

Banken suchen Käufer für Arcandor-Teile

Vorstandschef Eick ringt dennoch weiter um Rettung des Gesamtkonzerns

DÜSSELDORF. Der insolvente Handels- und Reisekonzern Arcandor treibt die Pläne für seine Zerschlagung voran. Nach Handelsblatt-Informationen aus Finanzkreisen hat der vorläufige Insolvenzverwalter Klaus Hubert Görg zwei Banken damit beauftragt, Käufer für Teile des Konzerns zu suchen. Merrill Lynch soll Karstadt verkaufen, das Bankhaus Metzler die Versandhaus-Sparte Primondo, zu der unter anderem Quelle gehört. Ein Sprecher Görgs bestätigte, dass ein Auftrag an Investmentbanken zur „Prüfung aller Optionen“ erteilt sei. Zu den Namen der Institute und Details des Auftrags äußerte er sich nicht. Auch Merrill Lynch und Metzler verweigerten Kommentare.

In Konzernkreisen hieß es, Vorstandschef Karl-Gerhard Eick treibe parallel zu dem Verkaufsauftrag seine Pläne für den Erhalt des Gesamtkonzerns voran. Eick schwebt die Gründung einer „integrierten Multichannel-Handelsorganisation“ vor. In seinem Umfeld heißt es, er wolle bis Mitte August eine Finanzierung dieses Konzeptes sichern. Derzeit befindet er sich dazu unter anderem in Gesprächen mit den Geschäftsführern der Bank Sal. Oppenheim, die Großaktionär Arcandors sind.

Die endgültige Entscheidung darüber, was mit Arcandor geschehen soll, fällt die Gläubigerversammlung. Damit die Gläubiger beurteilen können, ob sie sich bei einer Zerschlagung oder einem neuen, integrierten Handelskonzern à la Eick besser stellen, werden derzeit beide Optionen ausgearbeitet und mit konkreten Summen hinterlegt. Görg muss die Gläubigerversammlung einberufen. Bislang gibt es dafür noch keinen offiziellen Termin.

Experten bezweifeln, dass Eick mit seinem Plan Erfolg haben wird. „Ich halte es für ausgeschlossen, dass er nach den zahlreichen fehl geschlagenen Versuchen, eine Finanzierung für eine Sanierung des gesamten Konzerns zu finden, jetzt noch für einen ganz neuen Plan einen Investor aus dem Hut zaubern kann“, sagt Sebastian Krause, Professor für Insolvenzrecht an der Fachhochschule für Ökonomie und Management in Essen.

Vor zehn Tagen war Eicks Generalbevollmächtigter Horst Piepenburg zurückgetreten. Piepenburg sollte mit Eick ein Insolvenzverfahren in Eigenverwaltung durchführen. In diesem Fall hätte Eick weitgehend die Führung des Konzerns behalten und Arcandor als Ganzes sanieren können. Piepenburg hatte seinen Rücktritt mit der mangelnden finanziellen Unterstützung durch Sal. Oppenheim begründet.

„Eick erschwert mit seinem neuen Plan die Arbeit von Görg sogar, weil er immer wieder die Hoffnung nährt, dass es doch noch eine Lösung für einen integrierten Konzern gibt“, sagt Insolvenzrechtler Krause. Das könne dazu führen, dass die Arbeitnehmer, denen im Falle einer Zerschlagung der Arbeitsplatzverlust droht, sich gegen einen potenziellen Investor mit Protesten zur Wehr setzen.

Derzeit geht das Geschick um die Zukunft der Reisetochter Thomas Cook weiter, die nicht komplett unter dem Dach von Arcandor liegt. Thomas Cook ist die einzige Sparte des Pleiteunternehmens, die noch schwarze Zahlen schreibt. Seinen Anteil von 53 Prozent an dem Touristikunternehmen hatte Arcandor als Sicherheit für Kredite an ein Konsortium um BayernLB, Commerzbank und Royal Bank of Scotland (RBS) verpfändet.

Die Banken haben inzwischen die Freigabe von Insolvenzverwalter Görg, die Anteile selbst zu verwalten. Arcandor hat damit keinerlei Kontrolle mehr, an wen Thomas Cook geht. Sollten die Banken beim Verkauf der Aktien einen Preis erzielen, der über dem Pfandrecht liegt, so fließt dieser Gewinn in den Topf, aus dem der Insolvenzverwalter anschließend die Gläubiger von Arcandor befriedigen muss.

