

NACHRICHTEN

Daimler-Prozess gegen Versicherer beginnt Januar
Der vom Autokonzern **Daimler-Chrysler** angestregte Prozess gegen mehrere Versicherungen beginnt am 9. Januar. Dies sagte am Montag ein Sprecher des Stuttgarter Landgerichts. An diesem und einem weiteren Tag würden Zeugen vernommen. Hintergrund sei ein Vergleich mit US-Aktionären aus dem Jahr 2003. Die Sammelkläger hatten gegen Daimler geklagt, weil sie sich über die wahren Absichten beim Zusammenschluss von Daimler-Benz und Chrysler im Jahre 1998 getauscht hätten. | dpa

Rhön-Klinikum erhöht die Gewinnprognose
Der Krankenhausbetreiber **Rhön-Klinikum** hat seine Gewinnprognose für das laufende Jahr wegen der Änderung des Körperschaftsteuergesetzes angehoben. Rhön-Klinikum rechne nun mit einem Konzerngewinn von 106 Millionen Euro statt der bislang erwarteten 93 Millionen, teilte das fränkische Unternehmen in Bad Neustadt an der Saale mit. Für 2007 prognostiziert der Konzern unverändert einen Jahresüberschuss von 100 Millionen Euro. | Reuters

Eli Lilly stockt Angebot für Icos auf
Der US-Pharmakonzern **Eli Lilly** hat seine Übernahmeofferte für das Biotechunternehmen **Icos** auf 2,3 Milliarden Dollar erhöht. Eli Lilly biete den Icos-Anteilseignern nun 34 Dollar statt 32 Dollar je Aktie in bar, teilte der Konzern am Montag mit. Damit kommt Eli Lilly dem Icos-Aktionär HealthCor entgegen. Dieser hatte eingewandt, dass das Biotechunternehmen mehr als 40 Dollar je Aktie wert sei. | Reuters

Finanzinvestor kauft Schlumpf-Hersteller Schleich
Der britische Finanzinvestor **HgCapital** übernimmt den durch seine Schlumpf-Figuren bekannt gewordenen schwäbischen Spielzeughersteller **Schleich**. Über den Kaufpreis sei Stillschweigen vereinbart worden, teilte die Private-Equity-Gesellschaft am Montag in Frankfurt mit. Schleich mit seinen rund 250 Mitarbeitern werde 2006 den Umsatz auf rund 80 Millionen Euro steigern. | Reuters

Delphi-Investoren wollen Milliardensumme geben
Der insolvente US-Autozulieferer **Delphi** hat nach eigener Darstellung Investoren gefunden, die bis zu 3,4 Milliarden Dollar in das Unternehmen stecken wollen. Die Geldgeber erhielten im Gegenzug nach dem Verlassen des Gläubigerschutzes einen großen Anteil an der Firma, teilte Delphi mit. Zu den Investoren gehören Cerberus, Apolloosa, Merrill Lynch und UBS Securities. | Reuters

Deutscher Halbleitermarkt schrumpft um drei Prozent
Der deutsche Halbleitermarkt wird im ablaufenden Jahr voraussichtlich um drei Prozent schrumpfen. Der Branchenverband ZVEI sieht diese Prognose durch die Entwicklung der ersten elf Monate bestätigt. Bereits von Januar bis November lagen die Umsätze des Industriesektors drei Prozent unter dem Niveau vor Jahresfrist. | Reuters

Baldessarini erhält zweite Chance

Neustart für die Luxusmarke: Der Modekonzern Ahlers will den Umsatz seiner Neuerwerbung bis Ende 2008 verdoppeln



Werner Baldessarini will seine Modemarke im Ahlers-Konzern zu neuer Größe führen – mit eigenem Vertrieb und neuen Produkten. Schuhe der Luxusmarke aus München gibt es bereits.

TANJA KEWES | MÜNCHEN

Der Modekonzern **Ahlers** trimmt die von **Hugo Boss** gekaufte Luxusmarke Baldessarini auf Wachstum. Der Vertrieb der Männermodemarke wird von München aus auf eigene Beine gestellt und ausgebaut. Eine Zusammenarbeit mit anderen Ahlers-Marken wie Otto Kern soll es nicht geben. Zudem soll ein erstes Flaggschiffgeschäft eröffnen, das als Vorbild für weitere Franchisegeschäfte dienen soll. „Unser Ziel ist es, den Umsatz bis Ende 2008 auf 30 Millionen Euro nahezu zu verdoppeln“, sagte Marken-gründer und Kreativchef Werner Baldessarini im Gespräch mit dem Handelsblatt.

