



CASINO GRAND LUZERN

CITY NIGHT 2017

Alles unter einem Dach.

Begrüssung



André Bachmann
Präsident a. i. City Vereinigung Luzern

Programm – Teil 1 (Panoramasaal)

Zeit	Thema
17:30 Uhr	Eintreffen der Gäste und Welcome-Drink
18:00 Uhr	Begrüssung «in Memoria – Franz Stalder, unser Präsident»
18:15 Uhr	City Vereinigung Luzern – Ein starkes Dach! <i>André Bachmann, Präsident a. i. City Vereinigung Luzern</i>
18:30 Uhr	Grand Casino Luzern – Ein einzigartiges Haus! <i>Wolfgang Bliem, CEO Grand Casino Luzern AG</i>
18:45 Uhr	Digitale Shopping Trends – Von der Vision zur Realität! <i>Jonathan Grahm, Vice President Sales & Key Account Management Siroop AG</i>

Programm – Teil 2 (Casineum)

Zeit	Thema
19:15 Uhr	Vorspeise
19:35 Uhr	Luzerner Start-up rockt ab! Silvan Küng & Pirmin Giger, Relish Guitars
19:50 Uhr	Hauptgang
20:30 Uhr	Rasant – südländisch – aus dem Alltag Sergio Sardella, Comedian
21:00 Uhr	Schlussrede <i>Dessert und «faites vos jeux» - Möglichkeit für ein Roulette-Spiel</i>
22:00 Uhr	Ende der Veranstaltung

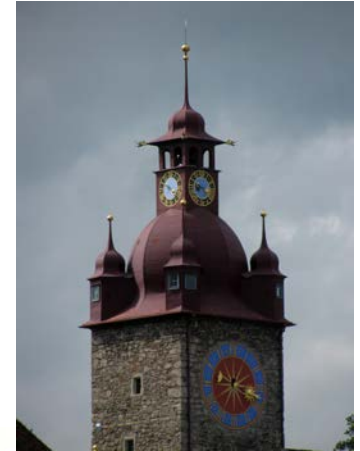
In Memoria – Franz Stalder

Präsident City Vereinigung Luzern
2007 - 2017

Alles unter einem Dach.



Ein gemeinsames Dach.



NETZWERK
STADT
SHIPPING
TOURISTEN
BEVÖLKERUNG
HAUS
POLITIK
DACH
VEREINIGUNG
ALLES UNTER
EINEM DACH
BEDACHUNG
ONLINE
EINKAUFEN
PARTNER
ZUSAMMENHALT
LUZERN
EVENTS
CITY VEREINIGUNG LUZERN
MITGLIEDER
SOLIDARITÄT

Für die Zukunft bereit!



Online-Strategie

Website city-luzern.ch

- Gut besuchte Website – mit durchschnittlich 11'000 Besucher pro Monat
- Domain sehr gut im Google Ranking gelistet
- Startseite mit schnellem Zugang zu den wichtigsten 4 Themen – verbesserte Nutzerfreundlichkeit

City Events

- Neue Online-Plattform für **Ihre Aktivitäten und Veranstaltungen**
- Einfache Handhabung und optimale Reichweite
- Kostenlos für Mitglieder und Partner

Social Media

- Steigerung des Bekanntheitsgrades in den sozialen Netzwerken
- Weiteres Marketinginstrument für CityCard Luzern



CITY NEWS

Aktuelles und Interessantes aus der Stadt



CITYCARD LUZERN

www.citycard-luzern.ch

Online bestellen – Saldo-Abfrage – Informationen – Annahmestellen

Geschenkkarte Carte cadeau Carta regalo Gift



CITY EVENTS

Veranstaltungen unserer Mitglieder und Partnerorganisationen



CITY VEREINIGUNG

Mitglieder-Informationen

EVENTS



1. Lozärner Oktoberfestbrunch



Candle-Light Dinner



Klassisches Spektakel

PRESSESCHAU



Globus zieht an den Falkenplatz





Wird «heile Mäas-Welt» durch ein grünes Inseli zerstört?