Arcandor will versuchen, die Großgläubiger von einem Paketverkauf zu überzeugen. Die Zustimmung der Anleger für diese Pläne hält man in unternehmensnahen Kreisen allerdings nicht für wahrscheinlich. *iw/lou/chw*

Arcandors Kampf ums Überleben: www.handelsblatt.com/arcandor



Wohin führt der Weg von Arcandor? Die Beteiligten haben weiter unterschiedliche Vorstellungen.

Unendliche Geschichte

Anfang Juni hatte Arcandor Antrag auf Insolvenz für den Handels- und Touristikonzern gestellt, nachdem das Drängen des Konzerns auf Staatshilfe erfolglos geblieben war. Erst im März hatte Konzernchef Karl-Gerhard Eick das Ruder bei der Karstadt-Mutter von Thomas Middelhoff übernommen, gegen den mittlerweile wegen des Verdachts auf Untreue ermit-

telt wird. Die Firmengruppe bestehend aus Karstadt, Quelle und der Mehrheitsbeteiligung am Tourismusunternehmen Thomas Cook beschäftigte im vergangenen Geschäftsjahr rund 80 000 Menschen. Anfang September wird das offizielle Insolvenzverfahren eröffnet, bis dahin muss eine Entscheidung über die Zukunft Arcandors gefallen sein.

Warenhäuser und mehr

Kennzahlen des Arcandor-Konzerns im Geschäftsjahr 2007/08*

	Umsatz in Mio. €	Ebitda in Mio. €	Mitarbeiter (zum 31.12.08)
Thomas Cook	11 379	734,7	28 679
Primondo	4 310	89,7	15 616
Karstadt	4 095	-4,2	23 627

* 1.10.2007 bis 30.9.2008 (dreieinigt), rechtliche Abweichungen zur Konzerngesamtzahl + Sonstige Bereiche/Konzernabteilung. *Handelsblatt* | Quelle: Unternehmensangaben

Versandhandel glaubt ans Kataloggeschäft

Händler verschenken Millionen im Internet

C. WEISSENBORN | DÜSSELDORF

Die Deutschen sind trotz Krise im Einkaufsfieber. Vor allem Einkaufen per Mouse-Klick wird beliebter, noch nie gaben die Konsumenten im Internet soviel Geld aus wie in diesem Jahr. Das veranlasst den Deutschen Bundesverband für Versandhandel (BVH) trotz der vielen Negativnachrichten um den angeschlagenen Versandhändler Quelle in den vergangenen Monaten zu einem optimistischen Blick auf das Jahr.

Nach Prognosen des BVH, die auf einer repräsentativen Umfrage des Marktforschungsinstituts TNS Infratest basieren, wird der Online-Umsatz 2009 um 15 Prozent auf 15,4 Mrd. Euro steigen. Der Versandhandel dürfte damit erstmals mehr als 50 Prozent seiner Erlöse im Netz erwirtschaften, wie der Verband am Dienstag in Düsseldorf berichtete. Insgesamt wird der Branchenumsatz in diesem Jahr demnach um 1,7 Prozent auf 29,1 Mrd. Euro zulegen.

„Die Branche bekommt starken Rückenwind aus dem Internet und kann damit gegen den allgemeinen Trend im Einzelhandel wachsen“, erklärte Präsidiumsmitglied Dieter Junghans gestern. Egal ob stationärer Händler, Warenhersteller oder Apotheken, es gebe immer mehr Unternehmen, die eigene Online-Shops eröffnen und als Versender zusätzliche Umsätze erwirtschafteten.

Trotz der positiven Lage und des guten Ergebnisses glauben Experten allerdings, dass die Händler hinter ihren Möglichkeiten im Internet bleiben. Sie würden Millionen dort verschenken. Zahlreiche Unternehmen hätten es versäumt, Filialnetz, Außendienst, Kataloge und Internet aufeinander abzustimmen. Mit einer einheitlichen Strategie ließe sich im Durchschnitt ein um fünf Prozent höheres Umsatzwachstum erzielen, ergab eine Studie der Hamburger Unternehmensberatung Putz&Partner. „Vierorts sind die Arbeitsabläufe, die IT-Systeme und die Unternehmenskultur noch immer vom Katalogversand geprägt“, bemängelte Horst Christian Blume, E-Commerce-Experte bei Putz&Partner. Dadurch blieben die Anforderungen des Internets und die Integration aller Kanäle in eine einheitliche Geschäftsstrategie auf der Strecke.

