



Gestaltungsidee und Visualisierung WMI

## Das Marketing- und Nutzungskonzept hat u.a. folgende strategische Schlüsselfragen zu beantworten

- Vision, die Leitidee, die Projektstory dazu?
- Nutzungsmix mit Marktchancen?
- Marktpositionierung mit intakten Chancen?
- Wer sind die potenziellen Zielgruppen?
- Marketingpolitisch abgestimmte Etappierung?
- Geschätzte Vermarktungsdauer?

Die Liegenschaftsverwaltung der Stadt Bern erteilt WMI per Ausschreibung den Auftrag ein Marketing- und Nutzungskonzept zu erarbeiten.

Der Fonds für Boden- und Wohnbaupolitik der Stadt Bern als Landeigentümerin, vertreten durch die Liegenschaftsverwaltung der Stadt Bern, verfolgt das Ziel, das Areal Wankdorf-Nord (Schlachthofareal), Stauffacherstrasse 80-98 bzw. 80-128 in Bern, etappenweise einer neuen Nutzung zuzuführen. Dazu soll das Land zur Neubebauung im Baurecht veräussert bzw. abgegeben werden.

Die Grösse dieser Landfläche und deren Nutzungspotenziale entfalten eine herausragende wirtschaftliche Bedeutung für die Stadt Bern und ihre Entwicklung im Norden. Um die sich bietenden Chancenpotenziale bestmöglich wahrnehmen zu können, will die Landeigentümerin die marketingpolitischen Steuerungsfunktionen, insbesondere bezüglich städtebaulicher Akzentsetzung, Nutzungsmix und Etappierung in ihrer Hand behalten. Eine zielführende Steuerung erfolgt in erster Linie über die Angebotsgestaltung und letztlich den Abschluss von Baurechtsverträgen auf der Basis des mit diesem Auftrag zu entwickelnden Marketingkonzeptes.



WMI Real Estate Marketing AG  
Burgerstrasse 19, CH -3063 Ittigen  
T +41 31 310 16 16

## Bebauungskonzepte

WMI entwirft zwei Ideen zur Bebauung. Mit der Variante Tower, wird ein herausragender, identitätstiftender Akzent gesetzt, welcher gleichzeitig das Nutzungsspektrum zu öffnen vermag. Die Variante Park-Allee setzt auf die Dimensionierung und Gestaltung des Ausser-raumes und konzentriert sich stärker auf klassische Büronutzung.

### Idee Park-Allee

Es strahlt einen Hauch an Noblesse aus, dieses neue Geschäfts- und Verwaltungsviertel. Die Park-Allee (Wankdorf-Allee, Wankdorf-City-Allee) wird zum begehrten Lebenskern des einzigartigen Wirtschaftsviertel; Und sie wird zur „Allee der Wirtschaft“ in Bern. Intarsien im edlen Plattenbelag der Allee erinnern an die Leistungsfähigkeit der bernischen Volkswirtschaft. Hier wird auf eindrückliche Weise sichtbar, welcher wirtschaftliche Beitrag von Unternehmungen und Personen mit bernischen Wurzeln in die Welt hinausgetragen wurde.

### Idee City -Tower of Berne

Zum einzigartigen, identitätstiftenden Merkmal des neuen Viertels und des Nordens der Stadt Bern wird der 100m-Tower. Der „City-Tower of Berne“ nimmt u.a. ein 5-Sterne-Hotel und mit phänomenaler Aussichtsplattform auf. Der 360° Blick ins schweizerische Mittelland, auf Alpen und Berge bis hin „to the Top of Europe“ und die UNESCO-geschützte Berner Altstadt begeistert Touristen, Kunden und Geschäftsleute gleichermaßen. Das höchste Gebäude im Espace Mittelland oder Metropolitan Bern wird neben dem legendären Bärengraben, dem neuen Zentrum Paul Klee und der Altstadt zu einem attraktiven Anziehungspunkt.

Aus verschiedenen Gründen muss diese Bebauungsidee nach der Präsentation des Marketing- und Nutzungskonzeptes fallen gelassen werden.



