

# Bucherer breitet sich am Grendel aus



Noch hängen Plakate des Modegeschäfts Paul Kehl an der Grendelstrasse 15. Im Frühling 2016 wird hier eine Bucherer-Uhrenboutique eröffnet. Bild Pius Amrein

**UHREN** In der früheren Paul-Kehl-Boutique werden künftig Edeluhren verkauft. Es ist nicht der einzige «Leadermarken»-Laden, den die Firma Bucherer in Luzerns Altstadt betreibt.

HUGO BISCHOF  
hugo.bischof@luzernerzeitung.ch

Das Ladenlokal an der Grendelstrasse 15 nahe dem Falkenplatz steht seit zweieinhalb Monaten leer. Früher war hier eine Paul-Kehl-Modeboutique eingemietet – davon zeugen die noch immer an den Schaufenstern angebrachten Plakate. Ende Juli 2015 wurde Paul Kehl ins PKZ-Hauptgebäude am Kornmarkt integriert. Nun ist klar, was es künftig im Ladenlokal an der Grendelstrasse 15 zu kaufen geben wird: Uhren der Marke Jaeger-LeCoultre. Das ergaben Recherchen unserer Zeitung.

## Jaeger-LeCoultre zieht um

Verkauft werden die Uhren der bekannten Schweizer Luxusmarke dort von der Firma Bucherer. Diese ist neue Mieterin des Ladenlokals Grendel 15. Das bestätigte Bucherer-Marketingleiter Jörg Baumann auf Anfrage. Bucherer betreibt schon heute eine Jaeger-LeCoultre-Boutique – gleich daneben, an der

Grendelstrasse 11. «Diese zügelnd wir nun in die grösseren Räume am Grendel 15», so Baumann. Eröffnet wird im Frühling 2016. Am Grendel 11 bleibt ein Uhrengeschäft; hier verkauft Bucherer künftig Uhren der Marke IWC aus der Schweizer Luxusgruppe Richemont.

Die Luzerner Uhren- und Schmuckfirma Bucherer breitet sich am Grendel, Luzerns Tourismus-Einkaufsmeile, also weiter aus. In Insiderkreisen nennt man den Grendel scherzhaft gar schon «Bucherer-Strasse».

## Marke bestimmt Erscheinungsbild

Dabei ist wohl vielen Passanten, auch einheimischen, gar nicht bewusst, dass Bucherer neben dem Hauptgeschäft am Schwanenplatz in Luzerns Altstadt weitere Läden führt. Die Jaeger-LeCoultre-Boutique am Grendel 11 etwa ist äusserlich nicht als Bucherer-Geschäft erkennbar. «Das äussere Erscheinungsbild wird von der Marke vorgegeben», sagt dazu Baumann. «Das Beratungs- und Verkaufspersonal stammt aber von Bucherer. Wir sorgen auch für die IT-Systeme sowie die Infrastruktur und Sicherheit.»

Laut Baumann gehören vier weitere Marken-Boutiquen in der Luzerner Altstadt zur Bucherer-Gruppe: Piaget-Longines am Grendel 19, TAG-Heuer am Grendel 8, Omega am Grendel 5 sowie das Juwelieregeschäft Kurz an der Weggigasse 25. Die von der Bucherer Handels AG betriebene Omega-Boutique sowie Juwelier Kurz gibts seit längerem;

## Uhrenbranche: 750 Arbeitsplätze

**POLITIK** hb. Rund 30 Unternehmen des Uhren- und Schmuckhandels gibt es in der Stadt Luzern. Die bekanntesten davon – Bucherer, Gübelin und Embassy – seien «ausnahmslos einheimische Geschäfte, welche seit Generationen zu Luzern gehören». Das schreibt Luzerns Stadtrat in seiner Antwort auf eine Interpellation der SP/Juso, die kritische Fragen zur Gewerbevielfalt in der Altstadt stellten.

Die Darstellung, einheimische Geschäfte würden von «internationalen Ketten und Grossunternehmen, nicht

selten aus der Uhren- und Schmuckbranche», verdrängt, sei «übertrieben» und verkenne die Leistungen dieser Unternehmen, so der Stadtrat. 700 bis 750 Vollzeit-Arbeitsplätze bietet die Uhren- und Schmuckbranche in Luzern an. Diese Zahl ist einer Schrift zu entnehmen, welche die Firma Bucherer, die seit 1888 in Luzern geschäftet, Anfang 2015 publizierte. Laut der gleichen Quelle beträgt der gesamte Steuerertrag der städtischen Uhren- und Schmuckbranche (Unternehmen/Mitarbeitende) jährlich rund 15 Millionen Franken.

die übrigen Läden lancierte Bucherer erst in den vergangenen fünf Jahren. Bucherer ist in den Liegenschaften eingemietet; nur das Hauptgebäude am Schwanenplatz gehört Bucherer selber.

