

NACHRICHTEN

Neuer Partner bei der Herzog AG

LUZERN red. Die seit über 25 Jahren in Kriens ansässige Herzog AG Wirtschaftsberatung und Treuhand hat ihr Führungsteam erweitert. **Norbert Heer** (Bild) wurde im Zuge der Nachfolgeplanung als Partner in den Aktionärskreis aufgenommen. Der 43-jährige Fachmann im Finanz- und Rechnungswesen mit eidg. FA aus Kriens ist neues Mitglied der Geschäftsleitung. Neben Gründer und Geschäftsführer **Hugo Herzog** sind **Thomas Herzog** und **Martin Keller** die weiteren Partner und Mitglieder der Geschäftsleitung.



Erfolg für Migros-Pensionskasse

ZÜRICH red. Die Migros-Pensionskasse (MPK) erzielte im Geschäftsjahr 2013 eine gute Performance von 8,4 Prozent. Der Deckungsgrad liege bei 116,9 Prozent. Die MPK erzielte dank einem guten Börsenjahr diese gute Performance, womit sie im Vergleich zu dem vom Schweizerischen Pensionskassenverband Asip prognostizierten Schnitt von 6,2 Prozent deutlich besser abgeschnitten hat. Der Ertragsüberschuss von 350,9 Millionen Franken wurde für die Aufstockung der Reserve verwendet. Das Gesamtvermögen der MPK beläuft sich auf 19,9 Milliarden Franken.

HEIZÖLPREISE

Richtpreise in Franken (inkl. Mehrwertsteuer) für die Stadt Luzern (übrige Gebiete je nach Transportkosten)

Preis 100 Liter	21. 2. 2014	Vortag
800 – 1500	116.30	116.00
1501 – 2000	113.60	113.30
2001 – 3500	109.10	108.80
3501 – 6000	106.50	106.20
6001 – 9000	105.00	104.70
9001 – 14 000	102.00	101.70

Quelle: Swiss Oil Zentralschweiz

«Deal positiv für Datensicherheit»

MEDIEN Die Übernahme des SMS-Dienstes WhatsApp beunruhigt Datenschützer. Social-Media-Experte Manuel Nappo erklärt, warum WhatsApp so teuer war und warum Facebook Daten braucht.

INTERVIEW BERNARD MARKS
bernard.marks@luzernerzeitung.ch

Manuel Nappo, die Übernahme von WhatsApp durch Facebook ist zurzeit in aller Munde. Vor allem über den Kaufpreis von 19 Milliarden Dollar wird diskutiert. Ein Drittel der Barbestände und 8 Prozent seiner Aktien gibt Facebook auf. Warum war WhatsApp so teuer?

Manuel Nappo: Der Preis von 19 Milliarden Dollar ist nur sehr schwer zu begründen. Denn WhatsApp ist ja kein börsenkotiertes Unternehmen, bei dem der Wert klar ersichtlich wäre. Die WhatsApp-Gründer hatten eine gute Verhandlungsposition. In nur wenigen Jahren hat es WhatsApp auf 500 Millionen Nutzer gebracht. Ein rasantes Wachstum, das seinesgleichen sucht. Offenbar wars Facebook diesen Preis wert. Man muss das zwar etwas relativieren, denn Facebook zahlt nur 4 Milliarden Dollar in bar, der Rest wird in Aktien ausgezahlt. Ich glaube aber, es geht Facebook nicht darum, das Geld jemals wieder hereinzuholen.

Was war Ihrer Meinung nach dann der Grund für eine so teure Übernahme?

Nappo: Sicher wollte Facebook ein Zeichen setzen. Wer solche Deals macht, versucht eine öffentliche Wirkung zu erzielen. Facebook will damit signalisieren, dass das Unternehmen jetzt mit den grossen Playern wie Microsoft, Google oder Apple mithalten kann. Das wurde bei Facebook in der Vergangenheit oft in Frage gestellt.

Was macht WhatsApp für Facebook so interessant?

Nappo: Das ist die 19-Milliarden-Dollar-Frage. Ich denke, es sind drei Dinge: WhatsApp hat ein sehr einfaches und erfolgreiches Geschäftsmodell – und eine einfach aufgebaute App, die jeder Nutzer in jedem Alter bedienen kann. Das ist heute bei vielen technischen Produkten nicht der Fall. Davon können andere Firmen nur träumen. Ein weiterer Grund: WhatsApp funktioniert nur mobil. Face-



Der Zusammenschluss von Facebook und WhatsApp verunsichert viele Nutzer.

EQ Images/Bernd Feil

book braucht jedoch genau die Leute, die das mobile Geschäft verstehen. Denn hier spielt in Zukunft die Musik. Den rasanten Wettbewerb werden in den kommenden Jahren nur solche Unternehmen gewinnen, welche die mobile Technik beherrschen. Mobile Technik zu beherrschen, ist heute eine Kunst. Zudem hat sich Facebook WhatsApp einfach geschnappt, damit es kein anderer macht.

