

# Zuger Presse

5547 Exemplare - Beglaubigt! - Auflagenstärkste Wochenzeitung


Unabhängige Wochenzeitung für die Region



CU RESTAURANT  
FOOD, DRINKS & LIVE MUSIC

DIENSTAG 17. MÄRZ 2020 - 19.19 Uhr  
2 Minuten vom Bahnhof Zug - Gratis Parkplätze  
Tel. +41 41 727 44 54 - www.cu-restaurant.ch

Folgen Sie uns auf Instagram.  
luzernerzeitung.ch



Mehr als gut drucken: unser nachhaltiger Umgang mit Ressourcen.

multicolor print  
DIE KÖNNEN DAS

**Patrick Lengwiler**  
Der EVZ-CEO über das vorzeitige Ende der Eishockeysaison.  
Seite 9

## Zug Das Metalli-Geviert wird grüner werden



Im Metalli wird das Vorhaben der Eigentümerin Zug Estate in einer kleinen Ausstellung erklärt. Bild: pd

**Die Pläne, wie sich das Metalli in Zug verändern wird, werden konkreter. Viel vom Gebäudekomplex wird erhalten bleiben.**

**Alina Rütli**  
Das geschichtsträchtige Metalli-Areal wird sich weiter wandeln. Wo einst Emaille- und Metallwaren fabriziert wurden, werden ab 2023 wahrscheinlich auch Gäste Hotel-

zimmer beziehen können. Laut einer Studie von drei Projektteams soll in dem Geviert mehr Raum für Wohnungen, Hotellerie, Büros, Gastronomie, Ladengeschäfte und andere, zum Teil «publikumsorientierte Nutzungen» geschaffen werden. Neu hinzukommen soll ein maximal 70 Meter hohes Wohngebäude an der Ecke Baarerstrasse/Metalstrasse, im Volksmund auch Bärenplatz genannt. Der angrenzende Gebäudeblock an der Baarer-

strasse wird teilweise abgerissen, damit der neue Metallplatz entstehen kann.

**Auf dem Areal sollen viele Bäume gepflanzt werden**  
Die Mehrheit der heutigen Bauten rund um das Einkaufszentrum werden erhalten bleiben. «Es ist eine Weiterentwicklung, aber kein Bruch mit der Vergangenheit. Wir wollen den Raum öffnen – hin zum Bahnhof und hin zur Stadt. Ausserdem wollen wir eine

ökologische Transformation hin zu einem CO<sub>2</sub>-neutralen Betrieb schaffen», sagt Verwaltungsratspräsident Beat Schwab. Zug Estates Holding AG in Zukunft werden auch nicht mehr Beton und Stein das Bild des Gevierts prägen, sondern mehr Bäume und Pflanzen. Von einem «Ring von Grünräumen» spricht Stadtarchitekt Christian Schnieper. Dass das Metalli grüner wird, war auch ein grosses Anliegen der Bevölkerung. Seite 3

**Zug**  
**Die Bevölkerung soll mitreden**

Die Stadt Zug – wie auch die anderen Zuger Gemeinden – ist an der Ortsplanungsrevision. Diese findet rund alle 15 Jahre statt und ist ein Auftrag des Bundes. Den Dialog vertieft mit der Bevölkerung über die Zukunft ihrer Stadt führen will man in den kommenden Wochen und Monaten. Dazu sind Anlässe und eine Onlinemitwirkung auf der Plattform [www.mitwirken-zug.ch](http://www.mitwirken-zug.ch) geplant. Gerade die jüngeren Stadtzuggerinnen und -zuger sollen dadurch abgeholt werden. Sie sind es, die in der Zukunft in der Kolonistadt leben werden.

