

KOMPAKT

Swissfirst verdient weniger

ZUG – Die Investment- und Vermögensverwaltungsbank Swissfirst hat im ersten Quartal 2005 weniger verdient. Der Reingewinn nach Minderheiten sank um 10 Prozent auf 10,96 Mio. Franken. Die Gesamterträge nahmen im Vergleich zum Vorjahresquartal um 14 Prozent auf 22,34 Mio. Franken ab. Der wesentliche Teil dieses Rückgangs stamme vom Handelsgeschäft, teilte Swissfirst am Freitag mit. Bei den Nettokommissionen verzeichnete die Finanzgruppe einen Rückgang von 1,45 Mio. auf 15,84 Mio. Franken. Dieser Rückgang stamme vor allem aus dem Investment Banking, heisst es weiter. Der Nettoertrag aus dem Asset Management und Private Banking liegt mit 11,53 Mio. Fr. nahezu auf dem Vorjahreswert von 11,69 Mio. Franken. Swissfirst erwartet für das laufende Jahr für das Brokeragegeschäft weiterhin ein schwieriges Umfeld. Im Vermögensverwaltungsgeschäft könne aber nach wie vor mit einem Wachstum gerechnet werden. (sda)

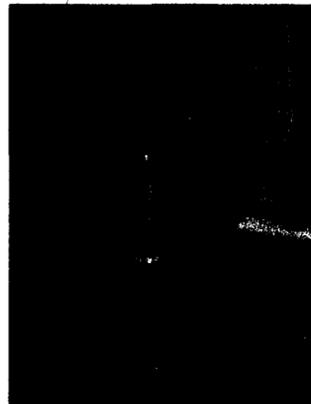
Infront kauft APF

ZUG/WIEN – Die Infront Sports & Media AG in Zug hat das österreichische Sportvermarktungsunternehmen APF Marketing Services GmbH in Wien übernommen. APF ist eines der führenden Unternehmen in der Vermarktung von Wintersportanlässen und hält unter anderen die Marketingrechte an den von der FIS im Zweijahresrhythmus ausgetragenen Skiweltmeisterschaften in den alpinen und nordischen Disziplinen. Der Übernahmepreis wurde nicht genannt. Die Infront-Gruppe ist eine der international führenden Sportvermarktungs-Agenturen mit einem breiten Portfolio an hochwertigen Sportrechten. So ist Infront sowohl für die Vermarktung der TV-Verwertungsrechte als auch für die TV-Produktion der FIFA Fussball-Weltmeisterschaft 2006 verantwortlich. (sda/apa)

Privatbank beteiligt sich an Schweizer DekaBank-Tochter

FRANKFURT – Die Genfer Privatbank Lombard Odier Darier Hentsch & Cie (LODH) übernimmt 20 Prozent an der Zürcher Tochter der deutschen DekaBank und will so die seit Jahren bestehende Zusammenarbeit festigen. «Damit bekräftigen wir den Willen zu einer langfristigen Zusammenarbeit beider Häuser», teilte die DekaBank, die zentrale Fondsdienstleisterin der deutschen Sparkassen-Gruppe, am Freitag in Frankfurt mit. (sda)

MEINE MEINUNG: VON DANIEL QUADERER

Sammeln stiftet Sinn**Kunst, in Szene gesetzt, fördert Kreativität im Wirtschaftsleben**

Daniel Quaderer, Betriebsökonom FH, Geschäftsführer der PR-Agentur QPR.

An diesem Wochenende geht im Kunstmuseum Liechtenstein die

Ausstellung «Von Paul Gauguin bis Imi Knoebel. Werke aus der Hilti art foundation» zu Ende. Ein anschauliches Beispiel aus Liechtenstein für die enge Verbindung von Kunst und Wirtschaft. Die Sammlung der Hilti art foundation umfasst sowohl die Sammlung des Martin-Hilti-Familien-Trusts als auch die privaten Sammlungen einzelner Mitglieder der Familie. Die Hilti art foundation betreut diese Sammlungen und vertritt diese in der Regel nach Aussen.

Vielleicht fragen Sie sich nun, welchen Beitrag die Kunst zum Erfolg unternehmerischen Handelns leisten kann? Es gibt keine schlüssige Antwort, aber es ist festzustellen, dass die Ökonomie wieder das ureigenste Gebiet der Kreativität entdeckt: die Kunst. Es gibt spannende Spielarten und Kombinationen von wirtschaftlicher Unternehmung und Kunst. Die Verbindung dieser beiden Welten geht über das Kultursponsoring hinaus und bezieht, in Anlehnung an Beuys, in den Begriff «Kunst» auch die «Gestaltung menschlicher Beziehungen» oder eben das Überschreiten traditioneller Denkmuster mit ein.