Um nicht ins Hintertreffen zu geraten, empfiehlt Blume etablierten Handelsunternehmen, die eigenen Denk- und Geschäftsansätze auf den Prüfstand zu stellen, um sie an die veränderten Anforderungen des Internets anzupassen.

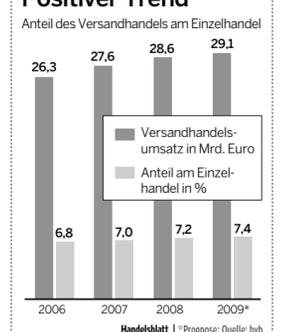
Der BVH wiederum verteidigt das traditionelle Kataloggeschäft.

„Der Katalog ist noch zeitgemäß“, sagte Junghans. Den Umfrageergebnissen des BVH zufolge blättern die meisten Kunden noch immer am liebsten in den dicken Grattischchen, um sich von den Bildern inspirieren zu lassen.

„Als Element der Bedürfnisentwicklung ist der Katalog unverzichtbar“, sagte auch BVH-Geschäftsführer Thomas Steiermark. Selbst reine Internetanbieter würden mittlerweile versuchen, mit Papier Akzente zu setzen. „Komplett vom Katalog getrennt hat sich noch keiner“, sagte er. Und das, obwohl seit der Insolvenz des Versandhändlers Quelle immer wieder die Frage nach der Notwendigkeit von Katalogen gestellt wurde. Nur ein staatlicher Notkredit in Höhe von 50 Mio. Euro konnte den Druck des Quelle-Herbstkatalogs finanzieren.

Den BVH kümmert die Diskussion um den angeschlagenen Versandhändler offenbar wenig. Zumindest die Probleme der Tochter des insolventen Arcandor-Konzerns keine Auswirkungen auf den Verband habe, sagte BVH-Chef Steinmark.

Positiver Trend



Die Quelle-Insolvenz bewertet er als einen Ausdruck intensiven Wettbewerbs. „Es gibt Unternehmen, die es geschafft haben, die Kannibalisierung im Markt in ihr Unternehmen zu internalisieren, andere nicht.“

Insgesamt werden die Bundesbürger in diesem Jahr dem BVH zufolge rund 21,8 Mrd. Euro für den Online-Kauf von Bekleidung, Büchern, Flugtickets oder Musikdateien ausgeben. Im Durchschnitt sind das 354 Euro pro Kopf. Am häufigsten ordern die Konsumenten Bekleidung, Textilien und Schuhe. Die Nachfrage ist hier mit 38 Prozent allerdings vier Prozent niedriger als 2008. Dagegen wachsen die Bestellungen bei Büchern, CDs und DVDs von 18 auf 21 Prozent.

Neue Hoffnung für Christian Lacroix

Italienischer Unternehmer Borletti gibt verbindliches Angebot für das zahlungsunfähige Modehaus ab

TANJA KUCHENBECKER | PARIS

Für den insolventen Modeschöpfer Christian Lacroix gibt es einen weiteren Interessenten. Der italienische Unternehmer Maurizio Borletti, Hauptaktionär der italienischen Kaufhausgruppe Rinascente und seit 2006 auch Besitzer des französischen Primontemps, hat ein Angebot vorgelegt. Seit 2005 gehört Lacroix dem amerikanischen Unternehmen Falic, Besitzer von Duty-Free-Läden.

Die Frist für die Einreichung von Übernahmeangeboten des von der Schließung bedrohten Traditionshauses lief am Montag ab. Insgesamt lagen drei Offerten vor, gab Insolvenzverwalter Régis Valliot bekannt, darunter das von Borletti. Das Angebot des Italieners müsse noch bis Ende August ausgearbeitet werden, aber es sei verbindlich. Bis September wird mit einer Entscheidung über die Zukunft von Lacroix gerechnet.

Auch die Unternehmensberatung Bernard Krief Consulting (BKC) hat eine Offerte unterbreitet. Dieses sei aber bisher weder in finanzieller noch in sozialer Hinsicht zufriedenstellend, sagte Valliot. Eine Nachbesserung ist allerdings nicht ausgeschlossen. Möglich wäre auch eine gemeinsame Übernahme mit Borletti. Das dritte Angebot dagegen bezeichnete der Insolvenzverwalter als „haltlos“: Zwei Unbekannte, die offenbar keinen Geschäftsplan haben, hätten einen Euro geboten.

