



expertentipp:

▶ **Stefan Eder**

Kriegsbeginn löst Rallye auf Aktienmärkten aus

Die kurzfristige Marktentwicklung wurde durch die Ereignisse im Golfkrieg bestimmt. Unmittelbar nach dem Angriff auf den Irak sind die weltweiten Märkte stark gestiegen und der Ölpreis ging zurück. Der entscheidende Vorstoß der USA beendete eine monatelange Unsicherheit und brachte nervöse Anleger zurück in den Markt.

Derzeit bleibt Schroders in Aktien leicht untergewichtet. Die USA spielen eine Schlüsselrolle für die weltweite Konjunkturerholung, doch obwohl sich das Leistungsbilanzdefizit verbessert, scheint das Wachstum begrenzt. Diese Situation bietet den von der US-Nachfrage abhängigen Regionen wenig Unterstützung. Regional findet Schroders jedoch Anlagegelegenheiten und sowohl Europa als auch die Emerging Markets sehen langfristig attraktiv aus.

Schroders wird immer optimistischer für Unternehmensanleihen, die sich auf Grund einer größeren Nachfrage stark entwickelt haben. Nachdem der Golfkrieg schnell beendet war, ist das Vertrauen gestiegen und Vermögensanlagen wie Unternehmensanleihen zogen Anleger an. Die steigende Nachfrage hatte einen besonders starken Effekt. Da derzeit nur ein geringes Angebot an neuen Unternehmensanleihen besteht, „stürzte“ sich eine wachsende Schar von Investoren auf eine immer geringer werdende Auswahl.

Der elektronische Handel mit den Endverbrauchern boomt

Rund 20 Millionen Deutsche haben in den letzten zwölf Monaten mindestens einmal online eingekauft – das ist mehr als jeder Dritte. Jeder Fünfte ist sogar ein regelmäßiger Online-Shopper.

Am häufigsten online geordert wurden Bücher, Bekleidung, CDs, Eintrittskarten für Theater, Kino und Konzerte, Computer-Software und Computerspiele. Ebay war mit über zehn Millionen Kunden im letzten Jahr der größte Marktplatz für den Online-Handel, gefolgt von Amazon mit acht Millionen. Mit Abstand dahinter rangieren –

alle mit drei bis vier Millionen Online-Käufern – Quelle.de, Otto.de, Tchibo.de und Conrad.de. Dies berichtet der Online Shopping Survey (OSS), eine Studie, die gemeinsam von NFO Infratest und ENIGMA GfK durchgeführt wurde. Die Studie untersucht 29 Produktkategorien und Servicebereiche.

In den Bereichen Bekleidung, Lebensmittel und pflegende und dekorative Kosmetik überwiegen die Frauen – obwohl im Internet insgesamt noch in der Minderheit. Von diesem Potenzial profitieren große e-Tailer wie MyToys, Schlecker.de, Tchibo.de und Weltbild.de, deren Kundschaft inzwischen mehrheitlich weiblich ist.

DocMorris will nach Deutschland kommen

„Ich suche schon nach einem geeigneten Gelände, zehn Mal so groß wie in Holland“, sagte DocMorris-Chef Ralf Däinghaus der „Frankfurter Allgemeinen Sonntagszeitung“. Wenn die Gesundheitsministerin Ulla Schmidt (SPD) den Versandhandel von Medikamenten erlaubt, will der niederländische Internet-Arzneihändler Doc-

Morris nach Deutschland umziehen. Trotz des DocMorris-Aufstandes sieht Däinghaus für den Versandhandel mit Arzneimitteln in Deutschland ein Potenzial von acht Prozent Marktanteil. Zurzeit nehme er den Apothekern 1,1 Promille Umsatz ab. Vor dem Europäischen Gerichtshof (EuGH) ist zurzeit eine Klage des Deutschen Apothekerverbandes gegen grenzüberschreitenden Arzneiversand anhängig. Generalanwältin Christine Stix-

Hackl gibt DocMorris, wie auch anderen Internet-Apotheken, Schützenhilfe und erklärt, der Versandhandel mit zugelassenen Arzneimitteln müsse auch in Deutschland erlaubt werden. Das Gutachten der Generalanwältin ist zwar nicht bindend, gibt aber in der Regel die Richtung des späteren EuGH-Urteils vor. „Deutschland werde den Arzneihandel via Versand erlauben“, kündigte auch Schmidt bei einer Anhörung vor dem EUGH an.

Die Breitbandtechnik boomt – die Zugangskosten sinken

Der Schritt auf einen Auslandsmarkt ist häufig mit hohen Kosten verbunden. Unsicherheit besteht vor allem auch hinsichtlich des richtigen Vertriebswegs. Durch die steigende Zahl der Internetnutzer und der damit verbundenen zunehmenden Bedeutung des elektronischen Handels bietet sich deutschen Unternehmen immer mehr die Möglichkeit, ihre Produkte direkt im Ausland online anzubieten. Die Länder der Europäischen Union bieten sich hier für eine solche Vermarktungsstrategie gut an, da sie zum Teil bereits über einen hohen Verbreitungsgrad des Internets verfügen und für einige Länder durch die gemeinsame Währung gute Preisvergleiche zulassen. Hinsichtlich der Anteile am weltweiten E-Commerce liegt die EU gegenwärtig noch deutlich hinter den USA

zurück. Im Jahr 2001 entfiel rund ein Viertel des weltweiten Umsatzes im E-Commerce auf Europa, während die USA mit 44% deutlich dominierten. Dennoch sind die mittelfristigen Perspektiven für den E-Commerce in Europa günstig. Etwa 90% der Unternehmen in der EU verfügen heute über einen Internetanschluss. Die Zahl der Internetnutzer liegt bereits jetzt höher als in den USA. Noch nutzen die meisten das Internet allein zur Informationsgewinnung, aber die Zahl der Onlinekäufer steigt. Im Jahr 2005 wird der Anteil des elektronischen Handels am gesamten Einzelhandelsumsatz in Europa Prognosen zufolge 5,6% bzw. knapp 260 Mrd. Euro erreichen. In den einzelnen Ländern der EU verläuft die Entwicklung des E-Commerce sehr unterschiedlich. Am weitesten fortgeschritten sind Großbritannien und Deutschland, die Schlusslichter bilden Spanien, Portugal und Griechenland.