

GASTBEITRAG

Der CEO im politischen Spannungsfeld

Börsen-Zeitung, 17.8.2018
In der anhaltenden Debatte um Zuwanderung und Integration halten sich die Manager der großen Unternehmen meist vornehm zurück. Wagt sich ein CEO aus der Deckung, kann er indes heftig in die Schusslinie geraten. Der Vorstandsvorsitzende der Siemens AG hat sich im vergangenen Frühjahr poin-

tiert in die bis heute nicht abebende Diskussion eingemischt. Er reagierte auf eine Äußerung der AfD-Vorsitzenden Alice Weidel, die im Deutschen Bundestag von „Kopftuchmädchen, Messermännern und anderen Nichtsnutzen“ schwadronierte. Kaeser reagierte entschlossen und eindeutig in einem Tweet: „Lieber Kopftuchmädchen als Bund Deutscher Mädel.“ Für den Siemens-Chef war sein öffentlicher Beitrag eine „Herz- und Kopfschmerzmittel“.

groben Klotz gehört ein grober Keil“ in die Debatte begibt.
Mit seiner Initiative, die Schweigespirale zu durchbrechen, hat Kaeser aber vor allem seine Position und seinen Einfluss genutzt, auch im Sinne seines Unternehmens zu handeln. Als CEO hat er eindeutig Haltung demonstriert und dabei die Werte des Unternehmens verteidigt. Der oberste Repräsentant verkörpert authentisch Internationalität und Weltoffenheit eines global agierenden Unternehmens, das mit seinen rund 400.000 Mitarbeitern bereits heute über 90% seines Neugeschäfts außerhalb von Deutschland erzielt. Sich von dumpfen, populistischen Parolen zu distanzieren ist also nicht nur eine Frage der ethischen Grundhaltung, sondern auch aus ökonomischen Gründen wohl begründet.

So stellt sich die Frage, warum nicht andere Top-Manager die Chance ergreifen und ihre einflussreiche Position nutzen, um gesellschaftspolitische Verantwortung wahrzunehmen und sich eindeutig zu positionieren. So kritisierten beispielsweise gestandene Unternehmerpersönlichkeiten wie der Schraubenfabrikant Reinhold Würth und der Lasermaschinenhersteller Berthold Leibinger (Trumpf) scharf die protektionistische Wirtschaftspolitik von Donald Trump. Auch Frank Appel, CEO Deutsche Post, betont in einem Interview Deutschlands Weltoffenheit. Er sehe sich in der Verantwortung, „alles dafür zu tun, um Populisten den Nährboden zu entziehen“. Allerdings bleiben derartige Wortmeldungen noch zu häufig die große Ausnahme.

Im Sinne einer ganzheitlichen Unternehmenskommunikation ist es dagegen unerlässlich, auch zu gesellschaftlichen Themen klare Position zu beziehen. So wird Kunden, Geschäftspartnern und vor allem Dingen den Mitarbeitern unmissverständlich die Haltung des Unternehmens vermittelt. Gerade jüngere Menschen erwarten von Vertretern der Wirtschaft eine klare politische Positionierung. Die Unternehmen werden davon am Ende – ähnlich wie bei ihrer Nachhaltigkeitspolitik – auch ökonomisch profitieren. Somit ist die politische Kommunikation eine strategische Chance, sich als CEO zu profilieren, aber vor allem stellvertretend für das Unternehmen und seine Mitarbeiter die Haltung des Konzerns zu verdeutlichen – vorausgesetzt, die Aussagen treffen den Markenkern und tragen nicht zur weiteren Polarisierung bei.

Noch mal nachgelegt

Denn eine Eskalation ist nicht im Sinne des Unternehmens. Über den letzten Punkt hat sich der Siemens-CEO in den vergangenen Wochen souverän hinweggesetzt. Joe Kaeser hat trotz – oder gerade wegen – der heftigen Reaktionen auf seine Meinungsäußerung in den sozialen Medien mit einem erneuten Beitrag nachgelegt. Nicht im Sinne einer weiteren Eskalation, sondern mit einer ganz grundsätzlichen Überlegung: Auch die Lenker von Wirtschaftsunternehmen stehen mitten im Leben und sollten dies zum Ausdruck geben. Kaesers Fazit: „Ein CEO kann, darf, soll politisch sein. Manchmal muss er sogar politisch sein.“ Dem ist wenig hinzuzufügen. Nur so viel: Die Verpflichtung eines CEO, Haltung zu zeigen, endet nicht an der Firmenpforte. Oder um es in einer Abwandlung eines Zitats des damaligen US-Präsidenten Bill Clinton, „It's the economy, stupid“, zu formulieren: „It's the politics, stupid.“

