

MARKTPLATZ

STEFAN FELBINGER



Wacker verdient weniger

Es gibt wohl nur wenige Unternehmen, die in den vergangenen Monaten, während die Börsenindizes immer neue Höchststände erklommen, an den Aktienmärkten so geprügelt wurden wie der Münchner Spezialchemiekonzern Wacker. Von über 90 Euro im Februar 2012 fiel der Kurs der im MDax notierten Papiere bis Jahresende scheinbar ins Bodenlose und fing sich erst bei knapp über 40 Euro. Inzwischen sind es zwar wieder um die 55 Euro - von Kursen um die 200 Euro, wie Ende 2007, als die Aktie von allen Analysten in den Himmel gebubelt wurde, oder 170 Euro noch Anfang 2011 können die Anleger aber nur noch träumen.

Was ist da passiert? Lange hatte sich der Konzern mit dem in der Solarbranche begehrten Polysilizium eine goldene Nase verdient. Das bekamen andere mit und stiegen in das vermeintlich risikofreie Geschäft ein. Die Preise fielen. Als dann auch noch in wichtigen Märkten wie Deutschland die Solarförderung zusammengestrichen wurde, setzte ein für viele Solarfirmen tödlicher Strudel nach unten ein. Eine Pleite jagte die nächste, Branchenriesen wie Solarworld schreiben bis heute tieftrote Zahlen.

Und Wacker? Musste zwar, wie Vorstandschef Rudolf Staudigl am Donnerstag bei der Vorlage der vorläufigen Zahlen für 2012 offen einräumte, herbe Einbußen hinnehmen. Aber das Unternehmen ist trotz allem kerngesund - und macht Gewinn. Nicht mehr 300 Millionen Euro wie 2011, aber immer noch 100 Millionen. So viel haben viele Solarunternehmen in der ganzen Zeit ihres Bestehens noch nicht verdient.

Das Schicksal von Wacker aber ist es, von Analysten wie Börsenspekulanten mit jenen in einen Topf geworfen zu werden. In völliger Verkennung der Tatsache, dass das Unternehmen viel breiter aufgestellt ist und im klassischen Chemiebereich gut verdient. Zum Beispiel als weltgrößter Hersteller von Kaugummi-Rohmasse.

Das ermöglicht den Münchnern auch einen langen Atem, den es braucht, um im Geschäft mit Polysilizium zu überleben. Denn auf lange Sicht wird der Rohstoff für Solarzellen gefragt bleiben. Und während Konkurrenten pleitegehen oder sich aus dem Poly-Geschäft zurückziehen, baut Wacker sogar aus und hält am Bau eines neuen Werks im US-Bundesstaat Tennessee fest. Zwar ist die Eröffnung der auf 1,8 Milliarden Euro taxierten Investition auf 2015 verschoben worden - mit seiner Schlagkraft von weiteren 20.000 Tonnen Polysilizium pro Jahr könnte Wacker dann aber der große Gewinner der Krise sein. Und auch den Anlegern wieder Freude machen.

Der Autor ist Leiter der Bayern-Redaktion der „Welt am Sonntag“

Unterschiedlich sind ihre Firmengeschichten, gemeinsam haben Mario Eimuth, Delia Fischer und Sammy Gebele eines: Freude am Produkt, Geschäftsgeist, Erfolgswillen und kein Problem mit viel Arbeit. Man kann aus dem Einzelhandel kommen und das Internet als beste Möglichkeit betrachten, mit dem bestehenden Geschäft zu expandieren. Wie Mario Eimuth. Man kann aber auch eine neue Shoppingclub-Idee entwickeln, wie Delia Fischer. Oder einen besonderen Service verkaufen, wie Sammy Gebele. Erfolgreich sind alle drei.

