

**Zeitschrift:** Hochparterre : Zeitschrift für Architektur und Design  
**Herausgeber:** Hochparterre  
**Band:** 28 (2015)  
**Heft:** [4]: Das neue Gewerbehaus

**Artikel:** Moderat, aber stabil  
**Autor:** Gysi, Andreas  
**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-595364>

### **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

### **Conditions d'utilisation**

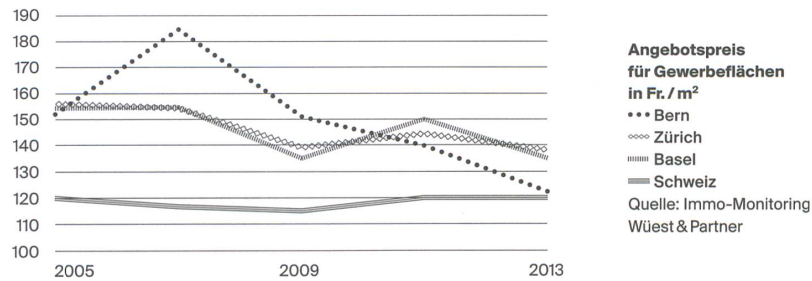
L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

### **Terms of use**

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

**Download PDF:** 14.02.2026

**ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>**



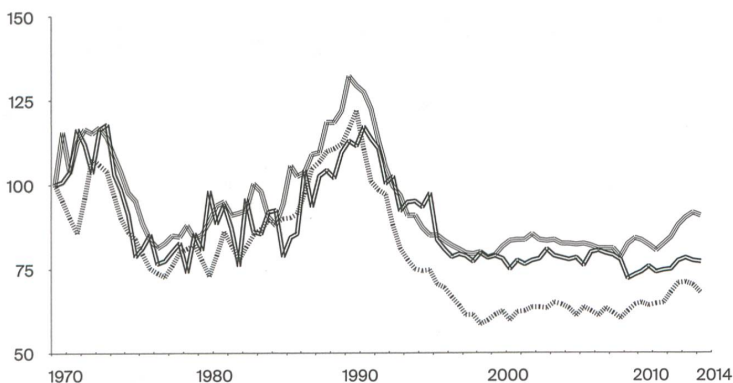
# Moderat, aber stabil

**Büros stehen leer, im Verkauf sinken die Erträge, das Gewerbe ist mitten im Strukturwandel. Zeit für Investoren also, die gewerblichen Nutzungen neu zu entdecken.**

Text:  
Andreas Gysi,  
Wüest & Partner

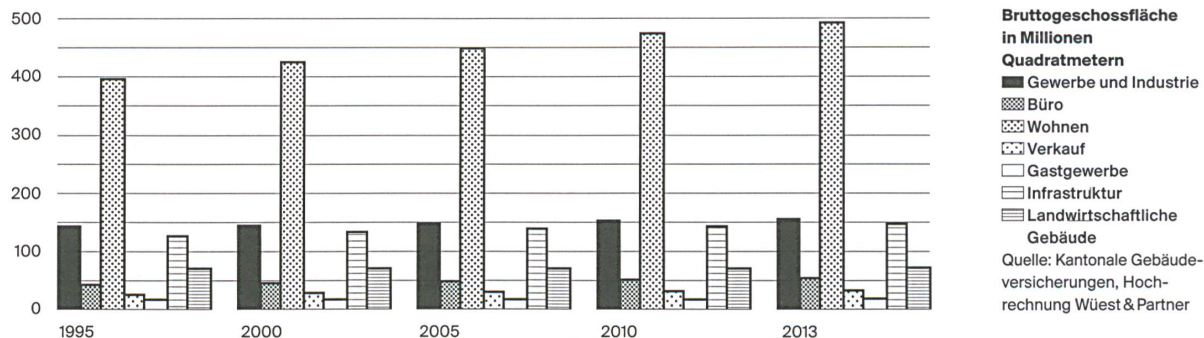
Gewerbehäuser sind nicht sexy. Das zumindest ist die Einschätzung vieler Architekten und Investorinnen. Erstere stören sich am oft spröden, pragmatisch funktionalen Ausdruck, Letztere scheuen vor den hohen Risiken und den moderaten Erträgen zurück. Eine objektive Betrachtung des wirtschaftlichen Umfelds, des Immobilienmarkts und der neuesten Entwicklungen zeigen aber: Ihre Annahme deckt sich nicht mehr mit der Realität.

Gewerbliche und industrielle Nutzungen sind mit rund einem Drittel des Schweizer Immobilienbestands nach dem Wohnen die zweithäufigste Nutzung. Trotzdem landet das Gewerbe meist auf dem unbeliebten vierten Platz, wird es doch jeweils nach den vermeintlich attraktiveren Nutzungen Wohnen, Büro und Verkauf genannt. Während der letzten zehn Jahre haben Wohn-, Büro- und Verkaufsnutzungen um rund 25 Prozent zugelegt. Die gewerblichen Nutzungen weisen im Vergleich dazu ein zwar niedrigeres, aber konstantes Wachstum von 9 Prozent auf. Die Mieten für Gewerbeflächen sind im historischen Rückblick seit 1970 stabiler als Büro- und Verkaufsmieten. Dies ist durch die moderate, aber vergleichsweise stabile Nachfrage bei den gewerblichen Nutzungen begründet. Das produzierende Gewerbe ist in den letzten zehn Jahren um rund sechs Prozent gewachsen. Es besteht ein ausgeglichenes Gleichgewicht zwischen mässigem Angebot und mässiger Nachfrage. Wenn auch auf deutlich tieferem Niveau generieren Gewerbebauten konstante und sichere Erträge. In absoluten Zahlen liegt der aktuelle nationale Durchschnitt bei rund 115 Franken pro Quadratmeter Hauptnutzfläche und Jahr. Der durchschnittliche Ertrag in Zürich beträgt 140, in Basel 135 und in Bern 110 Franken.