Das Haus Lacroix hatte im Juni Insolvenz angemeldet, nachdem im vergangenen Jahr ein Verlust von zehn Mio. Euro bei 30 Mio. Umsatz entstanden war. Im Jahr 2009 ging es weiter abwärts, unter anderem auch deshalb, weil die Strategie stark auf den kriselnden US-Markt ausgerichtet war.



Christian Lacroix freut sich über den Applaus nach der Präsentation seiner neuen Kollektion in Paris.

Bisher ist noch nicht bekannt, wieviel Borletti für Lacroix ausgeben will. Doch einige Details des Angebotes drangen bereits an die Öffentlichkeit. Etwa die Hälfte der 125 Beschäftigten sollen übernommen werden. Damit könnte die nächste Haute-Couture-Kollektion für den Januar vorbereitet werden.

„Unser Projekt besteht darin, eine leichte Struktur zu schaffen, die die Haute Couture in den Vordergrund stellt“, sagte Borletti. Er ist der Ansicht, dass das Haus rentabel werden kann. Die Parfums sollten weiter beibehalten werden, weil sie Geld einbringen. Dagegen könnte die Prêt-à-Porter-Kollektion zunächst gestoppt werden, um die Verluste zu begrenzen. Wenn die Marke wieder besser läuft, könnte das Geschäft mit der Mode von der Stange auch wieder aufgenommen werden, so der Borletti-Plan.

Der Italiener hat dem Gründer Christian Lacroix sogar eine Teilhabe am Geschäft versprochen. Bisher ist Lacroix nur Angestellter in seinem Haus. Die Falic-Gruppe, mit der Lacroix im Streit liegt, ist dagegen angeblich nur an der Marke interessiert, nicht am Designer selbst.

Lacroix, der aus der Provence stammt, ist einer der wenigen Großen in der ständig kleiner werdenden Riege der Haute Couture. Seine opulente Mode, die vom Stierkampf und der Folklore seiner südfranzösischen Heimat inspiriert ist, begeisterte Kundinnen wie Madonna. Lacroix gilt als Träumer, der seinen Stil über die Jahrzehnte beibehalten hat und nicht wie viele seiner Konkurrenten auf Effekte aus war.

Die Zahlen stimmen nicht, doch die Modewelt bewundert ihn noch immer. Bei seiner letzten Modenschau im Juli bekam Lacroix Stan-

ding Ovationen. Die Schau wurde im kleinen Rahmen gezeigt, statt 1 000 Einladungen wie sonst gab es nur 200. Fast wäre die Schau aus Kostengründen nicht zustande gekommen. Doch die Modells arbeiteten für Lacroix kostenlos und die Zulieferer hatten gespendet. Lacroix wäre allerdings nicht der erste Designer, der die hohe Schneiderkunst aus finanziellen Gründen verlässt.

Sein Modehaus hatte Lacroix 1987 mit Hilfe von Bernard Arnault, Chef der Luxusgruppe LVMH gegründet. Doch Lacroix schrieb mit seiner Mode jahrzehntlang rote Zahlen. 2005 gab Arnault das Verlustgeschäft auf. Doch der neue Eigner, die Falic-Gruppe, hatte auch nicht viel mehr Glück. Viele befürchteten, dass die Haute-Couture-Schau für die Mode des Winters 2009/2010 die letzte war. Doch jetzt gibt es Hoffnung für Lacroix und sein Haus.

Louis Vuitton hält LVMH über Wasser

Luxusgüterkonzern schlägt sich gut in der Krise

PARIS.

Der Gewinn des weltgrößten Luxusgüterkonzerns LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton ist gesunken, dennoch sind die Aussichten verhalten gut. Im ersten Halbjahr hat das französische Unternehmen die Konsumflaute zu spüren bekommen. Der operative Gewinn ist um zwölf Prozent auf 1,36 Mrd. Euro gesunken. Das Nettoergebnis ging sogar um 23 Prozent auf 687 Mio. Euro zurück. Dennoch stieg die Aktie gestern anfangs um 2,35 Prozent auf 62,74 Euro.

Als wichtigen Grund für die positive Reaktion der Börse sehen Experten den stabilen Umsatz. Dieser war sogar um 0,2 Prozent auf 781 Mrd. Euro angestiegen. Analysten führten auch an, dass der Gewinn zwar gesunken sei, dennoch leicht über den Erwartungen von 1,34 Mrd. Euro ausgefallen sei. Die Aktie des Luxusgüterkonzerns sei im Branchenvergleich auch noch günstig bewertet.