VON MARTINA KAUSCH

„Ich wollte wachsen, aber das ist hier in München schwierig“, sagt Mario Eimuth, 42. Designerkleidung war immer schon seine Sache, sein Geschäft „SaraJo“ am Gärtnerplatz galt unter Münchens Fashionistas bald nach der Eröffnung 1997 als erste Adresse für die aktuellsten Trends. Wenn es stimmt, dass Eimuth als erster die Ugg-Boots nach Deutschland brachte, ist ihm ein Platz im Stilhimmel sicher. Seit Jahren sind die aus Australien stammenden Lammfellstiefel ein Must-have bei modebewussten Damen, auch wenn sie ziemlich plump aussehen.

Für Eimuth lief es jedenfalls gut. „Also wollte ich eine Filiale eröffnen“, sagt er. Das aber hätte bedeutet, in mindestens einem Laden die Fäden aus der Hand zu geben. Nicht sein Ding. Eimuth rief sich ins Gedächtnis, dass es eine erfolgreiche Versandhandelstradition in Deutschland gibt. Und gründete ein Online-Unternehmen, obwohl damals, 2004, kurz nach dem Platzen der Dotcom-Blase die Zeichen nicht gerade auf Erfolg standen. „Aber ich denke und handle gern antizyklisch“, sagt er. Ein Name war auch schnell gefunden: Stylebop - wobei bop für „be opulent pretty“ steht.

Als studierter Philosoph und Literaturwissenschaftler wusste Eimuth, dass ein Zusammenhang zwischen Form und Inhalt besteht: „Man muss dem Internet-Kunden die Ware so nahebringen, dass er den Laden nicht vermisst.“ Einfach gesagt: Man darf Luxusstiefel nicht wie ein Schraubenset präsentieren. So ist „Stylebop.com“ mehr als ein Laden mit rund 10.000 Artikeln. Die Seite gibt Informationen über die neuesten Trends und Looks der Stars und Sternchen zwischen New York und Nizza. Daneben werden alle Artikel genau beschrieben und dreidimensional gezeigt. Das Webdesign erinnert an Hochglanzmagazine. Durchaus einleuchtend also, dass frau mit dem Tablet-Rechner auf dem Schoß und dem Weinglas in der Hand am Abend Shoppinglust verspürt - und alles frei Haus geliefert bekommt. Rund drei Viertel der Kundschaft ist weiblich und zwischen 25 und 55 Jahre alt.

Lange warten muss man auch nicht - und für die Kundinnen im Münchner Umland gibt es einen besonderen Service: Was man bis 16 Uhr bestellt, ist am nächsten Tag im Haus. Am Freitagnachmittag kann man sich für die Samstagsparty also noch komplett neu einkleiden. Und wenn man vor lauter Bildern nicht mehr sicher ist, was zusammenpasst und ob die Jacke zum Typ passt? „Wir haben drei Stilisten, die am Telefon beraten, die Servicekomponente steht im Vordergrund“, sagt Eimuth. „Je weniger anonym der Kunde ist, desto besser.“

Chic per Klick

Der Online-Handel boomt, erstmals wurden in Deutschland im vergangenen Jahr mehr als 20 Milliarden Euro umgesetzt. Einige der erfolgreichsten Händler haben ihren Sitz in und um München



Delia Fischer mit Mutter Johanna. 250 Menschen arbeiten heute für den Möbel- und Accessoire-Versender Westwing.de

Die Bilanz von Stylebop.com nach acht Jahren: 65 Millionen Euro Umsatz, 1,8 Millionen Visits monatlich, 220 Designer mit 10.000 Artikeln im Angebot. Das Unternehmen wuchs von Anfang an „hundertprozentig selbstfinanziert, ohne Investoren“, sagt Eimuths Bruder, der sich um die Finanzen kümmert.

Ein Jahr nach Eröffnung des Internetunternehmens schloss Eimuth seinen Laden in München. Von der Balanstraße aus gehen nun die Päckchen bis nach Australien. In der Branche bekannt ist Eimuth für seine Top-Organisation. Doch das liegt ihm wohl im Blut, schließlich besaßen seine Eltern eine Spedition. Gerade hat Eimuth die Geschäftsfläche wieder vergrößert - und

wieder einen echten Shop eingerichtet. In Koblenz hat Eimuth einen sogenannten stationären Satelliten eingerichtet, in dem man wie früher ausprobieren kann. Ein Trend, der sich im Online-Handel gerade herausbildet. Immerhin: Die Umsatzzahlen in Koblenz liegen nach zwei Monaten um 20 Prozent über dem Plan.

