

STADT SICHT LUZERN

*Das
Magazin zur
Entwicklung
unserer
Stadt.*

16

LUZERN IST EIN MAGNET

28

**WENN NICHTS MEHR GEHT –
MOBILITÄT UND LÖSUNGEN**

44

**MINENBAU IN DER STADT –
DIE ÖKO-RESSOURCEN SIND IMMENS**





Winning strategies for global players.

VMAX AG is an international strategy consultancy with more than 25 years' experience and a well-established presence on every continent.

We advise and support executives and companies on M&A projects, restructuring, investments and market entry.

Discreet and effective, we can coach you to victory, whatever your goals are.

ZAHLENSPIEL

8 800 000

Tagesgäste besuchen jährlich die Stadt Luzern
mit anderen Worten: TÄGLICH BESUCHEN

24219

Menschen, die von ausserhalb stammen, das urbane Zentrum,
ohne hier an ihren ständigen Arbeitsplatz zu gehen.

Das sind

20493

Besucherinnen und Besucher,

die **shoppen**,

Kultur geniessen,

oder ganz einfach Tages-**Business** betreiben

und zum Beispiel an **Kongressen** teilnehmen

oder ihre **Sitzungen** absolvieren.

+

3726

Touristen reisen pro Tag aus dem Ausland an
und selben tags wieder ab,

wovon

621

AUS **EUROPA** ODER AUS DEN **USA** STAMMEN,

Wir gehen davon aus,
dass die durchschnittliche
Aufenthaltsdauer
rund **4** Stunden beträgt.

Fremde Herzen
pochen demnach täglich über

3105 stammen aus Asien.

400'000'000 x

in Luzern.

Eine echte Lovestory?



Bruno Affentranger
Chefredaktor
BA Media Luzern

LIEBE LESERINNEN UND LESER

Das ist unsere Stadt. Hier leben wir. Luzern beschäftigt uns unentwegt – und das schon seit geraumer Zeit. Luzern, seine Innenstadt, das urbane Zentrum der Zentralschweiz, in dem sich so vieles abspielt. Kultur, Wirtschaft, Tourismus, Freizeit, Wohnen und Arbeiten. Wir halten uns tagtäglich in diesem einmalig schönen, exzellent gewachsenen und raffiniert organisierten Lebensraum auf. Dennoch müssen wir ihn weiterentwickeln. Wer gereist ist und Vergleiche anstellen kann, weiss dies.

Das ist der Hauptgrund, uns mit einem Magazin an den Start zu wagen, das sich alleine mit der Weiterentwicklung des Zentrums der Zentralschweiz auseinandersetzt. Wir möchten mit Ihnen, liebe Luzernerinnen und Luzerner, unverstellt und konstruktiv über Urbanität sprechen. Das geht nur mit Respekt vor dem Anderen und mit Toleranz im Umgang mit Fremden. Das geht nicht, ohne zu zeigen, was andere in der Welt tun und schon gar nicht ohne kritische Haltung. Wir werden neue Ideen entwickeln, zusammen mit Ihnen auf der privaten Plattform, die STADTSICHT sein wird.

Wie funktionieren Städte? Was wäre speziell für die unsere geeignet? Wo drückt uns der Schuh? Welche neuen Ideen helfen weiter? Wo muss dringend etwas getan werden? Die Antworten auf diese Fragen und ihre wirtschaftlichen Deutungen haben alle nur ein Ziel: unseren Lebensraum gut oder noch besser zu machen. Dabei wollen wir die verschiedensten Ansichten und Meinungsträger miteinander verknüpfen und zusammenbringen. Wir glauben, dass dies zutiefst urban ist, weil auch die Stadt an sich alles Gegensätzliche verschmilzt. Das muss rein rechnerisch so sein, denn schon bald wird mehr als die Hälfte der Menschheit in Städten leben.

In der ersten Ausgabe unserer Zeitschrift treffen diese Welten zusammen. Einiges von dem, was Sie lesen und sehen werden, stammt aus kreativen Kleinzellen unserer Stadt. Denkanstösse fliessen ein, die aus dem Gewerbe, aus kleinen, mittleren und grösseren Unternehmen rühren. Ungewohntes hat ebenso Platz wie Tradition und Gewohnheiten es haben;

Utopien genauso wie Diskussionen über das Machbare. Wir wollen vieles hinterfragen und gleichzeitig den Mut zur Lücke beweisen. Nicht alles werden wir thematisieren. Es wäre ein zu hoher Anspruch und würde uns unserer Vorteile berauben. Wir müssen nicht austarieren. STADTSICHT muss ungeschliffen sein. Wenn nicht, würde die Kraft, die vom Unausgewogenen ausgeht, schon zu früh einem glatten Konsens geopfert. Weil ein Unterfangen wie dieses nicht ohne Energien und Finanzen zu schaffen ist, und weil dieses Abenteuer einem echten Anliegen vieler Privater entspricht, dürfen wir auf Unterstützer zählen. Sie liefern die Anschubfinanzierung und inspirierende Gedanken – im Wissen, dass wir als Herausgeber und Redaktoren politisch und ideologisch unabhängig agieren und möglicherweise auch gegen ihre direkten Interessen anschreiben werden. Herzlichen Dank für diese Demonstration der geistigen Freiheit und für den gezollten Respekt vor dem journalistischen Schaffen.

Geniessen wir also die Sicht auf die Stadt. So wie unser Fotograf Marco Sieber dies getan hat oder die Illustratorin Isabel Peterhans oder Autor Angel Gonzalo, der über Mobilität und Parkhäuser schreibt. Deshalb nennen wir dieses Magazin STADTSICHT. Wagen wir den weiten Blick hinaus. Zum Beispiel auf die Zukunftsforderungen eines ungewöhnlichen Öko-Weltstars, Michael Braungart, oder auf die Gedanken des ehemaligen Flughafenchefs Josef Felder. Auch deswegen: STADTSICHT.

Wir wissen natürlich, dass es keine einzelne, zukunftsweisende Sicht gibt. Doch das ist das Faszinierende an urbanen Räumen und am Zentrum der Zentralschweiz. Die Zukunft, ja selbst die Gegenwart liegt im Auge des Betrachters. Im besten Fall finden wir viele der daraus resultierenden Ansichten und Ideen in der STADTSICHT wieder. Lassen Sie sich inspirieren.

Wir wünschen viel Vergnügen und ebenso viel Denkspass.

Wir halten Ihnen den Rücken frei.

Kompetent.

Verlässlich.

Persönlich.



Treuhand. Personalmanagement. Verbandsmanagement.

Schiff ahoi!

**GENIESSEN SIE EINE SCHIFFFAHRT VOR DER
EINMALIGEN NATURKULISSE DES VIERWALDSTÄTTERSEES.**



Mieten Sie
eines unserer
Schiffe für Ihren
Extra-Anlass!

INHALT

- 03 Start in Zahlen
- 04 Editorial Bruno Affentranger, Chefredaktor
- 06 Inhalt, Impressum
- 07 Autoren, Partner

STARTER

- 09 Populäres Pulver
- 09 Motorcycles, Cars and Rock 'n' Roll
- 09 Ingwerlikör mitten aus der Stadt
- 09 Lust auf ein städtisches Landidyll?
- 11 Grosses Open-Air-Kino am See fürs Herz
- 11 Rap mit 041 – das Emblem der Kreativen

KREATIV

- 12 Wenn Hände arbeiten – Besuch in der Handwerkszene

FOTOREPORTAGE

- 16 Luzern ist der stärkste Magnet der Zentralschweiz:
Der fotografische Beweis

WIMMELBILD

- 26 Die Stadt in Zahlen: Illustratorin Isabel Peterhans
erklärt das Zentrum

COVERSTORY

- 28 Wenn nichts mehr geht und schon gar nichts
mehr fährt. Eine Bestandsaufnahme der Erreichbarkeit
- 33 So lösen andere in der Welt Mobilitäts-Herausfor-
derungen
- 33 Das Parking Musegg als Befreiungsschlag –
aber nur, wenn alles andere stimmt
- 34 Drei Prozent Rendite sind zu erwarten
- 35 Thun baut mittendrin: Wie geht das?
- 37 Das Projekt im Check: Plus und Minus
- 38 Ex-Flughafenchef Josef Felder über Akzeptanz-
und Planungsschwierigkeiten von Grossprojekten

GESPRÄCH

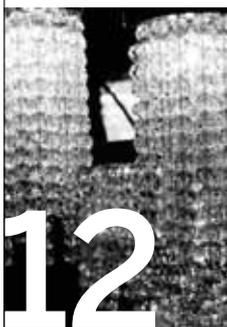
- 40 Planen wir die Innenstadt wie ein Kaufhaus:
Gespräch mit dem Globus-Chef und der
DesignSchenken-Erfinderin

NEUE IDEEN

- 44 Abfall gibts nicht mehr: Urban Mining wäre auch
hier sinnvoll
- 45 Star-Ökologe Michael Braungart im Exklusivinterview
über Konsumlust und Chancen der Stadt
- 48 Kluge Kombinationen sparen Energie: Ein Beispiel
aus der Nachbarschaft

STADTGEFLÜSTER

- 50 Harte Fragen für die Zukunft



IMPRESSUM

Stadtsicht

ist ein Produkt der BA Media GmbH mit Sitz in der Stadt Luzern. Die Zeitschrift erscheint zweimal jährlich (Frühsommer, November) und wird in alle Briefkästen der Stadt Luzern verteilt. STADTSICHT wird von verschiedenen Organisationen unterstützt, ist jedoch politisch unabhängig und inhaltlich keinem Verband und keiner Ideologie verpflichtet. Die Redaktion behält sich alle journalistischen Freiheiten vor.

Herausgeber

Bruno Affentranger, Angel Gonzalo, BA Media GmbH, Luzern

Chefredaktion

Bruno Affentranger, BA Media GmbH

Redaktion

Elena Benitz, Angel Gonzalo, Elia Gonzalo, Lukas Hadorn («LucerneMagazine»), Isabel Peterhans

Fotograf

Marco Sieber, www.marcosieber.ch

Korrektorat

No limits Schmid, Béatrice Schmid www.nolimits-schmid.com

Layout/Produktion

aformat Luzern, www.aformat.ch

Verlag

BA Media GmbH
Obergrundstrasse 26, 6003 Luzern
affentranger@bamedia.ch
gonzalo@bamedia.ch

Inserateverkauf

BA Media GmbH
Roger Pfranger
pfranger@bamedia.ch

Druck

Vogt-Schild Druck AG,
Gutenbergstr. 1, 4552 Derendingen

Anschrift

STADTSICHT, BA Media GmbH,
Obergrundstrasse 26, 6003 Luzern
stadtsicht@bamedia.ch
www.bamedia.ch
Facebook: [stadtsicht.ch](https://www.facebook.com/stadtsicht.ch)

Unterstützungspartner

Wirtschaftsverband der Stadt Luzern,
City Vereinigung Luzern, ALI Fonds,
Musegg Parkhaus AG, weitere

Auflage

56 000 Exemplare

Erscheinungsdaten 2016

4. Juli 2016 / November 2016
Redaktionsschluss jeweils drei Wochen
vor Erscheinen

BA MEDIA

Sie halten das neue Magazin STADTSICHT in Ihren Händen, das vom Luzerner Kommunikations- und Medienunternehmen BA Media programmiert und realisiert worden ist. Dahinter stecken die beiden Geschäftspartner Bruno Affentranger und Angel Gonzalo. Beide sind auf dem Feld der gedruckten und elektronischen Medien versierte Spezialisten, die zweierlei gemeinsam haben: Ihre ungebrochene Freude am Umgang mit Bildern und Sprache sowie ihr Gespür für Geschichten mit gesellschaftlicher und wirtschaftlicher Relevanz. BA Media publiziert seit mehreren Jahren Magazine in Eigenregie und in Zusammenarbeit mit Partnern. Mit dem vorliegenden Stadtmagazin geht ein lang gehegter Wunsch der Partner in Erfüllung: sich publizistisch und konstruktiv in die politische Debatte in ihrer Heimat- und Wohnstadt einzumischen und mithelfen, diese weiterzuentwickeln.



STADTSICHT wird unterstützt durch folgende Partner

WIRTSCHAFTSVERBANDSTADTLUZERN

Der Wirtschaftsverband Stadt Luzern (WVL) ist mit fast 500 Mitgliedern das Sprachrohr für das Luzerner Gewerbe. Als Wirtschaftsverband leistet er verschiedene Beiträge:

- Er vertritt die Interessen des Gewerbes.
- Er stärkt Luzerns Wirtschaft.
- Er bezieht in wirtschaftspolitischen Fragen Stellung.
- Er pflegt Kontakte mit seinen Mitgliedern.

Luzern als starkes Wirtschaftszentrum der Zentralschweiz: Dafür setzt sich der Verband ein. Er fordert wirtschaftsfreundliche Rahmenbedingungen und macht sich für einen wettbewerbsfähigen Wirtschaftsstandort und damit auch für langfristig gesicherte Arbeitsplätze stark.

www.wvl.ch



Die City Vereinigung Luzern (CVL) fördert mit ihren mehr als 240 Mitgliedern die Attraktivität von Luzern als Einkaufsstadt sowie als Handels-, Wirtschafts-, Tourismus- und Begegnungszentrum der Zentralschweiz. Die CVL will mit einem ganzheitlichen Marketingmix für eine Belebung der Innenstadt sorgen. Dazu gehören Interessensvertretung, politische Arbeit, Öffentlichkeitsarbeit, klassische Werbung sowie Events oder Verkaufsförderungsaktionen. Bestseller der CVL ist die CityCard – die gemeinsame Geschenkkarte für das Shopping-Center Stadt Luzern. Einheimische und Gäste sollen Luzern freundlicher, zuvorkommender und sympathischer erleben als alle anderen Städte die sie kennen.

www.city-luzern.ch

MUSEGGPARKING

Die Musegg Parking AG ist die Projektierungsgesellschaft für einen unterirdischen Busterminal mit einer Parkanlage für Privatwagen unter dem Musegghügel in der Stadt Luzern. Mit dem Projekt soll der Schwanenplatz carfrei und die Stadt von Parksuchverkehr entlastet werden, was zur Attraktivierung der Innenstadt beiträgt. Ziel der Musegg Parking AG ist, das Projekt so weit zu entwickeln, dass die Luzerner Bevölkerung über eine Zonenplanänderung für das Baugrundstück abstimmen kann. Das Projekt soll mit privaten Geldern erstellt werden. Die Zusammenarbeit mit der öffentlichen Hand ist seit Sommer 2015 etabliert und bei den Rahmenbedingungen gefragt. Sie muss die Umzonung ermöglichen und ein Baurecht gewähren. Im Komitee Musegg Parking AG machen 295 Personen mit, davon stammen 184 aus der Stadt Luzern.

www.museggparking.ch



MARCO SIEBER

Als erfahrene Zeitschriftenmacher und Medienanbieter wissen wir, dass die Qualität eines Magazins in erster Linie mit der Handschrift und dem Auge des Fotografen zusammenhängt. Deshalb sind wir glücklich, den Sempacher Fotografen und Kulturschaffenden Marco Sieber an Bord zu wissen. Der selbstständige Spezialist für Corporate Communications und Porträtaufnahmen hat sein Studio in der Stadt Luzern, die er als ehemaliger Bewohner genau kennt. Marco Sieber vereint Fachkenntnisse mit einer besonderen Sensibilität im Umgang mit den Menschen vor seiner Linse. Das fotografische Resultat seiner Arbeit genießen Sie in dieser ersten Ausgabe von STADTSICHT.

AFORMAT

Die Kompetenz von aformat liegt seit jeher in der Unternehmenspublizistik und im Gestalten von Magazinen. Werke wie die Autorenzeitschrift für Wirtschaft, Gesellschaft und Politik «schweizer monat» oder das Gesundheitsmagazin «meine gesundheit» – um nur zwei zu nennen – zeugen von einer klaren, visuellen Sprache, die anregt. Dahinter stehen mit Pascal Zraggen und Jos Ettlin zwei Fachleute mit Format. Für STADTSICHT haben die beiden Geschäftspartner von aformat das Layout entwickelt und realisiert. Dieses zeugt von ihrer Passion für Printprodukte, eine Leidenschaft, die sie mit den Herausgebern dieses neuen Stadtmagazins teilen.





**MACH KULTWERBUNG:
DENN DEIN PUBLIKUM
BRAUCHT ALTERNATIVEN!**

KULT ANGEBOTE



KULTNETZ PLAKATE, FLYER MAGAZINE!

Die regelmässige Bedienung und Kontrolle unserer rund 1'000 Standorte bietet eine optimale Präsenz an den wichtigsten Treffpunkten der Zentralschweiz.

DRUCK ALLES AUS EINER HAND!

Mit dem Druckangebot sparst Du Zeit und Aufwand. Wir wickeln für dich den gesamten Druckablauf ab und liefern Dir Dein Kultmaterial frei Haus. wichtigsten Treffpunkten der Zentralschweiz.

KLEISTERSERVICE BEI UNS SIND PROFIS AM WERK!

