

NACHRICHTEN

Nacharbeiten am Schweizerhofquai

MARKIERUNG red. In dieser und in der nächsten Woche werden die letzten Arbeiten am Schweizerhofquai ausgeführt. Unter anderem werden auch die Markierungen angebracht. Diese Arbeiten waren schon früher geplant, mussten aber wegen des schlechten Wetters verschoben werden, wie es in einer Mitteilung der Stadt heisst. Gearbeitet wird diese Woche bis am Samstagmorgen täglich von 21 bis 5.30 Uhr, von Montag auf Dienstag zwischen 21 und 5.30 Uhr und von Dienstag auf Mittwoch nächster Woche von 21 bis 6 Uhr morgens. Während den Arbeiten ist mit Verkehrsbehinderungen und Lärm zu rechnen. Provisorische Signalisationen und ein Verkehrsdienst regeln den Verkehr.

Zahnarztzentrum beim Bahnhof

ERÖFFNUNG red. An der Pilatusstrasse 6 beim Bahnhof Luzern hat gestern ein weiteres Zahnarztzentrum eröffnet. Ein solches Zentrum befindet sich bereits in der Altstadt am Weinmarkt 9. Das Zahnarztzentrum hat 365 Tage im Jahr geöffnet und bietet das gesamte Spektrum der Zahnmedizin. Es handelt sich um das 14. Zahnarztzentrum in der Schweiz. So gibt es dieses Angebot auch in Aarau, Baden, Basel, Bern, Solothurn, St. Gallen, Thun, Wil, Winterthur (zwei Zentren), Zürich und Zug.

HINWEIS

Infos unter: www.zahnarztzentrum.ch

Gratis ins Open-Air-Kino

Wir verlosen je 5-mal 2 Tickets fürs **Open-Air-Kino Luzern** am Alpenquai. Dort wird morgen um 21.15 Uhr der Film **«Die 4. Revolution»** gezeigt. Der Dokumentarfilm gehört zu den von der Unesco ausgezeichneten Umwelt-Initiative «Filme für die Erde».



So einfach funktioniert: Nehmen Sie bis heute um 15 Uhr unter www.luzernerzeitung.ch/wettbewerbe an der Verlosung teil. Die Gewinner werden ermittelt und informiert. Die Tickets werden an der Abendkasse hinterlegt. **Infos:** www.open-air-kino.ch

Kritik an Aktiönchen der Stadt

UMFRAGE Zahlreiche Aktionen und Projekte sollen Luzern sicherer und sauberer machen. Für die bürgerlichen Parteien ist das Verschwendung von Steuergeldern.

SILVIA WEIGEL
silvia.weigel@luzernerzeitung.ch

Sinnlose Verschwendung von Steuergeldern oder notwendige Prävention? Die Meinungen über die Öffentlichkeitsarbeit der Stadtverwaltung gehen weit auseinander. In letzter Zeit häufen sich solche Aktionen – vor allem in Ursula Stämmers Direktion Umwelt Verkehr und Sicherheit (UVS). Einige Beispiele:

• **«Luzern glänzt»:** Das UVS hat die Sauberheitskampagne, die vor zehn Jahren startete, im Mai neu lanciert. 150 000 Franken investiert die Stadt in verschiedene Projekte. So wurden diverse Spiele lanciert, mit denen die Leute animiert werden sollen, den Abfall in Güsselkübeln zu entsorgen. Unter anderem wurden die Kübel zu Basketballkörben (siehe Bild) umfunktioniert. Ausserdem sollten lebensgrosse Attrappen von Luzerner Strassenwischern die Nachtschwärmer dazu bringen, ihren Abfall ordentlich zu entsorgen. Anfang Juli fand der «Putz-Tüüfeli-Tag» statt. Kinder konnten unter anderem an Spielstationen um die Wette wischen. Für September lädt die Stadt zum «Schichtcafé» ein, bei dem über Littering und Sauberkeit diskutiert werden soll. Stadträtin Ursula Stämmer begründete die Kampagne in unserer Zeitung wie folgt: «Neben Repression sind auch Prävention und Information wichtig. (...) Ich finde es falsch, nur mit dem Drohfinger zu arbeiten, Massnahmen dürfen auch Freude machen oder ein Schmunzeln auslösen.»

• **Sommerbars:** Das UVS unterstützt die Buvette beim Inseli, die Stadtlounge von Radio 3fach und die Ufshötti-Strandbar dieses Jahr noch mit insgesamt knapp 50 000 Franken. Im Rahmen des Sparpakets, das der Grosse Stadtrat im Dezember 2010 geschnürt hat, wurde der Beitrag per 2012 gestrichen.

