

sas\_pageid='38249/723506'; // Seite : Freiburger-Nachrichten/unterseiten  
sas\_formatid=46320; // Format : Wideboard 994x250 sas\_target="; // Targeting  
SmartAdServer(sas\_pageid,sas\_formatid,sas\_target);

sas\_pageid='38249/723506'; // Seite : Freiburger-Nachrichten/unterseiten  
sas\_formatid=55159; // Format : Wallpaper\_Wideboard 1010x250 sas\_target="; //  
Targeting SmartAdServer(sas\_pageid,sas\_formatid,sas\_target);

## MURTEN

16.10.2018

# Murten will mehr Kunden im Stedtli

JEAN-MICHEL WIRTZ



- Geht es nach den Teilnehmern des runden Tisches, könnte das Murter Stedtli in Zukunft zeitweise autofrei sein.

**Immer mehr Leute kaufen online ein. Das setzt die Detaillisten im Murter Stedtli unter Druck. Deshalb haben sie Ideen und Massnahmen entwickelt, um die Kunden wieder in die Altstadt zu locken.**

Wer in Murten eine Parkbusse erhält, könnte zukünftig auch mit einem Rabattgutschein für den nächsten Einkauf im Stedtli beglückt werden. Diese Idee entstand im Rahmen eines runden Tisches, der Detaillisten, Gastronomen und Bewohner des Stedtli, Akteure aus dem Tourismus, Murter Politiker und

Mitglieder der Standortentwicklung Murtenseeregion (SEM) zusammenbrachte.

Das Hauptziel des Anlasses war es, die aktuellen Herausforderungen für die Betriebe in der Altstadt zu durchleuchten. «Seit dem Wegzug von Manor kämpfen einige Detaillisten mit Umsatzeinbussen; einzelne Geschäfte mussten gar schliessen», sagt Thomas Bula, OK-Mitglied des runden Tisches und Präsident der FDP Murten. Die Gründe dafür seien vielfältig, wobei der strukturelle Wandel ein gewichtiger Faktor sei. «Immer mehr Personen kaufen online ein», sagt Bula. «Mit dem runden Tisch wollen wir Lösungen und Massnahmen finden, die den Detaillisten helfen, mit diesem Trend umzugehen und ihn eventuell sogar zu ihren Gunsten zu nutzen.»

Über hundert Ideen und Massnahmen seien so zusammengekommen, so Bula. Ein Kernteam habe diese in fünf Themenbereiche aufgeteilt: Digitalisierung/E-Commerce; Verkehr/Parkieren; Warenangebot/Kundenbindung; Kommunikation und weitere Rahmenbedingungen.

## **Verkaufen via soziale Medien**

In punkto Digitalisierung ist geplant, dass die Detaillisten eine geschäftsübergreifende Internetplattform aufbauen. Des Weiteren ist angedacht, die Präsenz in den sozialen Medien zu verstärken oder diese sogar als Verkaufsplattform zu nutzen.

Im Zentrum des Bereichs Verkehr steht die Ausarbeitung eines nachhaltigen Verkehrs- und Parkkonzepts. Das Stedtli in der Sommersaison am Samstagnachmittag und am Sonntag autofrei zu gestalten, den Warenumsatz auf der Seeseite der Hauptgasse wieder zu erlauben oder die Bezahlung von Parkgebühren mittels Karte oder Natel zu ermöglichen, sind Ideen, die nun geprüft werden. Ladestationen für E-Bikes und die Einführung eines Rikscha-Velos für den Transport von Personen oder Gütern waren weitere Vorschläge.

Um die Kundenbindung zu erhöhen, soll das Warenangebot im Stedtli breiter werden und so den alltäglichen Bedarf der Murtnerinnen und Murtner abdecken. Einkäufe könnten auch ladenübergreifend gesammelt und dann dem Kunden an einer zentralen Abholstelle bereitgestellt werden. Ein

Heimlieferservice würde Familien und älteren Bewohnern das Einkaufen erleichtern.

Der Themenbereich Kommunikation umfasst sehr unterschiedliche Ideen: von mehr Blumenschmuck über Unterhaltung für Kinder bis zu Stedtliführungen, die Werbung für die Murtner Produkte machen sollen.

Unter «Weitere Rahmenbedingungen» fallen die «teilweise recht hohen Mieten für Ladenlokale», so Bula. Die Hausbesitzer sollen für diese Problematik sensibilisiert werden. Ein Vorschlag des runden Tisches ist, umsatzabhängige Mieten einzuführen.

Dank des runden Tisches seien Vorurteile zwischen den Teilnehmern abgebaut und die Kommunikation verbessert worden, sagt Bula. Im Sommer soll der runde Tisch erneut stattfinden.

---

“ Seit dem Wegzug von Manor kämpfen Detaillisten mit Umsatzeinbussen; Geschäfte mussten sogar schliessen. „

Thomas Bula  
OK-Mitglied