Stadt
Luzern
Grosser Stadtrat

Motion
Nr. 306 2000/2004

Eingang Stadtkanzlei: 8. September 2003

Luzerner Tourismus – wie weiter?

Die Zentralschweiz ist mit ihren rund 670'000 Einwohnern und einer Fläche von 4'500 km^2 im Vergleich eine kleine Region. In den letzten zwei Jahren wurde jedoch die Tourismusbranche durch wirtschaftliche und politische Krisen sehr stark durchgeschüttelt, weshalb neue Modelle erarbeitet werden müssen. Geografisch liegt Luzern in einer Binnenregion, d. h. ohne Grenzanstoss ans Ausland. Die Stadt wird zwar von der wichtigen Nord-Süd-Achse durchquert – der zunehmende Durchgangsverkehr erweist sich aber als zunehmende Umweltbelastung und ist nicht unbedingt tourismusförderlich. Das Fernbleiben ausländischer Feriengäste vor allem aus Übersee hat in der Luzerner Hotellerie wie auch in allen damit verbundenen Wirtschaftszweigen gravierende Spuren hinterlassen. Die Stadt Luzern und ihre unmittelbare Umgebung bietet u. a. einen optimalen Ausgangspunkt für Ausflüge mit dem Schiff über den Vierwaldstättersee, mit diversen Bergbahnen z. B. auf den Pilatus oder den Titlis, die Rigi oder das Stanserhorn und ist damit sehr attraktiv. Luzern verfügt über ein vielfältiges Kulturangebot mit dem Lucerne Festival, dem Luzerner Theater mit seinen drei Sparten Schauspiel, Musik- und Tanztheater sowie mit zahlreichen Museen, u. a. die Sammlung Rosengart, das Kunstmuseum Luzern, das Picasso-Museum, das Bourbaki-Panorama und das Verkehrshaus Luzern. Der Tourismus hat für die Stadt Luzern eine grosse volkswirtschaftliche Bedeutung.

Aufgrund verschiedener Mängel können jedoch einzelne Bedürfnisse nur unbefriedigend erfüllt werden. Für grössere Kongresse mit Übernachtungen ist das Angebot im gehobenen Hotelbereich ungenügend. Die Zusammenarbeit der verschiedenen Institutionen wie Hotels, Tourismus, KKL, Hotelfachschulen sind teilweise unbefriedigend. Am Image der Gastfreundlichkeit müsste weiterhin stark gearbeitet werden. Die Rahmenbedingungen für den Tourismus, wie z. B. Bewilligungen zur Anlieferung von Personen und Waren zu den einzelnen Hotels, müssen verbessert werden.

Der Stadtrat von Luzern wird nun gebeten, zuhanden des Grossen Stadtrates einen Bericht zu verfassen, welche Möglichkeiten bestehen, um die volkswirtschaftlichen Interessen und den Nutzen besser koordinieren zu können.

1. Wie können bereits erteilte Aufträge zur Koordination der Public Relations effizienter erarbeitet und durchgesetzt werden?

Stadt Luzern
Sekretariat Grosser Stadtrat
Hirschengraben 17
6002 Luzern
Telefon: 041 208 82 13
Fax: 041 208 88 77
E-Mail: SK.GRSTR@StadtLuzern.ch
www.StadtLuzern.ch

2. Wie kann die Zusammenarbeit der verschiedenen touristischen Institutionen wie Hotels, KKL, SGV, Bahnen usw. verbessert werden?

3. Könnten ausgereifte Standardlösungen von anderen Städten übernommen werden?

4. Da das Bettenangebot im höheren Segment bei grösseren Kongressen in Luzern zu klein ist, werden jeweils auch Übernachtungsangebote im Raum Basel angeboten. Wie könnte die Koordination zwischen den beiden Städten optimiert werden? Besteht zwischen den beiden Städten ein effizientes Konzept? Bestehen weitere entsprechende Zusammenarbeitsmöglichkeiten?

5. Müsste eine engere Zusammenarbeit zwischen der Wirtschaftsförderung und der Luzern Tourismus AG angestrebt werden? Werden die entsprechenden Synergien genügend genützt?

6. Damit der volkswirtschaftliche Nutzen optimiert werden könnte, wäre allenfalls eine Prüfung zur Einrichtung von Chat-Seiten für direkte Kontakte zwischen den einzelnen Tourismusbranchen sinnvoll. Sind in diesem Bereich Bestrebungen im Gange oder gar Lösungen vorhanden?

7. Könnte somit ein Netzwerk von Institutionen, die unmittelbar mit dem Tourismus in Verbindung stehen, aufgebaut werden?

8. Wie sieht es mit Impulsen für neue touristische Angebote innerhalb einer angestrebten nachhaltigen Entwicklung aus?

9. Werden die neusten zur Verfügung stehenden Kommunikationsmittel zur wirkungsvollen Vermarktung eingesetzt?

10. Werden Weiterentwicklung und Nutzung von Technologien wie Chipkartensysteme, welche ein ganzes Leistungsbündel umfassen, wie z. B. die Benutzung von Bergbahnen, Nahverkehrssystemen, Eintritte in Freizeit- und Kultureinrichtungen usw., optimal vermarktet?

11. Werden die Strategien für die Zielmärkte beibehalten oder zeichnet sich eine Weiterentwicklung ab? In welcher Form?

12. Gibt es einen Kostenvergleich zwischen der heutigen Struktur der Luzern Tourismus AG und der früheren Stelle? Besteht ein Leistungsnachweis über die effektive Entwicklung der ersten drei Jahre?

13. Welche Anstrengungen werden unternommen, um neue Märkte wie China und Russland zu erreichen? Werden Personen mit Bezug zu diesen Ländern und entsprechenden Sprachkenntnissen eingesetzt?

Claudia Portmann-de Simoni
namens der FDP-Fraktion