

Gisler



MARKUS GISLER

## Ende der Krise? Wohl kaum

DIE TEILWEISE KRÄFTIGE Erholung insbesondere von Aktien der Finanzindustrie in den letzten Wochen hat manche Banker und Anleger in Verückung versetzt, ja für nicht wenige ist die Finanzkrise wenn nicht schon vorüber, so doch zweifelsfrei auf dem Weg zur Besserung. Diese Einschätzung ist vielleicht nicht einmal so falsch, wenn man unterstellt, dass die Sanierungsmassnahmen der Zentralbanken und der jeweiligen Finanzministerien den Banken und Versicherungen tatsächlich helfen, ihre Probleme zu lösen. Oder im Klartext: Den Banken geht es deswegen wieder besser, weil die Politik aus der übergeordneten Überlegung, der Volkswirtschaft keine weiteren Bankenkongresse zuzumuten, dem Steuerzahler die Sanierungslasten aufbürdet.

WAS DAS HEISST, ist am Wochenende in Deutschland ruchbar geworden und hat einen Aufschrei ausgelöst: Die «Süddeutsche Zeitung» publizierte ein Memo, aus dem hervorgeht, dass die vom Staat zur Sanierung der Banken geplanten «Bad Banks» von 17 Instituten giftige oder eben unverkäufliche Wertpapiere im horrenden «Wert» von 830 Milliarden Euro übernehmen sollen. Die «Bad Banks» entsprechen jenem Stabilisierungsfonds, den die Nationalbank als Auffangbecken für die unverkäuflichen Derivate der UBS geschaffen hat. Die umgerechnet 1250 Milliarden, mit denen die deutschen Banken buchhalterisch saniert werden sollen, ist im Vergleich zur UBS-Sanierung von 40 Milliarden Franken gigantisch. Pro Kopf der Bevölkerung gemessen ist das deutsche Sanierungspaket fast dreimal so gross wie jenes für die UBS. Besonders problembehaftet sind die deutschen Landesbanken (etwa vergleichbar mit unseren Kantonalbanken), die deutlich unterkapitalisiert sind.

UNTERKAPITALISIERTE BANKEN sind auch das Problem in den USA. Am Montag wird der so genannte Stresstest veröffentlicht, eine Bewertungsanalyse, welche die US-Notenbank in den letzten Monaten durchgeführt hat. Bei 19 Instituten, darunter die grössten und die anfälligsten, wurde untersucht, wie viele Verluste sie noch verkraften können. Bereits ist durchgesickert, dass das einstige Flaggschiff Citigroup sowie die mittlerweile riesige Bank of America den Test nicht bestanden haben und zusätzliches Kapital benötigen. Beiden Banken musste der Staat bereits früher kräftig unter die Arme greifen, der Citigroup mit 50, der BoA mit 45 Milliarden Dollar. Beobachter gehen davon aus, dass diese beiden Banken derzeit nicht kapitalmarktfähig sind und der Staat weitere Mittel einschliessen muss.

GERADE IN DEN USA ist die Finanzkrise alles andere als vorbei: Schätzungen gehen davon aus, dass die Kreditverluste in den USA von derzeit 1200 Milliarden bis Ende kommenden Jahres auf 2700 bis 3500 Milliarden Dollar steigen werden. Je grösser die Wirtschaftskrise, desto gewaltiger der noch zu verkraftende Abschreibungsbedarf. Der eben bekannt gewordene Rückgang des amerikanischen Bruttoinlandsprodukts im ersten Quartal von horrenden 6,1 Prozent übertrifft alle Befürchtungen und zeigt, wie brutal sich die Krise auf den Konsum auswirkt. Keine Frage, die Amerikaner sind daran, das Sparen zu lernen, mit all seinen Auswirkungen. Am Schuldenabbau führt kein Weg vorbei. Nur der Konsumverzicht und ein nachhaltiger Aufbau von Eigenkapital werden letztlich die Wirtschaft wieder gesunden lassen. Das alles wird viel länger dauern, als den Optimisten lieb ist. Realistisch scheint deshalb die Einschätzung, dass die Aufwertung der Aktien in den letzten Wochen bloss ein vorübergehendes Phänomen war. Erfreulich wenigstens, dass in der Schweiz der Schaden weit geringer ausfallen wird. Die Polster sind bei uns ganz einfach viel komfortabler, die Schulden weit geringer. Vorsorgen und Mass halten sind eben Tugenden. [wirtschaft@azag.ch](mailto:wirtschaft@azag.ch)



