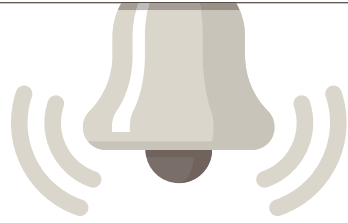


# CLOSING BELL



## Getestet

von Thorsten Riedl

... **Lenovo Air True Wireless**

Dass ein Produkt gelungen ist, lässt sich in erster Linie an der Zahl der Kopien ablesen. Und von wenigen Kopfhörern gibt es so viele Klone wie von den AirPods von Apple. Die Apple-Ohrhörer, die Aufsätze einer elektrischen Zahnbürste nicht unähnlich sehen, haben das True-Wireless-Segment begründet und die chinesische Konkurrenz inspiriert. Auch Lenovo hat eigene Kopfhörer entwickelt, die ganz ohne Kabel auskommen. Anders als viele Billigkopien können die Lenovo-Stöpsel mit dem Original jedoch mehr als mithalten.

Die Lenovo Air werden mit einer Ladestation in Form eines Hexagons geliefert, knapp acht Zentimeter lang, dreieinhalb breit. Das ist noch knapp hosentaschentauglich. Die Box dient wie bei der Apple-Vorlage sowohl zur Aufbewahrung, als auch zum Laden. Mit der Box lassen sich die Ohrstöpsel insgesamt viermal mit Strom versorgen. Wer Musik in vernünftiger Lautstärke hört, kommt mit einer Ladung gut vier Stunden über die Runden, etwas weniger als beim Original. Anders als bei den AirPods lässt sich nur der rechte Hörer einzeln verwenden, etwa für einen Podcast oder ein Telefonat. Schade. Und leider fehlt eine genaue Anzeige, wie viel Kapazität die Box noch hat. Lediglich eine LED-Leuchte informiert über den Ladezustand. Hier sollte Lenovo nachbessern. Dafür lassen die Lenovo Air die Kopfhörer von Apple vollends hinter sich, wenn es um das Wichtigste geht: den Klang. In den Ear Buds sind Treiber aus Graphen verbaut, einem relativ jungen Material. Höhen kommen klar über, Mitten überzeugen, und es gibt sogar Bässe, richtig mit Wumm. Erstaunlich bei solch kleinen Stöpseln. Gesteuert werden die Lenovo Air über druckempfindliche Aussenflächen. Das klappt zwar recht intuitiv, aber nicht immer einwandfrei. Verständlich ist dagegen die Sprachqualität der Air bei Telefonaten.

Trotz einiger, kleiner Patzer: In wichtigen Punkten für einen True-Wireless-Kopfhörer überzeugen die Lenovo Air. Völlig faszinierend fällt schliesslich im Vergleich der Preis aus: Während die Apple AirPods selten unter 150 Fr. zu haben sind, lassen sich die Lenovo Air in China



## Pikante Namenswahl

Mit der Namensgebung ist es so eine Sache. Als die russische Gazprom mit der Nigerian National Petroleum Corporation 2009 ein Joint Venture mit dem Namen Nigaz einging, war die Entrüstung im westafrikanischen Staat gross. Nigaz, ein Akronym, mag als Idee auf Papier funktioniert haben, hält aber bereits der ersten Aussprache nicht stand. Dass das Joint Venture trotz Protesten am Namen festhielt, machte das PR-Desaster perfekt. Besser reagierte da schon Mitsubishi. Der japanische Autobauer verpasste seinem Mitsubishi Pajero für den spanischen Absatzmarkt kurzerhand ein Rebranding, nachdem klar wurde, dass besonders die männlichen Spanier nicht hinter dem Steuer eines «Pajero», eines Wchters, Platz nehmen möchten.

Auch in der Kleinstadt Wetzikon im Zürcher Oberland ist man vor – zugegeben kleineren – Patzern bei der Namensgebung nicht gefeit. Bank Avera, so heisst ab kommendem Jahr die Clientis Zürcher Regionalbank, die ihren Sitz an bester

Lage am hochfrequentierten Wetziker Bahnhof hat. Der Austritt aus der Clientis-Bankengruppe hatte das Bankinstitut zu einem Namenswechsel gezwungen. Doch ganz so neu ist der Name nicht. Bertelsmanns «Das grosse Lexikon der Vornamen» widmet Avera als Mädchennamen zwei inhaltsschwere Zeilen: «Hebräischer Ursprung. Bedeutung: Sünderin.»