Umfrage des Luzerner Gewerbes: Das Auto bleibt die Nummer eins

HOME UNSERE MITGLIEDER CITYCARD LUZERN AKTUELLES LADENÖFFNUNGSZEITEN PARTNER ÜBER UNS

1. LOZÄRNER OKTOBERFESTBRUNCH






Am Sonntag, 17. September 2017 im Regionales Esszentrum Luzern. Ab 11h mit vielen herzhafte bayrischen Spezialitäten. Gaudi und Musi dürfen natürlich nicht fehlen - dafür sorgen die Kinderangebote inkl. Nannys für Familien.

Unsere Türen sind vom 7. - 23. September 2017 geöffnet. Erlebe die bayerische Gastfreundschaft und deren Gaumenfreuden im Regionales Esszentrum Luzern! Nicht nur bayerische Spezialität bringen ein Stück Bayern nach Luzern. Dafür sorgen auch die original Ihesis und Seppi aus Erding, welche garantieren einen rasigen Service übernehmen, das authentisch dekoriert sowie Gaudi & Musi mit der original bayerischen Band "Die Noormobier". Herzlich Willkommen am Lozärner Oktoberfest.

Datum: Donnerstag, 07. September 2017
Uhrzeit: 19.00 Uhr
Ort: Regionales Esszentrum Luzern AG

[Webseite zum Event](#)

HOME UNSERE MITGLIEDER CITYCARD LUZERN AKTUELLES LADENÖFFNUNGSZEITEN PARTNER ÜBER UNS IHR KONTO

Event hinzufügen

Event

Name *

Datum des Events


[Datum hinzufügen](#)

Uhrzeit

Ort / Location

Text

[HTML Ansicht](#)



Placeholder

[LINKER](#)

Media

Bild [Datei auswählen](#) Keine ausgewählt

[Neue Instanz hinzufügen](#)

Firmenlogo [Datei auswählen](#) Keine ausgewählt

Meta

MAP

Optionen anzeigen

Externer Link

[OPTIONEN ANZEIGEN](#)

IHR KONTO

- Profildaten
- Ihr Firmeneintrag bearbeiten
- Event eintragen**
- Event editieren
- Abmelden

CityCard Luzern

Kartenfunktionen

- Meist gestellte Fragen
- Bestellung PR-Material
- Kosten und Tarife
- AGB CityCard Luzern

SUPPORT

Bei technischen Fragen wenden Sie sich bitte an webmaster@city-luzern.ch

Bei Fragen zu CityCard Luzern, Mitgliedschaft OX an info@city-luzern.ch

Besten Dank!

Hallo Markus Beeli CH

[ABMELDEN](#)

Social Media



This screenshot shows the Twitter profile for Cityvereinigung Luzern. The header features a banner image of people holding a 'CITYCARD LUZERN' sign. The profile name is 'CVL' (@City_Luzern). The bio states: 'Die City Vereinigung Luzern vereint Geschäfte, Gewerbetreibende, Dienstleistungsbetriebe und Gastronomie in der ganzen Stadt Luzern.' The website listed is 'city-luzern.ch'. The page includes a 'Sende deinen ersten Tweet' section with prompts like 'Richte gerade mein Twitter ein. #meinErsterTweet' and 'Hallo Twitter! #meinersterTweet'. A 'Trends für dich' sidebar is visible on the right.

This screenshot shows the Facebook profile for Cityvereinigung Luzern. The profile picture and cover photo both feature the 'CITYCARD LUZERN' banner. The profile name is 'City Vereinigung Luzern' (@CVLuzern). The page layout includes a left-hand navigation menu with options like 'Startseite', 'Beiträge', 'Shop', 'Fotos', 'Info', 'Bewertungen', 'Videos', and 'Community'. The main content area shows a post with a status update and a photo of the city. The right-hand side contains a search bar and a list of languages.

This screenshot shows the Google+ profile for Cityvereinigung Luzern. The profile picture and cover photo feature the 'CITYCARD LUZERN' banner. The profile name is 'Cityvereinigung Luzern'. The page layout includes a left-hand navigation menu with options like 'Übersicht', 'Entdecken', 'Communities', 'Profil', 'Personen', and 'Benachrichtigungen'. The main content area shows a post with a photo of the city. The right-hand side contains a search bar and a list of languages.

