

AKTIEN-TIPP



Andreas M.E. Lusser
The Screener Investor Services, Zürich

Alliance Holding GP (AHGP): Kaufen
Unruhen im Osten und steigende Ölpreise besorgen Joseph W. Craft kaum schlaflose Nächte. Der Chef und Grossanteileseigner des amerikanischen Kohlekonzerns fördert das schwarze Gold aus neun Bergwerken in den USA und rundet das Geschäft mit Dienstleistungen und dem Vertrieb von Bergwerksausrüstung ab. Die operativen Zahlen für 2010 waren hervorragend und der Ausblick für 2011 ist angesichts der internationalen Unsicherheiten ebenfalls positiv.
Risiko: Als Investment riskant, aber eine Versicherung gegen steigende Ölpreise.

Marktkapitalisierung (in Milliarden Franken)	3
Dividendenrendite (in Prozent)	4,6
Ausschüttungsquote (in Prozent)	58
Kurs-Gewinn-Verhältnis (KGV) 2012	12,8
Performance 2011 (in Prozent)	14

China Shenhua (1088.HK): Kaufen
Der mit Abstand grösste Kohleförderer der Welt besticht durch seine Nähe zum wachsenden asiatischen Energiemarkt und eine im Branchenvergleich vernünftige Bewertung. Bei den Kohlereserven gibt es im Gegensatz zum Öl auch auf längere Frist keinen Engpass. Die Fördermenge kann zudem vergleichsweise einfach gesteigert werden. Die benötigten finanziellen Mittel stehen bei China Shenhua zweifelsfrei bereit.
Risiko: Die Aktie unterliegt der generellen Entwicklung der Energiepreise und aufgrund der Umweltthematik auch zunehmend einer politischen Dimension.

Marktkapitalisierung (in Milliarden Franken)	73
Dividendenrendite (in Prozent)	2,4
Ausschüttungsquote (in Prozent)	26,8
Kurs-Gewinn-Verhältnis (KGV) 2012	11
Performance 2010 (in Prozent)	1

www.thescreener.com.

The Screener ist Spezialist für unabhängige Aktienbewertungen und beurteilt Aktien, Branchen und Märkte weltweit. Die Analysefirma greift dabei auf öffentlich zugängliche Daten zurück und verarbeitet diese mit mathematischen Modellen zu Ratings und Analysen. Diese finden unter anderem bei Vermögensverwaltern und institutionellen Anlegern Verwendung. Die Unternehmensleitung von The Screener ist selber nicht in die oben vorgestellten Werte investiert. Das Unternehmen unterhält Büros in Nyon und Zürich.

Szene von «The Fighter»: Paramount hofft auf hohe Einnahmen.

Filme vom Fließband

THE WALL STREET JOURNAL. EUROPE

An der Kinokasse nehmen die Studios immer weniger ein. Darum setzen sie auf grosse Produktionen mit einem globalen Potenzial.

MICHELLE KUND UND LAUREN SCHUKER

Die Oscar-Nacht war auch dieses Jahr emotionsgeladener und glitzernder. Jetzt beginnt für die Filmstudios die weniger glamouröse Arbeit. Sie müssen versuchen, die sinkende Nachfrage auszugleichen. Die Zahl der in Nordamerika verkauften Kinotickets fiel 2010 um 7 Prozent auf 1,3 Milliarden. Nur dank durchschnittlich um 5 Prozent erhöhten Preisen hielten sich die Einnahmen bei 10,6 Milliarden Dollar stabil. Jedes Jahr lässt sich diese Massnahme nicht durchsetzen.

Ein erfolgreicher Film muss auch ausserhalb des Kinos zu vermarkten sein.

Weit besorgniserregender ist für die Studios der Einbruch bei den DVD-Verkäufen. Mit 7,8 Milliarden Dollar lag 2010 43 Prozent unter dem Höchststand von 13,7 Milliarden im Jahr 2006.

Billigeres Marketing

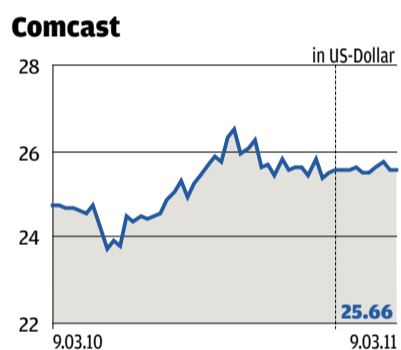
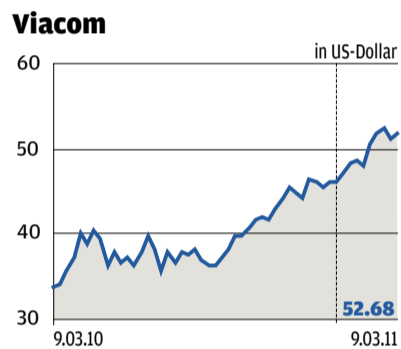
Die Studios experimentieren mit den unterschiedlichsten Strategien, um die Herausforderungen zu bewältigen: Sie kürzen die Budgets, loten die Möglichkeiten von Bezahlfernsehen für zuhause

aus und produzieren am laufenden Band Fortsetzungen von Kassenschlagern.

