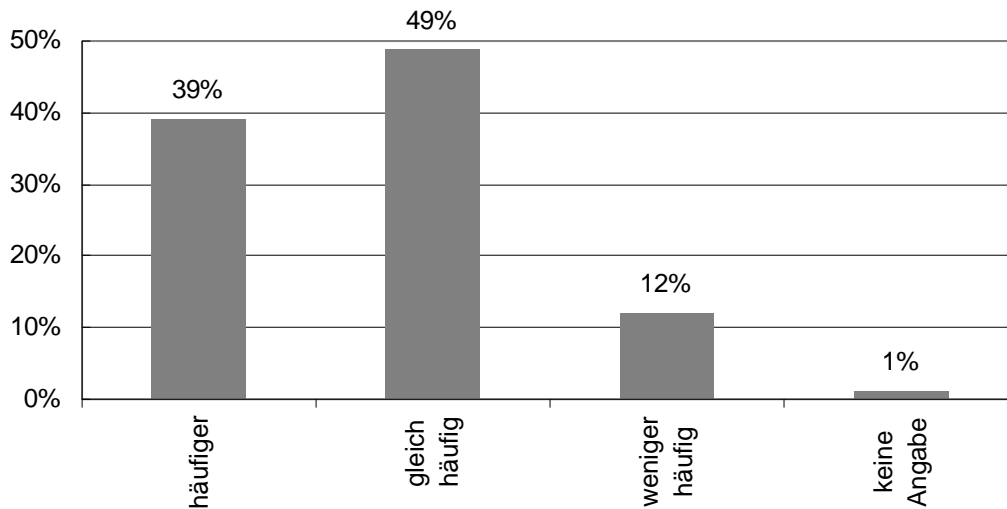
Das Zentrum Oerlikon erfüllt in erster Linie eine wichtige Funktion für Personen aus den Kreisen 11 und 12, aus denen gegen zwei Drittel der Befragten stammen. Die Mehrzahl der BesucherInnen aus den Kreisen 11 und 12 kommt allerdings nicht aus Oerlikon selber, sondern aus den benachbarten Quartieren Affoltern, Seebach und Schwamendingen.

Die in Oerlikon wohnhaften Befragten sind überproportional jüngere Personen (oft in Wohngemeinschaften lebend) sowie SchülerInnen/ Lehrlinge. Befragte aus anderen Quartieren im Kreis 11 stammen oft aus Haushalten mit Kindern und sind Hausfrauen. Aus anderen Kreisen der Stadt (nicht Kreise 11 oder 12) stammen überproportional RentnerInnen, und aus Orten ausserhalb der Stadt kommen besonders viele Erwerbstätige.

Grafik 48:**Wie oft kommen die Befragten ins Zentrum Oerlikon?**
(N=308)

Die „Publikumstreue“ im Zentrum Oerlikon ist sehr hoch: Drei Viertel der Befragten halten sich mindestens mehrmals pro Woche dort auf; lediglich 4% seltener als wöchentlich.

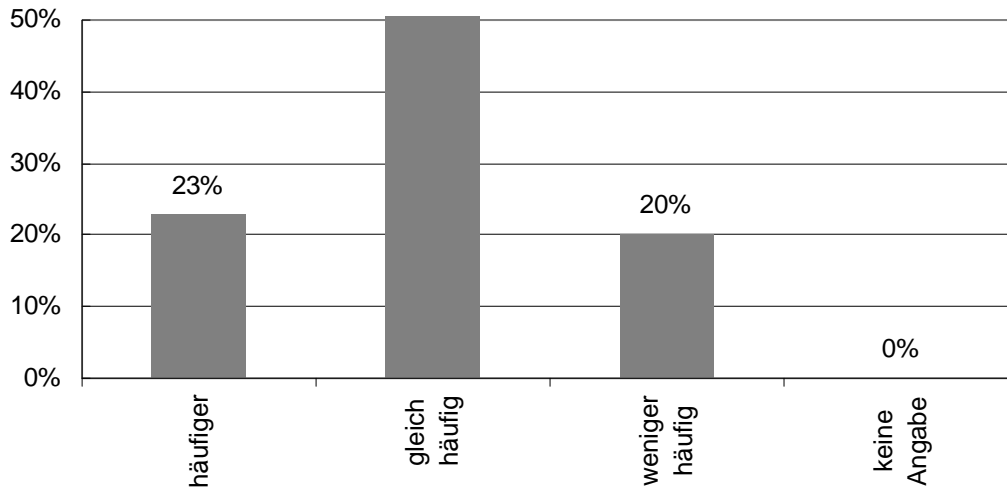
Die intensivsten BesucherInnen sind Berufstätige (oft täglich) oder Schüler/Lehrlinge (mehrmals pro Woche), die überdurchschnittlich oft in den Kreisen 11 und 12 wohnen. Aber auch unter den Befragten aus anderen Gebieten gibt es – insbesondere unter Erwerbstätigen – viele regelmässige BesucherInnen.

