

PRIVATINVEST Salzburger Privatbank freut sich über Einstieg der Schweizer

Neuer Eigentümer, neue Wachstumsfantasie

Die Zürcher Kantonalbank wagt sich mit dem Kauf der Salzburger Privatinvest Bank erstmals ins Ausland. Die Privatinvest-Vorstände sehen nun neue Expansions-Chancen.

„Es ist angenehm, einen Eigentümer zu haben, der zu den sichersten Banken der Welt gehört.“ Manfred Althammer, Vorstand der Privatinvest Bank AG, die soeben von der Zürcher Kantonalbank übernommen wurde, zeigt sich im Interview mit dem WirtschaftsBlatt geradezu erfreut darüber, dass sein Haus fortan unter Schweizer Flagge agieren wird. Sein Vorstandskollege Hermann Reif pflichtet ihm bei. „Die Zürcher Kantonalbank hat selbst im Krisenjahr 2008 noch eine halbe Milliarde Franken verdient und beste Bonität.“



Hermann Reif (l.) und Manfred Althammer freuen sich über potenten neuen Eigentümer

Wachstumsfantasie

Unter dem Dach des neuen Eigentümers sehen die beiden Manager nun sogar neue Wachstumsfantasie. Denn, auch wenn das Image des Finanzplatzes Schweiz durch die Krise durchaus Schrammen abbekommen habe, so würden eidgenössische Anbieter gerade im Private Banking nach wie vor einen guten Ruf haben. Althammer und Reif sind sich sicher, dass vor allem die hohe Professionalität der Schweizer im Private Banking-Business neue Kunden anziehen wird. Zwar sei es noch zu früh, von konkreten Plänen zu sprechen,

neue Niederlassungen der Privatinvest unter dem Dach des potenten neuen Eigentümers seien aber durchaus vorstellbar. Derzeit gibt es neben dem Hauptsitz in Salzburg noch eine Niederlassung in Wien. Mit rund 50 Mitarbeitern verwalten die Österreicher rund 600 Millionen € an Kundenvermögen. 2008 hat das Haus laut Althammer „eine schwarze Null“ geschrieben.

Für die Schweizer, die umgerechnet rund 80,5 Milliarden € verwalten, ist der Deal der erste Schritt ins Ausland. „Die haben sich das lange und

ZAHL

600
Millionen €

Klein, aber fein. Die Salzburger Privatinvest Bank verwaltet ein Vermögen von rund 600 Millionen €. An zwei Standorten in Salzburg und Wien arbeiten 50 Mitarbeiter. Bisher gehörte die Bank zu 74 Prozent der Commerzbank, 26 Prozent hielt die Salzburger Sparkasse.

genau überlegt“, betont Althammer. Möglich wurde das erst dadurch, dass sich Privatinvest-Hauptaktionär Commerzbank gemäß EU-Auflagen von Beteiligungen trennen muss. Übrigens: Die Privatinvest-Vorstände sind sich sicher, dass „ihr“ Deal nicht der letzte in der Branche sein wird, sondern diese sich in einem „enormen Umbruch“ befindet. „Da wird sich in den nächsten Monaten noch Gravierendes ändern“, glaubt Reif.

HANS-JÖRG BRUCKBERGER
hans-joerg.bruckberger@wirtschaftsblatt.at

HANDEL Kette bringt 40 laktose- und/oder glutenfreie Produkte auf den Markt

Spar lanciert neue Eigenmarke – und erntet Skepsis bei der Industrie

Die Ansage ist eindeutig – für die Kunden genauso wie für die Lebensmittelindustrie: „Wir haben festgestellt, dass das bisherige Produktangebot und die bisherigen Produktpreise nicht zufriedenstellend sind“, sagt Gerhard Drexel, Vorstandsvorsitzender des Handelsriesen Spar. Der Anlass: Die Handelskette kommt mit der neuen Eigenmarke „Spar free from“ auf den Markt. Menschen mit Laktose- und/oder Glutenunverträglichkeit können ab sofort unter gut 40 Artikeln wählen, die speziell für diese Zielgruppe entwickelt wurden – von Teigwaren über Snacks bis hin zu Saucen.

Die Strategie ist klar: „Bisher gab es solche Produkte zum Teil nur in Reformhäusern“, sieht sich Drexel in einer Pionier-Rolle, wenn es um den breiten Verkauf solcher Nahrungsmittel geht. Dazu komme, dass der Fachhandel mitunter zu teuer sei. Daher gelte bei Spar „die Faustregel, dass Eigenmarken um 20 bis 30 Prozent billiger sein sollen als korrespondierende Markenartikel“. Den englischen

Namen für die neue Linie hat man gewählt, weil sie auch in den Nachbarländern eingeführt werden soll. Zuerst in Slowenien, Ungarn und Tschechien, später auch in Kroatien und Italien.

Bei Vertretern der Lebensmittelindustrie stößt das neue Handelslabel „auf Skepsis“, bringt es Fachverbands-Chef Michael Blass auf den Punkt. Er geht davon aus, dass der Druck auf die Produzenten

weiter zunimmt. „Es sind die glücklichsten Markenartikel, die es sich leisten können, auf die Herstellung von Handelsmarken zu verzichten.“ Und weiter: „Was die Wertschöpfung angeht, ist das ein Schuss ins eigene Knie.“ Tatsächlich macht Drexel kein Hehl daraus, dass etwa Kärntner Milch bisher unter dem eigenen Namen laktosefreie Milch geliefert hat und dies nun für die neue Spar-Linie tut.

