

Ausland

Druckmaschinenbauer wieder am Zittern 26

Eine Rezession wäre für die von Strukturproblemen geplagte Branche fatal

Essilor zeigt sich krisenresistent 27

Der französische Brillenglaserhersteller wächst und wächst

Chinas Ölkonzerne auf Einkaufstour 29

Petrochina & Co. erwerben rund um den Globus Energiereserven



Kunden in einem Laden der Kleiderkette Gap: Nur wer exklusive Ware anbietet, kann höhere Arbeits- und Rohstoffkosten an die Käufer weitergeben. Gap gelang es nicht.

Abercrombies teurer PR-Stunt

Michael Sorrentino ist einer der Hauptdarsteller der amerikanischen Reality-Soap «Jersey Shore». Er ist ein Macho und zeigt gerne auf fast jedem roten Teppich seinen Sixpack-Bauch, in dem er sein Unterleibchen bis über die Brustwarzen nach oben zieht. Mit Vorliebe trägt der Italo-Amerikaner Kleidung der US-Kette Abercrombie & Fitch (A&F) – und genau das findet man in der Unternehmenszentrale in New Albany (Ohio) gar nicht lustig.

Die Kette hat Sorrentino und anderen Darstellern der Serie deshalb ein kurioses Angebot gemacht: Sie sollen Geld dafür erhalten, dass sie künftig keine A&F-Kleidung mehr tragen. Wie viel bezahlt werden soll, wollte das Unternehmen nicht sagen. Es soll aber eine beträchtliche Summe sein.

A&F befürchtet, das über Jahre aufgebaute Image des coolen und trendigen Labels könnte Schaden nehmen. Denn die Sendung stehe im Gegensatz zum «angestrebten Charakter» des Labels.

In «Jersey Shore» geht es um das Leben von acht Italo-Amerikanern, die mit der Kamera begleitet werden. Überwiegend bekommen die Zuschauer dabei eine Macho-Welt vorgeführt. Die Darsteller trinken gerne viel Alkohol, trainieren ihre Körper und machen Frauen an. Obwohl die Serie umstritten ist, weil sie Amerikaner mit italienischen Wurzeln zu stereotyp darstelle, läuft bereits die vierte Staffel.

Der Sender MTV, bei dem die Serie ausgestrahlt wird, hält den Schritt von A&F für einen PR-Schachzug. Der Detailhändler versuche, vom beträchtlichen Zuschauererfolg der Serie zu profitieren.

A&F war seit den Neunzigerjahren auf Expansionskurs und betreibt inzwischen rund 1100 Läden in den USA, Kanada und Europa. Das Label avancierte speziell bei amerikanischen Kids zur Kultmarke. Freizügige Werbekampagnen mit nur leicht bekleideten weiblichen und männlichen Models sorgten für Aufsehen. Wegen der gutaussehenden männlichen Models wurde die Marke ausserdem besonders bei Homosexuellen beliebt.

Die Rezession traf A&F hart. 2009 sank der Umsatz 16%, und die Kette musste ihre Politik, keine Preisabschläge zu gewähren, überdenken. Inzwischen läuft das Geschäft wieder gut. Im zweiten Quartal 2011 stieg der Umsatz 9% und der Gewinn 64%. **MG**



Michael Sorrentino wirft sich in Pose.

US-Detailhandel überraschend fit

Preise erhöht – Kosten im Griff – Kohl's und A&F kaufenswert

MARTIN GOLLMER

Die Geschäfte zahlreicher US-Detailhändler laufen gut, und viele Unternehmen blicken optimistisch in die Zukunft. Das steht in augenfälligem Gegensatz zum Zustand der amerikanischen Wirtschaft. Sie kommt nur noch im Schnecken tempo voran. Wuchs das Bruttoinlandsprodukt 2010 noch mit 3%, ist die gesamte Wirtschaftsleistung des Landes im zweiten Quartal 2011 gerade noch 1% vorgerückt. Die amerikanischen Unternehmen schaffen zwar noch neue Stellen, aber zu wenig, um das Wachstum der Erwerbstätigen zu kompensieren. Die Arbeitslosigkeit bleibt deshalb hoch – im Juli betrug sie 9,1%.