Grafik 49:**Wie oft kommen die Befragten zum Einkaufen ins Zentrum Oerlikon? (N=308)**

Rund die Hälfte der Befragten kommt etwa gleich häufig zum Einkaufen ins Zentrum wie vor drei bis fünf Jahren, fast 40% gar häufiger; allerdings muss berücksichtigt werden, dass Personen, die seltener oder gar nicht mehr kommen, naturgemäss auch weniger oft überhaupt Bestandteil der Stichprobe sind. Öfters als früher halten sich insbesondere befragte Personen aus Paarhaushalten mit Kindern, Frauen, Personen im erwerbsfähigen Alter und Schülerinnen im Zentrum Oerlikon auf. Aber immerhin geben unter den vermutlich oft „alteingesessenen“ Personen über 65 Jahren mehr an, dass sie sich häufiger denn weniger häufig zum Einkaufen im Zentrum Oerlikon aufhalten.

Grafik 50:**Wie oft kommen die Befragten zum Restaurant-/
Cafébesuch ins Zentrum Oerlikon? (N=308)**

56%

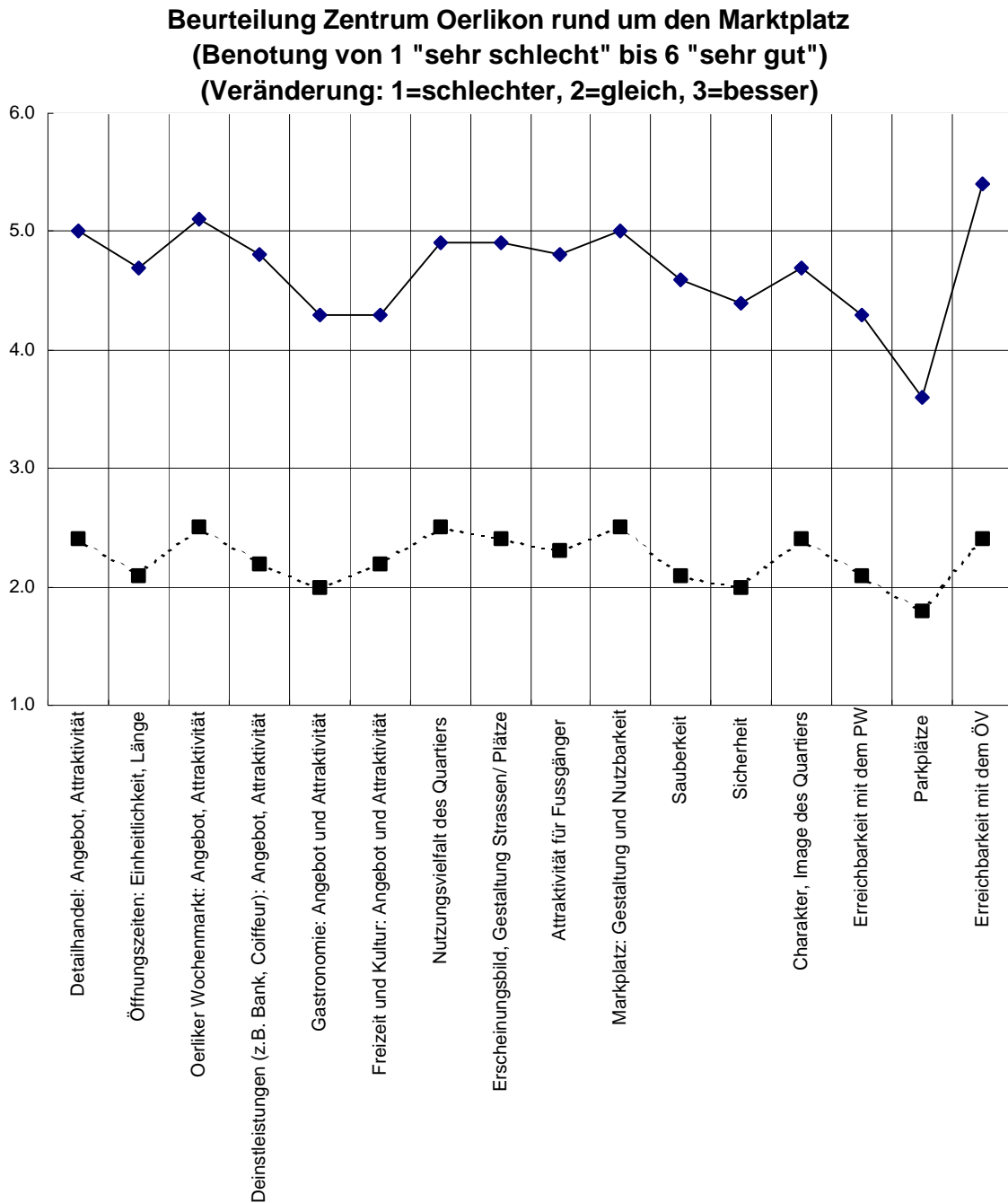


Im Gegensatz zu den Angaben bezüglich Einkaufen geben - obwohl Personen, die sich von Oerlikon eher „abgewendet“ haben, seltener befragt worden sind - je nur etwa gleich viele Personen an, dass sie häufiger respektive weniger häufig als vor drei bis 5 Jahren für Restaurant-/ Cafébesuche im Zentrum Oerlikon seien. Dieser Wert ist deutlich schlechter als bei der Frage beim Aufenthaltszweck „Einkaufen“ und dürfte denn eher auf einen Bedeutungsverlust in diesem Bereich hindeuten; darauf weist zum Beispiel auch hin, dass die „alteingesessenen“ RentnerInnen eher weniger häufig zu diesem Zweck ins Zentrum Oerlikon kommen.

