



**Stadt
Luzern**

Stadtrat

**Wurde anlässlich
Ratssitzung vom
11. Mai 2017
beantwortet.**

Antwort

auf die

Interpellation 16

Albert Schwarzenbach namens der CVP-Fraktion
vom 25. Oktober 2016
(StB 215 vom 12. April 2017)

Was tut die Stadt gegen das Lädelerben?

Der Stadtrat beantwortet die Interpellation wie folgt:

Der Interpellant schreibt: „In letzter Zeit haben eine Reihe von Fachgeschäften die Türen geschlossen: Eiselin Sport (nach 52 Jahren), Papeterie Patrick Späti, Grüter und Suter Haushaltswaren, Metzgerei Höltschi, Metzgerei Schär, Bäckerei-Konditorei Rüegg, Bäckerei Rüttemann. Damit sind Betriebe verschwunden, die jahrzehntelang das Stadtbild und den Detailhandel geprägt haben.“ Zu dieser Entwicklung werden folgende Fragen gestellt.

Zu 1.:

Wie beurteilt die Stadt diesen Trend?

Der Detailhandel ist für die Stadt Luzern eine bedeutende Branche. Mit rund 7'000 Arbeitsplätzen zählt der Detailhandel nach dem Gesundheitswesen zu den wichtigsten Arbeitgebern. Die Einkaufsgeschäfte prägen das Stadtbild und das Ambiente. Die Entwicklungen in diesem Wirtschaftszweig sind daher für Luzern von besonderer Bedeutung.

In der ganzen Schweiz, und so auch in Luzern, ist die Branche einem ständigen Wandel unterworfen. Veränderungen gehören seit jeher zum Detailhandel, zurzeit muss sich die Branche aber gleich an mehreren Fronten bewähren. Der Kosten- und Margendruck hat sich mit der gegenwärtigen Frankenstärke erhöht. Der Onlinehandel eröffnet neue Verkaufskanäle und weitet die Konkurrenz deutlich aus. Vor allem verkleinert das Internet den Wissensvorsprung, den der Fachhandel seiner Kundschaft anbieten konnte, und erhöht gleichzeitig die Transparenz der Angebote für die Kundinnen und Kunden. Der Konkurrenzdruck ist damit grösser geworden, die Kundschaft wählerischer und weniger loyal.

Gemäss den Statistiken der Detailhandelsbranche erweist sich Luzern als sehr stabil. Zwischen 2011 und 2014 (die Zahlen für 2015 stehen noch nicht zur Verfügung) zählt die offizielle Firmenstatistik STATENT lediglich einen Rückgang von per Saldo 7 Arbeitsstätten (0,6 %). In dieser Periode verzeichnen auf der Ebene Arbeitsstätten die Tankstellen (-16; 50 %), Kioske (-7; 20 %), Papeterien (-5; 15 %) sowie Möbel- und Einrichtungshäuser (-12; 20 %) den grössten Abbau, während Kosmetik und Körperpflege (+18; 16 %) sowie Coiffeursalons (+14; 7 %) deutlich gewachsen sind.

Trotzdem ist Luzern gemäss dem aktuellsten Detailhandelsbericht der CS „die einzige grosse Stadt (mehr als 50'000 Einwohner), welche im Detailhandel einen Beschäftigungszuwachs verzeichnete (+0,3 %)“ (in Vollzeitstellen). Der Grund liegt erwartungsgemäss im starken Wachstum des Segments „Uhren und Schmuck“, wo die Vollzeitstellen im gleichen Zeitraum um rund 40 % gewachsen sind.

Die folgende Tabelle zeigt die Veränderung der Arbeitsstätten und der Anzahl der Beschäftigten (nicht umgerechnet in Vollzeitstellen) für die Jahre 2011 und 2014.

Obwohl formell nicht zum Detailhandel zählend, sind in dieser Aufstellung Coiffeur- und Kosmetiksalons mitgezählt, da sie in der Innenstadt einen nicht unwesentlichen Teil der Erdgeschossnutzung belegen.

