

# 25. GESCHÄFTSBERICHT 2007 DER LURAG LUZERNER RASTSTÄTTEN AG



LUZERNER RASTSTÄTTE



# 25. GESCHÄFTSBERICHT 2007

## DER LURAG LUZERNER RASTSTÄTTEN AG

### INHALTSVERZEICHNIS

<b>EDITORIAL</b>	BERICHT DES VERWALTUNGSRATSPRÄSIDENTEN	2
<b>LURAG</b>	25 JAHRE LURAG LUZERNER RASTSTÄTTEN AG	
	EIN GESCHICHTLICHER RÜCKBLICK	4
	QUALITÄTSGÜTESIEGEL 2	6
	TREIBSTOFF, TANKSTELLENSHOP	7
	TECHNISCHER DIENST	9
	HOTELLERIE, EXPRESS BY HOLIDAY INN LUZERN	10
	GASTRONOMIE: MARCHÉ™ RESTAURANTS	12
	DETAILHANDEL: COOP PRONTO SHOP	13
	MUSIK & TRENDSHOP ROUTE 66	14
	PERSPEKTIVEN	15
	PUBLIC RELATIONS UND WERBUNG	16
<b>FINANZEN</b>	ERFOLGSRECHNUNG	18
	BILANZ	19
	MITTELFLUSSRECHNUNG	20
	STATISTIKEN	21
	ANHANG	23
	GEWINNVERWENDUNG	24
	REVISIONSBERICHT	25
<b>ORGANISATION</b>		26
<b>KENNZAHLEN</b>		28

LUZERNER RASTSTÄTTE



# EDITORIAL

## BERICHT DES VERWALTUNGSRATSPRÄSIDENTEN



### **25 Jahre LURAG Luzerner Raststätten AG**

Am 24. Dezember 1982 wurde die LURAG Luzerner Raststätten AG in das Handelsregister des Kantons Luzern eingetragen. Wir dürfen somit im Berichtsjahr 2007 auf 25 Jahre Firmengeschichte zurückblicken.

Vor über 25 Jahren war im Richtplan des Bundes an der A2 am heutigen Standort eine Raststätte vorgesehen. Der Autobahnabschnitt entlang des Sempachersees musste aber erst fertig gebaut werden. Unser Gründungspräsident, alt Nationalrat Hans Schärli, hatte damals die Chance für das Luzerner Gewerbe rechtzeitig erkannt und zusammen mit dem Kantonalen Gewerbeverband – mit seinem damaligen Präsidenten, Hans Sager sel. – die erforderlichen Arbeiten in die Wege geleitet. Den Pionieren der ersten Stunden unseres Unternehmens gebührt für deren Weitsicht und unternehmerischen Mut ein herzliches Dankeschön.

In den Dank einschliessen möchte ich unsere Partnerfirmen, welche Risiko mitgetragen und mit ihrem Einsatz zum Erfolg der Raststätte Luzern-Neuenkirch wesentlich beigetragen haben.

Unserem Personal haben wir an Weihnachten 2007 als Dank einen Jubiläumsbonus zukommen lassen.

Unsere Aktionärinnen und Aktionären erhalten eine Jubiläumsdividende von zusätzlich zwei Prozent. Die Teilnahme an der 25. Generalversammlung am 21. Mai 2008 soll zu einem unvergesslichen Abend werden.

### **Wirtschaftliches Umfeld im Berichtsjahr**

Das reale Bruttoinlandprodukt BIP stieg um 3,6 Prozent; im Vorjahr lag dieser Wert noch bei 2,9 Prozent. Die Schweizer Wirtschaft zeigte sich im Berichtsjahr nochmals in guter Verfassung. Allerdings sind gewisse Abschwächungstendenzen erkennbar, so vor allem im Baubereich. Stark zugenommen hat der private Konsum. Düstere Wolken machen sich hingegen am Finanzhimmel bemerkbar. Eine grobe Fehleinschätzung des amerikanischen Hypothekenmarktes beschert den Schweizer Grossbanken Milliardenverluste und einen riesigen Vertrauensverlust. Es ist zu hoffen, dass diese Institute ihre Risiken im Derivatbereich und den strukturierten Produkten besser im Griff haben, als das USA-Engagement im Hypothekengeschäft. In Deutschland, hat sich die Wirtschaftslage weiter verbessert.

Der Aufschwung an der Börse wurde im Berichtsjahr gebremst. Währenddem der SMI im Vorjahr um 16 Prozent zu-

gelegt hatte, verlor er im Berichtsjahr 3,5 Prozent. Die Arbeitslosenquote ging von 3,3 Prozent im Vorjahr auf 2,7 Prozent zurück. Der Landesindex der Konsumentenpreise stieg im Jahresvergleich um 2 Prozent. Sowohl die kurzfristigen Geldmarkt- und die Kapitalmarktzinsen haben im Verlaufe des Jahres weiter leicht angezogen, bewegen sich aber immer noch auf tiefem Niveau. Gleiches gilt für den Hypothekensatz. Erste Hypotheken im Wohnungsbau waren für 3¼ bis 3½ Prozent zu haben. Der Jahresendwert des Dollars sank von 1.2207 im Vorjahr auf 1.1321, während dem der Kurs des EURO von 1.6097 auf 1.6552 anstieg.

#### **Rekordergebnis für die LURAG**

In sämtlichen Sparten konnten wir im vergangenen Jahr Umsatzzunahmen verzeichnen. Auch unsere Partnerfirmen meldeten positive Umsatzentwicklungen. Diese erfreuliche Entwicklung auf breiter Front und ein effektives Kostenmanagement haben dazu beigetragen, dass wir wiederum ein Rekordergebnis ausweisen können.

#### **Dank**

Der Verwaltungsrat der LURAG Luzerner Raststätten AG dankt den Mitarbei-

terinnen und Mitarbeitern für den erneuten grossartigen Einsatz. Ein ganz herzliches Dankeschön geht auch an unsere Aktionärinnen und Aktionäre für das Vertrauen, welches unserem Gremium und unserem Unternehmen immer wieder entgegengebracht wird. Wir freuen uns darauf, Sie an unserer 25. Generalversammlung vom 21. Mai 2008 in Sempach begrüßen zu dürfen.

Im Namen des Verwaltungsrates

Alfred Müller



Präsident des Verwaltungsrates

# 25 JAHRE LURAG LUZERNER RASTSTÄTTEN AG EIN GESCHICHTLICHER RÜCKBLICK

**Die Luzerner Raststätte Neuenkirch ist heute eine der Top-Raststätten Europas, doch bis es soweit war, mussten viele Diskussionen geführt, wichtige Beschlüsse gefasst und einige Hürden genommen werden. 25 Jahre dauerte die Entwicklung von der eigentlichen Gründung bis jetzt, und sie ist bestimmt noch nicht abgeschlossen, denn Stillstand bedeutet Rückschritt. Nichts desto trotz muss man auch zurückschauen, um die Zukunft planen zu können.**

«Grenzenloses Angebot», «Treffpunkt in alle Richtungen», «Engagierte Dienstleistungen», dies sind nur drei Slogans der Luzerner Raststätte, doch sie zeigen die Idee auf, die hinter dem noch immer ambitionösen Vorhaben der LURAG Luzerner Raststätten AG steckt. Dabei begann

alles aus einer Art Not oder, positiver formuliert, aus einer klaren Problemfrüherkennung heraus.

## **Umsatzeinbussen beim Luzerner Gewerbe entlang der Nord-Südachse**

Die Eröffnung der N2 anfangs der 80er Jahre erhöhte zwar die Geschwindigkeit, mit der man von Hamburg nach Rom gelangen konnte, jedoch bestand auch die Gefahr von grossen geschäftlichen Einbussen beim Luzerner Gewerbe. Die Reisenden auf den Luzerner Kantonsstrassen hatten die Betriebe in dieser Gegend rege frequentiert. Durch die Eröffnung der N2 wollte man von diesem Kundenpotential weiterhin profitieren und die Reisenden aus nah und fern zum Verweilen auf Luzerner Boden animieren. Vom Bau einer Raststätte versprach man sich wichtige wirtschaftliche

Impulse. Eine primäre Zielsetzung bestand darin, dass die Betriebe auf der Raststätte durch Luzerner Gewerbetreibende gebaut und beliefert wurden.

Unter der Leitung des Gewerbeverbandes des Kantons Luzern entstand 1979 das Konsortium für den Bau und Betrieb der Nebenanlage N2, welches die Idee einer Raststätte an der N2 in die Tat umsetzen wollte.

## **Wahl der richtigen Partner**

Eine grosse Herausforderung bildete die Auswahl der verschiedenen Partner für die geplanten Betriebe auf der Anlage. Nach eingehenden Verhandlungen konnten zwei Treibstoffliefer-Verträge mit den Marken AVIA und BP abgeschlossen werden.

