

Die Peugeots profitieren von ihrem Sanierer

Carlos Tavares hat Frankreichs Autobauer schneller als erwartet auf die Überholspur gebracht

Neben Opel will Peugeot auch Malaysias Proton kaufen. Die Familie Peugeot kann sich über die Wertvermehrung ihres Anteils am Autobauer freuen – wie auch über eine Beteiligung in der Schweiz.
Susanne Ziegert, Berlin

Vor drei Jahren hätte die Familie Peugeot fast die Geduld mit ihrem Unternehmen – der ältesten noch existierenden Automarke – verloren. Monat für Monat verbrannte der Konzern einen dreistelligen Millionenbetrag. Der französische Staat und die chinesische Holding Dongfeng mussten je 800 Mio. € Kapital einschliessen, die bisherigen Aktionäre weitere 1,4 Mrd. €, um die Insolvenz zu vermeiden. Doch seit der Sanierer Carlos Tavares den PSA-Konzern lenkt, bereitet er den Peugeots wieder Freude.

Festhalten hat sich gelohnt

Die von Robert Peugeot geführte Familienholding FFP kann zum ersten Mal seit 2011 wieder eine Dividende für ihre Auto-Aktien kassieren. Je 50 Mio. € wird der Peugeot-Konzern den drei Grossaktionären überweisen. Zudem hat sich der Aktienkurs in den letzten drei Jahren verdoppelt (vgl. Grafik). Damit ist der Wert ihrer Beteiligung seit der Krise von 829 Mio. € auf über 2 Mrd. € gestiegen. Mit der Übernahme von Opel und Vauxhall sowie seinem Angebot für die malaysische Proton, welche die Sportwagenmarke Lotus besitzt, will Tavares dem Autobauer seinen alten Glanz zurückgeben.

Zeitlich perfekt getaktet, legte der portugiesische Manager diese Woche Rekordzahlen vor. Der Gewinn kletterte um eindruckliche 79% auf 2,15 Mrd. €, während der Umsatz wegen der zusammengestrichenen Modellpalette und Währungseffekten mit 54 Mrd. € leicht unter Vorjahr lag. Tavares schaffte es, 3,15 Mio. Autos von den Marken Peugeot, Citroën und DS zu verkaufen, fast 6% mehr als im Vorjahr. In der Kriegskasse liegen nun 8 Mrd. € Bargeld.

Das überzeugte offenbar auch die Dynastie der Peugeots, grünes Licht für die Expansion zu geben. Einen «europäischen Champion» will Tavares durch seine Übernahme bauen und Opel und Vauxhall als deutsche und britische Marken in den Konzern integrieren. Tavares führte bereits Gespräche mit Bundeskanzlerin Angela Merkel, Premierministerin Theresa May und Frankreichs Wirtschaftsminister Michel Sapin, reiste zu einer Charmeoffensive an den Opel-Sitz in Rüsselsheim und erntete positives Echo von Personal und Gewerkschaft.

Als Käufer wird PSA gegebene Standortgarantien für die Opel-Werke bis 2018 einhalten, doch liess Tavares keinen Zweifel daran, dass eine harte Sanierung bevorsteht: «Opel braucht Hilfe. Zehn Jahre lang rote Zahlen schreiben und 1 Mrd. € pro Jahr verbrennen, das kann man nicht ewig machen.» Noch vor vier Jahren habe PSA in einer ähnlichen Krise gesteckt, nun will er Opel mit seiner Methode wieder auf die Beine bringen. Dazu gehört Eigenverantwortung: Das deutsche Management soll im Amt



Montage des Peugeot 208 in Trnava, Slowakei: In Europa ist der PSA-Konzern gut aufgestellt. (3. Dezember 2015)

bleiben und den Sanierungsplan selbst erarbeiten.

