

Branchenmix – Bericht 2025

Monitoring der Verkaufsflächen in Luzern

August 2025

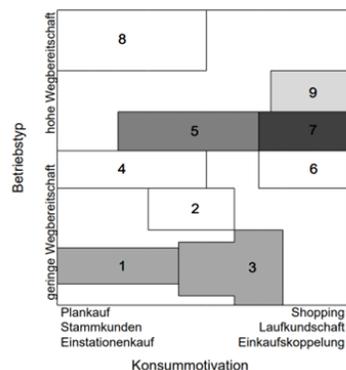


Monitoring der Verkaufsflächen in Luzern - Branchenmix

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 2022. 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

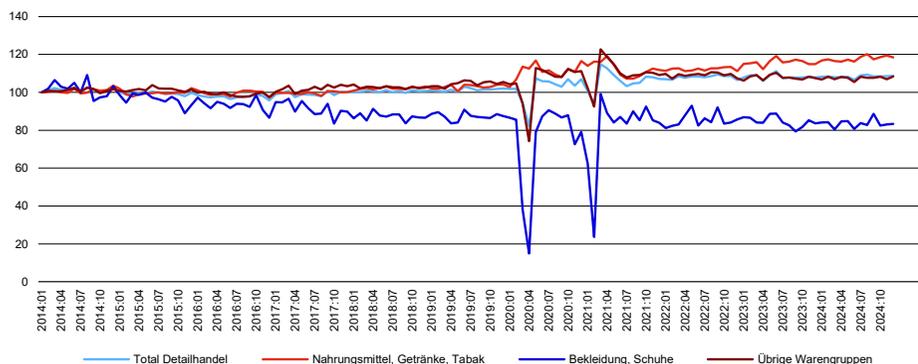
Ziel und Inhalt des Monitorings

Das jährliche Monitoring des Branchenmixes 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 Luzern 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.

Leicht rückläufige Umsatzentwicklung in der Gesamtschweiz

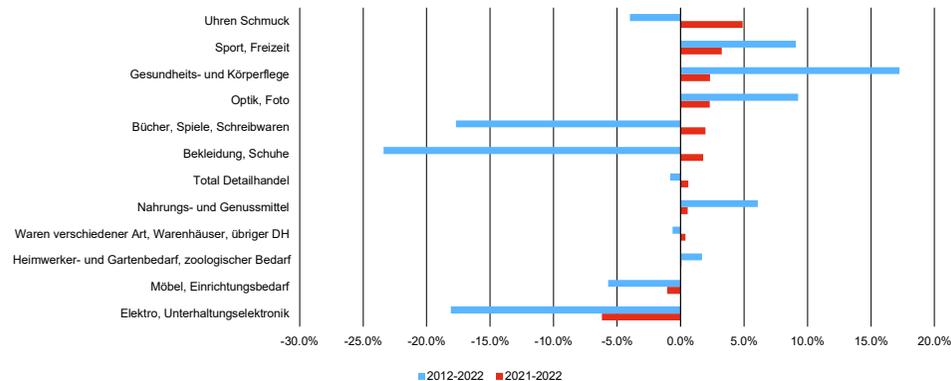
Betrachtet man die Detailhandelsumsätze verschiedener Warengruppen in der Schweiz, fällt auf, dass die Zahlen für die Warengruppe Bekleidung und Schuhe seit einiger Zeit und auch im vergangenen Jahr rückläufig sind. Ebenfalls stagnierten die Umsätze in den Bereichen Nahrungsmittel, Getränke und Tabak, nachdem sie sich im Anschluss an die Pandemie zunächst positiv entwickelt hatten.

Nominale Detailhandelsumsätze nach Warengruppen in der Schweiz



Anmerkung: Monatliche Detailhandelsumsätze (links); Indexiert (Basis: Januar 2014 =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 ab. Den stärksten Rückgang verzeichnete die Warengruppe Bekleidung und Schuhe, gefolgt von Elektro und Unterhaltungselektronik. Während letztere im Jahr 2022 erneut eine negative Beschäftigungsentwicklung verzeichnete, sind die Vollzeitäquivalente (VZA) der Gütergruppe Bekleidung und Schuhe leicht angestiegen. Am stärksten gewachsen über die Zeitspanne der letzten Jahre sind die Bereiche Gesundheits- und Körperpflege, gefolgt von Optik und Foto sowie Sport und Freizeit. Alle drei Gütergruppen haben auch im Jahr 2022 deutlich zugelegt. Überraschenderweise angewachsen ist im Jahr 2022 die Beschäftigung im Bereich Bücher, Spiele und Schreibwaren, eine Gütergruppe, die langfristig und auch im vorangegangenen Jahr noch eine negative Entwicklung erfahren hat.

Uhren und Schmuck schweizweit mit grösstem Wachstum

Eine weitere bedeutende Gütergruppe umfasst Uhren und Schmuck. In den letzten zehn Jahren ist die Zahl der Arbeitsplätze in diesem Bereich tendenziell leicht zurückgegangen. Allerdings ist dies seit ein paar Jahren nicht mehr der Fall. Im Jahr 2022 verzeichnete diese Gütergruppe schweizweit den deutlichsten Anstieg aller Gütergruppen.

