

«Ich habe kein Vertrauen mehr»

Schelte für Algroup-Präsident Martin Ebner an der GV: Die geplante Fusion nütze nur den Finanzinteressen. Das Projekt ging dennoch schlank durch. Algroup wird zerschlagen.

Von Ueli Burkhard, Zürich

Die Aktionärsdemokratie hat einmal mehr funktioniert: Eine folgsame Anteilsgemeinde segnete ab, was der Verwaltungsrat zuvor für gut befunden hatte. 3,53 Mio. Aktienstimmen waren an der ausserordentlichen Algroup-Generalversammlung von gestern Montag anwesend. Rund 349 Mio. sagten Ja zum Vorschlag, das Chemie- und Energiegeschäft abzuspalten und in eine neue Lonza Group einzubringen. Ebenso deutlich war die Zustimmung zu den Statutenänderungen im Hinblick auf das bevorstehende Übernahmeangebot der kanadischen Alcan Aluminium für das Alu- und Verpackungsgeschäft von Algroup. Neinstimmen und Enthaltungen blieben zahlenmässig bescheiden.

Wäre nicht nach Kapitalbesitz, sondern nach Köpfen abgestimmt worden, sähe das Resultat vermutlich anders aus. In den ausgiebigen Debatten zu den verschiedenen Traktanden überwiegen jedenfalls die kritischen Stimmen. Der Oberwalliser Gewerkschaftssekretär Beat Jost war bei weitem nicht der Einzige, der Martin Ebner und seine Kollegen im Verwaltungsrat – Christoph Blocher und Sergio Marchionne – mit Schelte bedachte. Aber er tat es besonders engagiert. «Vergeßt die Beschäftigten nicht», rief Jost der Führungsräte zu und forderte sie auf, sich «deutsch und deutlich» zum Werkplatz Wallis zu bekennen.

Ebner zeigte kein Musikgehör. Für ihn sind Arbeitsplatzgarantien gleichbedeutend mit «wirtschaftlichem Selbstmord». Man könne doch Betriebe nicht einfach nur deshalb erhalten, weil sie Arbeitsplätze bieten, unterstützte Blocher den mit ihm befreundeten Präsidenten: «Ent-

