

2013/01

KONJUNKTUR – VIERTES QUARTAL 2012

Zögerlicher Aufschwung

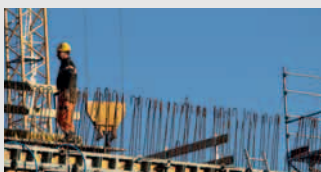
In der Luzerner Industrie zeigte sich im vierten Quartal 2012 eine Erholung, jedoch blieb die Auftragslage für viele Betriebe ungenügend. Der Detailhandel sah sich im Dezember – nach Zuwächsen in den Vormonaten – mit tieferen Umsätzen als in der Vorjahresperiode konfrontiert. Im Gastgewerbe wurde die Geschäftslage eher kritisch beurteilt. Die gute Baukonjunktur hielt weiterhin an.

Industrie



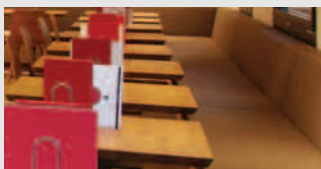
Seite 3

Baugewerbe



Seite 6

Gastgewerbe



Seite 7

Detailhandel



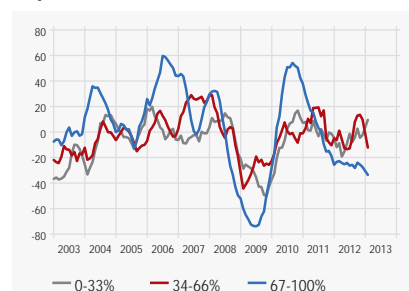
Seite 8

Die Schweizer Wirtschaftskraft nahm im Jahr 2012 leicht zu. Wie die Konjunkturforschungsstelle der ETH Zürich (KOF) in ihrer Winterprognose festhält, erhöhte sich das Bruttoinlandprodukt (BIP) um 1,0 Prozent. Im Jahr 2013 wird das BIP – dank eines beschleunigten Wachstumstempas ab dem zweiten Quartal – voraussichtlich um 1,2 Prozent ansteigen. Das Fundament für das Wachstum bildet die Binnenwirtschaft, während die Konjunkturimpulse aus dem Ausland insgesamt schwach bleiben. Die KOF erwartet aber, dass die Exporte im Jahr 2013 zunehmend stärker anziehen werden.

Industrie: Allmähliche Lageverbesserung

In der Luzerner Industrie verbesserte sich die Geschäftslage im Verlauf des vierten Quartals. Ende 2012 wurde sie von mehr Betrieben als gut (26%) denn als schlecht (14%) beurteilt. Eine Erholung zeigte auch der Indikator Geschäftsgang an, der im ganzen vierten Quartal 2012 höhe-

Industrie: Geschäftsgang nach Exportanteil, Kanton Luzern



re Werte als im dritten erreichte. Im Dezember lag er mit $-9,3$ Punkten jedoch weiterhin im negativen Bereich; ein Grund dafür waren die Auftragsbücher, die Ende Jahr in der Tendenz zu knapp gefüllt blieben.

Einen vergleichsweise schwachen Geschäftsgang verzeichneten die stark exportorientierten Firmen. Sie beurteilten zudem die Geschäftslage im ganzen vierten Quartal 2012 eher kritisch. Wie die mehr auf das Inlandgeschäft ausgerichteten Firmen gehen aber auch sie häufiger von einer Verbesserung als von einer Anspannung der Geschäftslage bis im Sommer 2013 aus.

KONJUNKTURBAROMETER		VIERTES QUARTAL 2012	
INDUSTRIE	DETAILHANDEL	BAUGEWERBE	GASTGEWERBE
Geschäftsgang	Umsatz im Vorjahresvergleich	Geschäftslage im Vorquartalsvergleich	Umsatz im Vorjahresvergleich

Baugewerbe: Gute Geschäftslage hält an

Das Luzerner Baugewerbe befand sich Ende 2012 weiterhin in guter Verfassung. Über die Hälfte der an der KOF-Umfrage teilnehmenden Betriebe beurteilte die Geschäftslage als gut, die übrigen mit wenigen Ausnahmen als befriedigend. Im Hochbau manifestierte sich die starke Bautätigkeit in der rekordhohen Zahl von knapp 1'100 im Quartal fertiggestellten Wohnungen.

Die Auftragsbestände reichten Ende Jahr im Durchschnitt 4,3 Monate in die Zukunft und damit über das laufende Quartal hinaus; den tiefsten Wert aller Bausparten wies hierin das Ausbaugewerbe auf (3,3 Monate). In sämtlichen Sparten rechnet eine grosse Mehrheit mit einer gleichbleibenden Geschäftslage im ersten Halbjahr 2013.

Gastgewerbe: Angespannte Verhältnisse

Im vierten Quartal 2012 übernachteten gemäss Beherbergungsstatistik des Bundesamts für Statistik 6,3 Prozent mehr Reisende in Luzerner Hotels als in der Vorjahresperiode. Markante Zunahmen zeigten sich bei den Logiernächten US-amerikanischer (+22,3%) und chinesischer Gäste (+13,1%). Die Hälfte der von der KOF befragten Luzerner Hoteliers meldeten zwar ein Logiernächteplus, einen höheren Umsatz als 2011 erzielten aber nur 16 Prozent; 20 Prozent setzten weniger um. Fast drei von vier Betrieben beurteilten die Geschäftslage am Jahresen-

de als schlecht; bis Mitte 2013 wird meist keine Veränderung erwartet.

Bei den Luzerner Gaststätten war die Umsatzentwicklung unterschiedlich: Bei rund einem Viertel stiegen sie über den Vorjahreswert, bei knapp einem Drittel sanken sie darunter. Von zehn Befragten schätzten rund sieben die Geschäftslage Ende Jahr als befriedigend ein, zwei als schlecht und einer als gut. Bis im Sommer wird mehrheitlich mit einer unveränderten Lage (60%) oder einer Anspannung (28%) gerechnet.

Detailhandel: Umsatzeinbussen im Dezember

Die Detailhandelsumsätze nahmen im Oktober und November zu, fielen im Weihnachtsmonat jedoch unter das Vorjahresniveau. Der Luzerner Detailhandel ist Schwerpunktthema dieser Ausgabe (S. 8–11).

Höhere Arbeitslosigkeit

Die Arbeitslosenquote im Kanton Luzern stieg mitunter saisonbedingt von 1,8 Prozent im dritten auf 2,0 Prozent im vierten Quartal 2012 (4. Q. 2011: 1,9%). Schweizweit waren im vierten Quartal durchschnittlich 3,1 Prozent der Erwerbspersonen arbeitslos gemeldet.


Die Luzerner KOF-Befragten wollen den Personalbestand im ersten Quartal 2013 zumeist beibehalten. Eine schwache Tendenz zur Beschäftigungsreduktion gibt es im Detailhandel, eine zum Ausbau im Baugewerbe. Gesamtschweizerisch erwartet die KOF 2013 eine weitere Zunahme der Beschäftigung bei leichtem Anstieg der Arbeitslosenquote. ■

KONJUNKTURBAROMETER

■ Den Konjunktur-Ausgaben von LUSTAT Aktuell liegen die Ergebnisse der KOF-Konjunkturumfrage zugrunde. Diese basiert auf den Angaben von schweizweit rund 8'000 Betrieben. Für den Kanton Luzern wurde die Stichprobe für die Bereiche Industrie, Baugewerbe, Gastgewerbe und Detailhandel auf 370 Betriebe aufgestockt; damit ist sie auswert- und interpretierbar. Die Antworten einer Firma werden mit deren Beschäftigtenzahl gewichtet. Die Antworten aller Firmen werden zu Produktgruppen und Branchen zusammengefasst.