4.2 Inhaltliche Ergebnisse der PassantInnenbefragung

Betrachten wir als nächstes das Profil, wie die verschiedenen Angebote des Zentrums Oerlikon jeweils von 1 (sehr schlecht) bis 6 (sehr gut) benotet werden:

Grafik 51:



Die meisten Benotungen sind zufriedenstellend bis gut (Benotungen zwischen 4,7 und 5,1), bei der Erreichbarkeit mit dem ÖV gar noch besser (5,4). Eher knappe Benotungen hat es in den Bereichen Gastronomie (4,3), Freizeit und Kultur (4,3) sowie Sicherheit (4,4), bei der Sauberkeit ist die Zensur mässig (4,6). Die mit Abstand schlechteste Benotung erhalten die Parkplätze (3,6).

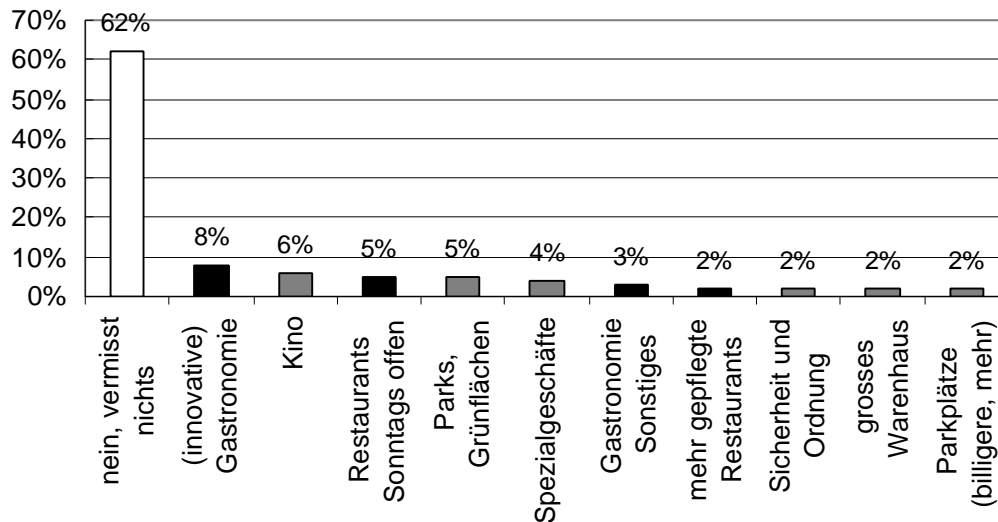
Wer ist nun in den Bereichen mit eher knappen Benotungen am kritischsten?: Mit der Gastronomie sind bezüglich Alter und Haushaltsform verschiedenste Gruppen unzufrieden; am zufriedensten sind noch unter 25jährige in Ausbildung sowie interessanterweise Personen, die im neuen Zentrum Zürich Nord wohnen (allerdings kleine Stichprobe). Auch beim Freizeit- und Kulturangebot sind eher tiefe Zensuren relativ weit verbreitet; am zufriedensten sind hier noch Hausfrauen und RentnerInnen. Schlechte Zensuren in Sachen Sauberkeit geben überdurchschnittlich oft Personen aus Einzelhaushalten, über 65jährige und wiederum Personen, die im neuen Zentrum Zürich Nord wohnen. Hinsichtlich „Sicherheit“ geben über 65jährige die tiefsten Benotungen. Die Unzufriedenheit hinsichtlich Parkplätzen ist sowohl bezüglich Haushaltsform, Altersklasse, Erwerbsstatus wie Wohnort relativ weit verbreitet; interessanterweise geben hier Personen, die ausserhalb der Stadt wohnen, die relativ besten Benotungen.

Betrachtet man die geschätzte Veränderung in der letzten Zeit, so ist ein klarer Zusammenhang zwischen der absoluten Bewertung und der geschätzten Veränderung festzustellen: Werte mit absoluten Benotungen von 4,7 und mehr weisen bei der Veränderung jeweils auch Durchschnittswerte von mehr als 2 auf (das heisst, dort wird eine Verbesserung wahr genommen). Spitzenwerte bei den Verbesserungen erhielten der Oerliker Wochenmarkt (Angebot und Attraktivität), die Veränderung der Nutzungsvielfalt des Quartiers sowie der Marktplatz (Gestaltung und Nutzbarkeit). Die einzige signifikante Verschlechterung wird bei den Parkplätzen wahr genommen, wo auch die absolut tiefste Benotung auftrat. In den Bereichen mit eher knappen Zensuren wird jeweils keine

Veränderung (Gastronomie, Sauberkeit, Sicherheit) oder höchstens eine kleine Verbesserung (Freizeit/Kultur) wahr genommen.

