



Zürich-West

2009

Meinungen zur Entwicklung:
Umfrage im Quartier

Kulturmeile
Zürich West

Der Schmelztiegel mit Stil.



Vorstand der Vereinigung Kulturmeile Zürich-West v. I.:
Otto Mühlebach, Berater Geschäftskunden ZKB; Ines Mancini, Center-
leiterin Puls 5, Intershop; Christoph Gysi, Restaurant les halles.

1

Editorial

Im Juni 2009 wurden alle Firmen und Bewohner von Zürich-West mit einem Fragebogen zur aktuellen Stimmungslage im Quartier befragt. Die Umfrage wurde durch den Vorstand ausgearbeitet und umfasste 6 Seiten zu verschiedenen Themen. Von den 1'520 verschickten Fragebogen sind 22% (328 Antworten) beantwortet zurück geschickt worden, wobei das Interesse bei den Firmen mit einem Rücklauf von 34% etwas höher war als bei den Bewohnern von Zürich-West. Da es momentan noch mehr Anwohner (1'060 Adressen) als Firmen (460 Adressen) gibt, wurden einzelne Fragen zusätzlich auf die Meinung der Firmenadressen (ohne Anwohneradressen) ausgewertet.

Wir spüren auch nach zehn Jahren Zürich-West noch eine starke Begeisterung im Quartier. Die Mehrheit will eine weitere Entwicklung mit Hochhäusern und unkonventionellen Lösungen. Zahlreiche Kulturschaffende und Erdgeschossnutzer erzeugen seit Jahren das typische Zürich-West feeling. Wir hoffen, dass die Zukunft diesen Schwung mitnimmt.

Freundlich grüsst Christoph Gysi, Präsident Kulturmeile

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Mr. Gysi'.

Inhalt

Ist-Zustand.....	3
Wünsche.....	6
Befindlichkeit im Quartier.....	8
Ängste und Hoffnungen.....	10
Image der Vereinigung.....	13
Soziodemografische Eckdaten.....	14
Definition Kulturmeile.....	17

2

Quantitativer Ausblick auf die Umfrage

Gegenstand	Versand	Antworten	%
Firmen/Mitarbeiter	460	155	33.70%
Private/Bewohner	1060	235	22.17%
Wohnen und Arbeiten		-62	
Total	1520	328	

Impressum:

Redaktion Umfrage und Booklet: Vorstand Vereinigung Kulturmeile

Statistik, Text, Konzept und Gestaltung: gm kreation & strategie

Bilder: Copyright by Kulturmeile, Modellaufnahmen im Infocenter Zürich-West

Druck: Copycenter Technopark

Zürich-West, November 2009

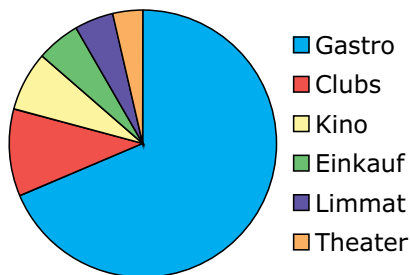
IST-ZUSTAND

Das Konsumverhalten

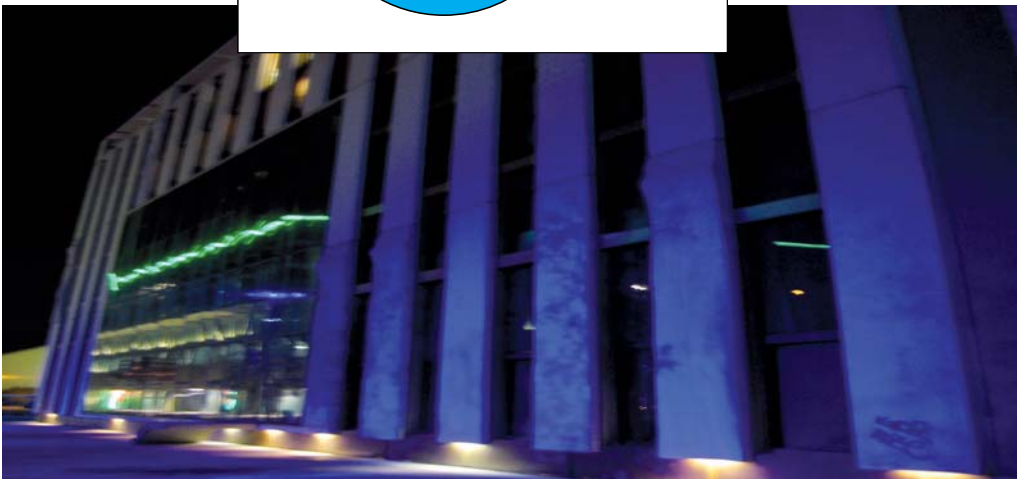
Die Bewohner der Heinrich- und Hardturmstrasse sind engagiert und fühlen sich auch nach mehreren Jahren noch trendy in diesem Quartier, sind kulturell interessiert und nutzen auch das Angebot. Sie sind die Trendsetter an denen sich die künftigen Adopters in den neuen Wohnüberbauungen teilweise orientieren werden. Die Höhe der Mieten wird aber einen erheblichen Einfluss auf die Zusammensetzung der Bewohner in den neu zu überbauenden Perimetern haben. Geografisch gesehen sind die heutigen Bewohner mehr Richtung Limmat orientiert, als es künftige Anwohner der Pfingstweid- oder Geroldstrasse sein werden. Dies trifft auch auf die Firmen und deren Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu.