■ Die meisten Fragen sind qualitativer Natur (Antworten: höher, gleich, tiefer). Die Vergleiche beziehen sich auf das Vorjahresquartal (VJQ) oder den Vorjahresmonat (VJM). Aus dem Saldo der Prozentanteile der positiven und negativen Antworten resultiert die überwiegende Tendenz der erfragten Grösse. Zur Abschwächung der auftretenden saisonalen Schwankungen werden in den Grafiken saisonbereinigte Daten mit regressionsanalytisch ermittelten Randwerten dargestellt.

■ Der wichtigste Indikator pro Wirtschaftszweig ist im Konjunkturbarometer auf der ersten Seite zu finden. Die gewählte Skala ist dreistufig:

-  Zunahme
-  Gleichstand (±10 Punkte)
-  Abnahme

■ Der Indikator Geschäftsgang ist ein wichtiges Mass für die Lage einer Branche. Er wird als Durchschnitt aus Bestellungseingang, Auftragsbestand und Produktion berechnet.

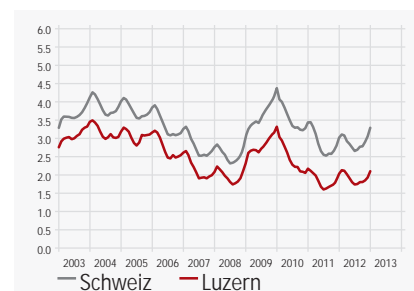
Baugewerbe:
Geschäftslage (Beurteilung)



Gastgewerbe:
Absatz (im Vgl. zum VJQ)



Arbeitslosenquote:
in Prozent



Industrie

Abwärtsbewegung gebremst

Im vierten Quartal 2012 erholten sich die Auftragsbestände der Luzerner Industrie, blieben aber oft zu niedrig. Positiv verlief die Jahresschlussaison vor allem in der Investitionsgüterindustrie.

Die Abwärtsdynamik in der Luzerner Industrie verlangsamte sich im vierten Quartal 2012. Zwar verzeichneten im November deutlich mehr Firmen Bestelleinbußen als Zuwächse, im Oktober und Dezember überwogen die Betriebe mit weniger Bestellungen als im Vorjahr aber nur leicht. Die Auftragsbestände wurden von Monat zu Monat besser beurteilt, blieben Ende Jahr jedoch häufiger zu klein (25%) als gross (11%). Parallel zur Auftragsfront verbesserte sich die Geschäftslage. Nachdem Ende September 19 Prozent der Befragten von einer schlechten und 11 Prozent von einer guten Lage berichtet hatten, verschob sich das Gewicht bis Ende Dezember hin zu 26 Prozent positiven und 14 Prozent negativen Bewertungen. Dabei äusserten sich Firmen mit hohem Exportanteil vergleichsweise kritisch.

Für das erste Quartal 2013 wird eine weitere Erholung erwartet. Mehr Firmen rechnen mit einer Bestellungszunahme (29%) als mit einer Abnahme (11%); ebenso planen die Befragten häufiger, die Produktion zu erhöhen (23%), als diese zu drosseln (9%). Ein Beschäftigungsausbau ist aber nicht vorgesehen.

Vorleistungsgüter: Verbreitete Überkapazitäten

Die Auftragslage vieler Vorleistungsgüterhersteller (Textil, Holz, Gummi, Chemie ohne Pharma) blieb ungenügend. Die Auftragsbestände wurden in allen Monaten des vierten Quartals von rund 40 Prozent der Befragten als zu tief befunden. Fast jeder Dritte hatte Überkapazitäten. Die Geschäftslage wurde Ende Jahr von 31 Prozent als schlecht und von 58 Prozent als befriedigend beurteilt; als gut bezeichneten sie 11 Prozent.

Industrie: Geschäftsgang



Vorleistungsgüter: Geschäftsgang



Investitionsgüter: Geschäftsgang



Konsumgüter: Geschäftsgang



Nach Einschätzung der Firmen bleibt die Geschäftslage bis Mitte 2013 unverändert (63%) oder wird besser (31%). Im laufenden Quartal erwartet je ein Viertel einen stärkeren Bestelleingang und eine höhere Produktion.

Investitionsgüter: Höhere Produktion

Weite Teile der Luzerner Investitionsgüterindustrie (Maschinen, Metall, Präzisionsinstrumente, Fahrzeuge) produzierten im vierten Quartal 2012 mehr als in der Vorjahresperiode. Die Auftragsbestände wurden meist als normal oder hoch eingestuft, Ende Jahr von 78 respektive 16 Prozent. Bei rund drei von vier Firmen war die Geschäftslage gut.

Das erste Quartal 2013 soll eine weitere Füllung der Auftragsbücher bringen: 73 Prozent der Befragten erwarten eine Zunahme des Bestelleingangs. Eine Produktionsausweitung ist indes nicht geplant.

Konsumgüter: Normal gefüllte Auftragsbücher

Für die Luzerner Konsumgüterindustrie (Nahrungs-/Genussmittel, Pharma, Uhren, Möbel, Haushalt, Bekleidung) war das vierte Quartal wechselhaft. Der Indikator Geschäftsgang kletterte von -58,3 Punkten im September auf +44,6 Punkte im Oktober, ehe er bis Dezember wieder auf -36,3 Punkte fiel. Der Bestelleingang war in diesem Monat bei über 80 Prozent der Befragten schwächer als im Vorjahr. Die Auftragsbücher waren Ende 2012 jedoch fast überall normal gefüllt. 66 Prozent der Betriebe bezeichneten die Geschäftslage als befriedigend, 34 Prozent als gut.

Je knapp die Hälfte erwartet eine Zunahme von Bestelleingang und Ausstoss im laufenden Quartal, je ein Drittel eine Abnahme. Im vierten Quartal hatten zwei Fünftel die Verkaufspreise erhöht, nun plant knapp ein Fünftel Preissenkungen. ■

Industrie

Branchen im Überblick

MASCHINENBAU

Produktion ausgeweitet

In allen Monaten des vierten Quartals 2012 konnten mindestens drei von vier Luzerner Maschinenbauern die Produktion im Vergleich zur Vorjahresperiode ausweiten. Gestützt wurde der Mehrausstoss von fast ausnahmslos normal oder gut gefüllten Auftragsbüchern; die Zahl der Auslandsaufträge war jedoch im ganzen Quartal für rund 60 Prozent der Firmen zu tief. Vier von fünf Befragten bezeichneten die Geschäftslage Ende Jahr als gut, die übrigen als befriedigend.

Erwartungen: Obwohl 80 Prozent der Berichterstattenden für das laufende Quartal mit mehr Bestellungen rechnen, wird ein unveränderter Ausstoss erwartet. Das Exportvolumen wird nach Einschätzung der Firmen ansteigen. Vier Fünftel erwägen Preisabschläge.

METALLINDUSTRIE

Negativtrend hält an

In der Luzerner Metallindustrie entwickelten sich die Geschäfte auch im vierten Quartal 2012 schleppend. Der Bestellungseingang fiel insgesamt erneut schwächer aus als in der Vorjahresperiode. Die Auftragsbestände erholten sich nicht und wurden Ende Dezember – wie bereits Ende September – von rund zwei Dritteln der Befragten als zu klein beurteilt. Gut jeder Zweite senkte im

vierten Quartal die Verkaufspreise, bei vier von fünf verminderte sich die Ertragslage. 46 Prozent beurteilten die Geschäftslage Ende 2012 als schlecht; 22 Prozent berichteten jedoch von einer guten Lage.

Erwartungen: 36 Prozent der Befragten kalkulieren mit weniger Bestellungen im laufenden Quartal und 22 Prozent mit einer geringeren Produktion; mit Zunahmen rechnet niemand. Ein Drittel sieht eine Erhöhung der Verkaufspreise vor. Bis im Sommer erwarten drei von zehn Firmen eine Eintrübung der Geschäftslage, zwei von zehn eine Aufhellung.

