

SBB krepeln Ladenangebot um

Die Bahn lanciert neue Konzepte in ihrem grössten Bahnhof. Das könnte ein Vorbote sein fürs ganze Land.



Vor zehn Jahren ging die Durchmesserlinie in Zürich in Betrieb. Nun tauschen die SBB viele der Läden in der neuen Passage aus.

Bild: Christian Beutler/Keystone (14.7.2014)

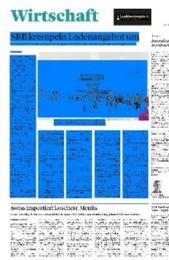
Stefan Ehrbar

Fast eine halbe Milliarde Franken Umsatz pro Jahr, 200 Geschäfte, Dienstleister und Restaurants, alle geöffnet an sieben Tagen in der Woche: Der Zürcher Hauptbahnhof ist eines der grössten und beliebtesten Shoppingcenter der Schweiz. Vor zehn Jahren wuchs das Einkaufszentrum mit Gleisanschluss noch einmal. Mit der Eröffnung der Durchmesserlinie und dem dazugehörigen Bahnhofteil gingen neue Ladenpassagen in Betrieb. Viele ihrer Mieter werden nun aber vor die Tür gestellt.

Die SBB krepeln das Angebot in ihrem grössten Bahnhof nämlich um. Die Mietverträge vieler Läden, die seit 2014 im neuen Teil eingemietet sind, werden nach den ersten zehn Jahren nicht verlängert. Stattdessen setzen die SBB auf mehr Lokalkolorit und Schweizer Premieren. CH Media liegt die Liste der Mieterwechsel vor. In den nächsten Wochen und Monaten erwarten die täglich etwa 400 000 Nutzerinnen und Nutzer des Bahnhofs – und später möglicherweise auch anderer Bahnhöfe in der Schweiz, falls die Konzepte funktionieren –

folgende neue Angebote:

– Der Kioskkonzern Valora muss den letzten im HB verbliebenen Laden des Formats Avec räumen. Zum Zug kommt stattdessen der Reisegastronomie Select Service Partner (SSP) aus London, der im Bahnhof bereits eine Filiale des Formats Pret A Manger betreibt. Er wird den ersten Schweizer Laden seines Convenience-Formats **Point** eröffnen, das auf frische Waren und Reisebedarf setzt. Dies ist speziell, weil Valora bisher der Convenience-Partner der Wahl der SBB gewesen ist. Ein Beob-



achter geht davon aus, dass SSP künftig auch an anderen Bahnhöfen vermehrt zum Zug kommen könnte, an denen Mieterwechsel anstehen.

— Valora schliesst zudem eine Filiale des Kaffeeformats Spettacolino, die durch eine der Zürcher Kaffeekeite **Miró** ersetzt wird.

— Eine von zwei HB-Filialen des Migros-Formats Hitzberger macht dem Take-away-Konzept **Ida & Frida** Platz. Dieses SSP-Format kommt ebenfalls erstmals in die Schweiz. Es setzt auf gesunde Verpflegung mit Sandwiches, Wraps und Säften.

— Der italienische Dessousanbieter Intimissimi muss Platz machen. An seiner Stelle zieht die französische Lingeriekette **Etam** in den Hauptbahnhof ein. Intimissimi bleibt mit einem Laden an der Bahnhofstrasse in der Nähe präsent.

— Die **Coop-Filiale** kann ihre Fläche vergrössern.

— Die zweifach im HB vertretene, zu Coop gehörende Sushiketete Yooji's gibt einen Standort auf. Stattdessen eröffnet die Zürcher Gastrokette **Wiesner** die erste Filiale ihres neuen Formats **Negishi To Go**. Neben klassischem Sushi soll es dort weitere japanische Spezialitäten wie Bento-Boxen oder Nudelsuppen geben, teilt die Firma auf Anfrage mit. Die Sushis würden direkt vor Ort gerollt und

seien innert maximal einer Minute servierbereit.

— Der dänische Schmuckanbieter Pandora wird durch eine Filiale des aargauischen Schmucklabels **Sidang** ersetzt. Pandora eröffnet dafür demnächst einen Laden an der Bahnhofstrasse, wie CH Media weiss.

— Der Kuchenladen Cakefriends macht dem Zürcher Getränkeanbieter **The Matcha Club** Platz.

— Etwa Ende 2025 eröffnet der US-Sportartikelhersteller **Nike** zudem einen Flagship-Store.

— Vor kurzem eröffnet wurden neue Läden der Schweizer Gastrokette **Kaisin, House of Momos** und **M-Panada**.

Die SBB teilen mit, sie wollten mit den Wechseln die Take-away-Angebote in den stark frequentierten Bereichen konzentrieren und mit Geschäften kombinieren, deren Angebot auf Pendlerinnen und Pendler ausgerichtet sei. In den ruhigeren Passagen würden hingegen vor allem Ladengeschäfte und Dienstleister platziert.

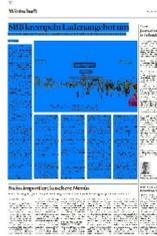
Die neuen Angebote passen zur Strategie der Bahn, in den grossen Bahnhöfen mehr Platz für lokale Anbieter zu schaffen. Die Aufwertung soll auch gelingen, indem an passenden Stellen hochwertige Gastronomie-

angebote geschaffen werden.

Im Südtrakt des Hauptbahnhofs, der vor wenigen Monaten nach einer langjährigen Renovation wieder eröffnet wurde, mussten die Günstiganbieter Burger King und Nordsee weichen. Stattdessen eröffneten ein Fine-Dining-Restaurant und ein Burgeranbieter, der 23 Franken für einen Burger mit Pommes verlangt. Die Menükarte einer neuen Brasserie führte bei der Eröffnung Apérogerichte mit Kaviar für 31 Franken, Rindsfilet für 65 Franken oder als Dessert eine Käseauswahl für 21 Franken auf.

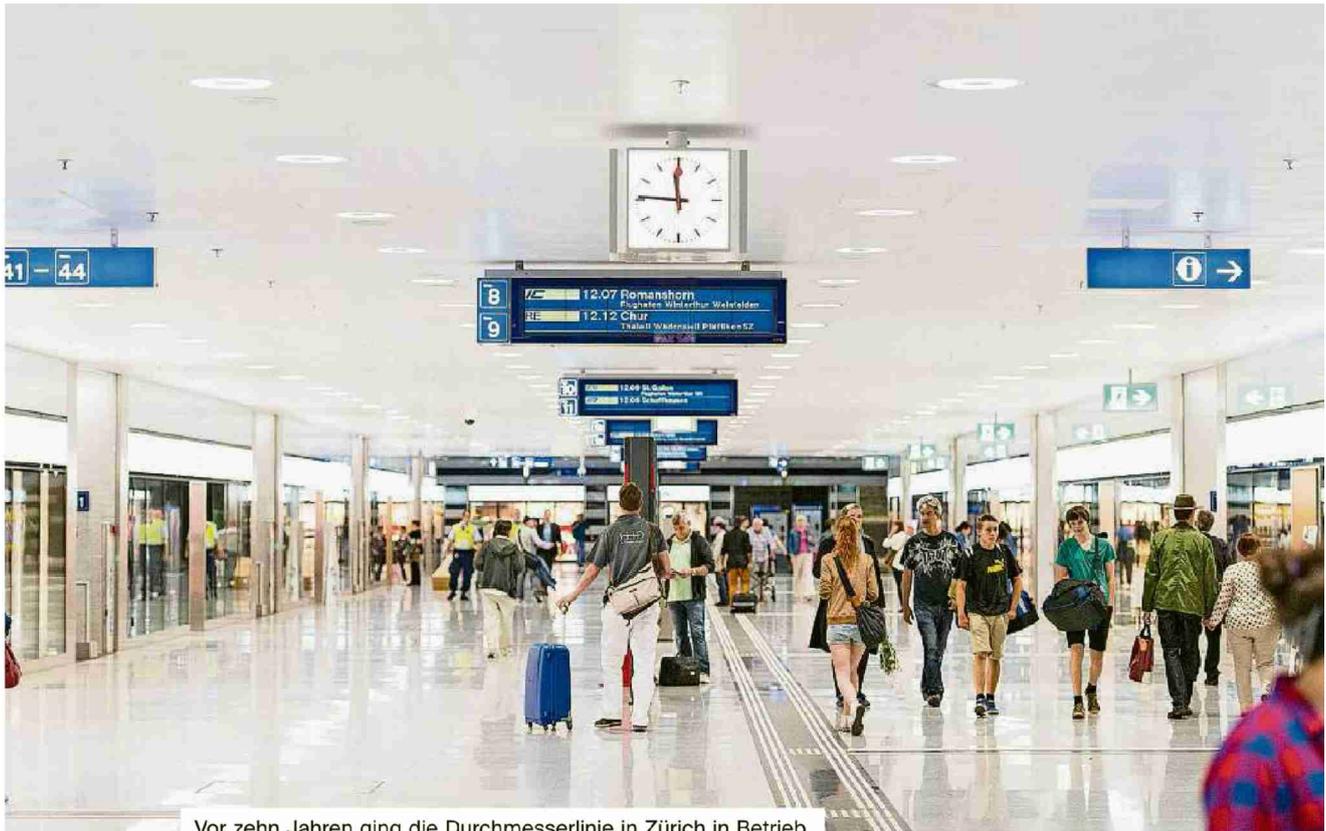
Allerdings dürften die SBB überschätzt haben, wie viele Leute in den Bahnhöfen bereit sind, solche Preise für ihr Essen zu bezahlen. Die ebenfalls neu im Südtrakt präsente, auf Poulet spezialisierte Restaurantkette Yardbird hat in den wenigen Monaten des Bestehens ihrer Bahnhofsfiliale bereits die Preise angepasst und die Öffnungszeiten verkürzt.

Der Chef der neuen Brasserie, Valentin Diem, wiederum sagte diese Woche dem «Tages-Anzeiger», er habe gemerkt, dass die Leute am Bahnhof «preissensibel» seien. Er habe deshalb das Angebot seines Restaurants überarbeitet. Ab Ende dieser Woche soll ein neues Menü eingeführt werden. Zumindest im Gastrobereich stösst die durch die SBB forcierte Genertifizierung an ihre Grenzen.



SBB krepeln Ladenangebot um

Die Bahn lanciert neue Konzepte in ihrem grössten Bahnhof. Das könnte ein Vorbote sein fürs ganze Land.



Vor zehn Jahren ging die Durchmesserlinie in Zürich in Betrieb. Nun tauschen die SBB viele der Läden in der neuen Passage aus.

Bild: Christian Beutler/Keystone (14.7.2014)

Stefan Ehrbar

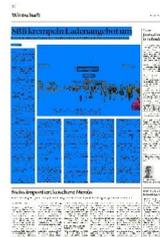
Fast eine halbe Milliarde Franken Umsatz pro Jahr, 200 Geschäfte, Dienstleister und Restaurants, alle geöffnet an sieben Tagen in der Woche: Der Zürcher Hauptbahnhof ist eines der grössten und beliebtesten Shoppingcenter der Schweiz. Vor zehn Jahren wuchs das Einkaufszentrum mit Gleisanschluss noch einmal. Mit der Eröffnung der Durchmesserlinie und dem dazugehörigen Bahn-

hofteil gingen neue Ladenpassagen in Betrieb. Viele ihrer Mieter werden nun aber vor die Tür gestellt.

Die SBB krepeln das Angebot in ihrem grössten Bahnhof nämlich um. Die Mietverträge vieler Läden, die seit 2014 im neuen Teil eingemietet sind, werden nach den ersten zehn Jahren nicht verlängert. Stattdessen setzen die SBB auf mehr Lokalkolorit und Schweizer Premieren. CH Media liegt die Liste der Mieterwechsel vor. In den

nächsten Wochen und Monaten erwarten die täglich etwa 400 000 Nutzerinnen und Nutzer des Bahnhofs – und später möglicherweise auch anderer Bahnhöfe in der Schweiz, falls die Konzepte funktionieren – folgende neue Angebote:

— Der Kioskonzern Valora muss den letzten im HB verbliebenen Laden des Formats Avec räumen. Zum Zug kommt stattdessen der Reisegestronomie Select Service Partner (SSP) aus



London, der im Bahnhof bereits eine Filiale des Formats Pret A Manger betreibt. Er wird den ersten Schweizer Laden seines Convenience-Formats **Point** eröffnen, das auf frische Waren und Reisebedarf setzt. Dies ist speziell, weil Valora bisher der Convenience-Partner der Wahl der SBB gewesen ist. Ein Beobachter geht davon aus, dass SSP künftig auch an anderen Bahnhöfen vermehrt zum Zug kommen könnte, an denen Mieterwechsel anstehen.

— Valora schliesst zudem eine Filiale des Kaffeeformats Spettacolino, die durch eine der Zürcher Kaffee-Kette **Miró** ersetzt wird.

— Eine von zwei HB-Filialen des Migros-Formats Hitzberger macht dem Take-away-Konzept **Ida & Frida** Platz. Dieses SSP-Format kommt ebenfalls erstmals in die Schweiz. Es setzt auf gesunde Verpflegung mit Sandwiches, Wraps und Säften.

— Der italienische Dessousanbieter Intimissimi muss Platz machen. An seiner Stelle zieht die französische Lingeriekette **Etam** in den Hauptbahnhof ein. Intimissimi bleibt mit einem Laden an der Bahnhofstrasse in der Nähe präsent.

— Die **Coop-Filiale** kann ihre Fläche vergrössern.

— Die zweifach im HB vertretene, zu Coop gehörende Sushikette Yooji's gibt einen Standort auf. Stattdessen eröffnet die Zürcher Gastrokette **Wiesner** die erste Filiale ihres neuen For-

mats **Negishi To Go**. Neben klassischem Sushi soll es dort weitere japanische Spezialitäten wie Bento-Boxen oder Nudelsuppen geben, teilt die Firma auf Anfrage mit. Die Sushis würden direkt vor Ort gerollt und seien innert maximal einer Minute servierbereit.

— Der dänische Schmuckanbieter Pandora wird durch eine Filiale des aargauischen Schmucklabels **Sidang** ersetzt. Pandora eröffnet dafür demnächst einen Laden an der Bahnhofstrasse, wie CH Media weiss.

— Der Kuchenladen Cakefriends macht dem Zürcher Getränkeanbieter **The Matcha Club** Platz.

— Etwa Ende 2025 eröffnet der US-Sportartikelhersteller **Nike** zudem einen Flagship-Store.

