

«Wir haben Perspektiven – auch dank den «Perspektiven». Daran ändert auch Corona nichts. Wir freuen uns auf die Ausgabe 2021.»



Peter Fries, Vorsitzender der Geschäftsleitung PKG Pensionskasse

Die PKG Pensionskasse unterstützt als führende Gemeinschaftseinrichtung KMU in allen Belangen der beruflichen Vorsorge. Der PKG Pensionskasse sind 1677 Unternehmen mit 35423 Versicherten und 5044 Rentnerinnen und Rentner angeschlossen. Das Anlagevolumen beträgt 7,6 Milliarden Franken.

«Die «Perspektiven» brauchen auch 2021 Perspektiven.»



Marco Corvi, VPR, CEO und Eigentümer der benpac-Gruppe

Die benpac holding ag ist eine führende Firmengruppe für allumfassende Verpackungslösungen. Sie liefert komplette Systeme rund um das Verpacken von Flüssigkeiten und bedient somit die ganze Wertschöpfungskette. Die Gruppe beschäftigt 3650 Mitarbeitende, vornehmlich in den USA und in Asien. Der Sitz der Holding befindet sich in Stans. Weitere Schweizer Standorte sind Altdorf, St. Gallen und Etzgen.

«Hochkarätige Referenten, spannende Prognosen für die Zentralschweizer Wirtschaft und vor allem; anregende Gespräche mit unseren Kundinnen und Kunden. Doch die Referenten laufen uns nicht davon, die Prognosen bleiben spannend und die Gespräche mit unseren Kundinnen und Kunden holen wir nach. Versprochen.»



Bruno Thürig, Direktor Obwaldner Kantonalbank

Die Obwaldner Kantonalbank setzt sich mit Begeisterung für ihre Kundinnen und Kunden ein und begleitet sie in allen Lebensphasen. OKB. Einfach vertraut.

# Nächster «Perspektiven»-Anlass im Herbst 2021

Die Corona-Pandemie bremst auch den Zentralschweizer Wirtschafts Anlass «Perspektiven» aus: Zum ersten Mal kann der Event nicht stattfinden. Aber: Die Planungsarbeiten für das kommende Jahr werden bereits in Angriff genommen.



Fabienne Bamert und Jérôme Martinu führten durch den «Perspektiven»-Anlass im Herbst 2019.

Bild: Emanuel Ammon/AURA

Seit 30 Jahren trifft sich die Zentralschweizer Wirtschaft jeweils im Herbst im KKL zum Anlass «Perspektiven». Konjunkturprognosen, spannende Gastreferenten und der Austausch beim anschliessenden Apéro haben die Veranstaltung zum Fixpunkt im Kalender von Gewerblern und Industriellen gemacht.

Doch dieses Jahr ist erstmals alles anders, die Corona-Pandemie macht den «Perspektiven» einen Strich durch die Rechnung. «Der Anlass kann 2020 leider nicht stattfinden», sagt Organisator Raymond Studer. «Zwar sind die Covid-Vorschriften etwas gelockert worden, aber es ist nach wie vor nicht möglich, den Anlass so durchzuführen, wie wir das aus den vergangenen Jahren gewohnt sind.» Abstands- und Hygieneregeln würden ein unbeschwertes Zusammensein im Saal und beim Apéro faktisch verunmöglichen. Schweren Herzens haben sich Veranstalter und Trä-

ger deshalb entschieden, dieses Jahr auf eine Durchführung des Anlasses zu verzichten.

## Wechsel in Organisation

Die nächste Veranstaltung «Perspektiven für den Wirtschaftsstandort Zentralschweiz» findet somit also am 4. November 2021 statt. Und damit verbunden ist auch ein Wechsel in der Organisation: Neu geht der Medienkonzern CH Media, zu dem auch diese Zeitung gehört, in die Veranstalterrolle.

## CH Media engagiert sich

André Moesch, Leiter Events bei CH Media, freut sich, den Anlass in die Zukunft zu führen: «Die «Perspektiven» sind ein Wirtschafts Anlass mit tiefer Verankerung in der Region, es ist eine Ehre für uns, dass wir ihn zukünftig organisieren dürfen.» CH Media wolle sich verstärkt in regionalen Veranstaltungen aller Art engagieren. «Das bringt uns näher zu unseren Leserinnen und Lesern, Zuhörern und

Zuschauern und ist für uns eine gute Möglichkeit, uns in der Region zu engagieren», so Moesch.

