

# Gesellschaft und Statistik

# lustat

## AKTUELL

### KONJUNKTUR

Zweites Quartal 2006: Luzerner Wirtschaft läuft rund  
Industrie meldet kräftige Nachfrage

Bauwirtschaft hat noch jede Menge Arbeit

Detailhandel verdient wieder mehr

Gastgewerbe profitiert vom Fussball

Fakten und Zahlen zum Druck- und Verlagswesen

Erwin Bachmann: „Wir sehen einen Silberstreifen“

Ulrich Bigler: „Wir werden uns behaupten können“

Vermischtes: Mehr neue Unternehmen

## Aufschwung erfasst fast alle Branchen

*Der konjunkturelle Aufschwung setzt sich fort, und er zieht immer weitere Kreise.*

*Gut entwickeln sich jetzt nicht mehr hauptsächlich stark exportorientierte Unternehmen und Grossbetriebe; auch kleinere und regional verankerte Firmen profitieren zunehmend.*

Die Schweiz und auch der Kanton Luzern haben im zweiten Quartal 2006 vom weltweiten Wirtschaftswachstum und insbesondere von der beschleunigten Expansion in Europa profitiert; die Luzerner Exporte nahmen um 9,1 Prozent zu. Aber auch der Schweizer Binnenmarkt belebte die Geschäfte, denn es wurde kräftig investiert, der Arbeitsmarkt ist in Bewegung gekommen, und die Konsumentenstimmung erreicht hohe Werte.

Die Luzerner Industriebetriebe erhöhten den Ausstoss, und viele Neuaufträge liessen sie das Quartal mit

prall gefüllten Auftragsbüchern abschliessen. Jedes fünfte Unternehmen investierte in die Ausrüstung, was wiederum den Binnenmarkt belebt haben dürfte. Weniger Impulse kamen einzig aus den Finanzmärkten, weil die Geld- und Kapitalmarktzinsen weiterhin leicht stiegen.

### Starker Wohnungsbau

Laut Konjunkturforschungsstelle der ETH Zürich (KOF) ist die Baukonjunktur schweizweit erfreulich. Getragen wird sie vor allem vom Wohnungsbau, aber auch der Wirtschaftsbau

expandiert. Mit 523 fertig gestellten und 3'184 im Bau befindlichen Wohnungen bestätigt das zweite Quartal diesen Trend auch für Luzern. Weniger erfreulich steht es in Luzern (so wie in der übrigen Schweiz) mit den Baubewilligungen: Ihre Zahl sank um 41 Prozent (erstes Quartal: 668; zweites Quartal: 395).

### Mehr Logiernächte

So wie im Rest der Schweiz stieg die Zahl der Logiernächte auch in Luzern deutlich. Im Juni verbuchten die Hotels gut 170'000 Übernachtungen –

KANTON LUZERN



Die Industrie im Kanton Luzern (im Bild: Fertigung bei der Aebi MFH AG in Hochdorf) ist gut auf Kurs.

Foto: Aebi MFH AG

fast so viele wie während der Hochkonjunktur zur Jahrtausendwende. Besonders stark stieg die Zahl der Gäste aus der Schweiz (+16'100; +12,5%), aus den USA (+9'600; +17,8%), aus Deutschland (+9'000; +18,5%) sowie aus Indien (+5'200; +36,3%) und Brasilien (+1'200; +219,7%). Von letzteren logierten 59 Prozent in Weggis, wo die brasilianische Fussball-Nationalmannschaft ihr Trainingscamp für die Weltmeisterschaft in Deutschland aufgeschlagen hatte.

### Höhere Erträge im Detailhandel

Die Konsumentenstimmung hat sich laut Staatssekretariat für Wirtschaft (seco) im April ein weiteres Mal auf relativ hohem Niveau verbessert (+7 Punkte). Die gute Stimmung schlug sich in den Umsätzen des Schweizer Detailhandels nieder; sie stiegen real um 5,9 Prozent.

Parallel zur schweizerischen Entwicklung profitierten die Luzerner Detaillisten kräftig mit: 30 Prozent von ihnen konnten die Ertragslage

im Vergleich zum Vorquartal verbessern. Gemäss Frühlingsprognose der KOF werden sich die Löhne positiv entwickeln, was weiterhin guten Geschäften im Detailhandel zuträglich sein kann.

**Die vorlaufenden Indikatoren lassen vermuten, dass die Konjunktur noch an Fahrt zulegen wird.**

### Weniger Arbeitslose

Die erfreuliche konjunkturelle Situation veranlasste die Arbeitgeber, wieder mehr Personal einzustellen. Die Beschäftigungssituation hat sich denn auch merklich verbessert. Im Vorjahresvergleich sank die Schweizer Arbeitslosenquote im zweiten Quartal um 0,4 Prozentpunkte auf 3,3 Prozent; in Luzern verringerte sich die Quote um 0,3 Punkte auf 2,6 Prozent. Damit fiel die Anzahl der Arbeitslosen im Kanton Luzern erstmals seit November 2002 wieder unter die 5000er-Marke.

Eine kantonsintern überdurchschnittliche Arbeitslosenquote weist jeweils das Amt Luzern auf: Im Juni lag ihr Wert bei 3,1 Prozent. Auf der anderen Seite herrscht im Amt Entlebuch – bei einer Arbeitslosenquote von 0,9 Prozent – Vollbeschäftigung.

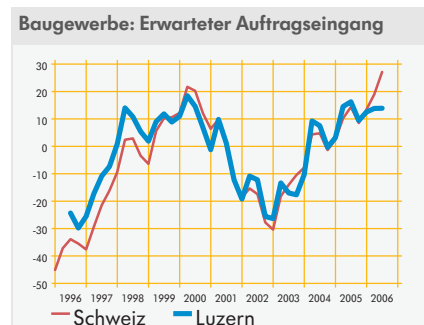
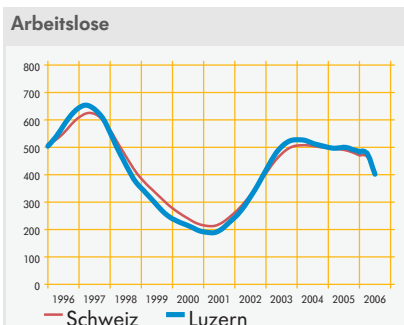
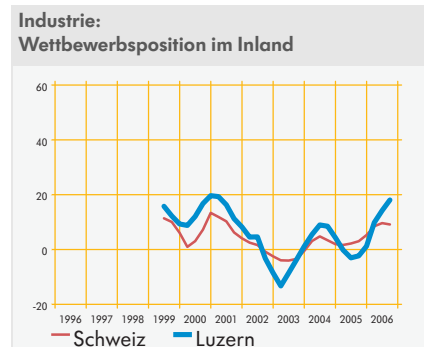
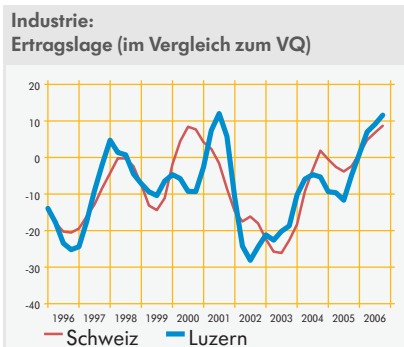
### Rosige Aussichten fürs zweite Halbjahr

Die Stimmung ist gut, die Erwartungen sind hoch. Die vorlaufenden Indikatoren lassen vermuten, dass die Schweizer Konjunktur heuer noch an Fahrt zulegen wird. Die Luzerner Industriellen antizipieren, dass sich ihre Geschäftslage in sechs Monaten noch besser präsentieren wird als heute. Der Detailhandel baut auf die gute Konsumentenstimmung und bereitet sich auf höhere Kundenfrequenzen und höhere Nachfrage vor. Gleich ergeht es dem Gastgewerbe; im Zuge der gut verlaufenden weltwirtschaftlichen Entwicklung darf es auf noch mehr Gäste aus dem Ausland hoffen.

