

Der Preiskampf im Supermarkt geht in die nächste Runde. Wer in Rewe-Supermärkten einkauft, muss sich derzeit auf Engpässe von Markenprodukten wie Oreo, Tuc oder Milka einstellen. Der US-Handelsriese Mondelez soll höhere Preise verlangen, Rewe will sich aber wohl nicht darauf einlassen. Das berichtete die „Lebensmittelzeitung“ (LZ) vergangene Woche. Offiziell wollen sich die beiden Unternehmen dazu nicht äußern.

Was bei Mondelez auffällt: Der Konzern hielt sich zuletzt zumindest bei Tafelschokolade mit Preiserhöhungen eher zurück. Eine Tafel Alpenmilchschokolade von Milka (100 Gramm) kostete im April 1,35 Euro – das war ein Anstieg von 4,7 Prozent im Vergleich zu Januar 2023. Die Produkte der Konkurrenz hingegen verteuerten sich im selben Zeitraum zum Teil im zweistelligen Prozentbereich. Das berechnete die Preisvergleichsplattform Smhaggle für die F.A.Z. Das gilt aber nicht für alle Marken von Mondelez. Die Preise von Oreo Doppelkekse 154 Gramm (20,1 Prozent) und Tuc Cracker Original 100 Gramm (36,7 Prozent) stiegen laut Smhaggle deutlich an.

Die Brothchips erhielten im Januar eine Auszeichnung, auf die Mondelez wohl gerne verzichtet hätte: In der jährlichen Abstimmung der Verbraucherzentrale Hamburg wählten die Verbraucher die Tuc Bake Rolls zur Mogelpackung des Jahres 2023 – und das mit großem Abstand. Seit 2023 verkauft Mondelez die Brothchips statt unter 7days unter der Marke Tuc. Im Zuge dessen verteuerten sich die Bake Rolls mit Meersalz zeitweise um mindestens 127 Prozent. Dabei schrumpfte der Inhalt von 250 auf 150 Gramm in einer ähnlich großen Packung. Die Endverbraucherpreise legen aber nicht die Hersteller, sondern die Supermärkte fest.

Streitigkeiten um den Preis sind im Lebensmittelhandel keine Seltenheit. Doch in den vergangenen Jahren flogen zwischen Supermarktketten und Markenherstellern regelmäßig und besonders intensiv die Fetzen. Mal waren in Kaufland-Filialen zahlreiche Produkte von Dr. Oetker knapp, mal Kellogg's in Rewe- und Edeka-Märkten. Besonders heftig war der mehr als anderthalb Jahre andauernde Streit zwischen Edeka und Mars. Der amerikanische Nahrungsmittelkonzern wollte wohl 20 Prozent höhere Preise durchsetzen – worauf sich Edeka nicht einlassen wollte.

Mit dem Ende des Streits zwischen Edeka und Mars ging einer der längsten Preiskämpfe in der Konsumgüterbranche Anfang Februar zu Ende. „Die Intensität der Verhandlungen in der Branche hat mit dieser Einigung den Zenit erreicht“, sagt Stephan Rüschen, Professor für Lebensmittelhandel an der Dualen Hochschule Baden-Württemberg in Heilbronn. Worauf er zugleich hinweist: Auch wenn sich das Verhältnis zwischen Supermärkten und Markenherstellern deutlich entspannt habe, herrsche noch lange nicht „Friede, Freude, Eierkuchen“. Wie die Kosten zwischen Herstellern und Supermärkten gerecht aufgeteilt werden können, ist laut Rüschen weiterhin eine offene Frage – und das birgt viel Konfliktpotential.

In Folge des russischen Angriffskriegs gegen die Ukraine stiegen die Energie- und Rohstoffpreise deutlich an. Die Lebensmittelhersteller pochten deshalb auf Preiserhöhungen, konnten sich aber nur mit Verzögerung durchsetzen. Die Folge: Nahrungsmittel kosteten im März laut dem Statistischen Bundesamt 30 Prozent



Mangelware bei Rewe: Milka-Vollmilchschokolade

Foto Imago

## Preisschlacht im Supermarkt

In vielen Filialen von Rewe werden Marken wie Milka, Tuc oder Oreo knapp. Warum der Kampf um die Preise weitergeht.