Bis ins Jahr 2040 wird die Stadt Zug einen Zuwachs von rund 15 000 Einwohnenden auf und 45 000 Einwohnerinnen und Einwohner haben. Die Zahl der Arbeitsplätze wird auf 10 000 steigen. ar Seite 5



Bild: Franz Lustenberger

**Zuger Traditionsunternehmen feiert Jubiläum**

Die Familie Etter blickt zurück auf 150 Jahre Kirschtradition: Die dritte Generation Christine und Hans Etter (ausser) rahmen die vierte Generation Gabriel und Eveline Galliker-Etter ein. Aus dem hochwertigen Kirsch aus zehn verschiedenen Jahrgängen hat die Familienfirma einen limitierten Jubiläumskirsch kreiert, mit einer speziellen Etikette aus dem Jahre 1900. ar Seite 11

**Coronavirus**  
**Besuchsverbot in Spitälern**

Die beiden Zuger Akutspitäler, das Zuger Kantonsspital und die Hirslanden Andreas Klinik, werden bei der Bewältigung des Coronavirus eng zusammenarbeiten. Bei Bedarf ist es so möglich, Material und Personal sowie Patientinnen und Patienten zwischen den beiden Kliniken zu verschieben. Ziel dieser Massnahmen ist es dabei einerseits, genügend Kapazitäten für allfällige Coronavirus-Patienten zu schaffen. Zudem wurde ein Besuchsverbot in den Spitälern sowie Alters- und Pflegeheimen des Kantons erlassen. ar Seite 10

**Migros**  
**Personal leistet grossen Einsatz**

Die Hamsterkäufe wegen des Coronavirus von Teilen der Bevölkerung ist auch für die Migros Genossenschaft Luzern eine Herausforderung. «Den Warennachschub können wir momentan dank unserer Eigenindustrie und dank der Lieferanten aus der Region sicherstellen. Der Einsatz unserer Mitarbeiter ist unglaublich. Es werden auch Leute von Filialen, Restaurants und Fachmärkten, in denen fast nichts verkauft wird, an anderen Standorten aushelfen», sagt Migros-Chef Felix Meyer im Gespräch mit unserer Zeitung.

Ausserdem stelle man eine Verlagerung der Kunden von den grossen Centern in die kleinen Filialen fest. Im Interview spricht Meyer aber auch darüber, wie er mit dem Geschäftsgang der Migros-Filialen im Kanton Zug zufrieden ist und wo der Laden rundläuft. ar Seite 11

Arbeitslos

**TEXCLEAN**  
einfach – sauber

**Herrenhemd**  
gewaschen/gebügelt  
**2.<sup>90</sup>**

TexCleanCompany AG  
Textilreinigung  
Luzernerstr. 22, 6330 Cham  
Telefon 041 755 19 19  
[www.texclean.ch](http://www.texclean.ch)



# Kunden gehen zurzeit lieber in kleine Läden

**Migros-Chef Felix Meyer blickt nicht so düster auf 2019 zurück, wie es die Geschäftszahlen erahnen lassen würden. Im Interview spricht er auch über den momentanen Effekt seines Personals.**

Marcel Habegger

**Felix Meyer (Bild), das Interview zum Geschäftsgang findet erstmals telefonisch und nicht persönlich statt, die Migros nimmt die Situation aufgrund des Coronavirus auch sehr ernst.**

Wir haben zum Glück rechtzeitig reagiert. National gab es schon seit mehreren Wochen einen Krisenstab, vor zwei Wochen haben wir auch in der Migros Luzern eine



Arbeitsgruppe eingesetzt: einerseits für den Personenschutz, andererseits um die Warenverfügbarkeit sicherzustellen. Der Krisenstab trifft sich jeden Morgen für zwei Stunden; die Situation zu analysieren und die nächsten Schritte zu planen.

**Was für Massnahmen haben Sie im Personenschutz bisher getroffen?**

Vieles hat mit Aufklärung zu tun. In der Betriebszentrale

wird nur jeder zweite Stuhl benutzt. Sämtliche Laptops, die verfügbar waren, wurden denjenigen abgegeben, die bisher noch kein Homeoffice gemacht haben. An der Front ist Homeoffice natürlich nicht möglich, da haben wir neben der Aufklärung auch die Reinigung verstärkt.

