



Herzlich willkommen zum City Talk 2021

Programm

18:45 Uhr	Eintreffen und Empfang	
19:15 Uhr	Begrüssung	Josef Williner Präsident, City Vereinigung Luzern
19:20 Uhr	Einleitung Projekt «City-Management Luzern»	Peter Weber Beauftragter für Wirtschaftsfragen Stadt Luzern
19:25 Uhr	«City-Management – Die Zukunft für eine lebendige Innenstadt»	Marco Fuhrer Externer Projektbegleiter City-Management Luzern Fuhrer & Hotz AG
19:50 Uhr	«Local SEO – Das neue Erfolgsrezept!»	Daniela Kleck COO Mind Studios
20:10 Uhr	Schlusswort	Josef Williner Präsident, City Vereinigung Luzern
20:15 Uhr	Apéro riche & Networking	Grand Casino Luzern

Handel ist Wandel!



***Wenn Kolumbus immer denselben Seeweg gefahren wäre,
hätte er nie Amerika entdeckt.***

Einleitung Projekt «City-Management Luzern»



Peter Weber

Beauftragter für Wirtschaftsfragen
Stadt Luzern



City-Management Luzern

City Talk 31. August 2021

Peter Weber
Fachstelle Wirtschaftsfragen
Stadt Luzern

Ausgangslage

Stellungnahme Postulat 217

Der Stadtrat ist bereit, die Idee eines City-Managers oder einer City-Managerin für die Stadt Luzern weiterzuverfolgen:

Konzepterarbeitung in 3 Schritten

- Situationsanalyse
- Auslegeordnung (Aufgaben, Organisation, Kompetenzen, Wirkungen)
- Organisationsvarianten
- Zudem: ALI-Fonds (Mittel, Beirat) als mögliche Option

Organisation

- Stadtinterne Federführung bei Fachstelle Wirtschaftsfragen
- Konzepterarbeitung aus Ressourcengründen mit externer Unterstützung
- Erarbeitung in Zusammenarbeit mit stadtinternen Stellen und externen Akteurinnen und Akteuren



Stadt Luzern
Stadtrat

Stellungnahme
zum
Postulat 217
Albert Schwarzenbach namens der CVP-Fraktion und Daniel Furrer namens der SP/JUSO-Fraktion vom 29. Juni 2018
(SfB 715 vom 12. Dezember 2018)

Wurde anlässlich Ratssitzung vom 21. Februar 2019 überwiesen.

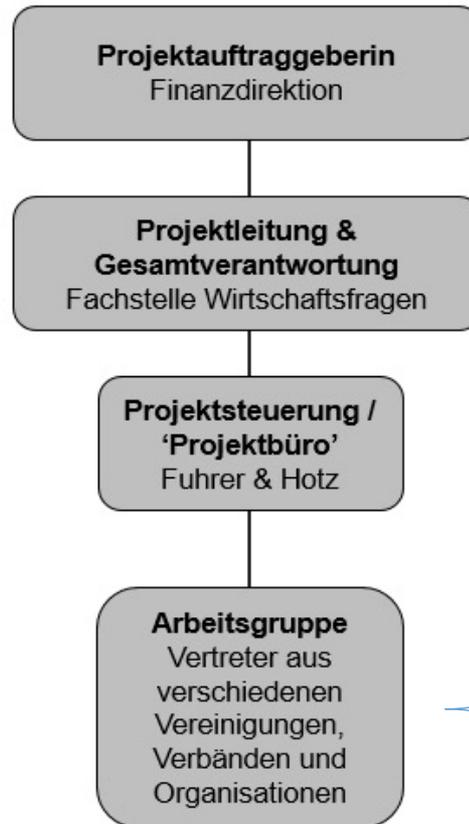
Luzern braucht ein City-Management

Der Stadtrat nimmt zum Postulat wie folgt Stellung:

Ausgangslage
Das vorliegende Postulat schlägt dem Stadtrat vor, die Einführung eines City-Managers für die Stadt Luzern zu prüfen. Die Idee und der Begriff «City-Manager» wurde im Zuge der Detailhandelsstudie «Attraktivierung Innenstadt Luzern: Entwicklung Detailhandel» erstmals stadintern diskutiert. Die Beratungsunternehmen Fuhrer & Hotz in Kooperation mit immocompass haben diese Analyse im Auftrag der Finanzdirektion für die Stadt Luzern im März 2016 erstellt. Die Ergebnisse der Studie wurden im Rahmen des damaligen «Forums Attraktive Innenstadt» analysiert und in anschliessenden Workshops mit Vertreterinnen und Vertretern der Branche und einer breiten Expertengruppe diskutiert. Die Luzerner Innenstadt soll auch in Zukunft für die lokale Bevölkerung, regionale Pendlerinnen und Pendler, Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer wie auch für Gäste aus dem In- und Ausland ein Ort sein, den sie immer wieder aufs Neue gerne besuchen. Die Innenstadt soll mit ihrem Erscheinungsbild, attraktiven öffentlichen Plätzen und adäquater Infrastruktur eine exzellente Aufenthaltsqualität bieten.