Die LURAG Luzerner Raststätten AG konzipierte und betreibt selbst die beiden Tankstellen und die zwei Autobahnshops. Bei der Wahl des richtigen Restaurateurs wurde uns seitens des Gründungsmitgliedes, dem Luzerner Wirtverband, die Mövenpick AG, empfohlen. Zusammen mit diesem Partner konnten modernste Gastronomie-Konzepte umgesetzt werden, welche bis zum heutigen Tag sehr erfolgreich sind.

Im Sektor Detailhandel konnte ein Mietvertrag mit der Luzerner Firma Hofer Curti abgeschlossen werden.

Im Bereich der Tourismus-Information haben wir mit dem vom Kanton Luzern vorgeschlagenen «Verein Information Region Luzern» zusammengearbeitet. (Sowohl im Detailhandel wie bei der Tourismus-Information haben mit den Jahren Veränderungen statt gefunden).



*Eröffnungsfeier der Luzerner Raststätte Neuenkirch: Der Auftakt einer Erfolgsgeschichte.*



### Ausschreibung und Zuschlag

Im Dezember 1981 hat die Luzerner Regierung im Kantonsblatt die Ausschreibung dieser Nebenanlage publiziert. Das damalige Luzerner Gewerbeconsortium hat ein umfassendes Projekt für das 70 000 m<sup>2</sup> grosse Areal ausgearbeitet und beim Kanton eingegeben. Nach der Eingabe waren detaillierte Gespräche mit der Luzerner Regierung notwendig, bis das Vorhaben schliesslich soweit perfektioniert war, und der Regierungsrat dem Konsortium den Zuschlag zum Bau der Luzerner Raststätte erteilte. Der 15. November 1982, als Tag des Zuschlags, ging als eines der wichtigsten Daten in die Geschichte der LURAG ein.

### Gründung der LURAG Luzerner Raststätten AG

Dieser erste Meilenstein der Raststätte wurde noch nicht unter dem Namen LURAG Luzerner Raststätten AG gesetzt. Die Gründung derselben fand erst am 22. Dezember 1982 statt; der Eintrag ins Handelsregister des Kantons Luzern erfolgte am 24. Dezember 1982. Das Aktienkapital wurde damals auf CHF 510 000.– festgesetzt. Bereits 1983 wurde eine Aktienkapital-Erhöhung auf CHF 5 000 000.– vorgenommen. Als erste Verwaltungsräte amtierten Hans Schärli, Kurt Epper, Hans Sager, Alfred Müller, Robert Schätzle, Paul Fuchs und Josef Niederberger, und als Geschäftsführer zeichnete Hans Walker.

### Rasanter Bau

Nach dem Zuschlag des Regierungsrates des Kantons Luzern und der Gründung



Die ersten Verwaltungsräte beim Pflanzen der Erinnerungs-Linde.

der LURAG Luzerner Raststätten AG fand der erste Spatenstich statt. Der Bau ging nun zügig von statten, so dass der Zeitplan problemlos eingehalten werden konnte. Am 13. April 1984 konnten der Restaurationsbetrieb mit Tankstelle, Shop und Informationsschalter auf der Seite West (Richtung Luzern) und die Tankstelle mit Auto-shop und Kiosk auf der Seite Ost dem Betrieb übergeben werden. Jetzt fehlte noch das geplante Restaurant Ost und das Detailhandelsgeschäft sowie die Touristinformation auf der Seite Ost. Diese Betriebe wurden bereits ein Jahr später, im März 1985 zusammen mit zahlreichen Aussenparkplätzen für die Kunden geöffnet. In den Jahren bis heute erfuhr die Raststätte zahlreiche Erweiterungen oder Umbauten, so dass man bezüglich Kundenbedarf und

Umweltschutz immer auf der Höhe der Zeit war und ist.

### Das Hotel entsteht

Vom Hotel sprach man schon bei der ursprünglichen Ausschreibung im Jahr 1981. Zu diesem Zeitpunkt war aber eine unternehmerisch tragbare Umsetzung nicht möglich. Die damalige Frequenz auf der Autobahn N2 hätte einen erfolgreichen Betrieb eines Hotels nicht erlaubt. Rund zehn Jahre nach der Betriebsaufnahme hat der Verwaltungsrat ein Hotel-Konzept in Auftrag gegeben. Dieses Konzept führte dazu, dass 1997 der erste Spatenstich gemacht wurde. Knapp ein Jahr danach konnte das Holiday Inn Express Eröffnung feiern. Seither übernachten jährlich rund 26 000 Gäste im Hotel auf der Luzerner Raststätte.

## LURAG BETRIEBE ERHALTEN QUALITÄTSGÜTESIEGEL 2

Die LURAG Betriebe sind stolz darauf, das Qualitätsgütesiegel für den Schweizer Tourismus Stufe 2 erreicht zu haben. Dass die Zertifizierung der Tankstellen mit -shops, des Hotels und des Technischen Dienstes ausserdem problemlos gelang, ist besonders erfreulich. Die LURAG Betriebe haben mit Note 3.64 (Maximalnote 4) ein sehr gutes Resultat erzielt. Adrian de Souza vom Hotel Express by Holiday Inn meint dazu begeistert: «Der ganze QII Prozess war intensiv, spannend und lehrreich. Die

Qualität der Betriebe wurde von verschiedenen Seiten durchleuchtet. Das Führungsteam, die Mitarbeiter und die Gäste wurden befragt. Und am Schluss gab es noch den Besuch der Mystery Person. Ende November haben wir den Auswertungsbericht erhalten. Für das Hotel ist zusätzlich erfreulich, dass die Auswertungen der Mystery Person sehr positiv ausgefallen sind. Ende Dezember haben wir dann den letzten Schritt zur Erlangung des Gütesiegels genommen und die Aktionspläne eingereicht. Diese

werden nun von der Prüfstelle geprüft. Das Zertifikat werden wir bei Erscheinen des Geschäftsberichtes 2007 bereits in Händen halten.»





# LURAG LUZERNER RASTSTÄTTEN AG TREIBSTOFF, TANKSTELLENSHOP



Betriebsleiter Walter Misteli mit zwei seiner Mitarbeitenden.

## Markante Zunahme beim Treibstoff

In einem eher stagnierenden Treibstoffmarkt ist es uns gelungen, den Treibstoffabsatz im Berichtsjahr um über 10 Prozent zu steigern. Im Vergleich zum Vorjahr haben wir rund 800 000 Liter mehr Treibstoff abgesetzt.

Rund die Hälfte des Mehrumsatzes erzielten wir über unsere Pendlerkarte, welche wir im vergangenen Jahr mit grossem Erfolg lanciert haben. Die andere Hälfte ist begründet mit dem allgemeinen Wirtschaftswachstum und der Tatsache, dass die Gotthard-Route das ganze Jahr offen war. Auffallend war auch die Zunahme der deutschen Gäste, welche wieder Vertrauen in ihre Wirtschaft gewonnen haben und ausgabefreudiger geworden sind. Sicher hat auch die Wertsteigerung des Euros diese Entwicklung begünstigt.

## Tankstellenshops – topaktuelles Angebot – toller Service garantiert

Jedes Jahr kommt eine Vielzahl neuer Produkte auf den Markt. Wir beobachten die Entwicklungen auf dem Markt

aufmerksam und sorgen dafür, dass unseren Kunden immer ein topaktuelles und auch bedürfnisgerechtes Angebot zur Verfügung steht. Das Lebensmittelangebot muss immer frisch sein. So produziert unser Shop-Team mehrmals täglich Sandwiches, welche bei den Kunden äusserst beliebt und weit herum bekannt sind. Dies übrigens an 365 Tagen im Jahr, Tag und Nacht.

## Aussichten auf 2008

Im kommenden Jahr wollen wir die Pendlerkarte noch weiter verbreiten. Die Inhaber dieser Karte können zu wesentlich günstigeren Konditionen bei uns tanken. Ansonsten werden Walter Misteli und sein Team weiterhin für ein ständig aktuelles Angebot in den Tankstellenshops sorgen. Der Kunde ist bei uns König, er wird freundlich empfangen, freundlich bedient und freundlich verabschiedet.



Die Tankstellen und -shops sind immer gut besucht.





Markt



# LURAG LUZERNER RASTSTÄTTEN AG

## TECHNISCHER DIENST

Im Jahr 2007 erfuhr die Anlage West, Fahrtrichtung Luzern, eine echte Bereicherung, die Terrassenanlage wurde verschönert. Dabei konnte der Technische Dienst sein ganzes Können unter Beweis stellen. Dass bei den Arbeiten alles wie geplant und wie budgetiert abgelaufen ist, ist vor allem das Verdienst des Teamleiters Adolf Ambauen. «Die Planung der Bautätigkeit und der Investitionen hat mir sehr viel Spass gemacht.»

