

Büroh

Globus-Chef **Thomas Herbert** hat Angst, seine alten Kundinnen und Kunden zu verlieren. Jetzt, da die einstigen Schild-Läden unter der Marke Globus auftreten, weibelt der Manager mit einem langen Brief um die Gunst der möglicherweise enttäuschten Schild-Fans. «Der Verzicht auf den Namen Schild ist für mich persönlich schwierig», zeigt sich Herbert solidarisch. Und er regt die Kundschaft dazu an, Feedback zum neuen Konzept zu geben – mit symbolträchtiger, eigens eingerichteter E-Mail-Adresse: schild@globus.ch.



Peter Fankhauser, der Schweizer Chef des Reisekonzerns Thomas Cook, will für mehr Zucht und Ordnung bei seiner jungen britischen Kundschaft sorgen. Der Manager hat angekündigt, sich allenfalls von der Kultmarke Club 18-30 zu trennen. Die Marke hat in Grossbritannien eine lange Geschichte. Inzwischen steht sie für eine wenig rühmliche Art von Billigreisen, die aus Trinkgelagen und Halligalli-Nächten besteht. Oder, wie es die Nachrichtenagentur Bloomberg schön umschreibt: aus «Sex&Sangria-Beach-Partys».

Fankhauser will nun unter dem Namen Cooks Club eine edlere Variante lancieren. Die junge Kundschaft wolle heute in den Ferien vor allem coole Selfies auf Instagram stellen. Klingt schon fast langweilig.

Coop hat den «**Emoji Sommer**» ausgerufen. Kunden können fleissig Marken sammeln und bekommen dann Bälle oder Kissen aus Plastik geschenkt. Die mit knallgelben Smileys bedruckten Strandutensilien bewirbt der Grossverteiler auf seiner Facebook-Site als «neuste Must-have-Accessoires für die Bad!». Die Reaktionen im sozialen Netzwerk sind mitunter vernichtend. «Euer Anteil an den Müllinseln? Weltweit gibt es Aktionen gegen Plastik, und ihr kommt mit so was um die Ecke», schreibt einer. «Im Sommer 2019 könnt ihr die Teile dann wegwerfen für den neuen Sch****, der kommt», sagt ein anderer. Statt für ein Lächeln im Gesicht sorgen die fröhlichen Emojis bei den Coop-Kunden offenbar für Zornesröte.



Italiens Kreditwürdigkeit wird überprüft

Die Ratingagentur Moody's befürchtet finanzielle Probleme

Rom Nachdem die nächste italienische Regierung ihre Ausgaben- und Steuerkürzungspläne bekannt gegeben hat, prüft die Ratingagentur Moody's eine mögliche Herabstufung der Bonität des Landes. Moody's begründete den Schritt mit dem signifikanten Risiko, dass sich die finanzielle Situation Italiens spürbar verschlechtere. Zudem sei es möglich, dass die strukturellen Reformen des Landes zum Erliegen kämen.

Derzeit wird das Land mit Baa2 bewertet. Damit bescheinigt die Agentur Italien eine befriedigende Bonität, das heisst eine angemessene Deckung von Zins und Tilgung, aber auch mangelnden Schutz gegenüber wirtschaftlichen Veränderungen. Bei einer Herabstufung dürften sich die Kreditkosten Italiens verteuern.

In Italien haben sich die beiden populistischen Parteien 5 Sterne und Lega auf eine Koalition geeinigt. Sie planen unter anderem höhere Sozialausgaben, Steuersenkungen und eine Rücknahme der Rentenreform, mit der das Rentenalter heraufgesetzt werden sollte. Die Europäische Zentralbank und die EU-Kommission warnten bereits vor den damit verbundenen Risiken. (SDA/Reuters)

Bei Adecco macht der Goodwill gut 80 Prozent des Eigenkapitals aus: Heissluftballon-Festival in Châteaueux d'Oex

Foto: Getty Images



Es steckt zu viel heisse Luft in den Bilanzen

Manager zahlen zu viel für Übernahmen, das Risiko von Abschreibern steigt

Armin Müller

Zürich Firmenbilanzen enthalten nicht nur Maschinen, Gebäude und Guthaben, sondern manchmal auch heisse Luft. Das erfuhren im März die Aktionäre von LafargeHolcim. Jan Jenisch, der im September als neuer Konzernchef beim Zementriesen angetreten war, nahm eine Wertberichtigung von mehr als 3,8 Milliarden Franken vor. Der Abschreiber betraf hauptsächlich Goodwill und Vermögenswerte aus Unternehmenszusammenschlüssen. Statt eines Gewinnes resultierte für das Geschäftsjahr 2017 ein Verlust.