## 50 zusätzliche Arbeitsplätze

«Dass alle diese Boutiquen am Grendel liegen, zeigt die Wichtigkeit dieses Platzes für die Uhrenbranche», betont Baumann. Allein durch die Eröffnung der drei jüngsten Läden habe Bucherer seit 2010 rund 50 neue Arbeitsplätze geschaffen. In den Boutiquen würden «Leadermarken» verkauft, exklusive Uhrenmodelle ausschliesslich aus

Schweizer Manufaktur. Auch in Zürich an der Bahnhofstrasse führt Bucherer zwei Uhrenboutiquen.

«Die Situation in Luzern ist aber anzahlmässig schon speziell», so Baumann. Bucherer ist in Sachen Monobrand-Boutiquen in Luzern führend. Die Firma Gübelin führt so genannte Shops-in-Shop (u. a. Patek Philippe) im Gübelin-Hauptgebäude selber.

## Gefährdung des Branchenmixes?

Das Thema Branchenmix in der Luzerner Altstadt hat in letzter Zeit viel zu reden gegeben und auch zu politischen Vorstössen geführt (siehe Kasten). Der

Wegzug vieler alteingesessener Luzerner TraditionsGeschäfte (Ausgabe vom 5. Oktober) beunruhigt viele Luzerner.

Was sagt Bucherer-Sprecher Jörg Baumann zum Vorwurf, Uhrenfirmen verdrängten zunehmend andere Geschäfte? «In Luzern sind auf 100 bis 200 Metern praktisch alle wichtigen Uhrenmarken vertreten. Diese Konzentration ist kundenfreundlich.» Baumann spricht von einem «Uhren-Cluster». Es sei typisch im Detailhandel, dass Geschäfte mit den gleichen Zielkunden sich in gegenseitiger Nähe ansiedeln. «Für Kunden sind die kurzen Wege sehr praktisch, und auch der Wettbewerb ist belebt.»

## Fussgängerdurchgang bleibt

Sich in der Altstadt auszubreiten, sei nicht das Ziel von Bucherer. «Wir hatten die Möglichkeit, auch den kleinen Fussgängerdurchgang zwischen den Gebäuden Grendel 11 und 15 zu schliessen, um einen zusätzlichen Laden einzurichten», verrät Baumann. Darauf habe Bucherer aber gerne verzichtet, um den für andere Geschäfte und für Luzerner wichtigen Durchgang zu erhalten.

Als «Exot» mitten zwischen den Bucherer-Uhrenläden am Grendel ist die Cafeteria Emilio am Grendel 9 verblieben. Zieht auch hier dereinst ein Uhrengeschäft ein? «Das ist für uns kein Thema», sagt Baumann. «Es ist nicht unsere Strategie, Luzerner Firmen zu verdrängen.» Das Gebäude mit dem Café Emilio befindet sich in Privatbesitz.

## NEUE LUZERNER ZEITUNG

### IMPRESSUM

**Herausgeberin:** Neue Luzerner Zeitung AG, Mailhofstrasse 76, Luzern. Verleger Erwin Bachmann, Präsident des Verwaltungsrates, E-Mail: leitung@lzmedien.ch  
**Verlag:** Jürg Weber, Geschäftsleiter; Ueli Kaltenrieder, Lesermarkt; Edi Lindegger, Werbemarkt.  
**Ombudsmann:** Andreas Zraggen@luzernerzeitung.ch  
**Redaktionsleitung Neue Luzerner Zeitung und Regionalausgaben:** Chefredaktor: Thomas Bornhauser (Trib), Stv. Chefredaktoren: Dominik Buholzer (bu, Leiter Zentralschweiz am Sonntag und überregionale Ressorts); Jérôme Martin (jem, Leiter regionale Ressorts/Reporterpool), Kanton: Lukas Nussbaumer (nus), Gruppe Gesellschaft und Kultur; Arno Renggli (are), Sport; Andreas Ineichen (ain), Leiter Gestaltung und Produktion; Sven Gallinelli (sg), Visuelser Blattmacher; Co-Leiterin Newsdesk: Andréa Getzmann (ast); Leiter Regionalteil Zentralschweiz am Sonntag: Pascal Imbach (pi); Online: Robert Bachmann (bac).  
**Ressortleiter:** Politik: Kari Kälin (kä, Schweiz), Aleksandra Mladenovic (mla, Ausland); Wirtschaft: Roman Schenkel (rom), Stadt/Region; Robert Knobel (rk), Kanton Luzern; Lukas Nussbaumer (nus); Sportjournal: René Leupi (le); Kultur/Dossier: Arno Renggli (are); Piazzas: Hans Graber (hag); Apéro/Agenda: Regina Grüter (reg); Foto/Bild: Lene Horn (lh).  
**Adresse und Telefonnummern:** Mailhofstrasse 76, Postfach 3351, 6002 Luzern.  
**Redaktion:** Telefon 041 429 51 51, Fax 041 429 51 81, E-Mail: redaktion@luzernerzeitung.ch  
**Abonnemente und Zustelldienst:** Telefon 041 429 53 53, Fax 041 429 53 83, E-Mail: abo@lzmedien.ch  
**Billետverkauf:** Tel. 0900 000 299 (60 Rp./Min.).  
**Anzeigen:** LZ Corner, Pilatusstrasse 12, 6003 Luzern, Telefon 041 429 52 52, Fax 041 429 59 69, E-Mail: inserate@lzmedien.ch. Postadresse: NZZ Media Solutions AG, Mailhofstrasse 76, 6002 Luzern. Für Todesanzeigen an Sonn- und Feiertagen (bis 16 Uhr): E-Mail: traueranzeigen@lzmedien.ch oder Fax 041 429 51 46.  
**Auflage:** Verbreitete Auflage: 124 355 Exemplare; verkaufte Auflage: 121 596 Exemplare (provisorische Beglaubigung).  
**Abonnementspreis:** 12 Monate für Fr. 441.–/6 Monate Fr. 228.50, 12 Monate nur E-Paper Fr. 368.– (inkl. MWST).  
**Technische Herstellung:** LZ Print/Neue Luzerner Zeitung AG, Mailhofstr. 76, Postfach, 6002 Luzern, Tel. 041 429 52 52, Fax 041 429 52 89.  
 Die irgendwie geartete Verwertung von in diesem Titel abgedruckten Anzeigen oder Teilen davon, insbesondere durch Einspeisung in einen Online-Dienst, durch dazu nicht autorisierte Dritte ist untersagt. Jeder Verstoß wird gemächlich verfolgt.

