

Netzwerker am „Stammtisch“

FRANKFURT. So voll wie diesmal war es noch nie – darin sind sich alle einig, die schon öfter zum „International Stammtisch“ ins Frankfurter English Theatre gekommen sind. Rund 200 Gäste dürften sich in der Bar gedrängt haben, vielleicht lag es ja daran, dass Renaud Pichon, der Vorstand des Bahnunternehmens Alleeo, 20 Erste-Klasse-Fahrscheine für den ICE Frankfurt–Paris verlor. Zuvor berichtete Pichon über das Unternehmen des ICE- und TGV-Verkehrs zwischen Deutschland und Frankreich, das vor einem knappen Jahr begann. 1,2 Millionen Passagiere erwartet Alleeo in diesem Jahr auf den Hochgeschwindigkeitsstrecken zwischen Paris und Stuttgart, München und Frankfurt. Dass nicht nur die Technik der Züge von Siemens und Alstom, sondern auch die Mentalität des Personals und der Betreiber sich gewaltig unterscheiden, wurde mehr als deutlich.

Insofern war der Ort für Pichons Vortrag gut gewählt, denn „Stammtisch“-Besucher sind es von Berufs wegen gewohnt, zwischen Mentalitäten zu wechseln. Die meisten von ihnen sind Ausländer aus rund 40 Nationen, die in Frankfurt und Rhein-Main leben; die Deutschen, die zum „Stammtisch“ kommen, haben umgekehrt mit ausländischen Unternehmen zu tun. Im Austausch von Visitenkarten, wie sie eine junge Dame bei der Verlosung aus dem Sektkücher zog, sind sie geübt: Zum „Stammtisch“ gehört, sich schnell bekannt zu machen mit Unbekannten links und rechts, die aus England, Spanien, Frankreich, Singapur oder Oberursel stammen. Networking ist Pflicht, ob es um den besten Salsa-Kurs geht oder auch den nächsten Job.

Die Verkehrssprache ist Englisch – obwohl all die meist jungen Ausländer zum „Stammtisch“ kommen, um in Frankfurt schneller und besser heimisch zu werden. Und obwohl diesmal die Franzosen eine beträchtliche Fraktion des „Stammtischs“ stellen, denn diesmal stellt sich der „Club des affaires de la Hesse“ vor, der hiesige französische Wirtschaftsclub, der größte seiner Art. Präsident Eric Munk Koeffoed referiert locker über fast 500 Jahre deutsch-französischer Beziehungen in Frankfurt; für die meisten Netzwerker dürfte aber interessanter sein, dass der Club von 45 französischen Unternehmen in Hessen spricht und von 3600 Franzosen in Frankfurt, einer viel größeren Gemeinde als etwa die der Amerikaner. Doch ist es in Person von David Hart ein Amerikaner, der den „Stammtisch“ organisiert.

Dieser ist ein Element des „Newcomers Network“, das die frühere Journalistin als Serviceangebot für junge Ausländer gegründet hat. Eine Geschäftsidee, die Internetangebote für „Newcomer“ unter www.newcomers-network.de mit Messen, Events und dem „Stammtisch“ verbindet. Der ist nicht nur für Hart ein Erfolg: Die meisten der erstmaligen „Newcomer“ beteuern, wiederzukommen zu wollen, auch wenn sie kein Ticket gewonnen haben. EVA-MARIA MAGEL

Präsidiales Nein bei den Sparkassen

Neuordnung der Landesbanken-Landschaft? Konsolidierung bei Sparkassen? Verbandspräsident Böhmer ließ bei der Bilanzvorlage wissen, was mit ihm alles nicht geht.

