

Sorgenkind Media-Saturn bremst Bilanz von Metro

■ **Düsseldorf** (dpa). Der Preiskampf bei Elektronik hat dem Handelsriesen Metro die Quartalsbilanz verhägelt. Wegen roter Zahlen bei den schwächelnden Fachmarktketten Media-Markt und Saturn ging der Konzerngewinn im zweiten Quartal 2011 um mehr als ein Viertel auf 40 Millionen Euro zurück. Damit verdiente die Metro weniger als vor einem Jahr, obwohl das wichtige Ostergeschäft 2011 durch den späteren Termin im April ein zusätzlicher Treiber war. Der Konzernumsatz stagnierte im zweiten Quartal bei 15,7 Milliarden Euro.

Twitter bekommt frisches Geld

■ **San Francisco** (dpa). Die Erwartung kräftiger Renditen in der Internet-Branche hat Twitter erneut eine kräftige Kapitalspritze beschert. Das Unternehmen teilte mit, es habe „eine bedeutsame Finanzierungsrunde“ abgeschlossen, angeführt von der russischen Investmentfirma Digital Sky Technologies. Nach Medienberichten soll Twitter 800 Millionen Dollar erhalten haben. Damit würde der Kapitalwert des Unternehmens auf acht Milliarden Dollar steigen.

Generika halten Fresenius gesund

■ **Bad Homburg** (dpa). Glänzende Geschäfte mit Nachahmermedikamenten (Generika) und Infusionen haben dem Medizinkonzern Fresenius im ersten Halbjahr zusätzliche Gewinne beschert. Konzernchef Ulf M. Schneider erhöhte nach den Zahlen zum zweiten Mal in diesem Jahr den Ergebnisausblick für den Konzern. Von Januar bis Juni legte der Gewinn im Vorjahresvergleich um ein Fünftel auf 363 Millionen Euro zu, teilte der Dax-Konzern mit.

Goldpreis auf Rekordhoch

■ **London** (dpa). Schuldenkrise und Konjunkturängste haben am Dienstag erneut zu einem Rekordhoch beim Goldpreis beigetragen. Im frühen Nachmittag sprang der Preis für eine Feinunze (etwa 31 Gramm) in der Spitze auf 1.635,90 US-Dollar, so hoch wie nie zuvor. Im Tagesverlauf konnte der Goldpreis um mehr als 20 Dollar zulegen. Auch auf Euro-Basis erreichte der Goldpreis ein neues Rekordhoch bei 1.154,56 Euro.

Siemens übernimmt US-Hörgeräte-Kette

■ **West Palm Beach/Erlangen** (dpa). Siemens verstärkt sein Hörgeräte-Geschäft in den Vereinigten Staaten. Die Münchner übernehmen die insolvente Kette Hear USA mit 134 eigenen Filialen und 1.800 Vertriebspartnern im ganzen Land. „Wir wollen das Geschäft weiterführen“, sagte ein Siemens-Sprecher. Bislang besitzt Siemens keine eigenen Läden, sondern vertreibt seine Hörgeräte ausschließlich über Partner im Handel.

Deutsche Post fährt kräftigen Gewinn ein

Erwartungen für das Gesamtjahr leicht angehoben

■ **Bonn** (dpa). Der boomende Paketversand und bewältigte Altlasten haben der Deutschen Post im zweiten Quartal einen überraschenden Gewinnsprung beschert. Der Überschuss stieg auf 278 Millionen Euro im Vergleich zu 81 Millionen Euro im Vorjahreszeitraum, teilte das Unternehmen mit.

Der Konzern hob darum die Erwartung für das Gesamtjahr 2011 leicht an. Wegen des anziehenden Internethandels und starken Wachstums in Schwellenländern soll der Gewinn vor Steuern und Zinsen (EBIT) das obere Ende der bisher genannten Spanne von 2,2 bis 2,4 Milliarden Euro erreichen. Der Vorstandsvorsitzende Frank Appel sieht in dem Ergebnis ein Zeichen für die Effizienzverbesserung der Deutschen Post.

Im Konzernumsatz schlug sich die positive Geschäftsentwicklung allerdings nicht nieder. Mit 12,84 Milliarden Euro erhöhte sich der Umsatz nur leicht um 0,3 Prozent. Mehr als

verdoppeln konnte das Unternehmen das Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) auf 562 Millionen Euro. Ein Jahr zuvor hatte vor allem der Verkauf des nationalen Expressgeschäfts in Frankreich zu erheblichen Belastungen geführt. Rechnet man diesen Negativeffekt von 250 Millionen Euro heraus, legte das EBIT nun um zwölf Prozent zu.