Grafik 52:

Gibt es irgendetwas, was Sie in Oerlikon vermissen?
(N=345 Antworten/ 308 Personen)



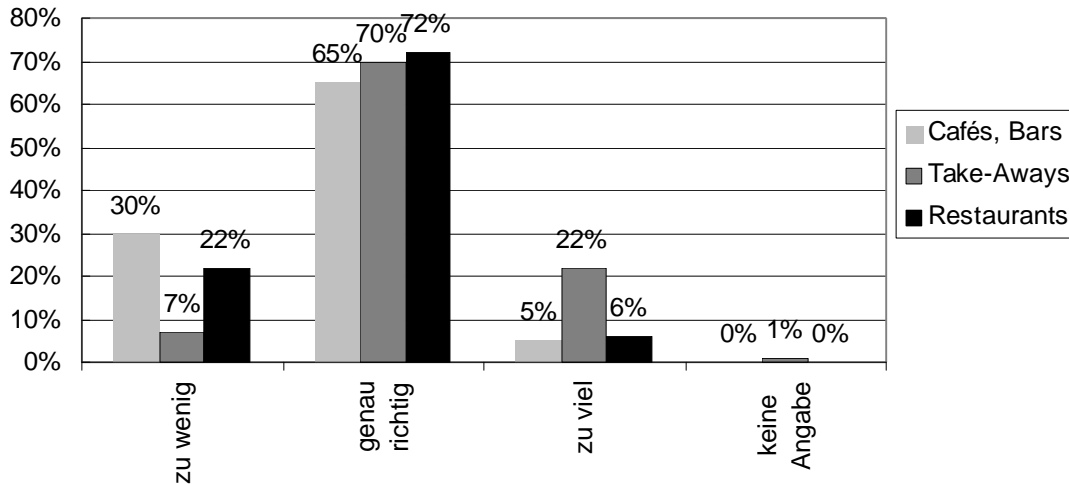
Fast zwei Drittel der Befragten antworten spontan, dass sie nichts vermissen würden in Oerlikon. Am ehesten vermisst werden verschiedenste Aspekte der Gastronomie: (Innovativere) Gastronomie mit Ambiente, gepflegte Restaurants, am Sonntag geöffnete Restaurants und sonstige Nennungen in diesem Bereich (insgesamt fast 20% Nennungen). Ebenfalls von einigen Personen erwähnt wurden Parks, Kinos und Spezialgeschäfte. Vereinzelt zitiert wurden ferner noch Sicherheit und Ordnung, ein grosses Warenhaus und Parkplätze.

Am wenigsten vermissen in Oerlikon Frauen, 25-40jährige, über 65jährige, Hausfrauen, RentnerInnen sowie generell Personen, welche nicht in den Kreisen 11 oder 12 oder gar ausserhalb der Stadt wohnen (oft hier arbeitend). Entsprechend mehr Nennungen kommen gesamthaft von Männern, von 16-24- sowie 41-64jährigen und von Personen, die in den Kreisen 11 oder 12 wohnen. (Bezüglich der einzelnen Bereiche, was von welcher Art Personen am meisten

vermisst wird, lassen sich aus Gründen der geringen Anzahl Nennungen keine feineren Aussagen mehr machen).

Grafik 53:

Beurteilung Gastronomieangebot im Zentrum Oerlikon: Cafés, Bars / Take-Aways / Restaurants (N=154)

