

# Branchenmix – Bericht 2024

## Monitoring der Verkaufsflächen in Luzern

August 2024

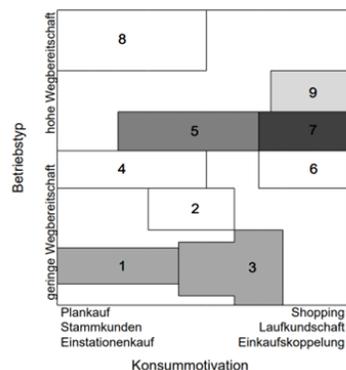


# Monitoring der Verkaufsflächen in Luzern - Branchenmix

## Methodik und Impressum

**Filialen im Verkaufsflächenmarkt:** Die Analyse basiert auf der Statistik der Unternehmensstruktur (STATENT) des Bundesamts für Statistik (BFS), welche zentrale Informationen zur Struktur der Schweizer Wirtschaft umfasst und jährlich aktualisiert wird. Bei der vorliegenden Publikation handelt es sich um die Auswertung der Daten mit Stand 2021. Aufgrund der Datenschutz-Richtlinien des BFS geht die Darstellung der Resultate mit einer gewissen Unschärfe einher.

**Nachfragersegmente:** Für die von Fahrländer Partner & CSL Immobilien entwickelten Nachfragersegmente im Verkaufsflächenmarkt werden alle für den Schweizer Verkaufsflächenmarkt relevanten Betriebe nach den Dimensionen «Konsummotivation», «Betriebstyp» und «Flächenrentabilität» klassiert. Die neun Nachfragersegmente repräsentieren unterschiedliche Teilgruppen des Verkaufsflächenmarktes, die sich in ihren Verkaufsflächen- und Verkaufsstandortpräferenzen sowie ihren Möglichkeiten, diese Präferenzen im Verkaufsflächenmarkt umzusetzen, grundlegend unterscheiden. Der detaillierte [Methodenbeschrieb](#) ist auf der Website von FPRE zu finden.



**Gütergruppen Verkauf / Gastronomie:** Die Gütergruppen klassieren die Betriebe auf dem Verkaufsflächenmarkt nach den gehandelten Waren. Als zusätzliche Gruppe werden Gastronomieflächen identifiziert und ausgewiesen, welche unter anderem Angebote wie Restaurants, Cafés, Eissalons, Caterer, Bars oder Diskotheken umfassen.

Es ist anzumerken, dass die analysierten Filialen sowohl in den Nachfragersegmenten im Verkaufsflächenmarkt wie auch in den Gütergruppen Verkauf oder auch nur in einer der beiden Systematiken berücksichtigt werden. Entsprechend muss die Anzahl Filialen in der Analyse der Nachfragersegmente nicht mit denjenigen der Gütergruppen übereinstimmen (sowohl auf Ebene Stadt wie auch auf Ebene Quartier).

**Benchmarkstädte:** Die Benchmarkstädte, welche für den Vergleich der Verkaufsflächen der Stadt Luzern herangezogen werden, wurden anhand der Gemeindetypologie des Bundesamts für Statistik (BFS) gewählt. Neben Luzern selber handelt es sich gem. BFS bei 27 weiteren Städten um eine «Kernstadt einer mittelgrossen Agglomeration». Unter anderem werden Winterthur, Biel / Bienne, Fribourg, St. Gallen, Aarau, Chur, Lugano und Sion in der Vergleichsgruppe berücksichtigt.

**Einzugsgebiet:** Es wurde ein Einzugsgebiet pro Gütergruppe definiert (Uhren, Schmuck haben z.B. ein anderes Einzugsgebiet als Nahrungs- und Genussmittel). Für die Berechnung wurde ein Huff-Modell angewendet unter der Berücksichtigung von Fahrdistanzen und der Konkurrenz.

### Projekt

30547 Monitoring der Verkaufsflächen in Luzern

### Auftraggeber

Stadt Luzern  
Fachstelle Wirtschaft  
Hirschengraben 17  
6002 Luzern

### Ersteller

Fahrländer Partner  
Raumentwicklung AG  
Seebahnstrasse 89  
8003 Zürich  
T: 044 466 70 00  
info@fp-re.ch

Fabrikstrasse 20a  
3012 Bern

### Projektleitung

Alice Paula

### Bearbeitung

Mattia Farei-Campagna  
Lorin Sidler  
Simona Hauri



Fahrländer Partner  
Raumentwicklung AG  
Seebahnstrasse 89  
8003 Zürich

Fabrikstrasse 20a  
3012 Bern

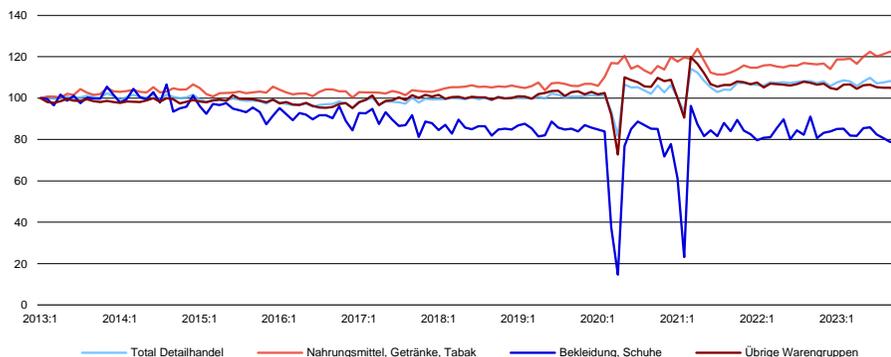
### Ziel und Inhalt des Monitorings

Das jährliche Monitoring des Branchenmix der Verkaufsflächen in der Stadt Luzern hat zum Ziel, einen Überblick über die angesiedelten Branchen und angebotenen Güter in der Stadt zu erhalten und Transparenz im Verkaufsflächenmarkt zu schaffen. Nachdem sich die Einleitung den Zahlen der Gesamtschweiz widmet, folgt die vertiefte Analyse der Stadt Luzern. Zum einen wird die Entwicklung der Anzahl Filialen im Vergleich zum Vorjahr untersucht, zum anderen der in der Stadt vorherrschende Branchenmix mit Benchmarkstädten verglichen. Die Gruppierung der Filialen erfolgt einerseits nach Nachfragersegmenten von Fahrländer Partner & CSL Immobilien sowie nach Gütergruppen. Weiter wird der Branchenmix ausgewählter Luzerner Stadtquartiere vertieft betrachtet. Zuletzt wird die Beschäftigungsdynamik der Gütergruppen in Luzern mit der Gesamtschweiz verglichen.