Von Manfred Köhler

FRANKFURT. Es lässt sich durchaus darüber streiten, wie die Sparkassen dastehen. Eine Aufwärtsentwicklung wie die Großbanken bis zum Ausbruch der Finanzkrise haben sie in den vergangenen Jahren nicht genommen. Zusammen verdienen die 50 Kreditinstitute dieser Art in Hessen und Thüringen, die einen gemeinsamen Verband haben, im laufenden Geschäft von 2003 bis 2006 jeweils gut eine Milliarde Euro; 2005 waren es in der Spitze 1,1 Milliarden. Im vergangenen Jahr ging dieser Wert, das Betriebsergebnis vor Bewertung, etwas herunter, auf 959 Millionen Euro. Abziehen sind noch die Kosten für faule Kredite, dieses Mal zudem in besonderem Maße auch die Risikoversorge für das Wertpapiergeschäft von ungefähr 160 Millionen, weil mit der Krise an den Finanzmärkten auch die eigenen Anlagen der Sparkassen an Wert verloren, selbst wenn es sich nicht um hochriskante Produkte handelte.

Unterm Strich blieben als Jahresergebnis nach Steuern 199 Millionen Euro. Auch das ist ein Ergebnis, das sich von dem vergangener Jahre nicht signifikant unterscheidet.

Anteilseigner, die auf eine hohe Verzinsung ihres Eigenkapitals Wert legen, würden wohl auf eine größere Rentabilität drängen, etwa durch Fusionen benachbarter Häuser. Die Städte und Kreise, denen die Sparkassen gehören, halten sich allerdings gemeinhin zurück. Und so sieht auch Gregor Böhmer, Präsident des Spar-



Vertreten 50 Sparkassen: Verbandspräsident Gregor Böhmer (rechts) und Geschäftsführer Werner Klebe bei der Bilanzpressekonferenz in Frankfurt

Foto Cornelia Sick

kassen- und Giroverbands Hessen-Thüringen, keinen „Fusionsdruck“ bei den Sparkassen in diesen beiden Bundesländern, wie er gestern bei der Vorlage der Zahlen für 2007 deutlich machte – auch wenn er eine der wichtigsten Kennziffern für den Erfolg der 50 Institute, das auf 0,88 Prozent gesunkene Verhältnis des Betriebsergebnisses vor Bewertung zur durchschnittlichen Bilanzsumme, selbst als „nicht beäuschend“ bezeichnete. Allenfalls für die Sparkasse Offenbach muss eine Lösung gefunden werden: Die Stadt als Träger hat wissen lassen, dass das Haus an ein anderes angeschlossen werden soll. Ein Andock an die Landesbank Hessen-Thüringen, von dem viel die Rede war, lehnt Böhmer allerdings ab, weil er generell ge-

Die Sparkassen Hessens und Thüringens in Zahlen

in Millionen €	2007 (vorläufig)	2006
Zinsüberschuss inkl. Derivate	2142,4	2267,9
Provisionsüberschuss	640,4	620,5
Verwaltungsaufwand	1859,6	1860,4
darunter - Personalaufwand	1121,4	1136,9
- Sachaufwand	738,2	723,5
Betriebsergebnis vor Bewertung	959,2	1073,5
Betriebsergebnis nach Bewertung ¹⁾	614,3	705,7
Jahresergebnis vor Steuern	407,5	423,8
Jahresergebnis nach Steuern	199,2	217,5

¹⁾ vor Dotierung der Vorsorgereserven
Quelle: Unternehmensangaben

Billigflieger im Aufwind

Flugsicherung: Im vergangenen Jahr schon ein Viertel aller Flugbewegungen über Deutschland

JOR. LANGEN. Die Billigfluglinien gewinnen immer größere Bedeutung im Luftverkehr über Deutschland. Ihr Marktanteil lag 2001 noch unter fünf Prozent. Heute entfallen fast ein Viertel aller Flugbewegungen auf Unternehmen wie Ryanair, Easyjet oder Germanwings, wie Dieter Kaden, Vorsitzender der Geschäftsführung der Deutschen Flugsicherung GmbH in Langen, gestern sagte, als er den Mobilitätsbericht 2007 seines Hauses vorlegte.