Von Felix Schwarz, Frankfurt

mehr als vor drei Jahren. Was die Supermärkte den Herstellern vor allem im vergangenen Jahr vorwarfen: Sie würden weiterhin Preiserhöhungen durchsetzen wollen, obwohl die Kosten wieder deutlich gesunken seien. Allerdings vertraten die Hersteller eine andere Auffassung: Die Kosten für Energie, Löhne, Logistik und viele Rohwaren lägen weiter deutlich höher als vor dem Ukrainekrieg. Deswegen wollten sie die Preise nicht senken, sondern eher anheben.

Mittlerweile hat sich die Lage der Konsumenten deutlich entspannt. Die Inflation lag im März bei 2,2 Prozent. Das war der niedrigste Wert seit April 2021. Laut dem Statistischen Bundesamt gingen die Preise für Lebensmittel im März sogar um 0,7 Prozent im Vergleich zum Vorjahresmonat zurück. Wer auf branchenübergreifende Preissenkungen hofft, wird aber wohl enttäuscht. Nach einer Befra-

gung des Ifo-Instituts aus dem April planen im Vergleich zum Vormonat wieder mehr Firmen, ihre Preise anzuhängen. Unter den Lebensmitteleinzelhändlern nahm diese Tendenz allerdings ab.

Die Kunden in Deutschland gelten als besonders preissensibel. Viele von ihnen griffen in der Phase der Hochinflation zu den Eigenmarken der Supermarktketten. Deren Preise liegen zum Teil deutlich unter jenen der Markenartikel der großen Markenhersteller. Bis zu 46 Prozent lässt sich laut Smhaggle im Durchschnitt durch Eigenmarken sparen. Das bewegte viele zum Kauf. Um rund 19 Prozent stieg der Umsatz der Eigenmarkenhersteller nach den Daten des Marktforschungsinstituts GfK im ersten Halbjahr 2023 in Deutschland an. Die Markenprodukte taten sich dagegen schwerer: Hier lag das Umsatzwachstum lediglich bei 3,8 Prozent.

Der Siegeszug der Eigenmarken zeigte sich nicht nur in Deutschland: In ganz Europa stieg ihr Umsatz von April bis Juni 2023 laut Nielsen IQ im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 14 Prozent an – in Teilen Afrikas sogar um 44 Prozent. In den nächsten zehn Jahren könnten demnach 25 Prozent aller Lebensmitteleinkäufe auf Eigenmarken zurückgehen.

Da stellt sich die Frage: Brauchen die Supermärkte die großen Hersteller überhaupt noch? Worauf Fachleute hinweisen: Bekannte Marken versprechen eine deutlich höhere Gewinnmarge als die Eigenmarken. Insofern profitieren von den höheren Preisen der Markenartikel nicht nur die Hersteller, sondern auch die Supermärkte. Und auf gewisse Marken wie etwa Coca-Cola oder Nutella kann eigentlich kein Supermarkt langfristig verzichten – auch viele Discounter nicht.

Was allerdings Wilhelm Lerner von der Unternehmensberatung Arthur D. Little betont: „Das Umsatzwachstum der Eigenmarken ist auch inflationsgetrieben.“ Lasse die Lebensmittelinflation nach, so wie aktuell, wirke sich das auch auf den Marktanteil der Eigenmarken aus. Ähnlich sieht das Stephan Rüschen. „2024 könnte das Wachstum der Eigenmarken abflachen. Ich halte auch einen Rückgang am Ende des Jahres für realistisch.“

Discounter haben generell einen höheren Anteil an Eigenmarken in ihrem Sortiment. Rüschen bezweifelt allerdings, dass Eigenmarken einen großen Einfluss auf die Preissetzungsmacht von Discountern haben. Frank Sängler von der Unternehmensberatung McKinsey stimmt dem zu: „Es lässt sich nicht pauschal sagen, dass die Discounter in einer besseren Verhandlungssituation sind als die großen Supermärkte.“ Er erwartet wie Rüschen, dass die Preisschwankungen in diesem Jahr eher abnehmen werden.