### Läden für Schuhe und Bekleidung verzeichnen Umsatzrückgänge

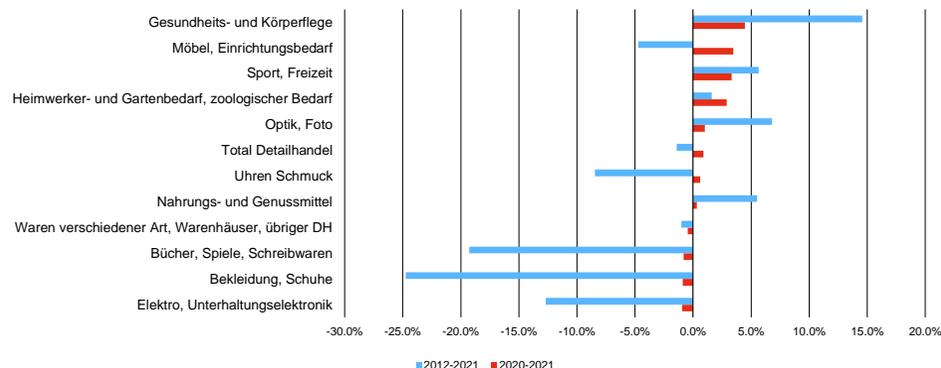
Betrachtet man die Detailhandelsumsätze verschiedener Warengruppen in der Schweiz, fällt auf, dass die Zahlen für die Warengruppe Bekleidung und Schuhe seit einiger Zeit rückläufig sind. Auch während der Covid-Pandemie war diese Gruppe am stärksten von den Lock-Downs betroffen. Gegenläufig dazu entwickelten sich Genussmittel, Getränke und Tabak. Deren Umsätze mit positivem Trend haben gar von der Pandemie profitiert.

### Nominale Detailhandelsumsätze nach Warengruppen in der Schweiz



Anmerkung: Monatliche Detailhandelsumsätze (links) Indexiert (Basis: Januar 2013 = 100) und saisonbereinigt.  
Quelle: BFS, Fahrländer Partner.

### Veränderung der Vollzeitäquivalente nach Gütergruppen in der Schweiz



Unter Berücksichtigung der Veränderung der Arbeitsstellen im Detailhandel der Schweiz während der letzten 10 Jahre zeichnet sich ein heterogenes Bild. Einen starken Rückgang verzeichneten die Warengruppen Bekleidung und Schuhe, Bücher, Spiele und Schreibwaren sowie Elektro und Unterhaltungselektronik. In diesen Gruppen waren im Jahr 2021 die Vollzeitäquivalente (VZA) erneut rückläufig. Am stärksten gewachsen über die Zeitspanne der letzten Jahre sind die Bereiche Gesundheits- und Körperpflege gefolgt von Optik und Foto, Sport und Freizeit sowie Nahrungs- und Genussmittel. Die Gütergruppe Gesundheits- und Körperpflege hat auch im aktuellsten Jahr 2021 am stärksten zugelegt. Ebenfalls stark angewachsen während des Covid-Jahres ist der Bereich Möbel und Einrichtungsbedarf. Längerfristig zeigt der Trend bei dieser Branchengruppe jedoch in die andere Richtung.

### Schweizweite Trendwende bei Uhren und Schmuck

Eine weitere interessante Gütergruppe ist jene von Uhren und Schmuck. In den letzten zehn Jahren ist die Zahl der Arbeitsplätze in diesem Bereich tendenziell leicht zurückgegangen. Allerdings war dies im Jahr 2021 nicht der Fall. In diesem Jahr verzeichnete die Gütergruppe schweizweit einen leichten Anstieg. Um zu beurteilen, ob dieses Wachstum anhält, müssen die Daten für das Jahr 2022 abgewartet werden.

# Monitoring der Verkaufsflächen in Luzern - Branchenmix

## Nachfragersegmente in der Stadt Luzern

### Nachfragersegmente im Verkaufsflächenmarkt

Die Nachfragersegmente dienen dazu, Betriebe hinsichtlich ihrer unterschiedlichen Anforderungen an den Standort und die Liegenschaft zu differenzieren. Zentrale Grundlage für die Entwicklung der Nachfragersegmente ist die Klassifikation der Schweizer Betriebe, die auf dem Verkaufsflächenmarkt handelbare Flächen mieten oder kaufen, in den drei Dimensionen Konsummotivation, Betriebstyp und Flächenrentabilität.

Die Konsummotivation reicht von Plankauf von Stammkunden bis zu Shopping von Laufkundschaft. Die Betriebe sind entsprechend unterschiedlich stark auf die Visibilität der Adresse angewiesen. Filialisierte Shoppingmagnete wie beispielsweise ein Foot Locker, H&M oder ein LUSH sind viel stärker auf Laufkundschaft angewiesen als Spezialgeschäfte wie die Vinothek und das Velogeschäft, die für einen Plankauf bewusst aufgesucht werden.

In der Dimension Betriebstyp werden die Betriebe nach ihrer Sortimentsstruktur, der Bedarfsfristigkeit der verkauften Güter und Dienstleistungen sowie nach der Betriebsgrösse klassiert. Zusammen mit der Konsummotivation hat die Ausprägung des Betriebstyps einen Einfluss auf die gesuchte Nähe zur Kundschaft bzw. auf die Wegbereitschaft der Kunden. Die Wegbereitschaft für ein Waren- und Kaufhaus ist beispielsweise einiges höher als die für einen Nahversorger, der ein eher schmales Sortiment hat.