— Vor kurzem eröffnet wurden neue Läden der Schweizer Gastrokette **Kaisin, House of Momos** und **M-Panada**.

Die SBB teilen mit, sie wollten mit den Wechseln die Take-away-Angebote in den stark frequentierten Bereichen konzentrieren und mit Geschäften kombinieren, deren Angebot auf Pendlerinnen und Pendler ausgerichtet sei. In den ruhigeren Passagen würden hingegen vor allem Ladengeschäfte und Dienstleister platziert.

Die neuen Angebote passen zur Strategie der Bahn, in den grossen Bahnhöfen mehr Platz für lokale Anbieter zu schaffen.

Die Aufwertung soll auch gelingen, indem an passenden Stellen hochwertige Gastronomieangebote geschaffen werden.

Im Südtrakt des Hauptbahnhofs, der vor wenigen Monaten nach einer langjährigen Renovierung wieder eröffnet wurde, mussten die Günstiganbieter Burger King und Nordsee weichen. Stattdessen eröffneten ein Fine-Dining-Restaurant und ein Burgeranbieter, der 23 Franken für einen Burger mit Pommes verlangt. Die Menükarte einer neuen Brasserie führte bei der Eröffnung Apérogerichte mit Kaviar für 31 Franken, Rindsfilet für 65 Franken oder als Dessert eine Käseauswahl für 21 Franken auf.

Allerdings dürften die SBB überschätzt haben, wie viele Leute in den Bahnhöfen bereit sind, solche Preise für ihr Essen zu bezahlen. Die ebenfalls neu im Südtrakt präsente, auf Poulet spezialisierte Restaurantkette Yardbird hat in den wenigen Monaten des Bestehens ihrer Bahnhofsfiliale bereits die Preise angepasst und die Öffnungszeiten verkürzt.

Der Chef der neuen Brasserie, Valentin Diem, wiederum sagte diese Woche dem «Tages-Anzeiger», er habe gemerkt, dass die Leute am Bahnhof «preissensibel» seien. Er habe deshalb das Angebot seines Restaurants überarbeitet. Ab Ende dieser Woche soll ein neues Menü eingeführt werden. Zumindest im Gastrobereich stösst die durch die SBB forcierte Genertifizierung an ihre Grenzen.



SBB krepeln Ladenangebot um

Die Bahn lanciert neue Konzepte in ihrem grössten Bahnhof. Das könnte ein Vorbote sein fürs ganze Land.



Vor zehn Jahren ging die Durchmesserlinie in Zürich in Betrieb. Nun tauschen die SBB viele der Läden in der neuen Passage aus.

Bild: Christian Beutler/Keystone (14.7.2014)

Stefan Ehrbar

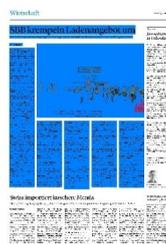
Fast eine halbe Milliarde Franken Umsatz pro Jahr, 200 Geschäfte, Dienstleister und Restaurants, alle geöffnet an sieben Tagen in der Woche: Der Zürcher Hauptbahnhof ist eines der grössten und beliebtesten Shoppingcenter der Schweiz. Vor zehn Jahren wuchs das Einkaufszentrum mit Gleisanschluss noch einmal. Mit der Eröffnung der Durchmesserlinie und dem dazugehörigen Bahn-

hofteil gingen neue Ladenpassagen in Betrieb. Viele ihrer Mieter werden nun aber vor die Tür gestellt.

Die SBB krepeln das Angebot in ihrem grössten Bahnhof nämlich um. Die Mietverträge vieler Läden, die seit 2014 im neuen Teil eingemietet sind, werden nach den ersten zehn Jahren nicht verlängert. Stattdessen setzen die SBB auf mehr Lokalkolorit und Schweizer Premieren. CH Media liegt die Liste der Mieterwechsel vor. In den

nächsten Wochen und Monaten erwarten die täglich etwa 400 000 Nutzerinnen und Nutzer des Bahnhofs – und später möglicherweise auch anderer Bahnhöfe in der Schweiz, falls die Konzepte funktionieren – folgende neue Angebote:

— Der Kioskonzern Valora muss den letzten im HB verbliebenen Laden des Formats Avec räumen. Zum Zug kommt stattdessen der Reisegeborie Se-



lect Service Partner (SSP) aus London, der im Bahnhof bereits eine Filiale des Formats Pret A Manger betreibt. Er wird den ersten Schweizer Laden seines Convenience-Formats **Point** eröffnen, das auf frische Waren und Reisebedarf setzt. Dies ist speziell, weil Valora bisher der Convenience-Partner der Wahl der SBB gewesen ist. Ein Beobachter geht davon aus, dass SSP künftig auch an anderen Bahnhöfen vermehrt zum Zug kommen könnte, an denen Mieterwechsel anstehen.

— Valora schliesst zudem eine Filiale des Kaffeeformats Spettacolino, die durch eine der Zürcher Kaffeekekette **Miró** ersetzt wird.

— Eine von zwei HB-Filialen des Migros-Formats Hitzberger macht dem Take-away-Konzept **Ida & Frida** Platz. Dieses SSP-Format kommt ebenfalls erstmals in die Schweiz. Es setzt auf gesunde Verpflegung mit Sandwiches, Wraps und Säften.

— Der italienische Dessousanbieter Intimissimi muss Platz machen. An seiner Stelle zieht die französische Lingeriekette **Etam** in den Hauptbahnhof ein. Intimissimi bleibt mit einem Laden an der Bahnhofstrasse in der Nähe präsent.

— Die **Coop-Filiale** kann ihre Fläche vergrössern.

— Die zweifach im HB vertretene, zu Coop gehörende Sushikette Yooji's gibt einen Standort auf. Stattdessen eröffnet die Zürcher Gastrokette **Wiesner** die erste Filiale ihres neuen For-

mats **Negishi To Go**. Neben klassischem Sushi soll es dort weitere japanische Spezialitäten wie Bento-Boxen oder Nudelsuppen geben, teilt die Firma auf Anfrage mit. Die Sushis würden direkt vor Ort gerollt und seien innert maximal einer Minute servierbereit.

— Der dänische Schmuckanbieter Pandora wird durch eine Filiale des aargauischen Schmucklabels **Sidang** ersetzt. Pandora eröffnet dafür demnächst einen Laden an der Bahnhofstrasse, wie CH Media weiss.

— Der Kuchenladen Cakefriends macht dem Zürcher Getränkeanbieter **The Matcha Club** Platz.

— Etwa Ende 2025 eröffnet der US-Sportartikelhersteller **Nike** zudem einen Flagship-Store.

— Vor kurzem eröffnet wurden neue Läden der Schweizer Gastrokette **Kaisin, House of Momos** und **M-Panada**.

Die SBB teilen mit, sie wollten

mit den Wechseln die Take-away-Angebote in den stark frequentierten Bereichen konzentrieren und mit Geschäften kombinieren, deren Angebot auf Pendlerinnen und Pendler ausgerichtet sei. In den ruhigeren Passagen würden hingegen vor allem Ladengeschäfte und Dienstleister platziert.

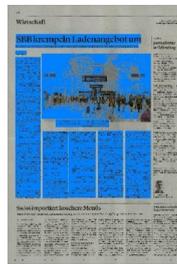
Die neuen Angebote passen zur Strategie der Bahn, in den grossen Bahnhöfen mehr Platz für lokale Anbieter zu schaffen.

Die Aufwertung soll auch gelingen, indem an passenden Stellen hochwertige Gastronomieangebote geschaffen werden.

Im Südtrakt des Hauptbahnhofs, der vor wenigen Monaten nach einer langjährigen Renovierung wieder eröffnet wurde, mussten die Günstiganbieter Burger King und Nordsee weichen. Stattdessen eröffneten ein Fine-Dining-Restaurant und ein Burgeranbieter, der 23 Franken für einen Burger mit Pommes verlangt. Die Menükarte einer neuen Brasserie führte bei der Eröffnung Apérogerichte mit Kaviar für 31 Franken, Rindsfilet für 65 Franken oder als Dessert eine Käseauswahl für 21 Franken auf.

Allerdings dürften die SBB überschätzt haben, wie viele Leute in den Bahnhöfen bereit sind, solche Preise für ihr Essen zu bezahlen. Die ebenfalls neu im Südtrakt präsente, auf Poulet spezialisierte Restaurantkette **Yardbird** hat in den wenigen Monaten des Bestehens ihrer Bahnhofsfiliale bereits die Preise angepasst und die Öffnungszeiten verkürzt.

Der Chef der neuen Brasserie, Valentin Diem, wiederum sagte diese Woche dem «Tages-Anzeiger», er habe gemerkt, dass die Leute am Bahnhof «preissensibel» seien. Er habe deshalb das Angebot seines Restaurants überarbeitet. Ab Ende dieser Woche soll ein neues Menü eingeführt werden. Zumindest im Gastrobereich stösst die durch die SBB forcierte Gentrifizierung an ihre Grenzen.



SBB krepeln Ladenangebot um

Die Bahn lanciert neue Konzepte in ihrem grössten Bahnhof. Das könnte ein Vorbote sein fürs ganze Land.

Stefan Ehrbar

Fast eine halbe Milliarde Franken Umsatz pro Jahr, 200 Geschäfte, Dienstleister und Restaurants, alle geöffnet an sieben Tagen in der Woche: Der Zürcher Hauptbahnhof ist eines der grössten und beliebtesten Shoppingcenter der Schweiz. Vor zehn Jahren wuchs das Einkaufszentrum mit Gleisanschluss noch einmal. Mit der Eröffnung der Durchmesserlinie und dem dazugehörigen Bahnhofteil gingen neue Ladenpassagen in Betrieb. Viele ihrer Mieter werden nun aber vor die Tür gestellt.

Die SBB krepeln das Angebot in ihrem grössten Bahnhof nämlich um. Die Mietverträge vieler Läden, die seit 2014 im neuen Teil eingemietet sind, werden nach den ersten zehn Jahren nicht verlängert. Stattdessen setzen die SBB auf mehr Lokalkolorit und Schweizer Premieren. CH Media liegt die Liste der Mieterwechsel vor. In den nächsten Wochen und Monaten erwarten die täglich etwa 400 000 Nutzerinnen und Nutzer des Bahnhofs – und später möglicherweise auch anderer Bahnhöfe in der Schweiz, falls die Konzepte funktionieren – folgende neue Angebote:

– Der Kioskkonzern Valora muss den letzten im HB verbliebenen Laden des Formats Avec räumen. Zum Zug kommt stattdessen der Reisegestronomie Select Service Partner (SSP) aus

London, der im Bahnhof bereits eine Filiale des Formats Pret A Manger betreibt. Er wird den ersten Schweizer Laden seines Convenience-Formats **Point** eröffnen, das auf frische Waren und Reisebedarf setzt. Dies ist speziell, weil Valora bisher der Convenience-Partner der Wahl der SBB gewesen ist. Ein Beobachter geht davon aus, dass SSP künftig auch an anderen Bahnhöfen vermehrt zum Zug kommen könnte, an denen Mieterwechsel anstehen.

– Valora schliesst zudem eine Filiale des Kaffeeformats Spettacolino, die durch eine der Zürcher Kaffeekeite **Miró** ersetzt wird.

– Eine von zwei HB-Filialen des Migros-Formats Hitzberger macht dem Take-away-Konzept **Ida & Frida** Platz. Dieses SSP-Format kommt ebenfalls erstmals in die Schweiz. Es setzt auf gesunde Verpflegung mit Sandwiches, Wraps und Säften.

– Der italienische Dessousanbieter Intimissimi muss Platz machen. An seiner Stelle zieht die französische Lingeriekeite **Etam** in den Hauptbahnhof ein. Intimissimi bleibt mit einem Laden an der Bahnhofstrasse in der Nähe präsent.

– Die **Coop-Filiale** kann ihre Fläche vergrössern.

– Die zweifach im HB vertretene, zu Coop gehörende Sushikeite **Yooji's** gibt einen Standort auf. Stattdessen eröffnet die

Zürcher Gastrokette **Wiesner** die erste Filiale ihres neuen Formats **Negishi To Go**. Neben klassischem Sushi soll es dort weitere japanische Spezialitäten

wie Bento-Boxen oder Nudelsuppen geben, teilt die Firma auf Anfrage mit. Die Sushis würden direkt vor Ort gerollt und seien innert maximal einer Minute servierbereit.

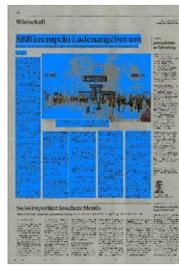
– Der dänische Schmuckanbieter Pandora wird durch eine Filiale des aargauischen Schmucklabels **Sidang** ersetzt. Pandora eröffnet dafür demnächst einen Laden an der Bahnhofstrasse, wie CH Media weiss.

– Der Kuchenladen **Cakefriends** macht dem Zürcher Getränkeanbieter **The Matcha Club** Platz.

– Etwa Ende 2025 eröffnet der US-Sportartikelhersteller **Nike** zudem einen Flagship-Store.

– Vor kurzem eröffnet wurden neue Läden der Schweizer Gastrokette **Kaisin**, **House of Momo** und **M-Panada**.

Die SBB teilen mit, sie wollten mit den Wechseln die Take-away-Angebote in den stark frequentierten Bereichen konzentrieren und mit Geschäften kombinieren, deren Angebot auf Pendlerinnen und Pendler ausgerichtet sei. In den ruhigeren Passagen würden hingegen vor allem Ladengeschäfte und



Dienstleister platziert.

Die neuen Angebote passen zur Strategie der Bahn, in den grossen Bahnhöfen mehr Platz für lokale Anbieter zu schaffen. Die Aufwertung soll auch gelingen, indem an passenden Stellen hochwertige Gastronomieangebote geschaffen werden.

