

Kurze Meldungen

Blackstone verkauft T-Aktien

Die amerikanische Beteiligungsgesellschaft Blackstone hat sich nach mehr als sechs Jahren Haltedauer mit Verlusten von einem Drittel ihres Aktienpakets an der Deutschen Telekom getrennt. Wie der Bonner Konzern am Freitagabend mitteilte, fiel der Anteil von Blackstone auf 2,93 Prozent. Anfang August hatte das Private-Equity-Haus noch eine Beteiligung von 4,44 Prozent gemeldet. Eingestiegen war Blackstone im April 2006 zu 14 Euro je Telekom-Aktie. Die 65,2 Millionen Aktien, die der Investor auf den Markt geworfen hat, waren zum Schlusskurs vom Dienstag (8,60 Euro) 561 Millionen Euro wert. Zum Einstiegskurs hatte Blackstone für das nun verkaufte Paket fast 900 Millionen Euro bezahlt. Allerdings kassierte der Investor seit dem Einstieg gut 850 Millionen Euro an Dividenden. Reuters

Diageo kauft in Indien zu

Der britische Spirituosenhersteller Diageo kauft sich in Indien ein. Für umgerechnet rund 1,6 Milliarden Euro erwerben die Briten 53,4 Prozent der Anteile am indischen Wettbewerber United Spirits, der mit Marken wie Whisky McDowell's No.1 und dem Wodka Romanov sehr bekannt ist. Dow Jones

Credit Suisse streicht Stellen

Die Großbank Credit Suisse streicht 300 Stellen in der Schweiz. Der Personalabbau folgt aus der Zusammenlegung der beiden Sparten „Private Clients Switzerland“ und „Private Banking Switzerland“ zum Jahreswechsel, erläuterte ein Sprecher. Die Bank könne auf diese Weise 50 Millionen Franken im Jahr sparen. Der Einschnitt in der Vermögensverwaltung spiegelt nach Meinung von Beobachtern die wachsenden Schwierigkeiten des Finanzplatzes Schweiz. du.

Verkauf belastet Crédit Agricole

Die französische Bank Crédit Agricole ist wegen des Verkaufs ihrer griechischen Tochter Emporiki und anderer Sonderbelastungen tief in die roten Zahlen gerutscht. Im dritten Quartal sei ein Verlust von 2,85 Milliarden Euro angefallen, teilte die Bank mit. Im Vorjahr hatte die Bank noch 258 Millionen Euro verdient. dpa-AFX

Generali kommt voran

Der italienische Versicherungskonzern Generali hat im dritten Quartal dank guter Geschäfte mit Lebens- und Krankenversicherungen deutlich zugelegt. Der operative Gewinn stieg um 43 Prozent auf knapp 950 Millionen Euro. Der seit August amtierende Vorstandschef Mario Greco ist sich nach neun Monaten zudem sicher, dass der Konzern im laufenden Jahr operativ mehr als 4 Milliarden Euro verdienen wird. dpa

IVG vermindert Verlust

Die IVG Immobilien AG schreibt immer noch Verluste, hat den Fehlbetrag im dritten Quartal aber von 11 auf 7 Millionen Euro verringert. Für das Gesamtjahr rechnet Vorstandssprecher Wolfgang Schäfer mit einem fast ausgeglichenen Ergebnis. In den ersten neun Monaten ist ein Verlust von 23 Millionen Euro aufgelaufen (Vorjahr: minus 55 Millionen Euro). Das Unternehmen leidet unter seiner hohen Verschuldung, in der Bilanz stehen fast 4,4 Milliarden Euro Verbindlichkeiten. bü.

BASF bleibt in Hongkong

Am Standort seines Forschungszentrums in Schanghai-Pudong hat der BASF-Konzern einen neuen Hauptsitz für das Geschäft in China bezogen. Dieser lag zuvor ebenfalls in der Stadt, aber an einer anderen Adresse. In der Ausgabe vom 7. November hatten wir berichtet, das Unternehmen verlege seinen Sitz aus Hongkong hierher. Die Zentrale für Asien-Pazifik bleibt jedoch in Hongkong. itz.