ELEKTRISCHE UND ELEKTRONISCHE GERÄTE, FEINMECHANIK

Optimistische Aussichten

Im November waren rund zwei Drittel der Branchenvertreter mit Bestellungseinbussen konfrontiert. In der Folge stieg der Anteil der Betriebe mit zu tiefen Auftragsbeständen von 25 Prozent Ende Oktober auf 63 Prozent Ende November; die kritische Beurteilung wurde Ende Dezember bestätigt. Bei 55 Prozent verschlechterte sich die Ertragslage im Lauf des Quartals. Die Geschäftslage wurde Ende Jahr von rund einem Fünftel als schlecht und von vier Fünfteln als befriedigend eingestuft.

Erwartungen: Je über 40 Prozent der Befragten erwarten für das laufende Quartal mehr Bestellungen respektive eine höhere Produktion. Es sollen vermehrt Vorprodukte eingekauft werden. Bereits zum Jahresende beurteilte jeder Vierte die technischen Kapazitäten als zu niedrig.

BE- UND VERARBEITUNG VON HOLZ Recht stabile Verhältnisse

Im Oktober 2012 gingen bei 82 Prozent, im November und Dezember bei über 90 Prozent der Luzerner Holzbe- und -verarbeiter ebenso

viele Bestellungen ein wie in der Vorjahresperiode. Das Produktionsvolumen blieb im Vorjahresvergleich in allen drei Monaten bei 80 Prozent und mehr Betrieben konstant, weitere rund 15 Prozent mussten jeweils den Ausstoss reduzieren. Die Auftragsbestände wurden Ende 2012 von 11 Prozent als gross, von 83 Prozent als normal und von 6 Prozent als zu tief beurteilt. Vier von fünf Befragten wiesen zu hohe technische Kapazitäten auf. Die Geschäftslage war meist befriedigend (89%) oder gut (9%).

Erwartungen: Die Firmen erwarten bis Mitte 2013 eine unveränderte Geschäftslage. Für das erste Quartal zeigt sich eine schwache Tendenz zu Produktionserhöhungen.

CHEMIE, GUMMI, KUNSTSTOFFE, MINERALÖLVERARBEITUNG

Mehr Bestellungen erwartet

Nach Bestellungseinbussen zu Beginn des vierten Quartals 2012 kam es in der Chemie-, Gummi- und Kunststoffbranche zu einer leichten Verbesserung. Ende Quartal sahen sich fast gleich viele Befragte einem höheren wie einem tieferen Bestellungseingang als im Vorjahr gegenüber. 34 Prozent beurteilten die Auftragsbestände als zu klein und 66 Prozent als normal. Drei Viertel bewerteten die Geschäftslage als befriedigend, die Restlichen je rund zur Hälfte als gut oder schlecht. Fast zwei Drittel senkten im Dezember die Fertigproduktelager; diese blieben tendenziell aber zu hoch.

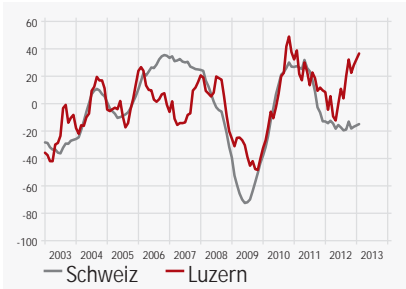
Erwartungen: Kurzfristig rechnet die Branche mit einem Anstieg der Bestellungen und der Produktion. Mittelfristig erwartet gut jeder zweite Befragte eine unveränderte Geschäftslage, jeder vierte eine Aufhellung und jeder fünfte eine Anspannung der Lage.

Kapazitätsauslastung in Prozent (geglättet), Kanton Luzern

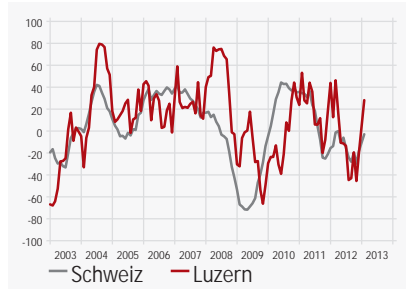
	2011		2012			
	IV	I	II	III	IV	
Gesamtindustrie	83,2	82,1	83,4	82,4	80,2	
Metallindustrie	85,8	85,0	85,1	84,8	84,4	
Maschinenindustrie	87,6	85,8	80,0	80,4	79,2	
Nahrungs-/Genussm.	72,7	72,5	75,6	77,6	78,4	
Papier/Druck/Verlag	75,9	78,6	78,5	79,7	78,2	
Holzgewerbe	81,6	83,3	83,4	83,0	83,0	
Bekleid./Textil/Leder	98,6	99,3	94,4	88,8	80,3	
Chemie/Kunststoffe	86,1	87,1	87,1	85,1	82,0	
Elektr./Feinmechanik	87,4	84,3	83,1	79,7	78,1	

MASCHINENBAU

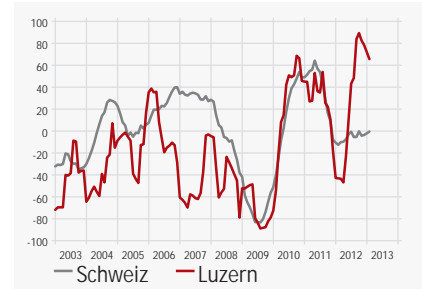
Geschäftsgang



Bestellungseingang (im Vgl. VJM)

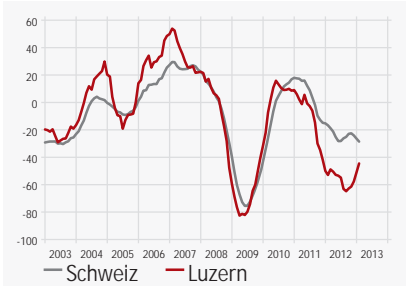


Produktion (im Vgl. VJM)

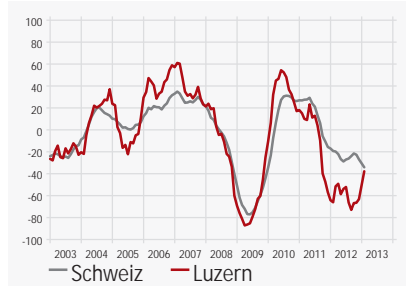


METALLINDUSTRIE

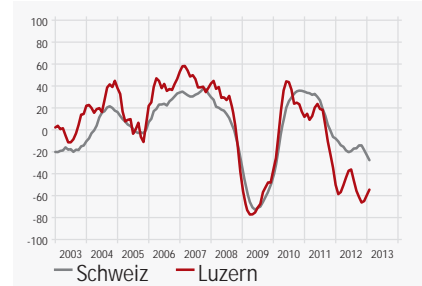
Geschäftsgang



Bestellungseingang (im Vgl. VJM)



Produktion (im Vgl. VJM)

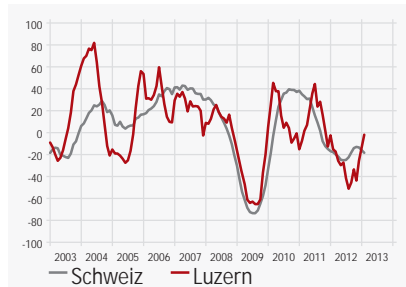


ELEKTRISCHE UND ELEKTRONISCHE GERÄTE, FEINMECHANIK

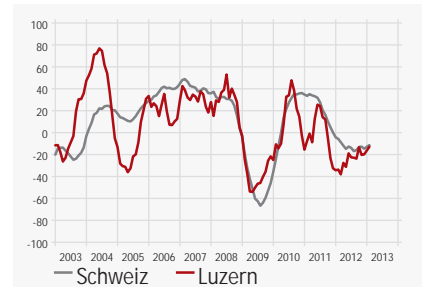
Geschäftsgang



Bestellungseingang (im Vgl. VJM)

