

Valora trennt sich von Kägi-Fret

Valora ist nach einer einschneidenden Restrukturierung in die schwarzen Zahlen zurückgekehrt. Jetzt konzentriert sich Valora auf das Handelsgeschäft. Die Produktion soll verkauft werden.

BERN – Der Konsumgüterkonzern und Kioskbetreiber Valora will sich von seinen Produktionsbetrieben trennen. Betroffen vom Verkauf sind die Unternehmen Kägi (Waffelspezialitäten wie Kägi-Fret) mit 70 Beschäftigten und Roland (Dauerbackwaren und Salzgebäck) mit 142 Angestellten in der Schweiz, Cansimag (Blätterteiggebäck) in Frankreich, Soerlandchips (Kartoffelchips) in Norwegen und Gillebagaren (Haferbiscuits und Knuspergebäck) in Schweden. Die Produktionsbetriebe steuern rund 165 Mio. Fr. zum Umsatz der Gruppe bei, sagte gestern Valora-Konzernchef Peter Wüst an der Bilanzmedienkonferenz. Der Verkauf der Einheit «One Brands» könnte in den nächsten acht bis zehn Monaten erfolgen.

Restrukturierung beendet

Der Verkauf sei der «letzte Schritt zur Fokussierung» des Konzerns. Die jahrelange Restrukturierung ist im vergangenen Jahr praktisch abgeschlossen worden. Valora kehrte 2006 in die schwarzen Zahlen zurück. Der Reingewinn erreichte 66 Mio. Franken, nach einem Verlust von 56 Mio. Fr. im Vorjahr. Das Betriebsergebnis stieg dank Sparkurs und Effizienzsteigerung von 27 Mio. auf 82 Mio. Franken. Alle Divisionen trugen zur erfreulichen Entwicklung bei. Der Umsatz stieg um 0,6 Prozent auf 2,863 Mrd. Franken. Die grösste Sparte Valora



Valora-Chef Peter Wüst will die Produktionsbetriebe des Konsumgüterkonzerns verkaufen.

BILD: KEYSTONE

Retail, die neben dem Kioskgeschäft die Caffè Spettacolo betreibt, verlor allerdings wegen Schliessungen 3,3 Prozent an Umsatz und erreichte noch 1,633 Mrd. Franken.

In der Schweiz erwirtschaftete Valora 1,734 Mrd. Umsatz. Der Kiosk-Umsatz verlor um 5,5 Prozent auf 939 Mio. Franken. 2006 schloss Valora in der Schweiz über 100 unrentable Kioske. Zudem vereinfachte sie die Organisation für die rund 1050 Kiosk-Verkaufsstellen und 100 Convenience- und Tankstellenshops. In der Schweiz betreibt Valora total 1196 Verkaufsstellen, in Deutschland 149 und in Luxem-

burg 69. Valora sparte in der Schweiz 5 Prozent der Kosten ein. Konzernweit verringerten sich die Kosten um 4,7 Prozent auf 872,2 Mio. Franken.

Valora stehe jetzt vor einer Wachstumsphase, sagte Wüst. Bis 2012 will der Konzern 4 Mrd. Fr. Umsatz erzielen. Das Wachstum soll neben dem Eintritt in neue Märkte auch durch Zukäufe erfolgen. Im Moment habe er aber «nichts im Kopf», sagte Wüst. Zur Unterstützung sollen Intersport-Chef Franz Julen als Kenner der osteuropäischen Märkte und Paul Bernhard Kallen von Burda Media als Experte mediabasierter e-Plattformen zugewählt werden. Peter

Küpfer wird aus dem Gremium austreten. Valora wolle als unabhängiges Handelsunternehmen an dem zu erwartenden Konsolidierungsprozess in Europa aktiv teilnehmen, sagte Wüst. Valora hatte vergangenen Herbst ein Übernahmeangebot der französischen Lagardère-Tochter Hachette zurückgewiesen. (sda.)