• **Ausgehtipps:** Im vergangenen Jahr haben 2500 Jugendliche eine faltbare Karte mit dem Titel «Usgang, aber scho sicher!» erhalten. Die Karte enthielt Verhaltensregeln für den sicheren Ausgang. 12 000 Franken hat die Aktion gekostet. Stadt und Kanton haben sich die Summe geteilt.

SVP: Geld direkt investieren

Bei den Politikern stossen diese Aktionen zum Teil gar nicht auf Verständnis. «Es ist kaum zu glauben, was da in letzter Zeit alles veranstaltet wird», sagt SVP-Fraktionschef Werner Schmid. Die in letzter Zeit «euphorisch lancierten Kampagnen» seien zwar gut gemeint, aber grösstenteils wirkungslos. «Das Littering ist ein Produkt des Ausgehverhaltens der heutigen Gesellschaft», sagt Schmid. Die Kampagnen der Stadtverwaltung könnten da wenig bis gar nichts ausrichten: Steuergelder dürfe man nicht für solche



Stadträtin Ursula Stämmer setzt sich für die Sauberkeit in Luzern ein. So im Mai, als Güsselkübel zu Basketball-Körben umfunktioniert wurden. Bild Manuela Jans

Aktionen ausgeben. Das Geld solle man lieber direkt investieren – etwa in die Polizei oder in die Stadtreinigung. Die Häufung dieser Aktionen werde in der SVP-Fraktion sicher noch zu reden geben, sagt Schmid.

CVP: «Wichtigere Aufgaben»

CVP-Fraktionschef Thomas Gmür hält ebenfalls wenig von der Kampagne «Luzern glänzt». Gleiches gilt für die Sommerbars. «Man sieht zwar einen gewissen Effekt bei der Buvette am Inseli, aber

«Gut gemeint ist selten wirklich gut.»

THOMAS GMÜR,
CVP-FRAKTIONSCHIEF

die Bar am Bahnhofplatz bringt absolut keinen positiven Effekt», sagt Gmür. Dazu komme, dass die Sommerbars andere Cafés und Bars konkurrenzieren. «Die Sommerbars haben praktisch keine Auflagen. Aber jede andere Beiz muss zahlreiche Auflagen erfüllen.» Auch deshalb sei das Projekt heikel. Zu den «Luzern glänzt»-Aktionen sagt er: «Gut

gemeint ist selten wirklich gut.» Zwar gehe es nicht um grosse Beträge, aber auch diese könne man anderswo sinnvoller einsetzen. Und: «Man muss sich vorstellen, was für ein Verwaltungsapparat dahintersteckt, der an irgendwelchen Sitzungen solche Aktionen ausheckt. Andere Aufgaben wären wichtiger.»

GLP: Lerneffekt

Die Grünliberalen sehen das anders: «Ich finde es schade, wenn man jede Kreativität des Stadtrats abwürgt», sagt GLP-Fraktionschefin Manuela Jost. Die Aktionen im Rahmen von «Luzern glänzt» würden einen gewissen Lerneffekt auslösen. Zwar seien den Grünliberalen Sparmassnahmen sehr wichtig. «Aber solch präventive Massnahmen helfen später Kosten einzusparen.» Zudem gehe es um kleine Beträge.

FDP: «Ratlosigkeit»

Sonja Döbeli (FDP) sagt: «Die verschiedenen Aktionen mit Basketball-Kübeln oder Putz-Tüüfeli zeigen die Ratlosigkeit gegenüber dem gesellschaftlichen Phänomen Littering.» Sie unterstütze diese Versuche aber ebenfalls, da sie wenig kosten. Und: «Wenn so eine Reduktion des Litterings erreicht werden kann, haben sich die Aktionen schnell ausge-

KOMMENTAR

Geld besser einsetzen

Die Luzerner Stadtverwaltung ist kreativ – nicht zuletzt, was die diversen Aktionen und Aktiönchen betrifft, mit denen sie Littering bekämpfen will. Hier eine Ursula Stämmer, die Abfall in einen Güsselkübel wirft, der zu einem Basketballkorb umfunktioniert worden ist, da ein Strassenwischer, der als lebensgrosse Attrappe die Nachtschwärmer zu sauberem Verhalten ermahnt. Alles schön und gut, nur: Die Wirkung solcher Massnahmen ist nicht belegt.

Zudem kosten diese Aktiönchen Geld. Zwar nicht allzu viel, aber Geld ist derzeit gar nicht vorhanden. Erst im Dezember hat der Grosse Stadtrat ein Sparpaket in der Höhe von 16,7 Millionen Franken geschnürt.

Vor diesem Hintergrund wäre es wohl das Beste, die gut gemeinten Aktiönchen zu vergessen und das so eingesparte Geld besser in die Stadtreinigung zu investieren.