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 LUSH sind viel stärker auf Laufkundschaft angewiesen als Spezialgeschäfte wie eine Vinothek oder ein Velogeschäft, die für einen Plankauf bewusst aufgesucht werden.

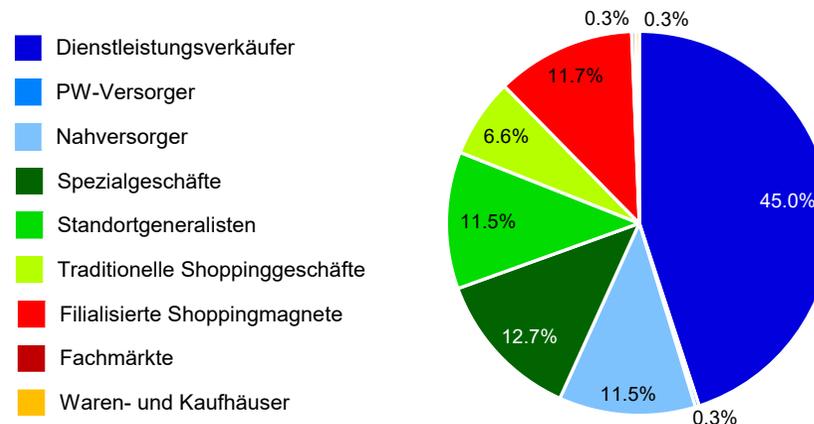
In der Dimension Betriebstyp werden die Betriebe nach ihrer Sortimentsstruktur, der Bedarfsfristigkeit der verkauften Güter und Dienstleistungen sowie nach der Betriebsgrösse klassiert. Zusammen mit der Konsummotivation hat die Ausprägung des Betriebstyps einen Einfluss auf die gesuchte Nähe zur Kundschaft 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.

Anzahl Filialen pro Nachfragersegment und Vergleich mit Benchmark 2022

	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)	569	45.0%	599	47.9%
PW-Versorger (z.B. Lebensmitteldiscounter)	4	0.3%	10	0.8%
Nahversorger (z.B. kleiner Supermarkt, Bäckerei)	145	11.5%	132	10.5%
Spezialgeschäfte (z.B. Vinothek, Veloladen)	161	12.7%	172	13.7%
Standortgeneralisten (z.B. Elektronikgeschäft, Buchladenfiliale)	146	11.5%	135	10.7%
Traditionelle Shoppinggeschäfte (z.B Einzelgeschäft für Schuhe)	84	6.6%	87	6.9%
Filialisierte Shoppingmagnete (z.B. Filialen grosser Kleidermarken)	148	11.7%	108	8.7%
Fachmärkte (z.B. Möbelhaus, Baumarkt)	4	0.3%	5	0.4%
Waren- und Kaufhäuser	4	0.3%	4	0.3%
Total	1'265	100.0%	1'252	100.0%

Anmerkung: Die Nachfragersegmente Verkauf beinhalten keine Gastronomiebetriebe, daher weicht das Total der Filialen von der Betrachtung der Gütergruppen ab.
Quelle: Fahrländer Partner & CSL Immobilien. STATENT BFS (2022), Modellierung Fahrländer Partner.