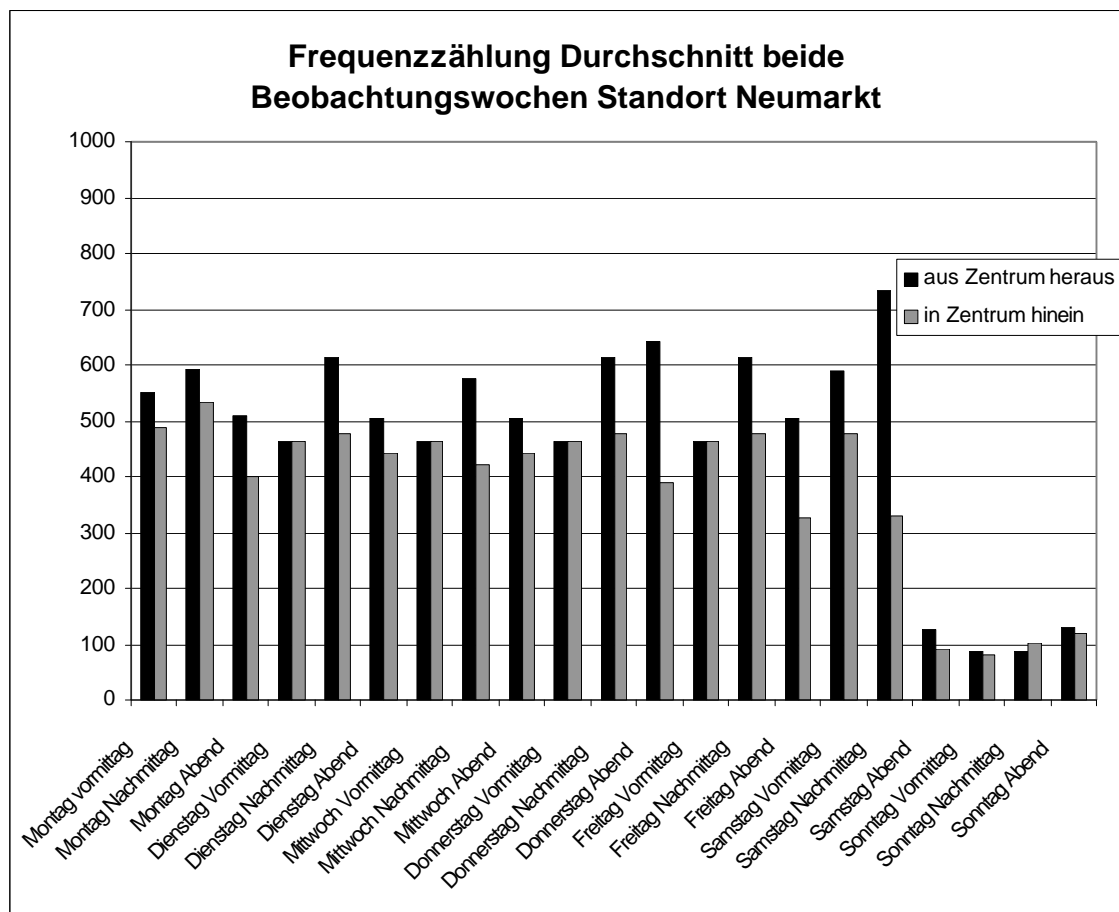


Betrachtet man denjenigen Bereich – die Gastronomie -, wo am ehesten Angebote vermisst werden, kann trotzdem festgestellt werden, dass jeweils eine klare Mehrheit der Befragten sowohl das Angebot an Cafés/Bars, an Take-Aways wie an Restaurants mindestens rein quantitativ als gerade richtig einschätzen. Während bei den Take-Aways aber deutlich mehr Personen ein Überangebot denn einen Mangel sehen, sind die Proportionen bei den Cafés/Bars wie bei den Restaurants genau umgekehrt: 30% (bei den Cafés/Bars) respektive 22% (bei den Restaurants) möchten hier lieber ein grösseres Angebot haben.

5. Ergebnis der Frequenzzählungen

Als Ergänzung zu den Befragungen der PassantInnen, GeschäftsführerInnen und Liegenschaftsbesitzenden/ –verwaltenden wurden parallel dazu an drei Standorten im Zentrum Oerlikon Frequenzzählungen durchgeführt. Die folgenden Grafiken zeigen die festgestellten Frequenzen, wobei den Zählungen grundsätzlich mehrstündige Schichten am Vormittag, am Mittag und am Abend zu Grunde liegen. Dabei wurden nicht an allen sieben Wochentagen drei Schichten definiert, sondern es wurde davon ausgegangen, dass sich die Frequenzmuster an gewissen Wochentagen wiederholen. Die genaue Beschreibung der Zähl- und Berechnungsweise findet sich im Kapitel „Methodik“.

Grafik 54:

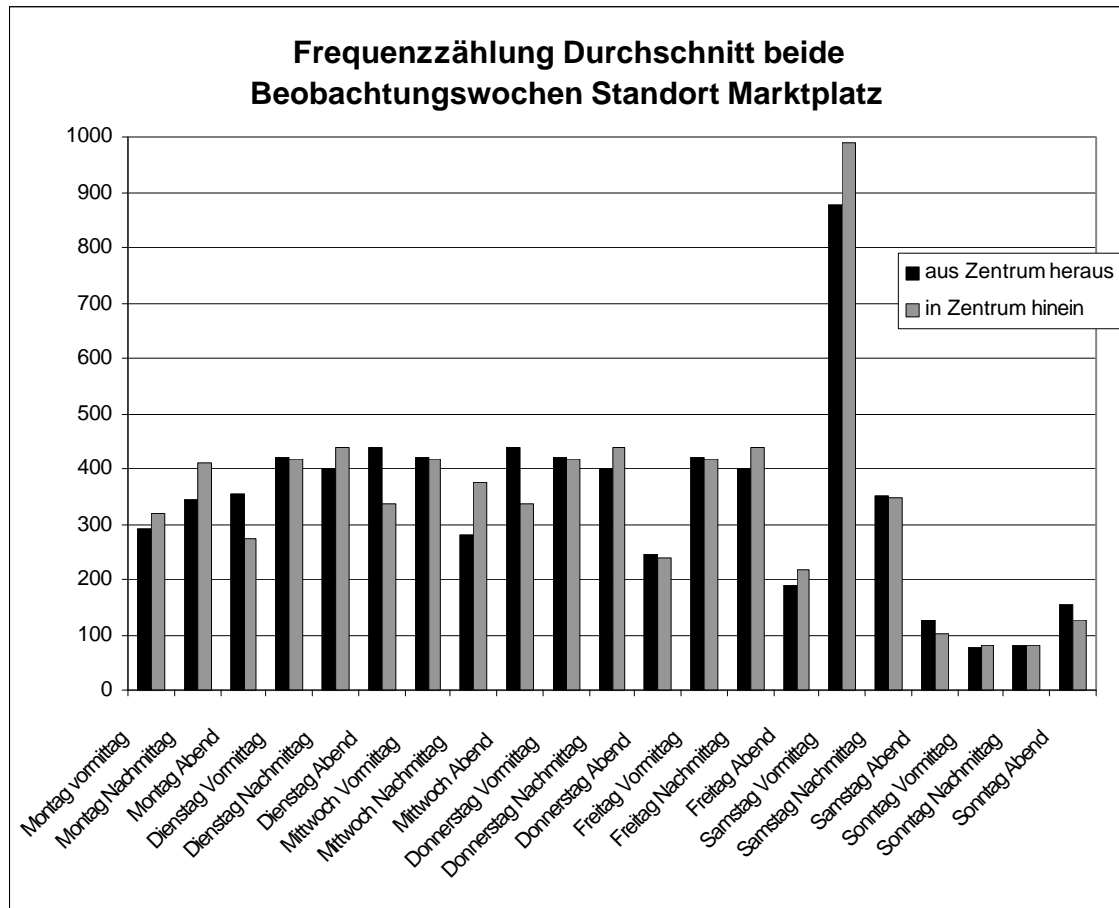


Gezählt wurden die Frequenzen von PassantInnen (ohne Velo) an drei Standorten vor dem Neumarkt (Höhe Neumarkt/ Swissôtel-Eingang), am Marktplatz

(Strassenkreuzung diagonal vom Restaurant Katrin zur gegenüberliegenden Apotheke) sowie in der Nähe der Tramhaltestelle „Sternen Oerlikon“ (nur Strassenseite Richtung Zentrum Oerlikon, einige Meter nördlich der Tramhaltestelle).

