

Unilever-Konzern beeindruckt mit gutem Start

Hohes organisches Wachstum – Deutschland-Geschäft schwächer – Sorgen in Hamburg

London/Rotterdam. Unilever legt 2008 zwar einen sehr guten Start hin. In Deutschland fiel das erste Quartal jedoch schwächer aus. Zudem wächst die Verunsicherung wegen einer Entlassungswelle in der Hamburger Zentrale.

Patrick Cescau, seit Ende 2004 CEO des Unilever-Konzerns, konnte nicht zuletzt auch Analysten mit den Zahlen zum ersten Quartal 2008 beeindrucken. Das organische Umsatzwachstum erreichte 7,2 Prozent, davon 2,3 Prozent von Absatzverbesserungen und 4,8 Prozent aus Preiserhöhungen.

Das Zwischenergebnis markiert das fünfte Quartal in Folge mit einem Zuwachs jeweils oberhalb des Zielkorridors von 3 bis 5 Prozent. Auch für das Gesamtjahr traut sich Cescau mehr als 5 Prozent zu. Wegen Währungsverschiebungen blieb der Quartalsumsatz jedoch mit 9,6 Mrd. Euro auf Vorjahresniveau. Bei konstanten Wechselkursen hätte sich ein Plus von 6 Prozent ergeben. Fortschritte erzielte der Konzern auch bei der Verbesserung



Patrick Cescau: Punktet durch hohes Zwischenergebnis.

der Ebit-Marge, die sich um 50 Basispunkte auf 14,7 Prozent erhöhte.

Der Schweizer Analyst James Amoruso, der die Konsumgüterkonzerne kontinuierlich beobachtet, sieht die Margenverbesserung als ein deutliches Zeichen dafür, dass sich Unilever im Quervergleich auf einem guten Kurs bewegt. So weise Kraft Foods mit 15,3 Prozent zwar eine höhere Ebit-Marge aus, verlor im ersten Quartal aber 211 Basispunkte. Nestlé wies eine Margenverbesserung von 40 Basispunkten auf

12,6 Prozent aus, wobei die Schweizer anders als Wettbewerber Handelspromotions vom Umsatz abziehen, was rechnerisch eine geringere Marge ergibt. Auch Danone verbesserte die Ebit-Marge im ersten Quartal um 18 Basispunkte auf 14,6 Prozent.

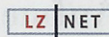
Wie bei den meisten Wettbewerbern stammte das größte Wachstum bei Unilever aus Schwellenländern wie Asien, Südamerika und Osteuropa. Positiv hervorgehoben wird innerhalb Westeuropas ein solides Geschäft in Großbritannien, während die Entwicklung in Deutschland als „schwächer“ bezeichnet wird.

Wie die Tageszeitung „Welt“ erfahren hat, soll der Umsatz aufgelaufen um rund 4 Prozent zurückgegangen sein. Dies wird auf Anfrage zwar nicht bestätigt, aber damit kommentiert, dass der Monat April 2007 mit Blick auf das Eisgeschäft (Langnese) außergewöhnlich heiß gewesen sei. Eis steht aber für nur etwa 15 Prozent des Unilever Deutschland-Umsatzes.

Beobachter merken kritisch an, dass Unilever hier zurzeit kein herausragendes Erfolgsprodukt vorweisen

könne und selbst die bislang besonders dynamische Marke Dove an Kraft verloren habe. Ohnehin ist die deutsche Unilever wieder besonders in die Optik der Öffentlichkeit gerückt. Denn ab dem zweiten Halbjahr wird damit gerechnet, dass 190 von 1300 Arbeitsplätzen in der Zentrale in Hamburg wegfallen. Versuche der Arbeitnehmervertreter, über Verhandlungen im Vorfeld Kündigungen zu verhindern oder zumindest aufzuschieben, sollen bislang auf Ablehnung gestoßen sein.

GvP/lz 20-08



Porträts zu Danone, Kraft-Foods, Nestlé gibt es online.
www.lz-net.de/hersteller