MENSCHEN & WIRTSCHAFT

Ein bodenständiger Verkäufer

Heinrich Deichmann, Chef von Europas größter Schuhhandelskette, wird „Familienunternehmer des Jahres“

Sind Familienunternehmer die besseren Unternehmer? Heinrich Deichmann mag nicht schwarzweiß malen. Auch in den anonymen Kapitalgesellschaften arbeiten überwiegend verantwortungsbewusste Manager, ist er überzeugt. So wie auch inhabergeführte Unternehmen durchaus Negativbeispiele liefern können. Was für den Vorsitzenden des Verwaltungsrates von Europas größtem Schuheinzelhändler allerdings den wesentlichen Unterschied eines Unternehmens wie dem seiner Familie zu einem kapitalmarktorientierten Konzern ausmacht, ist das Denken in längeren Horizonten. Ein Denken in Generationen statt in Quartalen.

Er persönlich leitet den Essener Handelskonzern in dritter Generation. Vor 99 Jahren hatte Großvater Heinrich im Ortsteil Borbeck ein kleines Schuhgeschäft eröffnet. Sein Anspruch, den Leuten ordentliches Schuhwerk zu günstigen Preisen zu verkaufen, gilt im Prinzip noch heute, wie der Enkel versichert. Nur, dass heute nicht mehr nur die unmittelbare Nachbarschaft des Borbecker Schuhmachers, sondern zig Millionen Menschen Deichmann-Schuhe tragen.

Deichmann ist alles andere als der Typ höherer Sohn, der sich seinerzeit in ein gemachtes Nest gesetzt hat. Der zurückhaltend und unpräzise auftretende Unternehmer hat sich gut vorbereitet auf seine späteren Aufgaben im elterlichen Unternehmen. Er hat Betriebswirtschaft in Köln studiert und daneben in Bonn die Fächer Geschichtswissenschaften, Philosophie und Theologie belegt. Er hat Urlaubsvertretungen in einer der zahlreichen Deichmann-Filialen gemacht, an der Kasse gestanden und im Lager gearbeitet. Und er hat bei anderen namhaften Familienunternehmen aus der Region hospitiert, bei Aldi, Tengelmann und Peek & Cloppenburg.

1989 stieg der Ende dieses Monats 50 Jahre alt werdende Unternehmenschef in die elterliche Schuhhandelskette ein. Zehn Jahre später übernahm er von seinem Vater Heinz-Horst die Führung. Der Wechsel von der zweiten zur dritten Generation hat damals reibungslos funktioniert, obwohl die Arbeitszimmer der beiden nahe beieinanderliegen, der Senior noch immer fast täglich ins Unternehmen kommt. Deichmann habe sich von seinem Erbe nicht einschüchtern lassen, hat ein



Heinrich Deichmann

Foto Netzhaus

Beobachter einmal geschildert. Im Gegenteil, der eher analytisch und konzeptionell denkende Sohn wollte früh in die unternehmerische Verantwortung. Vor allem wollte er in dieser Position das soziale Engagement der Familie fortsetzen, wie er sagt. Und sein eher spontan und intuitiv handelnder Vater hat ihn gelassen und ihm den nötigen Freiraum verschafft.

Seine Bilanz an der Spitze von Europas größtem Schuhverkäufer kann sich sehen lassen. Seit 1999 hat sich der Umsatz verzweieinhalbfacht. Der Gewinn ist noch stärker gestiegen. Schätzungsweise 160 Millionen Paar Schuhe werden die Essener in diesem Jahr in rund 3300 Filialen verkaufen und daraus etwa 4,5 Milliarden Euro Umsatz generieren. Mit solchen Zahlen hält Deichmann den Rest der Branche seit Jahren weit auf Abstand. Er hat die von seinem Vater mit Zukäufen in der Schweiz und den Vereinigten Staaten begonnene Internationalisierung kräftig vorangetrieben und das Deichmann-Konzept in die Welt getragen. Heute bringen die rund 32.500 Mitarbeiter in 22 Ländern günstige Schuhe an Mann, Frau oder

Kind. Er hat die Rechte an der traditionellen Kinderschuhmarke Elefant oder der Herrensuhmarke Gallus gekauft, kooperiert exklusiv mit den großen Sportartikelfirmen Adidas, Nike und Puma und hat es so geschafft, die Kundenbasis deutlich zu verbreitern.

