Studie zum Carverkehr in der Luzerner Innenstadt

Luzern Tourismus

12. Juni 2014

pwc

Executive Summary

Luzern ist eine äusserst erfolgreiche und beliebte Tourismusdestination und wird als „Classic 1st Destination" angesehen. Ein breites Gesamtangebot macht Luzern für viele internationale Reisende zu einer interessanten Zieldestination, was sich sowohl in den Logiernächten als auch den Tagesbesuchern niederschlägt.

Zu den grössten Quellenmärkten in der Stadt Luzern gehören die Schweiz, USA, Deutschland und China. Vor allem für chinesische Touristen auf Europareise gilt Luzern heute als „Must See"-Destination. Da Gruppenreisen günstiger sind und es für chinesische Touristen einfacher ist ihr Visum durch die Reiseorganisationen zu erhalten, reisen 80% der chinesischen Touristen in Gruppen. Dabei ist eine wichtige Reisemotivation für Chinesen der Erwerb von Luxusprodukten, was in der Schweiz insbesondere den Kauf von Uhren bedeutet.

Die Uhren- und Schmuckgeschäfte in der Innenstadt arbeiten seit mehreren Jahren zusammen, um ihr Angebot für Touristen attraktiv und bekannt zu machen, wodurch die Stadt Luzern weltweit zu einem der grössten Verkaufsplätze für Uhren geworden ist. Der Schwanen- und Löwenplatz dienen zurzeit als Anhalte- respektive Parkplätze für Cars in der Luzerner Innenstadt und sind durch ihre Nähe zu den Uhrengeschäften sehr beliebt. Ein Nebeneffekt der Popularität des Schwanenplatzes und Löwenplatzes als Anfahrtsorte für Cars ist die stark diskutierte Verkehrsbelastung der Luzerner Innenstadt.

Das weitere Wachstum des Tourismussektors wird zu einer steigenden Anzahl an Logiernächten und Tagesbesuchern in der Stadt Luzern führen. In den Jahren 2009 bis 2013 wurden am Schwanenplatz im Schnitt 55 Carbewegungen (Einsteigen und Aussteigen ist je eine Carbewegung) täglich generiert. Die tägliche Maximalfrequenz liegt bei 342 Bewegungen, was 171 Cars entspricht. Frequenzen über 320 Bewegungen wurden im Jahr 2013 an zwei Tagen gemessen, was bedeutet, dass diese Frequenzen noch die Ausnahme sind. Die höchsten Carfrequenzen sind täglich zwischen 15.00-19.00 Uhr zu beobachten, mit zirka 55% der täglichen Bewegungen. Bei einer durchschnittlichen Verweildauer der Cars von 3-4 Minuten und einer gleichbleibenden Verteilung der Cars über den Tag beträgt die maximale tägliche Kapazität am Schwanenplatz 300 Carbewegungen.

Bis 2020 sollen zirka 25% aller Europareisenden aus Asien und vor allem China kommen. Die Zahl der chinesischen Cartouristen wird auch in der Schweiz weiter wachsen. Dabei wird geschätzt, dass 97% der chinesischen Bevölkerung, mangels finanzieller Mittel, noch nie ausserhalb von Grosschina gereist sind. Bis im Jahr 2023 sollen jedoch 220 Millionen Chinesen eine Einkommensstufe erreicht haben, um eine Europareise zu finanzieren. Das bedeutet konkret, dass sowohl die Anzahl organisierter Gruppenreisen mit Cars sowie Kleingruppen als auch die Anzahl FITs aus China voraussichtlich auch in den nächsten 20 Jahren weiterhin stark wachsen werden.

Als Teil der Studie wurden drei Wachstumsprognosen erarbeitet. Laut dem mittleren Wachstumsszenario werden die Carbewegungen am Schwanenplatz von über 51'000 im Jahr 2013 auf fast 74'000 Bewegungen im Jahr 2018 ansteigen, was einem Wachstum von 42% entspricht. Das berechnete Kapazitätslimit von 300 Carbewegungen wird im Jahr 2014 voraussichtlich 13 Mal überschritten. Im Jahr 2018 wird das Limit, ohne entschärfende Massnahmen, bereits an 90 Tagen überschritten werden. Es ist also wichtig, dass sich die

involvierten Parteien bereits heute Gedanken machen, wie diese Entwicklung abgefangen werden kann. Kurz- bis mittelfristige Massnahmen sind dringend nötig, um den involvierten Parteien Zeit zu verschaffen, um langfristig entlastende Massnahmen einzuführen.

Der in dieser Studie präsentierte integrierte Lösungsansatz besteht aus 19 Empfehlungen, die darauf abzielen, die Verkehrsproblematik ganzheitlich zu bearbeiten und dabei die touristische Wertschöpfung zu erhalten. Basismassnahmen empfehlen die Einführung eines Tourismusgremiums, bestehend aus den verschiedenen Interessengruppen in Luzern, welches die Umsetzung der Massnahmen einleiten und längerfristig steuern kann. Zusätzlich werden die Ausarbeitung und Einführung eines permanenten Monitoring-Systems zur Beschaffung eines validen Datensatzes als Entscheidungsgrundlage und die Kategorisierung der Tage in Intensivitätsstufen als solide Basis für die erfolgreiche Umsetzung der weiteren Empfehlungen vorgeschlagen.

Einige der Empfehlungen zur räumlichen oder zeitlichen Umverteilung (Kurzbeschreibungen auf Seite 30) können nach einer Vorbereitungsphase permanent und dauerhaft eingeführt werden. In der Vorbereitung kann von den Erfahrungen die während der Grendel-Sanierung, welche Ende 2014 bis Anfang 2015 durchgeführt wird, profitiert werden. Andere frequenzbasierte Lösungen stehen nach einer Vorbereitungsphase zur Verfügung und werden durch die Kategorisierung ausgelöst. Dabei liefert die dynamische Datensammlung die notwendigen Informationen zur Einschätzung der täglichen Carfrequenzen. Alle kurz- bis mittelfristigen Lösungen zielen darauf ab, die Carbewegungen zeitlich oder räumlich so umzuverteilen, dass die Interessengruppen in der Stadt Luzern die benötigte Zeit gewinnen, um langfristige Massnahmen umzusetzen.

Von der Tourismusstrategie her, muss längerfristig weiterhin versucht werden mehr anspruchsvolle und zahlungskräftige Touristen nach Luzern zu bringen. Gleichzeitig müssen grosse Infrastrukturprojekte, wie das Parkhaus Musegg und die Metro Luzern, evaluiert werden, da sie Teil der Lösung sein können, aber eine lange Vorlaufzeit haben. Die Umsetzung der Massnahmen ist Aufgabe aller involvierten Parteien und diese Zusammenarbeit ist sehr wichtig, um eine nachhaltige Lösung für die Verkehrssituation zu gestalten.

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung 1

1.1. Auftrag und Vorgehensweise 2

1.2. Berichtsstruktur 2

2. Ist-Situation 3

2.1. Gästesegmente 4

2.2. Uhrenverkauf in der Stadt Luzern 4

2.3. Carfrequenzen in der Luzerner Innenstadt 4

2.4. Tägliche Verteilung der Bewegungen 8

2.5. Verweildauer und Maximalkapazität am Schwanenplatz 9

3. Trends & Szenarien 11

3.1. Weltweite Tourismusentwicklung 12

3.2. Entwicklung in der Schweiz 12

3.3. Entwicklung des chinesischen Marktes 13

3.4. Prognosen der zukünftigen Carbewegungen 14

3.5. Tägliche Frequenzen am Schwanenplatz (2014 – 2018) 15

3.6. Benötigte Massnahmen 17

4. Integrierter Lösungsansatz 19

4.1. Basismassnahmen 23

4.2. Empfehlungen zur zeitlichen & räumlichen Umverteilung 31

5. Zusammenfassung der Studie 32

5.1. Nächste Schritte 33

6. Bibliographie 34

7. Anhang 37

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Anzahl monatlicher Carbewegungen (2009-2013) 7
Abbildung 2: Tage mit Anzahl Carbewegungen in jeweiliger Spanne (2013) 7
Abbildung 3: Anzahl täglicher Carbewegungen (2013) 8
Abbildung 4: Durchschnittliche Anzahl Carbewegungen pro halber Stunde am Schwanenplatz (2013) 9
Abbildung 5: Maximale Anzahl Carbewegungen pro Stunde bei fünfminütigen Aufenthaltszeiten 9
Abbildung 6: Berechnung der durchschnittlichen Aufenthaltszeit 10
Abbildung 7: Maximale Kapazität an Carbewegungen pro Stunde 10
Abbildung 8: Maximale tägliche Kapazität 10
Abbildung 9: Übersicht direkter und indirekter Einflussfaktoren für Attraktivität des Schwanenplatzes 14
Abbildung 10: Zukünftige Carbewegungen am Schwanenplatz 15
Abbildung 11: Erwartete Carbewegungen am Schwanenplatz 2014 16
Abbildung 12: Erwartete Carbewegungen am Schwanenplatz 2016 16
Abbildung 13: Erwartete Carbewegungen am Schwanenplatz 2018 17
Abbildung 14: Massnahmen auf zwei Ebenen 18
Abbildung 15: Gesamtheitliche Ansicht des integrierten Lösungsansatzes 21

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Wachstumswerte für die einzelnen Prognosen 15
Tabelle 2: Klassifizierungsstufen der Carbewegungen 29
Tabelle 3: Empfehlungen zur räumlichen und zeitlichen Umverteilung mit Kurzbeschreibung 31

1. Einleitung

- *Es gilt das touristische Potenzial in der Stadt Luzern optimal zu nutzen sowie die touristische Wertschöpfung und das Potenzial der Touristensegmente zu erhalten, um konkurrenzfähig zu bleiben.*
- *Die Studie präsentiert eine objektive Analyse des Ist-Zustandes vom Cartourismus in der Stadt Luzern und erarbeitet darauf aufbauend Szenarien für die zukünftige Entwicklung der Carbewegungen in der Luzerner Innenstadt.*
- *Diese Studie ist der erste Teil eines zweiteiligen Prozesses. Die hier enthaltenen Lösungsvorschläge werden in einem nächsten Schritt von einer Kommission diskutiert, überarbeitet und für die Umsetzung vorbereitet.*
- *Ein technischer Anhang liefert weiterführende Informationen zu den einzelnen Kapiteln.*

1. Einleitung

Luzern ist eine äusserst erfolgreiche und beliebte Tourismusdestination, was jedoch unter den verschiedenen Interessengruppen verschiedene Reaktionen hervorruft. Besonders die intensiven Carfrequenzen in der Luzerner Innenstadt stellen für den Verkehrsfluss und dementsprechend für die Bewohner der Stadt Luzern eine Herausforderung dar.

Um die Attraktivität der Stadt Luzern als Wohnort und Tourismusdestination zu bewahren, gilt es die als negativ empfundenen Auswirkungen des Tourismus auf die lokalen Interessengruppen zu minimieren, jedoch gleichzeitig die touristische Wertschöpfung und das Potenzial der Touristensegmente zu erhalten.

1.1. Auftrag und Vorgehensweise

Um diese Entwicklung zu gewährleisten, wurde PwC von der Luzern Tourismus AG beauftragt, diese Studie zur nachfrageseitigen Beeinflussung der Touristenströme durchzuführen. Das Ziel der Studie ist es, eine objektive Analyse des Ist-Zustandes bezüglich des Cartourismus in der Stadt Luzern zu erstellen und darauf aufbauend zukünftige Szenarien für die Entwicklung auszuarbeiten. Daraus resultiert ein integrierter Lösungsansatz mit19 verschiedenen Empfehlungen, mit dem die Touristenströme umverteilt und die negativen Nebeneffekte des Tourismus reduziert werden. Dies wird dazu beitragen, die problematischen Belastungseffekte des Cartourismus in der Stadt Luzern, insbesondere am Schwanenplatz, zu minimieren, dabei aber die positive Wertschöpfung für Unternehmen in der Stadt zu erhalten.

Die Arbeiten für diesen Bericht wurden von Mitte Dezember 2013 bis Ende April 2014 durchgeführt. Die relevanten Interessengruppen wurden in den Prozess eingebunden, um eine objektive Einschätzung der jetzigen Situation vornehmen zu können. Anhang 2 zeigt die einzelnen Studienschritte und in Anhang 3 ist eine Übersicht aller Interviewpartner abgebildet.

1.2. Berichtsstruktur

Die Resultate der Studie werden in diesem Bericht in fünf Kapiteln präsentiert. Nach dieser Einleitung (Kapitel 1) wird zuerst die Ist-Analyse beschrieben (Kapitel 2), die den Grundstein für die weitere Bearbeitung legt. Darauf aufbauend werden Szenarien für die zukünftige Entwicklung der Touristenströme entwickelt (Kapitel 3) und die Auswirkungen dieser auf die Carsituation in der Stadt Luzern erläutert. Um den negativen Auswirkungen dieser Entwicklung entgegenzuwirken, werden dann Lösungsansätze und Empfehlungen präsentiert (Kapitel 4). Die Basismassnahmen sind im Detail beschrieben und die Vorschläge für räumliche und zeitliche Umverteilung wurden von PwC in detaillierter Form an den Auftraggeber überreicht. Sie werden in einem nächsten Schritt von einer Kommission diskutiert, überarbeitet und für die Umsetzung vorbereitet. In Kapitel 5 werden die Resultate der Studie in einem Fazit zusammengefasst und nächste Schritte für die Kommission und die Interessengruppen besprochen. Ein technischer Anhang schliesst den Bericht ab und gibt weitere Auskunft zu den Punkten, die in den einzelnen Kapiteln besprochen wurden.

2. Ist-Situation

- *Die grössten Quellenmärkte für Logiernächte in der Stadt Luzern sind die Schweiz, USA, Deutschland und China.*
- *Während amerikanische Touristen meist in kleineren Gruppen reisen und an Sehenswürdigkeiten interessiert sind, nehmen chinesische Gäste eher an Gruppenreisen teil und der Einkauf von Luxusgütern gilt als wichtige Reisemotivation.*
- *Asiatische Reisegruppen generieren bis zu 70% des Umsatzes der Anrainergeschäfte am Schwanen- und Löwenplatz.*
- *In den Jahren 2009 bis 2013 wurden im Schnitt 55 Carbewegungen (*Einsteigen und Aussteigen ist je eine Carbewegung*) täglich generiert. Die tägliche Maximalfrequenz liegt bei 342 Bewegungen, was 171 Cars entspricht. Frequenzen über 320 Bewegungen wurden im Jahr 2013 an zwei Tagen gemessen.*
- *Die höchsten Carfrequenzen sind zwischen 15.00-19.00 Uhr zu beobachten, mit zirka 55% der täglichen Bewegungen.*
- *Die Maximalkapazität am Schwanenplatz wird auf zirka 300 Carbewegungen täglich berechnet.*

2. Ist-Situation

Luzern wird im Allgemeinen als „Classic 1st Destination“ angesehen, da die Stadt eine Bergkulisse, eine schöne Altstadt und gute Einkaufsmöglichkeiten in einem bietet. Der Slogan der Stadt Luzern „die Stadt, der See und die Berge“ fasst diese Hauptattraktionen zusammen. Dieses breite Gesamtangebot macht Luzern für viele internationale Reisende zu einer interessanten Zieldestination, was sich sowohl bei den Logiernächten als auch bei den Tagesbesuchern zeigt.

Der Tourismus generierte 2010 im Kanton Luzern ein direktes Umsatzvolumen von etwa 1.7 Mrd. CHF und eine Wertschöpfung von zirka 950 Mio. CHF, was einem direkten Beitrag zur kantonalen Wertschöpfung von 4.5% entspricht (BHP - Hanser und Partner AG, 2010). Dabei schaffte der Tourismus 6% oder 9‘200 aller Arbeitsplätze im Kanton Luzern. Die Stadt Luzern trug dabei 60% zur kantonalen touristischen Wertschöpfung bei und ist damit die führende Tourismusdestination innerhalb des Kantons. In der Studie von BHP wird hervorgehoben, dass dem Detailhandel 20% der gesamten Umsätze im Tourismus zuzurechnen sind, was auf die Wichtigkeit des Einkaufstourismus im Angebot von Luzern schliessen lässt (BHP - Hanser und Partner AG, 2010). Es wird angenommen, dass sich die generierte Wertschöpfung seit 2010 weiterentwickelt hat und die Stadt Luzern jetzt noch mehr zur kantonalen Wertschöpfung beiträgt. Es ist wichtig, dass diese Wertschöpfung und deren Sicherung auch in zukünftigen Massnahmen berücksichtigt und begutachtet wird.

2.1. Gästesegmente

Mit rund 1.1 Mio. Logiernächten im Jahr 2013 ist die Stadt Luzern für die meisten Übernachtungen in der Tourismusdestination Luzern-Vierwaldstättersee verantwortlich. Die grössten Quellenmärkte für die Logiernächte in der Stadt Luzern sind die Schweiz mit 312’698 (26.6%), die USA mit 166’545 (14.2%), Deutschland mit 99’120 (8.4%) und China (ohne Hongkong) mit 89’975 (7.7%) Übernachtungen im Jahr 2013 (siehe

Anhang 4). Dies entspricht zirka 57% der Gesamtübernachtungen in der Stadt Luzern. Von den grössten Quellenmärkten weist China mit 41.8% von 2008-2013 das grösste Wachstum auf, gefolgt von den USA mit 22.7% (siehe

Anhang 4) (Luzern Tourismus AG, 2014).

Amerikanische Gäste bleiben oft länger und wählen bessere Unterkunftskategorien als chinesische Gäste. Sie reisen meistens in kleineren Gruppen und sind an den wichtigsten Sehenswürdigkeiten sowie an den lokalen Spezialitäten interessiert. Amerikanische Gäste buchen ihre Flüge meist unabhängig von einer Tour und der Reiseführer trifft die Gruppe an einem festgelegten Standort und Zeitpunkt in der Schweiz. Diese Flexibilität hat auch damit zu tun, dass Amerikaner kein Visum für einen kurzen Besuch in die Schweiz brauchen.

