



BP-Chef Hayward
Analysten haben
versagt

Imagepflege bei Anlegern

BP » Der britische Konzern muss jetzt an zwei Fronten gleichzeitig kämpfen: im Golf von Mexiko und an den Finanzmärkten.

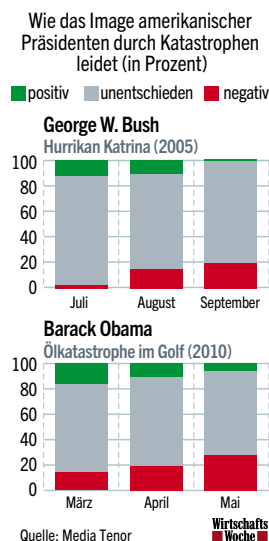
Seit der Explosion der Ölplattform Deepwater Horizon am 20. April gab es für BP-Chef Tony Hayward vor allem ein Thema: die Rettungsmission im Golf von Mexiko. Und der neue Verwaltungsratsvorsitzende des Konzerns, Carl-Henric Svanberg, mied öffentliche Auftritte. Um die Folgen der Ölkatastrophe an den Finanzmärkten kümmerte sich keiner der beiden. So stürzte der Aktienkurs der britischen Aral-Mutter BP seit der Explosion um mehr als ein Drittel ab. Erst nach diesem Warnsignal versucht die Unternehmensführung, das Vertrauen verunsicherter Anleger zurückzugewinnen.

Für die nächsten Tage plant Hayward eine Telefonkonferenz mit institutionellen Anlegern. Ende der Woche will sich der Konzernchef dann gar persönlich mit einigen Großaktionären treffen. Er wird ihnen versprechen, dass BP die Dividende nicht kürzt, und ihnen versichern, dass die wirt-

schaftliche Existenz des Multis nicht bedroht ist. Schließlich werden die Stimmen immer lauter, die BP als Übernahmekandidaten bezeichnen. Schon heißt es, der Konzern könne in seiner bisherigen Form nicht überleben. „Das hat den Geruch des Todes“, schrieb Dougie Youngson von der Investmentbank Arbutnot Securities. Seine Aktionäre will Hayward nun davon überzeugen, dass die Folgekosten des Unglücks für den Konzern zu stemmen sind. Hatte der doch 2009 einen Gewinn vor Steuern von 26,4 Milliarden Dollar erzielt. Im ersten Quartal 2010 erwirtschaftete er noch Netto-Barreserven in Höhe von fast acht Milliarden Dollar.

Versagt haben auch die Analysten. Von 34 beim Informationsdienst Bloomberg gelisteten Experten, die nach dem 20. April frische BP-Analysen herausgaben, hielten fast alle stur ihre Kaufempfehlungen bei. Einige priesen kurz nach der Explosion die Aktie sogar ausdrücklich als gute Kaufgelegenheit an. Wer auf sie hörte, erlitt kräftige Verluste. Das Verhalten der Analysten zeigt nicht nur, dass es zwischen der mächtigen Ölbranche und den US-Regulierungsbehörden kuschelig zuging. Auch hat die Ölindustrie mit ihrem riesigen Kapitalbedarf und noch größeren Vermögenswerten die Finanzbranche bestens im Griff. Kein Analyst traute sich, BP oder die gesamte Branche frühzeitig und öffentlich abzustrafen. Dabei erwartet neben der Finanzbranche auch die Ölindustrie eine schärfere Regulierung, die das Bohr- und Fördergeschäft verteuern dürfte.

yvonne.esterhazy@wiwo.de | London, andreas henry | New York



ABGESTÜRZT
In Amerikas Medien ist das Ansehen von US-Präsident Barack Obama wegen der Ölkrise im Golf von Mexiko stark gesunken, so eine Studie von Media Tenor. Sein Image ist sogar schlechter als das seines Amtsvorgängers George W. Bush nach dem Hurrikan Katrina.

FOTO: AP/SEAN GARDNER

Geschäftsmodell ändern

Beraterfusion » Die geplante Übernahme von A.T. Kearney durch den Wettbewerber Booz & Company ist eine Folge des wachsenden Preisdrucks auf dem Beratermarkt.

Die geplante Übernahme der Strategieberatung A.T. Kearney durch den Konkurrenten Booz & Company markiert den Beginn einer Marktkonsolidierung. „Das ist eine logische Konsequenz der Veränderungen im Beratermarkt und bedeutet den Abschied vom bisherigen Geschäftsmodell“, sagt Dietmar Fink, Professor für Unternehmensberatung an der Hochschule Bonn-Rhein-Sieg.

Seit das lukrative Geschäft mit Strategiekonzepten infolge der Wirtschaftskrise schrumpft, drängen die großen

Consultinghäuser stärker ins Massengeschäft mit Umsetzung einzelner Projekte. Das war eine Domäne der mittleren und kleineren Berater. Die Folge: Die Honorare verfallen. „Bei Ausschreibungen werden wir inzwischen häufig von Branchenschwergewichten unterboten“, klagt ein Mittelständler. Im Massengeschäft kann aber nur mithalten, wer regional und branchenmäßig breit aufgestellt ist und über einen großen Beraterstamm verfügt. „Booz und A.T. Kearney würden sich gut ergänzen“,

sagt Branchenexperte Fink. Ist Booz in den USA personell schwach, ist A.T. Kearney dort stark. Zudem: Booz ist gut im Finanz- und Bankensektor vertreten, A.T. Kearney im Konsumgüterbereich.

