



# Vermietung Café-Bar Triemli

## 1. Ausgangslage

Der Baugenossenschaft Rotach ([www.rotach.ch](http://www.rotach.ch)) gehören rund 1100 Wohnungen in verschiedenen Siedlungen in der Stadt Zürich, in Rümlang und in Wettswil.

Wir haben an der Kreuzung Birmensdorfer/Schweighofstrasse im Zürcher Triemliquartier eine neue Siedlung gebaut, die Ende 2016 bezogen wurde. Insgesamt umfasst die Siedlung 250 Wohnungen.

An der Ecke zur Kreuzung ist ein Gewerberaum von 95 m<sup>2</sup> im Rohbau-Zustand frei.

Die Baugenossenschaft wünscht, dass in diesem Raum eine **Café-Bar** samt Verkauf eines kleinen, aber hochwertigen **Brotsortiments** betrieben wird.

Dieser Entscheid wurde aufgrund von geäusserten Bedürfnissen der BewohnerInnen im Nachhinein gefällt. Der Raum war also nicht von Beginn weg als Gastro-Betrieb geplant. Eine Küche einzubauen ist nicht mehr möglich, es kann lediglich regeneriert werden.

Seit kurzem liegt nun die Baubewilligung für einen Café-Bar Betrieb mit Aussenplätzen vor. Der Innenausbau kann auf den Herbst 2017 fertiggestellt werden.

Die Café-Bar soll von einem unabhängigen Betreiber geführt werden, aber einen starken Bezug zur Triemli-Siedlung der Baugenossenschaft Rotach haben und zu einem Treffpunkt unserer Bewohnerinnen und Bewohner werden.

## 2. Das Lokal

Das Café hat hohe Räume, grosse Fenster und eine extra eingebaute Lüftung. Es verfügt über ca. 35 Innenplätze und ebenso viele Aussenplätze. Im Lokal hat es ein behindertengerechtes Damen-WC und ein Herren-WC. Im Keller, welcher durch eine Treppe hinter dem Barkörper erschlossen wird, befinden sich Angestellten-WC, Garderobe und ein Lagerraum von 12 m<sup>2</sup>. Der Grundriss samt Vorschlag Innenausbau befindet sich im Anhang. Der Innenausbau kann vom Mieter mitbestimmt werden.

Die Aussenplätze können bis 22.00 Uhr betrieben werden.

## 3. Mietkonditionen

Die Baugenossenschaft übernimmt die Investitionen in den Innenausbau inkl. Geräte.

Vom Betreiber wird ein Beitrag von **CHF 60'000** an den Innenausbau erwartet, welcher nach Vertragsabschluss ‚a fonds perdu‘ bezahlt wird und vom Betreiber über den Betrieb abgeschrieben werden muss.

Die Mietvertragsdauer beträgt 2 x 5 Jahre mit Optionen.

Es ist mit einem monatlichen Mietzins von ca. CHF 3'700.— plus ca. 200 CHF NK zu rechnen.

Die Eröffnung soll im Herbst 2017 erfolgen.



#### **4. Bewerbungsunterlagen und Besichtigung**

Bitte senden Sie uns Ihre schriftliche Bewerbung per Email an folgende Adresse:

[Felix.zimmermann@onsite.ch](mailto:Felix.zimmermann@onsite.ch)

Am **Dienstag den 20. April um 16.00 Uhr** und am **Donnerstag den 27. April um 16.00 Uhr** kann das Lokal besichtigt werden. Wir bitten Sie, sich über die oben erwähnte Email-Adresse für diese Besichtigungstermine anzumelden.

Wir erwarten folgende Angaben in den Bewerbungsunterlagen:

1. Vorstellung Ihrer Person bzw. Ihres Unternehmens inkl. Angaben zur Ihrer Gastro-Erfahrung.
2. Beschreibung Ihrer Motivation eine solche Café-Bar an dieser Lage und zu diesen Umständen (Nähe zur Baugenossenschaft) zu betreiben.
3. Betriebskonzept und Businessplan.