Im Gegensatz dazu nehmen 80% der chinesischen Touristen an Gruppenreisen teil, weil es einfacher ist, die Visa durch die Reiseveranstalter zu erhalten, und Gruppenreisen meist günstiger sind als individuelle Reisen (Luzern Tourimus AG, 2013). Luzern Tourismus unternimmt seit mehreren Jahren besondere Marketingmassnahmen für den chinesischen Markt und dies mit Erfolg. Daher gilt Luzern heute als „Must See“ für chinesische Touristen auf Europareise. Dabei werden chinesische Gäste durch die Berglandschaft, das Image sowie den Uhreneinkauf in der Stadt Luzern angezogen. Chinesen erwerben jedes Jahr ungefähr die Hälfte ihrer Luxusprodukte ausserhalb der Volksrepublik, was sowohl auf die Luxussteuer im eigenen Land (siehe Anhang 5) als auch auf kulturelle Gründe zurückzuführen ist. Eine Uhr wird wie eine „Trophäe“ behandelt, da chinesische Reisende ein ausgeprägtes Marken-Bedürfnis aufzeigen und durch den Kauf eines Luxusproduktes im Herstellungsland das „Prestige“ der Person steigt. Dazu können die Käufer in der Schweiz von der Echtheit der Uhr überzeugt sein und gehen so kein Risiko einer Fälschung ein. Da die Uhren oft auch als Investition gekauft werden, ist dies ein wichtiger Faktor. Insgesamt geben chinesische Touristen pro Reise nach Europa im Schnitt CHF 1’250 für Luxusprodukte aus (China News, 2012).

2.2. Uhrenverkauf in der Stadt Luzern

Die Uhren- und Schmuckgeschäfte in der Innenstadt arbeiten seit mehreren Jahren zusammen, um ihr Angebot für Touristen attraktiv und bekannt zu machen, wodurch die Stadt Luzern weltweit zu einem der grössten Verkaufsplätze für Uhren geworden ist. Dabei sind die Geschäfte im momentanen Geschäftsumfeld von den asiatischen Reisegruppen abhängig, die zirka 70% zu ihrem Umsatz beitragen. Besonders die Reisegruppen aus China sind für die Anrainergeschäfte wichtig, da sie die grösste Anzahl an Käufen tätigen. Der Schwanenplatz bietet den Vorteil, dass alle Uhrengeschäfte auf engem Raum beieinander sind und die Touristen vor dem Geschäft aus- und einsteigen können. Dies ist nicht nur bequem, sondern es fördert auch ihre Sicherheit bei hochwertigen Käufen. Der Schwanenplatz als auch der Löwenplatz sind Eingänge in die Luzerner Altstadt und die dort haltenden Cars sind somit förderlich für den gesamten Detailhandel in der Altstadt. Ein Nebeneffekt der Popularität des Schwanenplatzes und Löwenplatzes als Anfahrtsorte für Cars ist jedoch die stark diskutierte Verkehrsbelastung der Luzerner Innenstadt.

2.3. Carfrequenzen in der Luzerner Innenstadt

Da sich Gruppen bei den Anrainergeschäften anmelden müssen, erlaubt dies die Analyse der tatsächlichen Frequenzen der Gruppen. Die Daten zeigen, dass die Gruppenzahlen in der Stadt Luzern in den letzten Jahren in allen Monaten stetig gestiegen sind (Abbildung 1). Daraus wurden die von den Gruppen resultierenden Carbewegungen berechnet. Eine Carbewegung beschreibt ein Anhalten des Cars, entweder zum Aussteigen oder Einsteigen der Gäste, am Schwanenplatz oder Löwenplatz. In einer Carbewegung sind also die An- und Abfahrt des Cars zum Platz mitinbegriffen. Eine Annahme für die Berechnung ist, dass jede Gruppe zwei Carbewegungen generiert (eine beim Ausladen der Gäste und eine beim Einladen). Bei dieser Rechnungsweise

betrug im Jahr 2013 die höchste Tagesfrequenz 342 Carbewegungen, was 171 Cars entspricht. Das wären bei 171 Gruppen und einer geschätzten Gruppengrösse von 35 Personen etwa 6'000 Touristen.

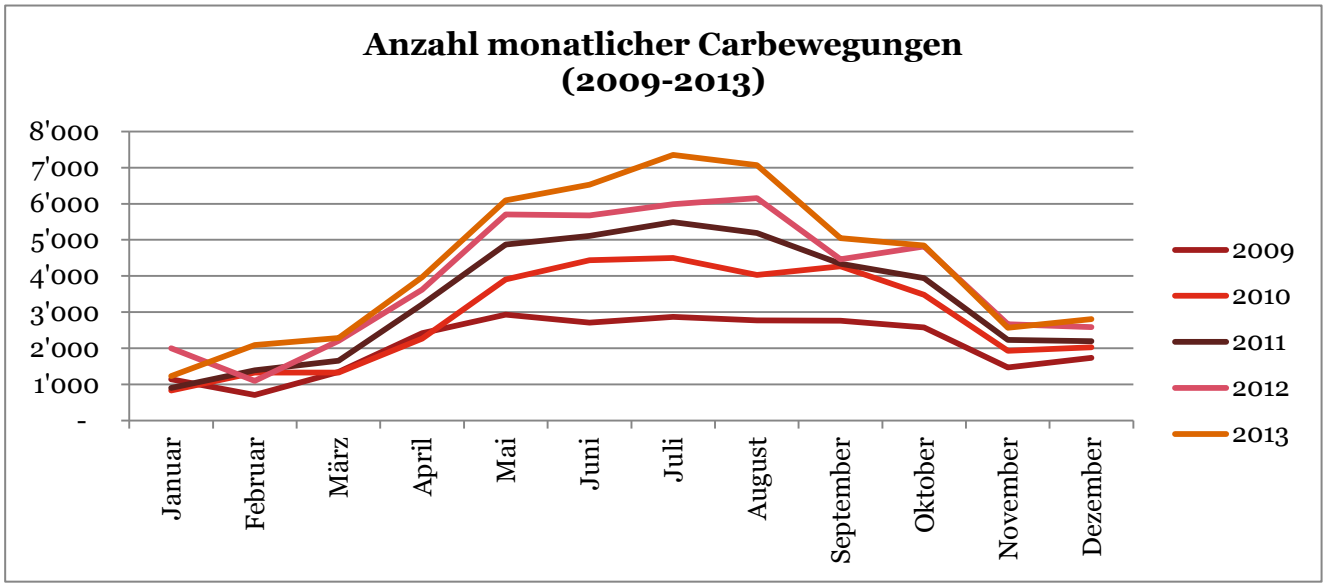


Abbildung 1: Anzahl monatlicher Carbewegungen (2009-2013)

Die durchschnittliche Anzahl an Cars am Schwanenplatz verteilt sich in etwa gleichmässig über die Wochentage. Bei den einzelnen Tagen gibt es jedoch grosse Unterschiede. Den Daten nach ist davon auszugehen, dass an den meisten Tagen im Jahr zwischen 41 bis 120 oder 201 bis 240 Carbewegungen (Anfahrt- und Abfahrt) pro Tag am Schwanenplatz generiert werden. An durchschnittlich zwei Tagen im Jahr werden zwischen 321 und 360 Cars pro Tag gezählt (Abbildung 2). In den Jahren 2009 bis 2013 wurden durchschnittlich 55 Cars täglich am Schwanenplatz der Stadt Luzern gezählt. Dies bedeutet, dass die Hochfrequenztage eher die Ausnahme sind, anders als in den Medien beschrieben.

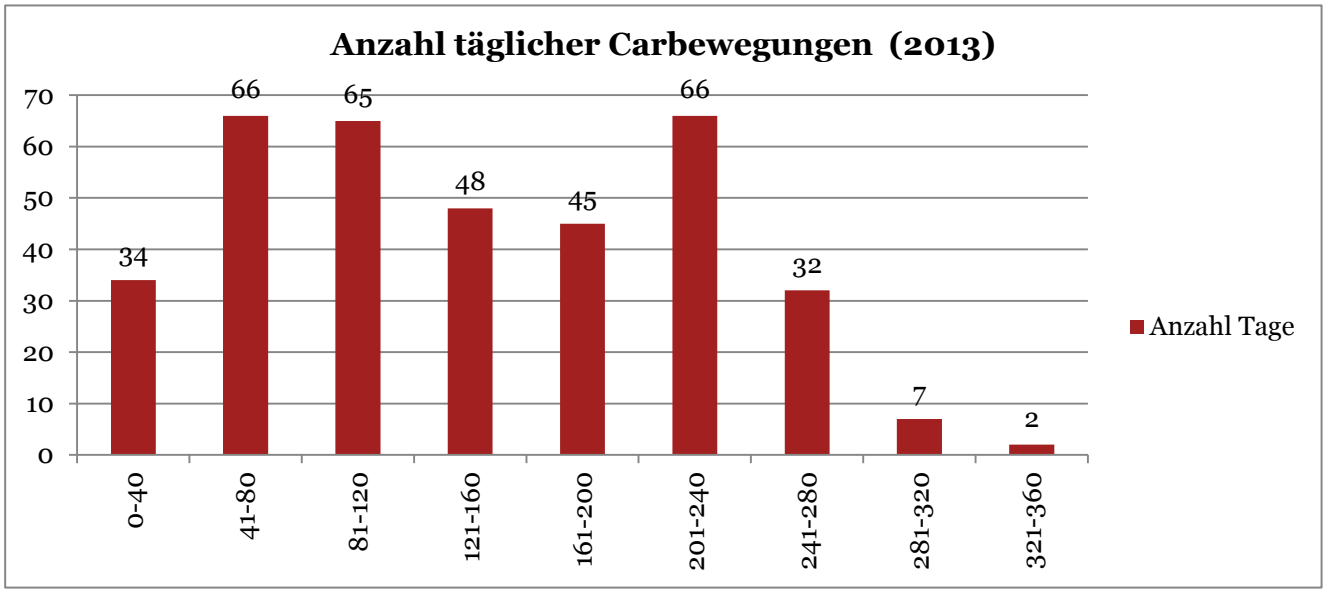


Abbildung 2: Tage mit Anzahl Carbewegungen in jeweiliger Spanne (2013)

Die höchsten Frequenzen an Carbewegungen am Schwanenplatz werden in den Sommermonaten Juli und August registriert (Abbildung 3). Im Februar, während des chinesischen Neujahrs, werden ebenfalls viele

Besucher registriert und deren Anzahl im Februar ist in den letzten fünf Jahren am stärksten gestiegen. Daten über die absolute Anzahl an Besuchern in den Anrainergeschäften bestätigen diese Frequenzverteilung (siehe Anhang 6).

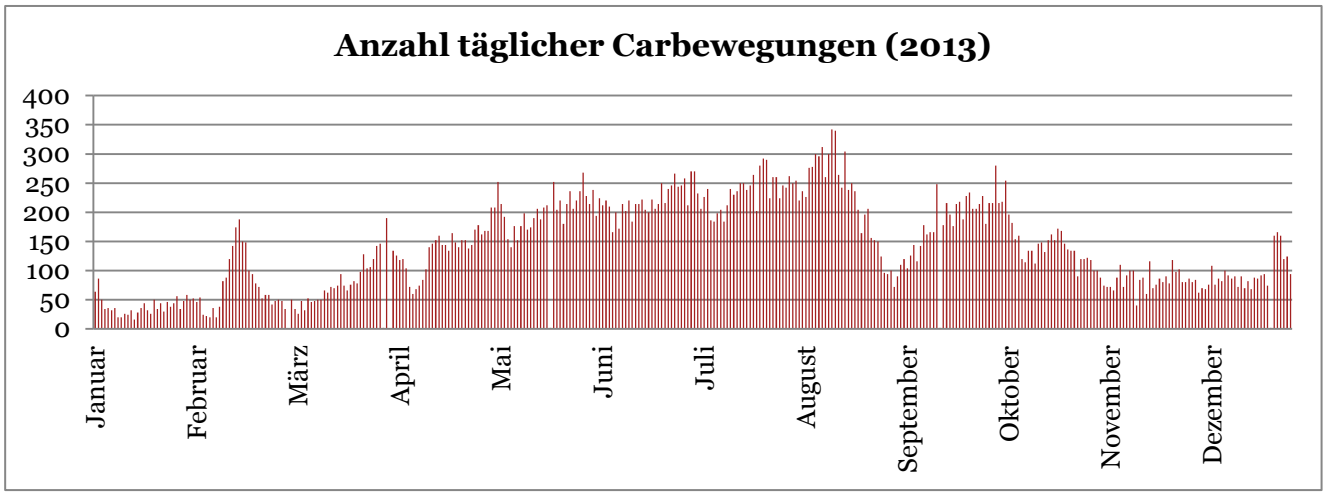


Abbildung 3: Anzahl täglicher Carbewegungen (2013)

2.4. Tägliche Verteilung der Bewegungen

Die meisten Carbewegungen pro halbe Stunde am Schwanenplatz erfolgen zwischen 15.00-19.00 Uhr. In der höchstfrequentierten Stunde von 17.00-18.00 Uhr werden im Durchschnitt 15% der Tagesbewegungen generiert (Abbildung 4). Dies entspricht zirka 49 Carbewegungen während dieser Stunde. Dies ist unter anderem durch die Reiseplanung der Reisegruppen bedingt. Viele Reisegruppen reisen gegen Nachmittag an, da sie oft aus anderen Städten kommen oder morgens andere Attraktionen in der Umgebung der Stadt Luzern besichtigen, wie zum Beispiel die Bergerlebnisse am Titlis, Pilatus oder auf der Rigi. Die tiefe Anzahl der Bewegungen während der Mittagszeit von 12.00-14.00 Uhr mit durchschnittlich 20 Bewegungen pro halber Stunde kann darauf zurückgeführt werden, dass viele Übernachtungsgruppen bereits weitergereist sind und sich die neuen Gruppen noch auf der Anfahrt zur Stadt Luzern befinden.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass sich die Tagesverteilung der Cars über das ganze Jahr hinweg gleich gestaltet. Die höchsten Frequenzen gibt es zwischen 15.00-19.00 Uhr mit zirka 55% der Ankünfte während dieser vier Stunden. Diese Zeit überschneidet sich mit dem Feierabendverkehr durch Personenwagen und mit hohen Frequenzen an öffentlichen Bussen in der Stosszeit. Es wird angenommen, dass an einem Tag durchschnittlich rund 40‘000 Fahrzeuge die Seebrücke passieren, und es wurde berechnet, dass VBL-Busse und Postautos zirka 1‘800 mal am Tag an den beiden Haltestellen am Schwanenplatz anhalten. Die Tagesfrequenzen der Reisecars hingegen schwanken sehr stark über das Jahr. An den hochintensiv frequentierten Tagen am Beispiel des Jahres 2013 gibt es bis zu 342 Carbewegungen täglich (An- und Abfahrt vom Schwanenplatz). Jedoch sind diese Höchstfrequenzen selten und stellen eher eine Ausnahme dar.

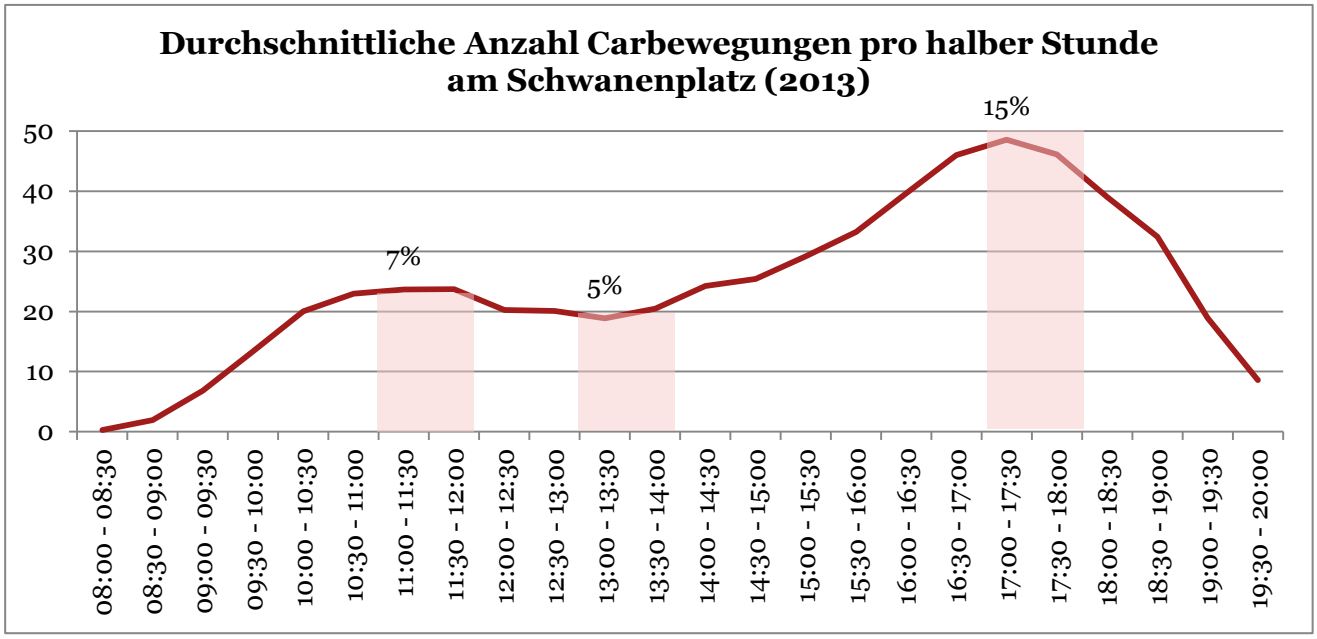


Abbildung 4: Durchschnittliche Anzahl Carbewegungen pro halber Stunde am Schwanenplatz (2013)

Aus den oben gesammelten und analysierten Fakten schliessen wir einerseits, dass die in den Medien vermittelten Werte nur an einzelnen Tagen im Jahr vorkommen, und andererseits, dass die Anzahl Cars dann problematisch wird, wenn sie in der Hauptsaison auf den Luzerner Stossverkehr trifft.