City-Management versus Center-Management
Grosse Einkaufszentren kennen einen Centermanager, welcher im Auftrag der Vermieterschaft das Gesamtangebot des Centers organisiert und unter anderem die Gesamtvermarktung leistet. Die eingemieteten Geschäfte verpflichten sich im Rahmen einer privatrechtlichen Vereinbarung, die damit zusammenhängenden Aktionen mitzutragen. Das Center inszeniert ein eigentliches «Jahresprogramm», animiert das Einkaufsangebot. Im Kontext einer Stadt gibt es keine private oder öffentliche Stelle, welche die Mittel und Kompetenzen hätte, ein vergleichbares Gesamtprogramm zu gestalten und durchzusetzen.
In der Stadt Luzern gibt es eine ganze Reihe privater und öffentlicher Organisationen, Unterneh-

Projektorganisation



City Vereinigung Luzern
GastroRegionLuzern
IG Kultur Luzern
Luzern Hotels
Quartierverein Hirschmatt-Neustadt
Stadtraum & Veranstaltungen

Weiteres Vorgehen

Prozess

Auftrag

- Prüfung Idee «City Managerin / City Manager» im Sinne der Stellungnahme des Stadtrates (StB 715 vom 12. Dezember 2018) => Vorgehen in drei Schritten

Phase 0 (2019/2020)

Vorbereitungsphase mit Ausarbeitung Vorgehenskonzept, persönlichen Gesprächen mit anderen Städten und Organisationen, Teilnahme Städtetag, Retail-Konferenz, Beschaffung externe Projektleitung

Phase 1 (Dez. 2020 bis Juni 2021))

Situationsanalyse inkl. persönliche Interviews und Online-Befragung

Phase 2 (ab Juli 2021)

Auslegeordnung mit den skizzierten Fragestellungen zu **Aufgaben, Organisation und Kompetenzen**; vertiefte Prüfung der erwarteten **Wirkungen** dieser Stelle

Phase 3

Prüfung von **verschiedenen Organisationsvarianten** hinsichtlich Zuordnung, Kompetenzen und Ressourcen

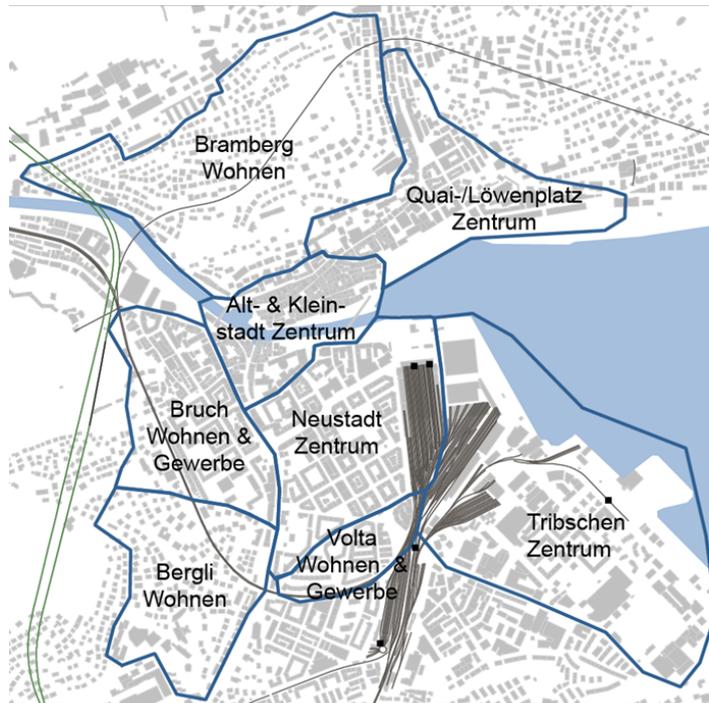
Persönliche Interviews und Gespräche

- Unternehmerinnen und Unternehmen
- City-Managerinnen/-er

Online-Umfrage

- Unternehmen, Organisationen

Perimeter



Alt- & Kleinstadt: Zentrumsgebiet mit mittelalterlichen verwinkelten, kleinräumigen Strukturen. Historisches europäisches Flair. Für Fussgänger.

Quai-/Löwenplatz und Neustadt: Zentrumsgebiete mit bürgerlichen, industriellen Strukturen: grosszügig, repräsentativ, Achsen & Plätze. Auch City mit Verkauf, Büro, teurem Wohnen. Für Fussgänger & Individualverkehr.

