

28. April 2018, 05:00

«Neubad stärkt Standortattraktivität der Stadt»



20'000 Franken gehen an das Netzwerk Neubad. (PD/Migros)

KULTURHAUS · Eine Studie zeigt die Wertschöpfung im ehemaligen Hallenbad auf. Volkswirtschaftlich sei diese minimal. Umso bedeutender sei das Haus aber als kreative Innovationsplattform.

Das Netzwerk Neubad erzielte mit seinen geschäftlichen Tätigkeiten im Jahr 2016 eine Gesamtbruttowertschöpfung von rund 1,7 Millionen Franken. Das zeigt eine Wertschöpfungs- und Wirkungsanalyse, die der Verein Neubad im Rahmen eines wissenschaftlichen Praxisprojektes unter der Betreuung von Christoph Hauser erarbeiten liess. Dieser leitet das Kompetenzzentrum Management & Law der Hochschule Luzern – Wirtschaft.

Von den 1,7 Millionen Franken hat das Neubad 1,2 Millionen (71,3 Prozent) selbst erwirtschaftet. Die restlichen 495 000 Franken (28,7 Prozent) wurden durch Betriebe und Mitarbeitende in der Region Luzern erzielt, vorab in Form von Einkommensverwendung durch Neubad-Mitarbeitende oder durch Vorleistungseinkäufe durch den Betrieb.

Volkswirtschaftlich und touristisch habe das Neubad «keine wirkliche Signifikanz», heisst es in der Studie. Dennoch sei seine Bedeutung gross: «Das Haus bietet einer Vielzahl Aktivitäten unterschiedlicher Couleur Raum für Veranstaltungen, und es integriere soziokulturelle Aspekte von Beginn weg in die Organisation. Durch dieses Konzept hat sich das Netzwerk Neubad in kürzester Zeit zur kulturellen Schaltzentrale von Luzern entwickelt.»

Haus kann weitere Unternehmen anlocken

Zudem biete das Neubad Raum für die Kreativwirtschaft: «Dieser Wirtschaftszweig nimmt in einer Gesellschaft, welche sich je länger je mehr von den klassischen Spielregeln des Arbeitsmarktes abwendet, eine immer wichtigere Rolle ein. Kultur und Kulturwirtschaft sind gewichtige Faktoren für die Qualität des Standortes und massgeblich dafür entscheidend, dass weitere Unternehmen sich ansiedeln. Wertschöpfungsketten können so um vor- und nachgelagerte Wirtschaftszweige verlängert und dadurch auch neue Arbeitsplätze geschaffen werden.»

Das Neubad sei mit seiner offenen, vielfältigen und gleichzeitig vernetzten Arbeitsplatzkultur «am Puls der Zeit». Das Angebot von Büro- und Atelierplätzen, aber auch die Existenz eines Gefässes, um Initiativen zu starten, werde als betriebliche Infrastruktur betrachtet. «Das aus den Effekten resultierende Sozialkapital eröffnet eine Vielzahl neuer Wege und stärkt neben dem Netzwerk Neubad die Standortattraktivität der Stadt Luzern.»

Das ehemalige Hallenbad Biregg wird seit 2012 vom Verein Neubad zwischengenutzt. Der Verein ist Arbeitgeber von rund 48 Mitarbeitenden, die sich 2010 Stellenprozente teilen. Etwa 60 Leute nutzen das Netzwerk Neubad für Erwerbs- und Freiwilligenarbeit oder Hobby. Daneben haben sich auch Privatpersonen für diverse Zwecke eingemietet.

Die Jahresrechnung 2017 schliesst mit einem Umsatz von 2,25 Millionen Franken und einem Gewinn von 2 345 Franken ab. Das Neubad hat laut Geschäftsbericht einen Selbstfinanzierungsgrad von 94 Prozent. 2017 wurden 116 472 Personen gezählt: Konzerte 7530, Austausch 2305, Disko 6837, Theater/Literatur/Film 5825, Kulinarik 8930, Markt/andere Formate 15 345, Bistro 69 700.

Hugo Bischof

hugo.bischof@luzernerzeitung.ch

Hinweis

www.neubad.org

Diesen Artikel finden Sie unter:

<http://www.luzernerzeitung.ch/nachrichten/zentralschweiz/luzern/neubad-staerkt-standortattraktivitaet-der-stadt;art9647,1242102>