Am meisten profitierte die Deutsche Post vom Wachstum im Expressgeschäft, der Fracht und der Lieferketten-Logistik. Sie steuerten im zweiten Quartal 471 Millionen Euro zum operativen Gewinn bei. Vor allem im asiatischen Raum zog das Expressgeschäft erneut kräftig an. „Es gibt immer noch sehr gutes Wachstum in den wichtigen Märkten in Asien, China und Indien und auch in Lateinamerika“, sagte Finanzvorstand Larry Rosen.

Das Postsorgenkind Brief lag im zweiten Quartal mit einem Umsatz von 3,3 Milliarden Euro nahezu auf Vorjahresniveau.

PERSÖNLICH



■ **Ilse Aigner** (46), Verbraucherschutzministerin, will Geld aus Kartellstrafen für Unternehmen künftig direkt in die Verbraucherarbeit fließen lassen. Diese Möglichkeit solle bei der Überarbeitung des Kartellrechts geprüft werden, sagte die CSU-Politikerin dem *Tagesspiegel*. Wirtschaftsminister Philipp Rösler (FDP) überarbeitet derzeit das Wettbewerbsrecht. DPA



■ **Lars Feld** (44), einer der Wirtschaftsweisen, sieht trotz des Hilfspakets für Griechenland und des Kompromisses im US-Schuldenstreit die Krisengefahren in der Welt nicht gebannt. Die Schuldenkrisen in einzelnen Euro-Ländern hätten sich inzwischen zur „ernsthaften Bedrohung“ für das Währungssystem ausgewachsen, sagte Feld der *Süddeutschen Zeitung*. FOTO: DPA



■ **Volker Stuke**, Geschäftsführer des Bundesverbands der Energie-Abnehmer (VEA), erwartet trotz der jüngsten Berichte über Spar- und Verkaufspläne der Branchenriesen Eon und RWE keine Entspannung der Strompreise. Selbst wenn die Konzerne Kosten sparen, sei die Finanzierung des Netzausbaus in Deutschland noch nicht geklärt.

Ein Name, der verpflichtet

UNTERNEHMER IM PORTRÄT (2): Wie Frank Seidensticker die Aufgabe seines Lebens meistert

VON ANNABELLE MONTAG UND STEFAN FREHE

■ **Bielefeld**. „Alles, was ich anfasste, wurde zu Hemd“, sagte einmal Walter Seidensticker. Die Spuren des Gründers sind im Firmensitz allgegenwärtig – wengleich mit Frank Seidensticker bereits die dritte Generation Einzug in das Unternehmen gehalten hat. So wird immer wieder gern an die „gute alte Stube“ erinnert, in der alles begann. Die riesige transparente Weltkugel, die die Fensterfront des ehemaligen Büros des Gründers ziert, glänzt wie eh und je. Sie gibt die Richtung für die neue Generation vor.

Obwohl Frank Seidensticker immer freigestellt wurde, welchen beruflichen Werdegang er gehen möchte, entschied er sich 1989 für das Familienunternehmen. „Das wurde mit der Muttermilch aufgesogen“, sagt er. Durch Erzählungen des Vaters Walter Seidensticker kamen seine Kinder Frank und Nicole schon recht früh mit dem Unternehmen in Kontakt. Sie durften den Vater sogar auf Geschäftsreisen begleiten. „An den Wochenenden und bei Familienfeiern haben wir Kinder dann das Firmengelände unsicher gemacht und mit der Fördertechnik gespielt“, erinnert sich Seidensticker.

Auch seinen eigenen beiden Kindern (15 und 19 Jahre) lässt der 48-Jährige freie Berufswahl. Seiner Meinung nach hat die Jugend heute nicht mehr so früh solch klare Berufsbilder vor Augen, wenn sie die Schule verlässt. Umso mehr freut es ihn, dass seine Kinder schon jetzt ein großes Interesse an Bekleidung und Textilien haben. Ihren Weg ins Unternehmen haben die Kinder bereits gefunden. Während der Sohn gelegentlich dort jobbt, ist die Tochter in der aktuellen Imagekampagne des Familienunternehmens zu sehen.

