



**Stadt
Luzern**

Stadtrat

**Wurde anlässlich
Ratssitzung vom
12. November 2015
beantwortet.**

Antwort

auf die

Interpellation 260

Albert Schwarzenbach namens der CVP-Fraktion
vom 1. April 2015
(StB 595 vom 23. September 2015)

Was bewirkt die „Mall of Switzerland“?

Der Stadtrat beantwortet die Interpellation wie folgt:

Die „Mall of Switzerland“ in Ebikon, welche Ende 2017 eröffnen soll, wird mit 46'000 m² Verkaufsfläche und 140 Geschäften, Restaurants und Bars eines der grössten Einkaufszentren der Schweiz. Die Interpellation 260 befasst sich mit der Frage, wie sich dies auf das Gewerbe in der Stadt Luzern auswirken wird.

Zu den einzelnen Fragen:

Zu 1.:

Wie beurteilt der Stadtrat die „Mall of Switzerland“?

Der Detailhandel ist in Bezug auf Arbeitsplätze die zweitwichtigste Branche in der Stadt Luzern. Rund 9500 Beschäftigte zählt die Betriebsstättenstatistik im Jahre 2013. Der Stadtrat ist sich dieser Bedeutung wohl bewusst und beobachtet deshalb sorgfältig wichtige Veränderungen in diesem Umfeld. In relativer Nähe zum städtischen Einkaufsangebot werden 140 neue Läden, Restaurants und Bars mit 46'000 m² zusätzlicher Verkaufsfläche entstehen, denen 1600 Parkplätze zur Verfügung stehen. Dazu kommen 12 Kinosäle, ein Hotel mit 100 Zimmern und 140 Wohnungen. Dies wird zweifellos die Wettbewerbssituation in der Region und so auch in der Stadt beeinflussen. Es gibt aber auch zahlreiche andere Entwicklungen, welche die Rahmenbedingungen des Detailhandels in der Stadt Luzern beeinflussen, wie Onlinehandel, Wechselkurse, Konjunktorentwicklung oder Ladenöffnungszeiten, um nur einige zu nennen.

Zu 2. und 3.:

Besteht die Gefahr, dass Kundinnen und Kunden, die bisher in der Luzerner Innenstadt eingekauft haben, nach Ebikon abwandern?

Was bedeutet das für die Geschäfte der Innenstadt? Ist ein Lädelersterben zu erwarten?

Die beiden Fragen gehören inhaltlich zusammen. Der Markt, um den sich die zahlreichen Mitbewerber im lokalen Detailhandel bewerben, wird von den Experten mit rund 600'000 Personen (Einzugsgebiet 30 Minuten mit motorisiertem Individualverkehr, MIV) beziffert,

welche rund 6,6 Mrd. Franken ausgeben (Fr. 11'000.–/Jahr). Hinzu kommen die Gäste aus dem In- und Ausland, welche gerade in Luzern von erheblicher Bedeutung sind. Wenn Kundschaft ausbleibt, hat das Auswirkungen auf den Umsatz des Geschäftes, was im schlimmsten Fall auch zur Einstellung der Geschäftstätigkeit führen kann. Warum jedoch welche Kundinnen und Kunden in drei oder fünf Jahren wo einkaufen werden, kann der Stadtrat angesichts der vielen, sich verändernden Rahmenbedingungen nicht voraussehen. Sicher ist jedoch, dass gerade im Detailhandel nichts so sicher ist wie die Veränderung. „Handel ist Wandel“ heisst es in der Branche. Geschäfte können nur erfolgreich sein, wenn sie ihr Angebot an den Kundenbedürfnissen orientieren. Die Kundenwünsche richtig zu verstehen und entsprechend unternehmerisch zu handeln, ist sowohl kleinen wie grossen Geschäften möglich. Die Stadt Luzern bietet als Rahmen eine insgesamt hohe Attraktivität. Mit einem Einzugsgebiet von nahezu 600'000 Personen sind die verschiedensten Kundensegmente für die meisten Angebote in genügender Zahl vertreten. Wer mit offenen Ohren und Augen ein kundenorientiertes Angebot bereitstellt, kann und wird in Luzern auch in Zukunft erfolgreich sein.

Zu 4.:

Welche Massnahmen erwägt die Stadt, um dem entgegenzuwirken? Zum Beispiel zusammen mit Partnern wie der City Vereinigung?

