

Sicherheit durch langfristige Nutzer gefragt

Region: Projekt Kultur- und Kongresszentrum Entlebuch geht in die nächste Phase

Nachdem der Grob-Businessplan und die Machbarkeitsstudie von der Trägerschaft und den NRP-Verantwortlichen abgesegnet worden sind, macht sich das Projektteam KKE gemäss Medienmitteilung nun an das Vorprojekt. Dieses soll Klarheit bezüglich der langfristigen Nutzung der Räumlichkeiten und dem Architekturkonzept schaffen, zwei Hauptanliegen der Investorin.

Ab November 2019 arbeitete das Projektteam KKE am Businessplan sowie an der Machbarkeit für das Kultur- und Kongresszentrum Entlebuch. Im März wurden der Trägerschaft die Resultate präsentiert. Wie das Projektteam gestern mitteilte, kamen die Resultate bei der Trägerschaft an, wozu auch die Investorin Businesspark Aentlebuch AG gehört. «Die Trägerschaft sieht in den Resultaten hohes Potenzial, das kulturelle Schaffen im Entlebuch mit den bestehenden Angeboten der Unesco Biosphäre Entlebuch zu verknüpfen», heisst es in der Medienmitteilung. Daher hätten die Trägerschaft sowie die NRP-Verantwortlichen – die Dienststelle rawi, die Kulturförderung Luzern und die Region Luzern West – ihr Okay für die nächste Projekt-Phase gegeben. Diese umfasst das Vorprojekt, welches die definitiven Grundlagen für den Bau und den Betrieb liefern soll.

Der Businessplan

Gemäss Businessplan besteht das Angebots-Portfolio des KKE künftig aus drei Hauptsäulen: Kultur, Seminar- und Tagungswesen sowie Gastronomie unter starkem Einbezug von Regionalprodukten der UBE. Passend zur Investorin, der Businesspark Aentlebuch AG, soll der Bereich Seminare, Tagungen und kleinere Kongresse gewinnbringend an den Wochentagen beworben werden. Als grosses Plus gegenüber anderen Standorten sieht man die UBE und deren bereits umfangreiche Angebote an Exkursionen, heisst es in der Medienmitteilung. «Die Verknüpfung vom bestehenden Leistungsangebot der UBE mit der Infrastruktur KKE, im Einklang mit der wunderbaren Natur im Entlebuch, ist in der Schweizer Tagungslandschaft einzigartig.»

Im Bereich Kultur sei es wichtig, dass die lokalen Vereine der Gemeinde Entle-

buch die Räumlichkeiten zu für sie verkraftbaren Konditionen nutzen können. Dieser Anforderung könne Rechnung getragen werden, hält das Projektteam fest. Keine Überraschung sei, dass sich das Projektteam mit der Herausforderung konfrontiert sehe, dass der gesamte Kulturteil kaum wirtschaftlich umgesetzt werden kann. Dazu heisst es in der Medienmitteilung: «Was man von der Stadt Luzern mit dem KKL, dem Luzerner Theater und von weiteren Kulturstätten schon lange kennt, wäre auch hier nicht anders. Kultur muss von der öffentlichen Hand sowie von Mäzenen und Stiftungen mitfinanziert werden.» Geht es nach der Trägerschaft, so habe das KKE das Potenzial, eine wichtige Kulturinstitution im Kanton Luzern und Sinnbild des kulturellen Lebens auf dem Land zu werden.

Im Bereich Gastronomie wolle man auf regionale Produkte setzen, gebe es doch alleine über 500 Produkte aus dem Entlebuch, die mit dem Label «Echt Entlebuch» zertifiziert sind. Ein grosses Umsatzwachstum dieser Produkte bringe etwa der Direktverkauf von Giveaways bei allen den auswärtigen Besuchern und Seminarteilnehmern. Im Zentrum stehe es, die viele Wertschöpfung innerhalb der UBE zu halten – sowohl wirtschaftlich als auch kulturell.

