

US-Staat soll Kapitalhilfe erhöhen

NEW YORK (dpa). Nach den US-Autobauern will auch die amerikanische Zulieferindustrie wegen der schweren Branchenkrisen Milliarden an Staatshilfen haben. Die Forderungen summieren sich nach einem Bericht des „Wall Street Journal“ auf 25,5 Milliarden Dollar an Krediten und Garantien. Ein US-Zuliefererverband mit 400 Unternehmen der Branche habe die Hilfen beim Finanzministerium beantragt. „Ohne sofortige Unterstützung für die Zulieferer drohen dem Land massive Jobverluste und der mögliche Zusammenbruch der gesamten Autobranche“, warnte die Organisation in ihrer schriftlichen Anfrage. Im vergangenen Jahr hätten bereits 40 Zulieferfirmen Insolvenz mit Gläubigerschutz nach US-Recht angemeldet.

Insolvenzen drohen

Ohne Hilfen drohe dies vielen weiteren Unternehmen, sagte Verbandschef Neil De Koker dem US-Fachmagazin „Automotive News“. Die US-Regierung sagte den beiden ums Überleben kämpfenden Autobauern General Motors und Chrysler bislang Notkredite von 17,4 Milliarden Dollar zu. Weitere 7,5 Milliarden Dollar flössen an eng mit den Herstellern verbundene Autofinanzierer. Angesichts der Rezession wollen immer mehr US-Branchen staatliche Unterstützung. Bisher floss das Geld zum größten Teil in den Finanzsektor sowie mit einigem Abstand in die Autohersteller.

Der Zulieferverband Motor & Equipment Manufacturers Association (MEMA) verlangt den Angaben nach lediglich einen Teil der Gesamtsumme als direkten Kredit. Eine weitere Tranche soll indirekt über die Autobauer fließen, damit diese ihre Rechnungen bei den Zulieferern schneller bezahlen können. Ein dritter Teil soll die bereits jetzt hohen Außenstände der Autobauer bei der Branche garantieren.

Döner Kebab ist die Nummer eins

Türkisches Wirtschaftswunder bringt 2,5 Milliarden Euro Umsatz / Ruinöser Preiskampf

WIESBADEN. Wenn's schnell gehen soll, ist nicht der Hamburger und auch nicht die Currywurst die Nummer eins: Beim Fast-Food hat der Döner Kebab der Konkurrenz den Rang abgelaufen.

Von
Oliver Bär

Döner Kebab ist in Deutschland auf dem Siegeszug. Mehmet Can, stellvertretender Vorsitzender des Vereins türkischer Döner-Hersteller in Europa, schätzt, dass es in der Bundesrepublik rund 15000 Betriebe – vom einfachen Imbiss über Restaurants bis hin zu Döner-Fabriken – gibt. Etwa jeder fünfte türkischstämmige Selbstständige baue sein Geschäft auf dem Döner auf, zwischen 60000 und 80000 Menschen verdienen ihr Geld mit dem Fast-Food-Gericht. Täglich würden gut und gerne 350 Tonnen Fleisch zu Döner Kebab verarbeitet, teils in Döner-Fabriken – von denen es etwa 200 in Deutschland gibt – aber auch bei kleineren Metzgereien. Der Gesamtumsatz der Branche dürfte mittlerweile bei geschätzten 2,5 Milliarden Euro liegen.

Filialen an jeder Ecke

„Was seit den 70er Jahren von Berlin aus die Republik eroberte, gleicht einem türkischen Wirtschaftswunder“, heißt es in der Döner-Studie des Essener Zentrums für Türkei-Studien, die im November 2006 das Phänomen erstmals umfassend beleuchtete. Angefangen habe alles in einfachen Restaurants und Imbissbuden. Heute sei die Döner-Produktion eine Industrie geworden. Filialen gebe es nahezu an jeder Ecke.

Obwohl mit der Karmez-Dönerfabrik die größte deutsche Dönerfabrik in Frankfurt ansässig ist, behauptet sich die in Biebrich ansässige Metzgerei Pascha mit ihrem Service Pascha-Döner seit gut zehn Jahren in der Region gegen die



In der Metzgerei Pascha hat Sinan Eken (vorne) bei der Herstellung der Drehspieße die Qualität des Fleisches und der Zutaten besonders im Auge. Foto: wita/Stotz

Döner-Typologie

WIESBADEN/MAINZ (olb). Der Döner ist ein türkisches Fladenbrot, gefüllt mit gewürztem Fleisch, Salat und Joghurt-Sauce. Erfunden wurde er nicht wie oft behauptet in Deutschland, sondern vor rund 200 Jahren von türkischen Köchen. Nach der Döner-Studie des Zentrums für Türkei-Studien gibt es drei Hauptarten: ■ **Yaprak-Döner**: Der Klassiker unter den Dönern besteht aus Rindfleisch-Scheiben und

enthält keinen Hackfleischanteil. Er ist meist weniger fett und auch knuspriger als der „normale Döner“.

