

Franke mit ambitionösen Wachstumsplänen

Schwieriges Jahr gut überstanden

uhg. Obwohl die Franke-Gruppe 2001 einem spürbaren Gegenwind ausgesetzt war, herrscht am Aarburger Konzernsitz kein Katzenjammer – im Gegenteil. Nach einer leichten Umsatzabflachung im vergangenen Jahr sieht die Gruppe gemäss Konzernchef und Eigentümer *Michael Pieper* Wachstumschancen, dank denen der Umsatz mittelfristig von heute 1,5 Mrd. auf 3 Mrd. Fr. erhöht werden soll. Dieses Ziel dürfte wie bis anhin je zur Hälfte über Akquisitionen und mit internem Wachstum realisiert werden. Die *Konzernorganisation* ist mit Blick auf diese ambitionösen Pläne bereits umgemodelt worden. Neu erhal-

Leistungsdaten der Gruppe				
Geldwerte in Mio. Fr.				
	1998	1999	2000	2001
Netto-Umsatz	1087,3	1402,6	1559,3	1546,7
Veränderung in %	4,5	29,0	11,2	-0,8
Ebitda	150,9	190,0	196,0	186,3
in % d. Netto-Umsatzes	13,9	13,5	12,6	12,0
Cashflow	124,5	167,7	172,3	160,3
in % d. Netto-Umsatzes	11,5	12,0	11,1	10,4
Investitionen	96,9	121,2	117,9	103,1
Bilanzsumme	1058,7	1255,1	1371,3	1413,5
Anlagevermögen	534,9	581,4	621,3	617,4
Eigenkapital	530,0	622,3	711,9	746,7
in % der Bilanzsumme	50,1	49,6	51,9	52,8
Verzinsl. Netto-Schulden	-14,9	9,7	-5,4	+53,5
Mitarbeiter (Ø)	4042	4776	5305	5281

ten die beiden Divisionen *Küchentechnik* und *Contract Group* (Infrastruktur und Dienstleistungen für Schnellimbissketten) grössere Vollmachten. Nicht weiter als eigenständige Division geführt wird dagegen die Sparte *Getränketechnik*, die 2001 bei Umsatz und Ertrag Einbussen hinnehmen musste. Mit rund 100 Mio. Fr. Umsatz sei der infrastrukturelle Aufwand für eine Division nicht länger gerechtfertigt, sagte Pieper am Dienstag an der Bilanzmedienkonferenz in Zürich. Die Verantwortung für die Getränketechnik liegt neu bei Franke Deutschland.

Noch nicht ganz klar definiert ist die Zukunft des «Unterbereichs» *Diversified Products*, wo Franke eine Reihe eher unterschiedlicher Aktivitäten versammelt hat. Während sich Pieper mit den Bereichen Industrietechnik, Medizinaltechnik oder Kaffeemaschinen höchst zufrieden zeigte, wird für den Bereich Badezimmere Möbel (Franke Romont) ein Käufer gesucht. Bei der *Verpflegungstechnik* liebäugelt die Franke mit einem Kooperationspartner, während der Bereich *Automotive* «genauer analysiert» werden soll. Laut Finanzchef Wolfgang Cach sei das Potenzial für eine künftig eigenständige Division durchaus im einen oder anderen Bereich vorhanden.

Das Geschäftsjahr 2001 hat Franke trotz einigen Turbulenzen soweit gut überstanden. Der Umsatz sank vor allem währungsbedingt leicht um 0,8% auf 1,55 Mrd. Fr. Ohne Akquisitionen stieg der *Umsatz* währungsneutral um 1,0%. Der *Betriebsgewinn* (Ebitda) lag um 5% unter dem Vorjahresniveau, während der konsolidierte Cashflow (Reingewinn und Abschreibungen) um 7% unter den Vorjahreswert zurückfiel.

