

20.09.2006 - 07:22 Uhr

Media Service: Heute in der Handelszeitung vom Mittwoch, 20. Sept. 2006: Themen sehe Lead im Text.

Zürich (ots) -

Exklusiv-Umfrage der "Handelszeitung": Ein Viertel der Bevölkerung in der Schweiz besitzt Aktien. 25% der über 1000 Befragten geben an, dass sie für ihre Geldanlage Aktien nutzen. Zählt man jene dazu, die ihr Ersparnis in Fonds mit Aktien anlegen, steigt der Anteil gar auf 29%. In einer Umfrage im Jahr 2004 betrug der Anteil der Aktionäre an der Schweizer Wohnbevölkerung nur 20%, nachdem er 2002 noch rund 24% und im Jahr 2000 sogar rund 32% ausgemacht hatte. Am meisten Aktien im Depot haben Vermögende mit einem Anlagevermögen von über einer Viertelmillion Franken: 71% von ihnen setzen auf Aktien. Bei den Privatpersonen mit einem Anlagevermögen von 50000 bis 250000 Fr. besitzt die Hälfte Aktien, während es bei den Kleinsparern, die weniger als 50000 Fr. auf der hohen Kante haben, immerhin noch 14% sind. Durchgeführt wurde die repräsentative Umfrage durch das beauftragte Meinungsforschungsinstitut Demoscope Anfang September.

Logistik: Chinesen konkurrenzieren Kühne+Nagel und Panalpina Mit der Hongkonger Kerry Logistics erhalten die beiden Schweizer Logistik-Marktleader Kühne+Nagel und Panalpina neue Konkurrenz im Asien-Europa-Verkehr. Seit Anfang Monat ist der in Asien führende Logistikkonzern Kerry Logistics mit acht Niederlassungen in der Schweiz, Deutschland und Österreich präsent. Kerry will in vier Jahren in Zentral- und Osteuropa ein Niederlassungsnetzwerk mit 500 Mitarbeitern aufbauen. Der Fokus der Chinesen auf das Preis-Leistungs-Verhältnis beunruhigt die Schweizer Konkurrenten.

Guglielmo Brentel, Präsident der Hotellerie Suisse: "Zeit des Jammerns ist vorbei" Der Aufschwung sei da, sagt Guglielmo Brentel, Präsident der Hotellerie Suisse im Interview mit der "Handelszeitung". "Bei den Übernachtungszahlen haben wir ein Wachstum. Dank der höheren Nachfrage sollte man auch bessere Preise durchsetzen." Gute Chancen sieht Brentel im Geschäft mit Kongressen und Tagungen. Das Problem der Schweizer Hotellerie sind die Hotels im mittleren Preisbereich. "Dort gibt es in der zahlenmässig wichtigsten Kategorie einen Erosionsprozess."

Oerlikon will nicht an Rheinmetall zahlen OC Oerlikon verschärft den Ton im Streit um das Kürzel "OC", das auch der deutsche Rüstungskonzern Rheinmetall für seine Schweizer Tochter Oerlikon Contraves beansprucht. «Es gibt keine vertragliche Grundlage für die Ansprüche von Rheinmetall», sagt ein Oerlikon-Sprecher auf Anfrage. Man sehe keine Veranlassung, für angebliche Markenrechte zu bezahlen. Ob damit auch der Weg für eine aussergerichtliche Einigung versperrt ist, lässt der Sprecher offen.

Starrag Heckert-CEO schliesst weitere Akquisitionen nicht aus "Ich bin ein grosser Freund von organischem Wachstum, das wir mit intelligenten Produkten auch generieren werden", sagt Starrag Heckert-CEO Frank Brinken im Interview mit der "Handelszeitung". "Allerdings möchte ich nicht ausschliessen, dass wir weitere Akquisitionen tätigen." Die interessanten Unternehmen in der Hochpräzisionstechnologie sitzen laut Brinken vorwiegend in Europa

und Japan. Man erhalte wöchentlich Dossiers von Übernahmekandidaten zugeschickt, so Brinken. Auf organisches Wachstum setzt der CEO in den USA, wo heute 7% des Gesamtumsatzes erwirtschaftet werden. "Ich hoffe, künftig 20% in den USA zu generieren", so der Starrag Heckert-Chef.