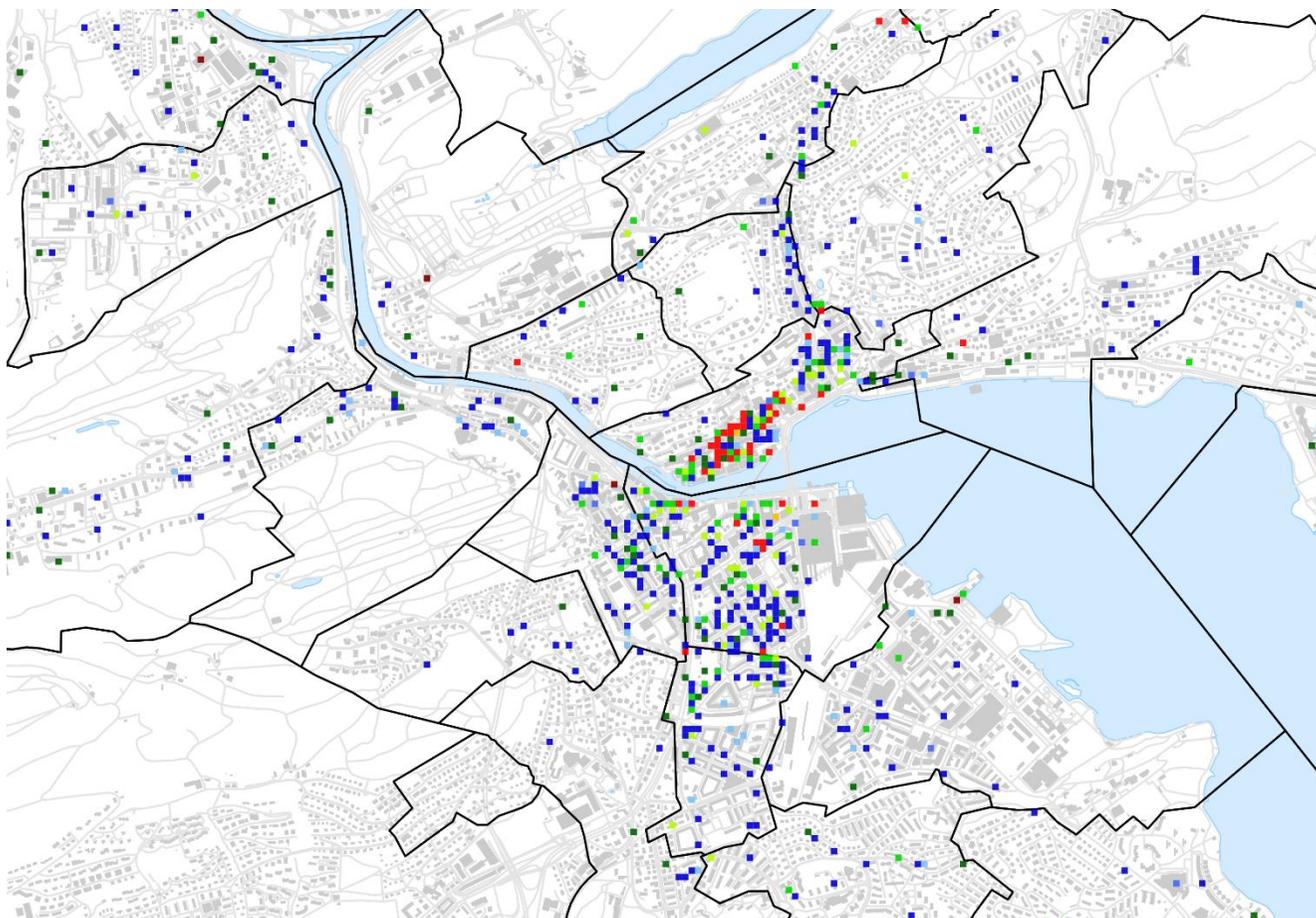
Anteil Filialen pro Nachfragersegment 2022



Die dritte Dimension «Flächenrentabilität» erlaubt eine Aussage über die Zahlungsfähigkeit bzw. die Restriktionen der Betriebe bei der Verkaufsflächenmiete. Die Mieter 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 eine entsprechend höhere Zahlungsbereitschaft.

Wie im Vorjahr sind in der Stadt Luzern im Jahr 2022 Dienstleistungsverkäufer, gemessen an der Anzahl 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 Dienstleistungsverkäufer auf. Im Vergleich zum Vorjahr ist die Anzahl Spezialgeschäfte (+8) und die der Standortgeneralisten (+5) am deutlichsten gewachsen. Ein Rückgang ist bei den Filialisierten Shoppingmagneten (-4) festzustellen.

Dominante Nachfragersegmente im Verkaufsflächenmarkt 2022



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

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 (2022), Modellierung Fahrländer Partner. Kantengrundlage: Swisstopo.

Spezialgeschäfte in Hirschmatt-Kleinstadt

Spezialgeschäfte, meist Einzelbetriebe ohne Filialstruktur, weisen im Vergleich zu anderen Nachfragersegmenten eine eher geringe Flächenrentabilität und entsprechende Zahlungsbereitschaft für Verkaufsflächen auf. Sie verfügen in der Regel über ein sehr spezifisches Sortiment wie etwa Vinotheken, Angelgeschäfte oder Delikatessenzläden. Aufgrund ihrer wirtschaftlichen Voraussetzungen und Zielgruppen sind sie selten in hochpreisigen Innenstadtlagen anzutreffen. Stattdessen sind sie vermehrt in Quartieren wie Hirschmatt-Kleinstadt, Bruch-Gibraltar oder Neustadt-Voltastrasse zu finden, wo die Mieten moderater sind und eine gute Erreichbarkeit sowie Laufkundschaft besteht.

Filialisierte Shoppingmagnete hingegen bevorzugen stark frequentierte A-Lagen mit hoher Sichtbarkeit, einem passenden Standortimage und hoher Passantenfrequenz. In Luzern konzentrieren sie sich auf die Altstadt, insbesondere auf die Weggisgasse, Hertensteinstrasse und Kappelgasse. Traditionelle Shoppinggeschäfte mit ähnlichen Standortanforderungen, aber geringerer Zahlungsbereitschaft, geraten zunehmend unter Druck: Sie sind auf gute Lagen angewiesen, können sich die Spitzenmieten jedoch selten leisten.

Die räumliche Verortung der Nachfragersegmente im Jahr 2022 ist vergleichbar mit dem Vorjahr.

Luzern hat mehr Verkaufsläden als die Benchmarkstädte

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.

