

GUTES GESCHÄFT Die Paketfreundin der Eidgenossen

Seit der Schweizer Franken gegenüber dem Euro zum Höhenflug angesetzt hat, brummt das Geschäft von Mandy Klein. *Zürich-Korrespondent Holger Alich* besuchte die Unternehmerin: Sie bietet den Schweizern ihre grenznahe Wohnung in Konstanz als Lieferadresse an, damit diese bei deutschen Versandhändlern shoppen können - ohne horrende Zollgebühren.

Die Kartons im Flur verwandeln den Treppenaufstieg in einen Hindernislauf. Hinter der Eingangstür der Wohnung von Mandy Klein im ersten Stock baut sich dann ein wahres Gebirge aus Kartons auf. Selbst das Ankleidezimmer wird als Lager- und Versandraum genutzt. Die Kleinunternehmerin verabschiedet gerade einen jungen Mann, der sich eine Bücher- und CD-Sammlung abgeholt hat, da klingelt schon das Telefon. „Und so geht das tagein, tagaus“, stöhnt sie.

Seitdem der Schweizer Franken gegenüber dem Euro zum Höhenflug angesetzt hat, brummt das Geschäft von Mandy Klein. Ihre Idee: Sie bietet Schweizer Bürgern ihre grenznahe Wohnung in Konstanz als Lieferadresse an, damit diese bei deutschen Versand- und Onlinehändlern shoppen und so vom günstigen Wechselkurs profitieren können. Denn viele Versandhändler wie Otto liefern gar nicht in die Schweiz - oder es werden happige Porto- und Zollabfertigungskosten fällig. Bei der Schweizer Post kostet die Standardverzollung zum Beispiel 30 Franken (rund 26 Euro).

Mandy Kleins Paketboom ist eine Art Sumpfbüchse der Frankenstärke

Mit Mandy Kleins Hilfe lassen sich diese Zusatzkosten umgehen. Schweizer Kunden registrieren sich dazu bei ihr auf der Webseite (lieferadresse-konstanz.de) und bestellen unter ihrem eigenen Namen c/o Mandy Klein in Konstanz ihre Waren. Trifft das Paket ein, benachrichtigt Klein ihre Kunden per Mail oder Telefon. Diese holen dann ihre Sendung ab und bringen sie anschließend selbst durch den Zoll. Für ihr Service verlangt Klein für ein normales Paket fünf Euro.

Ihre Umsätze verrät sie nicht. „Ich habe hier in der Wohnung aber bestimmt so an die 100 Pakete liegen“, sagt sie und zieht hektisch an ihrer Zigarette. „Mit solch einem Erfolg hätte ich nie gerechnet.“ Weil ihre 180 Quadratmeter große Wohnung langsam zu klein wird, will Klein nun expandieren und ein Ladenlokal im selben Haus anmieten.

Kleins Paketboom ist eine Art Sumpfbüchse der Frankenstärke. Denn die meisten Schweizer haben nicht viel von der Aufwertung ihrer Währung. In der Schweiz bleibt das Preisniveau erstaunlich hoch. Selbst im Onlinehandel, wo Vergleiche leicht sind, kosten Produkte auf den Schweizer Webseiten deutlich mehr als im deutschen E-Shop.

Bei der Kleidermarke Esprit zum Beispiel: Schweizer Besucher des deutschen Onlineshops werden sofort belehrt, dass aus Deutschland keine Lieferungen in die Schweiz möglich sind. Und im Schweizer E-Shop langt Esprit dann zu. So kostet etwa ein „Blazer, feiner Hahnentritt, Mischgewebe“ in Euro umgerechnet stattliche 63 Prozent mehr als im deutschen Online-Shop.

Esprit wollte auf Anfrage nichts dazu sagen, wie sich diese Differenz erklärt. In Sachen Auslandsversand arbeite das Unternehmen dagegen an einer Lösung, hieß es. Schweizer, die nicht länger die Milchkuh der europäischen Konsumgüterindustrie sein wollen, fahren daher entweder zum Einkauf über die Grenze - oder sie bestellen über das Internet mit Hilfe von Mandy Klein.

„Die Idee dazu kam mir, als ein Freund eines Freundes aus der Schweiz mich bat, für ihn ein Paket in Empfang zu nehmen“, erzählt die drahtige Frau mit den hellen, kurzen Haaren. Das war im Jahr 2009.