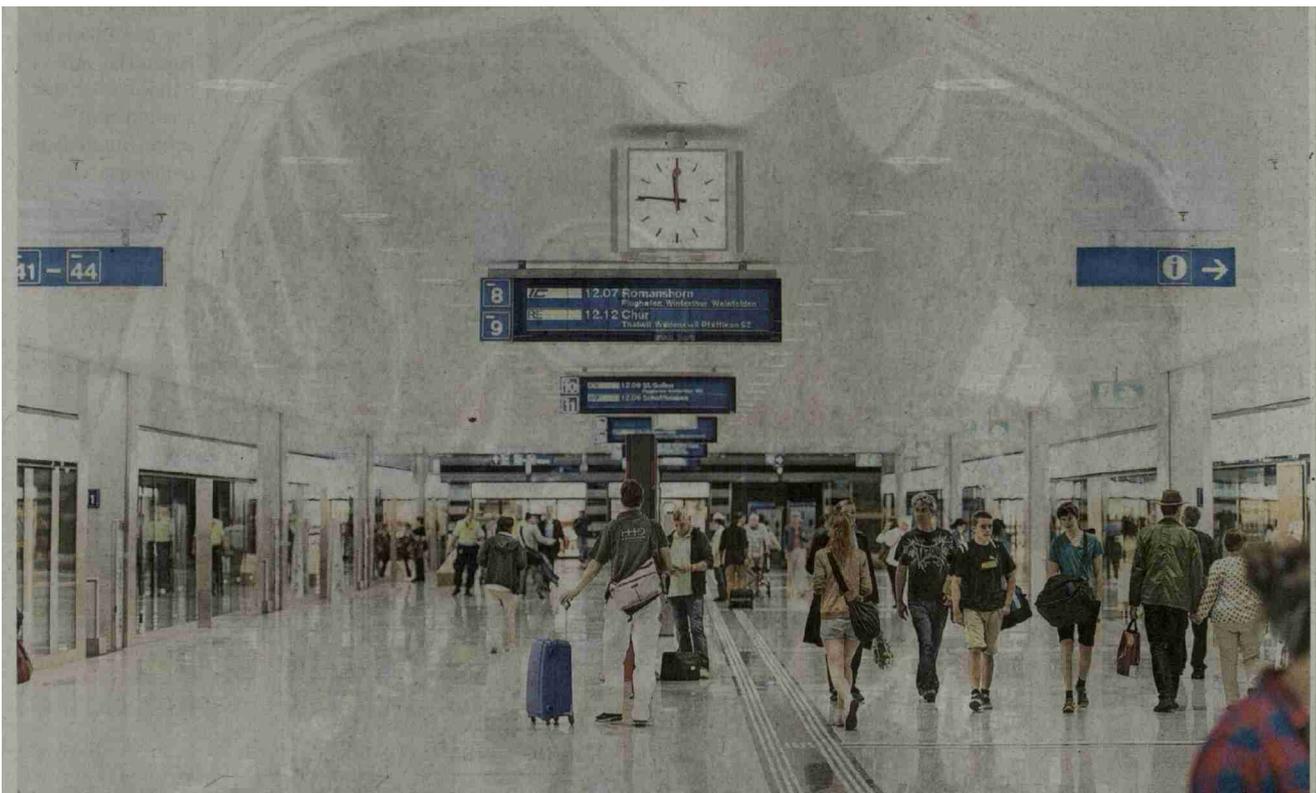
Im Südtrakt des Hauptbahnhofs, der vor wenigen Monaten nach einer langjährigen Renovierung wieder eröffnet wurde, mussten die Günstiganbieter Burger King und Nordsee weichen. Stattdessen eröffneten ein Fine-Dining-Restaurant und ein

Burgeranbieter, der 23 Franken für einen Burger mit Pommes verlangt. Die Menükarte einer neuen Brasserie führte bei der Eröffnung Apérogerichte mit Kaviar für 31 Franken, Rindsfilet für 65 Franken oder als Dessert eine Käseauswahl für 21 Franken auf.

Allerdings dürften die SBB überschätzt haben, wie viele Leute in den Bahnhöfen bereit sind, solche Preise für ihr Essen zu bezahlen. Die ebenfalls neu im Südtrakt präsente, auf Poulet spezialisierte Restaurantkette Yardbird hat in den wenigen Monaten des Bestehens ihrer

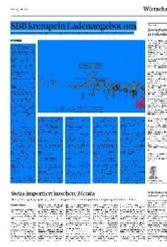
Bahnhofsfiliale bereits die Preise angepasst und die Öffnungszeiten verkürzt.

Der Chef der neuen Brasserie, Valentin Diem, wiederum sagte diese Woche dem «Tages-Anzeiger», er habe gemerkt, dass die Leute am Bahnhof «preissensibel» seien. Er habe deshalb das Angebot seines Restaurants überarbeitet. Ab Ende dieser Woche soll ein neues Menü eingeführt werden. Zumindest im Gastrobereich stösst die durch die SBB forcierte Genertifizierung an ihre Grenzen.



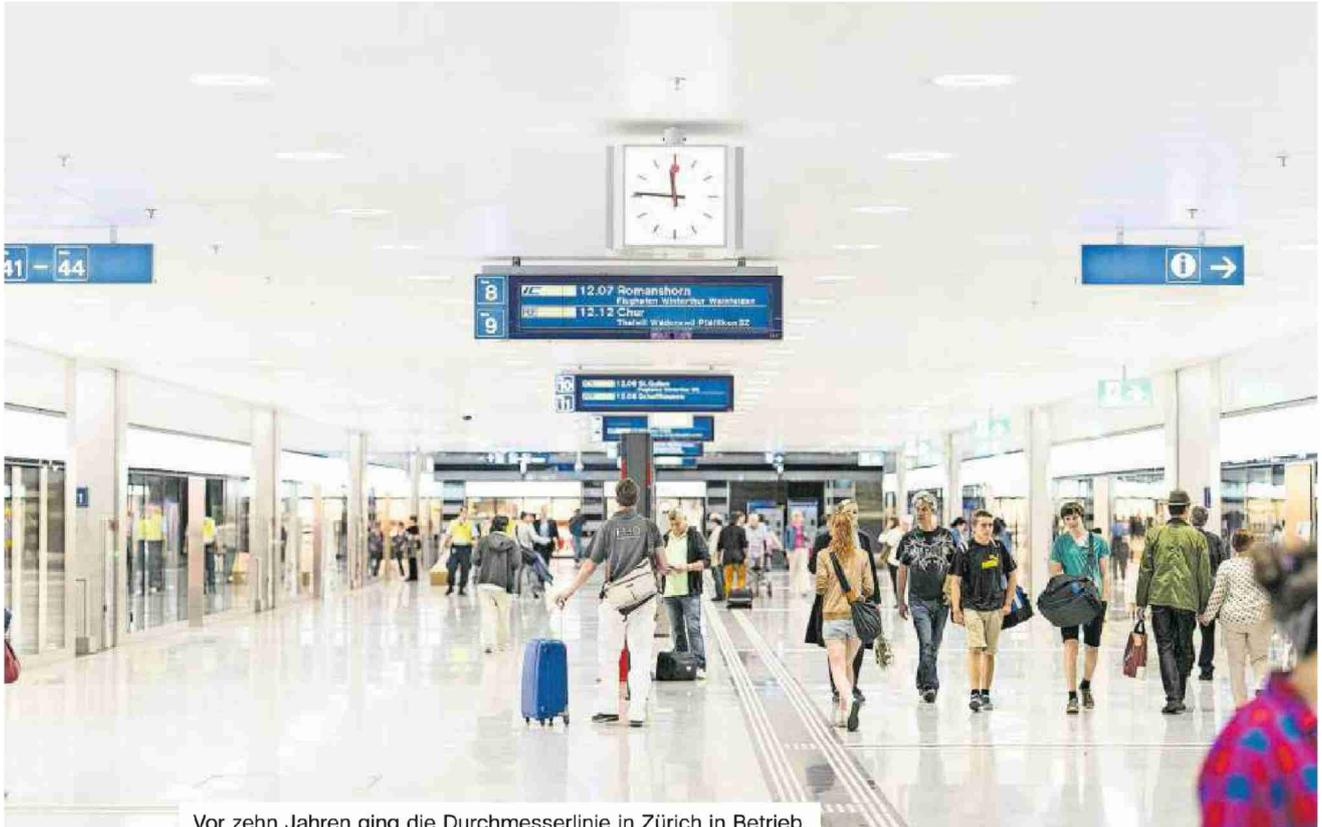
Vor zehn Jahren ging die Durchmesserlinie in Zürich in Betrieb. Nun tauschen die SBB viele der Läden in der neuen Passage aus.

Bild: Christian Beutler/Keystone (14.7.2014)



SBB krepeln Ladenangebot um

Die Bahn lanciert neue Konzepte in ihrem grössten Bahnhof. Das könnte ein Vorbote sein fürs ganze Land.



Vor zehn Jahren ging die Durchmesserlinie in Zürich in Betrieb. Nun tauschen die SBB viele der Läden in der neuen Passage aus.

Bild: Christian Beutler/Keystone (14.7.2014)

Stefan Ehrbar

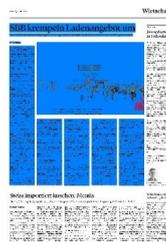
Fast eine halbe Milliarde Franken Umsatz pro Jahr, 200 Geschäfte, Dienstleister und Restaurants, alle geöffnet an sieben Tagen in der Woche: Der Zürcher Hauptbahnhof ist eines der grössten und beliebtesten Shoppingcenter der Schweiz. Vor zehn Jahren wuchs das Einkaufszentrum mit Gleisanschluss noch einmal. Mit der Eröffnung der Durchmesserlinie und dem dazugehörigen Bahnhofteil gingen neue Ladenpas-

sagen in Betrieb. Viele ihrer Mieter werden nun aber vor die Tür gestellt.

Die SBB krepeln das Angebot in ihrem grössten Bahnhof nämlich um. Die Mietverträge vieler Läden, die seit 2014 im neuen Teil eingemietet sind, werden nach den ersten zehn Jahren nicht verlängert. Stattdessen setzen die SBB auf mehr Lokalkolorit und Schweizer Premieren. CH Media liegt die Liste der Mieterwechsel vor. In den nächsten Wochen und Monaten

erwarten die täglich etwa 400 000 Nutzerinnen und Nutzer des Bahnhofs – und später möglicherweise auch anderer Bahnhöfe in der Schweiz, falls die Konzepte funktionieren – folgende neue Angebote:

– Der Kioskkonzern Valora muss den letzten im HB verbliebenen Laden des Formats Avec räumen. Zum Zug kommt stattdessen der Reisegastronomie Select Service Partner (SSP) aus



London, der im Bahnhof bereits eine Filiale des Formats Pret A Manger betreibt. Er wird den ersten Schweizer Laden seines Convenience-Formats **Point** eröffnen, das auf frische Waren und Reisebedarf setzt. Dies ist speziell, weil Valora bisher der Convenience-Partner der Wahl der SBB gewesen ist. Ein Beobachter geht davon aus, dass SSP künftig auch an anderen Bahnhöfen vermehrt zum Zug kommen könnte, an denen Mieterwechsel anstehen.

— Valora schliesst zudem eine Filiale des Kaffeeformats Spettacolino, die durch eine der Zürcher Kaffee-Kette **Miró** ersetzt wird.
— Eine von zwei HB-Filialen des Migros-Formats Hitzberger macht dem Take-away-Konzept **Ida & Frida** Platz. Dieses SSP-Format kommt ebenfalls erstmals in die Schweiz. Es setzt auf gesunde Verpflegung mit Sandwiches, Wraps und Säften.

— Der italienische Dessousanbieter Intimissimi muss Platz machen. An seiner Stelle zieht die französische Lingeriekette **Etam** in den Hauptbahnhof ein. Intimissimi bleibt mit einem Laden an der Bahnhofstrasse in der Nähe präsent.

— Die **Coop-Filiale** kann ihre Fläche vergrössern.

— Die zweifach im HB vertretene, zu Coop gehörende Sushikette Yooji's gibt einen Standort auf. Stattdessen eröffnet die Zürcher Gastrokette **Wiesner** die erste Filiale ihres neuen For-

mats **Negishi To Go**. Neben klassischem Sushi soll es dort weitere japanische Spezialitäten wie Bento-Boxen oder Nudelsuppen geben, teilt die Firma auf Anfrage mit. Die Sushis würden direkt vor Ort gerollt und seien innert maximal einer Minute servierbereit.

— Der dänische Schmuckanbieter Pandora wird durch eine Filiale des aargauischen Schmucklabels **Sidang** ersetzt. Pandora eröffnet dafür demnächst einen Laden an der Bahnhofstrasse, wie CH Media weiss.

— Der Kuchenladen Cakefriends macht dem Zürcher Getränkeanbieter **The Matcha Club** Platz.

— Etwa Ende 2025 eröffnet der US-Sportartikelhersteller **Nike** zudem einen Flagship-Store.

— Vor kurzem eröffnet wurden neue Läden der Schweizer Gastrokette **Kaisin, House of Momo** und **M-Panada**.

Die SBB teilen mit, sie wollten mit den Wechsels die Take-away-Angebote in den stark frequentierten Bereichen konzentrieren und mit Geschäften kombinieren, deren Angebot auf Pendlerinnen und Pendler ausgerichtet sei. In den ruhigeren Passagen würden hingegen vor allem Ladengeschäfte und Dienstleister platziert.

Die neuen Angebote passen zur Strategie der Bahn, in den grossen Bahnhöfen mehr Platz für lokale Anbieter zu schaffen.

Die Aufwertung soll auch gelingen, indem an passenden Stellen hochwertige Gastronomieangebote geschaffen werden.

Im Südtrakt des Hauptbahnhofs, der vor wenigen Monaten nach einer langjährigen Renovierung wieder eröffnet wurde, mussten die Günstiganbieter Burger King und Nordsee weichen. Stattdessen eröffneten ein Fine-Dining-Restaurant und ein Burgeranbieter, der 23 Franken für einen Burger mit Pommes verlangt. Die Menükarte einer neuen Brasserie führte bei der Eröffnung Apérogerichte mit Kaviar für 31 Franken, Rindsfilet für 65 Franken oder als Dessert eine Käseauswahl für 21 Franken auf.

Allerdings dürften die SBB überschätzt haben, wie viele Leute in den Bahnhöfen bereit sind, solche Preise für ihr Essen zu bezahlen. Die ebenfalls neu im Südtrakt präsent, auf Poulet spezialisierte Restaurantkette Yardbird hat in den wenigen Monaten des Bestehens ihrer Bahnhofsfiliale bereits die Preise angepasst und die Öffnungszeiten verkürzt.

Der Chef der neuen Brasserie, Valentin Diem, wiederum sagte diese Woche dem «Tages-Anzeiger», er habe gemerkt, dass die Leute am Bahnhof «preissensibel» seien. Er habe deshalb das Angebot seines Restaurants überarbeitet. Ab Ende dieser Woche soll ein neues Menü eingeführt werden. Zumindest im Gastrobereich stösst die durch die SBB forcierte Gentrifizierung an ihre Grenzen.

