

FTD-SERIE VERPACKUNGSKÜNSTLER TEIL 3 MULTISENSORIK

Südzuckers Sparkurs zahlt sich aus

Scheidender Vorstandschef tritt mit Gewinnplus ab

Nach mehrjähriger Talfahrt durch die Neuordnung des EU-Zuckermarkts hat Europas größter Zuckerhersteller Südzucker die ersten Früchte seiner Schrumpfkur geerntet. Mit dem jüngsten Gewinnzuwachs sei Südzucker als Marktführer vor Nordzucker und British Sugar aber noch nicht am Ende seiner Ambitionen, sagte der scheidende Vorstandschef Theo Spettmann gestern auf der Bilanzpressekonferenz in Mannheim. Nach der Stabilisierung der Preise auf dem Zuckermarkt und dem kostspieligen Einstieg in Wachstumsmärkte wie Biosprit habe Südzucker die Weichen für weitere Gewinnsteigerungen in diesem und im kommenden Geschäftsjahr gestellt.

Ende Juli übergibt Spettmann das Ruder bei dem Mannheimer Konzern an Wolfgang Heer. „Wir sind gut durch ein tiefes Tal hindurchgekommen“, zog Spettmann Bilanz unter das im Februar beendetete Geschäftsjahr 2008/9. Bei einem leichten Umsatzzuwachs um zwei Prozent auf 5,87 Mrd. € habe der operative Gewinn um elf Prozent auf 258 Mio. € zugelegt. Südzucker profitierte von Kosteneinsparungen durch Werksschließungen sowie von EU-Beihilfen für die politische verordnete Produktionskürzung bei Zucker. Dadurch sank der Zuckerabsatz deutlich, gleichzeitig schrumpfte der innerhalb der EU garantierte Zuckerpreis.

Diese Einbußen und hohe Abschreibungen auf nicht mehr verwertbare Fruchtsaft-Vorräte fing Südzucker mit seinen kleineren Sparten Stärke, Tiefkühlpizza und Biosprit auf. Verstärkt wurden auch die Zuckerlieferungen an die chemische und pharmazeutische Industrie. Unter dem Strich legte der Überschuss vor Minderheiten um 84 Prozent auf 183 Mio. € zu.

Um unabhängig vom Zuckergeschäft zu werden, steckte der Konzern in den vergangenen Jahren mehrere Milliarden Euro in neue Geschäftsfelder wie Biosprit. Die Tochter Cropenergies ist inzwischen Europas größter Hersteller von Bioethanol. Diese Investitionen sollen sich nun auszahlen, da die Werke unter Vollast laufen. Bis zum Jahr 2020 werde sich der Verbrauch an Bioethanol durch die Beimischung zu herkömmlichen Kraftstoffen gegenüber dem Jahr 2007 etwa verdreifachen, rechnete der Südzucker-Chef vor. Für das laufende Geschäftsjahr 2009/10 erwartet er im Konzern bei stagnierendem Umsatz einen Anstieg des operativen Ergebnisses auf rund 400 Mio. €. REUTERS

Sehen, Schmecken, Hören, Tasten, Riechen: Die Ansprache aller Sinne steht in der Verpackungsindustrie derzeit ganz weit oben auf der Agenda.

