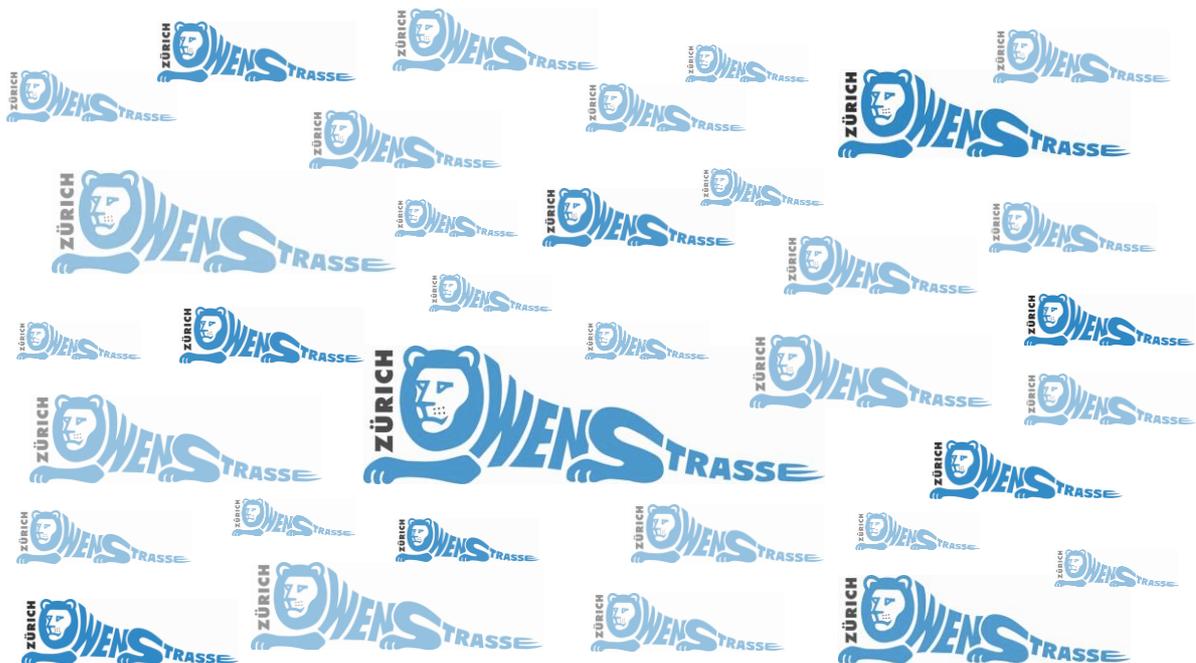




# JAHRESBERICHT VEREINIGUNG LÖWENSTRASSE 2019



## GEDANKEN ZUM GESCHÄFTSJAHR 2019

---

Das Focus Thema 2019 war für die Vereinigung Löwenstrasse nebst den Verbandsgeschäften vor allem das Thema Marketing. Der diesjährige Jahresbericht zeigt nebst den Aktivitäten an der Löwenstrasse allgemeine und kontroverse Blickwinkel zu diesem spannenden, aber auch umstrittenen Thema.

Dann lohnt es sich immer den Blickwinkel zu öffnen - die Vereinigung Löwenstrasse ist als Verband Teil der Schweizer Wirtschaft und in diesem Zusammenhang abhängig vom lokalen-nationalen- und internationalen politischen und wirtschaftlichen Geschehen.

### Zum Start ein kurzer Blick auf das Weltgeschehen 2019!

Bei vier Volksabstimmungen durfte die Schweizer Bevölkerung mitbestimmen

- Die Zersiedelungsinitiative
- Die Finanzierung der AHV und Unternehmenssteuern
- Das Waffenrecht
- Die Eidgenössischen Wahlen

Die Nachrichten des Jahres 2019 wurden dominiert durch einige Dauerthemen

- Der Klimawandel beschäftigte die Bevölkerung gleichermassen wie die Parteien. Anfang Jahr streikten viele Schüler am Freitag, inspiriert von Greta Thunberg. Im Hinblick auf die Nationalratswahlen im Herbst bemühten sich mit Ausnahme der SVP alle grossen Parteien darum, als klimabewusst wahrgenommen zu werden.
- Der Handelsstreit zwischen den USA und China war nicht nur in den Medien dauernd präsent, sondern führte ab Mitte Jahr weltweit zu einem spürbaren Rückgang der Wirtschaft.
- Der Streit um die Bedingungen des Austritts von Grossbritannien aus der EU («Brexit») führte zum Rücktritt von Premierministerin Theresa May, einer monatelangen Blockade zwischen deren Nachfolger Boris Johnson und dem Parlament und schliesslich zu Neuwahlen im Dezember.

Diese Trends haben uns beschäftigt

- Zum Wort des Jahres wird in der Deutschschweiz «Klimajugend» gewählt.
- Der Medienkonsum von Jugendlichen verlagerte sich weiter rasant auf das Handy. Auch Filme und Serien wurden immer häufiger auf dem Handy konsumiert.
- Während Ladenflächen und Umsätze in Shopping-Zentren rückläufig waren, stieg der Umsatz in den grossen Bahnhöfen. Grund dafür waren nicht nur Pendler sondern auch Touristen.
- Grossanlässe boomten, die SBB setzte im Sommer 1900 Extrazüge ein - so viele wie seit der expo.02 nicht mehr.
- Der Marktanteil von E-Autos und Autos mit Hybridanteil wuchs im ersten Halbjahr 2019 in der Schweiz um 147% gegenüber der Vorjahresperiode, allerdings bei einem Anteil von erst 3,8%.
- Die Hälfte der Zürcher Beschäftigten verdienten 2019 mehr als 7820.- pro Monat, die Einkommen in der Stadt Zürich sind ein weiteres Mal gestiegen.