Für Rainer Lademann, Honorarprofessor für Handel an der Universität Göttingen, spielen Eigenmarken hingegen eine größere Rolle: „Eigenmarken sind ein effektives Mittel der großen Supermärkte, damit die Kunden nicht zu den Discountern abwandern.“ Die Supermärkte steigern dadurch ihren Wiedererkennungswert und binden die Kunden stärker an sich, sagt er. Der höhere Anteil von Eigenmarken verschaffe den Discountern durchaus Vorteile: „Wenn die Discounter mit absoluten Topmarken wie Coca-Cola verhandeln, sind sie tatsächlich in einer besseren Position als Rewe und Edeka.“ Fest steht: Im Lebensmittel-einzelhandel wird weiterhin mit harten Bandagen gekämpft.

## DHL hofft auf Aufschwung im zweiten Halbjahr

Logistikriese schaut auf Kosten / Prognose bestätigt

joja. DÜSSELDORF. Der Logistikkonzern DHL setzt angesichts einer schwächeren Auslastung seines Express-Netzwerks auf weniger und gleichzeitig kleinere Flugzeuge. Außerdem nutzt der Dax-Konzern aus Bonn wieder vermehrt Passagierflugzeuge, um Pakete zu transportieren. „Da kommen wir langsam auf das Niveau, das wir vor der Pandemie hatten“, sagte Melanie Kreis, die sich im DHL-Vorstand um die Finanzen kümmert, zur Vorlage der Quartalszahlen am Dienstag. Von den etwas mehr als 300 Flugzeugen des Unternehmens ist etwa die Hälfte geleast, gerade dort schaut DHL, dass die notwendigen Transportflüge besser ausgelastet sind und dadurch etwa kleinere Maschinen als zuvor abheben.

Während die größte Sparte des Konzerns in der Pandemie einen deutlichen Sprung im Volumen und dadurch auch im Ergebnis tat, sei die Auslastung im Express-Geschäft derzeit geringer. So ist der Umsatz im Express-Geschäft um 3,3 Prozent auf 6 Milliarden Euro gesunken. Der operative Ertrag fiel gar um 30 Prozent auf 632 Millionen Euro. Damit zeigte sich Kreis dennoch „sehr zufrieden“, liegt das Ergebnis doch deutlich oberhalb dessen vor der Corona-Pandemie. Im Express- und Frachtgeschäft setzt DHL in bestimmten Bereichen derzeit auch weniger Personal ein, um Kosten zu sparen. Grundsätzlich fährt der Konzern schon seit Sommer 2022 ein Programm, bei dem strikt auf die Ausgaben geachtet wird, etwa für Dienststreifen. „Das ist nicht schön, aber ich glaube, das ist notwendig“, sagte Kreis. So lagen die Investitionen im ersten Quartal um 483 Millionen Euro deutlich unter Vorjahr (563 Millionen Euro).

„Wir befinden uns in einer ungewöhnlich langen Phase mit einer geringen Dynamik im Welthandel“, ließ sich der DHL-Vorstandsvorsitzende Tobias Meyer in einer Unternehmensmitteilung am Dienstag zitieren. Gleichzeitig sei DHL so aufgestellt, dass das Unternehmen von einer Belebung des Welthandels profitieren werde. „Trotz aller Herausforderun-

gen ist 2024 ein Jahr der Chancen“, sagte Meyer. Finanzvorstandin Kreis erwartet auch eine „spürbare Belebung der Weltkonjunktur“ in der zweiten Jahreshälfte und zeigte sich daher auch optimistisch, „dass wir auf dieser Basis unsere Gesamtjahresprognose liefern werden“.