LVMH zeigte sich zudem optimistisch: Man werde im derzeit schwierigen Umfeld weiter Marktanteile bei Luxusgütern gewinnen, sagte Vorstandschef Bernard Arnault. Einen Ausblick auf das laufende Geschäftsjahr gab er allerdings nicht.

Besonders in der Wein- und Spirituosenbranche, wo LVMH Marken wie Hennessy und Veuve Clicquot vertreibt, gab es Einbußen. Dort ging der Gewinn um 41 Prozent zurück. Bei Uhren und Schmuck waren es sogar 73 Prozent. Dagegen gab es im Mode- und Lederwarengeschäft ein leichtes Plus.

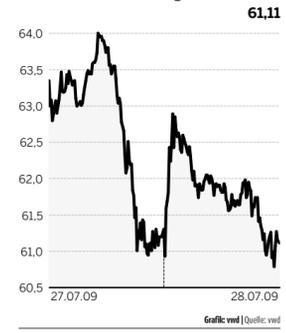
Die Marken wie Louis Vuitton, die ihren Vertrieb selbst verantworten, stehen am besten da. Andere Marken, bei denen Dritte den Vertrieb regeln, wie die Spirituosen, Schmuck und Uh-

ren, leiden unter massivem Abbau der Lagerbestände. So sind vor allem die Taschen der Marke Louis Vuitton, die als Werbepartner Madonna unter Vertrag hat, nach wie vor begehrt. Der Umsatz bei Louis Vuitton habe um einen zweistelligen Betrag auf zwei Mrd. Euro zugelegt. Die Margen seien „außergewöhnlich“, hieß es, ohne dabei konkrete Zahlen zu nennen. Auch die Parfums von Dior und Guerlain liefen gut.

„Aufgrund seiner großen Markenbekanntheit kommt LVMH verhältnismäßig gut durch die Krise“, sagte ein Pariser Analyst. Im Vergleich zu den Konkurrenten profitiere der Konzern auch davon, dass er in den verschiedensten Regionen weltweit gut aufgestellt ist und die Produktpalette sehr breit ist. Die Schwierigkeiten in den USA und Japan wurden durch bessere Ergebnisse in China, Russland, Indien und Brasilien aufgefangen. *ku*

LVMH

Aktienkurs in Euro, 2-Tage-Verlauf



Börsengang von AOL rückt näher

NEW YORK. Der US-Medienriesen Time Warner ist dem Börsengang seiner Online-Tochter AOL einen Schritt näher gekommen. Der Internet-Konzern Google verkaufte seinen fünfprozentigen AOL-Anteil für 283 Mio. Dollar (199 Mio. Euro) an Time Warner. Mit dem bis Anfang 2010 geplanten Schritt auf Parkett will Time Warner einen Schlussstrich unter seinen spektakulären Misserfolg mit AOL ziehen.

Die einst 100 Mrd. Dollar schwere Fusion von AOL und Time Warner war im Jahr 2001 auf dem Höhepunkt der Internet-Euphorie als Jahrhundert-Hochzeit gefeiert worden. Rechtlich war sie sogar eine Übernahme des Traditionskonzerns durch den „new-economy“-Star AOL. Nach dem Platzen der Internet-Blase blieben vor allem gigantische Verluste. Die Ehe galt bald als gescheitert, AOL wurde zur Sparte degradiert.

Die AOL-Aktie solle an der New Yorker Börse NYSE notiert werden, hieß es in einer Pressemitteilung. AOL setzt auf eine Zukunft als Web-Portal und Inhalte-Anbieter, das einstige Hauptgeschäft mit Internet-Zugängen verliert auch in den USA an Bedeutung. In Europa ist es längst verkauft. AOL-Chef Tim Armstrong kündigte gerade erst an, binnen zwei Jahren zum größten Anbieter eigener Inhalte im Web aufsteigen zu wollen. Der Top-Manager war im Frühjahr von Google zu AOL gekommen.

Time Warner, einer der weltgrößten Medienkonzerne, befindet sich mitten im Umbau. So trennte sich der US-Riese im März komplett von seiner börsennotierten Kabelnetzsparte. Heute legt der Konzern Quartalszahlen vor. *dpa*