■ **Bursa-Döner**: Der oft als „normaler Döner“ bezeichnete Bursa-Döner besteht aus Kalb- und Rindfleisch, Rinderhack und/oder Lammfleisch. Nach dem bundesweit gültigen Döner-Leitsatz darf der Hackfleischanteil 60 Prozent nicht überschreiten. Die restlichen 40 Prozent müssen aus Scheibfleisch sein. Abwei-

chende Varianten etwa mit Schweinefleisch oder höherem Hackfleischanteil dürfen nicht unter dem Namen Döner Kebab verkauft werden.

■ **Geflügel-Döner**: Döner aus Hähnchen oder Truthahnfleisch werden meist in der Yaprak-Form zubereitet. Manchmal werden dabei auch Gemüsestücke zwischen das Fleisch gelegt, was in einigen Fällen zu der leicht irritierenden Bezeichnung als „Gemüse-Döner“ führt.

Verkaufsmacht der Großbetriebe. Von den rund 90 Döner-Buden und Restaurants in Wiesbaden und Mainz beliefert Pascha-Döner zwischen 30 und 40: teils mit Fleisch für von den Inhabern selbstgefertigte Spieße, teils mit vorgefertigten Drehspießen. Gemeinsam mit zwei Mitarbeitern verarbeitet Inhaber Ünsal Pektaş jährlich rund 240 Tonnen Fleisch zu Döner-Produkten.

Qualität besonders wichtig

Neben harter Arbeit führt Pektaş seinen Erfolg auf zwei wichtige Punkte zurück, die ihm besonders am Herzen liegen. „Wir sind für unsere Kunden jederzeit ansprechbar und helfen auch bei geschäftlichen Fragen. Das Büro steht immer offen“, betont Pektaş. So ließen sich Probleme schnell aus der Welt schaffen, etwa wenn einer Bude das Fleisch ausgehe. „Wir können innerhalb von 45 Minuten liefern, wenn es sein muss.“ Zudem werden bei Pascha-Döner ausschließlich frische Fleischscheiben verarbeitet. Obwohl es erlaubt wäre, verzichtet Pektaş bei seinen Drehspießen auf das Beimengen von Hackfleisch. „Qualität ist für uns das Wichtigste, wenn wir uns behaupten wollen“, sagt der Firmenchef.

Allerdings habe Qualität auch ihren Preis, betont Pektaş. Und landet damit automatisch bei der Schattenseite der Erfolgsgeschichte des Döner-Kebab: Dem teils ruinösen Preiskampf. „Eigentlich müsste ein Döner vier Euro kosten, damit das Geschäft ordentlich laufen soll. Schließlich kostet er allein in der Herstellung schon zwei Euro, wenn auf Qualität geachtet wird.“ Doch die Zeiten sind hart und die Zahl der Dönerläden steigt. Wächst der Konkurrenzdruck, geraten die Preise schnell in Bewegung. Vor den Folgen des Preiskampfes warnt die Döner-Studie: „Einige Döner-Produzenten und -Imbisse machen Abstriche bei der Qualität.“

Kartenriesen trotzen der Krise

NEW YORK (dpa). Die zwei weltgrößten Kreditkartenkonzerne Visa und Mastercard können der Wirtschaftskrise weiterhin überraschend gut trotzen. Branchenprimus Visa gelang zum Jahresende 2008 ein kräftiger Gewinnsprung. Rivale Mastercard verbuchte im Schlussquartal zwar einen Ergebnismrückgang, dieser war jedoch vor allem bedingt durch einen hohen Sondergewinn im Vorjahr aus einem Beteiligungsverkauf. Beide Konzerne schnitten besser als erwartet ab und verzeichneten zum US-Börsenstart starke Kursgewinne. Der Grund: Immer mehr Menschen weltweit bezahlen Einkäufe und Rechnungen mit Karten. An den erhobenen Abwicklungsgebühren verdienen Visa und Mastercard. Visas Überschuss kletterte dank eines starken internationalen Geschäfts in dem Ende Dezember abgeschlossen ersten Geschäftsquartal um 35 Prozent auf 574 Millionen Dollar (446 Millionen Euro).