Dagegen stehen die Erfahrungen mit Übernahmen im Beratermarkt: „Weder der Verkauf der PricewaterhouseCoopers-Beratungssparte an IBM noch die Übernahmen durch Oliver Wyman waren ein Erfolg“, erinnert sich ein Insider. Risikofaktor sind die bisherigen A.T. Kearney-Partner, die bei einer Übernahme von Booz ausgezahlt werden müssten: „Einige werden nach dem Deal steinreich sein“, sagt Fink, „da besteht immer die Gefahr, dass die abwandern.“

hans-juergen.klesse@wiwo.de

Drastische Verluste

Schlecker » Laut einer GfK-Studie brechen die Umsätze des Drogeriekonzerns ein, jeder zehnte Kunde wandert ab – vor allem zu Supermärkten und Lebensmittel-discountern.

Der Protest wirkte. Monatelang hatte die Gewerkschaft Verdi gegen Dumpinglöhne und Kündigungen bei der Drogeriekette Schlecker mobil gemacht. Am vergangenen Dienstag lenkte der Konzern ein. Alle 34 000 Beschäftigte sollen künftig nach dem Einzelhandelstarif von Baden-Württemberg bezahlt werden.

Der Friedensschluss war überfällig – vor allem für Schlecker. Laut einer Analyse des Marktforschungsunternehmens GfK schlägt das rampo-nierte Image der Drogeriekette zusehends auf die Geschäfte durch. In den ersten vier Monaten 2010 hat Schlecker

DIE PROFITEURE DES SCHLECKER-DESASTERS

Wohin fließen die „verlorenen“ Umsätze von Schlecker?



Quelle: GfK-ConsumerScan, erstes Quartal 2010 im Vergleich zum ersten Quartal 2009

WirtschaftsWoche

demnach in seinen deutschen Filialen drastische Umsatzverluste erlitten. Im Vergleich zum Vorjahreszeitraum brachen die Erlöse laut GfK um 16 Prozent ein, 1,7 Millionen Käuferhaushalte seien zur Konkurrenz abgewandert. „Das ist mehr als jeder zehnte bisherige Käufer von Schlecker“, schreibt GfK-Experte Wolfgang Twardawa. Das Unternehmen wollte die Zahlen nicht kommentieren.

Als eine Ursache für den Kundenschwund sieht Twardawa Schleckers umstrittene Personalpolitik. „Die in diesen Fragen zunehmend kritischen Verbraucher bestrafen solche ethischen Fehlertitte inzwi-

schen nicht mehr nur durch zeitweilige Kaufzurückhaltung“, so Twardawa, „sondern durch dauerhaften Vertrauensentzug.“ Der Schlecker-Exodus belebt laut GfK nicht nur das Geschäft der Drogerierivalen dm und Rossmann. Vor allem Supermärkte und Lebensmitteldiscounter profitieren davon (siehe Grafik).

Für Schlecker verschärft sich derweil ein Abwärtstrend, der schon geraume Zeit anhält. Nach Schätzungen des Marktforschers Trade Dimensions setzte Schlecker 2008 rund 5,1 Milliarden Euro in Deutschland um, 2009 waren es nur noch 4,7 Milliarden Euro.

henryk.hielscher@wiwo.de

{ Drei Fragen }

zu ICE-Restaurants ...Herr Etmans

Im Juni kriert der fünfte TV-Koch dieses Jahres die Monatsgerichte im ICE-Restaurant. Was bringt die Aktion?

Unser Anspruch ist, ein hochwertiges gastronomisches Angebot anzubieten. Damit liefern wir einen weiteren Grund fürs Bahnreisen. Zudem finanzieren wir damit den Neubau einer Schule in Äthiopien: Je 50 Cent vom Verkaufspreis kommen der Böhm-Stiftung „Menschen für Menschen“ zugute. Nach drei Monaten haben wir 120 000 Gerichte verkauft und über



Robert Etmans, 59, ist Vorstand Personal und Bord-service bei der Deutsche-Bahn-Tochter DB Fernverkehr.

60 000 Euro gesammelt. Benötigt werden 250 000 Euro.

Sind Bordrestaurants überhaupt noch zeitgemäß?

Ja. Auf längeren Strecken erwarten Reisende gastronomischen Service. Gerade im ICE erfreut sich das Bordrestaurant wachsender Beliebtheit. Damit lässt sich zwar letztendlich kein Geld verdienen, aber wir binden Fahrgäste mit dem Plus an Reisequalität an uns und gewinnen Neukunden.

Die Aktionsgerichte bestehen aus Fleisch. Warum nicht auch mal Vegetarisches?

Unsere Gäste bevorzugen nach wie vor Fleischgerichte. Aber auf der Standard-Speisekarte finden Gäste auch Speisen für Vegetarier.

christian.schlesiger@wiwo.de