

TERMINsache

Pharmariese Abbvie wirbt um Shire

Der US-Pharmariese Abbvie erhöht im Ringen um den Arzneimittelhersteller Shire den Druck. Abbvie hat Shire für rund 46 Milliarden Dollar schlucken - die Shire-Führung ließ den Rivalen jedoch abblitzen. Abbvie-Chef Richard Gonzalez rief Shire am Mittwoch zu Gesprächen auf. Einem Insider zufolge könnte Abbvie das Übernahmeangebot notfalls aufstocken. Shire wurde 1986 in Großbritannien gegründet, hat aber den steuerlichen Sitz heute in Dublin. Das Unternehmen erzielte 2013 einen Umsatz von 4,76 Milliarden Dollar. Eines der bekanntesten Präparate ist die Arznei Vyvanse gegen das Zappelphilipp-Syndrom. Das Abbvie-Angebot bewertet Shire mit 46,26 Pfund je Anteilsschein. Der Baranteil soll bei 20,44 Pfund liegen - dazu kommen 0,7988 Abbvie-Papiere je Shire-Aktie. Die Amerikaner wollen mit Shire ihr Arzneimittelgeschäft auf eine breitere Basis stellen. Reuters

Telefónica opfert Netzkapazität

Martin Wocher
Düsseldorf

Die angestrebte Fusion zwischen den beiden deutschen Mobilfunkern O2 und E-Plus nimmt konkrete Formen an: Telefónica Deutschland (O2) will in dem Fall, dass die EU die Übernahme genehmigt, in den kommenden fünf Jahren 20 Prozent der Netzkapazitäten dem Konkurrenten Drillisch vermieten.

Damit möchte Telefónica Bedenken der EU-Behörden zerstreuen, die den Zusammenschluss seit Monaten prüfen. Die Kartellwächter fürchten ein Nachlassen des intensiven Wettbewerbs, sollten sich die Nummer drei und die Nummer vier in Deutschland zum neuen Branchenprimus mit rund 50 Millionen Kunden noch vor der Deutschen Telekom und Vodafone formieren. Eine Entscheidung der EU wird in den kommenden zwei Wochen erwartet.

E-Plus hatte sich in den vergangenen Jahren als Preisbrecher hervorgetan und den Wettbewerb angeheizt. Laut Insidern hatte Telefónica auch mit Freenet und United Internet (I&I) verhandelt, freilich ergebnislos.

Der leise Antrieb der Autoindustrie

Herstellereigene Banken fördern den Absatz, fahren hohe Gewinne ein - und werden für die Konzerne immer wichtiger.

- ▶ Noch nie wurden so viele Autos finanziert.
- ▶ Hersteller kommen über ihre Töchter an EZB-Geld.

Christian Schnell
Frankfurt

Diese Zahl ist ein Rekord. Sie sagt viel über die Autobranche sowie über einen stetig wachsenden und dabei doch so unauffälligen Teil ihres Geschäfts. Und sie sagt viel über den Wandel des Kundenverhaltens. 78 Prozent aller hierzulande im vergangenen Jahr von Händlern verkauften Neuwagen wurden finanziert oder geleast. Nur noch 22 Prozent der Kunden beglichen den Kaufpreis bar, per Überweisung oder Scheck. Noch vor fünf Jahren waren es 40 Prozent.

