

SWISSQUOTE

FINANCE AND TECHNOLOGY UNPACKED

BÖRSE
Trader
lieben
Twitter

PORTRÄT
Arbonia
im Aufwind

DIVIDENDE
Schweizer
Firmen verwöhnen
ihre Aktionäre



DOSSIER

CANNABIS ATTRAKTIVE GESCHÄFTE

Warum der legale Markt schon
heute milliardenschwer ist

Mary-Louise Parker,
aus der TV-Serie «Weeds»

ISSN 1664-2783



AURORA ► APHRIA ► CANOPY GROWTH ► HYDROPOTHECARY ► MEDRELEAF ► GW PHARMACEUTICALS



Cartier

SANTOS DE CARTIER COLLECTION



HAPPY SPORT
Chopard

Frischer Wind



Marc Bürki,
CEO von Swissquote

2018 erweist sich in vielerlei Hinsicht als ein Jahr der neuen Entwicklungen – spannend aus Sicht der Anleger. Während die Kryptowährungen auch unter Finanzdienstleistern noch im Fokus stehen, tut sich plötzlich ein anderer Investitionsbereich mit einem ebenso unerschöpflichen Potenzial auf: Cannabis. Der Verkauf von Marihuana zu medizinischen Zwecken und für den Freizeitkonsum, der in vielen US-Bundesstaaten (unter anderem Kalifornien und Colorado) bereits **legal** ist, wird ab Juli dieses Jahres auch in Kanada freigegeben. Weitere Länder dürften folgen.

Dieser Paradigmenwechsel katalysiert die Börsenkurse unzähliger **Unternehmen**, die auf diesem Markt aktiv sind, nach oben. Führend sind derzeit die Kanadier: Grossproduzenten von Cannabis, Pharmafirmen, aber auch Start-ups, die originelle Produkte wie aromatisierte Sprays, Pulver in Gläsern oder Sportsalben für eine Premium-Klientel entwickeln. Auch die Firma Hydrophothecary mit Sitz in Quebec gehört dazu, deren CEO Sébastien St-Louis uns ein

Interview gegeben hat. Er sieht schon die nächste Revolution in Form von Disruptionen auf dem Getränke- und Lebensmittelmarkt kommen. Auch Analysten rechnen in den nächsten Jahren mit einer Welle von Übernahmen, insbesondere von Seiten der Tabak- und Alkoholkonzerne.

Doch bei aller Euphorie – sollte man nicht auch daran erinnern, dass Cannabis eine **Droge** ist und bleibt? Klinische Studien belegen zwar den gesundheitlichen Nutzen insbesondere als Schmerzmittel, Mittel gegen Übelkeit und als Appetitanreger, doch auch die möglichen schädlichen Folgen für Jugendliche und junge Erwachsene sind erwiesen. Das bleibt zu bedenken.

2018 ist auch ein **Jubiläumjahr**: Liebe Leser, Sie halten die 50. Ausgabe des Swissquote Magazine in Ihren Händen. Ein Meilenstein, der nach achtjährigem Bestehen einen bebilderten Rückblick verdient. Wir hoffen, dass Sie unser Magazin weiterhin so zahlreich lesen werden.

Ich wünsche Ihnen eine anregende Lektüre!

S. 36

S. 53

S. 8

28

DOSSIER

CANNABIS DER GRÜNE GOLDRAUSCH

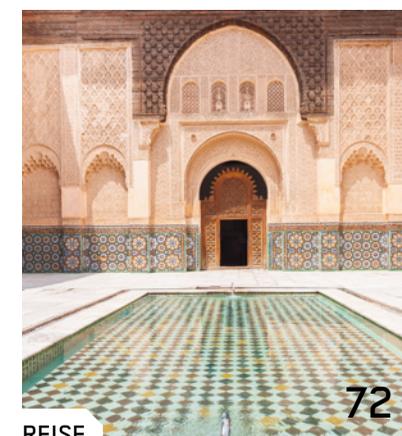


SCANS



66

TWITTER



REISE

72

INHALT

- 3. EDITORIAL
Marc Bürki
- 8. JUBILÄUM
50. Ausgabe von
Swissquote
Magazine
- 10. SCANS
Aktuelles aus
der Wirtschaft
- 18. TRENDS
Manager, Märkte,
Innovationen

- 20. INFOGRAFIK
Schweizer Firmen
verwöhnen ihre
Aktionäre
- 22. PORTRÄT
Für Arbonia gehen
die Türen wieder auf
- 24. FUSSBALL-WM
Hinter den
Kulissen
des Sponsorings

28. DOSSIER: CANNABIS, DER GRÜNE GOLDRAUSCH

- 34. Infografik:
Die Welt des Cannabis
- 36. Interview mit dem
Unternehmer
Sébastien St-Louis
- 40. Diese Firmen
machen richtig high
- 48. Supermedikament
Cannabis?
- 52. Frauenpower
in der Hanfbranche
- 53. Cannabis bleibt
eine Droge
- 54. Kekse und Kosmetik:
Cannabis beflügelt
viele Branchen
- 58. BioCan,
das Schweizer
Schwergewicht

- 62. ZERTIFIKAT
Das «Swissquote
Cannabis
Portfolio»

- 64. SWISSQUOTE
Mit einem Klick zum
Krypto-Portfolio

- 66. BÖRSE
Trader
lieben Twitter

- 72. REISE
Marrakesch:
Geniessen
wie die Könige

- 76. AUTOMOBIL
Hightech-Dinos:
Die verschlungenen
Wege der Evolution

- 80. TEST
Kopfhörer, die
40 Sprachen sprechen

HERAUSGEBER
Swissquote
Chemin de la Crétaux 33
1196 Gland – Schweiz
T. +41 44 825 88 88
www.swissquote.com
magazine@swissquote.ch

Manager
Brigitta Cooper

REDAKTION

Chefredaktor
Ludovic Chappex

Stellv. Chefredaktor
Bertrand Beauté

Artdirection
Natalie Bindelli und Caroline Fischer
CANA atelier graphique
Route de Jussy 29 – 1226 Thônex
www.ateliercana.ch

Autoren
Martine Brocard, Stanislas Cavalier,
Blaise Duval, Sophie Gaitzsch,
Salomé Kiner, Martin Longet,
Philipp Müller, Daniel Schneider,
Gaëlle Sinnassamy, Julie Zaugg

Gestaltung
Natalie Bindelli, Caroline Fischer,
Coralie Meder (CANA atelier graphique),

Cover
Showtime

Fotos
AFP, Keystone, Getty images,
Istockphoto, Newscom, Reuters

**Schlussredaktion der
deutschsprachigen Ausgabe**
ZURBONSEN Zürich, Richard Siegart

Übersetzung
Technicis Finance

DRUCK UND VERTRIEB
Stämpfli AG
Wölflistrasse 1 – 3001 Bern
www.staempfli.com

ANZEIGEN
Infoplus AG
Traubenweg 51 – 8700 Küsnacht
hans.otto@i-plus.ch
WEMF
2017: 50'638 Ex./Auflage: 60'000 Ex.



gedruckt in der
schweiz

ABONNEMENT
CHF 40.- für 6 Ausgaben
www.swissquote.ch/magazine/d/

ISTOCK / DISNEY / HYDROPOTHECARY / VIVALAPENLER / ISTOCK

PANERAI

FROM THE DEPTHS OF THE SEA.

IN 1936, PANERAI CREATED THE FIRST UNDERWATER MILITARY WATCH IN HISTORY, DESIGNED FOR THE COMMANDOS OF THE ROYAL ITALIAN NAVY. A PRECISION INSTRUMENT WHICH ESTABLISHED INNOVATIVE STANDARDS OF RELIABILITY, WATER-RESISTANCE AND LEGIBILITY, ENSURING SAFETY EVEN UNDER EXTREME USAGE CONDITIONS. FROM THE DEPTHS OF ITS HISTORY, INTO THE HISTORY OF WATCHMAKING.



LUMINOR SUBMERSIBILE 1950
3 DAYS CHRONO FLYBACK AUTOMATIC
TITANIO - 47MM
(REF. 615)

PANERAI.COM • +41 22 580 29 49

LABORATORIO DI IDEE.

Spannende Insights

Jubiläum: Sie halten die 50. Ausgabe von Swissquote Magazine in Händen. Ein Rückblick auf acht Jahre voller Dossiers und Reportagen.

2010



Welche Unternehmen haben innert eines Jahres die beste Börsenperformance hingelegt, und wie haben sie das angestellt? Das waren die zentralen Fragen dieser Ausgabe. Eines der Highlights unseres zweiten Jahres.

Es ist schwer, sich dem durchdringenden Blick von Peter Brabeck zu entziehen. Der damalige CEO von Nestlé war unser Gesprächspartner für das Titelinterview dieser Ausgabe über Kultmarken – oder die Kunst, Millionen Verbraucher für sich zu gewinnen.

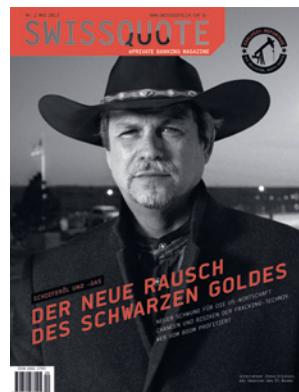


2011



Bundesrätin Doris Leuthard stand im Titelinterview dieser Ausgabe Rede und Antwort. Thema? Es drehte sich alles um einflussreiche Frauen.

2012



In diesem Jahr beherrschte das Comeback fossiler Energien die Schlagzeilen. Für eine grosse Reportage über die Fracking-Industrie haben wir uns im US-Bundesstaat North Dakota umgesehen.

2013



Nach Südkorea (2012) und Brasilien (2013) widmeten wir auch Schanghai eine eigene Sonderausgabe, um zu ergründen, warum die Millionenmetropole in sämtlichen internationalen Rankings Spitzenplätze belegt.

2014



Drei Jahre vor der aktuellen Ausgabe über den Cannabismarkt bäumte sich die Tabakindustrie mit E-Zigaretten, Verdampfern und Co. nochmals eindrucksvoll auf. Ein Heft über den Widerstand der alten Welt.

2015



In der ersten Ausgabe des Jahres 2016 drehte sich alles um ein neues Konzept und Wirtschaftsmodell. Wir nahmen die Champions der Sharing-Economy unter die Lupe und fragten uns bereits damals, ob Airbnb und Uber wohl bald an die Börse gehen werden.

2016



Big Data und personalisierte Medizin – für die Pharmabranche beginnt ein neues Zeitalter. Schweizer Firmen sind ganz vorne mit dabei, wie wir im Dossier dieser Ausgabe gezeigt haben.

2017



«Die künstliche Intelligenz ist wahrscheinlich die wichtigste Sache, an der die Menschheit je gearbeitet hat. Ich halte sie für grundlegender als Elektrizität oder Feuer»

Sundar Pichai, Google-CEO



600 MRD.

Dollar wurden 2017 weltweit von Cyberkriminellen erbeutet. Zum Vergleich: 2014 waren es 445 Mrd. Dollar, wie aus einer Studie von McAfee und CSIS hervorgeht. Der Anstieg ist auf den Boom virtueller Währungen zurückzuführen. Diese bilden ein beliebtes Ziel für Hacker.

Unterhaltung DISNEY SETZT AUF STREAMING

Disney wird einen eigenen Streaming-Dienst einführen. Die Plattform wird sämtliche Disney-Filme sowie Star-Wars- und Marvel-Produktionen anbieten. Hinzu kommen jedes Jahr vier bis fünf Serien und drei bis vier neue Filme. Um sein Angebot zu erweitern, hat Disney Ende 2017 zudem einen Grossteil des Geschäfts von 21st Century Fox gekauft. Mit dem neuen Service, der 2019 eingeführt werden soll, hofft der Unterhaltungskonzern, mit Netflix, Amazon und Hulu konkurrieren zu können. Um das Konzept in der Praxis zu testen, lancierte er im vergangenen Herbst die Plattform DisneyNow, die alle seine TV-Programme und Spiele unter einem Dach vereint. — DIS



«Coco», die jüngste Produktion der Disney- und Pixar-Studios, erhielt dieses Jahr den Oscar für den besten Animationsfilm.

DISNEY

Getränke

IMMER MEHR JUGENDLICHE MEIDEN ALKOHOL



Mit dem Produkt Heineken 0.0 will sich der niederländische Konzern im Markt für alkoholfreie Getränke etablieren.

KOEN VAN WEEL

Die Jugendlichen von heute trinken weniger Alkohol als frühere Generationen. Sie achten auch mehr auf ihre Linie. Dieser Trend hat auch alkoholfreien Bieren Auftrieb gegeben. So brachte Heineken kürzlich die alkoholfreie Biersorte «0.0» auf den Markt. Sein Konkurrent Anheuser-Busch InBev lancierte das Budweiser Prohibition, das

ebenfalls keinen Alkohol enthält. Der Konzern geht davon aus, dass er mit diesem Segment bis 2025 ein Fünftel seines Umsatzes erwirtschaften wird. Und nicht nur Bierliebhaber sind auf der Suche nach gesünderen Getränken: Diageo investierte unlängst in das Start-up Seedlip, das alkoholfreie Spirituosen herstellt. — HEIA — ABI — DGE

RANKING

DIE ZEHN BELIEBTESTEN ELEKTROAUTOS DER EUROPÄER

(nach Anzahl der Zulassungen im Jahr 2017)

1. RENAULT ZOE 31'302
2. NISSAN LEAF 17'293
3. BMW I3 14'785
4. TESLA MODEL S 14'319
5. VOLKSWAGEN E-GOLF 12'663
6. TESLA MODEL X 10'396
7. NISSAN E-NV200 4'419
8. SMART FORTWO 4'239
9. RENAULT KANGOO ZE 4'232
10. VOLKSWAGEN E-UP! 2'981

Quelle: Avere

DIE DREI GRÖSSTEN TRÄGERRAKETENFIRMEN FÜR KOMMERZIELLE SATELLITEN

(nach Anzahl erfolgreicher Starts im Jahr 2017)

1. SPACEX 18
2. ARIANESPACE 11
3. UNITED LAUNCH ALLIANCE (Joint Venture von Boeing und Lockheed Martin) 8

Quelle: verschiedene

DIE FÜNF GRÖSSTEN UNTERNEHMEN AFRIKAS

(nach Gewinn im Jahr 2016)

1. SONATRACH (Algerien, Öl und Gas) USD 30'242'200
2. STEINHOFF INTERNATIONAL HOLDINGS (Südafrika, Möbel) USD 17'304'461
3. SONANGOL (Angola, Öl) USD 14'711'363
4. THE BIDVEST GROUP (Südafrika, Handel und Vertrieb) USD 13'290'847
5. ESKOM (Südafrika, Elektrizität) USD 12'856'531

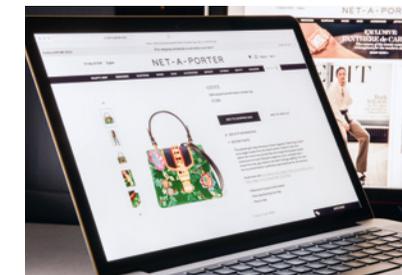
Quelle: The Africa Report

Luxus RICHEMONT WAGT SICH INS NETZ



«Porsche geht seinen eigenen Weg. Das haben wir in der Vergangenheit getan und das werden wir auch in Zukunft tun. Daher ist es nicht so wichtig, was Tesla macht»

Oliver Blume, CEO von Porsche. Die deutsche Marke wird 2019 das Elektroauto Mission E auf den Markt bringen.



SHUTTERSTOCK

Der Schweizer Richemont-Konzern wird für 2,7 Mrd. Euro die komplette E-Commerce-Plattform Yoox-Net-a-Porter Group erwerben, von der er bereits einen Teil besitzt. Die Akquisition unterstreicht die Bestrebungen des Unternehmens, sich verstärkt auf den Online-Verkauf zu konzentrieren. Dieser wurde lange vernachlässigt, weil er nicht zum Markenimage der Gruppe passte. E-Commerce macht derzeit nur 9 Prozent des Umsatzes aus. Auch die Mitbewerber von Richemont wollen mehr Luxusgüter online absetzen. So lancierte LVMH die Plattform 24 Sèvres. Die E-Commerce-Website Farfetch wiederum ist auf den Verkauf von Highend-Produkten spezialisiert. — CFR — MC



300 MIO.

Elektrofahrzeuge sollen bis 2040 auf den Strassen unterwegs sein, so eine aktuelle Studie von BP. Derzeit sind erst drei Millionen. Der Ölkonzern geht ausserdem davon aus, dass die Nachfrage nach Erdölprodukten Ende der 2030er-Jahre ihren Höhepunkt erreichen wird.

Elektronik FLAUTE IM SMARTPHONE-GESCHÄFT



Die Verkäufe von Smartphones waren im vierten Quartal 2017 mit einem Minus von 5,6 Prozent erstmals seit 2004 rückläufig. Dem Marktforschungsinstitut Gartner zufolge kaufen die Anwender zunehmend hochwertigere Geräte, die sie seltener ersetzen. Zudem wurden im vergangenen Jahr nur wenige neue Smartphones mit echten Innovationen vorgestellt. Die einzigen Hersteller, die sich gut behaupten konnten, waren die chinesischen Firmen Huawei und Xiaomi, die im besagten Zeitraum Umsatzsteigerungen von 7,6 respektive 79 Prozent verzeichneten. Sie profitieren insbesondere von ihrem breiten Angebot an preiswerten Smartphones.

002502

Tourismus KUONI BIETET MASSGESCHNEIDERTEN URLAUB

Kuoni lanciert in diesem Sommer in Grossbritannien eine Online-Plattform für massgeschneiderte Reisen. Die Kunden können fortan aus einer Reihe von Optionen wählen, um ihre Route an die persönlichen Vorlieben anzupassen. Sie können zum Beispiel das Hotel ihrer

Wahl oder die Art des Transports zwischen zwei Etappen selbst festlegen. Zielgruppe des neuen Angebots, das dem Besucherrückgang im Reisebürogeschäft des Schweizer Tourismusspezialisten entgegenwirken soll, sind wohlhabende Paare ohne Kinder. KUNN

3D-Druck INNOVATIVE PARTNERSCHAFT VON OC OERLIKON UND BOEING



Ein Kühlkörper aus Aluminium, hergestellt im 3D-Druckverfahren

Das Schweizer Unternehmen OC Oerlikon hat eine fünfjährige Zusammenarbeit mit Boeing lanciert. Die beiden Firmen werden ein standardisiertes Verfahren für den 3D-Druck von Titanbauteilen entwickeln. Dadurch soll der Preis für Bauteile aus diesem ultraleichten, widerstandsfähigen Material gesenkt werden. Boeing integrierte

2017 als erster Luftfahrtkonzern ein durch 3D-Druck hergestelltes Titanteil in ein Verkehrsflugzeug, den Dreamliner 787. Auch für OC Oerlikon ist die Partnerschaft vielversprechend: Analysten gehen davon aus, dass der Anteil des 3D-Drucks am Gesamtumsatz bis 2021 von aktuell 1 Prozent auf 10 Prozent steigen wird. OERL BA

Rohstoffe MANGEL AN ZITRUSFRÜCHTEN UND VANILLE



Aufgrund eines Brands in einem Werk von BASF in Ludwigshafen (Deutschland) mangelt es Givaudan an Zitrusaromen.