Wir kleistern Deine eigenen Plakatstellen auf deinem eigenen Betriebs- oder Schulgelände. Sauber, schnell und preiswert.

BRIEFKASTEN- VERTEILUNG KULTWERBUNG ZU DIR NACH HAUSE!

Deine Werbung in sämtlichen Haushaltungen. Unser Dispositionspersonal führt Briefkastenverteilungen schnell und effizient durch.

SAMPLING- AKTIONEN AN UNS KOMMST DU NICHT VORBEI!

Unsere Promotoren verteilen Produkte, Flyer, Prospekte für Deine Aktion. Wir sind präsent an Bahnhöfen, Konzerten, Festivals und vielen weiteren Orten wo Dein Zielpublikum ist.

GASTRO- WERBUNG IMMER DA WO LEUTE SIND!

Du möchtest Dein individuell kreierte Tischset oder Bierdeckel in Gastrobetrieben der Zentralschweiz sehen? Wir vermitteln und verteilen was zu Dir und Deiner Kampagne passt.

RUF AN! 041 220 06 66

modul.ch

SOUVENIR



© Lukas Hadorn

POPULÄRES PULVER

Dass chinesische Touristen in Luzern gerne teure Uhren einkaufen, ist am Schwanenplatz offensichtlich. Noch ein anderes Produkt findet bei diesen Touristen reissenden Absatz: Milchpulver. «Seit dem grossen Skandal um verunreinigtes Milchpulver 2008 kaufen viele Chinesen ihre Babynahrung lieber im Ausland», weiss Wanqiu Hu Frey von CQSwiss, einem Luzerner Unternehmen, das Schweizer Firmen im Umgang mit chinesischer Kundschaft berät. «Auslandreisen werden gerne dazu benutzt, Milchpulver einzukaufen.» Zwar gebe es die ausländischen Produkte auch in China, dort seien sie aber viel teurer. Allzu oft sei die Ware gefälscht. Laut Frey kaufen nicht nur Touristen Schweizer Babynahrung für den chinesischen Markt: «Ich kenne einige hier wohnhafte Chinesinnen, die als Teilzeitjob Milchpulver exportieren und sich so ein Taschengeld dazuverdienen.»

STARTER GEHEIMTIPPS

MOTORCYCLES, CARS AND ROCK 'N' ROLL

BRUMM ... MMH!

Seit letztem Jahr dröhnen in der Luzerner Agglomerationsgemeinde Rothenburg die Motoren. Dort hat mit dem Ace Cafe Luzern ein Ableger des legendären Londoner Biker-Treffs eröffnet. Motto: «Motorcycles, Cars and Rock 'n' Roll». In kürzester Zeit hat es sich zu einem beliebten Treffpunkt für PS-Fans aus dem In- und Ausland entwickelt. Die Einheimischen sieht man bisweilen zu Fuss oder auf dem Velo ins Ace Cafe pilgern, was auch am Essen liegen könnte, das die Biker dort servieren: Burger, Ribs, Rocker's Dogs, Fish 'n' Chips, dazu Country Cuts und Onion Rings. Und für die Hybrid-Fahrer gibts feine Salate.

Das Ace Cafe erreicht man ab der S1-Haltestelle Rothenburg bequem zu Fuss. Alle weiteren Infos: acecafeluzern.ch



LUCERNE DRINKS



SAMA SAMA

Ingwerlikör aus Luzern? Sowas gibts! Er heisst Sama Sama – was laut den Produzenten Julia Furrer und Kevian Steiner in Indonesien so viel bedeutet wie «gern geschehen». Gepresst, gemischt, abgefüllt und etikettiert hier in der Stadt, getrunken als Shot, gespritzt oder on the rocks. Aber Achtung! Scharf!

Sama Sama gibts zum Beispiel in der Alpeinum Kaffeehausbar beim Löwendenkmal. Kaufen kann man ihn hier: cantina1313.ch



INSIDER

Städtisches Landidyll

Ein Bauernhof mitten in der Stadt – das gibts in Luzern! Er liegt hinter der Museggmuer verborgen. Im Frühling 2013 hat die Stadt Luzern der Stiftung Kultur- und Lebensraum Musegg den Bauernhof Hinter Musegg für 60 Jahre im Baurecht übertragen. Die Stiftung setzt sich seither dafür ein, dass die urban ländliche Oase hinter der Museggmuer erhalten bleibt, an Attraktivität gewinnt und dadurch ein grosser Mehrwert für Natur, Tier und Mensch geschaffen werden kann. Von Mai bis September lockt eine Hofbeiz mit Produkten von umliegenden Biohöfen und innovativen Produzenten aus der Region. Schweinegrunzen, Hühnergackern und Ziegenmeckern inklusive!

Von der Endstation der Buslinie 9 (Bramberg), die ab Bahnhof fährt, sind es nur 3 Minuten zu Fuss. Weitere Infos und Öffnungszeiten: hinter-musegg.ch

MEINE
GESUNDHEIT



LUCERNE
MAGAZINE



**BA Media publiziert Magazine,
realisiert Unternehmenspublikationen,
inszeniert den gelungenen Auftritt.**

Was wir tun, das tun wir gerne
und gründlich.

BA Media GmbH, Obergrundstrasse 26, 6003 Luzern

Telefon 041 248 51 58

info@bamedia.ch

www.bamedia.ch

ba
media

STARTER GEHEIMTIPPS



Gabriel Ammann ALPIA

CINEMA Fantastisches Filmerlebnis

Sechs Wochen lang dauern die Sommerferien in der Region Luzern, stets von Anfang Juli bis Mitte August. Kaum ein Schüler sucht in dieser Zeit das Schulgelände freiwillig auf – mit Ausnahme der Kantonsschule Alpenquai. Dort steht nämlich während der Ferienzeit das Open-Air-Kino der Stadt, eine wunderschöne Anlage mit mehr als 500 Sitzplätzen und Grossleinwand unter freiem Himmel. Mehr als 40 Filme werden gezeigt, von einheimischem Filmschaffen bis hin zu Premierien internationaler Blockbuster. Los gehts jeweils beim Eindunkeln, wenn im Hintergrund auf dem See die Schiffchen zu glitzern beginnen. Magisch!

Das Open-Air-Kino Luzern findet vom 13. Juli bis 21. August 2016 statt.
Weitere Infos und Spielplan: open-air-kino.ch

WER SPRICHT HIER?

«Den ganzen Tag lang rasen Fahrzeuge die Allee entlang, und Kinder-mädchen, Kinder und Touristen sitzen im Schatten der Bäume oder lehnen sich über das Gelände und sehen zu, wie die Schwärme von Fischen im klaren Wasser umherflitzen, oder blicken über den See hinaus auf den prachtvollen Saum schneebedeckter Bergspitzen.»

Nicht ohne Stolz stellen wir fest, dass Luzern, wie es der Schriftsteller Mark Twain 1880 in seinem Buch «Bummel durch Europa» beschrieb, sich heute noch genauso präsentiert.

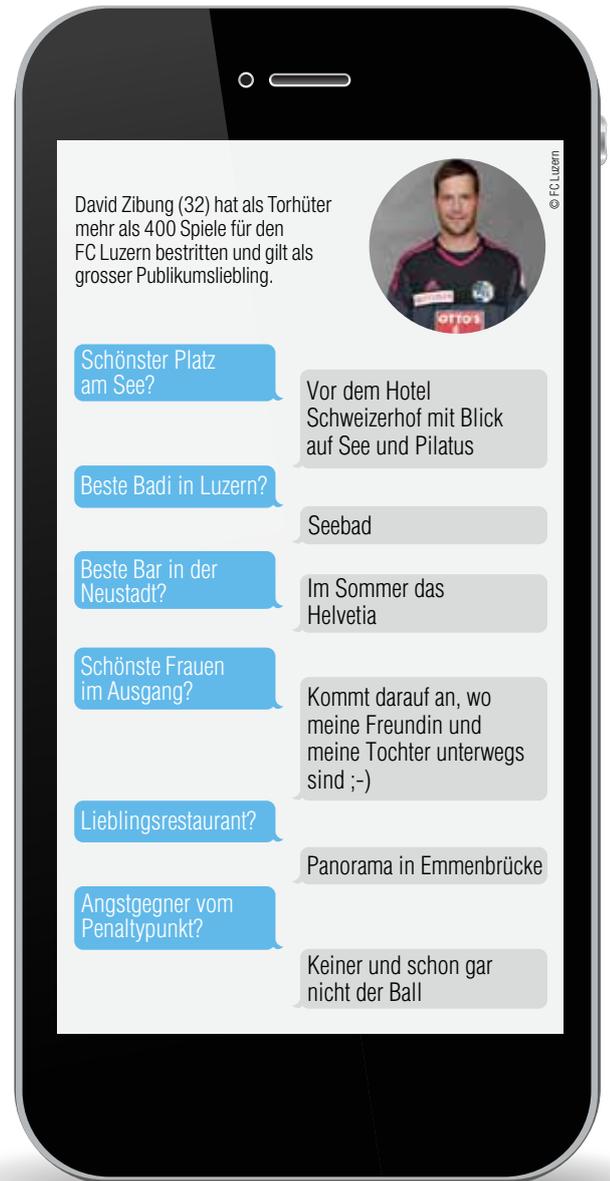
041

Die Zahl steht für Luzern wie die 007 für James Bond. Was einst schlicht und einfach die Telefon-Vorwahl des Kantons war, ist in jüngster Zeit zur Kennziffer einer jungen, urbanen Kreativszene avanciert. An Rap-Konzerten lokaler Grössen wie Mimiks ist die Zahl 041 denn auch optisch ominpräsent, meist aufgedruckt auf Mützen, Snapbacks oder T-Shirts des Luzerner Labels 041 Original.

www.041.lu



SMS SECRETS



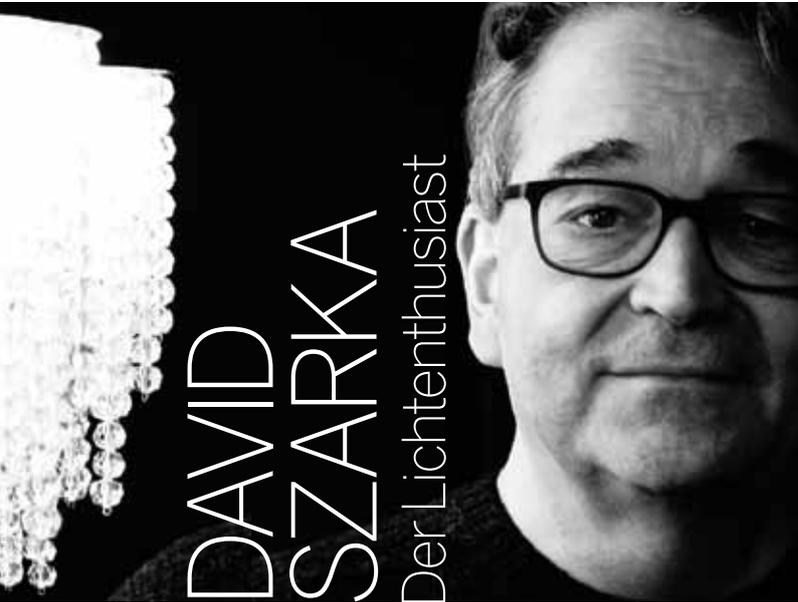
WENN DIE HÄNDE ARBEITEN

«Handwerk hat goldenen Boden.»
Dieses Sprichwort gilt – gar mehr denn je.
Luzern blickt auf eine vielseitige, lebendige
Handwerkszene. Vier ausgewählte Betriebe
illustrieren diese Vielfalt.

TEXT UND BILD [ELIA GONZALO](#)

In Zeiten, in denen nicht der Mensch, sondern vermehrt die Maschine Gegenstände herstellt, bekommt das von Menschenhand gefertigte Gut einen neuen Wert. Individuell geprägtes, solides Handwerk ist heute gefragt. Weil Werkstatt- und Verkaufsräume nahe beieinanderliegen, kommen die Kunden in direkte Tuchfühlung mit der Herstellung. Wo sonst noch finden sich Herkunfts- und Verkaufsort sozusagen Tür an Tür? Schleifen, Bohren, die feinen Stiche einer Nadel oder das Rascheln von Stoff – der Besucher solcher Handwerksbetriebe taucht förmlich in eine neue, für manche eine unbekannte und dennoch faszinierende Welt ein. Eine Welt, die gleich viele Arbeitsschritte in sich vereint, wie die ausführende Hand Finger hat – planen, entwerfen, herstellen, präsentieren und verkaufen.

«Stadtsicht» folgt den Spuren des Handwerks in Luzern und stellt nachfolgend vier ausgewählte Betriebe vor. Lassen Sie sich inspirieren.



DAVID SZARKA

Der Lichtenthusiast



HANSPETER MEYER

Der Stahlformer



Eingeklemmt zwischen Autobahn und Reuss liegt das Atelier von David Szarka. Ein Ort des Experimentierens, Entwerfens und Umsetzens erschliesst sich einem beim Betreten. Überall hängen Kronleuchter, stehen Entwürfe herum, zieren Studienzeichnungen die Wände und antike Möbelstücke die Räume. Vielfältige Materialien – von transluzentem Alabaster über verschiedenste patinierte Metalle bis hin zu geschliffenem Glas – formen aussergewöhnliche Leuchter. Man merkt: Dem Licht eine Form zu geben, liegt David Szarka im Blut. Schon seit Kindsbeinen sei er vom elektrischen Licht fasziniert, gibt der überzeugte Lichthandwerker von sich preis. Seine Leidenschaft hat er 1997 zum Beruf gemacht. Seither wirkt er erfolgreich auf Luzerner Boden. Inspiriert

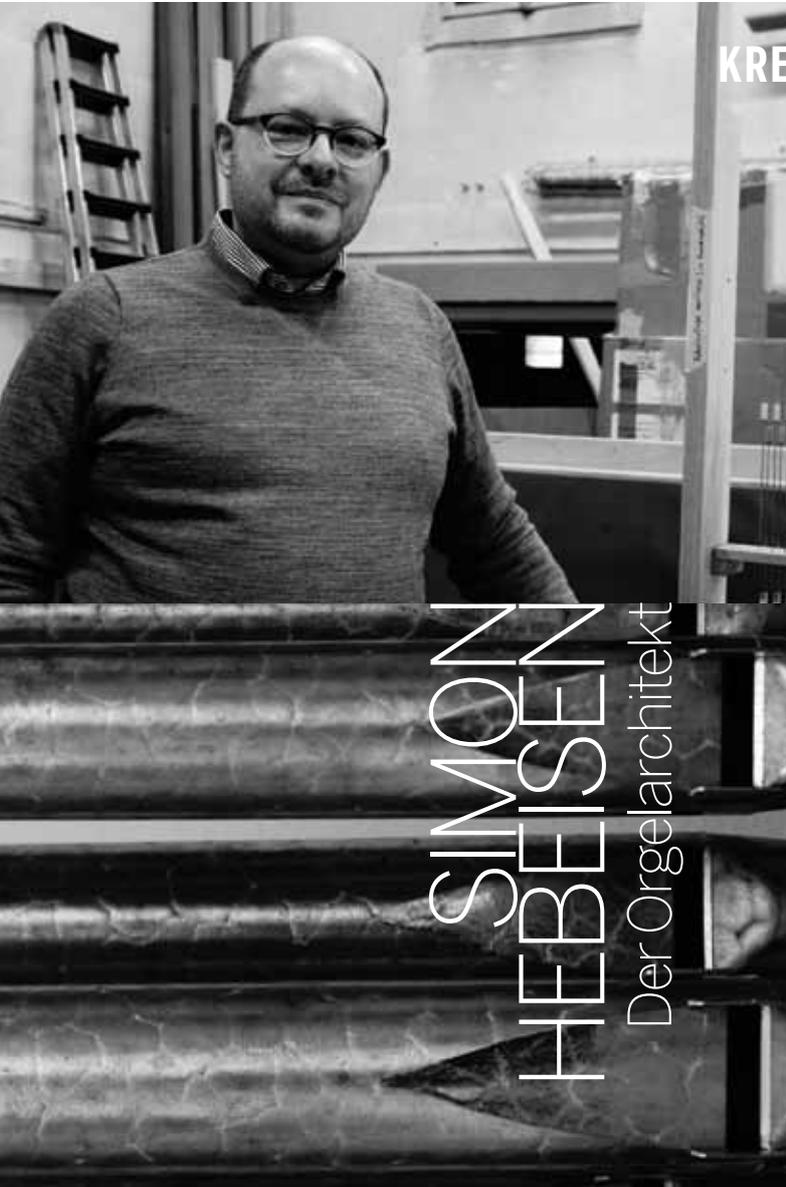
durch Geschichte, Kunst und Design, entwirft Szarka seine oft kühnen Lichtobjekte vorwiegend für Hotellerie- und Restaurationsbetriebe, aber auch für private Wohnhäuser. Es sei das Bedürfnis nach Individualität und Einzigartigkeit, das seinem Metier den Fortbestand ermögliche, erläutert der 53-jährige Lichtenthusiast. Derweil er sich über sein nächstes Objekt neigt, das bald einen Saal in atmosphärisches Licht eintauchen wird.