Marketing-Strategie

Image-Kampagne

- Plakatierung 140 F4 an bester Lage in der Stadt Luzern
- Auftritt auf sämtlichen Social-Media-Kanälen
- Zeitraum: 23.10 – 05.11.2017

CityCard-Kampagne

- Plakatierung 140 F4 an bester Lage in der Stadt Luzern
- Auftritt auf sämtlichen Social-Media-Kanälen
- Traffic Media Screen
- Zeitsponsoring Radio Pilatus
- Zeitraum: 04. – 17.12.2017

Service-Strategie

Mikro-Hub – Logistik der ‚letzten Meile‘

- Verknüpfung von Online- und stationärem Handel
- Innovativ, umweltfreundlich und nachhaltig
- Erhöht die Aufenthaltsqualität
- Flexibler Zugang zur Ware für den Kunden



Start der Mikro-Hub Online-Umfrage am Montag, 25. September.

Netzwerk-Strategie



NEIN zur Inseli-Initiative der Jungsozialisten

- Inseli erfüllt wichtige Funktionen im urbanen Zusammenleben
- Funktioniert in der heutigen Form bestens
- Keine tauglichen Alternativen für die wegfallenden Parkplätze



Ladenschlussgesetz

Ziel: Tragfähige Lösung für ein zeitgemässes Ladenschlussgesetz

- Konkurrenzfähige Rahmenbedingungen
- Kompromiss zwischen WIO, Parteien, Verbänden und Sozialpartnern
- Gesetzesbeschluss RR / Parlament



Grand Casino Luzern – Ein einzigartiges Haus!

Wolfgang Bliem
CEO Grand Casino Luzern AG

G | R | A | N | D



CASINO LUZERN

FRANZ STALDER

Restaurant Olivo 21. April 2017



VIRTUELLE TOUR DURCH DAS GRAND CASINO LUZERN

City Night 2017
Grand Casino Luzern, 20. September 2017



PORTFOLIO DES GRAND CASINO LUZERN



SPIELEN TISCHSPIELE

American Roulette, Black Jack, Punto Banco / Baccarat, Ultimate Texas Hold'em, Texas Hold'em Poker, Jassino – Der Casino Jass, Easy 3 Card Poker



SPIELEN

JASSINO – DER CASINO JASS





SPIELEN SLOTS

High-End-Spielautomaten
Attraktive 3D-Technologie
Schweizweit einmalige Slotturniere





GENIESSEN RESTAURANT OLIVO

15 Gault Millau Punkte
Mediterraner Genuss

GAULT MILLAU





GENIESSEN DINNER & CASINO (ROYALE)

Dinner & Casino


Rundumpaket für **CHF 79.-**

- > Willkommensapéro (1 Glas Prosecco)
- > 3-Gang-Menu im Restaurant Olivo
- > Eintritt in den Spielbereich
- > Spielchips im Wert von CHF 25.-

Dinner & Casino Royale

Stilvolles Ausgehvergnügen für **CHF 99.-**

- > Willkommensapéro (1 Glas Champagner)
- > 5-Gang-Menu im Restaurant Olivo
- > Eintritt in den Spielbereich
- > Spielchips im Wert von CHF 25.-



DINNER & CASINO
Wenn Genuss ins Spiel kommt...
When enjoyment comes into play...

**SPECIAL PACKAGE:
CHF 79.- STATT/
INSTEAD OF CHF 110.-**

www.grandcasinoluzern.ch
CASINO LUZERN



DINNER & CASINO ROYALE
Das stilvolle Ausgehvergnügen
Your delightful night out with style

**SPECIAL PACKAGE:
CHF 99.- STATT/
INSTEAD OF CHF 127.-**

www.grandcasinoluzern.ch
CASINO LUZERN

FEIERN CASINEUM & THE CLUB

300 Events pro Jahr

Kapazität für bis zu 770 Personen

Vielseitiges Unterhaltungsangebot





FEIERN PANORAMASAAL & SPIEGELSALON

200 Events pro Jahr

Festivals, Bankette, Meetings, Konferenzen und Pokerturniere



GENIESSEN SEECAFE

Sommergenuss an der Luzerner Seepromenade
Freie Sicht auf den See und die Berge



UNTERHALTUNG FÜR JEDEN TAG: ÖFFNUNGSZEITEN

Täglich geöffnet von 9 bis 4 Uhr (Freitag und Samstag bis 5 Uhr)

Tischspiele Montag bis Freitag ab 16 Uhr, Samstag und Sonntag ab 14 Uhr



DAS GRAND CASINO LUZERN IM WORLD WIDE WEB

HERZLICHEN DANK!

