

13.05.2009 - 08:00 Uhr

Media Service: Heute in der Handelszeitung Nr. 20 vom 13. Mai 2009

Zürich (ots) -

Rezession: Wieso Schweizer KMU die Krise besser meistern

Trotz dunkler Konjunkturprognosen geht es vielen Schweizer KMU nach wie vor gut. Carolina Müller-Möhl, Unternehmerin und Jurypräsidentin des Swiss Economic Award, zeigt sich im "Handelszeitung"-Interview überzeugt, dass viele Schweizer KMU hervorragend und sehr schnell auf die Krise reagiert haben. "Ich bin sicher, dass wir im internationalen Vergleich gut abschneiden." Obschon sich in der Schweiz und Europa noch keine schnelle Erholung abzeichnet, ruft sie die KMU auf, positiv zu denken: "Wir stehen in einer Phase des Umbruchs. Wo umgebaut wird, entsteht immer viel Raum für Neues und für Kreatives."

Warenhäuser: Manor gewinnt Marktanteile in der Krise

Während die Warenhaus-Branche unter der konjunkturellen Krise leidet, sind die Umsätze bei Marktleaderin Manor in den ersten vier Monaten des laufenden Jahres um fast 5% angestiegen. Manor-Sprecherin Elle Steinbrecher bestätigt gegenüber der "Handelszeitung": "Mit der bisherigen Entwicklung sind wir sehr zufrieden. Unsere Zahlen liegen über Vorjahr und auch über unserem Budget." Genaue Zahlen nennt sie keine. Federn lassen musste gemäss "Handelszeitung" dagegen Globus. Das Warenhaus, das während der Hochkonjunktur stark zulegen konnte, verzeichnete einen deutlichen Umsatzrückgang. Globus-Sprecher Jürg Welti erklärt, man kommentiere die Umsätze einzelner Monate nicht. Doch er bestätigt: "Wir spüren, dass die Konsumenten vorsichtiger geworden sind."

Migros: Der Detailhändler expandiert mit Shell nach Deutschland

Im Raum Stuttgart werden zurzeit vier Shell-Shops in Migrolinos umgebaut. Im Juni werden sie in Betrieb genommen und getestet. Das haben Recherchen der "Handelszeitung" ergeben. Falls der Test positiv ausfällt, soll zügig expandiert werden. Bisher harzte die Expansion des Migros-Detailhandels ins Ausland. Der Umsatz war letztes Jahr rückläufig. Mit dem starken Partner Shell sind die Voraussetzungen für eine Expansion der Migros nicht nur in Deutschland, sondern im ganzen europäischen Raum gegeben.

Andreas Jacobs: "Beteiligungen an Adecco und Barry Callebaut ausbauen"

Andreas Jacobs, Präsident der Jacobs Holding und zweitältester Sohn von Klaus Jacobs, will trotz Kursverlusten an den Adecco- und Barry-Callebaut-Beteiligungen festhalten. "Unser Ziel ist es, die Beteiligungen langfristig auszubauen", sagt er im Interview mit der "Handelszeitung". Die misslungene Übernahme von Michael Page durch Adecco letztes Jahr sieht er nachträglich als Glücksfall. Als Verfechter nachhaltigen Wirtschaftens hält er ausserdem die reine Gewinnorientierung für überholt. Anreize und Ziele müssten sich viel mehr an Nachhaltigkeit orientieren. Wenn nicht freiwillig, dann müssten sich die Unternehmen unter Druck der Konsumenten ökologischer und sozialer ausrichten.

Emmi-Präsident Fritz Wyss: "Der grösste Teil des Wachstums muss über Zukäufe erfolgen"

"Wir haben unsere Strategie geändert", kündigt der Emmi-Verwaltungsratspräsident Fritz Wyss im Interview mit der "Handelszeitung" an. Man wolle in den Schlüsselmärkten Deutschland, Österreich, Italien, Grossbritannien sowie in den USA eine stärkere Position erreichen. Der Druck von Seiten des Handels werde in Zukunft tendenziell zunehmen, so Wyss weiter. Seinem Nachfolger, dem CVP-Ständerat Konrad Graber, empfiehlt er, sich nicht zu stark

agrarpolitisch beeinflussen zu lassen.