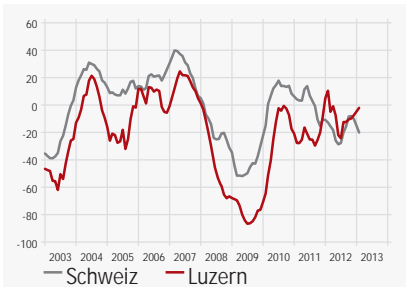


Produktion (im Vgl. VJM)

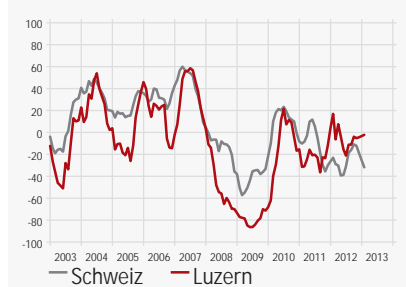


BE- UND VERARBEITUNG VON HOLZ

Geschäftsgang



Bestellungseingang (im Vgl. VJM)

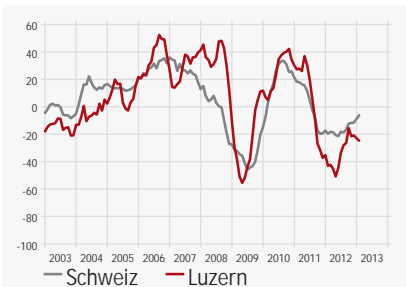


Produktion (im Vgl. VJM)

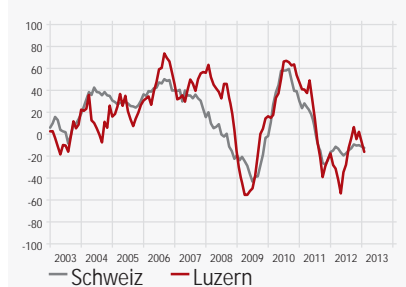


CHEMIE, GUMMI, KUNSTSTOFFE, MINERALÖLVERARBEITUNG

Geschäftsgang



Bestellungseingang (im Vgl. VJM)



Produktion (im Vgl. VJM)



Baugewerbe

Baumotor läuft weiter hochtourig

Die Bauwirtschaft präsentierte sich im vierten Quartal 2012 in gutem Zustand. Eine Abschwächung auf hohem Niveau erlitt das Ausbaugewerbe; dort sind auch die Aussichten am unsichersten.

Auch im vierten Quartal 2012 war im Baugewerbe nur von wenigen Stimmen zu hören, die Geschäftslage sei schlecht. Ende Jahr gaben 3 Prozent der Umfrageteilnehmenden ein solches Urteil ab. 53 Prozent berichteten indes von einer guten und 44 Prozent von einer befriedigenden Lage. Diese Einschätzungen entsprechen weitgehend jenen von Ende September. Die Auftragsbücher leerten sich im Verlauf des Quartals mitunter saisonbedingt; Ende 2012 hielten sich hohe und zu niedrige Auftragsbestände beinahe die Waage (23% bzw. 22% der Antworten).

Hochbau: Stabile Geschäftslage

Die Geschäfte der Hochbauunternehmen liefen im vierten Quartal 2012 weiter rund. Die Personalbestände wurden tendenziell ausgebaut und Ende Jahr von über 90 Prozent der Betriebe als ausreichend

beurteilt. Das Auftragsvolumen reicht im Durchschnitt bis in den Juli 2013 hinein. Zwei Drittel der Befragten meldeten eine gute Geschäftslage, die übrigen eine befriedigende. Die günstigen Verhältnisse werden nach Einschätzung der Hochbauer bis in den Sommer anhalten.

Tiefbau: Konstante Nachfrage erwartet

Noch besser als im Hochbau wurde die Geschäftslage Ende 2012 im Tiefbau beurteilt. Von vier an der KOF-Umfrage Teilnehmenden stufen sie drei als gut und einer als befriedigend ein. Nachfrage und Bautätigkeit nahmen (unter Ausschluss saisonal bedingter Schwankungen) im Lauf des vierten Quartals zu.

Fast alle befragten Tiefbauunternehmen gehen von einer gleichbleibenden Nachfrage im laufenden Quartal aus. Trotz steigendem Preisdruck erwarten 46 Prozent eine verbesserte Ertragslage. 9 von 10 rech-



Die Auftragsbücher der Luzerner Hochbauer sind gut gefüllt.

nen mit einer stabilen Geschäftslage im ersten Halbjahr; die restlichen erwarten hingegen eine Abkühlung.

Ausbaugewerbe: Schwächere Nachfrage

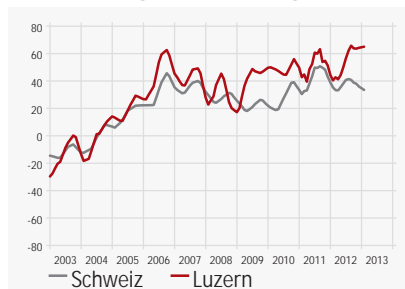
Die Nachfrage nach Leistungen des Luzerner Ausbaugewerbes liess im vierten Quartal 2012 tendenziell nach: 34 Prozent der befragten Firmen sahen sich mit einer gesunkenen, 16 Prozent mit einer gestiegenen Nachfrage konfrontiert. Trotzdem bezeichneten viele Betriebe die Geschäftslage Ende Dezember als gut (45%), wenn auch nicht mehr so viele wie Ende September (57%). Schlecht wurde die Geschäftslage weiterhin kaum bewertet. Besonders positiv wurde die Geschäftslage von Dachdeckereien und Zimmereien eingeschätzt, vergleichsweise verhalten äusserten sich etwa Malereien und Glasereien.

27 Prozent der Ausbauer gehen davon aus, dass sich die Nachfrage im ersten Quartal 2013 abschwächt, 16 Prozent, dass sie anzieht. Auch die Erwartungen zu Bautätigkeit und Ertragslage zeigen schwache Abwärtstendenzen. Bis zur Jahresmitte wird aber insgesamt mit einer stabilen Geschäftslage gerechnet.

Baugewerbe:
Auftragsbestand (in Monaten)



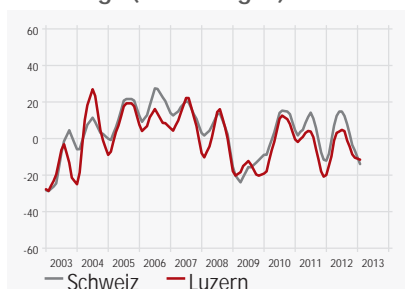
Bauhauptgewerbe:
Geschäftslage (Beurteilung)



Ausbaugewerbe:
Geschäftslage (Beurteilung)



Ausbaugewerbe:
Nachfrage (Erwartungen)



Gastgewerbe

Geschäftslage wird kritischer beurteilt

In der Luzerner Hotellerie wie auch in der Gastronomie zeigten sich im vierten Quartal ungleiche Entwicklungen. Vor allem die Hotels äusserten sich zurückhaltend über die Geschäftslage.

Die Geschäfte im Luzerner Gastgewerbe verliefen im vierten Quartal 2012 nicht einheitlich. Je gut ein Drittel der KOF-Berichterstattenden meldete einen höheren respektive tieferen Absatz als im Vorjahresquartal. Bezüglich Umsatz standen sich ein Fünftel mit einem Zuwachs und rund ein Viertel mit einem Rückgang gegenüber. Obwohl im Vorquartal mehr Betriebe mit Ab- und Umsatzeinbussen konfrontiert gewesen waren, wurde die Geschäftslage Ende 2012 vergleichsweise kritisch beurteilt: 45 Prozent gaben an, dass die Geschäftslage schlecht sei; von einer guten Lage sprachen nur 10 Prozent. Drei Monate zuvor hatten diese Anteile noch 6 respektive 26 Prozent betragen.

14 Prozent der Umfrageteilnehmenden erwarten eine Verbesserung der Geschäftslage bis zur Jahresmitte, 23 Prozent eine Verschlechterung; die übrigen 64 Prozent gehen von gleichbleibenden Verhältnissen aus.