Insgesamt ist das operative Ergebnis (Ebit) im ersten Quartal um knapp ein Fünftel auf 1,3 Milliarden Euro zurückgegangen, nach 1,6 Milliarden im Vorjahreszeitraum. Der Umsatz lag mit 20,3 Milliarden Euro nur minimal unterhalb des Werts von 20,6 Milliarden aus den ersten drei Monaten von 2023. Im Frachtgeschäft sorgten niedrige Frachtraten für einen deutlichen Rückgang bei Umsatz und Ertrag. Dank florierender Geschäfte mit Paketen konnte DHL indes im Deutschlandgeschäft zulegen. Gleichzeitig liegt der Zuwachs im Jahresvergleich auch daran, dass der Konzern Anfang 2023 mitten in den Tarifverhandlungen steckte und daher mehr Personal vorgehalten hatte, um auf mögliche Streiks zu reagieren. Zwar sei die Brief- und Paketsparte im Heimatmarkt auf einem guten Weg, die Prognose zu erreichen, doch gerade im regulierten Briefmarkt leide das Geschäft unter den Rahmenbedingungen. „Wir brauchen das neue Postgesetz“, sagte Kreis. Damit könne sich das Geschäft auch mittelfristig selbst finanzieren. Auf der Hauptversammlung Ende der vergangenen Woche hatten einige Aktionäre eine Abspaltung des Geschäftsbereichs gefordert – DHL hält sich hingegen auch weiterhin für den richtigen Eigentümer.

Der Konzern bestätigte am Dienstag seine Prognose für das Ebit zwischen 6,0 und 6,6 Milliarden Euro für das Geschäftsjahr sowie einen freien Mittelzufluss ohne Akquisitionen und Desinvestitionen von rund 3 Milliarden Euro. Auch in der Mittelfristprognose für das Jahr 2026 erwartet die DHL Group weiterhin ein operatives Ergebnis zwischen 7,5 und 8,5 Milliarden Euro. Der Aktienkurs lag am Vormittag etwas mehr als 1 Prozent im Plus.

### Kurze Meldungen

#### Gegenwind in China

Dem Medizintechnikkonzern Siemens Healthineers machen die Anti-korruptionsmaßnahmen der chinesischen Regierung im Gesundheitswesen zu schaffen. Der Umsatz brach deshalb dort im zweiten Quartal um 14 Prozent ein, obwohl die Tochtergesellschaft von Siemens nicht direkt betroffen ist. Vorstandschef Bernd Montag erwartet in der zweiten Hälfte des Geschäftsjahres 2023/24 (per 30. September) eine wieder anziehende Nachfrage. Im Berichtsquartal verzeichnete das im Dax notierte Unternehmen ein Umsatzwachstum auf vergleichbarer Basis von 3 Prozent auf 5,4 Milliarden Euro. Der Betriebsergebnis erhöhte sich um 8 Prozent auf 822 Millionen Euro. Der Aktienkurs gab um rund 4 Prozent nach. maf.

#### Eine Milliarde für Wayve

Das britische Start-up Wayve, das Systeme für fahrerlose Autos entwickelt, hat 1,05 Milliarden Dollar (rund 1 Milliarde Euro) frisches Kapital von namhaften Geldgebern erhalten. An der Finanzierungsrunde, angeführt von der japanischen Softbank, beteiligten sich Nvidia und Microsoft. Wayve entwickelt Softwareprogramme mit Künstlicher Intelligenz (KI), die Fahrzeuge durch den Straßenverkehr steuern können. Die Milliarden-Geldspritze ist eine der größten Finanzierungen für ein KI-Start-up aus Europa bislang. Wayve wurde erst 2017 von den Cambridge-Doktoranden Alex Kendall und Amar Shah in einer Garage gegründet. Wayve-Autos fahren schon durch London, allerdings zur Sicherheit noch mit einem zusätzlichen menschlichen Fahrer hinter dem Steuer. ppl.

## UBS überrascht die Börse

Quartalsgewinn ist deutlich höher als erwartet

rit. ZÜRICH. Die Schweizer Großbank UBS hat das erste Quartal 2024 mit einem Vorsteuergewinn von knapp 2,4 Milliarden Dollar abgeschlossen und damit die Anleger positiv überrascht. Denn dieses Ergebnis ist um zwei Drittel höher als in der entsprechenden Vorjahreszeit, als die UBS noch nicht die Credit Suisse im Bauch hatte. Die Übernahme des verlust- und skandalgeplagten Lokalrivalen wurde zwar im März 2023 eingefädelt, aber erst zweieinhalb Monate später unter Dach und Fach gebracht. Analysten hatten mit einem deutlich schlechteren Ergebnis gerechnet, wobei anzumerken ist, dass in der Berichtszeit zahlreiche Sonderfaktoren zum Tragen kamen.

