

Siegfried sucht Generika-Partner

Neuer Chef will Entwicklungsrisiken eingrenzen und das Firmenprofil schärfen

Gisler



MARKUS GISLER

Harte Zeiten für Swiss-Life-Chef

WENN EINE AKTIE nach mehr oder minder überstandener Wirtschaftskrise um über 6 Prozent sinkt, wie gestern Mittwoch die Titel von Swiss Life, ist das ein klares Zeichen, dass mit der Firma etwas nicht stimmt. Tatsächlich steckt der Lebensversicherer in einer Dauerkrise, seit sich das Management vor zwei Jahren dazu hinreissen liess, den deutschen Vertrieber von Finanzprodukten AWD für satte 1,9 Mrd. Franken zu kaufen. Damit hat sich Swiss Life viele Probleme aufgelastet. Von adäquater Verzinsung der investierten Milliarden keine Spur: Im ersten Halbjahr weist AWD einen Verlust von 28 Mio. Franken aus. Abgründe taten sich in England und Österreich auf, beschönigend spricht die Firmenleitung nun von Wende und Neuanfang. Fakt ist, dass mit Swiss Life und AWD zwei Kulturen aufeinanderprallen, die so gar nicht zusammenpassen wollen. Hier der seriöse, biedere Schweizer Lebensversicherer, dort ein agiler, bisweilen ziemlich laut auftretender Verkäufer von Finanzprodukten. Anfang Juli hat zu allem Übel ein Gericht in Hannover der AWD verboten, sicher weiterhin «unabhängiger Finanzdienstleister» zu nennen.

NEBEN DEM KLOTZ AWD sind die Kosten des Konzerns zu hoch – oder, je nach Sichtweise, die Erträge trotz leicht höherem Prämienvolumen zu mager. Jetzt hat der neue CEO Bruno Pfister seinem Unternehmen eine radikale Sparrunde verordnet. Schweizweit sollen in den kommenden drei Jahren 520 Stellen abgebaut werden. Das sieht im ersten Augenblick nach viel aus, aber auf Jahresbasis machen die Einsparungen (die mit der normalen Fluktuation aufgefangen werden sollen) bloss etwa 170 Stellen aus.

IN ALLER REGEL ENTPUPPEN sich solche Ankündigen als «window dressing», als Wunschvorstellungen, die dann in der Realität nicht eingehalten werden können. Denn Hand aufs Herz: Welcher Manager kann schon abschätzen, wie sich die Lage in drei Jahren entwickelt. Zudem spricht Bruno Pfister von mehr Kundennähe, von intensiverer Kundenbearbeitung, von optimierter Vertriebsorganisation. Man könnte meinen, die Versicherungsvertreter hätten bisher geschlafen. Ob das ganze Backoffice tatsächlich dieses Sparpotenzial hergibt, darf bezweifelt werden.

ÜBERHAUPT HAT der ehemalige Banker Pfister beim Lebensversicherer einen schweren Stand. Zum einen hat er mit AWD ein deftiges Problem geerbt, zum andern sind dem Eigenwilligen bereits eine Reihe Topmanager davongelaufen. Solange die Aktienmärkte geboomt haben, konnte Swiss Life mit seinem riesigen Kapitalstock schöne Gewinne ausweisen. Jetzt, wo dieses Manna bloss noch spärlich regnet, treten die betriebswirtschaftlichen Probleme viel deutlicher zutage. Es wird nicht leicht werden für den Konzernchef.

wirtschaft@azag.ch

Die Feinchemiegruppe Siegfried hat im Generika-Geschäft einen argen Dämpfer erlitten. Der neue Chef Rudolf Hanco richtet Leitplanken neu aus.

RUEDI MÄDER

Siegfried verfügte über alle personellen und technischen Voraussetzungen, um (wieder) erfolgreich zu wirtschaften, betonte Rudolf Hanco gestern im Rahmen der Halbjahresmedienkonferenz. Der Deutsche gab vor vier Monaten seinen Einstand als CEO des kotierten Zofinger Herstellers von Pharmawirkstoffen und Generika. Hanco war zuletzt in leitender Stellung im Chemiebereich des Essener Mischkonzerns Evonik tätig.

«Einzigartige» Kombination

Hanco bekräftigte einen zentralen Grund für seinen Wechsel, nämlich eine im Markt «einzigartige» Bündelung zweier Kompetenzen: Das Kerngeschäft der Pharmawirkstoff-Synthese werde ergänzt mit hoher Kompetenz im Bereich Fertigformulierungen. Hier locke substanzielles Potenzial – vorausgesetzt, Siegfried schärft das eigene Profil.

