



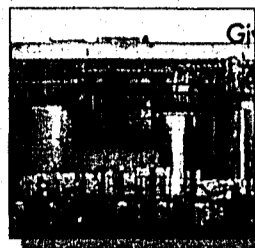
UMSATZPLUS

Wie sich Hennez im hart umkämpften Schweizer Mineralwasser-Markt behaupten konnte. **7**



SICHERHEIT

Die Liechtensteiner Schutzengel haben sich weitergebildet – nicht im Himmel, sondern in Schellenberg. **9**



RÜCKSCHLAG

Warum der Genfer Riechstoff- und Aromenkonzern Givaudan deutlich weniger Gewinn gemacht hat. **10**



BÖRSE

Wie sich die internationalen Börsen- und Finanzmärkte gestern Dienstag entwickelt haben. **12**

VOLKS BLATT | NEWS

Credit-Suisse-Finanzchef Philip Ryan tritt zurück

ZÜRICH – Der Finanzchef der Credit Suisse, Philip Ryan, tritt im Sommer von seinem Posten zurück. Seine Nachfolge wird Renato Fassbind (Bild) antreten, der bis Frühjahr 2002 beim Energiekonzern ABB als Finanzchef tätig war. Ryan habe sich entschieden, auf den kommenden Sommer von seiner gegenwärtigen Position zurückzutreten, teilte die Credit Suisse Group am Dienstag in einem Communiqué mit. Ryan, der seit fast zwanzig Jahren für die Credit Suisse tätig ist, habe als CFO während fünf Jahren «massgebliche Beiträge im Finanzbereich geleistet», hiess es. Gründe für seinen Rücktritt wurden nicht genannt. Er wird allerdings weiterhin für die Credit Suisse tätig sein: «Wir freuen uns auf seine weitere Tätigkeit in der Credit Suisse Group», werden die beiden Konzernchefs Oswald Grübel und John Mack zitiert.



Sein Nachfolger Renato Fassbind ist seit gut zwei Jahren Chef des Handelshauses Diethelm Keller. Zuvor war er ABB-Finanzchef. Als CFO wird er Mitglied der Geschäftsleitung und untersteht den beiden Konzernchefs. Er bringe ein umfassendes Wissen im Finanzmanagement und ein vertieftes Verständnis der US-Rechnungslegungsstandards US-GAAP mit, hiess es weiter. Fassbind wird am 1. Juni in die Credit Suisse eintreten und seine neue Funktion am 5. August 2004 übernehmen, einen Tag nach der Präsentation der Ergebnisse für das zweite Quartal.

Er bringe ein umfassendes Wissen im Finanzmanagement und ein vertieftes Verständnis der US-Rechnungslegungsstandards US-GAAP mit, hiess es weiter. Fassbind wird am 1. Juni in die Credit Suisse eintreten und seine neue Funktion am 5. August 2004 übernehmen, einen Tag nach der Präsentation der Ergebnisse für das zweite Quartal.

Inficon: Urs Wälchli wird neuer Leiter Vacuum Control

ZÜRICH – Der Verwaltungsrat von Inficon hat Urs Wälchli zum neuen Leiter des Geschäftsbereichs Vacuum Control und des Standortes Liechtenstein ernannt. Wälchli tritt die Nachfolge von Lukas Winkler an, der seit Anfang 2004 Konzernchef ist. Der 42-jährige Wälchli werde seine Funktion als Vizepräsident per 1. März antreten, teilte das in der Vakuum- und Sensortechnik tätige Unternehmen mit Sitz in Syracuse/New York am Dienstag mit. Wälchli ist seit 1993 für das Unternehmen tätig, damals noch bei der zu Oerlikon-Bührle gehörenden Balzers. Inficon war im Jahr 2000 beim Umbau von Oerlikon-Bührle zu Unaxis abgespalten worden. Das Unternehmen wird von den USA aus geführt und ist an der Schweizer Börse SWX und an der US-Börse Nasdaq kotiert.

Beate Uhse wächst trotz Konsumflaute weiter

HAMBURG – Europas grösster Erotikkonzern Beate Uhse hat 2003 ungeachtet des schwachen Konsums Umsatz und Ergebnis erhöht. Der Konzern plant dank eines stabilen Versandhandels im laufenden Jahr weitere Steigerungen. Der Umsatz habe im vergangenen Geschäftsjahr auf 262,9 Mio. Euro von 244,5 Mio. zugelegt, teilte das Flensburg-Unternehmen am Dienstag mit.

Ein Schuss Wellness

Medien-Präsentation: Sonnenhof-Meetings – Inspirierend, frisch und effizient

VADUZ – Der neue Seminarraum des Parkhotels Sonnenhof überrascht mit einem ganz speziellen Konzept. Wer dort sein Meeting plant, soll in Zukunft auf rauchende Köpfe und müde Glieder verzichten können.

• Tamarä Frommelt

Auf dem Markt herrscht eine Kauflaute und der grösste Kunde will das ändern – so schnell wie möglich. Das Kreativteam der erfolgreichen Werbefirma braucht überzeugende Ideen innert kürzester Frist. Um in Ruhe ein Konzept aufstellen zu können, wird der neue Seminarraum im Parkhotel Sonnenhof gemietet.