3

Nutzung Angebot gesamthaft

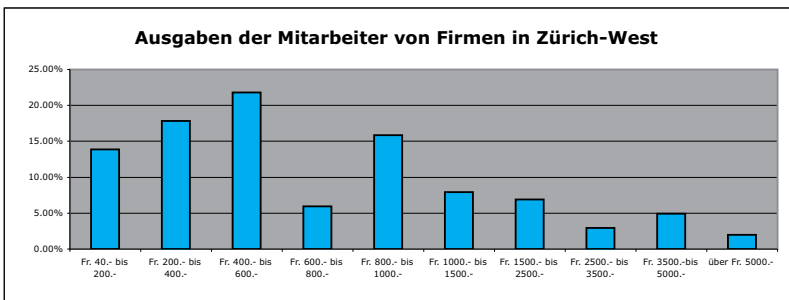
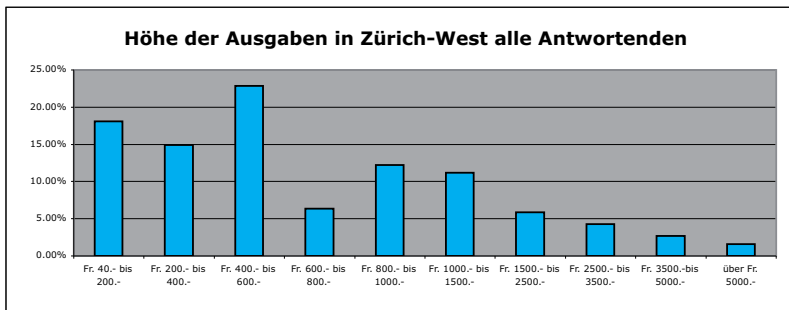


Die Gastronomie ist bei der Gesamtheit der Antwortenden die wichtigste Nutzung, etwa 10% nutzen Kultur und Clubs.



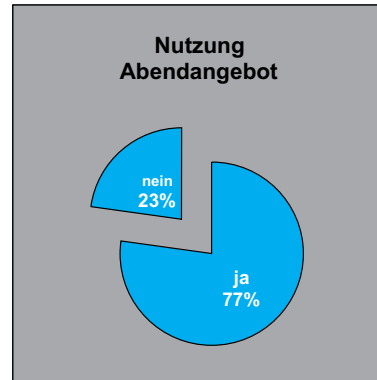
Vom kulturellen Angebot nutzen gegen 60% das Konzertangebot, das Theaterangebot wird von den Firmen/Mitarbeiter weniger genutzt als von der Gesamtheit der Antwortenden (dafür höherer Anteil an Konzertbesuchen), der Schiffbau liegt in der Gunst der Bewohner, das Kino (Abaton und Riff Raff) ziehen aber eben so viele Besuche an. Die Mehrheit der Nutzer des Kulturangebotes kommt von auswärts. Es ist neben der Gastronomie ein wichtiger Anziehungspunkt für Besucher.