Frank Seidenstickers eigener Weg ins Unternehmen begann mit einer Ausbildung zum Industriekaufmann. Diese trat er nach dem Abitur und einjährigem Wehrdienst im Jahre 1984 bei der Hugo Boss AG in Metzingen an. Neben dem hohen modischen Anspruch prägten den Bielefelder insbesondere das Zusammengehörigkeitsgefühl des damaligen Familienunternehmens sowie dessen starke internationale Fokussierung.

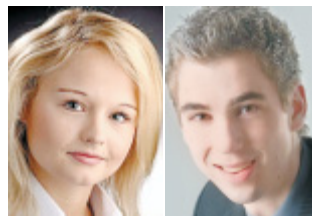
1989 trat er nach zwei Trainee-Programmen bei der Deutschen Bank und bei Peek & Cloppenburg in die Unternehmensgruppe Seidensticker ein. Dort war er zunächst als Geschäftsführer für Damenoberbekleidung tätig, seit 2008 ist er schwerpunktmäßig für die Lizenzen verantwortlich. Denn neben den Eigenmarken Seidensticker,



In dritter Generation: Frank Seidensticker steht an der Spitze des Bielefelder Familienunternehmens. Für ihn stehen die Entwicklung und die Gestaltung des richtigen Produkts an erster Stelle. FOTO: WOLFGANG RUDOLF

Gemeinsam: Uni Bielefeld und Neue Westfälische

■ Zweiter Teil unserer Unternehmer-Serie: Annabelle Montag und Stefan Frehe, Studierende der Wirtschaftswissenschaften an der Universität Bielefeld am Lehrstuhl von Prof. Fred Becker, stellen in einem Porträt den Unternehmer Frank Seidensticker aus Bielefeld vor. Entstanden ist



Die Autoren: Annabelle Montag und Stefan Frehe.

der Artikel im Rahmen einer praktischen Übung zum Wirtschaftsjournalismus, die die Universität und die *Neue Westfälische* gemeinsam gestaltet haben. In der kommenden Woche erscheint ein Porträt der Unternehmerin Maresa Harting-Hertz aus Espelkamp.

BMW hängt die Rivalen ab

Erstes Halbjahr war das beste der Unternehmensgeschichte

VON SEBASTIAN RAABE

■ **München** (dpa). BMW fährt den Rivalen von Daimler und Audi mit Vollgas davon. Auch im zweiten Quartal des Jahres verbuchte der Münchner Autobauer Rekorde bei Umsatz, Gewinn und Absatz. „Das erste Halbjahr war das bislang beste in der Unternehmensgeschichte“, sagte Konzernchef Norbert Reithofer.

Dank der ungebrochenen Nachfrage nach teuren und großen Autos verdiente BMW zwischen April und Juni unter dem Strich rund 1,8 Milliarden Euro – mehr als doppelt so viel wie vor einem Jahr.

Der Umsatz kletterte um mehr als 16 Prozent auf 17,89 Milliarden Euro. „Wir sind auf einem guten Weg, auch 2011 der weltweit führende Premiumhersteller zu bleiben“, sagte Reithofer. Das hohe Tempo der ersten Jahreshälfte wird sich in den kommenden Monaten allerdings nicht halten lassen, die zuletzt hohe Dynamik dürfte nach-

lassen.

Anstehende Modellwechsel wie beim BMW 1er werden zudem den Absatz drücken und Geld kosten – rund 500 Millionen Euro in den kommenden Monaten für neue Maschinen, Werbung und Preisnachlässe für die auslaufenden Fahrzeuggenerationen. Doch auch die

Schuldenkrise in den USA und Europa lässt Reithofer vorsichtig auf die Euphoriebremse treten. „Die globalen Risiken für einen weiteren Aufschwung nehmen tendenziell eher zu als ab“, sagte der Vorstandschef.

Dennoch: BMW kommt mit der Produktion kaum nach. Die Auslastung der Fabriken betrage