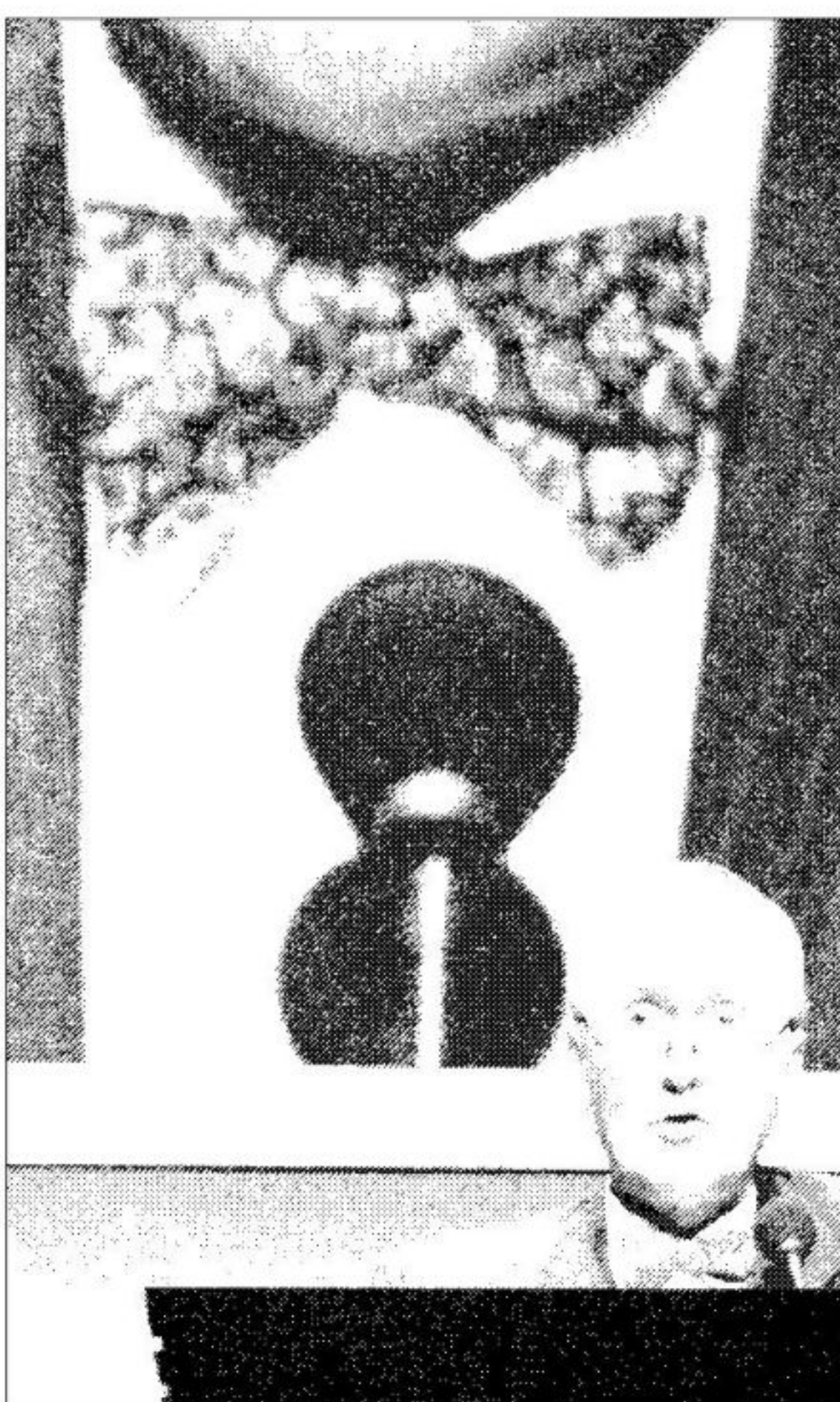
scheidend ist der Gewinn.» Genau an diesem Punkt setzten die meisten Kritiker im Saal an. Zum Beispiel der Kleinaktionär aus Herrliberg, der sich daran aufhält, dass Algroup heute von «finanzkräftigen Spekulanten» geleitet wird. Ebner, Blocher & Co. dächten zu viel an ihr Geld und zu wenig an die industrielle Zukunft des Konzerns. «Ich habe kein Vertrauen mehr in den Verwaltungsrat.»

Wie immer auch der Kleinaktionär aus Herrliberg mit seiner Vertrauenskrise zu Rand kommt, an der Auflösung der alten Alusuisse ändert dies nichts. Es bleibe auch gar nichts anderes übrig, erklärte Firmenchef Marchionne. Für Alu und Verpackung sei die Fusion mit Alcan und Pechiney die einzig sinnvolle Lösung. Und was den Chemieteil angehe, verfüge die neue Lonza über «eine tragfähige und breite Plattform für strategisches Wachstum». Die Ziele sind ehrgeizig: Der Umsatz soll bis 2003 auf 3 Mrd. Fr. (1998: 2,2 Mrd.) wachsen. Beim Reingewinn ist eine jährliche Steigerung von 15% geplant.

Transaktion in zwei Schritten

Lonza soll am 1. November an die Börse kommen. Zuvor bringt Algroup in einem ersten Schritt das Chemie- und Energiegeschäft in diese Gesellschaft ein. In einem zweiten Schritt erhöht Lonza das Kapital: Jeder Algroup-Aktionär ist berechtigt, so viele Lonza-Titel zu erwerben, wie er zurzeit Algroup-Papiere hält. Der Ausübungspreis für das Bezugsrecht beträgt 10 Fr., entsprechend dem Nominalwert der Lonza-Aktie. Letzten Freitag lag der Börsenkurs für Lonza rechnerisch bei 764 Fr. Am ersten Handelstag dürfte er sich gemäss Ebner «zwischen 700 und 900 Franken» bewegen.

