

FINANZMARKT

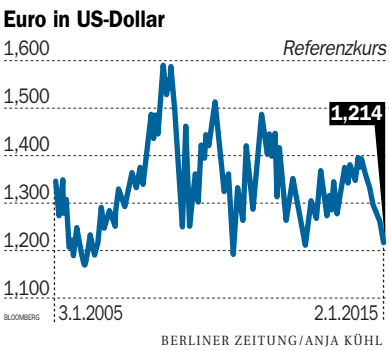
Draghi redet den Euro schwach

VON MARKUS SIEVERS

USA-Urlaube werden teurer. Auch beim Tanken sparen Verbraucher weniger, als es der Verfall der Ölpreise eigentlich nahelegt. Dafür sorgt der schwache Euro. Zum Jahresstart verlor die Gemeinschaftswährung gegenüber dem Dollar erneut an Wert und sackte auf den tiefsten Stand seit viereinhalb Jahren. Bekamen Deutsche, Franzosen oder Italiener vor wenigen Monaten für einen Euro noch fast 1,40 Dollar, so gibt es derzeit kaum mehr als 1,20 Dollar. Selbst die Parität, bei der Euro und Dollar genau gleich viel wert sind, sehen Experten wie der Deutschen Bank bereits voraus.

Ausgelöst hat die erneute Euro-Talfahrt wieder einmal Mario Draghi, Präsident der Europäischen Zentralbank (EZB). Während die Kollegen in den USA dank der dortigen Konjunkturerholung das Ende der Niedrigzinsphase einleiten, schlägt Draghi die gegenteilige Richtung ein. Mit dem umstrittenen Ankauf von Staatsanleihen will er die Renditen auch auf diesem wichtigen Finanzmarkt drücken. Die Vorbereitungen dafür liefen, sagte Draghi dem Handelsblatt. Diese wenigen Worte genügten, um die Devisenmärkte in Aufregung zu versetzen. Die Aussage verdeutlichte noch einmal, dass Draghi es ernst meint mit seiner Ankündigung, die gefährlich niedrig Preissteigerung im Euro-Raum von nahe der Nulllinie nach hoch zu treiben. Die Folge: Mit höheren Zinsen werden Anlagen in den USA lukrativer, in der Euro-Zone verlieren sie an Attraktivität. Also strömt das Kapital in die Vereinigten Staaten. Der Dollar wertet auf, der Euro ab.

Das muss für die Währungsunion nicht schlecht sein. Im Gegenteil. Die deutsche Industrie nimmt die Abwertung gerne mit als nachträgliches Weihnachtsgeschenk. Für jeden Dollar, den sie auf den Weltmärkten einnimmt, bekommt sie nun mehr Euro. Damit



kann sie entweder die Preise im Ausland senken, was die Wettbewerbsfähigkeit stärkt, oder die Gewinnmargen erhöhen. Oder sie macht beides ein bisschen. Auch die Unternehmen in den Euro-Krisenländern profitieren davon – ihnen hilft dies im Bemühen um internationale Konkurrenzfähigkeit.

Draghi aber zielt noch auf einen zweiten Effekt. Für Lieferanten aus China, den USA oder Lateinamerika geht die Kalkulation nicht mehr auf, wenn sie für ihre Euro weniger heimische Währung erhalten. Sie müssen die Preise für ihre Lieferungen nach Europa erhöhen. Je schwächer der Euro, desto mehr ziehen also die Importpreise an. Davon erhofft die EZB Unterstützung beim Kampf gegen die drohende Deflation, bei der sinkende Preise die Euro-Zone in einen Abwärtssog ziehen würden. Dieses Risiko sei jedenfalls höher als vor sechs Monaten, betonte Draghi. Daher macht er auch keine Hoffnung auf eine baldige Kehrtwende. „Kämen wir auf die Idee, die Leitzinsen zu erhöhen, dann würde die Krise schlimmer. Die Stabilität würde leiden – und das würde Investoren und Sparer noch mehr schädigen.“

Die massive Kritik vor allem aus Deutschland überrascht Draghi nicht, aber gewöhnt hat er sich nicht daran. Bereits seit einiger Zeit reagiert er zunehmend gereizt auf die harschen Töne aus dem größten Euro-Land. Er erfülle nur seine Pflicht, betonte der Italiener. „Ich glaube, Pflichterfüllung ist keine nationale Besonderheit der Deutschen.“



DPA/MICHAEL REICHEL

Aber die Sohlen sehen doch noch gut aus!