Den wichtigsten Beitrag sollen Franchises bringen: Filme mit riesigem Budget und Potenzial auf Fortsetzungen und der Verkauf von Fanartikeln. Ein Vorteil besteht auch darin, dass man aufgrund des vorhandenen Bekanntheitsgrad bei Fortsetzungen nicht mehr so viel Geld in das Marketing stecken muss. «Wir versuchen, einige Probleme innerhalb der Branche so in den Griff zu bekommen», sagt Jeff Robinov, Präsident von Warner Bros. Pictures, einer Tochter von Time Warner. Ein Franchise-Film «beginnt mit der emotionalen Bindung zur Geschichte und zu den Charakteren des Films. Danach kann man aber auch noch die DVD kaufen, sich Bühnenadaptionen ansehen und Merchandisingartikel wie Kleidungsstücke und Spielzeug erwerben», umschreibt Rich Ross, Präsident von Disney Studios die Strategie.

In diesem Jahr zeigen sich die Resultate dieser Strategie. Gleich fünf vierte Teile von erfolgreichen Filmserien kommen in die Kinos: «Mission: Impossible», «Pirates of the Caribbean», «Scream», «Spy Kids» und «Twilight Saga». Bei weiteren fünf werden dieses Jahr die fünften Nachfolgen auf der grossen Leinwand gezeigt: «The Fast and the Furious», «Final Destination», «Winnie-the-Pooh» «X-Men» sowie «Shrek» mit dem Spin-off «Puss in Boots».

Auch Lions Gate Entertainment setzt auf Franchise-Filme sowie auf günstige Filme, die das Potenzial haben, im Aus-



land gut abzuschneiden, wie Vizepräsident Michael Burns erklärt. «Wir werden kein übermässiges Risiko eingehen», sagt der Manager des unabhängigen Filmstudios. «Um zu überleben, muss man Filme machen, die risikoarm sind und im Ausland gut ankommen, oder Franchises.»

Studios stimmen darüber überein, dass Filme auch im Ausland Zugkraft haben müssen. Zahlen des amerikanischen Branchenverbandes MPAA zeigen, dass die internationalen Kino-Einnahmen 2010

um 13 Prozent, hauptsächlich dank der Einspielergebnisse in Asien. Paramount Pictures, eine Tochter von Viacom, wird sich dieses Jahr darum in erster Linie darauf konzentrieren, Franchise-Filme mit einem globalen Anstrich herzustellen. Oder dann setzt das Studio auf Produktionen mit kleinerem Budget, so Präsident Brad Grey. Als Beispiel führt er «True Grit» an, der 38 Millionen Dollar kostete, weltweit aber 194 Millionen einspielte. «Ich bin sehr optimistisch, was dieses Geschäft angeht», sagt Grey. Mit dem Boxer-Drama «The Fighter» holte sich sein Studio neben hohen Einnahmen auch zwei Oscars.

Vorbild «Toy Story»

Die Filme, die Universal dieses Jahr ins Kino bringt, decken eine Bandbreite niedrig budgetierter Komödien wie «Bridesmaids» über die Animation «Hop» bis Sequels wie «Fast Five», der fünfte Teil der «Fast and Furious»-Serie, ab. Universal, das zu Comcasts NBC Universal gehört, hofft, mit «Hop» an den überragenden Erfolg von «Ich – Einfach unverbesserlich» anknüpfen zu können, der bei einem Budget von 69 Millionen Dollar weltweit mehr als 500 Millionen einspielte.

Disneys Vorzeigefilm ist «Toy Story 3». Er brachte 9,8 Milliarden Dollar ein – mit Verkaufsumsätzen dank stärkerer DVD-Verkäufe sowie einer breiten Palette von lizenziertem Spielzeug, Bekleidung und Attraktionen in den Themenparks. Aus diesem Grund wird Disney dieses Jahr 80 Prozent des Produktionsbudgets für Franchise-Filme verwenden.

BÖRSENAUSBLICK

Swatch tickt im Takt

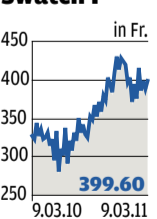
Die Anleger fürchten, dass sich die Unruhen in Libyen noch lange hinziehen – entsprechend nervös ist der Aktienhandel. Hinzu kommt die Sorge um die Konjunktur: Am Dienstag, 15. März, wird die amerikanische Notenbank Federal Reserve einen Zinsentscheid treffen und damit den Takt der Börsen bestimmen. Derzeit stehen die Leitzinsen in den USA bei 0,25 Prozent. Angesichts der Unsicherheiten sehen die Analysten von Sarasin die Kurse kurzfristig seitwärts laufen.

