

30. November 2010 11:42; Akt: 30.11.2010 13:51

Das steckt hinter dem Aufschwung bei Vögele

von Werner Grundlehner - Die Neuausrichtung von Charles Vögele weckt Anlegerfantasien. Innerhalb des Unternehmens liegen aber die Nerven blank.

Charles Vögele, der Textilkonzern aus Pfäffikon (SZ), hat sein altbackenes Image über Bord geworfen. Neu lächeln die spanische Schauspielerin Penélope Cruz und ihre Schwester Mónica im Vögele-Outfit von den Plakatwänden. Das Cruz-Duo hat für das Schweizer Unternehmen auch eine eigene Modelinie entworfen. Das Engagement der beiden Stars soll Vögele nach Schätzungen von Branchenkennern rund 1,5 Millionen Franken kosten. Baumeister des Umbaus ist André Maeder, der seit Februar 2009 das Amt des CEO bekleidet – und sich neuerdings nur noch mit modischem Schal ablichten lässt.



Die Vögele Manager wollen vom Wühltisch zum Glamour - der Börse gefällt's. (Bild: Keystone)

Charles Vögele gehört mit einem Umsatz von 1,3 Milliarden Franken im vergangenen Jahr zu den grössten Schweizer Modeketten. Die Gruppe betreibt 844 Läden – davon 168 Filialen in der Schweiz. «Eine Umpositionierung von Vögele war nötig», erklärt Detailhandelsspezialist Gotthard Wangler. Aber eine derartige Neuausrichtung brauche Zeit – mindestens ein bis zwei Jahre. «Es ist auch noch zu früh um abzuschätzen, welche Auswirkungen der Kurswechsel auf das laufende Geschäft hat», so Wangler. Auch dafür brauche es noch mehr Zeit. Die Winterkollektion beginne erst jetzt zu laufen.

Was will die Migros?

Was ist denn der Treibstoff für die Vögele-Aktien? Seit Anfang September ist der Kurs von 41 auf gegen 57 Franken geklettert. «Die Geschäftsprognose kann es nicht sein. Eine schwarze Null zu schreiben, ist wenig berauschend», sagt ZKB Analyst Marco Strittmatter. Laut ZKB-Analyst wird auch entscheidend sein, wie viele der bisherigen «alten» Kunden, die noch an Wühlische gewohnt waren, der neuen, edlen Vögele die Treue halten. In der Schweiz und Deutschland – den Hauptmärkten von Vögele – herrsche eine Überangebot und damit hoher Preisdruck.

Gemäss Strittmatter könne es aber sein, dass die Migros ihre Beteiligung weiter aufstocke. 2008 wurde Vögele von Hedge-Funds wie Laxey, Cheyne und Sterling heimgesucht. Dann stieg die Migros ein und baute das Engagement kontinuierlich aus. Im September dieses Jahres meldete die Migros eine Beteiligung von 20 Prozent. Der Grossverteiler spricht von einem Finanzengagement. **Daran glaubt die Branche nicht. Wangler dazu: «Das Engagement von Migros ist sicher kein Finanzengagement – da gäbe es attraktivere Aktien.»**

Alle schielen auf die 20-Jährigen

Strittmatter weist darauf hin, dass falls die Beteiligung auf 33 Prozent anwächst, ein Übernahme-Angebot der Migros erfolgen müsste. Im Gegensatz zu anderen Experten glaubt der ZKB-Analyst nicht, dass die Wettbewerbsaufsicht etwas gegen den Zusammenschluss hätte. Denn mit Ketten wie H&M und C&A sind weitere grössere Mitbewerber in der Schweiz aktiv.

Der Imagewechsel läuft Vögele-intern allerdings alles andere als problemlos. Gemäss Medienberichten soll es im Unternehmen gewaltig rumoren. Eine Gewerkschaftszeitung berichtet davon, dass unter den Verkäuferinnen Angst und Verunsicherung dominiere. Ältere Mitarbeiterinnen, die nicht mehr ins Schema «jung und sexy» passten, seien zur Reduktion ihrer Arbeitsspesen gezwungen oder entlassen worden. Falls sich die Berichte über die Entlassung von über-vierzigjährigen Verkäuferinnen bewahrheiten, wäre das für Wangler eine «Riesenkatastrophe». Denn: «Die kaufkräftigen Konsumentinnen sind dreissig und älter.» Es ist gemäss Wangler aber weit verbreitet, dass alle Modehäuser Kleider für Zwanzigjährige anpreisen. Zahlen müssten diese dann aber meist die Väter.