Wandern, bis der Umsatz stimmt

Einst zweistellige Zuwächse, nun Stagnation: Die Outdoor-Branche steckt im Verdrängungswettbewerb

VON MATTHIAS LOKE

Schaut man in den aktuellen Winter-Spezial-Katalog von Globetrotter oder sieht man sich in der Berliner Filiale in der Schlossstraße um, fragt man sich unwillkürlich, wie man als Wanderer oder sportlicher Urlauber bisher ohne die vielen schönen und nützlichen Dinge auskommen konnte. Beispielsweise ohne das Hemd Columbia, das gleichzeitig vor Mückenstichen – dank des eingearbeiteten Wirkstoffs Permethrin – und vor allzu viel UV-Strahlung schützt. Oder warum hat man nicht schon längst beim Patagonia Black Hole Rucksack zugegriffen, der mit seinem superbeschichteten Material allen Belastungen trotzt? Und auch die faltbare Feuerschale namens Grilliput darf eigentlich nicht im Gepäck fehlen.

Die Outdoor-Branche hat ein unglaublich großes Angebot – und ein kleines Problem: Die großen Wachstumszeiten sind vorüber. „Der Boom der letzten Jahre ist definitiv vorbei“, sagt Michael Weck, Autor einer Fachstudie von BBW Marketing Dr. Vossen & Partner. Konnten sich Händler wie Globetrotter, einer der Marktführer in Europa, lange Zeit über zweistellige Zuwachsraten beim Umsatz freuen, sind mittlerweile die Erwartungen zurückgeschraubt worden. Weck spricht von Sättigungserscheinungen, eine Globetrotter-Sprecherin räumt ein: „Ein wachsender Markt – davon kann gerade keine Rede sein.“

Bei Globetrotter sieht das in Zahlen so aus: Der Ausrüstungsspezialist erzielte im Geschäftsjahr 2012/13 (bis Ende Februar) ei-

Deutschland vorn

Marktanteile: Nach Angaben der Branchenorganisation European Outdoor Group lag der Umsatz der Outdoor-Händler 2013 in Europa bei mehr als zehn Milliarden Euro. Auf Deutschland als größtem Markt entfiel etwas mehr als ein Viertel (25,7 Prozent), danach folgen Großbritannien mit knapp über 13 Prozent und Frankreich mit mehr als zwölf Prozent. Die European Outdoor Group wurde 2003 gegründet. Heute gehören ihr 66 Unternehmen aus der Branche an.

nen Jahresumsatz von 250 Millionen Euro. Im darauffolgenden Geschäftsjahr brach der Absatz um fast zehn Prozent auf enttäuschende 230 Millionen Euro ein. Wie hoch der vermutete Verlust ausfiel, gab das Unternehmen auch auf Nachfrage nicht bekannt. Fakt dagegen ist, dass Globetrotter schon in den zwei Jahren davor deutlich in den Miesen stand.

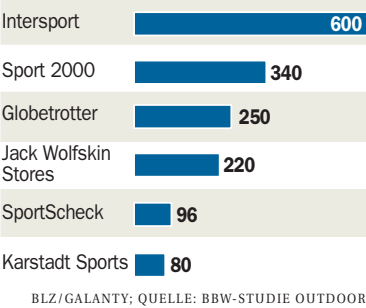
Starke Online-Konkurrenz

Die Outdoor-Branche ist Opfer ihres eigenen Booms geworden. Die unglaublich starke Nachfrage nach wetterfester, atmungsaktiver und immer modischer werdender Bekleidung rief viele Mitspieler auf den Plan, die natürlich zu Konkurrenzrenten wurden. Beispielsweise die Anbieter im Netz, die oft zu günstigeren Preisen als die stationären Händler anbieten.

Marken-Hersteller wie Jack Wolfskin öffneten eigene Läden und machten den etablierten Händlern, bei denen sie selbst ver-

Große Anbieter im Outdoor-Bereich

Umsätze in Millionen Euro 2012



BLZ/GALANTY; QUELLE: BBW-STUDIE OUTDOOR

treten sind, das Leben und den Verkauf schwerer.