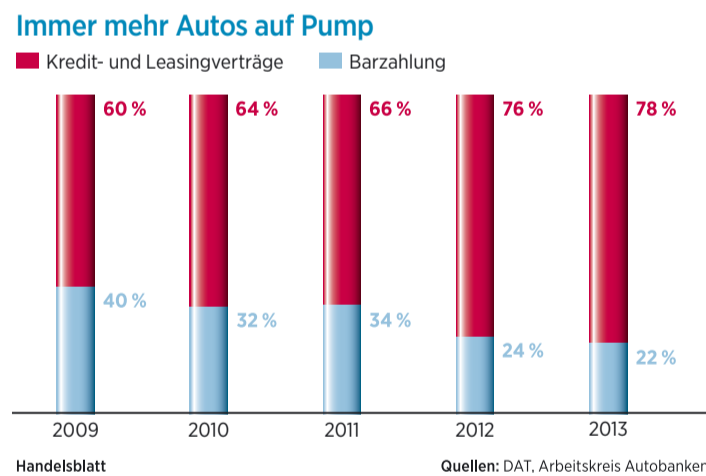
Kein Wunder also, dass die hauseigenen Banken für die großen Autohersteller immer wichtiger werden. Im Schnitt steuern die Geldinstitute 25 bis 40 Prozent zum Herstellergewinn bei, wie Professor Joachim Häcker vom Deutschen Institut für Corporate Finance errechnet hat. Handeln hier Banken mit angeschlossener Autoproduktion? Eine ungesunde Verschiebung sieht Experte Häcker noch nicht. „Die Banken sind weiterhin ein wesentlicher Systemstabilisator der Automobilwirtschaft.“ Im Klartext: In guten Zeiten kurbeln sie die ohnehin schon zahlreichen Verkäufe zusätzlich an, in schlechten Zeiten stützen sie das Geschäft, so dass der Umsatz nicht komplett einknickt.

Beispiel Daimler: Als im Krisenjahr 2008 das Ergebnis dort stark wegbrach, lieferte die hauseigene



Mercedes-Händler in Düsseldorf: Finanzierungs- und Leasingangebote als zentrales Verkaufsargument.

Bank immer noch einen Gewinn von 457 Millionen Euro ab. „Ohne Finanzierungs- und Leasingangebote ist ein modernes Automobilgeschäft nicht mehr realisierbar“, sagt Ola Källenius, Vertriebschef bei Daimler. Rund die Hälfte der Kunden lässt sich von der Sparte Finanzdienstleistungen betreuen, stottert also den Wagen ab. Aus der Entwicklung der vergangenen Jahre haben inzwischen alle Autokonzerne ihre Konsequenzen gezogen. Aktiv bieten sie vielerorts sogleich das entsprechende Paket mit niedrigen Raten und geringen Anzahl-



lungen an. Viele Kunden, die ursprünglich bar zahlen wollten, gehen dann mit einem Kreditvertrag nach Hause.

Die Branche hat es somit geschafft, dass der Kunde Blick- und Denkrichtung beim Autokauf komplett verändert hat. Stand früher noch der Gesamtpreis an erster Stelle, bei dem es darum ging, möglichst viel an Rabatt herauszuschlagen, so geht es nun um die Gesamtsumme, die die eigene Mobilität pro Monat im Haushaltsbudget verschlingt.

„Kein Hersteller hat Interesse, besonders viel Rabatt zu geben“,

nennt Michael Lohscheller, Finanzvorstand bei Opel, die Vorzüge einer eigenen Bank. Wie schmerzlich es ohne ein eigenes Geldhaus ist, weiß er aus eigener Erfahrung. Erst seit 2013 verfügt Opel mit GM Financial wieder über eine Bank.

Die Autobanken selbst verdienen auch in schlechten Jahren gutes Geld. Als 2013 die Neuzulassungen in Deutschland um mehr als vier Prozent einbrachen, stieg das Volumen an Leasing- und Finanzierungsverträgen bei den Autobanken dennoch um zwei Prozent auf ein Vertragsvolumen von über 90 Milliarden Euro.

So hat das Finanzgeschäft für die Hersteller mittlerweile ähnlich große Bedeutung erlangt wie der Elektroantrieb oder das China-Geschäft. Im Vergleich dazu fristet es in der öffentlichen Wahrnehmung jedoch ein Schattendasein. „Geräuschlosigkeit“ nennt das Jürgen Pieper, Analyst beim Bankhaus Metzler. Das Auffällige an den Autobanken sei nur ihre Unauffälligkeit. Zumal sie im Vergleich zu herkömmlichen Banken ein weitaus geringeres Risiko tragen. So lag die Ausfallquote bei Autokrediten im vergangenen Jahr auf dem historisch niedrigen Niveau von weniger als einem halben Prozent.

Zum Vergleich: Im Krisenland Spanien lag die gesamte Ausfallquote im Bankgewerbe vor zwei Jahren bei über acht Prozent. Analyst Pieper sieht die starke Kundenbindung und die bessere Branchenkenntnis als entscheidenden Vorteil gegenüber herkömmlichen Banken.