### Probleme im Griff

Dass eine Autobahnraststätte ganz besondere Probleme mit sich bringt, leuchtet ein. Umso wichtiger ist es da, dass die Mitarbeiter des Technischen Dienstes richtig geschult werden und grosse Erfahrung in ähnlichen Bereichen vorweisen können. Es ist nicht einfach, eine so grosse Raststätte sauber zu halten, und auch mit der mutwilligen Zerstörung diverser Einrichtungsgegenstände durch Randalierer hat der Technische Dienst zu kämpfen. Das grösste Problem ist aber nach wie vor die illegale Abfallentsorgung. Stichprobenmässig werden abgestellte Abfallsäcke geöffnet und Adresshinweise gesucht, denen dann nachgegangen wird. Werden mehrmals dieselben Abfallsünder ausgemacht, erhalten sie eine Anzeige. Nicht einfach zu handhaben ist auch das immer grösser werdende Aufkommen des Schwerverkehrs. Adolf Ambauen erklärt die Zuständigkeiten folgendermassen: «Tagsüber ist der Technische Dienst verantwortlich für die LKWs, am Abend ist dann von 19 bis 23 Uhr eine Sicherheitsfirma vor Ort, kassiert die 10 Euro Nachtparkgebühr und sorgt auch



*Adolf Ambauen hat stets alles im Griff.*

für Ordnung.» Die angesprochene Sicherheitsfirma kümmert sich nachts selbstverständlich auch um die Sicherheit auf der ganzen Anlage, und während des Tages patrouilliert immer mal wieder die Polizei. Gegen allfällige Randalierer während der Euro 08-Zeit ist man auf der Raststätte Neuenkirch also gerüstet.

### Aufmerksames Team

Das Team des Technischen Dienstes rückt nicht nur aus, wenn es zu Notfällen wie Störungen bei Heizung, Klimaanlage oder Wasserrohrleitungsbrüchen gerufen wird, sondern geht auch immer mit offenen Augen durchs Gelände und beseitigt Missstände sofort. An 365 Tagen im Jahr sorgt der Technische Dienst von morgens um 5.30 Uhr bis abends um 22 Uhr dafür, dass die Luzerner Raststätte Neuenkirch zu den bestgepflegten Raststätten Europas gehört. Und auch für die Sicherheit auf den Verkehrswegen

des Areals ist gesorgt. Erst 2007 wurde die ganze Anlage neu markiert und mit neuen Gehstreifen versehen.

### Der Kunde ist König

Da der Technische Dienst quasi rund um die Uhr einsatzbereit ist, werden seine Mitarbeiter auch immer wieder von Besuchern angesprochen. Die Gäste liefern Anregungen zur Gestaltung der Grünanlagen, schlagen neue Plätze für Abfallkübel vor oder wünschen auch sonstige Veränderungen. Erscheinen die Vorschläge sinnvoll, werden sie in die Tat umgesetzt. «Der Technische Dienst ist aber auch der erste Ansprechpartner, wenn die Gäste Probleme mit ihrem Auto haben», führt Adolf Ambauen weiter aus. Bleibt zu hoffen, dass das funktionierende und harmonisierende Team des Technischen Dienstes auch 2008 alle anfallenden Arbeiten unfallfrei und speditiv erledigen kann.

# LURAG LUZERNER RASTSTÄTTEN AG

## HOTELLERIE, EXPRESS BY HOLIDAY INN LUZERN



Adrian de Souza blickt stolz auf das Jahr 2007 zurück.

Das Jahr 2007 war für das Express by Holiday Inn das erfolgreichste Jahr seit der Eröffnung des Hotels im Jahr 1998. Mit einem Umsatz von knapp 1,68 Millionen Franken wurden sogar die bisherigen Spitzenjahre 2000 und 2001 übertroffen.

### Einige bauliche Veränderungen

Der neue Umsatzrekord wurde trotz einiger Umbauarbeiten am Hotel erreicht. Es wurde darauf geachtet, dass die Arbeiten im Frühjahr, wo die Belegung noch relativ tief war, durchgeführt wurden. Dank der guten Zusammenarbeit zwischen den Arbeitern, dem technischen Dienst und dem Hotelteam konnten die Arbeiten schnell und reibungslos abgewickelt werden. Bei der Modernisierung

wurden unter anderem im ganzen Haus die Teppiche ausgewechselt, die Familienzimmer haben neue Sofabetten bekommen, und der Frühstücksraum wurde in neuen und warmen Farben gestrichen.

### Zustrom aus dem Osten

Auch 2007 entwickelte sich der Zustrom der Gäste aus dem Osten positiv. Die Asiaten trugen somit auch zum guten Geschäftsergebnis bei. Die meisten Gäste aus dem Osten kommen als Gruppenreisende. Insbesondere der Anteil indischer Logiernächte ist sehr hoch. Durch den Abschluss eines neuen Vertrags mit einem Tour Operator, welcher in China Reisen verkauft, konnte auch der Anteil chinesischer Gäste geringfügig gesteigert werden. «Allerdings ist der chinesische Markt sehr preissensibel», meint Geschäftsführer Adrian de Souza.

### Kurze Aufenthaltsdauer

Die meisten Gäste, egal woher sie kommen, bleiben eine Nacht im Express by Holiday Inn. In den letzten Jahren kamen aber immer häufiger auch Personen, die zwei- oder dreimal übernachteten – dies insbesondere an verlängerten Wochenenden wie Ostern, Pfingsten oder Auffahrt. Für Gäste, die ein Auto haben, die Schweiz erkunden möchten und nicht das Nachtleben in Luzern erleben wollen, ist das Express by Holiday Inn Luzern zu einem Geheimtipp geworden und bietet sich als kostengünstige Alternative zu den teureren Hotels in der Stadt an.

### Leichte Verschiebung der Gästestruktur

Währenddem letztes Jahr die Geschäftsreisenden noch 10 % der gesamten Lo-



Die Zimmer wurden unter anderem mit neuen Teppichen ausgestattet.



Das Express by Holiday Inn ist ganzjährig attraktiv.

giernächte ausmachen, ist ihr Anteil 2007 auf 5 % zurückgegangen. Um diese 5 % ist dafür der Anteil der Gruppenreisenden gestiegen. Speziell bei Familien scheint es sich herumgesprochen zu haben, dass Kinder unter 18 Jahren kostenlos im Zimmer der Eltern übernachten können. Dieser einmalig günstige Preis lockt vor allem in den Sommermonaten immer mehr Familien ins Express by Holiday Inn.

### Umweltschutz aus Überzeugung

Als Mitglied der Hotelgruppe Zentralschweiz der Energieagentur der Wirt-

schaft (EnAW), setzt sich das Express by Holiday Inn für den nachhaltigen Klimaschutz ein. Für dieses Engagement wurde der Logierbetrieb mit dem CO<sub>2</sub> Zertifikat der EnAW ausgezeichnet.

### Weiteres Wachstum 2008?

Das laufende Jahr 2008 könnte dem Express by Holiday Inn bereits wieder einen neuen Umsatzrekord bringen, denn es liegt ideal zwischen den Städten Bern, Basel und Zürich, was während der Zeit der Euro 08, also vor allem im Juni, zur Vollbelegung führen

wird. Adrian de Souza führt weiter aus: «Die Yield und Revenue Management Strategien, die wir letztes Jahr in den Sommermonaten angewendet haben, werden nun auf das ganze Jahr ausgeweitet, und zwar sowohl bei den Preisen für Individualreisende wie auch für Gruppenreisen.» Die sanften Renovierungen, welche auch für das Jahr 2008 geplant sind, werden den Gästezustrom kaum bremsen, zumal ihnen die Veränderungen mit der neuen Farbgestaltung der Hotelhalle und der Erneuerung der Matratzen und Kissen in den Zimmern ja nur zugute kommen.



Der Frühstücksraum präsentiert sich in einladendem Ambiente.



CO<sub>2</sub> Zertifikat der EnAW.



## PARTNERBETRIEB

# GASTRONOMIE: MARCHÉ™ RESTAURANTS



Marché™-Leiterin Helene Jäger sorgt persönlich dafür, dass alles frisch ist.

FRISCH, GESUND UND SCHNELL – dafür stehen die beiden Marché™ Restaurants auf der Luzerner Raststätte Neuenkirch. Seit mehr als 20 Jahren strömen die Gäste ganztags ins Marché™, weil sie sich auf die Qualität und den freundlichen Service verlassen können.