Im vergangenen Jahr hat die Flugsicherung erstmals mehr als 3,1 Millionen Flüge kontrolliert, 4,4 Prozent mehr als im Jahr davor. Für 2008 rechnet Kaden abermals mit einer Zunahme von rund fünf Prozent. Der Boom bei den Billigfliegern ist aber keineswegs gleichbedeutend mit einem Boom der Regionalflughäfen abseits der Metropolen. Die ganz überwie-

gende Mehrzahl von „Low-Cost-Flügen“ startet dem Mobilitätsbericht der Flugsicherung zufolge vielmehr von größeren oder großen Flughäfen. Köln/Bonn liegt hierbei auf der ersten Position mit mehr als 35 000 Billigflügen, München auf Platz zwei mit 30 000 und Berlin-Tegel auf dem dritten Rang mit gut 29 400. Es folgen Düsseldorf, Stuttgart, Hamburg und Berlin-Schönefeld. Erst auf Platz acht folgt der Regionalflughafen Hahn mit gut 14 200 Flugbewegungen der Niedrigpreisklasse.

Was die Flugbewegungen insgesamt betrifft, weist das Zahlenwerk der Flugsicherung aus, dass mit München das zweite große deutsche Luftverkehrsdreieck im vergangenen Jahr wieder deutlich näher an Deutschlands bedeutendsten Flughafen Frankfurt herangerückt ist. Die Bayern legten um 5,1 Prozent auf gut 428 000

Starts und Landungen zu. Der Frankfurter Zuwachs blieb der Flugsicherung zufolge aufgrund der bekannten Kapazitätsprobleme unter einem Prozent, die Flugsicherung zählte gut 492 000 Bewegungen. Im Jahr 2004 hatte Frankfurt noch rund 110 000 Flugbewegungen vor München gelegen.

Nach wie vor offen ist die Frage, ob es zu der ursprünglich geplanten Privatisierung der Flugsicherung kommt. Diese steht zwar als Thema am Freitag im Bundestag auf der Tagesordnung, Kaden rechnet aber nicht damit, dass das Projekt noch in dieser Legislaturperiode in die Tat umzusetzen ist, wie er gestern äußerte. Bundespräsident Horst Köhler hatte ein entsprechendes Gesetz Ende 2006 wegen verfassungsrechtlicher Bedenken nicht unterzeichnet. Er hält eine Grundgesetzände-

gen solcherart Vertikalisierung ist. Es müsse statt dessen eine „systemgerechte Lösung“ gefunden werden. Als Beispiele nannte er die Fusion mit einer anderen Sparkasse oder auch die Übernahme durch den Verband selbst, ohne näher darauf einzugehen.

Es war nicht das einzige Mal, dass Böhmer vor allem darüber berichtete, was er gerade nicht will. Er bekräftigte auch das Nein zu Gesprächen über eine Fusion der Helaba mit der WestLB, das der Verbandsvorstand vergangene Woche beschlossen hatte. Wer nach den Gründen fragte, wurde von ihm knapp auf die öffentliche Berichterstattung über das Düsseldorfer Haus verwiesen. Zu einer Exegese des ebenfalls beschlossenen Satzes, wonach der Verband dennoch grundsätzlich bereit sei, einen konstruktiven Beitrag zur Weiterentwicklung des Landesbankensektors zu leisten, ließ sich der Präsident nicht bewegen. „Gehen Sie davon aus, dass in Deutschland überall intensiv nachgedacht wird, und wir haben den wenigsten Grund, uns daran zu beteiligen“, sagte er lediglich – eine Anspielung darauf, dass die Landesbank Hessen-Thüringen, die dem Verband zu 85 Prozent gehört, glimpflich durch die Krise gekommen ist.

