

Opel zahlt Tariferhöhung aus

Ab November wird Stundung fortgesetzt

Von Klaus Hartmann
Bochum. Im November wird Opel die seit Mai gestundete Tariferhöhung in Höhe von 4,3 Prozent an die Belegschaften der deutschen Werke auszahlen, mithin für sechs Monate. Doch danach werde die Stundung wieder aufleben, mit noch offener Frist. Das teilte Rainer Eienkel, Betriebsratschef der Opelwerke Bochum, in einer Versammlung der IG Metall Bochumer Opelernern mit.

Rund 1000 Mitarbeiter waren gestern der Einladung der IG Metall in ihr „Jahrhunderthaus“ gefolgt, um Einzelheiten zum neuen Tarifvertrag zu erfahren, der am Freitag bei Opel zwischen Geschäftsleitung, Betriebsräten und der IG Metall besiegelt worden war. Darin hatte sich das Unternehmen verpflichtet, auf betriebsbedingte Kündigungen bis Ende 2016 zu verzichten und die Verhandlungen fortzusetzen. Erklärtes Ziel sei dabei, so Eienkel, „kluge Lösungen“ für Zukunftskonzepte über 2017 hinaus für alle Opelwerke zu erreichen und dies ausdrücklich ohne Werksschließung. Um Stellen zu sparen, wird Opel erneut Altersteilzeit und Abfindungen auf freiwilliger Basis anbieten. Der neue Tarifvertrag könne aber jederzeit gekündigt werden, „wenn man das Scheitern der Verhandlungen erklärt“.

Nur noch 30 Prozent Stahl

Thyssen-Krupp-Chef bekräftigt Umbaupläne

Essen. Thyssen-Krupp-Chef Heinrich Hiesinger hat sein Ziel bekräftigt, Deutschlands größten Stahlhersteller zu einem Technologiekonzern umzubauen. „Der Spiegel“ berichtet, dass Hiesinger rund 250 Führungskräfte bei einem Treffen in Essen auf den Wandel des größten deutschen Stahlherstellers zu einem Technologiekonzern eingeschwenken habe. Nur noch 30 Prozent seines Geschäfts solle der Konzern mit Stahl erwirtschaften. Der Großteil solle mit dem Bau von Aufzügen, Raffinerien, Schiffen und Maschinen sowie mit Zulieferungen für die Autoindustrie verdient werden.

Das Edelmetallgeschäft will der Essener Thyssen-Krupp-Konzern an den finnischen Konkurrenten Outokumpu verkaufen. Darüber hinaus läuft der Verkaufsprozess für die von Heinrich Hiesingers Vorgänger Ekkehard Schulz aufgebaute amerikanische Stahlsparte, deren Kosten auf zwölf Milliarden Euro explodiert waren.

rtr

SERVICE: Sparen mit der WP



Eine Kundin geht durch einen Supermarkt. Mit befristeten Angeboten werden die Kunden oft unter Druck gesetzt.

FOTO: LENNART PREISS/DAPD

„Statusdenken ideal für Produzenten“

Der Handel kennt den Kunden besser als er sich selbst

Harald Ries

Hagen. Der deutsche Verbraucher ist preisbewusst. Er arbeitet gerne Einkaufslisten ab. Und packt doch fast immer mehr aufs Band, als er geplant hatte. Weil der Handel ihn besser kennt als er sich selbst. Deshalb werden Einkaufskörbe und -wagen größer – weil der Inhalt dann mickrig wirkt. Deshalb sind Obst und Gemüse am Eingang platziert – weil so eine freundliche Marktatmosphäre entsteht. Deshalb sind die Kühlregale mit Waren für den täglichen Bedarf ganz hinten – weil so der Einkaufsweg durch den ganzen Laden führt. Deshalb gibt es Käsehäppchen zum Probieren – weil auch kleine Geschenke verpflichten. Und weil wir uns nicht gerne bücken, stehen die günstigen Marken unten im Regal.

Prof. Rainer Olbrich kennt sich aus mit solchen Tricks. Der gebürtige Sauerländer, der in Winterberg Abitur gemacht hat, ist an der Fernuniversität Hagen Prorektor und Inhaber des Lehrstuhls für Betriebswirtschaftslehre, insbesondere Marketing. Konsumgüter- und Handelsmarketing gehören zu seinen Haupt-Forschungsgebieten. Aber dabei geht es ihm nicht nur darum, die Tricks der Verkäufer zu optimieren, sondern auch um Verbraucherschutz. Also: Wie kann der Kunde Manipulationen erkennen?