### Gäste bestimmen mit

Marché™ liegt das leibliche Wohl der Gäste besonders am Herzen. So bestimmen nebst den Mitarbeitern die Kunden mit, welchen Themen die Abende des «Crazy Donschtig» (Marché™ Ost) gewidmet sind. Die Frische und Qualität wurde auch 2007 stetig weiterentwickelt. So gibt es beispielsweise neue Teesorten. Der hochwertige Offentee ist unbehandelt, ohne Farbstoffe und wird nur kurzfristig in kleinen Mengen durch die Marché™ Mitarbeiter in Beutel abgepackt. Für den Pfefferminztee werden frische Blätter verwendet. Die heisse Schokolade wird täglich aus geschmolzener Schokolade und Vollmilch hergestellt.

### Gesundes Kuchenangebot

Kuchengenuss ohne schlechtes Gewissen kann man seit einigen Monaten ebenfalls im Marché™ erfahren. Helene Jäger erklärt «Wir haben uns im vergangenen Jahr auf eine Bereicherung im Bereich Kuchen konzentriert. Dies vor allem, um auch in der Patisserie vermehrt auf hochwertige und gesunde Produkte zu setzen. Die Süßspeisen wurden aus diesem Grund um einen Angebotsteil Muffins und Kuchen aus reinem Urdinkel ergänzt. Dieses Getreide mahlen wir selber mehrmals täglich im Haus, um es ganz frisch zu verarbeiten. Das gesamte Patisserie Angebot wird ausserdem von uns selber täglich frisch mit saisonalen Produkten produziert. Diese beziehen wir wenn immer möglich aus der Region.»

### Regionale Produkte

Nicht nur die Produkte für die Patisserie kauft Marché™ in der Region ein, auch Gemüse und Fleisch stammen vorwiegend von Bauern aus der Gegend, so kann die optimale Frische garantiert wer-

den. Alle Produkte werden wenn möglich ohne künstliche Zusatzstoffe verarbeitet, eine Tatsache, die der Gast sehr schätzt. Die frische Zubereitung und die täglich wechselnden Angebote sowie die Spezialabende verlangen dem Küchenpersonal viel Flexibilität und Aufgeschlossenheit gegenüber Neuem ab. Die Auswahl des Küchenpersonals erfolgt unter anderem auch nach diesen Gesichtspunkten.

### Familienfreundlichkeit

Marché™ bietet nebst der hohen Qualität im Angebot auch zusätzliche Dienstleistungen an, um den Aufenthalt für alle Besucher optimal zu gestalten. Sehr beliebt ist bei den Kleinen beispielsweise das Kids Menu. Dabei können Sie alles vom Markt auf den Kinderteller packen, was ihnen schmeckt, dazu gibt es ein Softgetränk und eine Überraschung. Sehr geschätzt werden auch die Spieldecken und die Babystation. Familienfreundlichkeit wird gross geschrieben.

### Zuversichtlicher Blick in die Zukunft

Auch 2008 wird Marché™ wohl noch vom hohen Euro und dem dadurch erhöhten Reiseaufkommen aus den EU-Ländern profitieren. Doch auch der Besuch der regionalen Gäste wird weiter zunehmen, ist Helene Jäger überzeugt. «Wir werden auch weiter an der Qualität unserer Produkte, der Gästefreundlichkeit und der Atmosphäre in unseren Betrieben arbeiten und auf konstante Verbesserungen setzen, um für grosse und kleine Gäste aus dem In- und Ausland attraktiv zu bleiben und eine gute Dienstleistung zu erbringen.»

# PARTNERBETRIEB

## DETAILHANDEL: COOP PRONTO SHOP

Die letztes Jahr anvisierte Umsatzsteigerung von 15 % konnte der Coop Pronto Shop zwar nicht ganz erreichen, dennoch ist der Betriebsleiter Rino Bianchini mit dem erreichten Umsatzplus von über 10 % sehr zufrieden.

### Wachstum war vorauszusehen

Das weitere Wachstum führt Bianchini dabei einerseits auf die zur Zeit gute Konjunkturlage und das dadurch erhöhte Reiseaufkommen zurück, andererseits sieht er jedoch auch das Sortiment des Shops sowie die zuvorkommenden Angestellten als Garanten für den Erfolg. Das Sortiment des Shops wurde geringfügig erweitert, so dass noch mehr Kundenbedürfnisse abgedeckt werden können. Der Renner war und ist aber nach wie vor das offenfrische Brot, welches von frühmorgens bis zum Ladenschluss um 23 Uhr erhältlich ist.

### Coop Pronto bestimmt das Sortiment

Rino Bianchini geht immer mit offenen Augen und Ohren durch die Regale und schnappt so manchen Kundenwunsch auf, den er als Anregung bei der Geschäftsleitung von Coop Pronto zu platzieren versucht. So kann er immerhin 10 % des Warensortiments mitbestimmen. Die restlichen 90 % sind fix vom Mutterkonzern vorgegeben. Dies ist aber keineswegs negativ zu sehen, garantiert das fixe Warenangebot doch, dass die Kunden, die von allen Landesteilen her kommen, liebgewonnene Artikel in allen Coop Pronto Shops finden können.

### Vielfältige Kundschaft

Der Coop Pronto Shop bietet interessante Arbeitsplätze mit viel Abwechslung. Letzteres vor allem auch wegen der vielfältigen Kundschaft. So sind nur etwa



Übersichtliches und vielfältiges Angebot.

20 % Kunden aus der Region, die insbesondere an den Wochenenden vorbeikommen. Etwa 50 % sind Pendler, die sich im Laden mit dem Znüni, dem Mittagessen oder mit Mitbringseln für ihre Geschäftspartner oder -kunden einkaufen, und zu circa 30 % besteht die Kundschaft aus Ausländern auf der Durchreise.

### Ausblick auf 2008

Die Monate Januar bis Oktober 2007 verliefen für den Detailhandelsshop sehr erfreulich, danach nahm die Kundenzahl, verglichen mit dem Vorjahr, jedoch etwas ab. Das Ziel 2008 muss somit sein, diesen Kundenrückgang zu analysieren und zu versuchen, die Gründe dafür zu beheben. Über das ganze Jahr hinweg soll wieder ein moderates Umsatzwachstum von 5 % erreicht werden.



Ein zufriedenes Team sorgt für zufriedene Kunden.

## PARTNERBETRIEB

### MUSIK & TRENDSHOP ROUTE 66



*Beatrice Stammler erkennt die richtigen Trends.*

Der Musik- und Trendshop Route 66 ist erst seit drei Jahren auf der Raststätte Neuenkirch zu finden, dennoch hat er sich zu einer nicht mehr wegzudenkenden Grösse entwickelt. Beatrice und James Stammler haben den Geschmack des Publikums getroffen, sowohl auf dem CD- und DVD-Markt wie auch im Bereich der Geschenk- oder Funartikel.

#### **Umsatzsteigerung trotz rückläufigem Markt**

Den grössten Teil des Umsatzes des Route 66 machen weiterhin die DVD- und CD-Verkäufe aus. Beatrice Stammler erklärt dazu: «Obwohl die DVDs enorm an Umsatz zugenommen haben und vor

allem in den Wintermonaten ein wichtiger Bestandteil geworden sind, ist unser Hauptumsatzträger nach wie vor der Verkauf von CDs. CDs und DVDs machen ungefähr 55 % des Gesamtumsatzes aus.» Zu diesem Resultat ist anzumerken, dass der CD-Markt weltweit rückläufig ist, Route 66 in diesem Sektor aber sogar noch zulegen konnte.

#### **Schweizer Stammkunden**

Obwohl im Sommer auch des Öfteren Durchreisende im Route 66 einkaufen, kommen die Stammkunden doch mehrheitlich aus der Schweiz, einige sogar aus der Region. Als Ausnahme der Regel sei aber ein in seinem Heimatland lebender

Russe erwähnt, der letztes Jahr regelmässig via Internet die neuesten Lounge-CDs bestellt hat. Das Kundensegment, welches mit dem Angebot im Musik- und Trendshop angesprochen werden will, ist sehr heterogen. Das Route 66 hat alle Altersgruppen im Visier. Der Grossteil der Käufer ist jedoch zwischen 30 und 60 Jahren alt.

#### **Eine Nase für Geschenkideen**

Der Fun- und Geschenkmekmarkt befindet sich in einem steten Wandel. Da immer auf das richtige Angebot zu setzen, ist schwierig, doch Beatrice Stammler und ihre Mitarbeiter scheinen den richtigen Riecher zu haben. Die Bereitstellung des aktuellen Angebots ist aber auch mit Mühen verbunden. «Um an Informationen und Trends heranzukommen, besuchen wir regelmässig Ausstellungen bzw. Messen und lassen uns von bestehenden Lieferanten ihr Angebot zeigen. Ausserdem beobachten wir Konkurrenten wie Geschenkboutiquen, Convenience Stores etc. und hören natürlich auch auf unsere Kunden. So haben wir zum Beispiel durch unsere Kunden herausgefunden, dass es schwierig ist, ein Geschenk für Männer zu finden. Daraufhin haben wir uns umgeschaut und haben nun seit neustem eine Serie speziell für Männer», führt die Geschäftsleiterin aus. Bei solch umsichtigem Verhalten dürfte auch das Jahr 2008 wieder ein erfolgreiches werden; und wenn die von Mitarbeiter Tiziano Ceresa gewünschte Euro-Euphorie eintrifft und/oder schlechtes Wetter den Besuch auf der Raststätte verstärkt, könnte 2008 gar ein Rekordjahr werden.