Kategorie	2011	Veränderung	2014	2011	Veränderung	2014
	Anzahl			Anzahl		
	Arbeitsstätte			Beschäftigte		
Supermärkte und Warenhäuser	53	-4	49	1297	-141	1156
Lebensmittel	82	3	85	431	135	566
Bäckereien, Konditoreien - Tea-Rooms	11	0	11	145	-2	143
Tankstellen	29	-16	13	254	-134	120
Datenverarbeitung, Telekommunikation, Unterhaltungselektronik	45	0	45	177	11	188
Eisen- und Metallwaren, Elektrohandel	17	-2	15	345	-130	215
Musikinstrumente	9	0	9	68	-3	65
Einrichtungen, Möbel	59	-12	47	268	-57	211
Papeterien	29	-5	24	172	-23	149
Kioske	40	-7	33	134	-17	117
Fahrräder, Sportartikel	33	1	34	250	21	271
Spielwaren	8	0	8	19	0	19
Textilien, Bekleidung, Schuhe	212	3	215	1173	-12	1161
Apotheken, Drogerien	30	-1	29	266	6	272
Kosmetikartikel, Körperpflegemittel	98	18	116	208	26	234
Blumen und Pflanzen	18	1	19	78	6	84
Haustiere	2	0	2	11	2	13
Uhren und Schmuck	61	2	63	535	182	717
Optiker	34	-2	32	204	-11	193
Geschenkartikel und Souvenirs	22	-1	21	133	21	154
Kunsthandel	13	1	14	44	8	52
Antiquitäten und Gebrauchtwaren	21	-5	16	30	-8	22
Marktfahrer	3	1	4	11	6	17
Reparaturwerkstätten	13	1	14	41	5	46
Versand- und Internet-Detailhandel	7	5	12	40	-12	28
Wäscherei	3	0	3	32	13	45

Textilreinigung	6	-1	5	25	-9	16
Coiffeursalons*	196	14	210	499	56	555
Übrige Kategorien	23	-1	22	72	-7	65
Total	1177	-7	1170	6962	-68	6894

Zu 2.:

Was tut sie dagegen? Und was könnte sie dagegen tun?

Vorerst ist festzuhalten: Der Verkaufserfolg liegt in der Hand der privaten Unternehmen. Die Stadt kann Einfluss auf die Rahmenbedingungen nehmen, der Detailhandel muss jedoch selbst dafür sorgen, dass sein Angebot nachfrageorientiert, marktgerecht und attraktiv ist.

Bei den Rahmenbedingungen gibt es verschiedene Handlungsfelder:

1) Attraktives Ambiente

Alles, was dem Wirtschaftsstandort Luzern zugutekommt, diesen aufwertet und die Stadt attraktiver macht, ist auch von Vorteil für die ansässigen Unternehmen. Dies gilt insbesondere für standortgebundene Dienstleistungen, wo die Kundin oder der Kunde zwingend vor Ort erscheinen muss, um die Dienstleistung in Anspruch nehmen zu können. Dazu gehören unter anderen der stationäre Detailhandel, persönliche Dienstleistungen und die Gastronomie.

Ein anregendes, schönes Ambiente gehört zu den Haupttrümpfen einer guten Lage. Die Aufwertung der Innenstadt ist daher ein zentrales Interesse des Detailhandels. Die Innenstadt von Luzern bietet ein einmaliges Ambiente zum Einkaufen, Flanieren und Verweilen. Die Erweiterung von derartigen Orten und Flächen steigert insgesamt die Aufenthaltsqualität. Wer länger bleibt und sich wohlfühlt, ist eher geneigt, allfällig geplante oder spontane Einkäufe zu tätigen. Es ist im Interesse des Detailhandels genauso wie der öffentlichen Hand, dass diese Wertschöpfung in der Stadt realisiert und gehalten werden kann.

2) Stadtmarketing

Die Stadt muss ihre Vorzüge pflegen und sich noch stärker darauf fokussieren. Dies gilt insbesondere vis-à-vis der Konkurrenz im Internet. Es scheint wenig erfolgversprechend, in der Innenstadt die Vorzüge eines Shoppingcenters oder des Onlinehandels kopieren zu wollen. Vielmehr sind die Alleinstellungsmerkmale einer historisch gewachsenen Stadt wieder besser nach aussen und innen darzustellen: echte statt künstliche Lebenswelten.

Es ist notwendig, dass die verschiedenen Akteurinnen und Akteure, welche für die Einkaufsstadt Luzern werben, am gleichen Strick ziehen und Vorzüge darstellen. Es hilft wenig, wenn Nachteile beklagt werden.

3) Erschliessung und Öffnungszeiten

Neben der Aufwertung der Innenstadt und einer positiven Kommunikation ist die Erschliessung des Angebots ein wichtiger Erfolgsfaktor. Der Fussverkehr wird durch Verkehrssicherheitsmassnahmen und der Veloverkehr dank ausgebauter Velorouten und Veloparkplätze attraktiver. Die Autoparkplätze im öffentlichen Raum können bedürfnisgerechter bewirtschaftet werden. Mit lenkenden Massnahmen soll der Parkraum optimal den Benutzergruppen zugewiesen werden. Steuern kann die Stadt vor allem über das Angebot, die zeitliche Bewirtschaftung, die Tarife und die Art und das Mass der Bevorzugung einzelner Benutzergruppen (Parkkartenregelung, Reservation von Flächen für Güterumschlag und Kundschaft). Mit der Möglichkeit, die Öffnungszeiten flexibler an Kundenwünsche anzupassen, könnte die Konkurrenzsituation der städtischen Geschäfte verbessert werden.