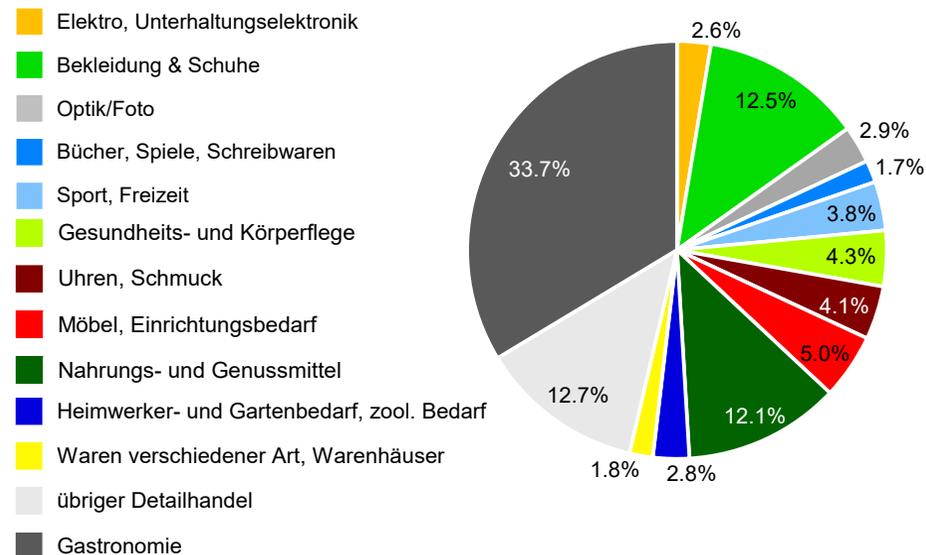
Vergleicht man die Anzahl Filialen nach Gütergruppe mit anderen Kernstädten mittelgrosser Agglomerationen (Benchmark), fällt auf, dass Luzern (1'111 Filialen) auch im Jahr 2022 mehr Verkaufsläden als die vergleichbaren Städte (1'066 Filialen) hat. Insbesondere im Bereich Uhren und Schmuck hat Luzern ein deutlich grösseres Angebot als der Benchmark. Eine Benchmarkstadt in vergleichbarer Grösse weist typischerweise 2.5% Uhren- und Schmuckgeschäfte auf, in der Stadt Luzern sind es 4.1%. Auch im Bereich Möbel und Einrichtungsbedarf ist das Angebot in Luzern vielfältiger und hat rund einen Viertel mehr Geschäfte als in den Vergleichsstädten. Untervertreten im Vergleich zu den Benchmarkstädten sind hingegen Läden im Bereich Elektro und Unterhaltungselektronik, Gesundheits- und Körperpflege sowie Heimwerker-, Garten-, und zoologischer Bedarf.

Anzahl Filialen pro Gütergruppe und Vergleich mit Benchmark 2022

	Anzahl Filialen in Luzern total	Anteil Filialen in Luzern (in %)	Benchmark kalibriert auf die Anzahl Einwohner in Luzern	Anteil Benchmark (in %)
Elektro, Unterhaltungselektronik	29	2.6%	42	3.9%
Bekleidung & Schuhe	139	12.5%	130	12.2%
Optik/Foto	32	2.9%	31	2.9%
Bücher, Spiele, Schreibwaren	19	1.7%	21	2.0%
Sport, Freizeit	42	3.8%	36	3.3%
Gesundheits- und Körperpflege	48	4.3%	56	5.3%
Uhren, Schmuck	46	4.1%	27	2.5%
Möbel, Einrichtungsbedarf	56	5.0%	42	4.0%
Nahrungs- und Genussmittel	134	12.1%	130	12.2%
Heimwerker- und Gartenbedarf, zoologischer Bedarf	31	2.8%	35	3.3%
Waren verschiedener Art, Warenhäuser	20	1.8%	19	1.8%
übriger Detailhandel (z.B. Kiosk)	141	12.7%	131	12.3%
Gastronomie	374	33.7%	366	34.3%
Total	1'111	100.0%	1'066	100.0%

Anmerkung: Die Gütergruppen Verkauf beinhalten keine Dienstleistungsverkäufer, daher weist das Total der Filialen von der Betrachtung der Nachfragersegmente ab.
Quelle: Fahrländer Partner & CSL Immobilien. STATENT BFS (2022), Modellierung Fahrländer Partner.