2.5. Verweildauer und Maximalkapazität am Schwanenplatz

Ein weiterer Punkt, der die Carsituation am Schwanenplatz beeinflusst, ist die Verweildauer der Cars. Da nur drei Anhalteplätze zur Verfügung stehen, ist die Zeit, die sie am Schwanenplatz verweilen, wichtig, um die Kapazität berechnen zu können. Die einzigen Schätzungen zur Verweildauer gibt es von den Initianten der Metro Luzern, welche die durchschnittliche Aufenthaltsdauer auf 5 Minuten berechnen, basierend auf Messungen während einer Woche im Juli 2013. Mit drei Anhalteplätzen können in einer Stunde 180 „Anhalteminuten" gewährleistet werden. Dementsprechend könnten pro Stunde, unter Annahme einer 5-minütigen Verweildauer, maximal 36 Carbewegungen am Schwanenplatz absorbiert werden (siehe Anhang 5). Zu höher frequentierten Tageszeiten halten oft mehr als drei Cars gleichzeitig. Unsere Berechnungen berücksichtigen aber lediglich die drei offiziellen Anhalteplätze.

$$3\ Parkplätze * 60\ Minuten = 180\ Parkminuten$$

$$\frac{180\ Parkminuten}{5\ Minuten\ pro\ Bewegung} = 36\ Carbewegungen$$

Abbildung 5: Maximale Anzahl Carbewegungen pro Stunde bei fünfminütigen Aufenthaltszeiten

Gemäss unseren Analysen halten jedoch momentan zur höchstfrequentierten Zeit 49 Cars in einer Stunde am Schwanenplatz. Dies bedeutet, dass die durchschnittliche Aufenthaltszeit während der Stosszeiten am Schwanenplatz zwischen 3-4 Minuten betragen muss (siehe Abbildung 6), da sonst gar nicht alle Bewegungen gewährleistet werden könnten.

$$3 * 60\ Minuten = 180\ Parkminuten$$

$$\frac{180\ Parkminuten}{49} = 3.7\ Minuten\ durchschnittliche\ Aufenthaltszeit \cong 4\ Minuten\ pro\ Bewegung$$

Abbildung 6: Berechnung der durchschnittlichen Aufenthaltszeit

Wir nehmen also an, dass die durchschnittliche Aufenthaltszeit zu Stosszeiten ungefähr 4 Minuten beträgt, und rechnen damit weiter. Darin wird auch berücksichtigt, dass manche Cars durch das Rangieren mehr Zeit benötigen, aber auch, dass manchmal inoffiziell zusätzliche Anhaltemöglichkeiten als vierter oder sogar fünfter Anhalteplatz genutzt werden. Wird mit 4 Minuten pro Carbewegung gerechnet, beträgt die stündliche Maximalkapazität für Carbewegungen am Schwanenplatz 45 (siehe Abbildung 7).

$$\frac{180\ Parkminuten}{4\ Minuten\ pro\ Bewegung} = 45\ Carbewegungen$$

Abbildung 7: Maximale Kapazität an Carbewegungen pro Stunde

Pro Stunde können also im Schnitt maximal 45 Carbewegungen auf dem Schwanenplatz absorbiert werden. Bei einem normalen Tagesverlauf werden in der höchstfrequentierten Stunde 15% der täglichen Bewegungen generiert.

$$45\ Carbewegungen = 15\%\ der\ Tagesbewegungen$$

$$x\ Carbewegungen = 100\%\ Tagesbewegungen$$

$$x = 300\ Carbewegungen$$

Abbildung 8: Maximale tägliche Kapazität

Somit kann eruiert werden, dass der Schwanenplatz eine maximale Anzahl von 300 täglichen Carbewegungen absorbieren kann (siehe Abbildung 8). Aus den vorhergehenden Berechnungen schliessen wir, dass bei 300 Carbewegungen an einem Tag 45 Bewegungen zwischen 17.00-18.00 Uhr stattfinden, was am stündlichen Kapazitätslimit liegt. Diese Aussage geht von einer gleichbleibenden täglichen Verteilung aus. Würden die Frequenzen besser über den Tag verteilt, könnte die tägliche Maximalkapazität auf mehr als 300 Carbewegungen erhöht werden. Jedoch gehen wir für die Entwicklung unserer Szenarien davon aus, dass ohne Eingriffe die Tagesverteilung gleich bleiben wird.

3. Trends & Szenarien

- *Für die Jahre 2015 und 2016 beträgt das erwartete Wachstum in den totalen Logiernächten 2.3% respektive 1.3% für die Stadt Luzern.*
- *Bis zum Jahr 2020 sollen zirka 25% aller Touristen, die Europa besuchen, aus Asien, vor allem China kommen.*
- *Die Zahl der chinesischen Cartouristen wird auch in Zukunft weiter wachsen. Es zeichnet sich auch eine steigende Zahl an chinesischen Individualtouristen ab, was jedoch ein paralleler Prozess ist.*
- *Laut unserem mittleren Wachstumsszenario rechnen wir mit einem Anstieg von 51'000 Carbewegungen im Jahr 2013 auf fast 74'000 Bewegungen im Jahr 2018, was einem Wachstum von 42% entspricht.*
- *Im Jahr 2013 wird das tägliche Kapazitätslimit von 300 voraussichtlich an 13 Tagen überschritten. Im Jahr 2018 wird das Kapazitätslimit bereits 90 Mal überschritten werden.*

3. Trends & Szenarien

3.1. Weltweite Tourismusentwicklung

Die UNWTO, die European Travel Commission und das World Travel & Tourism Council erwarten für den globalen Tourismus in den nächsten Jahren positive Entwicklungen. Der Gesamtbeitrag der Tourismusindustrie an der globalen gesamtwirtschaftlichen Bruttowertschöpfung wuchs mit 3% im Jahr 2013 schneller als das globale Wirtschaftswachstum insgesamt (World Travel & Tourism Council (B), 2014). Der Beitrag der Tourismusindustrie an der gesamtwirtschaftlichen Bruttowertschöpfung soll im Jahr 2014 um weitere 4.3% steigen und danach bis 2024 jährlich um 4.2% (World Travel & Tourism Council (A), 2014).

Es wird prognostiziert, dass die weltweiten internationalen Ankünfte in den Jahren bis 2030 mit jährlich 3.3% wachsen werden. Die Ankünfte sollen jährlich um 43 Mio. auf 1.4 Mia. im Jahr 2020 und 1.8 Mia. im Jahr 2030 ansteigen. In derselben Zeitperiode wird erwartet, dass die Ankünfte in Wachstumsmärkten mit 4.4% jährlich schneller wachsen als die Ankünfte in den fortgeschrittenen Wirtschaftsnationen mit 2.2% pro Jahr (World Tourism Organization (UNWTO), 2013). Trotz langsameren Wachstums der Ankünfte in den fortgeschrittenen Wirtschaftsnationen wird auch für Europa ein positives Wachstum vorhergesehen. Im Jahr 2014 wird ein Wachstum von 3 bis 4% der Ankünfte erwartet vor allem durch den wachsenden chinesischen Quellenmarkt (European Travel Commission, 2013). Es wird erwartet, dass bis im Jahr 2020 zirka 25% aller Europatouristen aus Asien und vor allem China kommen werden (Z_punkt, TUI AG, 2012). Amerika wird zusätzlich einer der wichtigsten Quellenmärkte für Europa bleiben (European Travel Commission, 2013). Europa gilt derzeit als populärstes Reiseziel für Touristen aus den USA, mit 19.8 Mio. Reisen aus den USA nach Europa und einem Wachstum von 4% im Jahr 2013 (Business Monitor International, 2013).

3.2. Entwicklung in der Schweiz

Von diesen positiven Entwicklungen profitiert auch der Tourismus in der Schweiz. Im Jahr 2014 wird bei der Auslandsnachfrage nach Logiernächten ein Wachstum von 3.9% erwartet. Für die Jahre 2015 und 2016 beträgt das erwartete Wachstum 2.3% respektive 1.3% (Staatssekretariat für Wirtschaft SECO, 2013). Von den grössten Quellenmärkten für die Stadt Luzern haben China und die USA von 2008-2013 das grösste Wachstum ausgewiesen (Vgl. Anhang 4). Da die asiatischen Gäste jedoch zum Grossteil für die Carreisen in der Stadt Luzern verantwortlich sind, werden diese Märkte ausführlicher berücksichtigt. Prognosen sagen voraus, dass im Jahr 2014 die Millionenmarke von chinesischen Gästen und ihren Logiernächten in der Schweizer Hotellerie erreicht wird (Luzern Tourimus AG, 2013). Für Luzern ist anzunehmen, dass die Anzahl der Tagestouristen auch weiterhin mindestens so stark anwachsen wird wie die Logiernächte. Ab einem bestimmten Punkt ist der Anwuchs der Logiernächte durch Kapazitätsmangel begrenzt, Tagestouristen können jedoch immer weiter wachsen.

3.3. Entwicklung des chinesischen Marktes

Die Prognosen für das Wachstum des chinesischen Marktes basieren auf den Erwartungen für die gesamtwirtschaftliche Wertschöpfung, den erwarteten Konsumausgaben und dem Beschäftigungsgrad der Bevölkerung. Es wird erwartet, dass China bereits im Jahr 2014 die USA als grössten Quellenmarkt für Ausgaben für internationale Reisen ablöst (Oxford Economics, Amadeus, 2014). Dieser Prognose liegen das starke Bevölkerungs- und Wirtschaftswachstum und eine Veränderung des Reiseverhaltens zugrunde. Bis zum Jahr 2025 wird ein Bevölkerungswachstum auf bis zu 1.4 Mia. Personen in China erwartet (United Nations, 2014). Gleichzeitig wird prognostiziert, dass die gesamtwirtschaftliche Wertschöpfung in China bis ins Jahr 2017 um 33% wächst. Für die Konsumausgaben wird für den gleichen Zeitraum ein Wachstum von 8% geschätzt (Business Monitor International, 2013). Diese Zahlen weisen darauf hin, dass der Markt China sowohl in der Anzahl Touristen als auch in seiner Kaufkraft stark wachsen wird.

Das Reiseverhalten eines Teils der chinesischen Bevölkerung wird sich gleichzeitig grundlegend ändern. Es wird geschätzt, dass 90% der wohlhabenden Chinesen schon mindestens einmal ausserhalb von Grosschina gereist sind und ein Grossteil von ihnen auch nach Europa. Jedes Jahr führen mehr Reiseerfahrung, höhere prozentuale Anteile an Universitätsabsolventen (vor allem auch im Ausland lebende Chinesen) und grössere Mengen an verfügbaren Informationen über Reisen im Ausland, zu einer wachsenden Anzahl an Individualreisen der chinesischen Bevölkerung. Durch einfachere Visabestimmungen sind chinesische Touristen nicht mehr auf die Reiseveranstalter angewiesen, die bis jetzt die Visaantragsstellungen übernommen hatten (Arlt, Prof. Dr., 2014). Dadurch wird die Schweiz auch vermehrt ein Wachstum in Individualreisen, Monotouren und Kleingruppen verzeichnen (Luzern Tourimus AG, 2013). Diese neue chinesische Reiseklasse ist sehr ausgabefreudig und legt grossen Wert auf das Preis-Qualitätsverhältnis. Auch für die Destinationen ist dieser Trend sehr interessant, da chinesische Individualtouristen Logiernächte in höheren Kategorien generieren, mehr Zeit in einer Destination verbringen, mehr Attraktionen besuchen und mehr Geld für Einkäufe von Prestigeobjekten ausgeben (Arlt, Chinese Outbound Tourism (A), 2012).

Die Anzahl organisierter Gruppenreisen wird jedoch in den nächsten Jahren als parallele Entwicklung ebenfalls weiter ansteigen. Es wird geschätzt, dass 97% der chinesischen Bevölkerung, mangels finanzieller Mittel, noch nie ausserhalb von Grosschina gereist sind (Arlt, Prof. Dr., 2014). Im Jahr 2013 hatte der durchschnittliche chinesische Auslandsreisende ein durchschnittliches Einkommen von CHF 16'200, was 2013 auf 10 Mio. Chinesen zutrifft. Bis im Jahr 2023 sollen hingegen 220 Mio. Chinesen ungefähr CHF 16'200 verdienen (Oxford Economics, Amadeus, 2014), was weiterhin starkes Wachstum aus diesem Segment generieren wird. Das bedeutet konkret, dass die Anzahl organisierter Gruppenreisen mit Cars und Kleingruppen sowie die Anzahl FITs (Free Independent Traveller) aus China voraussichtlich auch in den nächsten 20 Jahren weiterhin stark wachsen werden (Arlt, Prof. Dr., 2014).

Die Zukunftsszenarien basieren einerseits auf den historischen Daten und dem Wachstum der Carankünfte in den vergangenen Jahren. Zusätzlich werden alle Faktoren berücksichtigt, welche den Schwanenplatz bereits zu einem attraktiven Einkaufsplatz und viel angefahrenen Carhalteplatz machen. Um die zukünftigen Szenarien zu erarbeiten, wurden zusätzlich die Zukunftsprognosen für den Tourismus, insbesondere bezüglich des chinesischen Reisemarktes, berücksichtigt. Abbildung 9 zeigt eine Übersicht aller Faktoren, welche die Carbewegungen am Schwanenplatz direkt und indirekt beeinflussen.

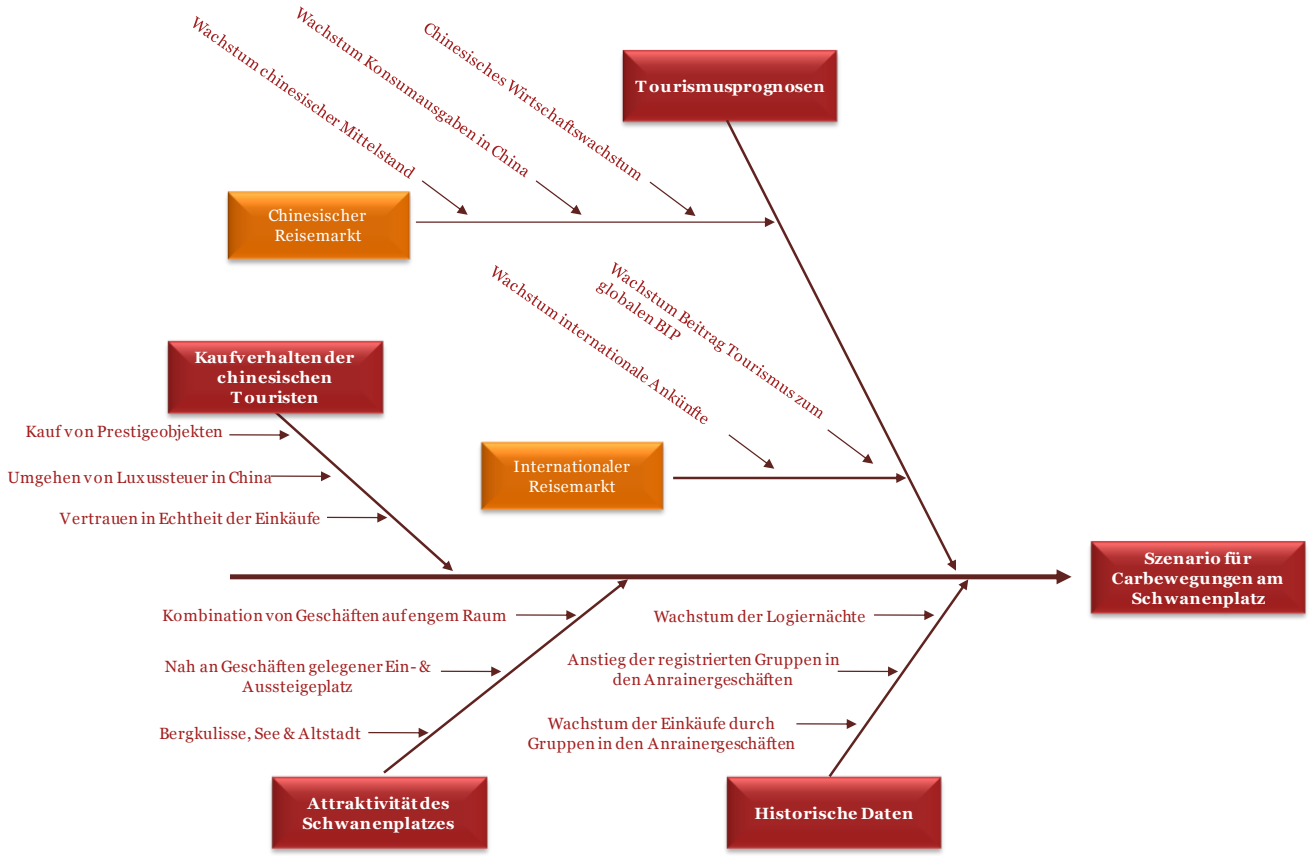


Abbildung 9: Übersicht direkter und indirekter Einflussfaktoren für Attraktivität des Schwanenplatzes

3.4. Prognosen der zukünftigen Carbewegungen

Um die zukünftige Situation in der Luzerner Innenstadt einschätzen zu können, ist es wichtig, Prognosen für die zukünftige Anzahl Carbewegungen zu berechnen. Die Zahlen im vorherigen Abschnitt haben gezeigt, dass wichtige Märkte wie die Schweiz und Deutschland zwar weiterhin die meisten Logiernächte generieren, jedoch nur minimal wachsen. Die Anzahl der Touristen aus zwei der grössten Zielsegmente, den USA und China, werden in den nächsten Jahren jedoch weiter wachsen Um die daraus resultierenden Carbewegungen abschätzen zu können, wurden mehrere Wachstumsszenarien berücksichtigt.

Das erste ist ein lineares Wachstumsmodell, das annimmt, dass die Anzahl Bewegungen mit der gleichen Geschwindigkeit weiterwächst wie in den letzten fünf Jahren. Das zweite ist eine logarithmische Berechnung, die den Trend aus den letzten fünf Jahren (Wachstum, aber mit abnehmenden Raten) miteinbezieht und ein deutliches Abflachen des Wachstums zeigt. Diese beiden Szenarien wurden als niedrigste und höchste Schätzung angenommen und daraus wurde ein Mittelwert berechnet (Tabelle 1).

	Logarithmische Prognose	Mittlere Prognose	Lineare Prognose
2014f	3%	9%	15%
2015f	5%	8%	11%
2016f	4%	7%	10%
2017f	3%	6%	9%
2018f	3%	6%	8%

Tabelle 1: Wachstumswerte für die einzelnen Prognosen

Wenn diese Wachstumsraten auf dem jetzigen Stand von 51‘000 jährlichen Bewegungen bis 2018 extrapoliert werden, ergeben sich drei Szenarien, die ein totales Wachstum der Carbewegungen von 2013 bis 2018 von 19% (logarithmisch), 42% (mittel) und 65% (linear) voraussagen (Abbildung 10). Auch im Szenario mit der geringsten Wachstumsrate werden die Frequenzen also noch um weitere 19% zunehmen, was eine erhöhte Anzahl an Tagen mit Verkehrsherausforderungen am Schwanenplatz und in der Luzerner Innenstadt hervorrufen kann.

