

LUZERN

Ausgabe #01, Januar 2022

DAS STADTMAGAZIN



 **Stadt
Luzern**

BEREIT FÜR NEUE GÄSTE

Mit der Vision 2030 soll der Tourismus weiterentwickelt und gesteuert werden.

TROTZ VERHEERENDER FOLGEN OPTIMISTISCH GEBLIEBEN

Viele Betriebe bangen ums Überleben. Die staatlichen und wirtschaftlichen Strukturen sowie die einzigartige Lage der Stadt geben aber Hoffnung, dass sich der Tourismus schnell erholt, wenn auch die ausländischen Gäste wieder nach Luzern kommen.



Lucas Zurkirchen, Vorstandsmitglied der City Vereinigung Luzern: «Es braucht ein starkes City-Management.»

Umsatzeinbussen und grosse Unsicherheit

«Die Coronapandemie hat dem stationären Detailhandel, der Kultur und der Gastronomie stark zugesetzt», sagt Lucas Zurkirchen, Vorstandsmitglied der City Vereinigung Luzern. Grosse Umsatzeinbussen hatten vor allem jene Geschäfte, die auf

ausländische Touristinnen und Touristen angewiesen sind. Zudem hat der Onlinehandel weiter an Dynamik gewonnen. «Belastend ist vor allem die grosse Unsicherheit, wie es weitergeht und ob die Kundinnen und Kunden zurückkehren», sagt Lucas Zurkirchen. Zuversichtlich stimmt ihn, dass während der Pandemie das Bewusstsein für den lokalen Einkauf zugenommen hat, auch dank der in diesem Jahr lancierten Kampagne «Kauf lokal – Schenk mit Herz». Weitere Trümpfe sind für ihn die grosse Tradition und der Wohlstand, den der Tourismus Luzern gebracht hat, sowie die Luzerner Willkommenskultur gegenüber den Gästen aus der Schweiz und der ganzen Welt.

Langfristig brauche es aber weitere Anstrengungen. «Alle Beteiligten aus Tourismus, Gastronomie, Hotels und Kultur müssen sich für eine attraktive Innenstadt einsetzen und gemeinsam und solidarisch für attraktive und konkurrenzfähige Rahmenbedingungen einstellen», sagt Lucas Zurkirchen. Zentral seien die zuverlässige Erreichbarkeit, attraktive Aussenräume sowie weniger Regeln und Einschränkungen – so, wie sich das in zwei «Covid-Sommern» bewährt habe. «Um dies zu ermöglichen, braucht es ein starkes City-Management.»



Stefan Schulthess, Vorsitzender der SGV-Gruppe: «Wir müssen flexibel bleiben und das Angebot laufend anpassen.»

Dramatisch

Halbierung des Umsatzes der SGV-Gruppe im Jahr 2020, Ertragsausfälle von 60 Mio. Franken in den letzten beiden Jahren, Passagierzahlen wie zu Zeiten des Ersten Weltkrieges sowie rund 200 Mitarbeitende, die die Schifffahrtsgesellschaft Vier-

waldstättersee (SGV) und die Tavalago AG in den zwei Jahren verlassen haben oder denen gekündigt werden musste. Für Stefan Schulthess, Vorsitzender der SGV-Gruppe, gibt es nur ein Wort für die Situation: «Dramatisch. Über die Runden gekommen sind wir dank Reserven und dank unseres Unternehmens Shiptec, das Schiffe für die professionelle Schifffahrt baut.» Begegnet wurde der Krise mit Kosteneinsparungen von 37 Mio. Franken in den beiden Jahren. Dazu wurden unter anderem der Fahrplan, der Unterhalt der Schiffe sowie die Öffnungszeiten der Restaurants stark reduziert. «Obwohl wir finanzielle Reserven haben, können wir solche massiven Ertragsausfälle nicht Jahr für Jahr kompensieren», sagt Stefan Schulthess. Das gehe zulasten der Dienstleistungsqualität: «Das Gesamtprodukt verliert an Attraktivität.»

Stefan Schulthess ist verhalten optimistisch: «Ende 2020 haben wir gedacht, dass 2021 ein Übergangsjahr wird. Jetzt hoffen wir, dass dies 2022 der Fall sein wird. Wir müssen flexibel bleiben, das Angebot laufend anpassen und weiterhin Kosten optimieren.» Und dann hofft er, dass die in- und ausländischen Gäste wieder kommen. Denn die Pandemie habe gezeigt: Ohne sie geht es nicht.



Miriam Böger, Vorstandsmitglied von Luzern Hotels: «Luzern ist mit seiner Toplage ein Sehnsuchtsort.»