Über 20% der Antwortenden geben zwischen Fr. 400.- und 600.- Franken in Zürich-West aus. 18% zwischen Fr. 600.- und 1'000.-. Das Ausgabenverhalten der Firmen/Mitarbeiter verhält sich sehr ähnlich zum Verhalten aller Antwortenden. Diejenigen, welche mit ihren Ausgaben gegen oben ausschlagen, wohnen im Quartier und rechnen ihre Miete mit ein. Die grossen Spesenritter scheinen noch nicht eingezogen zu sein und die im Quartier



arbeitenden Banker gehen wie viele andere Mitarbeiter in eine der zahlreichen Kantinen zum Essen.

77% aller Antwortenden nutzen das Abendangebot, wobei davon nur 34% in einen Club gehen, 84% nutzen hingegen auch am Abend das Gastroangebot.

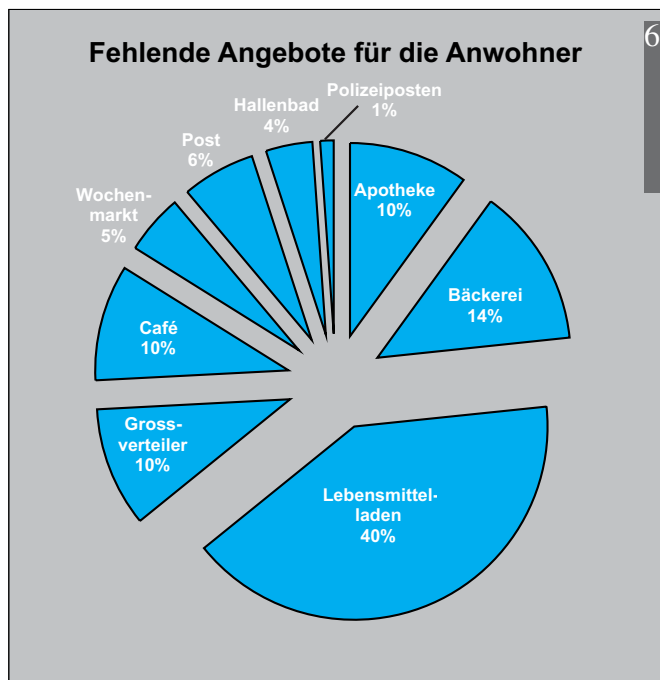


5



Lebensmittelläden werden mehr vermisst als ein Schulhaus und ein klares Nein zum Kongresshaus in Zürich-West

Fehlende Angebote im Quartier: Vermisst werden von 37% der Anwohnern Orte zum Einkauf von Lebensmitteln. Ungestützt in offener Frage vermissen nur 4% eine Apotheke, in der geschlossenen Frageform aber 58%. In der geschlossenen Frage vermissen zudem 47% einen Grossverteiler, ein Schulhaus wird dagegen nur von 19% vermisst, was auf viele Single und Dink-Haushalte schliessen lässt. Mit dem Bau eines Schulhauses wird in die soziodemografische Entwicklung der Einwohner im Quartier eingegriffen. Familien werden tendenziell eher einziehen, die Homosexuellen und Dinks werden weiterziehen.



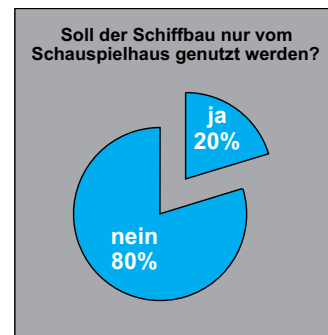
Als weitere Quartiereinrichtungen werden eine Post und diverse Shops vermisst. Als Wunsch-Ort für Einkäufe wird am meisten der Puls 5 vorgeschlagen, gefolgt vom Escher Wyss-Platz. Die Umgebung um den Bahnhof wird viel weniger genannt. Auf die Frage, welche Retail-Marken in Zürich-West fehlen, konnten mehr als 50% keine formulierbaren Wünsche vorbringen.

Von den eingegangenen Antworten schwingen Coop und Migros oben aus, gerade mal 6 Antwortenden kommt Starbucks in den Sinn, viele scheinen mit dem Angebot zufrieden zu sein und nennen No Names, welche bereits vorhanden sind.

Shopping im Gerold- oder Maag-Areal kommt den Leuten noch nicht in den Sinn. Das Kongresszentrum im Geroldareal wird allerdings klar abgelehnt.

