

## Millionen-Auftrag für Dätwyler

**ALTDORF** slu. Die Dätwyler-Gruppe hat die Zusammenarbeit mit Nespresso vorzeitig verlängert. Im Konzernbereich Gummi regelt der neue Vertrag Lieferungen bis Ende 2015 mit einem Gesamtvolumen von mehr als 200 Millionen Franken. Der Nettoumsatz des Konzernbereichs Gummi lag 2009 bei 124,7 Millionen Franken. Nespresso dürfte damit einer der wichtigsten Auftraggeber sein. Der bisherige Grossauftrag werde ausgebaut, sagt Guido Unterhändler, Leiter Corporate Communications, bei Dätwyler. «Das sind sehr gute Nachrichten für den Standort Uri.» Über Details wurde zwischen der Urner Firma und der Nestlé-Tochter Stillschweigen vereinbart. Die Schweizer Börse reagierte erfreut auf die Nachricht. Der Kurs des Dätwyler-Titels notierte gestern bei Handelsschluss bei 77,90 Franken – ein Plus von 2,5 Prozent – und zog stärker an als der Gesamtmarkt.

## NACHRICHTEN

### Euro erreicht Rekordtief

**FRANKFURT** sda. Der Euro ist gestern erstmals weniger als 1.25 Franken wert gewesen. Er hat inzwischen ein neues Allzeittief von 1.2457 Franken erreicht. Die europäische Schuldenkrise hat die Devisenmärkte weiter fest im Griff, meinen Händler.

### In den USA wird mehr konsumiert

**NEW YORK** sda. Die US-Wirtschaft hat im dritten Quartal dank eines gestiegenen Konsums wieder mehr Tempo aufgenommen. Das Bruttoinlandsprodukt (BIP) stieg im Zeitraum Juli bis September auf das Jahr hochgerechnet um 2,6 Prozent. Insgesamt ist das Wachstum stärker als noch im zweiten Quartal ausgefallen. Damals wuchs die Wirtschaft lediglich um 1,7 Prozent.

### Firmenpleiten auf Rekordniveau

**ZÜRICH** sda. Die Zahl der Firmenpleiten in der Schweiz hat im November um 24,3 Prozent auf 553 zugenommen. Für das ganze Jahr zeichnet sich ein Rekord von rund 6300 Konkursöffnungen ab. Die Zunahme um 15,8 Prozent geht aber grösstenteils nicht auf Insolvenzen zurück, sondern auf eine Gesetzesänderung, die den Handelsregisterämtern die Auflösung von Karteileichen innerhalb einer gewissen Frist vorschreibt.

### Grossinvestition in der Westschweiz

**BULLE** sda. Der belgische Pharmakonzern UCB baut in Bulle FR die Produktionsanlage bis im Jahr 2015 für insgesamt 250 Millionen aus. UCB will dort die Produktionskapazität für sein wichtigstes Medikament erweitern. Mit dem Ausbau dürften 120 bis 140 neue Arbeitsplätze entstehen.

### HEIZÖLPREISE

Richtpreise in Franken (inkl. Mehrwertsteuer) für die Stadt Luzern (übrige Gebiete je nach Transportkosten).

Preis 100 Liter	22.12.2010	Vortag
800 – 1 500	103.10	102.50
1 501 – 2 000	100.40	99.90
2 001 – 3 500	95.90	95.30
3 501 – 6 000	93.30	92.80
6 001 – 9 000	91.80	91.20
9 001 – 14 000	88.80	88.20

Quelle: Swiss Oil Zentralschweiz

# Die Preisschlacht geht weiter

**DETAILHANDEL** 160 Millionen Franken ist Migros die neuste Preisoffensive wert. Nicht etwa wegen der Konkurrenz und des schwachen Euro, sagt Migros-Chef Bolliger.

INTERVIEW UELI KNEUBÜHLER  
ueli.kneubuehler@luzernerzeitung.ch

**Herbert Bolliger, die Migros senkt die Preise für mehr als 2200 Produkte um durchschnittlich 6 Prozent. Migros verliert Marktanteile. Setzt die Konkurrenz dem Branchenkrösus derart zu?**

**Herbert Bolliger\***: Grund für unsere Offensive ist nicht die Konkurrenz. Die Migros ist effizienter geworden, etwa beim Einkauf und Vertrieb, ausserdem sparen wir durch die Einführung der Regalpreise ab Anfang Jahr einiges. Das geben wir den Kunden weiter.

**Ist die Migros-Offensive auch eine Antwort auf die schwachen Euro und Dollar und Cassis-de-Dijon?**

**Bolliger**: Nein, 85 Prozent unserer Waren beschaffen wir in der Schweiz. Die Importe in Dollar und Euro machen weniger als 10 Prozent aus. Wir haben bis heute lediglich ein Produkt im Angebot, das nach dem Cassis-de-Dijon-Gesetz hergestellt und verkauft wird.

