

Analyse zu den städtebaulichen Planungen rund um den Luzerner Durchgangsbahnhof

# Träumen erlaubt – nun braucht's Pragmatismus

Ein paar wenige Velofahrer benützen die Zentralstrasse. Diese ist gesäumt von einem Grünstreifen, woraus imposante Bäume wachsen. Rechts davon ist ein weitläufiger Platz auszumachen, dahinter steht der Westtrakt des Luzerner Bahnhofs. So stellt sich ein Team bei der von der Stadt Luzern in Auftrag gegebenen Testplanung Durchgangsbahnhof den künftigen Bahnhofplatz West vor. Er könnte zusammen mit dem künftigen Bahnhofplatz Ost den bestehenden Bahnhofplatz im Norden entlasten.

So weit, so gut. Doch dass die Zentralstrasse zu einer autolosen Promenade mit üppig bewachsenem Dschungel mutiert, ist unwahrscheinlich. Und: Selbst wenn die Gleise 1 und 2 dereinst rückgebaut werden sollten, so bleibt der

Platz hier wohl knapp für eine grosszügige Bushaltestelle.

«So wie auf den Visualisierungen wird es kaum herauskommen, aber die Ideen sind vielversprechend», sagte Deborah Arnold, Co-Leiterin Stadtplanung, letzte Woche vor den Medien. Tatsächlich geben die Ideen einen möglichen Lösungsansatz wieder. Unausgereift zwar, doch dies soll und muss in dieser Planungsphase möglich sein. Die Verantwortlichen der Stadt Luzern betonten an der Präsentation der Testplanungsergebnisse, dass es sich erst um Empfehlungen handelt und um ein Ausloten der Möglichkeiten.

Wichtig ist nun, dass sich möglichst viele Betroffene in die Diskussion einschalten. Bis Ende April hat jede(r) die Möglichkeit, digital mitzuwir-

ken. Diese Chance sollten wir alle nutzen: Soll die Personenunterführung Süd zur Ladenpassage werden – oder ist eine solche Konkurrenz zu den Läden in den umliegenden Quartieren nicht wünschenswert? Muss der heutige Bahnhofplatz wirklich zur Hälfte eine Fussgängerzone werden – oder reicht der daneben liegende Europa-Platz aus? Gehört die Veloverbindung zwischen Hirschematt- und Tribtschenquartier lieber über oder unter die Gleise? Es gibt zig Fragen, die sich Anwohner, Gewerbetreibende, Pendler stellen. Denn das Gebiet rund um den Bahnhof wird sich wegen des Durchgangsbahnhofs massiv verändern.

Anschauungsunterricht gibt's in Zürich. Der dortige Hauptbahnhof wurde 1990 und 2014 um je einen unterirdischen

Durchgangsbahnhof erweitert. Auf beiden Seiten des oberirdischen Gleisfeldes sind neue Zugänge und Plätze entstanden – etwa bei der Europaallee mit Anbindung ans Tram- und Busnetz. Diese sorgten für neue, mittlerweile stark frequentierte Fussgängerverbindungen. Zumindest so ähnlich könnte ein neuer Zugang und Platz in Luzern ausfallen, etwa auf der Seite Ost (Bürgenstrasse). Allerdings: Die neuen Zugänge und all die neuen Büro- und Wohnhäuser haben in Zürich auch den Druck auf die umliegenden Quartiere erhöht: steigende Mieten, mehr Konkurrenz fürs Gewerbe, Luxus-sanierungen. Luzern kann davon lernen – und dank der Testplanung frühzeitig Weichen stellen.

Denn jeder Player hat andere Prioritäten. Klar, die Stadt

möchte einen Bahnhof und Quartiere, die leben, keine reine Verkehrsmaschine. Letzteres will der Kanton zwar auch nicht, aber ihm ist wichtig, dass alle Verkehrsteilnehmenden ihren Platz erhalten, dass die Bedürfnisse der ganzen Region berücksichtigt werden – nicht nur jene der Stadt. Und natürlich sind da die SBB, die es bestens verstehen, ihre Grundstücke an allerbesten Lage quasi zu vergolden.

Kompromisse werden nötig sein. Auch die Stadt tut gut daran, möglichst bald das Notwendige vom Wünschbaren zu trennen. Denn oberstes Ziel muss das gemeinsame Ziehen am selben Strick sein. Nur wer in Bern geeint auftritt, kann im Bundesparlament dereinst das nötige Geld für die Umsetzung des Megapro-

jekts Durchgangsbahnhof abholen.

Fatal wäre, wenn sich beispielsweise Kanton und Stadt bezüglich Verkehrsregime in den Haaren lägen.

Wenn in Bern der Eindruck entstünde, die Luzerner wüssten selber nicht, was sie wollen. So würde man anderen Regionen in die Hände spielen, die wie etwa Basel ebenfalls grosse ÖV-Ausbauprojekte in petto haben.