Curetis weitet Verluste aus

Zusätzliche Kapitalmaßnahmen geplant

Börsen-Zeitung, 17.8.2018
igo Stuttgart – Das Molekular Diagnostikunternehmen Curetis hat seine Verluste im ersten Halbjahr 2018 ausgeweitet. Trotz eines um 36% gestiegenen Umsatzes von 807.000 Euro erhöhte sich der operative Verlust von 9,3 Mill. auf 11,4 Mill. Euro. Nach Steuern erhöhte sich das Minus von 9,7 Mill. Euro auf 11,6 Mill. Euro.

Curetis investiert derzeit kräftig in Wachstum. Den Jahresabschluss 2017 hatte die Prüfgesellschaft PwC wegen der knappen Finanzmittel unter Berücksichtigung potenzieller zusätzlicher Kapitalmaßnahmen erstellt (vgl. BZ vom 3. Mai). 2018 will Curetis daher nach einer Kapitalerhöhung im April weiteres Fremden- oder Eigenkapital aufnehmen.

Geldregen für die Cisco-Aktionäre

Nach Auskehren von 24 Mrd. Dollar stehen noch 19 Mrd. Dollar für Rückkäufe bereit – Ausblick überzeugt

Börsen-Zeitung, 17.8.2018
Mit seinen üppigen Ausschüttungsplänen und einem optimistischen Ausblick hat der US-Netzwerkausrüster Cisco für gute Stimmung bei den Investoren gesorgt. Die Aktie legte am Donnerstag um mehr als 4% zu, obwohl das Schlussvierteljahr per Ende Juli lediglich die Erwartungen traf.

Börsen-Zeitung, 17.8.2018
scd Frankfurt – Cisco hat mit seinem Ausblick positiv überrascht. Der amerikanische Netzwerkausrüster rechnet für das laufende erste Quartal mit einem Umsatzplus von 5 bis 7%. Der Gewinn je Aktie wird zwischen 70 und 72 Cent prognostiziert – beides übertrifft bisherige Durchschnittsschätzungen der Analysten. Auch hob er nach wie vor üppige Beträge von 19 Mrd. Dollar, die für Aktienrückkäufe zur Verfügung stehen, die Stimmung an der Börse. Gegen Donnerstagmittag in New York notierten die Anteilscheine mit 45,67 Dollar um 4,1% über dem Vortageschlusskurs.

Gestützt wird der Aktienkurs auch von üppigen Ausschüttungen. Cisco hat im abgelaufenen Geschäftsjahr insgesamt 23,6 Mrd. Dollar ausge-

kehrt – 17,7 Mrd. über Aktienrückkäufe und 5,9 Mrd. Dollar über Dividendenzahlungen. Das waren rund 10 Mrd. Dollar mehr, als operativ an Cash-flow erwirtschaftet worden war. Cisco gehört zu den US-Technologieunternehmen, die den niedrigeren Steuersatz genutzt haben, um ihre im Ausland liegenden Barreserven in die USA zu transferieren. Insgesamt holte der Netzwerkausrüster 67 Mrd. Dollar vor Steuerabzug zurück.

Das Gros der Mittel floss bislang in Aktienrückkäufe, die sich auch in der Bilanz niedergeschlagen haben. Verglichen mit dem Abschluss des Vorjahres sind die liquiden Mittel um 24 Mrd. Dollar auf 46,5 Mrd. Dollar geschrumpft. Die Eigenkapitalquote reduzierte sich von 51 auf 40%.

