

Nationalbank schützt uns vor Dichtestress

Die Wechselkursverluste, die wir vorgestern gegenüber den wichtigsten Währungen erlebt haben, sind zweifellos eine unternehmerische Herausforderung. Was vor 20 Jahren vielleicht noch ein Erdbeben ausgelöst hätte, gehört heute zu den Managementfähigkeiten einer neuen Generation von Führungskräften. Das Grundgerüst der Schweizer Wirtschaft sind anpassungsfähige, innovative Unternehmen.

Erinnern wir uns doch an die Lage vor drei Jahren: Der hohe Schweizer Franken zwang beispielsweise die im st. gallischen Heerbrugg angesiedelte SFS, für die Schweizer Fabrikation eine 43-Stunden-Woche einzuführen. Vorübergehend wurden aus 26 Ferientagen wieder 20. Ein Einstellungsstopp wurde verfügt, um die Wettbewerbsfähigkeit aufrechtzuerhalten. Diese rasche Reaktionsfähigkeit, betriebliche Lösungen auch mit Arbeitnehmervertretern zu finden und rasch umzusetzen, macht unsere Unternehmerlandschaft einzigartig in Europa. Heute steht die schlanke, unbürokratische SFS fitter da denn je, verfügt über eine loyale Belegschaft, über langjährige Investoren und ein junges, erfolgshungriges Management. Die liquiden Mittel werden in organisches und akquisitorisches Wachstum investiert, geprägt von einer klaren Vision.

Nach vielen Gesprächen mit Unternehmensführern und Finanzchefs in den letzten zwei Tagen bleibe ich zuversichtlich, dass uns auch diese Krise stärker macht. Überraschend war ja höchstens der Zeitpunkt, aber selbst der verrät eine innere Logik: Die Schweizerische Nationalbank (SNB) hat mit der Aufgabe des Mindestkurses zum Euro das scheinbar

sinkende Schiff verlassen. Sie hat antizipiert, dass am 22. Januar 2015 die Geldpolitik in der Eurozone sehr expansiv wird; dem steht die amerikanische Geldpolitik gegenüber, die nach Einschätzung der Nationalbank im Jahr 2015 eher von einer Straffung geprägt sein könnte.

Manche sehen deswegen schon den Euro in der Parität zum Dollar, das heisst, mit der weiteren Anbindung an den Euro hätte die Abwertung des Frankens auf 1.20 gegenüber dem US-Dollar gedroht. Die Gefahr einer enormen inflationären Überhitzung der Schweizer

AUSSICHTEN

Volkswirtschaft stand im Raum. Das sichtbare und zunehmende Auseinanderklaffen zwischen Eurozone und US-Dollar-Wirtschaftsraum veranlasste die SNB zum konsequenten Handeln. Vielleicht hätte sie nach dem 22. Januar 2015 nochmals 100 Milliarden für die Mindestkurs-Verteidigung aufwerfen müssen – vielleicht aber auch 200. Absehbar war deshalb, dass das ein Ende haben muss.

Die SNB verfügt nun wieder über Autonomie, ein Anliegen aller Euro-skeptiker. Der Preis scheint unmittelbar hoch, doch ist er verkraftbar und tut zugleich gut. Die SNB wird nun auch wieder aktiver auf dem Devisenmarkt intervenieren können. Eine starre Anbindung an den stark heruntergeredeten, unterbewerteten Euro ist vermieden worden. Was in den hausinternen Inflationsprognosen der SNB bereits 2015

zu einer Hochkonjunktur in der Schweiz mit einer entsprechenden Lohn- und Preisspirale geführt hätte, mit verstärkter Einwanderung und einer weiteren Verschärfung auf dem Immobilienmarkt, war nicht vereinbar mit ihrem verfassungsmässigen Auftrag.

Die SNB hat uns vor einem absehbaren Inflationstrend und weiterem Dichtestress geschützt. Sie hat die Preisstabilität höher gewichtet als die Beibehaltung auf dem Euro-Schiff. Die Nationalbank hat auch die Autonomie von den immer unberechenbarer gewordenen Kollegen in Frankfurt und New York zurückgewonnen. Das ist die gute Nachricht. Die zweite ist, dass wir – wenn wir die Signale der SNB richtig interpretieren – durchaus den Eurokurs in der Bandbreite von 1.10 bis 1.25 in den nächsten 12 bis 18 Monaten sehen werden. Vielleicht ist dazu eine weitere Erhöhung des Negativzinses erforderlich; das wäre gewiss nicht überraschend. Aber gerade das gegenwärtige realwirtschaftliche Erstarren der Eurozone – vor allem auch dank des Ölpreiserfalls – hat der SNB den Schritt zum kontrollierten Floating der Wechselkurse erleichtert.