**Roman Hodel**  
roman.hodel@luzernerzeitung.ch

## Luzerner Zeitung

Verleger: Peter Wanner.  
Leiter Publizistik: Pascal Hollenstein (pho).  
Geschäftsführung: Dietrich Berg.  
Chief Product Officer: Mathias Meier.  
Werbemarkt: Stefan Bai, Paolo Placa.  
Lesermarkt: Zaira Imhof, Bettina Schibli.  
Ombudsmann: Rudolf Mayr von Baldegg, rmbv@adovogelgishaus.ch.

### Redaktion Luzerner Zeitung

Chefredaktion: Jérôme Martin (jem), Chefredaktor; Cyril Aregger (ca), Stv. Chefredaktor und Leiter Sport; Christian Peter Meier (cpm), Stv. Chefredaktor und Leiter Regionale Ressorts; Flurina Valsecchi (flu), Stv. Chefredaktorin und Leiterin Online.

Redaktionsleitung: Florian Arnold (zf), Leiter Redaktion Urschweiz; Robert Bachmann (bac), Leiter Redaktionsentwicklung Digital; Lukas Nussbaumer (nus), Stv. Leiter Regionale; Arno Renggli (are), Leiter Ressort Kultur und Kultur; Harry Ziegler (haz), Chefredaktor Zuger Zeitung.

Ressortleiter: Boris Bürgisser (bob), Leiter Gestaltung; Christian Claus (cgl), Leiter Produktionsredaktion; Regine Gritter (reg), Apero/Kino; Lone Horn (lon), Foto/Bild; Robert Knobel (rk), Stadt/Region; Sven Aregger (ars), Sport-Journalist; Maurizio Minetti (mim), Wirtschaft; Dominik Weingartner (dlw), Kanton.

Adresse: Mailhofstrasse 76, 6002 Luzern. Telefon: 041 429 52 52. E-Mail: redaktion@luzernerzeitung.ch.

### Zentralredaktion CH Media

Chefredaktion: Patrik Müller (pmü), Chefredaktor; Doris Kleck (dik), Stv. Chefredaktorin und Co-Leiterin Bundeshaus; Roman Schenkel (rom), Stv. Chefredaktor und Leiter Nachrichten und Wirtschaft; Raffael Schuppisser (ras), Stv. Chefredaktor und Leiter Kultur, Leben, Wissen.

Ressortleitungen: Inland und Bundeshaus: Anna Wanner (awa), Co-Ressortleiterin; Doris Kleck (dik), Co-Ressortleiterin. Wirtschaft: Andreas Möckli (mka), Ressortleiter. Kultur: Stefan Künzli (sk), Teamleiter. Leben/Wissen: Katja Fischer (kaf), Co-Teamleiterin; Sabine Kuster (kus), Co-Teamleiterin. Sport: François Schmid (fsc), Ressortleiter. Ausland: Samuel Schumacher (sas), Ressortleiter.

Adresse: Neumattstrasse 1, 5001 Aarau. Telefon: 058 200 58 58; E-Mail: redaktion@chmedia.ch

### Service

Abonnemente und Zustelldienst: Telefon 058 200 55 55, aboservice@chmedia.ch.

Billetvorverkauf: Tel. 041 429 53 55.

Anzeigen: LZ-Corner, Mailhofstrasse 76, 6002 Luzern, Tel. 041 429 52 52, E-Mail: inserate-lzmedien@chmedia.ch. Postadresse: CH Regionalmedien AG, Mailhofstrasse 76, 6002 Luzern.

Technische Herstellung: CH Media Print AG/CH Regionalmedien AG, Mailhofstr. 76, Postfach, 6002 Luzern, Tel. 041 429 52 52.

Abonnementspreise: Print und Digital: Fr. 49.– pro Monat oder Fr. 542.– pro Jahr; Digital Plus: Fr. 33.– pro Monat oder Fr. 368.– pro Jahr; Digital: Fr. 14.50 pro Monat oder Fr. 145.– pro Jahr (inkl. MWST).

Auflage und Leserschaft: Verbreitete Auflage Luzerner Zeitung: 58 017. Verbreitete Auflage Gesamtausgabe Luzerner Zeitung: 99 873. Leser Gesamtausgabe Luzerner Zeitung: 280 000. Verbreitete Auflage CH Regionalmedien: 321 437. Leser CH Regionalmedien: 944 000. Quelle Auflagen: WEMF 2020. Quelle Leserschaft: MACH-Basis 2019-1.

Copyright Herausgeberin.

Beteiligungen der CH Regionalmedien AG unter www.chmedia.ch

Herausgeberin: CH Regionalmedien AG, Mailhofstrasse 76, 6002 Luzern. Die CH Regionalmedien AG ist eine 100-prozentige Tochtergesellschaft der CH Media Holding AG.

ch media

ANZEIGE

Super für Wissenschurige:  
Unser News-Lieferdienst.

luzernerzeitung.ch/newsletter

## Sie trotzen der Krise mit Kreativität

Der Laden der Familie Meyer in Kriens ist wegen Corona geschlossen. Nun haben sie ein neues Projekt entwickelt.