ENTSORGUNG Händler hoffen, dass mehr Autos den Weg auf die Halde finden. RAFAEL HÜNERFAUTH

# Rabattschlacht der Autohändler

Um in der Krise zu verkaufen, werden über 10 Prozent Nachlass gewährt

**Die Schweizer Autobranche ist zurzeit um Ideen nicht verlegen, wenn es darum geht, mit Preisreduktionen Käufer anzulocken. Experten zweifeln jedoch daran, dass die Rechnung für die Händler langfristig aufgeht.**

NIKLAUS MÄDER

Krise in der Automobilbranche, weggebrochene Verkäufe: Um in der gegenwärtigen Situation über die Runde zu kommen, werben Autohersteller und Händler aggressiv mit Rabatten und Aktionen. Einige Müsterchen der aktuellen Rabattschlacht:

- Renault gewährt eine Prämie von 2000 Franken, wenn ein mindestens acht Jahre altes Auto durch ein Renault-Modell ersetzt wird. Die «grosse Mehrheit» ihrer Händler würde mitmachen. Gemäss einem von der Sendung «Kassensturz» zitierten internen Papier unterstützt Renault den Rabatt mit 750 Franken, die restlichen 1250 Franken muss der Händler tragen.
- Citroën wirbt seit 15. April ebenfalls mit 2000 Franken Prämien beim Eintausch eines 8-jährigen Autos. Zusätzlich gibt es teilweise weitere Rabatte.
- Opel lockt mit Rabatten von maxi-

mal 2500 Franken. Für bisherige Opel-fahrer gibts für den Eintausch ihres Autos eine zusätzliche Treueprämie von mindestens 500 Franken. Ein Opel Insigna Sports Tourer gibts inklusive Treueprämie für 33 800 Franken statt dem Listenpreis von 37 800 Franken – ein Rabatt von 10 Prozent.

- Peugeot lockt mit einer Frühlingsaktion, bei der je nach Modell die Preise zwischen 1500 und 7500 Franken tiefer liegen. Das ganze Peugeot-Händlernetz würde mitmachen.

- Aggressiv treten die Ruckstuhl-Garagen auf, die an 11 Standorten 330 Mitarbeiter beschäftigen. Der Vertreter für Chevrolet, Opel, Saab, Kia und Hyundai wirbt mit einer Verschrottungsprämie bei der Abgabe eines alten Autos. Den Chevrolet Nubria gibts dann für 19 290 statt 21 890 Franken. Ein Rabatt von rund 12 Prozent.

### «Auto ist kein Ramschartikel»

Eins ist den meisten Aktionen gemeinsam: Ihre Laufzeit ist begrenzt. Die Aktion von Renault endet bereits heute, diejenige der Ruckstuhl-Garagen in einem Monat, die Citroën-Aktion läuft noch bis zum 30. Juni. Nach Einschätzung von Andreas Burgener, Direktor der Autoimporteure-Vereinigung Auto-Schweiz, ist dies kein Zu-

fall. Gemäss Burgener können im hart umkämpften Markt des Autohandels mit Margen im tiefen einstelligen Prozentbereich hohe Rabatte nur zeitlich beschränkt gewährt werden.

Ohnehin zeigen sich Experten gegenüber dem Nutzen von Rabatten skeptisch. Auto-Schweiz-Präsident Max Nötzli warnte im Januar in einem Interview mit der «Automobilrevue», dass Käufer, die einmal einen hohen Rabatt erhalten haben, nie wieder den vollen Preis bezahlen wollen. In den USA habe sich gezeigt, dass kurzfristige Resultatverbesserungen mittels Rabatten langfristig negativ wirkten. Ein Auto sei kein Ramschartikel. In die gleiche Kerbe schlägt das deutsche Beratungsunternehmen Marketing-Part-

ner. Demnach schaden Rabatte dem Image einer Marke und erhöhen die Erwartungen auf weitere Rabatte.

### Erfolg noch ungewiss

Ob die Rabattaktionen wenigstens auf kurze Frist ein Erfolg sind, lässt sich zurzeit schwer abschätzen. Bei Renault heisst es, für eine Beurteilung ihrer Aktion sei es noch zu früh. Immerhin legten gemäss Auto-Schweiz-Statistik die Immatrikulationen von Renault-Personenwagen im März um stolze 9,3 Prozent zu. Auch der Gesamtmarkt gewann im März gegenüber dem Vorjahresmonat 0,8 Prozent. Gemäss Burgener hat aber die Branche vor allem Schwung vom Genfer Autosalon mitgenommen.