Mit dem Wirkstoffgeschäft im ersten Halbjahr zeigte sich Hanco trotz einer Umsatzeinbusse von knapp 5 Prozent («vorzeigbar») zufrieden. Die Betriebsmarge konnte stabilisiert werden – nicht zuletzt als Folge des Restrukturierungsprojekts «Deliver», das bereits Ende 2008 aufgegleist wurde. Die effizientere Gestaltung interner Abläufe soll ab 2011 zu jährlich wiederkehrenden Einsparungen von 20 Millionen Franken führen. Ein Eckstein ist die Konzentration aller Analytik-Tätigkeiten im neuen Laborgebäude. In diesem Zusammenhang werden rund 20 Stellen gestrichen, wobei weitgehend die natürliche Fluktuation ausgenützt werden soll.

Generika-Verkäufe halbiert

Der Umsatzsturz der Generika-Division (vgl. Tabelle) um mehr als 50 Prozent hängt entscheidend mit dem Umbruch des deutschen Marktes zusammen. Dort profitierte (auch) Siegfried jahrelang von den im internatio-

SIEGFRIED BEI HALBZEIT		
(6 Monate)	2009	Veränd.
Nettoumsatz	121	-24%
- Actives (Wirkstoffe)	91	-5%
- Generika	30	-53%
Betriebs-Cashflow	16	+7%
Investitionen	8	-56%
Nettoverlust	-6	n. a.*
Vollzeitstellen	825	-5

* im Vorjahreshalbjahr Gewinn v. 22 Mio. Fr. (Geldwerte in Millionen Fr. per 30. 6.)

nalen Vergleich überaus hohen Preisen für Nachahmer-Medikamente. Die gesundheitspolitische Spitzkehre hat einen massiven Preisrutsch ausgelöst und Siegfried einen Betriebsverlust beschert. Hanco hat für den Generika-Bereich eine Kurskorrektur angekündigt: Man will die Entwicklungsrisiken nicht länger allein tragen. Die Suche nach Partnerfirmen ist eingeleitet.

Bei Halbzeit erneut rote Zahlen

Siegfried hatte im Frühjahr eine massive Wertkorrektur von fast 100 Millionen Franken publik gemacht und als Folge einen erckleichen Reinverlust von 75 Millionen Franken ausgewiesen. Bei Halbzeit 2009 beträgt der Reinverlust 6 Millionen. Hier spielt allerdings mit hinein, dass der Aufbau der Inhalationstechnologie – das geerbte Projekt «Pulmojet» – im Raum München weitere knapp 6 Millionen Franken gekostet hat. Hanco will den Pulmojet nur noch bis Anfang 2010 allein finanzieren. Neu wird im Kreis der Pharmafirmen nach einem Kaufinteressenten gesucht.

Folgeauftrag für Roche/Tamiflu

Hanco erwartet im laufenden Halbjahr im Wirkstoffgeschäft eine stärkere Umsatzentwicklung als in den ersten sechs Monaten. Die Generika sollten das gedrückte Niveau mindestens halten können. Er bestätigte, dass Siegfried – neben fünf neuen Entwicklungsprojekten – einen Folgeauftrag für die Herstellung eines Zwischenprodukts für das Grippemittel Tamiflu von Roche erhalten habe. 2010 soll ein deutlich höherer Betriebsgewinn erzielt werden.



GUTES OMEN? Seit Rudolf Hankos Antritt als CEO Anfang Mai kletterte der Kurs der Siegfried-Aktie um über 50 Prozent. ANDRÉ ALBRECHT

Bau läuft wie geschmiert

Grossprojekte bescheren Firmen volle Auftragsbücher

Die Bauwirtschaft hat im zweiten Quartal 2009 die Umsätze um 7,8 Prozent auf rund 4,9 Milliarden gesteigert. Zum Zuwachs trotz Krise trugen vor allem Tiefbau-Grossprojekte bei, während der Hochbau Schwächen zeigte.

Die Bauwirtschaft sei nach wie vor deutlich weniger stark von der Krise betroffen als die Gesamtwirtschaft, bilanzierte der Schweizerische Baumeisterverband (SBV): Die guten Umsätze im zweiten Quartal ergaben sich nicht zuletzt aus einem Nachholbedarf, hatte doch der hartnäckige Winter im Vorsemester die Bautätigkeit stark gebremst und

teilweise fast zum Erliegen gebracht. Insgesamt lagen die nominalen Umsätze mit rund 4,9 Milliarden Franken um 7,8 Prozent über dem Vorjahresquartal. Die Arbeitsvorräte erreichten Ende Juni 11,9 Milliarden Franken oder 9 Prozent mehr als im Vorjahr.