„Am Anfang hatte ich mit ein paar Paketen pro Monat gerechnet“, erinnert sie sich, „doch als der Franken bei 1,08 je Euro war, gab es kein Halten mehr.“ Die Schweizer bestellen alles, von allem Kleidung, Elektroartikel und Autoteile. Auch ein ganzes Auto, einen Alfa-Romeo, hat Klein schon in Empfang genommen.

Mandy Klein ist nicht allein auf diesem Markt. Die Firma Lotto Burg in Weil am Rhein ist mit ihrem Lieferadressenservice schon seit Jahren aktiv (www.serviceadresse.com). Und unter „deutsche-lieferadresse.com“ bietet seit zwei Jahren der Unternehmer Gerald Kibelkistis seine Dienste an. Dank größerer Depots kann er sogar ganze Paletten annehmen.

net“, erinnert sie sich, „doch als der Franken bei 1,08 je Euro war, gab es kein Halten mehr.“ Die Schweizer bestellen alles, von allem Kleidung, Elektroartikel und Autoteile. Auch ein ganzes Auto, einen Alfa-Romeo, hat Klein schon in Empfang genommen.

Mandy Klein ist nicht allein auf diesem Markt. Die Firma Lotto Burg in Weil am Rhein ist mit ihrem Lieferadressenservice schon seit Jahren aktiv (www.serviceadresse.com). Und unter „deutsche-lieferadresse.com“ bietet seit zwei Jahren der Unternehmer Gerald Kibelkistis seine Dienste an. Dank größerer Depots kann er sogar ganze Paletten annehmen.



„Ich habe in der Wohnung an die 100 Pakete liegen. Mit solch einem Erfolg hätte ich nie gerechnet.“

Mandy Klein
Unternehmerin

Franken lässt Umsatz von Lindt & Sprüngli schmelzen

Der Schokoladenspezialist kann Währungseffekte beim Gewinn jedoch mit einem Effizienzprogramm ausgleichen. Die Anleger sind entzückt.

Holger Alich
Zürich

Der starke Franken hat dem Schweizer Schokoladenspezialisten Lindt & Sprüngli die guten Umsatzzahlen vermiest. In lokalen Währungen gerechnet stiegen die Erlöse um 6,1 Prozent. Aus dem Plus wird aber ein Minus, wenn das Unternehmen seine Umsatzzahlen in Franken umrechnet. Dann ging der Umsatz um 4,7 Prozent auf gut eine Milliarde Franken zurück.

Den Anlegern war das gestern egal. Sie schauten unter den Strich und entdeckten Erfreuliches: Der Betriebsgewinn Ebit (Gewinn vor Zinsen und Steuern) legte um knapp 24 Prozent zu - auf rund 42 Millionen Franken. Der Nettogewinn stieg gar um fast 30 Prozent auf rund 32 Millionen Franken.

Die stimmlosen Partizipationscheine von Lindt & Sprüngli stiegen daraufhin bis zum Nachmittag um fast acht Prozent. Und selbst die stimmberechtigten Namensaktien verzeichneten ein Plus von knapp fünf Prozent auf 28 270 Franken (etwa 24 893 Euro).

Um sein Image als Edelmarke zu pflegen, hat Lindt & Sprüngli nur wenige Aktien im Umlauf, die daher pro Stück optisch sehr teuer aussehen. So gibt es von den stimmberechtigten Namensaktien nach Unternehmensangaben nur 140 000 Stück.

Die deutliche Schere zwischen Umsatz und Gewinn erklärte eine Unternehmenssprecherin mit drei Faktoren: „Unser Effizienzprogramm greift, wir haben massiv investiert, damit unsere Werke produktiver werden.“ Das Unternehmen betreibt in Europa und den USA insgesamt acht Schokoladenfabriken. Zudem könnten die Fixkosten dank höherer Verkaufsvolumina

besser umgelegt werden. Zu guter Letzt sei das Gewinnwachstum auch deshalb so hoch ausgefallen, da das Vorjahresergebnis von knapp 25 Millionen Franken noch stark von der Wirtschaftskrise beeinflusst war.