Zunehmend wurden Funktionsjacken und Schuhe zu einem Lifestyle-Produkt, das eben nicht nur der Wanderer trägt, sondern auch der Beamte auf dem Weg ins Büro. Zu viel Ware sei in den Markt gedrückt worden, das habe die Preise nach unten getrieben und zu Rabattschlachten geführt, klagen die Händler. Denn auch der wirkliche Abenteuerer braucht nicht jedes Jahr neue Ausrüstung: Studien-Autor Weck glaubt, dass der modische Trend „mittelfristig nicht mehr der Wachstumstreiber“ in der Branche sein werde. Vielmehr stehe wieder die Funktion im Vordergrund „und der sportive Outdoorer im Fokus“. Es geht also wieder mehr um Sport und weniger um Mode. Diese „authentische Zielgruppe“ – hohe Erwartungen ruhen hier vor allem auf der Gruppe der Wanderer – werde weiter wachsen. Allerdings mit bescheidenen Wirkungen:

So viele Berliner wie nie zeigen sich beim Finanzamt an

Steuerhinterzieher nutzen 2014 die letzte Gelegenheit. Seit 1. Januar ist der Weg in die Straffreiheit schwerer

VON MARKUS SIEVERS

Zehntausende deutsche Steuerhinterzieher haben die womöglich letzte Gelegenheit genutzt, um reinen Tisch zu machen und dennoch straffrei davonzukommen. Die Zahl der Selbstanzeigen schoss im vergangenen Jahr nach Angaben aus den Finanzverwaltungen auf den höchsten Wert in der bundesdeutschen Geschichte hoch. Nach 24 000 Meldungen im bisherigen Rekordjahr 2013 dürften sich 2014 annähernd 40 000 Menschen bei den Finanzämtern offenbart haben.

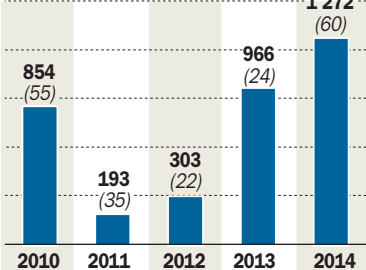
„Viele haben noch in letzter Minute versucht, die für sie günstigen Gesetzesbedingungen des alten Jahres zu nutzen“, sagte Thomas Eigenthaler von der Deutschen Steuer-Gewerkschaft der Berliner Zeitung. In Berlin offenbarten zwischen Januar und Dezember 1 272 Männer und Frauen

ihre Verstöße beim Finanzamt, fast ein Drittel mehr als zwölf Monate zuvor. In Sachsen-Anhalt registrierten die Beamten mit 70 mehr als doppelt so viele Selbstanzeigen wie ein Jahr zuvor. Die absolute Zahl der Fälle bleibt wie in allen ostdeutschen Ländern klein, weil hier weniger vermögende Kapitalbesitzer leben. Auch für Hessen und Nordrhein-Westfalen sprechen die vorläufigen Daten für einen nie gekannten Boom der Selbstanzeigen.

Mit plötzlicher Reue ist das nicht zu erklären. Vielmehr grassiert die Angst, erwischt zu werden. Hauptmotiv dürfte die Gesetzesverschärfung sein, die am 1. Januar in Kraft trat. Durch sie wird die Strafbefreiung komplizierter und teurer. Künftig muss jemand alle steuerlichen Fehlritte für die vergangenen zehn statt bisher fünf Jahre aufdecken, damit der Staat auf eine Strafe verzichtet. Zudem

Selbstanzeigen von Steuersündern*

Zahl der Fälle in Berlin, in Klammern zusätzliche Steuereinnahmen in Millionen Euro



* in Zusammenhang mit Geldanlagen in der Schweiz, Luxemburg und Liechtenstein
BLZ/GALANTY; Q.: SENATSVERVERWALTUNG F. FINANZEN

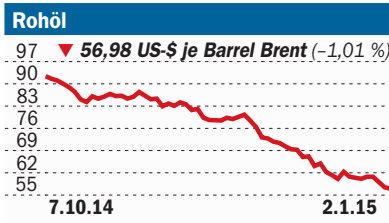
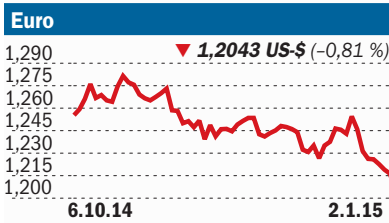
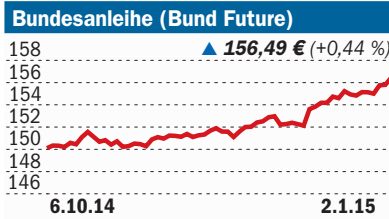
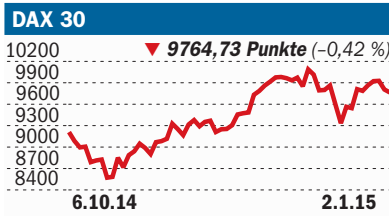
wird der Weg zurück in die Ehrlichkeit kostspieliger. Wer mehr als 25 000 Euro hinterzogen hat, muss je nach Summe Strafzuschläge zwischen zehn und 15 Prozent der hinterzogenen Beträge abführen. Bisher begnügte sich der Fiskus mit fünf Prozent Zuschlag ab 50 000 Euro. Bei sehr großen Kapitalanlagen steigt die Gebühr auf 20

Weck prognostiziert nur noch Wachstumsraten zwischen ein und drei Prozent – wenn auch noch vorhandenes Potenzial bislang vernachlässigten Zielgruppen erschlossen werden kann, zum Beispiel bei Senioren, Frauen sowie Kindern. In der Berliner Schlossstraße haben denn auch die Mädchen und Jungen ihr eigenes Kinderland.