Donnerstag, 10. März Das Sanitärtechnikunternehmen **Geberit** wird seine Jahreszahlen präsentieren. Laut ersten Angaben hat die Firma 2010 einen Jahresumsatz von 2,15 Milliarden Franken erwirtschaftet. Währungsbereinigt stieg der Umsatz 2010 um 5 Prozent, obwohl Geberit auf schwierige Marktbedingungen hingewiesen hatte. Die Analysten des Brokers Helvea erwarten keine Veränderung der langfristigen Richtlinie für die Betriebsgewinn-Marge, die bei 23 bis 25 Prozent liegt. Der Ausblick für den Um-

satz des 1. Quartals 2011 beurteilen sie als gut. Eine überwiegende Mehrheit von Marktbeobachtern empfiehlt denn auch, die Aktie zu halten. Die Deutsche Bank setzt dabei ihr Kursziel bei 200 Franken (aktueller Stand: 202 Franken). In den letzten zwölf Monaten ist der Kurs von Geberit um knapp 7 Prozent gestiegen.

Der Uhrenkonzern **Swatch** wird ebenfalls am Donnerstag sein Geschäftsergebnis für 2010 veröffentlichen. Laut Informationen vom letzten Februar ist der

Swatch I



Konzerngewinn 2010 um 41,5 Prozent im Vorjahresvergleich auf 1,1 Milliarden Franken gestiegen. Swatch schrieb von einem «verheissungsvollen Start ins Jahr 2011». Für 2011 rechnen die Helvea-Analysten mit einem Reingewinn von 1,39 Milliarden. Eine Mehrheit von Experten rät dazu, die Aktie zu kaufen. Die Bank Vontobel setzt dabei ein Kursziel von 460 Franken (gegenwärtig 395 Franken). In den letzten zwölf Monaten ist der Aktienkurs um knapp 24 Prozent gestiegen. Das passt zur derzeitigen Hektik im Luxusgütersektor: Gerade eben hat Branchenprimus LVMH eine Mehrheit am italienischen Schmuckhersteller Bulgari übernommen.

Die grösste Schweizer Baudienstleisterin **Implemia** wird gleichentags ihr Jahresergebnis bekannt geben. Im 1. Halbjahr 2010 war das Konzernergebnis auf 12,5 Millionen Franken gestiegen, von 6,2 Mil-

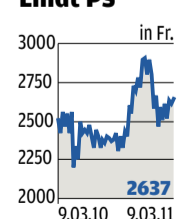
lionen Franken im Vorjahr. Die Neue Zürcher Bank rät, die Aktie zu halten.

Freitag, 11. März Der Maschinenhersteller **Schweiter** lädt zur Bilanzmedienkonferenz. Im seinem 1. Halbjahr des Jahres 2010 hatte das Unternehmen einen Reingewinn von 23,6 Millionen Franken erwirtschaftet. In den letzten zwölf Monaten ist der Aktienkurs um rund 35 Prozent gestiegen. Die Mehrheit der Analysten empfiehlt, die Aktie zu kaufen.

Montag, 14. März Die Vermögensverwaltungsgesellschaft **Partners Group** wird die Jahreszahlen für 2010 vorlegen. Nach ersten Angaben hat die Gesellschaft die verwalteten Vermögen im Jahre 2010 um 24 Prozent auf 21,4 Milliarden Euro gesteigert. Für 2011 zeigt sich Partners Group entsprechend optimistisch. Im 1. Halbjahr hatte das Unternehmen einen adjustierten Reingewinn von 156,6 Millionen Franken ausgewiesen, verglichen mit 85,1 Millionen Franken im Vorjahr. Die Analysten der Bank Vontobel sehen Partners

Group für weiteres Wachstum gut positioniert, warnen aber vor den Unsicherheiten auf den Währungsverlusten. Ein Grossteil der von Partners Group verwalteten Vermögen fallen in Euro an.

Lindt PS



Dienstag, 15. März Das Schokoladenunternehmen **Lindt & Sprüngli** wird sein Jahresergebnis für 2010 veröffentlichen. Laut ersten Angaben hatte die Firma 2010 bereits einen konsolidierten Umsatz von 2,58 Milliarden Franken ausgewiesen. Das entspricht einer Steigerung von 2,2 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Das Unternehmen erwartet für 2010 einen operativen Gewinn in der Grössenordnung von 300 bis 340 Millionen Franken – dies trotz dem steigenden Kakaopreis und den negativen Währungseffekten. Die Vontobel-Analysten gehen von einem operativen Gewinn von 320 Millionen Franken aus. (is)