Investorin braucht Sicherheit

Im Vorprojekt gehe es nun um folgende zwei Hauptpunkte: Sicherheiten für die Investorin bezüglich langfristiger Nutzung der Räumlichkeiten sowie Klarheit beim Architekturkonzept. Im Sinne einer Vision wurden im Herbst 2019 Bilder gezeigt, wie ein KKE in Zukunft aussehen könnte. Seither sei viel geklärt worden und die Verantwortlichen wissen aus der Erarbeitung des Businessplanes, welche Anforderungen an das Raumkonzept genau bestehen. «Dass diese Visualisierung nicht genau dieser Vision entsprechend umgesetzt werden kann, liegt auf der Hand», heisst es in der Medienmitteilung. Die Begründung: «Einerseits wäre der Bau akustisch nicht optimal, andererseits viel zu teuer.»

Der Businessplan habe gezeigt, dass die Investitionen für ein ausgeglichenes Betriebsbudget inklusive staatlicher und privater Fördergelder nicht über 15 Millionen Franken zu stehen kommen dürfen. «Schliesslich sollen die Miete und somit auch die Kosten für Veranstaltungen im Kulturbereich tragbar sein.» Im Vorprojekt werde nun bezüglich Raumeinteilung und Architektur geklärt, was mit diesem zweistelligen Millionenbetrag alles realisiert werden könne. Zudem benötige die Investorin weitere sichere Miet-

nach gefragt...

«Wir brauchen ein Leuchtturmprojekt»



... bei Hanspeter Jenni, Kommunikationsverantwortlicher des Projektteams KKE

Entlebucher Anzeiger: Hanspeter Jenni, die aktuelle Medienmitteilung hält fest, dass die Trägerschaft und die NRP-Verantwortlichen die nächste Projektphase des KKE freigeben haben. War das nicht nur noch reine Formsache?

Hanspeter Jenni: Nein, ganz und gar nicht. Wir sind hoch erfreut, dass sich die Trägerschaft im März und die NRP-Verantwortlichen – die Region Luzern West, die Kantonale Kulturförderung und die Dienststelle rawi – Ende April sehr positiv gegenüber unserer Arbeit geäußert haben. Per Ende April 2020 war im Projekt eine sogenannte Sollbruchstelle eingebaut. Das heisst, alle Beteiligten haben das Potenzial und die grosse Chance erkannt und dadurch dem Projekt klar zugestimmt.

EA: Grob-Businessplan und Machbarkeitsstudie stehen, nun soll es ans Vorprojekt gehen. Was bedeutet das konkret und welchen Zeitplan haben Sie sich für diese Projektphase gesetzt?

Hanspeter Jenni: Bis dato hat der Businessplan eine klare Richtung anzeigen können. Nun geht es bis im Frühling 2021 darum, die offenen Punkte so zu konkretisieren, dass die Investorin das definitive Go für den Bau respektive für das Baubewilligungsverfahren gibt.

EA: Die Investorin will nun Verbindlichkeiten bezüglich Nutzung und Mieteinnahmen. Wie wollen Sie das angehen?

Hanspeter Jenni: Hier haben wir einen klaren Plan erstellt. Einerseits gilt es,

weitere Mieter zu finden. Da steht natürlich der direkte Zusammenhang zur Nutzung des KKE im Vordergrund, weil Synergien, Nutzung und gegenseitiger Mehrwert ein grosses Anliegen unsererseits sind. Auf der anderen Seite werden wir ein Gefäss andeuten, welches die Kulturförderung auf dem Lande stärkt. Möglich ist hier die Form einer gemeinnützigen Stiftung. Diese möchten wir auch unabhängig vom Projekt KKE ins Leben rufen.

EA: Erstmals sieht man in Zusammenhang mit dem Projekt eine konkrete Zahl: Von Investitionen in der Höhe von 15 Mio. Franken ist die Rede. Das ist eine ziemliche Schuhnummer. Können Sie diese Zahl etwas einordnen?

Hanspeter Jenni: Nun, wir bewegen uns schon länger in diesem Projekt und für uns ist diese Zahl nicht mehr ganz so hoch wie für den Leser, der das erste Mal damit konfrontiert wird. Wir haben viele andere Bauten analysiert und gesehen, dass für Akustik, Multifunktionalität und Ästhetik einfach gewisse Ausgaben nötig sind. Wohl verstanden, wir sprechen hier von der Zahl, die unser aktueller Businessplan hergibt, wie hoch die effektive Investition zu stehen kommt, wird sich zeigen. Selbstverständlich ist das mehrfach erwähnte Nutzungskonzept für die lokalen Vereine auch bei dieser Summe sichergestellt.