Die Bauwirtschaft erwartet zwar auf den Winter hin saisonal bedingt einen leichten Auftragsrückgang, die Beschäftigungssituation wird sich jedoch wie in den anderen Branchen leicht verbessern. Auch die zu erwartenden höheren Preise beleben die Branche. Da die Zinsen weiterhin leicht ansteigen und weil weniger Baubewilligungen erteilt worden sind, wird der Wohnbau etwas weniger stark zum Aufschwung beitragen als bisher.

#### KOF-Konjunkturumfrage

Die Industrienumfrage der KOF/ETH basiert auf monatlichen und vierteljährlichen Erhebungen bei leitenden Persönlichkeiten von Industriebetrieben. Die Antworten aus einer Firma werden mit deren Beschäftigungszahl gewichtet. Die Antworten aller Firmen werden zu Produktgruppen und Branchen zusammengefasst. Die meisten Fragen sind qualitativer Natur (Antworten: höher, gleich, tiefer). Aus dem Saldo zwischen den Prozentanteilen der (+) und (-) Antworten resultiert die überwiegende Tendenz der erfragten Grösse. Die Umfragen für das Baugewerbe, Gastgewerbe und den Detailhandel entsprechen in der Methodik der Industrienumfrage. Zur Abschwächung der Zufallschwankungen werden in den Grafiken in der Regel saisonbereinigte Daten mit regressionsanalytisch ermittelten Randwerten dargestellt.



# Kräftige Nachfrage belebt das Geschäft

Die Luzerner Industrie hat sich erneut sehr erfreulich entwickelt. Um dem erwarteten Aufwärtstrend gerecht zu werden, investiert man in Personal und Ausrüstung.

95 Prozent der Luzerner Industrielten sind mit der Geschäftslage zufrieden. In den letzten Monaten gingen viele Neubestellungen ein, so dass sich die Auftragsbücher mehr und mehr füllten. Ende Juni bezeichneten lediglich 17 Prozent der Befragten den Auftragsbestand als zu klein. Noch immer ist der Aussenhandel eine Wachstumsstütze, aber auch aus dem Binnenmarkt kamen im zweiten Quartal wichtige Impulse.

## Vorleistungsgüter: Kapazitäten erhöht

Besonders gut entwickelte sich im zweiten Quartal die Vorleistungsgüterindustrie (Textil, Holz, Gummi und Kunststoff, Chemie ohne Pharma). In allen drei Monaten übertraf die Produktion bei jeweils rund der Hälfte der Befragten die Vorjahreswerte. Aufgrund der vielen Aufträge und



Die Fredag AG in Root stellt Geflügel-Convenience-Produkte her. Im zweiten Quartal 2006 verbuchte die Verbrauchsgüterindustrie in Luzern erneut ein Ertragsplus. Foto: Fredag AG

der rege eingehenden Bestellungen blieben die Lagerbestände an Fertigprodukten etwas zu niedrig. Um die weiterhin steigende Nachfrage befriedigen zu können, hat knapp ein Drittel der Unternehmen die Produktionskapazitäten erhöht.

## Investitionsgüter: schmale Erträge

Die Geschäfte der Hersteller von Investitionsgütern (Metall, Maschinen, medizinische Geräte/Präzisionsinstrumente) liefen zu Beginn des Quartals schleppend, verbesserten sich zum Ende aber. Insgesamt melde-

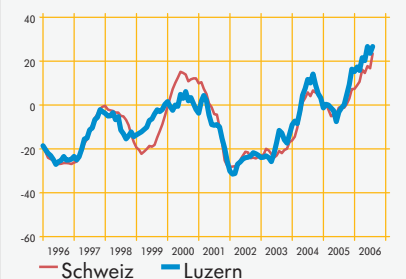
ten 22 Prozent der Unternehmen eine verschlechterte Ertragslage, und nur 10 Prozent verbuchten steigende Erträge. Ursache dafür sind nebst dem leicht rückläufigen Ausstoss weiterhin sinkende Verkaufspreise. Trotzdem rechnet man in der Investitionsgüterindustrie noch am ehesten – per Saldo 6,8 Prozent, während es bei den Vorleistungsgütern 1,5 und bei den Konsumgütern 0,6 Prozent sind – damit, dass die Zahl der Beschäftigten steigen wird.

## Konsumgüter: Dynamik nimmt zu

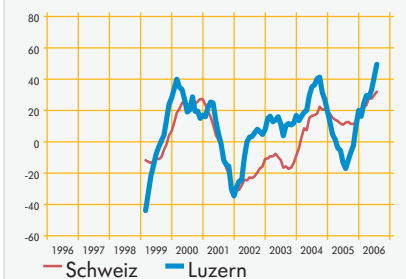
Nachdem die Produzenten von Gebrauchsgütern (Haushalt, Uhren, Möbel) im ersten Quartal die technischen und personellen Kapazitäten aufgrund von mangelnden Bestellungen reduzieren mussten, stabilisierte sich die Situation im zweiten Quartal. Der Auftragsbestand wird jetzt zu 96 Prozent als adäquat eingestuft, die Lagerbestände zu rund 40 Prozent als zu klein.

Die Verbrauchsgüterindustrie (Nahrungs- und Genussmittel, Bekleidung, Pharma) wies einmal mehr ein Ertragsplus aus; zwei Drittel der Branche beurteilen die Geschäftslage als gut. Kein Indikator spricht dagegen, dass die Branche auch im dritten Quartal rundum Höchstwerte erzielen wird.

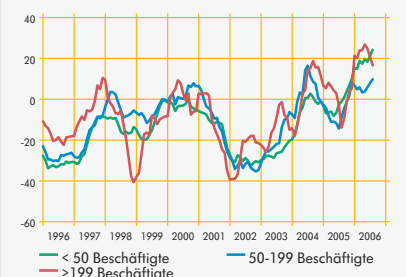
Industrie: Geschäftsgang



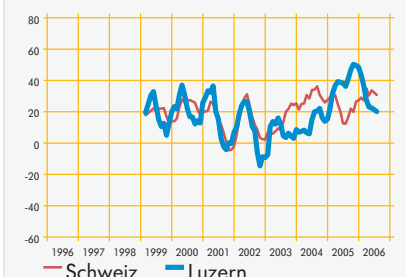
Vorleistungsgüter: Produktion (Vgl. zum VJM)



Industrie: Geschäftsgang nach Betriebsgrösse



Konsumgüter: Erwarteter Bestellungseingang



# Branchen im Überblick

## MASCHINENBAU

### Unzureichende Kapazitäten

In den Monaten April bis Juni haben jeweils nur zwischen 10 und 20 Prozent der Luzerner Maschinenbauer die Produktion (im Vorjahresvergleich) steigern können. Als Ursache dafür macht die Branche zum einen mangelnde Nachfrage, zum anderen aber – und zwar etwas öfter – noch unzureichende technische Kapazitäten aus. So laufen die Maschinen mit einem Auslastungsgrad von 85,2 Prozent noch immer auf Hochtouren. Der Indikator Geschäftsgang, der Produktion, Bestellungseingang und Auftragsbestand zusammenfasst, erreichte im Juni – nach zwei Quartalen im Minus – 16,7 Punkte. Das zeigt, dass die Branche wieder gut auf Kurs ist.

**Erwartungen:** Der momentan sehr hohe Auftragsbestand, die im Vergleich zu den Vorjahresmonaten noch höheren Bestellungseingänge und die weiterhin erstarkende Exporttätigkeit lassen die Maschinenbauer äusserst optimistisch in die Zukunft blicken. Zu 21,5 Prozent erwarten sie für die kommenden sechs Monate eine weitere Verbesserung der Geschäftslage – obwohl mehr als zwei Drittel der Befragten weiterhin überzeugt sind, dass die Verkaufspreise sinken.

## METALLINDUSTRIE

### Harzender Export

In der Metallindustrie sind gegenwärtig zwei Tendenzen zu beobachten. Auf der einen Seite läuft die

Produktion so heiss, dass die Kapazitäten an ihre Grenzen stossen: Obwohl 26 Prozent der Metallbauern die Produktionskapazitäten erhöht haben, werden diese noch immer von 41 Prozent als zu klein beurteilt. Auf der anderen Seite hat die Luzerner Metallbranche im Ausland merklich Terrain verloren. Die Auftragsbestände schwinden, die Fertigproduktlager wurden nicht abgetragen. 20 Prozent der Befragten beklagen eine schlechtere Ertragslage.