Goodwill entsteht vor allem bei Firmenübernahmen, wenn der Preis den Buchwert der gekauften Firma übersteigt. Dieser Aufpreis kommt als Vermögenswert in die Bilanz und muss abgeschrieben werden, wenn das zugekaufte Geschäft die hochgesteckten Erwartungen nicht erfüllt.

Einen Goodwill-Abschreiber von 2,8 Milliarden Franken musste letztes Jahr auch der Nahrungsmittelkonzern Nestlé vornehmen. Der neue Konzernchef Mark Schneider gestand ein, dass seine Vorgänger die Ertrags Erwartungen in der Sparte Skin Health viel zu optimistisch eingeschätzt hatten. Überzogen waren auch die Hoffnungen des Pharmakonzerns Roche in die 2014 übernommene Intermune. Die Basler räumten Ende 2017 mit einem Abschreiber von 1,7 Milliarden ein, dass sie für die US-Biotechfirma zu viel bezahlt hatten.

Die grossen, international ausgerichteten Unternehmen bilanzieren in der Regel nach dem weltweiten Rechnungslegungsstandard IFRS. Hier muss der Goodwill seit 2005 in der Bilanz aktiviert und danach jedes Jahr auf seine Werthaltigkeit geprüft und nötigenfalls korrigiert werden.

Goodwill hat sich verdoppelt auf 135 Milliarden Franken

Seit Einführung dieser Regel hat sich der Goodwill der Unternehmen im Börsenindex SMI, der die grössten börsenkotierten Schweizer Konzerne umfasst, mehr als verdoppelt. 2017 erreichte er über 135 Milliarden Franken, knapp 2 Milliarden weniger als im Rekord-

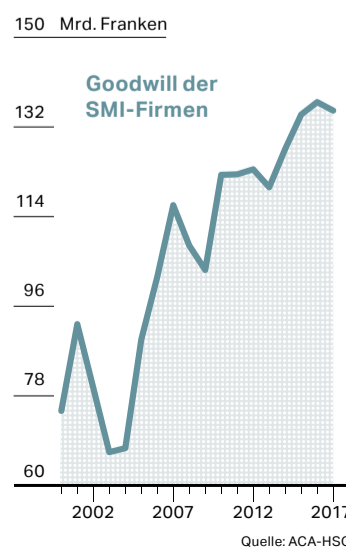
jahr 2016. Das zeigt eine Untersuchung von Peter Leibfried, Wirtschaftsprofessor und Direktor des Instituts für Accounting, Controlling und Auditing an der Universität St. Gallen, bei den 20 SMI-Titeln, die alle mit Ausnahme der Swatch Group nach IFRS bilanzieren. Vor 2005 schrieben die SMI-Unternehmen jährlich im Durchschnitt 7,7 Prozent des Goodwills ab, seit der Regeländerung sind es nur noch 2 Prozent pro Jahr.

Beim Personalvermittler Adecco, beim Sanitärtechnikkonzern Geberit und beim Technologieunternehmen ABB macht der Goodwill schon mehr als 70 Prozent des Eigenkapitals aus. Bei Swisscom, Lonza, SGS und Givaudan sind es zwischen 50 und 70 Prozent.

Solange die Erträge sprudeln, ist das kein Problem. Doch mit dem steigenden Goodwill wächst das Risiko. Konjunkturreinbrüche, steigende Zinsen, neue Wettbewerber oder abrupte Veränderungen des Geschäftsmodells durch neue Technologien können die Hoffnungen zum Platzen bringen.

Manager scheuen vor Goodwill-Abschreibern zurück. Schliesslich ist es immer auch ein Eingeständnis, dass sie für Firmenkäufe zu viel bezahlt haben. Es ist deshalb nicht verwunderlich, dass sowohl bei Nestlé wie bei LafargeHolcim erst der neue Konzernchef die heisse Luft aus der Bilanz abliess.

Leichter Rückgang



Die SMI-Firmen mit dem höchsten Goodwill

