

Handelsblatt



Sabine Minarsky

Die neue Personalchefin der Commerzbank muss Stellen abbauen.

► 46

Global Risk

Russland kann den wirtschaftlichen Niedergang nicht stoppen.

► 14

Cum-Ex-Skandal

Staatsanwälte klagen M.M.-Warburg-Banker Christian Olearius an.

► 24

Vermögen

Wie überzeugte Pessimisten ihr Geld in Krisenzeiten anlegen.

► 32



Märkte

- ➔ **Dax**
12.640 Pkt.
+1,93 %
- ➔ **MDax**
25.035 Pkt.
+1,62 %
- ➔ **TecDax**
2.929 Pkt.
+2,87 %
- ➔ **E-Stoxx 50**
3.431 Pkt.
+2,11 %
- ➔ **Dow Jones**
30.923 Pkt.
-0,14 %
- ➔ **Nasdaq**
11.332 Pkt.
+0,09 %

Großbritannien

Boris Johnson will weitermachen

Der politisch schwer angeschlagene britische Premierminister Boris Johnson hat Forderungen aus seiner eigenen Partei nach einem Rücktritt zurückgewiesen. „Meine Aufgabe ist es, das Land durch eine schwere Zeit zu führen“, sagte Johnson einen Tag nachdem zwei Ministerrücktritte ihn in die bislang schwerste Regierungskrise seiner Amtszeit gestürzt hatten. Am Mittwoch traten mehr als 20 weitere Mitglieder der britischen Regierung zurück. Johnsons Kritiker bereiten unterdessen ein neues Misstrauensvotum gegen den Premierminister vor, das noch vor der Sommerpause stattfinden könnte. Dazu müssen allerdings die Parteiregeln geändert werden. ► 6

Inflation

Teure Lebensmittel werden zur Belastung

Viele Verbraucher können sich den Lebensmitteleinkauf kaum noch leisten. Das zeigt eine Auswertung von mehr als 600.000 Kassensbons, die das Marktforschungsunternehmen Smhaggle exklusiv für das Handelsblatt gemacht hat. Wegen der hohen Preise lagen die durchschnittlichen Ausgaben für Lebensmittel eines Haushalts in Juni bereits 103 Euro über dem Budget, das ihnen laut Statistischem Bundesamt für Lebensmitteleinkäufe zur Verfügung stand. Im vergangenen Jahr gaben die Deutschen im Schnitt 556,25 Euro pro Monat für Lebensmittel und Tabakwaren aus. ► 20

Energiekosten

Chemie warnt vor Wettbewerbsnachteil

Die deutsche Chemieindustrie sieht ihre Konkurrenzfähigkeit aufgrund der hohen Rohstoff- und Energiekosten sowie drohender Engpässe in der Gasversorgung in Gefahr. Der Standort Deutschland bekomme zunehmend ein Wettbewerbsproblem, warnt Christian Kullmann, der Präsident des Branchenverbands VCI. Im ersten Halbjahr konnte die Branche ihren Umsatz preisbedingt noch um gut ein Fünftel steigern. Die Erträge kommen nach Erwartung des VCI jedoch zusehends unter Druck, und das Produktionsvolumen sinkt. ► 22

Neue Risiken für die Märkte

Ein Ende der Turbulenzen an den Aktienbörsen ist nicht abzusehen. Der prominente Ökonom Mohamed El-Erian warnt vor Liquiditätsproblemen.

Die internationalen Aktienbörsen haben das schlechteste Halbjahr seit Jahrzehnten hinter sich. Verdrängt zunächst die Angst vor steigenden Zinsen die Stimmung, sorgt jetzt die wachsende Furcht vor einer Weltwirtschaftskrise für heftige Kursschwankungen. Der langjährige Investmentberater des deutschen Versicherers Allianz, Mohamed El-Erian, fürchtet, dass sich die Turbulenzen fortsetzen werden. Der prominente Ökonom hält eine Rezession in Europa für praktisch unausweichlich, auch in den USA sei die Wahrscheinlichkeit einer Wirtschaftskrise deutlich gestiegen.



Mohamed El-Erian: Die EZB sollte entschiedener handeln.