Das vergangene Jahr hat vor allem in der Division Contract Group zu einem schlechteren Geschäftsumfeld geführt. Zum ersten Mal in seiner Geschichte musste der Hauptkunde *McDonald's* unrentable Restaurants schliessen. Dementsprechend harzig verlief der Auftragseingang für Neueröffnungen. Um die Abhängigkeit von McDonald's, der über zwei Drittel des Divisions-Umsatzes generiert, zu mildern, bleibe die Suche nach neuen Grosskunden eine der wichtigsten Aufgaben innerhalb der Division, hielt Pieper fest. Die Division Küchentechnik legte zwar umsatzmässig zu, musste aber wegen Problemen bei einer amerikanischen Tochtergesellschaft eine Ertragseinbusse hinnehmen. Mit der Entwicklung im laufenden Jahr zeigte sich Pieper zufrieden. Bereits im vierten Quartal 2001 habe die Geschäftstätigkeit angezogen. Umsatz und Ertrag im ersten Vierteljahr 2002 lägen über dem Budget.

PERSONEN

Ettore Candolfi verlässt die Schweizer Börse. Ettore Candolfi, Mitglied der Geschäftsleitung der SWX Swiss Exchange, verlässt die Schweizer Börse auf Ende August. Er wolle sich selbständig machen, teilte die SWX in Zürich in einem Communiqué mit. Candolfi hatte der SWX-Geschäftsleitung seit 1. Dezember 2000 angehört. Er leitete den Geschäftsbereich Information Products. Insgesamt war er gemäss Communiqué mehr als 14 Jahre im Umfeld der Börse tätig. (sda)

Wechsel an der Spitze von Firmenich. Die in Familienbesitz stehende Genfer Duftstoff- und Aromenherstellerin Firmenich erhält einen neuen Chef; der bisherige Generaldirektor, *Pierre-Yves Firmenich*, geht am 1. Juli nach 13-jähriger Tätigkeit in Pension und wird von seinem Neffen, *Patrick Firmenich*, abgelöst. Damit wird die Unternehmung 107 Jahre nach der Gründung in vierter Generation von einem Familienmitglied geführt. In der Amtszeit von Pierre-Yves Firmenich wurde der Umsatz mehr als verdreifacht und erreicht rund 2 Mrd. Fr. (ap)

Actelion-Finanzchef geht. Actelion-Finanzchef *Konrad Wirz* wird aus persönlichen Gründen das Biopharma-Unternehmen Actelion Ende Mai verlassen, wie Actelion mitteilt. Der ehemalige Finanzchef der Allschwiler Firma, *André Mueller*, übernimmt Wirz' Posten ad interim. Mueller ist derzeit für die strategische Entwicklung verantwortlich. (sda)

Kundenprofile durch den Kunden erstellt?

Ein untauglicher Versuch, Verantwortung zu delegieren

Von Monika Roth*

Im folgenden Beitrag geht die Autorin der Frage nach, inwieweit Banken die Erstellung des Kundenprofils delegieren können. Ungeachtet der Wolfsberg-Prinzipien, die diese Möglichkeit einräumen, ist sie überzeugend der Auffassung, dies sei unzulässig (Red.).

Den Kunden kennen (Know your Customer) – so lautet der prägnante Grundsatz, der die Sorgfaltspflichten der Bank bei der Eröffnung und Führung von Geschäftsbeziehungen umschreibt. Dass die Vereinbarung über die Standesregeln zur Sorgfaltspflicht der Banken (VSB) nicht völlig ausreicht, sondern durch weitere Regelungen ergänzt wird, ist ebenfalls ein Faktum. Hinzuzuziehen sind das Geldwäschereigesetz (GwG) sowie das Rundschreiben der Eidgenössischen Bankenkommmission (EBK) betreffend Richtlinien zur Bekämpfung und Verhinderung der Geldwäscherei. Antworten sind auch mit Blick auf das Erfordernis der Gewähr der einwandfreien Geschäftsführung zu geben. Die Frage, ob von jedem Kunden ein Profil zu erstellen sei, erweist sich grundsätzlich insofern als obsolet, als gemäss klaren Vorgaben die Ungewöhnlichkeit von Transaktionen im Hinblick auf den einzelnen Kunden erkannt und überprüft werden soll. Voraussetzung dafür bildet unter anderem das Wissen über den konkreten Kunden. Daraus ergibt sich, dass auch ohne ausdrücklich verankerte Pflicht ein *Kundenprofil bestehen muss*, das auf *eigenen* Abklärungen der Bank beruht. Das GwG sowie das erwähnte Rundschreiben der EBK fordern, dass bei ungewöhnlichen Transaktionen *weitere* Abklärungen erfolgen und allfällige Konsequenzen gezogen werden.