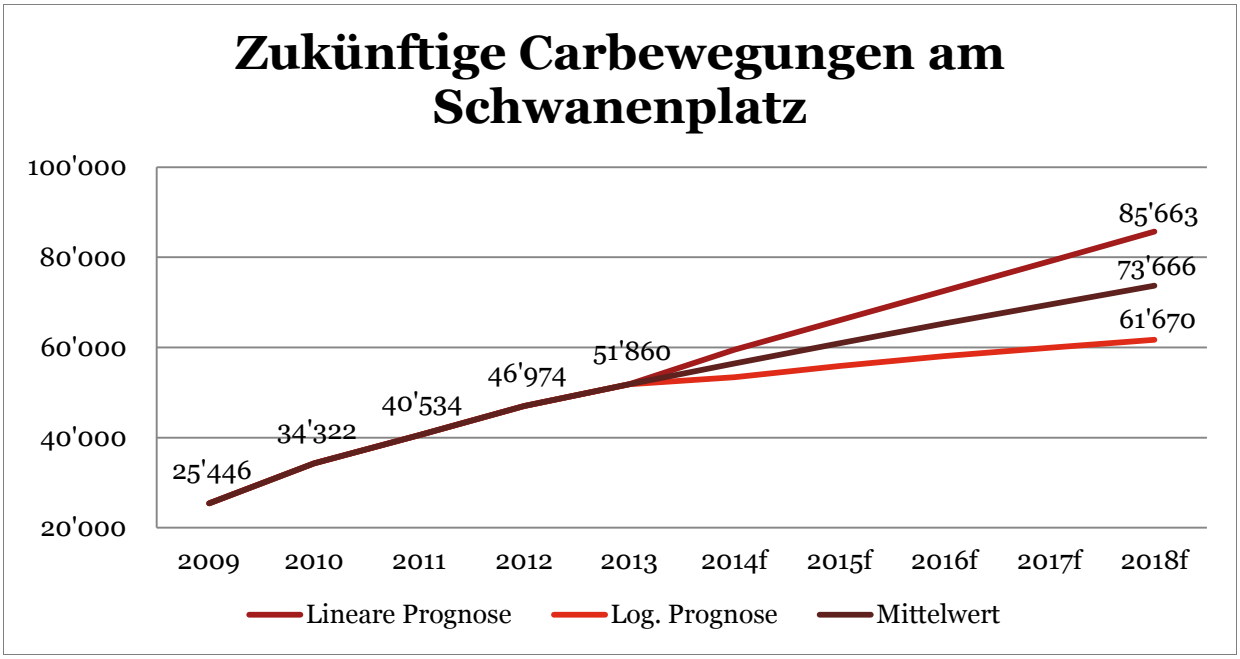


Abbildung 10: Zukünftige Carbewegungen am Schwanenplatz

3.5. Tägliche Frequenzen am Schwanenplatz (2014 – 2018)

Es ist anzunehmen, dass die Verteilung ohne Eingriffe über das Jahr und über einen Tag etwa gleich bleiben wird (wie in Kapitel 2.4 beschrieben). Daher kann von der Gesamtfrequenz auf die Jahresfrequenzen in der Zukunft geschlossen werden. Die folgenden Grafiken (Abbildungen 11-) zeigen am Beispiel des Schwanenplatzes die Frequenzen an den einzelnen Tagen, wenn das Szenario mit mittlerem Wachstum eintritt. Es wird angenommen, dass die Kapazitätsgrenze von 300 Cars pro Tag gleich bleibt (Berechnung aus Abschnitt 2.4) und dass sich die Jahresverteilung nicht ändert.

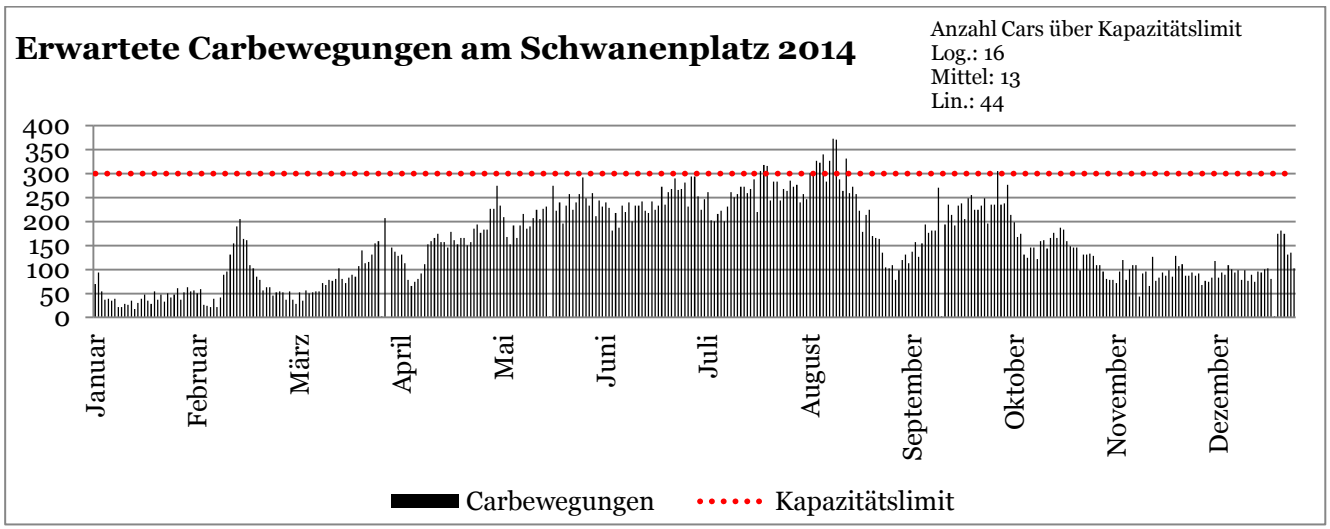


Abbildung 11: Erwartete Carbewegungen am Schwanenplatz 2014

Schon im Jahr 2014 wird im mittleren Szenario an 13 Tagen die Kapazitätsgrenze des Schwanenplatzes von 300 Carbewegungen überschritten (Abbildung 11). Bei linearem Wachstum wären es schon 44 Tage.

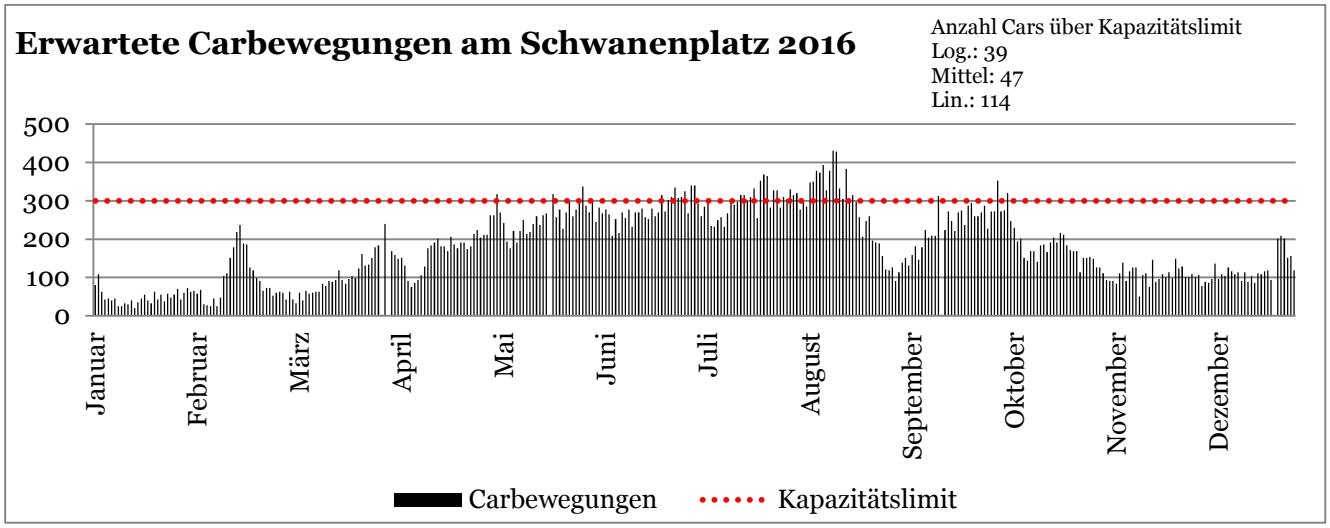


Abbildung 12: Erwartete Carbewegungen am Schwanenplatz 2016

Bis 2016 wächst die Anzahl Tage über der Kapazitätsgrenze rapide an. Beim mittleren Szenario sind es dann bereits 47 Tage und bei linearem Wachstum sogar 114. Es ist zu bemerken, dass jetzt erstmals auch Tage im Oktober die Kapazitätsgrenze überschreiten würden.

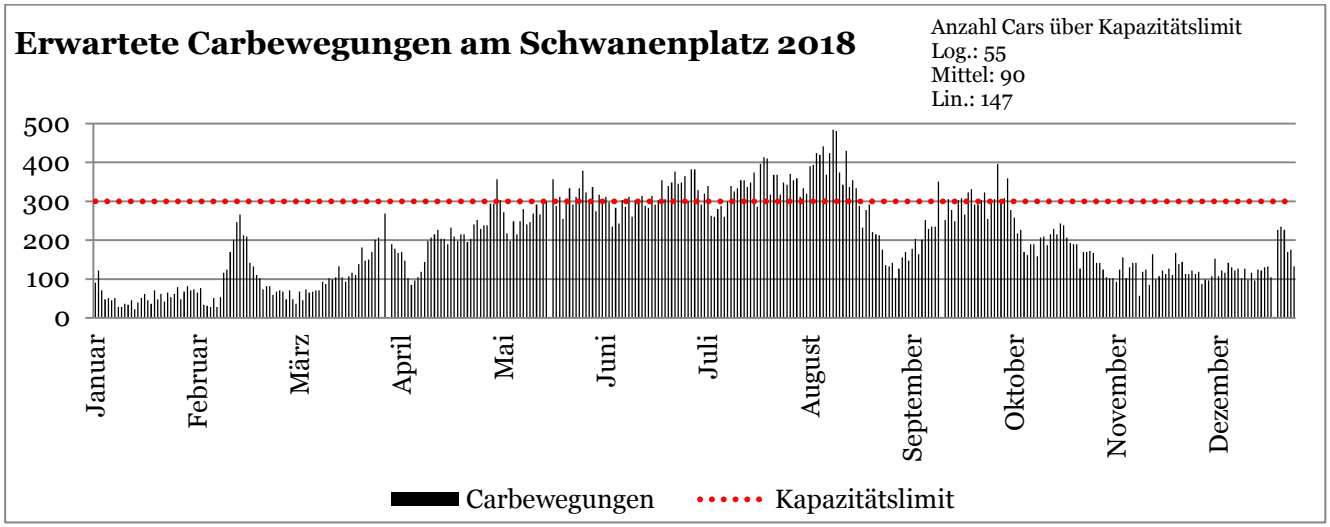


Abbildung 13: Erwartete Carbewegungen am Schwanenplatz 2018

2018 kommen 90 Tage im mittleren Szenario über die Kapazitätsgrenze (Abbildung 13) und 55 wenn das logarithmische Szenario zutrifft. Das logarithmische Szenario wird dadurch unterstützt, dass schon in 2014 eventuell Vorjahreszahlen nicht mehr erreicht werden, aber es ist noch zu früh um daraus einen klaren Trend zu erkennen. Entschärfend wirkt auch, dass die Hauptfrequenzen im Sommer vorkommen, wenn die Luzerner Bevölkerung in den Ferien ist und damit der lokale Personenverkehr etwas abnimmt. Trotzdem sind gezielte kurz-, mittel- und langfristige Massnahmen dringend benötigt um die Auswirkungen der Frequenzentwicklung abzufangen.

3.6. Benötigte Massnahmen

Basierend auf den Prognosen wird klar, dass ohne grössere Massnahmen der Schwanenplatz und die Luzerner Innenstadt früher oder später ihre Kapazitätsgrenzen weit überschreiten werden. Es kann sogar sehr schnell zu Überlastungen kommen, wenn die höheren Wachstumsprognosen zutreffen.

Es ist also wichtig für die involvierten Parteien, sich jetzt Gedanken zu machen, wie sie diese Entwicklung auf zwei Ebenen abfangen können. Die erste Ebene sind kurz- und mittelfristige Massnahmen, welche schnell umgesetzt werden können und welche den beteiligten Parteien Handlungsspielraum verschaffen, um die notwendigen längerfristigen Massnahmen umzusetzen und wirken zu lassen. Die zweite Ebene sind langfristige Massnahmen, welche die Entwicklung der Nachfrage steuern oder zusätzliche Infrastruktur zur Verfügung stellen um die Kapazität zu erhöhen.

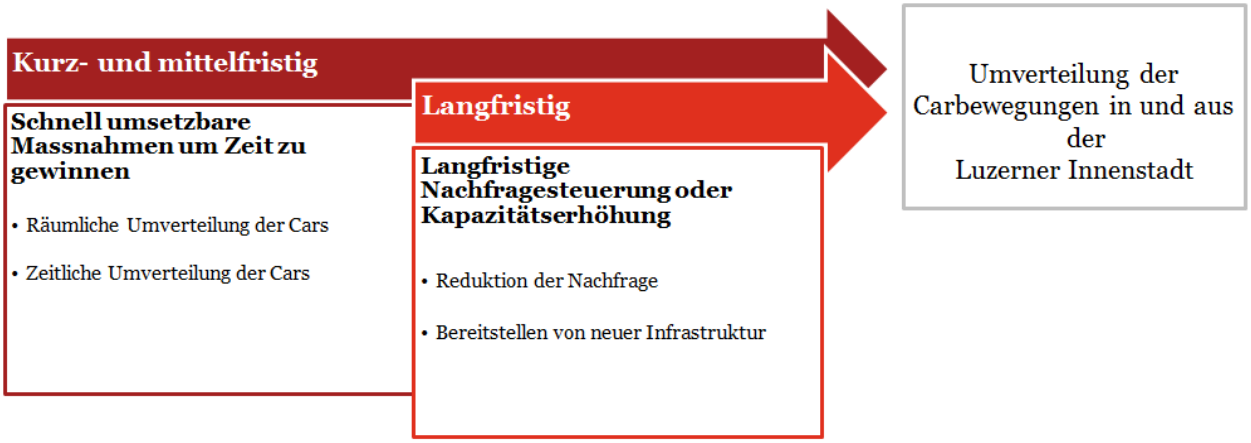


Abbildung 14: Massnahmen auf zwei Ebenen

Für die Beeinflussung der längerfristigen Entwicklung gibt es zwei Optionen:

1. *Reduktion der Nachfrage*

   Hier ginge es primär darum, die Gesamtnachfrage der Segmente zu reduzieren oder zu steuern, welche momentan die Carsituation besonders problematisch machen. Dies setzt voraus, dass die Tourismusstrategie weiterhin verstärkt auf anspruchsvolle und zahlungskräftigere Touristen setzt. So könnte die touristische Wertschöpfung erhalten bleiben, jedoch die Verkehrssituation entlastet werden.

2. *Bereitstellung neuer Infrastruktur*

   Hier könnten Projekte, wie zum Beispiel das Parkhaus Musegg und die Metro Luzern, Abhilfe schaffen, da sie den Touristen erlauben, den Schwanenplatz und die Luzerner Innenstadt zu sehen, ohne die Verkehrssituation zu strapazieren. Da diese Projekte beide eine Vorlaufzeit von mindestens 7 Jahren zur Umsetzung brauchen, ist es wichtig, bald eine Entscheidung zu treffen, welches Projekt umgesetzt werden könnte.

Diese grossen Massnahmen verändern entweder die Gesamtnachfrage oder die Gesamtkapazität, was zu einer besseren Verteilung der Touristenströme führen sollte. Es gilt aber auch Massnahmen zu treffen, die diese Entwicklung zwischenzeitlich entschärfen können, indem sie die kurz- bis mittelfristigen Auswirkungen dieser Frequenzentwicklungen beeinflussen und abfedern. Dort setzen jene Massnahmen an, welche im nächsten Kapitel präsentiert werden.

Bei allen Massnahmen ist es wichtig zu beachten, dass die Veränderung des momentanen Systems auch Risiken und Konsequenzen mit sich bringt. Wenn Reisegruppen dazu bewegt werden ihre Nachfrage oder Ihr Reiseverhalten zu ändern, kann es sein, dass diese Gruppen sich entschliessen eine andere Destination aufzusuchen, statt sich den neuen Vorschriften oder Gegebenheiten zu fügen. Der Abgang dieser Gruppen könnte die touristische Wertschöpfung im Kanton Luzern massgeblich beeinflussen. Da es in der Schweiz und im umliegenden Ausland weitere Destinationen gibt, welche ähnliche Angebotspaletten vorweisen, wie Interlaken zum Beispiel, ist dies ein Faktor der in der finalen Ausarbeitung der Massnahmen stark berücksichtigt werden muss.

4. Integrierter Lösungsansatz

- *Der integrierte Lösungsansatz besteht aus 19 Empfehlungen, die darauf abzielen, die Verkehrsproblematik ganzheitlich zu bearbeiten.*
- *Basismassnahmen empfehlen die Einführung eines Tourismusgremiums, bestehend aus den verschiedenen Interessengruppen in der Stadt Luzern, und die Ausarbeitung und Einführung eines permanenten Monitoring-Systems zur Beschaffung eines validen Datensatzes als Entscheidungsgrundlage.*
- *Weitere grundlegende Massnahmen empfehlen die Einführung eines Monitorings tagesaktueller Daten und die Kategorisierung der Frequenzen in Stufen, um Massnahmen frequenzbasiert auslösen zu können.*
- *Diese Empfehlungen bilden die Basis zur erfolgreichen Analyse und Umsetzung der von PwC vorgeschlagenen Empfehlungen und weiteren Massnahmen. Einige Empfehlungen können nach einer Vorbereitungsphase permanent und dauerhaft eingeführt werden. Dafür können Erfahrungen aus der temporären Situation während der Grendel-Sanierung gewonnen werden.*
- *Andere frequenzbasierte Lösungen stehen nach einer Vorbereitungsphase zur Verfügung und werden durch die Kategorisierung ausgelöst. Dabei liefert die dynamische Datensammlung die notwendigen Informationen zur Einschätzung der täglichen Carfrequenzen.*
- *Alle kurz- bis mittelfristigen Lösungen zielen darauf ab, die Carbewegungen zeitlich oder räumlich so umzuverteilen, dass die Interessengruppen in der Stadt Luzern Zeit gewinnen, um langfristige Massnahmen umzusetzen.*

4. Integrierter Lösungsansatz

Basierend auf der Ist-Analyse, den Trends im Tourismus und den daraus erarbeiteten Szenarien wurde ein integrierter Lösungsansatz mit 19 verschiedenen Empfehlungen erarbeitet. Die Basismassnahmen werden in Kapitel 4.1 im Detail beschrieben. Die Empfehlungen zur zeitlichen und räumlichen Umverteilung wurden in detaillierter Form als Vorschlag an die Auftraggeber übermittelt und werden nun von einer Kommission diskutiert, weiterentwickelt und für die Umsetzung vorbereitet (Kurzbeschreibungen auf Seite 30).

