

Kaum Chancen, die Beschlüsse der Porsche-HV zu kippen

Die Chancen auf ein Kippen der Beschlüsse der Porsche-Hauptversammlung 2009 sind deutlich gesunken. Der Vorsitzende Richter des Oberlandesgerichts Stuttgart signalisierte in einer mündlichen Verhandlung, dem Urteil des Landgerichts Stuttgart zu folgen und die Anfechtungsklage von Porsche-Aktionären zurückzuweisen. Die Entscheidung soll am 17. November bekanntgegeben werden. Die Kläger hatten Berufung gegen das Landgerichtsurteil vom Mai eingelegt. Kern der Klage sind die Beschlüsse über die Entlastung von Vorstand und Aufsichtsrat für das Geschäftsjahr 2007/08 sowie die Neuwahl von Aufsichtsratsmitgliedern und die Vergütung des Aufsichtsrates. dpa

Handelskonzern Rewe versilbert Großhandelsmärkte

Der Lebensmittelhändler Rewe steigt aus dem milliardenschweren Geschäft mit Zustelldiensten für Restaurants und Abholmärkten für Gewerbetreibende aus. Die Schweizer Coop übernimmt von der Rewe den 50-prozentigen Anteil am Gemeinschaftsunternehmen Transgourmet Holding, teilten beide Seiten mit. Transgourmet erwirtschaftete 2009 mit mehr als 21 000 Mitarbeitern in sechs Ländern einen Umsatz von 5,8 Mrd. Euro. Zum Kaufpreis äußerten sich beide Seiten nicht. Der Verkaufserlös der Rewe dürfte nach Einschätzung von Branchenkennern im hohen dreistelligen Millionenbereich liegen und dem Schuldenabbau dienen. dpa

Anlagenbauer Dürr kehrt in die schwarzen Zahlen zurück

Der Anlagenbauer Dürr ist in die schwarzen Zahlen zurückgekehrt und stockt die Zahl seiner Mitarbeiter wieder auf. Nach fünf verlustreichen Quartalen fuhr der Lackieranlagenspezialist von Juli bis September 2010 erstmals wieder einen Nettogewinn von 3,2 Mio. Euro ein. Vor einem Jahr steckte das Unternehmen, das vor allem die Autoindustrie beliefert, noch tief in der Krise und musste einen Quartalsverlust von 7,9 Mio. Euro verkraften. Dürr profitiert vor allem von der boomenden Nachfrage in Asien, Osteuropa und Lateinamerika. Dort arbeitet mittlerweile auch jeder vierte Beschäftigte des Konzerns. Die Hälfte der weltweit rund 5 800 Beschäftigten ist in Deutschland tätig. dpa

Neckermann gewinnt den Kampf ums Überleben

Dem nach Otto zweitgrößten deutschen Katalogversender drohte bis Herbst 2009 noch das Aus. Jetzt aber findet die Frankfurter Traditionsfirma immer mehr Freunde im Internet.

Christoph Schlaumann
Frankfurt

Das Versandhaus Neckermann, vor zwei Jahren wegen hoher Verluste noch am Rand einer Pleite, wird zu einem der am schnellsten wachsenden Handelskonzerne in Deutschland.

Um 20,6 Prozent, berichtete gestern Geschäftsführer Henning Koopmann, ging es von Januar bis September mit dem Umsatz im Heimatland nach oben. Bis zum Jahresende sollen die Erlöse die Marke von 860 Mio. Euro überschreiten.

Motor für den überraschenden Wiederaufstieg ist das Online-Geschäft. Der Einkauf per Mausclick steuerte zuletzt nicht nur zwei Drittel zum Umsatz bei, er legte zugleich um 31 Prozent zu. Zum Vergleich: Für 2010 prognostiziert der Handelsverband Deutschland (HDE) gerade einmal ein Wachstum von 1,5 Prozent.

„Wir konnten eine nachhaltige Trendwende einleiten“, erklärte Koopmann. Denn noch deutlicher als beim Umsatz ging es mit dem Gewinn bergauf. Vor Steuern, Zinsen und Abschreibungen erwartet der Versender in diesem Jahr zum ersten Mal seit langem wieder eine schwarze Null. Für 2012 verspricht der Neckermann-Chef sogar einen Nettogewinn.

Neckermann-Chef verspricht profitables Wachstum

Davon war das Frankfurter Unternehmen bislang weit entfernt. Dem Eigentümer Sun Capital, der Neckermann 2007 mehrheitlich erwarb, lieferte die Firma seither hohe Verluste - 2008 gab es ein Minus von 101 Mio. Euro. Inzwischen aber können die Amerikaner mit einem Ausgleich rechnen. „Wir werden profitabel weiter wachsen“, verspricht Neckermann-Chef Koopmann gestern.

