

Perlen rüstet in der Krise für den Boom

INVESTIEREN Mitten in der Rezession kauft Perlen Papier eine 500 Millionen Franken teure Maschine. Chef Frank Ruepp sagt, warum sich antizyklisch investieren auszahlt.

Die Investitionslaune Schweizer Firmenchefs ist auf dem Tiefpunkt. Ein Drittel der Manager wollen 2009 weniger ausgeben (cash vom 30.12.2008). Nicht so Frank Ruepp. Der Chef der Luzerner Papierproduzentin Perlen Papier baut für 500 Millionen Franken eine neue Maschine. Ab Herbst 2010 soll sie 230 000 Tonnen mehr Output und bessere Qualität liefern. Die aktuelle Wirtschaftskrise spielte beim Kaufentscheid keine Rolle. «Bei einer strategischen, langfristigen Investition darf man sich nicht zu stark von der aktuellen Konjunktur leiten lassen», erklärt der 44-jährige Manager.

Dank Krise erhält Perlen die besten Leute und tiefere Preise

Im Gegenteil: Antizyklisches Investieren sei der richtige Weg: «Weil Lieferanten nicht ausgelastet sind, haben wir die besten Leute für das Projekt zur Verfügung, dürfte es keine Verzögerungen bei der Lieferung geben und wir können erst noch einen besseren Preis aushandeln.» Laut Ruepp liegt ein Preisnachlass einer zweistelligen Prozentzahl drin. Kommt dazu: «Die Konkurrenz ist mit sich selbst und Restrukturierungsprogrammen beschäftigt – wir dagegen sind beim



Perlen-Chef Frank Ruepp rüstet sich für nächsten Zeitungsboom. PD/Key

nächsten Aufschwung wieder bereit und haben sogar einen Vorsprung.» Perlen, die mit der neuen Maschine über 550 000 Tonnen Papier für Zeitungen und Magazine produziert, werde die bisherige Nummer 1 in diesem Segment im Schweizer Markt, die Papierfabrik Utzenstorf, von der Leaderposition verdrängen.

Ruepp will künftig mehr und grössere Kunden beliefern. Die Kontakte mit grossen Verlagshäusern in Deutschland, Italien und Frankreich bestehen bereits. «Von den Kunden spüren wir heute schon den Goodwill für unsere Investition.»

Dass sich diese auszahlt, glauben offenbar auch die Banken. «Wir spüren nichts von einer Kreditklemme», sagt Ruepp. Das Bankenkonsortium von rund zehn Instituten, unter der Leitung der UBS, hat den Kredit bezeichnet. Denn trotz steigender Bedeutung von Internet bleiben die Aussichten für den Zeitungspapierverbrauch intakt. Der 12-Millionen-Tonnen-Markt soll jährlich um rund ein Prozent zunehmen. Das Wachstum kommt vor allem aus der Werbebranche. Die lässt ihre Broschüren anstatt auf Hochglanz- auf billigeres Zeitungspapier drucken. **Benita Vogel**

Lieferanten wehren sich gegen Coop

PREISE Hersteller wie Emmi oder Zweifel wollen nicht auf Marge verzichten, damit Coop die Preise senken kann. Sie werden sich nicht durchsetzen können.

Dicke Luft bei Coop und seinen Zulieferern: Die Nummer 2 im Detailhandel verkauft seit Montag über 600 Produkte günstiger (cash von gestern). Für Lieferanten ist das eine dicke Überraschung, sie waren nicht eingeweiht. Sie sind auch nicht bereit, Coop einen tieferen Einkaufspreis zu gewähren, um so tiefere Verkaufspreise zu ermöglichen. «Wir zahlen derzeit nichts an die Preissenkungen», sagt Mathias Adank, CEO der Zweifel Pomy-Chips. Ähnlich tönt es beim Milchverarbeiter Emmi: «Die Preissenkungsrunde darf nicht zu Lasten von uns gehen», sagt Sprecher Stephan Wehrle, Preisgestaltung sei Sache des Händlers.

Keine Hoffnung macht sich dagegen Marcel Gähwiler, Marketing-

Coop-Einkaufskorb: Lieferanten geraten stärker unter Druck.
RDB



und Verkaufsleiter des Fleischverarbeiters Traitafina: «Lieferanten werden die Preissenkung zu 100 Prozent bezahlen müssen.»

Die Nähe zu Rewe macht Coop verhandlungsstark

Sicher ist: Coop ist im Einkauf sehr mächtig, auch dank der Einkaufskooperation Coopernic, die Coop

unter anderem mit der deutschen Handelskette Rewe gegründet hat. Auch über Transgourmet, ein Joint Venture für das Grossverbraucher-Geschäft, sind Coop und Rewe verlinkt. Das werden vor allem international tätige Produkte-Hersteller spüren, die beide Händler beliefern. Sie werden sich davor hüten, die Zusammenarbeit mit Coop aufs Spiel zu setzen. Für Detailhandelsexperte Gotthard F. Wangler ist klar: Für die Lieferanten wird es jetzt enger. «Die tieferen Preise gehen sicher nicht spurlos an ihnen vorbei», so Wangler.

