

01.11.2006 - 07:18 Uhr

Media Service: Heute in der Handelszeitung vom Mittwoch, 1. November 2006: Themen siehe Lead im Text.

Zürich (ots) -

Ein stark umworbener Adolf Ogi Ein starker Kopf soll an der Spitze der neuen Organisation für Landeswerbung die Schweiz im Ausland verkaufen. Alt-Bundesrat Adolf Ogi könnte die Lösung sein. 2008 soll laut Bundesratsbeschluss eine koordinierte Landeswerbung, bestehend aus den fusionierten Organisationen Schweiz Tourismus (ST), Präsenz Schweiz (PRS) und Location Switzerland operativ tätig werden. Bereits sind zwischen den künftigen Partnern Grabenkämpfe um den Führungsanspruch innerhalb der neuen Institution entbrannt. Die verhärteten Fronten zwischen den beiden Organisationen geben Raum für Kompromisse. Ogi findet Zustimmung. «Ogi kommt aus dem Sport, verfügt über einen riesigen Erfahrungsschatz auf politischer Ebene und könnte die Schweiz im Ausland hervorragend vertreten», sagt PRS-Chef Johannes Matyassy. Und Hotelleriesuisse-Präsident Guglielmo Brentel meint: «Eine Nomination Ogis würde mich begeistern.» Ogi selber bleibt zurückhaltend: «Wo keine Anfrage ist, gibt es auch keine Antwort.»

Mehr Arbeit fürs gleiche Geld Die Schweizer Wirtschaft boomt. Doch die Arbeitgeber warnen: Die Konkurrenzfähigkeit der Arbeitsplätze in der Schweiz sei in Gefahr. Mit geschätzten 3% wächst die Schweizer Wirtschaft so schnell wie seit langem nicht mehr. Dennoch sind die bisher angekündigten Erhöhungen der Lohnsumme moderat geblieben. Die Grossbank UBS erwartet ein nominales Lohnwachstum von 2%, real gar nur 1,1%. «Man kann nicht aus der Quote des Wirtschaftswachstums eins zu eins die Quote der Lohnerhöhung ableiten», verteidigt Thomas Daum, Direktor des Arbeitgeberverbands, im Interview mit der «Handelszeitung» die Unternehmen. «Der Druck der internationalen Märkte nimmt weiter zu», stellt Daum fest und verweist auf die Millionen von qualifizierten Arbeitnehmenden, die auf die Märkte drängen. Damit kommt auch das Lohnniveau in der Schweiz unter Druck. Daum sagt, was Mitarbeitende zu erwarten haben: «Wenn es notwendig ist, könnte das heissen, die Arbeitszeit zu erhöhen.» Das sei sinnvoller, als den Lohn zu kürzen.

Emmi prüft Partnerschaften Das Luzerner Unternehmen Emmi muss seine Wachstumsstrategie beschleunigen. Auch mögliche Kooperationen mit anderen europäischen Milchverarbeitern sollen geprüft werden. Dies als Reaktion auf die zunehmende Konkurrenz durch Branchenriesen wie die französische Danone. Diese hat in der Schweiz seit kurzem eine eigene Niederlassung aufgebaut und investiert Millionen von Franken in die Werbung. Emmi erhöht ihrerseits das Marketingbudget für 2007. Bereits in diesem Jahr wird die Firma über 100 Mio Fr. für Werbung ausgeben. Ebenfalls diskutiert wird die Verarbeitung von lokaler Milch im Ausland, insbesondere ausserhalb Europas. Aber auch für Produkte, bei denen die Herkunft des Rohstoffes bei der Vermarktung nicht im Vordergrund steht, könnte zukünftig ausländische Milch verarbeitet werden.