**Erwartungen:** Obwohl kurzfristig niemand mit Inputs aus den ausländischen Märkten rechnet, ist man in der Metallindustrie zuversichtlich, dass Bestellungen, Auftragsbestände und Produktion dank der Nachfrage aus der Schweiz leicht steigen werden und sich die Geschäftslage in sechs Monaten noch besser als jetzt präsentieren wird.

## ELEKTRISCHE UND ELEKTRONISCHE GERÄTE, FEINMECHANIK

### Blendende Ergebnisse

Die Geschäfte der Elektrobranche entwickeln sich weiterhin blendend. Der Ausstoss stieg von Monat zu Monat, der Strom an Bestellungen reisst nicht ab. Im Gegensatz zur Metallindustrie ist hier die Nachfrage aus dem Ausland ungebrochen.

**Erwartungen:** Alle Indikatoren lassen erwarten, dass die Umsätze zunehmen werden und sich die bereits

gute Geschäftslage weiter verbessern wird. Im Juni äusserten 22 Prozent der Produzenten von elektronischen und elektrischen Geräten die Absicht, dass sie zusätzliches Personal einstellen werden.

## BE- UND VERARBEITUNG VON HOLZ

### Befriedigende Entwicklung

Die Holzindustrie hat sich im zweiten Quartal stabil entwickelt. Besonders im Mai konnte man viele Neuaufrträge entgegennehmen. Die Geschäftslage wird zu 70 Prozent als befriedigend bezeichnet.

**Erwartungen:** Laut den befragten Betrieben ist in den nächsten Monaten keine Trendwende in Sicht. Nur in die Preisstruktur soll Bewegung kommen. Man erwartet, dass sowohl die Einkaufs- als auch die Verkaufspreise steigen werden.

## CHEMIE, GUMMI, KUNSTSTOFFE, MINERALÖLVERARBEITUNG

### Guter Dinge

Die Branche erlebte einen starken Mai. Zum Ende des Quartals wurde der Auftragsbestand als zu klein eingeschätzt, was aber aufgrund der etwas zu tiefen Lagerbestände und der vielen Bestellungen nur vorübergehend unbefriedigend ist.

**Erwartungen:** Die Branche ist guter Dinge und erwartet besonders im Ausland gute Geschäfte. 20 Prozent der Befragten werden daher die Produktion ankurbeln. ■

Kapazitätsauslastung in Prozent (geglättet), Kanton Luzern

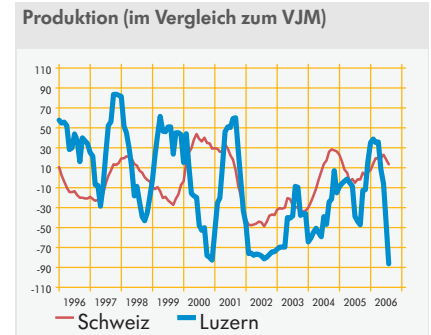
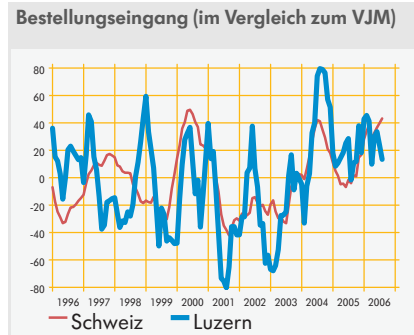
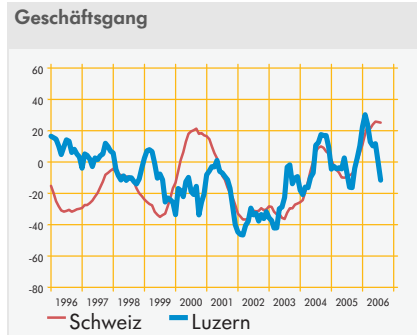
Branche	2005		2006		
	II	III	IV	I	
Gesamtindustrie	85,3	85,8	87,1	88,0	86,6
Metallindustrie	91,3	91,2	92,4	92,1	91,6
Maschinenindustrie	81,4	82,7	85,1	86,1	86,1
Nahrungs-/Genussm.	78,6	76,6	78,7	82,9	87,4
Druck-/Verlagswesen	90,0	91,1	91,1	90,2	90,2
Holzindustrie	85,2	85,3	84,7	82,1	83,2
Bekleid./Textil/Leder	95,3	99,1	97,7	97,0	94,7
Chemie/Kunststoffe	83,7	84,1	84,5	86,5	87,0
Elektr./Feinmechanik	84,3	85,3	86,7	88,4	89,3



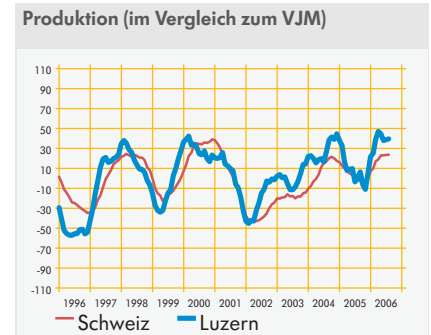
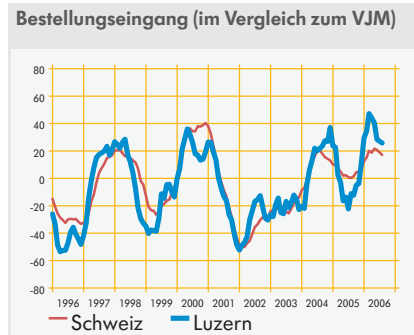
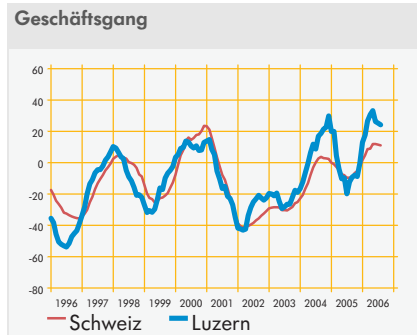
Die Weber AG in Emmenbrücke fertigt elektrotechnische Bauteile wie diesen Neutralleiter-trenner.

Foto: Weber AG

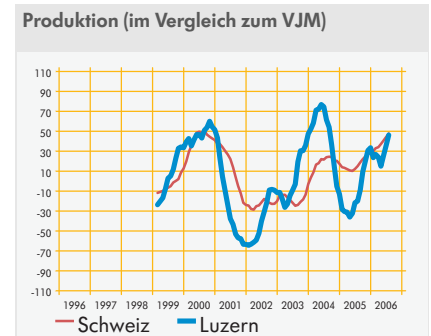
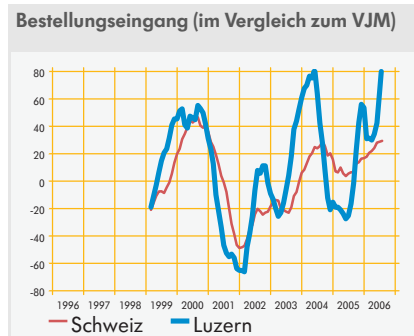
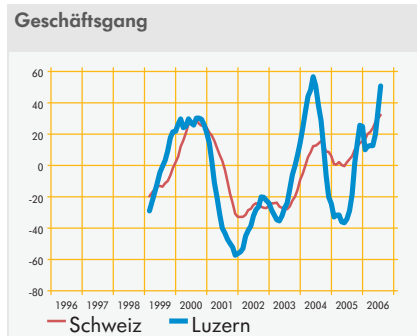
**MASCHINENBAU**