Überzeugende Beispiele für das Konzept sind bislang allerdings noch rar

VON SVEN BECKER

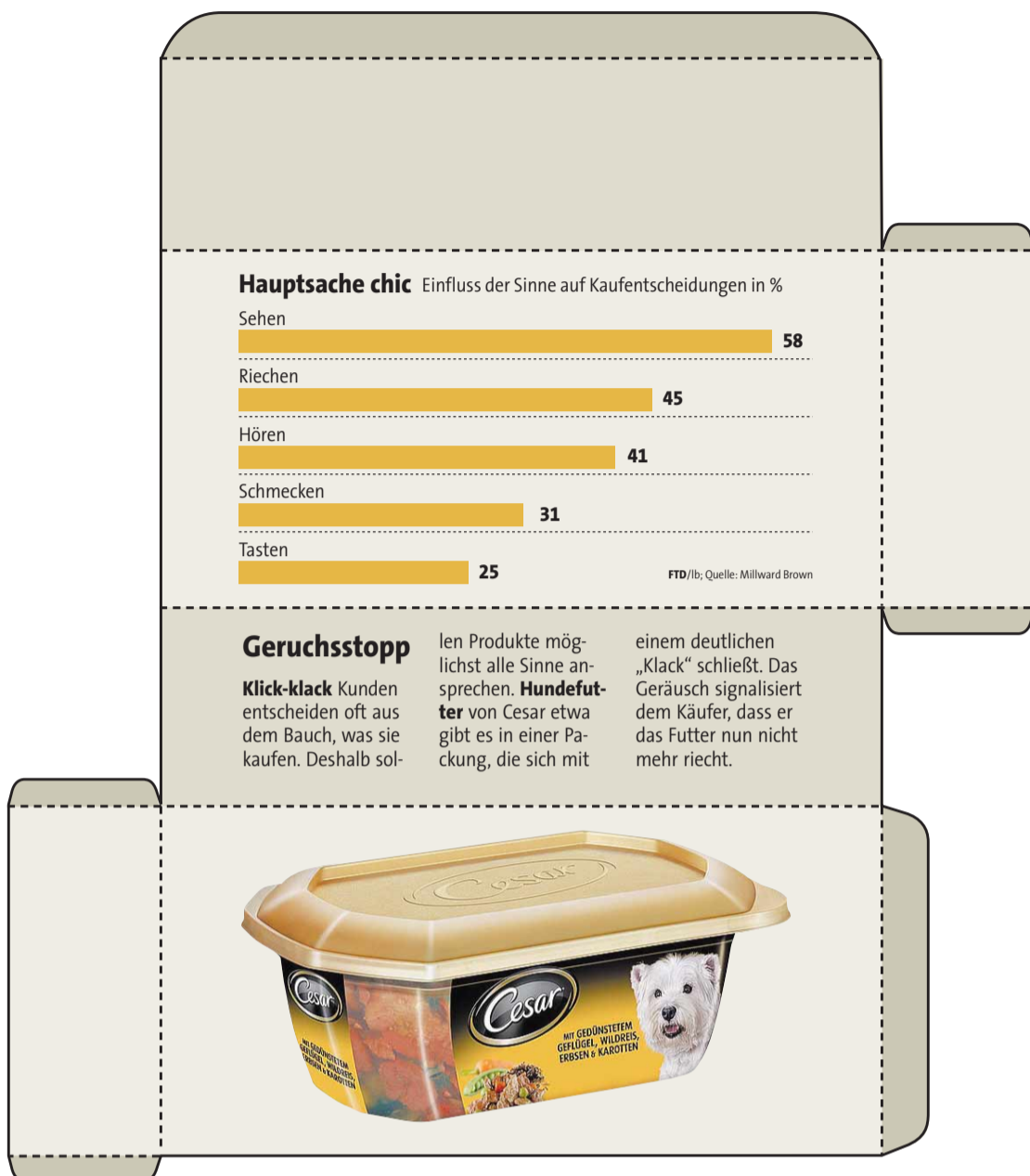
Hamburg, Alsterlounge, Frühstückskonferenz der deutschen Verpackungsindustrie: die Branchenvertreter treffen sich in mondäner Atmosphäre und reden über die Zukunft der Verpackung. Ein Thema darf dabei auf keinen Fall fehlen. Von der „Macht der Sinne“ spricht ein Markenexperte, sein Kollege referiert über das „Finetuning multisensorischer Markenwelten“.