Doch das Problem beginnt schon vorher. Mit der Frage nach der Qualität der Ware: Können Verbraucher die realistisch einschätzen? „Meist nicht“, meint Olbrich. „Deshalb suchen sie nach Ersatzindikatoren. Und finden den Preis.“ Die Erfahrung, dass Qualität ihren Preis hat, verführt zum Umkehr-

schluss, dass ein teures Produkt (oder eine teure Dienstleistung) mehr wert sei als ein günstiges. Und das kann ein Trugschluss sein. „Das spaltet sich der Markt“, weiß Olbrich. „Die einen sind misstrauisch, glauben nicht an Unterschiede und kaufen das Billigste, die anderen, speziell Familien mit Kindern, wenden sich aus Vorsicht dem höheren Preis zu.“ Das gelte besonders für Babykost und Gesundheitsprodukte.



SERIE

Sparen mit der WP

Heute: **Einkaufen**

Aber welche Gruppe hat Recht? „Wir untersuchen im Moment anhand von Daten der Gesellschaft für Konsumforschung, bei welchen Warengruppen ein statistisch messbarer Zusammenhang zwischen Preis und Qualität besteht“, sagt der Marketing-Professor. Doch das Ergebnis gilt dann für die Vergangenheit. Wie eines der gerne auf der Packung aufgedruckten Qualitätssiegel. Und er warnt: „Kurz nach der Siegelvergabe besteht die Gefahr, dass die Qualität sinkt.“ Für hilfreich hält Olbrich Produktforen im Internet, in denen

Verbraucher sich gegenseitig aufklären. Allerdings haben gerade ältere Kunden, die das Netz nicht nutzen, eine höhere „Preisbereitschaft“. Sie neigen zum Erwerb von eingeführten Markenprodukten. Aber es gibt keine Alternative, meint Olbrich: „Die Verbraucher müssen sich um Informationen bemühen.“ Und vorhandene Informationen nutzen. Also den Kilopreis am Regal beachten und nicht automatisch davon ausgehen, dass die größere Packung oder die gestapelte Ware günstiger ist. Einkaufen wird so anstrengender: „Man muss mehr Zeit investieren.“

Und die Zeit ist knapp. Auch das ist ein Marketing-Instrument: Nur noch drei Tage, nur noch zwei Stück. Mit solchen Angeboten werden Kunden unter Druck gesetzt. „Dem sollte man widerstehen und sich fragen, ob das wirklich so günstig ist und ob man das Produkt überhaupt braucht“, rät Rainer Olbrich. Und den Preisvergleich empfiehlt er immer: „Sonderangebote gibt es meist bei Waren des täglichen Bedarfs, deren Preis wir kennen. Das verführt zu der Annahme, das ganze Sortiment sei günstig. Aber das ist meist nicht so.“ Beim Elektro-Discounter mit dem günstigen Fernseher könnten die Glühbirnen sogar besonders teuer sein. Die größten Fallen sieht Olbrich

da, wo der Geltungsnutzen den Produktnutzen überlagert, wo es vor allem auf Status ankommt: „Man wählt das Auto fürs gesellschaftliche Umfeld, weniger zum Fahren.“ Und wer Champagner zum Verschenken kaufe, entscheide anders, als wenn es um den eigenen Konsum gehe. „Eine solche Zahlungsbereitschaft ist für die Produzenten ideal.“ Grundsätzlich sei die Lage für die Verbraucher aber deutlich besser als vor zehn Jahren: „Die Technik fördert die Möglichkeit, sich Informationen zu beschaffen.“ Und das sei letztlich auch für die Anbieter gut, die

„Die Verbraucher müssen sich um Informationen bemühen.“

Rainer Olbrich, Inhaber des Lehrstuhls für Betriebswirtschaftslehre an der Fernuniversität Hagen

gezwungen seien, Qualität und Preis sorgfältiger zu kontrollieren.

Die Tricks werden dann eben subtiler: Klassische Musik verführt zum teureren Wein. Körperpflegeprodukte für Männer und Frauen sind an unterschiedlichen Stellen im Laden, denn wenn man die Geschlechter trennt, geben die Frauen mehr aus. Und die plötzliche Lust auf Gebäck kann daher kommen, dass die Abluft des Brotbackautomaten in den Verkaufsraum gelenkt wird. Da fällt es schwer, immer rational zu entscheiden. Der einzige Trost: Wenn wir alle auf den Kauf überflüssiger Dinge verzichten würden, bräche die Wirtschaft sehr schnell zusammen.