Unique: 2 Millionen Franken Mehrkosten pro Monat Ab dem 6. November haben die Flughäfen einiges an Aufwand und Kosten zu bewältigen, um die neuen rigiden Sicherheits-Auflagen zu erfüllen. In Zürich etwa müssen bei den Handgepäck-Checks zusätzliche Kontrolllinien erstellt werden, um trotz des grösseren Zeitaufwands pro Kontrolle genügend Passagiere abfertigen zu können. Neben 90 externen Hilfskräften, die in einer ersten Phase dafür angeheuert werden mussten, stellt die Flughafensbetreiberin Unique auch eigenes Personal ab. Das gleiche gilt auch für den Flughafen Genf und den Euroairport in Basel. Kostenpunkt für die ganze Übung in Zürich:

Gegen 1 Mio Fr. pro Monat. Für die bevorstehende Ausweitung der Sicherheitsvorkehrung auf alle Flüge und Gates muss am Flughafen Zürich gemäss gut unterrichteten Quellen ebenfalls mit einem Kostenaufwand von rund 1 Mio Fr. pro Monat gerechnet werden. Das ergibt, zumindest für die Startphase der neuen Reglementierung, einen zusätzlichen Sicherheitsaufwand von rund 2 Mio Fr. pro Monat, für den Unique alleine aufkommen muss.

Franzosen wollen expandieren trotz Valora-Absage Die Übernahmeabsage von Valora lässt die französische Hachette Distribution Services (HDS), Tochter der Einzelhandelsgruppe Lagardère, kalt. Die Franzosen, die zu 65% an der welschen Naville SA mit rund 200 Kiosken beteiligt sind, wollen auch ohne Valora-Hilfe in der Schweiz expandieren. Der Chef von HDS, Jean-Louis Nachury, sagt: «HDS möchte in der Schweiz im Reiseretailgeschäft exklusive Presse expandieren, und zwar im Duty-Free- und Spezialoutlets-Bereich sowie mit Coffee- und Bakery-Shops.»

Kaum neue Jobs in der Finanzbranche Die Finanzindustrie bleibt eine Wachstumsbranche. Eine lang anhaltende Aufwärtsbewegung bei den Arbeitsplätzen sieht Beat Bernet, Banken-Professor an der Universität St.Gallen, aber nicht. «Die Filiale war für mich nie ein Auslaufmodell», sagt er gegenüber der «Handelszeitung» zum Revival der Bank-Aussenstellen. Derzeit sei ein Paradigmenwechsel im Gang, bei dem nicht mehr Prozesse, sondern die ganze Marktarchitektur fundamental verändert werde.

Finanzplatz Schweiz bleibt geschützt Marc Zahn wird der CEO der neuen Börse Alex, einem Handelsplatzes für strukturierte Produkte, der als Joint Venture mit der Deutschen Börse AG konzipiert ist. Die Deutschen haben zwar die Mehrheit an der neuen Gesellschaft, aber dennoch versichert Marc Zahn, dass die Schweizer Börse SWX unabhängig bleiben wird - auch dann, wenn die Deutsche Börse von Dritten übernommen wird oder mit der Euronext eine europäische Superbörse gründet.

Martin Kesselring: «Für die nächsten 12 bis 18 Monate erwarten wir eine solide IPO-Pipeline» Martin Kesselring, Chef Investment Banking UBS Schweiz, sieht für 2007 ein attraktives Umfeld für Börsengänge. «Für die nächsten 12 bis 18 Monate erwarten wir eine solide IPO-Pipeline mit einer interessanten Mischung von Wachstumsgesellschaften und etablierten Name», sagt Kesselring im Interview mit der «Handelszeitung». Er gehe davon aus, dass an der SWX bis Jahresende noch bis zu drei Börsengänge stattfinden. Dass mit Santhera und Meyer Burger erst zwei mögliche Kandidaten vom derzeit guten Börsenklima mit einem IPO profitieren wollen, erklärt Kesselring mit der derzeitigen Praxis von Finanzinvestoren. Diese prüfen bei Verkaufssituationen gleichzeitig IPO- und Merger- und Akquisitionsprozesse. «Im direkten Vergleich mit einem vollständigen Verkauf kann ein Börsengang weniger attraktiv sein», so Kesselring. Er sei überzeugt, dass es für geeignete IPO-Kandidaten meistens auch ein starkes Interesse von strategischen und finanziellen Käufern gebe: «Diese bieten oftmals auch einen etwas höheren Preis.» Kaufinteresse besteht laut Kesselring zurzeit in fast allen Sektoren.

Nähere Auskunft erteilt gerne Martin Spieler, Chefredaktor Handelszeitung, Zürich.