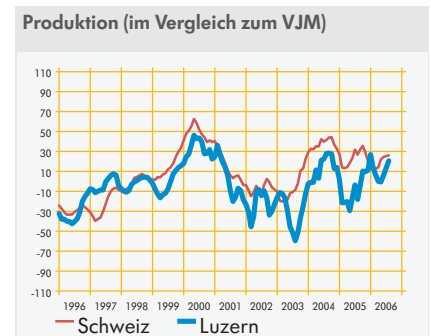
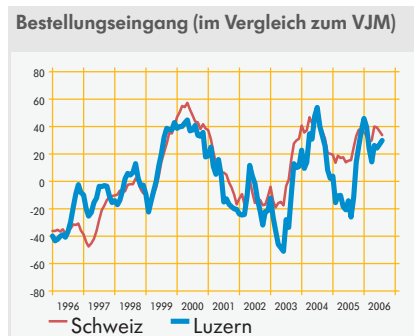
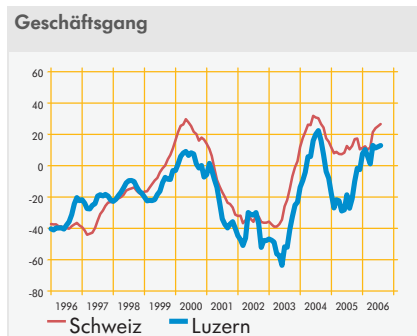
**METALLINDUSTRIE**



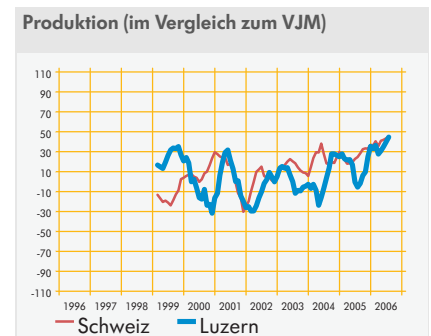
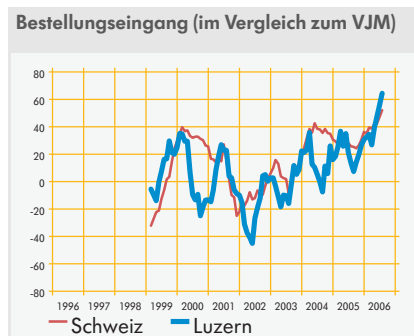
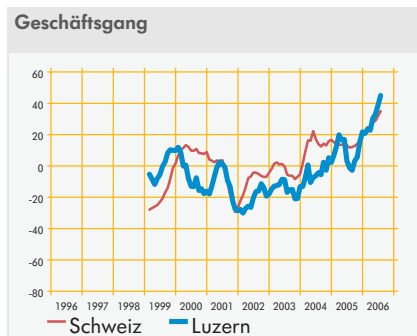
**ELEKTRISCHE, ELEKTRONISCHE GERÄTE; FEINMECHANIK**



**BE- UND VERARBEITUNG VON HOLZ**



**CHEMIE/KUNSTSTOFFE**



# „Wir sehen einen Silberstreifen“

Die LZ Medien Holding behauptet sich in einem schwierigen Umfeld ausgezeichnet. „Unsere Geschäftsabschlüsse zeigen bessere Zahlen als die der Branche“, sagt CEO Erwin Bachmann.

## Das Luzerner Druck- und Verlagswesen steht trotz wirtschaftlichem Aufschwung unter Druck. Warum?

Man muss relativieren und differenzieren. Das Druck- und Verlagsgeschäft läuft unterschiedlich, und innerhalb der Branche gibt es erhebliche Differenzen. Generell aber leidet die Branche daran, dass moderne Maschinen immer mehr leisten können und zusammen mit dem Mehrschichtbetrieb die Ausstosskapazität vervielfacht wurde, was sich auf dem Markt mit (zu) tiefen Preisen bemerkbar macht. Im Zeitungsgeschäft ist das Inserategeschäft seit dem Bestjahr 2000 rückläufig.

## Frisst das Internet einen grossen Teil des Inseratekuchens weg?

Das Internet hat bis heute nur bedingt Printinserate weggefressen – etwa bei den Autoinseraten, nicht aber bei den Immobilien. Der Rückgang hat also vielmehr konjunkturelle, aber auch strukturelle Gründe. Neue Angebotsformen wie Sonntagstitel und Gratiszeitungen, aber auch elektronische Mittel haben sich in den hart umkämpften Werbemarkt eingebracht und kämpfen um Anteile in einem durch die Konjunktur rückläufigen Markt.

## Trotz diesem schwierigen Umfeld behauptet sich die LZ-Gruppe alles in allem ausgezeichnet. Was ist Ihr Schlüssel zum Erfolg?

Unsere Geschäftsabschlüsse zeigen tatsächlich bessere Zahlen als die der Branche. Im Druckgeschäft profitieren wir von einer langjährigen Investitions- und Reorganisationsphase. Multicolor Print AG ist mit Top-Anlagen, einem hoch motivierten Team von gut ausgebildeten Fachleuten dotiert, die zumeist rund um die Uhr nach industriellen Gesichtspunkten in höchster Qualität produzieren. Das schafft Marktvor-

teile. Im Zeitungsgeschäft und in den übrigen Geschäftsfeldern achten wir seit jeher darauf, dass uns die Kosten nicht aus dem Ruder laufen. Bei schlechter Konjunktur sind diese oft eher regel- und beeinflussbar als die Ertragsseite.

## Was erwarten Sie vom 2006?

Wir sehen einen Silberstreifen am Horizont, eine Erholung der Konjunktur, wenn auch in unserer Branche nur zaghaft. Insgesamt erwarten wir ein gutes Ergebnis im Rahmen des Vorjahrs.

## Ihr Unternehmen besitzt das grösste Internetportal der Zentralschweiz, und Anfang Jahr haben Sie mit der Maxiprint.ch die erste Internetdruckerei der Schweiz gekauft. Ist das Ihr Weg in die Zukunft?

Der Weg in die Zukunft ist der Weg der verschiedenen Medien. Wir sind die Informationshändler der Zentralschweiz. Das ist unser primärer Markt und hier wollen wir stark und unaustauschbar sein. Rund 297'000 Personen lesen heute die „Neue Luzerner Zeitung“ und ihre Regionalausgaben.

## Heute die gedruckte Ausgabe und morgen die elektronische?

Ja, das kann sich mehr und mehr auch auf andere, vor allem elektronische Medien verschieben. Das Gleiche gilt für das Druckgeschäft. Unsere Maxiprint.ch bietet Drucksachen übers Internet an. Weil der Kunde via Internet direkt zu Hause oder im Büro seinen Auftrag bearbeitet, können wir kurzfristig und zu unschlagbaren Preisen seine Drucksache herstellen.

## Was bedeutet das alles für die Entwicklung der Beschäftigungslage der LZ-Gruppe?

Die LZ-Gruppe will auch in Zukunft ein wichtiger Arbeitgeber und Auszubildner in der Kommunikations- und Druckbranche sein. Damit wir das erfolgreich tun können, müssen wir für die immer schnelleren Verände-

rungen dieser Branche offen sein. Mit dem Bau unseres neuen Medienzentrums am Maihof schaffen wir die räumlichen Voraussetzungen. Für die Mitarbeiter bedeutet diese Entwicklung aber auch, dass es bei Aus- und Fortbildung keinen Stillstand duldet. Die Veränderungen der letzten zehn bis fünfzehn Jahre waren kolossal; die Zukunft wird nicht anders sein.



## Der Weg in die Zukunft ist der Weg der verschiedenen Medien.

Erwin Bachmann (Jahrgang 1946) ist Delegierter des Verwaltungsrats der LZ Medien Holding sowie der Tochtergesellschaften Neue Luzerner Zeitung AG, Multicolor Print AG, Maxiprint AG, LZ Management AG, Calendaria AG und LZ Fachverlag AG. Zudem führt er den Vorsitz der Unternehmensleitung LZ Medien.