Dienstleistungsmix/Wohnen (funktionale Gliederung)	Bruttogeschossfläche	
	m <sup>2</sup>	%
Kreditgewerbe, Versicherungen, Broker	9 900	12 %
Informatik, Immobilienwesen	7 500	9.1 %
Unternehmensdienstleistungen	12 000	14.6 %
Öffentliche Hand: Bildung/Verwaltung/Gesundheit	37 000	44.9 %
Gastronomie	1 000	1.2 %
Entertainment: Kultur, Sport, Wellness etc.	8 000	9.7 %
Detailhandel (Food/Non-Food)	3 000	3.6 %
Wohnen als Ergänzungsnutzung (optional)	4 000	4.9 %
<b>Total</b>	<b>82 400</b>	<b>100 %</b>

Der Ziel-Nutzungsmix für das Geschäftsviertel setzt auf die Stärken Berns mit einem 45%-igen Anteil an Dienstleistungen der öffentlichen Hand. Es betrifft dies die Bereiche Bildung und Verwaltung. Etwa 36% fallen auf andere Dienstleistungssektoren. Der Anteil an Wohnnutzung beschränkt sich auf 5% in den oberen Etagen der ruhiger gelegenen Gebäude entlang der Wankdorf-Allee.



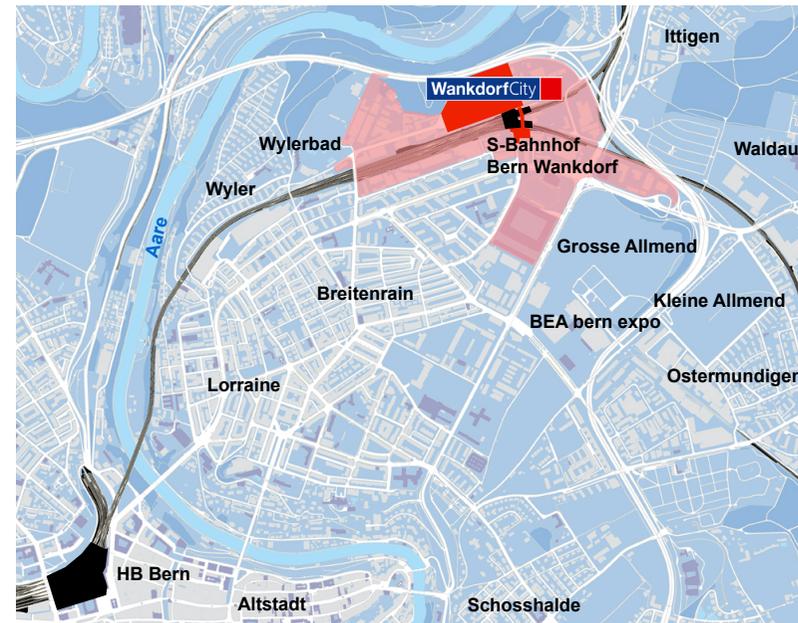
WMI Real Estate Marketing AG  
Burgerstrasse 19, CH -3063 Ittigen  
T +41 31 310 16 16

## Entwicklung des Brands Namensgebung des Quartiers

Das dramaturgische Potenzial eines Standortes spielt bei der Definition einer Leitidee/ Vision eine bedeutende Rolle. Es stellt sich die Frage nach der Geschichte des Areals und dessen Bedeutung im Stadtgefüge und für die Stadtentwicklung. Einen bestehenden Mythos zu erhalten oder einen neuen zu schaffen, ist zur Adressbildung und zur Kreation des CI von grösster Bedeutung. Es bedarf keiner Erklärungen, weshalb die „Geschichte Schlachthof“ für die Zukunft dieses Areals keine nutzbare Perspektive entfalten kann. Die Adresse „Schlachthof“ ist bezogen auf eine neue, völlig andere Nutzung negativ besetzt. Ein Unternehmen, welches von Personen bestimmter Religionszugehörigkeit geführt wird, würde sich aus nahe liegenden Gründen niemals auf diesem Areal niederlassen.

Der Entscheid für „WankdorfCity“: Nach intensiver Evaluation zum Branding für dieses neue Geschäftsquartier schlägt WMI „WankdorfCity“ vor, weil er in hohem Masse überzeugt. Dieser Name bringt die städtische Lage direkt am Bahnhof und deren zukünftige Bedeutung präzise auf den Punkt. Er klingt gut und ist in der Lage in der Vorstellungen des Publikums ein konkretes Bild zu verdichten. Am Anfang der Schöpfung eines Produktes, hier also des Geschäftsviertels, steht die Namensgebung. WankdorfCity steht für Erfolg.

