

NEWS
SCHWEIZ

Jelmoli reicht Klage ein

■ ZÜRICH Jelmoli hat gegen Delek Global beim Zürcher Handelsgericht Klage eingereicht. Jelmoli fordert die Erfüllung des Kaufvertrags für die Immobilien über 3,4 Milliarden Franken. Delek Global hatte den Kauf Ende Oktober 2007 abgesagt.

Cummins kommt für Meyer

■ BASEL Der Führungswechsel beim Chemiekonzern Ciba ist vollzogen. Neuer CEO ist Brendan Cummins. Der bisherige Chef Armin Meyer bleibt VR-Präsident.

AGENTUREN: AWP, BLOOMBERG, REUTERS

Impressum

CASHdaily

Die Wirtschaftstageszeitung der Schweiz

Erscheint Montag bis Freitag als Livepaper unter www.cashdaily.ch und als Zeitung.

Herausgeber: Ringier AG, Zofingen

Wirtschaftsmedien: Christoph Bauer (Leitung)

Redaktionsleitung: Rudi Steiner (Chefredaktor)

Werbemarkt: Patrick Baumberger (Leitung)

Verlagsservice: Manuela Schranz (Leitung)
CASH.ch, Business Development, Finanzprodukte:
André Michel (Leitung)

Alle Mitarbeiter erreichen Sie unter
vorname.name@ringier.ch

Ringier AG, CASH Gruppe,
Dufourstrasse 23, 8008 Zürich

Buchungen

CASH daily: Denise Mayer, 044 259 87 31,
denise.mayer@ringier.ch

CASH.ch: Tommaso Porzio, 044 259 87 38,
tommaso.porzio@ringier.ch

Kundendienst

CASH daily: 062 746 40 84

CASH.ch: 032 628 62 10

Tel. Redaktion: 044 259 87 00

Vertrieb

Verteilte Auflage: 110 000 Exemplare

Abo: 1 Jahr im Briefkasten, Fr. 52.– inklusive aller Sonderhefte (nur in der Schweiz, inkl. 2.4% MWSt)

Druck: Ringier Print AG (Adligenswil)

Bekanntgabe von namhaften Beteiligungen i.S. von Art. 322 StGB:

Addictive Productions AG, Betty Bossi Verlag AG, Bolero Zeitschriftenverlag AG, ER Publishing SA, Freeflow AG, Good News Productions AG, GRUNDY Schweiz AG, Investhaus AG, JRP Ringier, Kunstverlag AG, 2R Media SA, Mediamat AG, Prevision AG, Presse TV AG, Rincovision AG, Ringier Print Holding AG, Ringier Print Adligenswil AG, Sat.1 (Schweiz) AG, SMD Schweizer Mediendatenbank AG, SMI Schule für Medienintegration AG, Teleclub AG, Zana Media AG, Ringier France SA, Ringier Publishing GmbH, Ringier (Niederland) B.V., Ringier CR a.s., Ringier Kiadó Kft., Europress Kft., Euromedia Bt., Népszabadság Zrt., Ringier Slovakia a.s., FMU Free Media Ukraine Ltd., Ringier Pacific Ltd., Ringier Print (HK) Ltd., Beijing Ringier International Advertising Co. Ltd.

Copyright: Ringier AG

Die Wiedergabe von Artikeln, Bildern, Beiträgen, auch auszugsweise oder in Ausschnitten, ist nur mit Genehmigung der Redaktion erlaubt. Für unverlangte Zusendungen und Manuskripte lehnen Redaktion und Verlag jede Haftung ab.

Anzeige

Wer nicht nur
Träume hat.



sb24.ch

swissBusiness24.ch
Sofort neue Geschäfte anbahnen.

Im Kampf gegen Aldi setzt Coop auf Kinder

Detailhandel Coop richtet in 35 seiner Restaurants Kinderbuffets ein. Das Ziel: Mehr Kundenbindung. Sie ist zentral im Wettbewerb mit deutschen Discountern.

Dieser Tage werden die extratiefen Kinderbuffets in den Coop-Restaurants eröffnet. Mittags gibts für 5.90 Franken ein fettarmes Menü im Kinderteller, nachmittags Snacks aus der Kinderlinie Jamadu.

Coop investiert laut Sprecher Karl Weisskopf «einige 100 000 Franken» ins neue Angebot. Auszahlen dürfte es sich doppelt. Erstens kommen die Kinder in Begleitung ihrer Eltern, also potenzieller Coop-Kunden. «Zudem werden die Jüngsten früh in die Coop-Welt eingeführt», sagt Marketing-Experte Sandro Principe von Vivaldi Partners.