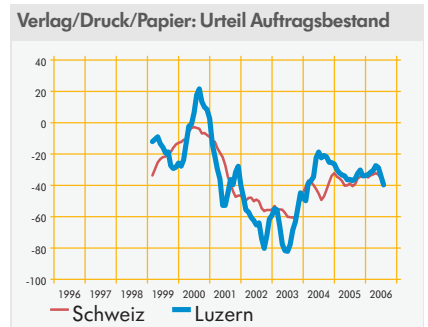
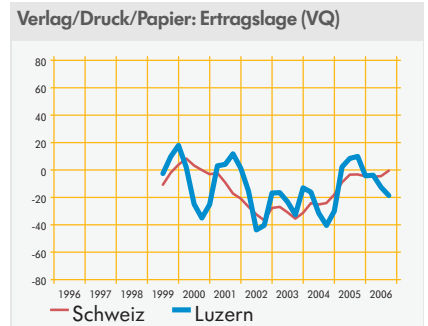
## LZ Medien Holding

Die LZ Medien Holding mit Sitz in Luzern gehört zu den erfolgreichsten Schweizer Medienunternehmen. Trotz schwierigem Marktumfeld konnte sie im Jahr 2005 den Konzerngewinn im Vergleich zum Vorjahr um 18,9 Prozent auf 11,8 Millionen Franken steigern. Das Produktangebot reicht von der führenden Tageszeitung der Region („Neue Luzerner Zeitung“) und dem grössten Internetportal der Zentralschweiz ([www.zisch.ch](http://www.zisch.ch)) bis zur Herstellung von Drucksachen, zu Fachzeitschriften und Büchern. Zudem ist die LZ Medien Holding an Medienpartnern beteiligt, so zum Beispiel an Radio Pilatus, Radio Sunshine und Tele Tell. Mit rund 500 Mitarbeitenden ist die LZ Medien Holding ein wichtiger Arbeitgeber in der Zentralschweiz.



Nachschub für die 5-Farben-Offsetmaschine der UD Print AG in Luzern: Die Druckereien rechneten zum Ende des Quartals wieder mit mehr Bestellungen.

Foto: AFS



## Optimismus noch nicht verloren

*Geringe Nachfrage, sinkende Verkaufspreise, kleinere Erträge: Die Luzerner Druckereien und Verlage haben einmal mehr ein schlechtes Quartal hinter sich. Trotzdem hoffen sie jetzt, ihre Produktion wieder ankurbeln zu können.*

Während sich die meisten Branchen im Kanton Luzern sehr positiv entwickeln, kommen aus den Druckereien und Verlagshäusern Monat für Monat negative Meldungen: Die Maschinen sind zu wenig ausgelastet, weil die Nachfrage zu schwach ist; die Verkaufspreise sinken stetig.

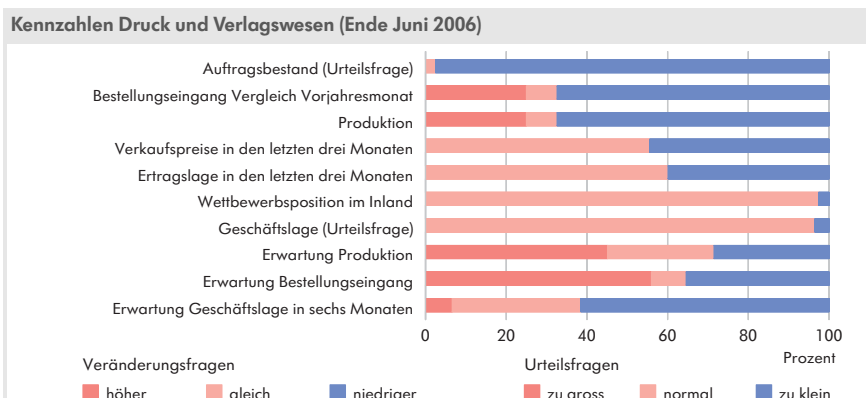
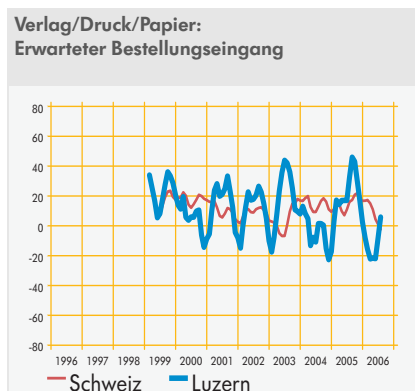
Lediglich 60 Prozent der befragten Unternehmen konnten im zweiten Quartal 2006 ihre Ertragslage auf dem Niveau des ersten Quartals halten, 40 Prozent mussten Ertrags-einbussen hinnehmen. Den Ertrag steigern konnte niemand.

Schon zu Beginn des Quartals waren die Einschätzungen negativ gewesen; mit jedem Monat wurden sie noch schlechter. Ende Juni beurteilten die Befragten den Auftragsbestand durchwegs als zu klein. Der Indikator Geschäftsgang kam bei phänomenal tiefen  $-60,7$  Punkten zu liegen, was bedeutet: Sowohl beim Bestellungseingang als auch beim Auftragsbestand und beim Ausstoss wiesen fast zwei Drittel der befragten Unternehmen schlechtere Werte auf als in den Vormonaten. Zwar harzt die Produktion auch in

der übrigen Schweiz, aber die Auftragseingänge haben dort seit dem zweiten Quartal 2005 wieder zugenommen.

### Vorprodukte gefragt

Trotzdem hat man im Druck- und Verlagswesen den Optimismus noch nicht verloren. Besonders zum Ende des Quartals rechneten die Befragten im Kanton Luzern fest mit mehr Bestellungen. Sie hoffen, dass sie ihre Produktion ankurbeln können, weshalb sie jetzt vermehrt Vorprodukte einkaufen wollen.



# „Wir werden uns behaupten können“

Die sinkende Nachfrage macht auch der UD Print AG in Luzern zu schaffen. Trotzdem ist Direktor Ulrich Bigler zuversichtlich, dass sein Unternehmen die Ziele heuer erreicht.

**Während sich die meisten Branchen positiv entwickeln, melden die Druckereien Monat für Monat schlechte Zahlen. Wie läuft's zurzeit bei Ihnen?**

Wir sind auf Budgetkurs. Dabei ist zu beachten, dass wir wegen der sinkenden Verkaufspreise immer grössere Mengen verarbeiten müssen, um nur den Vorjahresumsatz zu erreichen. Unter Druck steht aber auch die Bruttorendite, weil Materialpreise, Personalkosten und Einkauf von Fremdarbeit tendenziell steigen. Trotzdem sind wir zuversichtlich, dass wir die Jahresziele erreichen.

**Weshalb profitieren die Druckereien vom Aufschwung zurzeit nicht stärker?**

In den letzten Jahren ist die Nachfrage nach gedruckten Kommunikationsmitteln kontinuierlich zurückgegangen. Ein wirtschaftlicher Aufschwung geht nicht linear einher mit einem grösseren Bedarf an Werbemitteln im Printbereich, denn es gibt inzwischen Alternativen im crossmedialen Bereich: Man verteilt Inhalte über elektronische Medien, über Internet, Mobiltelefone, CDs. Zudem etablieren sich bei Geschäftsdrucksachen und Kleinauflagen die immer leistungsfähigeren und qualitativ mit dem Offsetdruck vergleichbaren Kopier- und Digitaldrucksysteme.

**Lassen sich damit die Überkapazitäten in der Branche erklären?**

Für viele Unternehmen heisst das Erfolgsrezept trotz unbefriedigendem

Geschäftsgang: Investitionen in neueste Technologie. Leistungen für Kunden kann man so noch flexibler, schneller und in einer höheren Qualität erbringen. Mit jeder Investition erhöht sich jedoch die Produktivität um 20 bis 50 Prozent oder mehr, je nach Alter und Ausrüstung der Vorgängermaschine. Das führt zu Überkapazitäten und zu stetig sinkenden Margen, weil die Preise stark unter Druck geraten. Zusätzlich dringt bei nicht zeitkritischen Grossaufträgen – neben den grossen nationalen Mitbewerbern – vermehrt ausländische Konkurrenz in

den Markt. Im Bereich der Standarddrucksachen ist man halt austauschbar geworden.