WhatsApp ist vor allem in Europa ein Renner. In den USA zum Beispiel wird der SMS-Dienst hingegen deutlich weniger genutzt. Will Facebook in den USA wachsen?

Nappo: In den USA ist WhatsApp auf gleicher Höhe wie Facebook mit seinem Messenger. Hier liegt grosses Wachstumspotenzial für WhatsApp. Ich denke, Facebook hat kein Interesse daran, alle Angebote und Firmen unter einem Dach zu verschmelzen. Facebook wird zu einer Holding für Social Media werden und verschiedene Plattformen anbieten.

Die WhatsApp-Übernahme durch Facebook hat Europas Verbraucherschützer aufgeschreckt. Während WhatsApp eine «Datenschleuder» sei,

die technisch nicht ausgereift ist, werde Facebook die Daten der WhatsApp-Nutzer für kommerzielle Zwecke ausbeuten. Sie empfehlen daher bereits, beide Apps zu boykottieren. Macht Ihnen die Konzentration der Datenmacht Sorge?

Nappo: Die Konzentration von Daten ist sicher ein Thema, das man anschauen muss. Da ist die Politik gefragt. Ich denke, das muss auf gesetzlicher Ebene geregelt werden. Aber punkto Datensicherheit ist mir ein börsenkotiertes Unternehmen lieber als eine Briefkastenfirma, der man nicht auf die Finger schauen kann. Facebook kann es sich nicht leisten, dass Daten veruntreut werden. Immerhin will Facebook mit Werbung Geld verdienen. Dafür müssen auch die Nutzer mitspielen. Und die springen schnell ab, wenn etwas schief läuft. Für die Sicherheit der Daten ist der Deal daher positiv. Um die Sicherheitslücken zu schliessen, die WhatsApp hat, ist jetzt auch genügend Kleingeld vorhanden.

Was wird Facebook mit den vielen WhatsApp-Daten machen?

Nappo: Man munkelt, dass Facebook die Lokalisierungsdaten, die WhatsApp gene-

riert, nutzen will, um noch besser massgeschneiderte Werbung zu platzieren. Aber genau wurde das nicht kommuniziert in diesem Deal. Ich denke, es wird nicht anders laufen als bisher.

Zehn Jahre nach der Gründung kämpft Facebook mit einer Umwälzung im Nutzerverhalten. Ist Facebook in der Krise?

Nappo: Ich glaube eher, Facebook wird erwachsen. Das Produkt ist für die Jungen nicht mehr so sexy, deshalb gehen sie zu Instagram oder Snapchat, wo kurze Videos versendet werden können, die sich nach dem Ansehen selbst zerstören. Facebook ist und bleibt aber für Leute ab 30 das genialste Mittel, um in Kontakt zu bleiben, aber für die Jungen ist es Zeit für etwas Neues. Das liegt in der Natur der Jugend.

Viele sagen, Facebook versuche seine Nutzer mit gezielter Werbung zu manipulieren.

Nappo: Manipulieren ist das falsche Wort. Facebook will seinen Werbekunden eine klare Struktur der Nutzerschaft geben. Je mehr Informationen über den Nutzer vorhanden sind, desto besser. Auf diese Weise kann Facebook gute Werbung an die Nutzer senden. Denn eigentlich hat ja niemand etwas gegen Werbung. Werbung, die irrelevant ist, nervt die Leute. Wenn Dinge beworben werden, die die Menschen interessieren, stört das hingegen nicht. Dafür ist es wichtig, viele Daten nutzen zu können.

Würden Sie Ihren Kindern unter diesen Voraussetzungen heute also trotzdem noch empfehlen, ein Nutzerprofil auf Facebook zu erstellen?

Nappo: Empfehlen nicht unbedingt. Ich würde es aber nicht verhindern, wenn mein Sohn ein Facebook-Profil haben möchte. Ich finde, die Kinder sollten die Möglichkeit bekommen, selber herauszufinden, was sie möchten. Bevor sie 14-jährig sind, sollten Kinder meiner Meinung nach aber keine Facebook-Profile haben, diese halte ich nicht für sinnvoll. Wichtig finde ich, dass sich vor allem die Eltern mit der neuen Welt der sozialen Netzwerke auseinandersetzen und verstehen lernen, warum das Thema für Jugendliche heute so wichtig ist.



HINWEIS

* Manuel Nappo (42) ist Leiter der Fachstelle Social Media an der HWZ Hochschule für Wirtschaft in Zürich.

Perlensuche bei ausserbörslich gehandelten Aktien

Wenn Anleger in Schweizer Aktien investieren wollen, denken sie in erster Linie an die zweihundertfünfzig an der Schweizer Börse oder der Berner Börse kotierten Unternehmen. Was sie sich wohl zu wenig bewusst sind: Ausserbörslich oder «over the counter» (OTC) ist der Kauf und Verkauf der Aktien von weiteren drei- bis vierhundert Unternehmen möglich. Darunter befinden sich Regionalbanken, Bergbahnen, Medienunternehmen und Energieversorger, aber auch Hotels, Busbetriebe und Industrieunternehmen.