Im Gespräch mit dem Handelsblatt warnt El-Erian zudem vor Risiken, die die Investoren bislang nicht berücksichtigt hätten. Er fürchtet, dass die Märkte in Teilen nicht mehr richtig funktionieren

könnten. „Das Liquiditätsrisiko steigt“, betont El-Erian und erinnert an Extremsituationen wie etwa im Frühjahr 2020 nach Ausbruch der Coronapandemie. Damals fanden selbst auf gewöhnlich extrem liquiden Märkten wie jenem für US-Staatsanleihen Anbieter und Nachfrager nicht mehr problemlos zueinander.

Andere Experten warnen ebenfalls vor weiteren Turbulenzen. Carsten Klude, Leiter des Asset-Managements von M.M. Warburg, fürchtet, dass die Gewinnprognosen der Konzerne viel zu optimistisch sind. „Wenn die Gewinne sinken, wird es noch mal schwierig für die Märkte“, meint auch Gergely Majoros vom französischen Vermögensverwalter Carmignac. Sein Fazit: „Die Korrektur an den Aktienmärkten ist noch nicht zu Ende.“

A. Cünnen, A. Dörner, F. Wiebe ► Fortsetzung auf Seite 4

Dax Gewinner

- 1 **Hellofresh**
+7,13 %
33,37 €
- 2 **Zalando**
+6,97 %
25,46 €
- 3 **Puma**
+4,62 %
63,84 €

Verlierer

- 1 **Eon**
-0,58 %
7,87 €
- 2 **Deutsche Bank**
-0,52 %
7,72 €
- 3 **Mercedes-Benz**
-0,27 %
50,89 €

Stand: 17:00 Uhr

EU: Grüner Stempel für neue Gaskraftwerke

Das Europaparlament entscheidet sich gegen ein Veto zur umstrittenen Taxonomie.

Investitionen in besonders sichere Atomkraftwerke und besonders effiziente Gaskraftwerke sollen künftig als grüne Anlage beworben werden dürfen. Die Abgeordneten des Europaparlaments entschieden sich dagegen, das Vorhaben zu stoppen.

Die Energiewirtschaft hofft nun auf günstigere Kredite für den Bau neuer Kraftwerke. Die Finanzbranche kritisierte dagegen ein unwissenschaftliches Vorgehen und fürchtet, dass die Taxonomie für Anleger dadurch irrelevant wird. Christoph Herwartz ► 8

Neue Softwarestrategie für Volkswagen

Der Aufsichtsrat lässt sich über das angepasste Softwarekonzept informieren.

Der VW-Aufsichtsrat berät am Freitag über ein Zukunftskonzept der Softwarepartei Cariad. Weil die Konzerneinheit Zeitpläne nicht eingehalten hat, verspäten sich Modelle von Porsche und Audi. VW-Chef Herbert Diess schlägt vor, dass Cariad eine ältere

und eine neuere Softwareversion parallel entwickelt. Die Mehrkosten werden auf 500 Millionen Euro beziffert. Der Extraaufwand wird in Kauf genommen, damit die Porsche- und Audi-Modelle 2023 auf den Markt kommen können. S. Menzel, M. Murphy, R. Tyborski ► 18

Belgien, Luxemburg, Niederlande u. Österreich 3,70 €
/ 4,00 €, Frankreich 4,10 € / 4,50 €, Großbritannien
3,70 GBP / 4,00 GBP, Schweiz 5,50 CHF / 6,00 CHF,
Polen 20,00 PLN / 22,50 PLN
Bloomberg: ErsteBank, Alex Kraus/laif

Monatsabonnement:
Handelsblatt Print 66,70 Euro
Handelsblatt Print + Premium 76,69 Euro
www.handelsblatt.com/angebot

Handelsblatt GmbH Kundenservice
Tel. 0211 987 3902
kundenservice@handelsblatt.com
40027
130253 103309

PREIS 3,30 €

G 02531

Handelsblatt

Florian Kolf Düsseldorf

Angesichts der deutlich gestiegenen Preise in den Supermärkten können sich viele Verbraucher in Deutschland den Lebensmitteleinkauf kaum noch leisten. Das zeigt eine Untersuchung von mehr als 600.000 Kassenbons, die das Marktforschungsunternehmen Smhaggle exklusiv für das Handelsblatt ausgewertet hat.

