

Avec-Shops verkaufen neu auch Tchibo-Kleider

Die Valora-Tochter testet eine Sortimentserweiterung

DIE TANKSTELLEN- UND Bahnhofshop-Kette Avec von Valora testet neu das Shop-in-Shop-Konzept mit Tchibo-Produkten. In den Verkaufsstellen in Basersdorf ZH, Bonstetten ZH, St. Gallen und Aarberg BE gibt es nebst Snacks, Zeitungen und Alkohol neu auch Kleider und Accessoires des deutschen Kaffee- und Haushaltgeschäfts zu kaufen. «Der Test dauert bis Ende Jahr», bestätigt Valora-Sprecherin Stefania Misteli.

Sollte die Testphase erfolgreich verlaufen, werden weitere Avec-Filialen damit ausgerüstet. Zurzeit betreibt Valora in der Schweiz rund 100 Avec-Shops, bis Ende 2012 sollen es 150 sein.

Valora arbeitet gegenwärtig an der Umsetzung eines neuen Gestaltungs- und Angebotskonzepts namens «C'est la vie». Damit will man sich nicht zuletzt im hart umkämpften und stark wachsenden Convenience-Markt von der Konkurrenz wie Coop Pronto und Migrolino unterscheiden. Alle neuen Filialen erhalten den neuen Look. Zu «C'est la vie» gehören zum Beispiel günstige Hotdogs, ein attraktives Weinsortiment und Mittags-Comboangebote mit Sandwiches und Getränken.

DIE KOOPERATION MIT TCHIBO ist bemerkenswert, weil Valora-Chef Thomas Vollmüller vor seinem Amtsantritt während elf Jahren beim deutschen Kaffeeröster und Detailhändler tätig war, unter anderem als Konzernleitungsmitglied. Tchibo betreibt in der Schweiz 42 eigenständige Filialen und ist vor allem mit dem wöchentlich wechselnden Non-Food-Sortiment erfolgreich.

Hinzu kommen die rund 200 Tchibo-Ecken bei Dritten, zum Beispiel in Bäckereien oder bei Spar – in erster Linie aber bei Coop. Deshalb dürfte man in Basel wohl nicht besonders erfreut sein, sollte es tatsächlich zur grossflächigen Kooperation zwischen Tchibo und Valora kommen.

BENJAMIN WEINMANN

Am Kiosk lässt sich jetzt Geld überweisen

Valora führt per sofort an 1000 Verkaufsstellen einen neuen Service ein

Das Geldtransfer-Geschäft boomt. Nun will sich auch die Kioskbetreiberin ein Stück vom Kuchen abschneiden – und geht damit auf Konfrontationskurs zu den SBB.

VON BENJAMIN WEINMANN

An rund 1000 Kiosk-Verkaufsstellen und in den Press & Books Shops von Valora ist es neu möglich, Geld nach überall in der Welt zu überweisen. Dies bestätigt Valora-Sprecherin Stefania Misteli gegenüber dem «Sonntag». Ausgenommen sind rund dreissig nicht firmeneigenen Kiosk-Agenturstellen. Valora arbeitet für diesen Service mit dem Anbieter Moneygram zusammen. Anfang Jahr starteten die beiden Firmen einen Test an 80 Kiosken, nachdem Moneygram von der Finanzmarktaufsicht die Lizenz als Finanzintermediär erhalten hatte. Valora agiert somit als Agent von Moneygram.

IN DER VERGANGENHEIT GAB es Berichte, wonach es bei der schweizweiten Einführung zu Verzögerungen komme. Davon will Valora nichts wissen: «Wir liegen zeitlich im Plan, da wir für die Pilotphase sowie für die wichtige und sorgfältige Ausbildung unserer Mitarbeiter von Anfang an einen gewissen Zeitrahmen eingeplant haben», sagt Misteli. Dazu gehört auch eine gesetzlich vorgeschriebene Schulung zur Verhinderung von Geldwäscherei. Zudem verfüge man über eine erfahrene interne Überwachung zur Einhaltung aller gesetzlichen Vorgaben.

