

**SNCF** Guillaume Pépy

## Zweifelhafte Investments

Zwei Bahnhöfe auf der grünen Wiese und 140 Kilometer Hochgeschwindigkeitsstrecke zwischen Dijon und Belfort-Montbéliard, dicht an der deutschen Grenze bei Lörrach – 2,5 Milliarden Euro hat die neue Verbindung gekostet, über die Reisende ab März von Frankfurt in sieben Stunden ans Mittelmeer rauschen können. Weitere 1,1 Milliarden Euro hat der Chef der französischen Staatsbahn SNCF, Guillaume Pépy, in die Bahnhöfe und 30 Doppelstockzüge des Herstellers Alstom investiert. Doch rentabel wird die Verbindung nicht sein. Paris

und die Regionen finanzierten 60 Prozent der Kosten für die Strecke, sogar die EU stellte Geld bereit.

Milliarden steckt Frankreich auch in andere Verbindungen – allesamt unrentabel. Acht Milliarden verschlingt allein die Verbindung zwischen Tours und Bordeaux, 3,6 Milliarden Euro die neue Strecke in die Bretagne. Weitere Gelder fließen in die Verlängerung der Ostverbindung durch die Vogesen nach Straßburg sowie die Umfahrung von Nîmes. Auch im neuen Glasbahnhof von Belfort-Montbéliard werden Forderungen laut: Man will Verlängerungen der Verbindungen nach Norden, Westen und Süden.

Pépy versucht, die Euphorie zu dämpfen. Schließlich sollen allein in die Sanierung des maroden klassischen Schienen-

netzes in den nächsten fünf Jahren 13 Milliarden Euro fließen. Doch: „Die Franzosen können nicht genug vom TGV bekommen. Die wollen immer mehr“, erklärt Pépy. Die Rentabilität des Hochgeschwindigkeitsverkehrs mit dem TGV-Zug nimmt wegen der ständig steigenden Trassengebühren rapide ab, die deutlich höher sind als in Deutschland und etwa ein Drittel des Ticketpreises ausmachen. Pépy sieht gute Chancen, dass die Infrastrukturgesellschaft RFF, zuständig für die Trassen, demnächst in SNCF integriert wird. Sparen will er durch den Verzicht auf die geplante Anhebung der Spitzengeschwindigkeit von 320 auf 350 Stundenkilometer. „Die Kosten für Wartung, Energie und Lärmdämmung“, sagt der Bahnchef, „sind zu hoch.“

gerhard.blaeske@wiwo.de | Paris

**DOUGLAS** Henning Kreke

## Abschied vom Puddingclan?



**Finanzinvestoren im Gespräch**  
Douglas-Chef Henning Kreke

Die Meldung löste ein Kursfeuerwerk aus. Kurz nachdem Douglas-Chef Henning Kreke am letzten Mittwoch bestätigte, dass seine Familie erwägt, gemeinsam mit Finanzinvestoren ihren Anteil an Douglas aufzustocken, stieg der Wert der Aktie um mehr als 25 Prozent. Der Clan wolle das Unternehmen von der Börse nehmen, spekulierten viele Anleger.

In der Finanzszene und im Douglas-Umfeld wird derweil eine andere Interpretation ins Spiel gebracht: Demnach plant der Großaktionär Oetker, seine Anteile von rund 26 Prozent an Douglas deutlich zu reduzieren oder ganz abzugeben – und hat damit das Engagement der Familie Kreke

erst ausgelöst. Oetker sieht den Douglas-Anteil dem Vernehmen nach nur als Finanzbeteiligung, die zuletzt wenig Freude bereitet hat. Vor allem die Buchhandlertochter Thalia leidet unter der Abwanderung der Kunden zu Online-Anbietern.

Für die Gründerfamilie würde ein Ausstieg des Ankeraktionärs Oetker die eigene Machtbasis bedrohen. Obwohl die Krekes nur zwölf Prozent der Anteile halten, steuern sie de facto den Konzern. Jörn Kreke ist Aufsichtsratschef, sein Sohn Henning Vorstandsvorsitzender von Douglas. Diese Konstruktion funktioniert zurzeit nur, weil Oetker sie akzeptiert.

Das Risiko: Ohne den Puddingclan könnte der schwäbische Drogeriepatriarch Erwin Müller, der bislang zehn Prozent der Douglas-Anteile hält, zukaufen, zum größten Aktionär aufsteigen und über kurz oder lang die Kontrolle übernehmen. Um das zu verhindern, sondiere die Familie Kreke nun mit Finanzinvestoren wie Apax oder BC Partners die Möglichkeiten, die Oetker-Anteile zu kaufen, heißt es hinter den Kulissen. Sollte tatsächlich das gesamte Oetker-Paket den Besitzer wechseln, wäre je nach Konstruktion des Deals auch ein Übernahmeangebot an die übrigen Aktionäre notwendig. Dass die Krekes im Zuge eines solchen Angebots allerdings 95 Prozent der Anteile erhalten und damit die Schwelle für einen Börsenrückzug erreichen, gilt als unwahrscheinlich.

henryk.hielscher@wiwo.de

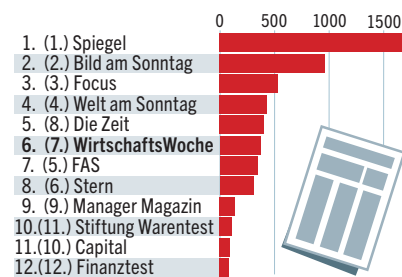
**ZITATE-RANKING**

## WirtschaftsWoche Klassenbester

Die WirtschaftsWoche ist auch 2011 das meistzitierte Wirtschaftsmagazin Deutschlands. Das zeigt die jüngste Analyse des Forschungsinstituts Media Tenor. Insgesamt wurden 356 Meldungen der WirtschaftsWoche von anderen Medien aufgegriffen. Das „ManagerMagazin“ kam auf 127 Zitate und „Capital“ auf 56. Damit konnte die WirtschaftsWoche ihre Position unter allen wöchentlich oder monatlich erscheinenden Printmedien verbessern und vom siebten Platz im Jahr 2010 auf Rang sechs aufsteigen (siehe Grafik). In der Gruppe der Wirtschaftsmedien behauptete sie den vierten Platz. Vor ihr liegen nur „Handelsblatt“, „Wall Street Journal“ und „Financial Times“, die allerdings alle bösartig erscheinen.

### „Stern“ verdrängt

Die meistzitierten Wochen- und Monatsmedien 2011\*



\* in Klammern: Platzierung 2010; Quelle: Media Tenor

WirtschaftsWoche

FOTO: PICTURE-ALLIANCE/DPA