Globetrotter hat aus den verschlechterten Zukunftsaussichten bereits Konsequenzen gezogen: Zum einen werden der erst im September eröffneten Erlebniswelt in Stuttgart vorerst keine weiteren großen Häuser in Deutschland folgen. Und zum anderen will Globetrotter dem Verdrängungswettbewerb auf größerer Basis entgegentreten. Im November gab der in Hamburg ansässige Ausrüster bekannt, dass er sich in einen Dreier-Zusammenschluss begibt. Aus Globetrotter und den beiden skandinavischen Anbietern Naturkompaniet (Schweden) und Partioaitta (Finnland) entsteht die neue Frilufts Retail Europe AB.

Die Holding wird von der Gruppe Fenix Outdoor (unter anderem mit der Marke Fjällräven) geführt, die 60 Prozent der Anteile besitzt. Die Globetrotter-Eigner halten den Rest, obwohl der deutsche Anbieter fast 90 Prozent der Umsätze des neuen Konglomerats beisteuert – was im Übrigen nicht dafür spricht, dass Globetrotter aus einer Position der Stärke gehandelt hat. Das Unternehmen sagt dazu nur, dass man damit eine führende Rolle im europäischen Outdoor-Markt einnehmen werde: „Wir wollen gemeinsam stärker in der Zukunft sein.“

MÄRKTE



Stand der Daten: 02.01.2015 (21:50 Uhr)

Autobauer mit dem größten Gewinn

Viele deutsche Top-Konzerne trotzten der Konjunkturlaute

Deutschlands Großunternehmen sind trotz der Konjunkturlaute im Euro-Raum und weltweiter Krisen auf Erfolgskurs. Das geht aus einer am Freitag veröffentlichten Studie des Beratungsunternehmens Ernst & Young (EY) hervor. Demnach steigerten die 100 umsatzstärksten börsennotierten Unternehmen ihren operativen Gewinn (Ebit) von Januar bis September 2014 um neun Prozent auf insgesamt 82,8 Milliarden Euro. In den ersten neun Monaten des Vorjahres war er noch leicht um zwei Prozent gesunken. Der Umsatz blieb mit über einer Billion Euro konstant.

Gewinnstreiber waren demnach unter anderem die Autohersteller. Volkswagen, Daimler und BMW belegten im Ranking die ersten drei Plätze. Besonders stark legte dabei Daimler zu – und verbesserte sich mit einem Ergebnisplus von 66 Prozent vom dritten auf den zweiten Platz hinter VW. Die Schwaben hatten zuletzt von zahlreichen neuen Modellen und einem milliarden-schweren Sparprogramm profitiert.

Energiebranche fällt ab

„Trotz der Effizienzprogramme, denen sich viele deutsche Top-Konzerne in den vergangenen Jahren unterzogen haben, ist die Beschäftigung auf einem sehr hohen Niveau“, erklärte EY-Experte Thomas Harms. Ende September beschäftigten Deutschlands Top-Konzerne rund 4,7 Millionen Menschen – 1,4 Prozent mehr als im Vorjahr. Im neuen Jahr dürfte des Beschäftigungsplus Harms zufolge angesichts der Sparprogramme aber eher moderat ausfallen.

Problemkind unter den Wirtschaftszweigen war der Studie zufolge zuletzt die Energiebranche. Der Gewinn der sechs großen Versorger brach demnach um etwa ein Drittel ein, die Umsätze gingen um acht Prozent zurück. Die Folgen der Energiewende machen der Branche derzeit zu schaffen. Eon hatte kürzlich überraschend seine Aufspaltung verkündet. Der Konzern gliedert das gesamte Erzeugungs-geschäft mit den großen Kraftwerken aus und konzentriert sich auf erneuerbare Energien, die Stromnetze und den Vertrieb samt neuer Kundenlösungen.

Die Düsseldorfer landeten im Umsatzranking der Studie zu den ersten drei Quartalen erneut auf Platz drei aller deutschen Großunternehmen hinter Volkswagen und Daimler. (dpa)