**Die Preissenkung entspricht einem Investitionsvolumen von 160 Millionen Franken. Für nächstes Jahr bleibt kaum noch Spielraum.**

**Bolliger**: Das kann man so nicht sagen. Wie sich der Markt im nächsten Jahr bewegt und was passiert, ist schwer voraussehbar. Die Rohstoffseite beispielsweise bewegt sich in eine ganz andere Richtung. Die Preise für Kaffee, Weizen oder Baumwolle sind dieses Jahr um 40 bis 90 Prozent gestiegen – der grösste Teil geht zu unseren Lasten.

**Rohstoffpreise sind volatil. Über die Jahre dürfte sich der Effekt ausgleichen.**

**Bolliger**: Das glaube ich nicht. Vor der Finanzkrise etwa, haben sich gewisse Lebensmittel verknappt, die Preise sind gestiegen. Klar kann das Pendel wieder drehen. Wir wollen aber nicht nur über den Preis, sondern auch über die Leistung führend sein. Wie weit sich das Preiskarussell weiterdreht, kann ich daher nicht prognostizieren.

**Sie haben einmal gesagt, der Preiskampf höre erst dann auf, wenn er zu Lasten von Mitarbeitenden, Umwelt und Tierhaltung geht. Wann ist diese Grenze erreicht?**

**Bolliger**: Wir senken nicht permanent die Preise, sondern gehen punktuell



Bei der Migros werden Ende Monat über 2200 Produkte billiger, bei Coop über 500. EQ

vor. Daher können wir die Fluktuation nutzen und müssen kein Personal abbauen und so auf Teufel komm raus die Kosten senken, wie das andere Unternehmen tun.

**In Deutschland beispielsweise treibt der Preiswettbewerb ganz andere Blüten.**



**«Schneit es stark, machen wir 10 bis 15 Prozent weniger Umsatz.»**

HERBERT BOLLIGER

**Bolliger**: In welche Preisniveaus die Player im Ausland vordringen, ist auch für mich nicht mehr nachvollziehbar. In der Schweiz sehe ich diese Gefahr weniger.

**Weshalb?**

**Bolliger**: Wir haben in der Schweiz zwei grosse Anbieter, die beide als Genossenschaft organisiert sind und sich im sozialen und ökologischen Engagement einiges vornehmen. Solange es gelingt, dass diese Faktoren marktbestimmend sind, bekommen die Dis-

## Ein Kampf um Marktanteile

**DETAILHANDEL** ukn. Der Preiskampf unter den Detailhändlern geht in die nächste Runde: Die Migros senkt die Preise von 2247 Produkten des täglichen Bedarfs ab 29. Dezember um durchschnittlich 6 Prozent. 50 Prozent der Artikel stammen aus dem Frischebereich. Jeder fünfte Artikel wird zwischen 3 und 20 Prozent günstiger. Coop zog gestern nach und bietet bereits ab 27. Dezember 500 günstigere Produkte an. Die sind zwar 10 Prozent günstiger, aber weniger relevant.

Der Luzerner Detailhandelsexperte Gotthard F. Wangler schüttelt den Kopf: «Das ist ein ruinöser Wettbewerb zwischen den Grossverteilern, ein Kampf um Marktanteile, ausgelöst

durch die Discounter», sagt er. «Das geht den Grossverteilern langsam an die Substanz.» Preisführerschaft sei nicht die Aufgabe der Grossverteilern. «Es ist eine völlig falsche Entwicklung, wenn Lebensmittel nichts mehr kosten dürfen», sagt Wangler.

Positiv reagiert Sara Stalder von der Stiftung für Konsumentenschutz: «Migros lässt ihrem Versprechen Taten folgen. Es ist erfreulich, dass Produkte des Alltags günstiger werden.» Der Branchenkrösus hatte angekündigt, bei Einführung der Regalpreisanzeige auf Anfang Jahr die tieferen Kosten an die Kunden weiterzugeben. Migros ist der letzte Player der Branche, der noch nicht umgestiegen ist.

counter, die nur die Preisschiene fahren, kein Gewicht.

**Trotz der hehren genossenschaftlichen Absichten. Auch die Migros will wachsen, dieses Jahr um etwa 1 Prozent. Erreichen Sie das Ziel?**

**Bolliger**: Dank des Weihnachtsgeschäftes sind wir gut unterwegs, vor allem im Bereich Wintersport. Vergangene Woche haben wir indes auch den Nachteil des Schnees gespürt.