**Wie will sich die UD Print AG in diesem Umfeld behaupten?**

2006 steht bei uns ganz im Zeichen der Fusion mit der Luzerner Sticher Printing. Nach dem Zusammenschluss sämtlicher Unternehmen der UD-Medien-Gruppe Mitte 2007 an der Reuss-eggstrasse werden wir vermehrt Dienstleistungen entlang der

gesamten Wertschöpfungskette unter einem Dach bieten. Das neue Maschinenkonzept und die optimalen logistischen Bedingungen erlauben es uns, unser Kerngeschäft Print auf einem qualitativ sehr hohen Niveau in industrieller Produktion zu betreiben. In dieser neuen Grösse – mit entsprechend interessanten Kostenstrukturen – werden wir uns nach wie vor im stark umkämpften Markt behaupten können. Es wandert also nicht alles ins Ausland ab.

**Wird sich die Konzentration in Ihrer Branche am Standort Luzern künftig fortsetzen?**

Ich glaube nicht. Wir jedenfalls planen nichts in dieser Richtung. Zuerst müssen wir unsere Firmenkulturen vereinen. Das ist eine riesige Herausforderung, weshalb ich mich nicht mit einer zusätzlichen Akquisition belasten möchte. Das schliesst aber nicht aus, dass wir in Zukunft sinnvolle Kooperationen eingehen.

**Was bedeutet das alles für die Entwicklung der Beschäftigungslage bei der UD Print AG?**

Mit der Fusion von UD Print und Sticher Printing sichern wir langfristig Arbeitsplätze. Natürlich werden wir nicht mehr gleichviel Personal benötigen wie vorher, das liegt in der Natur der Sache. Die Reduktionen werden wir aber primär über natürliche Fluktuation regeln. Wir werden aufgrund der neuen Grösse auch neue Stellen – im Personalbereich und im Marketing – schaffen. ■

Ulrich Bigler (Jahrgang 1955) ist Geschäftsleiter der UD Print AG und gleichzeitig Vorsitzender der Geschäftsleitung der UD-Medien-Gruppe. Er ist verheiratet und Vater einer Tochter.

## UD Print AG

Die UD Print AG ist das Stammhaus der Unternehmensgruppe UD | medien. Als führendes Druckereunternehmen der Zentralschweiz und grösste Druckerei der Stadt Luzern beschäftigt die UD Print AG heute 80 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in umgerechnet 73 Vollzeitstellen. Das Unternehmen ist spezialisiert auf den grossformatigen Bogenoffsetdruck. Im vergangenen Jahr wurde es anlässlich des Sappi European Printer of the Year Award mit der Goldmedaille als „Europäischer Drucker des Jahres 2005“ ausgezeichnet. Dass in der Druckerbranche ein harter Wind weht, bekam das Unternehmen gleichwohl zu spüren. 2005 sank der Jahresgewinn von 210'000 (im Vorjahr) auf 205'000 Franken.



# Luzerner greifen tiefer in die Tasche

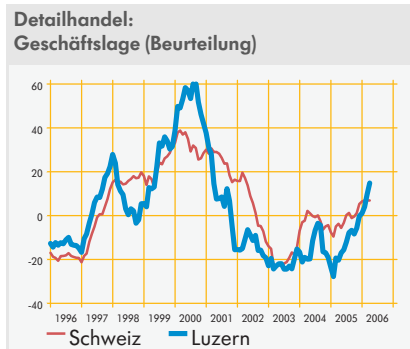
Die Situation im Luzerner Detailhandel verbessert sich allmählich. Die Extremwerte der Jahrtausendwende und des Zwischenhochs Mitte 2004 sind aber noch längst nicht erreicht.

Die verbesserte Lage auf dem Arbeitsmarkt und das Vertrauen der privaten Haushalte in den anhaltenden Aufschwung wirken sich positiv auf das Konsumverhalten aus. Im zweiten Quartal 2006 wuchsen die Detailhandelsumsätze im Kanton Luzern; mit einer Zunahme von 5,2 Prozent wurde im Mai ein Spitzenergebnis erzielt.

## Mehr Umsatz, mehr Ertrag

Im Unterschied zu den vergangenen Quartalen haben die Luzerner Detaillisten bei höherer Kundenfrequenz nicht nur mehr umgesetzt, sie haben auch wieder mehr verdient. Knapp 30 Prozent der Befragten konnten eine bessere Ertragslage ausweisen als im ersten Quartal. Verringert haben sich die Erträge lediglich bei 13 Prozent.

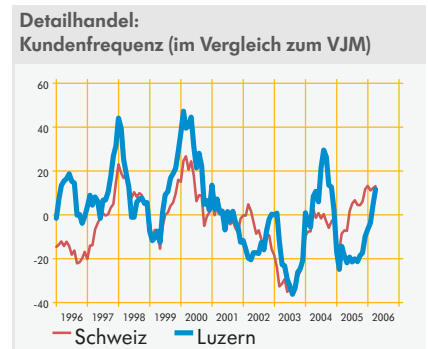
Gewinner waren in erster Linie die grossen Läden mit mehr als 45 Beschäftigten. Die mittleren und klei-



nen Betrieben dagegen meldeten häufiger eine Verschlechterung der Ertragslage als eine Verbesserung. Im Verlauf sind die Negativmeldungen jedoch klar rückläufig. Alles in allem waren 88 Prozent der Detaillisten mit der Geschäftslage zufrieden.

## Für Haus und Garten

Gestiegen sind die Detailhandelsumsätze im Mai 2006 laut Bundes-



amt für Statistik schweizweit in allen Warengruppen und Branchen. Dem Schweizer Trend folgend wuchsen im Kanton Luzern die Umsätze im Nonfood-Bereich stärker als im Bereich Food. Besonders kräftig zulegen konnten die Warengruppen Wohnungseinrichtungen sowie Do-it-yourself/Freizeit; beide waren bereits in den letzten Quartalen kontinuierlich gewachsen.

**Gewinner waren in erster Linie die grossen Läden mit mehr als 45 Beschäftigten.**

## Gute Aussichten auch für kleinere Betriebe

Die Aussichten für die Branche sind weiterhin intakt. Je gut 44 Prozent der Befragten erwarten im kommenden Quartal gleich hohe respektive steigende Umsätze. Vier von zehn wollen deshalb die Einkaufstätigkeit intensivieren – trotz allgemein eher hohen Lagerbeständen.

Die grossen Betriebe, die ihre Beschäftigtenzahl bereits im ersten Quartal stark und im zweiten leicht erhöht hatten, werden ein weiteres Mal zusätzliches Personal einstellen. Trotzdem sind es vor allem die kleinen und mittleren Betriebe, die an die private Konsumnachfrage glauben und eine bessere Geschäftslage erwarten. Von den grossen Unternehmen rechnen rund 21 Prozent mit weniger guten Geschäften innerhalb der kommenden sechs Monate. ■



Belebte Rössligasse in der Stadt Luzern: Bei höherer Kundenfrequenz haben die Luzerner Detaillisten im zweiten Quartal wieder mehr verdient.

Foto: AfS

# Anhaltende Nachfrage, steigende Preise

*Die Luzerner Baubetriebe haben ein erfolgreiches zweites Quartal hinter sich. Und auch in die Zukunft blicken sie mit Zuversicht.*

Die Auftragsbestände sind hoch, die Bautätigkeit wurde im Vergleich zum bereits starken Vorjahresquartal erneut intensiviert, die Preise haben sich noch einmal leicht erholt (siehe Box). Mehr als zwei Drittel der befragten Luzerner Baufirmen beurteilen die Geschäftslage denn auch als gut, der Rest – mit ganz wenigen Ausnahmen – als befriedigend.

## Engpässe im Hochbau

Der Frühling und der Frühsommer brachten besonders dem Luzerner Hochbau jede Menge Arbeit. So forderten die vollen Auftragsbücher den intensiven Einsatz von Mensch und Maschine. Der Nutzungsgrad des Maschinenparks lag bei hohen 85,9 Prozent; zu technischen Kapazitätsengpässen kam es aber nicht. Anders beim Personal: Obwohl die Firmen in den vergangenen Quartalen das hohe Arbeitsaufkommen

vorausgesehen hatten, stockten sie das Personal kaum auf. Im zweiten Quartal meldete nun ein Drittel der im Hochbau tätigen Unternehmen, dass der Mangel an Arbeitskräften die Ausführung der Aufträge behindert habe. Trotzdem bleibt man mit Neuanstellungen zurückhaltend. Diese Zurückhaltung ist nicht unbegründet, denn im zweiten Quartal wurden nur 395 Baubewilligungen erteilt – so wenig wie letztmals 2002.