Schiffbau soll belebt werden

80% der Antwortenden wünschen, dass der Schiffbau nicht nur vom Schauspielhaus genutzt werden soll, sondern auch mit anderen kulturellen Veranstaltungen ausgelastet wird. 40% wünschen dort Konzerte, über 60% könnten sich Ausstellungen, Lesungen, Kino sowie anderes Theater vorstellen. Offensichtlich kann nicht nachvollzogen werden, dass dieses Wahrzeichen von Zürich-West in den verschiedenen Sälen zeitweise keine Veranstaltungen anbietet. Dieses Haus kann Leben und Traffic durch noch mehr Kultur ins Quartier bringen.

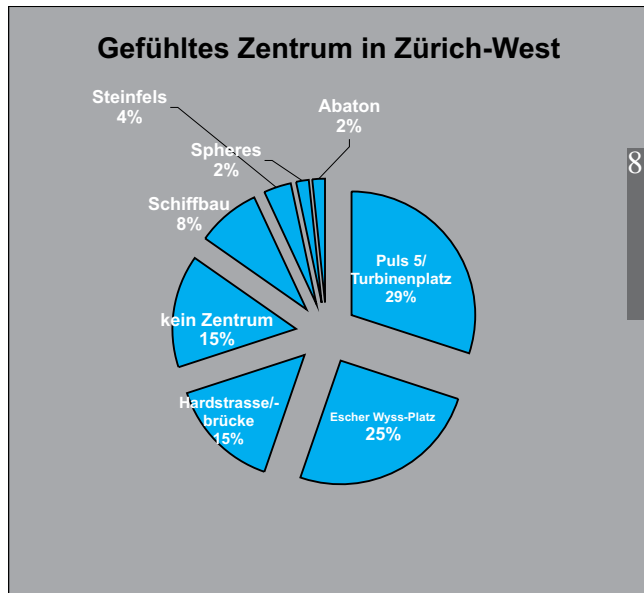


BEFINDLICHKEIT IM QUARTIER

Kein Bewusstsein für künftige Zentrumslage

Viele Anwohner und vor allem Firmen spekulieren noch nicht mit künftigen Hochfrequenzlagen. So wird bei der Frage des gefühlten Zentrums von Zürich-West der Bahnhof Hardbrücke mit seiner Topfrequenz nicht als Zentrum angesehen, obwohl die bahnhofsnahe Gebiete bei den künftigen Retailern als sehr wichtig eingestuft werden dürften.

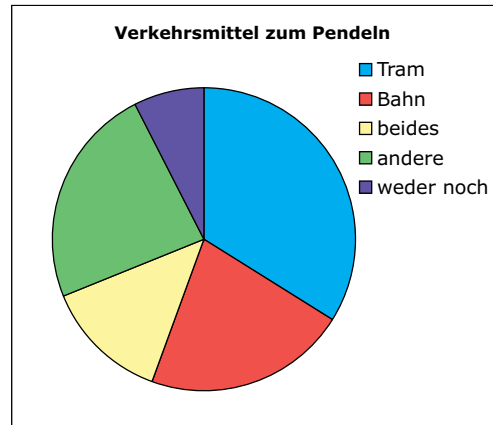
In der jetzigen Situation ohne Überbauungen um den Bahnhof werden denn auch der Puls 5 mit Turbinenplatz sowie der Escher-Wyss Platz als Zentrum angeschaut. Diese Lagen sind für die jetzigen Anwohner und Mitarbeiter nahe und gut erreichbar.



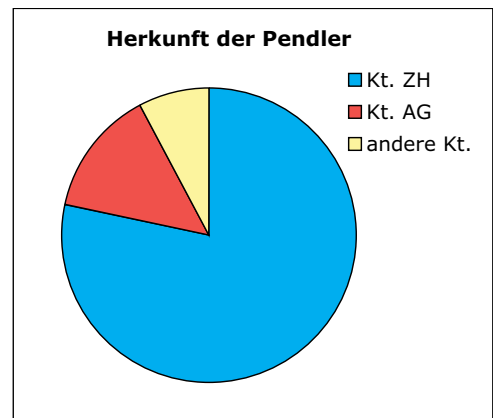
Wichtigkeit der Verkehrslage unklar

Bei der Frage nach dem Verhalten beim Pendeln zwischen Wohn- und Arbeitsort geben 58% der Mitarbeitern von Firmen in Zürich-West keine Antwort. Bei der Frage nach dem Verkehrsmittel beim Pendeln geben gar 67% keine Antwort. Dieser hohe Anteil ohne Antworten könnte andeuten, dass mit dem Auto gependelt wird und die gute Strassenverkehrslage ein

