

BLICKPUNKT

Hinterland

Eventbranche mit Rekord-Umsatzeinbussen

REGION Covid hat die Kultur- und Eventbranche flachgelegt. Zahlreiche Unternehmen in unserer Region sind zum Nichtstun verurteilt, verzeichnen rekordtiefe Umsätze und blicken skeptisch in die Zukunft. Drei Beispiele, die Bände sprechen.

von Norbert Bossart

«Wehmütiger Rückblick auf die phänomenale «Hecht»-Show im Hallenstadion Zürich, die vor einem Jahr stattfand», hielt letzte Woche Bruno Muff in einem Facebook-Beitrag fest. Der 45-jährige Menznauer ist Gründer und Inhaber der Schallwerk GmbH. Sein Unternehmen mit Sitz in Wolhusen sorgte auf der «Hecht»-Tournee für den guten Ton. Konkret: «Schallwerk» stellte die Beschallungsanlagen und Tontechniker am Mischpult. «Gerade in der aktuellen Lage erkennt man im Rückblick noch besser, wie unglaublich verbindend und berührend ein solches Konzert sein kann», schreibt Muff in seinem Online-Beitrag weiter. «Wenn 13000 Fans ihre Lieblingsband feiern, entsteht eine unglaublich grosse positive Energie! Solch gemeinsame Konzerte erlebnisse tun einfach gut.»

Diese gute Zeiten sind seit dem 29. Februar für Bruno Muff passé. «Die Event- und Kulturbranche kennt seit her faktisch einen Lockdown», sagt der Tontechniker auf WB-Nachfrage. Muff ist seit 2002 im Audio-Bereich tätig, anno 2004 gründete er sein eigenes Unternehmen. Dessen Belegschaft ist die letzten Jahre auf sieben Mitarbeitende angewachsen. «Die Corona-Massnahmen sind für unser Team wie ein Berufsverbot.» In der Regel stand Muffs Team jährlich an gegen 100 Konzerten und Festivals im Einsatz. Seit März werden musikalische Anlässe abgesagt, sind ab gewisser Grösse gar generell verboten. «Bis mindestens Ende März ist keine Besserung in Sicht», gibt Bruno Muff zu bedenken. Mit fatalen Folgen: «Unser Umsatz ist im Vergleich zum Vorjahr auf 5 bis 10 Prozent eingebrochen.» Geld verdienen lasse sich derzeit einzig mit dem Standbein Anlagen- und Lautsprecherverkauf. «Hier gibts ab und zu einen Auftrag. Doch tendenziell ist auch in diesem Segment grosse Zurückhaltung spürbar», berichtet Muff. Seine Mitarbeitenden können Kurzarbeit machen. Sie erhalten so 80 Prozent des Lohnes. Unternehmer Muff hingegen wurde bis dato vom Staat nur in der offiziellen Lockdown-Zeit – also während zehn Wochen – mit brutto 3320 Franken pro Monat unterstützt, wie dieser festhält. «Seither kriegte ich keinen Rappen mehr, obwohl wir zum Nichtstun verurteilt sind.» Er wolle nicht ins Jammern verfallen und auch nicht auf staatliche Hilfe pochen. «Doch ohne Unterstützung wird die Kultur- und Eventszene schweren Schaden nehmen.» Der Staat müsse dringend Gegensteuer geben. «Denn auch ein reichhaltiges Kulturleben ist systemrelevant», ist Bruno Muff überzeugt. «Kultur bereichert unsere Lebensqualität, tut uns gut. Zudem sind viele Arbeitsplätze mit kulturellen Events verbandelt.» Muff erinnert etwa an die Gastrobranche.