Für die gestiegenen Umsätze waren vor allem Grossprojekte im Tiefbau verantwortlich. Sie stiegen um 28,4 Prozent. Erste Schwächen zeigte dagegen der Hochbau: Um 7,1 Prozent sinkende Umsätze im privaten Hochbau machten laut SBV vielen kleineren und mittleren Baufirmen zu schaffen. (AP)

Auch die Post spürt die Krise

Halbjahresgewinn ist um 16 Prozent gesunken

Die Wirtschaftskrise macht auch vor der Post nicht Halt. Der Gewinn im ersten Halbjahr 2009 sank im Vergleich zum ersten Vorjahressemester um 16 Prozent auf 358 Millionen Franken. Der Umsatz sank um 2,3 Prozent auf 4,275 Milliarden Franken, wie die Post mitteilte.

Die Post führte die Gewinnabnahme in erster Linie auf Ertragsminderungen im schwierigen konjunkturellen Umfeld sowie auf gestiegene Lohnkosten wegen Lohn erhöhungen und mehr Personal zurück. Zudem hätten sich tiefere Erträge aus Immobilienverkäufen spürbar auf das Ergebnis ausge-

wirkt. Die verschiedenen Bereiche der Post trotzten im ersten Halbjahr der derzeitigen Wirtschaftskrise unterschiedlich. Postfinance etwa konnte dank anhaltendem Neugeldzufluss den Ebit um 44 Millionen auf 198 Millionen Franken steigern.

Für das ganze Jahr rechnet die Post mit einem Ergebnis, das deutlich unter dem Vorjahr liegen wird. Wegen der seit Anfang Juli 2009 wirksamen Preissenkungen im Briefpostbereich erwartet die Post einen zusätzlichen Druck auf den Gewinn. Im vergangenen Jahr hatte sie einen Reingewinn von 825 Millionen Franken ausgewiesen. (AP)

Nachrichten

Valiant-Gruppe auf Expansions-Kurs

Die Regionalbankengruppe Valiant Holding wächst weiter. Nach zwei Jahren Zusammenarbeit soll die Spar + Leihkasse Steffisburg rückwirkend auf den 1. Juli als Tochter der Valiant Holding geführt werden. Noch müssen aber die beiden Generalversammlungen zustimmen. Die Aktionäre sollen 23 Valiant-Aktien für eine Aktie der Spar + Leihkasse erhalten. Weiteren Zuwachs erhält Valiant in der Westschweizer. Die Caisse d'épargne de Sivièze soll rückwirkend auf Juli ebenfalls integriert werden. (AP)

Adval-Tech Tochter in Muri baut Stellen ab

Die zur Metall- und Kunststofftechnologiegruppe Adval Tech gehörende AWM Mold Tech AG in Muri AG wird voraussichtlich 50 bis 70 Stellen abbauen. Das Geschäft mit neuen Werkzeugen für Optical Discs sei zusammengebrochen, heisst es in einer Mitteilung. Nachdem die im Herbst 2008 beschlossene Restrukturierung des Werkzeugbaus in Muri umgesetzt sei, verlange die aktuelle Entwicklung weitere Anpassungen. (AP)

Ascom Trotz rückläufigem Umsatz ist Gewinn gestiegen

Der Technologiekonzern Ascom hat im ersten Halbjahr 2009 bei leicht rückläufigem Umsatz den Konzerngewinn gesteigert. Er betrug 11,9 Millionen Franken, wie die Ascom mitteilte. Der Umsatz sank gleichzeitig um 5,6 Prozent auf 235,2 Millionen Franken. Ascom geht davon aus, dass der Umsatz für das ganze Jahr 2009 organisch und währungsbereinigt bis zu zehn Prozent unter dem Vorjahresniveau liegen wird. Unter Berücksichtigung von Akquisitionen soll der Umsatz im Vorjahresvergleich aber steigen. Ascom zeigt sich überzeugt, 2009 profitabel abzuschliessen. (AP)

C&A Modehaus begräbt Pläne für Billigkette

Die Modekette C&A hat ihre Pläne zum Aufbau einer neuen Billigkette unter dem Namen Avanti aufgegeben. Der Konzern wolle seine Kräfte angesichts der weltweiten Wirtschaftskrise auf die Kernmarke C&A konzentrieren, begründete der Sprecher des europäischen C&A Executive Board, Andreas Seitz, den Schritt. Das neue Konzept habe sich in der Krise nur schwer am Markt etablieren lassen. C&A begann erst im Frühjahr 2008 mit dem Aufbau der neuen Kette. (AP)

INSERAT