Die Zuversicht der US-Konsumenten ist deshalb am Schwinden. Ein vom Beratungsunternehmen Conference Board berechneter Vertrauensindex fiel von Juli bis August von 59,2 auf 44,5. Das spiegelt sich im Verhalten der amerikanischen Haushalte. Ihre Ausgaben nahmen gemäss dem Handelsdepartement im zweiten Quartal gegenüber den ersten drei Monaten des Jahres nur 0,1% zu.

Umso überraschender fielen die Berichte über das zweite Fiskalquartal (meistens Mai bis Juli) aus, die die US-Detailhändler in den vergangenen Tagen vorgelegt haben. Ein Blick auf wichtige Vertreter der Branche zeigt: Die meisten weisen einen mehrfach ansehnlichen Umsatz- und oft satten Gewinnzuwachs aus (vgl. Tabelle).

Im Ausland erfolgreich

Dass die Quartalsresultate der US-Detailhändler trotz schwacher Wirtschaftsdaten immer noch gut ausfallen, hat einen Hauptgrund und mehrere Nebengründe. Der Hauptgrund: Vielen Detailhändlern gelingt es, höhere Arbeits- und Rohstoffkosten an die Käufer weiterzugeben. Gemäss einer Untersuchung von Barlow Research Associates haben in den vergangenen zwölf Monaten 53% der befragten Unternehmen die Preise angehoben. Vor Jahresfrist taten dasselbe nur 32%.

Zu den Nebengründen für die erfreulichen Quartalsergebnisse gehören, dass die Detailhändler angesichts eines stagnierenden US-Markts vermehrt ins Ausland expandieren (etwa Abercrombie & Fitch und Wal-Mart), frühzeitig Promotionen machen, um nicht später zu Schleuderpreisen verkaufen zu müssen (etwa

Kohl's und Target), die Lager knapp halten (etwa Kohl's) oder wegen der knapperen Budgets der Kunden Waren in kleineren Portionen anbieten (etwa Wal-Mart).

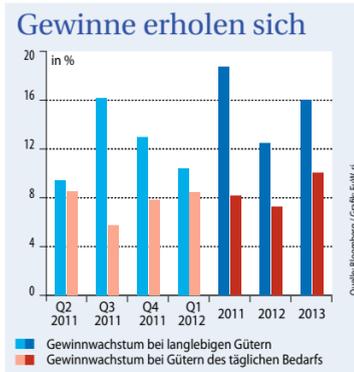
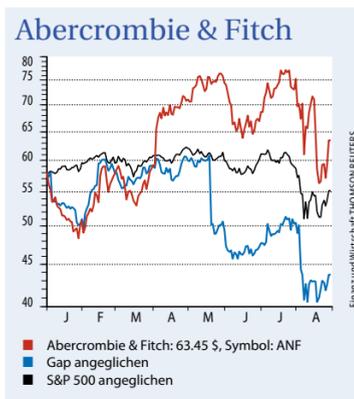
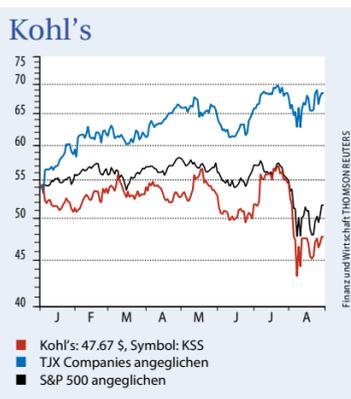
Viele US-Detailhändler glauben, dass sie die Resultate sogar noch verbessern können, und haben ihre Gewinnprognose für das Gesamtjahr 2011 erhöht (vgl. Tabelle). Das zeigt allerdings nach der Branchenberatungsgesellschaft Telsey Advisory Group nicht unbedingt, dass die Unternehmen vertrauensvoller in die Zukunft blicken. Vielmehr zeuge es davon, «dass die Detailhändler effizienter arbeiten und die Kosten gut kontrollieren».

In der Tat: Vom Datendienstleister Bloomberg erhobene Umsatzprognosen der Branche sind nicht berauschend. Für die nächsten Quartale zeigt die Umfrage eine stetige Abnahme des Wachstums (vgl. Grafik). Für die Gewinne siehts etwas besser aus. Nach einem Tal im nächsten Jahr erholt sich das Wachstum wieder.