WOLFGANG BLIEM



CEO

Grand Casino Luzern AG
Kursaal-Casino AG Luzern

Grand Casino Luzern

Haldenstrasse 6

CH-6006 Luzern

Telefon +41 41 418 56 56

www.grandcasinoluzern.ch

info@grandcasinoluzern.ch

Folgen Sie uns auf Social Media:





CASINO LUZERN



Digitale Shopping Trends – Von der Vision zur Realität!

Jonathan Graham

Vice President Sales &
Key Account Management Siroop AG



Digitale Shopping Trends – Von der Vision zur Realität

Jonathan Graham

Vice President | Sales & Key Account Management

Luzern, 20.9.2017

Agenda

1

siroop

2

Marktentwicklung

3

Learnings

4

Marktplatz Ja oder Nein?

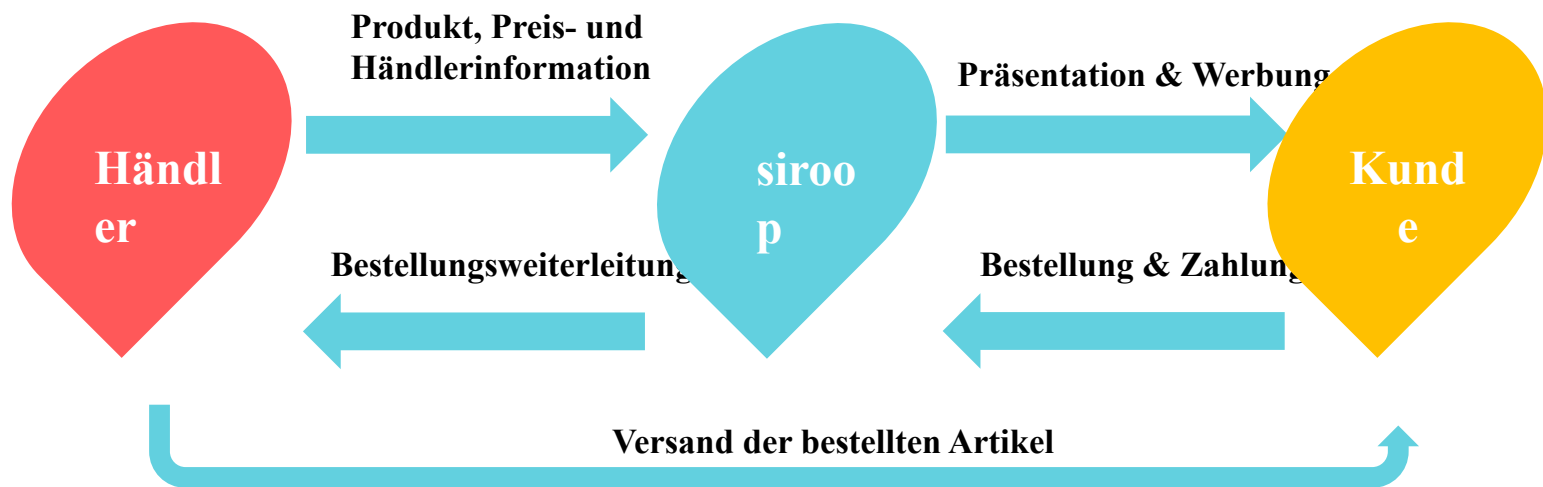
5

Was würde ich als lokaler Händler tun?



siroop

Der relevanteste Schweizer Online-Marktplatz mit lokalen, regionalen und nationalen Händlern.