Nach einem Willkommenskaffee im Salon setzt sich das Team zu einem ersten Brainstorming an den ovalen Tisch im freundlich-warm gestrichenen Seminarraum. Ob der Duft von der Feng Shui-Aromabar seine konzentrationsfördernde Wirkung erfüllt? Allsbald finden erste Entwürfe ihren Weg an die unsichtbar magnetischen Wände.

Hightech und Natur

Schnell noch klickt sich der Chef für die neusten Börsenkurse ins Internet bevor er ins frische Croissant beisst. Auf dem separat zum Seminarraum gehörigen Balkon kann bei blendenster Aussicht Sonne getankt werden. Ein Armkneippbecken erquickt den Geist. Nach der Pause werden weitere Ideen per



Hubertus Real mit Gattin Silje und Vater Emil Real: Stolz präsentiert die Familie den nach neuem Konzept erstellten Seminarraum, in welchem bis zu 14 Personen Platz finden.

Beamer an die Leinwand projiziert, die nach Gebrauch wieder in der Decke verschwindet und den Blick auf die Wasserwand freilässt, die für eine angenehme Luftfeuchtigkeit von etwa 65 % sorgt.

Am Mittag kann zwischen Business-Lunch im Gourmet-Restaurant und energiereichem Brainfood wie Fisch und Salaten gewählt werden. Zur Kaffeepause am Nachmittag lässt sich per Knopfdruck der hydraulisch höhenverstellbare

Tisch zum Stehtisch umfunktionieren – zur Vorbeugung von Rückenschmerzen. War das Team erfolgreich? Wer die Tagespauschale gebucht hat, darf zur Belohnung Hallenbad und Sauna benützen. Der DVD-Player mit Dolby Surround-System lädt zum entspannenden Film schauen ein.

Allround-Service

Hubertus Real und Gattin Silje haben sich mit ihrem neuen 4-Säu-

len-Konzept zum Ziel gesetzt, dass der Raum schon beim Hineingehen positiv auf den Gast einwirkt. Auch nach Ablauf des Tages, wenn die Teilnehmer des Meetings nach Hause gehen, sollen sie immer noch viel Kraft und Energie haben. Bei der Einrichtung des Raumes haben sie sich daher jedes Detail genau überlegt.

Interessierte können sich demnächst unter www.sonnenhof.li informieren.

Hennez behauptet sich in hart umkämpften Markt

Rekordhitze sorgt im Jahr 2003 für Umsatzplus

ZÜRICH – Hennez will seine Position im hart umkämpften Schweizer Markt verteidigen. Die Hitze im Sommer hat dem Mineralwasserproduzenten zwar ein Umsatzplus beschert, insgesamt aber hat Hennez knapp Marktanteile verloren.

Der Schweizer Mineralwassermarkt ist für die Produzenten interessant: Jahr für Jahr wird hierzulande mehr Wasser getrunken. 2003 wurden in der Schweiz insgesamt 891 Mio. Liter Mineralwasser verkauft, das sind 13,4 Prozent mehr als im Vorjahr.

Knapp zehn Prozent Absatzplus

Seit mehreren Jahren drängen ausländische Produzenten auf den Schweizer Markt. Im vergangenen Jahr betrug der Import ausländischer Mineralwässer 34 Prozent. Das bekommt auch Hennez zu spüren. Das Unternehmen hat leicht Marktanteile verloren: Im Jahr 2002 betrug der Anteil 17 Pro-



Hennez will seine Position im Schweizer Markt verteidigen.

zent, 2003 waren es 16,5 Prozent.

Die Sources Minérales Hennez verkauft, das sind 9,9 Prozent mehr als im Vorjahr, wie es am Dienstag an der Jahresmedienkonferenz in Zürich hiess. Inklusive Fruchtsäfte und Softdrinks betrug die Ver-

kauf, das sind 9,9 Prozent mehr als im Vorjahr, wie es am Dienstag an der Jahresmedienkonferenz in Zürich hiess. Inklusive Fruchtsäfte und Softdrinks betrug die Ver-

kaufe 209 Mio. Liter, was einem Plus von 14,6 Prozent entspricht. Der Umsatz von Hennez steigerte sich im vergangenen Jahr um 13,2 Prozent auf 176,6 Mio. Franken. Vor allem der heisse Sommer hat den Getränkeproduzenten satte Umsatzsteigerungen beschert. Der Juni, der als heissester Monat seit Beginn der Wettermessungen im Jahr 1864 in die Geschichte einging, sorgte für Rekordumsätze. Allein am heissesten Tag, am 20. Juni, setzte Hennez 1,846 Mio. Flaschen ab.

Unabhängigkeit bewahren

Hennez will die Position auch in Zukunft halten. «Wir wollen die Unabhängigkeit des Unternehmens bewahren», sagte Konzernchef Nicolas Rouge am Dienstag. Die wichtigsten Aktionäre sind die Familie Rouge mit einem Anteil von 61,55 Prozent sowie die Sandoz FF Holding mit 9,35 Prozent. Hennez feiert im nächsten Jahr das 100-Jahre-Jubiläum.