EA: In der Medienmitteilung steht, dass der Bau des KKE nicht genau der präsentierten Visualisierungen entsprechend umgesetzt werden könne. Hat das KKE am Ende gar nicht mehr viel mit dem zu tun, was der Bevölkerung im letzten Herbst gezeigt wurde?

Hanspeter Jenni: Diese erste Visualisierung von einem Architektenteam aus Zürich hat sehr gefallen und wird als Basis

sicherlich weiter berücksichtigt. Neue Erkenntnisse auch bezüglich Anforderung haben aber gezeigt, dass hier eine zweite architektonische Runde gemacht werden muss. Klar ist, wir brauchen ein Leuchtturmprojekt. Unser Businessplan sieht vor, dass ganz viele Veranstalter und noch viel mehr Besucher auch von ausserhalb der UBE angezogen werden. Das ist viel einfacher, wenn wir szenografisch und architektonisch etwas Aussergewöhnliches vorweisen können.

EA: In der Medienmitteilung ist mehrfach von der regionalen Bedeutung des Projekts die Rede. Sehr konkret werden im Bereich Gastronomie die «Echt Entlebuch»-Produkte angesprochen und es ist von der Verbindung mit bestehenden UBE-Angeboten die Rede. Welche Bedeutung hat beziehungsweise welche Rolle spielt der Gemeindeverband UBE beim Projekt?

Hanspeter Jenni: Wir sind sehr glücklich, dass die UBE einer der drei Träger des Projektes ist. Wir werden ideell und mit Schaffenskraft von der UBE unterstützt, denn wir sprechen hier klar von einem regionale Projekt. Ein gemeinsamer Workshop hat gezeigt, dass durchaus Synergien bestehen. Nebst den erwähnten Produkten ist heute ein Trend Richtung «Erlebnis-Seminare» zu erkennen. Das heisst, es wird zum Beispiel ein halber Tag im Seminarraum gearbeitet und für den anderen halben Tag wird ein Rahmenprogramm angeboten. Und hier sehen wir mit den aktuellen wie auch mit den zu erweiternden Exkursionsangeboten innerhalb der UBE eine Einzigartigkeit. Wir sind auch sehr erfreut, dass der Präsident des Gemeindeverbandes mit einem Statement auf unserer Website dem Ganzen sehr positiv entgegensteht.

[Interview Sabine Achermann]

einnahmen oder zugesicherte Gelder von Mäzenen für die Betriebsgesellschaft KKE. Zur Förderung der Kultur wie auch als Sicherheit für den Betrieb sei die Gründung einer Stiftung vorgesehen.

Überregionales Projekt

Weiter hält das Projektteam in der Medienmitteilung fest: «Immer grössere involvierte Kreise aus den Bereichen Kultur,

Tourismus und Wirtschaft sind überzeugt, dass hier ganz viel Nachhaltiges für die Region entstehen kann. Deshalb sind das Projektteam, die Trägerschaft und bereits ganz viele Sympathisanten enorm positiv gestimmt, dass hier für die Region etwas entsteht, was weit über den Kanton Luzern hinaus grosse Ausstrahlung haben wird.» Bau, Businessplan und Finanzbeschaffung seien in der jetzigen Phase ein

laufender Prozess und das Projektteam sei nach wie vor für kreative und lösungsfördernde Ideen aus der Bevölkerung offen. «Hier darf ein Projekt für die kommenden Generationen entstehen, welches ganz viel Glanz und Freude in eine wunderbare Region bringt.» In den letzten Wochen ist die Website www.kultur-entlebuch.ch entstanden, auf der über das Projekt KKE informiert wird. [pd/sab]

«Stöckli» kehrt Wolhusen endgültig den Rücken

Malters/Wolhusen: Filiale in Wolhusen wird geschlossen

Die Stöckli Swiss Sports AG in Malters konzentriert sich auf den Skisport. Wie das Unternehmen mitteilt, wird der Handel mit Fahrrädern aufgegeben. Im Zuge dessen strafft das Unternehmen sein Filialnetz und schliesst den Shop in Wolhusen.