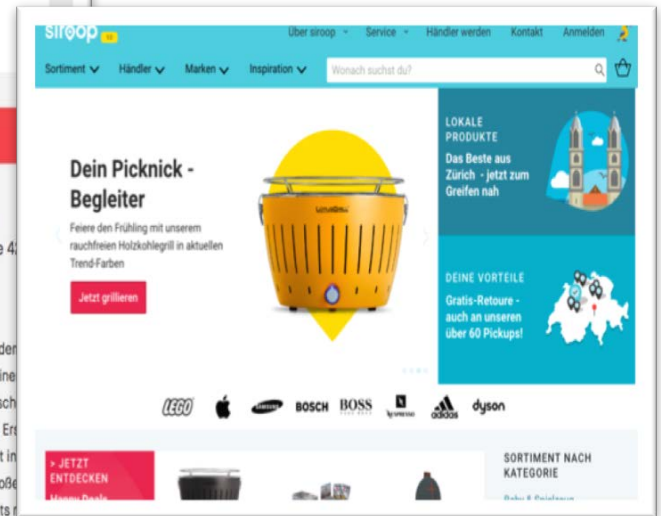
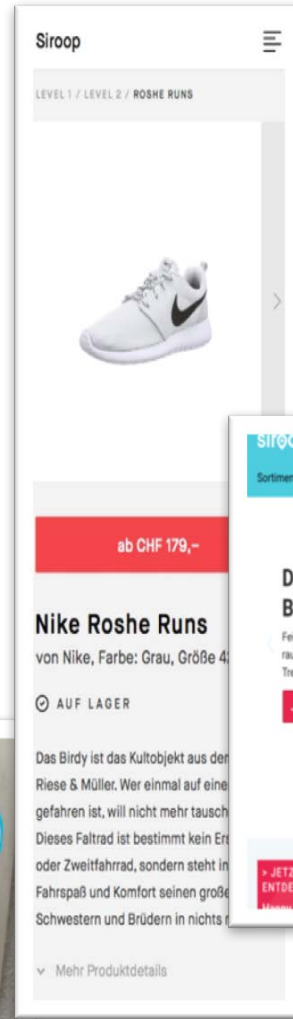
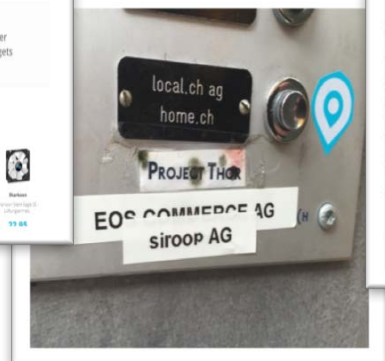
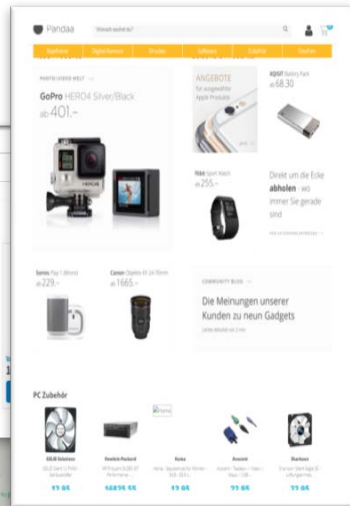
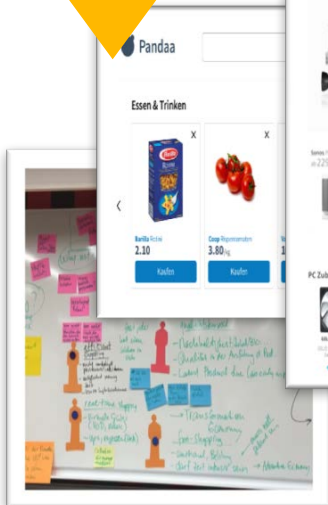
Gründungsgeschichte



Proto-
typing
April
2015

Beta
(MVP)
Oktober
2015

Launc
h
Mai
2016



Namensfindung



Status Quo

>900'000
alltägliche
&
besondere
Produkte.

