



Reiche Traubenernte erwartet

Die deutschen Winzer holen in diesem Jahr mehr Trauben aus ihren Weinbergen als noch zum Erntebeginn erwartet. Die neuen Schätzungen gingen für Deutschland von einem Ertrag von neun

Millionen Hektolitern aus, teilte das Deutsche Weinsinstitut (DWI) mit. Das sei ein durchschnittlicher Wert. Sowohl das DWI als auch die Weinbauverbände waren zunächst von leicht unterdurchschnittlichen

Erträgen ausgegangen. Allerdings seien die Ernten regional und sogar lokal sehr unterschiedlich ausgefallen. In Rheinland-Pfalz sticht 2016 das Anbaugebiet Mittelrhein hervor. Dort wird 17 Prozent mehr Er-

trag erwartet als im Fünf-Jahres-Mittel. Auffällig sind die Werte für die Anbaugebiete Sachsen und Saale-Unstrut: 55 beziehungsweise 23 Prozent mehr als sonst wird dort erwartet. TEXT: DPA/FOTO: DPA

Milliarden-Deal abgewickelt

AT & T kauft Time Warner

VON ANDREJ SOKOLOV

New York. Seit Jahren klagen Telekom-Konzerne, die Internet-Firmen verdienen das Geld in ihren Netzen, während ihnen selbst die Rolle einer „dummen Pipeline“ drohe. Jetzt ist der amerikanische Telekommunikations-Riese AT & T bereit, sich die TV-Sender und Filmstudios von Time Warner mehr als 100 Milliarden US-Dollar kosten zu lassen. Dabei geht es nicht nur darum, die Zukunft von AT & T in der neuen Online-Welt abzusichern. Das Ziel ist auch, neu zu ordnen, wer und an welcher Stelle das Geld mit Videoinhalten verdient, auch wenn der Deal sehr stark auf die Besonderheiten des US-Marktes zugeschnitten ist.

„Die Zukunft des Mobil-Geschäfts ist Video, und die Zukunft von Video ist mobil“, fasste AT & T-Chef Randall Stephenson die Raison hinter dem Übernahmeplan in einer Telefonkonferenz zusammen. Die allgegenwärtigen Mobil-Geräte wie Smartphones haben für viele Nutzer erst den PC ersetzt. Jetzt wird über sie auch immer mehr Video geschaut – allein die Zahlen von Facebook sind ein klarer Beleg dafür.

Die Zukunft von Video ist mobil

AT & T, nicht zufrieden mit der Rolle eines reinen Telekom-Anbieters, setzte bereits im vergangenen Jahr mit dem Kauf des Satelliten-TV-Anbieters DirecTV für ebenfalls stolze 50 Milliarden Dollar auf das Fernsehgeschäft. Im Ergebnis ist AT & T jetzt der größte Anbieter von TV-Anschlüssen in den USA und die Nummer zwei im Geschäft mit Internet-Zugängen fürs Zuhause. Und der größte Mobilfunk-Anbieter des Landes nach Verizon Wireless.

Jetzt will sich AT & T-Chef Stephenson mit Time Warners Sendern wie dem Bezahlkanal HBO („Game Of Thrones“, „Sopranos“, „Sex And The City“, um nur einige Hit-Titel zu nennen) auch die passenden Inhalte für die Leitungen ins Haus holen. Der Kabel-TV-Anbieter Comcast ging diesen Weg bereits 2011 mit der damals heftig diskutierten Übernahme von NBCUniversal mit den NBC-TV-Sendern und dem Hollywood-Studio Universal. Vorheriger Besitzer war der traditionsreiche Mischkonzern General Electric.