Insgesamt besteht der integrierte Lösungsansatz aus 19 Empfehlungen, die darauf abzielen, die Verkehrssituation ganzheitlich zu bearbeiten. Grundlegende Massnahmen (Kapitel 4.1) empfehlen die Einführung eines Gremiums mit Mitgliedern aller Interessengruppen, um eine „Governance“ der Situation zu erlauben. Auftrag des Gremiums ist es, die Gesamtsituation zu überwachen, alle Interessengruppen einzubinden sowie die Durchführung von Massnahmen zu delegieren und zu überwachen. Zusätzlich wird die Einführung eines permanenten Monitorings empfohlen. Dies soll dazu dienen, die Datenlage zu verbessern, um effektive langfristige Massnahmen einzuführen.

Zusätzliche Basismassnahmen sind die Kategorisierung sowie das Monitoring tagesaktueller Daten. Beide können aber erst dann effektiv eingeführt und genutzt werden, wenn das Gremium und ein Monitoring der Basisdaten wirkungsvoll umgesetzt sind. Die Kategorisierung der Tage in Intensivitätsstufen beruht auf den durch das Monitoring gesammelten Basisdaten. Tagesaktuelle Daten sowie die Kategorisierung dienen als Entscheidungsgrundlage für ein frequenzbasiertes Auslösen von Massnahmen. Es wird bei all diesen Massnahmen mit einer Vorbereitungszeit vor der Einführung gerechnet. Gemeinsam bilden diese fünf Empfehlungen die Basis des integrierten Lösungsansatzes und sind unumgänglich, um die Erfolgsaussichten der übrigen Lösungen zu gewährleisten.

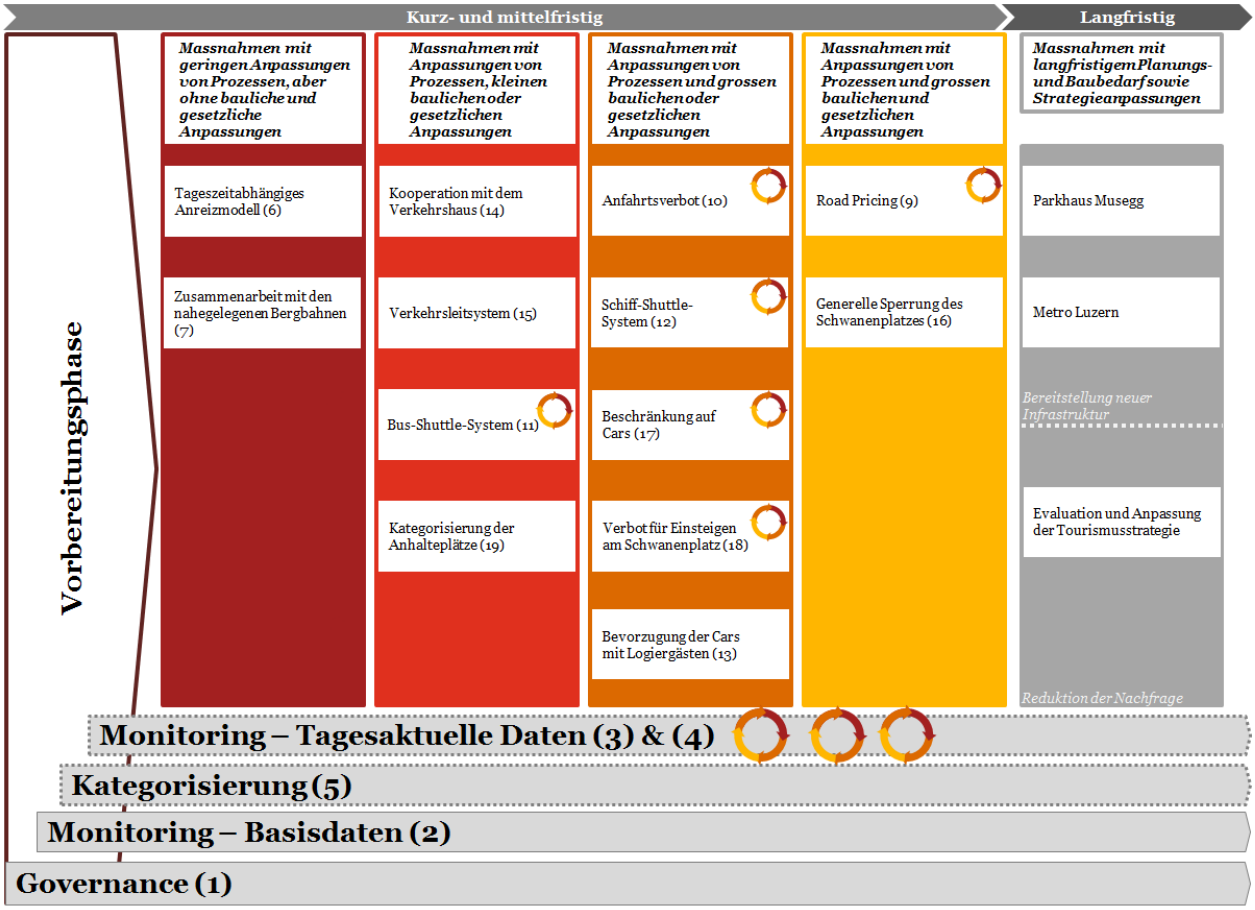


Abbildung 15: Gesamtheitliche Ansicht des integrierten Lösungsansatzes

Abbildung 15 veranschaulicht den integrierten Lösungsansatz mit den 19 verschiedenen Empfehlungen. Governance, Monitoring und Kategorisierung bilden die Basis für alle weiteren Empfehlungen. Ist einmal ein Entscheidungsgremium bestimmt und die Datensammlung initiiert, können erste Massnahmen implementiert werden. Dabei kann es sich um die Einführung einzelner Massnahmen handeln oder die Einführung mehrerer Massnahmen in Kombination. Unterschiedliche Massnahmen benötigen unterschiedliche Vorbereitungszeiten, was bei der Planung berücksichtigt werden muss. Dies ist abhängig davon, wie viele Ressourcen benötigt werden, wie die politischen Prozesse verlaufen und ob infrastrukturelle Änderungen notwendig sind.

Manche Empfehlungen benötigen lediglich die Anpassung einzelner Prozesse und eventuell einige kleinere bauliche Anpassungen und können in einem kurzen Zeithorizont eingeführt werden. Andere Empfehlungen benötigen gesetzliche und grössere bauliche Anpassungen und können daher erst in einem mittelfristigen Zeithorizont eingeführt werden. Alle Empfehlungen, die frequenzbasiert ausgelöst werden können, sobald ein Monitoring tagesaktueller Daten und eine Kategorisierung umgesetzt sind, werden in Abbildung 15 mit einem Rad markiert. Bestimmte frequenzbasierte Massnahmen werden eventuell erst in einem mittel- bis langfristigen Zeithorizont relevant, wenn die Gesamtnachfrage im Vergleich zur heutigen Situation stark gewachsen ist.

Alle präsentierten Massnahmen, ob permanent oder frequenzbasiert, zielen darauf ab, die Cars entweder räumlich oder zeitlich zu verschieben und dabei die Gesamtwertschöpfung für die Stadt Luzern zu erhalten (Kurzbeschreibungen auf Seite 30). Dabei ist es wichtig zu beachten, dass Massnahmen an verschiedenen Punkten in der Wertschöpfungskette angesetzt werden sollten. Mögliche Stellschrauben bestehen bei den

Gästen und Besuchern selber, den Reiseleitern und den Reiseveranstaltern in den Quellenländern. Es ist anzunehmen, dass verschiedene Gruppen entweder mit Anreizen oder durch Vorschriften dazu bewegt werden können, ihr Reiseverhalten zu ändern. Einige dieser Prozesse müssen vorgelagert behandelt werden, um Änderungen hervorzubringen, andere müssen punktuell zu den hochfrequentierten Zeiten ausgelöst werden.

Der integrierte Lösungsansatz dient dazu, den involvierten Parteien in einem kurz- bis mittelfristigen Zeithorizont Handlungsspielraum zu verschaffen. Es soll Zeit gewonnen werden, um effektive, langfristige Lösungen auszuarbeiten und zu implementieren, um die Situation längerfristig zu entlasten. Zu den langfristigen Massnahmen zählt das Bereitstellen neuer Infrastruktur, wie zum Beispiel der Metro Luzern sowie des Parkhauses Musegg. Zusätzlich können auch tourismusstrategische Anpassungen zu einer Beeinflussung der Nachfrage führen und so die Situation entlasten. Insbesondere sollte auch weiterhin auf anspruchsvolle und zahlungskräftigere Touristensegmente gesetzt werden, da damit die Wertschöpfung gesteigert werden kann ohne die Verkehrssituation stärker zu belasten.

4.1. Basismassnahmen

Als Basismassnahmen gelten die Einführung eines Tourismusgremiums, der Aufbau eines robusten Monitoring-Systems und die Kategorisierung der Tagesfrequenzen in Intensitätsstufen. Diese Massnahmen schaffen eine solide Grundlage, auf der die anderen Massnahmen umgesetzt werden können.

Empfehlung 1: Governance

Hintergrund

Während der Interviews und bei der Analyse eines Pressespiegels wurde festgestellt, dass es zurzeit viele verschiedene Interessengruppen mit unterschiedlichen Meinungen zum Tourismus, insbesondere dem Cartourismus, gibt. Niemand aus diesen Interessengruppen hat eine prinzipiell negative Haltung gegenüber dem Tourismus und die durch den Tourismus generierte Wertschöpfung wird grundsätzlich anerkannt. In Bezug auf die Nachhaltigkeit und in der Frage, ab wann die Besucherfrequenzen als störend empfunden werden, gehen die Meinungen jedoch weit auseinander. Es bestehen bereits Vereinigungen der Interessengruppen wie zum Beispiel die Luzern Tourismus AG, jedoch es scheint, dass ein breiteres Gremium sinnvoll wäre. Damit sich alle verschiedenen Interessengruppen in touristischen Entscheidungen vertreten sehen, scheint es wichtig, ein Gremium zu schaffen, das übergreifend agiert und die touristischen Fragestellungen der Stadt behandelt und Lösungen vorbereitet.

Empfehlungen

- Um alle relevanten Interessengruppen zusammenzubringen, wird als übergreifende Empfehlung vorgeschlagen, ein Tourismusgremium einzuführen. Auftrag des Gremiums ist es, die Gesamtsituation zu überwachen und gemeinsam strategische Entscheidungen zu treffen.
- Die Mitglieder sollen aus allen verschiedenen Interessengruppen kommen, wie zum Beispiel aus dem Tourismus, der Politik, der Privatwirtschaft, der Stadt Luzern oder der Bevölkerung.
- Als integraler Bestandteil des Erfolges eines solchen Gremiums müssen adäquate Führungsrichtlinien für diese neue Instanz erstellt werden (siehe Anhang 11).
- Die Mitglieder sollten basierend auf ihren strategischen Kompetenzen ausgewählt werden.
- Die Handlungskompetenzen des Rats sollten im Vorfeld, unter Einbezug aller Interessengruppen, verbindlich geregelt werden. Die Dauer der Mitgliedschaft sowie die Moderation des Gremiums sollten klar festgelegt werden.

Erwartete Auswirkungen

- Der branchenübergreifende Fokus des Gremiums fördert einerseits die gesamtwirtschaftliche Wertschöpfung und andererseits die Akzeptanz der getroffenen Entscheide und eingeführten Massnahmen innerhalb der Bevölkerung.
- Die Bevölkerung bekommt einen objektiven Ansprechpartner für Tourismusfragen in der Stadt Luzern.

Verantwortung

- Die Interessengruppen sollten gemeinsam dieses Gremium ins Leben rufen.
- Die Führung liegt bei dem von den Interessengruppen gewählten Moderator.

Empfehlung 2: Monitoring – Basisdaten

Hintergrund

Die Datenlage für Entscheidungen rund um den Cartourismus in der Luzerner Innenstadt ist momentan nicht zufriedenstellend. Es sind Daten zu Frequenzen aus mehreren unterschiedlichen Quellen vorhanden, diese werden jedoch weder einheitlich gesammelt noch dargestellt. Zusätzlich werden diese Daten oftmals aufgrund des Datenschutzes oder aus Konkurrenzdenken ungern geteilt. Es fehlt ein standardisierter Prozess zur Datenerhebung durch eine neutrale Stelle, wie zum Beispiel die Stadt Luzern oder die Luzern Tourismus AG. Die Datenlage steht ebenfalls in Zusammenhang mit einer fehlenden Kommunikation, aufgrund mangelnder Fakten, die zu einer grossen Unsicherheit innerhalb der Bevölkerung führt.

Zusätzlich ist es empfehlenswert, ein temporäres Monitoring während der Sanierungsphase des Grendels ab September 2014 durchzuführen, wodurch man die absoluten Carbewegungen am Schwanenplatz zählt sowie eine genaue Übersicht der verkehrstechnischen Situation in der Innenstadt von Luzern erhält. Da die Sanierung des Grendels den Ablauf am Schwanenplatz beeinflusst (nur noch Aussteigen und Einsteigen an einem anderen Ort), ist dies eine gute Möglichkeit, zu beobachten, wie dies bei den Touristen, Reiseleitern und Carfahrern ankommt und was für Kommentare dazu gemacht werden.

Empfehlungen

- Daten über die Frequenz der Cars am Schwanenplatz und Löwenplatz müssen täglich erhoben werden, so wie es momentan bereits von den Securitas-Mitarbeitern am Schwanenplatz gemacht wird.
- Es sollten sowohl Daten zu der Anzahl An- und Abfahrten als auch die durchschnittliche Verweildauer auf dem Schwanenplatz bzw. auch in der Stadt Luzern erhoben werden.
- Zusätzlich sollten Carfahrer gefragt werden, wo sie am morgen abgefahren sind und wo sie am Abend übernachten.
- Die Daten sollten von einer zentralen Stelle, zum Beispiel der Stadt Luzern, analysiert werden und dann den Interessengruppen zur Verfügung gestellt werden.
- Die Zahlen zu den Frequenzen sollten in regelmässigen Abständen öffentlich kommuniziert werden.

Erwartete Auswirkungen

- Die Erhebung dieser Daten schafft Klarheit über die Frequenzen und erlaubt es, genauere Einschätzungen und Prognosen über die Situation zu machen.
- Fragen zum Abfahrtsort und der Destination für den Tag erlauben es, die Reisewege der Touristen genauer zu erkennen, um mögliche vorgelagerte Massnahmen zu treffen. So ist auch eine bessere Einschätzung der Anzahl Tagestouristen in der Stadt Luzern möglich.
- Die Anrainer und weitere Interessengruppen können ihre eigenen Daten mit den gemeinsam gesammelten Daten korrelieren und Schlüsse ziehen.
- Die Bevölkerung und die Medien werden regelmässig objektiv über die Frequenzen informiert, was zu Transparenz und einer Entschärfung der Mediendiskussion, wo momentan verschiedene Zahlen zirkulieren, führen sollte.

Verantwortung

- Die Interessengruppen sollten diese Initiative unterstützen.
- Die Führung sollte bei einer unabhängigen Stelle wie der Stadt Luzern oder der Luzern Tourismus AG liegen.

Empfehlung 3: Monitoring – Tagesaktuelle Daten durch eine Applikation

Hintergrund

Zusätzlich zum Monitoring der eigentlichen Frequenzen in der Luzerner Innenstadt ist es wichtig, Daten zu erheben, welche es erlauben, die Frequenzen für die nächsten Tage vorauszusehen. Dies benötigt eine Anmeldung der Gruppen vor ihrer Anreise. Eine Möglichkeit für ein aktives Monitoring besteht in GPS-Sendern, welche in Smartphones installiert sind und, als Teil einer Applikation, Daten an die zuständige Stelle senden. Die Reiseleiter müssten sich mithilfe einer Smartphone-Applikation registrieren. Diese Applikation sendet dann regelmässige Standortinformationen des Cars. Ein Beispiel hierzu ist die „CTA Bus Tracker App“ der Chicago Transit Authority. Diese Applikation ermöglicht ein Echtzeit-Tracking aller Cars inklusive projizierter Ankunftszeiten.

Um zu erreichen, dass sich ein möglichst grosser Anteil der Reisführer via Applikation registriert, wird empfohlen, die Registrierung mit Anreizen zu versehen. Eine Möglichkeit wäre, die Applikation mit einem Loyalitätsprogramm zu kombinieren, mit dem Reiseleiter „Punkte“ verdienen können, die sie in Luzern oder über das Internet einlösen können. Weitere Vorteile, wie zum Beispiel Gratis-Internet oder -Kaffee an bestimmten Orten in der Stadt Luzern für registrierte Reiseleiter, könnten das Programm sofort attraktiv machen für die Reiseleiter. Eine Einschränkung bei dieser Empfehlung ist der erforderliche Besitz eines Smartphones sowie die notwendige Internetverbindung des Smartphones, um die GPS-Daten zu senden. Es ist jedoch zu erwarten, dass der Anteil Smartphone-Besitzer auch in den nächsten Jahren weiter ansteigt und das Roaming respektive die Gebühren für Datenpakete weiter abnehmen.

Empfehlungen

- Es sollte ein Loyalitätsprogramm, gekoppelt mit einer Smartphone-Applikation, für Reiseleiter entwickelt werden.
- Die Applikation sollte Daten an eine zentrale Stelle senden, welche die Daten analysiert und in Situationen, in denen die Frequenzen problematisch werden könnten, Massnahmen auslöst.
- Die Applikation kann gleichzeitig dafür verwendet werden, dem Reiseleiter Informationen zukommen zu lassen über die momentane Auslastung der Anhalte- und Parkplätze, spezielle Angebote für seine Gruppe und Anlässe in Luzern.