Lauter schöne neue Trends fürs Einrichten und Dekorieren - das ist der urigene Bereich von Delia Fischer: „Ich bin in geschmackvollem Ambiente aufgewachsen, zu Hause war der Tisch zu jeder Jahreszeit perfekt dekoriert“, sagt die 28-Jährige. Dazu gab es einen handwerklich begabten Vater, der manche Ideen von Ehefrau und Tochter in die Tat umsetzte. Dass aus dieser Freude ein

Unternehmen wurde, ist ebenfalls dem Internet zu verdanken.

Die Geschichte ist schnell erzählt: Delia Fischer wurde Redakteurin bei einer renommierten Einrichtungszeitschrift und wollte nach rund sechs Jahren Redaktionsalltag mehr. Im Brasilienurlaub mit ihrem Freund kam ihr 2010 die Idee, schöne Wohnaccessoires im Internet zu verkaufen: „Wir haben das Konzept eines Shoppingclubs erarbeitet und Investoren gesucht. Das gab es so noch nicht“, sagt sie. Im Februar 2011 wurde das Unternehmen gegründet, im August ging Westwing.de online. Der Name leitet sich vom Münchner Westend ab, wo die Firma gegründet wurde - mittlerweile aber sind auch die 250 Mitarbeiter aus

der Ridlerstraße in größere Räumlichkeiten umgezogen.

Wie in so vielen erfolgreichen E-Commerce-Unternehmen steckt auch in Westwing internationales Kapital, insgesamt 82 Millionen US-Dollar, nachdem vergangenen Juni noch mal 50 Millionen von einer US-Investorengruppe dazu kamen. Seit 2011 wurde das Geschäftsmodell in mehr als einem Dutzend Länder in Europa und weltweit ausgerollt. Heute hat Westwing nach eigenen Angaben drei Millionen Mitglieder sowie den Umsatz in den letzten fünf Monaten mehr als verzehnfacht. Vier Geschäftsführer kümmern sich um das Unternehmen.

Wenn viel investiert wird, muss das Produkt stimmen. „Wir verkaufen nicht nur schöne Dinge. Es geht ja darum, sich selbst, der Familie und Freunden ein Zuhause zu schaffen, einen Rückzugsort für eine schöne Zeit“, sagt Delia Fischer, die die Idee ihres Unternehmens selbst lebt. „Als Angestellte habe ich ja oft selbst schicke, bezahlbare Einrichtungsaccessoires gesucht - meist vergeblich.“ Das Westwing-Konzept beruht auf zwei bis vier neuen Kampagnen täglich, in denen hochwertige Produkte mindestens 30 Prozent unter dem vom Hersteller empfohlenen Verkaufspreis angeboten werden. Die Aktionen laufen einige Tage und sind nur registrierten Kunden - Clubmitgliedern - zugänglich. Neue Ideen kann man sich auf den Magazinseiten des Unternehmens holen. Und ob asiatische Beistelltischchen, französische Edelkissen oder flippige Teppiche - nach wie vor ist auf den schön gestalteten Westwing-Seiten jedes Produkt handverlesen. „Es wird kein Teil verkauft, das ich nicht selbst in der Hand hatte“, sagt Delia Fischer. Ihre Mutter Johanna und ein Dutzend Einkäufer suchen weltweit nach Neuem und kurz vor Weihnachten ging für Delia Fischer ein weiterer Traum in Erfüllung: Eine eigene „Private Label Collection“.

Ob Kleidung oder Wohnen - der Online-Handel ist ein hart umkämpfter Markt. Die wichtigsten Wettbewerber deutscher Anbieter sitzen in Großbritannien. Gerade hat Debenhams.de eröffnet, zum Presetermin reisten gleich drei britische Designer nach München. Mit einem deutschen Team will das Traditionskaufhaus die Kaufwilligen beliefern, denen ein Shoppingausflug nach London zu teuer ist.