## Nicht immer Verschrottungen

Zahlreiche der derzeitigen Aktionen laufen unter dem Namen «Verschrottungsprämie» oder Öko-Bonus. Wie die Fernsehsendung «Kassensturz» berichtete, werden bei Renault die eingetauschten, alten Autos jedoch weiterverkauft. Bei Citroën hingegen würden die Fahrzeuge entsorgt, ebenso bei den Ruck-

stuhl-Garagen. Inspiriert sind diese Aktionen von Deutschland, wo der Staat gegenwärtig beim Kauf eines Neuwagens 2500 Euro Abwrackprämie gewährt, falls das bisherige, mindestens 10 Jahre alte Auto entsorgt wird. Ökonomen bezweifeln den Sinn dieser Massnahme. (NME)

## Am Rand der Verlustzone

Panalpina leidet – Krise und Restrukturierung

Der Speditions- und Logistikkonzern Panalpina ist im ersten Quartal 2009 wegen des Einbruchs des Welthandels und Restrukturierungskosten an den Rand der Verlustzone geraten. Der Quartalsgewinn fiel mit 1,9 Millionen Franken 94,1 Prozent tiefer aus als in der Vorjahresperiode. Der Umsatz sank um 24,6 Prozent auf 1,610 Milliarden Franken. Der Betriebsgewinn vor Abschreibungen fiel um 75,4 Prozent auf 14,4 Millionen, der Betriebsgewinn um 93,8 Prozent auf 2,9 Millionen Franken.

Analysten hatten einen kleinen Verlust für das erste Quartal, aber deutlich höhere Umsatzzahlen erwartet. Belastet wurden die Ergebnisse auch durch laufende Restrukturierungs-

kosten. Besonders zufrieden zeigte sich Konzernchefin Monika Ribar mit der Höhe der flüssigen Mittel von 508 Millionen Franken am Quartalsende.

Laut Ribar wurde Panalpina von einem beispiellosen weltweiten Rückgang des Transportvolumens auf allen Handelsrouten getroffen. In der See- und der Luftfracht schrumpften die Volumina um 23 beziehungsweise 28 Prozent. Das Kostensenkungsprogramm von Panalpina zeige aber die erwarteten Ergebnisse. Panalpina hatte den Abbau von zehn Prozent des Personalbestands angekündigt und bis Ende März bereits rund 1000 Stellen gestrichen. Bis Ende Jahr sollen die Betriebskosten um 130 Millionen Franken sinken. (AP)

## Siemens spürt Krise

Der Konkurrent von ABB mit einer Gewinnwarnung

**Der Elektrokonzern wird den erhofften Gewinn nicht erzielen. Die Firma will nun noch mehr sparen, das Management warnt aber vor Schwarzmalerei.**

Der Elektrokonzern Siemens hat sein Gewinnziel für das laufende Jahr wegen der Rezession zurückgeschraubt. Statt der bisher angepeilten 8,0 bis 8,5 Mrd. Euro rechnet der Konzern nun noch mit einem Ergebnis über dem Vorjahreswert von 6,6 Mrd. Euro. «Was wir erleben, ist kein normaler Konjunkturabschwung, sondern der schärfste Absturz der Weltwirtschaft seit der grossen Krise 1929», erklärte Firmenchef Peter Löscher. «Im weiteren Jahresverlauf werden wir unter der ursprünglichen Planung aus dem Juli 2008 liegen.»

Die Senkung der Prognose hatte sich in den vergangenen Wochen abgezeichnet. Im April ist Siemens nochmals in schwierigeres Fahrwasser geraten. Anzeichen für eine kurzfristige Besserung im Wirtschafts- und Finanzierungsumfeld gebe es nicht, so Löscher. Siemens wolle aber nicht in «kurzfristigen Aktionismus» und Schwarzmalerei verfallen. «Die Krise kommt auch bei Siemens an, aber Siemens ist nicht in der Krise.»

Um gegenzusteuern, sollen Massnahmen wie die Verkleinerung der Administration vorangetrieben werden. Zudem setzt Siemens auf die Optimierung des Einkaufs. Auch die Zahl der mehr als 100 000 Lieferanten will Siemens mittelfristig um einen Fünftel senken, erklärte das Schweizer Vorstandsmitglied Barbara Kux. (DPA)