Erwartete Auswirkungen

- Die Registrierung im Voraus durch eine Applikation und der Austausch von GPS-Daten erlaubt es, tagesaktuell zu analysieren, wie die Frequenzen aussehen werden und ob allenfalls Massnahmen ergriffen werden müssen.
- Das Kategorisierungssystem, das in Empfehlung 5 beschrieben wird, dient als Raster, an dem die vorhergesehenen Frequenzen gemessen werden und Massnahmen vorgeschlagen werden.
- Die Applikation sollte benutzerfreundlich sein und dem Reiseleiter einen Mehrwert liefern.
- Die Applikation kann den Dienstleistungserbringern in Luzern als Marketingplattform zur Verfügung gestellt werden, mit der sie ganz gezielt Reiseleiter aus verschiedenen Nationen mit tagesaktuellen Angeboten ansprechen können.

Verantwortung

- Das Loyalitätsprogramm und die Applikation sollten von einer zentralen Stelle verwaltet werden, wie der Stadt Luzern oder der Luzern Tourismus AG.
- Die Interessengruppen sollten in die Entwicklung miteinbezogen werden.

Empfehlung 4: Monitoring – Tagesaktuelle Daten durch Telefon oder E-Mail

Hintergrund

Eine andere Möglichkeit zum aktiven Monitoring von anfahrenden Cars ist die Voranmeldung von Gruppen per Telefon oder Internet. Während Interviews mit den Anrainergeschäften wurde festgestellt, dass es momentan in allen Geschäften unterschiedliche Systeme zur Erfassung der Personalien von Reiseführern und -gruppen gibt und dass die Registrierung mit Zeitaufwand verbunden ist. Die meisten Reiseführer erfassen ihre Gruppen in mehreren Anrainergeschäften und müssen mehrmals die gleichen Informationen abgeben. Durch die Einführung eines zentralen Registrierungssystems könnte der Zeitaufwand für die Reiseführer sowie für die Mitarbeiter der Anrainergeschäfte minimiert werden. Zusätzlich können intensivere Frequenzen an Carbewegungen besser vorhergesehen werden und mit frequenzbasierten Massnahmen besser verteilt werden. Bei einer zentralen Registrierungsstelle muss gewährleistet werden, dass der Datenschutz sichergestellt ist, da vertrauliche Daten wie Passnummern und Namensangaben der Reisenden übermittelt werden. Die Datenschutzanforderungen an ein Registrierungssystem müssten mindestens den jetzigen Standards in den Geschäften entsprechen.

Empfehlungen

- Daten über die Anmeldungen von Gruppen müssen fortlaufend von einer zentralen Stelle erfasst werden und an die Anrainergeschäfte weitergegeben werden.
- Die Gruppenanmeldungen sollten mit den Carfrequenzen aus der ersten Monitoring-Empfehlung verglichen werden, sodass ein System zur Prognose der Frequenzen entwickelt werden kann. Diese Prognosen können dann wiederum als Auslöser für frequenzbasierte Massnahmen verwendet werden.
- Die Reiseleiter sollen am Telefon oder in der E-Mail angeben können, bei welchen Geschäften sie sich registrieren wollen, sodass ihre Daten automatisch an die ausgewählten Geschäfte gesandt werden können.

Erwartete Auswirkungen

- Eine zentrale Registrierungsstelle vermindert die Arbeit für die Luzerner Geschäfte.
- Reiseleiter können sich zentral anmelden und sich bei mehreren Geschäften gleichzeitig registrieren.
- Daten werden zentral gesammelt und können für Prognosezwecke genutzt werden. Statistische Auswertungen erlauben einen Rückschluss auf die Anzahl Tagestouristen und deren Herkunft.

Verantwortung

- Interessengruppen sind verantwortlich, die zentrale Stelle zu schaffen und die nötigen Ressourcen zur Verfügung zu stellen.
- Die Führung der Stelle sollte bei einer unabhängigen Partei, wie der Stadt Luzern oder der Luzern Tourismus AG liegen.

Empfehlung 5: Kategorisierung

Hintergrund

Es ist ausschlaggebend und wichtig, eine Einschätzung der Frequenzen auszuarbeiten. Es muss definiert werden, welche Carfrequenzen als schwach, normal, intensiv und hochintensiv empfunden werden. So ist es möglich, verschiedene Frequenzen in unterschiedliche Stufen zu klassifizieren, die dann wiederum spezifische Massnahmen auslösen. Dies kann zum Beispiel durch ein Ampelsystem gemacht werden, in dem schwache Frequenzen grün, normale gelb, intensive rot und hochintensive dunkelrot eingestuft werden.

Empfehlungen

- Es sollten klare Stufen erstellt werden, ab wann die Carfrequenzen den Strassenverkehr negativ beeinflussen und dadurch Gefahren auftreten, sodass die negativen Auswirkungen vermindert werden können.
- Es sollte auch mit Interessengruppen, wie der lokalen Bevölkerung, besprochen werden, welche Frequenzen als störend empfunden werden. So können Erwartungen abgeschätzt und berücksichtigt werden.
- Folgende Klassifizierungsstufen werden basierend auf den jetzigen Frequenzen als angemessen empfohlen:

Frequenzen	Carbewegungen		Anzahl Tage in Kategorie pro Jahr					
			2013	2014	2015	2016	2017	2018
Hochintensiv	10%	308-342	3	9	20	38	54	72
Intensiv	30%	205-307	98	109	114	111	105	103
Normal	30%	103-204	121	116	118	116	113	106
Schwach	30%	0-102	143	131	113	100	93	84

Tabelle 2: Klassifizierungsstufen der Carbewegungen

- Hierbei wurden die höchsten 10% der Carbewegungen im Jahr 2013 als hochintensive Frequenzen, die nächsten 30% als intensive, die darauf folgenden 30% als normale und die niedrigsten 30% der Carbewegungen als schwache Frequenzen gekennzeichnet. Im Jahr 2013 wurden dementsprechend nur drei Tage mit hochintensiven Frequenzen gemessen. Die Anzahl wird sich jedoch ohne entsprechende Massnahmen stetig weiterentwickeln.
- Basierend auf den Daten aus dem Monitoring sollte die Schätzung von einem Gremium wie in Empfehlung 1 besprochen regelmässig überprüft und angepasst werden. So könnten die Stadt Luzern, die Anrainergeschäfte und die Bevölkerung alle gleichermassen miteinbezogen werden, um einen gemeinsamen Konsens zu finden, ab wann die Carfrequenzen als störend empfunden werden.

Erwartete Auswirkungen	• Die Kategorisierung dient, in engem Zusammenhang mit dem Monitoring, als Basis für die Auslösung frequenzbasierter Massnahmen. • Die Einbindung der Interessengruppen erlaubt eine offene Diskussion darüber, was als „störend“ empfunden wird, und erlaubt es, gemeinsam Massnahmen einzuleiten.
Verantwortung	• Die Kategorisierung sollte von dem in Empfehlung 1 beschriebenen Gremium konstant kontrolliert und überwacht werden.

4.2. Empfehlungen zur zeitlichen & räumlichen Umverteilung

Die detaillierten Vorschläge an die Auftraggeber konzentrieren sich auch auf eine Entlastung des Schwanenplatzes und der Luzerner Innenstadt durch Umverteilungsmassnahmen, entweder auf räumlicher oder zeitlicher Ebene. In der Umsetzung werden die Massnahmen entweder durch Anreize oder entsprechende Vorschriften implementiert. Sowohl permanente als auch dynamische frequenzbasierte Massnahmen werden hier vorgeschlagen (siehe Tabelle 3).

Nummer	Empfehlung	Kurzbeschreibung
6	Tageszeitabhängiges Anreizmodell	Es werden Anreize für Reisegruppen geschaffen ihre Anfahrt ausserhalb der Stosszeiten zu planen.
7	Zusammenarbeit mit den nahegelegenen Bergbahnen	Planung der Reiseabläufe zusammen mit den Bergbahnen erlaubt eine bessere Verteilung der Anfahrten in die Innenstadt.
8	Tageszeitabhängige Anhaltegebühren	Durch hohe Anhaltegebühren während der Stosszeiten werden Caranfahrten auf weniger intensive Verkehrszeiten verschoben.
9	Road Pricing	Einführung eines „Road Pricing"-Modells mit höheren Preisen während der Stosszeiten von 15.00 – 19.00 Uhr.
10	Anfahrtsverbot	Ein Anfahrtsverbot für Cars während der Stosszeiten eliminiert alle Carbewegungen in der Luzerner Innenstadt.
11	Bus-Shuttle-System	Ein Bus-Shuttle bringt Cartouristen von ausserhalb der Innenstadt gelegenen Parkplätzen in die Innenstadt.
12	Schiff-Shuttle-System	Ein Schiff-Shuttle bringt Cartouristen von ausserhalb der Innenstadt gelegenen Parkplätzen in die Innenstadt und bietet gleichzeitig ein zusätzliches Erlebnis.
13	Bevorzugung der Cars mit Logiergästen	Cars deren Gäste in Luzern übernachten erhalten bevorzugte Zufahrt in die Innenstadt.
14	Kooperation mit dem Verkehrshaus	Das Verkehrshaus wird Anlaufstelle für Cars und Touristen werden von dort per Shuttle in die Innenstadt gebracht.
15	Verkehrsleitsystem	Das Leitsystem führt zu einer effizienteren Abwicklung der Frequenzen und erhöht die Kapazität in der Innenstadt.
16	Generelle Sperrung des Schwanenplatzes	Der Schwanenplatz wird für den Gesamtverkehr gesperrt um den Verkehrsfluss in der Innenstadt zu entlasten.
17	Beschränkung auf Cars	Der Schwanenplatz wird für alle Kraftfahrzeuge ausser Cars gesperrt und diese können somit effizienter abgewickelt werden.
18	Verbot für Einsteigen am Schwanenplatz	Cars dürfen am Schwanenplatz nur noch anhalten um ihre Reisenden aussteigen zu lassen.
19	Kategorisierung der Anhalteplätze	Eine Kategorisierung der Anhalteplätze in der Innenstadt als Ein- oder Aussteigeplätze führt zu einer effizienteren Abwicklung der Frequenzen.

Tabelle 3: Empfehlungen zur räumlichen und zeitlichen Umverteilung mit Kurzbeschreibung

5. Zusammenfassung der Studie

- *Wenn das Wachstum der Carbewegungen wie vorausgesagt eintrifft, wird die Luzerner Innenstadt in der nahen Zukunft immer öfter an seiner Kapazitätsgrenze stossen.*
- *Die Lösungsansätze der Studie verschaffen den Interessensgruppen Zeit um längerfristige Massnahmen zur Entlastung der Verkehrssituation in Angriff zu nehmen.*
- *Es gilt die Basismassnahmen umzusetzen um eine Grundlage für die verkehrsentlastenden Massnahmen zu schaffen.*
- *Als nächster Schritt werden die Lösungsvorschläge zur räumlichen und zeitlichen Umverteilung von einer Tourismuskommission diskutiert, überarbeitet und für die Umsetzung vorbereitet.*

5. Zusammenfassung der Studie

Aufbauend auf einer detaillierten Analyse der Ist-Situation und der Entwicklung von zukünftigen Szenarien für die Carbewegungen am Schwanenplatz wurden Lösungsvorschläge für die Verkehrssituation in der Luzerner Innenstadt präsentiert. Die Ist-Analyse hat bestätigt, dass asiatische Gäste die treibende Kraft in der Entwicklung des Cartourismus in Luzern sind. Den Prognosen zufolge wird sich dieser Trend fortsetzen und besonders chinesische Gäste werden über die nächsten Jahre weiterhin Luzern in Cars bereisen. Wenn diese Wachstumsraten auf die Anzahl Carbewegungen extrapoliert werden, wird klar, dass die Luzerner Innenstadt und besonders der Schwanenplatz bald an ihre Kapazitätsgrenzen stossen werden, wenn nichts unternommen wird.

Die in diesem Bericht vorgeschlagenen Empfehlungen sind darauf ausgerichtet, die Verkehrsabläufe und -frequenzen von der Nachfrageseite zu beeinflussen, um die Herausforderungen zu entschärfen, die aus dem starken Wachstum des Cartourismus entstehen werden. Die Basis bilden Massnahmen zur Governance, zum Monitoring und zur Klassifizierung der Intensivität des Carverkehrs an einzelnen Tagen. Darauf aufbauend werden Vorschläge für räumliche und zeitliche Umverteilung gemacht, welche in einem nächsten Schritt von einer Kommission diskutiert, überarbeitet und für die Umsetzung vorbereitet werden.

Eine wirkliche Lösung für das längerfristige Problem sind diese Umverteilungsmassnahmen jedoch nicht, da das weitere Wachstum der Reisenden nach Luzern den Verkehr in Zukunft weiter überfordern wird. Längerfristige Massnahmensollten darauf hinzielen, die Nachfrage in der Stadt Luzern weiterhin auf anspruchsvolle und zahlungskräftige Segmente zu fokussieren und neue Infrastruktur, wie zum Beispiel das Parkhaus Musegg oder die Metro Luzern, zur Verfügung zu stellen. Es bedarf also auch einer grösseren Diskussion über die Priorisierung anderer Zielgruppen, die der Stadt Luzern Wertschöpfung bringen können, ohne einen negativen Einfluss zu haben. Da diese Massnahmen jedoch Zeit brauchen, um umgesetzt zu werden und ihre Wirkung zu entfalten, braucht es auch kurz- und mittelfristige Massnahmen, die den involvierten Parteien Raum verschaffen, um langfristig zu planen und Änderungen umzusetzen.

5.1. Nächste Schritte

Da die Prognosen bereits für 2014 eine steigende Anzahl Tage über dem Kapazitätsmaximum am Schwanenplatz aufzeigen, ist es wichtig, dass die involvierten Parteien sobald wie möglich anfangen, längerfristige Massnahmen zu planen und die kurz- bis mittelfristigen Massnahmen umzusetzen. Dabei ist es wichtig, die Basismassnahmen sobald wie möglich umzusetzen, um eine Grundlage für die weiteren Massnahmen zu schaffen. Ein erster Schritt dafür ist die Übergabe der von PwC entwickelten detaillierten Lösungsvorschläge an eine Tourismuskommission, deren Auftrag es sein wird die Vorschläge zu diskutieren, weiterzuentwickeln und für die Umsetzung vorzubereiten. Die Umsetzung der Massnahmen ist dann jedoch Aufgabe aller involvierten Parteien und diese Zusammenarbeit ist sehr wichtig, um eine nachhaltige Lösung für die Verkehrssituation zu gestalten. Konkrete nächste Schritte sind also in Absprache mit den Parteien und unter Einbezug der Interessengruppen zu erarbeiten.

6. Bibliographie

6. Bibliographie

Arlt, W. G. (2012, March 30). Chinese Outbound Tourism (A).

Arlt, W. G. (2014, April 2). Prof. Dr. (D. Ermen, Interviewer)

Arlt, W. G. (2014, April 2). Prof. Dr. (D. D. Ermen, Interviewer)

BHP - Hanser und Partner AG. (2010). *Touristische Wertschöpfung im Kanton Luzern*. Zürich.

Bromilow, C., & Garvey, E. (2011). *Board Effectiveness: What Works Best, 2nd Edition*.

Business Monitor International. (2013). *China Tourism Report*. London: Business Monitor International.

Business Monitor International. (2013). *United States Tourism Report*. London: Business Monitor International.

China News. (2012, Januar 21). *70 Millionen Chinesen reisen ins Ausland im Luxusgüter zu kaufen*. Retrieved April 03, 2014, from China News: http://www.chinanews.ch/2012/01/21/70-millionen-chinesen-reisen-ins-ausland-um-luxusguter-zu-kaufen/

Daten Anrainergeschäfte Schwanenplatz. (2014).

Departement, Greater Vancouver Regional District Policy and Planning. (2007, April). *Road pricing: an overview of current practice*. Retrieved April 23, 2014, from Metrovancouver: http://www.metrovancouver.org/planning/development/strategy/RGSBackgroundersNew/RGSBackgrounder-RoadPricing.pdf

European Travel Commission. (2013). *European Travel 2013 - Trends & Prospects*. Brussels: European Travel Commission.

Luzern Tourimus AG. (2013). *Marketingprogramm 2014 Luzern - Vierwaldstättersee*. Luzern: Luzern Tourismus AG.

Luzern Tourismus AG. (2014). *Logiernächtestatistik per Ende Dezember*. Luzern: Luzern Tourismus AG.

OECD. (2014). *OECD Principles of Corporate Governance*. Retrieved April 23, 2014, from http://www.oecd.org/corporate/oecdprinciplesofcorporategovernance.htm

Oxford Economics, Amadeus. (2014). *Shaping the future of travel: Macro trends driving industry growth over the next decade*. Londong, Madrid: Oxford Economics, Amadeus.

Staatssekretariat für Wirtschaft SECO. (2013). *Prognosen für den Schweizer Tourismus*. Basel: Eidgenössisches Departement für Wirtschaft, Bildung und Forschung WBF.

Staatssektratariat für Wirtschaft SECO. (2013). *Prognosen für den Schweizer Tourismus*. Basel: Eidgenössisches Departement für Wirtschaft, Bildung und Forschung WBF.

Stadt Luzern. (2014, Januar 01). *Busparken*. Retrieved März 16, 2014, from Stadt Luzern: http://www.luzern.com/de/busparken

United Nations. (2014, Januar 01). *World Population Prospects: The 2012 Revision*. Retrieved April 03, 2014, from United Nations, Department of Economic and Social Affairs: http://esa.un.org/unpd/wpp/unpp/panel_population.htm

Unterlagen der ewp bucher dillier AG. (2014).

Unterlagen der Metro Luzern Initianten. (2014).

Verkehrsbetriebe Luzern. (2013). *Haltestellenfahrplan*. Retrieved April 23, 2014, from Verkehrsbetriebe Luzern Online-Fahrpläne: http://www.vbl.ch/fahrplaene/online-fahrplan/

World Tourism Organization (UNWTO). (2013). *Tourism Highlights*. Madrid: UNWTO.

World Travel & Tourism Council (A). (2014). *Economic Impact 2014: World*. London: World Travel & Tourism Council.