Die Sache mit der Gewähr

Offen ist hingegen, ob die Datenmenge bei allen Kunden dieselbe sein muss (one size fits all). Soll nicht beispielsweise unterschieden werden, ob es sich um einen Kunden im Private Banking handelt oder einen solchen im Massengeschäft? Mit Blick auf die wachsenden Anforderungen und deren Unerfüllbarkeit im Massengeschäft ist dies zu bejahen. *Von wem* ein solches Profil zu erstellen ist, steht aber nirgends ausdrücklich geschrieben. Das führt dazu, dass gegenwärtig einzelne Institute den Gedanken verfolgen, der *Kunde* soll sein Profil selber schreiben und dann unterzeichnen. Damit habe die Bank ihre Verpflichtungen erfüllt. Diese Variante könnte beispielsweise dann interessant sein, wenn eine persönliche Vorsprache des Kunden bei seiner Bank gar nicht stattfindet, wie es gerade im E-Banking der Fall ist. Doch es ist davon auszugehen, dass eine Bank mit der Delegation der Erstellung des Profils an den Kunden ihre Sorgfaltspflichten nicht ausreichend erfüllt. Eine Selbstdeklaration des Kunden *entlässt die Bank nicht* aus ihrer Verantwortung und kann unter keinen Umständen der Gewähr der einwandfreien Geschäftsführung genügen.

Hinzu kommt ein Weiteres: Im Rahmen der Kundenidentifikation erhält der Berater der Bank vom Kunden Angaben, die es ihm auch gestatten, die Plausibilität von Erklärungen desselben zu überprüfen. Wie bedeutsam die persönliche Vorsprache und damit auch die Befragung ist, ergibt sich auch aus den vor gut einem Jahr von der EBK für das *E-Banking* erlassenen *Mindeststandards*: Danach haben wichtige Kunden – und als solche gelten jedenfalls alle mit Werten von über 0,5 Mio. Fr. – persönlich vorzusprechen. Das zeigt, dass schriftliche Erklärungen von Kunden mit erheblichen Vermögenswerten in jedem Fall ein *Gespräch nicht ersetzen*. Nur damit ist eine Einschätzung der Beziehung möglich.

Vom selben Gedankengut gehen offensichtlich auch die *Wolfsberg-Prinzipien* aus, die sich auf Kunden im Private-Banking-Bereich beziehen. Unter dem Titel «Due Diligence» wird festgehalten, dass bis zum Vorliegen anderer geeigneter Massnahmen zur Identifikation der Kunde vor Eröffnung einer Beziehung zu treffen ist oder Referenzen eingeholt werden. Damit wird eindeutig bezweckt, dass sich der Berater auf Grund eines Gesprächs oder auf Grund von Fragen an Dritte ein Bild machen muss, bevor er mit vermögenden Privatkunden eine Geschäftsbeziehung eröffnet. Dieser Ansatz hat auch seinen Niederschlag im Entscheid der EBK in Sachen Montesinos-Gelder gefunden und wird darin noch präzisiert: «Mit Ausnahme der UBS AG hat keine der betroffenen Banken *persönlich* Kontakt mit Montesinos aufgenommen, sondern sich ausschliesslich auf die Angaben Dritter verlassen. Bei bedeutenden Kundenbeziehungen im Private Banking ist das ungenügend.» Es stellt sich für die EBK die Frage, ob «wichtige Kunden» (gemäss Standards E-Banking) und «bedeutende Kundenbeziehungen im Private Banking» im obgenannten Sinn deckungsgleich sind. Wann ist – je nach Segment – von «beträchtlichen» Vermögenswerten zu sprechen?