Exklusivität angestrebt

Für Anleger ist unter den US-Detailhändlern, die ihre Gewinnprognosen erhöht haben, ein Blick auf Kohl's lohnenswert. Das Warenhaus ist für günstige Preise und gute Kostenkontrolle bekannt. Merchandisingverträge erlauben es dem Unternehmen, Markenartikel wie Nike oder Levi's zu verkaufen, die bei Discountern normalerweise nicht erhältlich sind. Mit bekannten Modedesignern wie Liz Claiborne oder Vera Wang hat das Warenhaus zudem Vereinbarungen getroffen, die es ermöglichen, bestimmte Kleiderlinien exklusiv zu vertreiben. Die Aktien von Kohl's sind im Zug der allgemeinen Ausverkaufsstimmung an den Börsen von einem Hoch von 55\$ Mitte Juli auf 44\$ Mitte August abgesackt, haben sich seither aber wieder etwas erholt. Sie haben noch weiteres Aufwärtspotenzial.

Ein etwas riskanterer Tipp ist Abercrombie & Fitch (A&F). Die Kleiderkette hat sich unter jüngeren Konsumenten ein starkes Image für trendige Mode und attraktive Bedienung aufgebaut, das ihr erlaubt, in normalen Zeiten auch höhere Preise durchzusetzen (vgl. Box rechts). In Rezessionszeiten zeigte sich die Kette allerdings anfällig und musste grosse Umsatzeinbussen hinnehmen. Eine Anlage in A&F ist deshalb eine Wette, dass die US-Wirtschaft nicht auch noch in eine zweite Rezession abstürzt.



US-Detailhändler blicken mehrheitlich optimistisch in die Zukunft

	Börsenwert in Mrd. \$	Kurs am 29.8. in \$	Perform. seit 1.1. in %	Div.-Rend. 2011 in %	KGV 2012	Umsatzplus Q.2. in % ^{1,2}	Gewinnplus Q.2. in % ²	Gewinnprog. 2011
Teure Warenhäuser								
Nordstrom	9,7	44,70	+5,5	2,0	13	+7,3	+19,9	erhöht
Saks	1,6	9,74	-9,0	0	20	+15,5	Verl. reduz.	n. v.
Günstige Warenhäuser								
Kohl's	13,4	47,67	-12,3	2,1	9	+1,9	+16,5	erhöht
TJX Companies	21,0	55,22	+24,4	1,3	12	+4,0	+14,2	erhöht
Kleiderketten								
Abercrombie & Fitch	5,6	63,45	+10,1	1,1	14	+9,0	+64,4	n. v.
Gap	9,2	16,74	-24,4	2,6	10	-2,0	-19,2	bestätigt
Discountketten								
Target	34,7	51,34	-14,6	2,1	12	+3,9	+3,7	erhöht
Wal-Mart Stores ³	184,7	53,19	-1,4	2,7	11	0	+5,7	erhöht

¹ Auf vergleichbarer Fläche ² Gegenüber Q.2. Vorjahr ³ Nur Wal-Mart US und Sam's Club

Quelle: Bloomberg, Unternehmen

*** Bei uns zu Spezial-Leasingkonditionen!!

ASTON MARTIN / Occasion

ASTON MARTIN DBS Coupé

km: 14 500 / PS: 517 / Modell: 2009
Farbe: anthrazit / Metallic
Innen: schwarz Alcantara Leder

Jetzt CHF 209 800.-

Tel: 071 969 47 69

**Weitere ASTON MARTIN zur Auswahl
Internet: www.elite-sportwagen.ch
(Direkt an der Autobahn A1, Ausfahrt SIRNACH)

*** Bei uns zu Spezial-Leasingkonditionen!!

BENTLEY / Occasion

BENTLEY Continental GTC Speed 6.0

km: 6 800 / PS: 610 / Modell: 2010
Farbe: anthrazit / Metallic
Innen: schwarz Leder

Jetzt CHF 269 500.-

Tel: 071 969 47 69

**Weitere BENTLEY zur Auswahl
Internet: www.elite-sportwagen.ch
(Direkt an der Autobahn A1, Ausfahrt SIRNACH)

*** Bei uns zu Spezial-Leasingkonditionen!!

MASERATI / Occasion

MASERATI GranTurismo

km: 6 859 / PS: 405 / Modell: 2009
Farbe: anthrazit / Metallic
Innen: braun Leder

Jetzt CHF 119 800.-

Tel: 071 969 47 69

**Weitere MASERATI zur Auswahl
Internet: www.elite-sportwagen.ch
(Direkt an der Autobahn A1, Ausfahrt SIRNACH)