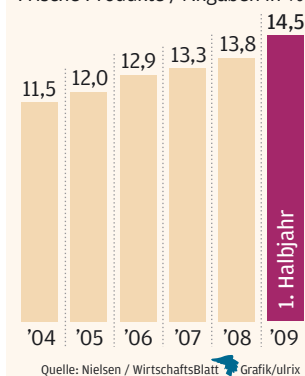
Eigenmarken boomen

Insgesamt habe man bisher an die 20 Produkte im Sortiment gehabt, die auf Lebensmittelunverträglichkeiten abgestimmt waren. Werden diese nun durch die Eigenmarke ersetzt? Drexel: „Teilweise bleiben sie in den Regalen, teilweise werden sie ersetzt. Reine Me-too-Produkte der Industrie wird es nicht geben.“

Im internationalen Vergleich ist Österreich beim Eigenmarkenanteil bei Lebensmitteln im oberen Drittel. Spitzenreiter in Europa sind die Schweiz und Großbritannien mit Anteilen von deutlich mehr als 40 Prozent. (ehs)

ANTEIL AN EIGENMARKEN

Lebensmitteleinzelhandel exkl. Hofer/Lidl, Nahrungsmittel exkl. Frische Produkte / Angaben in %



Quelle: Nielsen / WirtschaftsBlatt Grafik/ulrix

Zielpunkt: 13 Märkte an Spar

Tengelmann räumt aus. Unter diesem Titel vermeldete die deutsche Lebensmittelzeitung kürzlich eine mögliche Neuausrichtung des deutschen Handelsriesen, auch Mutter der heimischen Zielpunkt-Märkte. Letztere könnten demnach nun doch zum Verkauf stehen – die Weiterführung im Tengelman-Konzern sei keine Option mehr.

Im Vorjahr sind Verhandlungen zwischen dem Konzern und Spar nach langem Ringen gescheitert – dem Vernehmen nach aufgrund unterschiedlicher Preisvorstellungen. Angesprochen auf einen etwaigen neuen Anlauf, wiegelt Spar-Chef Gerhard Drexel ab: Es habe inzwischen keinen Kontakt mehr gegeben. Wohl aber hat Spar im laufenden Jahr 13 Zielpunkt-Märkte in West- und Südösterreich übernommen.

KMU-GIPFEL

Zugang zu Bankkrediten erleichtern

„Wirtschaft ist lernbar“, sagte Bildungsministerin Claudia Schmied anlässlich eines vom Jungen Wirtschaftsverband veranstalteten KMU-Gipfels, der sich vor allem an Neueinsteiger richtete. Unternehmen scheitern laut Schmied nicht wegen fehlender technischer Innovationen, sondern weil oft auf eine kaufmännische Planung „vergessen“ wird. Daher müssen „mehr Wirtschaftskunde, Finanzwissen und Verbraucherschutz-Kenntnisse in den Schulunterricht integriert werden“.

Standortvorteil

Österreich verfüge als Standortvorteil nicht wie andere Länder über Rohstoffe, sondern über eine hohe Innovationskraft seiner Unternehmen. Dies betreffe nicht nur den Bereich Forschung, sondern sämtliche Produktionsebenen eines Betriebes bis zum Marketing. „Innovation ist die Kernaufgabe von Betrieben, um neue Märkte zu erschließen und nachhaltig erfolgreich zu sein“, sagte Schmied. In Zukunft wird es mehr Klein- und Mittelunternehmen geben, da Konzerne immer mehr Bereiche auslagern. Dies betreffe beispielsweise Reinigung, Buchhaltung, Design oder Marketingaktivitäten.



Ministerin Claudia Schmied: Bald mehr KMU

„Es ist schwierig, Kreativität wirtschaftlich auf den Boden zu bringen“, sagte Fritz Strobl, Präsident des Sozialdemokratischen Wirtschaftsverbandes Wien. „Wer ein Unternehmen eröffnen will, muss sich große Ziele setzen, aber kleine Schritte tun, Durchhaltevermögen zeigen und sich als Unternehmer weiterbilden“.

Start-Ups trotz Krise

Jedes Jahr gebe es 8000 Firmenneugründungen bei insgesamt rund 100.000 Betrieben in Wien. „Diese Zahl bleibt trotz Krise konstant“, sagt Strobl. 53 Prozent aller Kleinbetriebe sind Einpersonenernehmen. Obwohl KMU infolge ihrer Flexibilität die Krise besser bewältigten als Großunternehmen, benötigten sie leichteren Zugang zu Bankkrediten: Die strengen Richtlinien nach Basel II „werden schon bei Finanzierungen ab 10.000 € angewandt, obwohl sie erst ab einer Million Euro nötig wären“.

Marijana Stoitsits, Geschäftsführerin der viennafilmcommission, zeigte die wirtschaftlichen Auswirkungen von Filmproduktionen auf Gastronomie, Hotellerie, Geschäfte und Arbeitsplätze auf. „Bei einer Fernseh-Staffel sind bis zu 60 Leute beschäftigt.“ (bk)

FÖRDERSTELLEN

■ **WWFF** (www.wwff.gv.at)
Der Wirtschaftsförderungsfonds vergibt Jungunternehmerförderungen und hilft mit Investitionsprämien.

■ **Waff** (www.waff.at)
Der Wiener Arbeitnehmerförderungs fonds fördert bei innovativen Projekten die Einstellung zusätzlicher Mitarbeiter sowie die investitionsbezogene Weiterbildung vorhandenen Personals.

■ **ZIT** (www.zit.co.at)
Das Zentrum für Innovation und Technologie vergibt Förderungen für Personalkosten, externe Studien und für Sachinvestitionen.