Sentimattstrasse 10
6003 Luzern
info@szarka.ch
szarka.ch

Laut und schrill klingt es, wenn Stahl auf Stahl trifft, wenn Hanspeter Meyer schneidet, schleift, dehnt und biegt. Diese Geräusche passen zum Werkstattgebäude von Neustahl. Ein alter, die Wandzierender Blasebalg ist Zeuge einer längst vergangenen Nutzung als Schmiede des fast hundertjährigen Hofgebäudes in der Luzerner Neustadt. Seit 15 Jahren arbeitet der gelernte Sozialarbeiter Meyer hier erneut mit Stahl – es sind Tische, Garderoben und Betten, die aus Edelstahl entstehen. Ergänzend dazu handelt Neustahl-Inhaber Meyer mit Möbeln und Leuchten Dritter und organisiert Konzerte sowie kulturelle Anlässe in seinen Werkstatt- und Verkaufsräumen. Das Design von Neustahl ist leicht verständlich, aufs Wesentliche reduziert. Minutiös zusammengefügte Edelstahl-

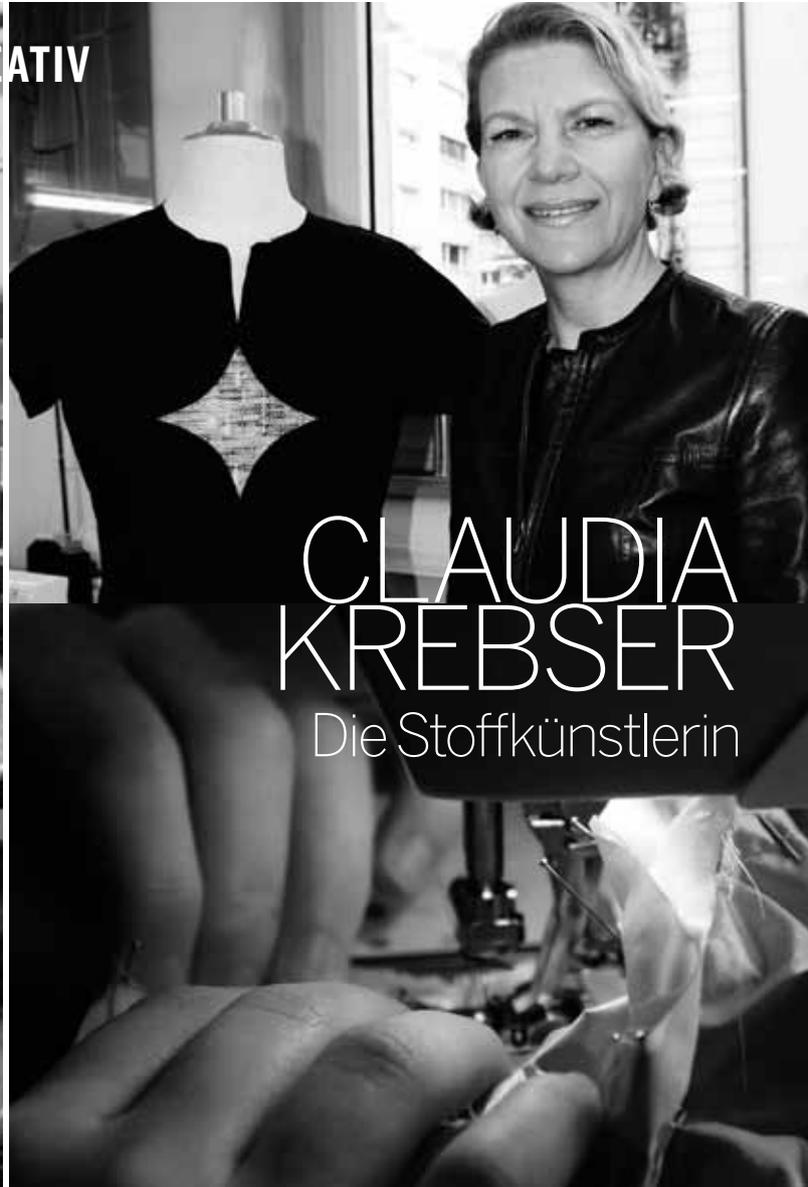
profile bilden schlichte, rechteckige Gestelle, die mit Platten aller Art gedeckt einen Tisch ergeben. Gerade diese Schlichtheit der Gestaltung macht – zusammen mit der sorgfältigen Verarbeitung – die Faszination an Meyers Möbeln aus. Die Edelstahlprofile schweisst und schleift der Luzerner in der eigenen Werkstatt. Dass die Ecken dabei anscheinlich herauskommen, erfordert besondere Präzision und viel Gefühl. Dieses Handwerk hat sich Meyer über die Jahre angeeignet, beseelt von seinem Ansinnen, Stahl in Form zu bringen.

Hirschmattstrasse 52a
6003 Luzern
info@neustahl.ch
neustahl.ch



SIMON HEBEISEN

Der Orgelarchitekt



CLAUDIA KREBSER

Die Stoffkünstlerin

Drei Schreiner, ein Pfeifenmacher, zehn klassische Orgelbauer, ein Entwerfer – Orgeln zu bauen, ist komplex. Auf die schlechte Akustik einer altehrwürdigen Kirche eine passende Antwort finden, in einer schlecht erreichbaren, engen Empore eine möglichst grosse Orgel einrichten, oder für eine Musikhochschule eine kompakte Orgel bauen, die trotz grosser Registeranzahl in einen kleinen Raum passt. Über die abwechslungsreichen Problemstellungen des Orgelbaus spricht Goll-Inhaber Simon Hebeisen mit Begeisterung. Nicht nur Holz und Zinnlegierungen als Hauptelemente des Orgelbaus werden verarbeitet, auch derart ungewöhnliche Materialien wie Mammut-Elfenbein finden als Ummantelung der Klaviatur Verwendung. Simon Hebeisen ist stolz auf die fast 150-jährige Geschichte seines Betriebes. Es ist

eine richtige Werkstatt, Platz gibt es nicht im Übermass. Über die Jahre hat man gelernt, damit umzugehen. Nach Wanderjahren ist der Orgelbauer wieder zu seinem Lehrbetrieb zurückgekehrt und führt diesen seit 1998 erfolgreich als Geschäftsführer. In dieser Zeit sind über dreissig Orgeln entstanden. Manche ganz gross, wie jene im weissen Saal des KKL Luzern, andere wiederum ganz klein, wie das mietbare «Continuo». Frisch verpackt, steht eine Orgel für die reformierte Kirche in Bad Ragaz bereit zur Auslieferung. Derweil schon wieder gesägt, gefräst und gehobelt wird: Zwei Hausorgeln sind am Anfang ihres Entstehens.

Tribschenstrasse 30
6005 Luzern
info@goll-orgel.ch
goll-orgel.ch

Ganz ohne Kulturpessimismus: Kleider sind zu einem Verbrauchsgegenstand verkommen. Der Grossteil wird in einer Qualität hergestellt, die nur kurzes Tragen zulässt. Claudia Krebsers Kollektionen hingegen sind eine der raren, wohltuenden Ausnahmen: Auf Beständigkeit, Kombinierbarkeit und Einfachheit in Pflege ausgelegt, fertigt die Luzerner Modemacherin klassisch-moderne Kleidungsstücke für die beruflich erfolgreiche Frau – so viel zum Credo der zurückhaltenden Designerin. Kleider von Claudia Krebsler sind nicht günstig, das versteht sich von selbst. Den relativ hohen Preis machen sie allemal wett mit ihrer Verarbeitung und Zeitlosigkeit. In ihrer Boutique verkauft die gelernte Kürschnerin noch weitere Labels, die ihre eigenen Entwürfe gut ergänzen. Für die Produktion ihrer Kollektionen arbeiten sieben Schneiderinnen im

Atelier gegenüber. Mode, made in Lucerne im wahrsten Sinne des Wortes!

Die Welt der Mode zieht Claudia Krebsler seit jeher in ihren Bann. Griff, Struktur und Optik von Stoffen faszinieren sie und sind immer wieder Inspiration für ihre Entwürfe. Sich in Zeiten des Preiszerfalls in der Textilbranche zu etablieren, ist schwierig. Ihr Weg zum eigenen Atelier war denn auch kein einfacher. Nach einem ersten, gescheiterten Versuch zur Selbstständigkeit, eröffnete sie 1995 die heutige Boutique mit Atelier am Kauffmannweg. Das mit Erfolg: Der Name Claudia Krebsler ist seither in der Region Luzern fest verankert und kann auf eine treue Kundschaft zählen.

Kauffmannweg 12
6003 Luzern
contact@claudiakrebsler.com
claudiakrebsler.com

«Steuern sind unsere Leidenschaft»

Steuerlösungen für Unternehmen
und natürliche Personen
National und international

viktor.bucher@bucher-tax.ch
T 041 311 09 02
www.bucher-tax.ch



Viktor Bucher
Über 35 Jahre Erfahrung
im Steuerbereich



DER NR.1 SHOP FÜR SACKMESSER

- Kostenlose Sofortgravur
- Grösste Auswahl
- Erstklassiger Schleifservice
- Reliefdrucke für Vereine, Unternehmen
- Kompetenz seit 1860



DER LADEN VON LUZERNER FÜR LUZERNER!

Weinmarkt 20 | Luzern | 041 410 17 23 | webers-world.com

DAS ECHTE. GEBRAUT IN DER STADT LUZERN.



HIER IST AUCH DRIN, WAS DRAUF STEHT.

Brauerei Luzern AG | Bürgenstrasse 16 | 6005 Luzern | 0412520052 | www.brauerei.lu

Das Zentrum der Zentralschweiz zieht an

LUZERN – DER STÄRKSTE MAGNET

FOTOGRAFIE MARCO SIEBER



Die Innenstadt von Luzern zieht an Touristen und die arbeitende Bevölkerung. Mehr als 8,8 Millionen Menschen besuchen pro Jahr die Stadt. Allein 45 300 reisen täglich an, um hier zu arbeiten. Doch dies ist keine Einbahnbe-
wegung: 49 Prozent aller Werktätigen reisen jeden Tag aus Luzern weg. Es ist ein Kommen und Gehen, vor allem sichtbar im Bahnhof. Oder zu Stosszeiten auf den Strassen. Kein Wunder, will Luzern den Durchgangs- und Suchverkehr beschränken und dafür Umfahungsstrassen und Parkinganlagen bauen lassen (siehe ab Seite 28).

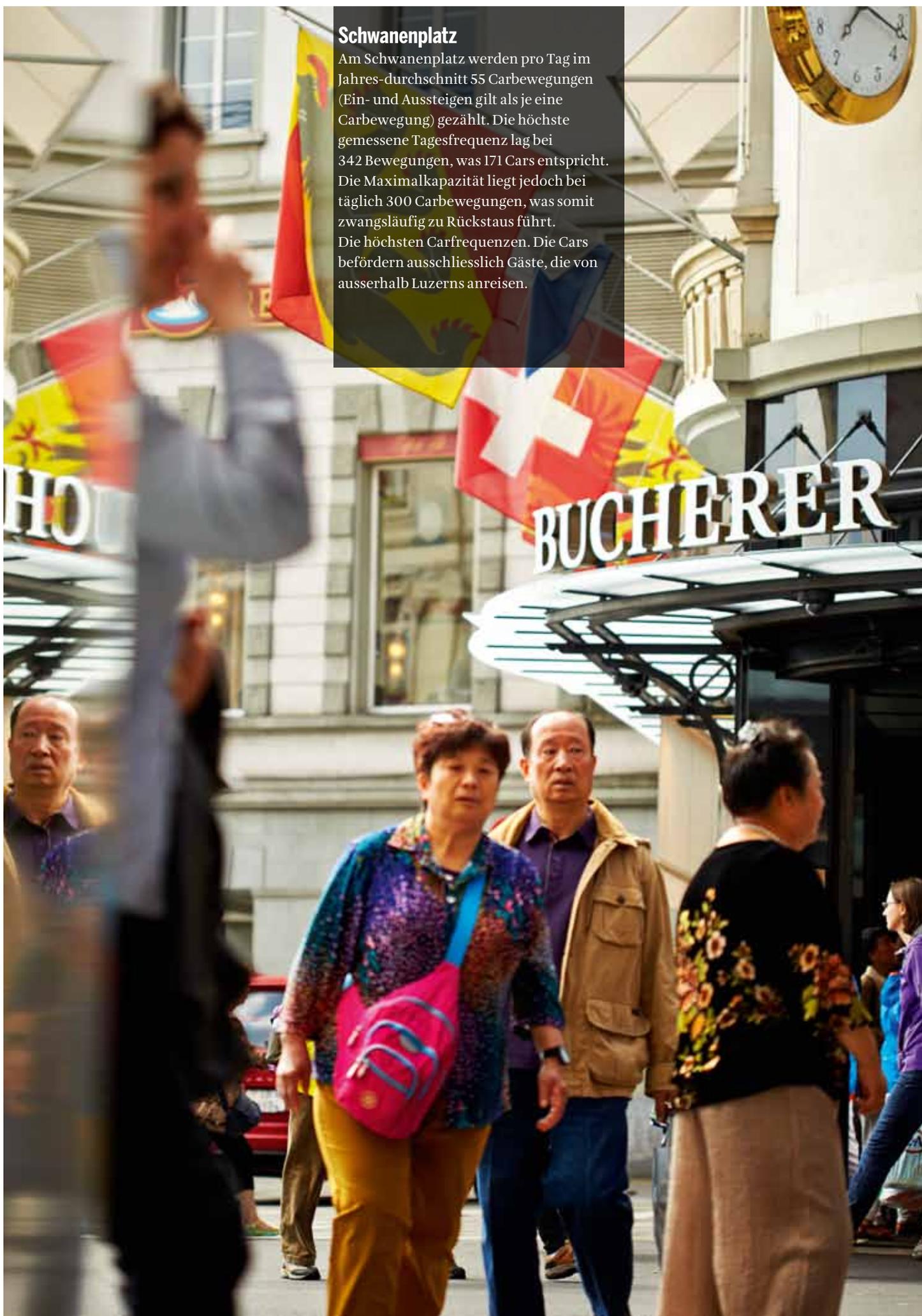


Rotsee-Regatta

Die «Lucerne Regatta Association» wurde 1903 gegründet. In ihrer über 100-jährigen Geschichte hat die Organisation hochkarätige internationale Wettbewerbe organisiert und veranstaltet das jährlich stattfindende Weltcup-Final auf dem Rotsee. Dieses zieht gegen 1000 Athletinnen und Athleten aus über fünfzig Nationen an und generiert in Luzern über 6000 Logiernächte. Die Resonanz ist beachtlich: An den drei Wettkampftagen pilgern gegen 60 000 Zuschauer an den Rotsee.

Schwanenplatz

Am Schwanenplatz werden pro Tag im Jahres-durchschnitt 55 Carbewegungen (Ein- und Aussteigen gilt als je eine Carbewegung) gezählt. Die höchste gemessene Tagesfrequenz lag bei 342 Bewegungen, was 171 Cars entspricht. Die Maximalkapazität liegt jedoch bei täglich 300 Carbewegungen, was somit zwangsläufig zu Rückstaus führt. Die höchsten Carfrequenzen. Die Cars befördern ausschliesslich Gäste, die von ausserhalb Luzerns anreisen.



REPORTAGE

KKL Luzern

Das 1998 eröffnete Kultur- und Konzerthaus Luzern KKL ist eine Ikone. Es wird seither von vielen ausländischen Gästen frequentiert. 2015 stammen knapp zehn Prozent der Besucher aus dem Ausland und rund 75 Prozent aller Besucher strömen von ausserhalb des Kantons hinzu. Das KKL generiert jährlich mehr als 74 Millionen Franken an Wertschöpfung für die Stadt und Region Luzern. Zwischen dreissig und vierzig Franken gibt jeder Besucher in den Bars und Restaurants des Hauses aus.





Verkehrshaus

Das Verkehrshaus verkaufte 2015 insgesamt 759 044 Eintritte für die vier Erlebnisswelten Museum, Filmtheater, Planetarium und Swiss Chocolate Adventure. Allein das Museum besuchten 497 182 Menschen. Die meisten stammen von ausserhalb der Stadt Luzern. Vor allem für Schweizer Schulen sind Ausflüge attraktiv: 2803 Klassen führten ihre Schulreise im letzten Jahr Richtung Luzern.



Luzerner Theater

In der Spielzeit 2014/15 besuchten 68 427 Personen das Luzerner Theater. Rund die Hälfte davon stammte von ausserhalb der Stadt Luzern. Exakt 13 282 Menschen reisten aus den Agglomerationsgemeinden Adligenswil, Buchrain, Dierikon, Ebikon, Emmen, Horw, Kriens, Meggen, Rothenburg und Schwarzenberg an. Aus dem restlichen Kantonsgebiet kamen 8394 Personen, von ausserhalb 11 754 Personen und aus dem Ausland 161 Personen.

Märt

Eine offizielle Fussgängerzählung hat es 2012 an den Tag gebracht: An einem Samstag zwischen 11 und 12 Uhr sind auf dem Rathaussteg mehr als 2600 Menschen unterwegs. Logisch, denn dann ist Marktzeit, «Märt».