Angespannte Lage in der Luzerner Hotellerie

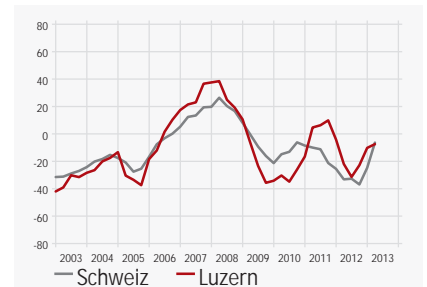
Gemäss der Beherbergungsstatistik des Bundesamts für Statistik stieg die Zahl der Logiernächte im Kanton Luzern im vierten Quartal 2012 um 21'700 Nächte oder 6,3 Prozent gegenüber dem Vorjahr; die Luzerner Hotels nahmen in allen drei Monaten des Quartals mehr Gäste auf. Aus allen Kontinenten gab es mehr Reisende, die im Kanton übernachteten. Jene aus amerikanischen (+6'600, +21,5%) und asiatischen Ländern (+5'500, +7,5%) trugen am stärksten zum Wachstum bei.

Von den an der KOF-Umfrage teilnehmenden Hotelbetrieben verzeichnete die Hälfte mehr Logier-

Beherbergung:
Logiernächte (im Vgl. zum VJQ)



Gaststätten:
Absatz (im Vgl. zum VJQ)



nächte als in der Vorjahresperiode; bei rund einem Drittel fiel die Zahl der Übernachtungen geringer aus. Weniger uneinheitlich waren die Umsatzentwicklungen (16% verzeichneten mehr, 20% weniger Umsatz als im Vorjahr). Zu schaffen machte den befragten Hotels die Ertragslage, die sich bei gut drei Vierteln von ihnen im vierten Quartal abschwächte. Die Geschäftslage wurde Ende Jahr von 73 Prozent als schlecht eingestuft.

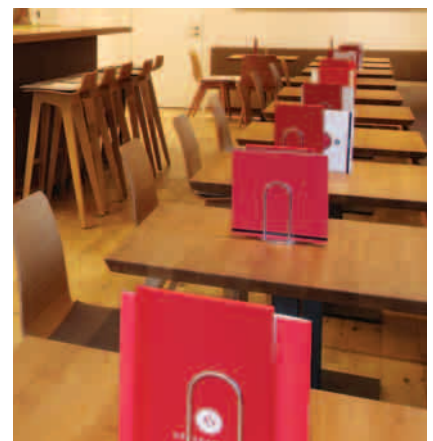
Die Erwartungen der Betriebe für das erste Quartal 2013 weisen auf eher sinkende Verkaufspreise und eine insgesamt unveränderte Anzahl Logiernächte hin. 69 Prozent der Befragten gehen von einer gleichbleibenden Geschäftslage im laufenden Halbjahr aus, die übrigen zu gleichen Teilen von einer Erholung oder Abkühlung.

Gaststätten mit ungleichem Geschäftsverlauf

Die Ergebnisse der KOF-Umfrage zeichnen für das vierte Quartal 2012 auch für die Luzerner Restaurants und Cafés kein homogenes Bild der Geschäftsentwicklung. 22 Prozent der befragten Betriebe erzielten einen höheren Absatz und 24 Prozent mehr Umsatz als im Vorjahresquartal, gleichzeitig waren 36 re-

spektive 32 Prozent von Ab- und Umsatzrückgängen betroffen. Die Geschäftslage wurde Ende Jahr häufiger als schlecht (21%) denn als gut (12%), mehrheitlich jedoch als befriedigend (68%) beurteilt.

Je rund ein Drittel der befragten Betriebe erwartet eine Abnahme des Absatzes respektive der Nachfrage im laufenden Quartal; mit Zunahmen wird kaum gerechnet. Nachdem im vierten Quartal 2012 drei Viertel der Betriebe die Beschäftigung reduziert hatten, sind keine Anpassungen der Personalbestände mehr vorgesehen. Bis im Sommer 2013 rechnen 28 Prozent der Gaststätten mit einer Eintrübung der Geschäftslage und 12 Prozent mit einer Aufhellung.



Bei Luzerner Gaststätten zeigte sich der Geschäftsverlauf uneinheitlich.

Detailhandel

Befriedigende Lage, stabile Aussichten

Die Umsatzentwicklung im Schweizer Detailhandel war in den letzten Jahren wechselhaft. Im vierten Quartal 2012 generierten die Luzerner Detaillisten im Oktober und November höhere, im Dezember jedoch tiefere Umsätze als im Jahr zuvor. Die Branche erwartet eine stabile Lage bis Mitte 2013.

Die Umsätze des schweizerischen Detailhandels nahmen in den letzten fünf Jahren eine ähnliche Entwicklung wie die Wirtschaftsleistung. 2008 verzeichneten die Schweizer Detaillisten gemäss Detailhandelsstatistik des Bundesamts für Statistik ein starkes Umsatzwachstum von 4,6 Prozent. Im Sog des Konjunktur-

einbruchs 2009 stagnierten die Erlöse nahezu (-0,2%). Das Jahr 2010 brachte jedoch wieder ein Plus von 1,9 Prozent mit sich. 2011 war von erneuten Schwierigkeiten geprägt, mit denen ein Umsatzrückgang um 1,2 Prozent einherging.

Kleine Detaillisten unter Druck

Die Umsatzentwicklung der Schweizer Detaillisten variierte in den letzten Jahren je nach Unternehmensgrösse. Vor allem kleine Firmen mit weniger als 15 Angestellten waren mit einer schwachen Dynamik konfrontiert. Zwischen 2001 und 2011 entwickelten sich ihre Umsätze nur 2003 und 2011 überdurchschnittlich. Besonders deutlich war der Rückstand auf das Branchenmittel in den Jahren 2008 und 2009, als das Wachstum der Kleindetaillisten um über 3 Prozentpunkte tiefer ausfiel.

Verbesserte Konsumentenstimmung

Im Jahr 2012 setzten die Schweizer Detaillisten im ersten und dritten Quartal mehr (+2,2% bzw. +1,5%) und im zweiten Quartal gleich viel um wie in der Vorjahresperiode. Auch im Oktober, November und Dezember 2012 wurden die Werte von 2011 übertroffen (verkaufs- und feiertagsbereinigt um +1,4%, +1,5% sowie +3,4%).

Beeinflusst werden die Detailhandelsumsätze wesentlich von der Konsumentennachfrage. Deren Verlauf wird nebst dem Bevölkerungswachstum von Faktoren wie der wirtschaftlichen Lage der Haushalte oder der Konsumneigung der Endverbraucher geprägt. Die Einschätzungen der Schweizer Konsumenten

zu solchen Themen werden vom Staatssekretariat für Wirtschaft SECO regelmässig in einer Umfrage ermittelt und zu einem Index zusammengefasst. Im Januar 2013 wies dieser auf eine Aufhellung der Konsumentenstimmung hin und damit auch auf eine verbesserte Nachfragesituation der Detaillisten. Der Index der Konsumentenstimmung befand sich neu wieder leicht über dem langjährigen Durchschnitt (vgl. Box Konsumentenstimmung).

Preisdruck gestiegen

Nicht nur die Nachfrage, sondern auch die Verkaufspreise bestimmen die Umsatzergebnisse. In jüngerer Zeit sank das Preisniveau in vielen Gütersegmenten; als Folge davon entwickelten sich die Umsätze im Detailhandel seit Anfang 2009 zu konstanten Preisen durchwegs besser als zu laufenden Preisen. 2009 und 2011 resultierte preisbereinigt jeweils sogar ein Umsatzzuwachs; der Umsatzrückgang in diesen Jahren gründet also nicht auf niedrigeren Verkaufsmengen, sondern auf gesunkenen Preisen.

