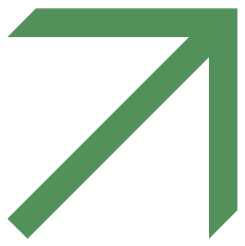


Wirtschaft



SMI 9395 Punkte
+0.1%

Die Besten Die Schlechtesten
LafargeHolcim N +2.1% Lonza N -1.8%
Julius Bär N +1.2% Givaudan N -1.4%
Richemont N +1.0% Nestlé N -0.8%

Dow Jones Ind. 24651 Punkte
+0.6%

Euro Stoxx 3561 Punkte
+0.1%

Euro in Franken	1.166	0.12%
Dollar in Franken	0.991	0.14%
Euro in Dollar	1.177	-0.03%
GB-Pfund in Franken	1.320	-0.67%
Öl (Nordsee Brent) in Dollar	63.48	0.8%
Gold (Unze) in Dollar	1255.10	0.2%
Silber (Unze) in Dollar	15.96	1.0%

Nachrichten

Industrie Grundfos plant Stellenstreichungen in Cham

Die auf Pumpen spezialisierte Industrie-gruppe Grundfos plant ihre globale Einkaufsorganisation in Cham ZG zu schliessen. Von der Schliessung sollen laut der Organisation Angestellte Schweiz 41 Personen betroffen sein. Grundfos prüfe eine Restrukturierung der zwei Niederlassungen in Cham, bestätigt das dänische Unternehmen eine Meldung der Angestellten Schweiz vom Freitag. Ein entsprechendes Konsultationsverfahren sei im Gang. Weitere Details zur geprüften Restrukturierung gibt das Unternehmen nicht bekannt. (SDA)

Detailhandel Calida-Finanzchef gibt seinen Posten ab

Der Wäschehersteller Calida muss sich nach einem neuen Finanzchef umsehen. Der 47-jährige Thomas Stöcklin verlässt das Unternehmen Ende Juni 2018. Das teilte der Wäschehersteller aus Sursee am Freitag mit. Die Suche nach einem neuen Finanzvorsteher läuft. Stöcklin werde eine neue berufliche Herausforderung annehmen, hiess es im Communiqué. Er hatte die Position bei der Firma seit 2011 inne. (SDA)

Medien Tamedia-Journalisten protestieren in Lausanne

Über Hundert Journalisten sind am Freitag in Lausanne gegen das Medienhaus Tamedia auf die Strasse gegangen. Sie protestierten gegen jeglichen Abbau bei den Westschweizer Tamedia-Titeln. Die Redaktionen der Westschweizer Tamedia-Titel legten dafür während zweier Stunden ihre Arbeit nieder. Der Konzern Tamedia habe im ersten Halbjahr den Gewinn gesteigert, während bei den Zeitungen weiter gespart werde, hiess es. Das Medienhaus, zu dem auch diese Zeitung gehört, hat die Vorwürfe zurückgewiesen. (SDA)

Telecom Schweizer Anbieter machen weniger Umsatz mit Roaming

Schweizer Telecomanbieter haben im vergangenen Jahr weniger Umsatz mit Roaming erwirtschaftet. Tiefere Standardpreise, Bündelangebote und der Gratiszugang zu WLAN sind Gründe dafür. Alle Roaming-Umsätze der Telecomanbieter beliefen sich 2016 auf rund 514 Millionen Franken, wie das Bundesamt für Kommunikation in seinem am Freitag veröffentlichten Newsletter schreibt. Gegenüber dem Vorjahr bedeutet das einen Rückgang um rund 16 Prozent. (SDA)

Welche Swiss-Passagiere profitieren und welche verlieren

Die Lufthansa ändert die Spielregeln ihres Vielfliegerprogramms. Das trifft auch Miles & More der Swiss.

Stefan Eiselin

Für einige ist es zu einem Sport geworden. Sie tüfteln stundenlang an einer besonders cleveren Flugroute, mit der sie für wenig Geld am meisten Meilen sammeln können. Die Belohnung für die Kleinarbeit sind Freiflüge oder Upgrades in die nobleren Klassen, die sie dank gesammelter Meilen erhalten.

Vielfliegerprogramme sind kein neues Phänomen. Seit den Fünfzigerjahren belohnen Fluggesellschaften ihre besten Kunden mit Extras. 1979 wurden erstmals Meilen als Massstab für die Wertschätzung eines Kunden verwendet. Texas International Airlines - die inzwischen in United aufgegangen ist - führte damals als erste Fluglinie der Welt ein Kundenbindungsprogramm ein, das auf der zurückgelegten Distanz basierte.

Lufthansa folgt dem Trend

Das distanzbasierte System hat sich lange gehalten. Denn es ist simpel. Doch der Zerfall der Ticketpreise führte dazu, dass Passagiere für immer weniger Geld viele Meilen sammeln konnten. Fluggesellschaften begannen deshalb in den letzten Jahren damit, neben der zurückgelegten Strecke auch die Buchungskategorie als Kriterium für die Höhe der Belohnung zu berücksichtigen.