## Eine Auswahl monatlicher Breaking News:

- Im Januar musste die gesamte US-Delegation wegen des Shutdowns auf die Teilnahme am WEF in Davos verzichten.
- Im Februar gab es bereits eine erste Epidemie – eine Masernepidemie breitete sich in Europa aus. Weil zu viele Kinder nicht mehr geimpft sind, musste die Rudolf-Steiner-Schule in Biel wochenlang geschlossen werden, im März eine Primarschule in Bern. In der Schweiz starben gar zwei erwachsene Männer an Masern. Laut WHO hatte sich die Zahl der Masernerkrankungen von 2017 auf 2018 verdreifacht.
- Im März übergab SVP-Nationalrat Luzi Stamm der Polizei im Bundeshaus eine Dosis Kokain, die er in der näheren Umgebung erstanden hatte. Mit der medienwirksamen Aktion wollte Stamm bewusst machen, wie einfach es ist, an Drogen heran zu kommen.
- Im April brach bei Renovationsarbeiten auf dem Dach der Pariser Kathedrale Notre-Dame ein Brand aus. Ein Turm und der Dachstuhl wurden zerstört.
- Im Mai publizierte das Bundesamt für Statistik zum Tag der Arbeit die neusten Lohnzahlen. 50% der Beschäftigten verdienten weniger als 6500 Fr., 50% mehr. Trotz wirtschaftlichem Aufschwung waren die Reallöhne nach Berücksichtigung der Teuerung um 0,4% gesunken.
- Im Juni besuchte eine Reisegruppe von 12'000 Chinesen über wenige Tage gestaffelt Luzern. Obwohl im Vorfeld wild über Auswirkungen für die Bevölkerung spekuliert wurde, war ausserhalb der touristischen Hotspots nichts zu spüren.
- Im Juli versperrten Klimaaktivisten am Paradeplatz in Zürich stundenlang den Zugang zu den Hauptsitzen der Grossbanken. Sie wollten damit die Finanzierung von klimaschädlichen Grossprojekten anprangern. 64 Aktivisten wurden festgenommen.
- Im August brachen laut einer Studie der Marketing-Agentur «InfluencerDB» die Likes und Comments auf Instagram-Profilen von Influencern weltweit ein um 30 - 50% gegenüber 2018. Schweizer Agenturen behaupteten dagegen, dass der Markt in der Schweiz weiterwachsen, ebenso die Werbebudgets im Bereich soziale Medien.
- Im September beschloss der Nationalrat in der Herbstsession wie schon der Ständerat einen zweiwöchigen Vaterschaftsurlaub.
- Im Oktober fanden in der Schweiz Nationalrats- und Ständerats-Wahlen statt. Die Grünen und die Grünliberalen profitierten vom Mobilisierungseffekt der Klimadebatte bei den Jungen und verdoppelten ihre Sitzzahlen. SVP, SP und FDP verloren, blieben aber die drei stärksten Parteien. Die CVP hielt sich gut, wurde aber von den Grünen überholt. Im Ständerat gab es 22 von 46 neue Gesichter, mit 12 Ständerätinnen war der Frauenanteil so hoch wie noch nie, mehrere Kantone sandten zum ersten Mal eine Frau in die kleine Parlamentskammer.
- Im November baute Swisscom in Baden die letzte öffentliche Telefonkabine der Schweiz ab.
- Im Dezember wurde das AKW Mühleberg definitiv vom Stromnetz genommen. Nachdem die schweizerische AKW-Aufsichtsbehörde bei den Überprüfungen nach der Reaktorkatastrophe von Fukushima massive Nachbesserungen verlangt hatte, haben sich die Berner Kraftwerke BKW aus wirtschaftlichen Gründen entschieden, den Reaktor nach Ablauf der gesetzten Frist stillzulegen statt zu sanieren. Dies ist ein indirektes Eingeständnis, dass die Kosten für Atomstrom jahrzehntelang zu tief kalkuliert worden sind.

## MARKETING – WARUM MARKETING?

---

Und nun zu den kontroversen, vielschichtigen Gedanken zum Thema Marketing.

### **Lohnt sich Marketing für eine Nonprofit - Organisation, ist es zeitgemäss und - ethisch?**

Es ist eine Herausforderung eine Antwort auf die Frage zu finden ob sich Marketing lohnt und zeitgemäss ist. Denn Erfolge von Marketingaktivitäten lassen sich schwierig zuordnen und nachweisen. Die Frage dabei ist immer - was wäre, wenn man nicht investiert hätte? Bei der Antwort auf diese Frage hilft einerseits die Wissenschaft, andererseits die Erfahrung.

In der Wirtschaft definieren wir Marketing als konsequente Ausrichtung des gesamten Unternehmens an den Bedürfnissen des Marktes. Marketing stellt somit eine unternehmerische Denkhaltung dar. Dabei ist es heute unumstritten, dass immer die Bedürfnisse der Kunden im Zentrum der Unternehmensführung stehen müssen.

Eine Nonprofit - Organisation wie die Vereinigung Löwenstrasse ist ebenso Teil der Wirtschaft wie jedes andere Unternehmen. Somit gelten für den Erfolg auch dieselben Regeln.

Auch die Vereinigung Löwenstrasse ist konsequent an den Bedürfnissen ihrer Mitglieder ausgerichtet. Damit diese Bedürfnisse befriedigt werden können braucht es Geld für Investitionen. Die Aufgabe der Vereinigung ist es demnach Gelder sicherzustellen und damit die Bedürfnisse ihrer Mitglieder zu befriedigen.

Durch Investitionen ins Marketing werden einerseits die Bedürfnisse nach einer lebendigen, interessanten und attraktiven Geschäftsstrasse befriedigt, was andererseits dafür sorgt, dass durch diese Attraktivität wieder neue Mitglieder gewonnen werden können.

2019 wurden 16% oder 11'000.- der zur Verfügung stehenden Gelder für Marketing aufgewendet. Zusätzlich flossen 61% oder 42'000.- in die Weihnachtsbeleuchtung, welche per Definition ebenfalls eine Marketingleistung darstellt. (Zahlen gerundet)

Damit ist die Frage - soweit dies überhaupt möglich ist – beantwortet, ob sich Marketing für eine Nonprofit - Organisation lohnt und zeitgemäss ist.

Ein weiterer interessanter Gedanke im Kontext Marketing ist der Aspekt der Ethik, im Sinne von «Moral bewertet, Ethik hinterfragt und analysiert».

Marketingethik beschäftigt sich mit den Werten und Normen des Marketings und seiner gesellschaftlichen Verantwortung. Sie stellt speziell eine Berücksichtigung jener Ansprüche sicher, die nicht über den Markt artikuliert werden. Geht es im „klassischen“ Marketing primär um die Profit- und Absatzmaximierung und Erweckung neuer Bedürfnisse nach Produkten und Dienstleistungen, so liegt das Ziel des heutigen Non-Profit-Marketings grundsätzlich im Bestreben soziale Ziele oder eine Mission zu erreichen, ebenso auf Imagepflege, die langfristige positive Effekte hat. (Kotler, Generic Marketing).