Nach diesen Zahlen lagen die durchschnittlichen Ausgaben für Lebensmittel eines Haushalts im Juni bereits 103 Euro über dem Budget, das ihm nach Angaben des Statistischen Bundesamts eigentlich für Lebensmitteleinkäufe zur Verfügung stand. Damit ist der Fehlbetrag fast doppelt so hoch wie im April, als die Ausgaben bereits 59 Euro über dem Budget lagen. In Relation gesetzt werden die Ausgaben für Lebensmittel zum verfügbaren Einkommen. Laut Statistischem Bundesamt liegt das durchschnittliche Haushaltsnettoeinkommen bei 3661 Euro pro Monat. Davon werden 15,4 Prozent, also 556,25 Euro, für Lebensmittel, Getränke und Tabakwaren ausgegeben.

Besonders dramatisch wird dadurch die Situation für die unteren Einkommensklassen, deren verfügbares Budget zum Teil deutlich unter diesem Durchschnitt liegt. „Die Zahlen zeigen, dass bereits Haushalten mit durchschnittlichem Einkommen gegen Ende des Monats kein Geld mehr für Lebensmitteleinkäufe zur Verfügung steht. In der Regel können sie aufgrund der allgemein ansteigenden Kosten kaum Budgets umlenken“, sagt Sven Reuter, Vorstandschef von Smhaggle.

Einkauf beim Discounter ist nicht billiger

Entsprechende Umfragen unter Konsumentinnen und Konsumenten hatten bereits deutlich gemacht, dass Familien in hohem Maße durch die steigenden Lebensmittelpreise belastet sind. So sagten in einer Umfrage des Marktforschers Mintel 71 Prozent der Familien mit Kindern in Deutschland, dass sie von steigenden Lebensmittelpreisen betroffen sind. Im Konsummonitor des Handelsverbands HDE gaben viele Verbraucher an, dass sie deswegen gezielt nach Sonderangeboten schauen oder bei einigen Produkten auf den Kauf verzichten.



Lebensmittel

Knappes Haushaltskasse

Die gestiegenen Preise übersteigen das Lebensmittelbudget vieler Haushalte um einen dreistelligen Betrag.

Doch wie hart die Belastung für viele Haushalte wirklich ist, belegen nun erstmals die Zahlen von Smhaggle. Die Untersuchung stützt sich auf Kassenbons, die die Verbraucher abfotografiert haben, und bildet damit die tatsächlich bezahlten Preise ab.

Der Preisanstieg bei Lebensmitteln hatte schon Ende vergangenen Jahres begonnen, doch erst in diesem Jahr richtig Fahrt aufgenommen. So lagen die Ausgaben für Lebensmittel in November 2021 nach den Zahlen von Smhaggle noch deutlich unter dem verfügbaren Budget. Im März lagen sie dann erstmals darüber und steigen seitdem weiter stark. „Rund 50 Prozent der Deutschen haben seit Monaten massive Probleme, sich ihre Lebensmittel leisten zu können.“

Auch ein Ausweichen auf Discounter hilft den Verbrauchern nicht, denn sie sind nach den Auswertungen von Smhaggle bei den vergleichbaren Produkten nicht billiger. „Viele Konsumenten haben den Eindruck, dass sie lediglich bei Discountern günstiger einkaufen können“, sagt Reuter. „Doch das ist eine Fehleinschätzung.“ Bei Supermärkten sei nur die Auswahl an Markenprodukten größer, erklärt Reuter, was zu zusätzlichen Ausgaben ver-

”
Rund 50 Prozent der Deutschen haben seit Monaten massive Probleme, sich ihre Lebensmittel leisten zu können.

Sven Reuter Smhaggle-Chef



Teurer Einkauf

Preissteigerungen relevanter Produkte* im Lebensmitteleinzelhandel

Veränderung zum Vorjahreszeitraum in Prozent

Produkt	Preis 1.7.2022	Änderung
Hackfleisch gemischt 500 g	4,59 €	+53,5 %
Kerrygold Irische Butter 250 g	3,49 €	+40,2 %
Knorr Schlemmersauce Cocktail	1,49 €	+25,2 %
Dallmayr Prodomo Kaffee gem.	7,99 €	+23,1 %
Leibniz Butterkeks	1,19 €	+20,2 %
Kölln Haferflocken	1,49 €	+15,5 %
Weihenstephan H-Milch 3,5 %	1,49 €	+15,5 %
Kellogg's Cornflakes	2,99 €	+15,4 %
De Beukelaer Prinzenrolle	1,69 €	+13,4 %
Philadelphia Frischkäse	1,69 €	+13,4 %
Meica Bratmaxe	4,29 €	+13,2 %
Barilla Spaghetti No. 5	1,89 €	+11,8 %
Krombacher Pils 20 x 0,5 l	15,79 €	+6,8 %