Ganz so zurückhaltend wird Böhmer intern nicht sein. Dass er zu größeren Wurfen in der Lage ist, hatte er vor Jahren bei der Ausarbeitung des Verbundkonzepts bewiesen, mit dem Sparkassen und Landesbank eng aneinanderrückten, unter anderem, um das Rating zu heben. Gestern aber war ihm nicht zu entlocken, welche Pläne er für sein wohl letztes Amtsjahr – 2009 wird Böhmer 65 Jahre alt – noch hat. „Stand heute: nein“, lautete lediglich die Antwort auf die Frage, ob die Landesbank 2008 noch Fusionsgespräche führen werde. Das heißt ja im Grunde auch alles und nichts. Wenn Schweigen Gold ist, hat der Verbandspräsident gestern nicht wenig zur Wertsteigerung der Sparkassen beigetragen.

MENSCHEN & MÄRKTE



Teddy-Messe mit „Steiff Breakfast“

An der Börse sorgen Bären bei vielen Zeitgenossen in diesen Tagen für lange Gesichter, stehen sie doch für fallende Kurse. Wer aber angesichts von Meister Petz nicht an Finanzen denkt, sollte sich das dritte März-Wochenende im Kalender anstreichen. Am 15. und 16. März präsentieren rund 300 Aussteller bei der Teddybär-Welt 2008 in



Wiesbaden ihre neuen Sortimenten und geben gleichsam einen Einblick in aktuelle Trends. Unter den Ausstellern sind nicht allein Bärenmacher aus Europa, auch Hersteller aus Japan,

Russland, Südkorea und den Vereinigten Staaten zeigen ihre Produkte. Wer besonders hungrig auf die plüschigen Tierchen ist, kann am Samstag um 8.30 Uhr am „Steiff Breakfast“ teilnehmen. Die Teilnehmerzahl ist auf 100 begrenzt. Wer zu diesem Kreis zählen will, muss etwas mehr Kleingeld mitbringen als der normale Messe-Besucher. Das „Breakfast“ kostet 79 Euro. Dafür gibt es außer dem „Gourmet-Frühstück“ einen „Steiff-Club Event-Bär“, ein Gewinnspiel und einen Gutschein. Mehr dazu im Internet unter www.teddybaer-welt.de. thwi.

Eckes übernimmt Elka in Dreieich

NIEDER-OLM / DREIEICH (Ihe). Europas führender Fruchtsafthersteller Eckes-Granini („hohes C“) hat die Mehrheit am hessischen Saftproduzenten Elka übernommen. Die Elka GmbH in Dreieich mit ihren 30 Mitarbeitern habe in den vergangenen Jahren starke Wachstumsraten erzielt, teile die Eckes-Granini Group GmbH gestern in Nieder-Olm bei Mainz mit. Nach Elka-Angaben macht das Unternehmen jährlich zwischen fünf und zehn Millionen Euro Umsatz. Welchen Anteil Eckes-Granini an dem Unternehmen hält, wurde nicht mitgeteilt.

Die auf frisch gepresste Säfte spezialisierte Elka GmbH beliefert unter anderem Luxus-Hotels und Fluglinien. Das Unternehmen wurde 1987 gegründet und war nach eigenen Angaben das erste, das derartige Säfte ohne Pasteurisation und Konservierungsstoffe auslieferte.

Jede zweite Agentur will Personal einstellen

Werbebranche sieht positive Tendenz / Nachwuchs präsentiert frische Ideen für Marken

cp./ilin. FRANKFURT/WIESBADEN. Die positive wirtschaftliche Entwicklung der Werbebranche scheint sich fortzusetzen. Nach der Frühjahrsumfrage unter den Mitgliedern prognostiziert der Gesamtverband Kommunikationsagenturen GWA für das Geschäftsjahr 2008 ein Umsatzwachstum zwischen fünf und sechs Prozent. 77 Prozent der befragten Agenturchefs geben an, mit der Umsatzentwicklung ihrer Agentur für 2007 zufrieden zu sein. Laut GWA-Monitor erwirtschafteten die Agenturen 2007 ein Umsatzplus von 7,3 Prozent.