Ahlers ist nach Hugo Boss und Escada der drittgrößte deutsche börsennotierte Modekonzern mit einem Jahresumsatz von zuletzt 325 Mill. Euro. Anders als die Konkurrenz steht Ahlers nicht für eine einzige Modemarke und ihre Submarken, sondern vereint wie Luxusgütergruppen mehrere Marken (Otto Kern, Pierre Cardin) unter einem Dach. Bisher war das Portfolio allerdings relativ einseitig auf mittelpreisige Marken fokussiert. Am Luxusboom konnten die Ostwestfalen nicht teilhaben.

Die neue Vorstandscheffin von Ahlers, Stella Ahlers, will die Weichen neu stellen. Mit dem Verkauf der Hemdenmarke **Eterna** für 120 Mill. Euro im Mai trennte sie sich zum einen von einer auf ein einzelnes Produkt fokussierten, und von daher nur schwer ausbaufähigen Marke, zum an-

deren verschaffte sie sich die nötigen finanziellen Mittel für Zukäufe im gehobenen Segment.

Die Übernahme der Luxusmarke Baldessarini im August für sechs bis neun Mill. Euro gilt als ihr erster Streich und wurde im Markt überwiegend positiv aufgenommen. Weitere Markenzukäufe im Premium- bis Luxussegment sind eigenen Angaben zufolge geplant. „Ahlers geht vor wie ein Finanzinvestor. Niedrig bewertete Modemarken werden gekauft, restrukturiert und auf ihrem Zenit wieder verkauft“, sagt Matthias Schrade

DREI FRAGEN AN: WERNER BALDESSARINI

„Den Micky-Maus-Umsatz steigern“

Sie sind mit Ihrer Modemarke vom expansiven Modekonzern Hugo Boss, dem Ihre Marke zu klein und unrentabel war, zu Ahlers gewechselt. Kommen Sie da nicht vom Regen in die Traufe?
Nein, wir fühlen uns sehr wohl bei Ahlers. Die neue Vorstandscheffin Stella Ahlers will die Marke Baldessarini wie die anderen sieben Konzernmarken systematisch entwickeln. Erster Schritt ist ein eigener, stärkerer Vertrieb, den wir bei Hugo Boss nicht hatten – ganz im

Gegeenteil: In den vergangenen zwei Jahren wurden wir auf von Hugo Boss kontrollierten Flächen sukzessive aus den Regalen geräumt. Ein zweiter Schritt werden Lizenzen für neue Produktgruppen wie Sonnenbrillen und Lederaccessoires sein.

In der Bewertung der Neuausrich-

tung von Ahlers halten sich Analysten noch zurück. „Die weitere Mittelverwendung aus dem Verkauf von Eterna wird über den Erfolg entscheiden“, sagt Christoph Schlienke vom Bankhaus Lampe. Der Kauf von Baldessarini werde die Marge zwar kurzfristig senken, biete aber langfristig im boomenden Luxusmarkt Potenzial. In Bezug auf den erklärten Vertriebsaufbau bei Baldessarini ist Schlienke skeptisch: „Baldessarini hat die kritische Größe für einen eigenen Vertrieb meines Erachtens noch nicht erreicht. Andererseits ist Bal-

dessarini aber auch kaum in den Vertrieb der anderen Ahlers-Marken zu integrieren.“

Der Wechsel des ehemaligen Vorstandsches von Hugo Boss, Werner Baldessarini, zu Ahlers hat einen Schönheitsfehler. Die Nutzungsrechte für die erfolgreichen und renditeträchtigen Düfte von Baldessarini liegen weiter bei Hugo Boss. Allein aufgrund der Lizenzerlöse aus dem Schätzungen zufolge 40 Mill. Euro großen Duftgeschäft schrieb die Marke Baldessarini im Jahr 2005 bei einem Umsatz von 17 Mill. Euro schwarze Zahlen. Als kritische Umsatzgröße, um im Kerngeschäft Gewinn einzufahren, gilt 20 Mill. Euro.

