

## NACHRICHTEN

## Autoverkäufe gehen zurück

**BERN** sda. Der Trend zu weniger Autoverkäufen hat sich im Mai fortgesetzt. Rund 26 100 Neuwagen kamen in der Schweiz und in Liechtenstein auf die Strassen, 4,7 Prozent weniger als im Vormonat. Die Verkaufszahlen liegen aber nur knapp unter dem Mai-Durchschnittswert der vergangenen zehn Jahre von rund 26 900 neu angemeldeten Autos.

## Neuer CEO für Lindt &amp; Sprüngli

**KIRCHBERG** sda. Der Schokoladenhersteller Lindt & Sprüngli bekommt zwar auf Ende Jahr nach über 20 Jahren einen neuen CEO. Dennoch bleibt vieles beim Alten. Grund: **Ernst Tanner** gibt nur sein Doppelmandat ab. Er bleibt Verwaltungsratspräsident des Konzerns. Der neue operative Chef kommt aus den eigenen Reihen. Nachfolger von Tanner als CEO wird **Dieter Weisskopf**. Er ist seit März 1995 Finanzchef von Lindt & Sprüngli. Der Schokoladenhersteller aus dem zürcherischen Kirchberg ist äusserst erfolgreich unterwegs. Im letzten Jahr betrug der Umsatz 3,7 Milliarden Franken und der Betriebsgewinn 520 Millionen Franken.

## Cremo schreibt weniger Gewinn

**VILLARS-SUR-GLÂNE** sda. Dem Freiburger Milchverarbeiter ist 2015 der Gewinn um fast einen Drittel auf 6,6 Millionen Franken eingebrochen. Der Umsatz gab von gut 615 Millionen auf noch 551,5 Millionen Franken nach. Als Grund für den Gewinnrückgang nennt Cremo die Frankenstärke und den Zerfall der Milchpreise. Und schliesslich sei auch in China die Lust auf Milchprodukte gesunken, heisst es.

## EBIKON Der Stellenabbau bei Schindler wird mit weniger Kündigungen durchgezogen als befürchtet. Maximal werden 45 Personen entlassen.

**ROMAN SCHENKEL**  
roman.schenkel@luzernerzeitung.ch

«Es wird Entlassungen geben, das wird leider nicht zu vermeiden sein», sagte Schindler-Schweiz-Chef Rainer Roten im Interview mit dieser Zeitung, nachdem der Liftbauer Anfang März einen Abbau von 120 Stellen im Werk in Ebikon angekündigt hatte. Man werde aber alles tun, um Kündigungen möglichst zu vermeiden. Nach einer ersten Konsultation mit der Arbeitnehmervertretung reduzierte Schindler die Zahl der zu streichenden Stellen von 120 auf 105. Gestern gab der Konzern auf Anfrage die Details des Sozialplans bekannt. Nun ist klar, dass knapp die Hälfte der Stellen über Frühpensionierungen abgebaut werden kann und es höchstens 45 Kündigungen geben wird.

Schindler habe den Stellenabbau überlegt und sehr sorgfältig umgesetzt, sagt Roten, und sei bemüht, für jeden betroffenen Mitarbeiter eine Anschlusslösung zu finden.

## 45 Frühpensionierungen

Bis Ende 2018 werden 45 Angestellte fröhlpensioniert. «Das betrifft alle Mitarbeitenden, die 58 Jahre und älter sind», sagt Rainer Roten. Damit aber noch zusätzliche Personen von einer Fröhlpensionierung profitieren konnten, hat Schindler das Abschlussdatum für Fröhlpensionierungen um ein Jahr auf Ende 2018 verschoben. Für Fälle, bei welchen die finanziellen Auswirkungen einer Fröhlpensionierung kritisch werden, wurde eine spezielle Härtefallkommission aufgestellt. «Diese erarbeitet in schwierigen Fällen eine massgeschneiderte Lösung für eine Aufbesserung der Rente bis ins 65. Altersjahr für den Mitarbeiter», sagt Roten.

Für zehn Angestellte liegt bereits ein Angebot für einen internen Transfer vor. Sie haben in den Bereichen Service,



Schindler setzt die Prioritäten am Standort in Ebikon neu. Das kostet Stellen.

Bild Pius Amrein

Unterhalt oder in der Montage von Schindler Schweiz ein Stellenangebot erhalten. Wie viele Mitarbeiter dieses Angebot annehmen werden, kann das Unternehmen noch nicht sagen. Fünf Mitarbeitende haben bereits selbst eine externe Lösung gefunden.