Dank der Vertikalisierung der gesamten Beschaffungskette vom Design über die Produktion bis zum Regal hat er teure Zwischenstufen eliminiert und kann nach eigenem Bekunden noch heute Schuhe zu Durchschnittspreisen der 1960-er Jahre anbieten, nämlich zu rund 20 Euro. Den vielzitierten Vergleich, Deichmann sei der „Schuh-Aldi“, hält er für wenig treffend. Eher sei man der H&M der Schuhe, meint er. Lange bevor Internethändler wie Zalando den Schuhverkauf übers Netz entdeckt haben, hat das bald 100 Jahre alte Schuhimperium schon im Jahr 2000 erste Gehversuche in diesem Medium gestartet und verdient heute im Onlinehandel Geld. Und obwohl der Unternehmerfamilie Glamour oder Rote-Teppich-Auftritte fremd sind, hat Deichmann als Erster der Branche Fernseh-Spots geschaltet. Mit dem Ziel,

das Image der Kette zu verjüngen, hat er für die Werbung Girl-Groups wie die Sugababes oder die Pussycat Dolls engagiert. Für die Deichmann-Marke 5th Avenue stöckelte Cindy Crawford in High Heels und posiert Halle Berry in Wedges.

Nicht nur im operativen Tagesgeschäft hat der Generationswechsel seinerzeit reibungslos geklappt. Dasselbe gilt für die nahtlose Fortschreibung der Unternehmensphilosophie und des sozial-karitativen Engagements. „Das Unternehmen muss den Menschen dienen“, lautet das Leitbild der tief im christlichen Glauben verwurzelten Deichmanns: den Kunden, den Mitarbeitern und den Lieferanten. Geldverdien und Wachstum sind für den Inhaber kein Selbstzweck.

Aber wirtschaftlicher Erfolg macht es dem Unternehmen erst möglich, die Hilfsprojekte für notleidende Menschen auf drei Kontinenten zu unterstützen, lautet seine Überzeugung. Während der Senior schon vor mehr als 35 Jahren die christliche Hilfsorganisation „Wort und Tat“ gegründet hat, kümmert sich Deichmann mehr um Infrastrukturprojekte wie die Errichtung eines medizinischen Zentrums in Moldawien oder die Finanzierung von Jugendarbeit in sozialen Brennpunkten von Dortmund oder Duisburg. In diesem Jahr sollen rund 12 Millionen Euro in die Förderprojekte fließen.

Dass die Familie auf Ranglisten der Reichen und Superreichen geführt wird, hält er für irreführend und falsch. Schließlich stecke das Vermögen im Unternehmen. Und dieses sei bestrebt, auch künftig unabhängig zu bleiben von Banken und Finanzmärkten. Mit dem Ziel, Kapital zu bilden, um im Erbfall die damals noch fällige hohe Erbschaftsteuer bezahlen zu können, hatte sein Vater auch vor vielen Jahren Fonds von Oppenheim-Esch gezeichnet. Heute steht man vor Gericht, kommentieren mag er den Fall daher nicht.

Am Freitagabend ist der Unternehmer, der im Urlaub gern Skitouren oder Bergwanderungen unternimmt und in seiner Freizeit Bücher zu theologischen oder Wirtschaftsthemen liest, mit dem Preis „Familienunternehmer des Jahres“ der Familienforschungsstiftung Intes ausgezeichnet worden. Das ist für den zurückhaltenden Deichmann fast zu viel der Ehre: Die Auszeichnung sei eine, die nicht ihm alleine zukomme, sondern allen Mitarbeitern, lässt er wissen. BRIGITTE KOCH

Wehrtechnik bringt Rheinmetall weniger Gewinn

St. DÜSSELDORF, 9. November. Mit einem Kursrückgang von mehr als 7 Prozent hat die Börse zum Wochenschluss heftig auf die Gewinnwarnung des Wehrtechnik- und Autozuliefererunternehmens Rheinmetall AG reagiert. Nach der Entwicklung in den ersten neun Monaten erwartet das Düsseldorf-Unternehmen ein Ergebnis vor Zinsen und Steuern (Ebit) von rund 300 Millionen Euro, heißt es im Zwischenbericht, der am Freitag veröffentlicht wurde. Das wären 54 Millionen weniger als die im Vorjahr erzielten 354 Millionen Euro, die bislang auch für das laufende Geschäftsjahr avisiert worden waren. Die Umsatzprognose hat der Rheinmetall-Vorstand um rund 100 Millionen Euro auf 4,8 Milliarden Euro zurückgenommen.