Geschäftlich hat Cisco trotz des positiven Ausblicks zuletzt nicht restlos überzeugt. Im vierten Quartal des Ende Juli abgelaufenen Geschäftsjahres wurde der zwei Quartale zuvor eingeschlagene Wachstumskurs zwar fortgesetzt. Eine nachhaltige Trendwende muss das 6-prozentige Erlösplus aber nicht signalisieren. Die Periode von Mai bis Juli vergleicht sich mit einem Vorjahresquartal, in dem die Erlöse um 4%

geschrumpft waren. Inflationsbereinigt haben die Erlöse dabei nicht einmal das Niveau von vor zwei Jahren erreicht. Hinzu kommt, dass Cisco ihr organisches Wachstum nicht gesondert ausweist. Allein die Anfang Februar abgeschlossene, knapp 2 Mrd. Dollar schwere Übernahme von Broadsoft dürfte die Erlöse um 200 Mill. Dollar getrieben haben. Auch Wechselkurseffekte zeigt Cisco im Zwischenbericht nicht. IBM, die

Cisco Systems

Konzernzahlen nach US-GAAP*

in Mill. Dollar	2017/18	2016/17
Umsatz	49 330	48 005
Produkte	36 709	35 705
Dienstleistungen	12 621	12 300
Rohortrag	30 606	30 224
Operatives Ergebnis	12 309	11 973
Steueraufwand	12 929	2 678
Nettoergebnis	110	9 609
Erg. je Aktie (Dollar)	0,02	1,90
Div. je Aktie (Dollar)	1,24	1,10
Operativer Cash-flow	13 666	13 876

*) Geschäftsjahre per 30. Juni Börsen-Zeitung

Uber will „Amazon des Transports“ werden

Neue Geschäftsfelder sollen vor dem 2019 angepeilten Börsengang für Investorenfantasie sorgen

Börsen-Zeitung, 17.8.2018
hen New York – In der zweiten Hälfte 2019 will der Fahrdienst Uber den Börsengang wagen. Allerdings kommt das Unternehmen aus den roten Zahlen nicht heraus, wie die jüngsten Quartalszahlen zeigen. Der Grund: Uber investiert bereits in die Geschäftsfelder der Zukunft.

Der Schritt an die Börse, den Konzernchef Dara Khosrowshahi plant, dürfte einer der größten Börsengänge werden. Investoren bekämen die Gelegenheit, dass jedenfalls ist ihr Ziel, ihre Private-Equity-Investitionen, die sie zum Teil bereits 2009 getätigt haben, zu einem Vielfachen des ursprünglichen Wertes zu verkaufen. Rund 70 Mrd. Dollar soll das Unternehmen, das vor allem den Fahrdienst Uber betreibt, heute wert sein.

Doch noch ist das Unternehmen nicht reif für die Börse. An der Umsatzsituation liegt das auf den ersten Blick nicht. Uber hat im zweiten Quartal einen Erlös von 2,8 Mrd. Dollar erwirtschaftet, 63% mehr als im Vorjahreszeitraum und 12% mehr als im vorherigen Quartal. Der Transportkonzern ist als nichtbörsennotiertes Unternehmen nicht dazu verpflichtet, seine Geschäftszahlen zu veröffentlichen. Aber seit einigen Quartalen gibt das Unternehmen jeweils ein paar Eckdaten bekannt, wohl wegen der öffentlichen Wirkung und im Hinblick auf einen etwaigen Börsengang.

Im ersten Halbjahr 2018 kommt Uber auf einen Umsatz von 5,3 Mrd. Dollar. Der Umsatz des gesamten Jahres 2017 betrug 7,5 Mrd. Dollar



Dara Khosrowshahi

und 6,5 Mrd. Dollar im Jahr davor. Gross genug ist Uber also allemal, um sich an der Börse kotieren zu lassen. Facebook etwa hatte in dem Quartal vor dem Börsengang lediglich einen Umsatz von 1,1 Mrd. Dollar erwirtschaftet.

Aber wird Uber in den nächsten Quartalen sein Wachstumstempo steigern können? Denn das erwarten die künftigen Aktionäre. Die beim Börsengang im nächsten Jahr emittierten Uber-Aktien sind angesichts der stratosphärischen Bewertung des Unternehmens vor allem eine Wette auf die Zukunft. Übers Bewertung basiert darauf, dass es dem Unternehmen gelingt, nach einem ähnlichen Prinzip, wie es den Markt für Fahrdienste neu aufgerollt hat, weitere angrenzende Märkte durchzurütmeln und zu besetzen.

Leider weist Uber den Umsatz nicht nach Sparten aus. So ist nicht bekannt, woher derzeit das Wachstum im Einzelnen kommt. Wie stark

trägt das eigentliche Ridesharing noch zum Wachstum bei? Uber hat sich aus China, Russland und Südostasien vollständig zurückgezogen. Hingegen hat es nun den Nahen Osten und Indien als die wichtigsten Wachstumsmärkte definiert.