Die Bautätigkeit im Kanton Luzern (im Bild: Arbeiten am Anschluss Emmen Süd) wurde intensiviert. Foto: Verkehr und Infrastruktur, vif

## Optimismus im Tiefbau

So wie im Hochbau erfreuen sich auch im Tiefbau über 80 Prozent der Betriebe einer guten Geschäftslage. Denn auch hier sind die Auftragsbestände hoch, auch hier hat die Bautätigkeit zugenommen. Daran dürfte sich mittelfristig nichts ändern; das zeigen die Reichweite der Auftragsbestände (4,2 Monate) und die Einschätzung der Befragten, dass die Zahl der Neuaufträge in den kommenden sechs Monaten nicht abnehmen werde.

## Ausbaugewerbe erstarkt wieder

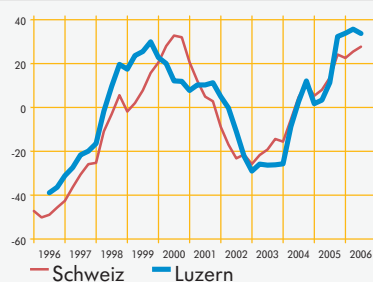
Obwohl in der Ausbaubranche 18 Prozent der Betriebe mit weiterhin sinkenden Preisen kämpfen müssen (zumeist sind es Firmen der Elektro-, Heizungs- und Klimabranche), beklagte kaum jemand eine verschlechterte Geschäftslage. Denn auch hier haben Auftragsbestände und Bautätigkeit zugenommen – wenn auch nicht in jedem Betrieb. Von der Preisentwicklung abgesehen, sind die Aussichten weiterhin gut. Zumindest für die nächsten 3,7 Monate ist die Arbeit gesichert. ■

## Entwicklung der Preise

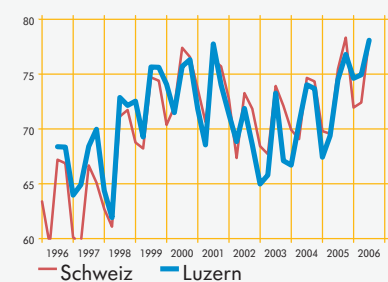
Gemäss Bundesamt für Statistik (BFS) haben sich die Baupreise schon Ende 2003 zu erholen begonnen. Anfang 2005 lagen sie bereits höher als während des letzten konjunkturellen Hochs zur Jahrtausendwende.

Die Trendwende setzte gemäss KOF-Erhebung auch im Kanton Luzern im Jahr 2003 ein: Die Zahl der Bauunternehmen, die Preissenkungen meldeten, begann damals allmählich abzunehmen. Es dauerte jedoch bis zum vierten Quartal 2005, bis mehr Hochbaufirmen von steigenden Preisen berichteten als von sinkenden. Im Tiefbau halten sich positive und negative Äusserungen seither die Waage. Das Luzerner Ausbaugewerbe hinkt dem Schweizer Trend etwas hinterher und unterliegt noch heute überwiegend dem Preisdruck, wobei auch hier immer mehr positive Stimmen zu hören sind.

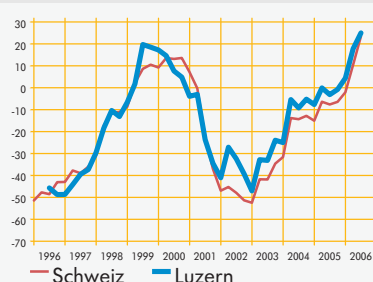
Baugewerbe:  
Bautätigkeit (im Vergleich zum VJQ)



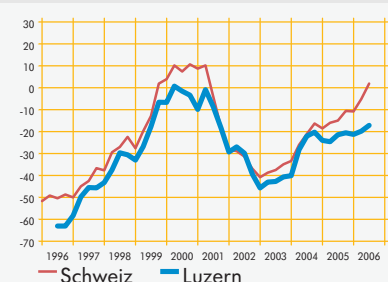
Baugewerbe:  
Nutzungsgrad der Maschinen



Bauhauptgewerbe:  
Preise Neuaufträge (Erwartung)



Ausbaugewerbe:  
Preise Neuaufträge (Erwartung)





Die brasilianische Nationalmannschaft hatte in Weggis ihr Trainingscamp bezogen; es lockte Medienschaffende und Fans zuhauf dorthin. Allein dank Gästen aus Brasilien verbuchte die Hotellerie in Weggis 1'779 Logiernächte. Foto: Weggis Vitznau Rigi Tourismus

## Die Fussball-WM sorgte für Mehrumsatz

*Wie im Rest der Schweiz florierte das Gastgewerbe im zweiten Quartal auch in Luzern. Der Umsatz stieg um 3,1 Prozent.*

Dass die Ergebnisse trotz schlechtem Wetter zu Beginn des Quartals derart gut ausfielen, lag nicht zuletzt an der Fussball-Weltmeisterschaft. Zum einen lockte die brasilianische Nationalmannschaft, die in Weggis ihr Trainingscamp bezogen hatte, Medienschaffende und Fans zuhauf in die Region; so verbuchte die Hotellerie in Weggis allein dank Gästen aus Brasilien 1'779 Logiernächte (Vorjahresquartal: 3). Zum anderen stieg der Getränkeabsatz im Zuge des immer beliebter werdenden public viewing (Matchsehen auf Plätzen und in Restaurants) deutlich.

### Mehr Logiernächte

Knapp zwei Drittel der von der KOF befragten Hoteliers verzeichneten im zweiten Quartal 2006 mehr Logiernächte als im Jahr zuvor. Die zusätzlichen Gäste kamen sowohl aus der Schweiz als auch aus dem Ausland. Im Zuge dieser Entwicklung stieg der Umsatz (im Vergleich zum Vorjahr) bei drei Vierteln der Herbergen an. Die Ertragslage verbesserte sich bei

57 Prozent. Eine Verschlechterung musste nur eine kleine Minderheit der befragten Betriebe hinnehmen.

Rund 60 Prozent der Luzerner Herbergen zählten mehr inländische Gäste, ebenso viele mehr ausländische. In den übrigen Betrieben blieb die Anzahl Logiernächte von Personen aus dem Ausland stabil. Besonders Hotels der tieferen Preisklasse hatten jedoch Einbussen bei den inländischen Gästen; Vier- und Fünfsternehotels erzielten ausnahmslos bessere Ergebnisse als im Vorjahr.

### Gute Geschäfte am See

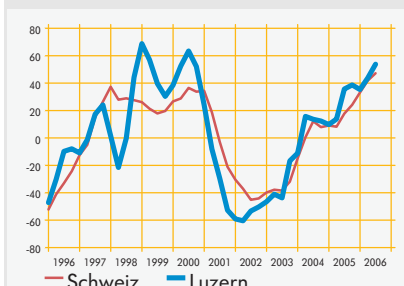
Unter den Luzerner Restaurateuren verkaufte die Hälfte mehr Getränke als im zweiten Quartal 2005. Der Küchenabsatz dagegen war für 37 Prozent der Befragten erneut rückläufig. Allerdings gibt es auch Betriebe, besonders in der Sezone, die nicht nur mehr Getränke verkaufen konnten,

sondern auch mehr Speisen. Sie steigerten den Umsatz um 0,3 Prozent, während er sich insgesamt um 0,6 Prozent verringerte. Alles in allem sind die Gaststätten mit ihrer Situation noch nicht zufrieden. Der Umsatz ist zu tief, um die vorhandenen Kapazitäten voll einsetzen zu können.