Einheitliche
Value
Proposition
ggü.
Endkunden

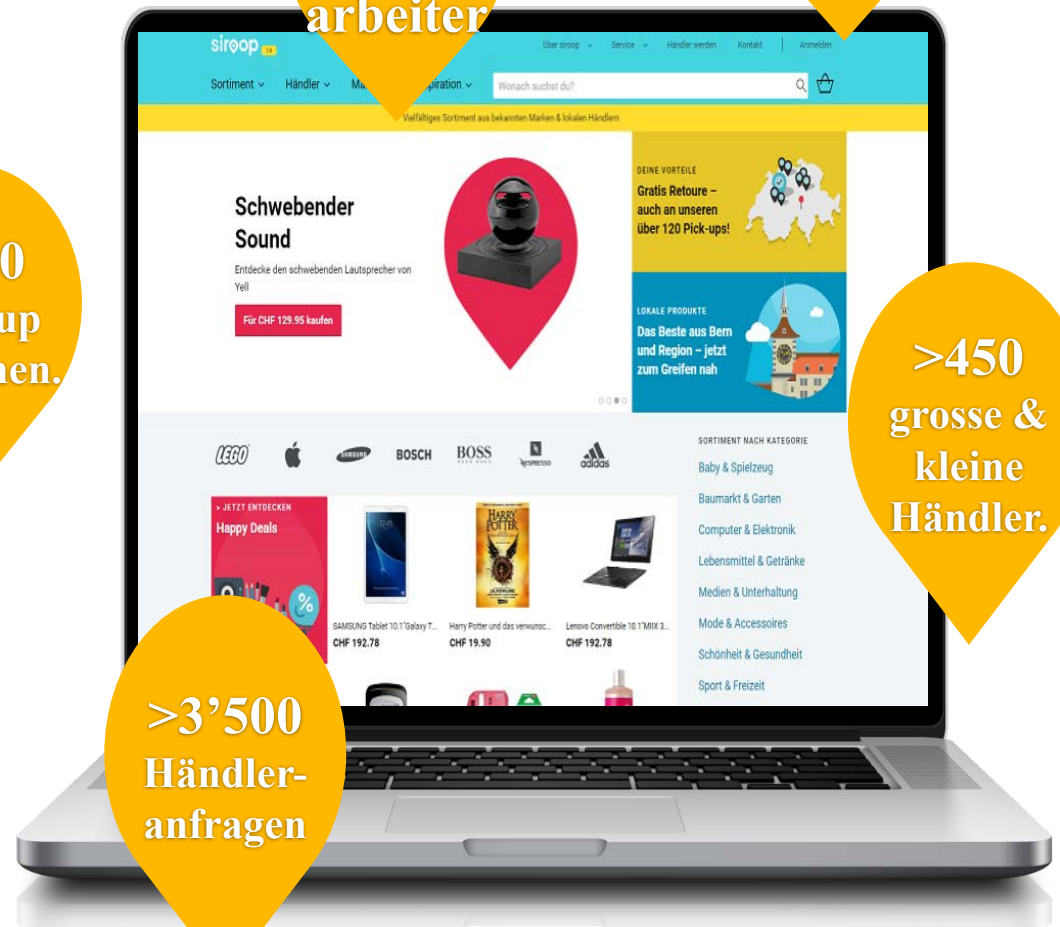
>200
Pick-up
Stationen.

>180
Mit-
arbeiter

60-
120K
Unique
s / Tag

>450
grosse &
kleine
Händler.

>3'500
Händler-
anfragen





Marktentwicklung

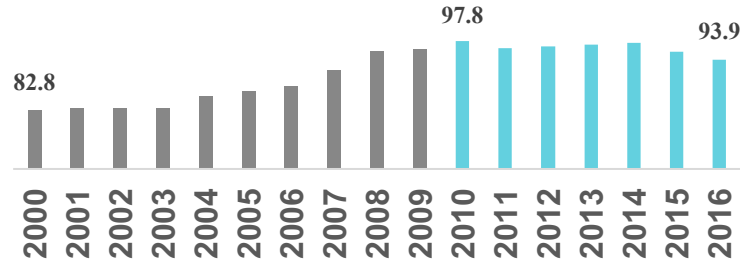
Der Schweizer Detailhandel

Schweizer Detailhandel

'00-'09: +1.3% p.a.