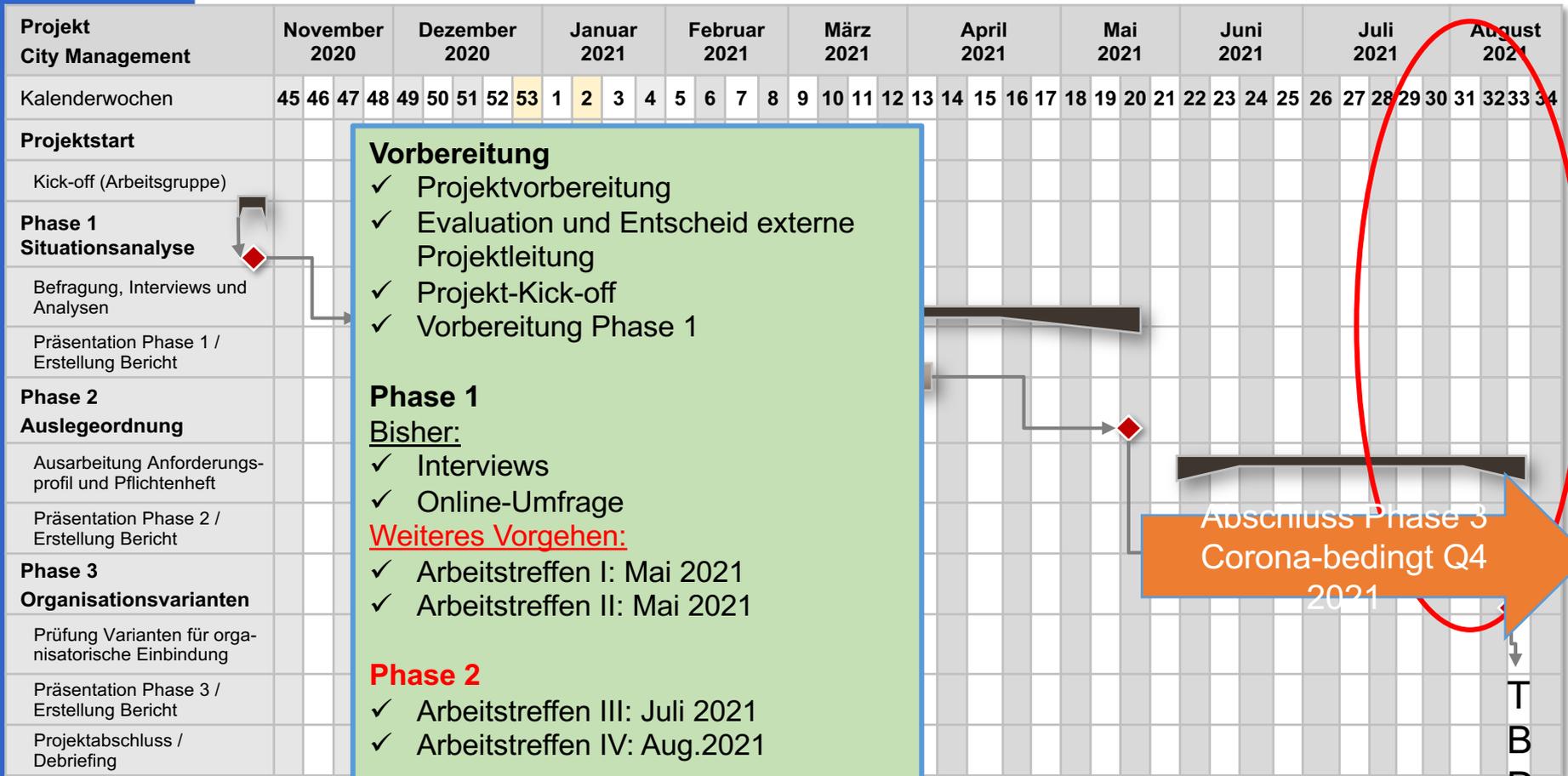
Bruch und Volta: Wohn- & Gewerbequartiere. Stadtrandquartiere mit Wohn- und Gewerbefunktion. Für Individualverkehr, Logistikfunktion.

Bergli und Bramberg: Stadtrandquartiere mit Wohnfunktion.

Tribtschen: Zentrumsgebiet. Ehemaliges Industrie- und Logistikgebiet, das neu dem Zentrum angeschlossen wird. Grosskapitalistische Stadtstrukturen, mit Büro und Wohnen. «New Business District».