Das Institut für Judaistik der Universität Bern präzisiert: «Das hebräische Wort «Avera» bedeutet wörtlich «Übertretung» und ist schon im Talmud gut belegt», sagt Professor Dr. René Bloch, zu dessen Arbeits- und Forschungsschwerpunkten die Geschichte und Literatur des Judentums gehört. «Im Ursprung bezeichnet es eine religiöse Sünde. Im modernen Hebräisch wird es für allerlei Formen von Übertretungen verwendet, beispielsweise auch für Fouls im Sport.» Unterteilen lässt sich die Avera in Schweregrade, die von einer unabsichtlichen Versündigung (Cheit) bis zur Peshah reichen, einer Handlung, die bewusst gegen Gott gerichtet ist.



Wenn uns die jüngere Geschichte der Finanzwelt etwas gelehrt hat, dann dass Bank und Sünde oft Hand in Hand gehen. Nicht grundlos äusserte der CEO der Bankiersvereinigung Jörg Gasser gegenüber FuW kürzlich seine Hoffnung, die Skandale des Schweizer Finanzplatzes mögen weniger werden. Ist die eigenwillige Bezeichnung in diesem Kontext als Menetekel zu deuten? Kommt es im Sündenregister der Finanzindustrie zwischen Gross- und Regionalbanken zur Wachablösung?

Dubiose Offshore-Geschäfte, Beihilfe zur Steuerhinterziehung, Millionen-Boni, faule Kredite: Das alles sucht man in Wetzikon vergebens. Das Geschäft der baldigen Bank Avera ist so untadelig wie risikofrei. Das Institut hat einen sympathischen Auftritt, geniesst in ihrem Wirkungsgebiet einen guten Ruf und unterstützt Vereine wie den Rollstuhlklub Zürcher Oberland oder den regionalen Schneesportclub.

Gut, da war der Fall eines ihrer Prokuristen, der vor knapp zehn Jahren wegen der Veruntreuung von Kundengeldern vor

Gericht verurteilt worden ist. Doch reifert das die Bezeichnung der Bank als Sünderin? Oder spielt der Name vielleicht auf die Filiale am Bahnhof Stadelhofen an, mit der das Institut 2011 in den Sprung ins Hafisch Becken der Zürcher Finanzbranche gewagt hat? Die Expansion jenseits des Heimmarktes als Sündenfall? Beide Erklärungsversuche überzeugen nicht.

Des Rätsels Lösung lieferte die Clientis Zürcher Regionalbank anlässlich ihrer Generalversammlung Ende Mai. Der Name setze sich aus den italienischen Wörtern «avera» (haben) und «vera» (echt) zusammen. Damit bedeute «Avera» so viel wie «das Echthe haben». Gegenüber dem «Zürcher Oberländer» ergänzte die Pressesprecherin der Regionalbank: «Phonetische Ähnlichkeiten und Assoziationen, die von einer Marke ausgehen, waren ebenfalls entscheidend.» Dazu habe man mit einem etablierten Institut zusammengearbeitet. Welches Institut das war, verschweigt der Artikel. Eines ist sicher: Das Institut für Judaistik war es nicht. *Stefan Krähenbühl*

# Liebes Investor!

Bald zehn Jahre schon leben wir mit ultratiefen Zinsen, bald fünf mit Negativzinsen, verordnet von der SNB. Das geht nicht spurlos an den hiesigen Banken vorbei, vor allem nicht an denen, die ihren Hauptertrag im Zinsgeschäft erzielen. Bis anhin verfügen die Institute über zwei Stellschrauben, um den Rückgang im Zinsertrag aufzufangen: den Zinsaufwand weiter senken sowie laufend Rückstellungen für Kreditrisiken auflösen.

Doch an diesen Stellschrauben kann man nicht ewig drehen. Das hat der Zwischenbericht der Basler KB offenbart. Obwohl sie Zinskosten senken und noch ein paar Rückstellungen auflösen könnten, verringerte sich das Zinsergebnis. Für weitere Kantonal- und Retailbanken ist das ein Blick in eine trübere, nicht allzu ferne Zukunft. Für deren Aktien bedeutet das wohl keine Überperformance.

### «Iqbal Superstar»

Die PR-Maschinerie des Iqbal Kahn läuft wie geschmiert. Seit er im Juli seinen Posten als Chef des International Wealth Management der Credit Suisse abrupt abgegeben hat, taucht sein Name samt Spekulation über seinen nächsten Job alle paar Wochen in irgendeiner Publikation auf.