World Travel & Tourism Council (B). (2014). *Economic Impact of Travel & Tourism 2014 Annual Update: Summary*. London: World Travel & Tourism Council.

Z_punkt, TUI AG. (2012). *Neue Chinesische Touristen in Europa 2017+*. Hannover: TUI AG - TUI Think Tank.

Anhang

Anhang 1: Glossar 38
Anhang 2: Zusammenfassung der Arbeitsschritte und Aktivitäten 39
Anhang 3: Interview- und Sitzungstermine 40
Anhang 4: Top 10 Herkunfts- und Wachstumsländer 41
Anhang 5: Verordnungen in den Quellenmärkten 42
Anhang 6: Besucher in den Anrainergeschäften 45
Anhang 7: Infrastrukturprojekte 46
Anhang 8: Carparkplätze in der Luzerner Innenstadt 47
Anhang 9: Vergleichsbeispiele 47
Anhang 10: „Road Pricing“-Beispiele 52
Anhang 11: Best practice in board governance 53

7. Anhang

Anhang 1: Glossar

Benennung	Bedeutung
Benchmarking	Die vergleichende Analyse von Produkten, Methoden oder Prozessen zur Wettbewerbsanalyse und Identifikation von Verbesserungsmöglichkeiten.
Bus	Als Bus werden die Busse der öffentlichen Verkehrsmittel oder Shuttle-Busse definiert.
Car	Unter Car wird ein Reisebus für Touristen verstanden. In einem Car finden zirka 20–50 Personen Platz.
Carbewegungen	Eine Carbewegung beschreibt ein Anhalten des Cars, entweder zum Aussteigen oder Einsteigen der Gäste, am Schwanenplatz oder Löwenplatz. In einer Carbewegung sind also die An- und Abfahrt des Cars zum Platz mitinbegriffen.
Cartourismus	Internationale und nationale Reiseleistungen durch Carunternehmen für Privatreisende.
FIT	FIT steht für Free Independent Traveller und bezeichnet Alleinreisende oder Reisende in kleinen Gruppen (<10) mit selbst geplanter Reiseroute.
Hukou	Dies ist das Haushaltsregistrationssystem in China und beinhaltet Geburtsdatum, Zivilstand und Angaben zur Familie.
Kommission	Eine Form der Vergütung für Dienstleistungen, generell in Prozenten einer Wertgrösse, meist des Umsatzes.
Lineare Trendlinie	Eine optimierte gerade Linie, die meist für einfache lineare Daten genutzt wird und eine gleichmässige und konstante Zu- oder Abnahme von Werten darstellt.
Logarithmische Trendlinie	Eine optimierte Kurve, die meist angewandt wird, wenn die Änderungsraten in den Daten schnell zu- oder abnehmen und anschliessend annähernd konstant bleiben.
Minibus	Unter Minibus werden Kleinbusse und Midibusse verstanden, die Platz für 8–20 Personen bieten.
Reiseführer	Angestellter des Reiseveranstalters, der die Reisegruppe vor Ort begleitet. Wird in englischer Sprache Tour Guide oder Tour Manager genannt.
Reiseveranstalter	Ein Unternehmen, das touristische Angebote durch eigene Leistungen und Leistungen Dritter zusammenfasst oder kombiniert (Englisch: Tour Operator)

Anhang 2: Zusammenfassung der Arbeitsschritte und Aktivitäten

Arbeits-schritte	Dokument-recherche	Interviews	Ist-Analyse und Zukunftsfrequenzen	Lösungsvorschläge und Empfehlungen
Ziele	**Sammeln von Basis- und Hintergrund-informationen**	**Abholen der Meinungen und Beiträge der Interessengruppen**	**Basis für die Lösungsvorschläge entwickeln**	**Verbesserung der momentanen Situation am Schwanenplatz**
Aktivitäten	• Zeitungsartikel • Strategiepapiere • Marktbearbeitungs-pläne • Vorherige Studien • Auswertungen von Umfragen • Marketingstrategien	• Erstellung von Fragestellungen • Auswahl der Gesprächspartner & Terminfindung • Erstellung von individuellen Fragebögen • Protokollierung der Gespräche und Rückkopplung mit Gesprächspartnern • Auswertung der Interviews • Zusammenfassung der Feststellungen	• Zusammenfassung der Erkenntnisse aus der Dokumentrecherche und den Interviews • Ausarbeitung und Analyse der Feststellungen • Zusammenarbeit mit HSLU	• Synthese von Erkenntnissen • Detaillierte Analyse der Problempunkte und deren Lösungsansätze • Besprechung der aufgestellten Zukunftsfrequenzen während des Workshops mit den jeweiligen Interessengruppen • Zusammenarbeit mit der HSLU zur Validierung der vorgeschlagenen Massnahmen
Übergreifende Aktivitäten	**Berichterstellung:** Zusammentragung der Resultate und Übertragung in den finalen Projektbericht.			
	Projektmanagement: Leitung und Organisation der einzelnen Phasen und der benötigten Ressourcen, interne und externe Kommunikation, Zeitplanung, Qualitätssicherung.			

Anhang 3: Interview- und Sitzungstermine

Laufend	Adelbert Bütler	Präsident Luzern Tourismus AG
Laufend	Marcel Perren	Tourismusdirektor Luzern Tourismus AG
24.01.2014	Robert & John Casagrande	Besitzer von Casagrande
24.01.2014	Ivo Scala	Geschäftsführer von Swiss Lion
27.01.2014	Raphael Gübelin	Inhaber von Gübelin
28.01.2014	Patrick König	Besitzer der Embassy Group
05.02.2014	Alex Herrmann	Chef von Schweiz Tourismus, New York
06.02.2014	Urs Eberhard	Vizedirektor von Schweiz Tourismus
13.02.2014	Peter Bucher	Beauftragter für Wirtschaftsfragen, Stadt Luzern
14.02.2014	Alex Wang	Repräsentant der Luzern Tourismus AG in China
19.02.2014	Patrick Graber Vorstand	Präsident, Luzern Hotels Luzern Hotels
20.02.2014	Roland Koch & Martin Bürgi	Tiefbauamt Stadt Luzern
24.02.2014	Mario Lütolf & Erich Felber	Stadtraum und Veranstaltungen, Stadt Luzern
10.03.2014	Patrick Hauser	Mitbesitzer vom Hotel Schweizerhof, Luzern
01.04.2014	Mathias Bucher	Parkhaus Musegg
01.04.2014	Marcel Sigrist	Bauplaner von Metro Luzern
01.04.2014	Peter Reinle	Titlis Engelberg, Bergbahnen
Diverse Gespräche	Thomas Barthelt Martin Bütikofer	CEO & CFO Verkehrshaus Luzern

Teilnahme an Sitzungen und Workshops:

02.12.2013	Workshop zur Festlegung des genauen Projektumfangs
04.12.2013	Workshop zur Festlegung des genauen Projektumfangs
19.02.2014	Luzern Hotels Vorstandssitzung, Luzern
18.03.2014	Projektworkshop

Anhang 4: Top 10 Herkunfts- und Wachstumsländer

Top 10 Herkunftsländer der Logiernächte in der Stadt Luzern (2013)		Top 10 Wachstumsländer der Logiernächte in der Stadt Luzern (2008-2013)	
Schweiz	312'698	Brasilien	66,4%
USA	166'545	China	41,8%
Deutschland	99'120	Taiwan	40,8%
China	89'975	Golf-Staaten	38,3%
Grossbritannien	53'816	Thailand	37,7%
Australien, Neuseeland, Ozeanien	52'024	Australien, Neuseeland, Ozeanien	34,4%
Indien	38'848	Afrika	26,5%
Hongkong	23'854	Polen	25,1%
Italien	23'066	USA	22,7%
Thailand	22'805	Hongkong	21,9%

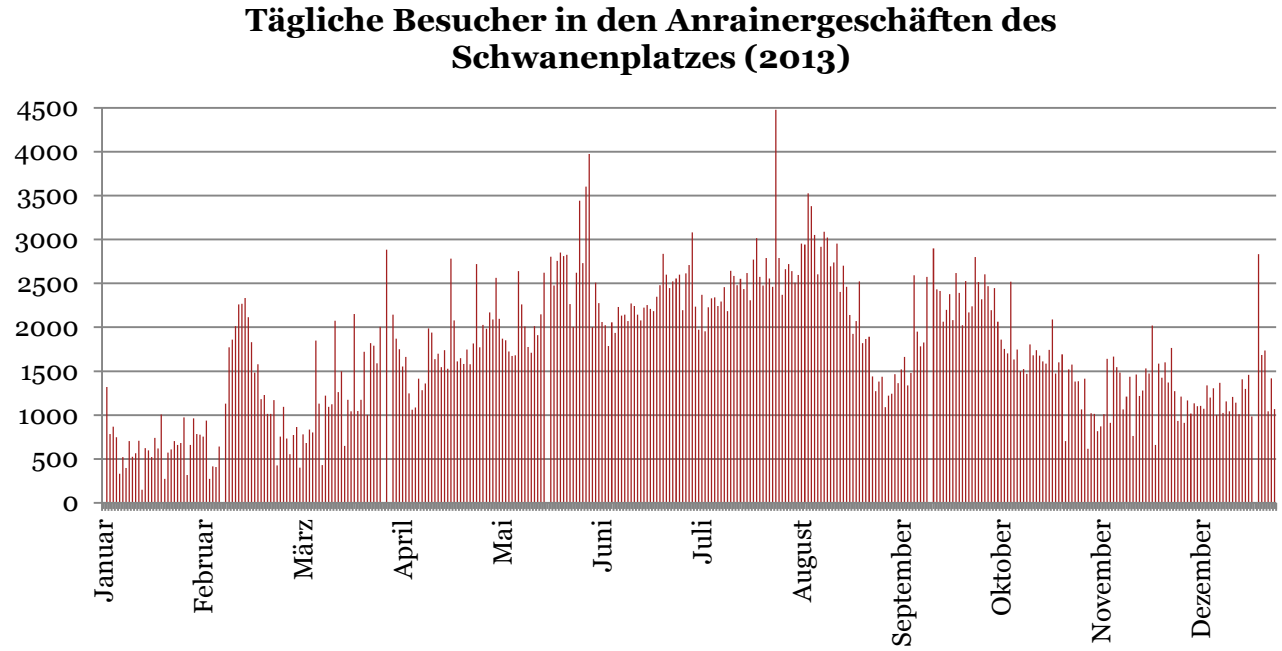
Anhang 5: Verordnungen in den Quellenmärkten

Neues chinesisches Tourismusgesetz	
Kurzbeschreibung	Am 1.Oktober 2013 ist das erste chinesische Tourismusgesetz in Kraft getreten mit dem Ziel, die Interessen und Rechte von Touristen so weit wie möglich zu schützen. Die Vorgehensweise konzentriert sich auf die Reiseagenturen, um „zero- or negative-fare tours“ zu vermeiden sowie die Kapazitäten der Touren zu überprüfen. Diese „zero- or negative-fare tours“ beinhalten Reisen, die zu sehr günstigen Konditionen unter Wert angeboten und durch geplante Verkaufskommissionen finanziert werden. Ausserdem konzentriert sich das Gesetz auf die chinesischen Touristen selbst, indem auf ein angepasstes und respektvolles Verhalten in Bezug auf die lokalen Traditionen der Bevölkerung aufmerksam gemacht wird. Die Regierung hat somit die Tourismusindustrie erstmals in das Entwicklungsprogramm von China aufgenommen.
Inhalt	Das Gesetz beinhaltet Verordnungen für die Aktivitäten der chinesischen Reisebranche und sagt aus, dass Reisende das Recht haben, Tourismusprodukte und Dienstleistungen unabhängig auszuwählen sowie detaillierte Informationen über Touren von den Reiseagenturen zu erhalten. Das heisst, dass Reiseveranstalter im Voraus explizit die Tour beschreiben und sämtliche Aktivitäten auflisten müssen. Zusätzlich dürfen Reiseagenturen auch keine zu günstigen Touren unter Wert anbieten, die sich durch vorher geplante Verkaufskommissionen finanzieren lassen. Die Verträge für Touren müssen Grundinformationen über die Reiseagentur sowie die Touristen, die Reiseziele, die Mindestanzahl an Teilnehmern für die Durchführung einer Tour, Transport, Unterkünfte, Verpflegung, Zeitvorgaben und Inhalte der Attraktionen, Freizeitaktivitäten, Reisekosten sowie gesetzliche Verordnungen enthalten.
Auswirkungen	Das neue Tourismusgesetz in China führt zu einer Preiserhöhung, da viele chinesische Reiseagenturen ihre Preise wegen des neuen Gesetzes und der damit verbundenen zusätzlichen Auflagen erhöht haben. Ein weiterer Effekt des neuen Tourismusgesetzes ist, dass eine zunehmende Anzahl an Destinationen immer weniger Touristen zählt, die über eine Reiseagentur reisen. Dadurch ist ein Anstieg von unabhängigen Reisenden zu verzeichnen.

Gesetz über die Luxussteuer in China	
Kurzbeschreibung	Das Gesetz über die Luxussteuer in China setzt sich aus verschiedenen Steuern zusammen: Einfuhrzöllen, Mehrwertsteuer und Verbrauchssteuer. Hierbei variieren die Preise abhängig von der Art des Produktes. Die Luxussteuer hängt zusätzlich von verschiedenen Faktoren ab, wie Material, Preis oder Hersteller.
Inhalt	Durch die hohen Steuern sind Luxusgüter in China im Schnitt 70% teurer als in der Schweiz. Zum Beispiel Schweizer Uhren über ungefähr CHF 1'500 haben eine durchschnittliche Luxussteuer von 25-41% in China, bestehend aus 17% Mehrwertsteuer, 10% Verbrauchssteuer und 8-24% Einfuhrzöllen, was einen erheblichen Geldbetrag bei höheren Beträgen ausmacht.
Auswirkungen	Viele chinesische Konsumenten kaufen immer mehr Luxusgüter in Übersee und folglich auch am Schwanenplatz der Stadt Luzern. Mittlerweile werden knapp 80% dessen, was als Luxusgüter angesehen wird, schon ausserhalb Chinas gekauft, da es einen hohen Preisunterschied gibt. China hat global die höchsten Abgaben für Luxusartikel, was dazu geführt hat, dass Chinesen im Ausland vier Mal mehr als im Inland ausgeben. Gemäss dem Gesetz müssten auch für im Ausland erworbene Luxusartikel Steuern entrichtet werden. Dies wird jedoch meist durch direktes Tragen der erworbenen Ware umgangen.

Visabestimmungen für chinesische und US-amerikanische Touristen	
Chinesische Staatsbürger	Chinesische Staatsbürger benötigen ein Schengenvisum, das zur Reise innerhalb von 25 Ländern in Europa für maximal 90 Tage innerhalb von 180 Tagen berechtigt. Die Schweizer Vertretung in China gilt als eine der schnellsten Aussteller von Schengenvisa, weshalb viele Anträge über die Schweizer Botschaft und Konsulate laufen. Zusätzlich können chinesische Staatsbürger aber auch Schengenvisa bei ausländischen Vertretungen anderer Europäischer Schengen-Mitgliedstaaten beantragen. Diese sind in den Städten Peking, Shanghai, Guangzhou oder Shenzhen angesiedelt. Frankreich beschleunigt momentan den Visaprozess für Schengenvisa, die bei französischen Vertretungen in China beantragt werden können. Zukünftig soll die Wartezeit für Visa nur noch zwei Tage dauern. Die Visa kann man online beantragen und im Gegensatz zu früheren Jahren wird kein persönliches Interview mehr benötigt. Für ein Visum müssen Zusatzdokumente vorhanden sein: Flug- und Rückflugbestätigung, Hotelbestätigung, Reiseplan, Arbeitgeberbestätigung, Unternehmenslizenz, Bankauszug über die letzten drei bis sechs Monate sowie eine Hukou-Kopie. ***Auswirkungen:*** *Obwohl es schon viele Erleichterungen für Visaanträge gibt, stellt die Beschaffung von Visa für chinesische Reisende immer noch eine grosse Schwierigkeit dar. Dadurch verreisen Chinesen vermehrt in Reisegruppen und delegieren den Visaantrag an die Reiseveranstalter.*
US-amerikanische Staatsbürger	US-amerikanische Staatsbürger, die nach Europa oder in die Schweiz reisen, benötigen bei einem Aufenthalt von bis zu 90 Tagen innerhalb von 180 Tagen kein Visum. Reisende aus den USA müssen bei der Einreise dennoch einen gültigen Reisepass vorlegen, der mindestens noch sechs Monate nach dem Abreisetag gültig ist. Daher müssen US-amerikanische Staatsbürger für einen Kurzaufenthalt, zum Beispiel für eine Urlaubsreise in der Schweiz, kein Visum beantragen. ***Auswirkungen:*** *Da US-amerikanische Staatsbürger kein Visum für Urlaubsreisen brauchen, verreisen diese vermehrt auch als Individualtouristen.*

Anhang 6: Besucher in den Anrainergeschäften



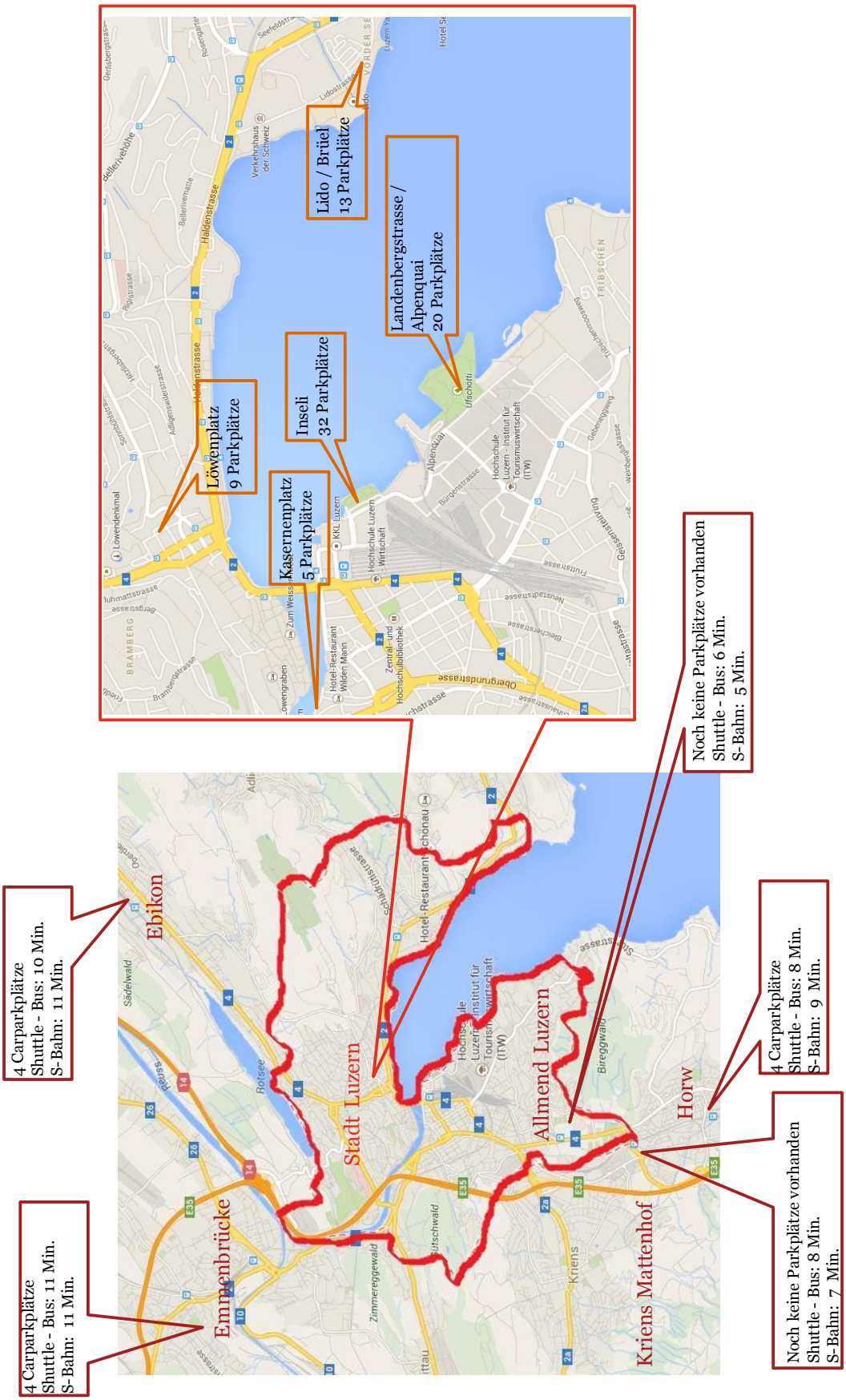
Die absolute Anzahl der täglichen Besucher in den Anrainergeschäften stimmt mit den Daten der registrierten Reisegruppen am Schwanenplatz im Jahr 2013 überein (Daten Anrainergeschäfte Schwanenplatz, 2014).