Was heisst das für das Konzept der «Perspektiven»? CH Media will an Bewährtem festhalten, aber den Anlass auch weiterentwickeln. «Gerade im inhaltlichen Bereich können wir als Medienunternehmen sicher noch einiges beitragen», sagt André Moesch. Ein gewichtiges Wort mitzureden haben beim Konzept die Sponsoren, welche die eigentliche Trägerschaft des «Perspektiven»-Anlasses bilden. Momentan sind das die Immobilien-Dienstleisterin Arlewo in Luzern, Stans und Zug, das Treuhand-Unternehmen Balmer-Etienne in Luzern und Stans, der Verpackungsspezialist benpac holding in Stans, das Zentralschweizer Energieunternehmen CKW, die Obwaldner Kantonalbank sowie die KMU-Pensionskasse PKG in Luzern. Für die «Perspektiven» sei es ein Glücksfall, diese Firmen als Supporter zu haben, meinen

die Veranstalter, repräsentierten sie doch die Zentralschweizer Wirtschaft in ihrer Mischung nahezu ideal.

## Ein wichtiger Treffpunkt

Auch für den Gründer des Anlasses «Perspektiven Zentralschweiz», Ronald Joho, sind es ungewöhnliche Zeiten. Aber er versteht den Entscheid, dieses Jahr auf die Durchführung zu verzichten. Die «Perspektiven» seien ein Netzwerkanlass, an dem man sich treffe. «Spätestens beim Apéro aber wird es schwierig, ein Schutzkonzept umzusetzen und die Abstandsregeln einzuhalten», so Joho. Als er den Anlass 1990 gründete, kamen 70 Teilnehmer. Die Zahlen stiegen und 1998 waren die «Perspektiven» die erste nicht-musikalische Veranstaltung, die im KKL durchgeführt wurde.

Heute sind die «Perspektiven» der grösste Wirtschafts Anlass in der Region mit gegen 1600 Teilnehmenden. Das Ziel bei der Gründung war, der Zentralschweizer Wirtschaft mit fundierten Daten und Fakten einen Ausblick in das kommende Jahr zu ermöglichen – Perspektiven eben. Und mit den Jahren wurde der Anlass immer mehr zum Treffpunkt und zum Networking-Event, der heute aus dem Wirtschaftsleben der Zentralschweiz nicht mehr wegzudenken ist. (chm)

«Unsere Vorfreude war gross, erstmals die Plattform «Perspektiven» nutzen zu dürfen. Aufgeschoben ist nicht aufgehoben. Für 2021 haben wir den Anlass bereits in der Agenda vermerkt und freuen uns auf persönliche (analoge) Begegnungen.»



Werner Pfäffli, CEO von Balmer-Etienne AG

Balmer-Etienne ist das grösste kleine Beratungsunternehmen im Raum Zentralschweiz und Zürich. Gross genug, um anspruchsvolle und komplexe Fragen und Aufträge im Bereich Treuhand, Prüfung und Beratung professionell zu bearbeiten. Und überschaubar genug, um persönlich und schnell im Sinne der Kunden zu agieren.

«Die Perspektiven sehen wir als Kontaktbasis zu unseren Kunden und als Engagement zugunsten des Wirtschaftsraums Zentralschweiz. Der Anlass vermittelt den Puls in unseren Kernkompetenzen Arbeiten, Leben, Wohnen. Wir freuen uns auf 2021.»



Thomas Peter, Mitinhaber, Vorsitz Geschäftsleitung

Die Arlewo AG ist mit rund 100 Mitarbeitenden die personell grösste unabhängige Immobilien-Dienstleisterin in der Zentralschweiz. Verankert an den Standorten Luzern, Stans und Zug. Ab 2021 neu in Schwyz.

«Wir dürfen die Perspektive auf eine erfolgreiche wirtschaftliche Zukunft nicht aus den Augen verlieren. Auch wenn dieses Jahr «Perspektiven» leider nicht stattfinden kann.»



Martin Schwab, CEO CKW

Die CKW-Gruppe ist ein führender Schweizer Anbieter von integrierten Energie- und Gebäudetechniklösungen. Seit über 125 Jahren versorgt das Unternehmen seine mittlerweile über 200 000 Endkunden aus den Kantonen Luzern, Schwyz und Uri mit Strom. Sie beschäftigt über 1800 Mitarbeitende.