Die Vereinigung Löwenstrasse strebt bei all ihren Aktivitäten immer danach ihre Mission, den Erhalt der Mitglieder mittels positiver Imagepflege zu erfüllen!

**Nach diesen kontroversen, generellen Marketing – Gedanken, nun zum Marketingplan und den konkreten Aktivitäten der Vereinigung Löwenstrasse 2019!**

## MARKETING DER VEREINIGUNG LÖWENSTRASSE

Am 16. Mai 2019 haben sich die Mitglieder der Vereinigung Löwenstrasse im Rahmen der Generalversammlung für die Umsetzung von verschiedenen Marketingmassnahmen während den nächsten 18 Monaten an der Löwenstrasse mit folgenden Zielsetzungen ausgesprochen:

- Es erfolgt eine erlebnis – und dialogorientierte Präsentation der Löwenstrasse durch emotionale und physische Stimuli!
- Durch regelmässige Aktionen wird höchstmögliche Nachhaltigkeit erzielt!
- Die Aktivitäten steigern die Belebung der Strasse und fördern die Bekanntheit!
- Es wird Sympathie gewonnen!
- Es erfolgt die Profilierung als Familien – Einkaufsstrasse!
- Es wird Frequenz generiert für Handel und andere Geschäfte!

**Grundsätzlich geht es in darum Aufmerksamkeit zu erlangen!**

Der Marketingplan der Löwenstrasse ist nebst den üblichen Kommunikationsinstrumenten - Print und Radio - stark auf Event Marketing ausgerichtet.

Konkret beinhaltet das Konzept die zielgerichtete, systemische Analyse, Planung, Inszenierung und Kontrolle von Marketingmassnahmen an der Löwenstrasse.

### GESAMTÜBERSICHT

Massnahme / Monat	2019							2020												
	Juni	Juli	Aug	Sept	Okt	Nov	Dez	Jan	Feb	Mrz	Apr	Mai	Juni	Juli	Aug	Sept	Okt	Nov	Dez	
<b>Werbung</b>																				
Anzeigen				x	x											x	x	x	x	
Radiospots				x	x	x	x									x				
<b>Öffentlichkeitsarbeit (PR)</b>																				
Pressemitteilungen				x	x		x									x	x	x	x	
Events				x	x		x								x	x	x	x	x	
<b>Verkaufsförderung</b>																				
Kundenwettbewerbe																x				
<b>Social Media</b>																				
Homepage				x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	
Facebook																x	x	x	x	
Instagram																x	x	x	x	

## BESCHREIB EINZELNER AKTIVITÄTEN

- ✓ Die nachfolgende Liste wird laufend ergänzt.
- ✓ Je näher ein Event kommt, desto detaillierter ist die Beschreibung dazu.
- ✓ Einzelne Events können wegen äusseren Umständen situativ ändern.

Kommunikationskanal	Aktivitäten	Detailbeschreibung
<b>Werbung</b>		
Anzeigen	Tagblatt der Stadt Zürich	Konzeption der Anzeige durch Sekretariat Inhalte beziehen sich immer auf eine konkrete Aktivität
Radiospots	Radio 24	Löwengebrüll, allgemeine Aussage über die Löwenstrasse Spot wird immer derselbe gebraucht Produktion durch Radio 24
<b>Öffentlichkeitsarbeit (PR)</b>		
Pressemitteilungen	Versand gemäss Presseliste	Informationen versendet durch Sekretariat über Aktuelles, laufende Aktivitäten, Einladungen zu Events
Events 2019	Die Löwenstrasse ist bunt!	28. September 2019, Start - Event Stand am Löwenplatz vor UBS Animation durch PL Zeitraumen: 10.00 -15.00 Uhr Verteilen von Ballonen und Äpfeln Kids erhalten zudem einen Bleistift mit Aufdruck Löwenstrasse zum Schulstart
	Gesund durch den Winter!	19. Oktober 2019 Stand vor der Migros Löwenstrasse Animation durch PL und Partner (Apotheke, Rückencenter, Alnatura) Zeitraumen: 10.00 -15.00 Uhr Alnatura, gesunde Ernährung Rückencenter, richtig bewegen City Apotheke, Vorsorge Verteilen von Äpfeln Glücksrad
	10 Jahre Weihnachtsbeleuchtung an der Löwenstrasse!	16. Dezember 2019 Stand mit Vorstand und Künstler, Hinweis auf innovative Weihnachtsbeleuchtung, flyern vor Migros und Büro Meier, verteilen von Guetzi und Glühwein
Events 2020	Die blühende Löwenstrasse! - <b>verschoben infolge COVID-19, Durchführung Frühling 2021</b>	Offizieller Anlass 2021, konkrete Daten werden noch geplant Die Löwenstrasse wird geschmückt mit Blumentöpfen, welche die Vereinigung für Mitglieder und Nichtmitglieder organisiert (zu unterschiedlichen Konditionen) Verteilen von Blumen und Blumensamen in den Geschäften
	Die gesunde Löwenstrasse! - <b>verschoben infolge COVID-19, Durchführung Mai 2021</b>	Anlass mit verschiedenen Partnern, mit Ständen vor der Migros Verschiedene Aktivitäten und Informationen zum Thema Gesundheit, analog "gesund durch den Winter" Aktivität
	Mitgliederfest anlässlich 55 Jahre Vereinigung! - <b>wir gehen aktuell davon aus, dass dieses Fest stattfindet!</b>	21.8.2020 auf Privatgrund Büro Meier, nur für Mitglieder und spezielle Gäste
	Herbstanlass, die Welt ist bunt! <b>Neuer Grossanlass für 2020. - wir gehen aktuell davon aus, dass dieser Anlass stattfindet!</b>	Samstag, 24. Oktober vor der Migros und am Löwenplatz Verteilen von Ballonen, Äpfeln, Guetzi und Getränke, Schreibzeug Mit Globi und Kinderschminken Schmücken der Geschäfte mit Ballonen Informationsplakate / Stellwände mit Infos zur Vereinigung Löwenstrasse Radiospot und Inserat im Tagblatt Kundenwettbewerb
	Nightshopping an der Löwenstrasse! Provisorisch, abhängig von Cooperation mit CP9	Donnerstag, 19. November 2020, Stand mit Informationen zur Vereinigung Zusätzlich ev. gemeinsamer Anlass mit CP9, Kinderkette mit Räbenlechtli entlang der ganzen Löwenstrasse
	Unsere Weihnachtsbeleuchtung - <b>wir gehen aktuell davon aus, dass dieser Anlass stattfindet!</b>	Montag, 14.12., vor Migros, Anlass mit Künstler und Vretung Vorstand, verteilen von Guetzi und Glühwein, mit Infos an Stellwänden und Muster der Beleuchtung
<b>Verkaufsförderung</b>		
Kundenwettbewerbe	Geplant für Herbstanlass 2020	Wettbewerbe bei denen der Kunde möglichst viele Geschäfte der Löwenstrasse besuchen muss um Fragen zu beantworten Preis ist Einkaufsgutschein, einlösbar in verschiedenen Geschäften an der Löwenstrasse, Wert CHF 555.- (zum 55. Geburtstag der Vereinigung!)
<b>Social Media</b>		
Homepage		Konzept erarbeiten, Mediaplanung erstellen Geplant ab Herbstanlass 2020
Facebook		
Instagram		