Nun gehen einige Fluglinien noch weiter. Sie basieren ihre Vielfliegergutschriften ganz auf dem Ticketpreis. Die drei grossen in den USA - American, Delta und United - waren dabei Vorreiter, kürzlich folgten Air France und KLM. Und nun zieht die Lufthansa-Gruppe und damit auch ihre schweizerische Tochter Swiss nach.

Auch sie verteilt Meilen bei ihrem Treueprogramm Miles & More künftig nach dem Flugpreis sowie dem Vielfliegerstatus des Kunden. Das sei praktikabler und transparenter, erklärt die Swiss. Bisher waren die Buchungskategorie und die Flugstrecke für die Höhe der Gutschrift ausschlaggebend.

Wer viel zahlt, wird bevorzugt

Konkret gibt es ab dem 13. März 2018 vier Prämienmeilen pro Euro beziehungsweise - basierend auf dem aktuellen Wechselkurs - 3,44 Meilen pro Franken. Wer einen Vielfliegerstatus besitzt, bekommt sogar sechs Meilen pro Euro. Rund zwei Drittel der Mitglieder würden mit dem neuen System besser oder gleich gut fahren wie bisher, versprechen Lufthansa und Swiss.

Für Meilenexperte Mark Wolter ist diese Ansage nicht ganz nachvollziehbar. «Bei einem umsatzbasierten System für die Meilenvergabe liegt die Vermu-



Das neue Treueprogramm der Swiss gilt ab dem 13. März 2018. Foto: G. Bally (Keystone)

Was die Änderung bei Swiss bewirkt

Meilengutschriften bei Miles & More für vier ausgewählte Flüge

Hin- und Rückflug	Reiseklasse	Buchungskategorie	Preis	Gutschrift bisher (Prämienmeilen)	Gutschrift zukünftig (Prämienmeilen)
Zürich-Genf	Economy Class	E, K, L, T	99 Fr.	ohne Status: 250 mit Status: 312	ohne Status: ca. 100 mit Status: ca. 150
Zürich-Los Angeles	Economy Class	E, K, L, T	969 Fr.	ohne Status: 2962 mit Status: 5924	ohne Status: ca. 3000 mit Status: ca. 4500
Zürich-London	Business Class	Z	800 Fr.	ohne Status: 2500 mit Status: 3126	ohne Status: ca. 2400 mit Status: ca. 3600
Zürich-Los Angeles	First Class	A	8800 Fr.	ohne Status: 35550 mit Status: 38512	ohne Status: ca. 30000 mit Status: ca. 45000

Grafik kmh/Quelle: Meilenoptimieren.com

nahe, dass die Kunden profitieren, die am meisten Geld in die Kasse der Airline spülen», sagt der Gründer des Beratungsportals Meilenoptimieren.com. Und sie sind absolut gesehen eine Minderheit unter den 17 Millionen Swiss-Passagieren jährlich. Wolter sieht daher viele Verlierer des Wechsels auf das neue System. «Am härtesten trifft es die Schnäppchenjäger in allen Reiseklassen.» Auch die meisten Economy-Passagiere fahren schlechter - sowohl auf Flügen innerhalb von Europa als auch auf Langstrecken.

Doch es gibt auch in der tiefsten Klasse Passagiere, die profitieren. Bucht jemand kurzfristig einen Flug in Europa, kann es ihm durchaus passieren, dass er sehr viel für sein Ticket bezahlt, auch wenn er in einer der niedrigsten Buchungsklassen fliegt. Wer beispiels-

«Am härtesten trifft die Umstellung die Schnäppchenjäger in allen Reiseklassen.»

Mark Wolter, Meilenoptimieren.com

weise kommenden Montagmorgen um 7.35 Uhr nach Brüssel und am Abend um 18.50 Uhr zurück fliegt, zahlt für das billigste Economy-Ticket 1700 Franken. Dafür bekam er bislang gerade einmal 250 Miles-&More-Prämienmeilen. Künftig kann er dafür mehr als 5000 Meilen abholen.

Wer hinten sitzt, verliert

Generell gilt aber: Wer im hinteren Teil des Flugzeuges sitzt, fährt künftig schlechter. Auch weiter vorn kann man mit dem neuen System jedoch den Kürzeren ziehen. «Selbst Business-Class-Reisende mit teuren Tickets profitieren nur in wenigen Fällen», resümiert Wolter. Nur bei der Buchung von sehr teuren Tickets ergäben sich zumindest ein paar Szenarien, in denen man in Zukunft mehr Prämienmeilen sammle als bisher, so der Experte.

Wirklich freuen kann man sich nur, wenn man zur elitären Gruppe der First Class buchenden Statusinhaber gehört. Dann ist es im Extremfall möglich, fast doppelt so viele Meilen wie zuvor zu sammeln. Wolters Resümee: «Alle anderen sollten sich ins Gedächtnis rufen, dass Flüge schon lange nicht mehr die beste und günstigste Möglichkeit sind, bei Miles & More Prämienmeilen zu sammeln. Deutlich einfacher ist es bei den Partnern am Boden wie Hotels, Kreditkartenfirmen oder Autovermietungen.»