Für den verbleibenden Teil des Konzerns, den Alu- und Verpackungsbereich, wird Alcan den Algroup-Teilhabern eine Umtauschofferte unterbreiten. Die Leitung des Schweizer Konzerns erwartet, «dass unsere Aktionäre für jede Algroup-Aktie 20,629 Alcan-Aktien erhalten». Möglicherweise erfahre das Umtauschverhältnis noch eine leichte Anpassung, erklärte Ebner: «In jedem Fall werden aber die Algroup-Aktionäre zu 100% an der Lonza Group und zu 27% an der neuen A.P.A. beteiligt sein.»



Martin Ebner: «Arbeitsplatzgarantie ist wirtschaftlicher Selbstmord».

Lot-Entscheid Ende Oktober

Warschau. – Die Entscheidung für die Beteiligung eines ausländischen Investors an der polnischen Fluggesellschaft Lot soll bis Ende Oktober getroffen werden. Das kündigte der polnische Privatisierungsminister Emil Wasacz am Montag in Warschau an.

Wasacz widersprach mit dieser Stellungnahme einem Zeitungsbericht, nachdem sich bereits die britische Fluggesellschaft British Airways den Zuschlag für eine zehnprozentige Beteiligung an Lot sichern konnte.

Um die Beteiligung an der polnischen Gesellschaft bemühen sich neben British Airways auch Swissair und Lufthansa. Nach den Plänen des polnischen Schatzamts soll die Privatisierung von Lot bis Dezember abgeschlossen werden. Es wird erwartet, dass der künftige Investor die Gesellschaft in eine der internationalen Luftverkehrs-Allianzen einbindet. (SDA)

«Wirtschaftsplan» statt Stellenabbau

Nyon. – Die Gewerkschaft Bau + Industrie (GBI) setzt dem Sozialplan des Novartis-Konzerns, der in Nyon 44 Stellen streichen will, einen «Wirtschaftsplan» entgegen. Statt bei der Arbeitssuche zu helfen, soll Novartis in Nyon neue Stellen schaffen.

Novartis hatte in der vergangenen Woche eine Neustrukturierung ihrer Produktionsstätte in Nyon und damit die Streichung von 44 Stellen angekündigt. Der Basler Konzern hatte gleichzeitig einen Sozialplan für die betroffenen Angestellten vorgestellt. Gestern Nachmittag fand eine Sitzung der Novartis-Direktion von Nyon und Vertretern der GBI statt. Bei dieser Gelegenheit stellten die GBI-Vertreter ihren «Wirtschaftsplan» vor. Für den Abend hat die Gewerkschaft das Novartis-Personal zu einer Versammlung eingeladen. Diese soll über das weitere Vorgehen befinden. (SDA)

Briten suchen US-Partner

Die geplante deutsch-französische Grossfusion in der europäischen Luft- und Raumfahrtindustrie hat British Aerospace in Zugzwang gebracht.

Von Dieter Claassen, London

Die erste Reaktion von British Aerospace (BAe) hatte sich weitgehend auf ein «alles Gute» für die in der vergangenen Woche angekündigte Grossfusion der deutschen Dasa und der französischen Aérospatiale Matra beschränkt. Doch inzwischen machen die Lenker des britischen Luft- und Raumfahrtkonzerns im südenglischen Farnborough aus ihrer Beunruhigung über den neuen Koloss, die European Aeronautic, Defense and Space Company (EADS), keinen Hehl mehr. «Wir haben die andere Seite unterschätzt», geben sie zu.

Northrop Grumman im Blick?

Versuche des bislang drittgrössten Luftfahrtkonzerns (nach Boeing und Lockheed Martin), das deutsch-französische Bündnis durch ein eigenes Fusionsangebot an die Dasa noch in letzter Minute zu verhindern, waren kurz zuvor gescheitert.