UNTERNEHMERNETZWERK

Häfen in der Digitalisierung

Bremen. Das Unternehmensnetzwerk i2b läuft für Dienstag, 25. Oktober, ab 18 Uhr zum monatlichen meet-up in die ehemaligen Räume von Kaffee-HAG im Bremer Holzhaufen, Fabrikener 115, ein. Die Veranstaltung soll den Dialog zwischen den deutschen Hafenstandorten und eine Diskussion über digitale Anwendungen und Kooperationsmöglichkeiten fördern. Im Anschluss an den Vortrag von Lutz Birke von der HPA Hamburg Port Authority soll über die Zukunft der deutschen Häfen diskutiert werden und über neue Kooperationspotentiale im Zuge der Digitalisierung. Los geht's um 19 Uhr. Anmeldung unter www.i2b.de. WK

ARBEITNEHMERKAMMER BREMEN

Vortrag über Leiharbeit

Bremen. Immer häufiger werden Arbeitsverträge als Leiharbeit ausgewiesen. Doch was muss man bei so einem Vertrag mit einem Verleiherunternehmen beachten? Rechtsberater Joachim Duhnenkamp von der Arbeitnehmerkammer Bremen erklärt bei einer Info-Veranstaltung der Reihe „Ihr Recht – einfach erklärt“ am Dienstag, 25. Oktober, 18 bis 19.30 Uhr im Kultursaal der Arbeitnehmerkammer, Bürgerstraße 1, was Beschäftigte beachten müssen. Im Anschluss gibt es die Möglichkeit, Fragen zu stellen. Der Eintritt ist frei. Anmeldung unter Telefon 36301 28 / -29 oder per E-Mail an recht@arbeitnehmerkammer.de. WK

HOCHSCHULE BREMEN

Vorlesung im Irish Pub

Bremen. Die Veranstaltungsreihe der FOM Hochschule Bremen, bei der Dozenten und Studierende die Seminarräume an der Linzer Straße gegen das Hegarty's im Bremer Ostertor tauschen, geht in die nächste Runde. Referent Hartmut Reinke spricht am Mittwoch, 26. Oktober, zum Thema „Das kleine Einmaleins des Brauerei-Marketings“. Am 18. Uhr gibt der FOM Marketingexperte Einblicke in die Bereiche Produktentwicklung und Vermarktung von Bier. Die Veranstaltung steht allen Interessierten offen. WK

BELLADONNA

Netzwerktreffen für Frauen

Bremen. Unter dem Motto „Netze knüpfen plus“ treffen sich Gründerinnen und Unternehmerinnen am Dienstag, 25. Oktober, ab 18 Uhr im Frauenkultur- und Bildungszentrum belladonna, Sonnenstraße 8. Dabei sind Unternehmerinnen, deren Betrieb seit Jahren gut läuft und die durch Höhen und Tiefen gegangen sind. Und es kommen Jungunternehmerinnen zu Wort, die gerade durchstarten wollen. Der Eintritt ist frei. Weitere Informationen und Anmeldung unter Telefon 70353 34 oder per E-Mail an service@belladonna-bremen.de. WK

Negativzinsen für Bremer Sparer

Volksbank bittet vermögende Kunden zur Kasse/Verbraucherzentrale: Fast alle Banken tricksen

VON MAREN BENEKE

Bremen. Die Bremische Volksbank macht ernst: Ende des Jahres will das Institut Negativzinsen an seine Kunden weitergeben. Betroffen sein werden dann nicht nur Firmenn-, sondern auch Privatkunden. „In der Tat planen wir derzeit die technische Umsetzung“, sagt der Vorstandsvorsitzende Ulf Brothuhn. Noch steht die Grenze, ab der die Volksbank-Kunden zahlen sollen, seinen Angaben zufolge nicht abschließend fest. Derzeit orientiere man sich an Geldvermögen ab 500.000 Euro, die die Kunden auf einem laufenden oder einem Tagesgeldkonto geparkt haben.

Nach Angaben des Vorstandschefs sind es in etwa einhundert seiner Kunden, die so viel Liquidität parat haben. „Und wenn überhaupt, dann sind Privatkunden nur ein sehr, sehr kleiner Teil davon“, sagt Brothuhn. Zudem werde die Volksbank die Negativzinsen nicht pauschal weitergeben. Mit jedem Sparer werde individuell das Gespräch und dann gemeinsam nach einer Lösung gesucht. „Wenn ein Kunde beispielsweise plausibel darlegen kann, dass er das Geld in absehbarer Zeit dringend braucht, dann wird er die Negativzinsen auch nicht zahlen müssen“, so der Volksbank-Chef.