wichtiger Grund ist, warum sich die Firmen in Zürich-West ansiedeln. Offensichtlich ist dies eine Tatsache, welche nicht ausgesprochen wird. In Kommentaren wird angedeutet, dass bei anhaltenden Stauproblemen in der Zufahrt ein Auszug der Firma aus dem Quartier erwogen wird.



Von den antwortenden Pendler fährt der grösste Anteil im Tram an, gefolgt vom Zug und anderen Verkehrsmitteln. Diese Pendler reisen stadintern an. Die meisten dieser Pendler (nur 65 Antworten gegenüber 90 leer gelassenem Antwortfeld) stammen



aus dem Kanton Zürich. Der Anteil der Aargauer dürfte höher sein und mit dem Auto anreisen, denn ausgesprochen wird dies nicht gerne.

ÄNGSTE UND HOFFNUNGEN

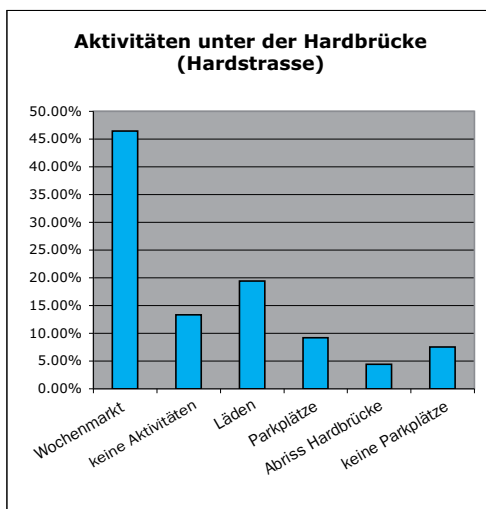
Hardturmstadion erwünscht, Hochschule der Künste wird positiv wahrgenommen

Lediglich etwa 36% aller Antwortenden wünschen sich kein Stadion, bei den Firmen/Mitarbeitern ist der Anteil noch tiefer. 30% wünschen im Stadion ein Shoppingcenter, 24% könnten sich das Stadion auch mit Eishockey im Duplex vorstellen.

60% verbinden mit der allgemeinen Entwicklung einen Gewinn an Charme. Über 80% der Antwortenden sehen in der Hochschule der Künste eine Belebung oder eine positive Wirkung, wobei zum Stadion mehr Antwortende eine Meinung abgegeben haben (88% gegenüber 73%).

10

Schwerverkehrsverbot auf der Brücke und lebendige Aufwertung unter der Hardbrücke



74% der Antwortenden wünschen sich ein Transitverbot für den Schwerverkehr durch Zürich-West, was zu einer Verflüssigung des Verkehrs auf der Hardbrücke führen soll. Unter der Hardbrücke hingegen wird eine Flaniermeile mit Begrünung und wenig bis kein Verkehr gewünscht. Von

den 293 Antworten zielen 193 auf einen Wochenmarkt und Kleinst-Läden (Kioske) zum Einkaufen. Ob dort auch Parkplätze erwünscht sind, ist umstritten. Parkplätze würden eine multifunktionale Nutzung fördern, da diese temporär gesperrt werden können.

Die Parkplatzfrage insgesamt wird sowohl in der Gesamtheit der Antworten wie auch von den Firmen/Mitarbeitern gleichermaßen mit etwa 60% als ausreichend betrachtet.