Quelle: «Attraktivierung Innenstadt Luzern: Idealvorstellung Detailhandel und Gastronomie» (2016 / Fuhrer & Hotz und ImmoCompass)

Projektplanung im Überblick (Stand: August 2021)



Vorbereitung

- ✓ Projektvorbereitung
- ✓ Evaluation und Entscheid externe Projektleitung
- ✓ Projekt-Kick-off
- ✓ Vorbereitung Phase 1

Phase 1

Bisher:

- ✓ Interviews
- ✓ Online-Umfrage

Weiteres Vorgehen:

- ✓ Arbeitstreffen I: Mai 2021
- ✓ Arbeitstreffen II: Mai 2021

Phase 2

- ✓ Arbeitstreffen III: Juli 2021
- ✓ Arbeitstreffen IV: Aug.2021

Phase 3

... Arbeitstreffen V & VI: Q4 2021

Ausblick Bericht / Bericht + Antrag

- GrStR 1. Quartal 2022

Abschluss Phase 3
Corona-bedingt Q4
2021

◆ Meilensteine, in der Regel nach der... und Diskussion nach jeder einzelnen...

T
B
D



City-Management Luzern

Projektwebsite: www.stadtluzern.ch (Aktuelle Projekte)

Herzlichen Dank

«City-Management – Die Zukunft für eine lebendige Innenstadt»



Marco Fuhrer

Externer Projektbegleiter
City-Management Luzern
Fuhrer & Hotz AG



«City-Management - Die Zukunft für eine lebendige Innenstadt!»