Um diese Marke zu erreichen, soll neben dem Vertrieb auch das Produktportfolio von Baldessarini ausgebaut werden. Eigenen Angaben zufolge laufen Verhandlungen mit Lizenznehmern für Unterwäsche, Taschen und Sonnenbrillen. Auch Uhren und Schmuck seien denkbar. „Die Marke Baldessarini hat großes Potenzial. Durch die jahrelange Zugehörigkeit zu Hugo Boss und durch den erfolgreichen Duft ist die Marke international bekannt“, sagt Heinz Ramseier von der auf Lizenzmanagement spezialisierten Schweizer Beratung Blue Dom. Um sich nicht zu verzetteln, solle sich Baldessarini aber zunächst auf Lederaccessoires konzentrieren.

Text weiterleiten: Mail an forward@handelsblatt.com
Betreff: **Ahlers**
(Leerzeichen) **16** (Leerzeichen)
Mailadresse des Empfängers

Die Fragen stellte Tanja Kewes.

Befürchten Sie nicht, Ihre Qualitätsansprüche wie einst Jil Sander beim italienischen Modekonzern Prada eines Tages dem Gewinnstreben unterordnen zu müssen?
Ich habe volles Vertrauen zu Stella Ahlers. Sie ist seit Geburt Modeunternehmerin, und als sehr markenaffine Managerin weiß sie, dass sie einer Marke nicht ihre Identität und Tradition nehmen kann. Hemden und Sakkos von Baldessarini sind nun einmal handvernäht und nicht geklebt – und daran wird sich auch nichts ändern.

Die Fragen stellte Tanja Kewes.

Kunden von Air Madrid bangen um ihr Geld

MADRID. Nach dem Aus für die spanische Billigfluglinie **Air Madrid** können zunächst nur wenige der betroffenen Passagiere auf eine Rückgabe des Geldes hoffen. Mit einer relativ reibungslosen Erstattung könnten nur die rund 50 000 Kunden rechnen, die ihre Tickets erst kürzlich gekauft hätten, teilte Spaniens Reisebüroverband mit. Allein dieses Geld habe noch rechtzeitig bei der Internationale Flug-Transport-Vereinigung IATA eingefroren werden können.

Air Madrid hat nach eigenen Angaben rund 300 000 Tickets verkauft, die nun wertlos sind. Die spanische Flugaufsicht hatte der Gesellschaft am Wochenende die Betriebserlaubnis entzogen. Zuvor hatte das Unternehmen einseitig sämtliche Flüge eingestellt. Mehr als 100 000 Passagiere sitzen daher in mehreren Ländern fest. Die Behörden machten nicht nur massive Verspätungen der Gesellschaft sondern auch Sicherheitsmängel geltend. So habe die Flugaufsicht in den vergangenen Monaten sieben Air-Madrid-Maschinen den Abflug untersagt.

Unterdessen haben die Mitarbeiter von Air Madrid vorgeschlagen, die Billigfluglinie zu übernehmen. Ziel sei es, den Flugbetrieb noch in dieser Woche wieder aufzunehmen, erklärte der bisherige Geschäftsführer Pablo Morera. Der alleinige Besitzer der Fluggesellschaft, der Hotelier José Luis Carrillo, sei für diese Lösung offen. dpa

Tüv Süd steuert Rekordumsatz für 2006 an

MÜNCHEN. Der **Tüv Süd**, Deutschlands größter technischer Überwachungsverein, ist 2006 kräftig gewachsen. Die Erlöse würden in diesem Jahr voraussichtlich um zehn Prozent auf 1,135 Milliarden Euro steigen, sagte TÜV-Chef Peter Hupfer gestern in München. Der Auslandsumsatz erhöhte sich um 35 Prozent auf 280 Millionen Euro. Aufgrund hoher Investitionen werde das Vorsteuerergebnis aber unter dem des Jahres 2005 liegen. Konkrete Zahlen nannte Hupfer jedoch nicht. Im vergangenen Jahr hatte Tüv Süd ein Vorsteuer-Ergebnis von 110,4 Millionen Euro erzielt bei einer Umsatzrendite von 10,5 Prozent.