Fallende Umsätze im Dezember

Die Umsatzentwicklung des Detailhandels im Kanton Luzern war in den letzten Jahren weitgehend vergleichbar mit jener in der Schweiz. Im vierten Quartal 2012 lagen die Erlöse der Luzerner Detaillisten gemäss KOF-Konjunkturumfrage im Oktober um 0,8 Prozent und im November um 2,6 Prozent höher als im Vorjahr. Die im Dezember generierten Umsätze blieben aber hinter den Vorjahreswerten zurück (-2,6%). Der Rückgang relativiert sich teilweise

KONSUMENTENSTIMMUNG

Der Index der Konsumentenstimmung verbesserte sich laut SECO zwischen Oktober 2012 und Januar 2013 von -17 auf -6 Punkte. Er befand sich damit auf ähnlicher Höhe wie im April der Jahre 2011 und 2012; in den weiteren Umfragen seit Frühjahr 2011 urteilten die Teilnehmenden pessimistischer.

Die zuletzt verbesserte Konsumentenstimmung steht im Zusammenhang mit optimistischeren Erwartungen zu Wirtschaftsentwicklung und individuellen Sparmöglichkeiten. Keine Aufhellung zeigten die Einschätzungen zur künftigen Arbeitsmarktentwicklung an.

BEDEUTUNG DES LUZERNER DETAILHANDELS

Der Detailhandel ist – gemessen an der Beschäftigung – einer der grössten Wirtschaftsbereiche im Kanton Luzern. Laut Eidgenössischer Betriebszählung des Bundesamts für Statistik vereinigte er im Jahr 2008 gut 16'900 Stellen auf sich, was 8,6 Prozent der Gesamtbeschäftigung entsprach (CH: 7,9 Prozent). Die Beschäftigten verteilten sich auf rund 2'200 Betriebe.

Die Bedeutung des Detailhandels für den Luzerner Arbeitsmarkt war in der Vergangenheit noch ausgeprägter: 2001 betrug sein Beschäftigungsanteil 9,9 Prozent. Während die Stellenzahl von 2001 bis 2008 insgesamt um 8,1 Prozent zulegte, ging sie im Detailhandel jedoch um 6,3 Prozent zurück.



Internet- und Versandhandel waren am Jahresende mit der Geschäftslage zufrieden.

dadurch, dass der Dezember 2012 zwei Verkaufstage weniger aufwies als 2011; auch gesamtschweizerisch schrumpften die Erlöse ohne Bereinigung um Verkaufs- und Feiertageeffekte (-2,1%).

Geschäftslage meist befriedigend

Die Umsatzeinbussen im Weihnachtsmonat waren bei den Luzerner Detaillisten begleitet von einer nachlassenden Kundenfrequenz. Fast jedes zweite Geschäft wurde weniger stark frequentiert als im Jahr zuvor;

einen Anstieg meldete jedes fünfte. Trotzdem spannte sich die Geschäftslage im Vergleich zum Vorquartal kaum an. Ähnlich wie Ende September war die Lage Ende Dezember 2012 für zwei Drittel der Befragten befriedigend und für je rund einen Sechstel gut respektive schlecht. Die Lagerbestände waren Ende Jahr meistens ausreichend (87%), teilweise aber zu hoch (12%).

Lage im Internet- und Versandhandel relativ gut

Obwohl auch ihre Umsätze im De-

zember rückläufig waren, stuften Grossdetaillisten mit 45 und mehr Angestellten im Vergleich zu mittelgrossen und kleinen die Geschäftslage Ende Jahr häufiger als gut und seltener als schlecht ein.

Vergleichsweise kritisch wurde die Geschäftslage vom Einzelhandel mit Geräten der Informations- und Kommunikationstechnik sowie vom Handel mit sonstigen Gütern (u.a. Bekleidung, Uhren, medizinische Artikel) beurteilt. Tankstellen sowie nicht in Verkaufsräumen und an Ständen operierende Detaillisten (u.a. Versand- und Internethandel) berichteten hingegen ausschliesslich von einer befriedigenden oder guten Lage.

Steigende Umsätze mit Food-Artikeln

Bezogen auf die Warengruppen zeigte sich bei Food-Artikeln im vierten Quartal 2012 eine bessere Erlösentwicklung als bei Non-Food-Artikeln. Während die Umsätze der Luzerner Detaillisten mit Lebensmitteln und Getränken in allen Quartalsmonaten höher lagen als in der Vorjahresperiode, waren sie im Non-Food-Bereich im Oktober und Dezember 2012 rückläufig. Weniger Umsatz als im Weihnachtsmonat ein Jahr zuvor wurde insbesondere mit den Warengruppen Kultur (-11,0%) und Wohnungseinrichtung (-6,4%) erzielt.

Stabile Verhältnisse bis im Sommer erwartet

Für das laufende Halbjahr rechnen die meisten befragten Luzerner Detaillisten (71%) mit einer stabilen Geschäftslage; 13 Prozent gehen von einer Aufhellung, 16 Prozent von einer Eintrübung aus. Grosse Betriebe sind etwas zuversichtlicher als mittelgrosse; diese erwarten ihrerseits eine bessere Geschäftsentwicklung als die kleinen.

Für das erste Quartal 2013 ist die Branche eher pessimistisch: In der Tendenz wird mit rückläufigen Umsätzen, Verkaufspreisen und Personalbeständen gerechnet.

Detailhandel:
Umsatz in Prozent (im Vgl. zum VJM)



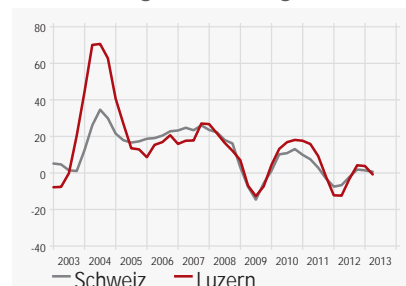
Detailhandel:
Kundenfrequenz (im Vgl. zum VJM)



Detailhandel:
Geschäftslage (Beurteilung)



Detailhandel:
Geschäftslage (Erwartungen)



Interview mit Mark Ineichen, CEO von Otto's, Sursee

„Unser vielfältiges Sortiment macht uns unvergleichbar“

Was macht Ihr Unternehmen aus? Mit welchen Produkten macht Otto's den grössten Umsatz?

Die Vielfalt macht uns aus! Otto's bietet über 50'000 Artikel an. Der Kunde findet von Socken, Getränken, Lebensmitteln, Sportschuhen, Parfümen bis hin zur Wohnungseinrichtung und dem Auto einfach alles, und das zu unschlagbaren Preisen. Einzelne umsatzstärkste Produkte auszumachen, ist schwierig. Sicherlich gehören Parfüme dazu.

Wie schätzen Sie – auf die letzten Monate zurückblickend – die Situation im Schweizer Detailhandel ein?

Vergleicht man die Schweiz mit einem Kuchen, so ist dieser unter anderem durch den starken Euro geschrumpft. Mit neuen Ideen wie dem Parallelimport von aktuellen Schuh-

marken versuchen wir, das wettzumachen. Die Sortimentserweiterung hat uns ein erfreuliches Kundenplus beschert.

Wie wirkt sich der Einzug ausländischer Grossdetaillisten am Schweizer Markt auf Otto's aus?

Der Kuchen ist durch den starken Euro, die Kuchenstücke aber auch durch die Expansion unserer deutschen Mitbewerber kleiner geworden. Jeder, so auch Otto's, hat zu spüren bekommen, dass mehr Marktteilnehmer im gleichen Markt tätig sind. Gerade wegen unserer Sortimentsvielfalt ist aber Otto's absolut nicht mit Aldi und Lidl vergleichbar.

Wie schätzen Sie die Rolle des Online-Geschäfts für Otto's und den Detailhandel allgemein ein?

Das Online-Geschäft wird jeden Tag wichtiger. Für viele Kunden ist es mittlerweile normal geworden, im Internet einzukaufen. Unser Webshop gehört inzwischen umsatzmässig zu unseren Top-Ten-Filialen.

Was bedeutet für Otto's der luzernische Standort Sursee?