SBB krepeln Ladenangebot um

Die Bahn lanciert neue Konzepte in ihrem grössten Bahnhof. Das könnte ein Vorbote sein fürs ganze Land.
Stefan Ehrbar



Vor zehn Jahren ging die Durchmesserlinie in Zürich in Betrieb. Nun tauschen die SBB viele der Läden in der Passage aus. BILD KEY

ZÜRICH. Fast eine halbe Milliarde Franken Umsatz pro Jahr, 200 Geschäfte, Dienstleister und Restaurants, alle geöffnet an sieben Tagen in der Woche: Der Zürcher Hauptbahnhof ist eines der grössten und beliebtesten Shoppingcenter der Schweiz. Vor zehn Jahren wuchs das Einkaufszentrum mit Gleisanschluss noch einmal. Mit der Eröffnung der Durchmesserlinie und dem dazugehörigen Bahnhofteil gingen neue Ladenpassagen in Betrieb. Viele ihrer Mieter werden nun aber vor die Tür gestellt.

Die SBB krepeln das Angebot in ihrem grössten Bahnhof nämlich um. Die Mietverträge vieler Läden, die seit 2014 im neuen Teil eingemietet sind, werden nach den ersten zehn Jahren nicht verlängert. Stattdessen setzen die SBB auf mehr Lokal-

kolorit und Schweizer Premieren. Dieser Zeitung liegt die Liste der Mieterwechsel vor. In den nächsten Wochen und Monaten erwarten die täglich etwa 400 000 Nutzerinnen und Nutzer des Bahnhofs – und später möglicherweise auch anderer Bahnhöfe in der Schweiz, falls die Konzepte funktionieren – folgende neuen Angebote:

- Der Kioskkonzern Valora muss den letzten im HB verbliebenen Laden des Formats Avec räumen. Zum Zug kommt stattdessen der Reiseastroriese Select Service Partner (SSP) aus London, der im Bahnhof bereits eine Filiale des Formats Pret A Manger betreibt. Er wird den ersten Schweizer Laden seines Convenience-Formats **Point** eröffnen, das auf frische Waren und Reisebedarf setzt. Dies ist speziell,



weil Valora bisher der Convenience-Partner der Wahl der SBB gewesen ist. Ein Beobachter geht davon aus, dass SSP künftig auch an anderen Bahnhöfen vermehrt zum Zug kommen könnte, an denen Mieterwechsel anstehen.

■ Valora schliesst zudem eine Filiale des Kaffeeformats Spettacolino, die durch eine der Zürcher Kaffeekeite **Miró** ersetzt wird.

■ Eine von zwei HB-Filialen des Migros-Formats Hitzberger macht dem Take-away-Konzept **Ida & Frida** Platz. Dieses SSP-Format kommt ebenfalls erstmals in die Schweiz. Es setzt auf gesunde Verpflegung mit Sandwiches, Wraps und Säften.

■ Der italienische Dessousanbieter Intimissimi muss Platz machen. An seiner Stelle zieht die französische Lingeriekeite **Etam** in den Hauptbahnhof ein. Intimissimi bleibt mit einem Laden an der Bahnhofstrasse in der Nähe präsent.

■ Die **Coop-Filiale** kann ihre derzeitige Fläche vergrössern.

■ Die zweifach im HB vertretene, zu Coop gehörende Sushi-Kette Yooji's gibt einen Standort auf. Stattdessen eröffnet die Zürcher Gastrokette **Wiesner** die erste Filiale ihres neuen Formats **Negishi To Go**. Neben klassischem Sushi soll es dort weitere japanische Spezialitäten wie Bento-Boxen oder Nudelsuppen geben, teilt die Firma auf Anfrage mit. Die Sushis würden direkt vor Ort gerollt und seien innert maximal einer Minute servierbereit.

■ Der dänische Schmuckanbieter Pandora wird durch eine Filiale des aargauischen Schmucklabels **Sidang** ersetzt. Pandora eröffnet dafür demnächst einen Laden an der Bahnhofstrasse, wie diese Zeitung weiss.

■ Der Kuchenladen **Cake-friends** macht dem Zürcher Getränkeanbieter **The Matcha Club** Platz.

■ Etwa Ende 2025 eröffnet der US-Sportartikelhersteller **Nike** zudem einen Flagship-Store.

■ Vor Kurzem eröffnet wurden neue Läden der Schweizer Gastrokette **Kaisin**, **House of Momos** und **M-Panada**.

Die SBB teilen mit, sie wollten mit den Wechseln die Take-away-Angebote in den stark frequentierten Bereichen konzentrieren und mit Geschäften kombinieren, deren Angebot auf Pendlerinnen und Pendler ausgerichtet sei. In den ruhigeren Passagen würden hingegen vor allem Ladengeschäfte und Dienstleister platziert.

Die neuen Angebote passen zur Strategie der Bahn, in den grossen Bahnhöfen mehr Platz für lokale Anbieter zu schaffen. Die Aufwertung soll auch gelingen, indem an passenden Stellen hochwertige Gastronomieangebote geschaffen werden.

Im Südtrakt des Hauptbahnhofs, der vor wenigen Monaten nach einer langjährigen Renovierung wieder eröffnet wurde, mussten die Günstiganbieter Burger King und Nordsee weichen. Stattdessen eröffneten ein Fine-Dining-Restaurant und ein Burgeranbieter, der 23 Franken für einen Burger mit Pommes verlangt. Die Menükarte einer neuen Brasserie führte bei der Eröffnung Apérogerichte mit Kaviar für 31 Franken, Rindsfilet für 65 Franken oder als Dessert eine Käseauswahl für 21 Franken auf.

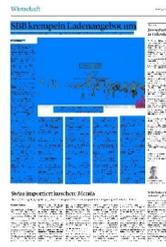
Allerdings dürften die SBB überschätzt haben, wie viele Leute in den Bahnhöfen bereit sind, solche Preise für ihr Essen zu bezahlen. Die ebenfalls neu im Südtrakt präsente, auf Poulet spezialisierte Restaurantkette **Yardbird** hat in den wenigen Monaten des Bestehens ihrer Bahnhofsfiliale bereits die Preise angepasst und die Öffnungszeiten verkürzt.

Der Chef der neuen Brasserie, Valentin Diem, wiederum sagte diese Woche dem «Tages-Anzeiger», er habe gemerkt, dass die Leute am Bahnhof «preissensibel» seien. Er habe deshalb das Angebot seines Restaurants überarbeitet. Ab Ende dieser Woche soll ein neues Menü eingeführt werden. Zumindest im Gastrobereich stösst



die durch die SBB forcierte Gentrifizierung an ihre Grenzen.

Die neuen Angebote passen zur Strategie der Bahn, in den grossen Bahnhöfen mehr Platz für lokale Anbieter zu schaffen.



SBB krepeln Ladenangebot um

Die Bahn lanciert neue Konzepte in ihrem grössten Bahnhof. Das könnte ein Vorbote sein fürs ganze Land.



Vor zehn Jahren ging die Durchmesserlinie in Zürich in Betrieb. Nun tauschen die SBB viele der Läden in der neuen Passage aus.

Bild: Christian Beutler/Keystone (14.7.2014)

Stefan Ehrbar

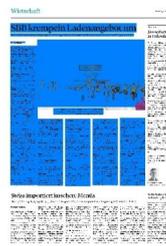
Fast eine halbe Milliarde Franken Umsatz pro Jahr, 200 Geschäfte, Dienstleister und Restaurants, alle geöffnet an sieben Tagen in der Woche: Der Zürcher Hauptbahnhof ist eines der grössten und beliebtesten Shoppingcenter der Schweiz. Vor zehn Jahren wuchs das Einkaufszentrum mit Gleisanschluss noch einmal. Mit der Eröffnung der Durchmesserlinie und dem dazugehörigen Bahn-

hofteil gingen neue Ladenpassagen in Betrieb. Viele ihrer Mieter werden nun aber vor die Tür gestellt.

Die SBB krepeln das Angebot in ihrem grössten Bahnhof nämlich um. Die Mietverträge vieler Läden, die seit 2014 im neuen Teil eingemietet sind, werden nach den ersten zehn Jahren nicht verlängert. Stattdessen setzen die SBB auf mehr Lokalkolorit und Schweizer Pre-

mieren. CH Media liegt die Liste der Mieterwechsel vor. In den nächsten Wochen und Monaten erwarten die täglich etwa 400 000 Nutzerinnen und Nutzer des Bahnhofs – und später möglicherweise auch anderer Bahnhöfe in der Schweiz, falls die Konzepte funktionieren – folgende neue Angebote:

– Der Kioskkonzern Valora muss den letzten im HB verblie-



benen Laden des Formats Avec räumen. Zum Zug kommt stattdessen der Reisegastronomie Select Service Partner (SSP) aus London, der im Bahnhof bereits eine Filiale des Formats Pret A Manger betreibt. Er wird den ersten Schweizer Laden seines Convenience-Formats **Point** eröffnen, das auf frische Waren und Reisebedarf setzt. Dies ist speziell, weil Valora bisher der Convenience-Partner der Wahl der SBB gewesen ist. Ein Beobachter geht davon aus, dass SSP künftig auch an anderen Bahnhöfen vermehrt zum Zug kommen könnte, an denen Mieterwechsel anstehen.

— Valora schliesst zudem eine Filiale des Kaffeeformats Spettacolino, die durch eine der Zürcher Kaffeekekette **Miró** ersetzt wird.

— Eine von zwei HB-Filialen des Migros-Formats Hitzberger macht dem Take-away-Konzept **Ida & Frida** Platz. Dieses SSP-Format kommt ebenfalls erstmals in die Schweiz. Es setzt auf gesunde Verpflegung mit Sandwiches, Wraps und Säften.

— Der italienische Dessousanbieter Intimissimi muss Platz machen. An seiner Stelle zieht die französische Lingeriekette **Etam** in den Hauptbahnhof ein. Intimissimi bleibt mit einem Laden an der Bahnhofstrasse in der Nähe präsent.

— Die **Coop-Filiale** kann ihre Fläche vergrössern.

— Die zweifach im HB vertretene, zu Coop gehörende Sushi-Kette Yooji's gibt einen Standort auf. Stattdessen eröffnet die

Zürcher Gastrokette **Wiesner** die erste Filiale ihres neuen Formats **Negishi To Go**. Neben klassischem Sushi soll es dort weitere japanische Spezialitäten wie Bento-Boxen oder Nudelsuppen geben, teilt die Firma auf Anfrage mit. Die Sushis würden direkt vor Ort gerollt und seien innert maximal einer Minute servierbereit.

— Der dänische Schmuckanbieter Pandora wird durch eine Filiale des aargauischen Schmucklabels **Sidang** ersetzt. Pandora eröffnet dafür demnächst einen Laden an der Bahnhofstrasse, wie CH Media weiss.

— Der Kuchenladen Cakefriends macht dem Zürcher Getränkeanbieter **The Matcha Club** Platz.

— Etwa Ende 2025 eröffnet der US-Sportartikelhersteller **Nike** zudem einen Flagship-Store.

— Vor kurzem eröffnet wurden neue Läden der Schweizer Gastrokette **Kaisin, House of Momos** und **M-Panada**.

Die SBB teilen mit, sie wollten

mit den Wechseln die Take-away-Angebote in den stark frequentierten Bereichen konzentrieren und mit Geschäften kombinieren, deren Angebot auf Pendlerinnen und Pendler ausgerichtet sei. In den ruhigeren Passagen würden hingegen vor allem Ladengeschäfte und Dienstleister platziert.

Die neuen Angebote passen zur Strategie der Bahn, in den grossen Bahnhöfen mehr Platz

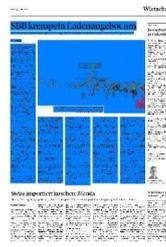
für lokale Anbieter zu schaffen. Die Aufwertung soll auch gelingen, indem an passenden Stellen hochwertige Gastronomieangebote geschaffen werden.

Im Südtrakt des Hauptbahnhofs, der vor wenigen Monaten nach einer langjährigen Renovierung wieder eröffnet wurde, mussten die Günstigbieten Burger King und Nordsee weichen. Stattdessen eröffneten ein Fine-Dining-Restaurant und ein Burgeranbieter, der 23 Franken für einen Burger mit Pommes verlangt. Die Menükarte einer neuen Brasserie führte bei der

Eröffnung Apérogerichte mit Kaviar für 31 Franken, Rindsfilet für 65 Franken oder als Dessert eine Käseauswahl für 21 Franken auf.

Allerdings dürften die SBB überschätzt haben, wie viele Leute in den Bahnhöfen bereit sind, solche Preise für ihr Essen zu bezahlen. Die ebenfalls neu im Südtrakt präsente, auf Poulet spezialisierte Restaurantkette Yardbird hat in den wenigen Monaten des Bestehens ihrer Bahnhofsfiliale bereits die Preise angepasst und die Öffnungszeiten verkürzt.

Der Chef der neuen Brasserie, Valentin Diem, wiederum sagte diese Woche dem «Tages-Anzeiger», er habe gemerkt, dass die Leute am Bahnhof «preissensibel» seien. Er habe deshalb das Angebot seines Restaurants überarbeitet. Ab Ende dieser Woche soll ein neues Menü eingeführt werden. Zumindest im Gastrobereich stösst die durch die SBB forcierte Gentrifizierung an ihre Grenzen.



SBB krepeln Ladenangebot um

Die Bahn lanciert neue Konzepte in ihrem grössten Bahnhof. Das könnte ein Vorbote sein fürs ganze Land.



Vor zehn Jahren ging die Durchmesserlinie in Zürich in Betrieb. Nun tauschen die SBB viele der Läden in der neuen Passage aus.

Bild: Christian Beutler/Keystone (14.7.2014)

Stefan Ehrbar

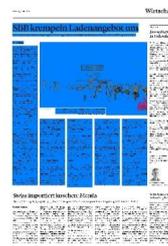
Fast eine halbe Milliarde Franken Umsatz pro Jahr, 200 Geschäfte, Dienstleister und Restaurants, alle geöffnet an sieben Tagen in der Woche: Der Zürcher Hauptbahnhof ist eines der grössten und beliebtesten Shoppingcenter der Schweiz. Vor zehn Jahren wuchs das Einkaufszentrum mit Gleisanschluss noch einmal. Mit der Eröffnung der Durchmesserlinie und dem dazugehörigen Bahn-

hofteil gingen neue Ladenpassagen in Betrieb. Viele ihrer Mieter werden nun aber vor die Tür gestellt.