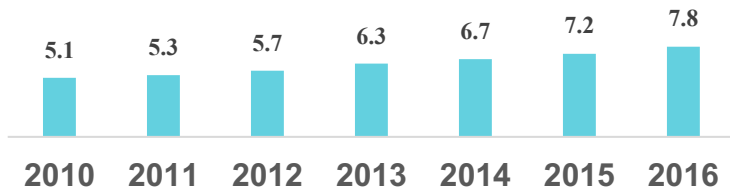
'10-'16: -0.6%
p.a.

in Mrd. CHF



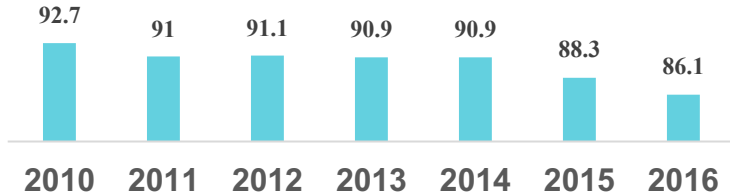
Schweizer Online- & Versandhandel: +7.3% p.a.

in Mrd. CHF



Schweizer Offline-Handel: -1.2% p.a.

in Mrd. CHF



Key Take Aways

- Offline-Umsätze verschieben sich in Richtung online
- Der Online-Anteil am Schweizer Detailhandel lag 2016 bei ca. 7% (15% Non Food; 2% Food)
- Elektronik/Multimedia sowie Fashion/Accessoires machen zurzeit ca. 42% der Online-Umsätze aus
- Non Food Einkäufe treiben Online-Entwicklung
- Elektronik & Food weiterhin fest in Schweizer Hand – in allen anderen Kategorien viele dominante Player aus dem Ausland
- Cross-Border (ca. 1.4 Mrd. CHF) wächst 2016 über-proportional mit 18% - Wachstumstreiber ist China

Geschäftsmodelle im Wandel

 **siroop**

Vom **Marktplatz** zum
Händler



GALAXUS

Vom **Händler** zum
Marktplatz

 **amazon**

Vom **Onliner** zum **Cross
Channeler**

 **INTERSPORT**

Vom **Offliner** zum **Onliner**

 **microspot.ch**

Vom **Eigenkanal** zum
Drittkanal

 **ricardo.ch**

Vom **Auktionshaus** zum
Händler

 **FIAT**

Vom **Hersteller** zum
Händler

FashionFriends

Shopping Clubs entstehen



Learnings

Feststellungen nach >1.5 Jahren am Markt

- Schweiz ist noch lange kein Marktplatzland & mangelnde Online-Kenntnisse
- Viele grosse Händler haben Onlinewandel verschlafen
- Von den «lokalen Händlern» verfügen nur etwa 5% über einen funktionierenden Online-Shop
- Konkurrenzdenken ist in der CH ausgesprochen stationär geprägt – Wettbewerb wird aber global
- Digitalisierung von Offline-Händlern gestaltet sich auf Grund von mangelnder Datenqualität oft schwierig (Bilder, Produktbeschreibung, GTIN, etc.)
- Mangelnde Online-Erfahrung führt oft zu Problemen im Fulfillment (Liefertreue, Bestandsdaten, etc.)





Marktplatz Ja oder Nein?

Ressourcen?

Zielgruppe?

Kannibalisierung?

Reichweite?

Pricing?



Sortiment?

2nd Brand?



Was würde ich als lokaler Händler tun?

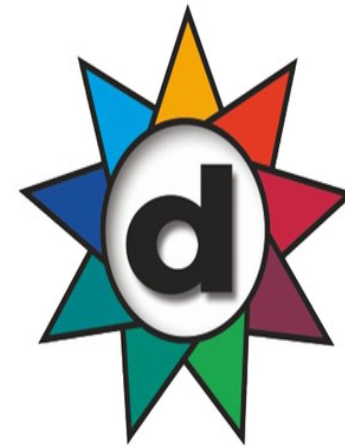
Wo liegt meine Kernkompetenz?

Wie kann ich mich
(in verschiedenen Kanälen)
differenzieren?

Wie biete ich dem
Kunden ein
überragendes
Erlebnis?



Drogi Giger



[drogi.ch](https://www.drogi.ch)

Ihre Online Drogerie

A decorative archway at night, illuminated from within. The arch is made of dark material and features several light blue, semi-circular panels. A string of red paper letters is strung across the arch, spelling out 'ADEMMESSI'. The letters are made of folded paper and are slightly overlapping. The background shows dark green foliage and some blurred lights from the street.

ADEMMESSI

Jonathan Grahm

jonathan.grahm@siroop.ch

+41 79 593 10 18

Herzlichen Dank unseren Partnern