* Zufällige Auswahl; Aufgrund der aktuellen Situation schwanken Produktpreise und können ggf. abweichen; Quelle: smhaggle

HANDELSBLATT

marktketten stark mit Sonderangeboten bei einzelnen Artikeln und betonen, dass ihre Eigenmarken so günstig wie bei Aldi und Lidl seien. Edeka etwa wirbt in seiner aktuellen Kampagne mit dem Slogan: „In jedem Edeka steckt ein Discounter.“ Über das ganze Sortiment hinweg gebe es 7000 Artikel zum Discountpreis.

Preise bei Eigenmarken steigen stark

Die Wahrheit ist jedoch auch, dass gerade bei Eigenmarken die Preise häufig besonders stark gestiegen sind. Schließlich stehen die Eigenmarken-Produzenten unter dem gleichen Kostendruck. Und manch ein Händler holt sich durch Preiserhöhungen bei Eigenmarken etwas von der Marge zurück, auf die er bei Markenprodukten wegen der harten Konkurrenz verzichten muss. Auch das zeigen stichprobenartige Erhebungen durch Smhaggle. So kosteten beispielsweise 500 Gramm Hackfleisch unter Eigenmarke im Juli 2021 im Schnitt 2,99 Euro. Im Juli 2022 liegt der Preis bei 4,59 Euro - eine Preissteigerung von 53,5 Prozent.

Aber auch viele Markenartikel sind im selben Zeitraum im Schnitt deutlich teurer geworden. So stieg beispielsweise der Preis für ein Pfund Kerrygold-Butter im Schnitt um 40,2 Prozent auf 3,49 Euro. Das Problem: Während Kunden, die bislang eher Markenartikel gekauft haben, durch den Umstieg auf Eigenmarken ihre Ausgaben erheblich reduzieren können, haben die einkommensschwachen Haushalte keine Alternative. „Wer bisher schon auf Preisteigerungsartikel angewiesen war, den treffen die Preiserhöhungen mit voller Wucht“, so Smhaggle-Chef Reuter. „Ein preisliches Ausweichen auf eine günstigere Alternative ist hier nicht weiter möglich.“

Offenbar dämmert jetzt auch den Händlern, dass sie viele ihrer Kunden mit den jüngsten Preissprüngen überfordert haben. So hat Aldi in dieser Woche die Preise für Frischfleisch wieder etwas gesenkt. Als Erster hat Edeka sofort angekündigt nachzuziehen.



image/ikon images [M]

Chipindustrie

Die Schattenseiten der Subventionen

Im Gegenzug für Milliardenhilfen plant die EU massive Eingriffe in das Geschäft der Hersteller. Experten halten das für Unfug.

Joachim Hofer München

Staatshilfe ja, aber nicht zu diesen Bedingungen: Die geplanten Milliardensubventionen der Europäischen Union (EU) sind in der Chipindustrie willkommen. Die damit einhergehenden Eingriffe ins Geschäft hingegen stoßen auf Ablehnung. Hinter vorgehaltener Hand warnen Firmenvertreter vor „Planwirtschaft“.

„Natürlich ist es verständlich, dass die EU Einfluss nehmen will angesichts der hohen Fördersummen. Aber was die Kommission an Maßnahmen vorschlägt, ist ineffizient“, sagt Jan-Peter Kleinhans, Chipexperte der Stiftung Neue Verantwortung. 43 Milliarden Euro verspricht die EU bereitzustellen, damit Europa nicht vollends von der Landkarte der Halbleiterindustrie verschwindet. Subventionen gibt es für Investitionen in neue, hochmoderne Fabriken oder auch in fortschrittliche Produktionsverfahren.

Bekanntester Investor ist Intel. Die Amerikaner sollen fast sieben Milliarden Euro für zwei Fabriken in Magdeburg bekommen. Um den Verpflichtungen nachzukommen, wird Intel nicht nur auf eigene Rechnung produzieren, sondern auch als Auftragsfertiger für Wettbewerber tätig sein.