Die Sparserien-Folgen im Überblick

- Kraftstoff
- Rabatte
- Einkaufen
- Energetische Sanierung
- Energiefresser im Haus
- Sparportale

+++ Wochenvergleich vom 26.10. 22:12 +++ **TecDax** 801,15 (-1,23 %) +++ **SDax** 5016,48 (-1,56 %) +++ **Euro Stoxx 50** 2496,10 (-1,81 %) +++ **FTSE 100** 5806,71 (-1,52 %) +++ **Dow Jones** 13107,21 (-1,77 %) +++ **Umlaufrendite** 1,24 (-5,34 %) +++

Investmentfonds

	26.10.	26.10.	Rückn.	Rückn.
Allianz Global Investors Europe				
Adifonds A	76,93	73,27	75,50	
Adirenta P	14,54	14,12	14,11	
Adiverba A	93,20	88,76	89,96	
Bondspezial AE	50,89	49,41	49,18	
Concetra AE	70,73	67,36	68,97	
Eur Renten AE	58,27	56,85	56,92	
Eur Renten K AE	44,35	43,48	43,47	
Euroaktien A	39,47	37,59	38,72	
Fondak A	106,23	101,17	103,99	
Fondirent	47,35	45,97	45,68	
Fondis	45,75	43,57	44,00	
Fondra	94,73	91,09	92,45	
Gothaer Euro-Rent*	57,36	55,15	55,31	
Industria AE	80,03	76,22	78,22	
InternRent A EUR	47,02	45,65	45,34	
Kapital + AE	53,62	52,06	52,26	
Rentenfonds AE	82,08	80,08	80,20	
SGB Variozins	75,35	74,98	74,98	
Vermögt. Europa A	36,21	34,49	35,20	
Wachstum Europa A	75,98	72,36	73,29	

Dax	7231,85
38 Tage-Verlauf	200 Tage-Verlauf
- 2,02%	
ampegGerling	
All-in-one MK Dachf	11,59 10,92 11,04
Gerling Flex	34,97 33,38 33,61
Gerling Global	18,97 18,28 18,20
Gerling Rendite	20,98 20,37 20,32
Gerling Reserve	53,05 52,52 52,44
GerlingEuroStar 50	32,87 32,87 34,09
Golden Gate Global	7,83 7,53 7,62
NV Strat. Q.P.L. AMI	112,43 107,08 107,11
Zan.Eu.Cor.B.AMI I*	109,20 109,20 108,97
BNP Paribas Investment Partners	
Bd.Euro.Med.Term*	169,06 169,06 169,23
Eq.High.Div.Europe*	71,90 71,90 72,99
Short Term Euro*	209,50 209,50 209,50

MDax	11413,57
38 Tage-Verlauf	200 Tage-Verlauf
- 0,54%	
Credit Suisse	
CS EF(L)S&MC Ger.B*	1263,8 1203,6 1208,9
CS PF(L)Bal.Sfr B*	173,14 166,48 167,57
Liqui. Fd Euro A2	- 445,46 445,45
Deka Investmentfonds	
AriDeka	51,86 49,27 50,53
Corp.Bd. Euro TF	52,60 52,60 52,54
Deka ImmoB Europa	49,44 46,97 46,96
Deka ImmoB Global	59,86 56,87 56,86
Deka-Conv.Aktien CF	168,67 162,57 166,71
Deka-Conv.Renten CF	55,23 53,23 53,59
DekaFonds	72,24 68,63 70,70
Deka-Gl.Con.RENT. CF	48,02 46,28 46,36
Deka-Liqui:EURTF	66,36 66,36 66,36
Deka-LiquiPlanCF	981,19 976,31 976,22

Deka-LuGeldm: Euro	49,81 49,81 49,81
DekaLux Bond EUR	68,31 66,32 66,32
DekaLux-Japan CF	415,79 395,01 399,48
DekaLux-MidCapTFA	43,29 43,29 44,01
DekaRent-Internat.	19,75 19,17 19,06
DekaSpezial	215,24 204,48 208,06
DekaStruk.5 Ertrag	107,37 105,26 105,28
DekaStruk.5Chance	119,19 116,85 118,93
DekaStruk.5Chance+	145,46 142,61 145,19
DekaStruk.5Ertrag+	106,44 104,35 104,84
DekaStruk.5Wachst.	111,38 109,20 110,26
EuropaBond TF	41,17 41,17 41,18
GlobalChampions CF	105,77 101,95 103,43
RenditDeka	22,43 21,78 21,81
DJE	
DJE - Div&Sub I*	266,26 266,26 269,15
DJE - Div&Sub P*	260,20 247,81 250,54
DJE - Div&Sub XP*	158,80 158,80 160,50
DJE-Real Estate P	6,66 6,34 6,39
DWS Investments	
DWS Akkumula	594,41 566,10 577,48
DWS Eurorenta	53,34 51,78 51,59
DWS FI Rt Nts	83,51 82,68 82,67
DWS Global Value	146,44 139,46 142,84
DWS Gold plus	2165,9 2102,8 2125,4