#### **5. Termine**

Wir erwarten Ihre Bewerbung bis Mitte Mai 2017.

Anhang: Mögliches Betriebskonzept aus unserem Blickwinkel

Zürich 31.3.2017



## Anhang: Mögliches Betriebskonzept Café-Bar Triemli

### 1. Lage, Einzugsgebiet und Konkurrenz

Das Quartier hat heute eher den Charakter eines Schlaf-Quartiers. Ein Quartier-Café oder eine Bar im Umkreis von 300 Meter fehlen, ebenso eine Bäckerei. Es gibt an derselben Kreuzung zwei Speiselokale.

Das Lokal hat keine eigenen Parkplätze, aber Tram und Busstationen sind vor der Tür. Ausserdem gibt es vis à vis öffentliche Parkplätze.

In einem Radius von 300 Meter befinden sich geschätzte 1000 Wohnungen, welche sich auf die Kreuzung mit Tram und Bushaltestelle und auf die Geschäfte an der Birmensdorferstrasse orientieren.

Einzig grosser Arbeitgeber in der Umgebung ist das Triemlispital mit 2500 Mitarbeitenden, welches rund 400 Meter vom Café entfernt ist.

Im selben Radius gibt es folgende Geschäfte/ Institutionen:

1. Mopedhändler
2. Zwei Coiffeure
3. Kiosk
4. Blumenhändler
5. Denner
6. Tattoo-Geschäft
7. Terlindenfiliale
8. 2 Auto-Garagen
9. Kleineres Bodenbelagsgeschäft
10. 2 Ärzte und 1 Zahnarzt
11. 1 Kinderhort, 1 Kindergarten, 1 Kindertagesstätte, 1 Schulhaus
12. Pflegewohngruppe mit 18 Plätzen
13. Vier Kleingewerbler in der ehemaligen Fensterfabrik
14. 1 Secondhand-Shop
15. 1 Geschäft für Eistanz-Artikel, welches auf die neue Eishalle Heuried ausgerichtet ist und auch Nippsachen und Haushaltsartikel verkauft.
16. 2 Malergeschäfte
17. 1 Fahrschule
18. 1 kleines Geschäftshaus mit Büros
19. Heuried GZ, Kunsteisanlage mit Halle auch im Sommer, Badi



## 2. Zielgruppen

Das Triemliquartier wird sich in den nächsten 5-10 Jahren kaum zu einem Ausgeh- und Trendquartier entwickeln oder grössere Arbeitgeber ansiedeln. Deshalb macht es Sinn, das Café auf die breite Quartierbevölkerung auszurichten, in welchem sich die verschiedensten Altersgruppen wohlfühlen können. Der Charakter des Lokals könnte aus einem Mix von italienischer Espresso-Bar, heimeligen Quartier-Café und Quartier-Bar am Abend sein, in dem auch Jassgruppen willkommen sind und sich ein Stammtisch bilden kann.

Falls es gelänge, das Café auch für die Mitarbeitenden und/oder Besucher des Triemlispitals attraktiv zu machen, könnte ein erhebliches Zusatzpotential erschlossen werden.

Da es mit Ausnahme des Triemlispitals nur sehr wenige Arbeitsplätze und wenig Gewerbe im unmittelbar Umkreis gibt und die Lage auch bezüglich Passanten nicht sehr attraktiv ist, muss das Café untertags schwergewichtig auf diejenigen Quartierbewohner setzen, welche nicht auswärts arbeiten gehen, d.h.:

1. RenterInnen
2. Hausfrauen/Männer
3. StudentInnen
4. HomeworkerInnen
5. Kunden der umliegenden Geschäfte
6. Znüni und Snack-Mittagesser aus dem umliegenden Gewerbe
7. Besucher und Personal der Pflegewohngruppe in der Siedlung (18 Plätze)
8. Eltern, die Ihre Kinder im Hort oder der Kindertagesstätte abgeben
9. Tram-Bus-Umsteiger, für einen schnellen Espresso

Am Abend erweitert sich die Quartierbevölkerung um die Personen, welche am Tag auswärts arbeiten. Man kann davon ausgehen, dass sich dann der Café-Charakter des Tages stärker zum Bar- und Quartierbeiz-Charakter ändert.