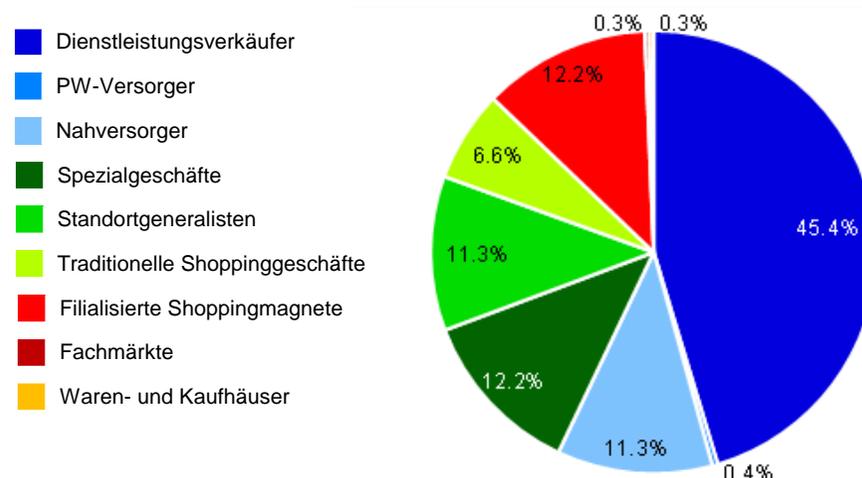
### Anteil Filialen pro Nachfragersegment und Vergleich mit Benchmark 2021

	Anzahl Filialen in Luzern total	Anteil Filialen in Luzern (in %)	Benchmark kalibriert auf die Anzahl Einwohner in Luzern	Anteil Benchmark (in %)
Dienstleistungsverkäufer (z.B. Coiffeur, Apotheke, Blumenladen)	567	45.4%	582	47.2%
PW-Versorger (z.B. Lebensmitteldiscounter)	5	0.4%	11	0.9%
Nahversorger (z.B. kleiner Supermarkt, Bäckerei)	141	11.3%	128	10.4%
Spezialgeschäfte (z.B. Vinothek, Veloladen)	153	12.2%	172	14.0%
Standortgeneralisten (z.B. Elektronikgeschäft, Buchladenfiliale)	141	11.3%	135	11.0%
Traditionelle Shoppinggeschäfte (z.B Einzelgeschäft für Schuhe)	83	6.6%	86	7.0%
Filialisierte Shoppingmagnete (z.B. Filialen grosser Kleidermarken)	152	12.2%	109	8.8%
Fachmärkte (z.B. Möbelhaus, Baumarkt)	4	0.3%	6	0.5%
Waren- und Kaufhäuser	4	0.3%	4	0.3%
<b>Total</b>	<b>1'250</b>	<b>100.0%</b>	<b>1'233</b>	<b>100.0%</b>

Anmerkung: Die Nachfragersegmente Verkauf beinhalten keine Gastronomiebetriebe, daher weist das Total der Filialen von der Betrachtung der Gütergruppen ab.

Quelle: Fahrländer Partner & CSL Immobilien. STATENT BFS (2021), Modellierung Fahrländer Partner.

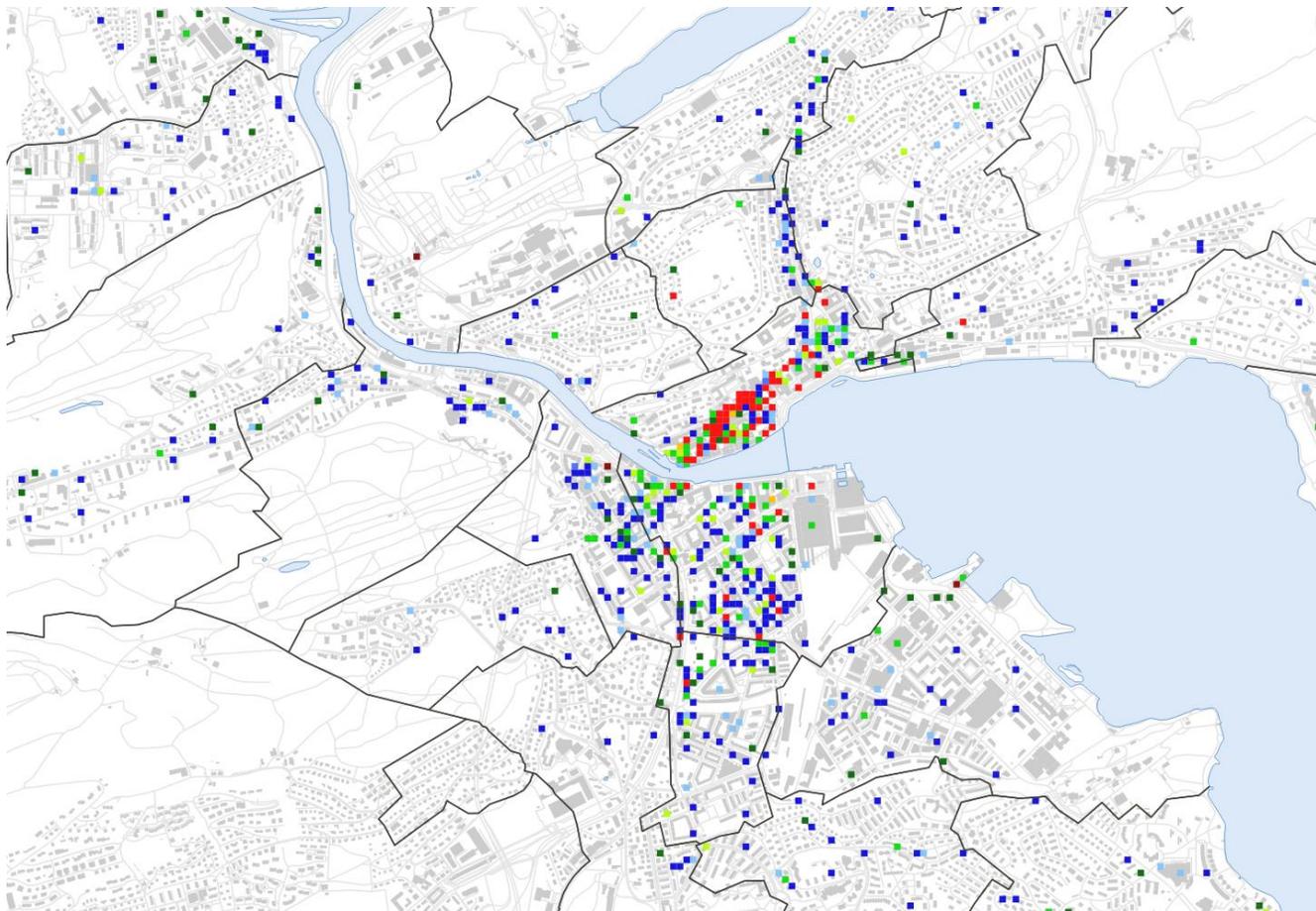
### Anteil Filialen pro Nachfragersegment 2021