# Museen wollen besser verstanden werden

**TAGUNG** Wie kann man Wissen verständlich vermitteln? In Luzern diskutieren Vertreter von 50 Naturmuseen über diese Frage. Der Trend geht in Richtung kürzere Texte.

Wie erklär ichs am besten? Diese Frage müssen sich Museen immer von Neuem stellen. Und genau diese Frage, wie man Wissen einem breiten Publikum vermittelt, steht im Zentrum der Herbsttagung des Deutschen Museumsbundes, welche zurzeit in Luzern stattfindet. Konkret treffen sich Vertreter von rund 50 Naturmuseen aus Deutschland und der Schweiz in Luzern. Als Gastgeber fungiert dabei das Natur-Museum Luzern, das selber Mitglied des Deutschen Museumsbundes ist. «Dass die deutschen Museen diesmal zu uns kommen, ist eine grosse Ehre für uns», sagt Britta Allgöwer, Direktorin des Natur-Museums Luzern, das pro Jahr rund 50 000 Besucher zählt. Das Tagungsthema «einfache Sprache» sei gerade für Naturmuseen besonders zentral, sagt Silke Stoll. Sie ist Kuratorin

des Aquazoo in Düsseldorf und Sprecherin der Fachgruppe Naturwissenschaftliche Museen beim Museumsbund. Denn naturwissenschaftliche Themen präsentieren sich oft in einer Komplexität, die für Laien kaum verständlich ist. Gleichzeitig müsste man auch Mut zur Sprache finden, findet Thomas Briner, Leiter des Naturmuseums Solothurn. «Früher wollten die Museen möglichst ihr gesamtes Wissen präsentieren.» Heute sei dies weniger gefragt. Wer vertiefte Informationen zu einem Ausstellungsgegenstand erhalten will, hat etliche Möglichkeiten, das Wissen im Internet zu finden. Wichtig sei auch, dass man mit den Ausstellungsstücken eine Geschichte erzählt, sagt Thomas Briner. Wurden Museumsobjekte früher nüchtern mit «Gletscherfindling, 16 000 v. Chr.» angeschrieben, gefolgt von einer Abhandlung über die letzte Eiszeit, versuchen die Museen heute, eine Geschichte drumherum zu erzählen. Ein Beispiel dafür lieferte das Natur-Museum Luzern kürzlich mit den Mammutknochen von Reiden. Die auf den ersten Blick unspektakulären Fund-

stücke erhielten mit der Legende vom «Riesen von Reiden» einen spannenden Fokus: Die Besucher erhielten dadurch Einblick in die Geisteswelt des 16. Jahrhunderts, als diese Funde fälschlicherweise für die Knochen eines Riesen gehalten wurden.

«Wir orientieren uns am Sekundarschulniveau.» CHRISTIAN A. MEYER, NATURMUSEUM BASEL

## Wohin mit dem Elefantenzahn?

Der zweite Schwerpunkt der Naturmuseen-Tagung lautet «Umgang mit Sammlungsschenkungen». Immer wieder erhalten die Museen nämlich private Sammlungstücke geschenkt – und nicht immer ist sofort klar, was man damit anfangen soll. Britta Allgöwer erzählt, dass das Natur-Museum Luzern kürzlich aus einem privaten Nachlass einen Elefanten-Stoßzahn geschenkt erhielt. «Wegen des Artenschutzabkommens mussten wir als Erstes prüfen, ob der Stoßzahn überhaupt auf legalem Weg in die Schweiz gekommen ist.» Die Antwort lautete nach einigem Papierkrieg dann auf Ja. Seither gesellt sich der Elefantenzahn nun zu der Sammlung des Natur-Museums, die heute rund 1,5 Millionen Stücke enthält. Nur ein kleiner Bruchteil davon ist im Museum zu sehen.

ROBERT KNOBEL  
robert.knobel@luzernerzeitung.ch