Und in den USA wie in Europa sieht es immer stärker danach aus, dass die in der Vergangenheit genutzte Strategie des regelbrechenden Vorpreschens nicht mehr zukunftstauglich ist. Bisher hat Uber unter Missachtung vieler bestehender Regulierungen und Gesetze enorm schnell wachsen können. Doch mittlerweile stellen immer mehr Länder und immer mehr amerikanische Städte wie jüngst New York regulatorische Hürden für Uber auf. Es wird sich in den nächsten Quartalen zeigen, ob der Nahe Osten und Indien in der Tat für einen erneuten Wachstumsschub sorgen können.

Der neue CEO hat denn auch weitere Eisen ins Feuer gelegt. Uber soll das „Amazon des Transports“ werden, lautet sein Ziel. Ein Schritt auf dem Weg dorthin ist der Aufbau des Dienstes „Uber Eats“, der Speisen von Restaurants zu den Kunden bringt. In rund 290 Städten wird dieser Dienst derzeit angeboten. Das Unternehmen teilte Mitte der Woche mit, dass diese Sparte mehr als 10% zum im zweiten Quartal erzielten Bruttoumsatz in Höhe von 12 Mrd. Dollar beigetragen habe. Der Bruttoumsatz setzt sich vornehmlich zusammen aus dem Entgelt, das die Fahrgäste den Uber-Fahrern bezahlen. Uber selbst erhält davon einen Anteil von rund einem Fünftel.

allerdings einen höheren außeramerikanischen Erlösanteil hat, berichtete für das Quartal per Ende Juni von einem positiven Effekt auf das Umsatzwachstum von 3 Prozentpunkten.

Trotz des konzentriert moderaten Wachstums zeigte sich CEO Chuck Robbins sehr zufrieden. So habe der Umsatz in allen drei wesentlichen Geschäftsfeldern überdurchschnittlich zugelegt und wurde nur von rückläufigen Erlösen in den „sonstigen Geschäften“ gebremst. Die Sparten Applikationen und Sicherheitsdienste steigerten ihre Erlöse prozentual zweistellig. Die Sicherheitsdienste wurden unlängst mit der Akquisition von Duo Security verstärkt, die im laufenden Quartal abgeschlossen werden soll. „Wir haben unser großartiges Jahr mit einem starken Zieleinlauf abgeschlossen“, freute sich Robbins.

Unter dem Strich verdiente Cisco von Mai bis Ende Juli mit 3,8 Mrd. Dollar knapp 60% mehr als vor Jahresfrist. Allerdings profitierte das Unternehmen mit knapp 900 Mill. Dollar von der US-Steuerreform. Bereinigt zog der Gewinn (Non-GAAP) um 15% auf 3,3 Mrd. Dollar bzw. 70 Cent je Aktie an.

Volle Kassen

Ausreichend Mittel, um diese Ziele zu verwirklichen, hat er. Zwar hat das Unternehmen seit seiner Gründung 2009 bereits 11 Mrd. Dollar verbraucht, aber wie Uber jetzt bekannt gab, seien noch 7,3 Mrd. Dollar in der Konzernkasse. Doch Khosrowshahis Bemühungen, die Wachstumsvisionen von Investoren anzuzeigen, werden nur unter einer Voraussetzung fruchten: Er muss zeigen, dass er das Unternehmen auf absehbare Zeit in die Gewinnzone bringen kann. Im zweiten Quartal hat Uber abermals einen stolzen Verlust ausgewiesen. Mit 891 Mill. Dollar lag er deutlich über dem Verlust des Vorquartals (550 Mill. Dollar) und nicht weit unter dem des Vorjahresquartals (1,1 Mrd. Dollar). Die Investitionen in die neuen Geschäftsfelder kosten eben viel Geld. Vor allem der Bereich des autonomen Fahrens verschlingt hohe Summen, spekuliert wird über 3 Mrd. Dollar.

Margenschwund bei Swisscom

Schweizer leiden unter intensivem Wettbewerb

Börsen-Zeitung, 17.8.2018
dz Zürich – Der Schweizer Telekommunikationskonzern Swisscom hat in den ersten sechs Monaten des Jahres aus einem höheren Umsatz deutlich weniger Gewinn gezogen. Während die Verkäufe im Berichtsabschnitt um 2% auf 5,8 Mrd. sfr zunahm, ging das Ergebnis um 6,2% auf 787 Mill. sfr zurück. Das operative Ergebnis (Ebit) schrumpfte sogar um 11,6% auf 1,1 Mrd. sfr.

