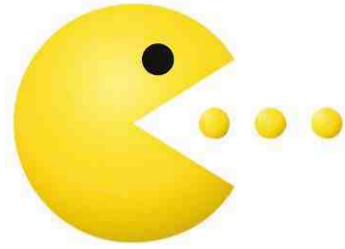


DIE ZAHL

35

Jahre ist es her, dass eine gelbe Video-Spielfigur sich erstmals durch ein Labyrinth arbeitete



und dabei munter alle Punkte verschluckte, die sie auf ihrem Weg antraf. Pac Man und sein Spielprinzip gibt es mittlerweile in zahlreichen geklonten Varianten. Kein Wunder, dass das Internet vor Informationen über die Geschichte des populären Computerspiels nur so strotzt. Erfinder des Spiels ist der Japaner Toru Iwatani. Das Spiel wurde demnach 1980 zuerst von der Firma Namco in Japan als Puck Man veröffentlicht. Ein Jahr später kam es mit dem leicht angepassten Namen Pac Man in den USA auf den Markt. Das Spiel inspirierte nicht nur Werbung und Designer, sondern schaffte es auch in namhafte Museen der Welt. (T.F.)

Fürk produziert Solarstrom

ST. GALLEN. Die Fürk AG, die mit Iveco-Nutzfahrzeugen handelt, hat auf ihrem Dach im Osten der Stadt St. Gallen eine neue Photovoltaikanlage installiert. Diese ist seit Ende März am Netz und liefert Strom für rund 20 Haushalte. Inhaber und Geschäftsführer Adrian Fürk sagt, man habe von Anfang an Energie aus möglichst nachhaltigen Quellen verwenden wollen. Weil es die Technik noch nicht erlaube, den erzeugten Solarstrom sinnvoll zu speichern und selber zu nutzen, speise man ihn ins Netz der St. Galler Stadtwerke ein. Im ersten Monat seien 5000 Kilowattstunden Strom produziert worden. Damit seien 2000 Kilo CO₂ eingespart worden. Die Anlage besteht aus 266 Modulen, die eine Fläche von 450 m² bedecken. Fürk beziffert die Kosten mit 135000 Franken. Der Chef weist zudem darauf hin, dass inzwischen auch die ersten Lastwagen mit Strom fahren. (red.)

TPP-Abkommen verzögert sich

WASHINGTON. Aus dem geplanten Abschluss der Verhandlungen der zwölf Mitgliedsländer der Transpazifischen Partnerschaft (TPP) per Ende Woche wird nichts. Schuld ist der US-Kongress, der die Trade Promotion Authority (TPA) noch nicht verabschiedet hat. Zwar hat der Senat diesem Gesetz am Freitagabend zugestimmt, doch die Zustimmung des Repräsentantenhauses steht noch aus. Und diese Woche passiert in Washington nichts, da die Parlamentarier in den «Memorial Day»-Ferien sind. Die TPA erlaubt es US-Präsident Barack Obama, Handelsverträge auszuhandeln, die der Kongress nur noch genehmigen oder ablehnen kann, aber nicht mehr ändern. Die Befürworter im Repräsentantenhaus scheinen noch zu wenig Stimmen zu haben. Mangels TPA wurde das für heute bis übermorgen geplante Ministertreffen der TPP-Mitgliedsländer abgesagt. (C.M.)

Im Preiskampf um Markenartikel

Lidl Schweiz importiert Produkte von L'Oréal. Denner macht aus Preisgründen das gleiche bei den Zwei-Liter-Flaschen Coca-Cola. Wie Branchenvertreter und Verbände die Lage – speziell im aktuellen Währungsumfeld – einschätzen.

MADELEINE STÄHELI TOUALBIA

Der starke Franken seit Aufhebung der Euroungrenze verbilligt die Produkte aus dem Euroraum. Dem Preiskampf um günstigere Markenprodukte begegnet Discounter Lidl mit Parallelimporten. Lidl importiert seit Markteintritt in die Schweiz parallel. Der Anteil ist kleiner als 10%, wie Sprecherin Corina Milz erklärt. Einige Markenartikel importiert der Discounter nur aus dem Ausland, obwohl er sie in der Schweiz beziehen kann. «Beispiele sind alle L'Oréal-Produkte, Kinderschokolade, Nutella und After Eight,» sagt Corina Milz. Shampoos des französischen Kosmetik-Weltmarktführers L'Oréal gibt es rund 5% billiger als bei den Grossverteilern, zu Deutschland macht die Differenz beim aktuellen Euro-Franken-Kurs trotzdem noch 30% aus. Ein Drittel der etwa 1700 Produkte bei Lidl sind Markenprodukte. Lidl erreicht mit Aldi Suisse laut Marktforschungsinstitut GfK 3% Marktanteil. Beide wollen wachsen. Bei Aldi Suisse liegt der Anteil von Markenprodukten unter 10%, wie Pressesprecher Philippe Vetterli sagt. L'Oréal-Produkte sind nicht im Sortiment. Trotzdem sind auch hier Parallelimporte Thema: «Aufgrund unserer internationalen Zusammenarbeit in der Aldi-Süd-Gruppe können wir teilweise auf eine gemeinsame Einkaufsstrategie setzen.»

