

06.06.2007 - 07:13 Uhr

## Media Service: Heute in der Handelszeitung vom Mittwoch, 6. Juni 2007: Themen siehe Lead im Text.

Zürich (ots) -

Christian Bubb, CEO Implenia: Eigenständigkeit ist der richtige Weg Für den Chef des grössten Bauunternehmens der Schweiz, macht der Angriff von Laxey auf Implenia keinen Sinn. Mit dem auf Eigenständigkeit basierenden Businessmodell könne nämlich der grösste Mehrwert für die Aktionäre erzielt werden. Es könnte sein, dass Laxey die Hausaufgaben nicht gut gemacht hat und von Annahmen ausgegangen ist, die nicht zutreffen, so Christian Bubb im Interview mit der Handelszeitung. Ein weiteres Gespräch mit dem englischen Hedge Fonds ist nicht geplant. Potenzial für Implenia sieht der CEO im Ausland, wo das Bauunternehmen in Nischen mit höheren Margen wachsen will.

Swisscom-Fixnet-Chef Ueli Dietiker: Keine schwarzen Zahlen in den nächsten zwei Jahren Der Hoffnungsträger von Swisscom Fixnet, Bluewin-TV, bleibt defizitär. In den nächsten zwei Jahren werden wir sicher keine schwarzen Zahlen schreiben, sagt Fixnet-CEO Ueli Dietiker im Interview mit der Handelszeitung. Um Gewinne zu erzielen benötigen wir 200000 bis 250000 Kundinnen und Kunden. Mit den heutigen Zahlen gerechnet, würden wir Ende 2009 diese Grössenordnung erreichen. Die höchste Hürde dabei sind die Installationskosten von durchschnittlich 1400 Fr. pro TV-Kunde. Diese verhindern auch eine aggressive Werbekampagne. Bevor wir nochmals Vollgas geben, so Dietiker, wollen wir unsere Kosten optimieren. Spätestens zum Weihnachtsgeschäft will Swisscom ihre Werbemaschinerie für Bluewin-TV aber wieder anwerfen. Derzeit ist das Fernsehen bei 30000 bis 40000 Haushalten installiert. Pro Woche kommen 1000 bis 2000 Haushalte hinzu. Pro TV-Kunde resultiert pro Monat ein Umsatz von 30 bis 40 Fr. Hochauflösendes Fernsehen, also HD-TV, will Dietiker in der zweiten Jahreshälfte einführen. Auch mehrere Angebote auf der Letzten Meile wird es heuer geben. Mit sieben Firmen seien bereits Verträge unterschrieben worden.

Deutsche Bank führt keine Kaufgespräche Seit Wochen wird über eine mögliche Akquisition der Deutschen Bank in der Schweiz spekuliert. Der VR-Präsident der Deutschen Bank (Schweiz) AG, Pierre de Weck, stellt im Handelszeitung-Interview klar: Nein, es steht nichts Konkretes an. Wir konzentrieren uns darauf, weiter aus eigener Kraft Marktanteile zu gewinnen. Damit sind die Gerüchte, die Deutsche Bank könnte die 20%-Beteiligung der UBS an Julius Bär erwerben, vom Tisch.

Schanghai lockt nur zwei Multis Für die Weltausstellung in Schanghai 2010 ist die Schweiz erstmals auf Beiträge der Unternehmen angewiesen. Gewonnen werden konnten bisher nur Nestlé und Holcim. Gemäss Recherchen der Handelszeitung sicherten sich die beiden Multis für den Beitrag von 2,3, respektive 2,2 Mio Fr. nicht nur eine starke Logo-Präsenz. Nestlé kann im Pavillon exklusiv Nahrungsmittel wie Getränke und Glaces verkaufen. Holcim, wird den Beton für einen Teil des Pavillons liefern. Für Shanghai macht der Bund 16 Mio Fr. locker. Die Organisatoren von Präsenz Schweiz hoffen durch das Sponsoring das Budget auf über 24 Mio Fr. aufzustocken.

