

14. April 2020 **MARKT**

Krisen sind Katalysatoren für Innovationen



„Nach der Krise wird die Welt eine andere sein!“ Dieser Satz fasst die Meinung der führenden Experten aus aller Welt zusammen. Wie genau die Welt nach der Krise aussehen wird, vermag wohl keiner so genau zu sagen. Doch die Veränderungen werden in allen Bereichen – in Wirtschaft, Gesellschaft, Politik und Wissenschaft – spürbar sein. Allzu lange müssen wir aber gar nicht warten, um zu sehen, auf welche Art und Weise sich diese Bereiche verändern werden.

Hier lohnt sich ein Blick in die Vergangenheit, wie es Helmut Kohl einst so treffend formulierte: „Wer die Vergangenheit nicht kennt, kann die Gegenwart nicht verstehen und die Zukunft nicht gestalten.“ Daraus ergeben sich folgende im Hinblick auf Investmententscheidungen interessante Beobachtungen:

Amazon profitiert von der Coronakrise

Aktuell zaubert das Unternehmen aus Seattle mit seinem breiten Smile-Logo vielen Betroffenen, vor allem aber auch seinen Anlegern ein breites Lächeln ins Gesicht. Denn wenn man nicht vor die Tür darf und die meisten Läden sowieso geschlossen haben, dann bestellt man die Dinge über das Internet. Das hat natürlich Auswirkungen auf den Aktienkurs des Unternehmens. Während der Dow Jones sich Ende März ca. 30 % unter seinem Hoch befand (29.3.2020), notierte die Amazon-Aktie gerade mal 10 % unter ihrer Bestmarke. Es ist interessant, dass ein Tech-Unternehmen das Portfolio weitaus besser stabilisiert, als beispielsweise klassische, defensive Werte, wie Fielmann (ca. -33 %, 29.3.2020) oder Coca-Cola (ca. -20 %, 29.3.2020).

Amazon profitiert von der aktuellen Situation aufgrund der hervorragenden Positionierung und der Verknüpfung von Online und Offline. Die unterschiedlichen Einkommensquellen, wie z.B. Onlinehandel, die Prime-Mitgliedschaft, die Biosupermarktkette Whole Foods oder die Cloud-Sparte, machen Amazon zum Gewinner der aktuellen Krise.

Die Menschen sitzen zu Hause und können bis auf Supermärkte, Drogerien und Apotheken keine weiteren Läden aufsuchen, also bemühen sie den Onlinehandel, um sich die Produkte ihrer Wahl liefern zu lassen. Dies geht soweit, dass die Menschen, aus Angst davor, infiziert zu werden, sogar Lebensmittel online bestellen. Die Menschen verbringen, da sie nicht mehr zur Arbeit fahren müssen, mehr Zeit vor dem Fernseher mit dem Streamen von Filmen und Serien. All diese Produkte und Dienstleistungen werden online abgewickelt, wodurch der Bedarf nach IT-Infrastruktur explosionsartig ansteigt. Auf der anderen Seite stehen unter anderem die stationären Händler, die mit extremen Umsatzeinbrüchen und dem damit verbundenen Existenzrisiko zu kämpfen haben.

Amazon wurde 1994 als reiner Online-Versandhändler von Büchern gegründet. Jeff Bezos wurde damals schnell klar, dass er Online mit Offline verknüpfen muss, um nachhaltig erfolgreich zu sein. Was sich seit jeher in der Strategie von Amazon widerspiegelt. Die Früchte dieser Strategie erntet das Unternehmen in der aktuellen Krise.

Digitale Vorreiter in anderen Branchen

Die momentane Lage zeigt deutlich, dass aus dieser Krise diejenigen als Gewinner hervorgehen werden, die sich auf die Zukunft vorbereitet haben, indem sie nicht alles auf ein Pferd gesetzt

KURSTOOL

DAX® MDAX® SDAX® TexDAX®



Weitere Kurslisten

EURO STOXX®	US-Toptitel	Franz. Toptitel
Letzte IPOs	ETPs	Fonds
Anleihen	Alle Aktien A-Z	

AKTION

Kostengünstiges Fondsdepot

AnlegerPlus-Leser sparen 100% Ausgabeaufschlag!

