

feld des 8. Asia-Europe Meeting und des 13. China-EU-Gipfels wieder verstärkt über die guten Beziehungen zur EU berichtet wird. Die EU27 ist Chinas größter Handelspartner. Als kleiner Seitenhieb gegen die USA wurde angekündigt, dass auch die Beziehungen zu Kuba weiter intensiviert werden sollen. ■

## M.M. Warburg baut Research aus, CBS mit Rekord-Coverage

**WETTBEWERB NIMMT ZU** — Ungeachtet der lauen Börsenumsätze und des IPO-armen Herbstbeginns wird der Wettbewerb unter den Researchhäusern intensiver. Zu den expansionsfreudigen Playern zählen die Hamburger Privatbank **M.M. Warburg** sowie **CBS Research** aus Frankfurt, Tochter der Investmentbank **Close Brothers Seydler**.

Ein hohes Tempo legt gerade **Warburg Research** vor. Hier haben die Norddeutschen Ende Juni das ursprünglich der Privatbank angeschlossene Analyseteam mit der 51%-Beteiligung **SES Research**, einem der ältesten Häuser für Nebenwert-Analysen, in einer 100%-Tochter gebündelt. Mit der nun 30 Mann starken Truppe will Frontmann **Henner Rüscheimer** das Coverage sukzessive ausbauen und bis zu fünf weitere Analysten akquirieren. Hier ist also mit Neuigkeiten zu rechnen. Der letzte prominente Zugang war im Februar **Christian Bruns**, der zuvor bei der von der **Deutschen Bank** übernommenen **Sal. Oppenheim** tätig war. Er führt nun gemeinsam mit Rüscheimer die Geschäfte. Das Coverage, das derzeit ein Universum von rund 200 Titeln umfasst, soll u. a. im Nebenwertesegment ausgebaut werden. Allerdings musste Warburg Research zuletzt auch einen prominenten Abgang hinnehmen. **Karsten von Blumenthal** ging als Co-Head zu **First Berlin**. Dieser Wechsel soll rein persönliche Gründe haben, hat aber viele Brancheninsider verwundert, denn First Berlin befindet sich gerade mitten in einer Restrukturierung.

Auf Expansionskurs ist auch CBS Research. Per Ende September überschritt die Anzahl der gecoverten Unternehmen erstmals die 100er-Marke, obwohl die Gesellschaft erst Anfang 2008 die Geschäfte aufnahm. Zu den Neumandaten zählen **Helma Eigenheimbau** sowie **Hugo Boss**. Auch personell (aktuell zehn Analysten) will das Haus weiter zulegen. ■

## Stationärer Buchhandel wandelt sich zum Nischengeschäft

**BERATUNG ALS KERNKOMPETENZ** — Die Digitalisierung stellt nicht nur die Geschäftsmodelle von Verlagen, sondern auch die der Buchhandlungen auf den Kopf: Althergebrachte Vertriebswege werden überflüssig, neue Absatzmöglichkeiten entstehen. Die beiden Hauptvertriebskanäle Sortiment und E-Commerce tragen mittlerweile in sehr unterschiedlichem Maß zu den insgesamt stabilen Umsätzen im Buchhandel bei. Im ersten Halbjahr 2010 konnten die Zuwächse mit Internet-Bestellungen die rückläufigen Einnahmen im stationären

Buchhandel (-4,2%) nahezu vollständig kompensieren (Quelle: **Media Control GfK International**). Zwar wird aktuell noch jedes zweite Buch in einem Ladengeschäft verkauft, angesichts zweistelliger Zuwachsraten des Onlinehandels am gesamten Buchumsatz öffnet sich die Schere jedoch rasant. Schätzungen zufolge wird dessen Marktanteil von derzeit rd. 15 auf 20% im Jahr 2015 steigen (**Deutsche Bank Research**).

Im schrumpfenden stationären Buchhandel wird es nicht nur wegen der Konkurrenz aus dem Internet ungemütlicher. Denn zu Lasten kleiner Anbieter nimmt die Konzentration weiter zu: Allein die beiden größten Buchhandelsketten – das aus **Hugendubel** und **Weltbild** bestehende Joint Venture **DHB** und die zum **Douglas**-Konzern zählende **Thalia** – erwirtschaften mehr als ein Viertel des gesamten Sortimentsumsatzes. Entsprechend groß ist der Einfluss der Schwergewichte auf die Preisgestaltung der Verlage, die sich deren Rabattforderungen zwangsläufig beugen müssen. Mit der zunehmenden Verbreitung von E-Books – ihr Umsatzanteil liegt in Deutschland noch im Promillebereich – könnten die Verlage den Vertriebsweg Sortiment mit seinen Handelsmargen von rd. 50% künftig aber weitgehend aussparen.

Trotz der herausfordernden Wettbewerbsbedingungen sind die Zukunftsperspektiven im stationären Vertrieb nicht aussichtslos. In einer Umfrage des **Instituts für Handelsforschung** stellen Konsumenten dem klassischen Buchhandel ein gutes Zeugnis aus – sofern dieser mit Beratung und Fachwissen dienen kann. Auch entstehen erste Konzepte (**Libri**), Buchhändler durch den Verkauf von elektronischen Lesegeräten, die über eine vorinstallierte Einkaufsfunktion beim jeweiligen Händler verfügen, in den Vertrieb von E-Books einzubinden. ■

## Die großen Deals im Banking

**TIMING IST ALLES** — Zwei Banken können sich gut ergänzen. Doch wenn das Timing des Zusammenschlusses nicht stimmt, kann der Deal schnell zu einem Himmelfahrtskommando werden. Umgekehrt hängt bei gutem Timing und sich gut ergänzenden Aktivitäten, produktmäßig wie auch geografisch, der Himmel voller Geigen, und es kann eigentlich nichts mehr schiefgehen. Für beides gibt es im zeitlichen Umfeld der Finanzkrise geradezu lehrbuchhafte Beispiele.

Als die Investmentbank **Lehmann Brothers** im Herbst 2008 den Gang zum Konkursrichter antreten musste, waren die Märkte nahe ihrem Tief und die Preise für die Luxusparten des Bankings tief im Keller. **Barclays** und **Nomura** griffen behertzt zu, z. T. nach heftigen Bietgefechten mit Konkurrenten, die ebenfalls den Braten rochen. Die Briten etablierten sich durch die Übernahme des US-Geschäfts von Lehman auf einen Schlag und zu einem Spottpreis an der Wall Street, wo die Eintrittshürden in Normalzeiten kaum zu überwinden sind. Die Japaner schlugen beim Europa- und Asiengeschäft von Lehman zu.

Von diesen exzellent getimten Deals, die das Geschäftsgebiet in jeder Beziehung sehr gut abrundeten, profitieren ►