Spezielle Kundeneffekte können mit einer starken Verbundenheit des Cafés mit der Rotach-Siedlung ggf. auch mit der nahen Siedlung der Familienheimgenossenschaft an der Schweighofstrasse erreicht werden, in dem das Café zum einem Treffpunkt der BewohnerInnen wird.

## 3. Angebot

Am Morgen werden vor allem Kaffee und Gipfeli verkauft, dazu gibt es verschiedene Zeitungen und die Möglichkeit ungezwungen zu verweilen. Ein absolut hoch qualitatives Kaffeeangebot ist Pflicht.

Über Mittag kann man Snacks wie Salate, Quiche, Birchermüsli, aber auch speziellere kalte Plättchen (z.B. Tapas) essen, die man im Übrigen den ganzen Tag erhält. Für das Wärmen von Snacks steht ein Steamer zur Verfügung.

Am Nachmittag gibt es Kaffee und Kuchen und wiederum die Möglichkeit zu verweilen.

Am frühen Abend kann man ein Feierabendbier trinken und wiederum eine Kleinigkeit essen (Snacks).

Am späteren Abend kann man sich treffen, eine Jassrunde klopfen, Gespräche führen und dazu etwas trinken.

Die Kaffeeprodukte, Snacks und Kuchen müssen zu den besten der Stadt gehören und dürfen durchaus einen Ruf über das Quartier hinaus geniessen.



Der Brotverkauf kann zusätzliche Espresso-Kunden bringen.

Am Wochenende kann via Brunch und Events (Siedlungsapéros, Kleinveranstaltungen) zusätzlicher Umsatz generiert werden.

#### **4. Marketing**

Das Lokal befindet sich an einer prominenten Lage an einer stark befahrenen Kreuzung und unmittelbar bei der Haltestelle von mehreren Linien des öffentlichen Verkehrs. Mit dem hohen Raum aus Beton, den grossen Fenstern und dem markanten Gebäude fällt es auf. Die Inneneinrichtung soll so gestaltet werden, dass es dem breiten Publikum gerecht und doch nicht beliebig wirkt. Der Kontrast von Beton, grossen Fenster und einer holzbetonten Inneneinrichtung kann sehr reizvoll werden.

Professionalität und Freundlichkeit des Personals ist enorm wichtig.

Für die Baugenossenschaften im nahen Umfeld soll man sich mit Hilfe der BG Rotach besonders bemerkbar machen (Aushänge in den Treppenhäusern, Events).

Ein spezielles Marketing in Richtung Spital Triemli sollte geprüft und ggf. umgesetzt werden.

#### **5. Kundensegmente**

##### Brotkunden

Nicht preissensible Leute aus dem Quartier, welche sehr gutes Brot lieben. Lastminute-Käufer.

##### Morgenkunden

- Stammkunden aus dem Quartier
- Passanten, die auf den ÖV gehen
- Znüni-Kunden aus dem umliegenden Gewerbe
- Eltern, die Ihre Kinder in den Hort bringen
- Besucher der Pflegewohngruppe
- Brot-Kunden, die einen Espresso trinken
- Kunden der umliegenden Geschäfte, Ärzte

##### Mittagskunden

- Mittagesser aus dem umliegenden Gewerbe
- Studenten, Rentner, Hausfrauen/Männer, Homeworker aus dem Quartier

##### Nachmittagskunden

Studenten, Rentner, Hausfrauen/Männer aus dem Quartier

##### Abendkunden

- Feierabendbier
- Stammgäste aus dem Quartier
- Gelegenheitsgäste aus dem Quartier
- Jassrunden

##### Wochenende

- Brunch, Events