**In dem Fall arbeiten bereits viele zu Hause?**

Der Parkplatz ist etwa noch zur Hälfte belegt. Das oberste Gebot ist, Kontakte zu vermeiden. Ich war am Donnerstag noch in den Läden und habe festgestellt, dass die Stimmung weiterhin gut ist. Sars und die Schweinegrippe sind noch nicht so lange her. Die Leute können damit umgehen. In den Filialen werden zur Zeit Höchstleistungen erbracht, damit die grossen Warenlieferungen bewältigt werden können und die Regale so schnell wie möglich wieder aufgefüllt sind.

**Können Sie noch alle Waren bereitstellen?**

Wenn man plötzlich in gewissen Warengruppen mehr als das Doppelte verkauft, ist dies für die gesamte Wertschöpfungskette eine enorme Herausforderung, die fast nicht zu bewältigen ist. Es kommt zwischenzeitlich zu leeren Regalen. Von einem Engpass an Lebensmitteln kann aber keine Rede sein, für Nachschub ist auf jeden Fall gesorgt.

**Wie schaffen Sie es trotzdem?**

Beispielsweise durch zusätzliche Einsatzstunden oder zusätzliche Transporte. Personal aus dem Catering wird aufgrund der abgesagten Events

**«Den Warennachschub können wir momentan dank unserer Eigenindustrie und dank der Lieferanten aus der Region sicherstellen.»**

in anderen Bereichen eingesetzt. Diese Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter helfen in der Betriebszentrale mit, Reinigungs- und Desinfektionsmittel abzufüllen, aber auch in den Filialen, um Regale aufzufüllen. Den Nachschub können wir momentan dank unserer Eigenindustrie und dank der Lieferanten aus der Region sicherstellen. Der Einsatz unserer Mitarbeiter ist unglaublich. Es werden auch Leute von Filialen, Restaurants und Fachmärkten, in denen es momentan ruhiger ist, an anderen Standorten aushelfen.

**Was passiert mit den Fitnesszentren?**

Die Migros-Fitnessparks, ONE Training Center und Only Fitness schliessen ihre Standorte ab 16. März, wirksam bis mindestens 30. April. Allen

Mitgliedern der Fitnessparks/ ONE Training Center und Only Fitness wird ein Time-Stopp ihrer Mitgliedschaft gewährt, sie erhalten eine entsprechende Zeitschrift und Verlängerung ihrer Mitgliedschaft um den Zeitraum der Schliessung.

**Ein anderes Thema: Sie sind als Verwaltungsratspräsident der Migros Luzern vorgeschlagen und werden, falls Sie gewählt werden, als Geschäftsführer im Juni zurücktreten. Wie ist die Gefühlslage?**

Wenn man während über 30 Jahren im operativen Geschäft tätig war, gibt es einem schon etwas zu denken, was danach kommt. Andererseits freue ich mich auch, wir konnten eine gute Nachfolge finden.

**Weshalb der Wechsel?**

Es ist gut, wenn jetzt jüngere Leute kommen. Das grösste Geschenk bei der Migros war für mich immer, dass ich nie länger als sieben oder acht Jahre in derselben Funktion war. Im Juni werde ich acht Jahre Geschäftsleiter der Migros Luzern sein, deshalb passt das sehr gut.

**Kommen wir zu den Zahlen: Der Umsatz ist um 1 Prozent zurückgegangen, der Gewinn um über 12 Prozent. Das Jahr 2019 war also gar kein gutes Jahr ...**

Die bereinigten Zahlen zeigen, dass wir im Vergleich zum Hauptkonkurrenten bei den Frischprodukten einen Preisunterschied bis zu 30 Prozent

haben. Wir haben auch die Preise nach unten angepasst.

Bereinigt um die Sondereffekte Sursseeparkumbau und Preisnachlässe stehen wir bei einem Plus von 0,5 Prozent und nicht bei einem Minus von 1 Prozent. Im Ebit liegen wir 12 Prozent über dem Budget. Daher hatten wir eigentlich ein erfreuliches Jahr, denn das Ergebnis liegt über den Erwartungen. Zudem hatten wir 0,4 Prozent mehr Frequenzen.