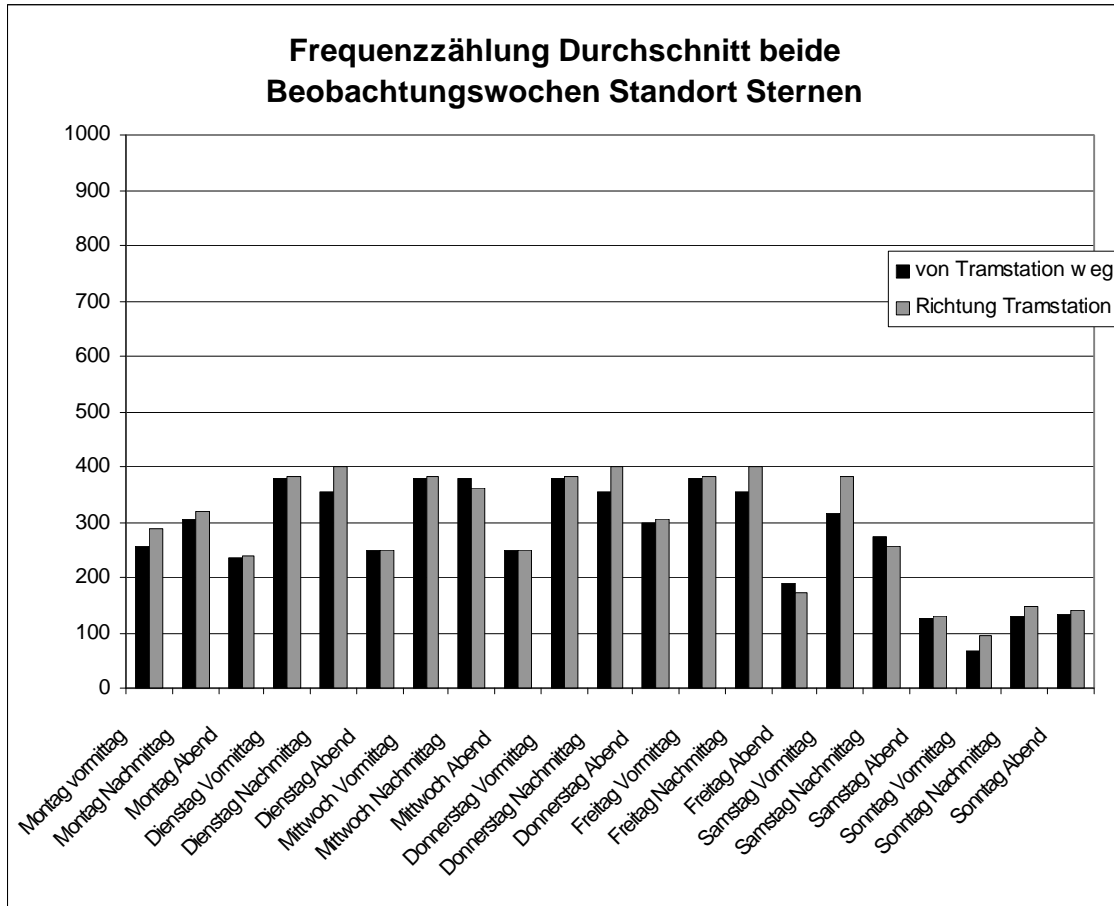
Augenfällig ist an allen drei Standorten ein deutlicher Einbruch der Frequenzen ausserhalb der normalen Geschäftsöffnungszeiten. Dies ist denn ein markanter Unterschied etwa zu multifunktionalen Zentrumsgebieten, welche auch wichtige kulturelle und Unterhaltungs-Funktionen erfüllen, und ist insbesondere auch im Zusammenhang mit dem in den Befragungen festgestellten Defizit an speziellen oder gehobeneren Gastronomie-Angeboten zu sehen: Man geht zwar für geschäftliche Erledigungen ins Zentrum Oerlikon, aber kaum in den „Ausgang“.

Grafik 55:



Deutlich unterschiedliche Muster an den drei Standorten sind nur insofern festzustellen, als dass am Samstag Vormittag ein speziell hohes Frequenzmaximum am Standort Marktplatz beobachtet werden kann, welches nur dort auftritt.

Grafik 56:



6. Vergleich über die Gruppen

Aufschlussreich ist ein Vergleich bei einigen zentralen Fragestellungen, die in der selben Form bei mehreren Befragengruppen gleich gestellt wurden:

- Standortbeurteilung und Veränderung der Standortfaktoren: Vergleich der Geschäfte mit den Liegenschaftenbesitzenden/-verwaltenden und PassantInnen
- Zufriedenheit mit dem Standort: Vergleich der Geschäfte mit den Liegenschaftenbesitzenden/-verwaltenden
- Einschätzung der Zukunft des Zentrums Oerlikon: Vergleich der Geschäfte mit den Liegenschaftenbesitzenden/-verwaltenden
- Massnahmen zur Erhöhung der Attraktivität des Zentrums Oerlikon: Vergleich der Geschäfte mit den Liegenschaftenbesitzenden/-verwaltenden
- Vermissen gewisser Dinge im Zentrum Oerlikon: Vergleich der Geschäfte mit den PassantInnen.