Die SBB krepeln das Angebot in ihrem grössten Bahnhof nämlich um. Die Mietverträge vieler Läden, die seit 2014 im neuen Teil eingemietet sind, werden nach den ersten zehn Jahren nicht verlängert. Stattdessen setzen die SBB auf mehr Lokalkolorit und Schweizer Premieren. CH Media liegt die Liste der Mieterwechsel vor. In den

nächsten Wochen und Monaten erwarten die täglich etwa 400 000 Nutzerinnen und Nutzer des Bahnhofs – und später möglicherweise auch anderer Bahnhöfe in der Schweiz, falls die Konzepte funktionieren – folgende neue Angebote:

— Der Kioskonzern Valora muss den letzten im HB verbliebenen Laden des Formats Avenir räumen. Zum Zug kommt stattdessen der Reisegastronomie Se-



lect Service Partner (SSP) aus London, der im Bahnhof bereits eine Filiale des Formats Pret A Manger betreibt. Er wird den ersten Schweizer Laden seines Convenience-Formats **Point** eröffnen, das auf frische Waren und Reisebedarf setzt. Dies ist speziell, weil Valora bisher der Convenience-Partner der Wahl der SBB gewesen ist. Ein Beobachter geht davon aus, dass SSP künftig auch an anderen Bahnhöfen vermehrt zum Zug kommen könnte, an denen Mieterwechsel anstehen.

— Valora schliesst zudem eine Filiale des Kaffeeformats Spettacolino, die durch eine der Zürcher Kaffeekeite **Miró** ersetzt wird.

— Eine von zwei HB-Filialen des Migros-Formats Hitzberger macht dem Take-away-Konzept **Ida & Frida** Platz. Dieses SSP-Format kommt ebenfalls erstmals in die Schweiz. Es setzt auf gesunde Verpflegung mit Sandwiches, Wraps und Säften.

— Der italienische Dessousanbieter Intimissimi muss Platz machen. An seiner Stelle zieht die französische Lingeriekette **Etam** in den Hauptbahnhof ein. Intimissimi bleibt mit einem Laden an der Bahnhofstrasse in der Nähe präsent.

— Die **Coop-Filiale** kann ihre Fläche vergrössern.

— Die zweifach im HB vertretene, zu Coop gehörende Sushiketete Yooji's gibt einen Standort auf. Stattdessen eröffnet die Zürcher Gastrokette **Wiesner** die erste Filiale ihres neuen For-

mats **Negishi To Go**. Neben klassischem Sushi soll es dort weitere japanische Spezialitäten wie Bento-Boxen oder Nudelsuppen geben, teilt die Firma auf Anfrage mit. Die Sushis würden direkt vor Ort gerollt und seien innert maximal einer Minute servierbereit.

— Der dänische Schmuckanbieter Pandora wird durch eine Filiale des aargauischen Schmucklabels **Sidang** ersetzt. Pandora eröffnet dafür demnächst einen Laden an der Bahnhofstrasse, wie CH Media weiss.

— Der Kuchenladen Cakefriends macht dem Zürcher Getränkeanbieter **The Matcha Club** Platz.

— Etwa Ende 2025 eröffnet der US-Sportartikelhersteller **Nike** zudem einen Flagship-Store.

— Vor kurzem eröffnet wurden neue Läden der Schweizer Gastrokette **Kaisin, House of Momos** und **M-Panada**.

Die SBB teilen mit, sie wollten mit den Wechseln die Take-away-Angebote in den stark frequentierten Bereichen konzentrieren und mit Geschäften kombinieren, deren Angebot auf Pendlerinnen und Pendler ausgerichtet sei. In den ruhigeren Passagen würden hingegen vor allem Ladengeschäfte und Dienstleister platziert.

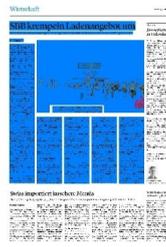
Die neuen Angebote passen zur Strategie der Bahn, in den grossen Bahnhöfen mehr Platz für lokale Anbieter zu schaffen.

Die Aufwertung soll auch gelingen, indem an passenden Stellen hochwertige Gastronomieangebote geschaffen werden.

Im Südtrakt des Hauptbahnhofs, der vor wenigen Monaten nach einer langjährigen Renovierung wieder eröffnet wurde, mussten die Günstiganbieter Burger King und Nordsee weichen. Stattdessen eröffneten ein Fine-Dining-Restaurant und ein Burgeranbieter, der 23 Franken für einen Burger mit Pommes verlangt. Die Menükarte einer neuen Brasserie führte bei der Eröffnung Apérogerichte mit Kaviar für 31 Franken, Rindsfilet für 65 Franken oder als Dessert eine Käseauswahl für 21 Franken auf.

Allerdings dürften die SBB überschätzt haben, wie viele Leute in den Bahnhöfen bereit sind, solche Preise für ihr Essen zu bezahlen. Die ebenfalls neu im Südtrakt präsente, auf Poulet spezialisierte Restaurantkette **Yardbird** hat in den wenigen Monaten des Bestehens ihrer Bahnhofsfiliale bereits die Preise angepasst und die Öffnungszeiten verkürzt.

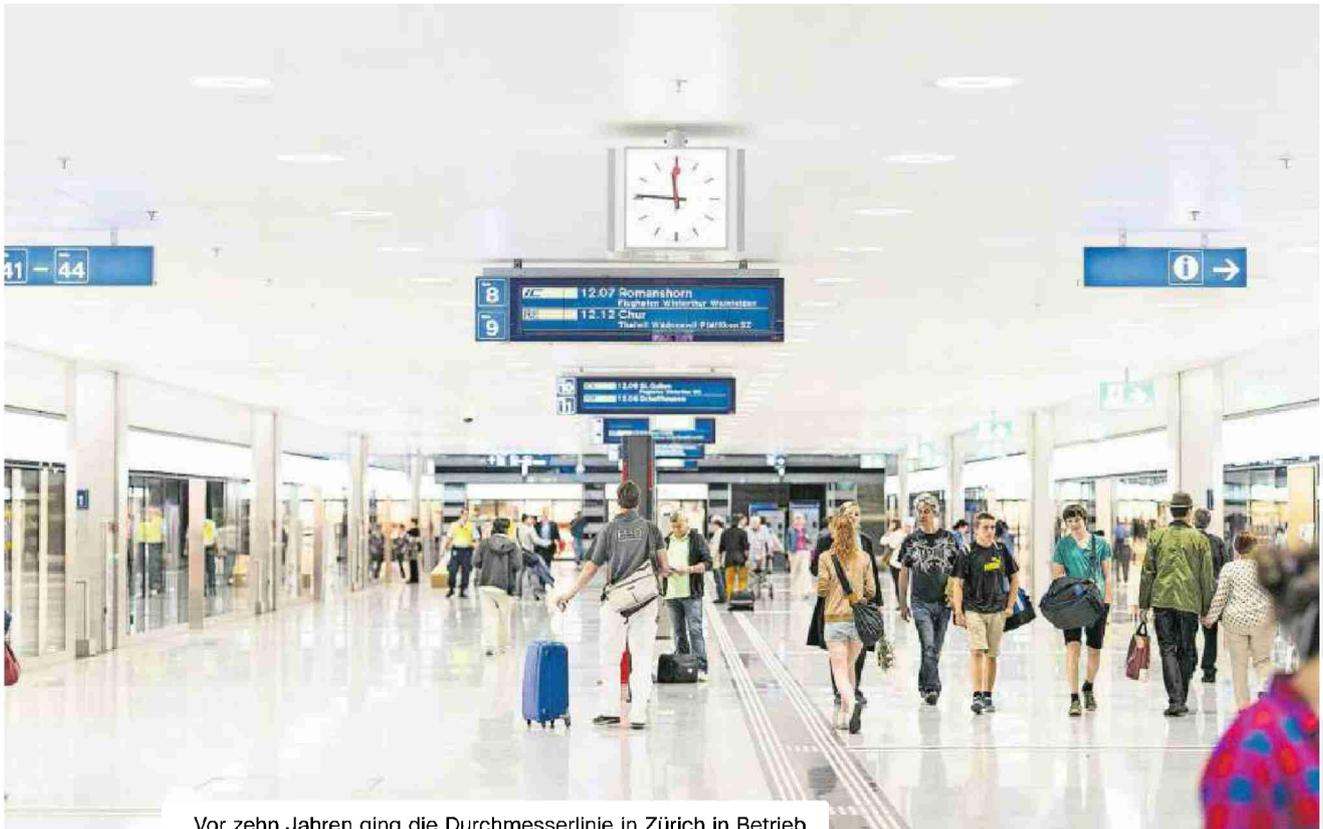
Der Chef der neuen Brasserie, Valentin Diem, wiederum sagte diese Woche dem «Tages-Anzeiger», er habe gemerkt, dass die Leute am Bahnhof «preissensibel» seien. Er habe deshalb das Angebot seines Restaurants überarbeitet. Ab Ende dieser Woche soll ein neues Menü eingeführt werden. Zumindest im Gastrobereich stösst die durch die SBB forcierte Genertifizierung an ihre Grenzen.



SBB krepeln Ladenangebot um

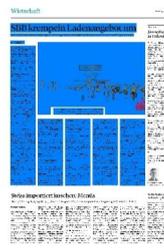
Die Bahn lanciert neue Konzepte in ihrem grössten Bahnhof. Das könnte ein Vorbote sein fürs ganze Land.

Stefan Ehrbar



Vor zehn Jahren ging die Durchmesserlinie in Zürich in Betrieb. Nun tauschen die SBB viele der Läden in der neuen Passage aus.

Bild: Christian Beutler/Keystone (14.7.2014)



Fast eine halbe Milliarde Franken Umsatz pro Jahr, 200 Geschäfte, Dienstleister und Restaurants, alle geöffnet an sieben Tagen in der Woche: Der Zürcher Hauptbahnhof ist eines der grössten und beliebtesten Shoppingcenter der Schweiz. Vor zehn Jahren wuchs das Einkaufszentrum mit Gleisanschluss noch einmal. Mit der Eröffnung der Durchmesserlinie und dem dazugehörigen Bahnhofteil gingen neue Ladenpassagen in Betrieb. Viele ihrer Mieter werden nun aber vor die Tür gestellt.

Die SBB krepeln das Angebot in ihrem grössten Bahnhof nämlich um. Die Mietverträge vieler Läden, die seit 2014 im neuen Teil eingemietet sind, werden nach den ersten zehn Jahren nicht verlängert. Stattdessen setzen die SBB auf mehr Lokalkolorit und Schweizer Premieren. CH Media liegt die Liste der Mieterwechsel vor. In den nächsten Wochen und Monaten erwarten die täglich etwa 400 000 Nutzerinnen und Nutzer des Bahnhofs – und später möglicherweise auch anderer Bahnhöfe in der Schweiz, falls die Konzepte funktionieren – folgende neue Angebote:

– Der Kioskkonzern Valora muss den letzten im HB verbliebenen Laden des Formats Avec räumen. Zum Zug kommt stattdessen der Reisegastronomie Select Service Partner (SSP) aus London, der im Bahnhof bereits eine Filiale des Formats Pret A Manger betreibt. Er wird den ersten Schweizer Laden seines Convenience-Formats **Point** eröffnen, das auf frische Waren

und Reisebedarf setzt. Dies ist speziell, weil Valora bisher der Convenience-Partner der Wahl der SBB gewesen ist. Ein Beobachter geht davon aus, dass SSP künftig auch an anderen Bahnhöfen vermehrt zum Zug kommen könnte, an denen Mieterwechsel anstehen.

– Valora schliesst zudem eine Filiale des Kaffeeformats Spettacolino, die durch eine der Zürcher Kaffeekeite **Miró** ersetzt wird.

– Eine von zwei HB-Filialen des Migros-Formats Hitzberger macht dem Take-away-Konzept **Ida & Frida** Platz. Dieses SSP-Format kommt ebenfalls erstmals in die Schweiz. Es setzt auf gesunde Verpflegung mit Sandwiches, Wraps und Säften.

– Der italienische Dessousanbieter Intimissimi muss Platz machen. An seiner Stelle zieht die französische Lingeriekette **Etam** in den Hauptbahnhof ein. Intimissimi bleibt mit einem Laden an der Bahnhofstrasse in der Nähe präsent.

– Die **Coop-Filiale** kann ihre Fläche vergrössern.

– Die zweifach im HB vertretene, zu Coop gehörende Sushikette Yooji's gibt einen Standort auf. Stattdessen eröffnet die Zürcher Gastrokette **Wiesner** die erste Filiale ihres neuen Formats **Negishi To Go**. Neben klassischem Sushi soll es dort weitere japanische Spezialitäten wie Bento-Boxen oder Nudelsuppen geben, teilt die Firma auf Anfrage mit. Die Sushis würden direkt vor Ort gerollt und seien innert maximal einer Mi-

nute servierbereit.

– Der dänische Schmuckanbieter Pandora wird durch eine Filiale des aargauischen Schmucklabels **Sidang** ersetzt. Pandora eröffnet dafür demnächst einen Laden an der Bahnhofstrasse, wie CH Media weiss.

– Der Kuchenladen Cakefriends macht dem Zürcher Getränkeanbieter **The Matcha Club** Platz.

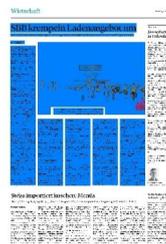
– Etwa Ende 2025 eröffnet der US-Sportartikelhersteller **Nike** zudem einen Flagship-Store.

– Vor kurzem eröffnet wurden neue Läden der Schweizer Gastrokette **Kaisin**, **House of Momo** und **M-Panada**.

Die SBB teilen mit, sie wollten mit den Wechseln die Take-away-Angebote in den stark frequentierten Bereichen konzentrieren und mit Geschäften kombinieren, deren Angebot auf Pendlerinnen und Pendler ausgerichtet sei. In den ruhigeren Passagen würden hingegen vor allem Ladengeschäfte und Dienstleister platziert.

Die neuen Angebote passen zur Strategie der Bahn, in den grossen Bahnhöfen mehr Platz für lokale Anbieter zu schaffen. Die Aufwertung soll auch gelingen, indem an passenden Stellen hochwertige Gastronomieangebote geschaffen werden.