Valora wittert zusammen mit Moneygram das grosse Geschäft. Das Gesamtvolumen aller Überweisungen aus der Schweiz beläuft sich jährlich auf 1,5 Milliarden Franken. Weltweit sind es



Valora zählt täglich rund eine Million Kunden an ihren Kiosken. Sie können nun auch weltweit Geld verschicken. HO

420 Milliarden Dollar. Die Zuwachsraten sind zweistellig.

Hauptkunden sind in erster Linie Immigranten, die ihren Verwandten im Heimatland Geld innert weniger Minuten überweisen möchten, also schneller als bei einer normalen Banküberweisung, die in der Regel billiger ist, aber ein Bankkonto des Empfängers erfordert. Bei den Kiosken profitieren sie nun von langen Öffnungszeiten und einer grossen Präsenz auch in ländlichen Regionen. Moneygram zählt insgesamt 233 000 Zahlstellen in 191 Ländern.

Die Partnerschaft mit Moneygram ist ein Angriff auf die SBB, die zusammen mit Western Union zu den Marktführern in der Schweiz gehören. Allerdings ist der Geldtransfer nur an 165 SBB-Bahnhöfen in der Schweiz möglich – deutlich weniger als bei Valora. In der Westschweiz arbeitet Western Union zudem mit der Kioskbetreiberin Naville zusammen. Ein Preisbeispiel zeigt grosse Unterschiede. So kostet eine Geldüberweisung von 300 Franken in die Türkei bei Valora-Moneygram Fr. 14.50, bei SBB-Western-Union hingegen 20 Franken.

1 500 000 000

Ein lukratives Geschäft: Gemäss Valora werden aus der Schweiz jährlich 1,5 Milliarden Franken ins Ausland transferiert.

Krise trifft die CS härter als die UBS

Die Banken sind im Teufelskreis des politischen Einflusses auf die Finanzmärkte gefangen

VON MARK BAER

Die Aktionäre erwarten nichts Gutes für nächsten Dienstag und Donnerstag, wenn UBS und CS jeweils ihr erstes Halbjahr präsentieren. Seit zwölf Wochen kennen die Papiere der beiden Schweizer Grossbanken vornehmlich eine Richtung: die nach unten.

Die Aktien der UBS haben in den letzten drei Monaten an der Schweizer Börse rund 17 Prozent an Wert eingebüsst. Die Credit Suisse ist seit April sogar um 22 Prozent abgesackt. Der Markt rechnet mit miesen Quartalsergebnissen. «Die Handelsvolumen sind immer noch sehr tief, zudem war das Zinsgeschäft im 2. Quartal schlecht. Dies dürfte dem Investmentbanking von UBS und CS zugesetzt haben», sagt Panagiotis Spiliopoulos, Leiter Research bei der Bank Vontobel, dem «Sonntag».

IM FIXED-INCOME-BEREICH, dem Geschäft mit festverzinslichen Wertpapieren, lief es die vergangenen vier Monate besonders schlecht. «Die Credit Suisse spielt hier in der Topliga und dürfte deshalb härter von der Krise betroffen sein als die UBS.» Auch für die Vermögensverwaltung der beiden Finanzinstitute ist Spiliopoulos nicht optimistisch. Hier herrsche ebenfalls eine Flaute, weil die Kunden ihr Geld im Moment nicht investieren liessen.

Der Vontobel-Experte Spiliopoulos erwartet für die UBS einen Reingewinn



Margendruck in Zukunft vor allem im Private Banking: Brady Dougan, CEO der CS (links) und Oswald Grübel, CEO der UBS.



KEYSTONE

von 986 Millionen Franken, was einem Minus von 45 Prozent gegenüber dem Vorquartal entspricht. Für die CS prognostiziert er einen Reingewinn von 1 Milliarde. Dies bedeutet ein Minus von «nur» 6 Prozent. Allerdings weist der Research-Chef hier auf grosse Sonderposten hin, welche die Credit Suisse im 1. Quartal für anstehende Gerichts-fälle getätigt hat. «Ohne diese Sonder-effekte würde das Minus gegenüber dem 2. Quartal etwa 40 Prozent betragen», so Spiliopoulos.