Die Aktien von BAe haben seit dem europäischen Paukenschlag Federn gelassen. Am gestrigen Montag gaben sie um weitere 5% nach. British Aerospace bleibe jetzt nur noch die Wahl eines Schulterschlusses mit einem nordamerikanischen Partner, hiess es an der Börse. Luftfahrtkreise schliessen aus der Ernennung der New Yorker Investmentbanker und Übernahmeexperten Wasserstein Perella, dass BAe seine Suche nach einem US-Partner jetzt intensivieren wird.

«Wir sind nur noch einen «Deal» davon entfernt, zu einem globalen Rüstungsriesen zu werden», hatte der Chief Executive von BAe, John Weston, letzte Woche in einer kleinen Diskussionsrunde in Lon-

don erklärt. Insider setzen auf die US-Rüstungsgruppe Northrop Grumman als Übernahmepartner. Grumman entwickelte die Technologie für den für herkömmliche Radaranlagen unsichtbaren Tarnkappenbomber. Andere tippen auf Lockheed Martin als möglichen Partner.

Kein Bruch mit den Europäern

Doch unabhängig von dem möglichen «grossen Wurf» über den Atlantik lässt nach Ansicht von Branchenkennern alles darauf schliessen, dass BAe an seiner mehrgleisigen Strategie in Europa festhalten wird. Der Konzern werde dabei nicht nur seine Rolle in dem von der künftigen EADS dominierten Airbus-Konsortium verteidigen, sondern auch seine Bündnisse und Kooperationen in einer Reihe von anderen Konsortien und Ablegern des Grossverbundes fortsetzen.

Darüber hinaus soll die Regierung Blair BAe-Chef Evans unmissverständlich zu verstehen gegeben haben, dass sie aus politischen Gründen einen Verkauf der 20%igen BAe-Beteiligung am Airbus-Konsortium blockieren würde. In einem solchen Fall würde man dem Rüstungsriesen die Subventionen für die Entwicklung

neuer Tragflächen für das geplante Airbus-Grossraumflugzeug A3XX streichen.

Für eine weiterhin enge Zusammenarbeit von BAe mit den Europäern würden neben der Partnerschaft mit diesen in Airbus- und Eurofighter-Projekten auch eine Reihe von weiteren Verflechtungen sprechen, heisst es. Dazu gehören die gemeinsame Matra Marconi Space (MMS), die Satelliten und Ausrüstungen für Raumfahrt-Bodenstationen herstellt, die Matra-BAe Dynamics und die Thomson Marconi Sonar.

«Du hast deine Chance gehabt»

Das Verhältnis der Briten vor allem mit der Dasa gilt jedoch weiterhin als belastet. Es liegt im Argen, seitdem BAe-Chef Evans schon weit fortgeschrittene Fusionsverhandlungen mit den Deutschen um die letzte Jahreswende abgebrochen und stattdessen der Übernahme des britischen Rüstungselektronikkonzerns GEC-Marconi den Vorzug gegeben hatte. Als Evans jetzt mit einer neuen Gesprächsofferte an Jürgen Schrempf, Chef der Dasa-Mutter DaimlerChrysler, gelangte, soll dieser entgegnet haben: «Du hast deine Chance gehabt, wir sind nicht interessiert.»

Neuer Raumfahrtkonzern

München. – In der europäischen Luft- und Raumfahrt ist eine weitere Grossfusion besiegelt: Die Deutsche Dasa, die französische Aérospatiale Matra und die britische Marconi Electronic Systems gründen das grösste Raumfahrt-Unternehmen Europas. Der neue Konzern soll unter dem Namen Astrum Anfang 2000 an den Start gehen. Erst in der letzten Woche hatten die Dasa und Aérospatiale ihren Zusammenschluss zum grössten europäischen Luftfahrtkonzern European Aeronautic, Defense and Space Company (EADS) bekannt gegeben.