## Also lanciert KI-Plattform

**Emmen** Der IT-Dienstleister Also mit Sitz in Emmen verstärkt sich im Bereich künstliche Intelligenz. So lanciert das Unternehmen einen entsprechenden Marktplatz für Technologien, Produkte und Dienstleistungen. Das Angebot reicht von einzelnen Bausteinen bis hin zu kompletten Anwendungen, heisst es in einer Mitteilung. Des Weiteren wird Peter Ivanov zum Head of Artificial Intelligence ernannt. Der Bulgare ist laut Mitteilung seit 2019 beim Unternehmen.

Also setzt grosse Hoffnungen in künstliche Intelligenz: Experten sagen voraus, dass sich der gesamte KI-Markt in den nächsten vier Jahren mehr als verdoppeln und auf über 300 Milliarden Dollar wachsen werde. Zu den am schnellsten wachsenden Anwendungsfällen gehörten automatisierte Aufgaben im Personalwesen, IT-Automatisierung und pharmazeutische Forschung. (sda/awp)

## Seba Bank hat eine neue Präsidentin

**Zug** Bei der Seba Bank kommt es zu Veränderungen im Verwaltungsrat. Gemäss einer Mitteilung des Zuger Finanzinstituts übernimmt per sofort die Finnin **Päivi Rekonen** den Vorsitz des Gremiums. Die frühere UBS- und Credit-Suisse-Kaderfrau löst damit Seba-Grossaktionär Sébastien Méritat ab, der das Amt ad interim geführt hatte. Grund dafür war die überraschende Demissionierung von Ex-Präsident Andreas Amschwand im Juli dieses Jahres gewesen. Ebenfalls neu im Verwaltungsrat sitzen der Rechtsexperte Hans Kuhn sowie der Risikomanager Sanjeev Karkhanis. Die drei Neuzugänge ersetzen Erich Ettl und Urs Zulauf (nach der GV) sowie Reto Kunz (per Jahresende). (gr)

## Euro setzt Abwärtstrend fort

**Währung** Der Euro ist gestern erneut unter Druck geraten. Die europäische Gemeinschaftswährung fiel bis auf 1,16 US-Dollar. Dies ist der tiefste Stand seit Ende Juli. Die Europäische Zentralbank (EZB) setzte den Referenzkurs auf 1,16 Dollar fest; damit kostete der Dollar 0,85 Euro. Mit den Kursverlusten in den vergangenen Tagen setzte der Euro seinen jüngsten Abwärtstrend fort. Anfang September hatte er noch kurzzeitig über 1,20 Dollar notiert. Die Sorgen angesichts der weiteren Entwicklung der Coronakrise belasteten die Gemeinschaftswährung. In wichtigen Ländern der Eurozone wie Frankreich und Spanien steigen die Neuinfektionen deutlich. Zudem fürchtet man eine Verschärfung der Lage in den kühleren Wintermonaten. Die Verunsicherung zeigte sich auch an den Kursverlusten an den Aktienmärkten. Es profitiert erneut die Weltleitwährung US-Dollar. Auch der in Krisenzeiten oft gesuchte japanische Yen legte auf breiter Front zu. (dpa)

# Textiler setzten auf Nachhaltigkeit

Die internationale Textilindustrie kennt viele Baustellen. Die Schweizer Branche will nun eigene Lösungen suchen.

Thomas Griesser Kym

Vor fünf Jahren haben die UNO-Mitgliedstaaten 17 Ziele für nachhaltige Entwicklung (SDG) formuliert. Sie sollen bis 2030 erreicht werden. Die Ambitionen sind hoch: Sie reichen von Ausmerzen der Armut und des Hungers über Gesundheit und Wohlergehen, menschenwürdiger Arbeit, nachhaltig produzieren und konsumieren bis hin zu Klimaschutz und Frieden. «Einen wesentlichen Beitrag zur Erreichung der SDG» will auch die Schweizer Textil- und Bekleidungsbranche leisten.