Im Südtrakt des Hauptbahnhofs, der vor wenigen Monaten nach einer langjährigen Renovierung wieder eröffnet wurde, mussten die Günstiganbieter Burger King und Nordsee wei-



chen. Stattdessen eröffneten ein Fine-Dining-Restaurant und ein Burgeranbieter, der 23 Franken für einen Burger mit Pommes verlangt. Die Menükarte einer neuen Brasserie führte bei der Eröffnung Apérogerichte mit Kaviar für 31 Franken, Rindsfilet für 65 Franken oder als Dessert eine Käseauswahl für 21 Franken auf.

Allerdings dürften die SBB überschätzt haben, wie viele Leute in den Bahnhöfen bereit sind, solche Preise für ihr Essen zu bezahlen. Die ebenfalls neu im Südtrakt präsente, auf Poulet spezialisierte Restaurantkette Yardbird hat in den wenigen Monaten des Bestehens ihrer Bahnhofsfiliale bereits die Preise angepasst und die Öffnungszeiten verkürzt.

Der Chef der neuen Brasserie, Valentin Diem, wiederum sagte diese Woche dem «Tages-Anzeiger», er habe gemerkt, dass die Leute am Bahnhof «preissensibel» seien. Er habe deshalb das Angebot seines Restaurants überarbeitet. Ab Ende dieser Woche soll ein neues Menü eingeführt werden. Zumindest im Gastrobereich stösst die durch die SBB forcierte Gentrifizierung an ihre Grenzen.



Neue Beiz

Holzhäusern bekommt einen «Kunterbuntä Rosegarte»

Ein bekannter Zuger Wirt wagt sich an eine neue Beiz. In einem bekannten Lokal in Holzhäusern will er an alte Erfolge anknüpfen.

28.07.2024, Redaktion zentralplus

Im Event-Restaurant «Rosengarten» an der Chamerstrasse 23 in Holzhäusern wird bald ein neues Kapitel aufgeschlagen. Auf Facebook lässt der Zuger Wirt Mike Schwarz «die Bombe platzen», wie er schreibt. «Das isch mis nöie Beizli «Kunterbuntä Rosegarte» in Holzhusere», schreibt er in einem Beitrag.

Schwarz ist in der Zuger Gastronomie kein unbekanntes Gesicht. Rund sechs Jahre lang amte er im Restaurant Baarbürgli, einer gutbürgerlichen und weitherum bekannten Dorfbeiz an der Marktgasse 14 in Baar (zentralplus berichtete). Seit einigen Jahren ist das «Baarbürgli» mit neuem Konzept in anderen Händen.

Eröffnung im Herbst

In dem Facebook-Beitrag lässt sich Wirt Mike Schwarz auch schon ein wenig in die (Speise-)karten schauen. So werde er eine «geniale» Prosecco, Cava und Champagner-Karte auf die Beine stellen. Selbiges gilt für Biere. Kulinarisch werde es nebst Fondue und Grillsachen verschiedene «Leckereien» geben. Auch eine Metzgete ist bereits in Planung für den Oktober.

Bis auf die Eröffnung angestossen werden kann, dauert es noch einen Moment. Das Eröffnungswochenende sei der 27. und 28. September. Regulär wird der «Kunterbuntä Rosegarte» ab dem 2. Oktober jeweils von Mittwoch bis Sonntag geöffnet sein.

Zug erhält in den nächsten Wochen und Monaten einige neue Restaurants. So macht das Grillrestaurant «**The Butcher**» im Metalli in der Stadt Zug zu. Nachmieter ist Edel-Döner-Restaurant (zentralplus berichtete). Und wenige Meter davon entfernt, eröffnet die vegetarische Restaurant-Kette «Tibits» voraussichtlich im August ihre erste Filiale in den Räumlichkeiten des bekannten Restaurants Bären (zentralplus berichtete). Ebenfalls im August eröffnet der ehemalige «Wildspitz»-Pächter das Restaurant Ebel in Baar neu (zentralplus berichtete).



Web Ansicht



Auftrag: 3017989
Themen-Nr.: 571.095

Referenz: 92718314
Ausschnitt Seite: 2/2

News Websites



Im Event-Restaurant Rosengarten in Holzhausen gibt es bald Fondue und Grill. (Bild: Google Maps)

GASTRO-NEWSLETTER

Für Feinschmecker: zentralplus hat den Gastro-Newsletter kreiert! Dieser wird dir jeden Mittwoch alle News aus der Welt der Kulinarik kostenlos in dein Postfach liefern.





Zürich HB

SBB krepeln ihren grössten Bahnhof um: Diese Läden und Restaurants eröffnen neu – diese Geschäfte müssen raus

Vor zehn Jahren ging die Zürcher Durchmesserlinie in Betrieb und mit ihr viele neue Läden im Hauptbahnhof. Deren Verträge laufen nun aus. Die Bahn nutzt die Gelegenheit. Sie krepelt das Angebot um. Das zeigt die Liste der neuen Mieter, die CH Media vorliegt.

2024-07-27, Stefan Ehrbar

Fast eine halbe Milliarde Franken Umsatz pro Jahr, 200 Geschäfte, Dienstleister und Restaurants, alle geöffnet an sieben Tagen in der Woche: Der Zürcher Hauptbahnhof ist eines der grössten und beliebtesten Shoppingcenter der Schweiz. Vor zehn Jahren wuchs das Einkaufszentrum mit Gleisanschluss noch einmal. Mit der Eröffnung der Durchmesserlinie und dem dazugehörigen Bahnhofsteil gingen neue Ladenpassagen in Betrieb. Viele ihrer Mieter werden nun aber vor die Tür gestellt.

Die SBB krepeln das Angebot in ihrem grössten Bahnhof nämlich um. Die Mietverträge vieler Läden, die seit 2014 im neuen Teil eingemietet sind, werden nach den ersten zehn Jahren nicht verlängert. Stattdessen setzen die SBB auf mehr Lokalkolorit und Schweizer Premieren.

CH Media liegt die Liste der Mieterwechsel vor. In den nächsten Wochen und Monaten erwarten die täglich etwa 400'000 Nutzerinnen und Nutzer des Bahnhofs folgende neue Angebote:

Der Kioskkonzern Valora muss den letzten im HB verbliebenen Laden des Formats Avec räumen. Zum Zug kommt stattdessen der Reisegastronomie SSP aus London, der im HB bereits eine Filiale des Formats Pret A Manger betreibt. Er wird den ersten Schweizer Laden seines Convenience-Formats Point eröffnen, das auf frische Waren und Reisebedarf setzt. Dies ist speziell, weil Valora bisher der Convenience-Partner der Wahl der SBB war. Ein Beobachter geht davon aus, dass SSP künftig auch an anderen Bahnhöfen vermehrt zum Zug kommen könnte, an denen Mieterwechsel anstehen.

Valora schliesst zudem eine Filiale des Kaffeeformats Spettacolino, die durch eine der Zürcher KaffeeKette Miró ersetzt wird.

Eine von zwei HB-Filialen des Migros-Formats Hitzberger macht dem Take-away-Konzept Ida & Frida Platz. Dieses SSP-Format kommt ebenfalls erstmals in die Schweiz. Es setzt auf gesunde Verpflegung mit Sandwiches, Wraps und Säften.

Der italienische Dessousanbieter Intimissimi muss Platz machen. An seiner Stelle zieht die französische Lingeriekette Etam in den Hauptbahnhof ein. Intimissimi bleibt mit einem Laden an der Bahnhofstrasse in der Nähe präsent.

Die Coop-Filiale kann ihre Fläche vergrössern.

Der dänische Schmuckanbieter Pandora wird durch eine Filiale des aargauischen Schmucklabels Sidang ersetzt. Pandora eröffnet dafür demnächst einen Laden an der Bahnhofstrasse, wie CH Media weiss.

Der Kuchenladen Cakefriends macht dem Zürcher Getränkeanbieter The Matcha Club Platz.

Die zweifach im HB vertretene, zu Coop gehörende Sushikette Yooji's gibt einen Standort auf. Stattdessen eröffnet die Zürcher Gastrokette **Wiesner** die erste Filiale ihres neuen Formats Negishi To Go. Neben klassischen Sushis soll es dort weitere japanische Spezialitäten wie Bento-Boxen oder Nudelsuppen geben, teilt die Firma auf Anfrage mit.



Die Sushis würden direkt vor Ort gerollt und seien innert maximal einer Minute servierbereit.

Voraussichtlich Ende 2025 wird der US-Sportartikelhersteller Nike im Nordtrakt einen Flagship-Store eröffnen.

Vor kurzem eröffnet wurden neue Läden der Schweizer Gastrokette Kaisin, House of Momos und M-Panada.

Die SBB teilen mit, sie wollten mit den Wechseln die Take-away-Angebote in den stark frequentierten Bereichen konzentrieren und mit Geschäften kombinieren, deren Angebot auf Pendlerinnen und Pendler ausgerichtet sei. In den ruhigeren Passagen würden hingegen vor allem Ladengeschäfte und Dienstleister platziert.

Die neuen Angebote passen zur Strategie der Bahn, in den grossen Bahnhöfen mehr Platz für lokale Anbieter zu schaffen. Die Aufwertung soll aber auch gelingen, indem an passenden Stellen hochwertige Gastronomieangebote geschaffen werden.

Im Südtrakt des Hauptbahnhofs, der vor wenigen Monaten nach einer langjährigen Renovierung wieder eröffnet wurde, mussten die Günstiganbieter Burger King und Nordsee weichen. Stattdessen eröffneten ein Fine-Dining-Restaurant oder ein Burgeranbieter, der 23 Franken für einen Burger mit Pommes verlangt. Die Menükarte einer neuen Brasserie führte bei der Eröffnung Apérogerichte mit Kaviar für 31 Franken, Rindsfilet für 65 Franken oder als Dessert eine Käseauswahl für 21 Franken auf.

Allerdings dürften die SBB überschätzt haben, wie viele Leute in den Bahnhöfen bereit sind, solche Preise für ihr Essen zu bezahlen. Die ebenfalls neu im Südtrakt präsente, auf Poulet spezialisierte Restaurantkette Yardbird hat in den wenigen Monaten des Bestehens ihrer Bahnhofsfiliale bereits die Preise angepasst und die Öffnungszeiten verkürzt.

Der Chef der neuen Brasserie Valentin Diem wiederum sagte diese Woche dem Tages-Anzeiger, er habe gemerkt, dass die Leute am Bahnhof «preissensibel» seien. Er habe deshalb das Angebot für sein Restaurant überarbeitet. Ab Ende dieser Woche soll ein neues Menü eingeführt werden. Zumindest im Gastrobereich stösst die durch die SBB forcierte Gentrifizierung an ihre Grenzen.



Web Ansicht



Auftrag: 3017989
Themen-Nr.: 571.095

Referenz: 92718299
Ausschnitt Seite: 3/4

News Websites



Vor zehn Jahren ging die Durchmesserlinie in Zürich in Betrieb. Nun tauschen die SBB viele der Läden in der neuen Passage aus. Bild: Christian Beutler/Keystone (14.7.2014)
Bild: Christian Beutler/Keystone (14.7.2014)





Web Ansicht



Auftrag: 3017989
Themen-Nr.: 571.095

Referenz: 92718299
Ausschnitt Seite: 4/4

News Websites

Das Migros-Format Hitzberger muss Platz machen. Bild: Annick Ramp/NZZ Bild: Annick Ramp/NZZ



Verschwindet aus dem Hauptbahnhof: Der Intimissimi-Laden. Bild: Christian Beutler/Keystone (14.7.2014)
Bild: Christian Beutler/Keystone (14.7.2014)



SBB bauen um

Diese Läden und Restaurants kommen in den Zürcher HB

Die SBB tauschen zahlreiche Läden und Restaurants aus, deren Verträge nach zehn Jahren auslaufen. Wer neu in den grössten Schweizer Bahnhof einzieht.

2024-07-27, Gabriel Knupfer

Der Hauptbahnhof Zürich ist mit 200 Geschäften und einer halben Milliarde Umsatz eines der grössten und beliebtesten Shoppingcenter der Schweiz. Nun stehen grosse Veränderungen an. Die SBB krempeln das Angebot in ihrem grössten Bahnhof um und setzen dabei auf lokale Angebote und eine teils hochwertige Gastronomie, wie die Zeitungen von CH Media berichten.

Vor zehn Jahren ging die Durchmesserlinie in Betrieb und mit ihr viele neue Läden im Hauptbahnhof. Deren Verträge laufen nun aus und die Bahn nutzt die Gelegenheit für einen Umbau. Viele der bisherigen Mieter müssen weichen und machen Platz für neue Konzepte.

Avec verschwindet, Coop wird grösser

So muss beispielsweise der Kioskkonzern Valora den letzten im HB verbliebenen Laden des Formats Avec räumen. Stattdessen kommt der Reisegeästrosie Secret Service Partner aus London zum Zug, der die erste Schweizer Filiale seines Convenience-Formats Point eröffnen wird. Die Coop-Filiale kann ihre Fläche vergrössern und Nike soll Ende 2025 einen Flagship-Store im HB eröffnen.

Auch die Zürcher Kaffeekette Miró, das Take-away-Konzept Ida & Frida und die französische Lingeriekette Etam werden neu im Hauptbahnhof vertreten sein. Weichen müssen dafür eine Filiale des Kaffeeformats Spettacolino, eine von zwei Hitzberger-Filialen und der italienische Dessousanbieter Intimissimi.

Auch im Bereich der japanischen Küche gibt es einen Wechsel: Die Sushikette Yooji's von Coop gibt einen Standort auf. Stattdessen eröffnet die Gastrokette **Wiesner** die erste Filiale des neuen Formats Negishi To Go. Dort soll es neben Sushi weitere japanische Spezialitäten geben.

Passt hochwertige Gastronomie zum HB?

Die SBB wollen mit den Wechseln die Take-away-Angebote in den stark frequentierten Bereichen konzentrieren und mit Geschäften kombinieren, deren Angebot auf Pendlerinnen und Pendler ausgerichtet ist. In den ruhigeren Passagen sollen hingegen vor allem Ladengeschäfte und Dienstleister platziert werden. Dazu kommen hochwertige und teure Gastronomieangebote.

Die grosse Frage ist aber, ob die Leute tatsächlich bereit sind, im Bahnhof hohe Preise fürs Essen zu bezahlen. Die neu im Bahnhof vertretene Restaurantkette Yardbird musste jedenfalls bereits nach wenigen Monaten die Preise anpassen und die Öffnungszeiten verkürzen, berichten die CH-Media-Blätter.



