



Cromme

MANAGERGEHÄLTER

Projekt „Gläserne Taschen“

Wenig Anklang findet die Kommission zum so genannten Deutschen Corporate-Governance-Kodex unter ThyssenKrupp-Aufsichtsratschef Gerhard Cromme mit ihrem Vorschlag, nach US-Vorbild die Entlohnung der Spitzenmanager offen zu legen. Bislang haben sich nur ThyssenKrupp, Schering und MAN dazu bereit erklärt. Deutsche Telekom, Metro, DaimlerChrysler und VW haben sich noch nicht festgelegt; sie warten offenbar ab, wie viel Druck die Aktionäre auf der Hauptversammlung machen. BMW und Siemens bleiben dabei, die Gehälter ihrer Topmanager nicht zu veröffentlichen. Bisher weisen deutsche Konzerne nur eine Gesamtsumme aus, in der auch die Abfindungen für entlassene Vorstände enthalten sind. Selbst diese Summe wird mitunter in der Bilanz versteckt, bei DaimlerChrysler beispielsweise unter der Position „Umsatzkosten und übrige Aufwendungen“. Kommissionschef Cromme kann die Zurückhaltung der Konzerne gegenüber dem Projekt „Gläserne Taschen“ nicht verstehen: „Wer nichts zu verbergen hat, kann seine Einkünfte öffentlich machen.“ Mit einer freiwilligen Veröffentlichung könnten die Konzerne nach Ansicht des Kommissionschefs einer möglichen gesetzlichen Regelung zuvorkommen, wie sie in Großbritannien gerade vorbereitet wird. Sollten die Unternehmen sich weiter sperren, glaubt Cromme, „wären ähnliche gesetzliche Regelungen auch in Deutschland vorstellbar“.

HANS GÜNTHER OED



Eichel

STEFAN BONESS / IPON

HAUSHALT

Stellen-Stopp in Berlin

Bei der Aufstellung des Haushalts 2003 geht das Bundesfinanzministerium auf Konfrontationskurs zur SPD-Bundestagsfraktion. Die Beamten von Finanzminister Hans Eichel wollen verhindern, dass teure Sonderwünsche der Abgeordneten den Haushaltsrahmen sprengen. „Neue finanzwirksame Vorhaben“ und „so genannte Fraktionswünsche“ könnten nur „realisiert werden, wenn eine Finanzierung durch Umschichtung möglich ist“, heißt es in einem internen Strategiepapier der Haushaltsabteilung für die Etat-Verhandlungen mit den Ressorts. Vor allem beim Personal wollen Eichels Beamte sparen. „Eine Ausweitung des Stellenbestands kommt nicht in Betracht“, heißt es in dem Papier. Zudem will das Finanzministerium das ursprünglich auf drei Jahre angelegte Zukunftsinvestitionspro-

gramm, das durch Zinsersparnisse in Folge der UMTS-Versteigerung bestritten wird, nun doch nicht einfach verlängern. Zwar spreche sich die Bundesregierung in ihrem neuen Jahreswirtschaftsbericht dafür aus, die Ausgaben bis 2007 zu verstetigen. Das bedeute aber nicht, „dass die bisherigen Ansätze finanzplanerhöhend fortgeschrieben werden können“. Vielmehr müssten die Mittel für die Zeit ab 2004, jährlich rund 2,5 Milliarden Euro für Investitionen vor allem in Verkehr und Bildung, durch Einsparungen an anderer Stelle aufgebracht werden.

SALAMANDER

Rabatt mit Lurchi

Der schwäbische Schuhhersteller Salamander wird für seinen Großaktionär, den baden-württembergischen Energiekonzern EnBW, immer mehr zum Sanierungsfall. Am Montag dieser Woche muss das Management für das abgelaufene Geschäftsjahr einen wohl zweistelligen Millionenverlust bekannt geben. Verantwortlich ist vor allem die teure Fertigung in den firmeneigenen Produktionsbetrieben. Auch der Verkauf der neu eingeführten Marke „Yel-

lomiles“, inspiriert durch die EnBW-Bilbigstromtochter Yello, läuft bislang eher zäh. Jetzt sucht der Kornwestheimer Schuhanbieter neue Wege, den Absatz anzukurbeln. So sollen von kommender Herbst-Winter-Saison an nach und nach alle rund 900 Salamander-Exklusivhändler im Bundesgebiet Schuhe erstmals auf Kommissionsbasis beziehen. Bezahlt wird nur, was verkauft wurde; Ladenhüter nimmt das Unter-



nehmen unentgeltlich zurück. Die Salamander-Manager erwarten, dass die Händler dieses Verkaufssystem honorieren und die Schuhe anderer Hersteller allmählich aus den Regalen verbannen. Zudem soll es in den Salamander-Läden künftig wieder Rabattmarken-Heftchen geben, in die Eltern und ihre Sprösslinge nach jedem Kauf Bilder des bekannten Firmenmaskottchens Lurchi einkleben können. Ist das halbe Dutzend komplett, gibt es 20 Prozent Rabatt.

Firmen-Maskottchen Lurchi