DANIEL ROLAND / AFP

Dem Aromahersteller Givaudan gehen die Zitrusfrüchte aus. Die für die Parfümierung von Seifen und anderen Hygieneprodukten benötigten Rohstoffe sind zurzeit nirgendwo in Europa zu bekommen. Der Grund für diesen Mangel ist ein Brand in einem Aromawerk des deutschen Herstellers BASF im

November vergangenen Jahres. Die Genfer Gruppe hat zudem mit einer Verknappung auf dem Vanillemarkt zu kämpfen, seit der Zyklon Enawo im März 2017 einen Grossteil der Ernte in Madagaskar vernichtet hat. Aufgrund der beiden Ereignisse sind die Rohstoffpreise für Givaudan um 6 Prozent gestiegen. GIVN



4,7 MRD.

Dollar musste die Swiss Re im vergangenen Jahr für die Folgen von Naturkatastrophen aufbringen. Mit Zyklon Debbie in Australien, den Hurrikans Harvey, Irma und Maria im Atlantik und den Waldbränden in Kalifornien war 2017 eines der teuersten Jahre in der Geschichte des Unternehmens.



«Trumps Vorstellungen von Wirtschaft sind mittelalterlich»

Pascal Lamy, ehemaliger WTO-Direktor, nach der Entscheidung von US-Präsident Donald Trump, Stahl- und Aluminiumimporte in die USA mit Strafzöllen zu belegen.

KICKSTARTER



BAUBAX

BAUBAX MULTIFUNKTIONSJACKE

Baubax ist die ultimative Jacke für Reisende. Sie hat zwölf unterschiedlich grosse Taschen und wartet zudem mit einem Nackenkissen, einer Schlafmaske, Stulpen, einer Fussstütze, einem Flaschenöffner, einer Decke, Ohrstöpseln und einer Trinkflasche auf. Sie ist in verschiedenen Farben als Weste, Sweatshirt, Windschutzjacke oder Bomberjacke erhältlich. Diese Jacke ist das Werk eines Paares aus den USA, das nach seiner Heirat 2013 eine mehrjährige Fernbeziehung überstehen musste. Die langen Flüge zwischen Chicago und San Francisco haben die beiden von der Notwendigkeit überzeugt, ein einziges Kleidungsstück zu entwerfen, das allen Bedürfnissen eines Reisenden gerecht wird. Eine erste Version der Baubax, die 2015 auf den Markt kam, hat bereits mehr als 200'000 Käufer gefunden.

MOBILISIERTES
KAPITAL
USD 9'192'000

MARKTEINFÜHRUNG
AUGUST 2018

SCANS

Gesundheit

ROCHE SETZT AUF BIG DATA

Roche hat für 1,9 Mrd. Dollar das US-Unternehmen Flatiron Health übernommen. Der Gesundheitsdienstleister bereitet Daten für onkologische Kliniken und Forschungszentren auf. Durch die Akquisition erhält die Basler Gruppe eine umfangreiche Sammlung von Real-World-Daten, die die Entwicklung neuer Krebstherapien erleichtern wird. Dadurch hofft Roche, seine Führungsposition in der Onkologie zu stärken. Der Bereich macht aktuell rund 60 Prozent des Unternehmensumsatzes aus, steht jedoch durch das Auslaufen mehrerer wichtiger Patente (Avastin, Herceptin und Rituxan) in den kommenden Jahren vor Herausforderungen. — ROG



«Wenn wir über die nationale Infrastruktur sprechen, reden wir oft über Strassen und Schienen, aber das Mobilfunknetz ist genauso wichtig»

Börje Ekholm,
CEO von Ericsson.

Transport

BAHN FREI FÜR DEN ELEKTRO-LKW



Teslas Elektro-Lkw soll ab 150'000 Dollar zu haben sein.

Durch die jüngsten Innovationen im Batteriesektor konnten die Preise für Elektrofahrzeuge gesenkt und die Reichweiten erhöht werden. Diese Fortschritte haben die Lancierung von Elektrolastwagen ermöglicht, die für den Ferngütertransport bestimmt sind. Tesla will bis 2019 einen E-Lkw auf die Strasse bringen. Die Basisversion mit 480 Kilometern Reich-

weite soll ab 150'000 US-Dollar kosten. Wer die Reichweite auf 800 Kilometer erhöhen will, muss 180'000 Dollar zahlen. Auch Daimler arbeitet an einem E-Truck und hat bereits mit dem Verkauf von Transportern an UPS begonnen. Durch das Fehlen von Ladestationen ausserhalb der Städte sind die Einsatzmöglichkeiten jedoch vorerst begrenzt. — TSLA — DAI

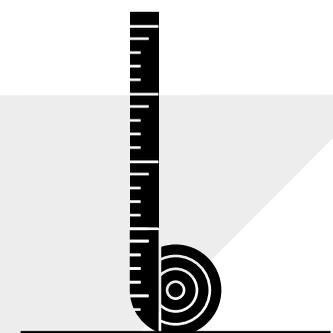
Reifen

PIRELLI TRÄUMT VON CHINA



CLEMENT MARIN / AFP

Der italienische Reifenhersteller Pirelli sorgte mit seinem IPO an der Mailänder Börse vergangenen Herbst für den grössten europäischen Börsengang des Jahres. Damit erlangte er auch eine Teilunabhängigkeit vom chinesischen Unternehmen ChemChem, von dem er 2015 übernommen worden war. Dieser Schritt bedeutet jedoch nicht, dass Pirelli dem Reich der Mitte den Rücken kehrt. Ganz im Gegenteil. Der Konzern hofft, einen Teil dieses riesigen Marktes zu erobern, in dem es eine wachsende Mittelschicht gibt, die von eigenen Autos träumt. — PIRC



150 MRD.

Euro Umsatz erzielt die Modebranche in Frankreich laut dem französischen Modeinstitut IFM. Damit erwirtschaftet sie mehr als der französische Luftfahrt- oder Automobilsektor.

DER FLOP

Snapchat verliert Freunde

Anfang Februar stellte Snapchat die jüngste Aktualisierung seines sozialen Netzwerks vor. Sie zielte vor allem darauf ab, alle Schnappschüsse, Storys und Chats von Freunden an einem Ort zusammenzufassen. Doch es dauerte nicht lange, bis es Kritik hagelte: Online-Petitionen, die eine Rückkehr zur alten Version fordern, eine Lawine negativer Tweets, hetzerische Blogbeiträge. Auch verschiedene Stars

waren mit von der Partie. Kurz nach Erscheinen des Updates twitterte etwa Kylie Jenner: «Gibt es noch andere, die Snapshot nicht mehr öffnen? Oder nur ich... bäh, das ist so traurig.» Viele Snapchat-Nutzer begannen sogar, die Plattform zu boykottieren. In der Folge fiel der Aktienkurs des sozialen Netzwerks innerhalb weniger Wochen um 6 Prozent – ein Verlust von 1,3 Mrd. Dollar.

— SNAP

Ernährung

CHINESEN SIND WILD AUF MILCHPULVER



1867 entwickelte Henri Nestlé in der Schweiz ein Milchpulver als Muttermilchersatz.

NESTLÉ

Das Ende der Ein-Kind-Politik in China hat den Absatz von Milchpulver in die Höhe getrieben. Aufgrund eines Skandals um ein lokales, mit Melamin verunreinigtes Produkt greifen chinesische Eltern dabei bevorzugt zu ausländischen Marken. Nestlé dominiert das Segment mit einem Marktanteil von 17 Prozent, konnte seinen Umsatz 2017 aber nicht wesentlich erhöhen. Danone hingegen gelang es, den Absatz von

Milchpulver im vergangenen Jahr dank seiner verstärkten Aktivitäten im E-Handel um 10 Prozent zu steigern und seinen Marktanteil in den vergangenen fünf Jahren auf 11 Prozent zu verdoppeln. Aber auch kleinere Marken erzielten erfreuliche Ergebnisse. Die Einnahmen der australischen Firma A2 Milk zum Beispiel stiegen in Asien im zweiten Halbjahr 2017 um 204 Prozent.

— NESN — BN — A2M

Hotellerie

PRIVAT-CONCIERGE NACH DEN FERIEEN



Sébastien Bazin, CEO von AccorHotels

ERIC PIERMONT / AFP

Um gegen die Konkurrenz von Peer-to-Peer-Anbietern wie Airbnb anzukämpfen, konzentriert sich die Hotelgruppe AccorHotels auf das Spitzensegment. Die zum Unternehmen gehörenden Plattform Onefinestay, über die sich Luxusunterkünfte mieten lassen, wird ab März einen privaten Concierge-Dienst namens Higher Living anbieten. Der Service ermöglicht es Onefinestay-Kunden, ein Jahr lang Dienstleistungen wie etwa die Buchung von privaten und professionellen Reisen, die Anstellung eines persönlichen Fitnesstrainers oder Kochs oder Shopping auf Bestellung zu nutzen. Airbnb möchte ebenfalls in das Luxussegment vorstossen und lanciert deshalb gerade den Dienst Lux mit 4'000 Häusern des Anbieters Luxury Retreats, den das Unternehmen im vergangenen Jahr gekauft hat. — AC



4,4 MIO.

Schusswaffen wurden 2017 von den Vereinigten Staaten importiert. Mehr als die Hälfte der Gewehre und Pistolen stammen aus Europa, von Unternehmen wie Glock (Österreich), SIG Sauer (Deutschland) und Beretta (Italien).



«Wir alle wissen, dass die Nachfrage nach Kupfer steigen wird und dass viel zu wenig in neue Kupferminen investiert worden ist»

Ivan Glasberg,
CEO von Glencore.

Smartphones GOOGLE INVESTIERT IN ASIEN



Google-CEO Sundar Pichai bei der World Internet Conference in Wuzhen (China) im Dezember 2017

ALY SONG / REUTERS

Google hat 1,1 Mrd. Dollar an das taiwanische Unternehmen HTC gezahlt, um einen Teil von dessen Ingenieurteams und Patenten zu erhalten. Durch die Transaktion kann der US-Gigant sein Know-how im Smartphone-Sektor ausbauen. HTC produziert bereits Googles Pixel-Geräte. Erst vor Kurzem eröffnete

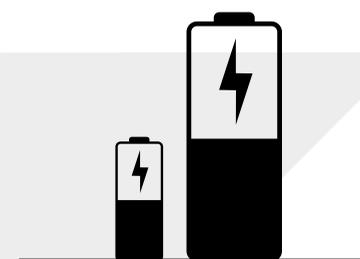
der amerikanische Konzern ein Labor für künstliche Intelligenz in Peking sowie ein Büro in Chinas Technologiezentrum Shenzhen. Diese Investitionen unterstreichen Googles Ambitionen, seine Präsenz in Asien auszubauen, wo die Zahl der Smartphone-Nutzer das grösste Wachstumspotenzial besitzt.  G006

BÖRSE

SWISSPORT SUCHT DIE FLUCHT NACH VORN

Der weltweit führende Flughafen-Service-Anbieter Swissport wird 2018 an die Schweizer Börse gehen. Das Unternehmen, das 2015 vom chinesischen Mischkonzern HNA gekauft wurde, hofft, sich so aus den finanziellen Schwierigkeiten seines Eigentümers zu befreien. Letzterer ist stark verschuldet und hat mit Liquiditätsproblemen zu kämpfen, weshalb er an den internationalen Märkten nur noch schwer an frisches

Kapital kommt. Um Kredite zu erhalten, ging er sogar so weit, die Swissport-Aktien als Sicherheit zu verpfänden, noch bevor die Akquisition abgeschlossen war. Dadurch verletzte die Schweizer Gesellschaft ihre Verpflichtungen gegenüber ihren eigenen Gläubigern. Ein weiteres von HNA übernommenes Schweizer Unternehmen, der Cateringspezialist Gategroup, denkt ebenfalls über eine Kotierung an der Schweizer Börse nach.



12'000

Dollar kostet eine Tonne Lithium zurzeit. 2008 war der Rohstoff nur 6'000 Dollar pro Tonne wert. Sein Kurs stieg mit der Entwicklung der Elektrofahrzeugindustrie, da er für die Herstellung von Batterien benötigt wird. Die grössten Lieferanten sind China, Chile und Australien.

Der Zukunft auf der Spur.

39 Assistenzsysteme. 24 Sensoren. Ein Auto, das bereit ist für alles, was kommt. Audi ist mehr.

Der neue Audi A7 Sportback. Vorausschauend.



Audi Vorsprung durch Technik



Manager

NOBUAKI KURUMATANI

Neuer Kapitän soll Toshiba vor Schiffbruch retten

- Funktion**
CEO von Toshiba
- Alter**
60 Jahre
- Staatsangehörigkeit**
Japanisch

Mit Nobuaki Kurumatani hat Toshiba erstmals seit 50 Jahren einen Outsider an die Konzernspitze berufen. Der ausgebildete Ökonom verbrachte seine bisherige berufliche Laufbahn im Bankensektor, unter anderem als Vizepräsident der Sumitomo Mitsui Financial Group und als Japan-Chef des Private-Equity-Fonds CVC Capital Partners. Er sitzt zudem im Aufsichtsrat von Sharp. Kurumatani übernimmt das Ruder des japanischen

Mischkonzerns zu einem kritischen Zeitpunkt: Toshiba hat gerade einen Bilanzskandal hinter sich und kämpft noch mit den Folgen des Konkurses seiner US-Nukleartochter Westinghouse. Diese Rückschläge haben Toshiba unter anderem dazu gezwungen, die Chipsparte und damit den rentabelsten Zweig des Unternehmens für 18 Mrd. Dollar zu verkaufen. Für Kurumatani ist es nicht die erste grosse Rettungsaktion: Er spielte bereits eine Schlüsselrolle bei der Sanierung des Kernkraftwerkbetreibers Tepco nach der Nuklearkatastrophe von Fukushima 2011.

6502



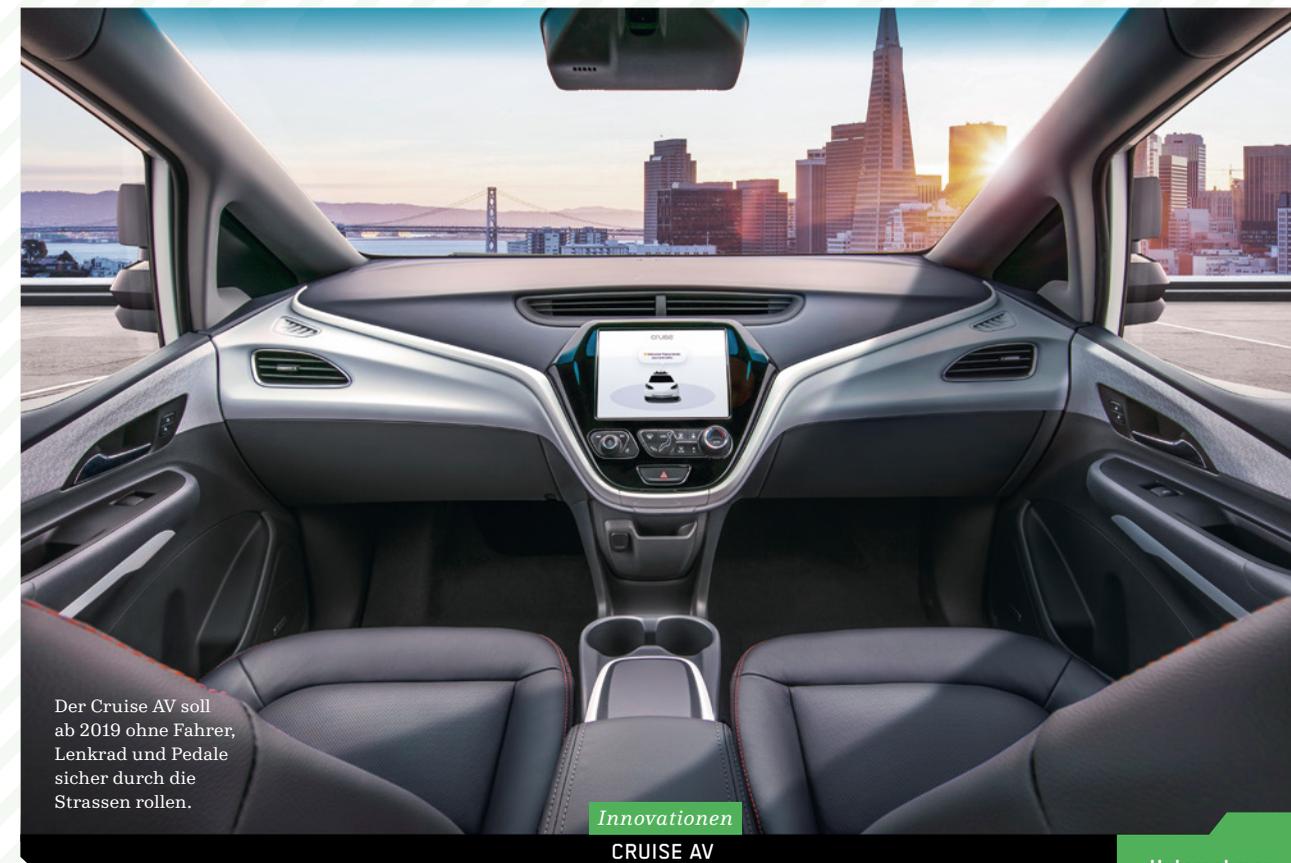
Länder

SPANIEN

Iberischer Stier mit neuen Kräften

Spanien, das lange als eines der Sorgenkinder des Euroraums galt, hat sich in den vergangenen drei Jahren auf spektakuläre Weise erholt. 2017 wurde zum dritten Mal in Folge ein Wachstum von mehr als 3 Prozent erzielt. Als 2008 die Immobilienblase geplatzt war, schrumpfte die Wirtschaft um 8 Prozent, und die Arbeitslosenquote stieg sprunghaft auf 27 Prozent an. Aber dank einer starken Wiederbelebung des Binnenkonsums sowie des Fremdenverkehrs, der Exporte und des Immobiliensektors fand die iberische Wirtschaft ab 2013 allmählich zurück auf den Wachstumspfad. In den vergangenen zwei Jahren kauften die Spanier 2,4 Millionen neue Autos, 2017 gaben sie 30 Prozent mehr für Restaurants aus als 2013. Und auch die Löhne dürften 2018 zum ersten Mal seit sechs Jahren wieder steigen.