## CONTROLLING

Massnahme	Budet Total	Kosten Monat April 2020	Kum. Kosten per 30.04.2020	Rest Budget per 31.12. 2020
<b>Werbung</b>				
Anzeigen	5'000	0.00	913.40	4'086.60
Radiospots	9'000	0.00	5'644.80	3'355.20
<b>Werbung Total</b>	<b>14'000</b>	<b>0.00</b>	<b>6'558.20</b>	<b>7441.80</b>
<b>Öffentlichkeitsarbeit (PR)</b>				
Pressemitteilungen	0.00	0.00	0.00	0.00
Events	8'000	850.00	3854.95	4'145.05
<b>Öffentlichkeitsarbeit Total</b>	<b>8'000</b>	<b>850.00</b>	<b>3854.95</b>	<b>4'145.05</b>
<b>Verkaufsförderung</b>				
Kundenwettbewerbe	1'000	0.00	0.00	1'000.00
<b>Verkaufsförderung Total</b>	<b>1'000</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>1'000.00</b>
<b>Social Media</b>				
Homepage	500.00	0.00	0.00	500.00
Facebook	100.00	0.00	0.00	100.00
Instagram	200.00	0.00	0.00	200.00
Twitter	200.00	0.00	0.00	200.00
<b>Social Media Total</b>	<b>1'000</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>1'000.00</b>
Betriebskosten	5'000	0.00	1131.00	3869.00
Personalkosten	1'000	0.00	0.00	1'000.00
<b>Total</b>	<b>*30'000</b>	<b>850.00</b>	<b>11'544.15</b>	<b>18'455.85</b>

Kosten - Schlüssel:

Einmalige Kosten von CHF 3'000.- für

- ✓ Konzeption
- ✓ Projektsteuerung, - Management, - Controlling
- ✓ Werbung : Organisation, Konzeption Anzeigen, Radio Spots

Kosten CHF 50.- pro Stunden für

- ✓ Einholen Bewilligungen
- ✓ Verfassen Pressemitteilungen
- ✓ Alle Social Media Aktivitäten
- ✓ Organisation von ev. benötigtem Personal für Events

Kosten CHF 80.- pro Stunden für

- ✓ Organisation und Durchführung von Events
- ✓ Organisation und Durchführung von Verkaufsförderungsaktivitäten

Kosten CHF 25.- pro Stunde für

- ✓ Ev. benötigtes nicht freiwilliges Personal bei Events

**Nach dem Management, der Planung und dem Controlling der Marketingaktivitäten folgen einige konkrete Eindrücke der Marketingevents 2019!**

## EVENT - DIE LÖWENSTRASSE IST BUNT

Wir feierten den farbenfrohen Herbst an der Löwenstrasse!



Am Samstag, 28. September verschenkten wir bunte Ballone, ein schönes Schreibzeug und gesunde rotwangige Äpfel an Kinder und Passanten.

Alle hatten Spass, nicht nur die Kinder, auch Teenager und Erwachsene freuten sich über das bunte Leben!



## EVENT - GESUND DURCH DEN WINTER

Gemeinsam mit Partnern sensibilisierte die Vereinigung Löwenstrasse Besucher und Passanten am Samstag, 19. Oktober vor der Migros Löwenstrasse für das Thema Gesundheit.

Das Rückencenter machte darauf aufmerksam, wie wichtig Bewegung auch im Winter ist. Am Glücksrad gab es nebst anderen Preisen, auch einen Gutschein für eine Kraft- und Beweglichkeitsmessung der Rumpfmuskulatur vom Rückencenter gewinnen.



Die City Apotheke erklärte Möglichkeiten zur Vorsorge gegen Grippe und andere typischen Winterkrankheiten. Es gab diverse Muster und Geschenke sowie ein Flyer mit Vorsorgeinformationen.



Alnatura führte Degustationen mit gesundem Essen durch, legt Broschüren auf und klärte Kunden über den Wert von gesunder Ernährung im Winter auf.



## EVENT - 10 JAHRE WEIHNACHTSBELEUCHTUNG

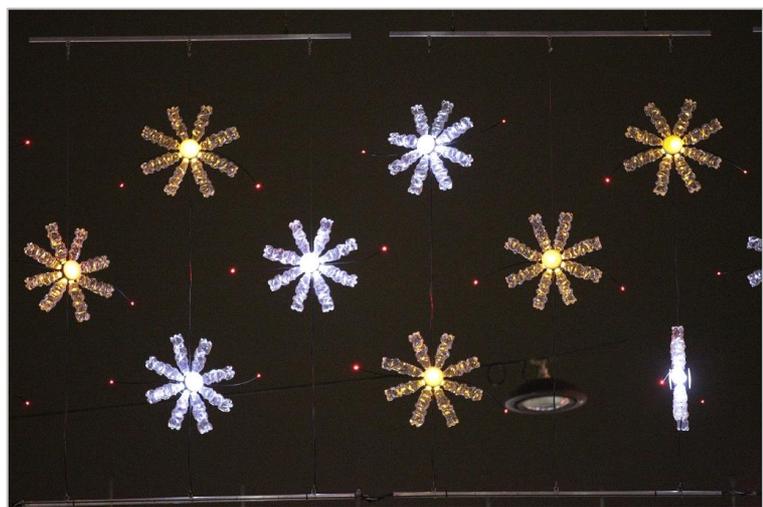
### Der Zauber wirkt auch noch nach 10 Jahren!