Kein Rambazamba im Limmatraum, aber das Limmatschiff dürfte bis Zürich-West fahren

Im Limmatraum werden keine Freizeit- und Tourismusangebote gewünscht, der Ballermann von Letten bis Wipkingerpark scheint zu genügen. Hingegen wünschen sich 70% der Firmen/Mitarbeiter und 63% der Bewohner, dass das Limmatschiff vom Landesmuseum weiter bis nach Zürich-West fährt. Das Zusammenrücken mit dem Stadtzentrum durch den Ausbau der Limmat zum Stadtfluss mit Flanierquai statt Sihlquai wird von der Mehrheit der

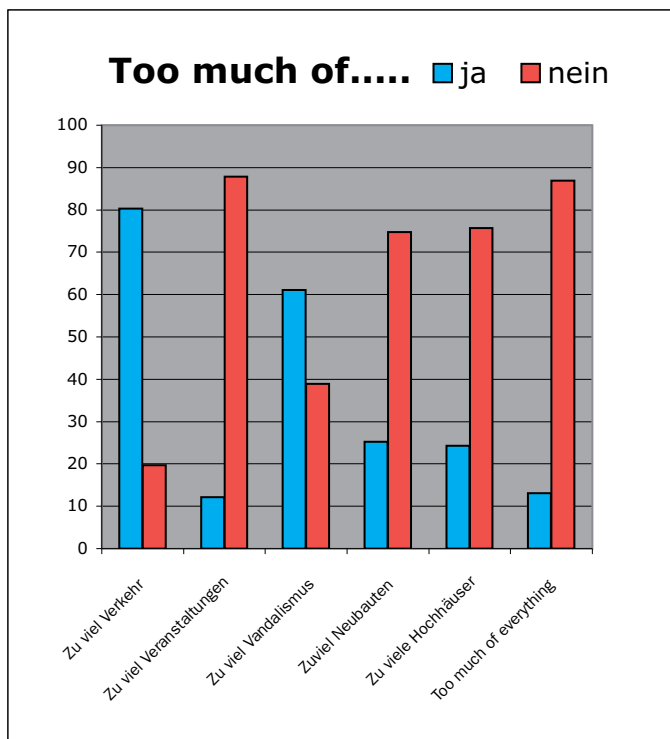


Antwortenden ebenfalls begrüsst. Dazu haben sich annähernd alle Antwortenden geäussert (keine Leerstimmen), die Frage des Limmtraumes scheint von Interesse zu sein.

Zu viel Verkehr, zu viel Vandalismus, aber Freude an Veranstaltungen und Hochhäusern!

80% aller Antwortenden und 72% der Firmen/Mitarbeiter halten das Verkehrsaufkommen in Zürich-West für zu hoch. Auch der Vandalismus wird als zu stark empfunden (61% alle Antwortenden, 58 % Firmen/Mitarbeiter). Hingegen

freuen sich die Antwortenden am urbanen Leben mit vielen Veranstaltungen, Neubauten und Hochhäusern.



Nebst Vandalismus münden Parties und Abfall in dieselbe Ablehnung, wobei in der offenen Frage die ablehnende Haltung von weniger Befragten kommt. Diese dürften sich örtlich neben problembeladenen Lokalitäten aufhalten, deren Dauerparties nerven.

IMAGE DER VEREINIGUNG.....

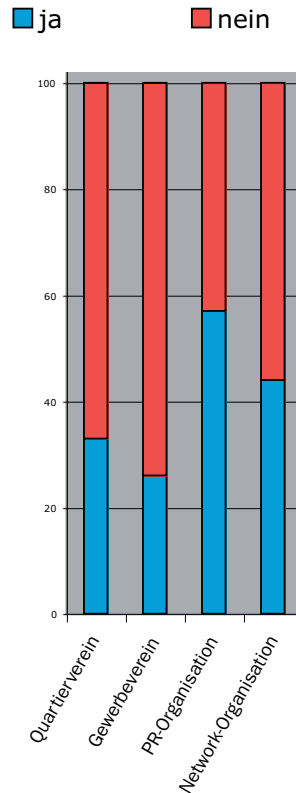
Vereinigung Kulturmeile als PR-Organisation wahrgenommen

Die Vereinigung Kulturmeile wird nur von 32% der Antwortenden wahrgenommen. Die Mehrzahl hat also über diese Umfrage zum ersten mal von der Vereinigung gehört. Am ehesten werden wir als PR-Organisation wahrgenommen. Bei jenen Antwortenden, welche die Vereinigung kennen, liegt die Wahrnehmung als PR-Organisation bei 73%. Von den Firmen werden wir zu 67% nicht als Gewerbeverein angeschaut.