Die OTC-Plattform der Berner Kantonalbank (www.otc-x.ch) gibt Einblick in das breite Spektrum dieser ausserbörslich gehandelten Aktien. Immerhin 48 der aufgeführten 315 Titel sind von Unternehmen mit Sitz in der Zentralschweiz. Viele der Aktien sind Liebhaverwerte, die aus ideellen und weniger aus rein finanziellen Gründen gehalten werden. Entsprechend schützen schweizweit nur die Hälfte der Unternehmen Dividenden aus. Einige dieser Aktien haben sich für die Anleger jedoch als wahre Perlen erwiesen. Ein Beispiel in der Zentralschweiz sind die Aktien der Pilatus-Bahnen. Deren Wert hat sich in zehn Jahren fast vervierfacht. Die Aktionäre konnten sich zudem jedes Jahr über Dividendenausüttungen und vergünstigte Fahrkarten freuen. Weitere Aktien, die sich

als Finanzanlage gelohnt haben, sind jene der Wasserwerke Zug, der Clientis Entlebucher Bank, der Triba Partner Bank, der Auto AG Rothenburg, der LZ Medien Holding, der Kursaal Casino AG Luzern, der Lurag in Neuenkirch, der Gotthard-Raststätte A 2, des Ferien- und Sportzentrums Hoch-Ybrig oder der Konkordia AG, einer Immobilien-

AUSSICHTEN

gesellschaft. Bei diesen Firmen konnten die Aktionäre von jährlichen Dividenden profitieren, und die Werte der Aktien sind einermassen stabil geblieben oder gestiegen.

Wie läuft der Handel auf dem Markt für nicht börsenkotierte Aktien? Kauf- und Verkaufsaufträge können bei jeder Bank aufgegeben werden. Die Abwicklung erfolgt dann häufig über die OTC-Plattform der Berner Kantonalbank, teilweise auch über die Zürcher Kantonalbank oder die Lienhardt Privatbank. Bei diesen drei Banken findet man auf der Website Informationen über die aktuell gebotenen Geld- und Briefkurse und über die letztmals bezahlten Preise.

Auch wenn es interessante Perlen unter den ausserbörslichen Aktien gibt, muss man bei deren Kauf oder Verkauf die Tücken des Marktes beachten. Ein

erstes Problem des OTC-Handels ist die fehlende Transparenz. Obwohl die Unternehmen Hunderte oder sogar Tausende Aktionäre haben, ist es manchmal schwierig, Informationen über ihren Geschäftsgang zu bekommen. Noch weniger erfährt man über die Aktionärsstruktur und die Corporate Governance. Also sollte man wohl nur Aktien von Unternehmen kaufen, mit denen man sich vertraut fühlt.

Der wenig liquide Markt ist ein weiteres Problem. Selbst bei den fragtesten Unternehmen werden auf der OTC-Plattform der Berner Kantonalbank selten mehr als hundert Abschlüsse pro Jahr gezählt. Dies war zum Beispiel 2013 nur bei der Kursaal-Casino Luzern (138) und den Wasserwerken Zug (104) der Fall. Bei vielen Unternehmen gibt es nur alle paar Wochen oder sogar Monate eine Transaktion. Und dann wechseln jeweils nur einzelne oder einige wenige Aktien die Hand. Somit muss man sich auf eine längere Wartezeit und Haltedauer gefasst machen, wenn man ausserbörslich Aktien kaufen oder verkaufen will.

Die gebotenen und bezahlten Preise können im illiquiden Markt stark schwanken. Nicht selten liegen der Geldkurs (Preis, den der Käufer bietet) und der Briefkurs (Preis, den der Verkäufer will) weit auseinander. Die bezahlten Preise werden manchmal durch

Transaktionen mit einer einzigen oder mit wenigen Aktien bewegt. Deshalb sollten sich Käufer oder Verkäufer vorwiegend auf den OTC-Plattformen ein Bild über die Marktsituation machen. Und sie sollten nur limitierte Aufträge geben, das heisst, als Käufer einen Maximalpreis und als Verkäufer einen Minimalpreis festlegen.

Schliesslich kann der Kauf oder Verkauf auf dem OTC-Markt recht teuer werden. Die Banken verlangen im Wertschriftenhandel Minimalcourtagen. Wenn nur einzelne Aktien gehandelt werden, führt dies zu hohen Transaktionskosten. Ebenso kann es teuer werden, wenn ein Kaufauftrag für eine grössere Zahl von Aktien über mehrere Tage oder Wochen in kleinen Einzeltransaktionen abgewickelt wird.

Die Beispiele zeigen: Richtig gemacht, kann die Suche nach Perlen unter den ausserbörslich gehandelten Aktien für längerfristig denkende Anleger durchaus lohnenswert sein. Die Tücken des Marktes können allerdings auch für Überraschungen sorgen.

CHRISTOPH LENGWILER

Christoph Lengwiler (54) ist Professor und Leiter des Instituts für Finanzdienstleistungen Zug (IFZ) der Hochschule Luzern – Wirtschaft. Links zu den erwähnten Banken: www.otc-x.ch, www.lienhardt.ch, www.zkb.ch