City Talk 31. August 2021

Marco Fuhrer

Managing Partner

Fuhrer & Hotz – Excellence in Retailing

FUHRER & HOTZ
FUHRER & HOTZ

City-Management

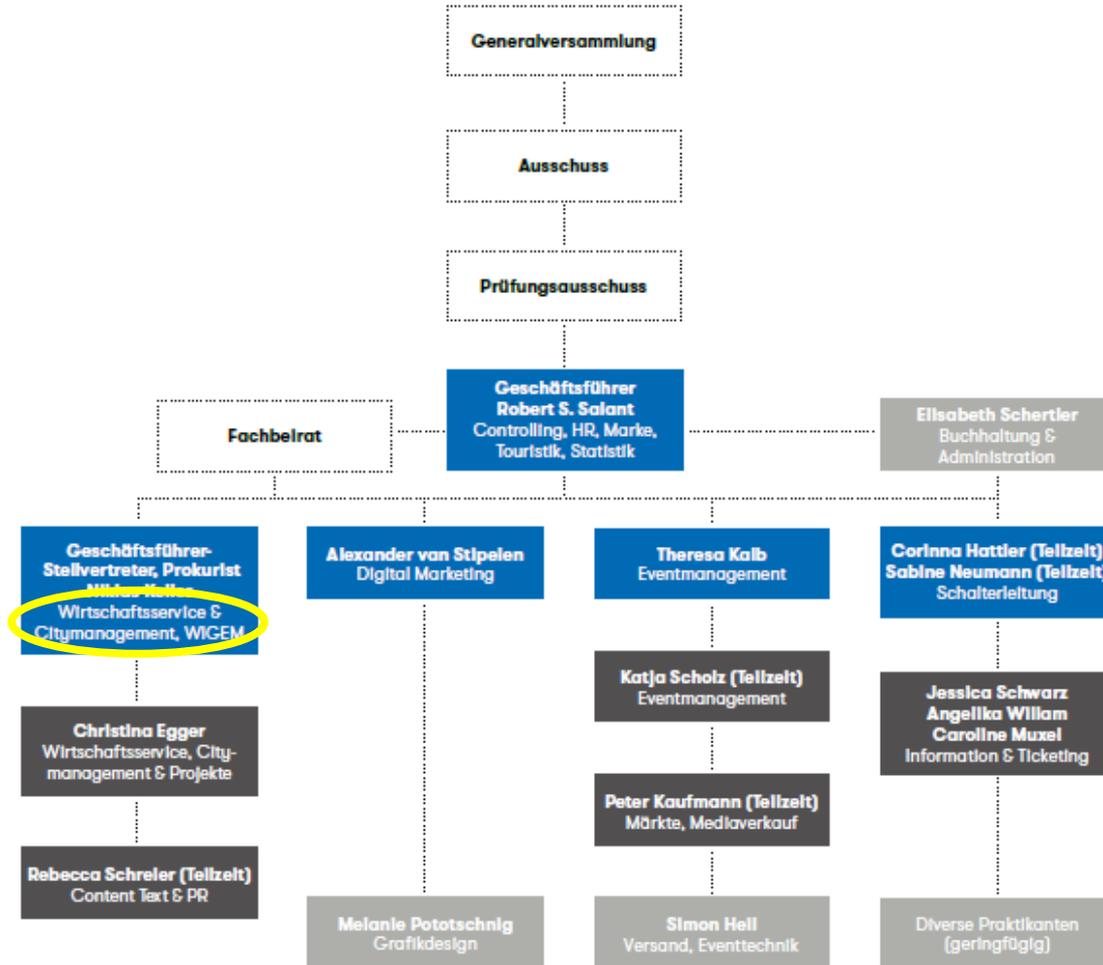
Übergeordnetes Ziel

Ein City-Management soll das übergeordnete Ziel verfolgen, die Innenstadt als einen **attraktiven Einkaufs-, Gastronomie- und Erlebnisstandort** mit überregionaler Ausstrahlung zu stärken. Zu diesem Zweck sollen sich Unternehmen des Detailhandels, der Immobilien-, Kultur-, Freizeit- und Tourismuswirtschaft, Interessengemeinschaften und (Quartier-)Vereine sowie Verbände und Institutionen zusammenschließen, um gemeinsam ein professionelles City-Management einzurichten und zu finanzieren. Zudem sollen Massnahmen zur **Steigerung der Attraktivität der Innenstadt, der Erhöhung der Besucherfrequenz, zur Verbesserung der Aufenthaltsqualität und zur Steigerung der Aufenthaltsdauer** für die lokale Bevölkerung, regionale Pendlerinnen und Pendler, Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer wie auch für Gäste aus dem In- und Ausland umgesetzt werden.

City-Management Beispiel Bregenz (1/4)



City-Management Beispiel Bregenz (2/4)



City-Management Beispiel Bregenz (3/4)

GREMIEN

DER BREGENZ TOURISMUS & STADTMARKETING GMBH (P. 3. DEZ. 2020)

22 GESELLSCHAFTER

- _ Landeshauptstadt Bregenz
- _ WICEM - Wirtschaftsgemeinschaft Bregenz
- _ Casinos Austria AG
- _ Sparkasse Bregenz Bank AG
- _ Pfänderbahn AG
- _ Kongresskultur Bregenz GmbH
- _ Bregenzer Festspiele GmbH
- _ Volksbank Vorarlberg e. Gen.
- _ DONAU Versicherung AG Vienna Insurance Group
- _ Raiffeisenlandesbank Vorarlberg
- _ Schoeller Areal GmbH
- _ Hypo Vorarlberg
- _ Vorarlberger Kulturhäuser-Betriebs GmbH (Kunsthau, Landestheater, vorarlberg museum)
- _ Seestadt Bregenz Besitz- und Verwaltungsgesellschaft mbH
- _ UNIQA Insurance Group AG
- _ Walford AG
- _ i+R Gruppe GmbH
- _ Stadtwerke Bregenz GmbH (Stadtbus, Strandbad, Hallenbad)
- _ RIMC Seehotel Am Kaiserstrand Hotel Betriebs GmbH
- _ Rhomberg Bau GmbH
- _ Vorarlberg Lines Bodenseeschiffahrt
- _ GWL Gemeinschaftswarenhaus GmbH & Co KG

GENERALVERSAMMLUNG

- _ Landeshauptstadt Bregenz, Bürgermeister Dipl.-Ing. Markus Linhart, Michael Ritsch MBA (ab 02.11.2020)
- _ Wirtschaftsgemeinschaft Bregenz, Mag. Clemens Sagmeister
- _ Casinos Austria AG, Dir. Bernhard Moosbrugger
- _ Sparkasse Bregenz Bank AG, Mag. Martin Jäger, Mag. Gerhard Lutz (ab 01.11.2020)
- _ Pfänderbahn AG, Dipl.-Ing. Thomas E. Kinz
- _ Kongresskultur Bregenz GmbH, Mag. Michael Diem
- _ Bregenzer Festspiele GmbH, Mag. Michael Diem
- _ Volksbank Vorarlberg, Dipl.-Kff (FH) Grit Delavier
- _ DONAU Versicherung AG Vienna Insurance Group, Jürgen Gmeiner, MBA
- _ Raiffeisenlandesbank Vorarlberg, Mag. Gerhard Sieber
- _ Schoeller Areal GmbH, Ing. Martin Summer
- _ Hypo Immobilien Bankgebäudemanagement GmbH, Wolfgang Bösch, MSc und Mag. Emmerich Schneider
- _ Vorarlberger Kulturhäuser Betriebs-GmbH, Dr. Werner Döring
- _ Seestadt Bregenz Besitz- und Verwaltungsgesellschaft mbH, Dipl.-Ing. Bernhard Ölz
- _ UNIQA Insurance Group AG, Dir. Markus Stadelmann
- _ Walford AG, Dr. Markus Müller

- _ i+R Gruppe GmbH, Prok. Wolfgang Wiener
- _ Stadtwerke Bregenz GmbH, DI Dr. Wolfgang Winkler
- _ RIMC Seehotel Am Kaiserstrand Hotel Betriebs GmbH, Dir. Ingo Sierich
- _ Rhomberg Bau GmbH, Ing. Martin Summer
- _ VL Bodenseeschiffahrt GmbH & Co KG, Mag. Alexandro Rupp
- _ GWL Gemeinschaftswarenhaus GmbH & Co KG, Dr. Hubert F. Kinz