Valora in Zahlen

	2006	2005
Umsatz in Mio. Fr.	2863	2846
Betriebsergebnis	82	27
Reingew. -verlust	66	-56
Anz. Angestellte	7158	7454

Kantonalbanken legen zu

BASEL – Für das 2006 weist die Gruppe der Kantonalbanken einen Reingewinn von 2,990 Milliarden Franken aus, 15,9 Prozent mehr als im Vorjahr, wie der Verband gestern bekannt gab. Auf Gruppenebene stieg der Bruttogewinn um 12,1 Prozent auf 4,495 Milliarden Franken. Die verwalteten Kundenvermögen beliefen sich per Ende 2006 auf 503,5 Milliarden Franken, 7,2 Prozent mehr als vor Jahresfrist. Der Erfolg aus dem Zinsengeschäft verbesserte sich 4,1 Prozent auf 5,082 Milliarden Franken. Im Kommissions- und Dienstleistungsgeschäft stieg der Erfolg um 9,1 Prozent auf 2,209 Milliarden Franken. Dank der positiven Stimmung auf den Finanzmärkten wuchs der Handelserfolg gruppenweit um 18,0 Prozent auf 893,2 Millionen Franken. Trotz des intensiven Wettbewerbs haben die Kantonalbanken ihre führende Marktposition im Hypothekengeschäft verteidigt, wie der Verband schreibt. Die Gruppe der Kantonalbanken umfasst 24 Institute mit Niederlassungen in 26 Kantonen sowie rund 20 Netzwerkpartner und Kooperationen. Ihr Marktanteil im Inlandgeschäft liegt laut Angaben des Verbandes bei rund 30 Prozent. (ap.)

Hero kommt gut voran

LENZBURG – Der Nahrungsmittelkonzern Hero hat 2006 einen Rekordumsatz erzielt. Die Verkäufe stiegen im Vorjahresvergleich um 28,4 Prozent auf 1,743 Milliarden Franken, wie das vom deutschen Industriellen Arend Oetker beherrschte Unternehmen mitteilte. Das organische Wachstum wird auf 9,5 Prozent beziffert. Die Ausrichtung auf den Bereich Gesunde Ernährung verlaufe nach Plan, heisst es. So sei das Ziel, Ende 2006 mehr als die Hälfte des Umsatzes mit gesundheitsfördernden Nahrungsmitteln zu erzielen, deutlich übertroffen worden. Nun will Hero innerhalb von drei Jahren diesen Anteil auf 75 Prozent steigern. Gleichzeitig will man die Internationalisierung vorantreiben. 2006 wurde bereits mehr als ein Viertel des Umsatzes ausserhalb von Westeuropa erzielt. Das Dreijahresziel für diesen Bereich wird nun auf 35 Prozent fixiert. (ap.)

Der Link zu unzähligen Firmen

Seit 10 Jahren betreibt die Wiler Crea Swiss AG das Internet-Branchenverzeichnis suche.ch. Mitte September 2006 ist ein Internet-Preisvergleich hinzugekommen.

WIL – Die Crea Swiss AG feiert 2007 ihr 10-Jahr-Jubiläum. Am Markt tritt die Firma allerdings meistens unter dem Namen «suche.ch» auf. Hinter dieser Internet-Adresse steht laut Verkaufs- und Marketingleiter Simon Hengartner «das meistbesuchte Internet-Branchenportal der Schweiz». So finden sich auf suche.ch z.B. in der Rubrik Reisebüros Links zu über 80 Schweizer Reisebüros. Wer sich für Boots- und Yachtferien oder für Kreuzfahrten interessiert, gelangt über das Portal von suche.ch zu 18 Links von Firmen die sich auf dieses Gebiet spezialisiert haben.

Für Konsumenten kostenlos

Hengartner vergleicht das Internet-Portal mit einem riesigen, rund um die Uhr offenen Messecenter. Heute finden sich auf suche.ch unter rund 500 Rubriken wie Carreisen, Sprachschulen, Wohnwagen/Wohnmobile, Möbelgeschäfte oder Küchenbau Links zu Hunderten von Anbietern. Suche.ch registriert laut Hengartner täglich zwischen 30000 und 50000 Besucherinnen und



Der Name ist Programm.