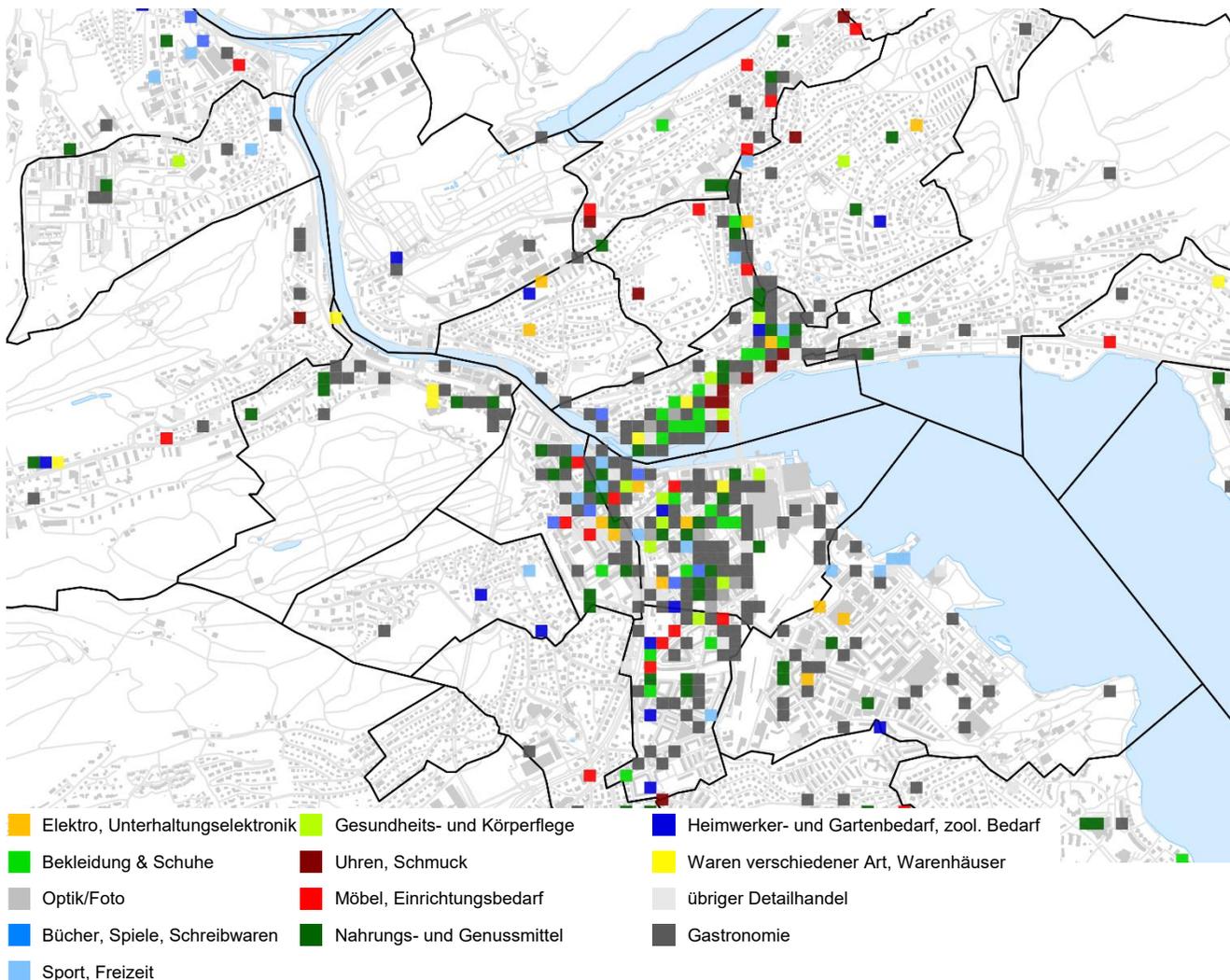
Anteil Filialen pro Gütergruppe 2022



Gastronomische Betriebe haben die meisten Filialen

Wie im Vorjahr bieten auch im Jahr 2022 die meisten Filialen gastronomische Angebote (33.7%) an, gefolgt von Bekleidung und Schuhen (12.5%) sowie Nahrungs- und Genussmittel (12.1%). Weniger häufig sind Filialen der drei Gütergruppen Möbel und Einrichtungsbedarf (5.0%), Gesundheits- und Körperpflege (4.3%) oder Uhren und Schmuck (4.1%). Die Gütergruppe Sport und Freizeit macht nur 3.8% 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. Im Vergleich zum Vorjahr hat es beim Branchenmix nach Gütergruppen sowohl in Luzern als auch beim Benchmark nur leichte Veränderung gegeben. Eine detaillierte Analyse der Veränderungen in Luzern erfolgt auf Seite 8.

Dominante Gütergruppen im Verkaufsflächenmarkt 2022



Bekleidung und Schuhe im Zentrum

Die räumliche Verteilung der Gütergruppen im Jahr 2022 ist vergleichbar mit derjenigen vom Vorjahr. Es zeigt sich, dass gastronomische Betriebe in allen Quartieren stark vertreten sind, aber besonders konzentriert im Quartier Hirschmatt-Kleinstadt. Geschäfte für Bekleidung und Schuhe befinden sich überwiegend in zentralen Lagen, vor allem im Quartier Altstadt-Wey, aber auch in den Quartieren Hirschmatt-Kleinstadt und Neustadt-Voltastrasse. Diese Lagen sind gut erreichbar für Kundinnen und Kunden aus dem Umland, die mit dem Zug oder dem motorisierten Individualverkehr anreisen und kurze Wege bevorzugen. Die Gütergruppe Sport und Freizeit ist vermehrt südlich der Spreuerbrücke, aber auch in weiteren Stadtteilen zu finden. Bücher, Spiele und Schreibwaren konzentrieren sich auf die Quartiere Bruch-Gibraltar und Hirschmatt-Kleinstadt. Läden für Möbel- und Einrichtungsbedarf sind über das Stadtgebiet verteilt, mit einer leichten Häufung rund um die Obergrundstrasse. Eine besonders deutliche räumliche Konzentration zeigt sich bei der Gütergruppe Uhren und Schmuck: Die meisten dieser Geschäfte befinden sich in der Umgebung des Schwanenplatzes, einem zentralen touristischen Anziehungspunkt mit Blick auf See und Berge.