Überholte Wolfsberg-Prinzipien

Was die Wolfsberg-Prinzipien anbelangt, so genügen sie in einem solchen Fall ganz offensichtlich bereits nicht (mehr), weil sie vorsehen, dass *Abklärungen bei Dritten*, sofern sie befriedigend sind, genügen und einen persönlichen Kontakt erübrigen können. Das ist insofern bemerkenswert,

* Die Autorin ist Rechtsanwältin und Wirtschaftsmediatorin in Binningen.

als diese Richtlinien für das Private Banking, die gemäss Presseverlautbarung der Initianten eine gewisse Trendsetter-Rolle beanspruchen, Ende Oktober 2000 der Öffentlichkeit vorgestellt worden sind – zu einem Zeitpunkt also, als nach der Affäre um die Abacha-Gelder solche Fragen längst auf dem Tapet waren.

Im zitierten *Rundschreiben der EBK* heisst es: «Der Finanzintermediär hat ... diejenigen Informationen zu beschaffen und auf ihre Plausibilität zu überprüfen, welche ihm eine ausreichende Beurteilung der Hintergründe der Transaktionen erlauben (Art. 6 GwG). Der Finanzintermediär verlangt zu diesem Zweck eine schriftliche Erklärung des Vertragspartners oder erstellt eine Aktennotiz, in welcher er das Resultat seiner Abklärungen festhält.» Weiter wird postuliert: «Anstelle einer Befragung des Vertragspartners kann der Finanzintermediär die zur Beurteilung der Geschäftsbeziehung notwendigen Angaben auf andere Weise beschaffen, beispielsweise durch das Einholen von Informationen bei Drittpersonen.» Auch hier ist der Kontakt mit dem Kunden vorgesehen, der nur durch Drittauskünfte ersetzt werden kann, nicht aber durch eine unbesehen akzeptierte Selbstdeklaration des Kunden. Das wird aber ebenfalls mit Blick auf den Montesinos-Entscheid zu überprüfen sein.

Schliesslich stellt sich die Frage der Gewähr der einwandfreien Geschäftsführung: Die Erstellung des zentralen Dokuments «Kundenprofil» kann nicht an den Kunden delegiert werden, weil es Bestandteil und Grundlage des Eröffnungsprozesses (und der Geschäftsbeziehung) bilden muss. Zur Know-your-Customer-Regel gehört unter anderem als Kernaufgabe, dass die Bank selber das Profil erstellt und sich durch aktives Handeln und Nachfragen die Informationen und das Wissen holt, das es zur Beurteilung braucht. Das gehört zu den professionellen und *zumutbaren* Vorkehrungen, denen sie sich nicht entziehen kann und für die sie und ihre leitenden Organe den Aufsichtsbehörden gegenüber einzustehen haben.