Stets dienstags und samstags vormittags bieten Marktfahrende ihre frischen Produkte feil. Mehr als 110 000 Menschen spazieren an einem solchen Samstag über Luzerns Reussbrücken.

Weit mehr als die Hälfte davon stammen von ausserhalb der Stadt.



REPORTAGE

Neubad

Das Netzwerk Neubad im ehemaligen Hallenbad Biregg ist ein kultureller und kreativ-wirtschaftlicher Schmelztiegel der besonderen Art. Es bündelt das kreative und zukunftsorientierte Potenzial der Zentralschweiz mit rund 300 Anlässen pro Jahr und bietet viele Arbeitsplätze und Büromöglichkeiten. Letztes Jahr haben 83 500 Personen das Neubad besucht, davon waren allein 53 200 als Gäste im hauseigenen Bistro.





SGV

Auf Schweizer Seen und Flüssen sind jährlich rund zwölf Millionen Passagiere unterwegs. Die Schifffahrtsgesellschaft Vierwaldstättersee ist mit rund 2,5 Millionen Passagieren in etwa auf gleicher Höhe mit ihrem Genfer Pendant und landesweit führend. Die Mehrheit der Gäste stammt aus der Schweiz (75 Prozent), davon sind 45 Prozent aus der Zentralschweiz. Asien kommt auf fünf Prozent, also rund 125 000 Passagiere, wovon allein 70 000 aus China stammen.

LUZERN IN ZAHLEN



ZWISCHEN 2001 UND 2011 HAT DIE ZAHL VON REGELMÄSSIGEN MIT AUTOS FAHRENDEN EINWOHNERN IN DER STADT UM MEHR ALS **12%** ZUGENOMMEN. (IN ZÜRICH IST SIE UM 4% ZURÜCKGEGANGEN.)

21'219 MENSCHEN KOMMEN TÄGLICH VON AUSWÄRTS IN DIE STADT UND GEHEN SELBENTAGS WIEDER.

IN LUZERN HAT ES AM ZWEITMEISTEN AUTOS PRO KOPF IN DER SCHWEIZ FAST **450** AUTOS PRO **1000** EINWOHNER (NUR IN LÖRANO GIBTS MEHR: 600)

DER VELDVERKEHR HAT IN DEN LETZTEN ZWEI JAHREN UM **10%** ZUGENOMMEN.

23,5% ALLER LUZERNER SIND AUSLÄNDER DAS IST UNTERDURCHSCHNITTLICH WENIG.

IN KNAPP **50%** ALLER HAUSHALTE IN LUZERN LEBT NUR **1** PERSON.

PRO KOPF WOHNT DER LUZERNER AUF RUND **45** QUADRATMETERN. DAS IST REKORD IN DER SCHWEIZ!

PRO **1000** EINWOHNER HAT LUZERN **2.16** HEKTAREN ERHOLUNGSRAUM (SPORT UND FREIZEIT) NUR, BEER UND WINTERTHUR HABEN MEHR.

LUZERN HAT PRO JAHR RUND **8.8 Mio.** TAGESGÄSTE.

LUZERN HAT **8 FREI** PRAKTIZIERENDE ÄRZTE PRO **1000** EINWOHNER. DAS IST WENIG.

AUF **100** EINWOHNER KOMMEN **84** ARBEITSPLÄTZE.

INTERNATIONALE TAGESGÄSTE GEBEN IN LUZERN PRO TAG RUND **350 FR.** PRO KOPF AUS.

DER TOURISMUS SETZT IN DER STADT DIREKT ÜBER **1 MILLIARDE** FRANKEN UM.

11239 MENSCHEN ARBEITEN IN LUZERN DIREKT IM BEREICH TOURISMUS.

PRO TAG TUMMELN SICH RUND **156'000** MENSCHEN IN DER STADT.

PRO JAHR MACHEN TOURISTEN IN UND VON LUZERN ZWISCHEN **250** UND **500 Mio.** FOTOS.

WENN MAN DAVON AUSHEHT, DASS JEDER **50.** TOURIST **1** POSTKARTE SCHREIBT, SO KOMMT MAN AUF ÜBER **500** POSTKARTEN, DIE PRO TAG AUS LUZERN VERSENDET WERDEN.

6,5% DER STADT SIND ERHOLUNGSRÄUM.

HIRSCHMATT UND NEUSTADT IST DABEI FÜHREND. **67%**

LUZERN IST IM SOMMER DIE ALPENDESTINATION NR. **1** UND DAS INTERNATIONAL!

ÜBTRAS GANZE JAHR GESEHEN IST LUZERN DIE DESTINATION NR. **2** IM INTERNATIONALEN ALPENRAUM.

DIE GRÖSSTEN SORGEN DER LUZERNERINNEN UND LUZERNER

Verkehr, Mobilität, Erreichbarkeit

Steuern, Finanzen

Ausländerfragen

Sicherheit

Vorsorge

Energie, Umwelt

(Quelle: Befragung Kanton Luzern, Sorgenbarometer CS)

IST DAS WIRKLICH EIN PROBLEM?

DAS IST EIN PROBLEM. UND JETZT?



In Luzern stockt frühmorgens und am späten Nachmittag der Verkehr. In der Innenstadt steht an einem Werktag um 17 Uhr jedes Fahrzeug still. Wie kann man das ändern?

Die Mobilität ist in der Luzerner Bevölkerung die Sorge Nummer eins.

Konstruktive Vorschläge sind in einer emotional aufgeladenen Debatte gefragt.

WENN NICHTS MEHR GEHT

TEXT BRUNO AFFENTRANGER UND ANGEL GONZALO

Es wäre ganz einfach: Mobilität ist Verkehrsleistung von A nach B. Sie steht für die Erreichbarkeit von Geschäften und Einrichtungen. Es ist entscheidend für die Zukunft von Städten wie Luzern, wie diese ihre knappen Ressourcen an Raum, Flächen und Zeit neu organisieren. Denn es ist leider nicht ganz so einfach wie eingangs festgehalten: Wenn Mobilität in Immobilität kippt und alles nur noch stillsteht, kann man zuschauen, wie das Vermögen aller schwindet und das Einkommen sinkt. Nichts ist schlimmer für eine Stadt als lärmender, die Luft verpestender, enervierender Stillstand, der freie Flächen besetzt und die Menschen verdrängt.

In der Lösungsdiskussion geht es längst nicht mehr um die alten Grabenkämpfe Autos versus Bus, Velo oder Bahn. Das ist eine ewiggestrige Art zu streiten, die den Blick für Neues und Gewagtes verstellt. Es geht schlicht um das Finden einer neuen Mobilitätskultur für die Massen und für alle Individuen.

Anderer Städte verfolgen in ihrer Neuorganisation von Mobilität und Erreichbarkeit zwei Stossrichtungen: Einerseits die Entwicklung von ökologischen und effizienten Fahrzeugkonzepten, die über den Individualverkehr gehen und im städtischen Verkehrskontext einen Beitrag leisten. Andererseits das Konzept des Verdichtens. Die Bevölkerungszunahme in den Städten erfordert ein verdichtetes Bauen wie auch einen ökonomischen Umgang mit Raum und Boden. Luzern bildet hier keine Ausnahme.

Die Lösungsansätze in der Welt für die drängende Mobilitätsfrage sind zum Teil verblüffend (siehe Box «Darum in die Ferne schweifen» auf Seite 33) und stets Teile eines grossen Planes. Im bolivianischen La Paz helfen städtische Seilbahnen, die übrigens aus dem Kanton Schwyz stammen. Im Stadtstaat Singapur sorgt ein Tropfenzähler für weniger Autoverkehr. Das Portemonnaie steuert alles. In Somerville, Massachusetts, planen Audi und VW zusammen mit der Regierung eine Stadt, die den Strassenverkehr verschwinden, die Verkehrsmittel selber parkieren und freie Lebensflächen entstehen lässt. Es lohnt sich für Luzern, über den Tellerrand hinauszublicken – und die ideologischen Scheuklappen abzulegen. Wenn alles stillsteht, bleibt Zeit zum Nachdenken. Nutzen wir sie!

Wer in einer Stadt lebt, hat mehrere Möglichkeiten, seine Ziele zu erreichen: mit dem Velo, zu Fuss, mit Bus oder Bahn. Gerade in Luzern liegen alle Ziele nah beieinander, die Innenstadt ist ein Fussgängerparadies, was die Nutzerzahlen (siehe Box unten «Wie mobil sind wir?») beweisen. Doch wer in die Stadt zur Arbeit, zum Einkaufen oder in den Ausgang fährt, hat es schwieriger. Durch gute, durchdachte Mobilitätspolitik steigt nicht nur der Wohlstand, die Stadt kann auch Pluspunkte bei der Bevölkerung sammeln. Sie darf es sich aber nicht mit einzelnen Anspruchsgruppen verscherzen. Das ist das Schwierige beim Finden der allumfassenden Lösung. Einseitige Verkehrseinschränkungen beispielsweise

sind gefährlich für die wirtschaftliche Entwicklung einer Stadt. Gerade Luzern weist einen lebhaften Einzelhandel auf, der jedoch zunehmend monoton wird (siehe unser grosses Gespräch ab Seite 40). In der Innenstadt florieren (noch) Gewerbe und Betriebe, die auf zielgenaue und pünktliche Zulieferung angewiesen sind.

Eine einzige Antwort auf alle Fragen existiert nicht. Es braucht Kreativität und mutige Entscheidungen für einen Befreiungsschlag und daneben viele kleinere Lösungen, die zum Schluss in dieselbe Richtung zielen. Ein noch zu diskutierendes Parking Musegg in der Innenstadt kann ein solcher, befreiender erster Schritt sein. Vielleicht ist es etwas anderes. Die konstruktive Debatte ist eröffnet.

WIE MOBIL SIND WIR?

Das Bundesamt für Statistik, jenes für Raumentwicklung und die Statistiker des Kantons Luzern können aufklären, wie weit sich eine Person in der Stadt Luzern pro Tag fortbewegt – und mit welchen Verkehrsmitteln. Die letzten Hochrechnungen stammen aus dem Jahr 2010:

Zu Fuss	2,6 km
Velo	1,1 km
im Auto als Fahrer	13 km
im Auto als Mitfahrer	3,3 km
mit der Bahn	12,6 km
mit Bus, Postauto	2,1 km

Interessant sind die Zeiten, die wir pro Verkehrsmittel und Tag einsetzen:

Zu Fuss	38 Min.
Velo	5 Min.
im Auto als Fahrer	18 Min.
im Auto als Mitfahrer	6 Min.
mit der Bahn	11 Min.
mit Bus, Postauto	8 Min.

«DARUM IN DIE FERNE SCHWEIFEN»

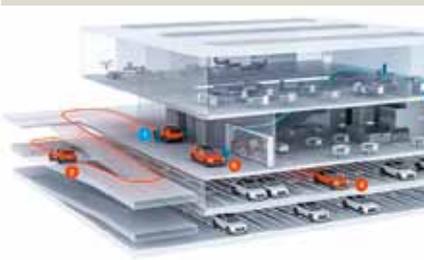
Die Lösung für eine optimale Erreichbarkeit von Innenstädten gibt es nicht. Doch es existieren Lösungsansätze, die wie die einzelnen Instrumente in einem Orchester für die gute Gesamtmusik sorgen können. Es lohnt sich dabei, in die Ferne zu schweifen und den Blick auf internationale Entwicklungen zu legen. Ein paar Beispiele für Lösungen im Ausland:



LA PAZ, BOLIVIEN: SCHWEBEND

Der Fussgängerverkehr in der bolivianischen Hauptstadt ist eminent wichtig. Deswegen wird er entsprechend gefördert. In La Paz sind bereits drei Stadtseilbahnlinien in Betrieb. Weitere werden in den nächsten Jahren folgen, weil die Staatsregierung dies in ihrem Masterplan

für die Hauptstadt so vorsieht. Projektiert und gebaut werden sie von der Schwyzer Seilbahnherstellerin Garaventa. CEO Istvan Szalai ist überzeugt, dass dieses Konzept als sinnvolle Ergänzung zu den bestehenden Verkehrssystemen Schule machen wird.



SOMERVILLE, USA: AUFRÄUMEND

In urbanen Gebieten sind kreative Ansätze zur Lösung von Verkehrsproblemen besonders gefragt. Somerville, nach dem Silicon Valley der am schnellsten wachsende Wirtschaftsraum in den USA, macht es mit einem Pilotprojekt vor. Zusammen mit Audi und dem VW-Konzern

will die Stadt im Bundesstaat Massachusetts die öffentlichen Flächen richtiggehend aufräumen. Der Verkehr verschwindet unter den Boden und mit dem Bau eines Parkhauses für selbstparkierende Autos können bis zu sechzig Prozent der bisher benötigten Fläche eingespart werden. Treppenhäuser und Aufzüge entfallen, Fahrzeuge lassen sich durch die elektronische Steuerung in mehreren Reihen dicht hintereinander aufstellen. Der angenehme Nebeneffekt: Wenn Autos selber einparkieren, kann auch die chronische Parkplatzsuche reduziert werden. In manchen Städten verursacht dieser Suchverkehr in Stosszeiten bis zu dreissig Prozent des Verkehrsaufkommens. Ein weiterer Denkansatz in Somerville will die ungenutzte Zeit von Fahrzeugen verkleinern. Heute stehen Autos die meiste Zeit herum. Sie könnten morgens und abends von Pendlern genutzt, tagsüber von weiteren Verkehrsteilnehmern in einer Art Carsharing geteilt werden.



SINGAPUR: REIZEND

Im Stadtstaat in Südostasien ist alles noch ein wenig organisierter als in der Schweiz. Wenn man hier von Roadpricing spricht, dann wird es auch gleich richtig angeordnet und gemacht. Roadpricing meint: Man bezahlt für die Durchfahrtsrechte in der Innenstadt. Die Preise sind je nach

Tageszeit und Belastung der Strasse unterschiedlich. Fahren wenige, ist es billiger und schneller (bis zu zwanzig Prozent schneller). Droht Stau, wirds unglaublich teuer. Alles organisiert mittels Technologie. Damit schafft es die Stadt, Aneize zu schaffen, die direkt im Portemonnaie zu spüren sind. Zu Spitzenzeiten fahren 25 000 Autos weniger als früher.

PROJEKT MUSEGG PARKING – DAS STECKT DAHINTER

Die Projektarbeiten für eine unterirdische Parkinganlage für Autos und Reisebusse im Musegghügel laufen auf Hochtouren. Das Unternehmen ist privat finanziert und hat zum Ziel, die Innenstadt Luzerns aufzuwerten. Das Vorhaben ist umstritten. Wir beleuchten die Positionen und bringen die Fakten.

TEXT ANGEL GONZALO

Die Dimensionen für die Stadt Luzern sind beträchtlich: Im Musegghügel soll für rund 150 Millionen Franken eine unterirdische Parkinganlage entstehen. Bis zum Jahr 2022 würde gebaut. Die Kaverne soll dereinst Platz für 36 Reisecars und rund 660 Autos bieten. Damit verfolgen die privaten Promotoren zwei Ziele: Einerseits wollen sie die emotional aufgeladene Car-Problematik Schwanenplatz lösen, andererseits legen sie den Stadtbehörden ein Instrument in die Hände, damit diese ihre eigenen Ziele umsetzen kann. Damit wertet sie die Innenstadt auf, indem sie neue Flächen nutzbar macht. Flanieren und Pausieren wird möglich.

Aufwertung der Innenstadt

Der Boden ist knapp. Heute besteht in der Innenstadt kaum Spielraum, um alle Anspruchsgruppen glücklich machen zu können. Wohin sollen die Reisecars fahren und wo sollen sie parkieren, wenn sich die Luzerner Bevölkerung daran stört? Wie kann man in der Innenstadt mehr Raum schaffen, ohne das gewohnte Strassenbild zu verändern und damit Fahrspuren zu verschieben und Parkplätze aufzuheben? Heute zählt Luzern 72 Carparkplätze und neun reine Halteplätze für Reisebusse, verstreut auf sechs Standorte in der Stadt – eine suboptimale Situation, zumal unterschiedliche Zu- und Abfahrten unerwünschten Mehrverkehr verursachen.

Der Luzerner Stadtrat hat im letzten Jahr in seiner strategischen Gesamtpla-



Wenn die Reiseautos weg sind, kann der Schwanenplatz neu genutzt werden: Wir plädieren für eine Freifläche wie auf dem Zürcher Sechseläutenplatz.