Visionär - nachhaltig – sozial - aktuell, das weihnachtliche Kunstwerk über der Löwenstrasse!

Künstlerisch ist die Installation vom Künstler Francesco Mariotti ein Meisterwerk, das beweisen entsprechende Reaktionen aus dem In- und Ausland.

Aber auch aus ökologischer Sicht ist dieses Meisterwerk noch immer bemerkenswert. 28 Sternengirlanden mit insgesamt 900 Sternen, jeder Stern bestehend aus 8 geschrumpften PET-Flaschen mit je 6 LED als Lichtquelle – nachhaltiger geht es kaum!

Nebst ökologisch auch sozial! Die gesamte Herstellung und Montage der Sterne erfolgte in sozialen Arbeitsprojekten im Bezirk Zürich.



## UND DANN – COVID-19

Ausnahmsweise ein Blick ins aktuelle Geschäftsjahr!

2020 waren diverse Events geplant - und dann kam es ganz anders.



Mit einer Pandemie hat niemand gerechnet und das ist auch gut so. Der Mensch plant und geht davon aus, Pläne in die Realität umzusetzen.

Und wenn das nicht mehr möglich ist – dann haben wir von der Vereinigung Löwenstrasse her versucht das Beste daraus zu machen und flexibel auf die neue Situation zu reagieren.

Einige Anlässe können hoffentlich im 2020 noch durchgeführt werden, diese wurden angepasst, das Programm wurde ausgebaut. Einiges musste auf 2021 verschoben werden, wir freuen uns auch dann noch über eine blühende Löwenstrasse im Frühling!

Events 2020	Die blühende Löwenstrasse! - verschoben infolge COVID19, Durchführung Frühling 2021	Offizieller Anlass 2021, konkrete Daten werden noch geplant. Die Löwenstrasse wird geschmückt mit Blumentöpfen, welche die Vereinigung für Mitglieder und Nichtmitglieder organisiert (zu unterschiedlichen Konditionen). Zudem verteilen von Blumen und Blumensamen in den Geschäften
	Die gesunde Löwenstrasse! - verschoben infolge COVID19, Durchführung Mai 2021	Anlass mit verschiedenen Partnern, mit Ständen vor der Migros. Verschiedene Aktivitäten und Informationen zum Thema Gesundheit, analog "gesund durch den Winter" Aktivität
	Mitgliederfest anlässlich 55 Jahre Vereinigung! - wir gehen aktuell davon aus, dass dieses Fest stattfindet!	21.8.2020 auf Privatgrund Buro Meier, nur für Mitglieder und spezielle Gäste
	Herbstanlass, die Welt ist bunt! Grossanlass für 2020. - wir gehen aktuell davon aus, dass dieser Anlass stattfindet!	Samstag, 24. Oktober vor der Migros und am Löwenplatz. Verteilen von Ballonen, Äpfeln, Guetzi und Getränke, Schreibzeug. Mit Globi und Kinderschminken. Schmücken der Geschäfte mit Ballonen. Informationsplakate / Stellwände mit Infos zur Vereinigung Löwenstrasse. Radiospot und Inserat im Tagblatt
	Nightshopping an der Löwenstrasse! Provisorisch, abhängig von Cooperation mit CP9	Donnerstag, 19. November 2020, Stand mit Informationen zur Vereinigung. Zusätzlich ev. gemeinsamer Anlass mit City Vereinigung, Kinderkette mit Räbenlechtli entlang der ganzen Löwenstrasse
	Unsere Weihnachtsbeleuchtung - wir gehen aktuell davon aus, dass dieser Anlass stattfindet!	Montag, 14.12., vor Migros, Anlass mit Künstler und Vetretung Vorstand, verteilen von Guetzi und Glühwein, mit Infos an Stellwänden und Muster der Beleuchtung

Nach diesen Ausführungen zum Focus – Thema Marketing nun zum Tagesgeschäft der Vereinigung und zu allem was sonst noch wichtig und interessant ist!

## VORSTANDSSITZUNGEN

---

Damit die Vereinigung ihre Aufgaben bestmöglich erfüllen kann, braucht es vom Vorstand zeitliches Engagement.

Der Präsident Markus Meier, die Quästorin Tamara Luginbühl sowie die anderen Vorstandsmitglieder, Stephan Knubel, Urs Raimann, Daniel Kunz (Stv. Thomas Riederer) und Christian Starnini trafen sich am 25. Januar, 7. März, 16. Mai, 19. September und 7. November zu insgesamt fünf **Vorstandssitzungen**.

Dauerthemen dieser Sitzungen waren die Traktanden Finanzen und Marketing und immer wieder die Möglichkeit zur Gewinnung von Neu – Mitgliedern und selbstverständlich die Pflege und Erfüllung der Bedürfnisse der bestehenden Mitglieder.



Der Vorstand der Vereinigung Löwenstrasse, von links nach rechts

Stephan Knubel, Urs Raimann, Thomas Riederer, Markus Meier, Christian Starnini.

(Tamara Luginbühl fehlt auf dem Foto)

## GENERALVERSAMMLUNG

---

Die **54. Generalversammlung** am 16. Mai 2019 fand wiederum in den Räumlichkeiten von Arud, dem Zentrum für Suchtmedizin statt.

Die Jahresrechnung und der Jahresbericht 2018 wurden einstimmig genehmigt und dem Vorstand Decharge erteilt. Es wurde beschlossen, die Mitgliedsbeiträge für 2020 nicht zu verändern.

Anwesend waren 17 Mitglieder der Vereinigung und Gäste.  
Entschuldigt abwesend waren 8, unentschuldigt abwesend 26 Mitglieder.  
Dies entspricht einer Anwesenheitsquote von 28%.

Natürlich wünscht sich der Vorstand eine möglichst hohe Anwesenheitsquote. Realistisch ist eine Teilnahme von 28% der Mitglieder bei einer Generalversammlung heutigen ein gutes Resultat.