Online-Ausgabe

Blick
8008 Zürich
044/ 259 62 62
<https://blick.ch/>

Medienart: Internet
Medientyp: Tages- und Wochenpresse
UUpM: 1'925'030
Page Visits: 72'448'300



Auftrag: 3017989
Themen-Nr.: 571.095

Referenz: 92718312
Ausschnitt Seite: 2/2

News Websites





SBB krepeln ihren grössten Bahnhof um: Diese Läden und Restaurants eröffnen neu – diese Geschäfte müssen raus

Vor zehn Jahren ging die Zürcher Durchmesserlinie in Betrieb und mit ihr viele neue Läden im Hauptbahnhof. Deren Verträge laufen nun aus. Die Bahn nutzt die Gelegenheit. Sie krepelt das Angebot um. Das zeigt die Liste der neuen Mieter, die CH Media vorliegt.

27.07.2024, Stefan Ehrbar

Fast eine halbe Milliarde Franken Umsatz pro Jahr, 200 Geschäfte, Dienstleister und Restaurants, alle geöffnet an sieben Tagen in der Woche: Der Zürcher Hauptbahnhof ist eines der grössten und beliebtesten Shoppingcenter der Schweiz. Vor zehn Jahren wuchs das Einkaufszentrum mit Gleisanschluss noch einmal. Mit der Eröffnung der Durchmesserlinie und dem dazugehörigen Bahnhoftteil gingen neue Ladenpassagen in Betrieb. Viele ihrer Mieter werden nun aber vor die Tür gestellt.

Die SBB krepeln das Angebot in ihrem grössten Bahnhof nämlich um. Die Mieterverträge vieler Läden, die seit 2014 im neuen Teil eingemietet sind, werden nach den ersten zehn Jahren nicht verlängert. Stattdessen setzen die SBB auf mehr Lokalkolorit und Schweizer Premieren.

CH Media liegt die Liste der Mieterwechsel vor. In den nächsten Wochen und Monaten erwarten die täglich etwa 400'000 Nutzerinnen und Nutzer des Bahnhofs folgende neue Angebote:

Der Kioskkonzern Valora muss den letzten im HB verbliebenen Laden des Formats Avec räumen. Zum Zug kommt stattdessen der Reisegastronomie SSP aus London, der im HB bereits eine Filiale des Formats Pret A Manger betreibt. Er wird den ersten Schweizer Laden seines Convenience-Formats Point eröffnen, das auf frische Waren und Reisebedarf setzt. Dies ist speziell, weil Valora bisher der Convenience-Partner der Wahl der SBB war. Ein Beobachter geht davon aus, dass SSP künftig auch an anderen Bahnhöfen vermehrt zum Zug kommen könnte, an denen Mieterwechsel anstehen.

Valora schliesst zudem eine Filiale des Kaffeeformats Spettacolino, die durch eine der Zürcher Kaffeekette Miró ersetzt wird.

Eine von zwei HB-Filialen des Migros-Formats Hitzberger macht dem Take-away-Konzept Ida & Frida Platz. Dieses SSP-Format kommt ebenfalls erstmals in die Schweiz. Es setzt auf gesunde Verpflegung mit Sandwiches, Wraps und Säften.

Der italienische Dessousanbieter Intimissimi muss Platz machen. An seiner Stelle zieht die französische Lingeriekette Etam in den Hauptbahnhof ein. Intimissimi bleibt mit einem Laden an der Bahnhofstrasse in der Nähe präsent.

Die Coop-Filiale kann ihre Fläche vergrössern.

Der dänische Schmuckanbieter Pandora wird durch eine Filiale des aargauischen Schmucklabels Sidang ersetzt. Pandora eröffnet dafür demnächst einen Laden an der Bahnhofstrasse, wie CH Media weiss.

Der Kuchenladen Cakefriends macht dem Zürcher Getränkeanbieter The Matcha Club Platz.

Die zweifach im HB vertretene, zu Coop gehörende Sushikette Yooji's gibt einen Standort auf. Stattdessen eröffnet die Zürcher Gastrokette **Wiesner** die erste Filiale ihres neuen Formats Negishi To Go. Neben klassischen Sushis soll es dort weitere japanische Spezialitäten wie Bento-Boxen oder Nudelsuppen geben, teilt die Firma auf Anfrage mit. Die Sushis würden direkt vor Ort gerollt und seien innert maximal einer Minute servierbereit.



Voraussichtlich Ende 2025 wird der US-Sportartikelhersteller Nike im Nordtrakt einen Flagship-Store eröffnen.

Vor kurzem eröffnet wurden neue Läden der Schweizer Gastrokette Kaisin , House of Momos und M-Panada .

Die SBB teilen mit, sie wollten mit den Wechseln die Take-away-Angebote in den stark frequentierten Bereichen konzentrieren und mit Geschäften kombinieren, deren Angebot auf Pendlerinnen und Pendler ausgerichtet sei. In den ruhigeren Passagen würden hingegen vor allem Ladengeschäfte und Dienstleister platziert.

Die neuen Angebote passen zur Strategie der Bahn, in den grossen Bahnhöfen mehr Platz für lokale Anbieter zu schaffen. Die Aufwertung soll aber auch gelingen, indem an passenden Stellen hochwertige Gastronomieangebote geschaffen werden.

Im Südtrakt des Hauptbahnhofs, der vor wenigen Monaten nach einer langjährigen Renovierung wieder eröffnet wurde, mussten die Günstiganbieter Burger King und Nordsee weichen. Stattdessen eröffneten ein Fine-Dining-Restaurant oder ein Burgeranbieter, der 23 Franken für einen Burger mit Pommes verlangt. Die Menükarte einer neuen Brasserie führte bei der Eröffnung Apérogerichte mit Kaviar für 31 Franken, Rindsfilet für 65 Franken oder als Dessert eine Käseauswahl für 21 Franken auf.

Allerdings dürften die SBB überschätzt haben, wie viele Leute in den Bahnhöfen bereit sind, solche Preise für ihr Essen zu bezahlen. Die ebenfalls neu im Südtrakt präsente, auf Poulet spezialisierte Restaurantkette Yardbird hat in den wenigen Monaten des Bestehens ihrer Bahnhofsfiliale bereits die Preise angepasst und die Öffnungszeiten verkürzt.

Der Chef der neuen Brasserie Valentin Diem wiederum sagte diese Woche dem Tages-Anzeiger , er habe gemerkt, dass die Leute am Bahnhof «preissensibel» seien. Er habe deshalb das Angebot für sein Restaurant überarbeitet. Ab Ende dieser Woche soll ein neues Menü eingeführt werden. Zumindest im Gastrobereich stösst die durch die SBB forcierte Gentrifizierung an ihre Grenzen.



Online-Ausgabe

Bote der Urschweiz
6431 Schwyz
041/ 819 08 11
<https://www.bote.ch/>

Medienart: Internet
Medientyp: Tages- und Wochenpresse
Page Visits: 940'900

Auftrag: 3017989
Themen-Nr.: 571.095

Referenz: 92718297
Ausschnitt Seite: 4/4

News Websites



Verschwindet aus dem Hauptbahnhof: Der Intimissimi-Laden. Bild: Christian Beutler/Keystone (14.7.2014)



Online-Ausgabe

BZ Basel
4051 Basel
061 555 79 79
<https://www.bzbasel.ch/>

Medienart: Internet
Medientyp: Tages- und Wochenpresse
UUpM: 1'580'000
Page Visits: 1'160'600



Auftrag: 3017989
Themen-Nr.: 571.095

Referenz: 92718306
Ausschnitt Seite: 1/4

News Websites

Zürich HB

SBB krepeln ihren grössten Bahnhof um: Diese Läden und Restaurants eröffnen neu – diese Geschäfte müssen raus

Vor zehn Jahren ging die Zürcher Durchmesserlinie in Betrieb und mit ihr viele neue Läden im Hauptbahnhof. Deren Verträge laufen nun aus. Die Bahn nutzt die Gelegenheit. Sie krepelt das Angebot um. Das zeigt die Liste der neuen Mieter, die CH Media vorliegt.

2024-07-27, Stefan Ehrbar

Fast eine halbe Milliarde Franken Umsatz pro Jahr, 200 Geschäfte, Dienstleister und Restaurants, alle geöffnet an sieben Tagen in der Woche: Der Zürcher Hauptbahnhof ist eines der grössten und beliebtesten Shoppingcenter der Schweiz. Vor zehn Jahren wuchs das Einkaufszentrum mit Gleisanschluss noch einmal. Mit der Eröffnung der Durchmesserlinie und dem dazugehörigen Bahnhofteil gingen neue Ladenpassagen in Betrieb. Viele ihrer Mieter werden nun aber vor die Tür gestellt.

Die SBB krepeln das Angebot in ihrem grössten Bahnhof nämlich um. Die Mietverträge vieler Läden, die seit 2014 im neuen Teil eingemietet sind, werden nach den ersten zehn Jahren nicht verlängert. Stattdessen setzen die SBB auf mehr Lokalkolorit und Schweizer Premieren.

CH Media liegt die Liste der Mieterwechsel vor. In den nächsten Wochen und Monaten erwarten die täglich etwa 400'000 Nutzerinnen und Nutzer des Bahnhofs folgende neue Angebote:

Der Kioskkonzern Valora muss den letzten im HB verbliebenen Laden des Formats Avec räumen. Zum Zug kommt stattdessen der Reisegastronomie SSP aus London, der im HB bereits eine Filiale des Formats Pret A Manger betreibt. Er wird den ersten Schweizer Laden seines Convenience-Formats Point eröffnen, das auf frische Waren und Reisebedarf setzt. Dies ist speziell, weil Valora bisher der Convenience-Partner der Wahl der SBB war. Ein Beobachter geht davon aus, dass SSP künftig auch an anderen Bahnhöfen vermehrt zum Zug kommen könnte, an denen Mieterwechsel anstehen.

Valora schliesst zudem eine Filiale des Kaffeeformats Spettacolino, die durch eine der Zürcher KaffeeKette Miró ersetzt wird.

Eine von zwei HB-Filialen des Migros-Formats Hitzberger macht dem Take-away-Konzept Ida & Frida Platz. Dieses SSP-Format kommt ebenfalls erstmals in die Schweiz. Es setzt auf gesunde Verpflegung mit Sandwiches, Wraps und Säften.

Der italienische Dessousanbieter Intimissimi muss Platz machen. An seiner Stelle zieht die französische Lingeriekette Etam in den Hauptbahnhof ein. Intimissimi bleibt mit einem Laden an der Bahnhofstrasse in der Nähe präsent.

Die Coop-Filiale kann ihre Fläche vergrössern.

Der dänische Schmuckanbieter Pandora wird durch eine Filiale des aargauischen Schmucklabels Sidang ersetzt. Pandora eröffnet dafür demnächst einen Laden an der Bahnhofstrasse, wie CH Media weiss.

Der Kuchenladen Cakefriends macht dem Zürcher Getränkeanbieter The Matcha Club Platz.

Die zweifach im HB vertretene, zu Coop gehörende Sushikette Yooji's gibt einen Standort auf. Stattdessen eröffnet die Zürcher Gastrokette **Wiesner** die erste Filiale ihres neuen Formats Negishi To Go. Neben klassischen Sushis soll es dort weitere japanische Spezialitäten wie Bento-Boxen oder Nudelsuppen geben, teilt die Firma auf Anfrage mit.



Online-Ausgabe

BZ Basel
4051 Basel
061 555 79 79
<https://www.bzbasel.ch/>

Medienart: Internet
Medientyp: Tages- und Wochenpresse
UUpM: 1'580'000
Page Visits: 1'160'600



Auftrag: 3017989
Themen-Nr.: 571.095

Referenz: 92718306
Ausschnitt Seite: 2/4

News Websites

Die Sushis würden direkt vor Ort gerollt und seien innert maximal einer Minute servierbereit.

Voraussichtlich Ende 2025 wird der US-Sportartikelhersteller Nike im Nordtrakt einen Flagship-Store eröffnen.

Vor kurzem eröffnet wurden neue Läden der Schweizer Gastroketten Kaisin, House of Momos und M-Panada.

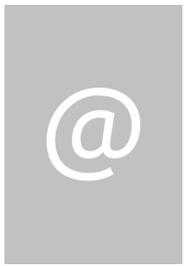
Die SBB teilen mit, sie wollten mit den Wechseln die Take-away-Angebote in den stark frequentierten Bereichen konzentrieren und mit Geschäften kombinieren, deren Angebot auf Pendlerinnen und Pendler ausgerichtet sei. In den ruhigeren Passagen würden hingegen vor allem Ladengeschäfte und Dienstleister platziert.

Die neuen Angebote passen zur Strategie der Bahn, in den grossen Bahnhöfen mehr Platz für lokale Anbieter zu schaffen. Die Aufwertung soll aber auch gelingen, indem an passenden Stellen hochwertige Gastronomieangebote geschaffen werden.

Im Südtrakt des Hauptbahnhofs, der vor wenigen Monaten nach einer langjährigen Renovierung wieder eröffnet wurde, mussten die Günstiganbieter Burger King und Nordsee weichen. Stattdessen eröffneten ein Fine-Dining-Restaurant oder ein Burgeranbieter, der 23 Franken für einen Burger mit Pommes verlangt. Die Menükarte einer neuen Brasserie führte bei der Eröffnung Apérogerichte mit Kaviar für 31 Franken, Rindsfilet für 65 Franken oder als Dessert eine Käseauswahl für 21 Franken auf.

Allerdings dürften die SBB überschätzt haben, wie viele Leute in den Bahnhöfen bereit sind, solche Preise für ihr Essen zu bezahlen. Die ebenfalls neu im Südtrakt präsente, auf Poulet spezialisierte Restaurantkette Yardbird hat in den wenigen Monaten des Bestehens ihrer Bahnhofsfiliale bereits die Preise angepasst und die Öffnungszeiten verkürzt.

Der Chef der neuen Brasserie Valentin Diem wiederum sagte diese Woche dem Tages-Anzeiger, er habe gemerkt, dass die Leute am Bahnhof «preissensibel» seien. Er habe deshalb das Angebot für sein Restaurant überarbeitet. Ab Ende dieser Woche soll ein neues Menü eingeführt werden. Zumindest im Gastrobereich stösst die durch die SBB forcierte Gentrifizierung an ihre Grenzen.