**Wie sieht es beim Marktanteil aus?**

Beim Marktanteil haben wir in der Konsequenz der beiden erwähnten Sondereffekte leicht verloren, sind aber immer noch deutlich führend. Genau Zahlen kommunizieren wir aber nicht. Wir haben eingebüsst, man muss aber auch sehen, auf welchem Niveau wir uns befinden. Der Abstand, den wir zu unserem Hauptkonkurrenten haben, ist so gross wie nirgendwo anders in der Schweiz.

**Wie sind Sie mit dem Ergebnis der Filialen im Kanton Zug zufrieden?**

Das Herti in Zug ist für die Migros eine sehr gute Geschichte. Das Supermarkt-Propositorium generiert momentan mehr Umsatz als die bisherige Filiale, die zurzeit saniert wird.

**Wie kann das sein?**

Hier haben wir den Fall, dass das Propositorium grösser ist als der bisherige Laden. Und ent-

sprechend mehr Umsatz generiert.

**Und die anderen Filialen?**

Damit sind wir sehr zufrieden. Der Supermarkt im Metalli in Zug ist sehr erfolgreich, wir sind sehr glücklich mit der Migros Steinhausen und auch mit dem Umbau in Cham. Wir haben in Zug in den letzten Jahren auch sehr viel investiert. Dort haben wir ein sehr gutes Wachstum. Das Zugerland hat 3,4 Prozent verloren, was aber immer noch im Schnitt liegt. Mit diesen Einbussen haben wir aufgrund der Steigerung an den anderen Orten auch gerechnet. Das Zugerland Steinhausen leidet etwas unter der Eigenkonkurrenz.

**Welche Neuheiten sind in Zug geplant?**

In Hünenberg wird es eine neue Filiale geben, die wird aber erst 2021 eröffnen.

**Worauf gilt es für die Migros Luzern in diesem Jahr das Hauptaugenmerk zu legen?**

Die Migros Luzern hat seit Jahren den Fokus auf die Effizienz mit den Kosten, das Wachstum und die Führung gelegt. Das hat dazu geführt, dass wir uns auf das Kerngeschäft fokussiert haben. Das war eine sehr erfolgreiche Strategie, aber da ist man natürlich auch nie am Ende. Wir hatten ja ein grosses Wachstum in Sofortkonsumbereich, hier gibt es sicher noch weiteres Potenzial.

## Distillerie Etter

# Ein Chriesiwasser bildete den Grundstein für das Traditionsunternehmen

**Sie ist eine der ältesten Firmen im Kanton Zug; seit 150 Jahren trägt die Etter Söhne AG das klassische Produkt der Zuger Landwirtschaft, das Chriesi in flüssiger Form, in alle Welt.**

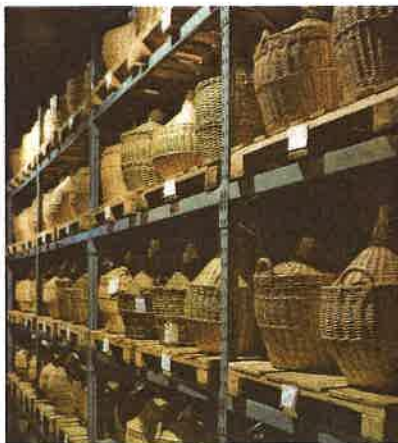
Franz Lustenberger

Die Eingangstüre an der Chollerstrasse in Zug öffnet sich – und schon ist man in einer ganz anderen Welt. Das Auge sieht die vielen Flaschen, die Nase wird umweht von einem Duft, der sich auf dem weiteren Rundgang in der eigentlichen Brennerei zu einem feinen Geruch verdichtet. Einfach Kirschen zu brennen, reicht in der heutigen Zeit schon lange nicht mehr. «Unsere Firma will Tradition mit Innovation verbinden», sagen Eveline und Gabriel Galliker-Etter, die vierte Generation in der Firma, übereinstimmend.