Visa und Mastercard

Das Volumen der Zahlungen legte besonders außerhalb der USA deutlich zu – insgesamt um 12 Prozent auf 701 Milliarden Dollar. Die Zahl der ausgegebenen Visa-Karten wuchs weltweit im Vergleich zum Vorjahr um zehn Prozent auf 1,7 Milliarden. Bei Mastercard waren zum Jahresende 981 Millionen Karten im Umlauf – ein Plus von acht Prozent.

Der Überschuss von Mastercard fiel im vierten Quartal wegen des Verkaufserlöses im Vorjahr um mehr als 20 Prozent auf 239 Millionen Dollar. Das Brutto-Zahlungsvolumen stieg um etwas mehr als drei Prozent auf 605 Milliarden Dollar. Es wuchs damit schwächer als zuletzt und auch deutlich langsamer als bei Visa. Mastercards Erträge stiegen auch durch höhere internationale Gebühren um 14 Prozent auf 1,2 Milliarden Dollar (933 Millionen Euro).

Was wird aus Weinwerbung?

DWF: Finanzierung trotz CMA-Urteil sicher / Insider erwarten Klagen

Von
Stefanie Widmann

MAINZ. Auf Messen in aller Welt, Weinveranstaltungen in Großstädten und mit Informationsreisen für internationale Journalisten wirbt das Deutsche Weininstitut (DWI) seit Jahrzehnten für deutschen Wein. Wird in Folge des Urteils zur Agrarwerbung vom Mittwoch diese Arbeit bald ohne finanzielle Grundlage dastehen? Das DWI wird aus steuerähnlichen Abgaben der Winzer an den Deutschen Weinfonds (DWF) finanziert. Vorstand Monika Reule sieht den Richterspruch gestern als so nicht

übertragbar an. „Der Deutsche Weinfonds arbeitet auf der Grundlage des Deutschen Weingesetzes, das unverändert und vollumfänglich in Kraft ist“, so Reule. Nach dem Urteil sei die Finanzierung einer bestimmten Branche durch Sonderabgaben weiterhin zulässig. Dessen ungeachtet gibt es natürlich Betroffene, die sich darüber ärgern, dass für jede Flasche Wein, die sie verkaufen, ein Betrag für die Weinwerbung abgeführt wird.

Oberhalb einer Freigrenze von 80 Euro zahlen Winzer, Genossenschaften und Kellereien, die Wein gewerbsmäßig abgeben, pro Hektoliter 67

Cent – zusammen mit einer Flächenabgabe in gleicher Höhe pro 100 Quadratmeter summiert sich das beim Weinfonds auf rund 10 Millionen Euro im Jahr. Entsprechend aufmerksam verfolgte die Weinbranche über Jahre den Prozess zwischen einem schwäbischen Bauern und der großen CMA. Ein Urteil, wonach die Finanzierung nicht nur verfassungswidrig, sondern schlicht „nichtig“ ist, hatte indes keiner erwartet. Die Gefahr, dass bei einer nun wahrscheinlichen Klage gegen den Weinfonds ein solcher Spruch fallen könnte, sieht Reule nicht.

Nach dem Karlsruher Urteil sei die Finanzierung einer bestimmten Branche durch Sonderabgaben weiterhin zulässig. Sie bedürfe allerdings einer besonderen Rechtfertigung, zitiert Reule die Richter. Das BVG betone ausdrücklich, dass diese Rechtfertigung auch im Ausgleich von Nachteilen im internationalen Wettbewerb liegen könne, wenn dieser von den Einzelnen nicht mit gleicher Erfolgsaussicht zu erreichen sei. Und dies sei im Weinbau eindeutig der Fall.

Auch ein anderer Punkt treffe im Weinbau nicht zu. Die Richter urteilten, eine zentrale Absatzförderung sei im Agrarbereich nicht mehr erforderlich, weil mittlerweile der Export deutscher Agrarprodukte den Import deutlich übertreffe. Die Marktverhältnisse im Weinssektor sind laut Reule jedoch gänzlich andere. Jährlich drängen mit rund 13 Millionen Hektoliter sechs mal so viel ausländischer Wein auf den deutschen Markt wie exportiert werde.

Der Marktanteil deutschen Weins im Inland liegt unter 50 Prozent. Diese Nachteile im internationalen Wettbewerb könnte der einzelne Winzer nicht ausgleichen.

Bio-Technologie zeigt sich wetterfest

Zukunftsbranche erwartet auch in der Krise Wachstum / Rhein-Main-Gebiet ist hessisches Zentrum

Von
Sven Rindfleisch

WIESBADEN. Trotz Finanzkrise schaut die deutsche Biotechnologie-Branche verhalten optimistisch auf das Jahr 2009. So gehen nach einer Umfrage des Branchenverbands „Bio Deutschland“ immerhin 33 Prozent der befragten Unternehmer davon aus, dass sich ihre Lage verbessern wird und 50 Prozent kündigten sogar an, Arbeitsplätze zu schaffen.