- Bevölkerung**
46,5 Millionen
- BIP pro Kopf (2017):**
28'212 Dollar
- Wachstum 2017**
3,1%
- Wichtigste Wirtschaftssektoren**
Landwirtschaft, Tourismus, Baugewerbe, erneuerbare Energien



Der Cruise AV soll ab 2019 ohne Fahrer, Lenkrad und Pedale sicher durch die Strassen rollen.

Innovationen

CRUISE AV

Unternehmen
General Motors

Markteinführung
2019

Kosten
keine Angaben

Eine Flotte selbstfahrender Elektrotaxis

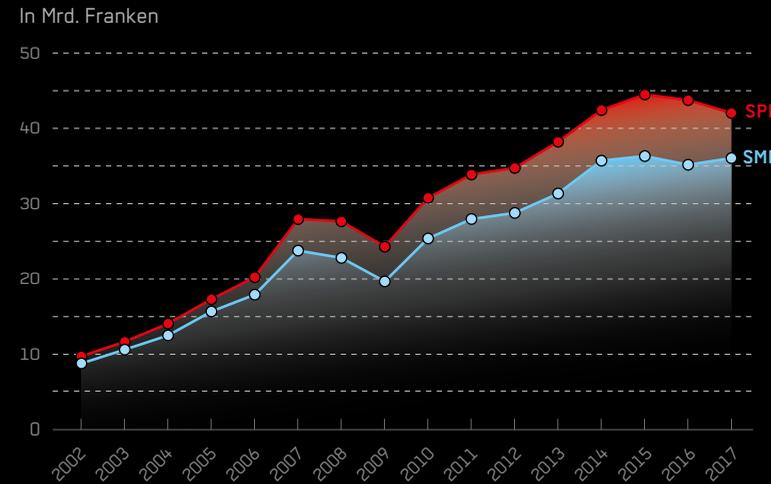
General Motors hat unlängst den Cruise AV, ein selbstfahrendes Elektrotaxi, vorgestellt. Das futuristisch anmutende Fahrzeug besitzt weder Pedale noch Lenkrad. Ab 2019 sollen damit in mehreren US-Städten Passagiere befördert werden, sofern die Transportbehörden ihre Genehmigung erteilen. Das selbstfahrende Auto wurde mit dem Know-how des auf künstliche Intelligenz spezialisierten Start-

ups Cruise entwickelt, das GM 2016 für mehr als eine Mrd. Dollar gekauft hatte. Da das Fahrzeug für die Massenproduktion bestimmt ist, können die Kosten der vielen integrierten Sensoren reduziert werden. Mit der Einführung des Robotertaxidienstes, der über eine Flotte von mindestens 2'600 Fahrzeugen verfügen wird, hofft GM, mit Taxidienstleistern wie Uber konkurrieren zu können. Da kein Chauffeur erfor-

derlich ist, wird GM Fahrten für einen Dollar pro Meile anbieten können – bei Anbietern mit Fahrer sind es 2,5 Dollar pro Meile. Der Autokonzern schätzt den Markt für diese Art von Dienstleistung allein in den USA auf 1'600 Mrd. Dollar. Mittelfristig will GM den neuen Service auf den Gütertransport ausweiten. GM

GENERAL MOTORS

DIVIDENDEN Schweizer Firmen verwöhnen ihre Aktionäre



In den vergangenen 15 Jahren ist die Dividendenausschüttungsquote der Schweizer Unternehmen stark gestiegen, wie unsere Übersicht zeigt.

2017: ERNEUT EIN ERFOLGREICHES JAHR

Die SMI-Unternehmen, also die 20 Schweizer Firmen mit der grössten Marktkapitalisierung, haben 2017 Dividenden in Höhe von 36 Mrd. Franken an ihre Aktionäre ausgeschüttet. Nimmt man alle an der Schweizer Börse gelisteten Unternehmen (SPI) zusammen, liegt der Betrag bei über 42 Mrd. Franken.

DIVIDENDENRENDITE DER TOP 20 DER SCHWEIZER BÖRSE*

Bellevue Group	6.37%
St Galler Kantonalbank	6.20%
Cembra Money Bank	6.00%
Zurich Insurance	5.91%
Gam	5.51%
Compagnie financière	5.49%
Swiss Re	5.33%
Gavazzi Carlo	5.19%
Walter Meier	5.14%
Credit Suisse	4.79%
Mobilezone	4.67%
Basler Kantonalbank	4.62%
Intershop	4.52%
Energiedienst	4.51%
Sunrise	4.49%
Bank Cler	4.29%
Swisscom	4.24%
Helvetia	4.19%
EFG International	4.06%
Bâloise	4.05%

*Die Dividendenrendite bezeichnet den Ertrag des investierten Kapitals pro Aktie (20.03.2018).

BARAUSZAHLUNGEN DIE BESTEN ENTWICKLUNGEN DES JAHRES*

Bobst	+ 52.9%
Swissquote	+ 50.0%
Daetwyler	+ 36.4%
Schindler	+ 33.3%
Barry Callebaut	+ 29.0%
Bossard	+ 27.3%
Inficon	+ 25.0%
Comet	+ 25.0%
Swiss Life	+ 22.7%
Also	+ 22.2%
Dormakaba	+ 21.4%
Sunrise Communications	+ 20.1%
Partners Group	+ 20.0%
Siegfried	+ 20.0%
Emmi	+ 18.6%
Temenos	+ 18.2%
Julius Baer	+ 16.7%
Sika	+ 15.6%
Fischer	+ 15.0%
Belimo	+ 13.3%

*Regelmässige Renditen und Kapitalrückfluss. Stand: 20. März 2018



AIR
LAND
NAVITIMER 1
SEA



B
BREITLING
1884

NAVITIMER 1 B01 CHRONOGRAPH 46
MANUFACTURE CALIBER B01
CHRONOMETER-CERTIFIED

BREITLING BOUTIQUE
GENEVA • LAUSANNE • ZERMATT
ZURICH

Für Arbonia gehen die Türen wieder auf

Das Thurgauer Unternehmen, europaweit führend in seiner Branche, hat eine umfassende Umstrukturierung hinter sich. Jetzt schreibt Arbonia wieder schwarze Zahlen.

MARTIN LONGET

«Man hätte Arbonia mit einem erkrankten Menschen vergleichen können, der sich pflegen lassen musste. Heute geht es dem Patienten besser, aber er ist noch auf dem Weg der Genesung.» Martin Flückiger, Analyst bei Kepler Cheuvreux, macht kein Geheimnis daraus: Der Schweizer Heizungs-, Türen- und Fenster-spezialist Arbonia ist noch einmal glimpflich davongekommen. Während das Thurgauer Unternehmen 2015 einen Verlust von 177,1 Mio. Franken hinnehmen musste, erzielte es nach einem nahezu ausgeglichenen Jahr 2016 im letzten Geschäftsjahr einen Reingewinn von 46,4 Mio. Franken.

«Die neuesten Zahlen sind ziemlich gut. Das bereinigte EBITDA hat die Erwartungen des Marktes leicht übertraffen, das Gleiche gilt für das organische Wachstum des Konzerns», so Flückiger weiter. «Erstmals seit 2011 verzeichnet Arbonia ein organisches Wachstum von mehr als 1 Prozent.» Diese spektakuläre Erholung geschah jedoch nicht ohne Abstriche. So wurde beispielsweise die Fensterproduktion an den Standorten Villeneuve VD und Altstätten SG vor zwei Jahren in die Slowakei verlegt. Seit 2015 hat die Gruppe insgesamt 400 Arbeitsplätze

nach Ost- und Mitteleuropa verlagert, vor allem in deutsche, tschechische und polnische Werke. Parallel dazu veräusserte Arbonia mehrere Vermögenswerte, darunter den Geschäftsbereich Beschichtungen, um sich auf vier Geschäftsfelder konzentrieren zu können: Heizungs-, Lüftungs- und Klimatechnik (HTK), Sanitäreinrichtungen, Fenster und Türen. «Ohne diesen radikalen Umbau gäbe es Arbonia heute nicht mehr», sagt Konzernchef Alexander von Witzleben.

«Unsere Priorität für 2018 ist es, unsere Kapazitäten durch Investitionen in bestehende Werke zu erhöhen»

Alexander von Witzleben, CEO der Gruppe

Es wäre das Ende einer langen Erfolgsgeschichte gewesen. Arbonias Ursprünge gehen auf das Jahr 1874 zurück. Der Unternehmens-Website zufolge wollten die beiden Gründer «den Menschen im wahrsten Sinne wie beispielsweise der Looser Holding AG im Jahr 2016, konnte sich Arbonia

diversifizieren und zu einem führenden europäischen Tür-, Fenster- und Heizungshersteller entwickeln.

Heute ist die Gruppe, die weltweit mehr als 7'600 Personen beschäftigt, in Deutschland und in der Schweiz Marktführer für Heizkörper, in der Schweiz und in Polen die Nummer eins im Fenstermarkt und in Deutschland die Nummer zwei für Türen. Das Unternehmen möchte nun auch den russischen Markt erobern. Vor Kurzem erst wurde die Baustelle für ein neues Heizkörperwerk in Russland eingeweiht, es soll 2019 eröffnet werden.

«Heute sind 90 Prozent des Sanierungsplans abgeschlossen, und wir hoffen, dass die Zahlen von 2018 die geleistete Arbeit noch stärker widerspiegeln werden», sagt von Witzleben. Das Unternehmen erwartet für 2018 ein organisches Umsatzwachstum von 3 Prozent und 3,5 Prozent für 2019 – verglichen mit 2,6 Prozent im Jahr 2017. Um diese

Ziele zu erreichen, muss sich Arbonia jedoch einem harten Wettbewerb stellen, vor allem mit dem österreichischen Unternehmen Internorm. Der Verkaufspreis insbesondere für Einstiegsmodelle wird dabei zu einem immer wichtigeren Faktor.

«Obwohl sich die Margen langsam wieder vergrössern, sind Kapitalrentabilität und -effizienz des Unternehmens weiterhin extrem niedrig», betont Martin Flückiger von Kepler Cheuvreux. «Darüber hinaus ist Arbonia aufgrund des starken Euro und des hohen Lohnniveaus in seinen Schlüsselmärkten mit gestiegenen Personalkosten konfrontiert. Dadurch kann die Firma nicht so stark wie erhofft von der Verlagerung bestimmter Produktionsstandorte profitieren.»

Arbonia ist in Ländern mit historisch niedriger Arbeitslosigkeit tätig und rechnet in diesen Staaten für 2018 mit deutlichen Lohnerhöhungen – bis zu 6,6 Prozent allein in Tsche-

chien. Zudem hat das Unternehmen derzeit Schwierigkeiten, die Nachfrage zu befriedigen, insbesondere in Deutschland, wo der Bedarf an Türen seine derzeitige Produktionskapazität übersteigt. «Unsere Priorität für 2018 ist es, unsere Kapazitäten durch Investitionen in bestehende Werke zu erhöhen», erläutert Firmenchef von Witzleben. Für den Zeitraum von 2016 bis 2019 belaufen sie sich auf insgesamt 400 Mio. Franken.

Trotz ermutigender Zahlen für 2017 dürfte der Wert der Arbonia-Aktie im Jahr 2018 nicht in die Höhe schnellen: «Ausgehend vom aktuellen Wert, der zwischen 17 und 18 Franken liegt, gehen wir nicht davon aus, dass sich der Aktienkurs in den nächsten zwölf Monaten deutlich verändern wird», bestätigt Martin Flückiger. «Auf Grundlage der Ergebnisse von 2017 empfehlen wir weiterhin, die Aktie zu halten. Unser Kursziel liegt bei rund 17 Franken.» Arbonia will seine Expansionspolitik trotzdem fortsetzen. «Der Trend zur Branchenkonzentration wird in den

Ein Mitarbeiter von Arbonia überprüft die Konformität eines Heizkörpers am Produktionsstandort Arbon im Kanton Thurgau (2014).



KEYSTONE

ZAHLEN

1874

Franz Josef Forster gründet eine Kupferschmiede, aus der sich im Laufe der Zeit die Arbonia-Gruppe entwickelt.

1'245

Umsatz der Arbonia-Gruppe 2017 in Mio. Franken.

7'600

Anzahl der Konzernmitarbeiter

41%

Anteil des Umsatzes, den der Konzern 2017 in Deutschland erwirtschaftet hat.

kommenden Jahren anhalten. Sie können also damit rechnen, dass Arbonia weiterhin in Unternehmen investieren wird, die für seine Geschäftsfelder attraktiv sind», sagt der deutsche Konzernchef. Er betont indes, dass die Gruppe nicht an der Heizungssparte eines bestimmten Unternehmens interessiert sei, «dessen Name mit Z beginnt». Er meint Zehnder, Arbonias wichtigsten Konkurrenten in der Schweiz. ▲

— ARBN

ANALYSE

DIE MEINUNG DER EXPERTEN

FOKUS

Fussball-WM: Hinter den Kulissen des Sponsorings

Unternehmen, die grosse Sportveranstaltungen unterstützen, erleben, dass ihre Kurse in Bewegung sind.

BERTRAND BEAUTÉ

Hyundai, Budweiser, McDonald's: Während der Fussballweltmeisterschaft, die am 14. Juni in Russland beginnt, werden Sie sich möglicherweise fragen, wie viel diese Unternehmen ausgeben, um sich «offizieller Sponsor» nennen zu dürfen. Im Spiel sind enorme Summen. Bei der WM 2014 in Brasilien bezahlten die 22 offiziellen Sponsoren der FIFA insgesamt 1,4 Mrd. Dollar, also durchschnittlich 63 Mio. pro Unternehmen.

Sind diese Beträge gerechtfertigt? Um das in Erfahrung zu bringen, haben Forscher untersucht, wie die Märkte zwischen 1998 und 2008 auf die Ankündigung börsennotierter Unternehmen, grosse Sportereignisse zu sponsern, reagierten. Die im Mai 2017 im «Journal of Advertising Research» veröffentlichten Ergebnisse zeigen, dass der Aktienkurs

in den Tagen nach der Ankündigung einer solchen Partnerschaft in aller Regel steigt. Mit anderen Worten: Das Sponsoring einer Sportveranstaltung wie der Fussballweltmeisterschaft führt zu einer positiven Antwort der Märkte.

«Eine vergleichbare mediale Präsenz wie beim Sponsoring wäre mit klassischer Werbung noch weit teurer»

Emmanuel Bayle, Sportwissenschaftler an der Universität Lausanne

Die Autoren merken allerdings an, dass diese Reaktion im Laufe der Jahre immer schwächer geworden sei. 2008, also am Ende des Unter-

suchungszeitraums, lag sie fast bei null. Der Grund: die enorm gestiegenen Kosten. So zahlten Sponsoren für die Olympischen Spiele von Turin und Peking (2006 und 2008) zum Beispiel 866 Mio. Dollar. Bei den Spielen von Salt Lake City und Athen (2002 und 2004) waren es noch 663 Mio. gewesen, bei Nagano und Sydney (1998 und 2000) sogar «nur» 579 Mio. Dollar. Und seitdem sind die Preise weiter gestiegen. Nicht gerade ein beruhigendes Signal für Anleger.

«Aufgrund der gestiegenen Kosten glauben die Aktionäre immer weniger daran, dass sich mit dem Sponsoring von Sportgrosveranstaltungen der Markenwert steigern und ein effizienterer Cashflow generieren lässt als mit anderen Marketingstrategien», erklärt Marc Mazodier, Marketingprofessor an der Universität Zayed in Abu



BRUNO FAHY / AFP
Die Verbraucher merken sich nicht immer, wer die offiziellen Sponsoren sind.

Dhabi. «In ihren Augen gibt es keine Renditegarantie mehr.» Wie eine im «Journal of the Academy of Marketing Science» veröffentlichte Studie gezeigt hat, reagierten die Märkte 2010 weltweit negativ auf die 300 Ankündigungen von Sportveranstaltungsponsorings im selben Jahr. Doch wenn die Anleger diese Massnahmen nicht als sinnvoll bewerten: Warum drängen sich die Unternehmen dann nach wie vor darum, Weltmeisterschaften und Olympische Spiele zu sponsern?

«Der Hauptgrund ist Bekanntheit», sagt Emmanuel Bayle, Professor am Institut für Sportwissenschaften der Universität Lausanne (ISSUL). Die grossen Sportereignisse erreichen enorme Einschaltquoten. Auch wenn die Kosten für das Sponsoring sehr hoch sind, so belegen Studien, dass eine vergleichbare mediale Präsenz

mit klassischer Werbung noch weit mehr kosten würde.»

Eine Einschätzung, die Jean-Pascal Gayant, Wirtschaftsprofessor an der Universität Le Mans und Autor des Buchs «Economie du sport», teilt: «Das Medienecho auf ein Event wie eine Weltmeisterschaft ist durch nichts zu ersetzen. Einen Monat lang drehen sich alle Medien und Gespräche um dasselbe Thema.» 2012 verfolgten zum Beispiel mehr als 4,8 Milliarden Menschen die Olympischen Spiele in London und zwei Jahre später rund 3,2 Milliarden die Fussballweltmeisterschaft in Brasilien.

Weltweit bekannte Unternehmen wie Coca-Cola oder Nike nutzen diese Medienpräsenz, um ihren Status quo zu behaupten. In den Worten Emmanuel Bayles ausgedrückt:

«Top-Marken sind bei Top-Ereignissen dabei.» Vor allem für Firmen, die ihre Bekanntheit steigern wollen, kann sich das Sponsoring von Sportveranstaltungen hingegen als sehr lohnenswert erweisen. Daher konnte die FIFA für die Weltmeisterschaft 2018 auch vier neue Akteure aus China gewinnen: den Elektronikkonzern Hisense, das Molkereiunternehmen Mengniu, den Smartphone-Hersteller Vivo und den Mischkonzern Wanda. «Mit diesen Partnerschaften wollen sich die Unternehmen, die an der Schwelle zur internationalen Expansion stehen, Legitimität und Ansehen verschaffen», so Marc Mazodier. «Und das kann durchaus funktionieren, wenn das Sponsoring noch von anderen Massnahmen begleitet wird.»

Experten schätzen, dass Unternehmen zusätzlich das Dreifache >

Lionel Messi wurde 2016 wegen Steuerhinterziehung zu einer 21-monatigen Haftstrafe verurteilt. Auch für seine Sponsoren eine schlechte Nachricht.