Nach zweijähriger Vorarbeit haben die drei Verbände Swiss Textiles, Swiss Fair Trade und Amfori ein globaler Wirtschaftsverband «für nachhaltigen und offenen Handel», das Programm Sustainable Textiles Switzerland 2030 (STS 2030) gestartet. In dessen Rahmen will man die gesamte Wertschöpfungskette der Schweizer Textil- und Bekleidungsbranche auf mehr Nachhaltigkeit trimmen. «Die Flughöhe der UNO-Agenda ist gross», räumt Nina Bachmann ein, Leiterin Technologie und Umwelt bei Swiss Textiles. «Wir wollen aber die einzelnen Nachhaltigkeitsziele genau anschauen und konkrete Schritte ausarbeiten, wie wir einen Beitrag leisten können.»

### Vernetzung mit dem Ausland ist ein Knackpunkt

Vorgesehen ist, bis kommenden März «griffige Ziele und Massnahmen zu definieren». Dieser Zeitplan klingt sportlich, sollte aber laut Bachmann dank der Vorarbeit einhaltbar sein. Zumal in der Schweiz und rund um die Welt in den vergangenen Jahren viele Initiativen für mehr Nachhaltigkeit entstanden seien. Hier gelte es sich abzustimmen, Ideen zu bündeln und Synergien zu nutzen, sagt Bachmann.

Wo sieht die hiesige Branche Potenzial für Verbesserungen, um «entlang der gesamten Lieferkette sozial und umweltverträglich zu handeln», wie es beabsichtigt ist? Bachmann nennt in erster Linie die internationale



Nachhaltigkeit spielt für Textil- und Bekleidungsunternehmen hierzulande eine immer grössere Rolle.

Bild: Urs Flüeler/Keystone

Lieferkette, denn viele Textil- und Bekleidungsfirmen sind mit dem Ausland vernetzt. Die Expertin nennt Themen wie die Verwendung von Materialien, die Rückverfolgbarkeit von Textilien oder Arbeitsbedingungen. Eine weitere Baustelle sei «der Dialog über die gesamte Lieferkette hinweg», sagt Bachmann: «Wenn Detailhändler mit Textilfirmen sprechen, können sie Problematiken besser verstehen.» Daraus könnten Pilotprojekte entstehen, etwa die Verarbeitung anderer Materialien oder der Aufbau eines Recyclingsystems. Als Beispiel nennt Bachmann Produktionsabfall wie Schnittkanten. Um dafür einen Abnehmer zu finden, sei ein Unternehmen allein meist zu klein. Spannten aber Firmen zusammen, kämen sie auf grössere Volumen mit besseren Chancen bei Wiederverwertern.

«Wenn Detailhändler mit Textilfirmen sprechen, können sie Problematiken besser verstehen.» Daraus könnten Pilotprojekte entstehen, etwa die Verarbeitung anderer Materialien oder der Aufbau eines Recyclingsystems. Als Beispiel nennt Bachmann Produktionsabfall wie Schnittkanten. Um dafür einen Abnehmer zu finden, sei ein Unternehmen allein meist zu klein. Spannten aber Firmen zusammen, kämen sie auf grössere Volumen mit besseren Chancen bei Wiederverwertern.

### Programm beruht auf Freiwilligkeit

Wie Bachmann sagt, will man bis kommenden Frühling messbare Ziele formulieren. Mögliche Punkte seien eine Reduk-

tion des CO<sub>2</sub>-Fussabdrucks in der internationalen Lieferkette, eine Senkung des Wasserverbrauchs oder der Anteil an Biofasern in der Produktion, stets versehen mit konkreten Zahlen.

Einen klaren Schwerpunkt setzt Swiss Fair Trade, wie Geschäftsführer Philipp Scheidiger sagt: «Wir stehen auf der Seite der tausenden Textilarbeiterinnen und Textilarbeiter dieser Welt.» Priorität habe für Swiss Fair Trade «die Stärkung ihrer Arbeitsrechte und die Erhöhung ihrer Lebensstandards».

STS 2030 lädt alle Akteure der Textil- und Bekleidungsbranche ein, sich am Programm zu beteiligen. «Es herrscht aber kein Zwang, es ist freiwillig», sagt Bachmann. Anschliessend will STS 2030 die Unternehmen begleiten und sie dabei unterstützen, ihre Ziele zu erreichen. Nina Bachmann: «Es geht auch darum, dass die Firmen gegenseitig voneinander lernen, zum Beispiel wie man ein Problem konkret lösen kann.»