DAS PROJEKT

Das Musegg Parking rechnet mit sieben Anhalte- und 36 Parkplätzen für Reisebusse sowie mit 660 Parkplätzen für Personenwagen auf vier Etagen. Über eine 400 Meter lange unterirdische Zufahrt ab dem örtlich und architektonisch noch nicht fixierten Eingangsportal gelangen die Fahrzeuge ins Parkingareal. Ein hundert Meter langer Fussweg führt bis ins Stadtzentrum. Unabhängig von parteipolitischen Überzeugungen birgt das Projekt Vor- und Nachteile, worüber ab sofort ein sachlicher Diskurs notwendig ist. Einige Fragen sind ungelöst. Zum Beispiel diese: Wie viele bisherige Parkplätze müssen im Stadtgebiet aufgehoben werden, damit kein Mehrverkehr entsteht? Und: Passt Musegg in die langfristige Verkehrsplanung des Kantons Luzern?

nung der Entwicklung der Innenstadt eine hohe Priorität eingeräumt. Sie soll die «Visitenkarte Luzerns» werden. Das Planungsinstrument, welches den Zeitraum von 2015 bis 2019 umfasst, möchte das Stadtzentrum vom Durchgangsverkehr befreien. Prognosen zur Entwicklung des Verkehrs rechtfertigen dieses Ansinnen: Bis 2030 wird der öffentliche Verkehr um vierzig Prozent, der Autoverkehr um zwanzig Prozent zunehmen. Das ist eine Folge der immer stärker werdenden Verflechtung zwischen der Stadt und ihren Agglomerationsgemeinden sowie Ausdruck der Bedeutung und Anziehungskraft Luzerns als international renommierte und stark frequentierte Tourismusdestination. Luzern ist das urbane Zentrum der Zentralschweiz. Just im kommenden Herbst wird der Stadtrat in seiner

Gesamtverkehrsplanung ein Konzept zum Themenkomplex «Parkplätze» präsentieren. Das in Luzern seit Jahren vehement diskutierte Reiseauto-Thema wird darin einen besonderen Platz einnehmen.

Shopping unter freiem Himmel

Die Anziehungskraft Luzerns geht einher mit einem breiten Angebot von Gastronomie, Hotellerie, Detailhandel und Kleingewerbe. Für diese Sektoren sind die Magnetwirkung der Stadt und ihre Attraktivität matchentscheidend, davon hängt deren wirtschaftliche Prosperität ab. Es ist längst bekannt, dass Einkaufszentren in städtischen Agglomerationen ihre bauliche Anordnung und Angebote an organisch gewachsenen Strukturen, wie sie zum Beispiel die Luzerner Innenstadt bietet, orientieren und eine Vielfalt an Pro-

dukten und Dienstleistungen anbieten. Für Luzerns Attraktivität sprechen seine bevorzugte Lage, sein historisch gewachsener Kern sowie die vielfältigen Kultur- und Freizeitangebote. Diese Rahmenbedingungen gilt es achtsam zu pflegen und weiterzuentwickeln. Doch erst, wenn die Luzerner Zentrumsareale genauso gut erreichbar sind wie die Einkaufszentren, können die Stärken dieser Stadt weiterhin zum Tragen kommen. Diese Erkenntnis teilt sinngemäss der Thuner Wirtschaftsberater Andreas W. Maurer am Beispiel des im Bau befindlichen Parkhauses unter dem Schlossberg in Thun. (siehe Box «Thun baut Parkplätze in den Berg» auf Seite 35).

Die privaten Initianten einer unterirdischen Parkinganlage mit Busterminal wollen das Gesamtverkehrssystem in Luzern signifikant entlasten. Das Projekt soll ei-

DREI PROZENT RENDITE SIND NORMAL

Die grosse Mehrheit der Parkhäuser in der Schweiz wurde in den Sechziger- und Siebzigerjahren gebaut. Innerhalb von zehn Jahren hatte sich die Zahl der Personenwagen mehr als verdoppelt – von 509 279 Autos (1960) auf 1 383 204 (1970). Nach diesem Boom ist es wegen des politischen Widerstandes und wegen des knappen Bodens in den Grossstädten schwieriger geworden, neue Parkhäuser zu bauen. Über ihre Anzahl in der Schweiz existieren keine genauen Angaben. Die grossen

Parkhausbetreiber sind im Verein ParkingSwiss zusammen geschlossen, laut dem die Zahl der Parkhäuser in der Schweiz bei 2000 Einrichtungen liegen. Parkhäuser werden direkt durch die öffentliche Hand oder eine Aktiengesellschaft im Auftrag einer Gemeinde betrieben. Die Parkhaus Thun AG ist ein stellvertretendes Beispiel (siehe Box «Thun baut Parkplätze in den Berg» auf Seite 35). «In den letzten Jahren war die Bautätigkeit in den kleinen und mittleren Zentren etwas grösser», sagt Alain Chaney, Geschäftsführer der Wüest & Partner, einem Beratungsunternehmen für Immobilien und Raumentwicklung in Bern. Chaney hat in

einer Studie Daten über in der Schweiz ausgewertet. Thun mit ihren mutigen Grossprojekten sei kein Einzelfall: «Vor allem in kleineren Städten ist es verhältnismässig einfacher als in Grossstädten, Platz für ein neues Parkhaus zu finden.» Es fehlen Angaben über die Rentabilität von Parkhäusern. Wüest & Partner gehen davon aus, dass ein Parkhaus in der Schweiz im Durchschnitt rund vier bis fünf Prozent Rendite abwirft, durchaus vergleichbar mit jener, welche vermietete Büros generieren. Insider sprechen von mittlerweile drei Prozent Rendite. Allgemein gilt, dass Parkhäuser an zentral gelegenen Standorten mit einer Rund-

um-die-Uhr-Auslastung gewinnbringender sind, als Parkhäuser in kleineren Ortschaften oder an Siedlungsrändern wo die Fahrzeuge nur stundenweise abgestellt werden. In Luzern sind das Bahnhofparking und jenes im Eisfeld je ein positives und ein negatives Beispiel. Das Bahnhofparking boomt und erbringt den Nachweis einer Nachfrage im Innenstadtbereich, das Eisfeld darbt.



Das Parking mit einem Zugang zur Altstadt (Skizze links) steckt noch in den Kinderschuhen. Im Musegghügel (Bild rechts) soll es zu liegen kommen.

Bilder: Emanuel Ammon, Aura/Luzern Tourismus

nen Schwanenplatz frei von Reiseumfahrungen ermöglichen und die Fahrten der Reisebusse entlang des Schweizerhofquais reduzieren. Das Interesse tourismusnaher Anbieter sowie der Geschäfte und Läden in der Innenstadt an einer nachhaltigen Lösung der Verkehrsproblematik ist offensichtlich. Auch die Bevölkerung hat ein handfestes Interesse daran. Dank einer dauerhaften unterirdischen Parkinglösung entstünde freier Raum, der sich neu denken lässt: Der Schwanenplatz könnte zum Beispiel zur Piazza werden, der St. Karliquai zur Verlängerung des Reussquais. Weitere positive Auswirkungen aufs Inseli oder auf den Löwenplatz wären denkbar.

Die Initianten wollen kein Parkhaus im klassischen Sinn bauen, sondern zusammen mit der Stadt ein Projekt entwickeln, welches eine ganzheitliche Lösung des ur-

banen Verkehrs darstellt und die Entlastung des Stadtzentrums zur Folge hat. Dennoch erheben sich gegen das Parkhaus Musegg Stimmen, welche im Projekt keine wirkliche Lösung des Verkehrsproblems erkennen können. Dieses verschiebe bloss die Problematik innerhalb der Stadt vom Schwanenplatz zur Geissmattbrücke. Es verschlechtere die Lebensqualität in einem ohnehin vom Verkehr stark belasteten Stadtteil.

Die privat finanzierte Musegg Parking AG möchte bis 2017 für rund 1,8 Millionen Franken ein Vorprojekt ausarbeiten, bevor es zur Abstimmung kommt. Seit Herbst 2015 besteht ein Zusammenarbeitsvereinbarung mit der Stadt Luzern. Während die privaten Initianten die technischen Fragen im Berg lösen, widmet sich die Behörden dem Verkehrsfluss und dem Potenzial für

die Aufwertung der Innenstadt. Entscheidend ist aber die Frage, ob es der Schicksalsgemeinschaft von Privaten und Behörden gelingt, den unterschiedlichen Anspruchsgruppen die positiven Auswirkungen auf die Stadt glaubhaft zu vermitteln. Sie muss einen politischen Prozess in die Wege leiten helfen, welcher die Chancen auf eine Realisierung erhöht.

Das Projekt birgt eine paradoxe Gefahr in sich: Gerade jene Kreise, die aus Prinzip für eine Einschränkung des motorisierten Privatverkehrs sind, könnten sich diesem Projekt verwehren, das im Grunde dasselbe anstrebt wie sie: weniger Durchgangsverkehr und eine verbesserte Aufenthaltsqualität im Stadtraum für Bevölkerung und Gäste. Die Ziele sind dieselben, doch über die Wege dahin ist man sich noch uneins.

THUN BAUT PARKPLÄTZE IN DEN BERG

Obwohl Parkhäuser vielfach einen schönen Gewinn abwerfen (siehe Box «Drei Prozent Rendite sind normal» auf Seite 34), haben sie es schwer. Politisch sind sie umstritten. In Thun zeigt sich das exemplarisch. Das Thuner Schloss mit seinen vier Türmen und die Stadtkirche stehen markant auf einem Hügel. Darunter wird seit 2016 gebohrt. Die 130-Tonnen-Bergbaumaschine frisst sich durch den Schlossberg. Bis 2018 entsteht ein unterirdisches Parkhaus für 300 Autos.

Andreas W. Maurer, selbstständiger Wirtschaftsberater und Geschäftsführer der Parkhaus Thun AG, erläutert die Absicht: «Die Idee ist, dass man den motorisierten Individualverkehr möglichst nah an die Stadt, aber nicht in die Stadt heran, aber nicht in die Stadt hineinführen. Dafür muss man entsprechende Parkiermöglichkeiten schaffen.» Thun baut gleich zwei neue Parkhäuser – neben jenes im Schlossberg ein weiteres im Bahnhofareal – und hebt dafür in der Innenstadt bestehende Parkplätze auf. Damit soll der Stadtkern attraktiver werden – und dies in Hinblick auf die grossen Einkaufszentren am Rand der Stadt. Auch in Thun hat man

erkennt, dass mit dem Bauen von Einkaufszentren auf der grünen Wiese, die zudem noch meist günstig oder gar gratis Parkplätze anbieten, die Innenstädte oft ins Hintertreffen geraten. Thun will, so Maurer, mit diesen Parkhäusern Gegensteuer geben. Rund 45 Millionen Franken kostet alleine das unterirdische Parkhaus im Schlossberg. Das ist viel Geld für 300 Parkplätze – auch im Vergleich zu anderen, neuen Parkhäusern in der Schweiz. Teuer macht es vor allem das Bergbauverfahren. Privates Geld sowie zusätzliche Mittel aus Quersubventionen der bestehenden Parkhäuser haben es möglich gemacht, das politisch umstrittene Projekt zu

realisieren. Die derzeit ausserordentlich günstige Zinssituation auf dem Kapitalmarkt hat das Projekt zusätzlich beflügelt. Bereits 1965 gab es in Thun die Idee für eine Autoeinstellhalle im Schlossberg – bis zum knappen Ja an der Urne im Jahr 2012 dauerte es allerdings fast fünf Jahrzehnte. Für Maurer ist eines klar: «Für die einen ist das Projekt ein Ding des Teufels, für die anderen ein Segen. Für mich ist es eine wichtige Voraussetzung dafür, dass eine Stadt überhaupt florieren und überleben kann.»

Ihr Makler in der
Stadt Luzern!

Freue mich auf
Ihren Anruf!

Pablo Hunziker
Remax Exklusiv Luzern, Pilatusstrasse 34
CH-6003 Luzern, T 079 555 46 86



Meine Immobilie. Mein Zuhause.



MAGAZINE DESIGN MADE IN LUCERNE



Abgestimmt auf Ihre Marke und Ihre Botschaft entwickeln, gestalten und produzieren wir Geschäftsberichte, Kunden- und Mitarbeiterzeitschriften sowie Publikumsmagazine. Unsere Kernkompetenz liegt seit jeher in der Unternehmenspublizistik, dem Corporate Publishing. Dabei spricht unser Magazindesign eine ganz bestimmte Sprache: die Ihrer Leserinnen und Leser. Besuchen Sie uns. aformat.ch

aformat
kommunikation und design

DAS SIND DIE MINUS- UND PLUSPUNKTE EINES PARKINGS MUSEGG



Das Projekt belastet einzelne Quartiere mit **Emissionen** in der Bau- wie in der Betriebsphase.

Der **Verkehrsfluss** wird im stark frequentierten Reussmattquartier beeinträchtigt.

Das Projekt entschärft das **Parkierproblem** nur zum Teil, vor allem, wenn allzu viele Parkplätze in der Innenstadt aufgehoben werden.

Die **Carfahrten** zu und von den Hotels bleiben.

Ein privates Investorenprojekt auf öffentlichem Grund ist **politisch** wie **juristisch** sensibel.

Das Projekt ist **bautechnisch** komplex und nur über eine lange Zeit amortisierbar.

Die Ausbau- und Veränderungsmöglichkeiten des Vorhabens sind **topographisch** beschränkt oder sie sind zumindest noch nicht restlos geklärt.



Das Projekt entlastet die neuralgischen Zonen der Luzerner Innenstadt vom **Reisecarverkehr**.

Die unterirdische Anlage schont die städtischen **Bodenressourcen**. Es entsteht zusätzlicher Raum im Zentrum für Flanierzonen und Anlagen.

Der Verkehr in der Innenstadt wird **beruhigt**. Dadurch haben der öffentliche Verkehr, die Velofahrer und die Fussgänger mehr Platz.

Das Projekt ist überschaubar und nach vier bis sechs Jahren **Bauzeit** abgeschlossen.

Der **Suchverkehr** wird reduziert, weil weniger Autos und Cars durchs Zentrum fahren.

Die **Erreichbarkeit** wird dank direkter Zu- und Abfahrten über die Hauptverkehrsachsen verbessert.

Der Eingang zum «Einkaufs- und Erlebniszentrum» Luzern erfolgt komfortabel und trocken über kurze **Gehdistanzen**.

Die entstehenden Kavernenräume im Musegghügel können für andere Dinge genutzt werden. Technologischer **Fortschritt** kann adaptiert werden.

«WIR BRAUCHEN GROSSE, VISIONÄRE MENSCHEN»

Warum geraten umfangreiche Bauvorhaben immer zu gross oder zu klein? Und weshalb wird es besonders in Städten schwieriger, sie überhaupt zu realisieren? Wie kann es trotzdem gehen? Josef Felder, ehemaliger Direktor des Flughafens Zürich in Klotten und heutiger Verwaltungsrat von verschiedenen Unternehmen, weiss Antworten.

INTERVIEW **BRUNO AFFENTRANGER**

STADTSICHT: Kann man ein Grossprojekt in der richtigen Dimension bauen?

Josef Felder: Man baut immer zu gross oder zu klein. Aus zwei Gründen: Zwischen der Erstplanung und der Realisierung von Infrastrukturbauten vergeht sehr viel Zeit. Vorgegebene Planungsschritte, Vernehmlassungen wie Volksabstimmungen oder anderes mehr verlangsamten den Prozess. Die Entwicklung einer Gesellschaft jedoch geht organisch oder gar linear vor sich. Diese beiden Tempi sind verschieden. Zweiter Grund: Die Digitalisierung führt dazu, dass die Veränderung der Menschen, ihres Konsumverhaltens und ihrer Ansprüche sehr viel schneller vonstatten geht. Alles ist volatiler. Alles ist flexibler.

Können Sie das anhand eines Beispiels ausführen?

Heute besteht nicht nur bei jungen Menschen immer mehr der Anspruch, jetzt und sofort die Bedürfnisse befriedigen zu können. Das wird durch die Digitalisierung noch beschleunigt. Und dem steht zum Beispiel der Begriff Eigentum gegenüber. Extreme Kurzfristigkeit trifft auf extreme Langfristigkeit. Das führt zu Konflikten und – das glaube ich – zur Auflösung von

unseren gewohnten, langfristigen Sicherheiten. Sharing Economy, die Wirtschaft des Teilens, ist nichts anderes als ein Resultat davon. Wer will in dreissig Jahren zum Beispiel noch ein Auto besitzen? Man wird teilen, man wird durch die Woche dieses Fahrzeug fahren und am Wochenende vielleicht mal ein Cabriolet. In den Städten sehen wir diese Entwicklung schon heute. Sie hinterfragt gewohnte Infrastrukturüberlegungen und -anforderungen.

Was ist schwierig daran, wenn alles schneller und flexibler geschehen soll?

An sich ist das nicht schwierig. Aber wenn sich auf der einen Seite das Konsumverhalten der Menschen schnell ändert und noch schneller befriedigt werden muss, und auf der anderen Seite die Dichte an Regulierungen, Gesetzen und Vorschriften zunimmt und sowieso schon langsame Planungen und Bauphasen verlängert, dann kriegt jedes Projekt und kriegen wir alle ein Problem. Ich sehe einen Widerspruch zwischen langfristigen Prozessen von Projekten und der Beschleunigung in unserem Leben. Deshalb wird man nie die richtige Grösse zu einem Zeitpunkt x treffen können.

Wirds schlimmer?

Die Langsamkeit auf der einen Seite, verursacht durch die Zunahme der Regulierung, und das Tempo auf der anderen Seite haben in den letzten vier, fünf Jahren nochmals zugenommen.

