



E-Mail

Medien Stadt Luzern

Stadt will den Dialog mit dem Detailhandel führen und ihn fördern

Medienmitteilung

Luzern, 6. April 2016

Zu einer attraktiven Stadt gehört seit jeher ein attraktiver Marktplatz. Dies gilt auch heute noch. Attraktivität ist jedoch immer wieder neu zu erringen. Es gilt die Devise: „Handel ist Wandel“. In Ebikon, vor den Toren der Stadt, wird die „Mall of Switzerland“ gebaut, angestammte Läden verschwinden und der Online-Handel ist im Vormarsch. Branchenmix, Frankenstärke und Einkaufsfahrten ins Ausland heissen die aktuellen Schlagworte.

Die aufgezeigten Veränderungen betreffen auch die Stadt Luzern als Wohn- und Wirtschaftsstandort und insbesondere auch als führende Tourismusdestination. Für die ansässige Bevölkerung ist ein vielfältiges Angebot im Detailhandel von zentraler Bedeutung. Für unsere Gäste gehört ein attraktives Einkaufsangebot zum Reiseerlebnis in der Stadt und Region Luzern.

Der Detailhandel braucht ein attraktives Umfeld. Umgekehrt gestaltet und prägt die Branche auch gleichzeitig dieses attraktive Umfeld. Die Stadt Luzern ist an einem zeitgemässen, attraktiven, vielfältigen und insbesondere nachgefragten Angebot der ansässigen Geschäfte interessiert.

Studie schafft notwendige Basis zur Entwicklung

Im Rahmen des neu eingerichteten Forums Attraktive Innenstadt (siehe Beilage „Forum Attraktive Innenstadt: Kurzbeschreibung“) hat die städtische Finanzdirektion die Federführung bei der Handlungsebene Nutzungen. Sie beauftragte die Experten Marco Fuhrer (Fuhrer & Hotz) und Felix Thurnheer (ImmoCompass) im Rahmen einer Studie, die Entwicklungen für den Detailhandel zu untersuchen und mögliche Strategien und Massnahmen aufzuzeigen.

Die vorliegende Arbeit hilft sowohl der Branche wie auch den städtischen Behörden gemeinsam Strategien zu formulieren und daraus Massnahmen abzuleiten. Die Branche ist verant-

wortlich für ein attraktives und wettbewerbsfähiges Angebot, die städtischen Behörden sorgen für die Rahmenbedingungen.

Fakten zum Ist-Zustand

- In der Innenstadt Luzern spielt das klassische Detailhandelsangebot mit rund 340 Anbietern und 215'000 m² Nutzfläche eine herausragende Rolle.
- Die Innenstadt weist insgesamt einen sehr breiten Detailhandelsmix auf. Ein bemerkenswert ausgewogener Mix zeigen insbesondere die Neustadt und das Bruchquartier. In Teilen der Altstadt sind einzelne Bereiche wie Uhren-Schmuck oder Kleider vorherrschend.
- Mit einem Anteil von 55% nimmt die Zielgruppe Schweizer Gäste und internationale Touristinnen und Touristen die bedeutendste Rolle ein.
- Das heutige Angebot in den untersuchten Gebieten entspricht den Bedürfnissen der jeweiligen Zielgruppe.
- Die ausgeprägten Standorte für Einkaufsnutzungen sind und bleiben die Alt-/Kleinstadt, die Neustadt sowie das Gebiet Quai-/Löwenplatz.

Herausforderungen an Detailhandel und Stadt

Der Vormarsch der Einkaufsfahrten ins Ausland oder die Digitalisierung stellen die Branche vor neue Herausforderungen. Der Wegfall bedeutender Umsatzanteile führt zu sinkendem Flächenbedarf oder Schliessung von Filialen im Non-Food Bereich. Der Zugang zu mobilem Internet verändert das Einkaufsverhalten massgeblich. Konsumenten können heute immer und überall einkaufen und sind somit nicht mehr an Ladenöffnungszeiten oder räumliche Formate gebunden. Dies stellt ganz neue Anforderungen an Flächen und Standorte.

In einer ersten Bewertung führen diese Herausforderungen zu folgenden Handlungsfeldern, welche die Stadt Luzern mit Wirtschaft und Politik angehen will:

➔ Die Aufwertung der Innenstadt ist im Interesse des Detailhandels

Die Innenstadt von Luzern bietet ein einmaliges Ambiente zum Einkaufen, Flanieren und Verweilen. Die Erweiterung von derartigen Orten und Flächen steigert die Aufenthaltsqualität, die Leute bleiben länger, und das erhöht die Umsätze. Die Fussgängerzonen sind im Verhältnis zur Verkaufsfläche noch ausbaufähig.

➔ „Mall of Switzerland“ als Chance begreifen

Die Luzerner Innenstadt ist ein Einkaufsmagnet. Mit über 200'000 m² Verkaufsfläche, ist die Bedeutung des „Shoppingcenters Innenstadt“ viermal so gross wie die entstehende „Mall of Switzerland“. Sie ist daher als Chance zu verstehen. Der Einkaufsort Zentralschweiz wird insgesamt gestärkt und zusätzlich beworben. Das Profil der Innenstadt muss geschärft und mit geeigneten Kommunikations- und Marketingmassnahmen positioniert werden.

➔ **Ladenöffnungszeiten bleiben ein Anliegen**

Das Thema Ladenöffnungszeiten bleibt aktuell. Gemäss Schätzungen der Studienverfasser, wird mehr als die Hälfte des Detailhandelsumsatzes von internationalen und schweizerischen Tages- oder Übernachtungsgästen getätigt. Mindestens verlängerte Öffnungszeiten am Samstag sind weiterhin anzustreben.

➔ **Das Internet verändert den Handel und das Stadtbild**

Der Online-Handel wächst rapid und wird die Welt des Detailhandels in grossem Masse beeinflussen. Dies wird vermehrt zu Mischformen in der Erdgeschossnutzung – zum Beispiel Café und Verkaufsladen – führen. Daneben werden bewegliche Bilder und neuartige Projektionsmöglichkeiten im Stadtbild für Aufmerksamkeit bei der Kundschaft sorgen.

Weiteres Vorgehen: Diskussionen mit dem Detailhandel

Die Erkenntnisse der Studie und die vorgeschlagenen Massnahmen der Autoren werden im Rahmen eines Workshops mit den beauftragten Experten und Vertretern des lokalen Detailhandels diskutiert und vertieft. Diese Resultate werden in die erste Innenstadtkonferenz des Forums Attraktive Innenstadt einfließen, wo auch die ersten Ergebnisse aus den Handlungssträngen Verkehrserschliessung und Räumliche Gestaltung mit den Nutzungsansprüchen des Einkaufsortes Stadt Luzern abgestimmt werden.

Weitere Auskünfte erteilt Ihnen:

Stadt Luzern

Peter Bucher, Beauftragter für Wirtschaftsfragen

Telefon: 041 208 83 63

E-Mail: peter.bucher@stadtluzern.ch

Erreichbar: Mittwoch, 6. April 2016, 11 bis 12 Uhr