

15.04.2009 - 07:00 Uhr

Media Service: Heute in der Handelszeitung Nr. 16 vom 15. April 2009

Zürich (ots) -

Eigenheimfinanzierung: Lieber bauen statt vorsorgen

Der tiefe BVG-Mindestzinssatz und die Unsicherheit über die finanzielle Verfassung der Vorsorgeeinrichtungen führt vermehrt zu Vorbezügen der Pensionskassengelder. "Es kann sein, dass Versicherte aufgrund der tieferen BVG-Verzinsung unzufrieden sind und daher die Gelder lieber für einen Eigenheimkauf nutzen", erklärt Hans Peter Konrad, Direktor des Pensionskassenverbandes Asip, der "Handelszeitung". Und eine deutliche Zunahme könnte bald folgen, wenn die zahlreichen Pensionskassen mit einer Unterdeckung Sanierungsmassnahmen einleiten werden.

Erdbebendeckung: Mehr Anfragen bei Versicherern

Das Beben in Italien hat die Schweizer Bevölkerung beunruhigt. Die Nachfrage nach Erdbebendeckung steigt, wie beispielsweise die Mobiliar und Helvetia gegenüber der "Handelszeitung" bestätigen. Davon will aber der Bund nichts wissen: "Solange sich die Privatversicherer und der Hauseigentümerverband (HEV) nicht einigen können, wird das Projekt einer flächendeckenden Erdbebenversicherung auf unbestimmte Zeit ruhig gestellt", sagt Roland Meier, Pressesprecher des Eidgenössischen Finanzdepartements (EFD). Während sich die Privatversicherer für eine schweizweite Erdbebendeckung aussprechen, fordert der HEV die Haftung des Bundes im Falle eines Erdbebens. "Der Bund hat schliesslich auch die Mittel, um ein Finanzinstitut der Schweiz mit 68 Mrd Fr. zu unterstützen", schreibt Ansgar Gmür, Direktor HEV Schweiz, in einer Medienmitteilung. Aufgrund der Meinungsunterschiede ist es wahrscheinlich, dass das Projekt fallen gelassen wird. "Dass der Bundesrat die schweizweite Deckung von möglichen Erdbebenschäden gesetzlich erzwingt, ist nicht anzunehmen", sagt Meier.

Telekom-Regulator Marc Furrer: "National unterschiedliche Preise sind denkbar"

Der Präsident der Kommunikationskommission (ComCom) will das erst kürzlich revidierte Fernmeldegesetz erneut anpassen und auf die Glasfasertechnologie ausweiten. "Es braucht eine technologie-neutrale Eingriffsmöglichkeit. Zudem muss der Regulator auch von sich aus aktiv werden können", sagt er im Interview mit der "Handelszeitung". Furrer will verhindern, dass sich am Ende nur für die Swisscom der Glasfaserausbau rechnet: "Wir wollen, dass auch der Business Case der Elektrizitätswerke aufgeht." Für Furrer ist es durchaus denkbar, dass es "im Glasfaserbereich national unterschiedliche Preise geben" werde. Dabei sei nicht einmal gesagt, dass es auf dem Land immer teurer sein müsse als in der Stadt. Am gemeinsamen Tisch, an dem sich die Branche regelmässig trifft, komme man Schritt für Schritt weiter: "Jetzt müssen wir noch einige strittige Punkte klären. Etwa, wie viele Fasern beim Ausbau gelegt werden oder eben wie die Elektrizitätswerke für den Netzaufbau entschädigt werden sollen."

Manor: Die Warenhauskette geht mit Kleiderlinie "Yes or No" nach Holland

Trotz Rezession bewegt sich Manor in Europa auf forschem Expansionskurs. Nachdem die Schweizer bereits im letzten Jahr in der grössten holländischen Warenhauskette Vroom & Dressmann mit sieben Shops-in Shop ihrer Lifestylemarke "Yes or No" Fuss gefasst haben, sind in diesem Jahr 23 weitere Shops geplant. Das haben Recherchen der "Handelszeitung" ergeben. Im Gegenzug hat sich Manor aus dem Detailhandel in China zurückgezogen. Im Gegensatz zu China führt Manor die Shops-in Shop in Holland nicht selber, sondern liefert nur die Ware und die Marke. Vroom & Dressmann führen die Shops in Eigenregie. Holland dient Manor als Pilotversuch in Europa.

Axa-Winterthur-CEO: "Private decken noch alle Renten ab"
Auch Philippe Egger, CEO der Axa-Winterthur, bleibt von der gegenwärtigen Krise nicht verschont. "Seit Jahresbeginn verzeichnen wir 20% weniger Neukunden als im Vorjahr", sagt er im Interview gegenüber der "Handelszeitung". Dennoch befinde sich aber der Zufluss nach wie vor im positiven Bereich, wie der CEO erklärt. Eine erhöhte Nachfrage spürt er besonders in der beruflichen Vorsorge, als Folge der Unterdeckung bei den halbautonomen und autonomen Pensionskassen. Daher werde das Unternehmen künftig zusätzliche Dienstleistungen in diesem Bereich ausarbeiten.