Anhang 7: Infrastrukturprojekte

Parkhaus Musegg	
Kurzbeschreibung	Das Luzerner Ingenieurbüro ewp bucher dillier AG hat ein Projekt zum Bau eines unterirdischen Parkhauses ausgearbeitet. Das Parkhaus soll 706 Autos und 30 Cars Platz bieten. Die geplante Ein- und Ausfahrt verläuft über die Geissmattbrücke, die eine einfache Anbindung an die Autobahn erlaubt. Die Fussgängerausgänge sind an der Museggstrasse und dem Falkenplatz geplant. Vom Falkenplatz sind es 180 Meter bis zum Schwanenplatz. Es wurde berechnet, dass bei einer durchschnittlichen Aufenthaltsdauer von 1.5 Stunden 150 Cars pro Tag das Parkhaus Musegg nutzen können. Die Kosten für das Projekt werden auf CHF 150 Millionen geschätzt und die Planungs- und Bauzeit auf sechs Jahre (Unterlagen der ewp bucher dillier AG, 2014).

Metro Luzern	
Kurzbeschreibung	Die Initianten der Metro Luzern schlagen ein Projekt vor, das den Bau einer 2 km langen unterirdischen Bahnlinie von Ibach an den Schwanenplatz vorsieht. In Ibach an der Reussegg soll eine „Park and Ride“-Anlage entstehen, die Platz für 3’300 Autos und 80 Cars bieten soll. In der Anlage sollen den Busunternehmen ebenfalls Toiletten und Möglichkeiten zur Reinigung der Busse zur Verfügung stehen. Im 6-Minutentakt sollen die Passagiere von Ibach an den Schwanenplatz gelangen können. Eine Fahrt dauert drei Minuten. Die Kosten für das Projekt werden auf CHF 400 Millionen geschätzt. Nach Baueingabe und Erhalt der Bewilligung wird mit einer Bauzeit von drei bis vier Jahren gerechnet (Unterlagen der Metro Luzern Initianten, 2014).

Anhang 8: Carparkplätze in der Luzerner Innenstadt



An den Standorten Emmenbrücke, Ebikon, Kriens-Mattenhof, Horw und Allmend stehen momentan keine Carparkplätze zur Verfügung. Auf Grund des gut erschlossenen Standortes wären Carparkplätze an diesen Orten vorstellbar. Es bedarf jedoch weiterer Abklärungen ob an diesen Standorten geeignete Flächen bereitgestellt werden könnten.

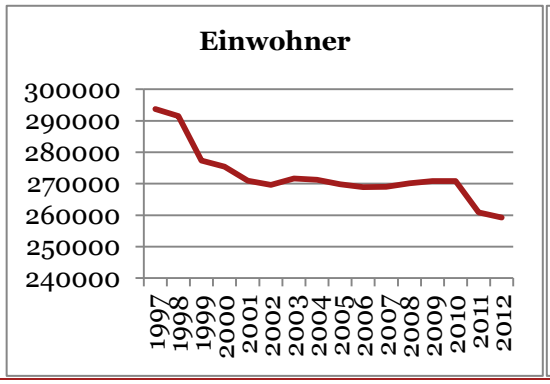
Anhang 9: Vergleichsbeispiele

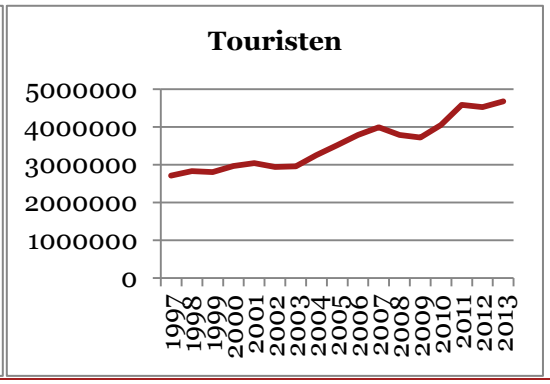
Mithilfe der unterschiedlichen Benchmark-Destinationen ist ersichtlich, dass andere Touristenziele ähnliche Problematiken haben und daher diverse Lösungsansätze entwickelt haben. Es ist möglich, die Auswirkungen durch Lösungsansätze zu reduzieren bzw. zu kompensieren sowie Massnahmen für die Stadt Luzern abzuleiten und auf die Car-Problematik anzupassen.

Venedig

Hintergrund

Jährlich besuchen bis zu 100'000-130'000 Besucher pro Tag die Stadt Venedig, wobei nur 58'800 Einwohner in dem historischen Zentrum der Stadt leben. In den letzten Jahren wurde festgestellt, dass immer mehr lokale Einwohner aus der Stadt wegziehen, meist wegen des zu starken Tourismus und der daraus resultierenden hohen Preise für Lebensmittel und Immobilien. Venedig ist allerdings auch stark abhängig von der Tourismusbranche als einem der wichtigsten Wirtschaftszweige.





Massnahmen

Wegen des florierenden Tourismus, der weit über die Kapazität der Stadt hinausgeht, plant Venedig, einen „Numerus clausus" für Touristen einzuführen, um die Anzahl der Touristen besser zu steuern. Alle potenziellen Touristen haben das Recht, unabhängig von ihrem Einkommen die Stadt zu besuchen. Andererseits ist es auch für Venedig ausschlaggebend, dass die Stadt selbst erhalten bleibt und geschützt wird. Deshalb wird geplant, eine Höchstzahl an Touristen festzulegen, die pro Tag Venedig besuchen dürfen. Dies soll durch eine Eintrittskarte geregelt werden.

Ein anderes Konzept, das bereits schon in Venedig umgesetzt wurde, heisst „Venice Card". Die Touristen werden ermutigt, ausserhalb der Stosszeiten in der Stadt unterwegs zu sein. Ausserdem beinhaltet das Angebot freie Fahrt mit den öffentlichen Verkehrsmitteln und Booten vor Ort, damit Touristen nicht mit dem Auto anreisen.

Paris	
Hintergrund	Interviews mit den Interessengruppen in der Stadt Luzern haben gezeigt, dass in Destinationen mit hoher Car-Dichte, wie zum Beispiel Paris, Gruppen kein Problem darstellen, da mit der Situation sehr offen umgegangen wird. Zusätzlich wird auch die Wertschöpfung der Touristen durch die Bevölkerung besser erkannt und akzeptiert. In Paris wird es für Cars immer schwerer, zu parken bzw. anzuhalten, um Touristen ein- oder aussteigen zu lassen. Jährlich empfängt Paris an die 30 Mio. Touristen, bei denen 60% aus dem Ausland kommen. Der Tourismus, als eine der wichtigsten Branchen für Paris, schafft viele Arbeitsplätze und trägt stark zur Wirtschaft der Stadt bei. Andererseits werden jedoch auch Wünsche der Bevölkerung für eine bessere Lebensqualität geäussert, die sich nicht immer mit den Cars und dem Verkehr vereinbaren lassen. Täglich werden in der Hochsaison bis zu 2'000 Cars in Paris gezählt. Daher hat die Pariser Stadtverwaltung beschlossen, die Verordnungen bezüglich der Carparkplätze in Abstimmung mit den Betroffenen neu zu regeln.
Massnahmen	Die Stadt versucht zusätzlich, die Cars als touristische Verkehrsmittel in Paris zu kontrollieren und dem Reiseveranstalter effiziente Alternativen für den Transport der Gruppenreisen anzubieten. Paris hat im Juni 2003 neue Parkregeln für Cars eingeführt. Das Halten der Cars bis zu 15 Minuten wird in der Stadt Paris gestattet, jedoch nur auf den dafür vorgesehenen Parkplätzen. Ausserdem ist der Motor der haltenden Cars abzustellen, um keine erhöhte Luftverschmutzung zu verursachen. Falls diese Vorgaben nicht eingehalten werden, müssen hohe Geldstrafen gezahlt werden. Zusätzlich wurde im Juni 2003 auch eine Pauschalparkgebühr mit einem „Paris Pass" eingeführt, der das Parken der Cars in speziellen Carparkhäusern ohne Zusatzkosten gestattet. Ausserdem wurden Orientierungsbeamte in der ganzen Stadt verteilt, um den Carfahrern bei den wichtigsten Ein- und Aussteigezonen der Reisenden den Weg zu freien Parkplätzen zu zeigen. Neue Carparkplätze wurden grösstenteils an den städtischen Randgebieten geschaffen, um die Innenstadt zu entlasten. Zudem wurden ein Internet-Informationsdienst und eine Sprachtelefonnummer eingerichtet, um den Reiseführern Verfügbarkeiten von Carparkplätzen zu übermitteln. Für die Notre-Dame wurde ausserdem eine Flussfähre auf der Seine eingeführt, um ein alternatives Verkehrsangebot zu bieten.

Rom	
Hintergrund	Die Stadt Rom hatte in den vergangenen Jahren auch vermehrt mit Carproblematiken in der Innenstadt zu kämpfen. Folglich wurden verschiedenste Massnahmen und Anwendungsverfahren eingeführt, um den Cartourismus in Rom zu regulieren.
Massnahmen	Das Konzept zur Regulierung des Cartourismus in der Stadt Rom basiert auf drei Grundregeln: • Erstens gibt es ein allgemeines Verkehrsverbot für Cars in den verkehrsberuhigten Zonen Roms, zweitens werden die Fahrt und das Anhalten nur in den ausgewiesenen Bereichen gestattet und drittens gibt es eine Registrierungspflicht für alle Cars im Internet bzw. an Checkpoints innerhalb Roms. Dieser neue Carplan beinhaltet verschiedene Neuerungen, wie eine vereinfachte Zufahrtsbedingung, verschiedene Arten von Abonnements, Tarifierung von Minibussen sowie eine erhöhte Anzahl an Abstellplätzen. • Ausserdem wurden Kurzzeitparkbereiche geschaffen, um die Abstellplätze in der Nähe von touristischen Attraktionen zu unterstützen. Zusätzlich wurde das Kontroll- und Überwachungssystem der Stadt Rom verbessert. • Unter anderem wurde auch ein Regulierungssystem eingeführt, das auf einem anderen Parkkonzept basiert. Die Kurzzeitparkplätze befinden sich in den zentral gelegenen Stadtzonen, um die restlichen Abstellplätze zu unterstützen. Das bedeutet, dass ein Car nach Aussteigen der Touristen bis zu einer Stunde auf dem Kurzzeitparkplatz parkiert werden darf, um daraufhin die Gruppenreisenden an einem anderen Einsteigeplatz wieder abzuholen.

Wien	
Hintergrund	In den letzten Jahren reisten in der Stadt Wien rund 15 Prozent der Gäste mit einem Car an. Dadurch kam es vermehrt zu Carproblematiken, vor allem im inneren Bereich der Altstadt. Daher wurden unterschiedlichste Massnahmen für diesen Bereich eingeführt, um die Carproblematik zu lösen bzw. zu minimieren.
Massnahmen	Seit Anfang Mai 2014 wurde die Kernzone der Wiener Altstadt für den Carverkehr neu geregelt. Seitdem sind Fahrten mit Cars innerhalb des inneren City-Bereiches ganzjährig nicht gestattet, ausser es ist eine notwendige Transferfahrt mit Einfahrtskarte, die online erworben werden kann. Zu den Transferfahrten zählen die Zu- und Abfahrt zu Hotels, Gastronomiebetrieben oder Veranstaltungsstätten. Ansonsten ist die Altstadt von Wien für den Carverkehr ohne Logiergäste gesperrt. Wien hat als Antwort auf die Carsituation zusätzlich verschiedene Massnahmen umgesetzt. Bei den kostenpflichtigen Carparkplätzen kann bis zu 30 Minuten ohne Gebühren ein- bzw. ausgestiegen werden. Hierbei muss jedoch für den Parkplatzkontrolleur eindeutig das Ein- und Aussteigen der Fahrgäste erkennbar sein. Falls geparkt wird, ist dies immer kostenpflichtig, und Parkkarten sind bei den Automaten an den Parkplätzen erhältlich.

Anhang 10: „Road Pricing"-Beispiele

London	
Hintergrund	Kraftfahrzeuge verbrachten in den letzten Jahren durchschnittlich 50% der Reisezeit in Staus oder durch starken Verkehr bedingt in langsamem Verkehr. Geschäfte verloren dadurch knapp £2-4 Mio. pro Woche durch Verkehrsstaus. Ziel der Stadt war es, die Verkehrsverstopfung zu lösen sowie den Verkehr zeitlich umzuverteilen.
Resultat	Durch das „Road Pricing" in London wurde das Verkehrstempo um knapp 37% erhöht und die Verkehrsverstopfung um 40% gesenkt, vor allem während der Hauptverkehrszeiten. Zusätzlich schrumpfte die absolute Anzahl von Kraftwagen um zirka 16% in dem Stadtbezirk von London. Insgesamt wurden die Erwartungen an das „Road Pricing" durch die Stadt London weit übertroffen. Dies beinhaltet zusätzlich den Aspekt, dass Busse verlässlicher verkehren und die Haltestellen pünktlicher anfahren (Departement, Greater Vancouver Regional District Policy and Planning, 2007).

Trondheim, Norwegen	
Hintergrund	Norwegen hat schon in den letzten Jahren „Tolls" eingeführt, um vor allem Infrastruktur-Projekte zu finanzieren und zu subventionieren. Zusätzlich hatte die Stadt die Absicht, Einnahmen durch das „Road Pricing" zu generieren, um Strassen und öffentliche Verkehrsmittel zu finanzieren.
Resultat	Während der Hauptverkehrszeiten wurde der Verkehr um 10% verringert und die Einnahmen durch das „Road Pricing" wurden primär für öffentliche Verkehrsmittel und Fussgängerwege eingesetzt. Die Öffentlichkeit und die lokale Bevölkerung waren anfangs sehr skeptisch und hatten negative Ansichten gegenüber dem „Road Pricing", das sich jedoch nach mehreren Jahren positiv verändert hat (Departement, Greater Vancouver Regional District Policy and Planning, 2007).

Anhang 11: Best practice in board governance

Da der Erfolg des Tourismus in Luzern von einer Vielzahl von Interessengruppen abhängig ist, die zum Teil sehr unterschiedliche Meinungen vertreten, müssen klare und mehrheitsfähige Richtlinien gefunden werden. Diese „Corporate Governance"-Richtlinien orientieren sich dabei idealerweise an anerkannten und erfolgreichen Grundsätzen. Als eine der Grundvoraussetzungen für effektive Führungsrichtlinien nennt die internationale Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD) den Fokus auf dem Interesse der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung sowie der Trennung von Verantwortlichkeiten zwischen unterschiedlichen Gremien. Daneben wird der Transparenz und Offenlegung von Informationen grosse Wichtigkeit beigemessen. Als Aufgabe eines Lenkungsgremiums nennt die OECD hauptsächlich die Strategiefindung. Damit verbunden sind die regelmässige Prüfung und Aktualisierung der getroffenen Entscheidungen sowie die Messung der Effektivität der vorgeschlagenen Stossrichtungen. Es gilt ebenfalls sicherzustellen, dass Mitglieder formell und transparent gewählt werden und die Mitlieder des Lenkungsgremiums genügend Abstand zur operativen Umsetzung der Strategien haben (OECD, 2014).

Bromilow und Gravey (2011) schlagen in ihrer Publikation „Board Effectiveness - What Works Best" eine Liste von Punkten vor, die zur Förderung der Transparenz des Gremiums veröffentlicht werden sollten. Diese beinhalten (nicht abschliessend): Hintergründe zu den Gremiumsmitgliedern, Entschädigung der Mitglieder, Informationen über den Wahlprozess, Informationen über maximale Mitgliedschaftsdauer, Prozess zur Bewertung der Effizienz des Rates sowie die Anzahl von Ratstagungen inklusive der Teilnahmequote (Bromilow & Garvey, 2011).