Sind denn grosse Bauvorhaben überhaupt noch realisierbar?

Infrastruktur wird noch wichtiger. Es braucht grosse Bauvorhaben. Jedoch sind sie schwieriger in der Umsetzung, vor allem in einem gesättigten Umfeld. Man kann mit Menschen nicht über Zukunftsprojekte reden, wenn es ihnen gut geht.

Man kann schon reden, aber man hat dann nur geredet und nichts getan.

Stimmt. Wenn die Margen hoch und die aktuellen Bedürfnisse befriedigt sind, ist es schwierig, Menschen von der Notwendigkeit neuer Infrastrukturbauten zu überzeugen.

Eigentlich ist das alles sehr frustrierend: Planer von grossen Würfeln schauen dem eigenen Versagen immer schon früh in die Augen. Sie dürfen nicht bauen, und wenn, dann bauen



«Man muss bei Bauprojekten immer über mögliche Umnutzungen nachdenken. Fixe, starre Grossbauvorhaben sind passé.»

JOSEF FELDER

JOSEF FELDER

war von 2000 bis 2008 CEO der Flughafen Zürich AG (Unique). Seit 2008 ist der gebürtige Wolhuser unabhängiger Verwaltungsrat in verschiedensten Unternehmen. Unter anderem arbeitet er in den Verwaltungsräten von Stöckli, Amag, Pro Juventute und der Luzerner Kantonalbank.

sie sicher falsch, nämlich zu klein oder zu gross.

Das ist in der Tat frustrierend. Es gibt aber eine Antwort darauf.

Die da wäre?

Der Planer muss ebenfalls beweglicher werden. Er muss die Flexibilität der Zukunftsentwicklung einrechnen. Ein Planer, der heute nur noch Pläne abliefern und diese danach zwanzig Jahre lang ohne Veränderungen umsetzt, hat keine Chance.

Was gilt es zu bedenken?

Man muss immer über mögliche Umnutzungen nachdenken, über Anpassungen. Fixe, starre Grossbauvorhaben sind passé. Wer plant, muss wissen, dass zum Schluss nach vielleicht zwanzig Jahren Realisierungszeit vieles ganz anders aussehen wird, als man am Anfang geplant hat. Heute müssen alle grossen Infrastrukturprojekte so gedacht werden, dass sie eine gute Hülle ergeben, die im Innern flexibel nutzbar sein wird.

In einer Volksabstimmung wird die Öffentlichkeit aber schon sehr früh verbindliche Aussagen über das Endprodukt haben wollen. Wie geht das zusammen mit flexiblen Planänderungen?

Die Politik und die Gesellschaft müssen sich der angesprochenen Tempoentwicklungen bewusst werden und dies vermehrt diskutieren. Zudem müssen sich Planer von traditionellen Vorstellungen lösen und aus ihrer eigenen Welt heraustreten. Sie müssen die Unberechenbarkeit der Zukunftsschau akzeptieren lernen – und flexibel darauf reagieren.

Sie haben den Leidensdruck erwähnt. Heisst das, dass eine Stadt erst

den Stau in den Strassen schaffen muss, bevor sie Baumassnahmen mit demokratischer Mehrheit durchsetzen kann?

So ist es. In wachsenden Märkten sorgt allein der Glaube an die Zukunft für die Baumentscheide. Wir beneiden diese Kraft natürlich. Bei uns fallen Diskussionen über einen Ausbau des Bahnhofs, über die Erweiterung der Autobahn oder den Bau eines Parkhauses ganz anders aus. Sie sind von einem Leidensdruck geprägt, der wächst, aber bei einigen Projekten noch nicht gross genug ist.

Das heisst, dass erst Leiden Neues schafft. Diese Vorstellung ist schwer auszuhalten.

Das ist ernüchternd. Wir brauchen an bestimmten Stellen immer grosse, visionäre Menschen, die Überzeugungskraft besitzen und für das Neue stehen. Ohne diese Figuren sind schwer vermittelbare Projektnutzen nicht verständlich. Demokratische Entscheide fallen aus dem Moment heraus. Wer den unmittelbaren Nutzen nicht sieht, wird nie zustimmen. Und dann kommt erschwerend dazu, dass Leiden einfacher ist als Handeln.

Kann man die Innenstadt wie ein Kaufhaus planen? Wenn ja, wie? Wenn nein, was könnte man mindestens tun? Der Geschäftsführer Globus Luzern, David Simon, und die Inhaberin des Kreativbüros Fidea Design, Franziska Bründler, diskutieren über neue Ideen, über Trends und das Onlineverhalten der Kunden.

MACHEN WIR DAS SHOPPEN ZUM ERLEBNIS

DAVID SIMON UND FRANZISKA BRÜNDLER IM GESPRÄCH MIT BRUNO AFFENTRANGER, FOTOS MARCO SIEBER

Ladenlokale werden kleiner, das Internet hält Einzug in die Geschäfte. Täuscht der Eindruck oder werden wir gerade eben Zeuge der Neuerfindung von Verkaufslokalitäten?

Franziska Bründler: Der Detailhandel ist gefordert wie jede andere Branche auch. Retail, Taxi, Hotel, egal wo – die Veränderungen durch die Digitalisierung sind nicht zu stoppen. Geschäfte verschwinden. Gleichzeitig spüre ich die Angst des stationären Handels und sehe, wie die Anteile im Onlinebereich markant wachsen.

David Simon: Vielleicht sprechen Sie unseren neuen Auftritt an. Wir haben vor rund zwölf Jahren zum letzten Mal umgebaut. Jetzt haben wir das Erdgeschoss unseres Hauses an der Pilatusstrasse rundum erneuert.

Wie verändert sich Ihre Kundschaft derzeit?

Simon: In der Zentralschweiz wächst der Tourismus überdurchschnittlich im Vergleich zum Rest der Schweiz. Die Hotellerie im Herzen der Schweiz bewegt sich: In Engelberg entsteht ein neues Fünfsternehaus, der Bürgenstock kommt, Andermatt wächst. Das ergibt noch mehr Touristen, und dadurch nimmt unsere Kundschaft zu. Auf der Angebotsseite wird die Mall of Switzerland in Ebikon eine Ausweitung bewirken, die ich nicht fürchte, sondern als Ergänzung betrachte. Denn die Nach-

frage wird wachsen. Wir sind all diesen Bewegungen ausgesetzt und für uns ist deshalb klar: Wir müssen uns noch genauer und erkennbarer positionieren.

Sie sind wie alle anderen auch einer wachsenden Onlinekonkurrenz unterworfen und seit einiger Zeit selber sehr aktiv im Internet. Wie rüsten Sie beide sich für diese Herausforderung und wie lassen sich Online- und Offlinewelt verbinden?

Simon: Online und Offline sind das grosse Thema. Seit etwas mehr als zwei Jahren sind wir online dabei. Der stationäre Handel und das so genannte Offline-Einkaufen stellen unsere absoluten Stärken dar. Wir inszenieren dies und legen viel Kraft in die Bilder, in die Sortimente, in die Wahl der Aktionen, in Beratungen und Dienstleistungen.

Bründler: Ich habe das Gefühl, dass ihr jetzt im Onlinebereich richtig Gas geben.

Simon: Wir sind dabei, tasten uns an den richtigen Geschäftsmix heran und machen unsere Erfahrungen. Wir wachsen gegenwärtig online mit zweitstelligen Raten. Dennoch ist der Markt in absoluten Zahlen noch nicht gross. Er ist wichtig, weil wir mit unseren 13 Warenhäusern in der Schweiz nicht das ganze Land und alle Regionen mit stationärem Handel abdecken können. Für uns ist es wichtig, dass Kunden aus den Filialen, aber auch aus dem Netz bestellen und dass sie zum Beispiel über das Internet

bezogene Waren in unseren Häusern umtauschen. Online erweitert unser Dienstleistungsangebot.

Fahren Sie auch eine derartige Multichannel-Strategie, Frau Bründler?

Bründler: Fidea Design beliefert 300 Händler. Auf der anderen Seite betreibe ich einen Online-Shop und verkaufe meine Produkte an Konsumententagen direkt. Der Direkthandel übers Internet wird für uns wichtiger. Ganz anders funktioniert unsere Messe DesignSchenken in Luzern. Dort sind teilweise Aussteller zugegen, die extra in kleinen, entsprechend exklusiven Stückzahlen nur für eine Verkaufsdauer von drei Tagen produzieren. Ein solcher Anlass führt dazu, dass Kunden finden, sie müssten dringend während dieser wenigen Tage in der realen Welt an dieser Messe auftauchen. Nach diesen drei Tagen ist ein Verkauf aber online immer denkbar. Diesem Prinzip folgen übrigens viele Concept-Stores, die etwas real während einer gewissen Zeit vorführen, das später online während einer längeren Dauer gekauft werden kann.

Im Zusammenspiel Online-Offline drängt es sich demnach auf, das Angebot zunächst zu verengen und eine Nachfrage hervorzurufen, die dann online gedeckt werden kann?

Bründler: Das ist der Weg. Ich beobachte das gegenwärtig. Für den Kunden wird es



David Simon ist seit eineinhalb Jahren Geschäftsführer von Globus Luzern. Er ist seit über zwanzig Jahren im Detailhandel tätig und hat in verschiedenen Geschäftsformaten und Regionen in der Schweiz wertvolle Erfahrungen gesammelt. Seit zwölf Jahren arbeitet er bei Globus. Einst ist er als Verkaufslehrling an der Kapellgasse in Luzern gestartet.



Franziska Bründler ist Inhaberin von Fidea Design. Das Kreativbüro entwickelt, produziert und vertreibt unter dem gleichnamigen Label Designprodukte mit einem Twist, organisiert die Luzerner Designtage «DesignSchenken» und berät Firmen rund um die Themen Design, Marketing und Retail.

attraktiver, nur fünf Stück eines Sortiments zu sehen – nicht mehr. Das suggeriert eine gewisse Exklusivität. Dafür geht man in den stationären Handel, sprich, in den Laden. Das ist mit positiven Emotionen verbunden. Oder anders gesagt, für ein Einkaufserlebnis gehe ich in die Stadt. Wird mir das nicht geboten, kann ich die Bestellungen besser im Internet aufgeben. Es existiert für mich auch das Umkehrbeispiel aus Kundensicht: Kürzlich habe ich im Sportgeschäft Wirth in Luzern eine bestimmte Marke Turnschuhe gekauft. Ich bin exzellent beraten worden. Künftig kann ich mir nicht vorstellen, diese Marke online zu bestellen. Ich will dieses Erlebnis – diese Beratung – wieder haben, fühle mich verpflichtet und werde wieder ins Geschäft gehen. Falls sie die Grösse nicht an Lager haben, wäre es das Beste, wenn ich die Markenschuhe zum Schluss sogar nach Hause geschickt erhalten würde.

Simon: Ich erfahre von Kunden immer wieder, dass sie in unserem Haus vor allem den Service, die Beratung und die Ambiance mögen. Das ist für uns besonders wichtig, denn das Angebot im Markt ist gross. Umso mehr suchen wir natürlich nach diesen Verkaufsstücken, die einzigartig sind und ergänzen unser Sortiment damit.

Sie wandern auf dem schmalen Grat zwischen Spezialitäten, Besonderheiten und Breitenangebot, das mit gängigen Marken beim Kunden bereits vorhandene Erwartungen stillt.

Simon: Genau so machen wir es. Es ist aber nicht leicht, auf diesem Grat zu gehen, denn die Kunden sind oft enttäuscht, wenn es die Produkte nicht mehr gibt. Das ist die Krux mit der heute geltenden permanenten Verfügbarkeit von allem.

Bründler: Wer heute überleben will, der muss einen guten Service bieten. Bald startet die sogenannte Mall of Switzerland in Ebikon, das riesige Einkaufszentrum. Angesichts dessen muss man sich die Frage stellen, ob die Innenstadt Luzerns bereit ist, diese Herausforderung anzunehmen.

Sind die Dienstleistungen in der Innenstadt genug gut um die neue Konkurrenz auszuhalten?

Bründler: Es gibt klar Verbesserungspoten-

zial. Ein Blick auf die Ladenöffnungszeiten genügt da wohl. Diese sind nicht zeitgemäss und nicht gemacht für eine arbeitende Bevölkerung.

Wie lange und wann sollen denn die Läden geöffnet haben?

Bründler: Wenn ein Geschäft öffnen will, soll es offen sein dürfen. Wenn es sich lohnt, dann wird die Unternehmerin dies tun, wenn nicht, dann nicht. So einfach ist es doch. Wenn ein Unternehmen am Sonntag geöffnet haben möchte, weil eine Nachfrage besteht, dann kann man vier Arbeitsplätze schaffen und öffnen. Wo ist das Problem? Ich verstehe nicht, warum der Staat vorschreiben soll, dass dies nicht sein darf



Wie geht Business heute, wie morgen in der Innenstadt? Franziska Bründler, Bruno Affentranger (Mitte) und David Simon im Gespräch.

und das Gesetz nicht national gleich ist. Wird diese Flexibilisierung der Ladenöffnungszeiten nicht kommen, so wird der Onlinehandel das Thema erledigen. Dort ist während 24 Stunden an sieben Tagen in der Woche geöffnet. Das wird ein leidiges Verhalten im Konsum noch verstärken: Dass man nämlich – wenn man denn einmal unter der Woche Zeit dafür findet – die Beratung im Geschäft genießt, danach abends online bestellt und tags darauf das Bestellte nach Hause geliefert erhält. Ist diese Gewohnheit einmal verfestigt, hilft keine Flexibilisierung der Ladenöffnungszeiten mehr.

Würden Sie am Samstag nach 16 Uhr in der Innenstadt einkaufen gehen? Heute schliessen die Läden pünktlich um 16 Uhr.

Bründler: Mein Leben passt nicht in die aktuellen Öffnungszeiten.

Simon: Wir setzen uns exakt mit diesen Herausforderungen auseinander. Genau

dann, wenn der Verkaufshöhepunkt erreicht ist, schliessen wir unseren Laden. Am Samstag um 16 Uhr. Wir sind ziemlich das einzige Haus unseres Unternehmens in der Schweiz, das es so hält. Mein Anliegen ist, dass wir mindestens dieselben Voraussetzungen geniessen wie die Anbieter in den umliegenden Kantonen. Luzern bietet so viel. Diese kulturell und touristisch fantastische Stadt leidet aber darunter, dass sie ihr Einkaufserlebnis selber einschränkt. Alle Nachbarkantone gewähren längere Öffnungszeiten.

Wie lange würden Sie am Samstag öffnen, wenn Sie könnten?

Bründler: DesignSchenken hat jeweils am Samstag bis 20 Uhr geöffnet. Um 18 Uhr aber bricht der Verkauf ab. *Simon:* Das deckt sich mit meinen Erfahrungen. Mindestens bis 17 oder 18 Uhr sollten wir am Samstag verkaufen dürfen. Zürich und Schwyz öffnen bis 20 Uhr, Nidwalden bis 18 Uhr. Es ist eigentlich absurd, dass ausgerechnet Luzern so früh schliesst. Denn hier ist das attraktive Angebot in einem Gesamtpaket zu haben, das kein anderer Konkurrent vergleichbar bieten kann.

In dieser Stadt würde man nach dem Shoppen auch gleich bleiben.

Bründler: Ausserdem würde dadurch die bestehende Struktur besser ausgenutzt. Wer am Samstag nach Ladenschluss, zum Beispiel um 17 Uhr, einmal in der Altstadt an der Reuss einen Blick wagt, der sieht – ausser bei schönem Wetter – eine tote Stadt. Diese Stadt wird immer unattraktiver. Für die normale Bevölkerung und den Individualtouristen wird kulturell zwar viel geboten, aber einkaufstechnisch stehen sie im Schatten. Das ist keine positive Entwicklung.

Was braucht die Luzerner Innenstadt, damit sie als Kaufort attraktiver wird?

Bründler: Es braucht individuelle Angebote, die unvergleichlich sind. Zudem sind breitere Angebote nötig. Die Menschen kaufen ein, wenn sie die Gelegenheit haben. Ich komme wieder mit meinen drei Tagen DesignSchenken: Dort zahlen die Leute sogar Eintritt, damit sie einkaufen dürfen. Sie bezahlen natürlich, damit der Festivalcharakter finanziert ist. In den Erdgeschoss

in der Innenstadt müssen individuelle Angebote bereitgestellt werden, die nichts mit der Tourismus-, Uhren- und Luxusindustrie zu tun haben.

Simon: Die Angebotsvielfalt ist das A und O. Das gilt für ein Einkaufszentrum genauso wie für eine Einkaufsstadt. Klar, sind die Verhältnisse etwas verschieden. In der Stadt erschweren Themen wie Zugänglichkeit, Konjunktur, Heterogenität der Interessen und vieles mehr die Gesamtplanung.

Ist ein Kaufhaus mit seinen Laborbedingungen mit einer Kaufstadt überhaupt vergleichbar?