Die Antwortenden haben keine klaren Erwartungen an die Kulturmeile, das Leitbild entspricht allerdings den favorisierten Tätigkeiten. Etwa die Hälfte der Befragten gibt keine Antwort zu den Fragen betreffend Wahrnehmung und Erwartungen, wir müssen also das Interesse wecken. Informationstätigkeit ist erwünscht im Quartier, hier müssten wir offensichtlich mehr tun

als Internet und Newsletter. Konkret können nur wenige darüber Auskunft geben, welche Art von Informationen sie wünschen.

Wahrnehmung der Kulturmeile durch Firmen

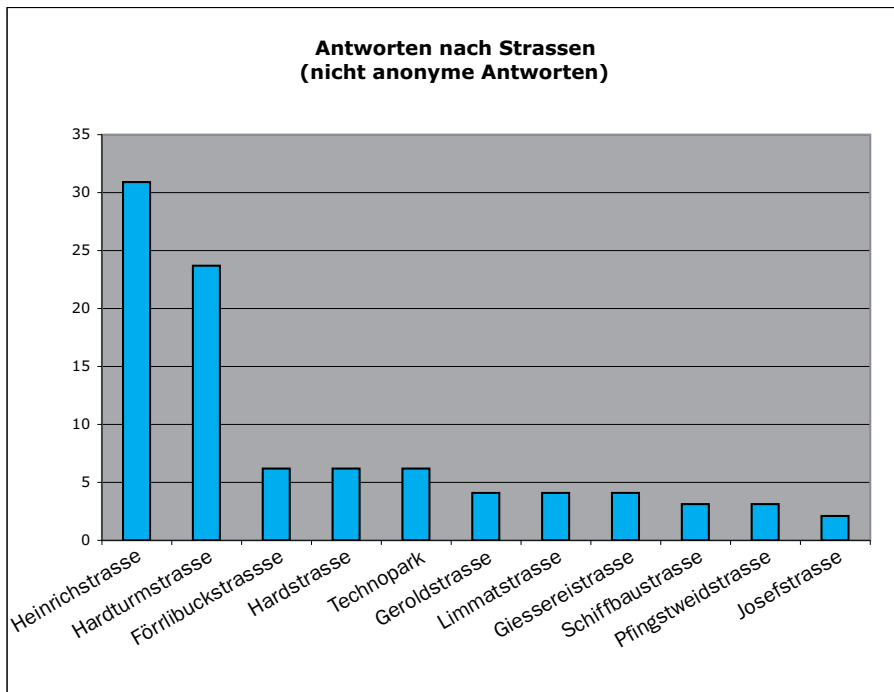


SOZIODEMOGRAFISCHE ECKDATEN

Die Antwortenden: Zwischen 30 und 50 Jahren alt

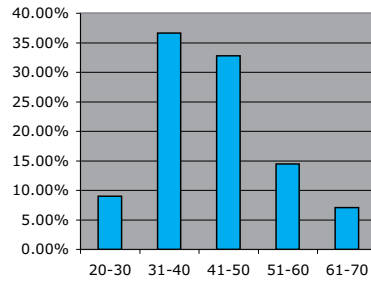
Als Zürich-West werden die Adressen in den Perimetern zwischen Bahnhof Hardbrücke und Limmat sowie vom Viaduktbogen bis zum Hardturmstadium gerechnet. Von den Antwortenden sind 42% weiblich. 74% geben an, in Zürich-West zu wohnen. 47% der Antworten stammen von Firmen/Mitarbeitern, welche ihre Arbeitsplätze in Zürich-West haben. 26% der hier wohnenden, arbeitet auch im Quartier.

Von den nicht anonymen Antworten kommen die meisten aus den neu überbauten Perimetern und Strassenzügen. Die Limmatnahen Gebiete sind heute belebter als die Perimeter entlang der Pfingstweidstrasse mit den noch zu realisierenden Projekten.



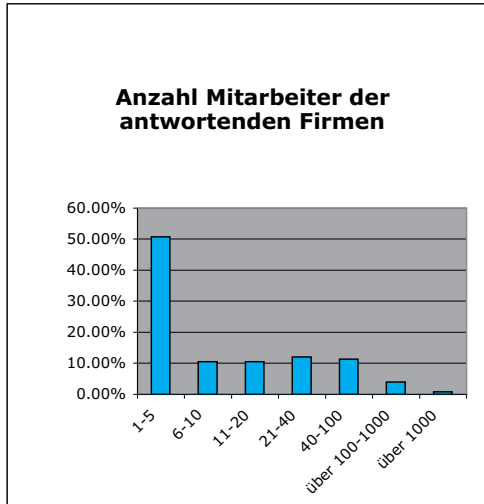
Das Nachtleben und die Besucher bewegen sich auch in diesen noch nicht überbauten Gebieten: Um die Besucherfrequenzen halten zu können, müssten gewisse heutige

Altersstruktur der Antwortenden



Erdgeschossnutzer auch in die neuen Überbauungen integriert werden.