Iqbal zu Julius Bär, Iqbal zur UBS, Iqbal zu Goldman Sachs, Iqbal als Partner zu einer Privatbank? All das haben wir schon mehrfach gelesen. Ehrlich gesagt kann ich mir nicht vorstellen, dass «Iqbal Superstar» dem Ruf des ambitionierten Managers zuträglich ist. Es wirkt, als wolle jemand unbedingt im Gespräch bleiben und sich möglichst teuer verkaufen. Was soll ein Verwaltungsrat von einem Kandidaten denken, der demonstrativ alle Optionen abwägt? Wie heisst es so schön: A Gentleman never tells.

### Meyer Burgers Turbulenzen

Um Posten könnte es auch bei Meyer Burger bald gehen. Das Hickhack, das die russischen Aktionäre derzeit veranstalten, befremdet mich immer mehr. Nachdem Grossaktionär Sents Ende Juli bekannt gab, mit einer Gruppe mehr als 10% des Kapitals zu kontrollieren, könnte es der Meyer-Burger-Führung an den Kragen gehen. Sents will nicht nur im VR des kriselnden Solarzulieferers Einsitz nehmen. Wie ich höre, wollen sie nun CEO Hans Brändle ins Visier nehmen. Was das bringen soll, ist mir schleierhaft.

Eines muss man Sents lassen, sie verstehen es, über öffentliche Kampagnen Managementwechsel herbeizuführen. Auf Druck der Russen mussten schon Finanzchef Michel Hirschi und VRP Alexander Vogel den Hut nehmen. Ist Brändle der nächste? Am Donnerstag werden die Thuner definitive Semesterzahlen vorlegen. Doch für den Moment ist entscheidender, dass Meyer Burger Klarheit

schafft, und zwar bezüglich VR und CEO. Und das ist der Job des neuen VR-Präsidenten Remo Lütolf.

### Rückschlag für Novartis

Das Saubermann-Image Vas Narasimhans hat einen Kratzer bekommen. Der Novartis-CEO war angetreten, mit Skandalen der Vergangenheit aufzuräumen und die Unternehmenskultur zu ändern. Er schien gut damit voranzukommen. Doch nun hat die US-Gesundheitsbehörde eine Untersuchung wegen wahrscheinlich manipulierter Daten zur Gentherapie Zolgensma publik gemacht, wie Sie im Detail auf Seite 11 lesen können.

*«Es sind nicht die besten Bauern, die sich zum Bürgermeister wählen lassen – die haben nämlich keine Zeit dafür.»*

KURT TUCHOLSKY  
dt. Schriftsteller (1890-1935)

Narasimhan wäscht seine Hände in Unschuld und bringt durchaus gute Argumente. Er mag in der Sache recht haben. Und von aussen betrachtet erscheinen mir die Verfehlungen nicht gravierend. Ob Novartis einfach so davonkommt, ist nicht sicher. US-Anleger haben jedenfalls nervös reagiert. Während der Handelszeiten in Europa hielten sich die Titel jeweils gut, standen dagegen während des US-Handels unter Druck. Narasimhan muss beim Kulturwandel noch einen Sondereffort leisten.

### Ebner sagt «Ciao» zu Alpiq

Die Aktien von Alpiq gleichen dem Herzschlag eines Lebewesens in den letzten Zügen. Diese Woche verschickte der Stromproduzent die Einladung zur a.o. GV. «Die einzigen beiden Traktanden betreffen Wahlen», heisst es. Interviews werden gleich vorsorglich abgelehnt, man will möglichst wenig Aufmerksamkeit.

Ich selbst habe schon zum Verkauf der Titel geraten, als im April die Übernahmepäne bekannt geworden waren. Mir erschien es nicht lohnenswert, ein höheres Angebot zu erstreiten. Inzwischen hat auch Martin Ebner gehandelt, der im Frühjahr noch indirekt eine Alpiq-Beteiligung von etwa unter 3% sein Eigen nannte. Wie meine Redaktionskollegen aus zwei Quellen erfahren haben, ist Ebner ausgetiegen, und zwar nicht erst in den vergangenen Tagen, sondern schon länger. Seine Ansicht, Alpiq seien 100 bis 140 Fr. das Stück wert, hat nichts ge-

bracht – zumindest dem Publikum nicht. Die GV wird nichts mehr ändern. Bis 9. Oktober «können» Anleger zu den mageren 70 Fr. andienen.

### Schindlers Konkurrenten

ThyssenKrupp schau ich mir seit Mai genauer an als früher, das wissen Sie. Damals überraschte der Mischkonzern mit dem Plan, einen Minderheitsanteil der Aufzugssparte an die Börse bringen, um seine Finanzprobleme zu lindern. Im jüngsten Quartalsbericht wird nun der Kurs bestätigt: Ende Jahr soll die Ausgliederung des weltweit viertgrössten Lift- und Fahrtreppenabsetzers abgeschlossen sein. Vielleicht gibt es einen IPO, vielleicht einen Verkauf – oder ein Zusammengehen mit einem Konkurrenten.