Auch die Migros legt sich für Kinder ins Zeug,



KEYSTONE

Familien im Laden: Da lachen die Kinder, vor allem aber die Anbieter.

mit der Kindermarke «Lilibiggs». Der dazugehörige Klub zählt laut Migros-Sprecher Walter Staub 20 000 Mitglieder. Hinzu kommt seit November die Partnerschaft mit dem Europapark.

Wie wertvoll die junge Kundschaft ist, zeigt der Erfolg von McDonald's. «Der Fastfood-Riese hat

gezielt auf das Jugendsegment fokussiert und ist heute das Familien-Restaurant schlechthin», sagt Principe.

Grossverteiler nehmen gezielt Gruppen ins Visier

Dass Coop und Migros auf einzelne Segmente zielen, ist ein junges Phänomen. Lange war die Zielgruppe

die ganze Schweiz. Mit steigender Konkurrenz der Discounter Aldi und Lidl müssen die Anbieter aber näher an die Kunden. «Mit Zielgruppenmarketing können sie sich abheben, die Kundschaft stärker binden und höhere Margen einstreichen», sagt Principe.

Eine Zielgruppe, welche Coop und Migros neben den Kindern entdeckt haben, sind die Umzieher. Wer den Wohnort wechselt, findet in seinem Briefkasten nach wenigen Tagen Gutscheine für diverse Fachmärkte – gesponsert von den Grossverteilern. **Andreas Kohli**

Die Kinderbuffets auf www.cashdaily.ch



Starbucks will 2008 noch mehr Filialen

Gastro Das Kaffeehaus will die Westschweiz erobern und kleinere Städte erschliessen.

Seit dem Markteintritt 2001 eröffnet Starbucks in der Schweiz eine Filiale nach der anderen. Und daran wird sich auch 2008 nichts ändern: «Wir wollen im bisherigen Tempo weiterwachsen», sagt Reto Zangerl, Medien-sprecher von Starbucks Schweiz. Konkret heisst das: Zu den bestehenden 37 Filialen kommen 2008 mindestens fünf weitere dazu. Dabei werden vor allem kleinere Städte wie zum Beispiel Baden ins Visier genommen.

An Expansionsplänen fehlt es der Kaffeekeite nicht. Dafür aber an geeigneten Liegenschaften. Trotzdem: «Auch in der Westschweiz möchten wir

dieses Jahr weitere Filialen eröffnen», sagt Zangerl. Dort ist die Penetration nämlich noch erheblich tiefer als in der Deutschschweiz. Zurzeit existieren dort lediglich sechs Lokale, in Lausanne, Genf und Vevey. Zum Vergleich: In Zürich wird bereits an 15 Standorten Starbucks-Kaffee gebraut – die Stadt hat die zweithöchste Starbucks-Dichte in ganz Europa.

Von den Neueröffnungen wird nebst dem Betreiber selbst übrigens auch eine Schweizer Firma profitieren: Starbucks Schweiz bezieht nämlich sämtliche Kaffeemaschinen vom Schweizer Hersteller Thermoplan. **DS**

UBSler für Obama, CS setzt auf Giuliani

US-Wahlen Mit Spenden von CS und UBS-Bankern beginnt heute der Vorwahlkampf.

Der Bundestaat Iowa ist der erste Staat, in dem Mitglieder der Demokraten und Republikaner heute ihren Kandidaten für das Amt des US-Präsidenten bestimmen. Letzten Umfragen zufolge liegt bei den Demokraten der junge Senator Barack Obama knapp vor Hillary Clinton. Die Republikaner werden sich wohl für Mike Huckabee oder Mitt Romney entscheiden.

Bereits entschieden haben sich die US-Mitarbeiter der beiden Schweizer Grossbanken UBS und CS. Zusammen haben sie die Kandidaten mit rund 900 000 Dollar unterstützt (Stand: 30.9.2007). Die CS-Banker spendeten bis da-

hin gut 500 000 Dollar. Davon gingen 53 Prozent an die Republikaner und 47 Prozent an die Demokraten. Die UBS-Mitarbeiter zeigen dagegen einen ganz deutlichen Hang zu den Liberalen. Von ihren 410 000 Dollar gingen 87 Prozent an die demokratischen Kandidaten.

Favorit der UBS-Banker ist der junge Senator Barack Obama, dem sie fast 220 000 Dollar spendeten. Die CS-Angestellten unterstützen den Republikaner Rudolph Giuliani mit 144 000 Dollar am stärksten. CS-CEO Brady Dougan hat per dato rund 9000 Dollar gespendet, je die Hälfte an Demokraten und Republikaner. **DUK**