Doch auch in Deutschland werden täglich Online-Unternehmen gegründet. Tastybox.de zum Beispiel. Mit kältehaltenden Eisbeuteln in isolierendem Styropor versenden Sammy Gebele und Guerson Meyer ihre Leckerbissen. Sie sind die Geschäftsführer der Firma Foodiesquare, die von München aus besondere Lebensmittel übers Internet vertreibt - und die Rezepte gleich dazu. „Wir sind beide leidenschaftliche Köche und Genießer“, sagt Gebele, der aber auch mathematische Finanzökonomie studiert hat. Seit 2011 nun geben sie handwerklich hergestellten Lebensmitteln einen Vertriebsweg und möchten die Lust am gesunden Essen fördern. Der Clou ist die Überraschungsbox, in der man alle Zutaten für ein schönes (Abend-)Essen findet - samt Informationen über die Produkte und natürlich einem Rezept. Bis Sonntag bestellt, wird sie in der nächsten Woche geliefert - „den Vorlauf brauchen wir, weil wir nur mit kleinen Betrieben zusammenarbeiten. Da sind die Kapazitäten begrenzt“, sagt Firmensprecherin Katja Schiwon-Zahn. Und die Chiemsee-Felchen gibt es nun mal nicht im Tausenderpack.

ANZEIGE

IMMOBILIEN

BAYERN

<p>Stilvolles Chiemgauer Bauernhaus im nördl. Chiemgau, Alleinlage, Gästehaus, Atelier, Gst. ca. 12.500 qm, Wfl. ges. ca. 460 qm, eig. Quelle, Wald, Charmantes, gepflegte Anwesen mit viel Charakter, zauberh. Garten, helle Räume, alter „Trockenker“ als Glt. Kein Denkmalschutz! Preis VB www.immobiliengroup.de Tel. 0049 (0) 1578-45 50 404</p>	<p>Wohnen am Karl-Stierl-Denkmal Tegernsee - Leoberg In einer der begehrtesten Wohnlagen in Tegernsee entstehen zwei exklusive Landhäuser mit jeweils bis zu fünf Etagen mit traumhaftem Blick auf den Tegernsee. (Wohnfläche von ca. 70 m² bis 220 m²). Termin: Herbst 2013. KP auf Anfrage Tegernseer Grund Tegernseer Grund Immobilien Tel. 08022/48 00, Fax 46 32 www.tegernseer-grund.de</p>	<p>Wochenendstz am wunderschönen Walchsee mit super Blick auf den Zahmen Kaiser (A) absolut ruhig, sonnig, mitten im Grünen, 2 Wohnz., Golfplatznähe, Maisonnetewg. (wie Haus im Haus) mit eig. Hauseingang, Wfl. ca. 148 qm, 2 Terrassen, Garten ca. 136 qm, Garage, KP 495.000,- € www.immobiliengroup.de Tel. 0049 (0) 1578-45 50 404</p>	<p>Außergewöhnlicher Wohntraum im kleinen Paradies, Rottach-Egern Haus II Tradition: Wohnfl. Nutzfl. ca. 150 m² Haus II Modern: Wohnfl. Nutzfl. ca. 190 m² Schwemmhalle: Nutzfl. ca. 100 m², Terrasse/Pergola: Nutzfl. ca. 80 m², Gest. 1.745 m² Kaufpreis auf Anfrage Tegernseer Grund Tegernseer Grund Immobilien Tel. 08022/48 00, Fax 46 32 www.tegernseer-grund.de</p>
<p>Sonniges Landhaus in schönster Lage mit herrlichem Bergblick u. Schwimmbad, ruhige Ortsrandlage Unterwössen mit lichtdurchfluteten Räumen, Wfl. ca. 240 qm, Gst. ca. 1.400 qm, Einliegerwohnung, Bj. 2001, sehr gepflegt, Dpf-Garage. Kaufpreis 699.000,- € www.immobiliengroup.de Tel. 0049 (0) 1578-45 50 404</p>	<p>Sonniges Traumgrundstück in Unterwössen im Chiemgau mit herrlichem Bergblick in bester, sonniger Lage, mit altem Baumbestand, voll erschl., ca. 2.260 qm Kaufpreis 530.000,- € www.immobiliengroup.de Tel. 0049 (0) 1578-45 50 404</p>	<p>Aechau in Chiemgau: Grundstücke in Toplage mit Schloss- und Kampenwandblick Sehr sonnige, zentrumsnahe, ruhige Lage von ca. 440 qm bis 560 qm ca. 200.000 bis 285.000,- € www.immobiliengroup.de Tel. 0049 (0) 1578-45 50 404</p>	<p>Für Immobilien- und Kapitalanzeigen Verlags- und Medienservice Toni Brugger Telefon 089/53 07 44-0 Fax 089/53 07 44-20 E-Mail toni.brugger@axelspringer.de</p>