Die dritte Dimension «Flächenrentabilität» erlaubt eine Aussage über die Zahlungsfähigkeit bzw. die Restriktionen der Betriebe bei der Verkaufsflächenmiete. Die Verkaufsflächenmieter benötigen für ihr Angebot unterschiedlich grosse Flächen, unterschiedlich viele Mitarbeiter pro Quadratmeter und verkaufen ihre Produkte und Dienstleistungen mit unterschiedlichen Bruttomargen. Dienstleistungsverkäufer beispielsweise benötigen für ihren Umsatz wenig Fläche und haben daher eine viel höhere Flächenrentabilität als Fachmärkte und entsprechend eine höhere Zahlungsbereitschaft.

In der Stadt Luzern sind im Jahr 2021 Dienstleistungsverkäufer gemessen an den Filialen am stärksten vertreten, was mitunter auch an den kleinen Betriebsgrössen liegt. Ebenfalls einen hohen Anteil Filialen weisen Spezialgeschäfte und Filialisierte Shoppingmagnete auf. Knapp gefolgt von Nahversorgern und Standortgeneralisten. Im Vergleich zu den Benchmarkstädten weist Luzern deutlich mehr Filialisierte Shoppingmagnete und weniger Spezialgeschäfte und Dienstleistungsverkäufer auf.

### Dominante Nachfragersegmente im Verkaufsflächenmarkt 2021



- |                            |                                   |                                 |
|----------------------------|-----------------------------------|---------------------------------|
| ■ Dienstleistungsverkäufer | ■ Spezialgeschäfte                | ■ Filialisierte Shoppingmagnete |
| ■ PW-Versorger             | ■ Standortgeneralisten            | ■ Fachmärkte                    |
| ■ Nahversorger             | ■ Traditionelle Shoppinggeschäfte | ■ Waren- und Kaufhäuser         |

### Shoppingmagnete in der Altstadt

Je nach Bedarf und finanziellen Möglichkeiten siedeln sich die Nachfragersegmente in unterschiedlichen Gebieten der Stadt an. Filialisierte Shoppingmagnete bevorzugen typischerweise Top-A Standorte von mittleren und grösseren Zentren. Sie benötigen eine hohe Visibilität, ein passendes Standortimage und Laufkundschaft. In Luzern kommen sie in der Altstadt, insbesondere an der Weggisgasse, Hertensteinstrasse und Kappelgasse, vor.

Weniger in der Altstadt vorkommend und dafür in den anderen Quartieren der Stadt zu finden, sind Spezialgeschäfte wie die Vinothek, der italienische Spezialitätenladen oder der Bootsbedarf. Ihre Flächenrentabilität ist geringer als die der Shoppingmagnete, entsprechend auch ihre Zahlungsbereitschaft. Es handelt sich meist um Einzelgeschäfte und nicht um Filialen grösserer Ketten. In Luzern sind Spezialgeschäfte vermehrt in den Quartieren Bruch-Gibraltar, Hirschmatt-Kleinstadt sowie Neustadt-Voltastrasse zu finden. Traditionelle Shoppinggeschäfte sind einzelbetriebliche Fachgeschäfte. Die Zahlungsbereitschaft für Mieten ist aufgrund ihrer hohen Standortanforderungen eher hoch. Aus finanziellen Gründen sind sie aber immer weniger in der Lage, sich die teuersten Standorte zu leisten.

Anmerkung: Dominante Nachfragersegmente sind diejenigen, die in einem 25 x 25m grossen Perimeter die meisten Vollzeitäquivalente aufweisen. In grösseren Bauten wie beispielsweise dem Bahnhof ist bei der Interpretation Vorsicht geboten, da viele Geschäfte auf dieselbe Adresse/Koordinate laufen.

Quelle: Fahrländer Partner & CSL Immobilien. STATENT BFS (2021), Modellierung Fahrländer Partner. Kantengrundlage: Swisstopo.

### Angebotene Produkte im Verkaufsflächenmarkt

Bei der Analyse des Branchenmixes anhand der Gütergruppen geht es nicht wie bei den Nachfragersegmenten um den Betriebstyp des Geschäftes, sondern ausschliesslich um die angebotenen Güter der entsprechenden Filialen.

Vergleicht man die Anzahl Filialen nach Gütergruppe mit anderen Kernstädten mittelgrosser Agglomerationen (Benchmark), fällt auf, dass Luzern im Bereich Uhren und Schmuck im Jahr 2021 ein deutlich grösseres Angebot hat, als der Benchmark. Während in Vergleichsstädten rund 2.5% der Geschäfte Uhren und Schmuck führen, sind es in Luzern 4.6%. Auch in den Bereichen Bekleidung und Schuhe, Sport und Freizeit, Möbel und Einrichtungsbedarf sowie Nahrungs-, Genussmittel und Gastronomie hat Luzern ein leicht grösseres Angebot. Untervertreten im Vergleich zu den Benchmarkstädten sind hingegen Güter im Bereich Elektro und Unterhaltungselektronik, Gesundheits- und Körperpflege sowie Heimwerker-, Garten-, und zoologischer Bedarf.