BILD: ZVG

Besucher auf der Seite. Die Benutzeroberfläche des Internetportals ist deutsch. Dementsprechend sind es, neben einigen Unternehmen aus der Welschschweiz sowie dem nahen Ausland, vor allem deutschschweizerische Firmen, die das Portal als Schaufenster für ihre Angebote nutzen. Für Konsumentinnen und Konsumenten ist das Surfen auf suche.ch kostenlos. Das Unternehmen, welches keine Unternehmenszahlen veröffentlicht, finanziert sich über die auf ihrem Portal vertretenen Firmen. Diese bezahlen monatlich 100 Franken, um auf suche.ch mit

dem Firmenlogo und dem Link zum eigenen Internet-Auftritt präsent zu sein. Laut Hengartner beschäftigt Crea Swiss 25 Mitarbeiter. Diese sind als Programmierer und Entwickler sowie in der Administration tätig. 10 bis 15 Mitarbeitende sind im Telefonverkauf tätig um Firmen zur Präsenz auf dem Portal zu gewinnen.

Sechs Artikel auf einen Blick

Jüngstes Kind der Crea Swiss AG ist ein Preisvergleich, den die Firma seit September 2006 ebenfalls auf ihrem Portal aufgeschaltet hat. Vertreten im Vergleich seien etwa 1000000 Angebote aus dem Sortiment von mehr als 100 Online-Shops, die vor allem die Bereiche Multimedia und Unterhaltungselektronik abdecken. Laut Hengartner umfasst der Preisvergleich neben Fotos der betreffenden Artikel zusätzliche Dienstleistungen wie die entsprechenden technischen Datenblätter, sowie verfügbare Testberichte. Dazu kommen Informationen zur Verfügbarkeit der einzelnen Artikel oder zu den Zahlungsmodalitäten. Mit 5000 bis 10000 Besuchern pro Tag entsprechen die Besucherzahlen dieser Seite nach einem halben Jahr den Erwartungen. Die Konsumenten schätzten dabei besonders die Möglichkeit, dass bis zu sechs Artikel nebeneinander auf einen Blick verglichen werden können. (chw.)

KOF-Barometer zeigt nach oben

ZÜRICH – Die Konjunkturabschwächung in der Schweiz steht vor dem Ende. Dies signalisiert das Konjunkturbarometer der Konjunkturforschungsstelle der ETH Zürich, das sich laut Mitteilung im März auf 1,9 Punkte verbesserte. Zudem korrigierte die KOF die Vormonatswerte nach oben, nämlich für Februar von 1,79 auf 1,81 und für Januar von 1,74 auf 1,75. Bereits vor Monatsfrist hatte das Barometer nach der Abschwächung in der zweiten Hälfte von 2006 Anzeichen für eine Tendenzwende am Jahreswechsel gezeigt. Nun

erwarten die Konjunkturforscher, dass sich das Wachstum des Bruttoinlandsprodukts (BIP) wieder beschleunigt. Das Barometer soll die BIP-Entwicklung um ein halbes Jahr im Voraus anzeigen. In der Gesamtwirtschaft ohne Bau- und Kreditgewerbe verringert sich danach die Abwärtstendenz. Gleichzeitig halte die Seitwärtstendenz des Schweizer Konsums an. Neuerdings zeige aber der Subindikator für die Schweizer Industrie wieder eine Aufwärtsbewegung, während die Tendenz im Baugewerbe weiter rückläufig sei. (ap.)

Teures Pflaster für Hotelgäste

ZÜRICH – Die Schweiz ist ein schönes Land; aber für Touristen ist es auch ein schön teures Land. Ein Hotelzimmer kostet hierzulande im Schnitt umgerechnet rund 228 Franken. Das ist europaweit der zweit teuerste Übernachtungspreis. Die Schweiz teilt sich den zweiten Platz mit Dänemark, dort kostet eine Hotelübernachtung ebenfalls 141 Euro, wie der Hotel Preis Index für das vierte Quartal des Hotelbuchungsportals hotels.com zeigt. Am teuersten nächtigt es sich in Grossbritannien, wo ein Hotelzimmer 144 Euro kostet. Am

Stumpf verteidigt Limbergers Salär

Für Georg Stumpf, Präsident von OC Oerlikon, ist das Millionenalär von Konzernchef Thomas Limberger gerechtfertigt. Für die SPS ist es ein Grund, die «Volksinitiative gegen die Abzockerei» zu unterstützen.