The winner takes it all: Fallstricke des Sportsponsorings

Einzelne Sportler mit einer Marke zu unterstützen, ist nicht ohne Risiko. Eine 2013 in der Zeitschrift «Management Science» veröffentlichte Studie konnte aufzeigen, dass in den beiden Wochen nach Veröffentlichung des Sexskandals um Golflegende Tiger Woods das gesamte Portfolio seiner Sponsoren an der Börse 2 Prozent an Wert verlor. Die grössten Einbussen mussten die drei Hauptsponsoren Electronic Arts, Nike und PepsiCo hinnehmen, deren Börsenkapitalisierung um 5,8 Prozent fiel. Aus diesem Grund sponsern manche Unternehmen lieber Veranstaltungen statt einzelner Athleten. «So verbindet man sie mit der Feier und den Fans», erläutert Emmanuel Bayle, Professor am Institut für Sportwissenschaften der Universität Lausanne (ISSUL). «Auf diese Weise können sie sicher sein, zu den Gewinnern zu zählen.» Dafür profitieren sie aber weniger stark von der Sieges euphorie. Laut einer Studie von 2017 steigt in den ersten fünf Tagen nach dem Sieg eines Einzelsportlers der Börsenkurs seines Ausrüsters (Bekleidung und Schuhe) um durchschnittlich 0,5 Prozent: 0,33 Prozent bei Tennisturnieren, 0,45 Prozent bei Laufsport-Wettkämpfen und 0,7 Prozent bei Golfturnieren. Die Titel der Sponsoren der Zweitplatzierten verändern sich dagegen nicht. **The winner takes it all!**

baren Folgen des Sponsorings von Sportevents besser erklären», raten die Forscher der im «Journal of Advertising Research» erschienenen Studie. «Zudem müssen die Kosten für Sponsorenverträge von den Organisatoren nach unten korrigiert werden.»

des Sponsoringbetrags in klassisches Marketing anlegen müssen, damit sich die Investition lohnt. Der «Financial Times» zufolge zahlte das chinesische Unternehmen Vivo 400 Mio. Euro, um seinen Namen mit den Weltmeisterschaften 2018 und 2022 in Verbindung bringen zu dürfen. Ist die Firma darauf aus, einen möglichst grossen Imagegewinn zu erzielen, sollte sie folglich nochmals 1,2 Mrd. Euro in klassisches Marketing stecken. Und wenn nicht? «Dann kann es passieren, dass die Verbraucher eine andere Marke mit dem Event verbinden», erläutert Marc Mazodier.

Dass diese Warnung durchaus ernst zu nehmen ist, zeigt das Beispiel der Fluggesellschaft Ansett Australia. Die Airline war 2000 offizieller Sponsor der Olympischen Spiele von Sydney. Und doch profitierte am Ende ihre Haupttrivale Quantas von

der Veranstaltung. Durch die kluge Unterstützung der bekannten australischen Sprinterin Cathy Freeman gelang es Quantas, seine Konkurrentin komplett in den Schatten zu stellen. Im Folgejahr ging Ansett Australia pleite.

«Studien zeigen, dass die Verbraucher sich nicht immer an die offiziellen Sponsoren der Grossereignisse erinnern», fährt Marc Mazodier fort. «Machen Sie den Test: Welche Automarke unterstützt die WM? Spontan werden viele wahrscheinlich Toyota sagen, es ist aber Hyundai. Die Marken müssen ihre Partnerschaft durch klassisches Marketing, Kommunikationsmassnahmen und Aktivitäten in den sozialen Netzwerken mit Leben füllen.»

Und um die Anleger zu überzeugen, «sollten börsennotierte Unternehmen ihren Aktionären die erwart-

Der neue Opel Insignia GSi

ES LEBE DIE UNVERNUNFT.



Serienmässig:

- 4x4 mit Torque Vectoring
- 8-Stufen-Automatik

«Exclusive» Zubehör erhältlich ab Herbst 2018.



DIE ZUKUNFT GEHÖRT ALLEN

DOSSIER

DER GRÜNE GOLDRAUSCH

In wenigen Monaten wird Kanada Cannabis als Freizeit-Droge legalisieren. Das törnt den Weltmarkt mächtig an.

BERTRAND BEAUTÉ

- 34. Infografik: Die Welt des Cannabis
- 36. Interview mit dem Unternehmer Sébastien St-Louis
- 40. Diese Firmen machen richtig high
- 48. Supermedikament Cannabis?
- 52. Frauenpower in der Hanfbranche
- 53. Cannabis bleibt eine Droge
- 54. Cannabis beflügelt viele Branchen
- 58. Biocan, das Schweizer Schwergewicht

Löst sich das Verbot von Cannabis allmählich in Rauch auf? Nach Uruguay und mehreren US-Bundesstaaten wird im Juli 2018 auch Kanada Cannabis für den Freizeitkonsum freigeben. Ein Paradigmenwechsel. «Jahrelang hat man überall die Produktion, den Verkauf und Konsum der Droge hartnäckig bekämpft», sagt Christian Ben Lakhdar, Professor für Wirtschaftswissenschaften an der Universität Lille 2. «Jetzt erleben wir eine 180-Grad-Wende: Immer mehr Staaten legalisieren den Gebrauch dieser Droge als Medizin oder zu Freizeit Zwecken. Das Phänomen breitet sich weltweit aus. Dadurch entsteht derzeit für Anleger ein völlig neuer >

Dossier von:
Bertrand Beauté,
Martine Brocard,
Stanislas Cavalier,
Ludovic Chappex,
Blaise Duval
und Martin Longet

Markt, dessen Attraktivität sich nicht leugnen lässt.» Verlockende Aussichten also. Laut einer im Januar 2018 veröffentlichten Studie des Marktforschungsinstituts Arcview wird der legale Verkauf von Cannabis in den Bundesstaaten der USA, wo er bereits erlaubt ist, 2021 einen Umsatz von 40 Mrd. Dollar generieren. 2017 waren es nur 16 Mrd. Knapp 100 lokale Produzenten teilen sich den Markt. Aber noch ist keiner von ihnen an die Börse gegangen, weil Cannabis in den USA auf Bundesebene nach wie vor illegal ist. Unterdessen streichen kanadische Unternehmen wie Canopy Growth, Hydrophocary und Aurora den Löwenanteil ein (siehe Porträts S. 40). «Mit der Zulassung von therapeutischem Cannabis vor etwa 15 Jahren sowie der Freigabe für den Freizeitgebrauch ab kommenden Juli hat Kanada eine Führungsrolle in der legalen Produktion dieses Angebots eingenommen», erklärt Martin Landry, Analyst bei GMP Securities in Montreal. «Weltweit kommen acht der zehn grössten Cannabisproduzenten aus Kanada. Sie sind im internationalen Wettbewerb allen weit voraus.»

EXPORTWELTMEISTER KANADA

Die kanadischen Unternehmen beschränken sich bei Weitem nicht auf ihren Heimatmarkt, sondern exportieren mittlerweile auch überall dorthin, wo therapeutisches Cannabis zugelassen ist (s. Grafik S. 32). So gab Aurora im Mai 2017 die Übernahme der deutschen Vertriebsgesellschaft Pedanios bekannt, wodurch Aurora sein medizinisches Cannabis nun in Deutschland vermarkten kann. Canopy Growth verkauft seine Produkte seit 2016 in Brasilien. Andere Länder wie Australien, Südafrika, Spanien, Polen und Dänemark werden

von Kanada anvisiert oder bereits beliefert. «Wir exportieren zwar nicht in die USA, werden uns aber in allen Ländern niederlassen, in denen das Cannabis-Geschäft legalisiert wird», bestätigt Pierre Debs, Europa-Verantwortlicher bei Canopy. «Wir setzen uns keine Exportbeschränkungen.»

«Weltweit kommen acht von zehn Cannabisproduzenten aus Kanada. Sie sind im internationalen Wettbewerb allen anderen weit voraus»

Martin Landry, Analyst GMP

Und Martin Landry berichtet, dass kanadische Unternehmen ihr Augenmerk zurzeit auf die europäischen Länder richten, die mit der Legalisierung von therapeutischem Cannabis begonnen hätten, ohne über eigene Produktionskapazitäten zu verfügen. Deutschland ist dabei besonders interessant, weil dort die Krankenkassen therapeutisches Cannabis erstatten. «Natürlich wird sich der Wettbewerb verschärfen. Aber ich denke, dass der erste Anbieter auf diesem Markt mehrere Jahre im Vorteil sein wird. In fünf Jahren wird es zwar nicht mehr acht kanadische Unternehmen unter den Top 10 weltweit geben, aber der grösste Produzent wird auch dann noch aus Kanada kommen.» Bis dahin dürfte der globale Cannabismarkt auf etwa 100 bis 200 Mrd. Dollar pro Jahr anwachsen, wobei medizinische Anwendungen und Freizeitgebrauch je die Hälfte ausmachen werden. Laut

Nationaler Statistikbehörde in Ottawa haben 2017 4,9 Millionen Kanadier Cannabis im Wert von rund 4,5 Mrd. Dollar gekauft. Aber nur 10 Prozent taten dies aus gesundheitlichen Gründen auf legalem Weg. 90 Prozent der Käufer besorgten sich also ihr «Gras» illegal zum Vergnügen. Mit der Genehmigung der Freizeitnutzung im Juli 2018 dürfte ein Grossteil dieses Schwarzmarkts den Produzenten von therapeutischem Cannabis zufallen. Laut einer

Deloitte-Studie aus dem Jahr 2016 wird der Verkauf von reinem Cannabis nach der Legalisierung über 6 Mrd. Dollar pro Jahr einbringen, die Einnahmen durch therapeutisches Cannabis nicht mitgezählt. Ein Geldsegen, der Bewegung in die kleine Welt des grünen Goldes bringt. Im vergangenen Oktober erwarb beispielsweise der US-Konzern Constellation Brands, der unter anderem die Biermarke Corona vertreibt, für 191 Mio. Dollar eine 9,9-prozentige

Beteiligung an Canopy Growth (siehe S. 54). Und am 24. Januar dieses Jahres übernahm Aurora Cannabis für 850 Mio. Dollar CaniMed Therapeutics. Gleichzeitig schnellten die Börsenkapitalisierungen der führenden Akteure rasant in die Höhe. An der Toronto Stock Exchange verdreifachte sich der Wert von Canopy innerhalb nur eines Jahres, während sich die Werte von Aurora und Hydrophocary vervierfachen bzw. verdoppelten. ▶

183 Mio.
Menschen haben
2014 illegal Cannabis
konsumiert, was einem
Schwarzmarktvolumen von
schätzungsweise 300 Mrd.
Dollar im Jahr entspricht.

GLOSSAR

ZULASSUNG IST NICHT GLEICH ZULASSUNG

FREIZEIT-CANNABIS

In Ländern wie Uruguay oder Kanada (ab Juli 2018), die Cannabis vollständig legalisiert haben, wird die Droge mit bestimmten Einschränkungen (Alter, Menge usw.) wie Tabak und Alkohol verkauft.

THERAPEUTISCHES CANNABIS

In Ländern, in denen Cannabis zur medizinischen Verwendung zugelassen ist, können Ärzte die Pflanze in ihrem natürlichen Zustand verschreiben. Sie ist auf Rezept erhältlich und wird von den Patienten geraucht oder in anderer Form (Inhalation, Infusion) konsumiert, um Symptome wie Schmerzen, Krämpfe oder Übelkeit zu bekämpfen.

MEDIKAMENTE AUF CANNABINOIDBASIS

Ähnlich wie die Weide, die Salicylsäure (besser bekannt als Aspirin) enthält, beinhaltet auch die Cannabispflanze zahlreiche Wirkstoffe, sogenannte Cannabinoide. Pharmaunternehmen extrahieren sie, um daraus Medikamente wie Sativex herzustellen, das in rund 20 Ländern, so auch in der Schweiz und in Frankreich, zugelassen ist.

«Das Interesse der Investoren an diesem Sektor ist gross», weiss Martin Landry von GMP Securities. «Doch wenn eine Aktie in einem Monat 30 oder 50 Prozent zulegt, muss man sehr vorsichtig sein.» Einige Analysten sehen eine wachsende Finanzblase auf dem Cannabismarkt, die auch einmal platzen könnte. «Es handelt sich um einen dynamischen, florierenden neuen Sektor, der Bestand haben wird. Aber es ist kein Jahrhundertmarkt, wie das bei Öl der Fall war», fährt Christian Ben Lakhdar fort. «Ausserdem ist er nicht ohne

Risiken für die Anleger.» So könnte zum Beispiel das Angebot rasch die Nachfrage übersteigen. Das kanadische Gesundheitsministerium hat über 90 Produktionslizenzen vergeben, mehr als ein Dutzend der betroffenen Unternehmen sind an der Börse notiert. Alle bereiten sich darauf vor, ihre Produktion massiv zu steigern, um dem vermeintlichen Nachfrageschub durch die Legalisierung der Freizeitnutzung gerecht zu werden. Daher ist eine Überhitzung der noch jungen und spekulationsfreudigen Branche nicht auszuschliessen.

«Kurzfristig erwarten wir in Kanada einen Mangel an legalem Cannabis. Dadurch können Unternehmen attraktive Margen erzielen. Aber ab 2020, wenn die neuen Anlagen voll ausgelastet sind, wird die Produktionskapazität die Nachfrage übersteigen», prognostiziert der Analyst Martin Landry. «Dadurch geraten Verkaufspreise unter Druck, und kleine Unternehmen werden es schwer haben zu überleben. Eine Konzentration des Sektors ist unvermeidlich.» Dieser Meinung ist auch Sébastien St. Louis, Mitbegründer und CEO von Hydropothecary, der

WILLKOMMENER STEUERSEGEN

Der Cannabis-Handel hat für sich genommen durchaus positive Effekte: In Colorado, wo die ersten Verkäufe der Droge 2014 getätigt wurden, sind durch den Cannabismarkt in drei Jahren 18'000 Vollzeitarbeitsplätze entstanden. Darüber hinaus hat die neue Branche dem Staat zusätzliche Steuereinnahmen in Höhe von mehr als 700 Mio. Dollar beschert, ganz zu schweigen von dem beispiellosen Boom des Tourismussektors. «Die Hauptnutznießer der Legalisierung werden die Staaten sein», betont Christian Ben Lakhdar, Professor für Wirtschaftswissenschaften an der Universität Lille 2. «Sie müssen keine Mittel mehr für einen unwirksamen Kampf zur Verfügung stellen, vielmehr werden die Steuereinnahmen steigen, und es wird weniger Orte geben, an denen mit der Droge gedealt wird.»

Doch viele fragen sich, ob nicht die Gefahr bestehe, dass ehemalige Cannabisdealer auf den

Handel mit härteren Drogen wie Kokain und Heroin umsteigen könnten? «Die Nachfrage nach diesen Drogen ist viel geringer», hält Christian Ben Lakhdar dagegen. «Zudem können zusätzliche Steuereinnahmen genutzt werden, um etwas Gutes in den vom Drogenhandel heimgesuchten Quartieren zu tun.»

Im kalifornischen Oakland hat man etwa beschlossen, die Hälfte der Genehmigungen für das Geschäft mit Cannabis Menschen zugutekommen zu lassen, die in der Vergangenheit wegen eines Cannabis-Delikts verurteilt wurden oder in einem Viertel leben, wo es in den letzten Jahren viele Verhaftungen gab. Mit anderen Worten: Das Geschäft mit dem grünen Gold finanziert indirekt die Wiedereingliederung derjenigen, die durch Cannabis auf die ein oder andere Weise mit dem Rechtsstaat in Konflikt geraten sind.

sich Zeit für ein Interview mit Swissquote Magazine genommen hat (siehe S. 36).

DAS SCHEITERN EINER REPRESSIVEN POLITIK

Das Wachstum kanadischer Produzenten auf dem Weltmarkt hängt von der Entwicklung der Gesetzgebung vor Ort ab, die mehrheitlich noch sehr restriktiv ist. Derzeit leben nur 1,4 Prozent der Weltbevölkerung in einer Region, in der der Verkauf von Cannabis legal ist. Die Zahl verdeutlicht das enorme Marktpotenzial, aber auch seine Grenzen. «Alle Nationen werden genau beobachten, was ab Juli 2018 in Kanada passiert», prophezeit Pierre Debs von Canopy

Growth. Seiner Meinung nach greifen die Verbotsargumente nicht mehr, sobald deutlich werden sollte, dass Kanadas Gesellschaft und Wirtschaft nicht zusammenbrechen durch die Legalisierung. Und Christian Ben Lakhdar, Autor des Buchs «De l'intérêt de sortir le cannabis des réseaux criminels», kritisiert: «Global war das Cannabisverbot ein Misserfolg. Denn damit liess sich zu keinem Zeitpunkt der illegale Handel eindämmen, vielmehr hat das Verbot die Regierungen viel Geld gekostet. Eben deshalb denken viele Länder über eine Legalisierung nach. Ein weltweiter Trend, der die Steuereinnahmen klingen lassen könnte.» ▾

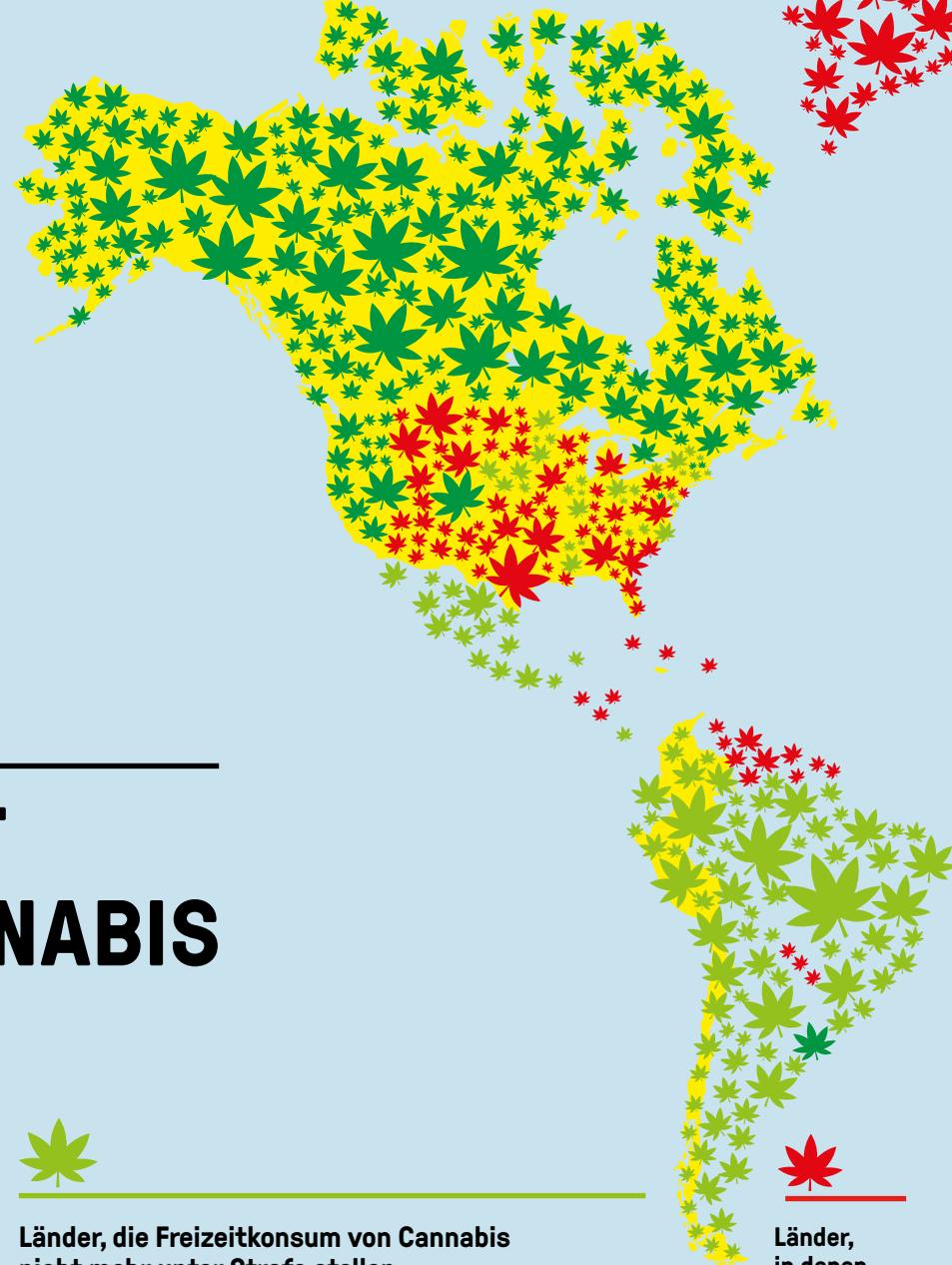
66'000'000 Kilo

Cannabis wurden 2014 laut UNO-Angaben weltweit konsumiert.