Burckhardt Compression: Volle Auftragsbücher Der Kompressorenhersteller aus Winterthur präsentiert starke Geschäftszahlen und hohe Bestellungseingänge. Um diese verarbeiten zu können, baut das Unternehmen seine Kapazitäten bis Oktober nachhaltig aus. "Die Erweiterungen sollten ausreichen, um die erwarteten Projekte abzuwickeln", erklärt CEO Valentin Vogt im Interview mit der Handelszeitung. Im kommenden Geschäftsjahr erwartet er eine Stabilisierung auf hohem Niveau und eine Ebit-Marge leicht unter 20%. Noch im ersten Semester 07/08 will Vogt zudem Akquisitionserfolge vermelden.

Ciba SC: Scheint die Sonne, klingelt die Kasse Der Basler Chemiekonzern Ciba SC profitiert von sonnigen Sommertagen. Dann steigt der Absatz seines UV-Filters Tinosorb. Tinosorb ist eines unserer wichtigsten Produkte, bestätigt Uli Osterwalder, der beim Unternehmen für die Sonnenschutzprodukte verantwortlich ist. Ciba SC rechnet sich nun vor allem in den USA grosse Wachstumschance aus. Bisher sind dort UV-Filter wegen hohen Auflagen der Gesundheitsbehörden nur wenig verbreitet. Jetzt haben sich die Gesetze geändert, die Zulassungen sind einfacher geworden. Es wäre schön, wenn es im Herbst dieses Jahres mit unserer eingereichten Zulassung in den USA klappen würde. Dann könnten erste Sonnencremes mit Tinosorb bereits im Sommer 2008 auf dem US-Markt sein, sagt Osterwalder. Doch die Konkurrenz schläft nicht: Konkurrentin BASF bereitet für ihren UV-Filter Uvinul ebenfalls einen Zulassungsantrag vor.

Schurter: Börsengang «nicht im Vordergrund» Für Firmen unserer Grösse ist der Gang an die Börse mit einem gewaltigen Aufwand verbunden, der viele Kräfte absorbiert, sagt Hans-Rudolf Schurter, VR-Präsident und CEO der gleichnamigen Elektronikgruppe. Ein Börsengang werde im Zusammenhang mit dem Nachfolgeprozess zwar als eine der Varianten diskutiert: Aber er steht nicht im Vordergrund und erfolgt sicher nicht dieses Jahr. Die Überlegungen zum Generationenwechsel Schurter ist 57 stunden noch am Anfang, und die Firma verfüge dabei über «den ganzen Handlungsspielraum». Das schliesst Kooperationen oder einen Verkauf ebenso mit ein. Doch es ist auch durchaus realistisch, dass Schurter unabhängig und ein reines Familienunternehmen bleibt. Potenzielle Nachfolger sind in den vier Schurter-Familienstämmen vorhanden, allerdings in einem Alter, dass es auf Stufe CEO «sicher zu einer Zwischen-lösung kommt».

Die Franzosen kommen. Eine Expansion in die Innenstädte von Zürich, Basel oder Bern hat absolute Priorität in unserer Strategie, sagt Guillaume Motte, Generaldirektor der Fnac Suisse, im Interview mit der Handelszeitung. Noch ist der französische Buch- und Multimediahändler erst in der Romandie mit vier Geschäften präsent. Motte rechnet für die Schweiz mit maximal zwölf Filialen. Sein Plan sieht zwei Geschäfte in Genf, drei in Zürich, zwei in Basel, ein bis zwei in Bern und Lausanne und eines in Fribourg vor. Über den Zeitraum dieser Expansion will sich Motte nicht festlegen. Er ist aber davon überzeugt, in einem Jahr in der Deutschschweiz das erste Fnac-Geschäft zu eröffnen.

Sam Keller: Kunst ist eine riskante Geldanlage Samuel Keller, Direktor der Art Basel, warnt vor Kunstfonds, welche die Kunstwerke entwerten. Sie dienen der Kunst nicht. Sie haben negative Auswirkungen, weil sie keine Rücksicht auf Künstler nehmen. Die Platzierung eines Kunstwerkes spiele für den Wert eines Kunstwerkes eine grosse Rolle. In der Wertehierarchie steht das Museum zuoberst und ein Kunstfond zuunterst. Wenn sie ein Werk in einen Kunstfond stecken, entwerten sie es.

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

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100009535/100535457> abgerufen werden.