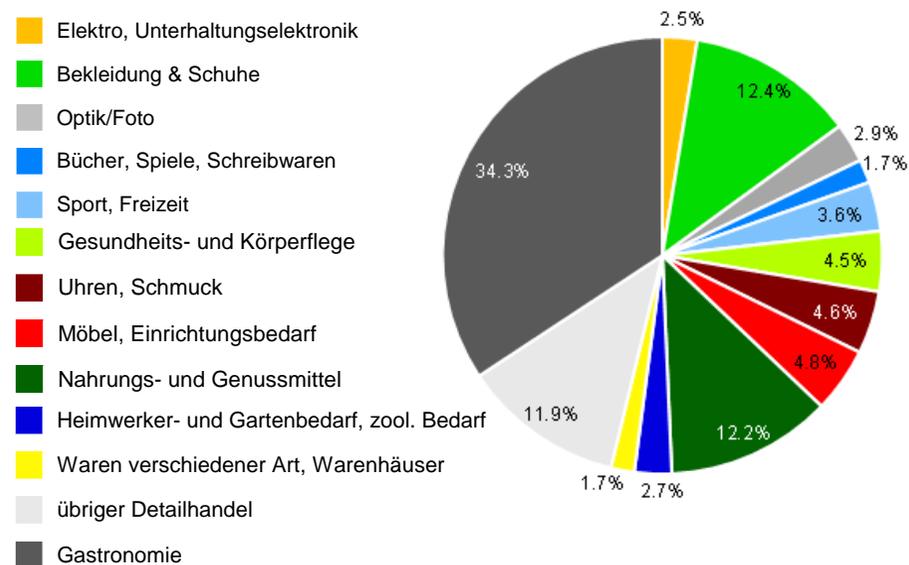
### Anzahl Filialen pro Gütergruppe 2021

	Anzahl Filialen in Luzern total	Anteil Filialen in Luzern (in %)	Benchmark kalibriert auf die Anzahl Einwohner in Luzern	Anteil Benchmark (in %)
Elektro, Unterhaltungselektronik	28	2.5%	44	4.1%
Bekleidung & Schuhe	136	12.4%	129	12.0%
Optik/Foto	32	2.9%	31	2.9%
Bücher, Spiele, Schreibwaren	19	1.7%	22	2.0%
Sport, Freizeit	40	3.6%	36	3.4%
Gesundheits- und Körperpflege	49	4.5%	56	5.2%
Uhren, Schmuck	51	4.6%	27	2.5%
Möbel, Einrichtungsbedarf	53	4.8%	43	4.0%
Nahrungs- und Genussmittel	134	12.2%	125	11.7%
Heimwerker- und Gartenbedarf, zoologischer Bedarf	30	2.7%	35	3.3%
Waren verschiedener Art, Warenhäuser	19	1.7%	20	1.8%
übriger Detailhandel (z.B. Kiosk)	131	11.9%	133	12.4%
Gastronomie	377	34.3%	368	34.5%
Total	1'099	100.0%	1'069	100.0%

Anmerkung: Die Gütergruppen Verkauf beinhalten keine Dienstleistungverkäufer, daher weist das Total der Filialen von der Betrachtung der Nachfragersegmente ab.

Quelle: Fahrländer Partner & CSL Immobilien. STATENT BFS (2021), Modellierung Fahrländer Partner.

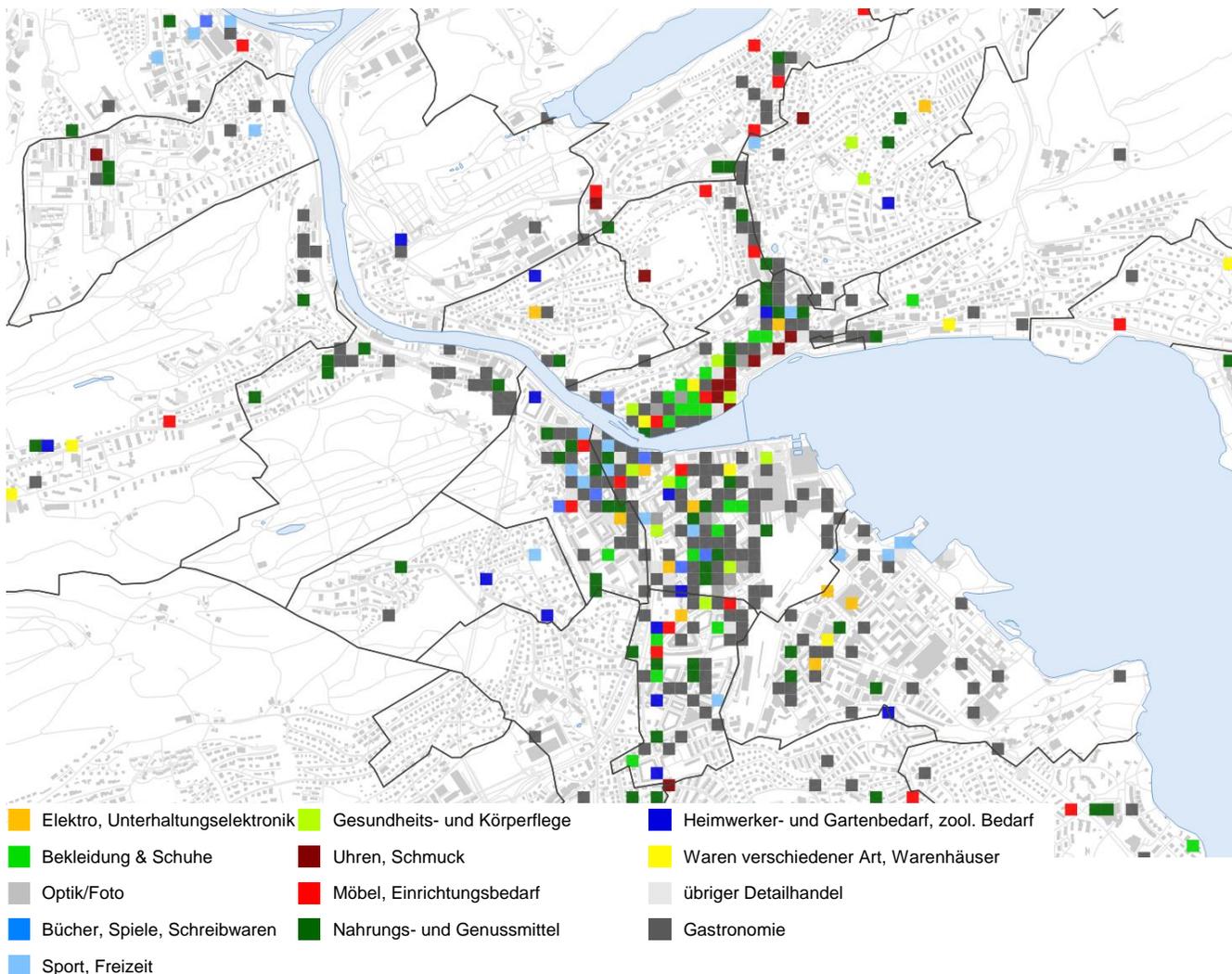
### Anteil Filialen pro Gütergruppe 2021