Anmerkung: Dominante Gütergruppen sind diejenigen, die in einem 50 x 50m grossen Perimeter die meisten Vollzeitäquivalente aufweisen.
Quelle: Fahrländer Partner & CSL Immobilien. STATENT BFS (2022), Modellierung Fahrländer Partner. Kartengrundlage: Swisstopo.

Anzahl Filialen nach Quartier 2022 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, zoolog. Bedarf	Waren verschiedener Art, Warenhäuser	Übriger Detailhandel	Gastronomie	Total	
Altstadt-Wey (Luzern)	3 (0)	76 (+3)	11 (0)	7 (0)	10 (0)	16 (-2)	31 (-2)	18 (+2)	22 (+1)	2 (0)	7 (+1)	29 (+3)	78 (+2)	310 (+8)
Baselstrasse-Bernstrasse (Luzern)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (-1)	0 (0)	9 (0)	0 (0)	3 (+3)	5 (0)	20 (0)	37 (+2)
Bellerive-Schlössli (Luzern)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	1 (0)	0 (0)	1 (0)	0 (0)	1 (0)	1 (0)	3 (0)
Bramberg-St.Karli (Luzern)	2 (+1)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (-1)	1 (0)	0 (0)	2 (+1)	4 (-1)	9 (0)	
Bruch-Gibraltar (Luzern)	3 (0)	3 (0)	2 (0)	2 (0)	5 (0)	0 (0)	0 (0)	4 (0)	11 (-2)	1 (-1)	10 (+3)	26 (0)	68 (0)	
Halde-Lützelmatte (Luzern)	0 (0)	1 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	1 (0)	3 (0)	0 (0)	1 (0)	5 (0)	9 (+1)	20 (+1)
Hirschmatt-Kleinstadt (Luzern)	10 (0)	43 (-1)	15 (+1)	7 (0)	8 (+1)	18 (0)	8 (-2)	9 (-1)	29 (0)	8 (-1)	2 (+1)	36 (+5)	101 (+3)	294 (+6)
Hochwacht-Zürichstrasse (Luzern)	0 (0)	1 (+1)	0 (0)	0 (0)	1 (0)	0 (0)	1 (0)	2 (-1)	4 (0)	0 (0)	0 (-1)	3 (0)	9 (+1)	21 (0)
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 (0)	3 (0)	5 (0)
Langensand-Matthof (Luzern)	0 (0)	3 (-1)	1 (0)	1 (0)	2 (-1)	1 (0)	0 (0)	1 (-1)	7 (0)	2 (+1)	0 (0)	3 (0)	6 (-1)	27 (-3)
Littau (Luzern)	1 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	1 (+1)	2 (0)	1 (+1)	2 (0)	10 (+2)	4 (0)	3 (0)	10 (0)	10 (-2)	44 (+2)
Maihof-Rotsee (Luzern)	1 (0)	1 (+1)	0 (0)	0 (0)	1 (0)	0 (0)	2 (0)	5 (0)	4 (0)	0 (0)	0 (0)	3 (-1)	6 (-3)	23 (-3)
Neustadt-Voltastrasse (Luzern)	1 (0)	7 (+1)	1 (0)	0 (0)	3 (+1)	3 (0)	0 (0)	7 (+1)	11 (+1)	3 (0)	0 (0)	7 (0)	28 (+1)	71 (+5)
Obergrund-Allmend (Luzern)	0 (0)	1 (+1)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	1 (+1)	3 (0)	0 (0)	0 (0)	1 (0)	11 (0)	17 (+2)
Obergütsch-Untergütsch (Luzern)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	1 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (-1)	2 (0)	0 (0)	0 (0)	1 (0)	4 (-1)	
Oberseeberg-Rebstock (Luzern)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	1 (0)	0 (0)	1 (0)	0 (0)	0 (0)	2 (0)	2 (-2)	6 (-2)	
Reussbühl (Luzern)	0 (0)	1 (-1)	1 (0)	0 (0)	2 (+1)	2 (+1)	0 (-1)	0 (0)	2 (0)	0 (0)	6 (-1)	6 (-1)	20 (-2)	
Roten (Luzern)	1 (-1)	2 (0)	0 (0)	2 (0)	2 (-1)	0 (0)	0 (0)	2 (+1)	3 (-1)	5 (+2)	1 (-1)	5 (-1)	10 (0)	33 (-2)
Sternmatt-Hochrütli (Luzern)	2 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	1 (0)	1 (0)	2 (0)	0 (0)	0 (0)	3 (-2)	9 (-2)	
Unterlachen-Tribtschen (Luzern)	3 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	3 (0)	0 (0)	0 (0)	8 (+1)	1 (0)	1 (-1)	6 (+1)	24 (0)	46 (+1)	
Wesemlin-Dreilinden (Luzern)	2 (+1)	0 (0)	0 (-1)	0 (0)	2 (0)	2 (0)	2 (0)	1 (+1)	2 (0)	1 (0)	0 (0)	4 (+1)	9 (0)	25 (+2)
Würzenbach-Schädritli (Luzern)	0 (0)	0 (-1)	1 (0)	0 (0)	1 (0)	3 (0)	0 (0)	0 (0)	4 (0)	0 (0)	0 (-1)	3 (-1)	7 (+1)	19 (-2)
Gemeinde Luzern (Total)	29 (+1)	139 (+3)	32 (0)	19 (0)	42 (+2)	48 (-1)	46 (-5)	56 (+3)	134 (0)	31 (+1)	20 (+1)	141 (+10)	374 (-3)	1111 (+12)

