

Der Luxemburger Handel am Scheideweg ?

Die Geschäftsfläche Luxemburgs beläuft sich derzeit auf eine Millionen qm, mit 200.000 weiteren qm, die in den letzten drei Jahren autorisiert wurden, kommen zukünftig 25% Verkaufsfläche dazu. Luxemburg hat sich 2006 zudem das ambitionöse Ziel gesetzt, sich zur Geschäftshauptstadt der Großregion entwickeln zu wollen. Die innerstädtische Geschäftswelt steht dabei unter starkem Konkurrenzdruck zu den großflächigen Einkaufszentren, die in der Peripherie bzw. in den Regionen entstehen. Das alles wirft nicht zuletzt auch landesplanerische Fragen auf.

„Le commerce Luxembourgeois au Carrefour de l'Europe“ war das diesjährige Thema des gestrigen vom „Conseil Belgo-Luxembourgeois des Centres Commerciaux“ bereits zum zweiten Mal organisierten Seminars in den Räumlichkeiten der Handelskammer, das von Vincent Bechet, Direktor von Property Partners präsentiert wurde.

80 Teilnehmer aus der Geschäfts-, Banken und Unternehmenswelt sowie von öffentlichen Instanzen hatten sich eingeschrieben, und damit ihr Interesse für die sehr unterschiedlichen Konferenzthemen bekundet: Carlo Thelen, Chefökonom der Handelskammer sprach über die Luxemburger Wirtschaft und ihre strategische Position in Europa, Norbert Friob befasste sich mit der Entwicklung Luxemburgs zur Geschäftshauptstadt der Großregion, Nicolas Graas, Direktor von Hermès Luxem-



Norbert Friob: „Der Kunde möchte schneller und näher einkaufen“ Photo: F. Aussems

burg behandelte die Trümpfe des Luxemburger Handels, die Escher Bürgermeisterin Lydia Mutsch sah den Handel als essenzielles Element für eine Stadt in Bewegung, während die Präsidentin des Geschäftsverbands der Stadt Luxemburg Corinne Cahen den Standpunkt vertrat, dass die Zukunft dem Handel in den Städten gehöre.

Ist Kapazität da, zusätzliches Angebot zu absorbieren?

Ob sich der zweideutige Titel des Seminars auf die geographische Lage Luxemburgs an der Straßenkreuzung Europas bezog oder auf die kommerzielle Situation des Handels am

Scheideweg der zukünftigen Wettbewerbsposition, war Interpretations-sache. Vincent Bechet wünschte sich mit dem Seminar eine Debatte über die Kapazität von Luxemburg: „Hat man die Kapazität, das Einkaufsan-gebot, das in Gasperich, an der städ-tischen Place de l'Etoile, in Belval und in der Nordstadt entstehen soll, zu absorbieren oder ist man bereits an der Spitze angekommen und funktioniert die Herausforde-rung, sich in der Großregion als „Pôle de Commerce“ zu positionie-ren, umschrieb er gestern seine ei-gene Fragestellung.

Norbert Friob, Ehrenpräsident der Luxemburger Handelskonföderation, gab sich optimistisch, wenn verschiedene Bedingungen erfüllt

werden. Luxemburg brauche weiter-hin Bevölkerungswachstum, die Kaufkraft müsse erhalten bleiben bzw steigen und die Einwohner sol-len weniger im Ausland kaufen, die Grenzbevölkerung dagegen mehr in Luxemburg. Die Luxemburger Akti-on, „Pole de Commerce“ in der Großregion zu werden durch die Motivierung der Geschäftsleute, sich weiterzubilden, die Kunden freund-lich zu empfangen und sich über die Grenzen hinaus bekannt machen sei wichtig. Man müsse nun schnell ma-chen. Dass die Beteiligung des Staa-tes an dem Budget dafür nun um die Hälfte gekürzt wurde, geschehe aller-dings zu einem schlechten Zeit-punkt. „Wir dürfen unsere Aktionen gerade jetzt nicht bremsen.“

Vertrauen des Konsumenten in die Zukunft stärken

Viele Sektoren hielten sich der-zeit. So laufe der tägliche Konsum weiterhin gut, bei den Ausgaben für Investitionen wie für Möbel bei-spielsweise werde dagegen gespart. „Die Leute sparen ihr Geld, weil sie Angst vor der Zukunft haben.“ Das Vertrauen des Konsumenten in die Zukunft müsse deswegen gestärkt werden.

Norbert Friob sieht „den Handel von morgen“ darin, dass der Kunde qualitätsbewusster, schneller und nä-her einkaufen möchte, denn lange Anfahr-ten kosten Zeit und Geld. Da-

von profitierten derzeit die regio-nalen Supermärkte. „Eine Karte, die Luxemburg unbedingt ausspielen muss, sind die Markenartikel und Labelangebote.“

Mittelstandsministerin Françoise Hetto-Gaasch stellte gestern ihrerseits die Reformvorhaben der Regierung vor, zu denen die Gesetzgebung über das Niederlassungsrecht, die Großflä-chen und die Ladenschlusszeiten ge-hört. In Absprache mit den Sozialpart-nern sollen die Öffnungszeiten, die auch ein Wettbewerbsvorteil seien, samstags bis 20 Uhr verlängert wer-den. Die für Inländer strengen Krite-rien für Handelsermächtigungen sol-len flexibilisiert und mehr den europä-ischen Gegebenheiten angepasst wer-den. Und auch bei den Großflächen muss europäischen Direktiven Rech-nung getragen werden. Ausschlaggebend sollen hier allerdings auch die Aspekte der Raumplanung sein.

„Der Handel mit seinen 7.000 Unternehmen und 40.000 Arbeit-nehmern ist ein wichtiger Schlüssel-sektor“, sagte sie. Das seien immer-hin 12% der Arbeitsplätze. Mit Auf-merksamkeit werde man die Auswei-tung der Verkaufsfläche verfolgen. „Durch Konkurrenz entstehen gute Preise für den Kunden.“ Eine Explo-sion des Geschäftsangebots zumal in der Peripherie wolle man aber ver-meiden, um die Stadtzentren nicht zu „leeren“. Man strebe ein gesundes Gleichgewicht zwischen kleinen Ge-schäften in der Stadt und den Groß-flächen in der Peripherie an. > du