## Flexible Gross-Gewerbehäuser

Nicht nur das Ertragsniveau ist bei den gewerblichen Nutzungen im Vergleich zu den weiteren Geschäftsnutzungen Büro, Verkauf und Gastgewerbe deutlich tiefer, auch die Bandbreite nach oben ist begrenzt. Auf inner-



städtischen Arealen wird das Gewerbe infolge des sozio-ökonomischen Wandels und der allgemeinen Preis- und Ertragssteigerung durch wertschöpfungsintensivere Mieter verdrängt. Diese Veränderung kann am Beispiel der Stadt Zürich exemplarisch dargestellt werden: Kleingewerbliche Nutzungen in Hinterhöfen oder im Erdgeschoss von gemischt genutzten Liegenschaften wandern an den Stadtrand ab. Das neue Wachstum der gewerblichen Flächen findet in der Peripherie statt, wo der Bestand in den letzten Jahren überdurchschnittlich zugenommen hat.

Damit geht ein Strukturwandel einher: weg vom massgeschneiderten Bau, den die Gewerbetreibenden selbst erstellen und finanzieren, hin zu nutzungsneutralen, flexibel unterteilbaren grossen Gewerbebauten. Entwickelt und finanziert werden sie von professionellen Investoren. Die Gewerbetreibenden werden vom Eigentümer zum Mieter und können so ihr Kapital in Betriebseinrichtungen investieren statt in die Finanzierung der Baute. Exemplarische Beispiele für diesen Strukturwandel sind in Zürich das «Nørd» in Oerlikon, die «Werkerei» in Schwamendingen, «Tic, Tric, Trac» und der «Supertanker» in Wiedikon oder «Gleis 70» in Altstetten.

Der Strukturwandel eröffnet der Architektur ein neues Betätigungsfeld. Bisher wurden viele Gewerbebauten ohne Architektinnen geplant und ausgeführt. Das Gebäude wurde als notwendige Hülle für die Produktionsanlagen verstanden, die möglichst schnell und kostengünstig zu erstellen ist. Das Gewerbehaus der Zukunft stellt komplexere Anforderungen an die Architektur. Die Gewerbeflächen müssen unterschiedlich nutzbar und flexibel unterteilbar sein. Die Nutzung durch mehrere Mieter bedingt eine eigenständige Erschliessung. Das Raumprogramm ist vielfältiger und wird mit gemeinschaftlichen Nutzungen wie zum Beispiel einem Aufenthaltsraum, einem Café oder Sitzungszimmern komplizierter.

Früher hat der Patron die Anmutung und die Repräsentation eines Gewerbehauses nach seinem persönlichen Geschmack bestimmt. Heute muss ein Gewerbehaus den unterschiedlichen Ansprüchen einer wechselnden, heterogenen Mieterschaft gerecht werden. Die Grösse der Bauten und die Lage im bebauten Umfeld bedingen eine

städtebaulich sorgfältige Einordnung. Die Planung und Realisierung von Gewerbehäusern der Zukunft ist eine herausfordernde, neue Aufgabe für Architekten, für die es nur wenige gute realisierte Beispiele gibt.

#### Gewerbe als Alternative zu Büro und Verkauf

Für das neue Gewerbehaus spricht auch, dass die Zukunftsperspektiven der beiden wichtigsten geschäftlichen Nutzungen Büro und Verkauf nicht rosig sind, im Gegenteil. Der Büroflächenmarkt hat mit stagnierender Nachfrage, einem hohen Leerstand und – seit 2013 – sinkenden Erträgen zu kämpfen. Der Onlinehandel konkurrenziert die Verkaufsflächen zunehmend, auch hier werden sinkende Erträge erwartet. Die Investorinnen suchen darum nach alternativen Investitionsmöglichkeiten. Dabei könnten sie gewerbliche Nutzungen neu entdecken, die aufgrund der stabilen Erträge und der hohen Renditen eine attraktive Alternative sind. Die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen und der Strukturwandel führen also beide zu einem wachsenden Interesse der Investoren an Gewerbebauten. Das heisst: Der massgeschneiderte Gewerbebau ist schon bald ein Auslaufmodell, an seine Stelle treten vielfältig nutzbare Gewerbehäuser.

Der Strukturwandel findet nicht nur bei den Gewerbehäusern statt, er betrifft auch das Gewerbe selbst: Gewerbliche Nutzungen sind längst nicht mehr nur die eigentliche handwerkliche Produktion wie etwa eine Schreinerei. Insbesondere in urbanen Regionen ist das Kreativgewerbe eine wachsende Branche mit dynamischer Entwicklung und massgeblicher Wertschöpfung. Unter dem Sammelbegriff «Kreativgewerbe» werden Nutzungen zusammengefasst, die sich mit der Produktion, der Verteilung oder der medialen Verbreitung von kulturellen und kreativen Gütern und Dienstleistungen befassen. Dazu zählen typischerweise die Bereiche Musik, Kunst, Film, Design, Architektur, Werbung und Medien. Gesamtschweizerisch betrachtet arbeiten rund fünf Prozent aller Beschäftigten im Kreativgewerbe und erwirtschaften vier Prozent des nationalen BIP. Das Kreativgewerbe könnte also zum Retter der Branche werden – und dem verstaubten Image des Gewerbes mehr Sex-Appeal verleihen. ●