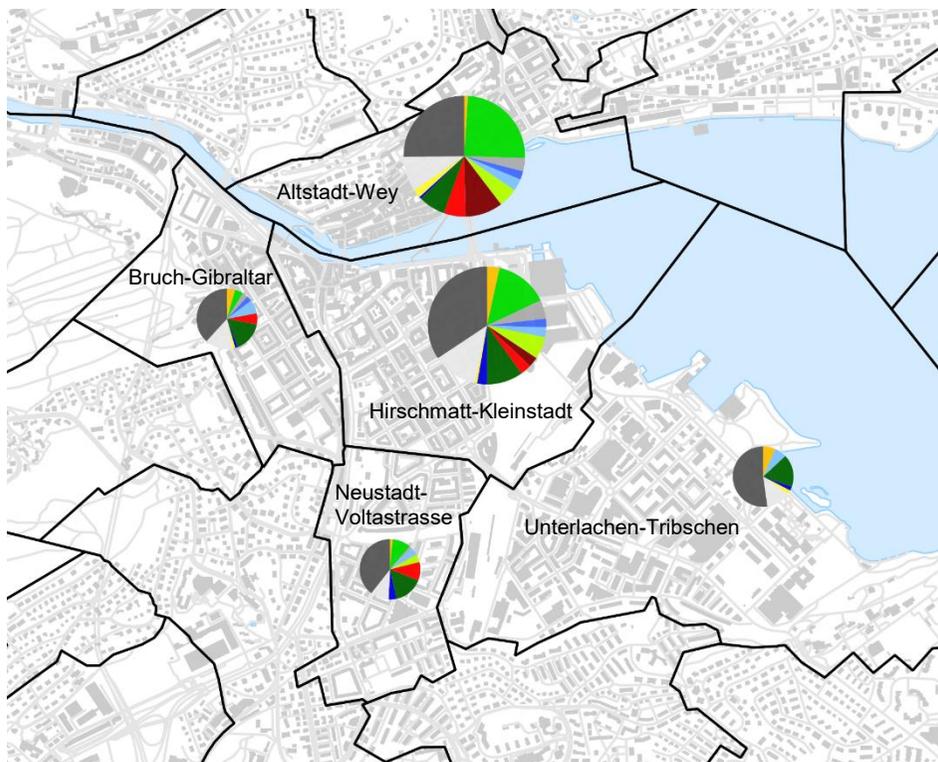
Stabile Entwicklung in den klassischen Einkaufsquartieren

Die Tabelle zeigt, wie viele Filialen im Jahr 2022 in den jeweiligen Stadtquartieren pro Gütergruppe vorhanden waren, sowie die Veränderung gegenüber dem Vorjahr 2021 in Klammern. Gesamthaft ist in der Stadt Luzern eine Zunahme von 12 Filialen zu verzeichnen. Dies nachdem die Entwicklung im Jahr 2021 rückläufig war (-21 Filialen). Während die Filialen im übrigen Detailhandel (+10), Bekleidung & Schuhe (+3) sowie Möbel und Einrichtungsbedarf (+3) zugenommen haben, ist im Bereich Uhren und Schmuck (-5) sowie Gastronomie (-3) ein Rückgang zu erkennen. Das Quartier Altstadt-Wey weist die höchste Anzahl an Läden auf, gefolgt von Hirschmatt-Kleinstadt. In beiden Quartieren war zwischen 2021 und 2022 eine Zunahme an Filialen zu verzeichnen. Das Quartier Hirschmatt-Kleinstadt verfügt stadtweit über das breiteste gastronomische Angebot, das im Jahr 2022 um drei weitere Betriebe erweitert wurde.