SEAN KILPATRICK / NEWSCOM

Das kanadische Unternehmen Canopy Growth mit Sitz in Smiths Falls, Ontario, betreibt über 60'000 m² an sieben Produktionsstandorten.



RECHTSLAGE

DIE WELT DES CANNABIS



Länder, die den Freizeitkonsum von Cannabis legalisiert haben.

Cannabis-Verkauf ist offiziell erlaubt.

- Kanada (seit dem 1. Juli 2018)
- USA
 - Alaska
 - Kalifornien
 - Colorado
 - Maine
 - Massachusetts
 - Nevada
 - Oregon
 - Washington
 - Washington D.C.
 - Uruguay



Länder, die Freizeitkonsum von Cannabis nicht mehr unter Strafe stellen.

Konsum und Besitz kleiner Cannabis-Mengen werden nicht strafrechtlich verfolgt.

- | | | | |
|-------------|----------------|-------------------------------|-----------------------|
| Deutschland | USA | Georgien | Portugal |
| Argentinien | North Carolina | Amerikanische Jungferninseln | Tschechische Republik |
| Australien | Connecticut | Indien (einige Bundesstaaten) | Grossbritannien |
| Österreich | Delaware | Israel | Russland |
| Belgien | Illinois | Italien | Slowenien |
| Belize | Maryland | Jamaika | Schweiz |
| Bolivien | Minnesota | Lettland | Ukraine |
| Brasilien | Mississippi | Luxemburg | |
| Chile | Missouri | Malta | |
| Kolumbien | Nebraska | Mexiko | |
| Costa Rica | New Hampshire | Moldawien | |
| Kroatien | New York | Niederlande | |
| Dänemark | Ohio | Peru | |
| Ecuador | Rhode Island | Polen | |
| Spanien | Vermont | | |
| Estland | Finnland | | |



Länder, in denen Freizeitkonsum von Cannabis verboten ist.

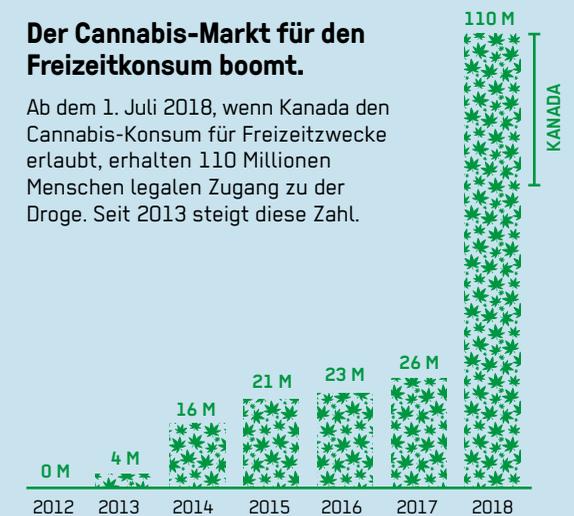
Länder, in denen Cannabis zu therapeutischen Zwecken erlaubt ist.*

- | | |
|----------------------|-----------------------|
| Deutschland | Jamaika |
| Australien | Niederlande |
| Kanada | Peru |
| Chile | Polen |
| Zypern | Tschechische Republik |
| Kolumbien | Republik |
| USA (einige Staaten) | Schweden |
| Israel | Schweiz |
| Italien | Uruguay |

* Diese Liste umfasst nicht diejenigen Länder, die ausschliesslich einige Medikamente auf Cannabis-Basis genehmigen.

Der Cannabis-Markt für den Freizeitkonsum boomt.

Ab dem 1. Juli 2018, wenn Kanada den Cannabis-Konsum für Freizeitwecke erlaubt, erhalten 110 Millionen Menschen legalen Zugang zu der Droge. Seit 2013 steigt diese Zahl.



«ZWEI ODER DREI MULTIS WERDEN DEN MARKT BEHERRSCHEN»

Der CEO des kanadischen Cannabis-Unternehmens Hydropothecary, Sébastien St-Louis, sagt seiner Branche eine rosige Zukunft voraus.

LUDOVIC CHAPPEX

HYDROPOTHECARY

Vaporizer, getrocknete Cannabisblüten, Cannabispulver und -öle: Die kanadische Firma Hydropothecary mit Sitz in Quebec gehört zu den Marktführern für Premiumprodukte auf Marihuanabasis. Fragen an CEO Sébastien St-Louis.

Ab dem 1. Juli wird der Freizeitkonsum von Cannabis in Kanada legal sein. Wird der Rest der Welt diesem Beispiel folgen?

Das Cannabis-Phänomen steckt noch in den Kinderschuhen. Kanada hat den Anfang gemacht, doch schon bald werden wir sehen, dass weitere Länder wie Dänemark, Deutschland oder Australien denselben Weg einschlagen werden. Ich rechne mit einem ähnlichen zeitlichen Verlauf wie in Kanada, also vier bis fünf Jahre für die medizinische Zulassung, danach kommt die vollständige Legalisierung. Auch die USA werden Cannabis in den nächsten acht bis zehn Jahren landesweit zulassen.

Haben Sie keine Angst vor einem möglichen Rückschritt in den USA, falls Washington den Bundesstaaten ein striktes Verbot aufzwingen sollte?

Nein, ich glaube nicht, dass der Lauf der Dinge noch zu stoppen ist. Möglicherweise werden wir mehr oder weniger schlechte Phasen erleben, wie man es von Marktverwerfungen kennt, aber die Legalisierung selbst scheint unumgänglich zu sein. Das kanadische Beispiel wird die Verantwortlichen zum Nachdenken

anregen, vor allem hinsichtlich der möglichen Steuereinnahmen.

Sind kanadische Unternehmen im Vorteil?

Sollte es in den nächsten zwölf Monaten keine Gesetzesänderung in den USA geben, werden die kanadischen Anbieter einen entscheidenden Vorsprung haben. Sie werden über Erfahrung auf dem Markt und über einen höheren Cashflow verfügen. Neue Marktteilnehmer werden als Start-ups mit etablierten Unternehmen konkurrieren. Besonders vielversprechende Jungunternehmen werden dann wahrscheinlich von den kanadischen Firmen aufgekauft werden. Meine Prognose lautet, dass über kurz oder lang zwei oder drei Multis den Cannabismarkt beherrschen werden. Und wir beabsichtigen, einer davon zu sein. Canopy Growth hat ebenfalls gute Chancen.

Abgesehen von den finanziellen Hürden: Was hält Marktteilnehmer davon ab, Ihr Modell einfach zu kopieren?

Alles hängt davon ab, von welchem Geschäftsfeld wir sprechen. Cannabis anzubauen, ist in der Tat nicht sehr kompliziert. Doch unser Geschäftsmodell beschränkt sich nicht auf den Anbau. Uns geht es vor allem darum, die Pflanzen weiterzuverarbeiten und in unsere verschiedenen Produkte zu integrieren. Im Moment sind wir ganz klar ein technologischer Manufakturbetrieb. Innovationen und Forschung ▶

MIT VOLLDAMPF VORAUS

Bis zum Sommer 2013 war nicht abzusehen, dass sich Sébastien St-Louis einmal für Cannabis interessieren würde. Der CEO von Hydropothecary, der einen MBA in Finanzwissenschaften besitzt, leitete zu dieser Zeit eine Immobilienfirma. Zuvor war er als CFO eines Unternehmens für Autoersatzteile sowie in einer Bank tätig gewesen. Die Änderung des kanadischen Gesetzes über medizinisches Marihuana gab dem 34-jährigen Vollblutunternehmer, der bereits mit 17 sein erstes Start-up gründete – eine auf 3D-Simulationen spezialisierte Unternehmensberatung – und mit 20 sein erstes Mietshaus kaufte, den entscheidenden Impuls. Auf seine ersten Gehversuche als Manager zurückblickend sagt er: «Damals war ich einfach noch zu jung. Bei der Gründung von Hydropothecary bin ich komplett anders vorgegangen und habe als Erstes ein starkes Team aufgebaut. Ich habe Marketing-, Rechts- und Finanzexperten an Bord geholt.»



Bis Dezember 2018 wird die Anbaufläche auf 120'000 Quadratmeter erweitert. So können pro Jahr 100'000 Kilo an getrocknetem Cannabis produziert werden.

HYDROPOTHECARY

Entwicklung sind in diesem Sektor allerdings nicht so einfach, ebenso wenig wie die Freigabe und Marktzulassung neuer Produkte.

Aufgrund der Gesetzeslage präsentiert sich Hydrophocary bislang als Spezialist für Produkte zu ausschliesslich therapeutischen Zwecken. Welchen Einfluss wird die Legalisierung von Cannabis für den Freizeitkonsum auf Ihr Geschäft und Ihre Unternehmensstrategie haben?

Alle Marktuntersuchungen deuten darauf hin, dass die Legalisierung auf sehr grosse Resonanz stossen wird. Der Handel mit therapeutischen Produkten wird zu 90 Prozent durch Produkte für den Freizeitkonsum ersetzt werden. Sobald der Markt legal

ist, werden wir unsere Produktlinien entsprechend anpassen, um ein breiteres Publikum ansprechen können.

Es ist davon auszugehen, dass die Legalisierung Auswirkungen auf zahlreiche Branchen haben wird.

Das ist in der Tat so. Meist werden in diesem Zusammenhang die Tabak-, Alkohol- oder Pharmaindustrie genannt. Was den reinen Freizeitkonsum angeht, wird der Markt für Party-Drinks mit Cannabis boomen. Ein Vorteil dieser Getränke ist, dass einem die unangenehmen Nebenwirkungen von Alkohol am nächsten Morgen erspart bleiben. Aber auch andere Sektoren sind betroffen, zum Beispiel der Kosmetik- und Naturproduktebereich sowie, in grösserem Massstab, die Lebens-

mittelindustrie. Bei Hydrophocary arbeiten wir derzeit an der Entwicklung appetitanregender Cannabisgetränke und Sportsalben (auf Grundlage des in Cannabis enthaltenen Wirkstoffs CBD, Anm. d. Red.).

Wie läuft die Entwicklung von neuen Produkten ab?

Wir haben ein betriebsinternes Team aus rund 30 Ingenieuren und Chemikern, das unter anderem mit der F&E beschäftigt ist. Darüber hinaus arbeiten wir auch mit externen wissenschaftlichen Beratern zusammen.

Welche wegweisenden Innovationen sind demnächst auf dem Markt zu erwarten?

Eine der grössten technischen Herausforderungen besteht darin,

THC wasserlöslich zu machen. Ist dieses Problem erst einmal gelöst, ist der Weg frei für eine ganze Reihe neuer Produkte. Im Kern geht es um die Wirkung von THC, allerdings ohne den typischen Cannabisgeschmack. Ich denke zum Beispiel an Getränke mit einem niedrigeren THC-Gehalt, die eine schwächere psychotrope Wirkung entfalten.

«Hydrophocary arbeitet derzeit an der Entwicklung von appetitanregenden Cannabisgetränken und speziellen Sportsalben»

Im vergangenen Oktober hat das US-Unternehmen Constellation Brands, dem auch die Biermarke Corona gehört, 10 Prozent Ihres Rivalen Canopy Growth übernommen. Planen Sie ebenfalls, Ihr Know-how an die Grosskonzerne der Lebensmittel- oder Getränkeindustrie zu verkaufen?

Solche Partnerschaften wird es sicher noch viele geben. Die grossen Getränkeproduzenten werden nicht nur unsere Kunden, sondern auch unsere Partner werden wollen.

Und doch halten viele Anleger den Cannabismarkt nach wie vor für unsicher. Mit welchen Argumenten lassen sich diese Investoren beruhigen?

Kurzfristig, also in den nächsten 18 Monaten, wird der Cashflow der grössten Unternehmen deutlich steigen, was einer Überlebensgarantie gleichkommt. Allein Hydrophocary hat bereits 20'000 Kilogramm Cannabis vorab an die Regierung von Quebec verkauft – die grösste Bestellung, die je getätigt wurde. Und das ist erst der Anfang. Wir

gehen davon aus, dass die Mengen in Zukunft deutlich steigen werden.

In einem solchen Mass, dass hohe Gewinne abfallen?

Ja. Lassen Sie es uns rasch überschlagen: Die überwiegende Mehrheit unserer Produkte wird für etwa sieben Dollar pro Gramm verkauft werden. Wir wissen, dass darauf Steuern von etwa einem Dollar anfallen, und wir wissen auch, dass unsere Partner in der Regierung keine Margen von über 50 Prozent akzeptieren werden. Das garantiert uns Einkünfte von rund drei Dollar pro Gramm. Da unsere derzeitigen Kosten aber bei unter einem Dollar pro Gramm liegen, bleiben uns zwei Dollar Gewinn. Ein vorsichtiger Anleger könnte also davon ausgehen, dass sich unsere Gewinne langfristig bei etwa einem Dollar pro Gramm einpendeln, doch ganz objektiv sind die zwei Dollar in meinen Augen realistischer, vor allem, wenn man die zukünftigen Skaleneffekte berücksichtigt. Unser Ziel ist ein jährlicher Absatz von 100 Mio. Gramm. Konservativ geschätzt macht das im Durchschnitt 150 Mio. Dollar Gewinn pro Jahr. So gesehen ist Hydrophocary mit seiner Kapitalisierung von 700 Mio. Dollar noch ein Schnäppchen.

Eine persönliche Frage: Testen Sie Ihre Produkte auch selbst?

Ja, ich konsumiere auch. Dafür habe ich eine ärztliche Verordnung. Freitagabends bevorzuge ich eine Dosis unseres Elixier-Menthol-Sprays gegenüber einem Glas Alkohol.

Wie schätzen Sie den CBD-Markt in der Schweiz ein?

Das ist eine sehr interessante Art der Legalisierung. Es ist ein Anfang. Nach einer Legalisierung von Cannabis in der Schweiz könnten wir uns die Zusammenarbeit mit dem einen oder anderen der bereits bestehenden Schweizer KMU sehr gut vorstellen, da diese bereits über ein Distributionsnetz verfügen. Und wir könnten ihnen eine umfassende Produktpalette anbieten. ◀

EXPERIMENTIERFELD KANADA

Die Legalisierung von Cannabis zum Freizeitgebrauch ist in Kanada zwar bereits zum 1. Juli geplant, doch wird die Gesetzesänderung nicht überall gleichzeitig in Kraft treten. Denn jede Provinz hat eigene Regeln für den Verkauf von Marihuana festgelegt. In Quebec wurde zum Beispiel die Société québécoise du cannabis (SQDC) ins Leben gerufen. Das Staatsunternehmen, eine Tochtergesellschaft der Société des alcools du Québec (SAQ), hat verschiedenen kanadischen Produzenten insgesamt 54'000 Kilogramm Cannabis abgekauft, unter anderem 20'000 Kilogramm von Hydrophocary und 12'000 von Canopy Growth. Dieses Cannabis soll von der SQDC in speziellen Geschäften der gesamten Provinz verkauft werden. Noch in diesem Jahr sollen die ersten 20 Läden öffnen, insgesamt sind in den nächsten beiden Jahren etwa 150 Verkaufsstellen geplant. Bei der Projektvorstellung betonten die Behörden, dass es sich nicht um ein «Cannabis-Nirwana» handle. Ein Konsum vor Ort wird in den unauffälligen Geschäften nicht möglich sein. Auch dürfen keinerlei Produkte in den Schaufenstern ausgestellt werden. Die SQDC erhält 50 Prozent der Umsätze, die komplett in die Suchtforschung, -prävention und -therapie fliessen werden.

DIESE FIRMAN MACHEN RICHTIG HIGH

Investoren aufgepasst! Wir stellen die vielsprechendsten Unternehmen der Cannabisbranche vor.

BERTRAND BEAUTÉ UND LUDOVIC CHAPPEX

Aurora Cannabis, der Riese aus Vancouver

Die Firma hat kürzlich 860 Mio. Dollar ausgegeben.

Aurora Cannabis machte zum Jahreswechsel 2017/2018 von sich reden. Gerüchte um die Übernahme seines Konkurrenten Cannimed liessen den Aktienkurs in die Höhe schnellen. Am 24. Januar kam es dann tatsächlich zur Transaktion: für die stattliche Summe von 860 Mio. Dollar. Seitdem ist der Aktienkurs zwar wieder gesunken, aber die Fusion hat Aurora Cannabis Zugang zu fast 20 Prozent des kanadischen Marktes für medizinisches Marihuana verschafft.

Im Gegensatz zu Mitbewerbern wie Canopy Growth, die derzeit weniger profitabel sind, hat Aurora Cannabis drei der letzten vier Quartale mit schwarzen Zahlen abgeschlossen. Doch die Rentabilität scheint aus Sicht der Investoren kein entscheidender Faktor zu sein, da die Branche noch in den Kinderschuhen steckt und sich in einer Investitionsphase befindet. Und trotz zahlreicher Vereinbarungen mit institutionellen Partnern ist das Unternehmen weit weniger bekannt als Canopy Growth. Viele Analysten empfehlen, die Aktie zu halten (HOLD), da sie bereits gut bewertet ist.

GRÜNDUNG
2013

HAUPTSITZ
VANCOUVER

BESCHÄFTIGTE
500

UMSATZ 2017
CAD 18 MIO.

KAPITALISIERUNG
CAD 3,54 MRD.

ACB

CEO und Mitbegründer von Canopy Growth Bruce Linton. Zuvor leitete er das IT-Unternehmen Martello Technologies.



Canopy Growth, der kanadische Marktführer

Das in Ontario ansässige Unternehmen ist der Konkurrenz um Längen voraus.

«Wir wollen die Welt beherrschen.» Im September 2016 enthüllte Canopy-CEO Bruce Linton seine globalen Ambitionen, die bei den Aktionären auf grosse Begeisterung stiessen. Seit seiner Gründung ist Canopy kontinuierlich gewachsen.