Die Korrektur der Ergebnisprognose betrifft stärker die Wehrtechniksparte, für die trotz außerordentlicher Erträge von 48 Millionen Euro aus dem Verkauf der Mehrheitsbeteiligung an Rheinmetall Airborne Systems beim Ebit ein Rückgang von 25 Millionen auf 79 Millionen Euro verbucht wurde. In der Sparte sei kurzfristig ein Programm aufgesetzt worden, mit dem auf dem Arbeitsgebiet Fahrzeugsysteme die Kapazitäten verringert und die Effizienz gesteigert werden soll, erklärte der Vorstand. Der Umsatzrückgang wiederum betrifft vor allem die Automobilzulieferer, die auch im vierten Quartal unter der anhaltend schwachen Autoproduktion in Europa leidet.

Insgesamt wuchs der Umsatz von Rheinmetall in den ersten neun Monaten dank eines Schubs aus dem Auslandsgeschäft um 5 Prozent auf knapp 3,3 Milliarden Euro, der Auftragseingang um 10 Prozent auf 3,4 Milliarden Euro. Jedoch blieb das Ebit mit 177 Millionen Euro um 26 Millionen Euro unter dem Rekordwert des Vorjahres.

Groupon enttäuscht und baut Personal ab

lid. NEW YORK, 9. November. Fast genau ein Jahr nach dem Börsengang hat das amerikanische Rabattportal Groupon Inc. mit einem enttäuschenden Quartalsbericht einen abermaligen Kursrutsch seiner Aktie erlebt. Der Kurs fiel am Freitag um 24 Prozent auf einen Tiefstand von 3 Dollar; das ist weniger als ein Sechstel des Ausgabepreises von 20 Dollar beim Börsengang im November 2011. Das Kerngeschäft mit Gutscheinen, die Preisnachlässe auf Produkte und Dienstleistungen bringen, hat sich weiter abgeschwächt, vor allem in Europa, wo das Unternehmen nach eigener Aussage „fortdauernde Herausforderungen“ hat. Insgesamt meldete Groupon für das dritte Quartal ein Umsatzwachstum von 32 Prozent auf 569 Millionen Dollar. Das war deutlich weniger, als von Analysten erwartet, und lag auch unter der von Groupon selbst vor drei Monaten veröffentlichten Prognose von 580 Millionen bei 620 Millionen Dollar. Das Wachstum ist fast vollständig auf das neue Geschäft von Groupon mit dem Direktverkauf von Produkten zurückzuführen, bei dem das Unternehmen nicht als Vermittler, sondern selbst als Händler auftritt. Dieser Direktverkauf ist für Groupon weniger profitabel, als es die Gutscheine sind. Groupon wies einen Nettoverlust von 3 Millionen Dollar aus nach einem Verlust von 54 Millionen Dollar im Vorjahr. Das Unternehmen, das bei seinem Börsengang noch als einer der Aufsteiger in der Internetbranche galt, baut nun Personal ab. Ende September beschäftigte Groupon 11.866 Mitarbeiter, fast 1000 weniger als noch drei Monate zuvor.

Michael Oppenhoff 75 Jahre

Nach vor zwanzig Jahren sah die Kanzleilandschaft in Deutschland ganz anders aus: Damals bestimmten Einzelanwälte oder kleinere Kanzleien das Bild. Inzwischen sind große internationale Wirtschaftssozietäten mit Hunderten von Anwälten an mehreren Standorten in ganz Deutschland hinzugekommen. Diese Entwicklung hat die Anwaltschaft vor allen Dingen Michael Oppenhoff zu verdanken, der die erste überörtliche Kanzlei in Deutschland gründete und dafür bis vor das Bundesverfassungsgericht zog.

Mit 30 Jahren stieg er in die Kölner Sozietät seines Vaters – Boden, Oppenhoff & Schneider – ein. Sie gehörte zu den Ersten, die Büros in New York und Brüssel eröffnete. 1989 fusionierte sie mit Rasor & Schiedermaier und forderte damit die Ständevertreter in den Anwaltskammern heraus. Erst der Bundesgerichtshof stellte klar, dass die Ständeregeln eine solche Fusion nicht verbieten können.