Simon: Es ist vergleichbar. Nur wenn eine Innenstadt mit ihrem Gesamtangebot attraktiv ist, kann sie Bewegung verzeichnen. Dabei meine ich das kulturelle genauso wie das Shopping-Angebot. Bewegungen führen zu Frequenzen in den vielen Geschäftslokalen in der Innenstadt.

Wie können Sie die einkaufspsychologischen Erkenntnisse, all das Wissen um den richtigen Angebotsmix und die Organisation eines Kaufhauses für eine Kaufinnenstadt adaptieren?

Simon: Das ist nicht ganz trivial. Die Studien der Stadt beschreiben das Detailhandelsangebot in der Innenstadt, das von Mode, Uhren, Schmuck und anderem mehr geprägt wird. Der Erfolg der einzelnen Segmente hängt davon ab, ob sie Erlebnisse kreieren. Zurück zu unserem Kaufhaus: Nehmen Sie das Beispiel unserer Delikatessenabteilung. Dort dominiert heute unter anderem das Prinzip der Erlebnisgastronomie. Heute sitzt man gerne in der Abteilung und lässt sich von der Umgebung inspirieren. Vor zwanzig Jahren wäre das unvorstellbar gewesen. Die Kunden sind davon weggekommen, «nur» ihre Grundbedürfnisse decken zu wollen. Sie wollen mehr.

Das ruft nach hybriden Formen. Sind Modelle, die bereits bekannte Welten miteinander zusammenbringen, die Zukunft, zum Beispiel im Detailhandel und in der Gastronomie?

Bründler: Das ist exakt so. Deshalb boomen auch Bauernhöfe wie der Haldihof an der Rigi oder der Archehof. Dort kann ich

einen Patenbaum setzen, kann meine eigenen Äpfel pflücken, kann einmalige Produkte aus dem Seetal kaufen und mich dabei sogar noch gut fühlen. Das ist ein Erlebnis. Dieses Nischenprinzip funktioniert auch in einer Kleiderboutique in der Neustadt, in der ich perfekt beraten werde und einen Kaffee trinke. Die Alternative ist, dass man als Geschäft in der Innenstadt lediglich ein Schaufenster bietet. Das halte ich für nicht sehr zukunftssträchtig.

Simon: Man darf nicht alles über einen Kamm scheren. Ein Supermarkt in der Innenstadt hat eine andere Funktion und richtet sich anders ein als ein Souvenir- oder ein Uhrenladen oder ein Warenhaus. Nur wenn der Mix stimmt, dann finden

«Mein Leben passt nicht in die aktuellen Öffnungszeiten.»

FRANZISKA BRÜNDLER

Kunden den Weg in die Innenstadt. **In Ihrem Kaufhaus werde ich als Kunde durch Reize geführt und geleitet. Könnte man dieses Führen auch in einer Innenstadt anwenden?**

Simon: Das Parkleitsystem ist nichts anderes als das. Wer in die Stadt reinfährt, sieht, wo man noch parkieren kann. Die Führung von Kunden oder Tagesgästen wäre organisierbar. Dafür sollte man aber in dieser Stadt und darüber hinaus auf privater Seite zusammenspannen.

Wer am Bahnhof ankommt, ist zunächst verwirrt. Was findet in dieser Stadt wo statt? Wohin soll man sich wenden?

Simon: Die Organisation hat sicher Potenzial. *Bründler:* Ich habe das kürzlich in Gent, in Belgien, erlebt. Das Tourismusbüro ist prominent platziert und die erste Ansprechstelle. Ein Touchscreen steht bereit. Ich werde gefragt, was mich interessiert. Ich nenne natürlich Design und Kunst und

kriege umgehend ein Tagesprogramm geliefert. Da steht digitalisiert, was ich heute wo machen sollte. Ich habe ohne Vorbereitung an diesem einen Tag in Gent all das gesehen und erlebt, was ich wahrscheinlich in dieser Stadt habe sehen und erleben können. Das macht zufrieden. Luzern müsste das auch vorkehren. Die technischen Hilfsmittel sind heute vorhanden.

Simon: Die City Vereinigung wird auf ihrer Website neu virtuelle Führungen durch Ladenlokale anbieten. Das ist ein erster Schritt.

Bründler: In Luzern werden Tages- und Gruppentouristen gut abgeholt. Der Individualtourist aber ist verloren und sich selber überlassen.

Simon: Dabei ist Luzern eine wahnsinnig schöne, vielfältige Stadt mit riesigen Qualitäten, die man anderswo nicht findet. Alleine was hier kulturell geschieht! Was touristisch geboten wird! Luzern hat den unglaublich schönen See, das Verkehrshaus, das KKL, seine Museen.

Bründler: Dagegen spreche ich nicht – ich liebe Luzern und genieße es, wieder zu Hause zu sein. Diese Voraussetzungen treffen wir heute an – was nun? Wir dürfen uns nicht ausruhen. Uns geht es sehr gut, und die Gefahr besteht, dass wir die Innenstadt nicht weiterentwickeln.

Simon: Stimmt. Die ausgeprägten Bautätigkeiten in den letzten Jahren waren nicht hilfreich, die Stadt erreichbar zu halten. Die Rahmenbedingungen wie Erreichbarkeit oder Öffnungszeiten sind entscheidend für die Entwicklung dieses Juwels. Wir sollten gemeinsam eine übergeordnete Idee schaffen, die ausstrahlt. Damit die Menschen nicht vergessen, wie attraktiv Luzern eigentlich ist.

Bründler: Wir müssen den Mut haben, zu entscheiden, was Luzern sein soll. Luzern kann nicht alles genau gleich viel sein. Kulturstadt, Wohnstadt, Wirtschaftsstadt, Sportstadt. Wir erleben gerade ein grosses, unbestimmtes und verunsichertes Planen, alles und am Ende nichts. Konzentrieren wir uns auf unsere Stärken und bauen wir diese aus.

ABFALL GIBTS NICHT MEHR

Beginnen wir die Diskussion, denn die Idee ist bestechend: Städte sind mit ihren verbauten Rohstoffen die grössten Minen der Welt. Beuten wir sie also aus. Der Ökologie-Revolutionär Michael Braungart ist ein Weltstar der Branche und sagt uns, wie es gehen könnte. Der Luzerner Gemeindeverband für Recycling, Entsorgung und Abwasser zeigt, was man bei uns schon tut.

PERFEKT FALSCH – ODER NUR RICHTIG

Ein neuer Begriff begeistert und beunruhigt die Welt der Städteplaner zugleich. Es wird für uns alle schnell an Bedeutung gewinnen: Urban Mining, Bergbau im urbanen Bereich. STADTSICHT spricht mit dem aktuellen Träger des «Urban Mining-Awards», Michael Braungart, über Luzern als grosses Rohstofflager, über wirtschaftliche Chancen, Zukunftslösungen und ein Umdenken.

INTERVIEW BRUNO AFFENTRANGER

STADTSICHT: Urban Mining, das klingt toll und neu. Rohstoffe aus der Mine Stadt Luzern gewinnen, ein ungewöhnlicher Gedanke! Ist das mehr als eine Modeerscheinung?

Michael Braungart: Im Moment ist weltweit mehr Kupfer in Verwendung, als dass es bekannte Erze dafür gibt. Wobei man schon Abstriche machen muss: Als ich Kind war, betrug der Kupferanteil noch rund 3,5%, heute sind wir bei 1,5% angekommen. Doch zum Thema: Die Stadt Hamburg alleine hat heute mehr Kupfer in Verwendung als ganz Europa braucht. Wenn man dieses Kupfer nicht zurückgewinnt, dann wäre das blanker Unsinn. Das Rezyklieren von Hausmüll ist im Vergleich dazu völlig unwichtig. Wir müssen erreichen, dass die Städte als Materiallager verstanden werden. Wir müssen sie auch entsprechend aufbauen und wieder ausbeuten. Damit spart man viel Geld und kann Gebäude und Siedlungen völlig anders und neu gestalten.

Städte sind die grössten zusammenhängenden Infrastrukturen. Warum kommt man erst jetzt drauf, Städte als Minen zu sehen, die alte und zugleich neue Ressourcen liefern?

Wir stehen erst ganz am Anfang dieses Denkens. Das lässt sich überall feststellen.



MICHAEL BRAUNGART

(* 1958 in Schwäbisch Gmünd, D) ist Verfahrenstechniker, Chemiker und politisch schwer zu verorten. Der ehemalige Greenpeace-Direktor ist ein Ökologe der besonderen Art, der die gestaltende Macht des wirtschaftlichen Handelns radikal für das Durchsetzen seiner Ideen anwendet. Er entwickelte zusammen mit William McDonough das «Cradle to Cradle»-Konzept zur kompletten Wiederverwertung der bei der Produktion eingesetzten Rohstoffe. Braungart ist Professor an der Erasmus-Universität Rotterdam, Geschäftsführer der Environmental Protection Encouragement Agency Internationale Umweltforschung GmbH in Hamburg (EPEA) und Wissenschaftlicher Leiter des Hamburger Umweltinstituts. Er ist zudem Gastprofessor an der University of Virginia.

Wo sonst noch?

Im Autobau zum Beispiel. Aus 46 Legierungen wird Baustahl gemacht. Überall in Europa. Damit gehen alle seltenen Grundmetalle verloren, wenn man sie nicht rückgewinnt. Chrom, Nickel, Wolfram, Wismut, Titan und viele weitere mehr leben nur einmal verdünnt in einem Baustahl und fahren als Auto durch die Welt. Das ist reine Verschwendung.

Bei den Mobiltelefonen ist man weiter. Da werden Elemente bereits zurückgewonnen.

Gutes Beispiel – beziehungsweise ein schlechtes. 41 Elemente sind in einem Mobiltelefon zu finden, nur gerade neun werden heute zurückgewonnen. Das ist natürlich viel zu wenig. Wir haben noch ein riesiges Potenzial. Und es ist doch logisch, dass der einst eine Welt mit zehn Milliarden Menschen mit den Ressourcen nicht mehr wie bis anhin umgehen darf. Erstens wird Potenzial nicht genutzt, zweitens ist es höchst ungerecht jenen gegenüber, die wenig oder nichts haben.

Zurück zur Stadt als Mine. Ist das eine junge, neue Idee?

Ich stellte an der Architektur-Biennale in Venedig Ende Juni vor, wie Häuser Bäume sein könnten und Städte ganze Wälder. Ich

war der einzige Nicht-Architekt. Das ist ein Fingerzeig: Unter den Organisatoren und den Architekten aus aller Welt ist verstanden worden, dass es in diese Richtung gehen muss. Unsere bekannten, heutigen Gebäude sind extrem primitiv. Sie sind im wesentlichen Verschlimmbesserungen oder leichte Verbesserungen von Schlechtem, was am Ende nicht als gut durchgehen kann.

Können Sie ein Beispiel dafür nennen?

Die Idee des heute bekannten Minergie-Baus zum Beispiel ist eine Absurdität, weil sie auf den Energieverbrauch fokussiert. Dabei sollte man sich als Erstes die Luftqualität in Gebäuden zu Gemüte führen. Die Luft in einem Gebäude in der Schweiz ist im Durchschnitt gegenüber der Luft an der Bahnhofstrasse in Zürich drei- bis achtmal schlechter. Also muss man sich beim Bau doch fragen, wie ein Gebäude gut und gesund sein kann, anstatt über Energie nachzudenken und das Falsche zu verbessern. Anderes Beispiel: Etwa vierzig Prozent der Häuser in der Schweiz haben

Schimmel. Das ist ungesund und hängt direkt mit der Luftzirkulation im Gebäude zusammen. Ein Baum ist gesund, er reinigt die Luft und nutzt den Lebewesen direkt. Das Energieproblem jedoch, auf das wir uns in den Städten im Übermass konzentrieren, können wir leicht lösen. Wir verfügen über so viel Sonneneinstrahlung auf diesem Planeten, dass es einfach ist, beispielsweise daraus Energie zu produzieren.

Nicht Energien sind in der Stadt die Mangelware, sondern die seltenen Ressourcen aus dem Boden?

Genau, das trifft es.

Sie planen zusammen mit ihren Teams am Reissbrett ganze Stadtbezirke, die wie organische Gebilde aussehen. Können Sie sich vorstellen, dass eine Stadt wie Luzern mit ihren 70 000 Einwohnern zu einem Pilotprojekt werden kann?

Natürlich, nichts einfacher als das. Man muss nützlich sein, nicht weniger schäd-

lich. Gebäude müssen anderen Lebewesen – nicht nur den Menschen – dienen. Sie sollten aktiv die anderen Lebewesen unterstützen. Sie sind so gebaut, dass man die gebrauchten Materialien zurückgewinnen kann. Dafür muss der Materialwert immer höher sein, als es die Abrisskosten sind. Ausserdem muss man in Vielem umdenken: Teppichböden sollten zum Beispiel nicht mehr stinken und – viel wichtiger noch – aktiv Feinstaub an sich binden. Denn denken Sie daran, dass der Mensch in Mitteleuropa gegenwärtig viel mehr an Lebenserwartung wegen Feinstaub als wegen des Alkohols verliert. Man muss alle Dinge neu anschauen und neu erfinden. Wir tun das bereits in Städten und Kommunen in den Niederlanden oder in Deutschland.

Wo fängt man mit solchen Planungen und Projekten an, die zum Beispiel in Skandinavien und in den Niederlanden viel weiter sind als bei uns?

Zu allem Anfang muss man sich des vor-

MUSEGGPARKING

MACHT LUZERN ATTRAKTIVER

JA. ICH MACHE MIT.
www.museggparking.ch/unterstuetzen

Luzern hat eine einzigartige Anziehungskraft auf Gäste von nah und fern und eine hohe Lebensqualität. Dies gilt es zu erhalten und zu stärken. Als Ausflugsziel und Einkaufsort steht Luzern im Wettbewerb. Die unterirdische Parkieranlage mit Busterminal im Musegghügel ist die Antwort auf die Überlastung des heutigen Systems und der Schlüssel für eine noch attraktivere Luzerner Innenstadt.



Weil die Zu- und Wegfahrt auf direktem Weg über die Hauptverkehrsachsen erfolgt. Zu Fuss gelangt man direkt ins Zentrum der Innenstadt.



Weil weniger Cars und Autos durch das Stadtzentrum fahren. Die Verkehrslenkung verhindert Schleichverkehr durch die Wohnquartiere.



Weil der Schwanenplatz für Fussgänger und Langsamverkehr an Sicherheit gewinnt. Weitere Plätze an attraktiver Lage können aufwertet werden.



Weil alle profitieren. Die Belastungen werden reduziert. Es entsteht Raum zum Flanieren und Verweilen. Unternehmen bleiben erreichbar für die Kundschaft.

«Ein durchschnittliches Parkhaus wird in Deutschland und in den Niederlanden tatsächlich nur zu zwölf Prozent genutzt. In der Schweiz wird das nicht anders sein.»

herrschenden Menschenbildes bewusst werden. Wenn man denkt, dass der Mensch an sich böse ist und nur der liebe Gott ihn sozusagen erlösen kann, dann wirds schwierig. Wenn man die Menschen als Chance auf der Welt sieht, dann kann man beginnen, sie zu unterstützen und gut sein zu wollen und wirklich gut zu werden. 95 Prozent der Menschen wollen gut sein, wenn man ihnen die Chance dazu gibt. Leider verhalten sich aber auch 95 Prozent der Menschen absolut barbarisch, wenn sie sich unsicher fühlen. Der Stadt kommt hier eine wichtige, zentrale Rolle zu: Sie kann das Lebensgefühl der Menschen beeinflussen. Wer dieses Prinzip der Chance verinnerlicht, kann einiges erreichen.

Was zum Beispiel?

Indem man zum Beispiel mit anderen Betonadditiven arbeitet, als dies üblich ist. Im Beton werden rund 300 Additive verwendet. Davon sind etwa 200 für die Umwelt und den Menschen eine absolute Katastrophe. Die anderen 100 reichen aus, Beton sicher und gut herzustellen. Man kann sich als Stadt zum Beispiel vornehmen, die Stadt zu sein, in der mit gutem, gesundem Beton gearbeitet wird. Man würde damit sehr viel mehr tun, als wenn

man zehn Prozent Energie einsparen würde. Letzteres ist im Verhältnis der Auswirkungen irrelevant. Wichtig ist bei allen Aktionen, dass man sich nicht überfordert. Eine Stadt sollte sich fünf Dinge aussuchen, die für sie wichtig sind und die sie von Grund auf absolut richtig machen will. Dann kann sie sich mit anderen Städten kurzschliessen, die ebenfalls fünf andere Dinge richtig macht.

Sie klingen wie ein fundamentalistischer Ökologievertreter, der die Welt verändern will.

Das klingt nur so. Ich bin Realist. Wir Menschen fühlen uns inzwischen schuldig für alles, und wir denken, Bio ist nur, wenn der Mensch gar nicht dabei ist. Ich sehe uns als Teil eines Kreislaufes. Dann lohnt sich jeder Einsatz auch wirtschaftlich. Also nichts mit Öko und Fundi.

Ist es ein ökonomischer und sinnvoller Umgang, wenn man in den Boden baut und unterirdische Flächen ausnutzt?