Tamedia-CEO Martin Kall: Tages-Anzeiger drohen 2009 rote Zahlen
Das Schweizer Verlagshaus ist nach der Schliessung der Gratiszeitung .ch die klare Gewinnerin auf dem Markt für Pendlerzeitungen. Verändern wird sich bei Tamedia aber vorerst nichts - das Pendlerblatt News bleibt vorläufig auf dem Markt, denn: "Die Schliessung von .ch werden wir im Werbemarkt gar nicht merken, weil wir von nichts nichts gewinnen können", sagt Kall im Interview mit der "Handelszeitung". "Die Zukunft von News entscheidet sich bei einer anderen Frage: Schaffen wir es mit News, in Kombination mit den beteiligten Regionalzeitungen neue exklusive Leser zu gewinnen? Und: Können wir News im Verbund mit dem Tages-Anzeiger, mit der Basler Zeitung oder mit der Berner Zeitung vermarkten?" Beim Flaggschiff Tages-Anzeiger stehen dagegen grössere Veränderungen an. "Wenn wir nichts unternehmen, wird der Tages-Anzeiger bereits dieses Jahr in die roten Zahlen geraten", warnt Kall. "Der Grund ist die strukturelle Verlagerung der kommerziellen Werbeausgaben, aber auch der Rubrikanzeigen, ins Internet." Das Ziel sei nun die Wiederherstellung einer nachhaltigen Wirtschaftlichkeit des Tages-Anzeigers. "Deshalb muss der Tages-Anzeiger sparen. Wie die einzelnen Ressorts des Tages-Anzeigers betroffen sein werden, ist offen", betont Kall.

Georg-Fischer-CEO Yves Serra: "Talsohle im Automotive-Geschäft erreicht"
Die geschwächte Autozulieferersparte des Industriekonzerns Georg Fischer hat die Talsohle offenbar erreicht. Laut Yves Serra konnte GF Automotive, auch dank der Abwrackprämie im wichtigen Markt Deutschland, im März in einigen Werken die Produktion leicht hochfahren und den Anteil der Kurzarbeit etwas reduzieren. Die Trendwende erwartet Serra noch in diesem Jahr: "Der Lagerabbau bei unseren Kunden sollte im Juni, Juli abgeschlossen sein. Die Trendwende dürfte noch in diesem Jahr einsetzen", sagt Serra im Interview mit der "Handelszeitung". Sollte allerdings keine Erholung einsetzen, sind laut Serra Werkschliessungen nicht auszuschliessen. Um die Rückgänge im Automobilgeschäft aufzufangen, treibt Georg Fischer den Ausbau der Rohrleitungssystemsparte GF Piping Systems voran. 2009 wird laut Serra aber kein Jahr der Akquisitionen, sondern "ein Jahr der Konsolidierung". Um für Liquidität im Konzern zu sorgen, prüfte Serra unter anderem auch den Verkauf nichtbetrieblicher Liegenschaften. Auch die Emission einer Unternehmensanleihe gehört zu den Optionen.

DKSH-CEO Jörg Wolle: "Erwarten stabile Entwicklung für 2009"
Das Handelshaus DKSH könne sich nicht komplett abkoppeln vom Schicksal der Hersteller und Kunden, sagt der CEO und Verwaltungsratsdelegierte Jörg Wolle im Interview mit der "Handelszeitung". "Doch fürs Gesamtjahr rechne ich mit einer stabilen Entwicklung auf heutigem Niveau." Da viele Firmen unter starkem Kostendruck stünden und den Abbau von Tochtergesellschaften oder Niederlassungen in Asien erwägen, gebe es derzeit für DKSH viele Übernahmeopportunitäten.

UBS-Wandelanleihe: Kursanstieg bedrängt den Bund
Die UBS-Aktie ist seit Anfang März im Höhenflug: Über 76% hat der Titel zugelegt und zu Wochenbeginn sogar an der 18-Fr.-Marke gekratzt. Der unerwartet frühe Kursanstieg bringt jetzt den Bund bei der Festlegung seiner Exit-Strategie in Zeitnot. Der Bund hat, um die angeschlagene Grossbank zu stützen, eine Pflichtwandelanleihe gezeichnet, die er ab Mitte Juni in UBS-Aktien wandeln kann. In diesem Fall werden neue Aktien geschaffen, die maximal 9,3% des gesamten Kapitals entsprechen. Der Knackpunkt: Die Zahl der Aktien, die dem Bund im Falle eines Wandels zugeteilt werden, ist an den UBS-Kurs gekoppelt. Der Deal sieht vor, dass der Bund für die 6 Mrd Fr. dann die meisten UBS-Aktien erhält, wenn sie zu einem Kurs pro Titel von 18.21 Fr. oder tiefer wandelt. Steigt der Kurs weiter, verschlechtert sich die Rechnung für den Bund, weil die Anzahl Aktien deutlich sinkt. Will der Staat - und indirekt der Bürger - am

stärksten von seiner Finanzhilfe profitieren, muss er wohl bald handeln. In der Politik ist nun eine hitzige Debatte zur Exit-Strategie des Bundes entbrannt. SVP-Wirtschaftsexperte Hans Kaufmann fordert in der "Handelszeitung", der Bund müsse sich so bald wie möglich von der UBS verabschieden - aber mit einer gut durchdachten Strategie. Christian Lampart vom Gewerkschaftsbund dagegen sieht keinen Grund, die UBS "einfach so" gehen zu lassen.