Weniger zufrieden sind die Agenturen mit der Renditeentwicklung, fast 70 Prozent gaben zudem an, der Kostendruck sei im vergangenen Jahr weiter gestiegen. Dazu tragen auch die Personalkosten bei. Denn mit der zunehmenden Bedeutung der Werbung im Internet würden auch immer mehr Mitarbeiter für dieses Segment gesucht. Insgesamt gaben 53 Prozent der Mitgliedsagenturen an, sie wollten Mitarbeiter einstellen. Spezialisten vor allem für Online-Werbung aber seien derzeit auch bei anderen sehr gefragt, sagte

GWA-Präsident Holger Jung, und darum leider auch teuer. Denn auf dem Arbeitsmarkt fehle sozusagen eine ganze Generation, weil sich nach dem Einbruch der Internet-Euphorie 2001 viele von dem Medium abgewandt hätten.

Bei der Suche nach Personal und der Fortbildung will der GWA, der seinen Sitz in Frankfurt hat, seine Mitglieder künftig unter anderem durch seinen eigenen neu gestalteten Internetauftritt noch besser unterstützen. Auf den übersichtlich gestalteten Seiten können die Mitgliedsagenturen sich präsentieren und in einem Job-Portal ihre Stellenangebote platzieren ebenso wie Gesuche sichten. Zudem gibt es Übersichten über Praktikumsplätze und andere Angebote für den Nachwuchs.

Eine Aktivität, um Studenten auf die Arbeitsgebiete in der Werbung aufmerksam zu machen, ist der „Junior Agency“-Wettbewerb. Die Ergebnisse des Wintersemesters wurden gerade in Wiesbaden präsentiert. Mit einer neu gestalteten Kampagne für die Marke „Goldentoast“ gewann ein Team der Hochschule Niederrhein den ersten Preis der Frühjahrsumfrage des Wettbe-

werbs. Die sieben Studenten aus den Fachrichtungen Betriebswirtschaft und Design hatten herausgefunden, dass sich ihre Zielgruppe vor allem mehr Zeit wünscht. In den neuen Internet- und Fernseh-Spots für das Toastbrot werden deshalb die Kunden animiert, die drei Minuten Aufbackzeit zu nutzen, um Tischtennis am Frühstückstisch oder „Reise nach Jerusalem“ zu spielen. „Zeit sinnvoll nutzen wird oft falsch verstanden“, sagte Designstudent Stefan Imfeld nach der Präsentation auf dem Mediencampus der Fachhochschule Wiesbaden. So könne man Hausarbeit erledigen, während man auf seinen Toast warte, sich aber auch mal Zeit für etwas Schönes nehmen. „Strategie und Kreativ greifen hier besonders gut zusammen“, sagte Jurymitglied Rüdiger Pichler. Den zweiten Preis erreichte das Team der Universität Hamburg mit ihrer Kampagne für den Spaghetti-mit-Tomatensauce-Klassiker „Miracoli“. Bronze ging an Studenten der Fachhochschule Düsseldorf, die zusammen mit ihrer Paten-Agentur eine Imagekampagne für Rewe-Lehrlinge entwickelt hatten.

Foto Michael Kretzer



Freude pur bei den Studenten vom „Team 3“ der Fachhochschule Niederrhein über den ersten Preis bei den Junior Agency Awards des Gesamtverbands der Kommunikationsagenturen GWA: Mit einem Konzept, wie die Marke „Goldentoast“ den Kunden noch schmackhafter gemacht werden kann, haben sie die Juroren überzeugt.

MARCCAIN Marc Cain Vernissage

VERNISSAGE
Donnerstag bis Samstag
6.3.2008 - 8.3.2008

Wir freuen uns auf Sie und die neue Frühjahr/Sommer-Kollektion

Appelrath-Cüpper
EXQUISIT
Frankfurt · Zeil 100
Main-Taunus-Zentrum