Die grösste Krise in der Firmengeschichte

Praktisch zum Nichtstun verurteilt ist die Hunziker AG in Willisau, die schweizweit jährlich an rund 300 Veranstaltung für die Infrastrukturbauten zuständig ist. Mit Zelten, Hallen und Tribünen. «Unser Umsatz ist im Vergleich zum Vorjahr um 85 Prozent



Roland Küng, Geschäftsführer der Hunziker AG: «Unser Umsatz ist im Vergleich zum Vorjahr um 85 Prozent eingebrochen. Wir stecken derzeit in der grössten Krise in unserer 86-jährigen Firmengeschichte.» Foto Norbert Bossart

eingebrochen. Wir stecken derzeit in der grössten Krise in unserer 86-jährigen Firmengeschichte», sagt auf WB-Nachfrage Geschäftsführer Roland Küng (50). Vor dem Lockdown beschäftigte das Unternehmen, das Teil der Andreas-Messlerli-Gruppe ist, 70 Mitarbeitende. Inzwischen ist die Belegschaft um 15 Personen auf deren 55 gesunken. Sechs Angestellten musste Geschäftsführer Küng «schweren Herzens» kündigen, deren neun gingen in Pension oder fanden andernorts eine neue Anstellung. «Sämtliche unserer Mitarbeiter sind seit Anfang April in Kurzarbeit», berichtet der Chef der Hunziker AG. «Notgedrungen.» Zwischen 10 und 15 Personen habe er in den letzten Monaten an andere Firmen ausmieten können. So standen in diversen Betrieben in unserer Region jeweils ein bis vier Hunziker-Angestellte im Einsatz, etwa auf dem Bau, im Sägewerk

oder im Landmaschinenunternehmen. Küng führte zwischenzeitlich «ein Temporärbüro», wie er lakonisch festhält. «Wir konnten zumindest aushelfen, wo Not am Mann war und gleichzeitig die Kurzarbeit mindern. Und einige mussten nicht zu Hause rumsitzen, sondern konnten etwas Sinnvolles in der Arbeitswelt machen.» Mit dem Ausmieten lasse sich aber nicht das grosse Geld verdienen, bemerkt Roland Küng. «Viel mehr gehts um Schadensbegrenzung.» Der Zukunft blickt er besorgt entgegen. «Unsere Angestellten haben aufgrund der Corona-Vorschriften für Grossveranstaltungen weiterhin ein faktisches Berufsverbot.» Abgesagt sind bereit sämtliche grossen Winterevents, für welche die Hunziker AG im Einsatz gestanden wäre. Der Geschäftsführer nennt dabei beispielsweise «Ice Magic» in Interlaken, das Eislaufen mitten in einer riesigen Gastro-Land-

schaft, das ohne Zuschauer stattfindende Skispringen in Engelberg, das Weltwirtschaftsforum WEF in Davos oder die Winteruniversade in der Zentralschweiz. «Stand heute haben wir mindestens bis Ende März keine grossen Aufträge», hält Küng fest. Ab und zu könne für ein Gastrobetrieb ein Zelt gestellt werden, der seine Aussenfläche aufgrund der Abstandsregeln vergrössern wolle. «Doch solche Aufträge machen den Braten nicht feiss.» Auf ein neues Standbein zu setzen, sei äusserst schwierig. «Corona-Kredite, wie wir sie erhalten haben, dürfen explizit nicht für Innovationen und Neuinvestitionen verwendet werden. Die staatliche Hilfe gilt es für die Deckung der Löhne zu nutzen.» Zu schaffen macht der Hunziker AG die langfristige Perspektive. «Bereits sind Grossanlässe vom nächsten Sommer abgesagt worden.» So etwa das Bundeslager der Pfadi in Ulrichen

oder das Eidgenössische Musikfest in Interlaken. Weitere Event-Absagen werden folgen, ist der Hunziker-Chef überzeugt. Dies, weil die Veranstalter aufgrund der Pandemie eine völlige Planungsunsicherheit haben.» Roland Küng: «Bessert sich die Situation ab nächsten Sommer, wäre für unsere Unternehmung 2021 wohl ein Umsatz von knapp 50 Prozent wie in normalen Jahren bereits ein riesiger Erfolg.»