Sein Versandhaus hat die Ausgaben, unterstützt von der Düsseldorfer Strategieberatung SMP, zuletzt drastisch reduziert. Nicht mehr benötigte Büroflächen gingen an neue Mieter, den teuren Außendienst stellte Neckermann ein, und auch



Neckermann-Katalog aus dem Jahr 1955: Heute lebt das traditionsreiche Versandhaus vor allem von Online-Shopping.

VOM WIRTSCHAFTSWUNDER IN DIE KRISE

Gründung aus Ruinen 1950 startet Josef Neckermann, der als Händler und Textilfabrikant im Dritten Reich aufgestiegen ist, eine Versandhausfirma in Frankfurt.

Ende des Patriarchen Als der Versender in den 70er-Jahren ins Trudeln gerät, rettet ihn 1977 die Übernahme durch Karstadt. Die Ertragslage bleibt bescheiden. Auch die Fusion des Essener Mutterkonzerns

mit dem Wettbewerber Quelle 1999 bringt für Neckermann nicht die erhofften Kostenvorteile.

Rettende Heuschrecke 2007 verschenkte Karstadt-Quelle die Mehrheit des Frankfurter Versenders an die US-Investmentgesellschaft Sun Capital. Ihr bescherte Neckermann 2008 einen Betriebsverlust (Ebitda) von 101 Mio. Euro. Seit Oktober 2010 ist Sun Alleinbesitzer.

die Postwurfsendungen wurden billiger. Eine Katalogseite kostet die Frankfurter heute nur noch 40 Prozent der ursprünglichen Summe.

Investiert hat das Traditionsunternehmen dagegen in die Kundenbindung. Rund 50 Mio. Euro wandern derzeit in die IT, um Internetnutzern zusätzliche Einkaufsfunktionen anzubieten und die Bezahlarten auszubauen. Anfang des Jahres will Neckermann die geschützten Abrechnungssysteme Giropay und Paypal installieren.

Zudem holte man 150 Handelspartner auf die Internetplattform. Sie zahlen Neckermann eine Lizenzgebühr und verbessern die Artikelauswahl des Versenders - etwa mit Schuhen, Trachtenmode oder Motorrollern.

Ein wesentlicher Grund für den Wiederaufstieg dürfte aber auch das Ende der einstigen Schweserfirma Quelle sein. Das doppelt so große Nürnberger Pleiteunternehmen hatte Ende 2009 den Geschäftsbetrieb eingestellt. Da zahlreiche Quelle-Kunden zur Konkurrenz abwanderten, konnte Neckermann im Weihnachtsquartal 2009 erstmals ein Umsatzplus von mehr als sechs Prozent verzeichnen - nach einem Geschäftseinbruch von über 17 Prozent in den drei Quartalen zuvor.

Auch der Hamburger Marktführer Otto profitierte vom Aus seines größten Wettbewerbers - wenn auch nicht ganz so stark wie Neckermann. „Wir haben uns für das laufende Geschäftsjahr ein Umsatzplus von über zehn Prozent zum Ziel gesetzt“, sagte gestern ein Firmensprecher, „und wir werden es aller Voraussicht auch erreichen.“

Das Quelles Pleite in Hamburgern weniger in die Karten spielt, überrascht kaum: Anders als Quelle setzt Otto mit seinen Modemarken auf ein jüngeres Publikum. Quelle und Neckermann buhlten dagegen mit Möbeln, Hausgeräten und einem eher biederen Modeangebot jahrelang um dieselbe Kundschaft.

H Der Kampf Neckermann gegen Otto
handelsblatt.com/otto

Abonnentenservice
Kundenservice Handelsblatt:
Postfach 9244, 97092 Würzburg
Telefon: 0180.5990010*
Telefax: 0211.887-3605
E-Mail: hb.aboservice@vvh.de
*0,14 € pro Minute aus dem deutschen Festnetz, Mobilfunkhöchstpreis 0,42 €/Min.)

