

Bei Swiss Life lacht man

Die Beteiligung an Valiant ist eine Mär wie manch anderes Gerücht auch

VON VICTOR WEBER

BERN/ZÜRICH Gerüchte schiessen anstatt Tontauben – dieser Tage ist die Versuchung gross, eine neue Sportart zu etablieren. Denn gleich ein Schwarm an Spekulationen lässt sich herunterholen. Roche prüfe, ihr Diabetesgeschäft zu verkaufen; Novartis soll am 16 Milliarden Dollar schweren Generikakonzern Actavis interessiert sein, schrieb das «Wall Street Journal»; Basilea Pharmaceutica werde übernommen, besagen kurstreibende Gerüchte. Wie auch: Swiss Life steige bei der Regionalbank Valiant ein. An allen Gerüchten ist aber nichts daran.

Beginnen wir bei Swiss Life. Die «Schweiz am Sonntag» schrieb vor einer Woche, dass «die aus Bern stammende Regionalbankengruppe mit dem Lebensversicherer Swiss Life über eine strategische Beteiligung» verhandle. «Das Engagement bei Valiant bedeutet für Swiss Life eine Teilrückkehr ins Banking.»

Valiant und Swiss Life sprechen über Vertriebspartnerschaft

Doch Swiss Life denkt unter dem VR-Präsidenten Rolf Dörig nicht daran, sich in ein neues Allfinanzabenteuer zu stürzen, wie die Sonntagszeitung aus Unternehmenskreisen weiss. Selbst wenn sie möchte, müsste sie davon Abstand nehmen. Da der Versicherungskonzern seine Eigenkapitalbasis weiter stärken muss, würde sich die Eidgenössische Finanzmarktaufsicht (Finma) querlegen.

Beim Schweizer Solvenztest (SST) ist Swiss Life gemäss eigenen Angaben im «grünen Bereich», basierend auf ihrem «internen Modell». In der Branche ist es kein Geheimnis, dass die Finma deswegen die Augenbrauen hochzieht. Swiss Life wird sich zum SST am Donnerstag äussern, an der Präsentation des Quartalsergebnisses. Zum Gerücht, bei Valiant einzusteigen, nimmt sie keine Stellung, obwohl dieses den Valiant-Kurs getrieben hat.

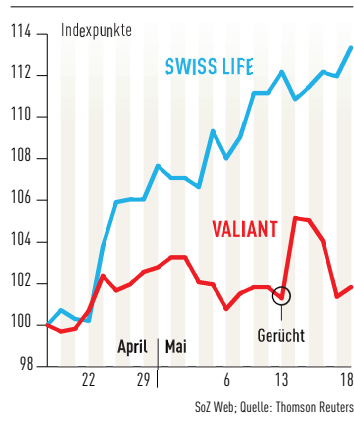
Zwischen Valiant und dem Versicherungskonzern laufen aber Gespräche über eine Vertriebs-



Swiss-Life-Präsident Rolf Dörig lässt die Gerüchtewolken gelassen vorbeiziehen

FOTO: 13 PHOTO

Gerücht treibt Kurs



partnerschaft. In einem ersten Schritt lässt sich Ivo Furrer, Schweiz-Chef von Swiss Life, als Verwaltungsrat von Valiant aufstellen, offiziell als «Privatmann».

Es fragt sich, ob Swiss Life mit der Zeit die Mobiliar als Partner von Valiant ablöst. Heute braucht Valiant die Mobiliar als Versicherungsträger ihres kapitalbindenden Lebensversicherungsprodukts Privat und ihrer BVG-Sammelstiftung SKMU, welche die Risiken Tod und Invalidität abdeckt.

Eine Totgeburt ist auch das Gerücht, wonach Basilea übernommen wird. Bis dato liegt keine

Kaufofferte für die biopharmazeutische Firma vor.