Die Stadt pflegt einen guten und regelmässigen Kontakt zu zahlreichen Vertretern der Wirtschaft und deren Verbände. Dies gilt insbesondere auch für die City Vereinigung. So hat etwa der städtische ALI-Fonds bereits vor einem Jahr eine Veranstaltung der City Vereinigung und des Wirtschaftsverbandes mitgetragen, welche genau die in dieser Interpellation angesprochenen Fragen beleuchtete. Eine weitere Initiative war der Anlass vom 8. September 2015, bei welchem der Stadtpräsident die Liegenschaftseigentümerinnen und -eigentümer der historischen Altstadt zu einem Dialog einlud. Ziel der Veranstaltung war es, mit diesen die Entwicklungen der Innenstadt, insbesondere mit Blick auf Tourismus und Branchenmix, zu diskutieren und mögliche Massnahmen zu besprechen.

Das Treffen war im Hinblick auf das nachfolgend erwähnte „Forum Attraktive Innenstadt“ relevant. Das Projekt soll sowohl dem Stadtrat wie auch der Branche und ihren Vertretern Orientierungshilfe geben: Ladenbesitzerinnen und Ladenbesitzer sollen besser abschätzen können, in welchem Umfeld sie ihre Kundschaft in Zukunft am besten bedienen können. Gleichzeitig erhält der Stadtrat eine Richtschnur für die zahlreichen Entscheide, die er laufend zugunsten einer attraktiven Stadt Luzern zu fällen hat, um so ein attraktives Luzern für Einwohner, Arbeitnehmerinnen, Studenten, Kundinnen und Gäste zu erhalten und weiter zu fördern.

Es ist die gemeinsame Aufgabe von Wirtschaft und Behörden, die Rahmenbedingungen so gut wie möglich zu gestalten, damit Kunden und Einwohner sich in der Stadt weiterhin wohl fühlen und gerne hier einkaufen. Genauso vielfältig wie die Kundenbedürfnisse sind dabei auch die Vorstellungen, welche Rahmenbedingungen für eine attraktive Einkaufsstadt zentral

sind. Der Stadtrat ist bestrebt, hier die richtige Balance zu finden: Branchenmix, Verkehrserschliessung mit dem öffentlichen und privaten Verkehr, Fussgängerzonen mit nahen Parkierungsangeboten und ÖV-Haltestellen, Ladenöffnungszeiten, besondere Aktivitäten wie Weihnachtsbeleuchtung, Märkte oder Events im öffentlichen Raum sind entscheidende Themen, die beachtet werden müssen.

Zu 5.:

Die Stadt wird gemäss dem Wirtschaftsbericht ein Projekt zur Aufwertung der Innenstadt anpacken. Wird in diesem Zusammenhang auf die neue Konkurrenzsituation eingegangen?

Das erwähnte Projekt wurde inzwischen zum „Forumsprojekt Attraktive Innenstadt“ erweitert. Der Stadtrat will darin die zahlreichen Vorhaben aufzeigen, welche in der Luzerner Innenstadt angedacht, geplant, beschlossen oder bereits in Umsetzung sind. Das Forumsprojekt Attraktive Innenstadt folgt dabei den vier Themensträngen Nutzung, Erschliessung, öffentlicher Raum und Kommunikation/Identifikation. Ziel ist es, die verschiedenen Innenstadtprojekte – wo sinnvoll und notwendig – optimal aufeinander abzustimmen und so die Gesamtattraktivität der Luzerner Innenstadt zu erhalten und weiter zu stärken. Eine erste Phase aus dem Themenbereich „Nutzung“ ist der Fragestellung „Detailhandel und Branchenmix“ gewidmet. Dabei wird der Wettbewerbsentwicklung ganz allgemein und auch der neu zu erwartenden Konkurrenzsituation durch die zusätzlichen Verkaufsflächen in der „Mall of Switzerland“ entsprechend Beachtung geschenkt.

Zu 6.:

Welche Auswirkungen hat das erhöhte Verkehrsaufkommen, das in Ebikon zu erwarten ist, auf die Stadt?

Bekanntlich war gerade die Frage der Verkehrserschliessung einer der Gründe, warum das bereits seit Längerem geplante Projekt erst mit Verzögerung bewilligt wurde. Die zuständigen Behörden haben dabei im Wesentlichen folgende Auflagen gemacht:

Die Auflagen gemäss Bebauungsplan zum Betrieb der Erschliessung der Mall of Switzerland umfassen insbesondere ein Verkehrsmanagement mit einer Dosierung der Ausfahrten aus dem Einkaufszentrum mit dem Ziel, nur so viel Verkehr in das System ausfahren zu lassen, wie verarbeitet werden kann.

