

FLUGHÄFEN

Lufthansa liebäugelt mit Fraport-Einstieg

Bei der Deutschen Lufthansa wird intern heftig diskutiert, ob die Fluglinie bei einem ihrer wichtigsten Dienstleister einsteigen soll, dem Frankfurter Flughafen (Fraport). Bundesfinanzminister Hans Eichel bekräftigte vergangene Woche erneut, dass sich der Bund noch in diesem Jahr von seinem 18-Prozent-Anteil an dem Airport trennen will. Hochrangige Fraport-Manager sähen es am liebsten, wenn die Lufthansa das 400 Millionen Euro teure Paket an dem börsennotierten Konzern übernimmt. Weitere 52 Prozent der Aktien halten die Stadt Frankfurt und das Land Hessen. Durch die engere Einbindung ihres Hauptkunden wollen die Fraport-Bosse verhindern, dass die Lufthansa noch mehr Verkehr nach München verlagern, wo sie mit der Flughafengesellschaft bereits seit einem Jahr ein gemeinsames Terminal betreiben. Auch den Airline-Managern, die über eine Kapitalerhöhung gerade erst 750 Millionen Euro



Lufthansa-Airbus auf dem Frankfurter Flughafen

eingesammelt haben, brächte der Deal Vorteile, weil sie größeren Einfluss auf die Geschäfts- und Gebührenpolitik erhielten. Erste Gespräche mit Fraport-Managern und Vertretern des Berliner Finanzministeriums haben bereits stattgefunden, bislang allerdings ohne Erfolg. Um die ehrgeizige Expansionsstrategie der Fraport-Manager im Ausland zu stoppen, die bei der Lufthansa extrem kritisch gesehen wird, müssten sich die Airline-Manager allerdings mindestens 25 Prozent der Anteile sichern.

MODE

„Mitte bedeutet Mittelmaß“

Modeschöpfer Karl Lagerfeld, 65, über seine Herbstkollektion für den schwedischen Textilkonzern Hennes & Mauritz (H&M) und seine Model-Rolle

SPIEGEL: Was entwirft ein Couturier wie Sie ausgerechnet für einen Billigmoden-Konzern wie H&M?

Lagerfeld: Die Garderobe für den Tag. Habe ich in meinem Zeichenstudio mit Mitarbeitern entworfen – kleine Tops, Partykleider oder einen Rollkragenpullover aus Cashmere, der 40 Euro kosten wird.

SPIEGEL: Wie schwer war es, Sie als Schneider für die Massen zu gewinnen?

Lagerfeld: Gar nicht schwer. Ich fand die Idee von H&M toll, und es mixen doch sowieso längst alle. Chanel geht problemlos mit H&M. Das Drama liegt doch in der Mitte, die Mittelmaß bedeutet.

SPIEGEL: Aber vielen großen Häusern wird auch die Haute Couture inzwischen zur Last, Ungaro und Givenchy verzichten bereits darauf. Hat das Nobelgeschäft noch Zukunft?

Lagerfeld: Ich kenne nur eine Zukunft, und das ist meine. Chanel, für die ich arbeite, verliert mit Haute Couture keinen Cent.

SPIEGEL: Werden Sie sich durch Ihre Billiglinie nicht selbst zum Konkurrenten?

Lagerfeld: Nein, ich mach das ja nur einmal, weil es mich amüsiert. Das ist eine Art Statement.

SPIEGEL: Wofür?

Lagerfeld: Gegen das alte Wort „exklusiv“ etwa, das die Mode zur Branche der Snobisten gemacht hat. Das überholt sich aber gerade, weil es für die alte Generation steht, für den Muff.

SPIEGEL: Sie werben für Ihre Kollektion auch als Model auf Plakaten.

Lagerfeld: Der Witz ist ja, dass mein Look nicht besonders trendy ist, eigentlich der Look eines Niemand, genera-



Lagerfeld mit Models

tionslos. Deswegen mögen mich die Jungen ja auch lieber als die Alten, die hassen mich.

SPIEGEL: Tragen Sie selbst H&M?

Lagerfeld: Ja natürlich, einen Gabardine-anzug in Größe 46 für 49 Euro zum Beispiel. Der sitzt wunderbar.

WM-SPONSORING

SAP verzichtet

Das Organisationskomitee (OK) für die Fußball-WM 2006 hat auf der Suche nach nationalen Förderern erneut eine Schlappe kassiert und muss jetzt bangen, ob die im WM-Etat veranschlagten 50 Millionen Euro Sponsorgelder überhaupt zusammenkommen. Nach wochenlangen Verhandlungen brach das Walldorfer Software-Haus SAP die Gespräche mit den WM-Machern ab – trotz des persönlichen Einsatzes von OK-Chef Franz Beckenbauer. Wie zuvor schon etlichen anderen Großunternehmen waren dem Software-Konzern die vom OK geforderten 12,9 Millionen Euro für das wenig attraktive Recht, sich „nationaler Förderer“ zu nennen, zu teuer. Auch die Gespräche mit einem weiteren potenziellen Sponsor, der Bahn, stocken. Bei der derzeitigen Finanzlage sei ein millionenschweres Engagement „nicht darstellbar“, heißt es im Unternehmen. Zwar sei auch eine WM ohne die Bahn „nicht vorstellbar“. Das Unternehmen will aber nur einsteigen, wenn es deutlich weniger zahlen muss. Lieber würde die Bahn sich mit „Sachleistungen“ beteiligen, also zum Beispiel Sonderzüge bereitstellen. Unterschriftsreif ist dagegen der Vertrag mit Oddset als fünftem von sechs geplanten nationalen Förderern – allerdings in abgespeckter Version. Der staatliche Wettanbieter zahlt statt 12,9 Millionen bloß 8 Millionen Euro.