Andreas von Arx, Analyst beim Broker Helvea, war dennoch nur zum Teil zufrieden: „Alles in allem hat Lindt & Sprüngli solide Zahlen vorgelegt“, schrieb er in einem Aktienkommentar, „allerdings rangiert das Umsatzwachstum einmal mehr am unteren Ende der europäischen Vergleichsunternehmen.“

Zwar sei Lindt & Sprüngli operativ mit sechs Prozent schneller gewachsen als der Weltmarkt (plus drei Prozent). Konzerne wie Nestlé oder Danone seien aber stärker in aufstrebenden Volkswirtschaften vertreten und würden daher Wachstumsraten von mehr als sieben Prozent ausweisen. Dagegen erklärte Jon Cox vom Broker Kepler, dass er „Langfrist-Fan“ des Unternehmens sei. Denn es sei beeindruckend, dass Lindt & Sprüngli auf reifen Märkten solche Wachstumsraten schaffe.

Für das gesamte Jahr bestätigte der Schokoladenhersteller seinen Ausblick: Der Umsatz soll gerechnet in lokalen Währungen sechs bis acht Prozent zulegen; die Gewinnmarge soll um 0,2 bis 0,4 Prozentpunkte steigen. Angesichts weiter volatiler Rohstoff- und Devisenmärkte wollen die Schweizer nicht von ihrer Premium-Strategie abweichen, bekräftigte das Unternehmen.



Eine Fabrik von Lindt & Sprüngli in Kilchberg bei Zürich: Der Nettogewinn stieg um fast 30 Prozent.

Günther Cella / Bloomberg (links), Heiko Wolfram / dpa

Foster's rüstet zum Kampf gegen SAB-Miller

Der Brauereikonzerne kauft Aktien zurück. Das operative Geschäft läuft schlecht.

Urs Wälterlin
Sydney

Der Bierkonzern Foster's buhlt im Übernahmekampf mit SAB-Miller um die Gunst seiner Aktionäre: Gestern kündigte das australische Unternehmen ein Aktienrückkaufprogramm in Höhe von 500 Millionen australischen Dollar an, umgerechnet 360 Millionen Euro. Die Börse reagierte positiv auf die Nachricht. Die Aktien des Braukonzerns stiegen um 1,8 Prozent auf 4,99 australische Dollar.

Foster's kämpft gegen einen als feindlich eingestuften Übernahmeveruch des Konkurrenten SAB-Miller. Der zweitgrößte Bierhersteller der Welt bietet 4,90 australische Dollar pro Foster's-Aktie und damit insgesamt rund 9,5 Milliarden australische Dollar, das sind rund 6,9 Milliarden Euro.

Foster's meldete auch einen Rückgang des Gewinns im abgelaufenen Halbjahr von neun Prozent auf 817 Millionen australische Dollar. Als Folge der Ausgliederung des problembeladenen Weingeschäfts stand unter dem Strich ein Verlust von 89 Millionen australische Dollar.

Der Umsatz im Biergeschäft sank,



Kennzahlen in Mio. Aus\$	
Umsatz	2395,4
Ebit	887,4
Umsatz	2274,8
Ebit	816,7

Börsenwert **9,69** Mrd. Aus\$

Analysten-Empfehlungen (12 Monate)

- 1 verkaufen
- 7 halten
- 1 kaufen

Handelsblatt | Quellen: Bloomberg, Unternehmen

weil sich die beiden wichtigsten Kunden von Foster's, die beiden Supermarktketten Woolworths und Coles, einen Preiskrieg geliefert hatten. Zudem hätten australische Verbraucher generell weniger Bier konsumiert, erklärte Konzernchef John Pollaers. Er versprach eine Verbesserung der Situation im laufenden Geschäftsjahr.

Der Anstieg des Aktienpreises am Dienstag auf 4,99 australische Dollar lässt vermuten, dass Anleger nicht mit einer substantiellen Erhöhung des Angebots rechnen. Berichten zufolge hat sich SAB-Miller so viel Kapital gesichert, dass er die Offerte theoretisch auf 6,12 australische Dollar pro Aktie erhöhen könnte.

Gegen eine so deutliche Verbesserung des Angebots spricht nicht zuletzt, dass der Marktanteil von Foster's in Australien kontinuierlich zurückgegangen ist - auf heute unter 50 Prozent. Kritiker werfen Foster's nicht zuletzt einen Mangel an Innovation vor. Es würden kaum modernere Bierprodukte entwickelt, während der Konsum früher populärer Marken wie Victoria Bitter (VB) zurückgehe.