Bezüglich *Standortbeurteilung und Veränderung der Standortfaktoren* (Vergleich der Geschäfte mit den Liegenschaften und PassantInnen) fällt Folgendes auf:

Praktisch ausnahmslos sind die Benotungen für den Standort bei den PassantInnen deutlich höher als bei den Geschäften und Liegenschaften.

Während bei allen drei Befragengruppen die Erreichbarkeit mit dem öffentlichen Verkehr die besten Noten erreicht (und auch bei der Veränderung als gut eingeschätzt wird), sind durchaus andere Unterschiede vorhanden: Der Wochenmarkt und die Dienstleistungen erhalten im Bereich Liegenschaften und Geschäfte beim Quervergleich zwischen den Standortfaktoren speziell hohe Benotungen, während von den PassantInnen viele andere Faktoren auch ähnlich gut bewertet werden. Von den generell schlechter bewerteten Punkten Gastronomie, Freizeit/ Kultur, Sauberkeit, Sicherheit, Charakter/ Image des Quartiers, Erreichbarkeit mit dem Personenwagen und Parkplätze werden die Punkte Gastronomie und Freizeit/ Kultur von den Liegenschaftenbesitzenden/-verwaltenden vergleichsweise weniger schlecht bewertet. Von den Geschäften wird die Sauberkeit weniger schlecht bewertet, und von den PassantInnen schliesslich Charakter/ Image des Quartiers. Die Parkplätze, welche von allen

Befragtengruppen tiefe Zensuren erhalten, bekommen insbesondere von den PassantInnen die mit Abstand schlechteste Benotung aller Standortfaktoren.

Bei der wahrgenommenen Veränderung der schlecht bewerteten Standortfaktoren fällt insbesondere auf, dass die PassantInnen bei Charakter/ Image des Quartiers gar eine signifikante Verbesserung der Situation wahrzunehmen glauben, während von den beiden anderen Befragtengruppen eine deutliche Verschlechterung konstatiert wird.

Hinsichtlich *Zufriedenheit mit dem Standort* (Vergleich der Geschäfte mit den Liegenschaften) fällt auf, dass sich bei den Geschäften deutlich mehr Befragte als sehr zufrieden bezeichnen wie bei den Liegenschaftenbesitzenden/-verwaltenden; dies gilt ausgeprägt für die Zufriedenheit mit dem Quartier, aber auch relativ deutlich für diejenige mit der Umgebung der Liegenschaft.

Bei der *Einschätzung der Zukunft des Zentrums Oerlikon* (Vergleich der Geschäfte mit den Liegenschaften) sind die Einschätzungen unter den Geschäften ebenfalls deutlich besser als bei den Liegenschaftenbesitzenden/-verwaltenden: Während bei ersteren die Mehrheit eine positive Einschätzung gibt, halten sich bei den Liegenschaften die Einschätzungen "positiv" und "gleich bleibend" etwa die Waage.

Bezüglich *Massnahmen zur Erhöhung der Attraktivität des Zentrums Oerlikon* (Vergleich der Geschäfte mit den Liegenschaften) fällt auf, dass zwar sowohl bei den Geschäften wie bei den Liegenschaften attraktive Ladenangebote mit Abstand als wichtigste Verbesserungsmassnahme genannt werden, und dass insgesamt die selben neun Forderungen bei beiden Gruppen in der vorderen Prioritätenhälfte liegen. Ähnliche relative Prioritäten geniessen mehr Parkplätze, der Ausbau der Parkhäuser, die Umgestaltung des Bahnhofs Oerlikon (Bahnhofplatz Süd, Umsteigebeziehungen, Zugänglichkeit) und die Verbesserung der Wegführung vom Zentrum Oerlikon zum Bahnhof. Für die Geschäfte aber relativ wichtiger sind Aktionen zur Steigerung der Kundenfreundlichkeit und im Bereich Gastronomie mehr Strassencafés, bei den Liegenschaften hin-

gegen der Ausbau der Fussgänger-Verbindungen ins Zentrum Zürich Nord (Personenunterführung) sowie im Bereiche Gastronomie mehr Restaurants, Bars und Cafés (generell).

Hinsichtlich des *Vermissens gewisser Dinge im Zentrum Oerlikon* (Vergleich der Geschäfte mit den PassantInnen) zeigt sich, dass von beiden Befragtengruppen im Bereiche Gastronomie einiges vermisst wird (innovative Gastronomie generell oft erwähnt), wobei bei den PassantInnen ferner Öffnungszeiten auch am Sonntag, bei den Geschäften mehr gepflegte Restaurants etwas mehr im Vordergrund stehen. Mehr Spezialgeschäfte und mehr Parkplätze wurden bei der Geschäftsbefragung vergleichsweise öfters genannt.