**Bleiben die Migros-Lastwagen stecken?**

**Bolliger**: Nein, die Kunden. Sie konn-

ten wegen der prekären Strassenverhältnisse schlichtweg nicht mehr einkaufen. Das schlägt sich unmittelbar durch.

**Können Sie das quantifizieren?**

**Bolliger**: An einem Tag mit starken Schneefällen machen wir zwischen 10 und 15 Prozent weniger Umsatz. Aber das holen wir mit dem Weihnachtsgeschäft wieder rein.

HINWEIS

\* Herbert Bolliger (57) ist Präsident der Generaldirektion des Migros-Genossenschaftsbunds (MGB). ◀

## Sandgestrahlte Jeans vor dem Aus

**TEXTILIEN** Die Herstellung von Stone-Washed-Jeans kann tödliche Krankheiten auslösen. Zahlreiche Modegeschäfte ziehen nun ihre Konsequenzen.

sda. Sandgestrahlte Jeans werden bald aus vielen Schweizer Modegeschäften verschwinden: Mehrere Anbieter haben eingewilligt, die wegen der Herstellungstechnik umstrittenen Jeans mit dem Stone-Washed-Effekt aus dem Sortiment zu nehmen oder diese selber nicht mehr zu produzieren.

Per sofort gar keine sandgestrahlten Jeans mehr gibt es bei der Migros. Manor setzt ein entsprechendes Verbot bei Eigenmarken bis zum zweiten Halbjahr 2011 um, wie die Erklärung von Bern (EvB) gestern aufgrund eines Berichtes von «10 vor 10» mitteilte.

**Auch Schild greift durch**

Auch Levis, H&M und C&A haben angekündigt, per Ende des laufenden Jahres aus dem Sandstrahlgeschäft auszustiegen. Lee, Wrangler und Benetton ziehen voraussichtlich per Ende des kommenden Jahres nach. Wie ein



Viele Modegeschäfte verbannen sandgestrahlte Jeans aus ihrem Sortiment. Getty

Schild-Sprecher auf Anfrage sagte, werden auch die Schild-Modehäuser die künstlich abgewetzten Jeans aus den Regalen nehmen – dies auf Herbst/Winter 2011. Was jetzt in den Läden sei, werde aber noch verkauft.

Die Sandstrahltechnik lässt neuen Jeansstoff absichtlich alt und verschlissenen aussehen. Werden die Atemwege nicht angemessen geschützt, kann diese Technik bei Fabrikarbeitern gemäss EvB jedoch tödliche Krankheiten auslösen.

In der Türkei, in Bangladesch, Mexiko, Ägypten und China seien bereits zahlreiche Sandstrahler an Silikose erkrankt, einer unheilbaren und oft tödlichen Lungenkrankheit, die auch unter dem Begriff Staublunge bekannt ist.

Nicht alle Modeunternehmen verbannen die sandgestrahlten Hosen aber aus ihrem Sortiment – so etwa PKZ. Das Unternehmen bestehe bei seinen Lieferanten aber auf die Einhaltung der nationalen Gesetze, sagte eine PKZ-Sprecherin. Würden diese nicht eingehalten, werde eine weitere Zusammenarbeit in Frage gestellt.

Auch Luxusmarken wie Armani, Prada, Versace und Dolce&Gabbana wollen weiter sandgestrahlte Jeans im Vintage-Look anbieten. Die EvB kündigte deshalb an, den Kampf gegen diese Technik weiterzuführen.

## Fallegger zieht sich zurück

**GISWIL** slu. Die Fallegger Bau und Recycling AG in Giswil zieht sich per Ende Jahr aus der Baubranche zurück. Bestehende Aufträge werden 2011 abgeschlossen. «Wir haben uns intensiv mit der Branche und unserer Zukunft auseinandergesetzt und im Juni diese Strategie beschlossen», sagt Thomas Fallegger, Geschäftsführer. Sein Vater gründete die Firma 1968. Künftig wolle man sich auf die Bereiche Deponiebetrieb, Steinabbau, Immobilien und Projekte konzentrieren. Der Baubereich wäre in der Krise defizitär geworden, sagt Fallegger. Der jetzige Entscheid komme zum richtigen Zeitpunkt, da man ihn bei guter Konjunkturlage treffe.

Stellen gehen trotz der Geschäftsaufgabe keine verloren. Das Luzerner Bauunternehmen Anliker übernimmt alle 55 Arbeiter. Die Anstellungsbedingungen sind die gleichen oder zum Teil besser. «Das sind gute Berufsleute, und diese zu finden, ist gerade jetzt schwierig», sagt Roland Notter, Leiter Bauunternehmung Anliker. Der Arbeitsplatz Giswil bleibe erhalten, sagt Notter. Die Arbeiter werden der Zweigniederlassung Alpnach zugeteilt.