UBS: Knatsch um den Posten des Chefökonomem
Gemäss Recherchen der "Handelszeitung" dürfte sich der eben erkorene Chefökonom der UBS, Andreas Höfert, in ein Wespennetz gesetzt haben. Nicht nur Klaus Wellershoff, bisheriger Inhaber des Postens, hat das Amt aus Frust aufgegeben. Auch Alexander Kobler, der im vergangenen September den wichtigeren und einflussreicheren Job als Research-Chef des Wealth Management von Wellershoff übernommen hatte und nach diesem auch Chefökonom geworden wäre, hat seinen Posten bereits wieder verlassen. Höferts Einfluss ist im Vergleich zu jenem seiner Vorgänger ohnehin geringer und könnte noch weiter abnehmen. Seinem Vorgänger Wellershoff verbietet die Bank derweil jede Äusserung zu wirtschaftlichen Themen, wie dieser bestätigt. Die Bank selbst behauptet offiziell das Gegenteil: Als Privatmann dürfe er sich äussern, wie ihm beliebt.

Doppelbesteuerungsabkommen: Konzerne überreichen Bundesrat Merz ihre Wunschliste
Der Bundesrat will bis Ende Jahr mit insgesamt zwölf Staaten Doppelbesteuerungsabkommen neu verhandeln. Damit nicht jedes Land seine "Spezialwünsche anbringt", müsse die Schweiz rasch einen eigenen Modellartikel ausarbeiten, der den Standard und die Marschrichtung vorgebe, fordert Swissholdings-Direktor Peter Baumgartner in der "Handelszeitung", der die Interessen von 49 international tätigen Konzernen des Industrie- und Dienstleistungsbereichs in der Schweiz vertritt. Ein solcher Modellartikel müsse beispielsweise zeigen, wie der Informationsaustausch erfolgen und welche Informationen weitergegeben werden sollen, auf welchen Zeitraum der Austausch sich bezieht und welche Folgen das für die unterschiedlichen Steuerarten von der Einkommens- und Vermögens- bis hin zur Mehrwertsteuer habe. "Wenn immer möglich" sollten aus Sicht von Swissholdings die Schweizer Steuerdiplomaten bei den Verhandlungen versuchen, aus den bestehenden DBA Benachteiligungen für internationale Holdings zu beseitigen. Im Vordergrund steht dabei die Beseitigung der Quellensteuern auf Erträgen aus ausländischen Tochtergesellschaften, das heisst auf konzerninternen Dividenden, Zinsen und Lizenzträgen. Während es im Verkehr mit den EU-Staaten dank des Zinsbesteuerungsabkommens diese Benachteiligung nicht mehr gibt, sind internationale Konzerne namentlich in Australien, Japan und den USA benachteiligt.

Nachfolgeregelung: Die Wahl zwischen Internen und Externen
Der Entscheid, sein Unternehmen in neue Hände übergehen zu lassen, gehört zu den schwierigsten Schritten im Leben eines Firmenführers. Wer ist fachlich geeignet, wer passt vom Herzen aus am besten und wer bietet die grösste Gewähr für den Fortbestand? Gut bedient ist, wer beizeiten schon seinen Nachwuchs aufgebaut hat und auf sein internes Management-Development-Programm zählen kann. Doch auch ein solches bietet keine Garantie und schützt nicht vor Überraschungen. Firmenchefs und Verwaltungsräte erzählen, mit welchen "Rezepten" sie arbeiten und warum sie sich für eine interne oder aber eine externe Nachfolgelösung entschieden haben.

Online-Werbung: Digitale Werbekampagnen noch mangelhaft
In der Schweiz fehlt es noch an umfassenden digitalen Werbekampagnen. Die Gründe? "Damit Online-Werbung Sinn hat, müssen mehrere Bedingungen erfüllt sein", sagt Andreas Gedenk, Managing Partner der Mediaagentur Optimedia in Zürich. Der Markt benötigt eine relevante Grösse, die Online-Werbung muss mit anderen Kommunikationskanälen verlinkt und die Kampagne sollte breit abgestützt sein, um zu wirken. "Von A bis Z, sprich: vom Impact bis zur Anwendung, muss alles stimmen", sagt Patrick Theus, Head Unit von Zed digital, dem Brand

von Optimedia für Online-Werbung.

Kontakt:

Nähere Auskunft erteilt Ihnen gerne Herr Martin Spieler, Chefredaktor
"Handelszeitung" Zürich
Tel. 043 444 59 00

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100009535/100583064> abgerufen werden.