Einstandspreise im Fokus

Migros-Tochter Denner mit etwas mehr als 3% Marktanteil importiert bereits seit mehr als einem Jahr günstiger Coca-Cola aus dem Ausland und bleibt dabei: «Nur die 2-Liter-Flaschen beziehen wir über den Parallelimport. Daran halten wir fest», sagt Sprecher Thomas Kaderli. «Unser erklärtes Ziel ist es, auch die derzeit parallel importierten Produkte wieder in der Schweiz einzukaufen, ohne Mehraufwand bei der Beschaffung. Voraussetzung dafür ist allerdings ein fairer Einstandspreis.»

Nach der Anzeige von Denner bei der Wettbewerbskommission (Weko) wegen vermuteter Wettbewerbsbehinderung durch Coca-Cola hat die Weko Vorabklärungen angekündigt. Zum



Der Wegfall der Euroungrenze hat die Preisdiskussion im Schweizer Detailhandel zusätzlich belebt.

Stand sagt Weko-Sprecher Patrik Ducrey: «Denner kommt wieder auf die Weko zu, wenn der Discounter das Coca-Cola nicht im Ausland beziehen kann.»

Auch die Grossverleiher versuchen, auf die Einkaufspreise bei Markenprodukten Druck auszuüben. Coop führt mehr Markenartikel im Sortiment als Konkurrentin Migros. Das Unternehmen tätige Parallelimporte in erster Linie punktuell, erklärt Pressesprecher Urs Meier. Der Grund: «Als national tätiger Grossverleiher sind wir auf absolute Liefersicherheit angewiesen. Mit Parallelimporten lässt sich eine über die Zeitachse lückenlose Warenverfügbarkeit nicht sicherstellen.» Migros listete vor vier Jahren die Garnier-Produktlinie von L'Oréal aus, verkauft sie nun aber wieder. «Die Migros hat die Produkte aufgrund der Kundennachfrage wieder eingeführt. Zudem konnte sie den Kunden die besseren Einkaufskonditionen in Form

von günstigeren Preisen weitergeben», sagt Sprecher Luzi Weber. Angesichts der Differenzen mit dem Detailhandel verweist L'Oréal-Sprecherin Danielle Bryner zur Frage nach dem Schweizer Markt auf die «landesspezifische Komplexität bezüglich der kulturellen Unterschiede». Der Verband Promarca, der die Interessen von rund 100 Schweizer

Markenunternehmen der Konsumgüterindustrie vertritt, wirft den Grossverteilern seit längerem hohe Margen vor. «Auf der Absatzseite, gegenüber dem Konsumenten, hat die Wettbewerbskommission eine kollektiv marktbeherrschende Stellung von Migros und Coop festgestellt», sagt Promarca-Direktorin Anastasia Li-Treyer (siehe Kas-

ten). «Eigentlich sollte sich der Konsument in einem solchen Fall bei der Weko oder beim Preisüberwacher melden.»

Hintergründe ausgeleuchtet

Preisüberwacher Stefan Meierhans hat in einem Zehn-Punkte-Programm neben dem Abschöpfen der Schweizer Kaufkraft vorab höhere Logistik- und Marketingkosten für die Preise in der Schweiz ausgemacht. Gründe für höhere Werbekosten sind etwa höhere Listing-Gebühren als im Ausland, sofern dort überhaupt üblich, und dass die Grossverleiher kaum international präsent sind. Klar ist für Torsten Tomczak, Direktor der Forschungsstelle für Customer Insight an der Universität St. Gallen: «Schweizer Kunden sind qualitäts- und markenorientierter als deutsche, die stärker für den Preis sensibilisiert sind.» Aber: «Schweizer Kunden wollen nicht ohne Grund mehr für ein Produkt bezahlen.»

Neustart zur Änderung

Laut einer Studie, die die Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften (ZHAW) für Promarca erstellte, verfügen Coop und Migros in der Schweiz über relative Marktmacht. Relative Marktmacht bezieht sich auf absatz- und investitionsbedingte Abhängigkeit eines Herstellers von einem Detailhändler. Unternehmen gehen kartellrechtlich dagegen kaum vor, weil sie Preise weitergeben, und für

Konsumenten lohnt sich der Rechtsweg nicht. Nach der gescheiterten Kartellgesetzrevision will nun der Konsumentenschutz mit einer Initiative sowie Hans Altherr, FDP-Ständerat aus Appenzell Ausserrhodens, mit einem Vorstoss im Parlament erreichen, dass internationale Unternehmen Schweizer Abnehmern die Beschaffung zu günstigeren Preisen im Ausland nicht mehr verweigern können. (mst)

BÖRSENSPIEGEL

Wenn viel Geld beruhigt

Seit Mitte März kauft die Europäische Zentralbank (EZB) Staatsanleihen direkt am Markt auf. So pumpt sie 60 Mrd. € jeden Monat zusätzlich in die Wirtschaft der Eurozone. Wie stark und ob überhaupt dieses zusätzliche Geld das Wachstum fördert, werden wir nie genau wissen und wird immer umstritten bleiben.