Mit einem weiteren entscheidenden Vorteil: Kommt ein Kunde seinen Zahlungsverpflichtungen nicht mehr nach, dann ist die entsprechende Sicherheit - nämlich das Auto - relativ leicht zu verwerten.

Kein Wunder also, dass Autobanker nur ungern mit den üblichen Vertretern der Finanzbranche in einen Topf geworfen werden wollen. „Autobanken zeichnen sich durch ein eher unspektakuläres, dafür aber grundsätzliches Geschäftsmodell aus“, sagt Horst Berger, Geschäftsführer des Branchenverbands AKA.

Für die Hersteller hat die eigene Finanztochter noch einen anderen Vorteil. Durch sie gelangen sie in den Genuss des billigen Geldes der Europäischen Zentralbank (EZB). „Zentralbanken helfen den Autobanken, einen Finanzierungsmix anzubieten, und erhöhen somit die finanzielle Flexibilität des Konzerns“, sagt Wissenschaftler Häcker.

FALLRÜCKZIEHER

Codes höherer Fußballtheorie

In früheren Zeiten haben Männer Schlachten nachgestellt. Da saßen sie mit ihren Figuren aus Zinn oder Plastik und wussten, wie Blücher und Wellington 1815 die Armee des Napoleon bei Waterloo geschlagen haben. Heute geht es um das „Waterloo“ von Italien, England oder Spanien, großen Fußballnationen also, die die Rückreise von Brasilien in ihre Heimat antraten. Heute redet der moderne Mann über die Aufstellung von Fußballmannschaften. Wie sollen sie stehen, wie ist die Ordnung der ballbewegten Infanterie-Verbände aus Holland, Brasilien, Costa Rica oder Deutschland? Das ist die Frage.

Sein oder Nichtsein, Tor oder kein Tor, das hängt augenscheinlich von Zahlenkombinationen ab, die Reporter, Kommentatoren und sonstige Experten im Fernsehen oder auf Papier darreichen wie die geheime Cola-Formel oder den noch geheimen Google-Algorithmus. 4-3-3, geht das überhaupt noch? Oder muss es nicht doch 4-2-3-1 oder 3-5-2 sein? Oder vielleicht 3-1-5-1? Oder wie wäre es mit 3-2-4-1? Nostalgiker erinnern sich in solchen Fällen, dass früher tatsächlich 2-3-5 gespielt wurde, inklusive der „Schottischen Furche“, aber das war zu Sepp Herbergers Zeiten, also weit vor dem Rasen-Turbokapitalismus heutiger Tage.

Der besteht darin, dass sich 20 Spieler im mittleren Feld kollektiv synchron bewegen, je nachdem, wie das Spielgerät gerade fällt. Manchmal kommt



WM-Kolumne: Hans-Jürgen Jakobs ergründet die Arithmetik des modernen Schlachtfelds.



dabei jene wunderbare Raute zustande, die Angela Merkel, Erste Nationalmannschaftsbeauftragte der Bundesrepublik, so auffällig vormacht. Nur in der Kabine von Salvador, im Gruppenbild mit Dame nach dem 4:0 gegen Portugal, hat es dazu nicht gereicht. Ökonom fällt auf, dass die Ansammlung um den Anstößkreis ziemlich genau der Ballung in den Unternehmen entspricht, der im Middle Management. Auch da stehen die meisten rund und warten auf ein Angebot, endlich in die Spitze zu wechseln.

Und dann ist da noch die Sache mit den Codes der höheren Fußballtheorie. Wer denkt derzeit nicht an gewisse Ähnlichkeiten mit dem kapitalistischen Realismus der Konzerne? Nehmen wir nur die „falsche Neun“,

den Strategen, der Offensivkraft nur vorspielt, diesen Götzen der Taktiktafel. Ist das nicht ein bisschen wie beim Sturmführer von Siemens, der an einer Vision 2010 arbeitet und plötzlich Tore in Paris schießen will? Der aber dann, nach erfolgter Blutgrätsche einer robusten, mit allerlei Amerikanern verstärkten Verteidigung, eigentlich gar nicht treffen wollte?