DWS Inv.BRIC+ LC	187,23 177,87 178,95
DWS Inv.EURB P LC	126,63 122,83 122,96
DWS Inv.TD EUR LC	118,41 112,49 114,37
DWS Rend.(Med)	139,28 135,22 134,93
DWS Rend.Opt.	73,69 73,69 73,69
DWS Rend.Opt.4 S*	103,53 103,53 103,52
DWS Rend.Ro 5*	- 117,00 116,88
DWS VermBf.I	91,12 86,78 88,59
DWS VermMan-Bal	98,76 94,96 96,37
DWS VermMan-Def	107,69 104,55 104,74
DWS VermMan-Dyn	94,52 90,02 91,76
DWS VermMan-Pro80	86,21 82,10 82,16
Fidelity	
American Growth	25,64 24,36 24,94
Asean Fund	33,17 31,52 31,80
Europ.Lager Comp.	32,80 31,16 31,42
European Growth	10,40 9,88 9,97
International USD	35,49 33,72 34,28
MoneyB. Euro Fd.	22,88 22,88 23,08
Target 2030 Euro	25,01 24,16 24,35
Julius Bär Fonds	
Ab.Ret.Bd (EUR) B*	132,92 132,92 132,90
Ab.Ret.Bd De.EUR C*	115,64 115,64 115,65
Loc.Ec.Bd (EUR) B*	229,54 229,54 230,64
SAM Sust Water B*	147,72 147,72 148,04

Pictet	316,94 307,71 307,99
EUR Bds-P dy	171,52 163,35 164,76
Pictet-Water-P EUR	137,83 137,83 137,83
Sh.-Term M.Mkt P	96,25 96,25 96,26
SEB Aktienmanagement	
SEB Aktienfonds*	72,91 70,11 71,38
SEB ÖkoLux	28,99 27,74 28,06
SEB Total Return Bd*	27,59 26,53 26,54
SEB Zinsglobal*	31,12 29,92 29,92
Union Investment	
Uni21.Jahrh.-net*	20,97 20,97 21,21
UniEuroAktien*	46,69 44,47 45,44
UniEuroAspirant*	54,48 52,89 53,17
UniEuroRentA*	68,91 66,90 66,92
UniEuroSt.50 A*	37,45 36,01 36,88
UniFonds*	38,71 36,87 37,76
UniGlobal*	130,38 124,17 125,16
Unilimmo:Dt.*	97,11 92,49 92,45
Unilimmo:Europa*	59,93 57,08 57,06
Unikapital-net*	44,34 44,34 44,39
UniOpti4*	102,75 102,75 102,73
UniOptimus-net*	737,34 737,34 737,19
UnIRak*	87,76 85,20 86,13
UniReserve: Euro A*	505,23 505,23 505,07

Sonstige			
Aberd.Immo. DEGI EUROPA	29,95	28,52	28,50
Alte LeipEuro Short Term	48,83	48,35	48,33
AmpegG. Gerling Flex	34,97	33,38	33,61
Commerz hausinvest	42,99	40,94	40,92
FT Inv-GmbH FMM-Fonds I	139,25	139,25	139,30
FT Inv-GmbH FMM-Fonds II	369,55	351,95	356,91
Metzler Aktien DeutschlAR*	20,91	20,20	20,16
HANSA HANSInternat. A	24,52	23,69	23,67
HANSA HANSarenta	58,04	55,28	55,25
iii INTER ImmoProfil	104,24	99,28	103,24
MEAG Prolinvest	128,99	122,85	125,36
Metzler RWS-Wachstum MI*	78,11	74,39	74,90
OKAG OP Euroand Werte	55,61	52,96	54,51
OKAG OP Global Securiti	80,62	76,78	78,26
Pioneer PI German Equity	133,33	126,98	130,94
Pioneer Top World	76,80	73,14	74,61
Universal Fiduka UniV*	102,67	96,86	98,05
Westinv Westinv. InterSel.	49,62	47,03	46,99
* Preise etc. vom Vortag oder letzter Verfügbar. Kursiv wenn nicht in Euro notiert.			
Alle Fonds unter http://fondscorner.vwd.com/vwd/			

vwd funds service
 vwdservice@vwd.com | Tel.: 01805 893 123
 (Deutsches Festnetz 14 ct/min.; Mobilfunk max. 42 ct/min.) | www.vwd.com
 vwdgroup