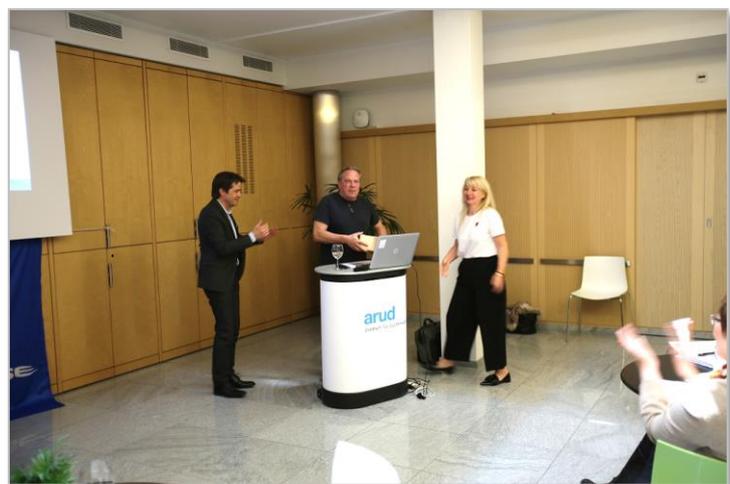
Der Präsident erläuterte Details aus dem Jahresbericht zum Focus Thema Diversity.  
Die Quästorin erläutert die Jahresrechnung 2018 und das Budget 2019.



Frédéric Weil äussert seine Meinung zum Stellenwert von ehrenamtlicher Arbeit in der heutigen Gesellschaft, in der immer weniger Menschen bereit sind, sich zu engagieren. Er würdigt speziell das Engagement des Vorstands mit entsprechendem Applaus.



Der Gastreferent, dipl. El. Ing. HTL Bernhard Weder, Senior Consultant bei der Kriminalpolizei Zürich in der Abteilung Cybercrimewar präsentierte einen äusserst spannenden Fall.



## MITTAGSANLÄSSE UND WEIHNACHTSAPERO

---

Netzwerken ist eines der Hauptanliegen der Mitglieder der Vereinigung Löwenstrasse. Anlässlich dieser Anlässe werden die neusten Informationen, Probleme und Anliegen ausgetauscht. Es ist immer bereichernd, amüsant und daraus ist im Verlauf der letzten Jahre eine echte Gemeinschaft gewachsen.

Der Austausch findet jeweils bei einem guten **Mittagessen** statt, 2019 einmal im Restaurant Spiga und einmal im Restaurant Löweneck.



Der traditionelle **Weihnachtsapéro** fand im Globus Fonduestübli bei ausgelassener Stimmung statt. Es wurde gelacht, diskutiert und der Moment wurde gefeiert.



## MARKTUMFELD 2019

Die Bevölkerung der Schweiz beträgt Ende 2019 8.6 Mio. Einwohner. Das Bevölkerungswachstum in der Schweiz beträgt 2019 0.7%.

2019 betrug die durchschnittliche Jahresteuierung gegenüber dem Vorjahr 0.4 Prozent. Das Bundesamt für Statistik erwartet für 2020 eine Teuerung von 0.1 Prozent.

Die Arbeitslosenquote bleibt per Dezember 2019 auf dem Tiefstwert von 2.3 Prozent. Der Kalendereffekt liegt per Dezember 2019 kumuliert bei 0.

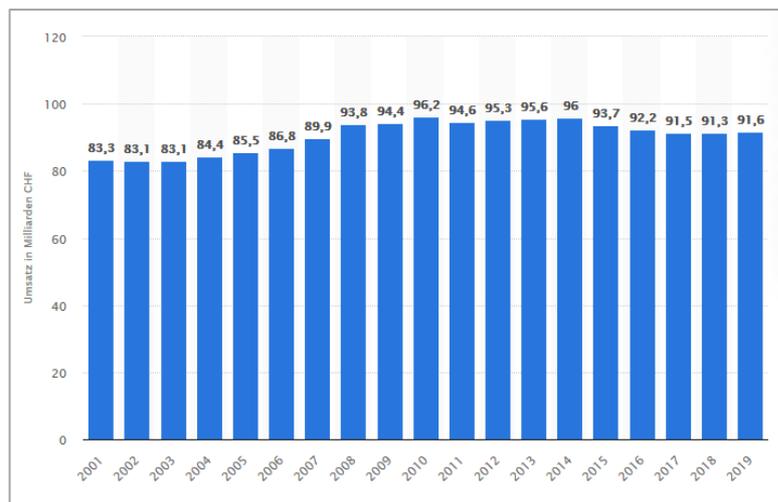
Was erwartet die Schweizer Bevölkerung von den Unternehmen?

Bereits vor dem Corona-Ausnahmestand war Corporate Responsibility ein wichtiges Thema. Die Schweizer Bevölkerung interessiert sich immer stärker dafür, ob ein Unternehmen sich seiner gesellschaftlichen, ökonomischen und ökologischen Verantwortung bewusst ist. Themen wie Arbeitsplatzsicherung am Standort Schweiz, faire Lieferketten und attraktive Arbeitsbedingungen, Klimaschutz und verantwortungsbewusster Umgang mit natürlichen Ressourcen stehen unter Beobachtung und werden öffentlich in sozialen und traditionellen Medien diskutiert.

### Konsum ist der Motor der Wirtschaft!

(Quelle sämtlicher nachfolgenden Grafiken, Bewertungen und Formulierungen GfK/Statista 2020)

Entwicklung der Umsätze im Detailhandel in der Schweiz in den Jahren 2001 bis 2019:



Die Detailhandelsunternehmen in der Schweiz erwirtschafteten 2019 einen Gesamtumsatz von rund 91,6 Milliarden Schweizer Franken. Damit haben sich die Umsätze das erste Mal seit dem kontinuierlichen Rückgang ab 2015 wieder positiv entwickelt. Auf die letzten 9 Jahre gerechnet sind die Umsätze jedoch jährlich um etwa 0,8 Prozent gesunken. Zurückzuführen ist der Rückgang auf die Konkurrenz aus dem Ausland aufgrund des hohen Schweizer Preisniveaus.

Der Food Bereich schliesst mit einem leichten Plus von 0.2 Prozent. Der Nonfood Markt erholt sich weiter und bleibt leicht rückläufig mit einem Minus von 0.3 Prozent.