Und was ist mit der berühmten „Doppel-Sechs“, den zwei Abräumen vor der Strafraumzone? Erinnert das nicht an die Deutsche Bank und ihr Duo Jürgen Fitschen/Anshu Jain? Unentwegt sind die zwei dabei, die Folgen eines Kulturwandels abzuräumen, also mit einem radikalen Wechsel des Spielsystems klarzukommen. Man setzt jetzt nicht mehr aufs Produkt, sondern auf Kunden, also auf eine kontrollierte Offensive wie einst Ernst Happel, die Legende von der Trainerbank.

Schließlich ist da noch „die Zehn“, die großen Regisseure gebührt. Regisseuren wie dem Daimler-Chef, der das Thema seiner selbstfahrenden Autos unterbringt wie Toni Kroos einen Steilpass in die Schnittstelle des Gegners. Von einer solchen Spieleröffnung können andere nur träumen. Dieter Zetsche ist keine hängende Spitze mehr, er ist in diesen Tagen ein wahrer „Zehner“ - in diesen Tagen, an denen das Leben, und damit die Wirtschaft, so wie Fußball ist.

Der Autor ist Chefredakteur. Sie erreichen ihn unter: jakobs@handelsblatt.com

Google treibt Smartwatch voran

Armband-Computer kommt noch im Sommer auf den Markt.

Christoph Schlaumann
San Francisco

Enttäuscht „Oh“ hallte durch San Franciscos Moscone Center, als Google vor 5 000 Entwicklern die Pläne für seinen Armband-Computer enthüllte. „Unser Moto 360“, hatte Chefingenieur David Singleton zuvor auf der Entwicklerkonferenz I/O berichtet, „wird im späten Sommer zu kaufen sein.“ Viele hatten damit gerechnet, dass der Konzern aus Mountain View die zweitägige Veranstaltung nutzen würde, um den Verkaufstart seiner Smartphone-Verkaufskampagne bekanntzugeben.

Dennoch machte der Suchmaschinen-gigant klar, dass er sich dieses Geschäft nicht vom Rivalen Apple wegnehmen lassen will, der seine iWatch für Oktober angekündigt hat. Vor begeisterten Entwicklern präsentierte Google sein Smartwatch-Betriebssystem „Android Wear“, das es erlaubt, Nachrichten auf einem Minibildschirm

durchzublättern, Musik zu hören oder Telefonanrufe anzunehmen. Auch die Herzfrequenz lässt sich damit messen.

Neben dem Hersteller LG, der schon mit der „G Watch“ auf dem Markt ist, wird auch Samsung nun „Android Wear“ nutzen, sagte Singleton - und zwar für seinen neuen Armband-Computer „Gear Live“, der ab sofort vorbestellt werden kann. Die Koreaner hatten bereits in den vergangenen zehn Monaten Vorgängermodelle auf den Markt gebracht, die das bisherige „Android“ nutzen.

Vielen Analysten gilt die Smartwatch als der kommende Verkaufsschlager. Die US-Marktforschungsfirma IDC erwartet, dass sich dieses Jahr die weltweiten Verkaufszahlen verdreifachen werden - auf 19 Millionen Stück. Bis 2018 erwarten sie einen Nachfrageschub auf 112 Millionen Handgelenk-Computer. Gleichzeitig unterstrich Google auf der Entwicklerkonferenz seinen

Anspruch, in alle Lebensbereiche vordringen zu wollen. Mit „Android Auto“ will man künftig eine Sprachsteuerung anbieten, bei der Fahrer die Hände nicht mehr vom Lenkrad nehmen müssen. Zudem will der Konzern mit „Android TV“ eine nahtlose Verbindung zwischen Smartphone und Fernsehgerät herstellen - auch dies auf Wunsch mit Sprachsteuerung. Auch in Schweden, wo Indien, wo erst jeder Zehnte ein Smartphone besitzt, wollen die Kalifornier vordringen. Dort soll das neu entwickelte „Android One“ demnächst für unter 100 Dollar zu kaufen sein.

Unterbrochen wurde Googles Entwicklerkonferenz immer wieder von Protestierern im Publikum. „Sie alle arbeiten für eine Firma, die Roboter entwickelt, um Menschen zu töten“, schrie ein Google-Gegner. Eine Konferenzteilnehmerin protestierte lautstark gegen Immobilien-Spekulationen eines Firmenmanagers.