AUSSCHUSS

- _ Bürgermeister Dipl.-Ing. Markus Linhart, Michael Ritsch MBA (ab 02.11.2020)
Vorsitzender, Landeshauptstadt Bregenz
- _ Mag. Michael Diem, Kongresskultur Bregenz GmbH und Bregenzer Festspiele GmbH,
Vorsitzender-Stellvertreter
- _ StVE Ing. Reinhold Einwallner, Landeshauptstadt Bregenz
- _ Barbara Fesenmayr, Wirtschaftsgemeinschaft Bregenz
- _ Mag. Martin Jäger, Sparkasse Bregenz Bank AG
- _ Dir. Bernhard Moosbrugger, Casinos Austria AG
- _ Mag. Clemens Sagmeister, Wirtschaftsgemeinschaft Bregenz
- _ Mag. Gerhard Sieber, Raiffeisenlandesbank Vorarlberg
- _ Prok. Wolfgang Wiener, i+R Gruppe GmbH

FACHBEIRAT

- _ Robert Vögel, Wirtschaftsgemeinschaft Bregenz, Vorsitzender
- _ Marc Isele, Casinos Austria AG, Bregenz, Vorsitzender-Stellvertreter
- _ Mag. Tamara Bechter, M.A.S., Landeshauptstadt Bregenz
- _ Dipl.-Kff (FH) Grit Delavier, Volksbank Vorarlberg
- _ Mag. Jutta Dieing, Landeshauptstadt Bregenz
- _ Jürgen Gmeiner, MBA, DONAU Versicherung AG Vienna Insurance Group
- _ Maresa Hoffmann, Walford AG
- _ Dipl.-Ing. Thomas E. Kinz, Pfänderbahn AG und GWL Gemeinschaftswarenhaus GmbH & Co KG
- _ Philipp Kuner, Wirtschaftsgemeinschaft Bregenz
- _ Alexander Lau, UNIQA Insurance Group AG
- _ Mag. (FH) Matthias Moosbrugger, Rhomberg Bau GmbH und Schoeller Areal GmbH
- _ Axel Renner, Bregenzer Festspiele GmbH
- _ Angelika Rimmle, Hypo Vorarlberg
- _ Mag. Alexandro Rupp, Vorarlberg Lines Bodenseeschiffahrt
- _ Mag. Gerhard Seiler, Landeshauptstadt Bregenz
- _ Mag. Gerhard Stübe, Kongresskultur Bregenz GmbH
- _ Urs Treuthardt, MSc, Bodensee-Vorarlberg Tourismus GmbH

PRÜFUNGS-AUSSCHUSS

- _ Mag. Martin Jäger, Sparkasse Bregenz Bank AG, Vorsitzender
- _ Mag. Michael Diem, Kongresskultur Bregenz GmbH und Bregenzer Festspiele GmbH
- _ Mag. Gerhard Sieber, Raiffeisenlandesbank Vorarlberg

City-Management

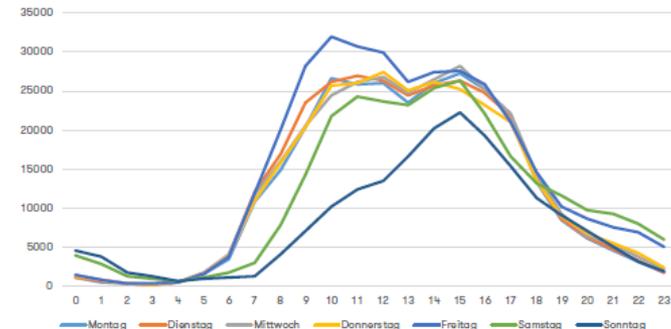
Beispiel Bregenz (4/4)

FREQUENZEN DER STADT

Die Messung der Passanten-Frequenz ist von großer Bedeutung, da die dort gewonnenen Werte bei der Ansiedlung neuer Betriebe einen wichtigen Parameter darstellen, welcher die Anzahl der potenziellen Kunden bestimmt. Die Immobilienwirtschaft nutzt unter anderem diese Kennzahlen um den Marktwert und Mietpreis von Gewerbeimmobilien zu bestimmen. Um eine Stadt besser verstehen zu können, ist es wichtig, die Wege und Frequenzen der BewohnerInnen und BesucherInnen zu kennen. Die 2017 in Betrieb genommenen Frequenzmessanlagen in der Kaiserstraße, Bahnhofstraße, auf dem Kornmarktplatz und in den Seeanlagen (Höhe Fischersteg) geben Aufschluss über die Auswirkungen von Märkten, Events und anderen Ereignissen, die die Frequenzen in handelsrelevanten Zonen beeinflussen. Die dort gewonnenen Kennzahlen dienen unter anderem als Entscheidungsgrundlage für die Durchführung von kaufkraftfördernden Maßnahmen und die Weiterentwicklung von Märkten und Events.