Die vier verbliebenen deutschen Tüv-Organisationen stehen global in einem scharfen Wettbewerb im Geschäft um industrielle Prüfdienstleistungen. Zur Stärkung des US-Geschäftes erwirbt der Tüv Süd derzeit den amerikanischen Prüfdienstleister **Petrochem**. Das Unternehmen ist stark in der US-Chemie und Ölin-dustrie. Dieses Geschäftsfeld will der Tüv-Süd strategisch für die Zukunft ausbauen. Petrochem beschäftigt 400 Mitarbeiter bei einem Jahresumsatz von umgerechnet 27 Millionen Euro.

Mit einem Angebot für den Hamburger Schiffs-Gutachter **Germanischer Lloyd** war der Tüv Süd in der vergangenen Woche hingegen gescheitert. Der Germanische Lloyd geht für 575 Millionen Euro an den ehemaligen Tchibo-Miteigentümer Günter Herz. fas

Piloten wollen Qantas-Verkauf an Finanzinvestoren blockieren

Der Widerstand gegen die Übernahme in Australien wächst

URS WÄLTERLIN | SYDNEY

Die Piloten von **Qantas Airways** wollen den Verkauf der australischen Fluglinie an ein Anlegerkonsortium verhindern, indem sie eine Sperrminorität an den Aktien erwerben. Wie der Sprecher der Pilotenvereinigung, Peter Somerville, am Montag in Sydney erklärte, fürchten die Captains um die Sicherheit der Kängurulinie. „Wenn immer deutlicher wirtschaftlicher Druck auf Piloten ausgeübt wird, fürchten sie um ihren hohen beruflichen Standard. Kommerzieller Druck könnte negative Auswirkungen auf diesen Standard haben“, so Somerville. Er sprach von der Möglichkeit, dass jeder der mehreren hundert Qantas-Piloten Aktien im Wert von bis zu 50 000 Australischen Dollar kaufen könnte. Ziel wäre es, einen „kontrollierenden Anteil“ zu erreichen, mit dem die vorgeschlagene Übernahme blockiert werden könnte, erklärte Somerville. Die Pilotenvereinigung habe das Gespräch mit dem Anbieterkonsortium ge-

sucht, sei aber abgewiesen worden. Die Drohung der Piloten kommt nur Tage, nachdem die privaten Anleger unter Führung von **Macquarie Bank** eine Offerte über 11,5 Mrd. Australische Dollar für die Fluglinie auf den Tisch gelegt hatten. Das entspricht 5,60 Australischen Dollar pro Qantas-Papier. Zu den Anbietern gehört auch die amerikanische **Texas Pacific Group**. Da Macquarie Bank ein australisches Unternehmen ist, verflüchtigten sich ursprüngliche Befürchtungen, die legendäre Kängurulinie könnte in ausländische Hände fallen. Eine solche Situation wäre schon aus rechtlichen Gründen nicht zulässig.

Über das Wochenende wuchs von verschiedener Seite die Opposition gegen die Übernahmepläne. Nicht nur Gewerkschaften protestierten – sie fürchten die Auslagerung tausender Arbeitsplätze ins Ausland – sondern auch konservative Stimmen. Die sonst streng marktwirtschaftlich orientierte Tageszeitung „The Australian“ stellte die Frage, ob der Ver-

kauf eines derart wichtigen Teils der Infrastruktur eines Landes an eine kleine Gruppe Anleger sinnvoll sei. Die zu Rupert Murdochs News Corporation gehörende Zeitung warnte vor der Gefahr, die von privatem Beteiligungskapital ausgehe, das die Airline mit hohen Schulden belasten werde. Eine Zinserhöhung könne dazu führen, „dass solche Gebilde zusammenbrechen“, so die Zeitung. Der Chief Executive Officer von **National Australia Bank**, John Stewart, fürchtet, die Welle von Verkäufen wichtiger Unternehmen an Privatanleger könne „in Tränen enden“. Auch die australische Regierung hat sich zurückhalten geäußert. Schatzkanzler Peter Costello meinte, das Anlegerkonsortium könne nicht mit Steuergeldern rechnen, sollte es in finanzielle Schwierigkeiten geraten. Costello wird bei der Übernahme das letzte Wort haben: Der Minister und eine ihn beratende Untersuchungskommission müssen entscheiden, ob der Verkauf der Fluglinie im Interesse der Nation ist.