# LURAG LUZERNER RASTSTÄTTEN AG PERSPEKTIVEN



*Angebot, Qualität und Freundlichkeit auf der Luzerner Raststätten AG sind wegweisend.*

Die LURAG Luzerner Raststätten AG ist weiter auf Erfolgskurs. Für den Verwaltungsrat ist es äusserst motivierend, immer wieder auf ein erfolgreiches Geschäftsjahr zurückblicken zu dürfen. Die guten Resultate können wir nur durch die folgenden Grundsätze erhalten:

- das gesamte Dienstleistungsangebot auf der Luzerner Raststätte stimmt
- die Anlage erkennt die Trends der Zeit
- die Raststätte zeichnet sich stets aus durch Sauberkeit, Freundlichkeit und Sicherheit

So bleibt die Raststätte für Gäste aus nah und fern der beliebte Treffpunkt vor den Toren der Zentralschweiz.

## **Innovation wird gross geschrieben**

Der Verwaltungsrat ist bestrebt, die Zeichen der Zeit zu erkennen und aufzu-

nehmen. Auf der Luzerner Raststätte werden alternative, neue Energieträger geprüft. Wo immer möglich, werden Energiesparmassnahmen umgesetzt.

«Energie tanken auf der Luzerner Raststätte», so lautet unser Slogan in der Werbung.

Unsere hohe Qualität haben wir mit der Erreichung des Q 2 Zertifikates im vergangenen Jahr bewiesen; für die Zukunft streben wir die Erreichung des Q 3 Zertifikates im Qualitätsmanagementsystem an.

Im **Hotel Express by Holiday Inn** ist 2008 eine sanfte Renovation geplant: eine neue frische Farbgestaltung im gesamten Innenbereich.

In den **Tankstellenshops** werden spürbare Sortimentsanpassungen vorgenommen. Der schnellen, aber durchaus auch

gesunden, Ernährung wird besondere Beachtung geschenkt. Mehr Frischprodukte im Foodbereich werden Einzug halten.

Beim **Technischen Dienst** werden wir uns 2008 der konsequenten Umsetzung des Facility Managements zuwenden. Insbesondere werden wir ein neues, umweltgerechtes und den neusten Erkenntnissen angepasstes Entsorgungssystem einführen.

## **Strategische Zielsetzungen des Verwaltungsrates**

Der Verwaltungsrat prüft die Realisierung einer zweiten Raststätte im Kanton Luzern an der A 14.

Er hat sich zum Ziel gesetzt, 2008 die Basis für den Aufbruch in die nächsten 20 Jahre zu setzen.



# LURAG LUZERNER RASTSTÄTTEN AG

## PUBLIC RELATIONS UND WERBUNG

Die fünf Betriebe der Luzerner Raststätte (Marché, Coop Pronto, Route 66, Express by Holiday Inn und die Tankstellen) treten nach aussen gemeinsam auf.

Ihr Slogan lautet: «Energie tanken auf der Luzerner Raststätte». Alle Betriebe leisten an die Gesamtwerbung einen definierten Beitrag. Daraus werden die gemeinsamen Werbeaktivitäten während des Geschäftsjahres finanziert.

### Unsere Werbeaktivitäten im vergangenen Jahr

Die Radiospots bei Radio Pilatus begleiten die Autofahrer auf der A2 während der Hauptverkehrszeit der Pendler. «Du und dis Auto – rundum bedient uf de Lozärner Raststätt Neuenkirch – din Energie-Lieferant während 24 Stunden». Und in den Luzerner Kinos weist die Werbung den späten Gast auf die 24-Stunden-Öffnungszeiten auf der Luzerner Raststätte hin.

Die LURAG platziert auch immer wieder Inserate in den Veranstaltungsbroschüren der Vereine der umliegenden Gemeinden.

2007 richteten sich die Marketingaktivitäten im Speziellen auf die Touristen aus dem Norden aus: Präsenz auf der Web-

site ADAC; Flyer-Auflage in den Raststätten in Deutschland. Diese Werbeaktivität hat 2007 ihre Wirkung gezeigt; wir verzeichneten deutlich mehr Besucher und Touristen aus Deutschland.

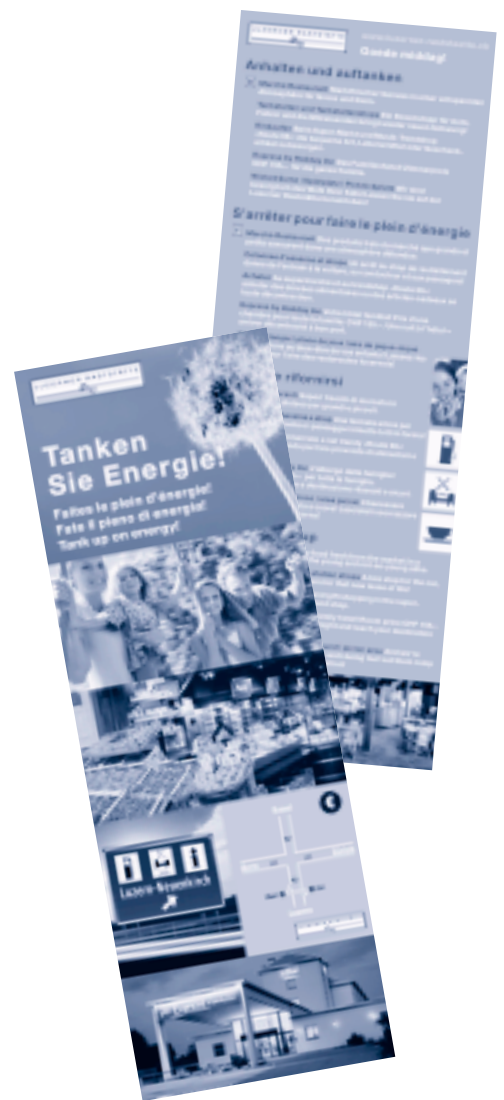
Auch um die kleinen Besucher bemühen wir uns. Das Spielfest findet bereits seit 25 Jahren statt und ist somit zu einem traditionellen Anlass für die Kleinen aus der Umgebung geworden. Ein Spielparcours, ein Kinder-Wettbewerb mit attraktiven Preisen und Köstlichkeiten aus den Restaurants sind nicht nur beim Nachwuchs sehr beliebt.

Mit der Pendlerkarte hat die LURAG eine Aktion für die Kundschaft aus der Umgebung lanciert. Als Pendler tankt man auf der Raststätte Neuenkirch zu absoluten Vorzugskonditionen. Nähere Auskünfte darüber erteilen die Mitarbeitenden in den Tankstellenshops.

### Der Auftritt muss stimmen

Die Marketingkommission setzt alles daran, dass die Luzerner Raststätte im In- und Ausland einen positiven Eindruck hinterlässt. Grosse B12-Plakate und pfiffige Flyer weisen auf die vielfältigen Dienstleistungsangebote unserer Raststätte hin. Oberstes Gebot ist es, in allen Betrieben ein absolut gepflegtes Erscheinungsbild und höchste Qualität an den Tag zu legen. An Weihnachten und Ostern sorgen wir mit besonderen Dekorationen für die entsprechende Stimmung.

Die Marketingkommission trifft sich sechsmal pro Jahr zum Erfahrungsaustausch und für die Planung der einzelnen Aktivitäten. An den Sitzungen werden



Auf der Luzerner Raststätte tanken Sie Energie für die ganze Familie (und für Ihr Auto)



Profitieren Sie vom Spezial-Angebot für Luzerner Pendler

Optimierungsmöglichkeiten diskutiert und die Wirkung unserer Werbung und unserer PR ständig analysiert. Unser Ziel ist es, die Luzerner Raststätte im In- und Ausland als den Ort, an dem in der Schweiz buchstäblich Energie getankt werden kann, bekannt zu machen.