BAHNHOFSTRASSE

Auch die Messstation in der Bahnhofstraße verzeichnet am Freitag durchschnittlich die höchsten Frequenzen. Hier sorgt der Bauernmarkt am Freitag für hohe Frequenzen am Vormittag. Spitzentag war Freitag, 04. September 2020.



City-Management

Beispiel Hamburg (1/3)

Das City Management Hamburg ist 1999 auf Initiative Hamburger Einzelhändler und der Handelskammer Hamburg gegründet worden. Als nicht eingetragener Verein kooperiert er mit der Handelskammer Hamburg. Mit der HKS Handelskammer Hamburg Service GmbH besteht seither ein Geschäftsbesorgungsvertrag.

Danach stellt die HKS das hauptamtliche Personal des Vereins ein, überlässt dem Verein Büro und Infrastruktur, fertigt die Beitragsrechnungen aus und wickelt die finanziellen Verpflichtungen im Rahmen der Mittel des Vereins ab.

City-Management

Beispiel Hamburg (2/3)

Vision des City Management Hamburg

Das City Management Hamburg wurde vor mittlerweile 21 Jahren ins Leben gerufen, um Hamburgs Innenstadt im nationalen und internationalen Wettbewerb zu stärken. Zu diesem Zweck haben sich Unternehmen des Einzelhandels, der Immobilien-, Kultur-, Freizeit- und Tourismuswirtschaft, Interessen- und Werbegemeinschaften sowie Verbände und Institutionen zusammengeschlossen.

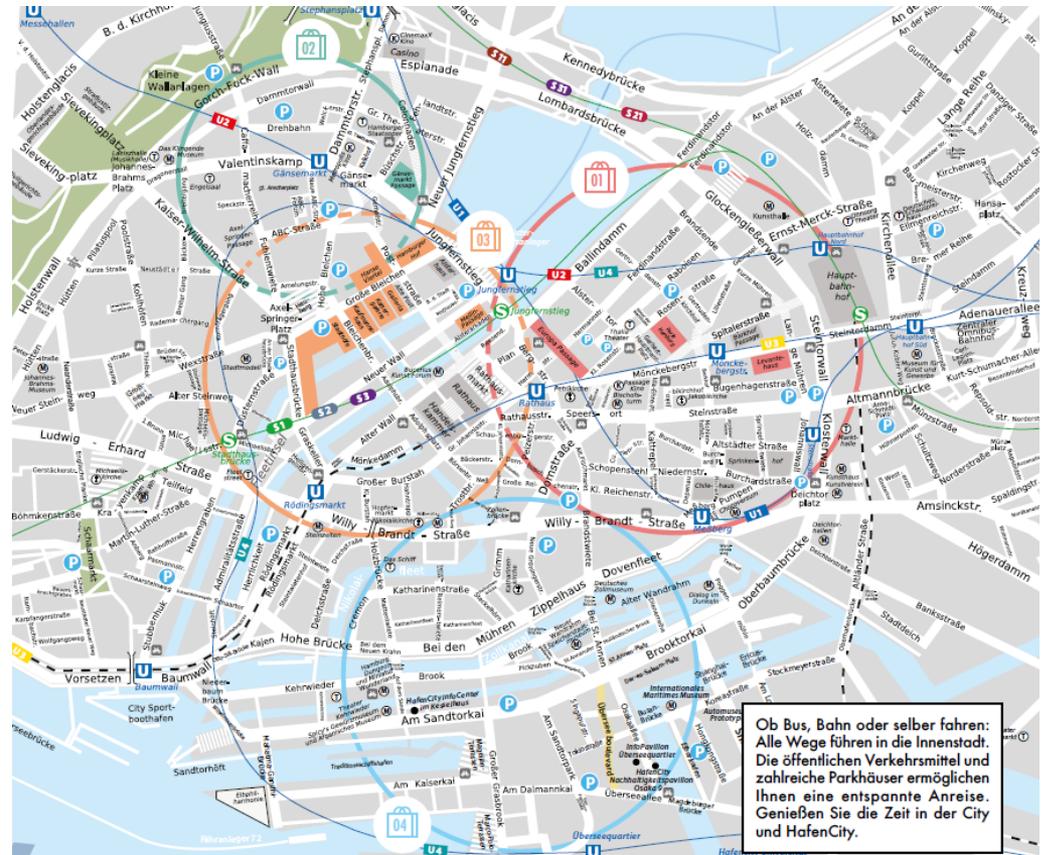
Die Wahrnehmung Hamburgs als bedeutender Einzelhandelsstandort Nordeuropas, die Erhöhung der Frequenz und die Optimierung der Aufenthaltsqualität sind erklärte Ziele des City Management. Außerdem vertritt das City Management die Interessen seiner Mitgliedsunternehmen mit einer starken Stimme gegenüber der Politik.