Mit ihrer Preispolitik steht die Bremische Volksbank längst nicht allein da. Erste vor zwei Wochen hatte mit der Volksbank Stendal die dritte Genossenschaftsbank angekündigt, die Negativzinsen an ihre Kunden weiterzugeben. Seit Anfang Oktober müssen diese einen Strafsatz von 0,4 Prozent bezahlen, wenn sie mehr als 100.000 Euro auf

ihrem Tagesgeldkonto parken. Die Raiffeisenbank Gmünd am Tegernsee bedient sich seit September des Begriffes „Verwahrentgelt“ und nimmt ebenfalls 0,4 Prozent Zinsen von Kunden, die mehr als 100.000 Euro auf ihren Giro- und Tagesgeldkonten eingeparkt haben.

Vorreiter war die Deutsche Skatbank, eine Tochter der VR-Bank Altenburger Land, die bereits seit 2014 in bestimmten Fällen bei kurzfristigen Einlagen von mehr als einer halben Million Euro einen Negativzins von 0,25 Prozent pro Jahr verlangt. Die Volks- und Raiffeisenbank unterstützen ihrem Zentralinstitut, der DZ Bank, die von ihnen gut 1000 Instituten mittlerweile ebenfalls einen Strafsatz nimmt, wenn diese ihr Geld dort zwischenparken wollen.

Es ist die Europäische Zentralbank (EZB), die den deutschen Banken mit ihrer Preispolitik das Leben schwer macht. Lagern diese überschüssiges Kundengeld bei der EZB ein, werden Strafszinsen von 0,4 Prozent fällig. Die EZB hatte darauf gesetzt, mit dieser Maßnahme die Kreditvergabe ankurbeln zu können – bislang allerdings mit wenig Erfolg.

Das Thema Negativzinsen ist laut Volksbank-Chef Brothuhn „hochemotional“. „Wenn man mit den Kunden darüber spricht, was die Politik der EZB für uns Banken bedeutet, dann verstehen das viele“, sagt er. Zumal es Alternativen zum herkömmlichen Sparbuch oder dem laufenden Konto gibt. „Die Frage ist doch: Brauche ich wirklich mehrere hundertausend Euro, auf die ich sofort zurückgreifen kann, oder kann ich sie nicht beispielsweise auch auf einem Kündi-

gungskonto für 35 Tage fest parken?“, fragt Brothuhn.

„Dass die Bremische Volksbank nun das erste Institut in der Stadt ist, das Negativzinsen auch an Privatkunden weitergibt, dagegen wehrt sich der Vorstandsvorsitzende. „Alle haben ihre Wege, die gestiegenen Kosten weiterzugeben“, sagt er. „Aber wir sind die Ersten, die es transparent machen.“

Aus Verbrauchersicht sind solche klaren Gebühren besser als versteckte Kosten, meint Annabel Oelmann, Vorstand der Bremer Verbraucherzentrale. „Dass die Banken etwas tun, merken wir an vielen Stellen“, sagt sie. So würden viele Institute von ihren Privatkunden zwar noch keine Negativzinsen verlangen. Dafür seien sie an anderen Stellen aktiv geworden: Wie zuletzt bei der Postbank steigen die Kontoführungsgebühren, für Kontoauszugsdrucke, Überweisungen in der Filiale oder die EC-Karten muss plötzlich bezahlt werden. „Dass die Banken gerade Probleme haben, verstehe ich“, sagt Oelmann, „dennoch müssen die Kosten transparent sein – und das sind sie in vielen Fällen nicht.“