Web Ansicht



Auftrag: 3017989
Themen-Nr.: 571.095

Referenz: 92718306
Ausschnitt Seite: 3/4

News Websites



Vor zehn Jahren ging die Durchmesserlinie in Zürich in Betrieb. Nun tauschen die SBB viele der Läden in der neuen Passage aus. Bild: Christian Beutler/Keystone (14.7.2014)
Bild: Christian Beutler/Keystone (14.7.2014)



Das Migros-Format Hitzberger muss Platz machen. Bild: Annick Ramp/NZZ
Bild: Annick Ramp/NZZ



Verschwindet aus dem Hauptbahnhof: Der Intimissimi-Laden. Bild: Christian Beutler/Keystone (14.7.2014)
Bild: Christian Beutler/Keystone (14.7.2014)



Zürich HB

SBB krepeln ihren grössten Bahnhof um: Diese Läden und Restaurants eröffnen neu – diese Geschäfte müssen raus

Vor zehn Jahren ging die Zürcher Durchmesserlinie in Betrieb und mit ihr viele neue Läden im Hauptbahnhof. Deren Verträge laufen nun aus. Die Bahn nutzt die Gelegenheit. Sie krepelt das Angebot um. Das zeigt die Liste der neuen Mieter, die CH Media vorliegt.

2024-07-27, Stefan Ehrbar

Fast eine halbe Milliarde Franken Umsatz pro Jahr, 200 Geschäfte, Dienstleister und Restaurants, alle geöffnet an sieben Tagen in der Woche: Der Zürcher Hauptbahnhof ist eines der grössten und beliebtesten Shoppingcenter der Schweiz. Vor zehn Jahren wuchs das Einkaufszentrum mit Gleisanschluss noch einmal. Mit der Eröffnung der Durchmesserlinie und dem dazugehörigen Bahnhofsteil gingen neue Ladenpassagen in Betrieb. Viele ihrer Mieter werden nun aber vor die Tür gestellt.

Die SBB krepeln das Angebot in ihrem grössten Bahnhof nämlich um. Die Mietverträge vieler Läden, die seit 2014 im neuen Teil eingemietet sind, werden nach den ersten zehn Jahren nicht verlängert. Stattdessen setzen die SBB auf mehr Lokalkolorit und Schweizer Premieren.

CH Media liegt die Liste der Mieterwechsel vor. In den nächsten Wochen und Monaten erwarten die täglich etwa 400'000 Nutzerinnen und Nutzer des Bahnhofs folgende neue Angebote:

Der Kioskkonzern Valora muss den letzten im HB verbliebenen Laden des Formats Avec räumen. Zum Zug kommt stattdessen der Reisegastronomie SSP aus London, der im HB bereits eine Filiale des Formats Pret A Manger betreibt. Er wird den ersten Schweizer Laden seines Convenience-Formats Point eröffnen, das auf frische Waren und Reisebedarf setzt. Dies ist speziell, weil Valora bisher der Convenience-Partner der Wahl der SBB war. Ein Beobachter geht davon aus, dass SSP künftig auch an anderen Bahnhöfen vermehrt zum Zug kommen könnte, an denen Mieterwechsel anstehen.

Valora schliesst zudem eine Filiale des Kaffeeformats Spettacolino, die durch eine der Zürcher Kaffee-Kette Miró ersetzt wird.

Eine von zwei HB-Filialen des Migros-Formats Hitzberger macht dem Take-away-Konzept Ida & Frida Platz. Dieses SSP-Format kommt ebenfalls erstmals in die Schweiz. Es setzt auf gesunde Verpflegung mit Sandwiches, Wraps und Säften.

Der italienische Dessousanbieter Intimissimi muss Platz machen. An seiner Stelle zieht die französische Lingerie-Kette Etam in den Hauptbahnhof ein. Intimissimi bleibt mit einem Laden an der Bahnhofstrasse in der Nähe präsent.

Die Coop-Filiale kann ihre Fläche vergrössern.

Der dänische Schmuckanbieter Pandora wird durch eine Filiale des aargauischen Schmucklabels Sidang ersetzt. Pandora eröffnet dafür demnächst einen Laden an der Bahnhofstrasse, wie CH Media weiss.

Der Kuchenladen Cakefriends macht dem Zürcher Getränkeanbieter The Matcha Club Platz.

Die zweifach im HB vertretene, zu Coop gehörende Sushikette Yooji's gibt einen Standort auf. Stattdessen eröffnet die Zürcher Gastrokette **Wiesner** die erste Filiale ihres neuen Formats Negishi To Go. Neben klassischen Sushis soll es dort weitere japanische Spezialitäten wie Bento-Boxen oder Nudelsuppen geben, teilt die Firma auf Anfrage mit.



Die Sushis würden direkt vor Ort gerollt und seien innert maximal einer Minute servierbereit.

Voraussichtlich Ende 2025 wird der US-Sportartikelhersteller Nike im Nordtrakt einen Flagship-Store eröffnen.

Vor kurzem eröffnet wurden neue Läden der Schweizer Gastrokette Kaisin, House of Momos und M-Panada.

Die SBB teilen mit, sie wollten mit den Wechseln die Take-away-Angebote in den stark frequentierten Bereichen konzentrieren und mit Geschäften kombinieren, deren Angebot auf Pendlerinnen und Pendler ausgerichtet sei. In den ruhigeren Passagen würden hingegen vor allem Ladengeschäfte und Dienstleister platziert.

Die neuen Angebote passen zur Strategie der Bahn, in den grossen Bahnhöfen mehr Platz für lokale Anbieter zu schaffen. Die Aufwertung soll aber auch gelingen, indem an passenden Stellen hochwertige Gastronomieangebote geschaffen werden.

Im Südtrakt des Hauptbahnhofs, der vor wenigen Monaten nach einer langjährigen Renovierung wieder eröffnet wurde, mussten die Günstiganbieter Burger King und Nordsee weichen. Stattdessen eröffneten ein Fine-Dining-Restaurant oder ein Burgeranbieter, der 23 Franken für einen Burger mit Pommes verlangt. Die Menükarte einer neuen Brasserie führte bei der Eröffnung Apérogerichte mit Kaviar für 31 Franken, Rindsfilet für 65 Franken oder als Dessert eine Käseauswahl für 21 Franken auf.

Allerdings dürften die SBB überschätzt haben, wie viele Leute in den Bahnhöfen bereit sind, solche Preise für ihr Essen zu bezahlen. Die ebenfalls neu im Südtrakt präsente, auf Poulet spezialisierte Restaurantkette Yardbird hat in den wenigen Monaten des Bestehens ihrer Bahnhofsfiliale bereits die Preise angepasst und die Öffnungszeiten verkürzt.

Der Chef der neuen Brasserie Valentin Diem wiederum sagte diese Woche dem Tages-Anzeiger, er habe gemerkt, dass die Leute am Bahnhof «preissensibel» seien. Er habe deshalb das Angebot für sein Restaurant überarbeitet. Ab Ende dieser Woche soll ein neues Menü eingeführt werden. Zumindest im Gastrobereich stösst die durch die SBB forcierte Gentrifizierung an ihre Grenzen.

Online-Ausgabe

Limmattaler Zeitung
8953 Dietikon
058/ 200 57 56
<https://www.limmattalerzeitung.ch/>

Medienart: Internet
Medientyp: Tages- und Wochenpresse
Page Visits: 186'800

Auftrag: 3017989
Themen-Nr.: 571.095

Referenz: 92718307
Ausschnitt Seite: 3/4

News Websites



Vor zehn Jahren ging die Durchmesserlinie in Zürich in Betrieb. Nun tauschen die SBB viele der Läden in der neuen Passage aus. Bild: Christian Beutler/Keystone (14.7.2014)
Bild: Christian Beutler/Keystone (14.7.2014)



Online-Ausgabe

Limmattaler Zeitung
8953 Dietikon
058/ 200 57 56
<https://www.limmattalerzeitung.ch/>

Medienart: Internet
Medientyp: Tages- und Wochenpresse
Page Visits: 186'800



Auftrag: 3017989
Themen-Nr.: 571.095

Referenz: 92718307
Ausschnitt Seite: 4/4

News Websites

Das Migros-Format Hitzberger muss Platz machen. Bild: Annick Ramp/NZZ Bild: Annick Ramp/NZZ



Verschwindet aus dem Hauptbahnhof: Der Intimissimi-Laden. Bild: Christian Beutler/Keystone (14.7.2014)
Bild: Christian Beutler/Keystone (14.7.2014)



Zürich HB

SBB krepeln ihren grössten Bahnhof um: Diese Läden und Restaurants eröffnen neu – diese Geschäfte müssen raus

Vor zehn Jahren ging die Zürcher Durchmesserlinie in Betrieb und mit ihr viele neue Läden im Hauptbahnhof. Deren Verträge laufen nun aus. Die Bahn nutzt die Gelegenheit. Sie krepelt das Angebot um. Das zeigt die Liste der neuen Mieter, die CH Media vorliegt.

2024-07-27, Stefan Ehrbar

Fast eine halbe Milliarde Franken Umsatz pro Jahr, 200 Geschäfte, Dienstleister und Restaurants, alle geöffnet an sieben Tagen in der Woche: Der Zürcher Hauptbahnhof ist eines der grössten und beliebtesten Shoppingcenter der Schweiz. Vor zehn Jahren wuchs das Einkaufszentrum mit Gleisanschluss noch einmal. Mit der Eröffnung der Durchmesserlinie und dem dazugehörigen Bahnhofsteil gingen neue Ladenpassagen in Betrieb. Viele ihrer Mieter werden nun aber vor die Tür gestellt.

Die SBB krepeln das Angebot in ihrem grössten Bahnhof nämlich um. Die Mietverträge vieler Läden, die seit 2014 im neuen Teil eingemietet sind, werden nach den ersten zehn Jahren nicht verlängert. Stattdessen setzen die SBB auf mehr Lokalkolorit und Schweizer Premieren.

CH Media liegt die Liste der Mieterwechsel vor. In den nächsten Wochen und Monaten erwarten die täglich etwa 400'000 Nutzerinnen und Nutzer des Bahnhofs folgende neue Angebote:

Der Kioskkonzern Valora muss den letzten im HB verbliebenen Laden des Formats Avec räumen. Zum Zug kommt stattdessen der Reisegastronomie SSP aus London, der im HB bereits eine Filiale des Formats Pret A Manger betreibt. Er wird den ersten Schweizer Laden seines Convenience-Formats Point eröffnen, das auf frische Waren und Reisebedarf setzt. Dies ist speziell, weil Valora bisher der Convenience-Partner der Wahl der SBB war. Ein Beobachter geht davon aus, dass SSP künftig auch an anderen Bahnhöfen vermehrt zum Zug kommen könnte, an denen Mieterwechsel anstehen.

Valora schliesst zudem eine Filiale des Kaffeeformats Spettacolino, die durch eine der Zürcher Kaffee-Kette Miró ersetzt wird.

Eine von zwei HB-Filialen des Migros-Formats Hitzberger macht dem Take-away-Konzept Ida & Frida Platz. Dieses SSP-Format kommt ebenfalls erstmals in die Schweiz. Es setzt auf gesunde Verpflegung mit Sandwiches, Wraps und Säften.

Der italienische Dessousanbieter Intimissimi muss Platz machen. An seiner Stelle zieht die französische Lingeriekette Etam in den Hauptbahnhof ein. Intimissimi bleibt mit einem Laden an der Bahnhofstrasse in der Nähe präsent.

Die Coop-Filiale kann ihre Fläche vergrössern.

Der dänische Schmuckanbieter Pandora wird durch eine Filiale des aargauischen Schmucklabels Sidang ersetzt. Pandora eröffnet dafür demnächst einen Laden an der Bahnhofstrasse, wie CH Media weiss.

Der Kuchenladen Cakefriends macht dem Zürcher Getränkeanbieter The Matcha Club Platz.

Die zweifach im HB vertretene, zu Coop gehörende Sushikette Yooji's gibt einen Standort auf. Stattdessen eröffnet die Zürcher Gastrokette **Wiesner** die erste Filiale ihres neuen Formats Negishi To Go. Neben klassischen Sushis soll es dort weitere japanische Spezialitäten wie Bento-Boxen oder Nudelsuppen geben, teilt die Firma auf Anfrage mit.



Die Sushis würden direkt vor Ort gerollt und seien innert maximal einer Minute servierbereit.

Voraussichtlich Ende 2025 wird der US-Sportartikelhersteller Nike im Nordtrakt einen Flagship-Store eröffnen.

Vor kurzem eröffnet wurden neue Läden der Schweizer Gastrokette Kaisin, House of Momos und M-Panada.

Die SBB teilen mit, sie wollten mit den Wechseln die Take-away-Angebote in den stark frequentierten Bereichen konzentrieren und mit Geschäften kombinieren, deren Angebot auf Pendlerinnen und Pendler ausgerichtet sei. In den ruhigeren Passagen würden hingegen vor allem Ladengeschäfte und Dienstleister platziert.

Die neuen Angebote passen zur Strategie der Bahn, in den grossen Bahnhöfen mehr Platz für lokale Anbieter zu schaffen. Die Aufwertung soll aber auch gelingen, indem an passenden Stellen hochwertige Gastronomieangebote geschaffen werden.

Im Südtrakt des Hauptbahnhofs, der vor wenigen Monaten nach einer langjährigen Renovierung wieder eröffnet wurde, mussten die Günstiganbieter Burger King und Nordsee weichen. Stattdessen eröffneten ein Fine-Dining-Restaurant oder ein Burgeranbieter, der 23 Franken für einen Burger mit Pommes verlangt. Die Menükarte einer neuen Brasserie führte bei der Eröffnung Apérogerichte mit Kaviar für 31 Franken, Rindsfilet für 65 Franken oder als Dessert eine Käseauswahl für 21 Franken auf.

Allerdings dürften die SBB überschätzt haben, wie viele Leute in den Bahnhöfen bereit sind, solche Preise für ihr Essen zu bezahlen. Die ebenfalls neu im Südtrakt präsente, auf Poulet spezialisierte Restaurantkette Yardbird hat in den wenigen Monaten des Bestehens ihrer Bahnhofsfiliale bereits die Preise angepasst und die Öffnungszeiten verkürzt.

Der Chef der neuen Brasserie Valentin Diem wiederum sagte diese Woche dem Tages-Anzeiger, er habe gemerkt, dass die Leute am Bahnhof «preissensibel» seien. Er habe deshalb das Angebot für sein Restaurant überarbeitet. Ab Ende dieser Woche soll ein neues Menü eingeführt werden. Zumindest im Gastrobereich stösst die durch die SBB forcierte Gentrifizierung an ihre Grenzen.