Möglich geworden ist das gemeinschaftliche Engagement erst durch die zahlreichen Partner, die die Bedeutung dieses Netzwerkes erkannt haben. So repräsentiert das City Management heute **mehr als 850 Unternehmen** in der Hamburger Innenstadt und der HafenCity. Eines haben alle Partner gemeinsam – die Solidarisierung mit den Zielen.



Copyright: Martina van Kann

City-Management Beispiel Hamburg (3/3)



City-Management

Beispiel Aarau

Aarau Standortförderung

Aarau Standortmarketing: Wirtschaftsförderung, City Management sowie Tourismus- und Veranstaltungsförderung künftig unter einem Dach.

Die Stadt Aarau beauftragt per 1. Januar 2021 den Verein Aarau Standortmarketing (VAS) neu mit den Aufgaben der Wirtschaftsförderung. Er bezweckt die Entwicklung und die wirksame Positionierung der Marke Aarau und betreibt bereits die Tourismusförderung für die Stadt. Mit der Zusammenführung der Bereiche sollen Synergie genutzt werden und Aarau als Wirtschafts- und Tourismusstandort sowie als attraktive Einkaufsstadt weiterentwickelt werden.

Neu: City Management Die neu geschaffene Stelle im Bereich City Management ist der Wirtschaftsförderung angesiedelt und stärkt mit der Koordination und Initiierung von Projekten den Detailhandel und die Gastronomie in der Innenstadt. Vorausschauend werden Trends und Entwicklungen aufgenommen und für Aarau geprüft. Im Fokus steht das proaktive Immobilienmanagement und somit die aktive Vermarktung von verfügbaren Flächen.

City-Management

Beispiel Rheinfelden (1/3)

FÜR EINE ATTRAKTIVE ALTSTADT RHEINFELDEN / SCHWEIZ

Das City Management hat den Auftrag, die vielfältige, vitale Altstadt Rheinfelden Schweiz weit über die Stadtmauern hinaus bekannt zu machen. Es tritt dabei als Partnerin des Einzelhandels und der Gastronomie auf und koordiniert Marketingmassnahmen, welche die Gäste neugierig machen und zum Verweilen in Rheinfelden animieren. Andererseits wird durch proaktives Event- und Flächenmanagement die Altstadt lebendig und attraktiv gestaltet.

City-Management

Beispiel Rheinfelden (2/3)



City-Management

Beispiel Rheinfelden (3/3)

DAS CITY MANAGEMENT RHEINFELDEN
IST EINE ZUSAMMENARBEIT VON:



RHEINFELDEN
PRO ALTSTADT

Mitglied werden



GEWERBEVEREIN RHEINFELDEN

Mitglied werden



Rheinfelden
Lebenswert. Liebenswert.

Das City Management wird über einen Steuerungsausschuss geführt.

Steuerungsausschuss

City-Management

Mögliche Aufgabenfelder

Kurzfristige Unterstützung der lokalen Akteure im definierten Perimeter (z.B. Frequenzschaffung, Loyalitätsprogramm etc.)

Mittelfristige Optimierung der Zusammenarbeit der verschiedenen Branchen/Unternehmen (z.B. City-Club)

Langfristige Erarbeitung einer Strategie für den zukünftigen Erfolg (z.B. Parterreflächenkonzept für die Innenstadt)

City-Management

Realistische Erwartungshaltung

Schaffung von optimalen Rahmenbedingungen, aber keine Verantwortung für den Erfolg der einzelnen Betriebe – dies kann nicht delegiert werden

Vernetzen, Verbinden, Vermitteln und Impulse geben, aber keine Aktivitäten umsetzen für einzelne Betriebe – auch dies kann nicht delegiert werden

Ganzheitliches Vorgehen im Sinne der Innenstadt, aber kein Problemlöser von individuellen Herausforderungen einzelner Betriebe – dies kann ebenfalls nicht delegiert werden

City-Management

Grundvoraussetzung für den Erfolg

Persönliches Engagement aller Detailhändler, Gastronomen und Dienstleistungsanbieter in der Innenstadt

Bereitschaft zur Kooperation mit anderen Unternehmen aus den unterschiedlichsten Branchen

Unterstützung der für das City-Management verantwortlichen Personen oder Körperschaften



Herzlichen Dank

Digitalisierung im Detailhandel

Fluch, Segen oder beides?



«Local SEO – Das neue Erfolgsrezept!»



Daniela Kleck
COO Mind Studios

Präsentationswechsel (separat)

Offen sein für Neues!



Das Problem besteht nicht darin, neue und innovative Gedanken im Kopf zu haben, sondern darin, die alten loszuwerden.

Gemeinsam den Marktplatz stärken!

***Geben und nehmen: Das Leben ist wie ein Bumerang.
Was du gibst, kehrt zu dir zurück.***



Herzlichen Dank an unsere Sponsoren