Verzeichnis der Grafiken

Geschäftsbefragung:

Grafik 1: Branche der befragten Geschäfte.....	9
Grafik 2: Falls Detailhandel: Feinere Branchengliederung	10
Grafik 3: Falls Dienstleistungs-/ Gewerbebereich: Feinere Branchengliederung	10
Grafik 4: Vergleich Grundgesamtheit und Stichprobe beim Detailhandel	11
Grafik 5: Vergleich Grundgesamtheit und Stichprobe bei Dienstleistungen/ Gewerbe	11
Grafik 6: Anzahl der Personen im Geschäft	12
Grafik 7: Geschäftsfläche (Verkaufs- und Betriebsfläche in m2)	13
Grafik 8: Geschäfte nach Gründungsjahr	13
Grafik 9: Gründung nach Branchen	14
Grafik 10: Mietzinsbelastung	15
Grafik 11: Miete pro m2 pro Jahr	16
Grafik 12: Hauptsächliche Herkunft der KundInnen (nur Detailhandel)	16
Grafik 13: Beurteilung der Ausstrahlungskraft des Zentrums Oerlikon (für wen Zentrum?)	17
Grafik 14: Wo wohnen die befragten GeschäftsführerInnen?	18
Grafik 15: Wie oft Aufenthalt für folgende Aktivitäten im Zentrum Oerlikon?	18
Grafik 16: Durchschnittlicher Jahresumsatz des Geschäfts	19
Grafik 17: Hat sich das Waren-/ Dienstleistungs-/ Service-Angebot in den letzten Jahren geändert?	20
Grafik 18: Mitgliedschaft in Interessenverbänden.....	21
Grafik 19: Hauptgründe für den aktuellen Geschäftsstandort	22
Grafik 20: Beurteilung der Wichtigkeit von Standortfaktoren.....	23
Grafik 21: Beurteilung Zentrum Oerlikon rund um Marktplatz (Benotung und Veränderung)	25
Grafik 22: Grösste Stärken/ Potenziale des Zentrums Oerlikon.....	27
Grafik 23: Grösste Schwächen/ Gefahren im Zentrum Oerlikon	27
Grafik 24: Zufriedenheit mit eigenem Standort im Zentrum Oerlikon	28
Grafik 25: Einschätzung der Zukunft des Zentrums Oerlikon.....	29
Grafik 26: Zufriedenheit mit eigener Geschäftsentwicklung	30
Grafik 27: Beurteilung Geschäftsaussichten für nächste 3 Jahre	30
Grafik 28: Konkrete Zukunftsplanungen für Geschäft	31
Grafik 29: Auswirkungen der Entwicklung des Zentrums Zürich Nord ZZN auf eigenes Geschäft	32
Grafik 30: Auswirkungen von Grossveranstaltungen in Hallenstadion und Messe Zürich	33
Grafik 31: Gibt es irgend etwas, was sie in Oerlikon vermissen?.....	33
Grafik 32: Massnahmen zur Attraktivitätssteigerung im Zentrum Oerlikon	35

Befragung der Liegenschaftsbesitzenden und -verwaltenden:

Grafik 33: Anzahl Liegenschaften im Besitz	38
Grafik 34: Baujahr Gebäude	38
Grafik 35: Durchschnittliche Nutzungsanteile der Gebäude	39
Grafik 36: Art getätigter Investitionen in Gebäuden in letzten Jahren	39
Grafik 37: Art geplanter Investitionen in Gebäuden aktuell oder in nächster Zeit.....	40
Grafik 38: Wichtigkeit von Auslösern für getätigte oder geplante Investitionen.....	41
Grafik 39: Verkauft einer Liegenschaft in nächster Zeit geplant?.....	41
Grafik 40: Beurteilung Zentrum Oerlikon rund um Marktplatz (Benotung und Veränderung)	42
Grafik 41: Zufriedenheit mit eigenem Standort im Zentrum Oerlikon	43
Grafik 42: Einschätzung der Zukunft des Zentrums Oerlikon.....	44
Grafik 43: Massnahmen zur Attraktivitätssteigerung ins Zentrum Oerlikon	45

PassantInnenbefragung:

Grafik 44: Zuletzt benutztes Verkehrsmittel, um ins Zentrum Oerlikon zu kommen	47
Grafik 45: Aus welchem Grund ins Zentrum Oerlikon gekommen? (wichtigste Nennung)	48
Grafik 46: Aus welchem Grund ins Zentrum Oerlikon gekommen? (zweitwichtigste Nennng.) ...	48
Grafik 47: Wo wohnen die befragten PassantInnen?	49
Grafik 48: Wie oft kommen die Befragten ins Zentrum Oerlikon?	50

Grafik 49: Wie oft kommen die Befragten im Vergleich zu früher zum Einkaufen ins Zentrum Oerlikon?.....	51
Grafik 50: Wie oft kommen die Befragten im Vergleich zu früher zum Restaurant-/ Cafébesuch ins Zentrum Oerlikon?.....	52
Grafik 51: Beurteilung Zentrum Oerlikon rund um Marktplatz (Benotung und Veränderung)	53
Grafik 52: Gibt es etwas, was Sie im Zentrum Oerlikon vermissen?	54
Grafik 53: Beurteilung Gastronomieangebot im Zentrum Oerlikon: Cafés, Bars, Take-Aways, Restaurants.....	56

Frequenzzählungen:

Grafik 54: Frequenzzählung Durschnitt beide Beobachtungswochen Standort Neumarkt.....	57
Grafik 55: Frequenzzählung Durschnitt beide Beobachtungswochen Standort Marktplatz	59
Grafik 56: Frequenzzählung Durschnitt beide Beobachtungswochen Standort Sternen	60