Ein Nonvaleur sind auch die Spekulationen um Roche. Ihr bleibt gar nichts anderes übrig, als das Diabetesgeschäft mittelfristig zu behalten. Bayer hatte lange, aber vergeblich versucht, ihres zu verkaufen. Sicher ist, dass bei Roche strategische Überlegungen im Gange sind, wie es mit dem unter schwindenden Margen leidenden Geschäft weitergehen soll.

Mit einem offiziellen Dementi hat Novartis selbst das Gerücht abgeschlossen, sie wolle Actavis schlucken.

Sony droht die Trennung von Mr. Bond

Der Konzern steht unter Druck, sein Filmbusiness zu verkaufen

«Hedgefonds-Manager Daniel Loeb hat letzte Woche den Elektronikkonzern Sony ins Visier genommen. Er habe eine Beteiligung von 6,5 Prozent (Wert 1,1 Milliarden US-Dollar) am japanischen Konzern aufgebaut, teilte der US-Investor mit – und präsentierte seine Pläne für Sonys Zukunft.

Der Amerikaner schlug Sony vor, einen Teil des Musik- und Filmgeschäfts (zu dem die Bond-Filme gehören) an die Aktionäre zu veräussern. Der Verkauf der Kronjuwelen würde den Preis der Sony-Aktien um 60 Prozent steigern. Der gefürchtete Investor bot gnädig an, im Verwaltungsrat Einsitz zu nehmen.

Loeb's Firma Third Point brachte bereits mit profitablen Wetten gegen den Yen die japanische Währung ins Trudeln. Sonys relativ neuen CEO Kazuo Hirai lief

Loeb auf, sich hinter die Wirtschaftspolitik von Regierungschef Shinzo Abe zu stellen. «Abenomics», eine Kombination von lockerer Geldpolitik, Steuererleichterungen und Strukturreform, hat die Börse ins Hoch katapultiert.

Ob der Verkauf seiner erfolgreichsten Sparten für Sony und die langjährigen Aktionäre aber von Vorteil wäre, ist ungewiss. Zudem wäre es ein Rückschlag für den Trend, dass Japan Inc. seit einiger Zeit mit Beteiligungen selbstbewusst nach Übersee vordringt.

Sonys Geschäft mit Musik und Film generierte von März 2012 bis März 2013 einen Betriebsgewinn von 905 Millionen Dollar, gegenüber 1,9 Milliarden Verlusten im Bereich Mobiltelefon, PC und Heimunterhaltung.

Noch halten das Geschäft mit Musik und Flick-Filmchen sowie die Finanzdienste den Konzern

über Wasser, doch Sony fehlen Innovationen. Es tut sich seit langem schwer, die Kreativen in Hollywood mit den japanischen Ingenieuren zusammenzubringen und Synergien zwischen den Bereichen Content und Hardware zu schaffen. Den Investor Loeb scheint das nicht zu stören. Aber Sony gilt als Paradebeispiel dafür, dass Japan Inc. verlernt hat, coole, bahnbrechende Produkte zu entwickeln. Das Unternehmen besitzt einen riesigen Musikkatalog und reiche Erfahrung mit Hardware. Weshalb also hat nicht Sony den iPod erfunden?

CEO Hirai tingelt seit Monaten durch seine Entwicklungsabteilungen und Fabriken, um bei Forschern und jungen Ingenieuren den kreativen Funken zu zünden. Das neue Smartphone Xperia Z gibt erste Hoffnung.

Bisher erging es Investoren, die Japan knacken wollten, nur we-

nig besser als den christlichen Missionaren im 16. Jahrhundert, die gekreuzigt wurden. Die Japaner vermuten, dass es den fremden Gaijin mehr um kurzfristige Profite als um besseres Management geht.

Als globales Unternehmen könnte Sony eher auf Auswärtige hören. Es will nichts vom Verkauf der Sparte Unterhaltung wissen, doch hiess es, man sei offen für den Dialog mit Aktionären. Der Druck seitens des Investors Loeb könnte Sonys CEO ein gutes Argument für den nötigen Change liefern.