KPNQwest brockt KPN hohe Abschreibungen ein

Netto-Verschuldung weiter reduziert

vau. Amsterdam, 21. Mai

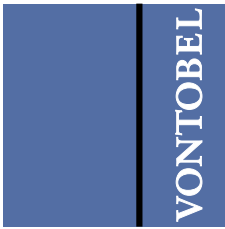
Der niederländische Telekom-Konzern KPN Telecom hat im 1. Quartal des laufenden Jahres einen *Netto-Verlust* von 348 Mio. € bzw. von € 0.15 je Titel erlitten. Im selben Vorjahresquartal hatte das Unternehmen einen Verlust von 539 Mio. € oder von € 0.45 je Aktie ausweisen müssen. Die *Erlöse* kletterten um 10% auf 3,26 (i. V. 2,96) Mrd. €, während sich das Ebitda-Ergebnis unter Berücksichtigung von Sonderposten um 33% auf 1,06 (0,80) Mrd. € verbesserte. Das Resultat der Berichtsperiode ist stark geprägt durch *hohe Abschreibungen* für die Beteiligung am Datenkommunikations-Unternehmen *KPN-Qwest*. Das Unternehmen, das noch vor wenigen Monaten zu den wenigen Überlebenden der Branche gezählt wurde, hat jüngst erklärt, ohne Unterstützung der Aktionäre oder von Dritten könne es nicht mehr auf die bestehenden Kreditfazilitäten zurückgreifen. Die Titel von KPN-Qwest büsst nach dieser Ankündigung mehr als die Hälfte ihres Wertes ein. KPN Telecom schreibt nun die Beteiligung von 40% an KPN-Qwest im Berichtsquartal mit 477 Mio. € ab, nachdem bereits früher angekündigt worden war, dass das gesamte Ausmass der Abschreibungen auf 700 Mio. € klettern könnte. KPN-Finanzchef *Henderson* machte deutlich, die niederländische Seite werde keine Mittel zur Rettung des Unternehmens zur Verfügung stellen; der Ball liege beim *amerikanischen* Unternehmen Qwest, das 44,3% an KPNQwest halte.

KPN Telecom vermochte ferner von Januar bis März die *Netto-Verschuldung* ungeachtet der vollständigen Akquisition des deutschen Mobilfunk-anbieters E-Plus, welche den Schuldenberg um 930 Mio. € erhöhte, auf 15,4 Mrd. € zu reduzieren. Dies ist unter anderem eine Folge der Veräusserung von Minderheitsbeteiligungen, die in Buchgewinnen resultierten. Ende 2001 hatte die Netto-Verschuldung bei 16,5 Mrd. € gelegen; bis Ende 2002 soll sie auf 14,5 Mrd. € zurückgebracht werden. Für das Gesamtjahr prognostiziert KPN Telecom eine leichte Verbesserung der Umsätze und ein im Vergleich zu 2001 um 12% besseres Ebitda-Ergebnis.

KONJUNKTUR

Schweiz

Weniger Neuzulassungen von Autos. Im April ist in der Schweiz die Zahl der neu in Verkehr gesetzten Autos um 1,8% auf 30 433 Einheiten gesunken, nach 30 989 Einheiten vor Jahresfrist. Nach weiteren Angaben der Vereinigung der *Automobilimporteure* lag damit in den *ersten 4 Monaten* die Zahl der neu immatrikulierten Autos mit 101 243 um 7,4% unter der vorjährigen Stückzahl von 109 333. (Reuters)



Professionalität hat bei uns viele Gesichter

Doch nur ein Ziel. Für unsere Kunden will jeder Mitarbeiter der beste sein. Persönliche Beratung, individuelle Betreuung, erstklassige Qualität und Offenheit Ihres Gesprächspartners sind Merkmale unserer Bank. Genauso wie die Gewissheit, dass Erfahrung und Professionalität nie gross genug sein können. Schliesslich vertrauen Sie uns mit Ihrem Vermögen mehr an als nur Geld.

Wir sind Ihr Partner. Rufen Sie uns an oder senden Sie uns ein E-Mail. Wir beraten Sie gerne.



Christoph Portmann, Telefon 01 283 72 45 christoph.portmann@vontobel.ch



Alessandra Rohr, Telefon 01 283 76 92 alessandra.rohr@vontobel.ch



Daniel Heusser, Telefon 01 283 72 86 daniel.heusser@vontobel.ch

Bank Vontobel AG

Bank Vontobel AG
Bahnhofstrasse 3, 8022 Zürich
Telefon 01 283 71 11, Telefax 01 283 51 56
www.vontobel.com