Diese Gefahr sieht auch Zweifel-Chef Mathias Adank: «Die Preisverhandlungen sind deutlich härter geworden», sagt er. **AKO**

Zuckerfabriken mit Rekordjahr

FRAUENFELD Die Zuckerfabriken Aarberg und Frauenfeld haben 2008 eine Rekordmenge an Zuckerrüben verarbeitet. Die verwertete Menge stieg um 3 Prozent auf 1,64 Millionen Tonnen. Daraus stellten die Betriebe 251 000 Tonnen Zucker her.

AGENTUREN: AWP, BLOOMBERG, REUTERS

Impressum

cash

Die Wirtschaftstageszeitung der Schweiz
Erscheint Montag bis Freitag als Livepaper
unter www.cash.ch und als Zeitung.

Herausgeber: Ringier AG, Zofingen

Wirtschaftsmedien: Christoph Bauer (Leitung)

Redaktionsleitung: Rudi Steiner (Chefredaktor), Daniel Hügli (Stv. Chefredaktor), Peter Hody (Mitglied der Chefredaktion), Beat Holdener (Produzent), Susi Dimino (Assistenz)

Redaktionsteam: Iso Ambühl (IA), Ruedi Arnold (RA), Nadine Bauer, Franziska Blaser (FB, Volontärin), Andrea Buchegger (AB), Peter Dügeli (DUC), Robert Erni (ERN), Marc Fischer (FHM), Barbara Kalhammer (KB), Irina Kisseloff (KIS), Andreas Kohli (AKO), Michael Kuhn (MK), Anton Ladner (AL), Anne-Barbara Luft (ABL), Ulrich Rotzinger (URO), Florian Schaffner (FS), Manuela Specker (MSP), Benita Vogel (BV), Swisscontent (Lifestyle), Handelsblatt Düsseldorf (Ausland)

Produktion/Online: Thomas Demuth (Online), Dominik Hertach (Online), Andrea Husstein (Grafik), Christian Waeber (Produktion)

Verlagsleitung: Dietrich Berg

Werbemarkt: Patrick Baumberger (Leitung)

Verlagservice: Manuela Schranz (Leitung)

cash.ch, Business Development, Finanzprodukte: André Michel (Leitung)

Alle Mitarbeiter erreichen Sie unter
vorname.name@ringier.ch

Ringier AG, cash,
Dufourstrasse 23, 8008 Zürich

SERVICE

Buchungen

Alle Medien: Denise Mayer, 044 259 87 31,
denise.mayer@ringier.ch

Kundendienst

Tageszeitung: 062 746 40 84
Internet-Portal: 032 628 62 10
Verlag: 044 259 87 17
Redaktion: 044 259 87 00

Vertrieb

Auflage: 111 720 Ex.
WEMF/SW-beglaubigt 07/08

Ab: 1 Jahr im Briefkasten, Fr. 52.-
inklusive aller Sonderhefte (nur in
der Schweiz, inkl. 2,4% MWST)

Partner

Druck: Ringier Print AG (Adligenswil)

Technik: Entertainment Media Verlag GmbH & Co. oHG (D-Dornach), Ringier TV (Zürich)

Finanzdaten: Telekurs AG (Zürich), Morningstar (Frankfurt a. M.), Derivative Partners Research AG

News: Reuters, AWP, AWP International, Bloomberg, Handelsblatt Düsseldorf (Auslandteil cash)

Bekanntgabe von namhaften Beteiligungen i.S. von Art. 322 StGB: Addictive Productions AG, Betty Bossi Verlag AG, Bolero Zeitschriftenverlag AG, ER Publishing SA, Geschenkidee.ch GmbH, Good News Productions AG, GRUNDY Schweiz AG, Investhaus AG, JRP Ringier Kunstverlag AG, 2R Media SA, Mediamat AG, media swiss ag, Original SA, Prevision AG, Presse TV AG, Radig AG, Radio 2 AG, Rincovision AG, Sat.1 (Schweiz) AG, SMD Schweizer Mediendatenbank AG, SMI Schule für Medienintegration AG, Teleclub AG, Zana Media AG, Ringier France SA, Ringier Publishing GmbH, Juno Kunstverlag GmbH, Ringier (Niederland) B.V., Ringier CR a.s., Ringier Kiadó Kft., Europress Kft., Euromedia Bt., Népszabadság Zrt., Ringier Slovakia a.s., Ringier Pacific Ltd., Ringier Print (HK) Ltd., Beijing Ringier International Advertising Co. Ltd., Ringier Vietnam Company Ltd.
Copyright: Ringier AG

Die Wiedergabe von Artikeln, Bildern, Beiträgen, auch auszugsweise oder in Ausschnitten, ist nur mit Genehmigung der Redaktion erlaubt. Für unverlangte Zusendungen und Manuskripte lehnen Redaktion und Verlag jede Haftung ab.