Wachsende Dynamik

Mittlerweile wächst die Wirtschaft der Eurozone wieder. Verschiedene zukunftsgerichtete Indikatoren wie die Einkaufsmanager-Indizes oder Umfragen bei Unternehmen deuten darauf hin, dass die konjunkturelle Dynamik weiter zunehmen wird. Selbst Italien und Frankreich haben im ersten Quartal zu einem Wachstum zurückgefunden, obwohl das Kaufprogramm der EZB noch gar nicht aktiv war. Bereits im Vorfeld hat

die Vorfreude auf viel EZB-Geld und einen potenten Käufer viele Investoren in die europäischen Staatsanleihen getrieben. Als Folge davon sind die Zinsen in der Eurozone auf neue Tiefstände gefallen. Dies hat zwar die Refinanzierungskosten der Staaten und Unternehmen gesenkt. Zu einer Ausdehnung der Kreditvergabe der Banken oder einer Ausdehnung der Kapitalaufnahme der Unternehmen hat dies jedoch nicht geführt.

Euro unattraktiv gemacht

Ausgenommen sind die boomenden Hypotheken, welche die Nachfrage nach Immobilien und die bereits stark gestiegenen Immobilienpreise weiter angeheizt haben. Mit ihren immer neuen Ideen für eine noch expansivere Geldpolitik hat die EZB den Euro unattraktiv gemacht. Gegenüber dem Dollar verlor er seit Mitte 2014

über 20% an Wert. Für die europäische Exportindustrie war dies ein Geschenk der üppigen Art. Der monatliche Handelsbilanzüberschuss der Eurozone ist seit dem letzten Sommer von 15 Mrd. € Euro auf über 20 Mrd. € gestiegen. Damit wurde aber nur ein Trend fortgesetzt, der seit 2011 anhält und der viel mit der wirtschaftlichen Erholung in den USA und in Asien zu tun hat.

Mehr Ruhe in der Eurozone

Über den direkten Einfluss des EZB-Programms kann man geteilter Meinung sein. Eines lässt sich aber ohne Wenn und Aber feststellen. Das Programm hat mit seiner Grösse und Ausgestaltung die Finanzmärkte beeindruckt. Der Ruf nach immer neuen Massnahmen, welche die EZB-Politik bisher prägen, sind verstummt. Jene Pessimisten, die die Eurozone als ewigen Sanierungsfall bezeich-

nen, haben die Aufmerksamkeit ihres Publikums verloren. Es ist ruhig geworden in der Eurozone. Diese Ruhe ist eine gute Grundlage, um das Vertrauen der Unternehmer und Konsumenten wieder zu gewinnen. Damit ist eine wichtige Voraussetzung erfüllt, damit auch in der Eurozone wieder mehr investiert wird. Die EZB muss dieses Programm jetzt laufen lassen. EZB-Präsident Mario Draghi weist zu Recht alle Aussagen zurück, die angesichts höherer Erdölpreise und besserer Wirtschaftsdaten bereits über eine Kürzung oder vorzeitige Beendigung der EZB-Käufe spekulieren. Was die Eurozone jetzt braucht, ist eine ruhige und verlässliche Geldpolitik. Der Anfang ist nach Anlaufproblemen nun endlich gelungen.

Thomas Stucki, Anlagechef
St. Galler Kantonalbank

Kurs des Euro rutscht zurück

ZÜRICH. Der Eurokurs ist am Pfingstwochenende weiter auf dem Rückzug. Die Gemeinschaftswährung der Eurozone fiel gestern bis auf 1.0341 Franken. Das ist der tiefste Stand seit 8. Mai. Zum Dollar rutschte der Euro wieder unter die Marke von 1.10 \$. Zu Beginn der vergangenen Woche hatte der Euro noch gut 1.14 \$ gekostet. Inflationsdaten aus den USA und Aussagen von US-Notenbankchefin Janet Yellen hatten dem US-Dollar vergangenen Freitag Auftrieb verliehen. Yellen hatte in einer Rede erneut bekräftigt, dass ein erster Zinsschritt in diesem Jahr wohl angemessen sei. Klar ist, dass die Fed nicht ewig warten kann. Die Kerninflation, welche die Ölpreise ausklammert, stieg im April mit 1,8% stärker als erwartet. Und auch die Reallohne ziehen in den USA langsam wieder an. Zinserhöhungen in den USA könnten auch den Weg bereiten für ein Nachziehen in Europa. (awp)