Zuerst zur Tradition: Bauer Johann Baptist Etter brannte im 19. Jahrhundert auf seinem Hof «Bergli» gleich unterhalb des Klosters Gubel in Menzingen sein «Chriesiwasser» und legte damit den Grundstein für das Familienunternehmen, das 1870 als «gewerbliche Brennerei» von Sohn Paul an der Poststrasse in Zug gegründet wurde. Seit dem Jahre 1980 ist man an der Chollerstrasse zu Hause. Die viereckigen Flaschen gehören zum Markenzeichen; der besondere Inhalt brauche auch eine besondere Form, witzelt



Christine und Hans Etter (ausser), Gabriel und Eveline Galliker-Etter stossen auf das 150-Jahr-Jubiläum an.



Die Körbe für die grossen Flaschen im Lager werden seit Jahren in der Werkstatt der Strafanstalt Bostadel geflochten. Die rechteckigen Flaschen sind das Markenzeichen von Etter.



Eilder, Maria Schmid

Hans Etter aus der dritten Generation.

**Acht Kilo Kirschen für sieben Deziliter Kirsch**

Qualität und Tradition bedeutet für Etter «frisch vom Baum in die Verarbeitung». «Wir sind abhängig von der Natur», betont Gabriel Galliker-Etter. Die Kirschen und alle anderen Fruchtsorten – mit Ausnahme der Orange – stammen zu 100 Prozent aus der Schweiz; die allermeisten Bauern würden über Jahre und Jahrzehnte mit der Firma zusammenarbeiten. Langfristig ist auch die Zusammenarbeit

mit der Strafanstalt Bostadel, wo die Körbe für die grossen Flaschen im Lager geflochten werden. Gabriel Galliker-Etter nennt diese Korbbaschen liebevoll die «stillen Reservisten» der Firma.

Jetzt zur Innovation: Vielle Orange ist die ausländische Ausnahme im Sortiment. Gabriel Galliker-Etter: «Mit neuen Produkten als Ergänzung zu unseren traditionellen Produkten können wir neue Märkte erschliessen.» Das Ausland ist für die Zuger Firma von grosser Bedeutung; der Exportanteil am Umsatz beträgt über 40 Prozent. Bedeutendste Export-

märkte sind Deutschland und die Duty-free-Shops. Die Familienfirma veröffentlicht keine Geschäftszahlen, nur so viel: Der Anteil von Kirschen am Gesamtumsatz beträgt noch rund 40 Prozent. Innovativ ist man auch im Marketing; mit Video-clips will man ein jüngeres Publikum auf den sozialen Medien erreichen.

Fruchtbrand ist ein edles Produkt, dessen Qualität während des ganzen Brennvor-gangs immer wieder überprüft werden muss, eben mit der Nase. In zwei Schichten sind die acht Brennblasen in Betrieb; in jeder Brennblase wer-

den aus 360 Kilogramm Früchten innert vier Stunden die hochwertigen Destillate.

Aus dem hochwertigen Kirschen aus zehn verschiedenen Jahrgängen hat die Familienfirma einen limitierten Jubiläumskirschen kreiert, mit

einer speziellen Etikette aus dem Jahre 1900. Und für die Zugerinnen und Zuger, welche die Entstehung der Fruchtbrände sehen und auch riechen wollen, hat die Jubiläar-in für den 7. November einen Tag der offenen Tür geplant.

## Nachhaltigkeit

Abfallprodukte wie die Kirschensteine werden in der Heizzentrale Lättich in Baar verbrannt und heizen so das Bad. Der Trester geht in eine Biogasanlage nach Hünen-

berg. Das Engagement für Nachhaltigkeit ist nicht gratis, im Gegenteil, die Firma legt drauf: «Wir lassen uns die Verbundenheit mit der Natur auch etwas kosten.» fra