

Umweg über Polen

Handel Media-Saturn hat Ärger mit ausländischen Steuerbehörden. Ihr Onlinehändler Redcoon war an dubiosen Warenschiebereien beteiligt.

Die Hoffnungen waren gewaltig, als die Media-Saturn-Gruppe im März 2011 ihren bislang größten Deal abschloss: Für ungefähr 120 Millionen Euro kaufte die Elektronikette den Onlinehändler Redcoon.

Der E-Commerce-Anbieter mit der Chilischote im Logo und den angeblich „heißten Preisen“ sollte ein „neuer Media Markt“ werden, schwärmte die Konzernmutter Metro. Ein gut besuchter digitaler Marktplatz, stark genug, um gegen mächtige Rivalen wie Amazon anzukämpfen.

Fünf Jahre nach der Übernahme entpuppt sich Redcoon jedoch zunehmend als Flop. Prüfungen von Steuerbehörden und internen Ermittlern ergaben, dass die Onlinefirma Geschäfte über ein grenzüberschreitendes Steuerkarussell abgewickelt und so die Preise teilweise künstlich gesenkt hat. Nun drohen Nachzahlungen und Strafen in Millionenhöhe, Umsatz und Ergebnis gehen zurück.

Die obskuren Vorgänge bei der Elektrotochter Media-Saturn kommen für Metro-Chef Olaf Koch zum denkbar schlechtesten Zeitpunkt. Vergangene Woche hatte er angekündigt, den Handelskonzern aufzuspalten – auch mit dem Ziel, Media-Saturn größere Freiheiten zu ermöglichen.

Schlechte Nachrichten aus dem Onlinegeschäft kann Koch gerade nicht gebrauchen.

Die italienische Steuerbehörde deckte Redcoons Verwicklung in fragwürdige Geschäfte auf. Die Ermittler waren dubiosen Lieferanten auf der Spur, dabei stießen sie auf eine indirekte Verbindung zu Redcoon Italien. Im April 2013 rückten sie zu einer Nachprüfung bei der Italientochter an.

Gut ein Jahr später verschickten die italienischen Prüfer den vertraulichen Bericht, der die Geschäftsführer von Media-Saturn geschockt haben dürfte: Es bestehe der Verdacht, dass ihre Onlinetochter Redcoon Teil und Nutznießer einer Lieferkette gewesen sei, die dem italienischen Staat Umsatzsteuer entzogen habe.

Media-Saturn veranlasste eine eigene Untersuchung. Ein Team der internen Revision durchleuchtete monatelang alle relevanten Transaktionen mit 150 ausländischen Lieferanten und Kunden, prüfte Frachtbriefe, Rechnungen und Lieferscheine und wertete etwa 23 000 E-Mails aus.

Im Januar 2015 legten die Prüfer dann ihren vertraulichen „Statusbericht Umsatzsteuer redcoon GmbH“ vor. Darin entlarvten sie ein internationales Warenkreislaufsystem, das nach heutigen Erkenntnissen von Juli 2012 bis März 2013 aktiv war. Zu diesem Zeitpunkt war Redcoon längst Teil des Metro-Konzerns.

Die Geschäfte liefen nach einem trickreichen Schema ab. Redcoon verkaufte Elektrogeräte, darunter LCD- und Plasmafernseher, an eine Partnerfirma in Italien. Über mindestens einen weiteren Zwischenhändler landete die Ware dann bei der Redcoon-Tochter in Polen, die sie an die Deutschlandzentrale zurückverkaufte.

Der Clou des ansonsten nutzlosen Warenkreislaufs: Einer der Zwischenhändler im Ausland hinterzog mutmaßlich Umsatzsteuern. Davon profitierten letztlich alle Glieder der Lieferkette. Auch Redcoon.

Wie von Geisterhand verbilligte sich die Ware im Kreislauf, im Schnitt um sieben Prozent. Verkaufte Redcoon zum Beispiel einen Fernseher für 1000 Euro nach Italien, konnte der Onlinehändler das Gerät am Ende für 930 Euro aus Polen zurückkaufen. So blieb ein ordentliches Plus übrig, ohne reale Wertschöpfung.

Manche TV-Geräte könnte Redcoon sogar mehrmals auf Europareise geschickt haben: Die Prüfer halten es zumindest für möglich, dass „einzelne Artikel teilweise mehrfach gedreht wurden“.

Sämtliche Warenschiebereien endeten abrupt, als die italienischen Steuerprüfer bei Redcoon Italien anrückten. Für die Ermittler scheint festzustehen, dass Redcoon Teil einer Lieferkette war, die gegen Gesetze verstieß. Die Behörde will den Onlinehändler in Haftung nehmen. Von Redcoon fordern die Italiener rund sieben Millionen Euro Umsatzsteuer plus Strafe und Zinsen. Redcoon will allerdings nicht anstandslos zahlen und hat Verhandlungen mit der Finanzbehörde aufgenommen.

Der Mutterkonzern Metro sieht die Schuld an den Aktivitäten nicht bei sich selbst, sondern bei den Zwischenhändlern: „Die Vorwürfe der Behörden beziehen sich in erster Linie darauf, dass Redcoon-Lieferanten, Vorlieferanten und deren Lieferanten Umsatzsteuer hinterzogen haben“, sagt ein Metro-Sprecher. Media-Saturn und Redcoon seien „Geschädigte“.

Gegen die damals verantwortliche Geschäftsführung und einen früheren leitenden Mitarbeiter hat Redcoon zivilrechtliche Schritte und Schadensersatzverfahren eingeleitet. Ein Ex-Redcoon-Manager sitzt in Untersuchungshaft, gegen ihn ermittelt die Staatsanwaltschaft Würzburg.

Die Vorfälle liefern zudem neuen Stoff für den Konflikt zwischen der Media-Saturn-Führung und Mitgründer Erich Kellerhals. „Wir verurteilen Karussellgeschäfte und jede andere Form von betrügerischem Geschäftsgebaren“, sagt Ralph Becker, Geschäftsführer der Kellerhals-Gesellschaft Convergenta, die 22 Prozent an Media-Saturn hält. Man erwarte „eine umfassende und unabhängige Aufklärung“.

Noch schmerzhafter als der juristische Ärger sind für Media-Saturn die wirtschaftlichen Folgen der Redcoon-Affäre. Inzwischen verzichtet der Onlinehändler auf alle Geschäfte mit Wiederverkäufern – und damit auf fast 20 Prozent seiner Umsätze.

Galten Redcoons Marketingmethoden schon länger als problematisch – 2013 beanstandete der Deutsche Werberat „sexistische Werbemotive“ – gerät jetzt auch die Verkaufsmasche in Gefahr. Wegen anhaltender Verluste dürfte sich Redcoons altes Versprechen „So viel billig gab's noch nie“ künftig kaum noch erfüllen lassen.

Simon Hage

Mail: simon.hage@spiegel.de



Saturn-Filiale in Berlin: Produkte wie von Geisterhand verbilligt