Die Risiken für die Nationalbank wie auch für unsere Volkswirtschaft sind in Wahrheit geringer geworden. Die makroökonomischen Überraschungen in Europa nehmen fast täglich zu, die makroökonomischen Enttäuschungen aus den USA ebenfalls. Die freien Wechselkurse haben unmittelbar zu einem Überschüssen des Schweizer Frankens geführt.



Wer nun nüchtern kalkuliert, kauft Schweizer Aktien von gut geführten Unternehmen. Dabei ist auf einen gesunden Mix zwischen globalen Konzernen sowie mittleren und kleineren Unternehmen wie SFS zu achten. Mit einer solchen Diversifikation nicht nur auf einen Index zu setzen, wird langfristig belohnt. Das lehrt uns jede Krise – und das Schlimmste wäre, einmal mehr das zu machen, was einem als Erstes durch den Kopf schießt: Aktien zu verkaufen. Genau das Gegenteil ist angebracht. Mit solchem Handeln wird man in absehbarer Zeit wieder im Plus liegen. Wer am Ende dieses Jahres beispielsweise mit plus 2 Prozent Rendite dastehen wird, hat bei einer erwarteten negativen Teuerungsrate von geschätzt minus 1 Prozent einen realen Kaufkraftgewinn von 3 Prozent erzielt. Das ist viel, und dabei ist es erst der Anfang von weiteren Gewinnen. Weil Unternehmen wie Nestlé und auch SFS selbst in struben Zeiten in der Lage sein werden, Dividenden auszuschütten. Der Bund dagegen nimmt für die kommenden zehn Jahre Geld entgegen, ohne Zins bezahlen zu müssen.

Also, wollen Sie lieber auf dem eingesetzten Franken 30 bis 40 Rappen Dividende erzielen oder auf zinslosen Papieren sitzen?

HINWEIS

Maurice Pedergnana (49) ist Professor für Banking und Finance an der Hochschule Luzern – Wirtschaft und Studienleiter am Institut für Finanzdienstleistungen Zug (IFZ).

Migros verteidigt ihren Spitzenplatz

DETAILHANDEL Der Orange Riese konnte den Umsatz im vergangenen Jahr um 2 Prozent steigern. Dabei bereitete der Migros das Ergebnis der Reisetochter Hotelplan besonders Freude.

sda. Die Migros ist im letzten Jahr weiter gewachsen: Der Umsatz stieg um 2 Prozent auf 27,283 Milliarden Franken. Dazu trugen auch Übernahmen bei. Im Detailhandel in der Schweiz legte der orange Riese um 2,3 Prozent auf 19,613 Milliarden Franken zu. Erstmals enthalten im Ergebnis seien auch die Umsätze der Modekette Schild sowie der Ospena Group mit ihren Molino-Restaurants, teilte die Migros gestern mit. Dazu kämen die Umsätze des Schokoladenherstellers Sweet Works in den USA und des Ferienhausvermittlers Inter Chalet.

Sorgenkind bleibt das Ausland

Bei der Migros stieg der Umsatz indes im gesamten Detailhandel – also mit dem Auslandsgeschäft – um 0,8 Prozent auf 23,054 Milliarden Franken. Während das Geschäft in der Schweiz deutlich zulegen konnte, ging der Auslandumsatz währungsbereinigt um 1 Prozent auf 1,817 Milliarden Franken zurück. Der Umsatzrückgang im Ausland sei auf den Verkauf des Filialgeschäftes der Migros Deutschland sowie auf schlechtere Ergebnisse der deutschen Tegut-Gruppe und von der französischen Migros-Tochter zurückzuführen.