Mein Vater Otto Ineichen hat die Firma hier in Sursee gegründet – Sursee ist unsere Heimat. Wir sind stolz, einer der grössten Arbeitgeber der Zentralschweiz zu sein. Der Standort ist für ein Detailhandelsunternehmen logistisch sehr zentral. Sursee verfügt über gute Verkehrsanbindungen, sei es auf der Schiene oder mit Strassen. Dazu kommt, dass unser Firmensitz Gottseidank ohne täglichen Stau zu erreichen ist.



Mark Ineichen

Mark Ineichen ist CEO und VR-Präsident der Otto's AG. Er leitet das Unternehmen in der zweiten Generation. Neben seinem Bruder Rolf Ineichen wird er von über 1'700 Mitarbeitenden unterstützt.

Interview mit Beni Stöckli, CEO Stöckli Swiss Sports, Wolhusen

„Unser Kunde erhält seine Beratung direkt vom Produzenten“

Worin besteht die händlerische Tätigkeit von Stöckli Swiss Sports?

Stöckli Swiss Sports vertreibt als Schweizer Sportfachkette die eigenen Produkte und solche von über 100 Fremd-Labels. Das Sortiment umfasst die Sommersportarten (Elektro-)Velo und Bike, Trekking und Laufsport sowie die Wintersportarten Ski, Snowboard und Langlauf. Ski sowie (Elektro-)Velos und Bikes stammen aus eigener Entwicklung und Produktion.

Der Hauptvertriebskanal von Stöckli Swiss Sports sind die 15 eigenen Verkaufspunkte in der Schweiz. Dank ihnen erhält der Kunde erstklassige Schweizer Produkte zu konkurrenzfähigen Preisen und wird direkt vom Produzenten beraten. Zur

selektiven Vertriebsstrategie gehören zusätzlich rund 40 Sportfachhändler, die in ausgewählten Tourismusgebieten Stöckli-Ski und -Bikes exklusiv führen.

Gemäss SECO war die Konsumentenstimmung in den letzten Monaten verhalten. Im Ausland kommt die wirtschaftliche Erholung nur zögerlich voran. Nehmen Sie dieses Klima wahr?

Unter anderem dank der erfolgreichen Einführung unseres prämierten Elektrobikes spüren wir die Trübung nicht sehr stark. Innovation hilft in solchen Situationen.

Im Ausland verkaufen wir vorwiegend unsere Kernprodukte. Von

den 50'000 Paar pro Jahr hergestellten Stöckli-Ski werden 40 Prozent in über 30 Länder exportiert. Im inländischen Verkauf ergänzen wir die eigene Marke mit anderen Outdoor-Labels. In der Schweiz ist dadurch der Umsatz, im Ausland aber das Markenpotenzial von Stöckli grösser. Wachsen wollen wir in beiden Bereichen erheblich.

Wie lief Ihr diesjähriges Weihnachtsgeschäft? Wie wichtig ist es überhaupt für Stöckli?

Der Monat Dezember und insbesondere die Tage um Weihnachten herum sind für uns die wichtigsten



Beni Stöckli

Verkaufszeit des Jahres. Unsere Dezemberumsätze variieren aber stark je nach Wetter und Schnee. 2012 verlief das Weihnachtsgeschäft erfreulich.

Sie engagieren sich im Spitzensport. Beeinflussen Sportresultate Ihren Absatz?

Stöckli engagiert sich seit den 1990er-Jahren im Ski-Weltcup und seit gut zehn Jahren im Mountainbike-Spitzensport. Das verleiht uns Glaubwürdigkeit und Präsenz. Aber unsere Sportlerinnen und Sportler erreichen nur mit erstklassigem Material Erstplatzierungen. Als kleine Firma ist es gleichzeitig eine grosse Herausforderung und eine besondere Motivation, mit dem eigenen

Material im Orchester der Weltkonzerne bestehen zu können.

Welche Vorteile bieten Ihnen die Standorte Wolhusen und Malters?

Stöckli entwickelt und produziert seine Ski in Malters und entwickelt und montiert seine Bikes und Elektrovelos in Wolhusen. Dank der zentralen Lage innerhalb der Schweiz und innerhalb Europas ist das Unternehmen an seinem historischen Standort, in Wolhusen, sehr günstig gelegen. Die Schweizer Herkunft unserer Produkte ist eines unserer Hauptverkaufsargumente. Diesem tragen wir Sorge und sind stolz darauf. Die geringe Personalfuktuation zeigt zudem, dass die Zentralschweizer treue Arbeitskräfte sind und Stöckli

als beliebter Arbeitgeber gilt. Stöckli beschäftigt in der Schweiz rund 250 Personen.

Welche Herausforderungen sehen Sie im Jahr 2013 auf Ihre Firma zukommen?

Wir sind gefordert mit dem Ziel, den Sommersport weiter auszubauen. Wir streben an, das Sommersport-Sortiment so zu stärken, dass Stöckli mit Sommer- und Wintersport auf zwei gleich starke Säulen abstellen kann. So reduzieren wir auf der einen Seite die Abhängigkeit von Klima und Schnee und können auf der anderen Seite das grosse Potenzial im Bike- und eBike-Bereich weiter abschöpfen.

Beni Stöckli jun. führt das Unternehmen Stöckli Swiss Sports seit 2008 in dritter Generation als CEO. Er ist verheiratet und Vater von zwei Töchtern.

Interview mit Heinz Bossert, Präsident Detaillistenverband Kanton Luzern (DVL)

„Gemeinschaftsaktionen sind gefragt, nicht Gärtlidenken“

Wer gehört dem Detaillistenverband des Kantons Luzern (DVL) an und was leistet dieser?

Unserer Institution sind rund 600 Mitglieder aus 50 Branchen mit zirka 5'500 Arbeitnehmenden sowie rund 1'000 Lernenden angeschlossen. Allein im Jahr 2011 kamen 80 Neumitglieder dazu – ein starkes Vertrauenszeichen. Der DVL wahrt und fördert die Interessen der Mitglieder mit Öffentlichkeitsarbeit, Standespolitik, Kooperationen, Unterstützung in Aus- und Weiterbildung oder Beratungen im Bereich Marketing und Management.

Wie bringt der DVL die verschiedensten Interessen seiner Mitglieder unter einen Hut?

Es ist oft schwierig, einen gemeinsamen Nenner zu finden. Aber interne Zerwürfnisse spielen bloss den Grossen in die Hand. Um das zu verhindern, gilt es, vermehrt in branchenübergreifende Gemeinschaftsaktionen zu investieren. Feindbilder pflegen bringt nichts. Ich wünschte

mir ab und zu mehr Solidarität anstelle von Gärtlidenken. Hier besteht Handlungsbedarf.

Grossverteiler und Online-Händler erzeugen Druck. Was bedeutet das für den KMU-Detaillisten?

Nur wenige Branchen eignen sich für den Online-Handel. Er ist überdies durch die grossen Player belegt. Dem klassischen Handel bleiben aber genügend Trumpfkarten. Er

muss seine Stärken angriffiger positionieren und sich mit Gleichgesinnten im Dorf oder Quartier verbünden. Die Stärken des KMU-Detaillisten bestehen in Ausstrahlung und Charisma. Gerade jetzt erleben zum Beispiel in Zürich die Quartierlä-

den ihre Wiedergeburt. Sie besetzen selbstbewusst eine von den Grossen vernachlässigte Lücke und richten ihr Augenmerk auf fairen Handel, Nachhaltigkeit sowie jenen Touch von Exklusivität, den die Kundschaft schätzt.

Vor welche Herausforderungen sieht sich der DVL konkret gestellt?