Neustadt-Voltastrasse gewinnt an Bedeutung

Relativ betrachtet verzeichnete das Quartier Neustadt-Voltastrasse im Jahr 2022 den grössten Zuwachs an Filialen. Insgesamt kamen fünf Betriebe aus unterschiedlichen Gütergruppen hinzu, darunter Läden aus den Bereichen Sport und Freizeit, Möbel und Einrichtungsbedarf sowie Nahrungs- und Genussmittel. Damit ist das Quartier, gemessen an der Anzahl Filialen, das dritt bedeutendste in Luzern und zählt neu mehr Läden als das Quartier Bruch-Gibraltar.

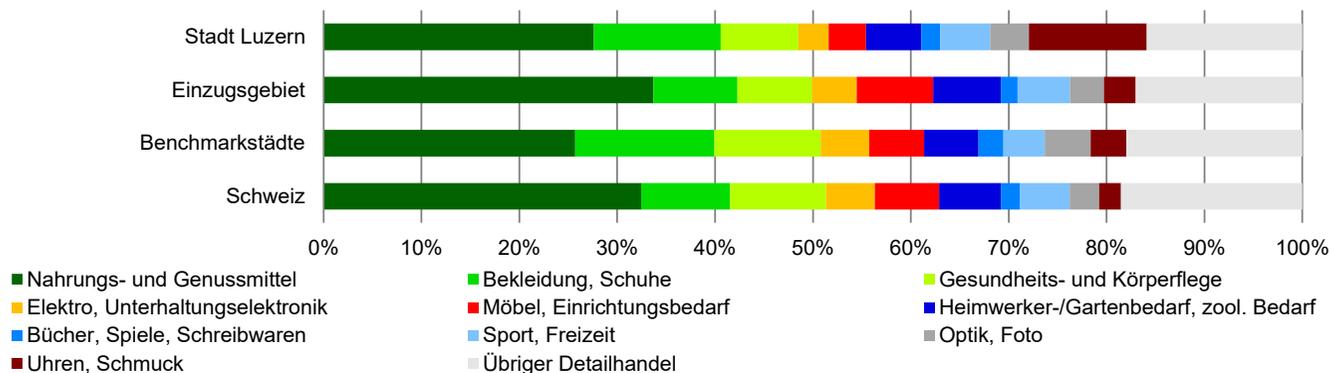
Quartiere mit den meisten Betrieben im Verkaufsflächenmarkt 2022



Monitoring der Verkaufsflächen in Luzern - Branchenmix

Beschäftigungsdynamiken der Gütergruppen

Vollzeitäquivalente im Detailhandel nach Gütergruppen 2022

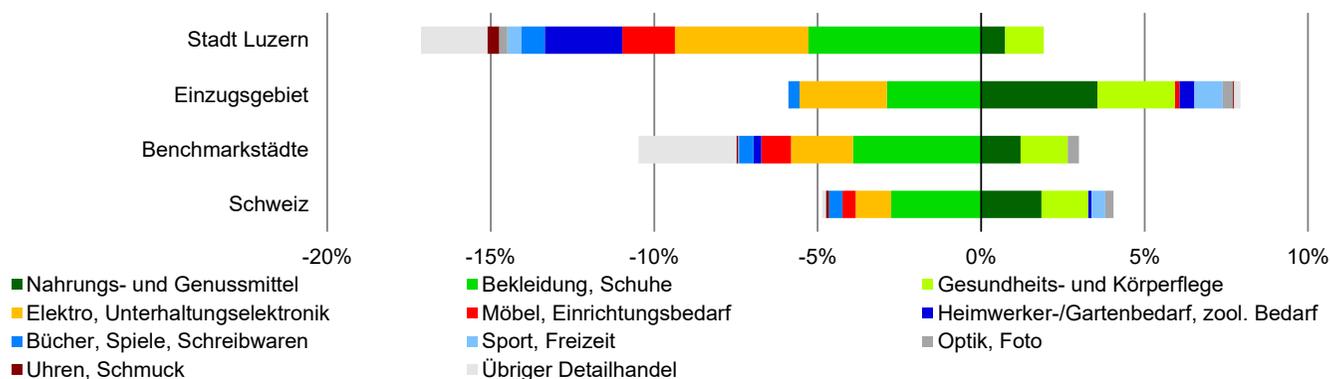


Das Einzugsgebiet gewinnt an Bedeutung

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

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

Wachstumsbeiträge Beschäftigung nach Gütergruppe (2012-2022)



Im Jahr 2022 arbeiteten in Luzern 1'104 Personen im Verkauf von Nahrungs- und Genussmitteln, was einem Anstieg von 0.7% im Vergleich zu 2012 entspricht. Im Bereich Bekleidung und Schuhe waren 518 Personen tätig, 5.3% weniger als vor zehn Jahren. Bei Uhren und Schmuck gab es einen leichten Rückgang von 0.4%, die Gütergruppe bleibt mit 481 Beschäftigten jedoch die drittgrösste (ohne Berücksichtigung von Übriger Detailhandel). Insgesamt ging die Zahl der Beschäftigten im Verkauf in Luzern seit 2012 um 15.2% zurück.

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

Das dynamisch wachsende Einzugsgebiet scheint eine Konkurrenz zu den innenstädtischen Verkaufsflächen darzustellen.