ZÜRICH – Der Verwaltungsratspräsident des Technologiekonzerns OC Oerlikon, Georg Stumpf, hat die Entschädigung von Konzernchef Thomas Limberger im Wert von fast 26 Millionen Franken verteidigt. Gemäss Geschäftsbericht setzte sich die Entschädigung für Limberger letztes Jahr aus 1,956 Millionen Franken in bar, 5000 Aktien und 40000 Optionen zusammen. Der Verwaltungsrat gehe davon aus, dass Limberger diese Summe wert sei, sagte Stumpf in einem gestern vorab veröffentlichten Interview des Magazins «Facts». Limberger habe in den vergangenen beiden Jahren einen sehr wichtigen Beitrag zur Entwicklung des Unternehmens geleistet. Die Entschädigung zeige aber auch, was der Verwaltungsrat vom Konzernchef erwarte. Denn die Optionen sind für drei Jahre gesperrt, und das Programm hat eine Laufzeit von vier Jahren. «Wenn es uns allen gemeinsam mit Herrn Limberger gelingt, in dieser Zeit die Unternehmensergebnisse weiter zu steigern, ist er automatisch sein Geld wert», sagte Stumpf. Auf die Frage, ob nun jedes Jahr weitere Optionen für Limberger hinzukämen, sagte Stumpf: «Nein, für Herrn Limberger wars das für die nächsten vier Jahre.»

«Abzockervirus» greift um sich

Als erste Bundesratspartei unterstützt die SP Schweiz die im Herbst 2006 von Trybol-Chef Thomas Minder lancierte «Volksinitiative gegen die Abzockerei». Hinter die Initiative gestellt hatten sich bereits die Grünen, die EVP und die CSP Schweiz. Auslöser für die SP war die Jahresentschädigung in Höhe von fast 26 Millionen Franken für den Oerlikon-Konzernchef Thomas Limberger. Das «Abzockervirus» greife nun auch auf mittelgrosse Unternehmen über, teilte die Partei mit. Die mittelgrossen Schweizer Unternehmen zeichneten sich laut SP-Präsident Hans-Jürg Fehr «bisher durch eine einigermaßen massvolle Salärpolitik aus. Nun sei auch dieser Damm gebrochen», wird SP-Präsident Hans-Jürg Fehr. Die SP bekämpfe diese Auswüchse mit ihrer parlamentarischen Arbeit und helfe Unterschriften zu sammeln, damit die Abzocker-Initiative dieses Treiben stoppe. (sda/ap.)

Abschwächung auf Bau

ZÜRICH – Die Schweizer Bauwirtschaft rechnet wegen allmählich sinkender Auftragsbestände mit einer Abschwächung der Branchenkonjunktur im zweiten Halbjahr 2007. Die gute Tendenz von 2006 dürfte nur noch bis in den Sommer anhalten. Die Branchenorganisation Bauenschweiz erwartet bis Herbst ein Gesamtvolumen der Bauwirtschaft, das leicht unter dem guten Resultat des letzten Jahres liegt. Die nominellen Umsätze beliefen sich 2006 auf 16,3 Mrd. Franken. Im vierten Quartal 2006 wurden 4,2 Mrd. Fr. (+1 Prozent) umgesetzt. Den grössten Teil zu diesem positiven Ergebnis trug der Tiefbau (+4,1 Prozent) bei. (sda.)

günstigsten von allen untersuchten europäischen Ländern übernachteten Touristen in Deutschland, wo ein Zimmer pro Nacht 108 Euro kostet. Im europäischen Schnitt zahlen Hotelbesucher 121 Euro (195 Franken) für ein Hotelzimmer. Damit waren die europäischen Hotelbetten im Durchschnitt 25 Prozent billiger als in den USA. Dort müssen die Hotelgäste im Schnitt 161 Euro für eine Übernachtung hinblättern. Auch in Asien müssen Reisende mit einem Übernachtungspreis von 130 Euro tiefer in die Tasche greifen. (sda.)