## Nachgefragt

### «Kreislaufwirtschaft fördern»

Die Calida Group mit Hauptsitz in Sursee setzt seit je stark auf Qualität und Nachhaltigkeit und hat beispielsweise im Sommer 2018 ein kompostierbares T-Shirt lanciert. Daniel Gemperle ist COO der Calida Group.

### Welche der Ziele für nachhaltige Entwicklung erfüllt Calida bereits und was sind die grössten Herausforderungen bei der Erfüllung dieser Ziele?



Daniel Gemperle.

Bild: PD

**Daniel Gemperle:** Wir sind stets bestrebt, zu allen Themen aktiv einen Betrag zu leisten und uns permanent zu verbessern. Die grösste Herausforderung, der wir uns natürlich auch stellen, ist das Ziel 13 also «Massnahmen zum Klimaschutz».

### Welche Massnahmen erachtet Calida diesbezüglich als vorrangig?

Wir erachten die Verbesserung unseres CO<sub>2</sub>-Fussabdrucks, die Senkung des Wasserverbrauchs sowie die Förderung der Kreislaufwirtschaft, beispielsweise durch kompostierbare Produkte, als oberste Prioritäten.

### Wird sich Calida am Programm STS 2030 der Schweizer Textil- und Bekleidungsbranche beteiligen? Ob eine Beteiligung erfolgt, steht noch aus. (cg)

## Das können Sie als Konsument tun

**Garderobe** Welche Möglichkeiten haben Konsumentinnen und Konsumenten für einen verantwortungsvollen Konsum von Textilien und Kleidern? Silke Weinig, Trainerin, Coach und Bloggerin für Selbstmanagement, und Brigitte Frank von der biz.dress AG haben ein paar Ratschläge parat:

— Konsumenten sollten darauf achten, wo und wie die Produkte hergestellt werden und unter welchen Bedingungen. «Das ist ein erster Schritt in Richtung nachhaltiger Kleidungskonsum.» Der kostenlose «Label

Guide» von Public Eye bietet Orientierung im Dschungel an Informationen, Marken und Gütesiegeln. Allerdings, so Public Eye: «Die äusserst komplexen Lieferketten in der Textilindustrie machen es praktisch unmöglich, dass ein Label die sozial- und umweltverträgliche Produktion von Kleidung umfassend und glaubwürdig garantieren kann.»

— Überlegen Sie vor allem beim Kauf von Billigprodukten, ob Sie diese wirklich brauchen. Selbst wenn es noch so günstig erscheinen mag: Jedes produ-

zierte Kleidungsstück bindet wertvolle Ressourcen mit Materialeinsatz, Arbeitszeit und Transportwegen.

— Stellen Sie sich eine Basisgarderobe zusammen, die 20 bis 30 Kleidungsstücke umfasst, die alle untereinander kombinierbar sind. Diese Basisstücke dürfen von guter Qualität sein, so haben Sie lange Freude daran und sind immer gut angezogen. Tipps für eine gelungene Zusammenstellung etwa für die Businessfrau finden Sie im Internet beispielsweise unter dem Begriff «Capsule Wardro-

be». — Verlängern Sie die Nutzungsdauer Ihrer Kleidung. Statt immer wieder etwas Neues zu kaufen, verlangsamten Sie Ihren Kleidungskonsum. Geniessen Sie Ihre Einkäufe, zelebrieren Sie sie. Das stärkt den Genuss und spart Zeit und Geld.

— Kleidungsstücke müssen nicht nach jedem Tragen gewaschen oder gereinigt werden. Oft hilft auch Auslüften und am nächsten Tag ein anderes Kleidungsstück tragen. Weniger waschen, waschen bei niedrigen Temperaturen und der Ver-

zicht auf den Wäschetrockner sparen Energie und Geld.

— Kaufen Sie gut erhaltene Kleidungsstücke im Secondhand-Laden oder besuchen sie eine Kleidertauschbörse. Wie wäre ein selbstorganisierter Kleidertauschabend im Bekannten- und Freundeskreis?

— Nutzen Sie die Variante «Kleider-Upcycling» – aus Alt mach Neu. Manchmal reicht schon ein neuer Knopf. Sollten Sie selbst nicht Hand anlegen wollen, können Sie in einer Schneiderei nachfragen. (T.G.)