Zum einen Umsatzeinbussen, zum andern Marktgewinne

Die Diwisa Distillerie Willisau SA, im Volksmund kurz Diwisa genannt, ist die Brennerei Nummer 1 in unserem Land. Der 102-jährige Traditionsbetrieb macht in der Regel knapp 100 Millionen Umsatz pro Jahr. «Dieser ist im Zuge der Coronakrise um 20 Prozent eingebrochen», sagt Adrian Affentranger (46), Geschäftsführer und Mehrheitsaktionär. Zu einem Stellenabbau sei es die letzten Monate nicht gekommen. Doch über die gesamte Belegschaft hinweg verzeichnete Diwisa rund 20 Prozent Kurzarbeit. Von Letzterer stark betroffen war der Bereich Verkauf, der im Gastro- und Eventsegment tätig ist. Denn dieses Segment macht rund 60 Prozent des Umsatzes bei der Diwisa aus. «Hier erlitten wir einen Umsatzrückgang von 30 Prozent», hält Affentranger fest. «Die Gaststätten, Bars und Clubs brauchten während dem Lockdown keine Ware.» Danach sind die Bestellungen im Vergleich zu normalen Zeiten extrem rückläufig gewesen. «Dies, weil die Restaurants und Clubs in dieser unsicheren Zeit weit weniger Gäste haben oder gar aufgrund der Corona-Massnahmen schliessen mussten.»

Zudem sind diverse Grossevents abgesagt worden, an denen die Diwisa mit Infrastruktur oder mit Produkten jeweils präsent ist. Diwisa-Chef Affentranger nennt dabei Musikfestival wie etwa das Heitere Open Air und Sportanlässe wie Turn- oder Schwingfeste.

Im Detailhandel, dem zweiten Diwisa-Standbein, sehen die Umsatzzahlen laut Affentranger weit positiver aus. «Hier stieg die Nachfrage nach unseren Produkten erfreulicherweise um 15 Prozent. Tendenz steigend.» Daher werde Diwisa im Detailhandel seine Bemühungen weiter verstärken. Ebenfalls versuche die Distillerie in der klassischen Speisegastronomie mit ihren Produkten noch besser Fuss zu fassen, weil diese den Corona-Massnahmen besser Rechnung tragen könne. Weiter will Diwisa den Online-Verkauf ausbauen und seine Produktpalette entsprechend anpassen. «An Ideen und Optimismus fehlt es uns nicht», sagt Adrian Affentranger. «Doch letztlich ist unser Geschäftsgang die kommenden Monate von der Entwicklung der Pandemie stark abhängig.»

Im März mangelte es in unserem Land zusehends an Desinfektionsmitteln. Darauf regierte der Bund mit der Zulassung von solchen auf alkoholischer Basis. Auch die Diwisa startete mit der Produktion und stellte insgesamt rund 70000 Liter her. «Wir wollten unseren Beitrag zur Minderung der akuten Lage leisten», sagt Adrian Affentranger. Gleichzeitig habe dies für rund 30 Mitarbeiter Kurzarbeit verhindert. Die Ausnahmebewilligung für Desinfektionsmittel auf alkoholischer Basis hatte der Bund auf Ende August beschränkt. Das grosse Geld, so Affentranger, habe seine Unternehmung mit dem Desinfektionsmittel nicht verdient. «Wir verkaufen zu marktüblichen Preisen.» Das Diwisa-Mittel darf laut Bund noch bis Ende Februar verkauft werden. «Unser entsprechendes Lager wird bis dann leer sein.»



Bruno Muff, Tontechniker und Inhaber des Audio-Unternehmens «Schallwerk»: «Die Corona-Massnahmen sind für unser Team wie ein Berufsverbot.» Foto zvg



Adrian Affentranger, Diwisa-Geschäftsführer: «Im Event- und Gastrobereich hatten wir einen 30-Prozent-Umsatzrückgang, im Detailhandel konnten wir um 15 Prozent zulegen.» Foto zvg