Gleichzeitig will die Kommission die Lieferkette überwachen. Damit sollen Störungen künftig frühzeitig erkannt und ein Chipmangel wie in den vergangenen zwei Jahren verhindert werden. Brüssel will zudem eingreifen, wenn die Chips auszugehen drohen.

Die EU könnte Chipfirmen künftig anweisen, welche Bauelemente sie in welchen Mengen und in welchem Zeitraum zu produzieren haben – und zu welchem Preis. Für Experte Kleinhans ist das Unfug. „Der Fokus liegt darauf, kurzfristige Lieferengpässe zu beseitigen. Das aber ist unmöglich. Denn die Fertigung dauert viel zu lange.“ Es braucht in der Regel zwischen vier und sechs Monate, um einen Halbleiter herzustellen.

EU plant eine engmaschige Kontrolle des Marktes

Die Pläne sind Teil des Chips Acts, den Kommissionspräsidentin Ursula von der Leyen Anfang des Jahres vorgestellt hat. Über das Gesetz berät derzeit das EU-Parlament. Ziel ist es, den Anteil Europas an der weltweiten Chip-Produktion von weniger als zehn auf 20 Prozent zu verdoppeln – und zwar bis Ende des Jahrzehnts. Gleichzeitig soll Europa mehr Chips entwickeln und die Versorgung der einheimischen Industrie gesichert werden.

Die EU plant, umfangreich Daten zu sammeln. Dazu gehört, ob Rohmaterialien, Chipmaschinen und Arbeitskräfte in der Halbleiterbranche ausreichend verfügbar sind. Die Bürokraten wollen den Bedarf der Abnehmer aufgeschlüsselt nach Chiptypen bestimmen.

Starke Preisausschläge will die Gemeinschaft erfassen sowie die Auswirkungen von Naturkatastrophen, von Zöllen oder Übernahmen abschätzen. Die einzelnen Staaten sollen die Informationen zusammentragen und an ein neu geschaffenes European Semiconductor Board weiterleiten. Es untersteht der Kommission. Dahinter stecke



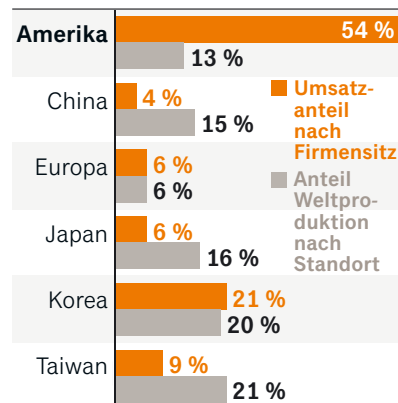
Waferfabrik in Dresden: Viele Chiphersteller erhalten Subventionen in Milliardenhöhe, wenn sie ihre Produktionsstätten in Europa errichten.

die Annahme, Nachfrageschwankungen und bevorstehende Knappheiten besser als die Industrie vorhersagen zu können, glaubt Kleinhans. Es sei aber kaum zu erwarten, dass die Chiphersteller sensible Daten herausgeben. Sie hätten keine Garantie, dass diese nicht in die Hände der Konkurrenz fallen.

Die EU sieht das anders. „Wir fragen nicht nach vertraulichen Daten“, so Thomas Skordas, stellvertretender Direktor der Generaldirektion Connect. Deren Chef, Kommissar Thierry Breton, hat den Chips Act vorangetrieben. Skordas: „Vielmehr wollen wir wissen, wenn es Probleme gibt.“

Ungleich verteilt

Amerikaner machen das Geschäft - Asiaten produzieren



Differenz zu 100 % = Sonstige Quelle: IC Insights

HANDELSBLATT

Anzeige

20% off
für Handelsblatt
Abonent:innen

Impress as

Digital Business Manager

Das eLearning, das Sie für starke digitale Geschäftsmodelle brauchen:

- Digitale Transformation bestehender Geschäftsmodelle
- Erfolgreich durch Kundenzentrierung
- Digital Culture & People
- Skalieren mit E-Commerce & Big Data

Jetzt informieren und anmelden:
handelsblatt.com/digital-businessmanager

Handelsblatt
Management Campus