Der Marktwert der Aufzugssparte wird auf 15 Mrd. € geschätzt, rund ein Drittel weniger als Schindler. US-Wettbewerber Otis ist derzeit noch nicht «übernahmefähig», da er seinerseits gerade erst aus United Technologies ausgegliedert wird. Kone dagegen wäre es und könnte auch wollen. Und Schindler? Schweigt. Die Frage wird am Mittwoch an der Halbjahrsrepräsentation wieder auftauchen. Ganz teilnahmslos wird Schindler die seltene Beute nicht an sich vorbeiziehen lassen. In Sachen Marge übrigens rückt ThyssenKrupp langsam, aber sicher Schindler auf die Pelle.

### Ubers üble Zahlen

Zeit für einen Realitätscheck: Die Fahr-dienstleister Uber und Lyft haben Quartalszahlen vorgelegt. Das Ergebnis von Uber war katastrophal mit dem höchsten Verlust in der Firmengeschichte. Lyft war nicht ganz so desaströs. Zwar wirtschaftet auch der kleinere Rivale mit Verlust, allerdings mit weniger als «geplant».

Ein Debakel mit Ansage. Den Roadshows zu den Börsengängen im Frühjahr mit blumigen Worten der Investmentbanker und jeweiligen CEO musste die Rückkehr auf den Boden der Tatsachen folgen. Auch wenn Lyft im Moment besser dasteht: Über hat für mich nach wie vor die attraktive Strategie. Das Unternehmen setzt eben nicht nur auf die Vermittlung von Fahrten, sondern auch die Auslieferung von Essen oder Fracht. Zudem ist Uber weltweit aktiv.

Beiden tut es gut, wenn sie jetzt ihre Geschäftsmodelle auf den Prüfstand stellen müssen. Und beiden kann ich im Moment mein Geld noch nicht anvertrauen. Allerdings gehe ich, Stand jetzt, jede Wette ein, dass langfristig die nun von allen gescholtene Uber mehr Erfolg an der Börse haben wird.

*Ihr Praktikus*

Porträt: Jean-Marc Pontroué

## Unkonventionell und technikaffin

Der Franzose an der Spitze der Uhrenmarke Panerai hält grosse Stücke auf das «Laboratorio di idee» und setzt auf die Abenteuerlust der Kunden. **WOLFGANG GAMMA**



**Emotionen, ikonische Produktlinien, Maskulinität – das sind die Parallelen in den Uhrenmarken, die Jean-Marc Pontroué beim Wechsel von Roger Dubuis zu Panerai vorfand.** Sie erleichterten ihm den Zugang zur italienischen Traditionsmarke, deren Uhren in Neuchâtel gefertigt werden. «Auch die Zutaten sind dieselben, doch der Kuchen, der aus dem Ofen kommt, ist nicht der Gleiche», zieht er einen Vergleich zur Küchenwelt.

«Warum? Es sind andere Menschen mit eigenen Vorstellungen am Werk», sagt der 55-jährige Pontroué. Insofern seien die Menschen die grösste Herausforderung gewesen, meint er im Rückblick zu seinem Antritt als CEO im April 2018.

Was er am Neuenburgersee antraf, gefiel dem im Vergleich zu Vorgänger Angelo Bonati unkonventionell auftretenden Franzosen auf Anhieb. Panerai versteht sich als «Laboratorio di idee», eine Hommage an den Ideenreichtum der Familie Panerai, die 1860 in Florenz die erste Uhrenwerkstatt der Stadt gründete und den Betrieb als zukunftsorientiertes Unternehmen geführt hatte. Heute arbeiten in Neuchâtel 50 Personen in der Forschung und Entwicklung. Sie sorgen für den Innovationsfluss, den Pontroué unablässig fordert.

**Ideen für neue Materialien und neue Uhrenwerke standen dort bisher im Zentrum. Doch Pontroué zielt höher: «Panerai muss eine Erlebnismarke werden.** Die Kunden sollen unsere Uhren im Härte-test direkt erleben können», lautet seine Devise. Den Käufern limitierter Modelle wurden etwa Trainings mit der italienischen Marine oder Arktisexpeditionen mit Abenteuer Mike Horn angeboten. Das öffnete den Weg an die Spitze von Panerai, wo Pontroué nach Angelo Bonati erst der zweite CEO ist.

Wer begleitet den Finanzier durch den Tag?

Die Schweizer Finanz-App

FuW jetzt

Loggen im App Store

JETZT BEI Google Play