Das Bankhaus Neelmeyer möchte zum Thema keine Stellung nehmen. Die Sparkasse Bremen gibt nach eigenen Angaben keine Negativzinsen an ihre Privatkunden weiter. Anders sieht das bei Firmenkunden aus: Diejenigen, die beträchtlich hohe Summen auf ihren Giro- oder Tagesgeldkonten hätten, müssten partiell ein sogenanntes Verwahrentgelt von 0,5 Prozent im Jahr zahlen, teilt das Institut mit. Die Sparkasse mache aber keine Angaben zur Anzahl der betroffenen Kunden und darüber, was „be-

Schwere Zeiten für das Textilgeschäft

Launisches Wetter und verstärkter Online-Einkauf erhöhen Druck auf Modehändler

VON ERICH REIMANN

Düsseldorf. Gerade erst hat der Herbst in Deutschland Einzug gehalten, da setzen vielen Modehändler in den Innenstädten bei den Herbstkollektionen schon den Rotstift an. „Mid-Season-Sale“ locken die Schilder und versprechen Rabatte bis zu 50 Prozent. Die Händler stehen unter Druck. Die Geschäfte liefen schlecht in den vergangenen Monaten.

Zwischen Mai und September lagen die Verkaufszahlen im stationären Modehandel nach einer Marktuntersuchung des Branchenblattes „Textilwirtschaft“ Monat für Monat unter den Vorjahreszahlen, im September um satte 16 Prozent. „Es war grausig“, meint der Hauptgeschäftsführer des Bundesverbandes des Deutschen Textileinzelhandels (BTE), Jürgen Dax.

Doch was für die Händler schlimm ist, kann für die Verbraucher durchaus Vorteile haben. „Es wird vermutlich ein Herbst der hohen Rabatte werden“, prognostiziert jedenfalls die „Textilwirtschaft“ schon vor einigen Wochen. Zwar hat inzwischen der Kälteeinbruch die Geschäfte wieder etwas angekür-

belt. Doch ob dies ausreicht, die Einbußen der vergangenen Monate wettzumachen, darf bezweifelt werden.

In den vergangenen Monaten sind bereits eine ganze Reihe namhafter deutscher Textilhändler in wirtschaftliche Turbulenzen geraten, darunter der Herrenmode-Filialist Polhald, der Damenmode-Anbieter Zero und

die Textilketten Währl und SinnLeffers – und nun auch noch Tom Tailor.

Andere formulieren das härter. „Einige textile Einzelhändler hängen am seidenen Faden“, urteilt etwa der Deutschland-Chef des Kreditversicherers Euler Hermes, Ron van het Hof. Auch BTE-Hauptgeschäftsführer Dax ist überzeugt, dass „ein Teil der Firmen

unter gehörigem Druck steht“. Allerdings ist das launische Wetter nicht das einzige und vielleicht nicht einmal das größte Problem der Modehändler in den Innenstädten. Denn nicht nur Wetterkapriolen sorgen dafür, dass die Modekäufer sich seltener auf den Weg in die Fußgängerzonen machen. Vor allem der Siegeszug des Online-Handels dünnt den Kundenstrom aus. Und wer doch noch kommt, kauft immer häufiger vor allem bei internationale Ketten wie H&M, Zara oder Primark ein.

Als wäre das nicht genug, wollen nun auch noch die beiden größten deutschen Discounter, Aldi und Lidl, ihr Mode-Standbein kräftigen. Schon heute gehören beide Ketten zu den Top Ten des deutschen Textilhandels. Doch das bisherige Geschäft mit Grabbeltischware reicht den Billiganbietern offenbar nicht mehr. Aldi Süd präsentierte in diesem Jahr schon zwei Modekollektionen, die von der Designerin Jette Joop entworfen wurden und sich an eine jüngere, marktbewusste Klientel wenden. Lidl bot eine neue Premium-Kollektion seiner Modelinie Esnara sogar zehn Tage lang werbewirksam auf Hamburgs edelster Einkaufsstraße an.



Gerade erst ist es Herbst geworden, da locken viele Modehändler in den Innenstädten schon mit hohen Rabatten. Grund ist der hohe Druck auf den Textilhandel. FOTO: DPA