«Der Margendruck bei UBS und CS wird weiter zunehmen», prophezeit Florian Esterer, Senior Portfoliomanager bei Swisscanto. Davon sei in Zukunft vor allem das Private Banking betroffen. «Das CS-Management ignoriert diesen Fakt und sagt, dass es sich hierbei nur

um zyklische Effekte handelt. Sobald die Märkte wieder drehen würden, werde alles besser, meinen die Verantwortlichen. «Doch das stimmt nicht», ist Esterer überzeugt. Am deutlichsten würde man den Margendruck bei der Bank Julius Bär sehen: «Dort fällt die Gewinnerwartung von Quartal zu Quartal.» Und tatsächlich: Vor zwei Tagen vermeldete Julius Bär wieder einen Gewinneinbruch. Unter anderem hat der starke Franken auf das Ergebnis der Privatbank gedrückt.

DIE PROBLEMATIK des starken Frankens und des schwachen Euros ist laut Professor Martin Janssen von der Universität Zürich für alle Banken von erheblicher Bedeutung. Auch wenn Griechenland nun neues Geld im Umfang von 109 Milliarden Euro erhält, sei die Krise noch

lange nicht vorbei. «Ein partieller oder vollständiger Ausfall Griechenlands oder eines anderen EU-Landes würde andere Staaten und vor allem Banken schwer in Schieflage bringen», so Jansen. Das gemeinsame Schuldendach werde wohl früher oder später in einer ganz schwierigen Situation enden, so der Wirtschaftspraxisprofessor gegenüber dem «Sonntag».

FINANZAKTIEN DÜRFTEN somit weiterhin zu den Ladenhütern gehören: «Für uns sind amerikanische und europäische Banktitel auf lange Sicht grundsätzlich unattraktiv», sagt Stefan Kimmel, Geschäftsführer der Arvest-Privatbank. Die systemrelevanten Banken würden im Teufelskreis des zunehmenden politischen Einflusses auf die Finanzmärkte und der Finanzierung wachsender Staatsschulden gefangen bleiben. «Wir gehen deshalb davon aus, dass die Bedeutung und die Rentabilität des Finanzsektors in westlichen Staaten abnehmen werden», sagt Kimmel.

Vontobel hat alle Bankaktien ausser der UBS von ihrer Empfehlungsliste gestrichen. «Die UBS erscheint uns nur deshalb interessant, weil es sich hier um einen Turnaround-Kandidaten handelt», sagt Spiliopoulos von der Bank Vontobel. Das Kursziel veranschlagt der Analyst auf 19 Franken. Die CS sieht er bei 38 Franken. Für die ZKB und Swisscanto sind weder die Papiere von UBS noch die der CS ein Kauf.

Juli-Regen vermiest das Geschäft

Getränkeanbieter und Ausflugsorte leiden

DAS TRÜBE WETTER sorgt bei vielen Geschäften für leere Kassen – und das mitten in den Sommerferien. Zu den Hauptbetroffenen gehört die grösste Getränkehändlerin der Schweiz, die Feldschlösschen-Gruppe: «Der Umsatz ist im Juli eingebrochen», sagt Sprecherin Gaby Gerber. «Es wird deutlich weniger konsumiert», bestätigt Carmen Wyss von Heineken Schweiz. Und Rivella-Sprecherin Monika Christener sagt: «Nach dem starken Frühling lagen wir noch klar über Vorjahr. Dieser Vorsprung hat sich aber mittlerweile wieder aufgelöst.»

Auch die Freizeitparks bekommen die dunklen Wolken zu spüren: «Eine Woche schlechtes Wetter schmerzt uns mehr als das Frankenproblem», sagt Erich Brandenberger vom Connyland in Lipperswil TG. «Am Mittwoch zählten wir beispielsweise nur 1000 Gäste. An absoluten Spitzentagen sind es 4500.»

Stark betroffen sind laut Schweiz Tourismus auch die Ausflugsziele in den Bergen. «Es gibt weniger Tagesausflüge und spontane Hotelbuchungen», sagt Sprecherin Daniela Bär. «Auch Bergbahnen, Schifffahrtsgesellschaften und Campingplätze spüren das schlechte Wetter.» Hingegen gehörten Museen, Kinos und Erlebnisbäder zu den Gewinnern. (BWE/PBU)