Ad-interim-Chef Josef Dürr soll Direktor des VSE bleiben
Stromwirtschaft Der Verband Schweizer
Elektrizitätsunternehmen (VSE) hat einen neuen Chef: Josef
Dürr, Direktor ad interim, steht als einziger Kandidat zur Wahl,
die als Formsache eingeschätzt wird. Dürr hatte nach
Turbulenzen innerhalb des VSE provisorisch die Führung
übernommen. Er ist gefordert: Wie bei Economiesuisse sind
auch beim VSE die Interessen heterogen. Der Verband
vereint Stromriesen wie Axpo, Kantons- und Gemeindewerke

Klaus Kappeler, CEO Goldbach Media: "Eigenständig fühlen wir uns
wohl" Die Nummer eins in der Vermarktung von Werbung in
elektronischen Medien, Goldbach Media, blickt rosigen Zeiten
entgegen. "Wir werden dieses Jahr nicht mehr 20 Prozent wachsen wie
früher, sondern zwischen 10 und 12%", sagt CEO Klaus Kappeler im
"Handelszeitung"-Interview. Im Visier hat er die
200-Mio-Fr.-Umsatzgrenze, die dieses Jahr erreicht werden soll. In
zwei bis drei Jahren soll der Anteil der TV-Umsatzes am Gesamtumsatz
von gegenwärtig gut 60% auf unter 50% reduziert werden. Ende Jahr
will der Verwaltungsrat entscheiden, ob Goldbach Media verkauft wird
oder nicht. Dazu Kappeler. "Wir fühlen uns gut und wohl in der
Eigenständigkeit."

Nestlé Schweiz: Vieles unklar mit Cailler-Strategie Nelly Wenger,
die Chefin von Nestlé Schweiz, kommt mit der Wachstumsstrategie von
«Cailler of Switzerland» nicht voran. Bei Coop ist der Verkauf der
neuen Cailler Schokolade verhalten angelaufen. Denner verzeichnet
keinen Umsatzrückgang im Schokoladenverkauf, obwohl der Discounter
keine Cailler-Produkte mehr im Sortiment führt. Und die ursprünglich
geplanten Cailler-Shops in Zürich oder Genf wurden vorläufig aufs
Eis gelegt. Auch bei den Neulancierungen der Marken Frisco und Thomy
ist noch vieles unklar.

Nobel Biocare: Jetzt wehrt sich Verwaltungsratspräsident Rolf Soiron
Rolf Soiron, Verwaltungsratspräsident des Medizinaltechnik-Konzerns
Nobel Biocare, versteht nicht, weshalb die Auseinandersetzung um das
Zahn-Implantat "Nobel Direct" neu lanciert wurde. "Der Fall liegt
jetzt doch bei der schwedischen Aufsichtsbehörde", sagt er gegenüber
der "Handelszeitung". "Es ist für uns deshalb nur schwer
verständlich, wie ihn die Expertengruppe von sich aus wieder
aufrollen konnte." Dieses von der schwedischen Zulassungsbehörde MPA
eingesetzte Gremium stuft das Implantat "Nobel Direct" als "eine Art
Prototyp" ein. Weil es bisher vor allem in den USA zur Anwendung
kam, rechnen Analysten mit Sammelklagen. Bis jetzt seien noch keine
Klagen eingereicht worden, betont Soiron. "Wir gehen davon aus, dass
das so bleiben wird." Die laufenden Geschäfte seien von der
Auseinandersetzung nicht tangiert. "Die Ziele für das Geschäftsjahr
2006 sind immer noch aktuell", sagt Soiron. Er gibt aber zu, dass
der Konzern neben seiner Vorreiterrolle im "effektiven Marketing"
auch in der Glaubwürdigkeit und der wissenschaftlichen Reputation
die Nummer Eins werden müsse.

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

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100009535/100516200> abgerufen werden.