Er zielt für den Raum um den Bahnhof Wankdorf auf eine neue und zukunftsgerichtete städtische Identität. Im engeren Sinne bedeutet WankdorfCity das hier konzipierte, neue Geschäftsviertel (und dereinst des östlich angrenzenden Areals), selbstredend für Erreichbarkeit direkt am Bahnhof, welches mit dem angrenzenden Areal der Burgergemeinde wachsen kann und wird. Weiter gefasst, kann dieser Brand eine im Entstehen begriffene Sub-City im Norden der Stadt identifizieren.



Sub-City Wankdorf

## Kommunikation Gesamt-Areal

WankdorfCity soll von den relevanten Anspruchsgruppen (Akteure der Bau- und Immobilienbranche, wichtige Gruppen aus Wirtschaft und Politik sowie die Nachbarschaft, die Fachpresse etc.) als realistisches und chancenreiches Vorhaben wahrgenommen werden. Das Vorhaben soll in seiner Gesamtheit und seiner politischen und wirtschaftlichen Bedeutung dargestellt werden.

UCP Unique Communication Proposition aufbauen: Es gilt, den USP (Unique Selling Proposition) in eine UCP umzusetzen. Die Leitidee wird mit Kernaussagen konkretisiert und damit werden die wesentlichen Merkmale zur Positionierung der WankdorfCity am Markt kommuniziert z.B.

WankdorfCity -  
das einzigartige Berner Geschäfts- und Verwaltungsviertel direkt am S-Bahnhof.

WankdorfCity -  
Arbeiten im Lebenskern Bern-Nord.

WankdorfCity -  
Rendite und Performance.

## Baufelder, Gebäudevolumen

WMI kreiert eine erste Gliederung von Bau-felder und Gebäudevolumen (in Anlehnung an den Masterplan). Die Konzeption Park-Al-lee lässt innerhalb der Erschliessungsstruktur Spielraum für feinteiligere Parzellierungen und damit die Planung und Realisierung verschiedener Gebäudevolumen und -typen.

Baufelder/ Gebäude	Grundstück- fläche m <sup>2</sup>	Baurechts- parzelle	Bruttogeschoss- fläche m <sup>2</sup>	Autosstell- plätze <sup>1</sup>	Nutzung
Baufeld 1	8 400	1	25 200	216	Publikumsintensivere Büronutzung, Detail- handel, Ausstellungen, Entertainment, Gastronomie
Baufeld 2	8 400	2A	7 800	66	Büro/Dienstleistungen
		2B	6 095	69	Büro/Dienstleistungen (Option: Anteil Wohnen)
		2C	7 130	61	Büro/Dienstleistungen (Option: Anteil Wohnen)
Baufeld 3	7 090	3A	8 315	70	Büro/Dienstleistungen
		3B	10 765	91	Büro/Dienstleistungen
Baufeld 4	3 100	4	13 850	117	Büro/Dienstleistungen
Gebäude am West-Tor	4 100	5	1 245	10	Büro, Atelier, Wohnen
<b>Total</b>	<b>31 090</b>		<b>82 400</b>	<b>700</b>	

Idee Gliederung Baufelder / Bauvolumen zu vermarktaren Einheiten



Ideen WMI zur Platzgestaltung



Ideen WMI zur Aussenraumgestaltung und Namensgebung  
Park-Allee, WankdorfCity-Allee, Wankdorf-Allee



WMI empfiehlt die Buslinie, gemäss Masterplan auf der Binnenachse, auf die Erschliessungsstrasse entlang der Geleisen zu verlegen

## Das Vermarktungsinstrumentarium

Unter der Leitung von WMI werden die Eckpfeiler zur Vermarktungskommunikation kreiert, entwickelt und realisiert:

Die Broschüre für Investorensegmente  
„Investieren Sie im einzigartigen Berner Wirtschaftsviertel“

Die IT-Standardpräsentation  
für Investoren, Developer, Promotoren, Nutzer

Werbefilm / Power-Point-Präsentation



WMI Real Estate Marketing AG  
Burgerstrasse 19, CH -3063 Ittigen  
T +41 31 310 16 16