Der UBS-Aktienkurs kletterte im Verlauf des Dienstags um 10 Prozent auf 27,40 Franken. Damit machte er einen Teil der Verluste wieder wett, welche die Aktie infolge der Diskussionen um schärfere Eigenkapitalvorschriften in jüngster Zeit verloren hatte. In ihrem kürzlich vorgelegten „Bericht zur Bankenstabilität“ hat die Schweizer Finanzministerin Karin Keller-Sutter vorgeschlagen, dass systemrelevante Großbanken ihre ausländischen Beteiligungen künftig nicht nur mit 60 Prozent, sondern mit bis zu 100 Prozent mit Eigenkapital unterlegen sollten. Analysten schätzen, dass die UBS in diesem Fall zusätzlich 15 bis 25 Milliarden Dollar Eigenkapital benötigen könnte.

In einer Telefonkonferenz wollte der UBS-Vorstandsvorsitzende Sergio Ermotti diese Zahlen nicht kommentieren. Er sprach von „Spekulation“. Denn: „Wir würden für die Evaluation nicht konsultiert.“ Die UBS werde ihre Sicht wohl erst Anfang 2025 in den Regulierungsprozess einspeisen können. Bis dahin soll auch der Bericht der parlamentarischen Untersuchungskommission vorliegen, die

genauen Gründen für den Niedergang der Credit Suisse nachgeht. Das ultimative und entscheidende Ziel der Regelung müsse darin bestehen, glaubhaft darzulegen, dass eine systemrelevante Bank in einer Krise weitgehend durch eigene finanzielle Mittel gerettet werden könne, sagte Ermotti. Die UBS habe so viel Kapital, dass die Steuerzahler im Fall einer Schiefelage nicht zu Schaden kämen. Ermotti rechnete vor, dass die UBS das Eigenkapital allein schon wegen der Zuschläge, die infolge des übernahmebedingten Bilanzsummenwachstums anfallen, um 10 Milliarden Dollar erhöhen werde. Weitere 9 Milliarden Dollar kämen hinzu, weil man bei der Berechnung des Eigenmittelbedarfs der ausländischen Tochtergesellschaften nicht auf die Erleichterungen zurückgreifen werde, welche die Schweizer Finanzaufsicht der Credit Suisse einst gewährt hatte.

Die UBS sei vor etwas mehr als einem Jahr gebeten worden, durch die Übernahme der Credit Suisse eine entscheidende Rolle bei der Stabilisierung des schweizerischen und des globalen Finanzsystems zu spielen, sagte Ermotti und fügte hinzu: „Wir halten unser Versprechen.“ Bei der „sehr komplexen Integration“ des einstigen Problemkinds komme man gut voran. Zugleich habe man die Kunden nicht vernachlässigt. Tatsächlich sind der UBS in ihrer Paradisziplin, der Vermögensverwaltung, im ersten Quartal netto neue Gelder von 27 Milliarden Dollar zugeflossen. Die zusätzlichen Einsparungen in der Berichtszeit bezifferte Ermotti auf rund 1 Milliarde Dollar. Annualisiert summierten sich die Kostensenkungen auf kombinierter Basis auf 5 Milliarden Dollar (gegenüber dem Jahr 2022). Damit hat die Großbank 40 Prozent jener 13 Milliarden Dollar erreicht, die bis 2026 eingespart werden sollen.



HPA  
Hamburg Port Authority



XM Cyber  
Ein Unternehmen der Schwarz Gruppe

# Wir schützen das Tor zur Welt.

XM Cyber schützt nicht nur den Hamburger Hafen vor Cyberangriffen, sondern auch Ihr Unternehmen oder den öffentlichen Sektor.

Die Software analysiert 24/7 alle Schwachstellen Ihrer Infrastruktur aus Sicht der Angreifer und zeigt auf, wie Sie effizient den Schutz Ihrer wichtigsten Daten und Systeme erhöhen. Beheben Sie dann priorisiert und in einem Schritt zahlreiche Schwachstellen, Fehlkonfigurationen und vieles mehr mit der führenden Lösung für Continuous Threat Exposure Management (CTEM). XM Cyber läuft auf der vertrauenswürdigen und sicheren STACKIT Cloud aus Deutschland.



xmcyber.com
See All Ways™