Die Erfolgsgeschichte begann 2014, als das Start-up Tweed Marijuana, das 2015 in Canopy umbenannt wurde, die Genehmigung zur Produktion und zum Verkauf von therapeutischem Cannabis in Kanada erhielt. Damals kaufte das Unternehmen eine ehemalige Schokoladenfabrik in Smiths Falls, Ontario, um Marihuana anzubauen. Doch das 46'000 Quadratmeter grosse Grundstück reichte Bruce Linton nicht. So übernahm Tweed 2015 für 61 Mio. Dollar seinen Konkurrenten Bedrocan und 2016 für 430 Mio. Mettrum. Damit erreichte die Firma eine Bewertung von über einer Mrd. Dollar und wurde das erste Einhorn des Cannabissektors.

Canopy konnte sich als Marktführer in der kanadischen Cannabisindustrie etablieren. Die meisten Analysten empfehlen den Kauf der Aktie. Derzeit beansprucht Canopy

30 Prozent des Marktes für therapeutisches Cannabis in Kanada für sich. Die Analysten erwarten, dass sich das Unternehmen den gleichen Anteil beim Freizeitkonsum nach der Legalisierung im Juli 2018 sichern dürfte. Ein weiterer Wachstumstreiber wird das internationale Geschäft sein. Mit dem US-Rapper Snoop Dogg liess sich das Unternehmen 2016 in Brasilien und Australien nieder, bevor es Ende des gleichen Jahres mit der Übernahme der deutschen Firma Medcann auch in Europa Fuss fasste. «Canopy ist eine attraktive Investition», so Martin Landry, Analyst bei GMP Securities.

Die rasante Entwicklung hat ihren Preis: 2017 verzeichnete Canopy einen operativen Verlust von 17 Mio. kanadischen Dollar (rund 12,7 Mio. Franken). Aber Martin Landry erklärt, dass dies angesichts der vielversprechenden Partnerschaft mit dem Alkoholproduzenten Constellation Brands, der im vergangenen Oktober fast 200 Mio. Dollar in das Unternehmen investierte, kein Problem darstelle. Der Deal dürfte laut Martin Landry zudem die Türen zu einem saftigen Geschäftsfeld öffnen: Cannabis-Drinks.

GRÜNDUNG
2014

HAUPTSITZ
SMITHS FALLS
(KANADA)

BESCHÄFTIGTE
700

UMSATZ 2017
CAD 40 MIO.

KAPITALISIERUNG
CAD 5,55 MRD.

WEED



NATHAN DENETTE / KEYSTONE

MedReleaf, ein Riese strebt nach Macht

Bis Ende 2018 will das Unternehmen seine Produktionskapazität vervierfachen

«Ich bin ein grosser Fan von MedReleaf», sagt Martin Landry, Analyst bei GMP Securities. Auch wenn das Unternehmen mit Sitz in Markham weniger bekannt ist als seine Konkurrenten Canopy oder Aphria, mangelt es ihm keinesfalls an Perspektiven. MedReleaf will einen Teil des Freizeitmarkts erobern und hat daher ein umfangreiches Entwicklungsprogramm gestartet. Im Februar 2018 gab das Unternehmen den Kauf von über 660'000 Quadratmetern Land bekannt. Dadurch soll die jährliche Produktionskapazität von 35'000 Kilogramm

Cannabis (2017) bis Ende 2018 auf 140'000 Kilogramm erhöht werden. MedReleaf schaut auch auf den internationalen Markt für therapeutisches Cannabis.

Das Unternehmen ist seit 2017 in Australien präsent und unterzeichnete im März 2018 eine Partnerschaft mit der deutschen Firma Cannamedical, und wird so zu einem Hauptlieferanten deutscher Apotheken. Wie die meisten Analysten empfiehlt Martin Landry den Kauf der Aktie, zumal sie im Vergleich mit der Konkurrenz unterbewertet erscheint.

GRÜNDUNG
2013

HAUPTSITZ
MARKHAM (KANADA)

BESCHÄFTIGTE
KEINE ANGABEN

UMSATZ 2017
CAD 40,3 MIO.

KAPITALISIERUNG
CAD 1,612 MRD.

LEAF

MedReleaf-CEO
Neil Clossner im
Gewächshaus seiner
Firma in Markham,
Kanada.

Aphria, das andere kanadische Schwergewicht

Diese Firma setzt vermehrt auf Partnerschaften und Übernahmen.

«Aphria bietet viele Vorteile», sagt Noel Atkinson von Clarus Securities. «Das gut etablierte Unternehmen produziert 240'000 Kilogramm Cannabis pro Jahr. Dank dieses hohen Volumens und eines ausgeklügelten Produktionsverfahrens hat Aphria geringere Herstellungskosten als seine Mitbewerber. Zudem pflegt das Unternehmen ausgezeichnete Beziehungen zu seinen Kunden, da sein Management sehr kompetent ist.»

Auf seiner Website setzt Aphria den Schwerpunkt eindeutig auf Cannabis für medizinische Zwecke, das getrocknet in Gläsern oder als Öl verkauft wird. Noel Atkinson zufolge bereitet sich die Firma jedoch darauf vor, ihr Angebot und ihre Marketingstrategie zum 1. Juli zu ändern: «Das Freizeit-Cannabis-Geschäft dürfte bald 90 Prozent des Marktes ausmachen», so der Analyst. «Die grossen Unternehmen werden sich in diesem Segment neu positionieren.» Aphria ist solide aufgestellt. Zuletzt hat die Firma zahlreiche Partnerschaften geschlossen, wie mit der kanadischen Apothekenkette Shoppers Drug Mart, die seine Produkte online vertreiben wird. Im Januar schluckte Aphria für 330 Mio. Dollar Nuuvera, einen grossen Konkurrenten aus Ontario. Nuuvera ist international, insbesondere in Deutschland und Italien, sehr gut positioniert, um von künftigen Lockerungen der nationalen Gesetzgebungen zu profitieren. Die Analysten raten zum Kauf der Aphria-Aktie oder erwarten zumindest, dass sie sich besser entwickeln wird als der Markt.

GRÜNDUNG
2014

HAUPTSITZ
LEAMINGTON
(KANADA)

BESCHÄFTIGTE
150

UMSATZ 2017
CAD 20 MIO.

KAPITALISIERUNG
CAD 2,1 MRD.

APH

CannTrust, der kleine Neue

Das Unternehmen hat unlängst eine Partnerschaft mit der Pharmafirma Apotex gestartet.

Mit einer Produktionsfläche von weniger als 5'000 Quadratmetern im Jahr 2017 ist CannTrust ein echter David gegenüber Goliaths wie Canopy und MedReleaf. Doch das Unternehmen, das seit August 2017 an der Börse von Toronto kotiert ist, wächst rasant. Nach einer gerade abgeschlossenen Erweiterung um 23'000 Quadratmeter soll im Juni 2018 eine zweite Fläche in Betrieb genommen werden. Die neue Produktionsfläche von fast 50'000 Quadratmetern hat sich damit in nur einem Jahr verzehnfacht.

Für sein Wachstum hat CannTrust einen Partner ausgewählt, der diesseits des Atlantiks wenig bekannt ist: Apotex, das fünftgrösste Pharmaunternehmen Kanadas. Gemeinsam will man neue Cannabisprodukte entwickeln. Zudem ging CannTrust im März ein Joint Venture mit dem dänischen Unternehmen Stenocare ein. So kann die kanadische Firma ihre Produkte nach Dänemark exportieren, wo therapeutischer Cannabis seit dem 1. Januar 2018 zugelassen ist. «CannTrust ist ein unterbewerteter Akteur», sagt Martin Landry, Analyst bei GMP Securities. «Ich empfehle den Kauf der Aktie. Dabei liegt mein Kursziel bei 17 Dollar, im Moment liegt der Kurs bei weniger als 10 Dollar.»

GRÜNDUNG
2014

HAUPTSITZ
VAUGHAN (KANADA)

BESCHÄFTIGTE
KEINE ANGABEN

UMSATZ 2017
CAD 20,7 MIO.

KAPITALISIERUNG
CAD 781 MIO.

TRST

Hydrothecary-Mitarbeiter lagern Cannabisblüten. Anfang des Jahres startete das Unternehmen eine gross angelegte Standorterweiterung.

HYDROTHECARY



Hydrothecary, der Innovator

Das Quebecer Start-up entwickelt einzigartige Produkte.

Hydrothecary ist im vergangenen Jahr an die Börse gegangen. Seither hat es sich bei Investoren einen Namen gemacht. Das Quebecer Unternehmen hat die Führung im Premiumsegment übernommen und bietet hübsch zahlreiche einzigartige Produkte an, die nicht nur von offizieller Seite zertifiziert, sondern auch ausgesprochen hübsch aufgemacht sind. Zum Sortiment gehören unter anderem Kapseln, Öle, Pulver und aromatisierte Sprays auf Cannabisbasis. Diese einzigartige Positionierung könnte Hydrothecary besonders zugutekommen, wenn der Markt für Freizeit-Cannabis legalisiert

ist. Erst im Februar ging bei dem jungen Unternehmen ein Rekordauftrag ein: Die Behörden von Quebec, die den Vertrieb von Cannabis in der Provinz steuern werden (siehe Kasten auf S. 39), kauften 20'000 Kilogramm Marihuana.

Am Firmensitz in Gatineau laufen derzeit umfangreiche Erweiterungsarbeiten: Die Anbaufläche soll bis Dezember 2018 auf 120'000 Quadratmeter vergrössert werden mit einer Produktionskapazität von 100'000 Kilogramm getrocknetem Cannabis pro Jahr. Aufgrund der niedrigen Land-, Wasser- und Strompreise in der

Region gehören die Produktionskosten von Hydrothecary zu den niedrigsten auf dem Markt.

Die meisten Analysten empfehlen den Kauf der Aktie. So auch Vahan Ajamian von Beacon Securities, der ein Kursziel von 8,50 Dollar nennt. Angesichts der geringen Kapitalausstattung des Unternehmens im Vergleich zu den Schwergewichten der Branche schliesst der Analyst nicht aus, dass es von einem Mitbewerber geschluckt werden könnte.

GRÜNDUNG
2013

HAUPTSITZ
GATINEAU (KANADA)

BESCHÄFTIGTE
130

UMSATZ 2017
CAD 4,1 MIO.

KAPITALISIERUNG
CAD 700 MIO.

THCX

Insys Therapeutics, synthetischer Cannabis

Das US-Unternehmen will Marktführer für THC-basierte Arzneimittel werden.

Kurswechsel bei Insys. Das Unternehmen, das für sein Spitzenprodukt Fentanyl bekannt ist, überdenkt angesichts eines grossen Skandals seine Strategie. Firmengründer John Kapoor soll Ärzte bestochen haben, damit sie Fentanyl verschreiben, dass hundertmal stärker ist als Morphinum mit der Folge unzähliger Überdosierungen. Obwohl der Unternehmer auf «nicht schuldig» plädiert, kündete Insys an, seinen Fokus von Opioiden auf synthetische Cannabinoide zu verlagern.

So vermarktet das Unternehmen jetzt Dronabinol, eine synthetische Form von natürlichem THC, das in den USA für die Behandlung von AIDS-bedingter Anorexie zugelassen ist. Die Verkäufe von Dronabinol reichen jedoch nicht aus, um den Rückgang von Fentanyl zu kompensieren. «Umsatz und Eigenkapital sinken», sagt Jérôme Schupp, Analyst bei Prime Partners. «Derzeit ist das Unternehmen weder ein Geschäfts- noch ein Börsenerfolg.» Es muss aber keine schlechte Investition sein: Die Mehrheit der Analysten empfiehlt wegen der niedrigen Kapitalisierung, die Aktie zu kaufen.

GRÜNDUNG
1990

HAUPTSITZ
CHANDLER (USA)

BESCHÄFTIGTE
350

UMSATZ 2017
USD 140,7 MIO.

KAPITALISIERUNG
USD 472 MIO.

INSY

Sativex, ein cannabishaltiges Mundspray zur Behandlung von Multipler Sklerose, wird von den Schweizer Krankenkassen erstattet.

GW PHARMACEUTICALS / NEWS.COM



GRÜNDUNG
1998

HAUPTSITZ
CAMBRIDGE (GB)

BESCHÄFTIGTE
583

UMSATZ 2017
USD 11 MIO.

KAPITALISIERUNG
USD 3,14 MRD.

GWPH

GW Pharmaceuticals, der Pionier

Das britische Unternehmen als erste Pharmafirma ein Medikament auf Cannabisbasis entwickelt.

Die Heilwirkungen von Cannabis sind bereits seit der Antike bekannt. Schon die Römer verwendeten das Mittel, um Frauen die Geburt zu erleichtern. Nach den wilden Sechzigern wurde Marihuana jedoch weltweit verboten. Daraufhin sattelten die Pharmaunternehmen auf andere Schmerzmitteln wie Opiode um.

Bedeutete dies das endgültige Aus für das Hanfprodukt? Keineswegs! 1998 erhielten die Forscher Geoffrey Guy und Brian Whittle von der britischen Regierung die Genehmigung, Cannabis anzubauen, um seine pharmakologische Eigenschaften zu untersuchen. Gemeinsam gründeten sie die Firma GW Pharmaceuticals, die knapp ein Jahr später ihre erste klinische Studie begann. Ihre Forschungen führten zur Entwicklung von Sativex, dem ersten Cannabis-basierten Arzneimittel (mit THC und CBD). Nach mehr als

20 klinischen Studien mit über 3'000 Patienten wurde Sativex in rund 30 Ländern, darunter auch der Schweiz, zur Linderung der Muskelsteife bei Multipler Sklerose zugelassen. Darüber hinaus hat GW das Medikament Epidiolex (auf CBD-Basis) entwickelt. Das vielversprechende Produkt wartet gegenwärtig auf seine Marktzulassung für die Behandlung einer schweren Form von Epilepsie.

Doch die Forschung der Briten ist extrem teuer: «2017 verlor GW fast 175 Mio. Dollar, und sein Eigenkapital befindet sich im freien Fall», warnt Jérôme Schupp, Analyst bei Prime Partners. Die Analysten raten dennoch zum Kauf der Aktie. Eine riskante Wette, die sich aber auszahlen könnte, wenn die Food and Drug Administration (FDA) Epidiolex genehmigt. Die Entscheidung wird für Juni 2018 erwartet.

Zynerba, Cannabis als Salbe

Gleich zwei potenzielle Medikamente hat die Pharmafirma aus den USA in der Pipeline.

Das US-Unternehmen Zynerba Pharmaceuticals widmet sich ausschliesslich der Entwicklung von Medikamenten auf Basis von synthetischen Cannabinoiden. Derzeit hat Zynerba zwei Produkte in der Pipeline: ZYN001 und ZYN002. In präklinischen Studien zeigte das erste, das THC enthält, interessante Effekte bei der Behandlung des Tourette-Syndroms. Es befindet sich jedoch noch in einem frühen Entwicklungsstadium, wes-

halb es noch dauern wird, bis es in die Apothekenregale kommt. ZYN002, das sich bereits in einer späteren Entwicklungsphase befindet, ist ein Gel auf Basis von synthetischem Cannabidiol (CBD). In klinischen Phase-II-Studien, das heisst mit einer begrenzten Anzahl von Patienten, hat sich die Anwendung auf der Haut bei der Behandlung des Fragile-X-Syndroms (einer genetischen Erkrankung) und bestimmter Formen von

Epilepsie bewährt. Analysten halten die Ergebnisse für vielversprechend und empfehlen den Kauf der Aktie. Dennoch ist die Investition nicht ohne Risiko. Weil sich alle Produkte in der Entwicklung befinden, hat Zynerba noch keine Einkünfte. Das aktuelle Kapital reicht aus, um die Forschung bis 2019 fortzusetzen.

GRÜNDUNG
2007

HAUPTSITZ
DEVON (USA)

BESCHÄFTIGTE
22

UMSATZ 2017
0

KAPITALISIERUNG
USD 123 MIO.

ZYNE

WEITERE INTERESSANTE UNTERNEHMEN

CANNABIX TECHNOLOGIES

Um der Polizei zu helfen, entwickelt Cannabix ein Testgerät, mit dem THC direkt im Atem von Autofahrern detektiert werden kann. Die Ergebnisse der Vorversuche laufen dem Unternehmen zufolge hervorragend. 2017 verzeichnete die Firma allerdings einen Verlust von 2,9 Mio. Dollar.

GRÜNDUNG: 2011
HAUPTSITZ: BURNABY (KANADA)
KAPITALISIERUNG: CAD 170,3 MIO.

BLOZF

TRUE LEAF

Cannabis ist nicht nur für Menschen gut. Über seine Tochtergesellschaft True Leaf Pet bietet der Hersteller von therapeutischem Cannabis True Leaf eine Reihe von Nahrungsergänzungsmitteln für Haustiere auf Hanfbasis an.

GRÜNDUNG: 2013
HAUPTSITZ: VERNON (CANADA)
KAPITALISIERUNG: EUR 36,3 MIO.

TLA

DIEGO PELLICER

Das Unternehmen Diego Pellicer konzentriert sich voll und ganz auf den Vertrieb von Marihuana. Zu diesem Zweck hat die Firma in den Bundesstaaten Washington und Colorado eine eigene Ladenkette aufgebaut und eine E-Commerce-Website eingerichtet.

GRÜNDUNG: 2013
HAUPTSITZ: SEATTLE (USA)
KAPITALISIERUNG: USD 2,67 MIO.

DPWW

QUADRON CANNATECH

Die kanadische Firma beliefert Cannabisproduzenten mit Maschinen, insbesondere zur Qualitätskontrolle. Für Personen, die ihr Gras nicht rauchen wollen, hat das Unternehmen Verdampfer im Angebot.

GRÜNDUNG: 2011
HAUPTSITZ: VANCOUVER (KANADA)
KAPITALISIERUNG: CAD 20,48 MIO.

QU9



SUPERMEDIKAMENT CANNABIS?

« Sie werden jetzt kämpfen müssen.» Mit diesen Worten eröffneten die Ärzte Nicolas, dass er Krebs habe. Und er war durchaus gewillt, es mit der Krankheit aufzunehmen. «Anfangs war ich kämpferisch, ich wusste, dass ich es schaffen würde», erzählt der Vierzigjährige. «Aber nach der Operation, als meine Chemotherapie begann, verlor ich nach und nach jeglichen Willen, weiterzukämpfen. Ich war todmüde, hatte keinen Appetit mehr und litt an ständiger Übelkeit. Irgendwann verlor ich die Hoffnung. Ich hatte das Gefühl, dass die Nebenwirkungen der Chemotherapie noch schlimmer waren als die Krankheit selbst.»

