

**Zeitschrift:** Hochparterre : Zeitschrift für Architektur und Design  
**Herausgeber:** Hochparterre  
**Band:** 20 (2007)  
**Heft:** [5]: Sihlcity : die kleinste Grosstadt

## Inhaltsverzeichnis

### **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. 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. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

### **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. [Voir Informations légales.](#)

### **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. [See Legal notice.](#)

**Download PDF:** 30.03.2025

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

## Impressum

Redaktion: Benedikt Loderer

Design: Barbara Schrag

Produktion: Sue Lüthi

Korrektur: Elisabeth Sele, Lorena Nipkow

Verlag: Sybille Wild

Designkonzept: Susanne Kreuzer

Litho: Team media GmbH, Gurtneilen

Druck: Südostschweiz Print, Chur

Fotos: Ralph Bensberg

© Hochparterre, Ausstellungsstrasse 25, 8005 Zürich

Herausgegeben vom Verlag Hochparterre in Zusammen-

arbeit mit der Miteigentümergeinschaft Sihlcity,

Karl Steiner AG, Theo Hotz Architekten + Planer AG

Zu beziehen bei: [verlag@hochparterre.ch](mailto:verlag@hochparterre.ch)

Preis: CHF 10.– zuzüglich Versandkosten

## Inhalt

- 4 Vergangenheit: Die Karriere der Papierfabrik
- 8 Projektentwicklung: Planen heisst umplanen
- 12 Gegenwart: Gasse, Platz und Mall
- 24 Verkehr: Umgang mit Flaschenhälsen
- 26 Mischung: Kommerzielle Diplomatie
- 28 Lichtplanung: Stimmung mit Licht erzeugen
- 30 Kunst: Kunstspiel und Spieltrieb
- 34 Stadtgrün: Die Natur auf dem Dach
- 36 Baustelle: Sihlcity wächst
- 38 Namen & Zahlen

### Fünf Gründe zum Staunen

Sihlcity macht Staunen. Rund 100 000 Quadratmeter Nettonutzfläche, eine Investition von 600 Millionen Franken, 80 Läden, 13 Restaurants, etwa 2300 Arbeitsplätze, 20 000 erwartete Besucher pro Tag, die Zahlen übersteigen das landesübliche Vorstellungsvermögen. Die schiere Grösse des Projekts ist des Staunens erster Grund. Natürlich ist Sihlcity auch ein Shoppingcenter, aber kein gewöhnliches. Neu daran ist die Inszenierung als Stadt. Mit den traditionellen Stadträumen, mit Gasse und Platz, wurde das Konglomerat zu einer einprägsamen Figur zusammengebunden. Man staunt wieder: wie alte Rezepte zu neuen Ergebnissen führen.

Sihlcity kommt mit nur 850 Parkplätzen aus. Das ist viel zu wenig, wenn man die Fachleute fragt, ausreichend, wenn man die Erschliessung mit dem öffentlichen Verkehr berücksichtigt. Die Investoren haben mit sich selbst die Wette abgeschlossen, dass das Shoppingcenter trotzdem funktionieren wird. In vielleicht drei Jahren werden sie wissen, ob das Unternehmerrglück auf ihrer Seite steht. Der dritte Staunensgrund.

Man schlendert durch Sihlcity und sieht etwas Wesentliches nicht mehr: die logistische Anstrengung. In vier Jahren rund 500 Millionen zu verbauen, will sorgfältig geplant sein. Dazu kommt, dass die Baustelle nur zwei Zufahrten hatte. Vier Betonmischanlagen und 13 Kräne mussten beliefert werden, was genaue Phasenpläne für alle Bauabläufe erforderte. Alle Planungs- und Bauarbeiten mussten gleichzeitig erfolgen, da es keine Etappen gab. Alles musste gleichzeitig fertig sein. Zweihundert Planer aller Art zeichneten 16 500 Pläne, die an Spitzentagen von bis zu 1800 Arbeitern und Ladenpersonal umgesetzt wurden. Auch das ist staunenswert.

Sihlcity ist das zweite Projekt für die Umnutzung der Industriebrache. Das erste, «Utopark», war ein reines Bürogebäude. Damals war ganz selbstverständlich geplant, alle bestehenden Bauten abzureissen. Beim Neustart mit Sihlcity war es ebenso selbstverständlich, die wertvollsten Altbauten zu erhalten und eine Mischnutzung zu planen. In den zwanzig Jahren zwischen den beiden Projektideen hat sich nicht nur die Ökonomie verändert, sondern auch das Denken. Ein neues Zauberwort ist aufgetaucht: Identität. Unverwechselbar und einprägend muss ein solches Projekt heute sein, etwas, was es anderswo nicht gibt. Um Identität zu schaffen, geben die Investoren mehr Geld aus, als das alte, kalte Renditedenken eigentlich erlaubt. Das heisst aber auch, dass Identität heute ökonomisch ist. Man staunt über die Wirtschaftskarriere der Identität.

Die Fotos aus Sihlcity stammen von Ralph Bensberg. Wir danken ihm und allen, die mitgeholfen haben, dieses Sonderheft zu verwirklichen. Benedikt Loderer