In 21 Fällen hat Schindler Ende Mai die Kündigung ausgesprochen. «Dabei

haben wir die Kündigungsfrist um drei Monate verdoppelt», sagt Rainer Roten. So verlieren Leute erst Ende November ihre Stelle. Je nach Dienstalter erhalten die entlassenen Personen zudem den Monatslohn bis zu sieben Monate über die Kündigung hinaus. «Mit diesen Massnahmen liegen wir sehr deutlich über dem, was in der Branche üblicher-

weise angeboten wird. Auch unterstützen wir diese Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit aller Kraft, damit sie eine neue Arbeit finden», sagt der Chef von Schindler Schweiz. Ein extra geschaffenes Jobcenter hilft bei der Stellensuche. Für die Kosten von Weiterbildungen oder notwendigen Prüfungen (zum Beispiel eine Staplerprüfung) erhalten die Angestellten Zeit und finanziellen Support.

## Unterstützung durch andere Firmen

«Nach der Ankündigung des Stellenabbaus haben sich zahlreiche Firmen aus der Region bei uns mit Angeboten gemeldet», sagt Rainer Roten. Unter anderem hätten der Kabelverarbeiter Komax in Dierikon oder der Kaffeemaschinenhersteller Thermoplan aus Weggis Interesse an einzelnen Berufsprofilen angemeldet. «Wir haben also die Hoffnung, dass wir – auch dank des Jobcenters – für viele der 21 Mitarbeiter bald eine Anschlusslösung finden.» Neben dem Jobcenter werden auch Outplacementberatungen angeboten werden.

## 24 Angestellte in der Schwere

Bei 24 Personen wird der Kündigungsentscheid erst im kommenden Jahr getroffen. «Wir hoffen, dass das Volumen im Werk in Ebikon wieder ansteigt, sodass wir die Anzahl Kündigungen weiter sehr tief halten können», erläutert Rainer Roten. «Das ist für diese Personen unangenehm, aber vielleicht können wir so die Zahl der Kündigungen noch weiter reduzieren.»

Ein weiterer Abbau sei in Ebikon derzeit nicht vorgesehen, versichert Rainer Roten. Im Werk in Ebikon sollen künftig Spezialanfertigungen produziert werden, «zum Beispiel Antriebe mit einer Hubhöhe von bis zu 500 Metern oder spezielle Kabinen», erklärt der Schindler-Chef. Der Liftbauer bekenne sich ganz klar zum Standort. «Das zeigen ja auch die Investitionen, die wir hier tätigen wollen, die aber momentan durch eine Einsprache blockiert sind», bekräftigt Rainer Roten. Das Traditionssunternehmen plant den Bau eines modernen Besucherzentrums an der Stelle des heutigen Personalrestaurants. Der Innenschweizer Heimatschutz blockiert diese Pläne aber mit einer Einsprache.

## Teilen statt besitzen: Werden wir alle zu Unternehmern?

**U**ber und Airbnb versetzen etablierte Branchen in Aufruhr. Die Ökonomie des Teilens erlebt einen ungeahnten Aufschwung und verfügt über das Potenzial, ganze Branchen zu revolutionieren. Es entwickeln sich laufend neue Plattformen, die das Teilen als ihr Geschäftsmodell verstehen und traditionellen Unternehmen Sorgen bereiten. Trotz einiger Paradebeispiele sind längst nicht alle Sharing-Plattformen erfolgreich. Zahlreiche rechtliche Fragen zur Sharing Economy sind ungeklärt.

**Teilen ist nichts Neues.** Früher wurden lebensnotwendige Dinge im Kreise der Familie oder der Dorfgemeinschaft geteilt. Das Teilen bildet ein Fundament des menschlichen Zusammenlebens. Die mobile Internetnutzung, die dadurch sinkenden Transaktions- und Informationskosten sowie die Ausdehnung der geografischen Reichweite verleihen der Sharing Economy heute aber besonderen Auftrieb. 2015 erzielte die globale Sharing Economy einen Umsatz von 15 Milliarden Dollar. Für die kommenden fünf Jahre wird ein Wachstum von 25 bis 30 Prozent pro Jahr erwartet.