### Gastronomische Betriebe haben die meisten Filialen

Die meisten Filialen bieten im Jahr 2021 gastronomische Angebote (34.3%), gefolgt von Bekleidung und Schuhen (12.4%) sowie Nahrungs- und Genussmittel (12.2%) an. Leicht weniger als 5% der Luzerner Filialen verkaufen jeweils Güter einer der drei Branchengruppen Möbel und Einrichtungsbedarf, Uhren und Schmuck oder Gesundheits- und Körperpflege. Die Gütergruppe Sport und Freizeit macht nur 3.6% der Geschäfte aus. Optik und Foto, Heimwerker- und Gartenbedarf, Bücher, Spiele und Schreibwaren sowie Warenhäuser machen einen noch kleineren Anteil aller Geschäfte in Luzern aus.

### Dominante Gütergruppen im Verkaufsflächenmarkt 2021



### Uhren und Schmuck am Schwanenplatz

Betrachtet man die räumliche Verteilung der unterschiedlichen Gütergruppen, fällt auf, dass die Gastronomie in allen Quartieren dominant vertreten ist. Eine besonders hohe Konzentration an gastronomischen Angeboten findet sich im Quartier Hirschmatt-Kleinstadt. Bekleidung und Schuhe sind mehrheitlich im Quartier Altstadt-Wey, aber auch in den Quartieren Hirschmatt-Kleinstadt und Neustadt-Voltastrasse zu finden. Die Gütergruppe Sport und Freizeit findet sich vermehrt südlich der Spreuerbrücke, aber auch in anderen Teilen der Stadt. Bücher, Spiele und Schreibwaren finden sich in den Quartieren Bruch-Gibraltar oder Hirschmatt-Kleinstadt. Geschäfte der Gütergruppe Möbel und Einrichtungsbedarf sind in der Stadt verteilt. Einige der Angebote sind rund um die Obergrundstrasse angesiedelt.

Eine der Gütergruppen weist eine sehr deutliche räumliche Konzentration auf, und zwar die von Uhren und Schmuck. Die meisten Geschäfte aus dieser Branchengruppe scheinen in der Nähe des Schwanenplatzes angesiedelt zu sein, dem Ankunftsort vieler Touristinnen und Touristen, die mit dem Reisebus in die Stadt kommen.

Anmerkung: Dominante Gütergruppen sind diejenigen, die in einem 50 x 50m grossen Perimeter die meisten Vollzeitäquivalente aufweisen.

Quelle: Fahrländer Partner & CSL Immobilien. STATENT BFS (2021), Modellierung Fahrländer Partner. Kartengrundlage: Swisstopo.

### Anzahl Filialen nach Quartier 2021 und die Veränderung zum Vorjahr

	Elektronik, Unterhaltungselektronik	Bekleidung & Schuhe	Optik/Foto	Bücher, Spiele, Schreibwaren	Sport, Freizeit	Gesundheits- und Körperpflege	Uhren, Schmuck, Möbel, Einrichtungsbedarf	Nahrungs- und Genussmittel	Heimwerker- und Gartenbedarf, zool. Bedarf	Waren	verschiedener Art, Warenhauser	übriger Detailhandel	Gastronomie	Total
Altstadt-Wey (Luzern)	3 (0)	73 (-5)	11 (0)	7 (+1)	10 (0)	18 (+1)	33 (-2)	16 (0)	21 (-2)	2 (0)	6 (+1)	26 (-5)	76 (+2)	302 (-9)
Baselstrasse-Bernstrasse (Luzern)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	1 (+1)	0 (0)	9 (+1)	0 (0)	0 (0)	5 (+1)	20 (+1)	35 (+4)
Bellerive-Schlössli (Luzern)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	1 (0)	0 (0)	0 (0)	1 (0)	0 (0)	1 (+1)	3 (+1)
Bramberg-St.Karli (Luzern)	1 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	1 (0)	1 (0)	1 (0)	0 (0)	1 (0)	5 (+2)	9 (+2)
Bruch-Gibraltar (Luzern)	3 (0)	3 (0)	2 (+1)	2 (+1)	5 (0)	0 (0)	0 (0)	4 (0)	13 (+2)	2 (0)	1 (0)	7 (-1)	26 (-1)	68 (+2)
Halde-Lützel matt (Luzern)	0 (0)	1 (-1)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	1 (0)	3 (0)	0 (0)	1 (0)	5 (+2)	8 (-1)	19 (0)
Hirschmatt-Kleinstadt (Luzern)	10 (-2)	44 (-5)	14 (-1)	7 (-1)	7 (0)	18 (0)	10 (+2)	10 (0)	29 (0)	9 (0)	1 (0)	31 (-13)	98 (+2)	288 (-18)
Hochwacht-Zürichstrasse (Luzern)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	1 (0)	0 (-1)	1 (+1)	3 (+1)	4 (0)	0 (0)	1 (+1)	3 (0)	8 (-1)	21 (+1)
Kantonsspital-Ibach (Luzern)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	1 (0)	0 (0)	1 (-1)	3 (-1)	5 (-2)
Langensand-Matthof (Luzern)	0 (0)	4 (+2)	1 (0)	1 (0)	3 (+1)	1 (0)	0 (0)	2 (0)	7 (0)	1 (0)	0 (0)	3 (0)	7 (0)	30 (+3)
Littau (Luzern)	1 (+1)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (-1)	2 (0)	0 (0)	2 (0)	8 (0)	4 (+1)	3 (-1)	10 (0)	12 (+2)	42 (+2)
Maihof-Rotsee (Luzern)	1 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	1 (0)	0 (0)	2 (+1)	5 (0)	4 (-1)	0 (0)	0 (0)	4 (0)	9 (+3)	26 (+3)
Neustadt-Voltastrasse (Luzern)	1 (-1)	6 (0)	1 (0)	0 (0)	2 (0)	3 (0)	0 (0)	6 (0)	10 (+1)	3 (0)	0 (0)	7 (0)	27 (+5)	66 (+5)
Obergrund-Allmend (Luzern)	0 (0)	0 (0)	0 (-1)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	3 (-1)	0 (0)	0 (0)	1 (-1)	11 (+1)	15 (-2)
Obergütsch-Untergütsch (Luzern)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (-1)	1 (0)	0 (0)	0 (0)	1 (0)	2 (+1)	0 (0)	0 (0)	1 (0)	5 (0)	8 (+1)
Oberseeberg-Rebstock (Luzern)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	1 (0)	0 (0)	1 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	2 (+1)	4 (0)	8 (+1)
Reussbühl (Luzern)	0 (-1)	2 (+1)	1 (0)	0 (0)	1 (+1)	1 (+1)	1 (+1)	0 (0)	2 (0)	0 (0)	0 (0)	7 (+3)	7 (+1)	22 (+7)
Roten (Luzern)	2 (+1)	2 (-1)	0 (0)	2 (0)	3 (-1)	0 (0)	0 (0)	1 (0)	4 (0)	3 (0)	2 (0)	6 (-1)	10 (0)	35 (-2)
Sternmatt-Hochrüti (Luzern)	2 (0)	0 (-1)	0 (0)	0 (-1)	0 (0)	0 (-1)	1 (-1)	1 (+1)	2 (-1)	0 (-1)	0 (0)	0 (-4)	5 (0)	11 (-9)
Unterlachen-Tribtschen (Luzern)	3 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	3 (-2)	0 (0)	0 (-2)	0 (0)	7 (0)	1 (0)	2 (-1)	5 (-3)	24 (0)	45 (-8)
Wesemlin-Dreilinden (Luzern)	1 (0)	0 (0)	1 (0)	0 (0)	2 (0)	2 (0)	0 (0)	2 (0)	1 (0)	0 (0)	3 (-1)	9 (-1)	23 (-2)	
Würzenbach-Schädtrüti (Luzern)	0 (0)	1 (0)	1 (0)	0 (0)	1 (0)	3 (+1)	0 (0)	0 (-1)	4 (0)	0 (0)	1 (0)	4 (-1)	6 (-1)	21 (0)
Gemeinde Luzern (Total)	28 (-2)	136 (-10)	32 (-1)	19 (-1)	40 (-2)	49 (+1)	51 (+1)	53 (+1)	134 (-1)	30 (+1)	19 (0)	131 (-24)	377 (16)	1099 (-21)