Die Ärzte konnten nicht viel gegen sein Leiden tun: «Sie verschrieben mir Medikamente gegen die Übelkeit, aber die zeigten keine Wirkung.» Schliesslich fand Nicolas selbst eine Lösung, jedoch nicht in der Apotheke, sondern an einer dunklen Strassenecke: «Ich stellte fest, dass das Rauchen von Cannabis meine Symptome enorm linderte.»

Im Büro von Barbara Broers, Leiterin der Suchtabteilung am Universitäts-Spital Genf (HUG), geben sich Patienten wie Nicolas die Klinke in die Hand: «Als Ärztin empfehle ich meinen Patienten niemals, Cannabis zu rauchen, weil das Inhalieren von Rauch jeder Art, egal ob von Cannabis oder Tabak, schlecht für die Gesundheit ist. Aber ich sehe oft Patienten, bei

Die Pharmaindustrie interessiert sich zunehmend für die besonderen Eigenschaften der Hanfpflanze. Denn bei Patienten, die Cannabis konsumieren, lassen sich vielversprechende therapeutische Wirkungen beobachten.

BERTRAND BEAUTÉ

denen die traditionellen Behandlungen nicht anschlagen und die schon selbst herausgefunden haben, dass Marihuana (gewonnen aus den Blüten und Blättern der Cannabispflanze, Anm. d. Red.) gewonnen ihnen hilft. In diesen Fällen kann ich ihnen nicht davon abraten, auch wenn es mir lieber wäre, wenn sie nicht auf den Schwarzmarkt angewiesen wären, um es sich zu besorgen.»

Wissenschaftliche Belege für die Wirksamkeit von «therapeutischem» Cannabis gibt es bislang nicht

Barbara Broers, Leiterin der Suchtabteilung am Uni-Spital Genf

Über die positiven Effekte von Hanf wird inzwischen immer öfter berichtet: «Die wissenschaftliche Literatur ist voll von spektakulären Fällen, in denen schwerkranke oder unter starken Schmerzen leidende Menschen durch den Konsum von Cannabis plötzlich eine Verbesserung ihres Gesundheitszustands erlebten», erzählt Giovanni Marsicano, ein Wissenschaftler, der die Auswirkungen von Cannabinoiden im Neurocentre Magendie in Bordeaux untersucht. «Bei einigen Epileptikern zum Beispiel reduzierten sich die Anfälle von 300 pro Tag auf einen einzigen. Und Patienten mit Multipler Sklerose konnten zu einem fast nor-

malen Leben zurückkehren.» Diese typischen Beispiele, die von Patientenverbänden bekannt gemacht wurden, haben viele Staaten, darunter Kanada, Australien und Griechenland, dazu veranlasst, den Gebrauch von «therapeutischem» Cannabis zu legalisieren (siehe Infografik S. 34). Im US-Bundesstaat Colorado kann man sich sogar bei einfachen Rückenschmerzen Marihuana verschreiben zu lassen. Broers hält diese Entwicklung für positiv. Aber die Ärztin warnt zugleich: «Der Begriff «therapeutisches» Cannabis ist irreführend. Als Ärzte verschreiben wir Arzneimittel, deren Wirkungen in klinischen Studien nachgewiesen wurden. Die Cannabispflanze hingegen wird in diesen Staaten als Härtefallprogramm bei Patienten eingesetzt, bei denen die üblichen Behandlungen nicht anschlagen.»

2015 gab das Bundesamt für Gesundheit (BAG) einen Synthesebericht mit 6'500 Patienten in Auftrag. Die Ergebnisse, die 2015 im «Journal of the American Medical Association» (JAMA) veröffentlicht wurden, bestätigen, dass Marihuana – insbesondere bei der Behandlung von chronischen Schmerzen und Multipler Sklerose – eine gewisse therapeutische Wirksamkeit besitzt. Den Autoren zufolge gibt es jedoch «keine klinische Studie, die dies statistisch belegen kann», weshalb sie zusätzliche Untersuchungen empfehlen. Mit anderen Worten: Wissenschaftliche

Belege für die Wirksamkeit, die bei jedem anderen Medikament nötig wären, gibt es bei «therapeutischem» Cannabis bislang nicht.

Die Schwierigkeit liegt in der Komplexität der Pflanze: «Cannabisblätter enthalten fast hundert aktive Moleküle, die sogenannten Cannabinoide, über die bisher kaum etwas bekannt ist. Nur für drei dieser Substanzen liegen Daten vor: Tetrahydrocannabinol (THC), Cannabidiol (CBD) und Cannabinol (CBN). Alle anderen sind komplett unerforscht», so Marsicano. «Je nach Marihuana-Art variiert die Konzentration dieser Moleküle in gerauchtem oder oral konsumiertem Cannabis beträchtlich, sodass das Ergebnis bei den Patienten kaum vorhersehbar ist. Beispielsweise reduziert THC in niedrigen Dosen die Angst, wohingegen es in höheren Konzentrationen angstauslösend wirkt und zu einem Horrortrip führen kann. Je nach Dosis können die Wirkungen bei einem Patienten

also sehr unterschiedlich sein. Unter diesen Bedingungen ist es schwierig, die Cannabispflanze als Arzneimittel anzusehen. Andererseits besitzen die einzelnen Cannabinoide ein interessantes therapeutisches Potenzial. Aber es muss noch bestimmt werden, welche Moleküle in welchen Dosierungen für welches Krankheitsbild geeignet sind.»

Je nach der Dosierung können die Wirkungen bei den Patienten sehr unterschiedlich sein

In der Pharmaindustrie stösst das Thema auf zunehmendes Interesse. Das britische Unternehmen GW Pharmaceuticals zum Beispiel hat das

Marihuana wird immer öfter zu medizinischen Zwecken genutzt.



IN DER SCHWEIZ IMMER MEHR GEFRAGT: CANNABIS AUF REZEPT

«Bitte verschreiben Sie mir Cannabis, Herr Doktor!» Die Verschreibung von Marihuana zu therapeutischen Zwecken ist in der Schweiz seit der Revision des Betäubungsmittelgesetzes von 2011 möglich. Zugelassen sind von Swissmedic derzeit zwei Medikamente: Sativex gegen Multiple Sklerose und Epidiolex gegen Epilepsie. Die Kosten werden auch von den Krankenkassen übernommen.

Für andere Indikationen wie Krebserkrankungen, chronische Schmerzen oder Aids-bedingte Anorexie müssen Personen, die Cannabis konsumieren wollen, beim Bundesamt für Gesundheit (BAG) eine Ausnahmegenehmigung beantragen. «In der Praxis

wird diesen Anträgen sehr oft stattgegeben. Gestellt werden sie meistens von älteren Patienten mit chronischen Schmerzen», sagt Barbara Broers, leitende Ärztin der Suchtabteilung des Universitätsspitals Genf (HUG). «Das Cannabis wird ihnen dann als Öl oder alkoholische Lösung geliefert, die von zwei Schweizer Apotheken hergestellt werden.» Aber die bürokratischen Hürden beziehungsweise das komplizierte Verfahren und die hohen Behandlungskosten (200 bis 600 Franken pro Monat, die selten von der Krankenkasse übernommen werden) veranlassen viele Patienten, ihren Bedarf auf dem Schwarzmarkt zu decken. Dort ist Marihuana leichter und kostengünstiger erhältlich. «In

der Schweiz gibt es noch zu viele Hindernisse für den Einsatz von therapeutischem Cannabis», so Boers weiter. «Wir befinden uns in einer paradoxen Situation: Um die Schmerzen eines Patienten zu lindern, ist es einfacher, Morphium zu verschreiben als Cannabis, obwohl Letzteres weniger Nebenwirkungen hat.»

Laut BAG ist die positive Wirkung von Cannabis bei chronischen Neuropathien, krebisbedingten Schmerzen, Spasmen bei Multipler Sklerose, Übelkeit durch Chemotherapie, Gewichtsverlust bei HIV-Patienten, Schlafstörungen und Tourette-Syndrom belegt. Auf Angstsymptome und auf Depressionen scheint Cannabis jedoch keinen Einfluss zu haben.

Medikament Sativex entwickelt. Das Spray zur Anwendung in der Mundhöhle, das nur zwei Cannabinoide (THC und CBD) in genau definierten Konzentrationen enthält, hat wie jedes andere Medikament klinische Studien durchlaufen. Es ist mittlerweile in rund 30 Ländern, so auch in der Schweiz, zur Behandlung von Multipler Sklerose zugelassen. Ebenso wurde Epidiolex – ein Sirup auf CBD-Basis – für die Behandlung von Epilepsie zugelassen (siehe Unternehmensporträts S. 40).

«Seit Jahren erschwert die Einstufung von Cannabis als Droge die Durchführung von Studien. Die Pharmaindustrie hatte an dieser Pflanze, die schon in der Antike in der Medizin verwendet wurde, kein Interesse», sagt Barbara Broers. «Aber die Dinge ändern sich, derzeit laufen zahlreiche klinische Studien. Ich bin überzeugt, dass sich die therapeutischen Indikatio-

nen in den nächsten Jahren in den verschiedensten Bereichen – von Diabetes bis zur Onkologie – vervielfachen werden.»

Giovanni Marsicano teilt diese Ansicht: «Die Cannabinoide sind ein spannendes Forschungsfeld. Die in der Pflanze enthaltenen Moleküle werden derzeit für die Entwicklung von Medikamenten getestet. Die Forscher versuchen zudem, neue Cannabinoide zu synthetisieren, die in der Natur nicht vorkommen, um ihre Wirkung zu maximieren. Wir stehen erst am Anfang.» Bis die Ergebnisse dieser Untersuchungen vorliegen, behandeln sich Patienten mit den unterschiedlichsten Krankheiten weiterhin selbst mit der Pflanze. «Ich weiss nicht, ob Cannabis eine Wunderdroge ist», sagt Nicolas, der den Krebs inzwischen besiegt hat. «Aber in meinem Fall hat das Rauchen wesentlich zu meiner Heilung beigetragen.»

DIE WIRKUNG VON CANNABINOIDEN

NACHGEWIESENE WIRKUNGEN
VERMUTETE WIRKUNGEN

TETRAHYDROCANNABINOL (THC)

PSYCHOTROP

Rauschwirkung (Freizeitkonsum)

KRAMPFLÖSEND

Wirkung, die zur Verringerung der Spasmen bei Multipler Sklerose verwendet wird

GEGEN ÜBELKEIT

Nützlich zur Linderung der Nebenwirkungen von Chemotherapien

SCHMERZLINDERND

Behandlung von chronischen Schmerzen

APPETITSTEIGERND

Behandlung von HIV-bedingter Anorexie

ANTI-TUMOR-WIRKUNG

Krebsbehandlung

CANNABIDIOL (CBD)

ANTIPILEPTISCH

Verringerung der Zahl epileptischer Anfälle

ANGSTMINDERND

Behandlung von Stimmungsschwankungen

ANTIPSYCHOTISCH

Behandlung von Stimmungsschwankungen

LEICHT PSYCHOTROP

Freizeitkonsum

CANNABINOL (CBN)

BERUHIGEND

Behandlung von Schlaflosigkeit

LEICHT PSYCHOTROP

Freizeitkonsum

Lesen Sie dazu auch den Beitrag auf Seite 53.

FRAUENPOWER IN DER HANFBRANCHE

Studien zufolge sind Frauen in der Topetage von Cannabisunternehmen sehr stark vertreten. Fraglich ist nur, ob das so bleiben wird.

STANISLAS CAVALIER

Wir schreiben das Jahr 2005. Der Marihuana-Konsum ist in Kalifornien noch illegal. Doch um ihren Lebensstandard halten zu können, sieht sich Nancy Botwin (gespielt von Mary-Louise Parker) gezwungen, in den Cannabis-handel einzusteigen. Im Laufe der Jahre wird aus der Mittvierzigerin eine ausgesprochen erfolgreiche Geschäftsfrau, die grosses Geschick im Umgang mit «Gras» und mit Geld beweist. Wird der Plot der Serie «Weeds», die zwischen 2005 und 2012 im amerikanischen Fernsehen lief, jetzt unter legalen Rahmenbedingungen Realität?

Glaubt man der US-Zeitschrift «Newsweek», sieht es tatsächlich danach aus. In einem Artikel mit dem Titel «Wie Marihuana zur ersten milliarden-schweren Industrie werden könnte, die nicht von Männern dominiert wird» berichtet das Blatt, dieser neue Markt biete Frauen mehr Möglichkeiten als

andere Wirtschaftszweige. Noelle Skodzinski teilt diese Ansicht: «Eine neue und offene Branche, wie sie der Marihuanamarkt darstellt, bietet Frauen grosse Chancen», betont die Gründerin und Chefredakteurin der Zeitung «Cannabis Business Times». «Viele Frauen werden Inhaberinnen, CEO oder Topmanagerinnen. Es gibt keine Tradition einer patriarchalischen Hierarchie.»

Rosie Yagiolo beispielsweise gründete HempStaff, einen der grössten Produzenten von medizinischem Cannabis in den USA. Und einer im Oktober 2017 von New Frontier Data veröffentlichten Studie zufolge sind 30 Prozent der auf diesem Markt aktiven Unternehmen in den USA im Besitz von Frauen. «Unser Bericht beweist, dass diese Branche die Geschlechterbarrieren aufgebrochen hat», freut sich Giadha Aguirre de Carcer, CEO von New Frontier Data, in einer Pressemitteilung.

In einer anderen Studie, die von «Marijuana Business Daily» durchgeführt wurde, heisst es allerdings, der Anteil von Frauen, die eine leitende Position in Cannabisfirmen innehaben, sei zwischen 2015 und 2017 um 9 Prozent gesunken. Das lässt vermuten, dass mit der zunehmenden Professionalisierung des Sektors immer mehr Frauen aus den Organigrammen der Unternehmen verschwinden. «Ich glaube, dass sich mehr und mehr vermögende Anleger für das Cannabisgeschäft interessieren werden. Solange es sich bei diesen Anlegern um Männer handelt, werden auch die Führungspositionen immer weiter mit Männern besetzt werden», bedauert Noelle Skodzinski.

In Kanada, wo medizinisches Marihuana seit 2001 legal ist, hat diese Trendwende bereits stattgefunden. Laut den im März 2018 vom «Journal de Montréal» erhobenen Daten sind mindestens 77 Kanadier durch das Cannabisgeschäft zu Millionären geworden. Nur drei von ihnen sind Frauen. Es sieht also leider ganz so aus, als wäre Nancy Botwin nach wie vor eine Ausnahme. ▲



CANNABIS BLEIBT EINE DROGE

Vor allem für Jugendliche hat der Konsum schädliche Folgen.

BERTRAND BEAUTÉ

«Als Arzt war ich zu oft mit den Problemen des Drogenverkaufs auf dem Schwarzmarkt konfrontiert, um gegen die Legalisierung von Cannabis für den Freizeitkonsum zu sein.» Barbara Broers, leitende Ärztin der Suchtabteilung des Universitätsspitals Genf (HUG), gehört zu jenen Spezialistinnen und Spezialisten aus dem Gesundheitswesen, die das Entstehen eines legalen Cannabismarkts eher positiv sehen: «Das Verbot hat den Konsum nie verhindert und darüber hinaus einen von Gewalt geprägten Drogenhandel begünstigt», erklärt die Ärztin.

Doch wie steht es um die gesundheitlichen Folgen einer möglichen Legalisierung? «Alkohol und Tabak töten viel mehr Menschen als Marihuana», so Broers weiter. «Das Hauptproblem ist, dass es als Joint geraucht wird und daher die gleichen Krankheiten wie Tabak verursacht, insbesondere Krebs und chronisch obstruktive Lungenerkrankungen (COPD).» Der Cannabinoid-Spezialist Giovanni Marsicano teilt diese Ansicht: «Ich bin für die Legalisierung von Cannabis, weil das die Kriminalität eindämmen wird. Aber wir brauchen ein sehr strenges Gesetz mit einem Kompletterbot für Jugendliche und Autofahrer, denn Cannabis ist immer noch eine Droge mit vielen

schädlichen Auswirkungen.» In der Tat verändern sich Aufmerksamkeit, Reaktionszeit und Gedächtnisleistung infolge des Cannabiskonsums, was bei jungen Menschen besonders problematisch ist. Eine im Mai 2017 im «International Journal of Epidemiology» veröffentlichte Studie stellte verheerende Auswirkungen auf die schulischen Leistungen fest. So ist die Wahrscheinlichkeit, dass junge Menschen, die vor dem 17. Lebensjahr bereits Joints rauchen, nicht studieren werden, der Untersuchung zufolge 60 Prozent höher ist als bei Nichtrauchern. «Dies hängt wahrscheinlich mit den spezifischen Auswirkungen von Cannabis auf die Konzentration, das Gedächtnis und die Motivation junger Menschen zusammen», so die Autoren.

Überraschenderweise ist in den Vereinigten Staaten der Konsum bei Teenagern nach der Legalisierung von Cannabis um 12 Prozent zurückgegangen, wie eine Studie in mehreren Bundesstaaten ergeben hat. Die Entwicklung sei auf einen Rückgang des Schwarzmarktvolumens zurückzuführen. Tatsächlich hat die Eröffnung von legalen Geschäften für Erwachsene den illegalen Handel verringert, wodurch jungen Menschen wiederum der Zugang zu der Droge erschwert

wird. Bei Erwachsenen hingegen sind, abgesehen von Autounfällen und einem erhöhten Krebsrisiko, formal keine negativen Auswirkungen bekannt. «Cannabis sollte legalisiert werden, aber ohne dabei die Fehler zu wiederholen, die mit Alkohol und Tabak gemacht wurden», unterstreicht Barbara Broers. «Mit anderen Worten: Der Markt darf nicht vollständig dereguliert werden. Man braucht Altersgrenzen, ein Werbeverbot und strenge Kontrollen. In Colorado zum Beispiel sind die Behörden zu weit gegangen. Die kanadische Gesetzgebung erscheint mir vielversprechender, obwohl ich denke, dass das richtige Modell erst noch entworfen werden muss.»

Leider ist es nicht sicher, ob sich die Gesundheit gegenüber der Wirtschaft durchsetzen wird: «Weil Investoren Risiken eingehen und viel Geld in der legalen Cannabisindustrie zirkuliert, findet weltweit Lobbyarbeit statt, um die Gesetzgebung so freizügig wie möglich zu gestalten», sagt Christian Ben Lakhdar, Autor des Buchs «De l'intérêt de sortir le cannabis des réseaux criminels». Für ihn ist es daher keinesfalls undenkbar, dass sich ein rein kommerzielles Modell durchsetzen wird. ▲



CANNABIS BEFLÜGELT VIELE BRANCHEN

Von der Kosmetik- bis zur Lebensmittelindustrie: Die Legalisierung von Cannabis wird in vielen Sektoren zu grossen Veränderungen führen.