**Die Marktplätze** der Sharing Economy bringen Anbieter und Nachfrager von nicht oder zeitweise nicht genutzten Ressourcen über das Internet zusammen. Im Gegensatz zur klassischen Ökonomie werden die Güter und Dienstleistungen meist nicht von Unternehmen den Erwerbenden zur dauerhaften Nutzung

angeboten, sondern Private bieten Güter und Dienstleistungen zur vorübergehenden Nutzung an. Markttransparenz wird geschaffen, Informationsasymmetrien werden abgebaut.

**Weltweit ist eine Euphorie** unter dem Stichwort «teilen statt besitzen»



festzustellen. Man glaubt, dass mit diesem neuen Trend der Umwelt geholfen wird, Ressourcen schonender eingesetzt werden und Personen nun altruistisch alles miteinander teilen. Die Realität ist wie häufig ein wenig komplizierter. Von den altruistischen, dem Teilen im ursprünglichen Sinne verpflichteten Modellen konnten sich nur wenige durchsetzen. Das idealistische Modell Couchsurfing, bei dem

traditionelle Anbieter. Somit können sie ihre Leistung wesentlich günstiger erbringen. Über-Fahrer müssen keine Lizizenzen erwerben. Auch zahlen sie häufig weder Mehrwert- noch Einkommenssteuer oder Sozialabgaben. Auch Airbnb-Anbieter unterliegen wesentlich weniger Regulierungen und Abgaben als herkömmliche Hotels.

**Viele Sharing-Economy-Plattformen** rühmen ihren ökologischen Beitrag. Die Vorteile scheinen klar: Der entstehende «Sekundärmarkt» reduziert die Nachfrage nach neuen Gütern und trägt somit zu einer Reduktion der Umweltbelastung bei. Es gibt aber auch Studien, welche das Gegenteil beweisen.

Da das Reisen beziehungsweise das Übernachten durch Plattformen wie Airbnb günstiger werde, würde schliesslich einfacher mehr gereist. Dies führt wiederum zu einer höheren Umweltbelastung.

**Häufig stellen sie** das Prinzip der Markttransparenz und Transaktionskostenreduzierung in den Vordergrund. Ältere Sharing-Modelle wie etwa Mobility Carsharing verfügen noch über eigene Produktionsmittel. Mehr und mehr entstehen jedoch reine Plattformen, auf denen Private oder Firmen ihre Leistungen anbieten. Die Plattform übernimmt ausschliesslich eine Vermittlungsfunktion. Solche Modelle können mit wenig Kapital schnell weltweit wachsen und Märkte schnell verändern. Sie öffnen Märkte für Privatanbieter. Diese verfügen über andere Kostenstrukturen und unterliegen teilweise weniger Regulierungen als tra-

ditionelle Anbieter. Dennoch muss es Ziel des Wettbewerbsrechts sein, einen fairen Wettbewerb für alle Marktteure zu schaffen, auch wenn dies den Sharing-Economy-Anbietern nicht gefällt. Leider ist eher damit zu rechnen, dass die Staaten versuchen werden, Regeln, die für traditionelle Firmen gelten, auch im Bereich der Sharing Economy durchzusetzen, als dass sie im traditionellen Bereich mit einem Abbau von Vorschriften und Bürokratie reagieren würden.

**Sicher ist aber**, dass die Bewegung nicht aufzuhalten ist. Viele Privatpersonen werden die Möglichkeit wahrnehmen wollen, sich mit Hilfe von nicht genutzten Ressourcen ein Zubrot zu verdienen. Und für die Konsumenten bietet das Teilen unzweifelhaft Vorteile. Klassische Sharing-Ansätze dürften vor allem im Rahmen von Quartieren oder im Kreise von klar definierten Communities relevant sein. Sie könnten in diesem Kontext einen Aufschwung erleben.

Unternehmen, deren Geschäftsmodell primär auf einem Informationsvorsprung oder einer Gatekeeper-Funktion beruht, werden es zunehmend schwierig haben. Es lohnt sich, die strategischen Implikationen detailliert zu untersuchen und das eigene Handeln proaktiv anzupassen.

MARKUS SCHMIDIGER  
wirtschaft@luzernerzeitung.ch

## HINWEIS

**Prof. Dr. Markus Schmidiger** leitet das CC Immobilienmanagement an der Hochschule Luzern. Im Juni wird eine Studie der HSLU zu diesem Thema publiziert. Weitere Informationen finden Sie unter <http://blog.hslu.ch/immobilienblog>