Prüfer PwC übernimmt Beratungshaus PRTM

Hohe Honorare machen weitere Fusionen attraktiv.

Katrin Terpitz
Düsseldorf

Die Wirtschaftsprüfungs- und Beratungsgesellschaft PwC verstärkt ihr Geschäftsfeld Managementberatung. Gestern wurde der Zusammenschluss mit der Unternehmensberatung PRTM unter Dach und Fach gebracht. Damit sichert sich PwC die Expertise von mehr als 700 Beratern in 18 Ländern.

PRTM ist auf Lieferketten-Management, Strategie- und Produktentwicklung spezialisiert. Gut zwei Drittel der Berater betreuen Kunden in den USA. „Mit dem Zusammenschluss werden wir uns noch besser auf dem Beratungsmarkt positionieren können“, sagt Martin Scholich, Vorstand für den Bereich Beratung bei PwC Deutschland. Über die finanziellen Modalitäten des Deals wurde Stillschweigen vereinbart. Zuletzt erwirtschaftete PwC mit Beratung sechs Milliarden Dollar von insgesamt 26,6 Milliarden Dollar Umsatz.

Branchenkennner bewerten die Transaktion als sehr gelungen. „Beide Häuser ergänzen sich hervorragend, vor allem im Bereich Supply Chain“, sagt Dietmar Fink, Professor für Unternehmensberatung der

Hochschule Bonn-Rhein-Sieg. Die globale Lieferkette etwa lasse sich mit der steuerlichen Expertise von PwC noch besser optimieren.

Vor einem Jahr hatte PwC bereits die Beratung Diamond mit mehr als 500 Consultants übernommen. „PwC baut seine Beratungsaktivitäten geschickt sukzessive aus, was aus eigener Kraft in dieser Geschwindigkeit nicht möglich wäre“, sagt Fink. Nach dem Enron-Skandal 2001 hatten sich die großen Wirtschaftsprüfer mit Ausnahme Deloitte von ihrem Beratungsarm getrennt. PwC hatte das Geschäft 2002 an IBM verkauft. Längst haben die großen Wirtschaftsprüfer Managementberatung aber wieder zum Wachstumsfeld erklärt - nicht zuletzt wegen deutlich lukrativerer Honorare. Deloitte scheiterte jedoch Ende 2010 mit dem Versuch, sich mit den Beratern von Roland Berger zusammenzutun. Die Berger-Partner lehnten ab.

Zuvor war die Fusion zwischen Booz und A.T. Kearney geplatzt. Auf dem Markt ist wieder einmal Arthur D. Little. Die älteste Unternehmensberatung der Welt wird von ihrer französischen Mutter Altran angebot.

Die Anleger-Initiative von Deutsche Bank und Handelsblatt

„Investment Live“

FinanzmarktForen 2011: Profi-Wissen für Ihre Anlageentscheidung

Jetzt anmelden für das nächste FinanzmarktForum am 12. September 2011 in Düsseldorf

Anleger fragen ...

... Experten antworten

- **Schuldenkrise:** Ist der Euro noch zu retten oder zerbricht die Währungsunion?
- **Schwellenländer:** Auf nach Asien oder lieber im Heimatmarkt Deutschland anlegen?
- **Aktien:** Verluste realisieren oder die Kurskorrektur zum Einstieg nutzen?
- **Rohstoffe:** Spekulationsobjekte oder sicherer Hafen?
- **Inflation:** Schreckgespenst oder jetzt in Sachwerte investieren?

„Europa kauft im Moment nur Zeit, statt die wirklichen Probleme zu lösen“



Gabor Steingart
Chefredakteur
Handelsblatt

„Eine gute Asset-Allocation ist der Schlüssel für Anlageerfolg“



Dr. Ulrich Stephan
Chef-Anlagestrategie für
Privat- und Geschäftskunden
der Deutschen Bank

„Wertorientierte Investoren finden derzeit günstige Einstiegsgelegenheiten“



Dr. Oliver Plein
Leiter Produktspezialisten Aktien der DWS

Die FinanzmarktForen moderiert:



Markus Koch
Börsenexperte, USA

Weitere Informationen und Anmeldung unter www.handelsblatt-investment-live.com

In Kooperation mit Deutsche Bank

Handelsblatt
Substanz entscheidet.