Die Fragen sind doch: Was leistet die Oberfläche und was verändert sich im Untergrund? Was kann ein Gebäude leisten? Auf einer Hektare Fassade kann man mit dem Anbau von Algen genauso viel erreichen

wie mit dem Anbau von achtzig Hektaren Mais auf dem Feld. Ein Gebäude, das Feinstaub bindet, ist positiv. Genau so eines, das Wasser reinigt oder für 200 Spezies Heimat bietet. Mir geht es eher um das Feiern des menschlichen Fussabdrucks. Wenn man unterirdisch plant, macht man im Allgemeinen das Gegenteil, also das Falsche perfekt.

Wir müssen die nächsten dreissig Jahre wahrscheinlich mit ineffizienten, Benzin verbrennenden Kleinsteinheiten namens Auto verbringen. Diese stehen doch besser ungenutzt unter als über dem Boden.

Ein durchschnittliches Parkhaus wird in Deutschland und in den Niederlanden tatsächlich nur zu zwölf Prozent genutzt. In der Schweiz wird das nicht anders sein. Wie wäre es, wenn man dieses Parkhaus nun auch für andere Dinge nutzen würde? Für Nachtmärkte. Für mobile Minigolfplätze zum Beispiel. Damit würde man die tote Fläche Innenstadt wiederbeleben. Man könnte die Dinge ganz anders zu betrachten beginnen. Aber in der Tat, ich teile die Meinung, dass es klüger ist, die ganzen Autos unterirdisch durch die Innenstadt zu bringen. Die Infrastruktur muss jedoch flexibel angelegt sein und sollte Veränderungen explizit nicht verhindern. Die Stadt Hamburg hat zum Beispiel in Deutschland das grösste Müllaufkommen, weil sie drastische Überkapazitäten an Müllverbrennungsanlagen, die den Müll geradezu anziehen, aufweist. Jede Tonne Müll, die Hamburg nicht verbrennt, kostet doppelt, da dann auch noch die bezahlte und gebaute Anlage leer steht. Wenn wir eine Infrastruktur schaffen, die nicht für die Zukunft geeignet ist, dann sollten wir sehen, dass wir damit sparsam umgehen. Im Zweifelsfall kann man in unterirdischen Gebäuden Pilze züchten, was sinnvoll ist. Denn das Eiweiss von Pilzen ist viel gesünder als jenes von Rindfleisch. Mehrfach- und Alternativplanungen sollte man machen.

Sie haben sicher auch dafür ein Beispiel parat.

Wir haben herausgefunden, dass man auf der Rückseite von Etiketten alter Wasserflaschen Schwämme wachsen lassen und darauf Pilze züchten kann. Das ist eine Mehrfachnutzung. Aber ich warne davor, falsche Notstände mit Verlegenheitslösungen besser machen zu wollen. Das Falsche wird nie perfekt. Es wird nur perfekt falsch.

Eine Gesellschaft, die energie- und ressourcensparend produziert und verwertet, spart Geld und schont die Umwelt. Das ist schöne Theorie. Die Praxis: Mit moderner Technologie, Zusammenarbeit und klugen Systemen ist dies weitgehend erreichbar. Die dänische Stadt Kalundborg leistet Pionierarbeit. Luzern geht mit dem Zentralschweizer Projekt «Renergia» in der Entsorgung und Verwertung von Abfall ähnliche Wege.

ALLES KANN ROHSTOFF SEIN – AUCH IN LUZERN

TEXT ANGEL GONZALO

Es ist eine erwiesene Tatsache: Städte treiben den Wandel voran. In urbanen Gebieten konzentrieren sich Gewerbe, Wirtschaft und Gesellschaft. Das stellt das Management städtischer Gebiete vor grosse Herausforderungen. Dazu gehören eine nachhaltige Stadtplanung und eine gute Organisation. Daraus ergeben sich die Bedürfnisse einer wachsenden Bevölkerung beim Verkehr und Wohnbau, bei der medizinischen Versorgung, in Logistik und Energie – vor allem auch in der intelligenten und umweltschonenden Bewirtschaftung der ständig wachsenden Abfallberge. Darum kümmert sich in Luzern und Umgebung Martin Zumstein, Geschäftsleiter von REAL, dem Luzerner Gemeindeverband für Recycling, Entsorgung und Abwasser.

Weltmeister im Wegwerfen

Wo viele Menschen auf engem Raum zusammenleben, fällt auch viel Müll an. Jedes Jahr produzieren die Einwohner der Schweiz mehr als 700 Kilogramm Abfall pro Kopf, 2015 waren es exakt 729 Kilogramm. Das ist eine der höchsten Quoten weltweit. Nur die USA und Dänemark produzieren ähnlich viel Abfall. Die Menge an Kehricht in der Schweiz hat sich in den letzten 25 Jahren verdreifacht, in den letzten fünfzig Jahren ist der Abfallberg um das 4,5-Fache gestiegen. REAL-Geschäfts-

leiter Martin Zumstein sagt: «Wir rezyklieren aber auch weltmeisterlich mit einer Rückführungsquote von unerhörten 54 Prozent.» Das von ihm geleitete Unternehmen REAL ist aus der Fusion der Gemeindeverbände für Abwasserreinigung und Kehrichtentsorgung im Jahr 2010 entstanden und vereint heute 22 Gemeinden aus der Region Luzern und dem Aargau. Diese Zusammenarbeit sowie die Kombination von Abwasser- und Abfallmanagement ist für Martin Zumstein wegweisend und pionierhaft: «Man kann diesen Zusammenschluss, ohne zu übertreiben, als visionär bezeichnen, denn er schaffte die Voraussetzungen für Synergien und Effizienzsteigerungen.» Ein logischer und logistischer Schritt aufgrund der steigenden städtischen Verdichtung im Raum Zentralschweiz war der Bau einer neuen, gemeinsamen Kehrichtverbrennungsanlage.

Mit Renergia hat REAL in Zusammenarbeit mit den Zentralschweizer Kantonen und der Papierfabrik Perlen über die Kantonsgrenzen gedacht und eine ökologisch wie ökonomisch vorbildliche «energetische Abfallverwertung» realisiert, wie sie Ingenieur Zumstein definiert. Das 2015 eingeweihte Gebäude im Rontal nutzt die Abwärme aus der Verbrennung von Abfall und erzielt so eine signifikante Einsparung von fossilen Brennstoffen in der



Martin Zumstein
Geschäftsleiter von REAL

benachbarten Papierfabrik Perlen. Die moderne Anlage verwertet täglich 600 Tonnen Abfall – das sind rund 200 000 Tonnen pro Jahr. Mit der Verbrennung des Abfalls aus allen sechs Zentralschweizer Kantonen wird Dampf und mittels einer Turbine Strom produziert. Pro Jahr stehen so gegen 255 Gigawattstunden Strom zur Verfügung. Damit kann man rund 38 000 Haushalte speisen. Die Abwärme nutzen sowohl die Papierfabrik Perlen – was eine jährliche CO₂-Reduktion von rund 90 000 Tonnen bringt –, als auch die Haushalte im Rontal.

Industrielle Symbiose

«One man's trash is another man's treasure!» – so lautet ein englischer Spruch, sinngemäss: Was für den einen Abfall ist, kann für einen anderen wertvoll sein. Daran muss man sich erst gewöhnen. Abfall im endgültigen Sinne soll es gar nicht mehr geben. Alles ist Rohstoff. Ein Traum? Keinesfalls. Den Sinnspruch hat die Provinzstadt Kalundborg mit einer Art «industriellen Symbiose» im Laufe der letzten Jahrzehnte in die Praxis umgesetzt. In Dänemark ist die Zukunft bereits heute zu besichtigen. Mit seinem Vorzeigeprojekt erbringt Kalundborg den Beweis, wie man durch Mehrfachnutzung von Rohstoffen und Weiterverwendung von Abfällen von einer Wegwerf- zu einer Kreislaufwirtschaft gelangt. Die Stadt hat nach und nach zusammen mit Industriebetrieben ein ausgeklügeltes Abfallverwertungssystem entwickelt, das seit den Neunzigerjahren als wegweisend gilt. Das Modell dient heute als Inspiration mancher urbaner Gebiete und setzt vor allem auf pragmatische Zusammenarbeit – wie die folgenden Beispiele illustrieren: Ein Kraftwerk versorgt das kommunale Wasser- und Heizwerk und eine Fischfarm mit Abwärme. Es liefert Dampf an eine Erdölraffinerie wie auch an ein Pharmaunternehmen. Ein Biotechunternehmen stellt Hefeschlacken an lokale Schweinefarmen und zur Herstellung von Biogas zur Verfügung. Dessen biologische Abfallprodukte finden schliesslich Verwendung als hochwertige Düngemittel in der Landwirtschaft und diese liefert Stroh an ein spezialisiertes Thermokraftwerk, welches daraus Ethanol produziert. So kommen verschiedenste Interessenspartner günstig, schnell und effizient an Rohstoffe und Energie.

Utopie oder realistische Vision?

Damit spart das System jährlich Emissionen von rund 300 000 Tonnen Kohlendioxid. Das Modell Kalundborg zeigt exemplarisch auf, wie man die Ansprüche des Umweltschutzes und einen ressourcenschonenden Umgang mit den ökonomischen Interessen

der Unternehmen verbindet. Kein Wunder, ist es Zielort vieler Expertenreisen aus aller Welt.

Ist eine abfallfreie Wirtschaft mit einem geschlossenen Kreislauf von Produktion, Wieder- und Weiterverwendung eine Utopie? In Kalundborg ist man zumindest auf dem Weg dahin, wenn auch solche Modelle nur langfristig und mit einem grossen Aufwand an technischer Koordination möglich sind. Auch die Ideen des deutschen Chemikers und Verfahrenstechnikers Michael Braungart (siehe Interview auf Seite 45) findet Martin Zumstein richtig, warnt aber hier vor unrealistischen Erwartungen: «Natürlich macht es Sinn, die Bestandteile von Produkten, Stoffen und Objekten wann immer möglich in technischen oder biologischen

Kreisläufen zirkulieren zu lassen und so quasi ad infinitum weiterzuverwenden. Doch das ist in vielen Fällen gar nicht möglich, zu aufwändig oder es ist keine Nachfrage nach den Wertstoffen vorhanden.» Braungart, der Vater der Idee «Cradle to Cradle», weise schon in die richtige Richtung, aber auch so könne nur ein Teil des Ressourcenverbrauchs vermieden werden, gibt Zumstein zu bedenken.

Er denkt durchaus auch in geschlossenen Zyklen: «Wir konzentrieren uns auf eine möglichst breite, sinnvolle und umweltschonende Trennung von Siedlungsabfällen aus Betrieben und Haushalten und führen

wertvolle Rohstoffe zurück in den Kreislauf. Die der Materie innewohnende Energie, die durch die Verbrennung transformiert wird, nutzen wir zur Produktion von Strom, der Dampfversorgung der Perlen Papier und für die Fernwärmeversorgung.»

Dennoch, wer mit dem REAL-Chef spricht, erhält den Eindruck, einen Realisten reden zu hören. Für ihn sind eine abfallfreie Wirtschaft und Gesellschaft vorderhand eine Utopie: «Wir dürfen uns hier nichts vormachen. Unsere Gesellschaft ist stark auf Konsum fokussiert, die Wirtschaft auf Wachstum und wir leben auf grossem Fuss. Dieser Ressourcenverbrauch lässt sich mit dem besten Recycling nicht rückgängig machen». Erst, als vor rund zehn Jahren die verbrauchergerechte Sackgebühr eingeführt wurde, sei das Verhalten unserer Bevölkerung in jene Bahnen gelenkt worden, die zumindest eine anständige Recyclingquote garantiere. Das ökologische Gewissen, so Zumstein, rege sich aber in der Regel nicht beim Konsumieren, sondern erst bei der Entsorgung. Der tägliche Beweis dafür: Oft komme es in den von REAL im Raum Luzern betriebenen Ökihöfen vor, dass Produkte in der Originalverpackung entsorgt würden. Luzern entledigt sich weiterhin vieler gänzlich unverbrauchter Waren oder noch geniessbarer Lebensmittel. Es bleibt ein langer Weg, bis unser Ressourcenverbrauch im grünen Bereich sein wird.



REALs neues Zuhause im Rontal ist ein Anfang: Die imposante Abfallverwertungsanlage ist mit der Papierfabrik Perlen gekoppelt.

vorschau

Die nächste Ausgabe von STADTSICHT widmet sich im November unter anderem diesen Themen:



Die digitale Transformation findet statt – auch in Luzern. Der Blick auf die «Digital-Towns» und die «Smart Cities» in der Welt.

Was geht, ist die Leere: Wie öffentliche Flächen genutzt werden könnten, ohne dass sie ihre grösste Stärke verlieren.

Warum der Mensch Freiräume braucht. Aber wie frei dürfen diese maximal sein, damit man sie noch erträgt?

In Parallelgesellschaften leben wir alle. Wenn Anspruchsgruppen vergessen gehen.

NASTY QUESTIONS

Wer sich für die Zukunft vorbereiten will, stellt sich jenen heiklen Fragen, denen man lieber ausweichen möchte, als sie zu beantworten. Unsere nicht abgeschlossene Liste der Nasty Questions:

Warum sind in dieser Stadt grosse Würfe seit jeher nur dann möglich, wenn die Impulse von Aussenstehenden kommen? Warum holen wir uns diese Inputs nicht aktiv in der Welt?

Warum verlassen sich private Akteure so lange auf die Stadtverwaltung, wenn es um Stadtentwicklung geht, bis diese sich an ihre vermeintliche Führungsrolle gewöhnt hat? So stark, dass sie immer wieder aufkeimende private Engagements mit einer wachsenden Dichte an Gesamtplänen und Reglementen bremst?

Warum führt der Sozialdirektor der Stadt die Diskussionen zur Attraktivierung der Innenstadt und warum tun dies nicht der Stadtpräsident oder die Baudirektorin? Welches politische Signal will der Stadtrat damit senden?

Warum machen wir überall mehr vom Selben als vom Neuen – oder wo bleiben die wirklich neuen Ideen zur Attraktivierung der Innenstadt, die mehr sind als blosses Verwalten des Bisherigen?

Warum soll man Parkhäuser bauen, wenn die bestehenden zum Teil nur zu niedrigen zweistelligen Prozentzahlen besetzt sind?

Was ist grundsätzlich schlecht an einem neuen, geschickt platzierten Parkhaus, wenn dadurch bisher unschön besetzte öffentliche Flächen zur Neuverteilung frei werden?

Warum schreibt Luzern Gastlichkeit und Gastfreundschaft gross, ist aber nicht bereit, die Flanier- und Uferzone entlang des Sees mit Bänken und Ruheplätzen auszustatten?

Wann startet die erste gemischt privat-öffentliche Exkursion für einen Anschauungsunterricht nach Gent, Belgien (siehe Seite 40)?

Lassen Sie uns über diese Themen streiten! STADTSICHT geht den Fragen nach und sucht nach Antworten. In den zukünftigen Ausgaben beleuchten wir unter anderem diese Themen. Diskutieren kann man sie ab sofort: Auf Facebook ([stadtsicht.ch](https://www.facebook.com/stadtsicht.ch)) oder auf der Website www.bamedia.ch unter STADTSICHT.

CITYCARD LUZERN

DIESES GESCHENK PASST IMMER

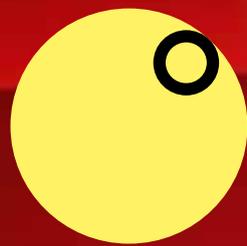
Die CityCard Luzern ist das ideale Geschenk für Familie und Freunde: über 200 Anbieter garantieren mit einem vielfältigen Branchen- und Dienstleistungsmix ein attraktives Einkaufserlebnis.

Sie kann mit einem beliebigen Guthaben (ab CHF 20.-) aufgeladen und in einer Summe oder in Teilbeträgen eingelöst werden.

Jetzt mit neuer Anlaufstelle
beim LZ Corner am
Pilatusplatz.

www.citycard-luzern.ch





LICHTTEAM

Ab 1.7.2016 ihr Team für Licht

SPHINX und die LICHT GALERIE werden zum LICHTTEAM.

Lassen Sie sich an einem unserer Standorte
in Luzern, Rothenburg oder Zug inspirieren.

Mehr zu unseren Produkten und Dienstleistungen
erfahren Sie unter www.lichtteam.ch oder gerne
bei einem persönlichen Kontakt.

Wir freuen uns sehr, Sie auch weiterhin zu unseren
Kunden zählen zu dürfen.

LICHTTEAM LUZERN
SPHINX
Bundesstrasse 28
6003 Luzern
T +41 41 220 76 76
luzern@lichtteam.ch

LICHTTEAM ROTHENBURG
LICHT GALERIE
Stationsstrasse 89
6023 Rothenburg
T +41 41 280 57 57
rothenburg@lichtteam.ch

LICHTTEAM ZUG
Baarerstrasse 47
6301 Zug
T +41 41 711 22 44
zug@lichtteam.ch

LICHTTEAM AG
Stationsstrasse 89
6023 Rothenburg
T +41 41 280 57 57
F +41 41 281 57 57
mail@lichtteam.ch
www.lichtteam.ch