Goldbach-Media-CEO Klaus Kappeler: Der Anteil der Netto-Werbeinvestitionen im Internet wird in wenigen Jahren zweistellig
Derzeit beträgt der Anteil für Werbung im Internet rund 5%. Ein kräftiges Wachstum zeichnet sich ab. Spätestens in drei Jahren soll bei Goldbach Media das Internet das Fernsehen umsatzmässig überflügelt haben, so Klaus Kappeler, CEO des grössten Schweizer Werbevermarkters für elektronische Medien, gegenüber der "Handelszeitung". Er erwartet für sein Unternehmen mittelfristig ein jährliches Wachstum von 10%. In drei bis vier Jahren werde die Gruppe einen Umsatz von 400 bis 450 Mio Fr. erzielen. Nach der Expansion nach Osteuropa im letzten Jahr könnte das Auslandsengagement in diesem Jahr weiter ausgebaut werden. "Wir sehen uns den gesamten adriatischen Raum sehr genau an", so Kappeler. Aber auch die zentraleuropäische Region sei interessant.

CEO Rothschild Bank: "So viele Neukunden wie noch in keinem Jahr zuvor"
Der CEO der Rothschild Bank macht erste Angaben zum Ergebnis im Geschäftsjahr 2008/09. "Wir konnten so viele Neukunden gewinnen wie noch in keinem Jahr zuvor", sagt CEO Veit de Maddalena im Interview mit der "Handelszeitung". Damit habe die Basis der verwalteten Vermögen mehr oder weniger konstant gehalten werden können. Die Rothschild Bank konnte so viele Neukunden gewinnen, "dass ein Personalabbau gar nicht möglich ist". Und: "Wir haben uns zum Ziel gesetzt, jährlich neue Kundengelder im hohen einstelligen Prozentbereich zu akquirieren." Im Moment gebe es aber zu viele Kundenberater, die aktiv neue Anstellungsverhältnisse suchten, so Maddalena. Die Bank Rothschild wolle diese Chance nutzen, "aber nur sehr selektiv".

Givaudan-CFO Währen: "Wir werden das Marktwachstum übertreffen"
Im Gespräch mit der "Handelszeitung" bestätigt der Finanzchef des Riechstoff- und Aromenherstellers Givaudan, Matthias Währen, dass sein Unternehmen weiterhin daran festhalte, bis Ende 2010 wie vor der Quest-Übernahme eine Ebitda-Marge von 22,7% erreichen zu können. Das Ziel werde "eine Herausforderung" bleiben, sei aber realistisch. Givaudan sei zudem in der Lage, das Marktwachstum zu übertreffen. Wo dieses liegt, sei momentan allerdings nicht zu erkennen. Der Schuldenabbau im Nachgang der Quest-Übernahme sei ausserdem Hauptziel des Unternehmens und es werde erreicht, versicherte Währen weiter.

Skyship/Skycruise: Luftschiffbetreiber meldet Konkurs an
Der Konkursrichter des Bezirksgerichts Pfäffikon ZH hat über Skyship Cruise und Skycruise Switzerland in Lindau ZH mit sofortiger Wirkung den Konkurs eröffnet. Auf Anfrage der "Handelszeitung" bestätigt Christian Schulthess, Gründer und Inhaber des Schweizer Betreibers von Luftschiffen, dass sich seine beiden Firmen seit kurzem in Liquidation befinden. Von zwischenzeitlich zwei Fluggeräten des Typs "Skyship 600" ist ihm eines geblieben, das derzeit in Friedrichshafen "gegroundet" ist - es dürfte versteigert werden.

CO2-Kompensation: Konsumenten schonen das Klima - trotz Krise
Die Nachfrage nach freiwilligen CO2-Kompensationen nimmt trotz Krise stark zu. Das bestätigen Anbieter wie Hotelplan, Mobility, TUI und DHL gegenüber der "Handelszeitung". Trotz der Flaute im Reisegeschäft weist etwa der Reiseveranstalter Hotelplan ein ungebrochenes Wachstum bei der freiwilligen Klimakompensation aus. In den Filialen von Hotelplan, Travelhouse und in den Globus-Lounges habe sich die Zahl

der Kompensierenden in den vergangenen zwei Krisenquartalen gegenüber den Vorjahresquartalen um 750% gesteigert, bilanziert M-Travel-Sprecherin Elina Fleischmann. Eine positive Bilanz zieht auch der Car-Sharing-Anbieter Mobility. Jeder fünfte Kunde fährt mittlerweile aus freien Stücken klimaneutral. "Der Anteil der Kunden, welche einen Aufpreis bezahlen, um klimaneutral zu fahren, hat sich 2008 gegenüber dem Vorjahr auf 22,3% verdoppelt", sagt Mobility-Geschäftsführerin Viviana Buchmann.

Innovation: Keine Frage des Zufalls

Innovation lässt sich nur bis zu einem gewissen Grad steuern, doch ohne Marketing droht sie im Sand zu verlaufen. Gerade in schwierigen Zeiten braucht es innovatives Marketing. Dies die Aussagen von David Bosshart, Gerold Bühler und Oliver Gassmann, die an der nächsten GfM Marketing-Trend-Tagung als Referenten auftreten werden. Die Tagung wagt die These "Innovation - keine Frage des Zufalls". Die "Handelszeitung" befragte die drei Referenten, warum dem so ist - oder eben nicht. Die Wahrheit liegt wohl wieder einmal irgendwo dazwischen.

Kontakt:

Nähere Auskunft erteilt Ihnen gerne Herr Dr. P. Ihle, stv.
Chefredaktor "Handelszeitung" Zürich
Tel. 043 444 59 00

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100009535/100581198> abgerufen werden.