Für die Verbindung zu Oppenhoff & Rädler stritt der Gesellschaftsrechtler und Fusionsexperte 1995 gar bis zum Bundesverfassungsgericht. Auch bei grenzübergreifenden Zusammenschlüssen wurde Oppenhoff zum Pionier. Die Fusion mit einer englischen Kanzlei zu Linklaters Oppenhoff & Rädler mit mehr als 2000 Anwälten gehörten zu den Ersten in einer Welle solcher Verbindungen.

Wer in so vielen Bereichen zu den Ersten gehört, scheint freilich auch keine Angst davor zu haben, zu den Wurzeln zurückzukehren. Als 2007 der Einfluss aus London für seinen Geschmack zu groß wurde, entschied er sich, wieder eigene Wege zu gehen. Mit einem Team von rund 35 Anwälten gründete er die Kölner Kanzlei Oppenhoff & Partner. Nun hat ihn der Expansionsdrang wieder gepackt. 2013 wird die Kanzlei ein Büro in Frankfurt eröffnen. An diesem Samstag wird Michael Oppenhoff 75 Jahre alt. cbu.

Schulesen vom Sternekoch

Dem Sternekoch Johann Lafer kann man bald nicht nur im Fernsehen, Rundfunk und in seinem Edelrestaurant „Le Val'Dor“ auf der 1000 Jahre alten Stromburg im malerischen Hunsrück begegnen, sondern – etwas Glück und einen gültigen Schülerausweis vorausgesetzt – auch in der Kantine des Gymnasiums am Römerkastell in Bad Kreuznach. Dort betreibt der österreichische Freitagsseiner „Genuss-Mensa mit Bildungsauftrag“. Mit 30 Mitarbeitern will er beweisen, dass sich auch Schulkinder für gutes Essen begeistern lassen. Frische Produkte soll es geben, vor allem aus der Region, und das für höchstens

3,99 Euro pro Gericht. Das Land und der Kreis haben für 4 Millionen Euro eigens eine neue Mensa gebaut. Lafer geht davon aus, dass es anfangs ein Zuschussgeschäft sein wird. Die Verluste wolle er gerne tragen, sagt er, schließlich handele es sich um eine Herzensangelegenheit, für die er bei solventen Kunden eigens Spenden gesammelt habe. In einem von Preiskämpfen gezeichneten Massenmarkt ist Lafers Vorstoß bemerkenswert – und ein PR-Coup zugleich. Immerhin wird die Zahl der Ganztagschulen in Deutschland zunehmen, und damit wächst der Markt.

Was Lafer nun in Bad Kreuznach versucht, nahm sich der britische Starkoch Jamie Oliver in seiner Heimat schon vor fünf Jahren vor. Allerdings war der Erfolg auf der Insel nur mäßig: Aus Empörung über die neuen Speisepläne sollen wütende Eltern sogar Schulhöfe belagert haben, um ihren Kindern Süßigkeiten und Geld für Pommes frites zuzustecken. tag.



Johann Lafer

Foto: Helmut Frische

F.A.Z. Media Solutions entwickelt maßgeschneiderte Konzepte

weltenwandler.tv ist das aktuelle CSR-Projekt der Bethmann Bank, von F.A.Z. Media Solutions und der Goethe-Universität Frankfurt am Main. In einer interaktiven Gesprächsreihe führen wir Menschen mit unterschiedlichen Blickwinkeln zusammen und beleuchten wichtige Fragen der Zeit, Beispiele ► Wachstum: Ist weniger mehr? Bildung: Welches Bildungsideal haben wir? Digitalisierung: Wie programmierbar ist die Welt?

weltenwandler.tv

F.A.Z. Media Solutions unterstützt weltenwandler.tv inhaltlich sowie in der medialen Vernetzung. Es ist uns eine große Ehre, die Weltenwandler-Idee mit Rat und Tat zu begleiten. Sie ist ein echtes Vorbild im Internet und für den klugen, interdisziplinären Austausch in unserer Gesellschaft.

Ihr Kontakt zu F.A.Z. Media Solutions:

media-solutions@faz.de · Telefon +49 (0) 69 75 91-25 21 · www.faz.net/mediaportal

WELTENWANDLER | MENSCHEN IM DIALOG

NÄCHSTE FOLGE | Wachstum: Ist weniger mehr?

REFERENTEN | Dr. Thomas Mayer / Dr. Thilo Bode

ZU SEHEN AB | 25. Oktober 2012

FRAGE STELLEN >

WELTENWANDLER

Frankfurter Allgemeine MEDIA SOLUTIONS