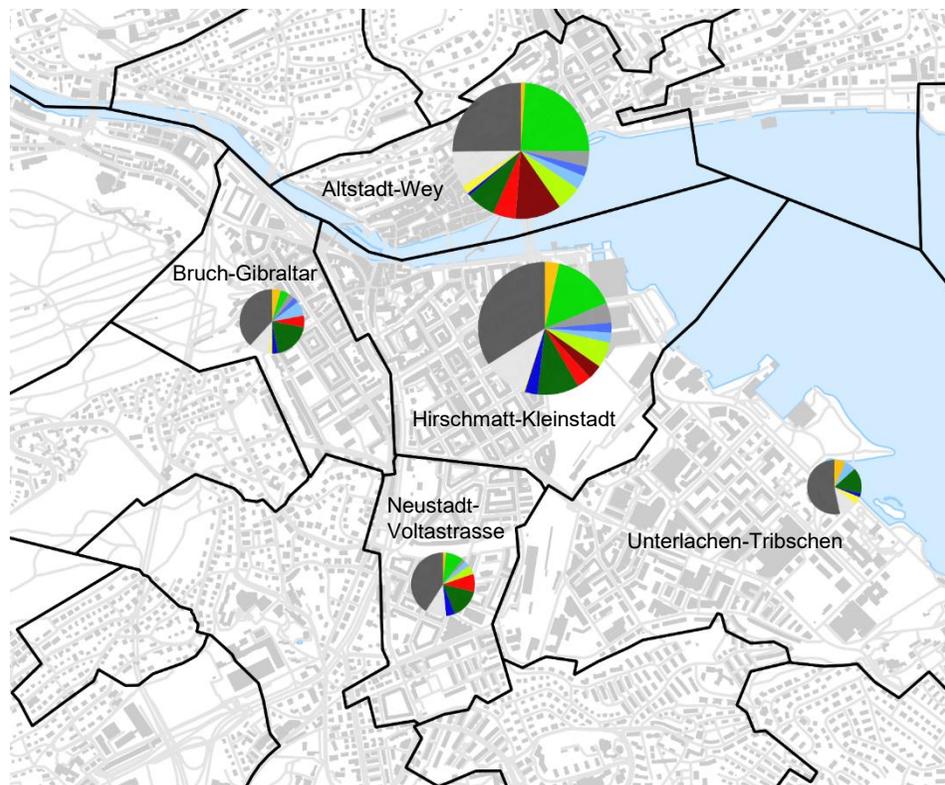
### In den klassischen Einkaufsquartieren schliessen Geschäfte

Die Tabelle zeigt auf, wie viele Filialen im Jahr 2021 in den jeweiligen Stadtquartieren in jeder Gütergruppe vorhanden sind. In Klammern wird die Veränderung zum Vorjahr (2020) dargestellt. Das Quartier Altstadt-Wey verfügt über die meisten Läden, knapp gefolgt vom Quartier Hirschmatt-Kleinstadt. In beiden Quartieren sind zwischen den Jahren 2020 und 2021 die Anzahl der Läden rückläufig gewesen. Während Altstadt-Wey im Jahr 2021 9 Filialen weniger zählt sind es bei Hirschmatt-Kleinstadt doppelt so viele Geschäfte (-18), die weggefallen sind. In beiden Quartieren sind die meisten eindeutig zuteilbaren Flächen im Bereich Bekleidung und Schuhe weggefallen. Es gibt jeweils fünf Filialen weniger als noch im Vorjahr. Dies überrascht wenig, wenn man die gesamtschweizerisch sinkenden Detailhandelsumsätze im Bereich Bekleidung und Schuhe berücksichtigt (vgl. Seite 1).

### In Reussbühl und Neustadt-Voltastrasse machen neue Läden auf

Absolut betrachtet war im Jahr 2021 der Zuwachs an Verkaufseinheiten in den Quartieren Reussbühl (+7) und Neustadt-Voltastrasse (+5) am grössten. Während bei zweitemer mehrheitlich neue Gastronomiebetriebe hinzukamen, haben sich im Quartier Reussbühl auch Angebote der Gütergruppen Bekleidung und Schuhe, Sport und Freizeit, Uhren und Schmuck sowie Nahrungs- und Genussmittel angesiedelt.