Damit liefern sich die Migros- und die Coop-Gruppe ein Kopf-an-Kopf-Rennen um den Spitzenplatz im Schweizer Detailhandel. Coop hatte vor einer Woche bekannt gegeben, den Konzernumsatz um 0,7 Prozent auf 27,2 Milliarden Franken gesteigert zu haben. Im Detailhandel, wo Coop hinter Migros die Nummer zwei der Schweiz ist, stiegen die Einnahmen um 1,9 Prozent auf 17,7 Milliarden Franken.

Migros-Chef Herbert Bolliger zeigte sich derweil über das Gesamtergebnis erfreut: Trotz starker Konkurrenz und eines immer noch wachsenden Einkaufstourismus hätten letztes Jahr noch mehr Kunden der Migros das Vertrauen geschenkt. «Besonders erfreulich ist auch, dass das durch externe Einflüsse schwierig gewordene Reisegeschäft nachhaltig zulegen konnte und Interio deutlich Marktanteile gewonnen hat», erklärte Bolliger.

Erstmals seit langem aufwärts ging es tatsächlich mit der Reisetochter Hotelplan: Die Gruppe erhöhte ihren Umsatz demnach um 17 Prozent auf 1,322 Milliarden Franken. Der Hauptteil der Umsatzzunahme sei auf die Vollkonsolidierung des Ferienhausvermittlers Inter Chalet zurückzuführen. Erfolgreich lief es auch beim Einrichtungshaus Interio, das nach dem Minus im Vorjahr den Umsatz um 9,7 Prozent auf 186,9 Millionen Franken verbesserte.

Denner weiter im Hoch

Der Migros-Discounter Denner setzte indes den Aufschwung fort: Zum fünften Mal in Folge erhöhte der Discounter seinen Umsatz – und zwar um 1,5 Prozent auf 2,917 Milliarden Franken. Bei der Wohnaccessoires-Kette Depot stieg der Umsatz gar um 9,6 Prozent auf 462,8 Millionen Franken. Dagegen musste die Warenhauskette Globus ein leichtes Minus von 0,8 Prozent auf 790,9 Millionen Franken hinnehmen. Dank der Übernahme des Modehauses Schild, das jetzt neu zu Globus gehört, stieg der Umsatz dennoch um einen Fünftel auf 960,1 Millionen Franken.

Schub verlieh dem Orangen Riesen Migros ebenfalls das Onlinegeschäft, welches erstmals die Milliardenengrenze knackte. Der gesamte Onlineumsatz wuchs um 16,6 Prozent auf 1,086 Milliarden Franken.

Es florieren ebenfalls die Migrolino-Läden. Nach dem satten Plus im Vorjahr konnten sie erneut um 15,1 Prozent auf insgesamt 347,2 Millionen Franken Umsatz zulegen. 2014 wurden elf neue Shops eröffnet, womit es jetzt 254 Migrolino-Läden gibt.

ANZEIGE

STYLE

- « TOUCHSCREEN UND DAB+: EIN TOUCH DIGITALER
- « SITZHEIZUNG VORNE: DER WINTER WIRD HEISS
- « ALUFELGEN: TRÈS CHIC

KUNDENVORTEIL
CHF **5 000.-**

PEUGEOT

208

Style



PEUGEOT EMPFIEHLT TOTAL

webStore
Meinen neuen Peugeot finden
webstore.peugeot.ch

PEUGEOT 208 STYLE JETZT AB CHF 16 490.-

Der Peugeot 208 Style fährt stilsicher mit attraktiven Extras auf: Sitzheizung vorne, Touchscreen mit DAB+, Alufelgen und stärker getönte Heck- und Seitenscheiben hinten. Entdecken Sie auch die weiteren Style-Modelle 2008, 308 und 308 SW. Jetzt bei Ihrem Peugeot-Partner.

Peugeot 208 Style VTI 82 PS, CHF 19 990.- (inkl. Spezialausstattung Style CHF 1 500.-), Cash-Prämie CHF 3 500.-, Endpreis CHF 16 490.- Verbrauch kombiniert 4,5 l/100 km, CO₂-Ausstoss 104 g/km, Energieeffizienzklasse C. Gültig für Bestellungen vom 1.1. bis 28.2.2015. Der durchschnittliche CO₂-Ausstoss aller in der Schweiz verkauften Neuwagenmodelle beträgt 144 g/km.

NEUER PEUGEOT 208 STYLE

MOTION & EMOTION