Ohne Arbeitsplatzabbau dürfte das kaum gelingen. Denn mit einem Verhältnis von 15% der Lohnkosten zum Umsatz ist Opel kaum wettbewerbsfähig; bei PSA liegt die Kennziffer bloss bei 10%. Durch gemeinsames Vorgehen im Einkauf könnten 1,2 Mrd. € gespart werden, 400 Mio. € in der Forschung und Entwicklung sowie weitere 400 Mio. € durch den

Abbau von 6000 Stellen, schätzt Finanzanalyst Dominic O'Brien von Exane BNP Paribas. Schwierig dürfte in den Verhandlungen mit General Motors insbesondere die Frage der Pensionsverpflichtungen sein, die sich bei Opel und Vauxhall auf insgesamt 7 Mrd. € belaufen. «Es wird keine Risiken für PSA geben», heisst es dazu aus unternehmensnahen Kreisen.

Elektroauto: Opel voraus

Die Franzosen erhoffen sich durch die Übernahme auch Zugang zur Elektromobilitätstechnik von GM – einem Bereich, in dem PSA hinterherhinkt. So bringt Opel im Frühjahr mit dem Ampera-E ein E-Mobil mit 520 Kilometern Reichweite in Deutschland und der Schweiz auf den Markt. Dagegen könnte Opel künftig auf die emissionsarmen Diesel- und Benzinmotoren von Peugeot zurückgreifen. In der Produktion dürfte zudem eine gemeinsame Plattform für den Astra, 208 und C3 genutzt werden.

Durch das starke Vertriebsnetz von Opel und Vauxhall in Deutschland und Grossbritannien



Robert Peugeot, Gründerfamilie.



Carlos Tavares, Konzernchef.

will PSA seine Stellung in diesen Ländern stärken. «Bisher stehen französische Autos bei vielen Kunden nicht auf der Einkaufsliste», sagt Tavares. Zudem verspricht er Opel, dass die Marke künftig weltweit operieren darf – das hatte GM bisher verhindert.

PSA schwächelt in Asien, der Absatz ging 2016 zurück. Mit Proton will Tavares sich in der Region neu aufstellen, im April soll sich entscheiden, ob PSA oder der Mitbieter Geely (Mutter von Volvo) den Zuschlag erhält. Nach den Zukäufen will PSA bis 2020 mit fünf Marken einen Absatz von 5

Mio. Autos erzielen und in Europa die Nummer 2 nach VW werden.

Nach der Krise dürfte die Peugeot-Familie die Pläne mit Wohlgefallen vernehmen. Zwischenzeitlich hat Robert Peugeot auf andere Bereiche gesetzt, wie etwa die Beteiligung am Zürcher Handelskonzern DKSH, bei dem er 2008 (vor Börsengang) mit knapp 140 Mio. Fr. eingestiegen ist. Die 5,9%, welche die Peugeots noch an DKSH halten, sind heute 173 Mio. Fr. mehr wert – und über Aktienverkäufe und Dividenden haben sie weitere gut 200 Mio. Fr. eingenommen.

Wert verdoppelt

Peugeot-Aktie seit Anfang 2014



Quelle: Swisquote

Nicht mehr warten beim Bestellen und Zahlen

Gymnasiast Marlon Koch programmierte die App «Menu», mit der man im Restaurant bestellen und bezahlen kann. Die SBB wollen «Menu» 2018 in ihren Zügen ausrollen.
Ueli Kneubühler

Das Restaurant ist brechend voll, und der Kellner hat auch nach dem dritten Zuwinken die Bestellung noch immer nicht aufgenommen. Und wenn man dann endlich gegessen hat und das nächste Meeting ruft, dauert es gefühlte Stunden, bis man die Rechnung begleichen kann. Dem 17-jährigen Marlon Koch hat das schon lange gestunken.

Flugs programmierte der Autodidakt vor drei Jahren eine App, welche den Restaurantbesuch in eine kleine Revolution verwandeln könnte. «Menu» heisst die App, mit der im Restaurant bestellt und auch bezahlt wird. Bereits in rund 40 Restaurants ist dies möglich, etwa in der Mövenpick-Weinbar, den Ketten Not Guilty und Gärtnerei in Zürich, der Jatzhütte und dem Kongress-Hotel in Davos. Bis im Sommer sollen allein in Zürich 100 Restaurants angeschlossen sein.