[Hier geht's zum Angebot >>](#)

MELDUNGEN

Ad-Hoc News Sonstiges

06 Apr 2020

PTA-Adhoc: PIERER Mobility AG: Aussetzung des Aktienrückkaufprogramms der PIERER Mobility AG [...mehr](#)

01 Apr 2020

PTA-Adhoc: PIERER Mobility AG: PIERER Mobility AG stützt ihr europäisches Händlernetz und schüttet keine Dividende für 2019 aus [...mehr](#)

01 Apr 2020

PTA-Adhoc: Erste Group Bank AG: zieht Finanzausblick 2020 aufgrund mangelnder Abschätzbarkeit zurück [...mehr](#)

[alle Nachrichten >](#)

AKTUELLES HEFT

AnlegerPlus ist das Finanzmagazin für Kapitalanleger.

haben. Oder in diesem Fall: nicht alles auf einen Absatzkanal. Auch in Deutschland finden sich Unternehmen, die das Digitalisierungspotenzial ihres Unternehmens erkannt haben und es konsequent zur Entfaltung bringen.

Der CEO des Stahlhändlers Klöckner & Co., Gisbert Rühl, entschied sich nach einem Besuch des Silicon Valley im Jahr 2014 dazu, sein Unternehmen zum Amazon des Stahlhandels zu transformieren. Bis dato lagerte Klöckner den Großteil der Stahlprodukte in seinen Lagern, um die Bestellungen, die über Telefon und Fax reinkamen, möglichst zeitnah bearbeiten zu können. Künftig möchte das Unternehmen als Plattform zwischen dem Endkunden und dem Stahlproduzenten fungieren und dadurch das kapitalintensive Lagergeschäft mehr und mehr zurückfahren. Die Strategie geht bislang auf: 2019 erzielte Klöckner bereits 30 % seines Umsatzes über digitale Kanäle, wie die eigens entwickelte Handelsplattform XOM Materials. Bis 2022 rechnet das Unternehmen mit einem Umsatzanteil von 50 %.

Einen ähnlichen Transformationsprozess hat die Otto Group hinter sich. Auch wenn das Unternehmen nicht börsennotiert ist, lohnt sich trotzdem ein Blick darauf, um das grundlegende Muster zu erkennen, mit dem sich für die Zukunft gerüstete Unternehmen identifizieren lassen. In der Herbst-Winter-Saison 1977/78 brachte Otto zum ersten Mal seinen telefonbuchdicken Katalog heraus. Seitdem begleiteten diese 1.000 Seiten die deutschen Verbraucher von Jahr zu Jahr. Bis das Unternehmen in der Herbst-Winter-Saison 2018/19 den letzten Katalog dieser Art veröffentlichte, weil sich Otto inzwischen zu einem reinen Onlinehändler entwickelt hatte. Zu diesem Zeitpunkt betrug der Umsatzanteil des Kataloggeschäfts nur noch 5 %. Darüber hinaus unterhält die Otto Group ein eigenes Logistik-Unternehmen (Hermes) und entwickelt am laufenden Band neue Produkte und Dienstleistungen, wie z. B. den Hermes BorderGuru, mit dem Händler ihren internationalen Kunden ein unkompliziertes Einkaufs- und Liefererlebnis bieten können. BorderGuru übernimmt dabei unter anderem den komplizierten Zollprozess, stellt die anfallenden Steuern und Gebühren transparent dar, organisiert die Logistik im Ausland und sorgt für ein zuverlässiges Tracking der Fracht.

Ein weiteres Unternehmen, das von der Krise profitiert, ist die Nvidia Corporation. Das in Santa Clara ansässige Unternehmen wurde mit der Entwicklung von leistungsstarken Grafikkarten insbesondere für die Gaming-Branche groß. Mittlerweile bilden diese Grafikkarten die Basis für zahlreiche innovative Anwendungen, wie z.B. Cloud-Rechenzentren, künstliche Intelligenz und autonomes Fahren. Dass das Unternehmen mit seinen Innovationen Erfolg hat, bestätigen die Geschäftszahlen, die die Herzen der Investoren höher schlagen lassen. Die Kapitalrendite für das abgelaufene Jahr lag bei 20 % und die Gewinnmarge bei satten 26 %. Darüber hinaus mussten gerade einmal 17 % des Reingewinns für den Erhalt und die Weiterentwicklung des Unternehmens investiert werden. Im Mittel der letzten sechs Jahre waren es 16 %. Und mit einem Gesamtverschuldungsgrad von 42 % ist das Unternehmen solide finanziert. Die starken Zahlen spiegeln sich in der Kursentwicklung wider.