Roger Jud

Im Oktober 2016 teilte die Stöckli Swiss Sports AG mit, aus dem Profi-Mountainbike-Sport auszusteigen. Im Interview mit unserer Zeitung sagte der damalige Marketingleiter David Kistler: «Wir bleiben im Ski-Bereich international tätig und bauen den nationalen Markt für das Bike-Geschäft weiter aus.» Damit war kaum ein Jahr später Schluss. Im September 2017 vermeldete das Unternehmen in Malters, auf die Her-

stellung von Bikes ganz zu verzichten. Damals hiess es in der Medienmitteilung, dass die freigewordenen Mittel in die Stärkung und den Ausbau der beiden Kerngeschäfte Ski und Retail investiert würden. Dies bedeutete letztlich, keine Bikes mehr selber zu produzieren. Zwar waren in den Stöckli-Shops weiterhin Fahrräder zu bekommen, aber eben keine Eigenmarken mehr. Jetzt stellt die Stöckli Swiss Sports AG auch den allgemeinen Verkauf von Fahrrädern ein.

Die Gründe für diesen Entscheid sieht das Unternehmen im Fahrradmarkt selbst. Dieser habe sich in den letzten Jahren schnell entwickelt, vor allem im Bereich E-Bikes, schreibt die Stöckli Swiss Sports AG in einer Medienmitteilung von letzter Woche. Das hohe Investitionsrisiko für die Lagerbestände am Anfang einer Saison, der kurze Lebenszyklus der Produkte sowie die laufend steigende Produktvielfalt würden stark auf die zu erzielenden Margen schlagen. Daraus zeichne sich für das Unternehmen kein profitables Geschäft ab.

Ende März 2021 ist Schluss

Im Rahmen dieser Sortimentsanpassung habe «Stöckli» die zukünftigen Umsätze der einzelnen Filialen beurteilt und beschlossen, das Filialnetz im Flachland zu straffen. Fünf von neun Filialen werden bis Ende März 2021 geschlossen. Dazu gehören die Filialen in Niederlenz, Wädenswil, Zuchwil und Kloten. Der Stöckli-Shop in Wolhusen wird Ende März 2021 aufgegeben. «Die Pläne für eine Eröffnung eines Manufakturladens bis 2022 in Malters bleiben weiterhin bestehen», betont Marketingleiter Christian Gut gegenüber dem EA. «Das Miet- und Servicecenter in Sörenberg bleibt auch zukünftig bestehen, um die Skiregion Sörenberg optimal abzudecken.»

Von der Schliessung der Filiale in Wolhusen und der Einstellung des Bike-Geschäfts mit Verkauf und Reparatur sind in Wolhusen etwa fünf Mitarbeiter betroffen. «Wir ist bestrebt, gemeinsam mit den Mitarbeitern interne Lösungen zu finden», sagt Gut und ergänzt: «Die Filiale wird in mehr als zehn Monaten schliessen, deshalb können wir heute noch keine Aussage über mögliche Kündigungen machen. Wir sind aber überzeugt, dass wir gute Lösungen finden werden.»

In Wolhusen begann einst die Geschichte des Stöckli-Skis, der sich im Laufe der Jahre zu einer Weltmarke etabliert hat. Mitte der 1930er-Jahre baute Josef



Der Stöckli-Shop geht Ende März 2021 definitiv zu. [Bild Josef Küng]

Stöckli die ersten Holzskis für den Eigenbedarf. Im Jahre 1935 gründete er die Skifabrik Stöckli AG in Wolhusen. Am 31. März 2021 endet in Wolhusen die Geschichte. Jetzt geht auch der Stöckli-Shop – die Skis werden schon länger in Malters gefertigt.

Auf Ski und Online-Markt setzen

«In der Tat hat die Covid-19-Krise und die daraus abgeleitete temporäre Schliessung unserer Filialen einen Einfluss auf das Timing unserer Entscheidung» wird Marc Gläser, CEO der Stöckli Swiss Sports AG, in der Medienmitteilung zi-

tiert. Die Schärfung der Strategie sei jedoch konsequent, strategiekonform und «wurde schon vor der Covid-19-Krise eingeleitet».

Somit will sich der Skifabrikant und Sportartikelhersteller in Malters, der weltweit einen Umsatz von zirka 55 Millionen generiert, ganz klar auf den Skisport konzentrieren. Daneben soll auch der Online-Handel eine wichtige Rolle in der Strategie des Unternehmens spielen. «Wir verfolgen in der Schweiz eine Omni-Channel-Strategie, um unsere Kunden bestmöglich zu bedienen», sagt Christian Gut auf Anfrage.