Die KMUs haben sich sehr gut an der Umfrage beteiligt, immerhin sind wir auch an die Meinung von leitenden Vertretern von Grossbetrieben herangekommen. Die Antworten von Firmen stammen zu 42% von Eigentümern und zu 25% von leitenden Funktionen.



Die Firmenmitarbeiter, welche geantwortet haben stammen aus allen Branchen, wobei folgendes beachtet werden muss: die Dienstleistungsbetriebe sind stärker beteiligt als Gewerbebetriebe, der Mix entspricht in etwa den Vorstellungen, welche man von Zürich-West hat (Architekten, IT, Kunst und Kultur, Gastronomie usw.).

DEFINITION KULTURMEILE.....

Bei der Gründung des Vereines orientierte sich die Kulturmeile an den Statuten der Vereinigung Bahnhofstrasse. In eben diese Liga will die Marke Kulturmeile Zürich-West einsteigen. Die Chancen stehen gut, dass die Stadt touristisch gesehen für See, Bahnhofstrasse und Zürich-West stehen wird. Zürich Tourismus schenkt dem Quartier viel Aufmerksamkeit und zieht international Journalisten mit diesem Thema an.

17

Mitglieder der Vereinigung sind Firmen, Bewohner, Erdgeschossnutzer und Grundeigentümer. Die Kulturmeile setzt sich ein für eine gute Diversität der Nutzungen, einen lebendigen architektonischen Stilmix sowie die (Ausgeh-) Kultur, welche sehr unterschiedliche Besucher anzieht. Dieses Image wird der Vermietung von Liegenschaften, der Suche nach Mitarbeitern von Firmen und dem Zuzug von neuen Bewohnern in Zürich-West förderlich sein.

Damit auch am Tag mehr Besucher angezogen werden, versucht die Vereinigung die Besucherströme zu analysieren. Die Kulturmeile hat Projektarbeiten zum Thema Verkehrsmöglichkeiten aus den benachbarten Quartieren sowie der Innenstadt am laufen. Die Vision: Mehr Tagesbesucher nutzen die Dienstleistungen in Zürich-West und das neue Quartier wächst stärker mit der Innenstadt zusammen.



Durch den politischen Prozess in Richtung Zentrums-lage Zürich-West können «Planungs-Rohrkrepierer» entstehen. Die Vereinigung Kulturmeile versucht Abhilfe zu schaffen.

Anzeige: Werden Sie Mitglied

«Zahlreiche Kulturschaffende und Erdgeschossnutzer erzeugen seit Jahren das typische Zürich-West feeling.»

Das Leitbild:

- > Starke Marke Zürich-West: Bester Garant für die Behandlung als Zentrumsanlage.
- > Mitwirkung Planungsverfahren: Förderung Besucherströme in und nach Zürich-West.
- > Begleitung Bautätigkeiten: Verhindern von Planungs- und Parkplatz-Krepiern.
- > Stärkung der Gewerbeinteressen: Anziehen einer lebendigen Gewebekultur.
- > Kontakter: Networking, Stellungnahmen und Pflege von Kontakten zu Behörden und Wirtschaft.

Kulturmeile: Wir halten die Lebenskultur in Zürich-West hoch und beleben das Quartier.



Für eine gute Zukunft in Zürich-West:

Informationen zur Kulturmeile bestellen

Name:

Firma:

Adresse:

mail:

Bitte schicken Sie mir: Mitgliederebühren Marketingdienstleistungen Anmeldefomular

Statuten rufen Sie mich bitte an, Tel:

Bestellung unter Tel. 044-381 96 00, contact@kulturmeile.ch oder Fax 044-381 96 12.





Kulturmeile Sekretariat c/o gm, Heinrichstr. 267 b, 8005 Zürich
Tel. 044-381 96 00