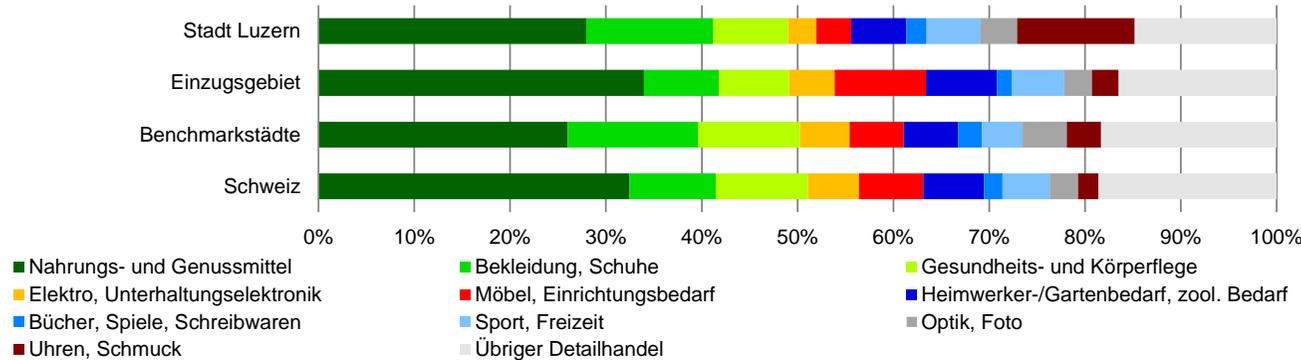
### Quartiere mit den meisten Betrieben im Verkaufsflächenmarkt 2021



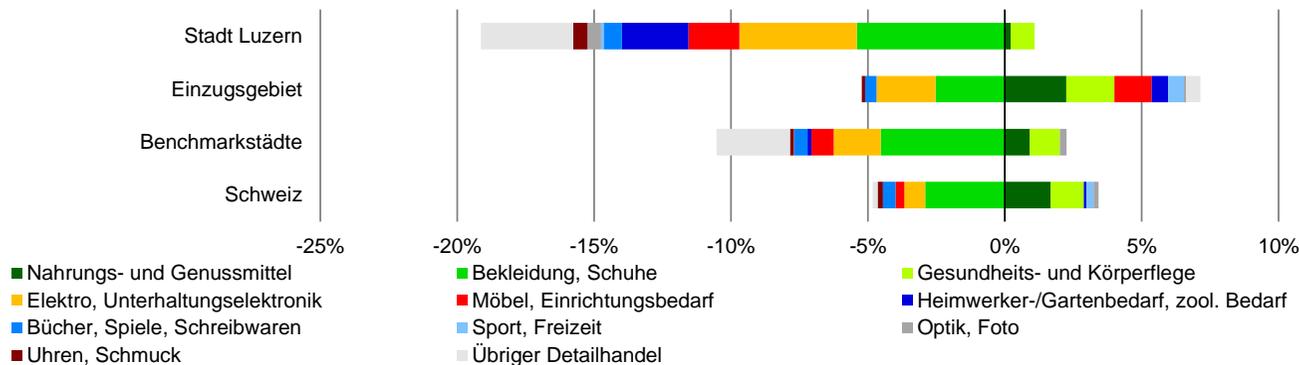
# Monitoring der Verkaufsflächen in Luzern - Branchenmix

## Beschäftigungsdynamiken der Gütergruppen

### Vollzeitäquivalente im Detailhandel nach Gütergruppen 2021



### Wachstumsbeiträge Beschäftigung nach Gütergruppe (2012-2021)



Im Jahr 2021 arbeiteten in Luzern 1'079 Personen im Verkauf von Nahrungs- und Genussmitteln, was einem Anstieg von 0.2% im Vergleich zu 2012 entspricht. Im Bereich Bekleidung und Schuhe waren 512 Personen tätig, 5.4% weniger als vor zehn Jahren. Bei Uhren und Schmuck gab es einen leichten Rückgang von 0.5%, die Gütergruppe bleibt mit 474 Beschäftigten jedoch die drittgrösste (ohne Berücksichtigung von Übriger Detailhandel). Die Beschäftigung in der Elektro- und Unterhaltungselektronik sank um 4.3% auf 115 Personen. Insgesamt ging die Zahl der Beschäftigten im Verkauf in Luzern um 18% zurück.

Anmerkung: Die Summe der Wachstumsbeiträge aller Gütergruppen entspricht dem Beschäftigungswachstum (VZA) der Region. Beim Einzugsgebiet werden nur Schweizer Gemeinden berücksichtigt  
Quelle: BFS, Modellierung Fahrlander Partner.

### Gesundheit und Körperpflege boomt

Im Vergleich zum Einzugsgebiet, den Benchmarkstädten und der Gesamtschweiz ist die Gütergruppe Uhren und Schmuck gemessen an den Vollzeitäquivalenten (VZA) in Luzern deutlich stärker vertreten. Im Gegensatz dazu sind Güter aus den Bereichen Möbel, Einrichtungsbedarf und Elektro, Unterhaltungselektronik unterdurchschnittlich vertreten.

Bis auf die Bereiche Gesundheits- und Körperpflege sowie Nahrungs- und Genussmittel ist die Beschäftigung in allen Gruppen seit 2012 rückläufig gewesen und dies deutlich stärker als in der Gesamtschweiz, den Benchmarkstädten und dem Einzugsgebiet. Am stärksten rückläufig war die Beschäftigung bei der Bekleidung und den Schuhen gefolgt von Elektro und Unterhaltungselektronik.

Während im Einzugsgebiet seit 2012 neue Angebote im Bereich Möbel und Einrichtungsbedarf sowie Heimwerker-, Garten- und Zoologischer Bedarf geschaffen wurden, sind manche davon in der Innenstadt weggefallen.

Das Einzugsgebiet scheint seit 2012 eine Konkurrenz zu den innenstädtischen Verkaufsflächen darzustellen. Gründe hierfür können grosse Entwicklungsprojekte in Ebikon, Emmenbrücke und Kriens sein.