Der Monat November verläuft für die meisten Märkte sehr positiv. Weihnachtseinkäufe werden mit einem Trend hin zu höherwertigen Produkten häufig frühzeitig getätigt und gleichzeitig profitieren Konsumenten breitflächig von den zunehmenden Black Friday-Angeboten.

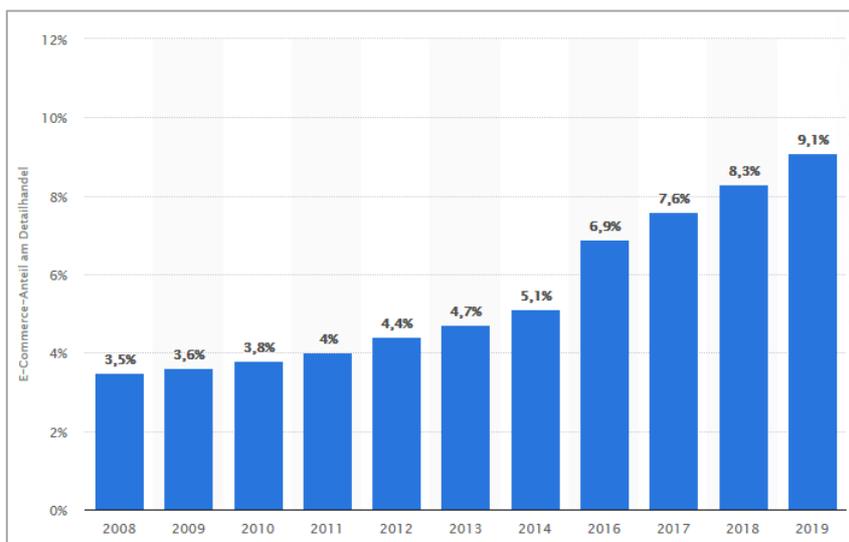
Per Ende 2019 steht der Bereich Freizeit in Bezug auf kumuliertes Wachstum im Nonfood auf Platz 1. Vereinzelt wird ein Trend zu höherpreisigen Produkten beobachtet, wie z.B. die E-Bikes, welche dank der milden Temperaturen weiter florieren, und Produkte im Spielwarenmarkt, der insgesamt mit einem positiven Weihnachtsgeschäft schliesst.

Leicht positiv entwickelt sich auch Heimelektronik. Hier profitiert der Markt neben saisonalen Einflüssen von Trends, wie zum Beispiel Business to Business, Security, Wearables, Headphones und Gaming.

Der Fashionmarkt erholt sich im 4. Quartal 2019 weiter, v.a. wegen den Black Friday-Angeboten.

Mit dem Markteintritt von Amazon setzt sich die Verschiebung vom stationären hin zum Online-Handel weiter fort. Durch die sich verändernden Einkaufsgewohnheiten hat der Distanzhandel - also der Online- und Versandhandel - auch 2019 weiter zugelegt. Besonders beliebte Sortimente für Internetbestellungen sind die Bereiche Heimelektronik und Modehandel.

Umsatzanteil des Online-Handels am Detailhandel in der Schweiz in den Jahren 2008 bis 2019:



Der Online-Anteil des Schweizer Detailhandels im Jahr 2019 betrug laut GfK 9,1 Prozent. Der gesamte Online-Handel erwirtschaftet laut den aktuellen Zahlen einen Umsatz von 10,3 Milliarden Schweizer Franken.

## RESULTATE UND KENNZAHLEN

---

### Entwicklung Mitgliederbestand

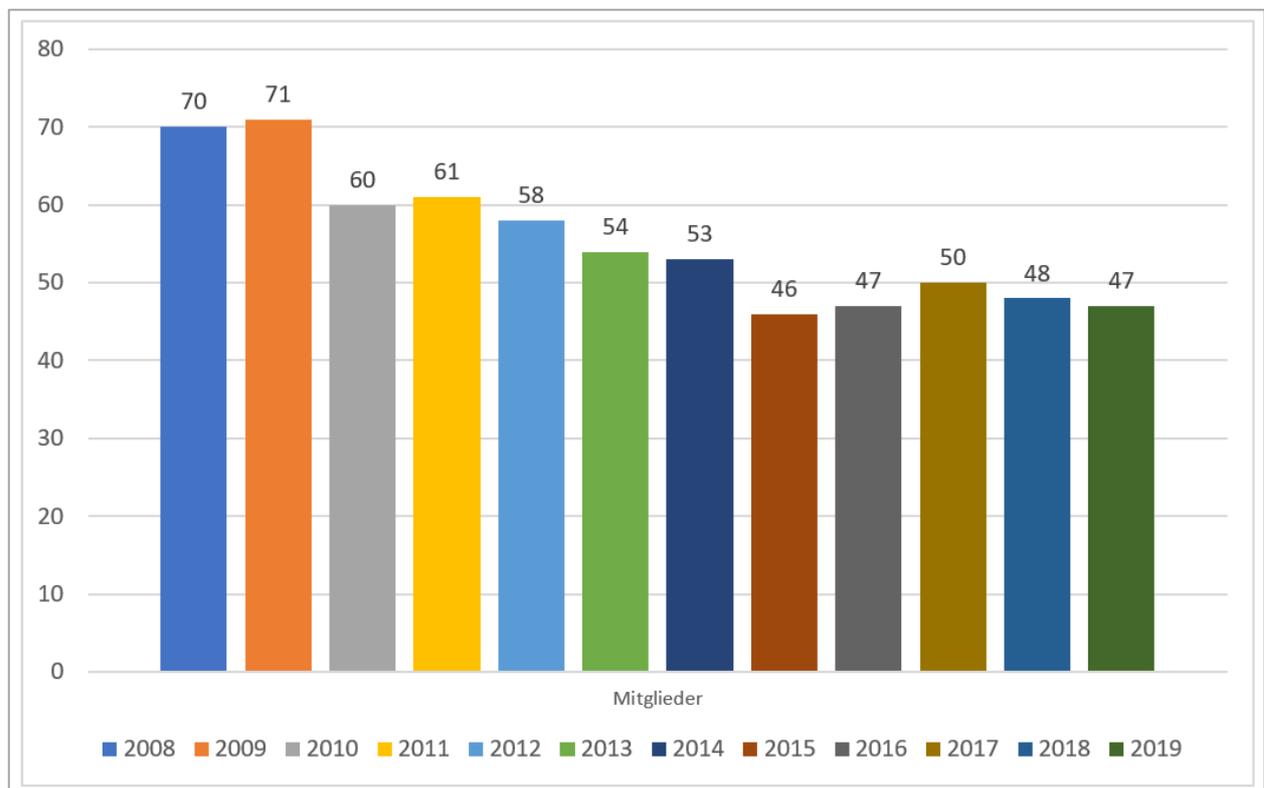
Die Vereinigung zählte am 1. Januar 2019 48 Mitglieder, am 31. Dezember 47. Neu eingetreten ist

