

Werften im Coronafrühling

Weil Reisen ins Ausland derzeit schwierig sind, schiessen die Verkäufe von kleinen Booten in die Höhe. Davon profitieren lokale Werften.

Christopher Gilb

«Aus dem Bauch heraus würde ich sagen, dass wir etwa einen Drittel mehr Boote als sonst verkauft haben», sagt Crisha Müsken, Geschäftsführer der Caminada Werft im Horw. «Und wie ich von anderen Werften gehört habe, lief es auch bei ihnen gut», ergänzt er.

Dies bestätigt auch Beat Plüss, Geschäftsführer der St. Niklausen Schiffgesellschaft Genossenschaft (SNG) am Alpenquai in Luzern. Das Unternehmen verkauft und vermietet Boote und Yachten. «Bei den Vermietungen waren wir diesen Sommer oft ausgebucht und auch die Verkäufe waren erfreulich», sagt Geschäftsführer Beat Plüss. Die Kombination aus schönem Wetter und der coronabedingten Unsicherheit bei Auslandsreisen führte anscheinend dazu, dass die Attraktivität eines eigenen Freizeitboots auf dem heimischen See deutlich stieg.

Qualifizierte Arbeitskräfte sind schwer zu finden

Fahrlehrer waren auch ausgebucht und die Werften freuten sich über reges Kundeninteresse, wie auch die Herzog Marinecenter AG in Alpnachstad berichtet. «Wir haben derzeit den tiefsten Lagerbestand seit Jahren», sagt Mitgeschäftsführer Ivo Herzog. Normalerweise habe er zum jetzigen Zeitpunkt etwa 40 Boote auf Lager, derzeit seien es fünf. «Es wurden aber nicht nur Schiffe zum ersten Mal gekauft, sondern auch welche ausgetauscht», sagt Herzog.

Solche Investitionen sind für ihn ein Zeichen, dass die Kunden auch mittelfristig planen, wieder vermehrt Ferien in der Schweiz zu machen. Das freut die Branche, Herzog beispiels-



Crisha Müsken, Geschäftsführer der Caminada Werft in Horw.

Bild: Pius Amrein (4. September 2020)

weise ist schon länger auf der Suche nach weiteren Bootsbauern und Bootsmechanikern. Solch qualifizierte Arbeitskräfte seien aber schwer zu finden.

Ökologische Antriebe sind gefragt

Die Werft ist schweizweit tätig. Fürs Heimgebiet Vierwaldstättersee, der gemäss Herzog einen Anteil von rund einem Viertel am Geschäft ausmache, erstreckt sich die Kundschaft nebst der Zentralschweiz bis weit ins Mittelland, Zürich und die beiden Basel. «Vom Ruderboot bis zum grösseren Hausboot für längere Ferien ist unter den nun verkauften Booten alles dabei», so Herzog. Insgesamt liesse sich feststellen, dass die Kunden bei der Antriebstechnologie zunehmend auf den Verbrauch achten würden. Auch Crisha Müsken von der Caminada Werft bestätigt, dass viele Kunden auf einen ökologischen Antrieb Wert legen würden: «Elektromotoren sind gefragt.» Die Caminada Werft in Horw importiert Boote, lässt diese aber auch im italienischen Como selbst fertigen. Der familiengeführte Betrieb versteht sich selbst als Werft für die «kleinen Leute», setzt auf kleinere Boote und bietet auch Occasionen an. Mit einem Preis von mindestens rund 20000 Franken muss man für den Traum vom eigenen Motorboot aber rechnen. «Alles darunter ist vergleichbar mit einem Auto für unter 5000 Franken», sagt Müsken. Das Kundenspektrum sei breit gefächert.

Doch nicht nur der Bootsverkauf floriert. Eine gute Resonanz konnte beispielsweise Ivo Herzog auch beim Bootsverleih der Firma am Nationalquai in Luzern feststellen. Gerade mit Touristen aus der

Westschweiz sei der Austausch dort so intensiv wie schon lange nicht mehr gewesen.

Shiptec arbeitet an langfristigem Projekt

Doch die Krise brachte auch für die Werften Einschränkungen mit sich. «Die in unserer Branche wichtigen Messen wurden abgesagt und wegen der Coroneinschränkungen konnten wir in der Werft selbst nicht voll arbeiten», sagt Crisha Müsken von der Caminada Werft. Ivo Herzog sagt wiederum, dass wegen Verzögerungen bei den internationalen Lieferketten nicht jeder Bootswunsch habe erfüllt werden können.

Während Werften für Freizeitboote eher profitierten, leiden jedoch solche für den Personenverkehr. Wie beispielsweise die Shiptec-Werft in Luzern, einer der grössten Werftbetriebe der Schweiz. «Wir sind in der glücklichen Lage, an einem grossen langfristigen Projekt zu arbeiten, das hilft uns sehr», sagt Pius Barmet von der Geschäftsleitung der Werft, die zur SGV-Gruppe gehört. Shiptec hat Anfang des Jahres den Zuschlag für einen Grosseauftrag für zwei Personenfähren auf dem Genfersee erhalten. Denn sonstige Kunden, also Schifffahrtsgesellschaften, die wegen der Coroneinschränkungen eine schlechte Saison hatten, hätten nun Investitionen eher zurückgestellt, so Barmet. So würden Instandsetzungsaufträge wie der Austausch von in die Jahre gekommenen Motoren nun um ein, zwei Jahre verschoben werden. Auch weil die Schiffe nun weniger im Einsatz gewesen seien. «Die Kunden wollen durchaus investieren, doch sie verschieben Investitionen auf später», so Barmet.