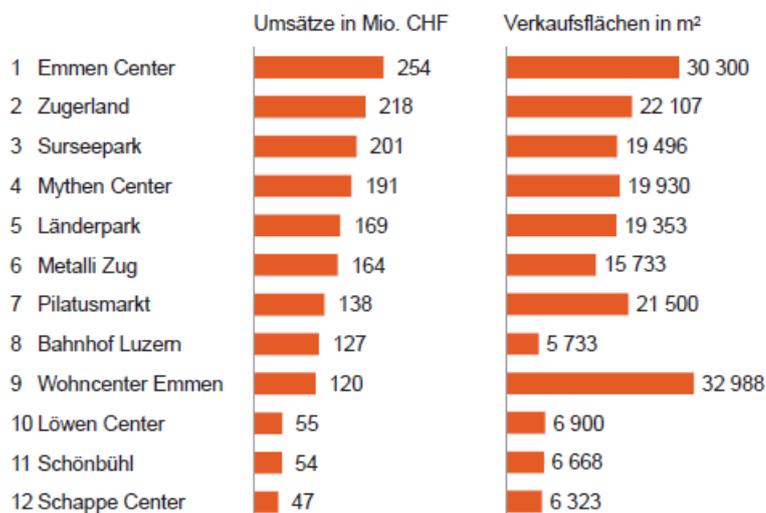
Gemäss der Projektbewilligung vom 13. November 2007 und den Baubewilligungen der Gemeinden Ebikon und Dierikon vom 6. September und 4. Oktober 2007 hat die Bauherrschaft bis spätestens 2 Jahre vor Inbetriebnahme der Mall of Switzerland ein Betriebskonzept mit Staumanagement (Ausfahrtsdosierung) über die Ein- und Ausfahrten einzureichen. Dieses Staumanagement ist auf die Verkehrssteuerung des Kantons abzustimmen, um sicher zu stellen, dass der Verkehr auf der Kantonsstrasse durch den zu- und weggehenden Verkehr rund um die Mall of Switzerland nicht behindert wird.

Zu 7.:

Auf verhältnismässig kleinem Raum stehen künftig mehrere Einkaufszentren in einem harten Wettbewerb. Besteht nicht eine Überkapazität, die einer sinnvollen Siedlungsentwicklung entgegensteht?

Die „Mall of Switzerland“ wird rund 41'000 m² zusätzliche Ladenfläche zu den unten aufgeführten Einkaufszentren der Zentralschweiz bereitstellen. Die gesamte Verkaufsfläche erhöht sich damit um rund 20 % von 207'000 m² auf 248'000 m². Im Vergleich dazu zählt die Luzerner Innenstadt rund 500 Verkaufsgeschäfte mit einer minimalen Durchschnittsgrösse von 100 m², was einer reinen Verkaufsfläche von mindestens 50'000 m² entspricht.

Shopping Center in der Zentralschweiz - Jahr 2013
(inkl. Bahnhof-Center)



© GfK 2014 | Detailhandel Schweiz 2014 | Thomas Hochreutener

4

Tabelle 1: Shopping Center in der Zentralschweiz – Jahr 2013

Die Zahlen zeigen, dass die Stadt Luzern weiterhin ein bedeutender Einkaufsort ist und dieser wirtschaftlich bedeutenden Stellung Sorge getragen werden muss. Die Siedlungsentwicklung im Rontal liegt im Aufgabenbereich der kantonalen Behörden und Gemeinden.

Zu 8.:

Ist die Stadt mit der Gemeinde Ebikon im Gespräch, um auf allfällige negative Begleiterscheinungen des neuen Einkaufszentrums rechtzeitig einzugehen?

Neben den üblichen Kontakten besteht auch im Rahmen von LuzernPlus die Gelegenheit allfällige Probleme zu besprechen. Bis dato fanden aber noch keine speziellen, vorsorglichen Gespräche dazu statt. Der Stadtrat wird die Entwicklung im Auge behalten.

Das primäre Handlungsfeld des Stadtrates liegt aber darin, die Attraktivität der Luzerner Innenstadt in Zusammenarbeit mit den verschiedenen Interessengruppen zu erhalten und weiter zu stärken. Der Detailhandel spielt dabei eine zentrale Rolle.

Stadtrat von Luzern