Im Klartext: Verpackungen sollen nicht nur ansprechend aussehen, sondern auch duften, schmecken, klingen und sich gut anfühlen. Die Verpackungshersteller berühren alle fünf Sinne der Verbraucher und machen ein Produkt damit erfolgreicher – so lautet die Botschaft der Markenexperten, die sich auf Fachchinesisch Multisensorik nennt. Sie verweisen auf eine Studie des Marktforschungsinstituts Millward Brown, wonach Käufer ihre Lieblingsprodukte mit allen Sinnen auswählen. Wer seine Verpackung multisensorisch gestaltet, könne die Loyalität seiner Kunden glatt verdoppeln.

Besonders häufig nennen Markenexperten in diesem Zusammenhang die Autoindustrie: Sie hätte schon lange die Vorzüge der Multisensorik erkannt. Tatsächlich unterhält zum Beispiel Porsche eine eigene Akustikabteilung, in der sich die Ingenieure nur um den röhrenden Klang der Sportwagenmotoren kümmern. Hinzu kommen Forschungen zur Haptik des Lenkrads oder zum Geruch der Ledersitze – nichts überlassen die Autohersteller dem Zufall.

Fragt man jedoch nach geeigneten Beispielen in der Verpackungsindustrie, werden die ansonsten kommunikationsfreudigen Markenprofis plötzlich schmallippig. Das Thema stecke noch in den Kinderschuhen, heißt es aus der Branche. Das Problem: Die Hersteller fürchten, dass sich Verbraucher von riechenden oder gar lärmenden Verpackungen abschrecken lassen. „Im Supermarkt befindet sich der Kunde in einer Art Dornröschenschlaf“, sagt Oliver Frenzel,

Rabatz auf allen Kanälen



Psychologe bei der Markenberatung Gruppe Nymphenburg. „Unterschiedliche Störungen auf zu vielen Kanälen wecken ihn auf – und sorgen für Misstrauen.“

Eine Verbraucherumfrage der „Lebensmittel Zeitung“ aus dem Jahr 2007 stützt den unguten Verdacht: 60 Prozent der Befragten gaben an, dass sie zu großen Aufwand beim Verpackungsdesign für überzogen hielten. Elf Prozent kannten Verpackungen, die alle menschlichen Sinne ansprechen, überhaupt nicht. Wenn überhaupt, dann konnten eher Frauen und jüngere Befragte dem Thema Multisensorik etwas abgewinnen.

Also alles nur ein großer Spuk? Nicht ganz. Eines der wenigen Bei-

spiele für multisensorische Verpackungen führt der Hundefutterhersteller Cesar im Sortiment. Die Marke hatte jahrelang mit einem Problem zu kämpfen: Das Cesar-Nassfutter vernaschen nur kleine Vierbeiner, für die 300-Gramm-Packungen zu groß sind. In den Kühlschränken konnte Herrchen eine angebotene Packung aber nicht mehr zurückstellen – jeder Hundebesitzer weiß um den Gestank einmal geöffneter Nassfutterdosen.

Um dem Problem Herr zu werden, beauftragte Cesar die Agentur Acoustic Consult in Berlin mit dem Entwurf einer wiederverschließbaren Verpackung für ihr Hundefutter. Wert legte Cesar dabei auf das Geräusch beim Zuklappen des De-

ckels: „Klack sollte er machen – damit der Kunde sofort versteht, dass die Dose jetzt geschlossen ist und nicht mehr riechen kann“, so Angelo d'Angelico von Acoustic Consult. Mitte 2007 hat Cesar das Multi-Menü schließlich in die Regale gebracht. Außer dem Klack-Geräusch bietet die Packung einen durchsichtigen Boden – der Käufer kann jetzt selber überprüfen, ob das Nassfutter zumindest appetitlich aussieht. Optik und Akustik in einem Produkt vereint – ein Erfolg? Cesar sei es gelungen, auch „jüngere Verwender“ verstärkt an die Marke zu binden, behauptet das Unternehmen. Seit Einführung der Verpackung verzeichne der nach eigenen Angaben Marktführer im Premiumsegment des Hundefutters eine positive Entwicklung beim Erlös. Zahlen wollte das Unternehmen aber nicht nennen.