Hauptgrund für diese gegenläufige Entwicklung ist die anhaltende Veränderung des Geschäftsmix. Während der Umsatz im nach wie vor lukrativen Schweizer Markt um 1,9% abnahm, fakturierte der Konzern mit seiner italienischen Tochter Fastweb über 10% mehr. Im Heimatmarkt spürt die frühere Monopolistin den sich weiter intensivierenden Wettbewerb. Rabatte und ein allgemein niedrigeres Preisniveau hätten zum Umsatzzwund beigetragen. Auch führten die Flatrate-Angebote der Mobilfunkanbieter dazu, dass

immer mehr Festnetzanschlüsse abbestellt würden. Allein im Berichtshalbjahr musste Swisscom 140.000 Abbestellungen auf 1,9 Millionen Anschlüsse registrieren. Im Mobilfunk vermochte der Konzern seine Position zu halten und die Anzahl der Anschlüsse leicht auf 6,6 Millionen zu steigern. Auch bei den Breitband- und TV-Anschlüssen gab es minimale Zunahmen. Konzernchef Urs Schaeppi zeigte sich zufrieden darüber, die Position im gesättigten Schweizer Markt gehalten zu haben.

Bei der italienischen Tochter Fastweb wuchsen die Verkäufe dagegen in allen Bereichen dynamisch auf insgesamt gut 1 Mrd. Euro. Allerdings verringerte sich das Segmentergebnis um 23% auf 310 Mill. Euro. Die Swisscom erklärt dies mit der einmündigen Belastung aus Rechtsstreitigkeiten in der Höhe von 95 Mill. Euro. Für den Ausbau der Ultrabreitbandnetze wird Swisscom in Italien weitere hohe Investitionen tätigen müssen.

Carlsberg steigert Gewinn trotz Umsatzrückgang

Bierkonzern hebt Prognosen an – Werbedebakel

Börsen-Zeitung, 17.8.2018
md Frankfurt – Im ersten Halbjahr verbuchte der dänische Bierkonzern Carlsberg trotz eines Umsatzrückgangs um 0,7% auf 30,97 Mrd. dkr (4,15 Mrd. Euro) einen Anstieg des Nettogewinns um 7,2% auf 2,47 Mrd. dkr (331 Mill. Euro). Auch der Start ins dritte Quartal sei gut gelungen, erklärte Konzernchef Ceas't Hart. Das stimme ihn für das Gesamtjahr zuversichtlicher. Die weltweit drittgrößte Brauerei hinter der belgischen Anheuser-Busch Inbev und der niederländischen Heineken erwartet nun einen Anstieg des operativen Ergebnisses im hohen einstelligen Prozentbereich statt im mittleren einstelligen Bereich. Hart geht zudem davon aus, dass die Nettogewinne aus dem Kostensenkungsprogramm die bisher erwarteten 2,3 Mrd. dkr übertreffen werden.

Carlsberg (Tuborg, Holsten, Lübzer, Hannen Alt) wuchs zuletzt stark mit relativ teuren Premium- und alkoholfreien Bieren, die eine deut-

lich höhere Marge abwerfen als Massenbiere. Am Aktienmarkt tendierten Carlsberg-Papiere 4% fester.

Carlsberg hatte hierzulande jüngst mit einer Werbekampagne für ihre Marke Astra Schiffbruch erlitten. Vor einer Woche hatte der Konzern nach Rassismussvorwürfen die Aktion für das Hamburger Bier gestoppt. Mit dem Plakat, das einen Bierdosens anbietenden Mann offensichtlich indisch-pakistanischer Herkunft mit gelbem Zitronen-Bikinioberteil und geschupptem Nixenschwanz zeigt, habe man augenzwinkernd auf St.-Pauli-Klischees anspielen wollen, teilte eine Sprecherin gemäß dpa-aff mit. Das Bild sollte an einen Rosenverkäufer erinnern. „Wolle Dose kaufen?“ war auf dem Plakat zu lesen.

Die Sprecherin wies jeden Rassismussverdacht weit von sich. Die Kampagnen seien stets „lustig und liebevoll und nicht ernst und beleidigend“ zu verstehen. Das sei in diesem Fall aber offensichtlich nicht geglückt, räumte sie ein.