Anzeigen:
Anzeigenverkauf Handelsblatt
Telefon: 02 11 8 87-3355
Telefax: 02 11 8 87-3359
E-Mail: kundenbetreuung@iqm.de
Internet: www.iqm.de

Anzeigenverkauf Handelsblatt
Telefon: 02 11 8 87-26 26
Telefax: 02 11 8 87-26 56
E-Mail: info@iqm.de
Internet: www.iqm.de

Anzeigenverkauf Handelsblatt
Personalanzeigen
Telefon: 0 69 24 24 49 61
Telefax: 0 69 24 24 45 55
E-Mail: mbuch@chancenundkarriere.de

Anzeigenverteilung Handelsblatt
Telefon: 02 11 887 - 26 60
Telefax: 02 11 887 - 97 26 60
E-Mail: dispo.hb@iqm.de

Redaktion:
Telefon: 02 11 8 87-97 12 40
E-Mail: handelsblatt@vvh.de

Wirtschaft und Politik
Telefon: 030.6166222
Telefax: 02 11 8 87-97 80 27
E-Mail: hb.wipo@vvh.de

Unternehmen und Märkte
Telefon: 02 11 8 87-13 65
Telefax: 02 11 8 87-97 12 40
E-Mail: hb.um@vvh.de

Finanzzeitung
Telefon: 02 11 8 87-4151
Telefax: 02 11 8 87-974190
E-Mail: hb.fz@vvh.de

Kunstmarkt
Telefon: 02 11 8 87-1253
Telefax: 02 11 8 87-978029
E-Mail: hb.kunstmarkt@vvh.de

Namen und Karriere
Telefon: 02 11 8 87-2760
Telefax: 02 11 8 87-972760
E-Mail: karriere@vvh.de

Handelsblatt Veranstaltungen
Telefon: 02 11 96 96 30 00
Telefax: 02 11 96 86 40 00
E-Mail: info@euroforum.com
Internet: www.handelsblatt.com/veranstaltungen

Das Handelsblatt wird ganz oder in Teilen im Print und digital vertrieben. Alle Rechte vorbehalten. Kein Teil dieser Zeitung darf ohne schriftliche Genehmigung des Verlages vervielfältigt oder verbreitet werden. Unter dieses Verbot fällt insbesondere auch die Vervielfältigung per Kopie, die Aufnahme in elektronische Datenbanken und die Vervielfältigung auf CD-ROM.

Artikelanfragen
Abonnenten erhalten einen Artikel kostenlos
Telefon: 0211.887-1888 (mo-fr: 9-12 Uhr)
Telefax: 0211.887-972820
E-Mail: artikelanfragen@vvh.de

Nutzungsrechte
Telefon: 0211.887-1889 (mo-fr: 9-16 Uhr)
Telefax: 0211.887-972820
E-Mail: nutzungsrechte@vvh.de

Sonderdrucke
Telefon: 0211.887-1734
Telefax: 0211.887-971734
E-Mail: e.erb-schulze@vvh.de

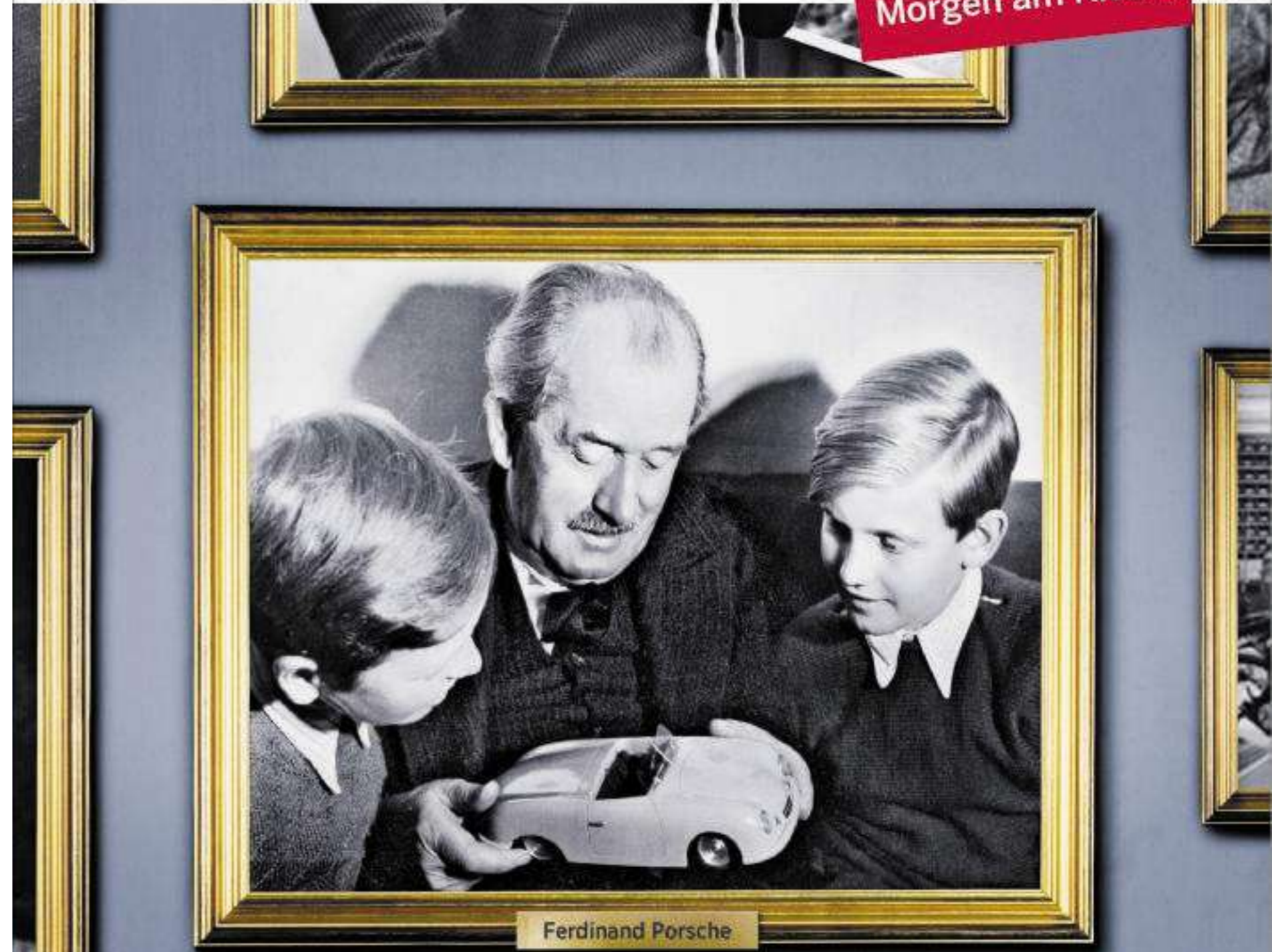
Handelsblatt Research
Geschäftsberichtsreihe
Telefon: 0800-0 00 51 70 (kostenlos)
Telefax: 0800-0 19 55 70 (kostenlos)
Internet: www.handelsblatt.com/gberichte