Sonntagszeitung

The Economist INHALT AUS THE ECONOMIST

© THE ECONOMIST



HEINZ ZIMMERMANN

Ausjassen oder verhandeln?

Auch ich bin für den automatischen Informationsaustausch – insbesondere beim Jassen. Alle Spieler legen ihre Karten sogleich offen auf den Tisch und verhandeln darüber, wer gewonnen hat. Damit würde Chancengleichheit bestehen zum Schach, wo man sich, im übertragenen Sinne, gegenseitig auch in die Karten sieht. Aber es gibt zwei wichtige Unterschiede: Erstens gibt es beim Jassen mehrere Spieler, und zweitens starten beim Schach die Spieler mit der gleichen Ausgangslage der Figuren, während beim Jassen der Zufall mitspielt. So sind die Gewinnchancen beim Jassen nicht nur vom Geschick der Spieler abhängig. Beim Poker liegt die Situation irgendwo dazwischen, da ein Teil der Karten verdeckt bleibt, ein anderer Teil aber offenliegt. Poker dürfte die politische und wirtschaftliche Realität einigermaßen zuverlässig abbilden, aber bleiben wir beim Jassen. Was ändert sich beim Jass mit vollständigem Informationsaustausch? Die objektive Ausgangslage der Spielenden würde gnadenlos offengelegt, und wer schlechte Karten hat, kann vergessen, durch Strategien und Tricks seine Chancen aufzubessern. Aber wie ermittelt man überhaupt Gewinner und Verlierer beim automatischen Informationsaustausch? Jeder Spieler müsste sich natürlich über sämtliche mögliche Strategien seiner Gegner Gedanken machen und die Argumente, warum er sich als Gewinner sieht, mit Überzeugungskraft geltend machen. Dies führt durchaus zu komplizierten, aber bestimmt äusserst spannenden Verhandlungen, bis das Ergebnis feststeht. Über den Beizug von Beratern und unter Verwendung spieltheoretischer Modelle liesse sich der Prozess vielleicht beschleunigen. Ich bin für ein Gesetz, das den automatischen Informationsaustausch beim Jassen zur Pflicht erklärt. Nur so ist gewährleistet, dass die Jassrunden transparent und fair über die Bühne gehen, auch wenns etwas länger dauert, bis das Ergebnis feststeht. Aber vielleicht wird man bald einmal merken, dass das neue Spiel nicht nur langweiliger ist, sondern ökonomisch viel weniger effizient. Wenn alle alles wissen, muss das Ergebnis nicht effizienter sein. Endlos und ergebnislos werden die Verhandlungsrunden sein wie bei internationalen Konferenzen. Lösungen werden nicht im Plenum erzielt, sondern in der Hotelloobby bilateral ausgejast. Komplexe Situationen werden am einfachsten sequenziell gelöst – zur Erinnerung beim nächsten Kreisvortrag.

Heinz Zimmermann ist Professor an der Universität Basel

ANZEIGE



STIL, RAUM UND FAHRSPASS FÜR DIE GANZE FAMILIE. BELIEVE IT.

INKLUSIVE GRATIS LEDERPAKET AUF DEM LTZ.

CRUZE STATION WAGON AB CHF 19'900.-*



chevrolet.ch

*Cruze Station Wagon 1600 LS, 5 Türen, 1598 ccm, 91 kW/124 PS, CHF 19'900.-, Verbrauch gesamt: 6.4 l/100 km, CO₂ 151 g/km, Energieeffizienz-Kategorie D. Abbildung zeigt: Cruze Station Wagon 1700 VCDi LTZ, 5 Türen, 1686 ccm, 96 kW/131 PS, CHF 30'200.-, Verbrauch gesamt: 4.5 l/100 km, CO₂ 119 g/km, Energieeffizienz-Kategorie A, CO₂-0 aller verkauften Personenkraftwagen in der Schweiz: 153 g/km.



CHEVROLET