Marché  
RESTAURANT

coop  
pronto

Express  
by Holiday Inn

bp  


    
24 h  
**Luzern-Neuenkirch**  


S  
O  
S



# ERFOLGSRECHNUNG 2007 MIT VORJAHRESVERGLEICH

	2007 Fr.	%	Vorjahr Fr.	%
Warenaufwand	20 643 209.61		18 768 456.83	
Dienstleistungsertrag	2 993 768.00		2 696 829.02	
Ertragsminderungen	1 780.11		54 869.29	
<b>Nettoertrag</b>	<b>23 635 197.50</b>	<b>100,0</b>	<b>21 410 416.56</b>	<b>100,0</b>
Warenaufwand	17 175 174.84	72,7	15 560 468.55	72,7
Dienstleistungsaufwand	187 878.20	0,8	65 087.70	0,3
<b>Bruttogewinn I</b>	<b>6 272 144.46</b>	<b>26,5</b>	<b>5 784 860.31</b>	<b>27,0</b>
Personalaufwand	2 349 239.50	9,9	2 235 879.53	10,4
<b>Bruttogewinn II</b>	<b>3 922 904.96</b>	<b>16,6</b>	<b>3 548 980.78</b>	<b>16,6</b>
Raumaufwand	461 211.90	2,0	451 399.44	2,1
Unterhalt, Reparaturen, Ersatz	335 985.51	1,4	231 559.71	1,1
Fahrzeugaufwand	16 281.15	0,1	16 799.45	0,1
Sachversicherungen, Abgaben, Gebühren	79 396.30	0,3	71 548.36	0,3
Energie- und Entsorgungsaufwand	100 865.45	0,4	100 943.70	0,5
Verwaltungs- und Informatikaufwand	258 210.72	1,1	246 638.61	1,2
Werbeaufwand	161 519.22	0,7	190 504.99	0,9
Übriger Betriebsaufwand	53 055.61	0,2	42 831.63	0,2
<b>Betriebsgewinn 1</b>	<b>2 456 379.10</b>	<b>10,4</b>	<b>2 196 754.89</b>	<b>10,3</b>
Finanzaufwand	183 827.35	0,8	209 126.91	1,0
<b>Betriebsgewinn 2</b>	<b>2 272 551.75</b>	<b>9,6</b>	<b>1 987 627.98</b>	<b>9,3</b>
Abschreibungen	1 332 314.67	5,6	1 119 481.80	5,2
<b>Betriebsgewinn 3</b>	<b>940 237.08</b>	<b>4,0</b>	<b>868 146.18</b>	<b>4,1</b>
a. o. Erfolg	-507.50	0,0	33 201.35	0,2
<b>Reingewinn vor Steuern</b>	<b>939 729.58</b>	<b>4,0</b>	<b>901 347.53</b>	<b>4,2</b>
Steueraufwand	218 622.35	0,9	211 655.45	1,0
<b>Reingewinn nach Steuern</b>	<b>721 107.23</b>	<b>3,1</b>	<b>689 692.08</b>	<b>3,2</b>

# BILANZ PER 31.12.2007

## VOR GEWINNVERWENDUNG

<b>AKTIVEN</b>	<b>2007 Fr.</b>	<b>%</b>	<b>Vorjahr Fr.</b>	<b>%</b>
<b>Umlaufvermögen</b>				
Kassa, Post, Banken	1 193 661.72		747 854.44	
Eigene Aktien	65 000.00		0.00	
Forderungen	384 513.91		406 538.81	
Vorräte	420 301.00		413 101.00	
Aktive Rechnungsabgrenzung	36 698.21		86 234.20	
<b>Total Umlaufvermögen</b>	<b>2 100 174.84</b>	<b>12,8</b>	<b>1 653 728.45</b>	<b>10,0</b>
<b>Anlagevermögen</b>				
Finanzanlagen	2 575.00		2 575.00	
Mobile Sachanlagen	357 001.00		490 000.00	
Immobilien Sachanlagen	13 935 000.00		14 436 000.00	
<b>Total Anlagevermögen</b>	<b>14 294 576.00</b>	<b>87,2</b>	<b>14 928 575.00</b>	<b>90,0</b>
<b>TOTAL AKTIVEN</b>	<b>16 394 750.84</b>	<b>100,0</b>	<b>16 582 303.45</b>	<b>100,0</b>
<b>PASSIVEN</b>				
<b>Fremdkapital</b>				
Kreditoren	774 007.53		1 032 480.87	
Passive Rechnungsabgrenzung	399 363.50		252 500.00	
Hypotheken	6 380 000.00		6 600 000.00	
Baukostenbeiträge	213 700.00		233 150.00	
<b>Total Fremdkapital</b>	<b>7 767 071.03</b>	<b>47,4</b>	<b>8 118 130.87</b>	<b>49,0</b>
<b>Eigenkapital</b>				
Aktienkapital	7 000 000.00		7 000 000.00	
Allg. gesetzliche Reserven	685 000.00		629 000.00	
Reserve für eigene Aktien	65 000.00		0.00	
Freie Reserven	55 000.00		100 000.00	
Gewinnvortrag	101 572.58		45 480.50	
Reingewinn	721 107.23		689 692.08	
<b>Total Eigenkapital</b>	<b>8 627 679.81</b>	<b>52,6</b>	<b>8 464 172.58</b>	<b>51,0</b>
<b>TOTAL PASSIVEN</b>	<b>16 394 750.84</b>	<b>100,0</b>	<b>16 582 303.45</b>	<b>100,0</b>



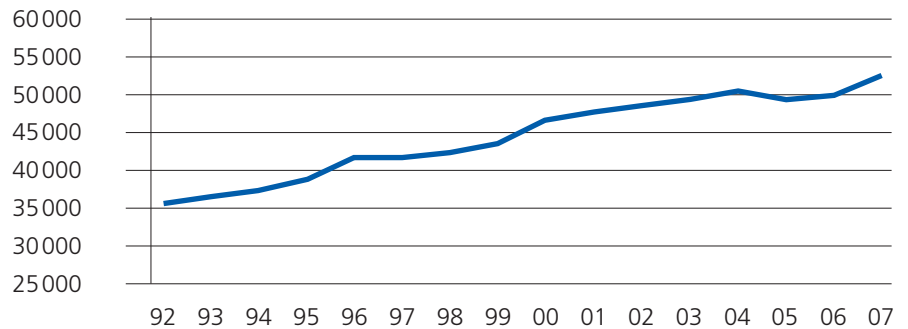
# MITTELFLUSSRECHNUNG 2007

<b>MITTELHERKUNFT</b>	<b>Fr.</b>
<b>Geschäftstätigkeit</b>	
Reingewinn	721 107.23
Abschreibungen	1 332 314.67
Total	2 053 421.90
<b>Finanzierung</b>	
Keine	0.00
Total	0.00
<b>Desinvestitionen</b>	
Keine	0.00
Total	0.00
<b>TOTAL MITTELHERKUNFT</b>	<b>2 053 421.90</b>
<b>MITTELVERWENDUNG</b>	
<b>Investitionen</b>	
Investitionen	698 315.67
Total	698 315.67
<b>Definanzierung</b>	
Rückzahlung Hypotheken	220 000.00
Rückführung Baukostenbeiträge	19 450.00
Dividende	557 600.00
Total	797 050.00
<b>Nettoumlaufvermögen</b>	
Zunahme	558 056.23
<b>TOTAL MITTELVERWENDUNG</b>	<b>2 053 421.90</b>

# STATISTIKEN

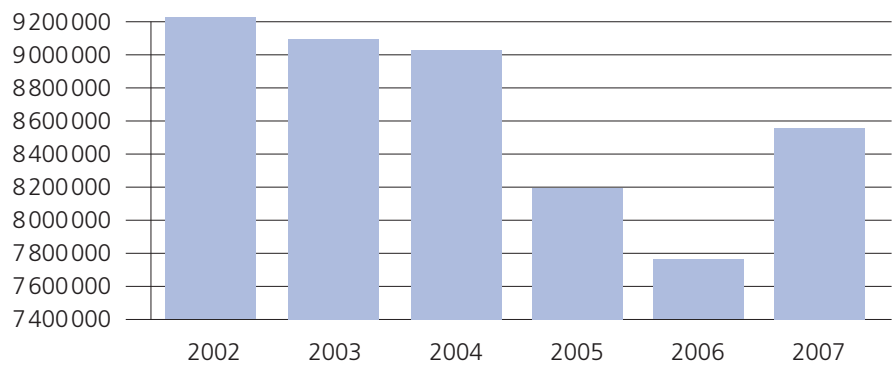
## Verkehrsfrequenz 1992–2007 Emmen, Riffig A2

