

# Gastronomie als Standortentwicklerin

Bei der *Neugestaltung von Stadtquartieren, der Aufwertung von Dorfplätzen oder der Revitalisierung von Shoppingcentern* kommt der Gastronomie eine tragende Rolle zu. Nicht nur das Konzept, sondern auch die Konditionen müssen stimmen, damit ein Ort zum Leben erweckt werden kann.



Rafael Saupe  
Partner bei Desillusion & Co.  
– strategische Beratung für  
Gastronomie und neue  
Räume

desillusion.ch

Man stelle sich vor: Aus einem ehemaligen Industrieareal am Stadtrand entwickelt die öffentliche Hand gemeinsam mit Investorinnen ein neues Quartier. Der Masterplan steht, das Bauungskonzept ist definiert. In den Obergeschossen wird Wohnraum geschaffen. In den unteren Etagen sind Büros, Gewerbe- und Dienstleistungsflächen geplant. Auf der Projektwebsite zeigen Visualisierungen den zukünftigen Lebensraum. Glückliche Menschen flanieren durch eine begrünte Stadlandschaft. Die Cafés und Restaurants sind gut besucht – ein perfekter Ort.

## Angebot oder Nachfrage?

Die Realität sieht jedoch oft anders aus: Gerade bei Projekten mit mehreren Bautappen entsteht anstelle einer attraktiven Destination erst mal ein lärmbelasteter Unort oder ein unwirtlicher Nichtort mit geringer Aufenthaltsqualität. Die Cafés und Restaurants sind nur mässig besucht, und die Gastronomie leidet wirtschaftlich.

Unzählige räumliche Entwicklungsgebiete befinden sich in Transformationsphasen. Überall stellen sich dieselben Fragen: Wo entsteht öffentliches Leben? Müssen erst Menschen in grosser Zahl vor Ort sein, damit Gewerbe und Dienstleistung erfolgreich sind? Oder müssen zuerst Geschäfte, Kultur und Gastronomie eröffnen, damit ein Ort die Anziehungskraft entwickeln kann, damit Leben einkehrt?

## Begünstigende Konditionen für bereichernde Nutzungen

Gemäss Rafael Saupe von der Beratungsfirma Desillusion & Co. muss zur Belebung eines neuen Stadtquartiers, eines Ortskerns oder eines Einkaufszentrums ein attraktives Basisangebot gegeben sein: ein Portfolio aus charakterstarken, adressbildenden Nutzungen. Damit solche Nutzungen – der lokale Laden, die charmante Café-Bar, der kreative Kulturbetrieb – in unterentwickelten Märkten wirtschaftlich überleben können, sind neue konditionelle Ansätze gefragt.

## Pulsierende Stadt, lebendiges Dorf

Langfristig ausgelegte Nutzungsportfolios und die gezielte Förderung von Gewerbe- und Gastrobetrieben können gemäss Rafael Saupe von Desillusion & Co. nicht bloss im Stadtgebiet die Aufwertung anleiten: Es ist zu wünschen, dass auch im ruralen Raum Gemeinden und Eigentümerinnen vermehrt das Bewusstsein entwickeln, dass lebendige Erdgeschosse relevante Faktoren für die

Lebensqualität und das Image eines Orts sind. Gerade die letzte Beiz im Dorf sollte als Anker im Ortsgefüge durch möglichst günstige Konditionen gestützt werden – immer natürlich in Verbindung mit der Forderung nach einem standortgerecht ausgerichteten Konzept. So kann Gastronomie als relevantes Mittel der Standortentwicklung Wirkung entfalten und Orte aufwerten.



Das Attisholz-Areal in Solothurn wird dank Gastronomie-, Kultur- und Freizeitangeboten zu neuem Leben erweckt.

haben den erfreulichen Nebeneffekt, dass sich die Flächen in den Obergeschossen dadurch teurer vermieten lassen.

Auch bezüglich der Investition in Ausbau und Infrastruktur – gerade bei Gastronutzungen ein umfassender Kostenblock – hat ein Umdenken stattgefunden: Während bis vor wenigen Jahren Erdgeschossflächen konsequent in Rohbaumiete abgegeben

wurden, steigt die Bereitschaft der Immobilienwirtschaft, auch in die Hardware von Gastronomieprojekten zu investieren. Solche Vorleistungen stellen eine wesentliche Entlastung für die Mieterschaft dar und erhöhen die Chancen auf den wirtschaftlichen Erfolg. Im Ausnahmefall bieten Investorinnen weitere Starthilfen, etwa in Form von Defizitbeteiligungen, um beim Aufbau eines

neuen Standorts früh ein lebendiges (Gastro-)Angebot gewährleisten zu können.

## Erst die kleinen Pioniere, dann der Grossbetrieb

Auch mit vergünstigten Konditionen gilt: Nur das richtige Konzept zur richtigen Zeit ergibt Sinn. Auf dem Attisholz-Areal in Solothurn, das während zwanzig Jahren vom Industriestandort zum Aussenquartier entwickelt werden soll, unterstützt die Eigentümerschaft heute die Imagebildung des Orts durch die Bespielung mit Kultur, Freizeitangeboten und gastronomischen Pop-ups, Cafés und Bars. Formate mit kompaktem Investitionsvolumen, aber grossem Mehrwert für den Standort. Auch die Lokstadt in Winterthur wird schrittweise zum neuen Stadtteil entwickelt: Nach

ersten periodischen Food-Festivals folgte die Präsenz von Food-Trucks, bis schliesslich ein erstes Café den entstehenden Ort bereicherte. Viele dieser Pionierformate wurden durch die Arealentwicklerin unterstützt, quasi als Marketingleistung zur Quartierbelebung. So wurde die Basis dafür gelegt, dass in späteren Phasen der Standortentwicklung dann auch grössere Lokale genügend Nachfrage vorfinden.

Die schrittweise Bereicherung durch unterschiedliche gastronomische Formate prägt auch die Zürcher Europaallee. Hier konnten sich durch günstige Konditionen frühzeitig lokale Gewerbetreibende etablieren. Ein Beitrag zur raschen Akzeptanz des Viertels in der Bevölkerung.

Dieser Fachartikel ist in Zusammenarbeit mit Desillusion & Co. entstanden.