Aussichten

Durchatmen mitten im steilen Aufstieg

In den letzten hundert Jahren gab es nur zwei weitere Phasen, in denen die Wachstumsaktien derart stark von ihrer fundamentalen Bewertung abgewichen sind wie gegenwärtig. Den Ausgang kennen wir nur allzu gut. Es ist wie beim Bergsteigen: Irgendwann ist man zuoberst, dann geht's wieder runter. Zu wünschen bleibt einem dann nur noch, dass es nicht ein Absturz wird.

Wer in einem atemberaubenden Tempo einen Berg erklimmt, muss auch mal durchatmen. Ohne offensichtlichen Anlass haben in den letzten Tagen verschiedene Marktteilnehmer «Gewinne realisiert». Es handle sich um eine «gesunde Korrektur», wird dem steilen Aufwärtstrend beschieden. Dabei waren die Ausschläge schon heftig. Apple büsste allein am 3. September 180 Milliarden Dollar

an Unternehmenswert ein. Bei Tesla waren es seit Monatsbeginn rund 100 Milliarden Dollar.

Solche Grössenordnungen mögen irritieren. Wenn jedoch ein Aktienkurs in einem beinahe exponentiellen Kursverlauf in die Höhe schiesst, gewinnt er damit immer auch an Fallhöhe. Das trifft auch auf Start-ups und kleinere Unternehmen zu. Zoom Video Communications ist eine Firma, deren Videokonferenz-Angebot erst im Laufe der letzten sechs Monate bekannt wurde. In einem frenetischen Hype wurde die Gewinneraktie aus der Coronakrise so hochgejubelt, dass sie zu Monatsbeginn sogar höher bewertet wurde als IBM. Bis Freitagabend fiel die Zoom-Aktie dann allerdings 20 Prozent zurück. Bei TeamViewer, ein weiterer Krisenge-

winner, waren es «nur» 10 Prozent. Bei den Tech-Firmen haben die Bewertungen astronomische Höhen erreicht. Die Aktie eines konservativen Versicherers wie Swiss Life kostet etwa den zehnfachen Jahresgewinn. Bei einem breit aufgestellten Pharmakonzern wie Roche oder Novartis liegt der Kurs ungefähr beim 15-fachen Gewinn. Das Kurs-Gewinn-Verhältnis (KGV) bei Zoom liegt dagegen bei 460 und bei Tesla bei sagenhaften 900.

Das ist zwar schon aussergewöhnlich hoch, aber der prominenteste Höchstwert unter den KGV liegt derzeit bei weit über 2000: Die kalifornische Salesforce.com hat bislang nur Verluste geschrieben. Im allerjüngsten Geschäftsjahr (per Ende Juli 2020) konnte erstmals ein Gewinn vorgelegt werden. Dieser fiel mit etwas

mehr als 100 Millionen Dollar tatsächlich stolz aus. An der Börse wird die Software-Firma, selbst nach einem Taucher von 10 Prozent in den letzten drei Tagen, mit 232 Milliarden Dollar bewertet. Das hat dazu geführt, dass die Aktie in den prominentesten Index der Welt aufgenommen wurde, den Dow Jones.

Wer sein Tech-Unternehmen auf Hochglanz poliert, kann derzeit fast sicher sein, dass ihm blindes Vertrauen geschenkt wird. Mehr noch: Man bekommt eine Spitzenposition in einem Index, und das ist besonders attraktiv: Alle Pensionskassen, die fasziniert vom kostengünstigen, arbeitsarmen und analysereifen passiven Investieren sind, investieren den Grossteil ihrer Aktien in ebendiese Technologiewerte. Noch nie in der Börsengeschichte war

der Anteil der passiven Gelder so hoch, und noch nie waren die Technologiewerte so hoch bewertet. Das heisst: Absturzgefährdet sind nicht nur die einzelnen Unternehmen, sondern mit ihnen die passiven Investoren.

Manche bescheiden sich bei einfallendem Nebel und zunehmender Orientierungslosigkeit mit einer Rückkehr ins Tal. Andere legen sich in solchen Zeiten allerspätestens das Rüstzeug zu, um sich sicher abzuseilen. Gewiss liegt der Vorteil beim «normalen» Alpinismus darin, dass man den Gipfel kennt. Viele schleppen sich dank fremder Hilfe dahin. An den Aktienmärkten sorgt das günstige Zentralbankengeld tatsächlich auch für Sauerstoff, aber die Sherpas fehlen, und die Orientierung per GPS sowieso: Der höchste Punkt bleibt unbekannt.

Die Tech-Aktien bewegen sich längst in der gefährlichen Zone, aber wer zu früh aufgibt, verpasst letztlich den Gipfel und muss sich vor seinen Kollegen rechtfertigen. Dies braucht Mut. Aber dafür wird man mit der sicheren Rückkehr ins Basislager belohnt. Es gibt erfahrene Bergsteiger, die alt geworden sind, weil sie Risiken richtig einzuschätzen vermögen. Jene, die alles riskieren, auch auf den letzten Metern, sind selten alt geworden.



Maurice Pedergnana
Professor für Banking und Finance an der Hochschule Luzern und Studienleiter am Institut für Finanzdienstleistungen Zug (IFZ).