„Zu viele Störungen wecken Kunden auf“

Oliver Frenzel, Markenberater

Boom der Zeitarbeit verkehrt sich ins Gegenteil

Branche schrumpft 2009 laut Studie um bis zu 40 Prozent

VON JÖRN PETRING, BERLIN

Die deutsche Zeitarbeitsbranche stellt sich auf einen massiven Umsatzeinbruch ein. „Wir rechnen für dieses Jahr mit einem Rückgang von mindestens 30 bis 40 Prozent“, sagte Hartmut Lüerßen vom Marktforscher Lünendonk gestern bei der Vorlage der aktuellen Lünendonk-Liste für Zeitarbeit.

Die Lünendonk-Liste gilt als wichtiger Indikator für die Entwicklung von Zeitarbeitsunternehmen. Grundlage für die Studie ist eine Befragung der 25 führenden Zeitarbeits- und Personaldienstleister in Deutschland. Im Durchschnitt schätzen die Befragten für 2009 einen Umsatzrückgang von 22,7 Prozent, diese Zahl sei laut Lüerßen jedoch noch deutlich zu tief gegriffen: Die Umfrage war vor den verheerenden Prognosen zum Bruttoinlandsprodukt im April durchgeführt worden. Eine Faustformel besagt: Ein BIP-Rückgang von einem Prozent bedeutet für die Zeitarbeit einen Umsatzrückgang von etwa zehn Prozent.

Einige Unternehmen müssen sich deshalb laut Lüerßen in diesem Jahr sogar auf eine Halbierung

ihres Umsatzes einstellen. „Die großen Anbieterunternehmen haben seit dem vierten Quartal 2008 besonders stark unter dem Nachfragerückgang zu leiden“, sagte Lüerßen. So zogen etwa Automobilhersteller im großen Stil Aufträge von Zeitarbeitsfirmen ab. „Kleinere Anbieter blieben dagegen bei der ersten Reduzierungswelle noch verschont. Diese Unternehmen sind nun ebenfalls betroffen und müssen sich dem Verdrängungswettbewerb mit den großen Anbietern stellen. „Eine Erholung ist schwer zu prognostizieren. Nach der Krise werden jedoch mehr Zeitarbeiter beschäftigt sein als zuvor. Mittelfristig gehen wir davon aus, dass über eine Million Menschen in Deutschland in der Zeitarbeit arbeiten werden“, sagte Heide-Lore Knof, Geschäftsführerin von Randstad, dem größten Vermittler von Zeitarbeit in Deutschland.

Laut Lünendonk stieg das Marktvolumen der Branche im vergangenen Jahr um 3,5 Prozent auf 14,7 Mrd. €. Erst im Juli 2008 erreichte die Zeitarbeit mit über 800 000 Beschäftigten den höchsten Stand aller Zeiten. Im März 2009 waren es nur noch 520 000.

Air Berlin arbeitet Schuldenberg ab

Verkauf von Frachtochter soll Verbindlichkeiten senken · Quartalsverlust weitet sich aus

VON JENNIFER LACHMAN, BERLIN

Die zweitgrößte deutsche Fluggesellschaft Air Berlin hat ihren Investoren zugesichert, die Nettoverschuldung trotz Branchenkrise und angespannter Finanzmarktlage im laufenden Jahr deutlich zu reduzieren. „Wenn alles nach Plan läuft, müssten wir Ende 2009 bei plus/minus 550 Mio. € liegen“, sagte Finanzvorstand Ulf Hüttmeyer gestern bei der Präsentation des Quartalsberichts. Ende März lagen die Verbindlichkeiten noch bei rund 779 Mio. €. Dieses Ziel will Air-Berlin-Chef Joachim Hunold unter anderem durch den Verkauf der Frachtochter Leisure Cargo erreichen. Nach etlichen Verzögerungen soll es dazu nun in vier bis sechs Wochen eine Vereinbarung geben.