„Die Branche profitiert davon, dass sie vor allem im nicht so sehr von der wirtschaftlichen Gesamtlage abhängigen Bereich ‚Gesundheit‘ aktiv ist“, begründet „Bio Deutschland“-Geschäftsführerin Viola Bronsema den Optimismus. In einem Punkt ist die Biotechnologie-Branche aber doch von der Krise betroffen: „2009 wird es noch schwieriger werden. Risikokapital zu akquirieren.“

Dennoch erwartet Bronsema für 2009 sowohl in puncto Umsatz als auch bei den Ausgaben für Forschung und Entwicklung Zuwächse, die in den vergangenen Jahren stets zwischen sechs und acht Prozent lagen. Der Umsatz der Branche stieg nach der jüngsten Studie des Bundesministeriums für Bildung und Forschung von 2006 auf 2007 sogar um 14 Prozent auf zwei Milliarden Euro, erzielt von 14360 Beschäftigten in 496 Unternehmen. In Hessen gab es demnach 2007 insgesamt 48 Biotechnologie-Unternehmen.

Riesiges Potenzial

„Die Zahl, betont Jens Krüger, Biotechnologie-Beauftragter des hessischen Wirtschaftsministeriums, beschreibt das wirtschaftliche Potenzial der Biotechnologie in Hessen allerdings nur unzureichend, da Pharma- und Chemiekonzern-



Das Geschäft mit der Bio-Technologie bringt in Unternehmen wie etwa Morphosys einen deutlich höheren Pro-Kopf-Umsatz als in anderen Branchen. Foto: Archiv/dpa

ne, die inzwischen ebenfalls stark auf biotechnische Verfahren setzen, darin nicht berücksichtigt sind“. So zählte das Ministerium 2002 in der letzten eigenen Bestandsaufnahme hessenweit 253 Biotechnologieanbieter mit 17066 Beschäftigten. Der Umsatz in diesem Bereich lag 2002 bei 2,81 Milliarden Euro. Entscheidend für die wirtschaftliche Bedeutung der Biotechnologie-Branche sei aber der Pro-

kopf-Umsatz, der bereits 2002 bei 165000 Euro und damit weit über dem hessischen Durchschnitt (2007: 69000 Euro) lag. Inzwischen dürfte die Zahl sich noch mal deutlich gesteigert haben, betont Krüger.

Diese vergleichsweise hohe Wertschöpfung macht die Biotechnologie für das hessische Wirtschaftsministerium zu einer der wichtigsten Zukunftsbranchen, die auch entspre-

chend unterstützt wird. Die Förderung beruht auf drei Säulen. Der Schaffung von passenden Rahmenbedingungen. „So haben wir etwa die Genehmigungsfristen verkürzt“, sagt Jens Krüger. Der Bereitstellung von Risiko-Kapital für Neugründungen. Und dem Werben für den Standort.

Impulse durch Hochschulen

Zentrum der hessischen Biotech-Industrie ist das Rhein-Main-Gebiet. Ursache dafür ist ein Umfeld aus biotechnologisch arbeitenden Hochschulen und Forschungseinrichtungen sowie der dort traditionell stark vertretenen Pharma- und Chemieindustrie. So hat besonders die Pharmaindustrie bereits vor einiger Zeit damit begonnen, Biotechnologie für ihre Zwecke zu nutzen und etwa Insulin mit Hilfe gentechnisch veränderter Bakterien und Säugetierzellen herzustellen. Auf dieser sogenannten roten, in der Medizin eingesetzten, Biotechnologie liegt auch der Schwerpunkt im Rhein-Main-Gebiet. Wobei auch die Bedeutung der weißen Biotechnologie, die in der Industrie chemische durch biologische Prozesse ersetzt, immer mehr zunimmt. Die in der Landwirtschaft genutzte grüne Biotechnologie ist im Rhein-Main-Gebiet dagegen kaum vertreten.

„Im bundesweiten Vergleich liegt Hessen, was die großen Konzerne betrifft zusammen mit Niedersachsen und Nordrhein-Westfalen in Führung“, sagt „Bio Deutschland“-Geschäftsführerin Viola Bronsema. Bei den kleinen und mittleren Betrieben liegt die Region dagegen nur im Mittelfeld, da deren Förderung in Hessen erst später eingesetzt habe. „Inzwischen ist Hessen aber auch hier auf einem guten Weg“, sagt Bronsema.



Werbung für deutsche Weine – hier auf der internationalen Weinmesse ProWein in Düsseldorf. Foto: DWI