Beate Uhse meldet Insolvenz an

Der bekannte Erotikhändler hat die finanziellen Probleme nicht in den Griff bekommen. Beate Uhse ist pleite. Die Geschäfte laufen aber weiter.

Das deutsche Erotikunternehmen Beate Uhse ist pleite. Die Aktiengesellschaft habe Antrag auf Eröffnung eines Insolvenzverfahrens gestellt, teilte Beate Uhse am Freitag mit. Das Ziel sei, das Unternehmen in Eigenverwaltung zu sanieren und fortzuführen. Der Antrag ging beim Amtsgericht Flensburg im Bundesland Schleswig-Holstein ein und gilt für die Holding.

Die operativen Tochtergesellschaften arbeiten unverändert weiter. Der Vorstand sei zuversichtlich, das Unternehmen in Eigenverwaltung sanieren zu können, teilte der Konzern mit. Unmittelbar betroffen sind damit zunächst zehn Mitarbeiter in der Holding. Insgesamt beschäftigt Beate Uhse 345 Mitarbeiter (Vollzeitstellen).

Der Insolvenzantrag ist der vorläufige Schlusspunkt einer langen Leidensgeschichte. Auslöser waren letztlich ge-

scheiterte Bemühungen, frisches Geld für den Konzern zu mobilisieren und eine hochverzinsten Anleihe über 30 Millionen Euro umzuschulden. Die tatsächliche finanzielle Lage des Unternehmens ist intransparent, weil kein Jahresabschluss für das Jahr 2016 und auch keine Zwischenberichte für 2017 vorliegen. Der Vorstand hatte die Veröffentlichung der Zahlen zuletzt mehrfach aufgeschoben und vorläufige Zahlen und Prognosen korrigiert.

Zuletzt hiess es, der Verlust auf Ebit-Stufe habe für 2016 bei 6,2 Millionen Euro gelegen, bei einem Umsatz von 103 Millionen Euro. Den Geldbedarf für die nächsten Monate bezifferte der Vorstand im Oktober auf den «oberen einstelligen Millionenbereich», also fast 10 Millionen Euro.

Die 2001 verstorbene deutsche Unternehmerin Beate Rotermund-Uhse gehört zur Gründergeneration der deutschen Wirtschaft im Westen nach dem Zweiten Weltkrieg. Sie eröffnete in Flensburg den ersten Sexshop der Welt und etablierte sich als eine der bekanntesten Marken Deutschlands. Doch seit vielen Jahren agierte das Unternehmen glücklos, verlor permanent Geld und

Marktanteile und wurde von Jahr zu Jahr kleiner.

Schonungslos analysiert der heutige Vorstand jetzt die Vergangenheit: «Die Gruppe hat in den letzten Jahren unter zahlreichen Managementwechseln und strategischen Fehlentscheidungen gelitten», so das harte Urteil. Der Ausbau des Onlinehandels sei nur zögerlich und noch dazu unsystematisch betrieben, wichtige Entwicklungen im stationären Handel seien verpasst worden. Die Produktpolitik nannte die Geschäftsleitung als «nicht strategisch, sondern zufällig und reaktiv».

E-Commerce kam zu spät

Zudem hätten die Onlineverkaufskanäle und die Filialen jeweils ein Eigenleben geführt und kein nahtlos übergreifendes Einkaufserlebnis geboten. Vorstandschef Michael Specht, seit April an der Spitze des Erotikhändlers, will nun die Unternehmensgruppe als Ganzes sanieren. Nach Ansicht von Branchenexperten hat Beate Uhse vor allem zu spät das Ruder herumgeworfen in Richtung E-Commerce. Newcomer wie Eis.de und Amorelie holten mit einem frischeren Auftritt und modernerer Ansprache die

Kunden im Internet ab. Ein Grossteil des einschlägigen Sortiments wird zudem über die Handelsplattform Amazon verkauft. Wer dort zum Beispiel nach einem Vibrator für Frauen sucht, bekommt mehrere Dutzend Modelle in diversen Variationen präsentiert.

Internet verdirbt Pornogeschäft

Das Internet hat auch einen zuvor sicheren Umsatzträger bei Beate Uhse vernichtet: Pornofilme, die schon zu Zeiten der Super-8-Filme zum Beate-Uhse-Sortiment gehörten, sind heute gratis und unbegrenzt im Internet verfügbar. Mit Videokassetten und DVDs ist kein Geschäft mehr zu machen.

Beate Uhse reagierte zwar durchaus und versuchte schon lange, Paare und junge Frauen als neue Kundschaft zu gewinnen. Das Sortiment wurde aus diesem Grund auch mehrfach verändert, das Logo feminisiert, der berühmte Katalog eingestellt. Doch keine dieser Massnahmen konnte den Niedergang stoppen. Die Kunden verbinden mit Beate Uhse ein leicht angeschmuddeltes Image von Porno, Rotlicht und Bahnhofsviertel und bestellen ihre Sextoys und Dessous bei der Konkurrenz. (SDA)