- Paul Hegelbach

Ausgetreten sind

- Globus Reisen
- Mery's Cuture

### Entwicklung der Mitglieder in der Vereinigung Löwenstrasse



## Erfolgsrechnung 2019 mit Vorjahresvergleich

<b>ERTRAG</b>	<b>2018</b>	<b>2017</b>
Zinsertrag	0.00	0.00
Wertschiftertrag	800.00	800.00
Mitgliederbeitrag	65'994.12	62'387.96
Verlust aus Forderung	0.00	61.70
Sponsoring	0.00	0.00
Übriger Ertrag	0.00	0.00
Unreal. Gewinn	+600.00	-600.00
Rundungsdifferenzen	0.00	0.00
<b>TOTAL ERTRAG</b>	<b>67'394.12</b>	<b>62'649.66</b>
<b>AUFWAND</b>		
<b>ADMINISTRATIONS- / SEKRETARIATSKOSTEN</b>		
Treuhandkosten	3'325.79	4'112.77
Sekretariat	2'675.00	2'875.00
Telefon, Porti, Büromaterial	302.75	185.76
	<u>6'303.54</u>	<u>7'173.53</u>
<b>WEIHNACHTSBELEUCHTUNG</b>		
Montage/Demontage/Unterhalt	42'100.58	65'963.23
<b>RÜCKSTELLUNG ERNEUERUNGSFOND</b>		
	0.00	-22'480.00
<b>ÜBRIGER AUFWAND</b>		
Beiträge/Gebühren	3'409.98	3'410.00
Sachversicherung	176.10	158.50
GV, Repräsentationsspesen	1'046.66	1'231.68
Bankzinsen- Spesen	78.00	109.60
ausserordentlicher Aufwand / Ertrag	0.00	0.00
Werbung/Inserate	1'200.00	0.00
Night-Shopping	1'000.00	1'000.00
Mitgliederaktivitäten (Apéro, Neuposition)	558.33	-61.21
Neumitglieder	0.00	0.00
Events	11'264.00	5'806.13
50 Jahre Jubiläum	0.00	0.00
Aufwand Weihnachtssujet	0.00	0.00
	<u>18'733.07</u>	<u>11'654.70</u>
<b>TOTAL AUFWAND</b>	<b>67'137.19</b>	<b>62'311.46</b>
<b>Gewinn</b>	<b>256.93</b>	<b>338.20</b>

## Bilanz 2019 mit Vorjahresvergleich

<b>AKTIVEN</b>	<b>2018</b>	<b>2017</b>
UBS	90'698.20	81'602.70
Kasse	0.00	0.00
Aktien City	15'600.00	15'000.00
Guthaben Verrechnungssteuer	1'365.04	1'085.04
Guthaben MWST	0.00	180.03
Debitoren	3'860.00	2'250.00
Delkredere / WB Forderungen	0.00	0.00
Aktive Rechnungsabgrenzung	0.00	0.00
<b>TOTAL AKTIVEN</b>	<b>111'523.24</b>	<b>100'117.77</b>
<b>PASSIVEN</b>		
<b>FREMDKAPITAL</b>		
Kreditoren	0.00	0.00
Fond für Weihnachtsbeleuchtung	52'520.00	52'520.00
Events/Marketing	22'000.00	0.00
noch nicht fällige MWST	279.97	0.00
Passive Rechnungsabgrenzung	29'543.02	40'674.45
	104'342.99	93'194.45
<b>EIGENKAPITAL</b>		
Vereinskapital 1. Januar	6'923.32	6'585.12
Verlust / Gewinn	256.93	338.20
Vereinskapital 31. Dezember	7'180.25	6'923.32
<b>TOTAL PASSIVEN</b>	<b>111'523.24</b>	<b>100'117.77</b>

## Budget 2020

<b>ERTRAG</b>	Mitgliederbeiträge	63'600.00	
		<b>Total</b>	<b>63'600.00</b>
<b>AUFWAND</b>			
	Administrativer Aufwand		
	Sekretariat	3'000.00	
	Buchhaltung	4'000.00	
	Büromaterial/Porto/Spesen	1'000.00	
	Projekt Mitgliederwerbung	0.00	
	Homepage	600.00	
	Total administrativer Aufwand		8'600.00
	Weihnachtsbeleuchtung		
	Montage/Demontage	42'000.00	
	Total Weihnachtsbeleuchtung		42'000.00
	Anlässe		
	Events/Marketing	5'000.00	
	Night Shopping	1'000.00	
	Erneuerungsfonds	0.00	
	Total Anlässe		6'000.00
	Diverser Aufwand		
	Jahresbeitrag City		
	Vereinigung	3'410.00	
	Generalversammlung	1'500.00	
	Bewilligungen	1'000.00	
	Diverses (Versicherung etc.)	1'000.00	
	Total diverser Aufwand		6'910.00
		<b>Total</b>	<b>63'510.00</b>
		<b>Jahresgewinn</b>	<b>90.00</b>
(Beträge exkl. 7.7% MWST)			

Abschliessend zu diesem Jahresbericht wünschen wir allen unseren Mitgliedern dass sie die aktuelle herausfordernde Situation positiv bewältigen, für sich persönlich und für Ihr Unternehmen an Erfahrung gewinnen und COVID-19 möglichst unbeschadet überstehen.

Im nächsten Jahresbericht können wir mehr darüber berichten!

#### Impressum

Herausgeber:  
Vereinigung Löwenstrasse  
c/o WantMore GmbH  
Schönenbühlstrasse 58  
CH – 5430 Wettingen

Tel. +41 78 740 11 60  
info@vls.com  
www.loewenstrasse-zuerich.ch

Konzept, Redaktion und Layout:  
Susann und Christoph Vogel

Fotos:  
Christoph Vogel