

Gemäss BILANZ-Recherchen ist der Verlust für das Geschäftsjahr 2010/11 auf Ebit-Stufe mindestens auf Höhe des Vorjahrs. Damals wies Hotelplan ein Minus von 12,9 Millionen Franken aus. Auch der Umsatz schrumpft weiter, um 6,6 Prozent auf 1,391 Milliarden Franken. Seine Ziele – schwarze Zahlen und bedeutende Zukäufe im Ausland zwecks breiterer Abstützung – hat Lerch verpasst. Er sei, ist aus gut unterrichteter Quelle zu hören, mit verschiedenen grösseren Akquisitionsvorschlägen intern durchgefallen. Das zukunftssträchtige Online-Geschäft mit tagesaktuell zusammengestellten Packages wurde in der Schweiz zu wenig rasch forciert. Kuoni war mit X-Helvetica Tours schneller. «Er ist frustriert, dass er so wenig erreichen konnte», weiss ein langjähriger Vertrauter von Hans Lerch.

Ein Trost bleibt dem erfolgsverwöhnten Touristiker: Er wird im Verwaltungsrat weiter Einfluss üben können und wohl seinen Wunschkandidaten und Stellvertreter, **Thomas Stirnimann**, verantwortlich unter anderem für das Schweiz-Geschäft, als CEO installieren. Dafür hat Lerch gezielt lobbiiert, und der Verwaltungsrat scheint sich zu fügen. Denn die Alternativen zu Stirnimann sind begrenzt. Intern gibt es – mit Ausnahme allenfalls von Interhome-Chef **Simon Lehmann** – kaum valable Kandidaten. Und externe Topkräfte werden nicht Schlange stehen. Denn die Perspektiven der Hotelplan-Gruppe sind ungewiss. Dem Unternehmen fehlt es international an der richtigen Grösse. Im Hauptmarkt Schweiz wird es schwierig bleiben. Die Migros wird bald einen Grundsatzentscheid fällen müssen, was sie mit ihrem Reisegehalt machen will. **KFK**



3. Runde: Langer Atem

Roche dürfte am Ende gewinnen. Doch die Basler werden ihr Angebot wohl nachbessern müssen.

Sieger Schwan

Endstand:



Roche-CEO Severin Schwan.

Wie bitte, Herr Schnell?

«Von Nestlé profitieren nur die Reichen»

Der Regisseur des Filmes «Bottled Life», **Urs Schnell**, über das Mineralwasser des Nahrungsmittelkonzerns und das Versagen von Staaten wie Pakistan oder Nigeria.

STEFAN BARMETTLER INTERVIEW

BILANZ: *Trinken Sie Mineralwasser?*

Urs Schnell: Ich bin kein Fundamentalist. Hat ein Restaurant natürliches Mineralwasser im Angebot, trinke ich auch das.

Sie setzen sich kritisch mit Nestlés Mineralwasser auseinander.

Ja, wir wollen die Leute für die Kommerzialisierung des sensiblen Rohstoffes Wasser durch Firmen wie Nestlé sensibilisieren.

Wie bitte? Staaten wie Pakistan oder Nigeria haben es verschlafen, die Wasserversorgung zu erneuern. Nestlé füllt diese Lücke.

Wir stellen diese Frage: Was bedeutet es, wenn Nestlé unweit von Lahore in Pakistan, in einer hochgradig wasserknappen Gegend, Milliarden von Litern Wasser abpumpt und in PET-Flaschen verkauft? Und gleichzeitig leidet die Dorfbevölkerung an Magen-Darm-Erkrankungen, ausgelöst durch verseuchtes Wasser.

Eben, die Regierungen haben in einer Kernaufgabe versagt.

Klar wird in Lahore oder Lagos diese staatliche Aufgabe sträflich vernachlässigt, da widersprechen wir Nestlé-Präsident Peter Brabeck nicht. Aber Nestlé nützt das Versagen oder die Schwäche der jeweiligen Staaten knallhart aus. Und vom Flaschenwasser-Angebot von Nestlé profitieren nur die Reichen. Wir fragen: Könnte man es auch anders machen? Wenn Nestlé sich schon das Prinzip des Creating Shared Value auf die Fahnen schreibt?

2011 hat Nestlé den prestigeträchtigen Stockholm Industry Water Award erhalten.

Sie sagen richtig: den Industriepreis. Nicht zu verwechseln mit dem Stockholm Water Prize. Nestlé bekam den Preis für ihre Bemühungen, das Wassermanagement in ihren Produktionsabläufen zu verbessern, das heisst, für die Herstellung der Produkte weniger Wasser zu verwenden. Nur: Die Effizienzsteigerung in Produktionsabläufen gehört zum Einmaleins jedes Firmenmanagements.

Der Preis wurde Nestlé auch verliehen, weil man «die Auswirkungen auf die Umwelt minimiert».

Dort, wo Nestlé Quellgebiete aufkauft, will der Konzern die Einzugsgebiete schützen. Das Quellwasser soll nicht durch Düngerrückstände verschmutzt werden und hohe Nitratwerte aufweisen. Der Henniez-Skandal schwingt noch mit. Nestlé verfolgt also primär ureigene Interessen. Und bekommt noch einen Preis dafür.

Sie glauben: Der Stockholmer Wasserpreis ist nicht verdient?

Nicht, wenn er von Nestlé als Umweltpreis verkauft wird. Da braust in den USA rund um die Uhr eine riesige Flotte von Nestlé-Tanklastwagen durch die Gegend und verursacht riesige Umweltemissionen.



Urs Schnell

Der Berner ist Regisseur des Films «Bottled Life – Nestlés Geschäft mit dem Wasser». Der Film kostete 750 000 Franken und wurde unterstützt von Stadt und Kanton Bern sowie vom Migros-Kulturprozent.