Für die Übernahme von Artikeln in interne elektronische Pressespiegel erhalten Sie die erforderlichen Rechte über die PMG Presse-Monitor GmbH. Telefon: 030/284930 oder www.presse-monitor.de.

Pioniere, Profiteure, Patriarchen: die Porsches.

Teil 2 der neuen Handelsblatt-Serie „Deutschland, Deine Dynastien“

Morgen am Kiosk.



Wie aus Visionären Machtmenschen wurden. Lesen Sie jetzt alles über den Porsche-Clan. Jetzt das Handelsblatt 3 Monate für nur 85,80 € testen: www.handelsblatt.com/3monate

Handelsblatt
Substanz entscheidet.

Handelsblatt

DEUTSCHLANDS WIRTSCHAFTS- UND FINANZZEITUNG

Redaktion in Holtzbrinck (Verleger)

Redaktion

Chefredakteur: Gabor Steingart
Stv. Chefredakteur: Hermann-Josef Knipper, Peter Brors
Art Director: Nils Werner
Ressortleiter und verantwortliche Redakteure: Daniel Goffart (Wirtschaft & Politik), Wolfgang Reuter (Unternehmen & Märkte), Oliver Stock (Finanzzeitung), Grisca Brower-Rabinowitch (Newsroom), Thomas Hanke (Kommentare/Essay), Dirk Hinrich Heilmann (Chefoökonom), Tanja Kewes (Namen und Karriere), Roman Pletter (Report), Peter Pfister (News am Abend), Sven Scheffler (Handelsblatt Online), Claus Baumann (Aktuelles)

Verantwortlich im Sinne des Presserechts sind die jeweiligen Leiter für ihren Bereich. Im Übrigen der Chefredakteur Gabor Steingart.

Verlag
Handelsblatt GmbH (Verleger im Sinne des Presserechts).
Geschäftsführung: Dr. Tobias Schulz-Isenbeck, Dr. Michael Stolläcker
Vertriebsleitung: Torsten König
Anzeigenleitung: Christof Schirmmacher
Verantwortlich für Anzeigen: Ute Wellmann
Erfüllungsort und Gerichtsstand: Düsseldorf.
Anschrift von Redaktion, Verlag und Anzeigenleitung: Kasernenstr. 67, D-40213 Düsseldorf, Tel. 0211/887-0
Der Verlag haftet nicht für unverlangt eingesandte Manuskripte, Unterlagen und Fotos.
Die ISSN-Nummer für das Handelsblatt lautet: 0017-7296
Axel Springer AG, Offsetdruckerei Kettwig, Im Teelbruch 100, 45219 Essen
Axel Springer AG, Druckhaus Spandau, Brunsbüttler Damm 156-172, 13581 Berlin
DRUCK- UND VERLAGSHAUS FRANKFURT AM MAIN GMBH, Druckzentrum Neu-Isenburg, Rathenaustraße 29-31, 63263 Neu-Isenburg