EX-ARD-MODERATOR Max Schautzer gründet mit „Bono TV“ ersten deutschen Sender für über 50-Jährige

Fernsehen für graue Panther

H.-P. SIEBENHAAR | DÜSSELDORF

Wie ein Pensionär des öffentlichen Fernsehens kommt Max Schautzer nicht dahier. Der Moderator mit dem gewinnenden Lächeln präsentiert sich eher wie ein erfolgreicher Unternehmer aus Tirol. Im waldgrünen Cordanzug mit modisch-bunter Rautenkrawatte und einem eleganten Lodennmantel ist der ehemalige ARD-Entertainer in eigener Sache unterwegs. Schautzer rührt die Werbetrommel für den ersten Kanal für Alte in Deutschland – „Bono TV“. „Noch gibt es keinen Fernsehsender für die Zielgruppe ab 50“, konstatiert der gebürtige Österreicher. Und was ist mit ARD und ZDF? „Natürlich bedienen ARD und ZDF ältere Zielgruppen. Doch im Gegensatz zu uns dürfen sie nach 20 Uhr keine Werbespots mehr senden“, sagt Schautzer über seine ehemaligen Arbeitgeber. Eineinhalb Jahre hat Schautzer, der 40 Prozent an „Bono TV“ hält, an dem Projekt gearbeitet. Der Business-Plan steht. Nächstes Jahr soll es losgehen. Der digitale Kanal wird über den Satel-



Max Schautzer will mit „Bono TV“ Fernsehen für Zuschauer ab 50 Jahren machen.

liten Astra verbreitet. Außerdem laufen Gespräche mit Kabelkonzernen über eine Einspeisung. Die ARD steht Schautzers Projekt skeptisch gegenüber. „Das ist ein hartes Geschäft. Gerade ältere Menschen haben noch analogen Empfang.“

Doch Fernsehen ist teuer. „Bei einem Vollprogramm gehen wir von jährlichen Kosten in Höhe von 50 Mill. Euro aus“, sagt sein Mitgesellschafter Sven Eggert. Der 48-jährige Düsseldorf-Unternehmer, der sich mit 20 Prozent an dem TV-Abenteuer beteiligt, betreibt eine Werbeagenturgruppe mit 50 Mitarbeitern und einem Umsatz von 35 Mill. Euro. Mit von der Partie als Gesellschafter sind auch Josef Goehlen, eine früherer Manager der Kirch-Gruppe und späterer ZDF-Serienchef sowie der 37-jährige Medienforscher Jens Ochel. Über den Standort sei noch nicht entschieden, sagt Schautzer. Düsseldorf, Köln, München und Berlin sind im Gespräch. Der Kapitalbedarf beläuft sich nach Unternehmensangaben auf rund 70 Mill. Euro. „Die Gewinnzone erreichen wir in drei bis vier Jahren“, ist sich Schautzer sicher. Im ersten Jahr will er in der Zielgruppe der über 50-Jährigen ein Prozent Marktanteil erreichen.

Der Moderator von Hits wie „Pleiten, Pech & Pannen“ will es den Öffentlich-Rechtlichen noch einmal richtig zeigen. Vor zwei Jahren ser-

vierte ihn die ARD per Handy-Anruf rüde ab. Schautzer war den ARD-Granden zu alt. Das schmerzt. Seiner Wut hat er in dem Bestseller „Rock’n Roll im Kopf, Walzer in den Beinen“ längst Luft verschafft. Jugendwahn und Altersdiskriminierung haben den Kaufmannssohn seitdem nicht mehr losgelassen. Die Idee für das Senioren-TV entstand. Nun bläst Schautzer zum Angriff. Er ist zutiefst überzeugt, dass die Werbeindustrie von einem Sender, der sich an betuchte Ältere richtet, begeistert sein wird. „Best Ager“ nennen die Agenturen die Zielgruppe im Rentenalter. Als Geschäftsführer tingelt Schautzer nun zu Sponsoren und Kunden. „Wir erwarten eine weitere Fragmentierung der Medien. Überleben werden die, die ein klares Profil haben“, prognostiziert der Geschäftsführer von „Bono TV“, der zwischen dem Kölner Nobelvorort Rodenkirchen und dem Skiot Kitzbühel pendelt. Immer mit im Gepäck ist sein Computer. In Sekundenschnelle kann der ehemalige Moderator von „Allein gegen Alle“ seine Charts abrufen. Denn Investoren lauern überall.