Geschlossene Hotels

«Die Hotels in Luzern sind von der Coronakrise massiv betroffen», sagt Miriam Böger, Vorstandsmitglied von Luzern Hotels. Fast alle waren während der beiden Lockdowns geschlossen. In den Sommersaisons 2020 und 2021 hatten die meisten

wieder geöffnet, auch das Art Deco Hotel Montana, dem Miriam Böger als Direktorin vorsteht. «Wir profitieren von der guten Lage, vom gastronomischen Angebot und von der tollen Aussicht», sagt sie. Hotels, die nur auf Übernachtungen ausgerichtet sind und kein Restaurant führen, haben es ungleich schwieriger, vor allem wenn keine kulturellen Veranstaltungen und Kongresse stattfinden.

Immerhin: Die Herbstmonate seien dank des Seminarbusiness gut verlaufen, sagt sie. Doch noch bevor der Bundesrat weitere Massnahmen beschlossen hatte, wurden gebuchte Weihnachts- und Silvesteranlässe wieder abgesagt. «Ein Déjà-vu», sagt Miriam Böger. «Da braucht es Durchhaltewillen und viel Kraft.» Neben den massiven finanziellen Einbussen sei die Unsicherheit das grösste Problem für die Betriebe, aber auch für die Mitarbeitenden. Sie haben bei Kurzarbeit nicht nur Lohneinbussen, sondern müssen auch auf Trinkgelder verzichten. Trotz Unsicherheit und Abwanderung der Mitarbeitenden bleibt Miriam Böger zuversichtlich. «Luzern ist mit seiner Toplage ein Sehnsuchtsort und auch in der Schweiz ein Anziehungspunkt.» Sie ist überzeugt, dass die Gäste wieder kommen werden, wenn Reisen wieder möglich ist.



Markus Lauber, Geschäftsleiter der Messe Luzern AG: «Die Menschen wollen sich weiterhin auch physisch treffen.»

Ein weiterer Kinnhaken

Auch Markus Lauber, Vorsitzender der Geschäftsleitung der Messe Luzern AG, spricht von einer dramatischen Situation. Die Absage der Winteruniversiade, bei der die Messe Luzern AG stark involviert war, sei «ein weiterer Kinnhaken» gewesen. «Die sta-

atlichen und wirtschaftlichen Strukturen haben unser Überleben ermöglicht. Wir profitieren von einer Epidemieversicherung, Mieterlassen, einem Sparprogramm und Kurzarbeit. In einem anderen Land ausser der Schweiz hätte unser Unternehmen diese Krise kaum überstanden», sagt Markus Lauber.

Der finanzielle Verlust ist für ihn das eine, das andere ist die Situation der Mitarbeitenden: Existenzängste, fehlende Wertschätzung, wenn es keine Veranstaltungen gibt, und eine hohe Arbeitsbelastung, wenn doch mal etwas stattfindet, führen dazu, dass die Fluktuation gross ist. Das sei emotional schwierig zu ertragen und gehe an die Substanz des Betriebes. «Denn um Messen erfolgreich zu organisieren, braucht es in erster Linie Menschen und Know-how», sagt Markus Lauber. Trotzdem bleibt er optimistisch. Erfolgserlebnisse im Herbst wie die Zentralschweizer Bildungsmesse oder die Oldtimer-Messe Swiss Classic World zeigen ihm, dass solche Veranstaltungen immer noch sehr beliebt sind. «Ich bin überzeugt, dass sich Menschen trotz Digitalisierung weiterhin auch physisch treffen wollen.» Für den Dialog und um gegenseitiges Vertrauen aufzubauen, brauche es solche Möglichkeiten. (UD)

Auswirkungen der Pandemie

In der Stadt Luzern sind die Logiernächte 2020 gegenüber dem Vorjahr um 65 Prozent, 2021 um 50 Prozent im Vergleich zu 2019 eingebrochen. Hauptgrund ist das Ausbleiben der Gäste aus den Fernmärkten, die 57 Prozent der Logiernächte ausmachen. Auch der Geschäftstourismus ist stark zurückgegangen, und die Einheimischen sind 2020 und 2021 vermehrt zu Hause geblieben. Das haben die Gastronomie und die Veranstaltungsbranche schmerzlich zu spüren bekommen.

Bund, Kantone und Gemeinden

Alle Staatsebenen haben die leidenden Branchen und Menschen, die durch die Pandemie in ihrer Existenz bedroht sind, unterstützt: der Bund u. a. mit Kurzarbeitsentschädigungen, Corona-Erwerbsersatz, Härtefallhilfen, Überbrückungskredite, Bürgschaften. Die Kantone konkretisieren die Bundesmassnahmen, und die Gemeinden handeln ergänzend zu den Massnahmen von Bund und Kanton.

Stadt Luzern

Die Stadt Luzern unterstützte bisher die Wirtschaft und die Gesellschaft beispielsweise mit: Kompensation von Billettsteuerausfällen, Erweiterung der Boulevardflächen für Restaurants, Mietzinserlass an Gewerbetreibende bei städtischen Liegenschaften, Entgegenkommen bei städtischen Gebäuden, Unterstützung für die Tourismusindustrie und für Spielgruppen, Unterstützung und Beratung durch städtische Fachstellen für Wirtschaftsfragen oder im Bereich Kultur und Sport.