Als seine Altersgenossen in den Ferien Fussball spielten und



Die Kochs: Sohn Marlon und Vater Karl Heinz. (Zürich, 23. Februar 2017)

sich in der Badi sonnten, habe sich Marlon kiloschwere Programmierwälder schicken lassen, erzählt sein Vater Karl Heinz, 52. Er ist Co-Gründer von «Menu» und war von der Idee seines Sohnes begeistert. «Menu» ist bereits Marlons drittes Projekt. Zuvor lancierte er eine soziale Spendenplattform und programmierte eine Alternative zur digitalen Währung Bitcoin.

Marlon, er trägt einen dunklen Kapuzenpulli, der Rucksack hängt lässig über eine Schulter, ist die Bescheidenheit in Person. Er sei der Techniker. In Geschäftsfragen überlässt er seinem Vater das Wort. Der langjährige Finanzanalyst Karl Heinz übernimmt die operativen und strategischen Funktionen als CEO und Verwaltungsratspräsident. Doch bei technischen Fragen blüht der Gymnasiast auf und erklärt die iBeacon-Technologie, die hinter «Menu» steckt. Unter jedem Tisch klebt ein kleiner Chip – der iBeacon. Dieser erkennt den Gast und ordnet ihm Speisen und Getränke zu, so dass dieser jederzeit per App bezahlen kann, ohne auf die Rechnung zu warten. Er zeigt dem Kellner auch, an welchen Tisch die Bestellung zu liefern ist.

15 Informatiker in Serbien garantieren das Funktionieren der Software. Marlon ist deren Chef.

Die Wahl sei eher zufällig auf Serbien gefallen, sagen die beiden. Das Land befinde sich im osteuropäischen Softwaregürtel, die Lohnkosten sind weit tiefer als in der Schweiz. Bis Ende Jahr wird die Zahl der Informatiker in Serbien verdoppelt.

Während das Vater-Sohn-Startup expandiert, bereitet sich Marlon auf die Maturaprüfung vor. Was danach kommt, weiss er – sicherlich noch kein Studium. «Ich will mich voll auf «Menu» fokussieren.» Bis jetzt steckten Marlon und Karl Heinz keine Mittel ins Marketing, Mundpropaganda musste genügen. Ab März startet «Menu» nun die erste Marketingoffensive – allerdings mit bescheidenen Mitteln.

Dass das Ganze nicht bloss eine Spielerei ist, zeigt das Engagement der SBB. Seit Oktober fahren zwei Züge zwischen St. Gallen und Genf, in deren Restaurants und Catering-Zonen «Menu» eingesetzt wird. Man habe für den Pilot zahlreiche Unternehmen eingeladen. «Menu» war die ausgereifteste Version», sagt Lorenz Bertschi, Chef Business Development bei der SBB-Gastronomie-Tochter Elvetino. Es soll nicht beim Pilot bleiben. «Wir möchten «Menu» Anfang 2018 in möglichst vielen Zügen ausrollen. Ich hoffe, dass wir jeden Zug damit ausrüs-

ten können. Das Potenzial liegt bei 120 Zügen.»

Vater und Sohn Koch sind mit zahlreichen weiteren Interessenten am Verhandeln. Noch ist nichts spruchreif. Dem Vernehmen nach sollen es grosse Schweizer und internationale Gastrobetriebe und Caterer sein, mit denen man in fortgeschrittenen Gesprächen ist und demnächst Piloten lanciert. Auch verdienen sie noch kein Geld. Gemäss Businessplan sind die ersten Gewinne für 2019 geplant. Das Businessmodell von «Menu» funktioniert ähnlich wie jenes der Kreditkartenbetreiber. Bei jeder Bezahlung und Bestellung fliesst den Kochs eine vom Funktionsumfang abhängige Gebühr zu.

Auch das Interesse von institutionellen Investoren ist vorhanden. Bis heute hat «Menu» 2 Mio. Fr. eingesammelt – einzig bei Privatlegern. Das Startup wird seit der letzten Finanzierungsrunde auf einen zweistelligen Millionenbetrag geschätzt. Eine neue Finanzierungsrunde läuft. Die Kochs halten die Mehrheit der Aktien. Das Potenzial für mobiles Bestellen scheint vorhanden. Der Markt wird weltweit auf 38 Mrd. \$ geschätzt. Laut Branchenexperten bestellt bis in drei Jahren jeder zehnte Kunde in Schnellimbissets über das Smartphone.