Das grundlegende Muster

Diese vier unterschiedlichen Unternehmens-Kurzporträts machen eines deutlich: Je früher man sich mit der Zukunft beschäftigt, desto eher kann man von der Entwicklung bereits jetzt profitieren (Amazon, Otto und Nvidia) oder die aktuell schwierige Lage abfangen (Klöckner) und gestärkt aus der Krise herausgehen.

Das Vorgehen aller vier Unternehmen lässt sich im Wesentlichen auf drei Schritte herunterbrechen:

1. Stammgeschäft
2. Diversifikation
3. Innovation (Digitalisierung)

Alle vier Unternehmen haben die Erträge aus ihrem Stammgeschäft genutzt, um sich zum einen breiter aufzustellen, indem sie beispielsweise neue Vertriebswege oder Märkte für sich erschlossen haben und zum anderen gleichzeitig neue Produkte und Dienstleistungen entwickelten. In erster Linie in digitaler Form, da sich das besser skalieren lässt und Investoren auf die Skalierbarkeit des Geschäftsmodells großen Wert legen. So kam es zu den erwähnten Innovationen, wie XOM Materials oder BorderGuru. Wobei die Innovationen irgendwann selbst zum Stammgeschäft werden und dadurch Kapital hervorbringen, das wiederum in künftige Innovationen investiert werden kann. Tatsächlich handelt es sich also um vier Schritte:

1. Stammgeschäft
2. Diversifikation
3. Innovation (Digitalisierung)
4. Wiederholung der Schritte 1-3

Kurzum: Halten Sie künftig nach Unternehmen Ausschau, die das hier beschriebene Vorgehen an den Tag legen: Das Stammgeschäft stärken, sich diversifizieren und an der eigenen Zukunft arbeiten, z. B. in Form von digitalen Geschäftsmodellen. Insbesondere die Digitalisierung der Wirtschaft wird aufgrund der Coronakrise noch schneller als zuvor voranschreiten.

Autor

Georg Redekop absolvierte ein Studium als Wirtschaftsingenieur und ist Mitgründer und geschäftsführender Partner der Redekop & Partner KG (Family-Trust). Er ist Autor des Buches „Der Vermögens-Autopilot“ und Fachautor für die „Börse Online“, die „Euro am Sonntag“ und das „Diplomatische Magazin“. www.georgredekop.de

11 x im Jahr

Preis im Jahresabo:
42,00 €

Die neue Ausgabe
AnlegerPlus 3/2020 ist
ab dem **4. April 2020**
erhältlich.

Sie wollen mehr wissen?

Jetzt bestellen!



KOSTENLOSES ONLINE-MAGAZIN

AnlegerPlus News
erscheint monatlich und
ist die digitale Verlängerung
unseres Printmagazins.

12 x im Jahr

Kostenloser Bezug

Aktuelle Ausgabe lesen.

Jetzt abonnieren!



ANLEGER-GUIDE

IR-Kontakte & Unternehmensporträts:

IR-Abteilungen und Börsen
stellen sich hier vor.

Finden Sie die richtigen
Ansprechpartner und
erfahren Sie wertvolle
Unternehmensdetails und
wichtige Kennzahlen.

mehr...



HV-REDEN

Hauptversammlungs-

Reden:

Hier finden Sie die HV-
Reden der
Vorstandsvorsitzenden
börsennotierter
Unternehmen.

Jetzt kostenlos
runterladen!

mehr...



COMMUNITY

Wir lassen Sie mit Ihren Sorgen nicht alleine!

Als AnlegerPlus-Abonnent
bekommen Sie exklusive
Informationen von und über die
SdK Schutzgemeinschaft der
Kapitalanleger e.V.

mehr...