„Grotesk und absurd“

Psychiatriepatient Gustl Mollath lehnt neues Gutachten ab

Über den gegen seinen Willen in der Psychiatrie untergebrachten Gustl Mollath wird vorerst kein weiteres psychiatrisches Gutachten erstellt. Einen entsprechenden Antrag der Staatsanwaltschaft Nürnberg-Fürth hat nun das Landgericht Bayreuth abgelehnt. Unklar war vergangene Woche noch, wie die Staatsanwaltschaft mit der Bayreuther Entscheidung umgeht. „Im Moment liegt uns die Entscheidung noch nicht vor. Sobald das der Fall ist, werden wir prüfen, ob wir Beschwerde dagegen einlegen oder nicht“, sagte eine Sprecherin der zuständigen Staatsanwaltschaft Nürnberg.

Die bei der Nürnberger Justiz angesiedelte Prüfung hat nichts mit dem geplanten Antrag zur Wiederaufnahme des Verfahrens zu tun; damit ist die Staatsanwaltschaft Regensburg befasst. Die jetzige Entscheidung der Strafvollstreckungskammer Bayreuth habe auch keinen Einfluss auf das Regensburger Verfahren, sagte ein Sprecher der Staatsanwaltschaft Regensburg am Dienstag.

Das erneute psychiatrische Gutachten hatte im Oktober 2012 die Staatsanwaltschaft Nürnberg beantragt. Nach einer Welle kritischer Presseberichte hatte die Anklagebehörde damit klären wollen, ob Mollaths Unterbringung in der Psychiatrie noch immer gerechtfertigt ist. Das Landgericht hatte eine erneute Begut-



Psychiatriepatient Gustl Mollath will nicht erneut untersucht werden

achtung Mollaths nun mit der Begründung abgelehnt, dieser selbst halte ein solches Gutachten für grotesk und überflüssig. Ohne Mollaths Mitwirkung lasse sich aber kein erneutes Gutachten erstellen, womit nur ein Gutachten nach Aktenlage möglich sei. Dieses würde aber keine neuen Erkenntnisse über Mollaths Zustand erwarten lassen.

Mollath ist seit 2006 in der Psychiatrie untergebracht, weil er seine Frau misshandelt und Reifen zerstochen haben soll. Mehrere Gutachten hatten ihm damals Gefährlichkeit bescheinigt. Brisant ist der Fall jedoch, weil Mollath 2003 seine Frau, weitere Mitarbeiter der Hypo Vereinsbank und 24 Kunden beschuldigte, in Schwarzgeldgeschäften verwickelt zu sein. Die Staatsanwaltschaft leitete keine Ermittlungen ein, doch eine vor Kurzem bekannt gewordene Untersuchung der Bank bestätigte manche Vorwürfe. Bayerns Justizministerin Beate Merk (CSU) veranlasste Ende November, dass ein Antrag auf Wiederaufnahme des Verfahrens gestellt wird. dpa