Manager könnten also einiges von Künstlern lernen. Aber nicht nur die Manager, sondern die ganze Belegschaft kann profitieren, wenn die Kunst richtig vermittelt wird. Die Verantwortung des Corporate Collectors endet nicht beim Ankauf der Kunstwerke, sondern erst dann, wenn die Vermittlung über die Inhalte der Kunstwerke sinnfördernd weitergegeben wurde. Anlässlich der internationalen Fachtagung über Öffentlichkeitsarbeit in Museen und

anderen Kultureinrichtungen Mitte des Monats gab es von verschiedenen Seiten viel Lob für das Kommunikations- und Vermittlungskonzept des Kunstmuseums Liechtenstein und der Hilti art foundation.

Herausgehoben wurden auch die Fachführungen für die Mitarbeiter des Unternehmens sowie die vielfältigen Vortrags- und Filmreihen und die Programme «Kunst-am-Mittag», «Kunst-Zvieri», «Kunst-Sandwich» und «Art-Jour-fix». Sehr eindrücklich zudem das Projekt der Hilti-Lehrlingswerkstatt, die sich dem «Sampling – Ein Einstieg für Lernende in die Kultur» angenommen hat. Ob Lehrling, Fachkraft oder Management – Kunst fördert die Kreativität, aber nur dann, wenn sie effektiv in Szene gesetzt vermittelt wird.

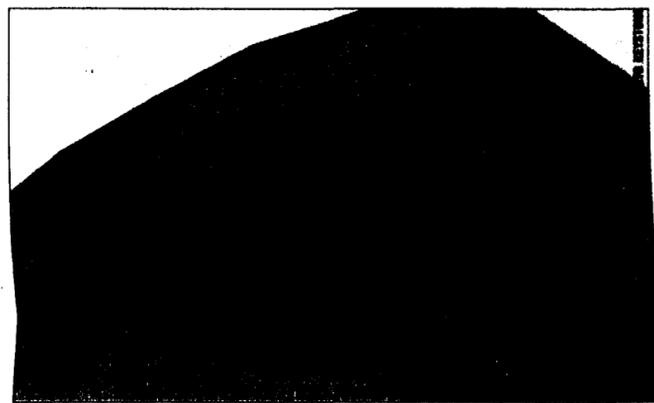
Deutliche Gewinn- und Umsatzsteigerung**Marktwachstum übertroffen – Attraktives Neugeschäft**

BASEL/ZÜRICH – Der vor dem Börsengang stehende Spedition- und Logistikkonzern Panalpina hat letztes Jahr Gewinn und Umsatz deutlich gesteigert. Sie wuchsen gegenüber 2003 um jeweils 14 Prozent auf gut 111 Millionen beziehungsweise über sechs Milliarden Franken, wie Panalpina am Freitag mitteilte.

Die weltweit tätige Basler Unternehmung nutzte gemäss Mitteilung die allgemein freundliche Entwicklung der Weltwirtschaft und legte in allen Kerngeschäften deutlich zu. Der Bruttoumsatz stieg im Vorjahresvergleich um 13,6 Prozent auf 7,452 Milliarden Franken, der Nettoumsatz sogar um 14,1 Prozent auf 6,120 Milliarden Franken. Der Betriebsgewinn wurde um 10,7 Prozent auf 152,9 Millionen Franken angehoben, der Konzerngewinn

um 14 Prozent auf 111,4 Millionen Franken. Die ordentliche Dividende wurde gemäss Mitteilung um einen Drittel auf 40 Millionen Franken erhöht. Hinzu kam eine Sonderdividende von 20 Millionen Franken. Panalpina gehört zu 100 Prozent der Ernst-Göhner-Stiftung.

Laut Verwaltungsratspräsident Gerhard Fischer ist Panalpina rascher gewachsen als der Markt. Dies belege zusammen mit dem erfolgreichen Geschäftsabschluss, dass Panalpina die Hausaufgaben gemacht habe. Trotz der Übernahme der schottischen Firma Grampian und der südkoreanischen IAF sei Panalpina letztes Jahr zu 99 Prozent aus eigener Kraft gewachsen. Hauptumsatztreiber seien die Produktionsverlagerungen nach Asien gewesen, die die Warenströme hätten anschwellen lassen. Panalpina habe ihre Position als weltweite



Panalpina steht kurz vor dem Gang an die Börse.

Nummer 2 in der Luft- und als Nummer 3 in der Seefracht erfolgreich behauptet, sagte Konzernchef Bruno Sidler. In beiden Bereichen seien die transportierten Tonnagen um jeweils 21 Prozent gesteigert

worden, nämlich auf 750 000 Tonnen in der Luftfracht beziehungsweise 824 200 20-Fuss-Container in der Seefracht. Der Umsatz des so genannten Supply-Chain-Managements stieg um 23 Prozent. (AP)

ANZEIGE

Mit der FBP
zur Bundesgartenschau in München

Einladung