Zu 3.:

Welches sind die Gründe, weshalb die erwähnten Fachgeschäfte nicht mehr bestehen konnten?

Allgemein werden Gründe wie fehlende Nachfolgeregelungen, verändertes Kaufverhalten, Kostensituation und Erreichbarkeit oder fehlender Parkraum genannt. Was die seitens des Interpellanten erwähnten Fachgeschäfte anbelangt, sind die Gründe nicht einheitlich und der Stadt nicht im Detail bekannt. Der Schutz der Privatsphäre verbietet es, solche Einzelheiten öffentlich zu diskutieren.

Generell sind sich die Fachexperten jedoch einig: Der Onlinehandel und der grenznahe Einkauf, unterstützt durch den starken Franken, sind die Hauptgründe für Umsatzeinbrüche.

Zu 4.:

Welche Rolle hat der Mietzins für die Geschäftsaufgabe gespielt?

Die durchschnittlichen Mietpreise in Luzern liegen ungefähr im Rahmen der anderen Schweizer Städte (Ausnahmen: Bahnhofstrasse in Zürich, Rue du Rhône in Genf), besonders wenn man auch noch das Bevölkerungspotenzial berücksichtigt. Je nach Lage herrschen jedoch unterschiedliche Mietpreisniveaus.

Der Mietzins spielt bei der Kalkulation eine bedeutende Rolle. Wenn die Balance zwischen Kosten und Ertrag nicht mehr stimmt, muss sich die Geschäftsleitung Gedanken über die Fortführung des Geschäftes machen.

Zu 5.:

Wie betreut die Stadt kleine, eigentümergeführte Fachgeschäfte?

Der Stadtrat und die Behörden der Stadt Luzern sind an einer guten und engen Zusammenarbeit mit allen ansässigen Wirtschaftsunternehmen interessiert. Dabei stehen die Qualität und die weitere Entwicklung relevanter wirtschaftlicher Standortfaktoren im Vordergrund: Investitionen in den Unterhalt und Verbesserung der lokalen Infrastruktur sowie ständige Verbesserung der regionalen und nationalen Verkehrsanbindung sind wichtige Voraussetzungen dafür, dass sich die Wirtschaft in einem optimalen Umfeld entwickeln kann.

Zu 6.:

Sind weitere Geschäftsaufgaben zu erwarten?

Ja.

Zu 7.:

Ist ein guter Branchenmix in der Innenstadt heute noch gewährleistet?

Der Branchenmix in Luzern ist vielfältig und vergleichbar mit demjenigen anderer Städte. Die Studie zur Situation des Detailhandels in der Stadt Luzern (Marco Fuhrer, Felix Thurnheer, März 2016) stellt dazu fest, dass Luzern einen sehr breiten Detailhandelsmix aufweist. 340 Geschäfte bieten auf 215'000 m² Nutzfläche in der Innenstadt Food und Non-Food an. Dazu kommen 450 Angebote in den in Zukunft wichtiger werdenden Dienstleistungen Gesundheit, Schönheit, Gastronomie, Kultur und Sport. Diese Angebote können von einem Shoppingcenter nicht kopiert werden. Der Detailhandel braucht ein attraktives Umfeld. Umgekehrt gestaltet und prägt die Branche auch gleichzeitig dieses Umfeld. Die Stadt ist an einem zeitgemässen, vielfältigen und insbesondere nachgefragten Angebot der ansässigen Geschäfte interessiert. Jede Nutzergruppe, so auch der Detailhandel, trägt zur Gesamtattraktivität bei. Die Kunden kommen wegen der Angebote in die Stadt.

Zu 8.:

Was kann das Forum Attraktive Innenstadt zum Thema beitragen?

Das „Forum Attraktive Innenstadt“ hat sich zum Ziel gesetzt, unter Einbezug der relevanten Partner eine gemeinsame Haltung zur Steigerung der Attraktivität der Luzerner Innenstadt zu entwickeln. Insbesondere sollen Rahmenbedingungen für die qualitätsvolle Entwicklung der Luzerner Innenstadt mit hoher Aufenthaltsqualität, attraktivem Nutzungsmix und Luzerner Einzigartigkeit geschaffen werden. Das Forum will die Funktion der Luzerner Innenstadt als Zentrum der Region mit Ausstrahlung über die Grenzen hinweg fördern. Die Identifikation

der Bevölkerung mit der Luzerner Innenstadt und der Dialog unter den an der Entwicklung der Innenstadt interessierten Gruppierungen sollen gefördert werden. Das „Forum Attraktive Innenstadt“ bietet eine Diskussionsplattform und ermöglicht eine Gesamtsicht.

Stadtrat von Luzern