Der DVL war 2012 einmal mehr bezüglich der Ladenöffnungszeiten gefordert. Wir sind gegen ihre masslose Ausweitung. Auch der Einkaufstourismus in grenznahe Orte betraf den DVL, allerdings weniger als zum Beispiel unsere Thurgauer Kollegen. Auch im 2013 steht der DVL wieder vor grossen Herausforderungen. Wir arbeiten an einem Marketing-Projekt zusammen mit der Hochschule Luzern. Auch lancieren wir im September eine nationale Aktion zusammen mit sechs Unternehmen aus den Branchen Bergbahnen, Schifffahrt, Erlebnispark und -bad sowie Kultur und Museum. Last but not least bauen wir in diesem Jahr den DVL-Hauptsitz in Luzern aus. Neben diesen konkreten Projekten bleibt es aber das Wichtigste für die allgemeine Zukunft des DVL, dass wir geeignete Personen rekrutieren, die bereit sind, mitzuarbeiten und strategische Entscheidungen mitzutragen.

Heinz Bossert ist seit 1982 für den DVL tätig, seit 2003 als geschäftsführender Präsident. Er ist verheiratet und hat zwei erwachsene Söhne.



Heinz Bossert

WEITERE KONJUNKTURINDIKATOREN

Indikator

Schweiz		1/11	2/11	3/11	4/11	1/12	2/12	3/12	4/12
Bruttoinlandprodukt (BIP), nominal	in Mrd. Fr.	146,1	147,7	146,6	146,4	147,4	148,0	149,0	...
BIP: nominale Veränd. zum VJ	in %	3,6	2,8	1,7	0,6	0,9	0,3	1,7	...
BIP: reale Veränd. zum VQ (saisonbereinigt) in %		0,3	0,5	-0,2	0,3	0,5	-0,1	0,6	...
Beschäftigungsindex Total	3. Q. 1991 = 100	102,6	103,4	104,1	104,1	104,2	104,8	105,9	...
Beschäftigungsindex 2. Sektor	3. Q. 1991 = 100	80,8	81,7	82,7	81,8	82,0	82,8	83,6	...
Beschäftigungsindex 3. Sektor	3. Q. 1991 = 100	114,9	115,7	116,2	116,7	116,7	117,3	118,5	...
Arbeitslose (Quartalsmittel)	Anzahl in 1'000	142,3	116,2	110,7	122,3	131,3	119,0	118,8	133,3
Arbeitslosenquote (Quartalsmittel)	in %	3,3	2,7	2,6	2,8	3,0	2,8	2,7	3,1
Baubewilligte Wohnungen	Anzahl in 1'000	13,8	16,7	12,7	13,1	12,5	15,5	15,7	...
Fertig erstellte Wohnungen	Anzahl in 1'000	9,2	11,6	11,6	13,7	8,8	10,7	12,0	...
Bauinvestitionen: Veränd. zum VJ (real)	in %	5,7	1,4	1,2	2,1	-11,5	-0,6	-0,3	...
Zementlieferungen: Veränd. zum VJ	in %	21,2	-1,4	-2,3	0,3	-21,8	-3,2	-1,2	-1,2
Einfuhr (Total 1): Veränd. zum VJ (real)	in %	7,5	2,1	1,4	-1,8	1,6	0,1	-0,6	1,2
Ausfuhr (Total 1): Veränd. zum VJ (real)	in %	13,4	10,4	5,8	4,6	0,5	-1,1	0,1	-1,4
Konsumentenpreisindex	Mai 1993 = 100	116,4	117,1	115,9	115,7	115,4	115,9	115,2	115,3
Konsumentenpreise: Veränd. zum VJ	in %	0,6	0,4	0,4	-0,5	-0,9	-1,0	-0,5	-0,3
Produzenten-, Importpreise: Veränd. zum VJ	in %	0,3	-0,2	-1,5	-2,2	-2,1	-2,3	-0,5	0,9
Produzentenpreise: Veränd. zum VJ	in %	0,0	-0,8	-1,5	-2,1	-1,8	-1,4	-0,1	1,1
Importpreise: Veränd. zum VJ	in %	1,1	1,0	-1,5	-2,4	-2,7	-4,0	-1,6	0,4

Kanton Luzern

Arbeitslose (Quartalsmittel)	Anzahl	4 369	3 639	3 561	4 019	4 450	3 875	3 810	4 178
Arbeitslosenquote (Quartalsmittel)	in %	2,0	1,7	1,7	1,9	2,1	1,8	1,8	2,0
Baubewilligte Wohnungen	Anzahl	487	696	743	741	1 019	1 148	924	780
Im Bau befindliche Wohnungen	Anzahl	3 975	3 928	3 770	3 491	3 945	4 141	4 109	3 907
Fertig erstellte Wohnungen	Anzahl	644	587	633	886	322	528	810	1 083
Ausfuhr (Total 1): Veränd. zum VJ (real)	in %	18,6	2,9	0,8	0,8	-4,0	-5,9	-3,9	-9,7
Konkurrenzeröffnungen	Anzahl	79	89	111	109	108	130	112	111

TELEGRAMM

2013 – Internationales Jahr der Statistik

Das internationale Jahr der Statistik 2013 wird weltweit von zirka 1'700 Organisationen in mehr als hundert Ländern getragen. Es soll das Bewusstsein für den Einfluss der Statistik auf die Gesellschaft schärfen, statistische Berufe unter jungen Menschen bekannt machen und die Forschung bezüglich Wahrscheinlichkeitsrechnung und Statistik fördern.

Statistiken haben weitreichende Auswirkungen auf unser tägliches Leben. Dieser Tatsache sind sich die meisten Menschen im Alltag kaum bewusst. Wir stellen normalerweise keine Verbindung zwischen Lebensmitteln, die wir essen, oder Medikamenten, die wir einnehmen, und statistischen Auswertungen her. Und doch sind es Statistiken, die wesentlich zu ihrer Entwicklung beigetragen haben und damit also mithelfen, unser Leben zu verbessern.

Am Internationalen Jahr der Statistik beteiligen sich professionelle statistische Gesellschaften, Hochschulen und Universitäten, Grundschulen und weiterführende Schulen, Firmen, Regierungen, statistische Ämter und Forschungsinstitute in weltweit 108 Ländern. Viele von ihnen planen im Lauf des Jahres 2013 Seminare und besondere Aktivitäten. Die Schweiz ist mit der Schweizerischen Gesellschaft für Statistik und der Swiss Association for Analytics vertreten.

Weitere Informationen unter <http://www.statistics2013.org>

NEUERSCHEINUNG



Bau- und Wohnungswesen 2011

Die neue BFS-Publikation gibt Auskunft über die Ergebnisse der jährlichen Bau- und Wohnbaustatistik, der Gebäude- und Wohnungsstatistik und der Leerwohnungsstatistik. Sie enthält Texte, Grafiken, Tabellen und Karten zu folgenden Schwerpunkten: Bauausgaben und Bauinvestitionen, Wohnbautätigkeit, Struktur des Gebäude- und Wohnungsbestandes sowie leerstehende Wohnungen. Zudem informiert die Publikation über die methodischen Aspekte dieser Statistiken sowie über die verwendeten Begriffe und Definitionen. Detaillierte Tabellen zum Thema Bauen und Wohnen finden sich auf der beigelegten CD-ROM.

Bestellung oder Download der Publikation unter www.bfs.admin.ch

IMPRESSUM

Herausgeberin:
LUSTAT Statistik Luzern
Burgerstrasse 22
Postfach 3768
6002 Luzern
Tel 041 228 56 35
E-Mail info@lustat.ch
www.lustat.ch

Ausgabe: 2013/Nr. 01 – Februar 2013, 10. Jg.
ISSN 1661-8351

Wissenschaftliche Leitung:
Prof. Dr. Georges-Simon Ulrich
Redaktion: Eliane Maria Degonda
Autor: Simon Büchi
Layout: Henri Spaeti
Bilder: Dany Schultess; S. 7 Bäckerei Hug AG,
S. 8 Otto's AG

Abonnement: Franken 125.– pro Jahr
Einzelpreis dieser Ausgabe: Franken 16.–
Bestellung: 041 228 56 35
oder www.lustat.ch