Zum Programm von Astrum gehören die Ariane als kommerzielle Trä-

gerrakete, das Satellitengeschäft und der europäische Beitrag «Columbus» zur internationalen Raumstation. Der Jahresumsatz von Astrum liegt bei etwa 2,25 Mrd. Euro (3,6 Mrd. Fr.). Beschäftigt werden 8000 Mitarbeiter. Die Beteiligung der Briten am neuen Raumfahrtkonzern werden Branchenkenner als deutliches Zeichen, dass die zur British Aerospace gehörende Marconi im grenzüberschreitenden Fusionsprozess der europäischen Luft- und Raumfahrt aktiv mitwirken will. Auch die italienische Alenia Spazio, die Raumfahrt-Tochter des Finmeccanica-Konzerns, soll als Astrum-Partner hinzukommen. (SDA/DPA)

Kunden binden

Coop will die Konsumenten stärker an das Unternehmen binden: Der Grossverteiler gestaltet seine Kundenkarte attraktiver und lockt mit Gratisprämien.

Von Peter Keller, Muttenz

Die englische Handelskette Tesco gilt in der Branche als leuchtendes Beispiel. Über 70 Prozent des Umsatzes werden über die Kundenbindungskarte abgewickelt. Die Treue der Konsumenten schlug sich für die Kette in zweistelligen Zuwächsen nieder.

Auch die Schweizer Detailhändler überbieten sich mit mehr oder weniger komplizierten Programmen, sodass die allseits umworbenen Kunden vor lauter Karten bald einmal die Übersicht verlieren könnten. Einen Schritt weiter als alle anderen Konkurrenten geht jetzt Coop: Aus der bisherigen Coopprofit-Karte, einer einfachen Aktionskarte, wird die so genannte Supercard. Damit sollen nicht nur die Schnäppchenjäger, sondern auch die Stammkonsumenten von Coop belohnt werden. «Treue Kunden sind die besten Kunden», sagte Coop-Chef Hansueli Loosli am Montag.

Keine «gläsernen Konsumenten»

Das Prinzip des neuen Konzepts ist einfach: Bei jedem Einkauf werden Punkte gutgeschrieben. Ist eine bestimmte Anzahl beisammen, kann der Konsument unter einer der über 500 Gratisprämien auswählen. Zudem setzt der Basler Grossverteiler weiterhin auf die Halb-Preis-Angebote. Coop lanciert die Karte am 11. 11. im Tessin. Sobald im Laufe des Jahres 2000 alle Filialen mit Scanning-Kassen ausgerüstet sind, folgt die übrige Schweiz.

Auch mit der neuen Karte will Coop nicht wissen, welche Produkte der Konsument einkauft. Solche Daten seien für den stationären Detailhandel nicht relevant, ist Loosli überzeugt. Zudem würde eine solche Übung viel zu teuer. Der Detailhändler erfasst – im Gegensatz zur Migros, die jetzt mit ihrer umständlichen Cumulus-Karte unter Zugzwang kommt – lediglich die Umsätze der Karteninhaber. Für Coop rechtfertigen sich die Investitionen in das neue Kundenbindungsprogramm nur dann, wenn damit Mehrumsätze erzielt werden.

Rauheres Umfeld

Zahlreiche Indizien sprechen indessen dafür, dass sich der Wettbewerb im Detailhandel künftig weiter zuspitzen dürfte. Von den gesamten Konsumausgaben fliessen immer weniger in diese Branche und immer mehr in andere Bereiche wie etwa Reisen, Bildung oder Spareinlagen. Hatten die Detailhandelsumsätze 1990 noch 42,5 Prozent aller Ausgaben ausgemacht, so sind es gemäss Schätzungen im Jahr 2000 nur noch 32,2 und im Jahr 2007 gar nur noch 26 Prozent.

Händler sehen sich sodann mit sinkenden Preisen bei den Lebensmitteln konfrontiert. Neue oder alternative Verkaufsformen wie Online-Shopping oder der Direktverkauf ab Bauernhof erschweren das Geschäft zusätzlich.

BEHALTET
KREDIT

Mit Crossair täglich ganz nah:

Birmingham

Birmingham

Birmingham

crossair

clever & smart

Informationen und Buchungen bei Ihrem Reisebüro, Crossair, Tel. 0848 85 2000 oder www.crossair.com

The Quality Group