Elektrisch vorneweg: Der i3 soll Städte von 2013 an mit einer Batterie-ladung bis zu 160 Kilometer weit fahren. FOTO: DPA

derzeit 102 Prozent, sagte Reithofer. „Unsere Werke laufen derzeit voll am Anschlag.“ Die Kunden bekommen das bei den deutlich verlängerten Lieferzeiten zu spüren. „Aus unserer Sicht zu lange Lieferzeiten.“ Allerdings sei BMW ein Premiumhersteller. „Und Premiumhersteller sollten immer ein Auto weniger produzieren, als sie verkaufen können.“ Um im Sommer trotz Urlaub die Produktion zu sichern, werde BMW verstärkt auf Leiharbeiter setzen. In welcher Größenordnung, wollte Reithofer allerdings nicht sagen. Daran, dass trotz aller Vorsicht BMW auch das Gesamtjahr 2011 mit Rekorde abschließen wird, hat der Konzernchef aber keine Zweifel. Insgesamt will er 1,6 Millionen Autos verkaufen, erst Mitte Juli hatte BMW die Prognose für den Absatz um mehr als 100.000 Fahrzeuge nach oben geschraubt. Auch bei Umsatz und Gewinn werden Bestmarken erwartet. Zudem ist die Kasse des Konzerns mit 9,1 Milliarden Euro prall gefüllt.

INFO

Das Unternehmen

- ◆ Die Seidensticker-Gruppe zählt 1.800 Beschäftigte, die jährlich knapp 16 Millionen Kleidungsstücke fertigen.
- ◆ Die Cousins Frank und Gerd Oliver Seidensticker sowie der Fremdgeschäftsführer Detlef Adler führen das Familienunternehmen.
- ◆ Seidensticker ist die bekannteste Hemdenmarke Deutschlands und führend im europäischen Hemdengeschäft.
- ◆ Alle weltweiten Fertigungsprozesse werden permanent überwacht.

Schwarze Rose, Jacques Britt sowie Dornbusch gehören auch internationale Lizenzen wie Joop, Strellson, Bogner und Camel active zur Seidensticker-Gruppe.

„Unternehmer heißt Gestalter“, sagt er. Unter der Prämisse „Product first“ stehen die Entwicklung und die Gestaltung des richtigen Produkts dabei immer an erster Stelle. Allein 50 Hemden im eigenen Kleiderschrank bestätigen seine Nähe zum Produkt. „Stilempfinden muss man auch vorleben“, sagt der stets elegant gekleidete Unternehmer, der den schmalen Schnitt der Hemdenmarken Schwarze Rose und Joop bevorzugt.

Im Gegensatz zu seinem Cousin Gerd Seidensticker, der für Vertrieb und Markenführung zuständig ist, liegt es in seiner Verantwortung, die Marke inhaltlich zu füllen. Dennoch sind beide das Sprachrohr nach außen und natürlich Namensträger für die Marke Seidensticker – „das Herzstück des Unternehmens“. Der Name ist eben mehr als nur ein Wort, er ist eine Aufgabe fürs Leben: „Der Name ist Verpflichtung.“

Sich selbst beschreibt er als einen sehr offenen und kommunikativen Menschen, der seinen Mitarbeitern gerne eine gewisse Selbstständigkeit und Eigenverantwortung überlässt. „Ich bin der Typ des ‚Walking Office‘ und gehe von Abteilung zu Abteilung, um einen möglichst engen Kontakt zu den Mitarbeitern zu haben.“ Den Ausgleich finde er bei „einem recht spießigen Hobby“, sagt er schmunzelnd und berichtet über sein Interesse an der Gartenarbeit. „Gerade jetzt, wo die Rosen so schön blühen.“ Zudem interessiert er sich für Skifahren und Reisen. Doch obwohl Frank Seidensticker ein weltoffener Mensch ist, würde er immer wieder zu seinen Wurzeln zurückkehren: „Das Herz schlägt ganz klar in Bielefeld.“

Zuwachs bei Neuzulassungen

■ **Hamburg** (rtr). Die Pkw-Nachfrage in Deutschland bleibt robust – auch wenn das Tempo zuletzt etwas nachgelassen hat. Nach einem leichten Rückgang im Juni legten die Neuzulassungen im Juli binnen Jahresfrist um zehn Prozent zu, teilte der Importeursverband VDIK mit. Seit Jahresbeginn belief sich der Zuwachs auf 10,4 Prozent. Damit seien die Aussichten der Schlüsselbranche weiter gut.

Porsche-Gewinn schrumpft

■ **Stuttgart** (dpa). Der Porsche-Konzern hat im ersten Halbjahr 2011 gut verdient – Bilanzierungsvorschriften schmälerten den Gewinn aber erheblich. Unter dem Strich blieben der Porsche Automobil Holding SE nach den ersten sechs Monaten 149 Millionen Euro, so das Unternehmen. Nach dem ersten Quartal hatte der Konzern nach Steuern noch 691 Millionen Euro Gewinn eingefahren.