Keine rüddigen Tage, keine Guuggenmusigen, die bunten Stoff für ihre Kostüme brauchen. Für Vater Chris Meyer ist das Fasnachtgeschäft eingebrochen. Sein Laden für Fasnachtstoffe und Zubehör «Fadegrad» in Kriens bleibt coronabedingt geschlossen. Seine Lebenspartnerin Edith Meyer-Arnet erzählt: «Bis im September wurden noch Stoffe bestellt, doch seit November brach das Geschäft ein.»

Der Laden in Kriens ist seit drei Jahren an diesem Standort. Vorher waren sie zwölf Jahre in Luzern im Weinbergli in der alten Post. Dort mussten sie wegen der geplanten Einfahrt zu einer Tiefgarage ausziehen. Dank staatlicher Unterstützung und der gebildeten Reserven könnten sie den Laden halten, sagt Meyer, fügt aber an: «Probleme würden wir bekommen, wenn es im 2022 auch keine Fasnacht gibt. Doch wir sind optimistisch.»

### Pendeln zwischen den Kontinenten

Vor sechs Jahren sind Edith und Chris Meyer wieder nach Australien zurück. Dort lebten sie bereits in den 80er-Jahren. «Unsere Söhne sind dort geboren. Als sie im Alter von acht und zehn Jahren waren, kehrten wir in die Schweiz zurück.» Seither pendeln Chris und Edith Meyer zwischen den Kontinenten. Die Söhne Dominic und Philip sind in Luzern sesshaft.

Vier bis fünf Monate weilen die Eltern in Australien, den Rest verbringen sie in der Schweiz. Edith Meyer-Arnet startete in Australien mit ihrem Modelabel Yoko Fashion und produzierte Schals. Das Label konnte sie damals von einer Holländerin übernehmen.

Da weder Modeschauen noch Designermessen stattfinden, fehlt auch ihr die Kund-



Die Familie Meyer mit Philip, Edith, Dominic und Chris (von links) präsentiert ihre Kreation.

Bild: Boris Bürgisser (Kriens, 5. Februar 2021)

schaft. «Dreissig Prozent der Einkäufer haben sich bereits abgemeldet und machen nicht mehr weiter», schildert sie die aktuelle Situation. So musste sie sich in der Schweiz neu orientieren und neue Kanäle öffnen.

Alle vier Meyers sind kreativ unterwegs. Sohn Philip (31) ist Regisseur für Werbefilme und Sohn Dominic (32) Jungunternehmer; er vermietet möblierte Wohnungen auf Zeit. Bei einem Familienapéro letzten Herbst sei die Idee der Halswärmer mit integrierter Maske entstanden. «Das hat mich von Beginn an überzeugt und gepackt», sagt Edith Meyer-Arnet.

Die Aufgabenverteilung für das Familienprojekt Halswärmer lag auf der Hand: Das Design liegt bei der Mutter, die Logistik übernimmt der Vater und

für das Marketing sind die beiden Söhne zuständig. Vater Chris Meyer ist stolz: «Es ist das erste Mal, dass wir als Familie ein solches Projekt zusammen umsetzen. Wir alle vier konnten unsere Fähigkeiten wunderbar ausüben und uns so gegenseitig unterstützen.»

Vorgesehen ist eine Produktion von 2000 Schals. Die Halswärmer seien ein Tröpfelschutz und kein medizinisches Produkt. Die eingnähten Masken sind aus dreilagigem Filterstoff und haben eine hohe Filtereffizienz. «Sie sind durch das Büro Veritas getestet und erfüllen die Vorgaben der Empfehlungen für Community-Masken der Swiss National Covid-19 Science Task Force», so Edith Meyer. «Sie haben einen 95-Prozent-Filterchutz, vor-

geschrieben sind 70 Prozent.» Hergestellt werden sie in Indien. Denn dort lässt Edith Meyer bereits ihre Schal-Kollektion produzieren. Ein Vorteil, denn so konnte sie auf ihr Netzwerk zurückgreifen: «Die Schwierigkeit war nicht wo, sondern wer kann so schnell produzieren. Wir waren ja im Oktober bereits spät dran mit unserer Idee.»

### Auch Häse von Hunden sollen gewärmt werden

Die Familie, die jetzt produziert, kennen sie gut. Vor Ort seien sie normalerweise zweimal jährlich und könnten alles kontrollieren. Das habe zu einem starken gegenseitigen Vertrauen geführt und deshalb klappe auch diese Produktion gut. Gewärmt werden sollen nicht nur Menschen-

halse, sondern auch die der Vierbeiner. «Letztere ohne integrierter Schutzmaske», betont Edith Meyer scherzhaft. Der Familienhund trägt einen Prototyp, in Produktion gehen die jedoch noch nicht. «Das Geschäft ist gut angelaufen», berichtet Meyer. Schön sei, dass die Menschen, die solch einen Halswärmer tragen, aktiv Mund-zu-Mund-Propaganda machen. So konnten bisher bereits 500 Halswärmer verkauft werden.

Sandra Monika Ziegler

### Hinweis

Die Halswärmer kosten knapp 40 Franken. Sie können auch beim Laden an der Luzernerstrasse 7a in Kriens bei vorheriger Bestellung abgeholt werden. [www.fadegrad-luzern.ch](http://www.fadegrad-luzern.ch)