Analysten begrüßten den Plan. „Angesichts der angespannten Lage auf den Finanzmärkten ist die Verschuldung sicherlich das drängendste Problem von Air Berlin“, sagte Jürgen Pieper vom Bankhaus Metzler. In Anbetracht der konjunkturellen Situation bezeichnete er das Vorhaben als „ambitioniert, aber möglich“. Per-Ola Hellgren von der Landesbank Baden-Württemberg (LBBW) äußerte sich etwas skeptischer: „Ich halte das für

schwierig. Dafür müssten sich schon viele Annahmen erfüllen.“

Details über Käufer oder Kaufsumme von Leisure Cargo nannte Hunold gestern nicht. Air Berlin hatte das Unternehmen, das Branchenschätzungen zufolge 2009 auf einen Umsatz von rund 85 Mio. € kommen kann und profitabel arbeiten, Anfang 2008 zusammen mit dem Ferienflieger LTU übernommen. Es vermittelt Frachtaufträge an touristische Fluglinien, wie TUIfly und Condor. Ursprünglich hatte Air Berlin sich schon bis Ende März von der Tochter trennen wollen. Allerdings hätten sich die Ge-

spräche mit den Banken schwieriger gestaltet als gedacht, räumte Hunold gestern ein.

Zum Abbau des Schuldenbergs sollen auch die rund 32 Mio. € beitragen, die Air Berlin im Zuge der geplanten Überkreuzbeteiligung mit der Fluglinie TUIfly erhält. Zudem dürften der gesunkene Kerosinpreis und die entsprechenden Effekte aus den Absicherungsgeschäften die Kosten im zweiten Halbjahr senken, sagte Hüttmeyer. Die Fluglinie konnte auch ihren operativen Cashflow zuletzt deutlich verbessern: Nach einem Minus von rund 50 Mio. € im Vorjahresquartal fiel jetzt ein Plus von 60 Mio. € an.

Obwohl Air Berlin den operativen Verlust im ersten Quartal – das für Fluglinien traditionell schwach ausfällt – auf 87,3 Mio. € ausweitete und auch der Nettoverlust mit 88,4 Mio. € höher ausfiel, übertraf der Konzern damit die Erwartungen der Analysten. Der Aktienkurs stieg gestern um zwei Prozent auf 4,15 €. Positiv wertete LBBW-Analyst Hellgren, dass Air Berlin bei den Vorausbuchungen für den Sommer bislang nur einen leichten Rückgang sieht. „Allerdings wäre es gewagt, daraus eine langfristige Prognose zu erstellen, denn in diesem Umfeld kann sich das schnell ändern.“

DATEN & FAKTEN	I 2009	I 2008
Umsatz in Mrd. €	661,2	653,6
Ebit* in Mio. €	(87,3)	(68,6)
Nettoergebnis in Mio. €	(88,4)	(59,6)
EPS Gewinn je Aktie in €	(1,35)	(0,91)
Cashflow lfd. Geschäft , in Mio. €	60,0	(49,1)