Ø Anzahl Fahrzeuge pro Tag



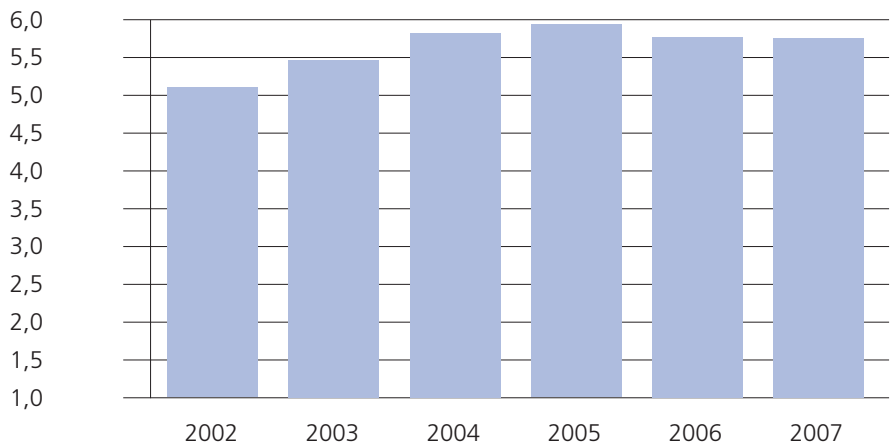
## Treibstoff Absatzentwicklung 2002–2007

in Litern



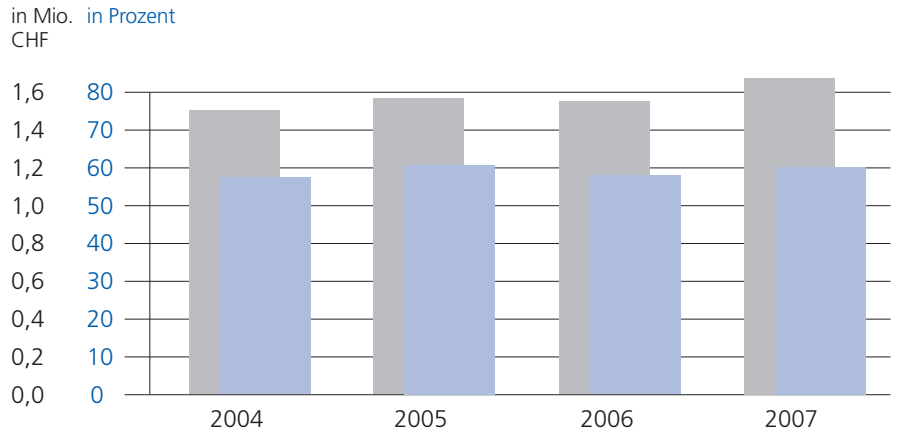
## Shop Umsatzentwicklung 2002–2007

in Mio. CHF



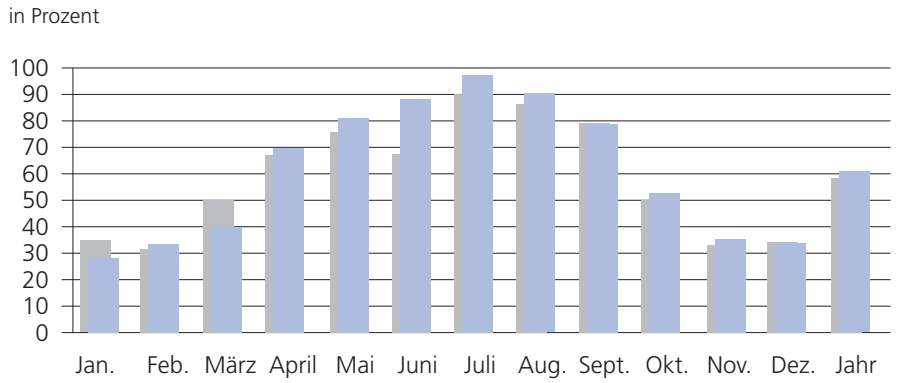
**Hotel  
Umsatzentwicklung  
und Zimmerauslastung  
2004–2007**

■ Zimmerauslastung in Prozent  
■ Umsatzentwicklung in Mio. CHF

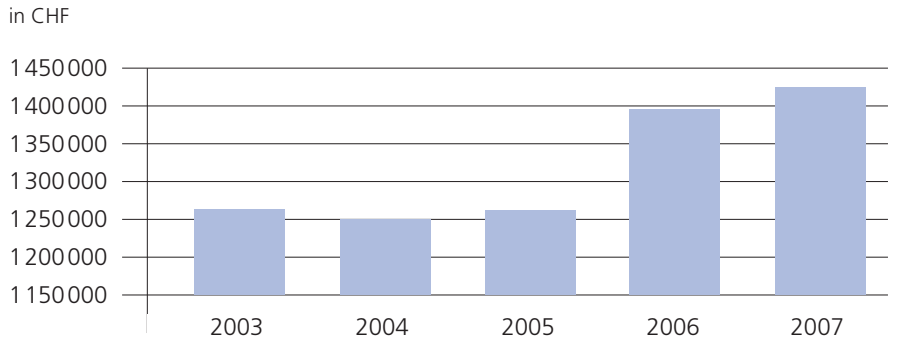


**Hotel  
Zimmerauslastung  
2006–2007**

■ 2007  
■ 2006

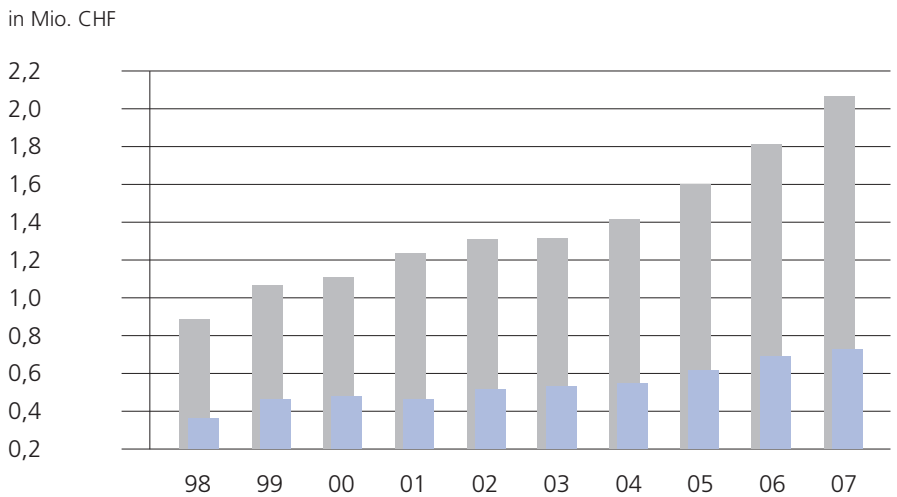


**Mietzinsenträge  
2003–2007**



**Reingewinn / Cashflow  
1998–2007**

■ Reingewinn  
■ Cashflow



## Allgemeine Buchführungs- und Rechnungslegungsgrundsätze

Die vorliegende Jahresrechnung wurde in Übereinstimmung mit den gesetzlichen Vorschriften und den Grundsätzen ordnungsmässiger Rechnungslegung der Schweiz erstellt. Zudem gilt diese Handelsbilanz als Steuerbilanz.

## Brandversicherungswerte aller Sachanlagen

	31. 12. 07	31. 12. 06
Gebäude	15 481 000.00	15 481 000.00
Einrichtungen, Waren	4 970 000.00	4 970 000.00
<b>Pfandbestellungen</b>		
Immobilien		
Total Buchwert	13 935 000.00	14 436 000.00
Total Grundpfandverschreibungen	11 220 000.00	11 220 000.00

## Eigene Aktien

Kauf am 17.01.07 300 Stück à nom. Fr. 100.– zum Preise von Fr. 65 000.–



## GEWINNVERWENDUNG 2007

Der Verwaltungsrat beantragt der Generalversammlung folgende Gewinnverwendung

	Fr.	Fr.	Fr.
Gewinnvortrag			101 572.58
Gewinn 2007			721 107.23
Gewinn zur Verfügung der Generalversammlung			822 679.81
Einlage in die allgemeinen gesetzlichen Reserven		72 000.00	
Aktienkapital	7 000 000.00		
Eigene Aktien, 300 à nom. Fr. 100.–	30 000.00		
Dividendenberechtigtes Kapital	6 970 000.00		
8 % Dividende		557 600.00	
2 % Jubiläumsdividende		139 400.00	
Einlage in die freien Reserven		20 000.00	
Vortrag auf neue Rechnung		33 679.81	
		<b>822 679.81</b>	<b>822 679.81</b>

### Dividendenbezug

Die Dividende wird wie üblich an die letzte gemeldete Adresse gemäss Aktienregister direkt ausbezahlt.

Die Aktionärinnen und Aktionäre sind gehalten, allfällige Mutationen umgehend dem Verwaltungsratssekretariat zu melden. Gemäss Beschluss des Verwaltungsrates ist das Aktienregister ab 16. April 2008 bis zur Generalversammlung geschlossen.