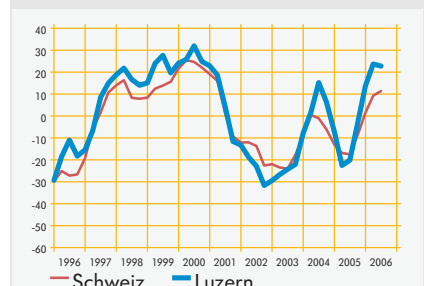
### Mit Optimismus voran

Jeder Vierte in der Branche glaubt, dass der Umsatz im Sommer wachsen wird, jeder Zweite erwartet Kontinuität. Besonders optimistisch sind die Hoteliers; sie rechnen zwar mit gleich vielen inländischen Gästen, dafür aber mit mehr ausländischen. Vor allem die nobleren Häuser dürften im nächsten Quartal erneut zulegen. Aber auch die Gaststätten erwarten bessere Geschäfte: Nur 15 Prozent der Befragten rechnen damit, dass sie weniger Getränke oder Speisen absetzen werden. ■

Beherbergung:  
Logiernächte (im Vergleich zum VJQ)



Gastgewerbe:  
Erwarteter Absatz



WEITERE KONJUNKTURINDIKATOREN

Indikator		2/04	3/04	4/04	1/05	2/05	3/05	4/05	1/06	2/06
<b>Schweiz</b>										
Bruttoinlandprodukt (BIP), nominal	Mrd. Fr.	111,7	110,9	118,2	106,9	114,0	114,5	121,5	111,7	...
BIP: nominale Veränderung zum Vorjahr	in %	2,9	2,6	2,0	1,7	2,0	3,2	2,8	4,5	...
BIP: reale Veränderung zum Vorquartal (saisonbereinigt)	in %	0,1	0,2	0,2	0,3	0,9	0,9	0,7	0,9	...
Beschäftigungsindex Total	3. Quartal 1991 = 100	93,1	93,5	92,8	92,6	92,9	93,6	93,1	93,1	...
Beschäftigungsindex zweiter Sektor	3. Quartal 1991 = 100	74,3	75,5	74,0	73,4	74,6	75,8	74,7	74,2	...
Beschäftigungsindex dritter Sektor	3. Quartal 1991 = 100	104,2	104,2	103,9	103,9	103,6	104,1	104,0	104,3	...
Arbeitslose (Quartalsdurchschnitt)	Anzahl in 1000	149,3	145,1	152,9	149,4	145,6	141,7	147,5	149,2	129,6
Arbeitslosenquote (Quartalsdurchschnitt)	in %	3,8	3,7	3,9	4,0	3,7	3,6	3,7	3,8	3,3
Baubewilligte Wohnungen	Anzahl in 1000	12,2	10,9	12,6	11,6	12,1	11,7	13,6	11,5	...
Fertig erstellte Wohnungen	Anzahl in 1000	8,6	9,9	11,7	8,1	8,9	9,3	12,1	7,9	...
Bauinvestitionen: Veränderung zum Vorjahr (real)	in %	5,5	4,0	0,7	-1,9	7,5	3,4	4,4	-0,7	...
Zementlieferungen: Veränderung zum Vorjahr	in %	8,3	9,2	2,8	-0,6	14,8	6,5	9,2	3,2	-7,3
Einfuhr (Total 1): Veränderung zum Vorjahr (real)	in %	8,1	6,8	0,4	3,8	4,0	1,5	4,8	7,1	8,6
Ausfuhr (Total 1): Veränderung zum Vorjahr (real)	in %	5,8	7,0	4,8	2,4	5,8	1,3	4,9	12,2	13,4
Konsumentenpreisindex	Mai 1993 = 100	110,1	109,5	106,4	110,3	111,3	110,7	111,8	111,6	112,7
Konsumentenpreise: Veränderung zum Vorjahr	in %	0,9	1,0	1,3	1,3	1,1	1,2	1,1	1,2	1,3
Produzenten-, Importpreise: Veränderung zum Vorjahr	in %	1,2	1,4	1,8	1,5	0,8	1,2	1,0	1,6	2,6
Produzentenpreise: Veränderung zum Vorjahr	in %	1,3	1,3	1,5	1,1	0,5	0,8	0,9	1,5	2,3
Importpreise: Veränderung zum Vorjahr	in %	1,0	1,7	2,4	2,2	1,4	1,9	1,2	1,9	3,4
<b>Kanton Luzern</b>										
Arbeitslose (Quartalsdurchschnitt)	Anzahl	6792	5766	5808	6117	5792	5694	5859	5906	4986
Arbeitslosenquote (Quartalsdurchschnitt)	in %	3,1	3,1	3,1	3,2	3,1	3,0	3,1	3,1	2,6
Baubewilligte Wohnungen	Anzahl	630	594	729	468	415	679	879	668	395
Im Bau befindliche Wohnungen	Anzahl	2626	2652	2439	2475	2617	2689	2858	3226	3184
Fertig erstellte Wohnungen	Anzahl	381	515	669	529	599	584	567	294	523
Ausfuhr (Total 1): Veränderung zum Vorjahr (real)	in %	1,9	11,3	23,2	8,1	9,6	-5,0	-1,2	8,7	9,1
Konkurrenzeröffnungen	Anzahl	69	81	76	99	90	80	76	95	71

CD-ROM



Rund um die Bildung

Das Amt für Statistik des Kantons Luzern vereinigt die Ergebnisse der jährlichen Schul- und Hochschulstatistik auf einer CD-ROM. „Bildung im Kanton Luzern 2005/06“ präsentiert die erhobenen Daten in Excel-Tabellen in langen Zeitreihen (meist bis zum Schuljahr 1977/78) und teilweise bis auf Gemeinde-stufe. Eine pdf-Datei enthält ausserdem Grafiken und Grundlagentexte. Die CD-ROM zeichnet sich durch eine klare Benutzerführung aus; sämtliche Daten können weiter verarbeitet werden.

Die CD-ROM „Bildung im Kanton Luzern 2005/06“ kann zum Preis von 80 Franken bezogen werden bei: Amt für Statistik des Kantons Luzern, Bürgerstrasse 22, Postfach 4168, 6002 Luzern (www.lustat.ch). Schulen erhalten 50 Prozent Rabatt.

TELEGRAMM

Mehr neue Unternehmen

Wie schon im Jahr 2003 hat die Zahl der neu gegründeten Unternehmen in der Zentralschweiz auch im 2004 wieder zugenommen, und zwar um gut 6 Prozent. 1'469 Unternehmen wurden gegründet und damit 2'924 Arbeitsstellen geschaffen. Das geht aus der Unternehmensdemografie des Bundesamts für Statistik (BFS) hervor. Allein im Kanton Luzern belief sich die Zahl der neu gegründeten Unternehmen auf 396 (mit total 910 Beschäftigten); im Jahr 2003 waren es 366 gewesen. Dass im Vergleich zum Vorjahr mehr Unternehmen gegründet wurden, gilt auch für die Schweiz insgesamt. Die Zahlen zu den Unternehmensschliessungen im Jahr 2004 sind beim BFS zurzeit noch nicht verfügbar. Im Jahr 2003 hatten allein im Kanton Luzern 347 Firmen mit insgesamt 1'473 Beschäftigten den Betrieb eingestellt.

Markant mehr Scheidungen

Im Jahr 2005 wurden im Kanton Luzern 732 Scheidungen ausgesprochen. Das sind fast 100 mehr als im Vorjahr. Der grösste Teil der Scheidungen (86,8%) erfolgte auf gemeinsames Begehren hin. Scheidungen auf Klage sind – seit Einführung des neuen Ehe-rechts am 1. Januar 2000 – nur noch selten (2005: 3,4 Prozent).

IMPRESSUM

Amt für Statistik des Kantons Luzern  
 Bürgerstrasse 22  
 Postfach 4168  
 6002 Luzern  
 Tel 041 228 56 35  
 Fax 041 210 77 32  
 E-Mail statistik.luzern@lu.ch  
 www.lustat.ch

Herausgeber:  
 Amt für Statistik des Kantons Luzern  
 Ausgabe: 2006/Nr 03 – August 2006, 3. Jg.  
 ISSN 1661-8351

Wissenschaftliche Leitung:  
 Gianantonio Paravicini Bagliani  
 Redaktion: Christian Mattli  
 Autoren: Nathalie Portmann, Christian Mattli  
 Grafik: Henri Spaeti

Abonnement: Franken 75.– pro Jahr  
 Einzelpreis dieser Ausgabe: Franken 12.–  
 Bestellung: 041 228 56 35  
 oder www.lustat.ch