Quelle: Air Berlin
*Gewinn vor Zinsen und Steuern

Salzgitter-Chef macht Stahlbranche Mut



Deutschlands zweitgrößter Stahlproduzent Salzgitter blickt nicht mehr ganz so düster in die Zukunft. „Wir sind etwas optimistischer“, sagte Firmenchef **Wolfgang Leese** gestern auf der Hauptversammlung in Braunschweig. „Im Mai war die Situation etwas besser als seit November 2008. Es ist aber noch nicht zu sagen, ob das nachhaltig oder nur ein Strohhalm sein wird.“ Er rechnet mit stabileren Verhältnissen ab Herbst und gehe davon aus, die Auslastung seiner Stahlwerke dann auf bis zu 80 von derzeit 30 bis 50 Prozent erhöhen zu können. Leese bestätigte zudem seine Gesamtjahresprognose, nach der ein ausgeglichenes Vorsteuerergebnis erreichbar ist, sofern die Trendwende eintritt. Die Salzgitter-Aktie legte gestern um 4,5 Prozent zu. Eine spürbare Kostenentlastung verspricht sich Salzgitter beim Einkauf des Stahl-Ausgangsstoffs Eisenerz, wo voraussichtlich Preissenkungen durchsetzbar seien. REUTERS

Hornbach profitiert von Immobilienverkäufen

Der Baustoff- und Immobilienkonzern Hornbach will sein Wachstum gegen den Branchentrend fortsetzen. Der Konzern, der 90 Prozent seines Geschäfts mit der gleichnamigen Baumarktkette macht, stellte gestern für das im Februar ablaufende Geschäftsjahr einen Umsatzanstieg im unteren bis mittleren einstelligen Prozentbereich in Aussicht. Der Gewinn vor Zinsen und Steuern (Ebit) werde allerdings deutlich zurückgehen, da keine bedeutenden Gewinne aus Immobilienverkäufen mehr erwartet würden. Der Gesamtkonzern verdoppelte im abgelauten Geschäftsjahr den Überschuss nahezu auf 113 Mio. €. Das Ebit legte um 70 Prozent auf 179 Mio. € zu. Hornbach profitierte von guten Geschäften im In- und Ausland und trennte sich zudem von mehreren Immobilien. Die Verkäufe allein schlugen mit 46 Mio. € zu Buche. Bereits im März hatte die Gruppe ein Umsatzwachstum um fünf Prozent auf 2,7 Mrd. € bekannt gegeben. Ähnlich stark legte die Baumarkt-Tochter zu. Die Konzern-Holding umfasst neben den Baumärkten auch einen Baufachhandel und eine Immobilien-Gesellschaft. REUTERS

Gericht bestätigt Kartellaufgaben für Plus

Tengelmann und Edeka sind vor dem Oberlandesgericht Düsseldorf mit einer Beschwerde gegen das Bundeskartellamt gescheitert. Sie fühlten sich beim Verkauf des Tengelman-Discounters Plus ungerecht behandelt, da die Behörde weitreichende Auflagen verhängt und das Geschäft damit verzögert hatte. Tengelman und Edeka wollten gerichtlich das Verfahren und die Kriterien für die Entscheidung prüfen lassen – auch mit Blick auf mögliche zukünftige Fusionen in der Handelsbranche. Die Unternehmen hatten unter anderem kritisiert, dass das Kartellamt die Marktbeobachtung geändert habe. Das Kartellamt hatte im Juli 2008 nach sechsmonatiger Prüfung den Verkauf von Plus grundsätzlich abgelehnt, doch durfte Edeka nicht alle Filialen übernehmen. Damit wollte das Kartellamt verhindern, dass der größte deutsche Einzelhändler seine Marktmacht in bestimmten Regionen ausbaut. Erst nach fünf Monaten stimmte das Kartellamt dann zu. REUTERS

15 Prozent weniger Luftfracht in Frankfurt

Nach deutlichen Einbrüchen im Frachtgeschäft am Frankfurter Flughafen zum Jahresbeginn zeichnet sich nun ein Hoffungsschimmer ab. Im Mai habe der Betreiber Fraport bislang nur einen Rückgang von 15 Prozent verzeichnet, sagte Firmenchef Wilhelm Bender gestern. Im ersten Quartal war der Frachtverkehr noch um knapp ein Viertel zurückgegangen. Bender sprach von einer leichten Entspannung. Für eine Bewertung als nachhaltige Wende zum Besseren sei es aber noch zu früh. REUTERS