## PARTNER REVISION

An die Generalversammlung  
der LURAG Luzerner Raststätten AG  
Neuenkirch

Luzern, 16.4.2008  
9L05/1042 – fe/ho

### Revisionsbericht per 31.12.2007

Als Revisionsstelle haben wir die Buchführung und die Jahresrechnung (Bilanz, Erfolgsrechnung und Anhang) der LURAG Luzerner Raststätten AG, Neuenkirch für das am 31.12.2007 abgeschlossene Geschäftsjahr geprüft.

Für die Jahresrechnung ist der Verwaltungsrat verantwortlich, während unsere Aufgabe darin besteht, diese zu prüfen und zu beurteilen. Wir bestätigen, dass wir die gesetzlichen Anforderungen hinsichtlich Befähigung und Unabhängigkeit erfüllen.

Unsere Prüfung erfolgte nach den Grundsätzen des schweizerischen Berufsstandes, wonach eine Prüfung so zu planen und durchzuführen ist, dass wesentliche Fehlaussagen in der Jahresrechnung mit angemessener Sicherheit erkannt werden. Wir prüften die Posten und Angaben der Jahresrechnung mittels Analysen und Erhebungen auf der Basis von Stichproben. Ferner beurteilten wir die Anwendung der massgebenden Rechnungslegungsgrundsätze, die wesentlichen Bewertungsentscheide sowie die Darstellung der Jahresrechnung als Ganzes. Wir sind der Auffassung, dass unsere Prüfung eine ausreichende Grundlage für unser Urteil bildet.

Gemäss unserer Beurteilung entsprechen die Buchführung und die Jahresrechnung sowie der Antrag über die Verwendung des Bilanzgewinnes dem schweizerischen Gesetz und den Statuten.

Wir empfehlen, die vorliegende Jahresrechnung zu genehmigen.

#### PARTNER REVISIONS AG



Herbert Bürli  
dipl. Treuhandexperte



Franco Eckert  
lic. oec. publ.  
dipl. Wirtschaftsprüfer  
Leitender Revisor

#### Beilagen:

- Jahresrechnung (Erfolgsrechnung, Bilanz und Anhang)
- Mittelflussrechnung
- Antrag über die Verwendung des Bilanzgewinnes

# ORGANISATION

## Verwaltungsrat



Präsident  
**Alfred Müller, Rain**  
dipl. Wirtschaftsprüfer  
Alfred Müller + Partner, Sempach



Vizepräsident  
**Peter Galliker, Altishofen**  
Transportunternehmer  
Galliker Transport AG, Altishofen



Delegierter des Verwaltungsrates  
**Hans Walker, Sursee**  
dipl. NPO-Manager VMI Uni Freiburg,  
WALKER Management AG, Sursee



**Jean-Pierre Gigaud, Thalwil**  
Marché™ Restaurants Schweiz AG, Kemptthal



**Erna Müller-Kleeb, Rickenbach**  
Kantonsrätin



**Alexander Hophan, Buochs**  
Lic. oec. publ.



**Ruedi Lustenberger, Romoos**  
Nationalrat

## Revisionsstelle

Partner Revisions AG, Luzern

## Verwaltungsratsausschuss

Präsident des Verwaltungsrates:  
**Alfred Müller**  
Stadtstrasse 13, 6204 Sempach Stadt  
Tel. 041 462 51 30, Fax 041 462 51 31  
E-Mail: amptreuhand@bluewin.ch

Vizepräsident des Verwaltungsrates:  
**Peter Galliker**  
Galliker Transport AG  
Kantonsstrasse 2, 6246 Altishofen  
Tel. 062 748 80 80, Fax 062 748 80 70  
E-Mail: peter.sen.galliker@galliker.com

Delegierter des Verwaltungsrates:  
**Hans Walker**  
Stadthof, Bahnhofstrasse 7b, 6210 Sursee  
Tel. 041 926 07 70, Fax 041 926 07 99  
E-Mail: info@luzerner-raststaette.ch

## Sekretariat des Verwaltungsrates

Büro Express by Holiday Inn  
Luzerner Raststätte A2, 6023 Rothenburg  
Tel. 041 289 30 39, Fax 041 288 29 29  
E-Mail: info@luzerner-raststaette.ch  
Internet: www.luzerner-raststaette.ch

## Betriebe LURAG Luzerner Raststätten AG



Delegierter des Verwaltungsrates:

**Hans Walker**

Stadthof, Bahnhofstrasse 7b, 6210 Sursee

Tel. 041 926 07 70, Fax 041 926 07 99

E-Mail: [info@luzerner-raststaette.ch](mailto:info@luzerner-raststaette.ch)

Internet: [www.luzerner-raststaette.ch](http://www.luzerner-raststaette.ch)



Technischer Dienst:

**Adolf Ambauen**, Betriebsleiter

6023 Rothenburg

Tel. 041 280 82 50, Fax 041 282 12 60

E-Mail: [technik@luzerner-raststaette.ch](mailto:technik@luzerner-raststaette.ch)



Hotel Express by Holiday Inn:

**Adrian de Souza**, Betriebsleiter

Express by Holiday Inn

Luzerner Raststätte A2

6023 Rothenburg

Tel. 041 288 28 28, Fax 041 288 29 29

E-Mail: [info@holidayinn.ch](mailto:info@holidayinn.ch)

Internet: [www.hiexpress.com/luzern](http://www.hiexpress.com/luzern)



Tankstellen/Shop AVIA:

Tankstellen/Shop BP:

**Walter Misteli**, Betriebsleiter

6023 Rothenburg

Tel. 041 289 30 30, Fax 041 289 30 33

E-Mail: [shop@luzerner-raststaette.ch](mailto:shop@luzerner-raststaette.ch)

## Partnerbetriebe



Musik & Trendshop Route 66

**James Stammler**, Geschäftsführer

6023 Rothenburg

Tel 041 921 90 40, Fax 041 921 90 47

E-Mail: [james.stammler@r66.ch](mailto:james.stammler@r66.ch)

Internet: [www.r66.ch](http://www.r66.ch)



Marché Ost und West:

**Helene Jäger**, Geschäftsführerin

6023 Rothenburg

Tel. 041 280 83 83, Fax 041 280 63 83

E-Mail: [neuenkirch-ost@marche-restaurants.com](mailto:neuenkirch-ost@marche-restaurants.com)

E-Mail: [neuenkirch-west@marche-restaurants.com](mailto:neuenkirch-west@marche-restaurants.com)

Internet: [www.marche-restaurants.com](http://www.marche-restaurants.com)



Coop Pronto:

**Rino Bianchini**, Geschäftsführer

6023 Rothenburg

Tel. 041 282 10 22, Fax 041 282 10 23

E-Mail: [rino.bianchini@gmx.ch](mailto:rino.bianchini@gmx.ch)

Internet: [www.coop-mineraloel.ch](http://www.coop-mineraloel.ch)

# KENNZAHLEN

Gründungsjahr: 1982

---

Aktienkapital: 7 Millionen Franken

---

Anzahl Aktionäre: 1114 (Stand 3. April 2008)

---

Anzahl Aktien: 18 080

---

Standortgemeinde: Rothenburg

---

Gesamtareal: 77 930 m<sup>2</sup>

---

Total Arbeitsplätze: 280 Voll- und Teilzeitstellen

---

Gesamtumsatz auf der Raststätte: 38 957 272 Franken (Vorjahr: 35 981 407 Franken)

---

Betriebseigener Umsatz: 23 635 197 Franken (Vorjahr: 21 410 416 Franken)

---

Cashflow: 2 053 422 Franken (Vorjahr: 1 809 174 Franken)

---

Anzahl Parkplätze: 386

---

Anzahl Sitzplätze in der Restauration: 685 (inkl. Terrassen)

---

Anzahl Konferenzräume: 3

---

Anzahl Hotelzimmer: 60

---

Anzahl Betten: 120

---

Abfallentsorgung (inkl. Grünabfall): 188,72 Tonnen (Vorjahr: 180,79 Tonnen)

---

Altkarton: 22,31 Tonnen (Vorjahr: 24,27 Tonnen)

---

Anzahl Betankungsplätze: 18

---

Treibstoffabsatz: 8 559 229 Liter (Vorjahr: 7 761 828 Liter)

---

**Adresse**

LURAG Luzerner Raststätten AG  
6023 Rothenburg  
Telefon 041 289 30 39  
Telefax 041 288 29 29  
info@luzerner-raststaette.ch  
www.luzerner-raststaette.ch

**Impressum**

© LURAG Luzerner Raststätten AG Neuenkirch

Autoren: Alfred Müller, Hans Walker

Redaktion: WALKER *Management* AG, Luzern

Grafisches Konzept: Grafik & Design Peter Gass, Eich

Auflage: 1500 Exemplare

Publikation: April 2008