BENNO MATTLI
benno.mattli@luzernerzeitung.ch

zahlt.» Grundsätzlich seien Versuche, die Lebensqualität zu steigern, richtig.

SP: Mit Sommerbars Ziel erreicht

Unterstützung finden die Aktionen auch bei der SP: «Die Stadt will mit geeigneten Massnahmen Sicherheit und Sauberkeit verbessern», sagt Fraktionschef Dominik Durrer. Diese Versuche schlechtzumachen, sei weder zielführend noch verantwortungsbewusst. «Es braucht verschiedene Ansätze, die Erfahrungen werden zeigen, welche erfolgreich sind.» Gerade die Sommerbars hätten ihr Ziel erreicht. Ufshötti und Inseli seien wieder zu Begegnungszonen geworden, in denen man sich gern aufhalte. «Die Vorstellung, dass man mit Polizeimassnahmen das Gleiche erreichen könnte, greift zu kurz.»

Grüne: «Proaktive Massnahmen»

Auch die Grünen stehen hinter den Bemühungen der Stadt. «Das Thema liegt mir persönlich sehr am Herzen», sagt Fraktionschefin Edith Lanfranconi. Anfang August werde die Fraktion einen Vorstoss zu den Perspektiven der Sommerbars einreichen. «Wir unterstützen solche proaktiven Massnahmen der Stadt, weil sie die Lebensqualität verbessern und damit letztlich auch Geld sparen», sagt Lanfranconi.

Riesenplakat: FCL-Maskottchen werben für Bier

EICHHOF Die Brauerei macht seit gestern mit Siegfried und Leu Werbung. Und bald schenken Luzerner Gastro-Betriebe FCL-Fan-Bier aus.

An der Fassade der Eichhof-Brauerei posieren die FC-Luzern-Maskottchen Siegfried und Leu. Das neue, 22,5 mal 11 Meter grosse Werbeplakat wurde gestern den Medien vorgestellt. Es wird mindestens bis zum Ende der Fussballsaison 2012 dort hängen bleiben.

Auch die beiden FCL-Spieler Daniel Fanger und Adrian Winter waren vor Ort. Sie sind Taufpaten des neuen FCL-Fan-Biers – einer limitierten Sonderedition. In zirka zehn Tagen gelangen die – nicht mehr ganz – 200 000 Flaschen mit der Aufschrift «Hopp Lo-

zörn!» auf die Tresen der Luzerner Gastronomiebetriebe. Ein paar Flaschen sind bereits gestern bei der Eichhof-Brauerei leer getrunken worden: «Wir wollen auf die künftigen Siege des FCL anstossen», so Eichhof-Markenmanager Stani Imboden.

Kein Bier für die Spieler

Für Daniel Fanger und Adrian Winter gibts nach dem Fototermin mit Bier in der Hand aber nur Wasser. «Wir müssen noch trainieren», erklärt Fanger. «Mit dem Kopf sind wir schon beim nächsten Match», fügt Winter an. Als Spieler wolle man halt am liebsten immer siegen. Doch Fanger rührt schliesslich doch noch die Werbetrommel: «Nach dem Auswärtsspiel gegen den FC Lausanne werden wir sicher noch ein Eichhof trinken.» Bleibt zu hoffen, dass der FCL heute auf einen Sieg anstossen kann.

Die FCL-Maskottchen jedenfalls haben ihren Siegeszug in der Werbe-



Die FCL-Spieler Adrian Winter (links) und Daniel Fanger gestern vor dem neuen Bier-Plakat an der Fassade der Brauerei Eichhof. Bild Roger Grütter

branche bereits angetreten. So ziert ein Löwe auch das FCL-Fan-Bier. Markenmanager Imboden erklärt warum: «Der Löwe ist ein Symbol für Power und Stärke. Wir haben ihn bereits im Eichhof-Logo. Und mit dem Löwendenkmal gehört dieses Tier zu Luzern.» Mit der Siegfried-und-Leu-Werbeaktion wolle man die Verankerung des Eichhof-Biers sowie des FCL in der Region betonen.

Zur Eröffnung der Swisspor-Arena hat der Bierhersteller einen Fünfjahresvertrag mit der Swisspor Event AG abgeschlossen. Verkaufsdirektor René Koller will nicht sagen, wie hoch die Sponsoringbeiträge sind. Er betont dafür: «Diese Zusammenarbeit soll eine Sympathiebeziehung für den FCL und die Zentralschweiz sein.» ALEKSANDRA MLADENOVIC
aleksandra.mladenovic@luzernerzeitung.ch

HINWEIS

► Einen Bericht zum FCL und zur Swisspor-Arena finden Sie im Sportteil. ◀