BERTRAND BEAUTÉ

Werden wir in den Supermarktregalen bald Corona-Bier finden, das mit Cannabis versetzt ist? Constellation Brands, der Vertreiber der berühmten Biermarke, denkt ernsthaft darüber nach. Im vergangenen Oktober erwarb das US-Unternehmen für umgerechnet 180 Mio. Franken eine 9,9-Prozent-Teiligung an Canadas führendem Hanfproduzenten Canopy Growth. Ziel sei es, «bei der Entwicklung und Vermarktung von Cannabisgetränken zusammenzuarbeiten», so Canopy-CEO Bruce Linton.

In der Tat ebnet die Legalisierung des Verkaufs von Cannabis als Genussmittel in mehreren Ländern (siehe Infografik S. 34) den Weg für die Entwicklung zahlreicher marihuanahaltiger Produkte. «Ich denke, dass es in mehreren Sektoren Bewegung geben wird», prognostiziert Christian Ben Lakhdar, Professor für Wirtschaftswissenschaften an der Universität Lille 2. «In den US-amerikanischen Bundesstaaten, in denen Cannabis bereits legal ist, wird es nicht nur in Form von getrockneten Blüten vermarktet werden, sondern auch

Coffeeshops beschränken sich nicht mehr auf den Verkauf von «Gras», sondern bieten inzwischen verschiedenste Produkte auf Cannabisbasis an.

in Produkte wie Getränke, Lebensmittel oder Cremes integriert sein.»

«Je mehr Länder Cannabis zulassen, desto mehr Unternehmen werden sich für dieses Geschäft interessieren»

Christian Ben Lakhdar, Professor für Wirtschaftswissenschaften an der Universität Lille 2

In Colorado, dem ersten Bundesstaat, der 2014 den Freizeitkonsum von Cannabis erlaubt hat, erhält man einen guten Eindruck von der Kreativität dieses aufstrebenden Markts. In den Ladenregalen stehen neben Säckchen mit grünem Gras auch zahlreiche Nebenprodukte wie Cannabis-Bonbons, Getränke, Kekse, Pralinen, Balsame, Schlafmittel oder Schmerztabletten. Bislang wurden diese Waren vor allem von kleinen lokalen Unternehmen wie Dixie entwickelt. Die Marke vermarktet in Colorado und Nevada Elixiere, Limonaden und Süssigkeiten. Doch ▶

durch die in Kanada erfolgte Legalisierung von Cannabis als Genussmittel dürfte sich diese Situation bald verändern, wie die Annäherung von Canopy und Constellation zeigt. «Je mehr Länder Cannabis zulassen, desto mehr multinationale Unternehmen werden sich für dieses Geschäft interessieren», resümiert Lakhdar.

Laut einer im Oktober 2016 veröffentlichten Deloitte-Studie beträgt das geschätzte jährliche Marktvolumen von Cannabis-Nebenprodukten in Kanada 14 Mrd. kanadische Dollar, während die Verkäufe von reinem Cannabis mit geschätzten 8 Mrd. kanadische Dollar nur gut halb so viel einbringen dürften.

«Marihuana wird zu einer gängigen Zutat werden, die man als gesundes Superfood präsentieren wird»

Sylvain Charlebois, Dekan des Fachbereichs Management, Dalhousie University in Halifax

Nach der Tabakindustrie werden als nächstes die Hersteller alkoholischer Getränke zur Tat schreiten, denn ihnen sind die mit der Vermarktung von Drogen verbundenen Auflagen wohlvertraut. Alexandre Ricard, CEO der Pernod-Ricard-Gruppe, macht im Übrigen auch gar kein Hehl aus seinem Interesse: «Wir beobachten dies sehr genau. Die ganze Branche beobachtet das sehr genau», sagte er im Februar in einem Interview mit Bloomberg TV.

Dieser vielversprechende Markt weckt auch den Appetit der Lebensmittelbranche. «Alle Unternehmen, die ich treffe, sind sehr daran interessiert, cannabisbasierte Lebensmittel zu entwickeln», berichtet Sylvain Charlebois, Dekan des Fachbereichs Management und Professor für Food Distribution and Policy an der Dalhousie University in Halifax. «Es

ist durchaus möglich, dass in zehn Jahren 5 bis 7 Prozent aller verkauften Lebensmittel, einschliesslich Fertiggerichte, Cannabis enthalten werden.» Marihuana, eine Mischung aus getrockneten, fein gehäckselten Blüten und Blättern der Hanfpflanze (Cannabis sativa), werde «zu einer gängigen Zutat werden, die man als gesundes Superfood präsentieren

wird», sagt Charlebois voraus. Ohne entsprechende Kontrollen kann diese Entwicklung jedoch auch zu gesundheitlichen Problemen führen. So ist die Zahl der Kinder, die nach versehentlichem Cannabiskonsum ins Krankenhaus eingeliefert wurden, in Colorado seit der Legalisierung als Genussmittel im Jahr 2014 um 150 Prozent angestiegen, wie aus einer



Ein Bier mit Hanfaroma. Die Produzenten alkoholischer Getränke interessieren sich verstärkt für den neuen Markt.

BSIP / NEWS.COM



WHOOP! & MAYA

Die Schauspielerin Whoopi Goldberg hat eine eigene Kosmetikprodukte-Linie auf Cannabisbasis lanciert.

im Juli 2017 in der Fachzeitschrift «JAMA Pediatrics» veröffentlichten Studie hervorgeht. In den schlimmsten Fällen mussten den Autoren zufolge bei Kleinkindern wegen Atemnot Intubationen vorgenommen werden. «In Colorado sind Cannabis-Gummibärchen schnell sehr beliebt geworden, was zu Unfällen mit Kindern geführt hat», erklärt Charlebois. «Aber Colorado hat seitdem die Vorschriften verschärft: So wurden Bonbons in Form von Figuren verboten, und von den Herstellern wird jetzt verlangt, dass sie kindersichere Spezialverpackungen entwickeln.»

Aufgrund der Erfahrungen aus Colorado hat sich Kanada entschieden, noch etwas zu warten. Essbare Marihuana-Produkte werden landesweit erst ein Jahr nach der Legalisierung von getrocknetem Cannabis, das heisst im Juli 2019, zugelassen. «Für Anleger ist die entscheidende Frage, wann sie investieren sollen», merkt Ben Lakhdar an. «Erst wenn die Genehmigung erfolgt ist oder schon früher? Denn es besteht das Risiko, dass die Gesetzgebung in Kanada letztlich restriktiver sein wird als erwartet. Aber auch, dass der globale Trend zur Legalisierung von Cannabis in immer mehr Ländern wieder abebbt.» Constellation Brands und Canopy Growth haben bereits angekündigt, dass sie den Verkauf ihrer Cannabisgetränke auf

jene Märkte beschränken werden, in denen sie landesweit genehmigt sind: Das schliesst die Vereinigten Staaten aus und verschiebt eine mögliche Markteinführung in Kanada auf Juli 2019. Charlebois ist sich jedoch sicher, dass diese Getränke ihren Weg in die kanadischen Läden finden werden, weil eine Genehmigung «unvermeidlich» geworden sei: «Viele Leute kaufen sich bereits Gras in getrockneter Form, um sich damit ihre eigenen Lebensmittel herzustellen. Das Problem ist jedoch, dass viele nicht wissen, wie man Marihuana kocht, weshalb es zu Vergiftungen kommt. Daher sind richtig dosierte,

vernünftig etikettierte Industrieprodukte die bessere Wahl.»

Im Kosmetikbereich scheinen die Gefahren geringer zu sein. Wegen seiner angeblich antioxidativen, entzündungshemmenden und schmerzlindernden Wirkung glauben viele Experten, dass Cannabis schon bald zu einem wichtigen Inhaltsstoff für Schönheits- und Fitnessprodukten werden wird. Auch die Schauspielerin Whoopi Goldberg ist davon überzeugt. Unter dem Namen «Whoopi and Maya» hat sie ihre eigene Pflegereihe lanciert, die cannabisbasierte Salben und Badezusätze beinhaltet. Damit gesellt sie sich zu Marken wie Crave Skincare und Cannabis Cosmetics, die bereits in diesem florierenden Markt aktiv sind.

«Die Freigabe von Cannabis betrifft viele Branchen. Tabak-, Alkohol oder Pharmakonzerne werden kanadische Produzenten aufkaufen», prophezeit Noel Atkinson, Analyst bei Clarus Securities. Allerdings könnte das anrühige Image der Droge einige Akteure bremsen. Ähnlich sieht das Sylvain Charlebois. Seiner Meinung nach wäre es für Unternehmen katastrophal, mit einem Vergiftungsfall in Verbindung gebracht zu werden. «Zudem stehen viele Verbraucher Cannabis nach wie vor skeptisch gegenüber.»



In Kalifornien können Kunden zwischen zahlreichen Produkten auf Marihuanabasis auswählen.

BSIP / NEWS.COM

BIOCAN, DAS SCHWEIZER SCHWERGEWICHT

Die Zulassung von Cannabis mit weniger als 1 Prozent THC-Gehalt bringt das Geschäft mächtig auf Trab. Die Zahl der Produzenten explodiert. Wir haben uns beim Marktführer Biocan umgesehen.

MARTINE BROCARD

In einem Dienstmädchenzimmer unter dem Dach eines traditionellen Zürcher Bauernhofes machen sich drei Frauen an kleinen Waagen zu schaffen. Mit ihren pollengeschwärzten Fingerspitzen wiegen sie getrocknete Cannabisblüten in Plastikschalen ab, um Portionen von je zehn Gramm abzupacken. Im nächsten Raum, der vom charakteristischen süsslichen Geruch der Pflanze erfüllt ist, tun weitere zehn Personen das gleiche. Ein illegaler Betrieb? Mitnichten. Wir befinden uns im Abpackraum von Biocan, dem führenden Anbieter von legalem Cannabis in der Schweiz.

Auch wenn das Produkt in Handarbeit verpackt wird und der Börsengang des KMU noch in weiter Ferne liegt, ist das Ergebnis alles andere als amateurhaft. «Fünfzehn Personen sind mit dieser Aufgabe betraut und bereiten täglich etwa 2'000 Beutel zu», sagt Firmenbesitzer Markus Walther, eine Zigarette in der Hand, in der zum Pausenraum umgestalteten Küche. Die burgunderfarbe-

nen 10-Gramm-Packungen mit der Aufschrift «C Pure» – die Marke von Biocan – werden für 39 bis 59 Franken pro Stück in den rund 5'000 Verkaufsstellen des Unternehmens, das heisst im Fachhandel sowie in den Denner-Filialen, verkauft.

Auf einer Fläche so gross wie 100 Fussballfelder sollen etwa 20 Tonnen Cannabis produziert werden

Diese Hanfblüten zum Selbstrollen, die mit Tabak gemischt oder pur geraucht werden, machen derzeit 90 Prozent des Umsatzes aus. Der Rest stammt aus dem Verkauf von Nahrungsergänzungsmitteln wie Cannabis-Kurkuma-Kapseln und Hanföl oder Cannabismöhlen.

SÜSS UND FRUCHTIG

Das in Ossingen ZH gegründete Unternehmen ist mit einem Marktanteil von rund 20 Prozent der grösste Akteur auf dem Schweizer Markt.

Aber Zahlen interessieren Markus Walther nicht besonders. Erst wenn er diese leuchtend grünen Prachtstücke auf den Tisch legt, beginnen seine blauen Augen so hell zu leuchten, wie der Schmuckstein, den er im Ohr trägt. «Das ist unsere Sorte, die Fedtonic», sagt er sichtlich stolz. «Sie ist sehr fruchtig und süss im Rauch und wird von unseren Kunden enorm geschätzt.»

Die Fedtonic, eine Kreuzung der europäischen respektive kanadischen Sorten «Fedora» und «Cannatonic», entstand in Walthers Gewächshäusern, die nur einen Steinwurf von der Kirche der 1'600-Seelen-Gemeinde entfernt liegen. «Wir haben Kreuzungen im Hinblick auf Geschmack, Ertrag, THC- und CBD-Gehalt (siehe Kasten S. 39) sowie die Anpassung an das Schweizer Klima vorgenommen», erklärt der Unternehmer, der in Winterthur zunächst eine Velokurier gründete, bevor er 1995 das Gut Ossingen kaufte, um dort Cannabis anzubauen. «Please close the door/ Bitte Türe ▶

In einem Lager in der Nähe von Bassersdorf ZH züchtet Biocan Cannabispflanzen unter UV-Lampen.

BioCan-CEO Dario Tobler untersucht junge Cannabistriebe.



LEGALISIERUNG VON CANNABIS IN DER SCHWEIZ: MEILENSTEINE

1951

Verbot von Cannabis

1995

Genehmigung des Cannabisaubaus, sofern nicht beabsichtigt wird, Drogen herzustellen. Es ist die hohe Zeit von Hanf-«Duftkissen», die zwar offiziell nicht zum Verzehr bestimmt sind, aber in Wirklichkeit natürlich doch in Rauch aufgehen.

2000

Das Bundesgericht setzt den THC-Gehalt von Cannabisprodukten auf maximal 0,3 Prozent fest. Die grossen Hanfplantagen verschwinden.

2008

Die Bevölkerung lehnt eine Volksinitiative zur Entkriminalisierung von Cannabis ab.

2011

Der Bundesrat beschliesst, dass Cannabisprodukte mit einem THC-Gehalt von unter 1 Prozent nicht mehr dem Betäubungsmittelgesetz unterliegen.

2016

Das Bundesamt für Gesundheit erkennt an, dass es sich bei dem von Biocan hergestellten Tabakersatz mit CBD um Schnitttabak im Sinne der Tabakverordnung handelt, der zu den gleichen Bedingungen wie Tabak verkauft werden kann. Dieser Präzedenzfall löst in der Schweiz einen regelrechten Cannabis-Boom aus.

2018

560 Erzeuger von legalem Cannabis sind bei der Eidgenössischen Zollverwaltung registriert.

schliessen», ist auf dem Schild zum Eingang eines Gewächshauses zu lesen. Die Mutterpflanzen dürfen nichts von dem kalten Winterwetter draussen mitbekommen. Drinnen helles Kunstlicht, eine leichte Brise, die von zahlreichen Ventilatoren erzeugt wird, und eine Temperatur von etwa 20 Grad. «Die Gewächse müssen sich wie im Frühling fühlen», betont Markus Walther. Zurzeit baut Biocan etwa 50'000 Pflanzen an, deren Spitzen ein- bis zweimal wöchentlich abgeschnitten und dann als Steckling neu gesetzt werden. Bevor die Jungpflanzen hinaus ins Freie dürfen, warten sie geduldig auf Rollwagen, wo sich in einem Erdballen Wurzeln entwickeln. «Drei Topfplatten mit je 77 Stecklingen auf jeder der fünf Ablagen des Wagens. Wie viele Pflanzen macht das insgesamt?», fragt er seinen ältesten Sohn, der durch die Gewächshäuser tobt.

DRUCK AUF DIE PREISE

Die Pflänzchen aus Ossingen werden später auf den Zürcher, Berner, Luzerner, Glarner, Schaffhausener und Tessiner Feldern des Unternehmens wachsen. «Seit der Markteinführung hat sich die Produktion jedes Jahr verfünffacht», freut sich Walther. Von zwei Hektar im Jahr 2016 stieg die Anbaufläche im vergangenen Jahr auf 16 Hektar. In diesem Jahr wird sie auf 70 Hektar Felder und 4,5 Hektar Gewächshäuser anwachsen. Auf dieser Fläche, so gross wie 100 Fussballfelder, sollen etwa 20 Tonnen Cannabis produziert werden. Eine enorme Menge.

Die Blüten sollen schon bald nicht mehr in Ossingen per Hand eingetütet werden, sondern mithilfe einer eigens dafür entwickelten Maschine in einer ehemaligen Druckerei in Thayngen SH, wo Biocan seit April 2017 seine Ernte abpackt. «Wir wollen unsere Prozesse mechanisieren, um die Personalkosten zu senken», sagt Finanzchef Hans Peter Kunz. «Um in den nächsten Jahren bestehen zu können, müssen wir Quantität, Qualität und niedrige Produktionskosten

in Einklang bringen.» Der Schweizer Cannabismarkt ist aufgrund des jüngsten Booms bereits stark gesättigt. Waren im Januar 2017 noch fünf Anbauer bei der Eidgenössischen Zollverwaltung registriert, so stieg die Zahl bis zum März 2018 auf stolze 560. Die Situation beunruhigt den ehemaligen Private Banker jedoch nicht im Geringsten. «Die Preise sind gesunken und werden weiter fallen, aber das liegt in unserem Interesse, denn wir sind die grössten Anbieter», verrät der Finanzchef auf der Fahrt nach Schaffhausen. «In diesem Jahr werden wir so viel ernten, dass wir Druck auf die Preise ausüben können. Die kleinen werden Mühe haben, sich über Wasser zu halten.»

«Die Mitarbeiter sind äusserst motiviert. Wir fühlen uns am Beginn einer neuen Ära nach Jahren der Prohibition»

Gerhard Reitberger, Mitarbeiter von Biocan

SAFE MIT SÜSSLICHEN DÜFTEN

Eine Druckerpresse verrät noch den ursprünglichen Verwendungszweck des Gebäudes im Industriegebiet Thayngen. Aber der Hanfgeruch lässt keinen Zweifel an seiner neuen Bestimmung. Da die Hauptsaison noch nicht begonnen hat, ist die rund 3'500 Quadratmeter grosse Fläche überwiegend leer. In einer Ecke sieht man feldbettähnliche Gestelle, die zum Trocknen der nächsten Ernte dienen werden. 2'000 Stück hat das Biocan-Team davon insgesamt gebaut. Hier und da warten auch Ventilatoren auf ihren Einsatz, die beim Verpacken für frische Luft sorgen sollen, ausserdem sieht man glockenförmige Hanfmöhlen, mit denen Blätter und Blüten voneinander getrennt werden. Letztere werden noch einmal genau unter die Lupe genommen, denn nur die schönsten Exemplare sind für den Verkauf bestimmt «Die Verbraucher sind sehr anspruchsvoll», erklärt Hans Peter Kunz. Ein Viertel der Blüten wird aussortiert und für die

LEGALES CANNABIS UND CBD

In der Schweiz darf nur Cannabis mit einem Gehalt von weniger als 1 Prozent THC (Tetrahydrocannabinol, die psychoaktive Substanz im Hanf) legal verkauft werden. Der Gehalt an CBD (Cannabidiol, ein nicht psychoaktiver Inhaltsstoff) ist nicht reguliert. Dieses Cannabinoid weckt derzeit wegen seiner potenziell antioxidativen, entzündungshemmenden und angstlösenden Eigenschaften grosses Interesse.

CBD-Extraktion verwendet. Diejenigen mit harmonischen Proportionen und Farben gehen in den «Bunker», wo sie in dicken Fünf-Kilo-Plastiksäcken gelagert werden.

Im vergangenen Herbst wurden in dieser Halle mit ihrem besonders intensiven Cannabisgeruch nicht weniger als fünf Tonnen «Gras» im Wert von mindestens 20 Mio. Franken gelagert. Sie ist natürlich, ebenso wie ein grosser Teil des Gebäudes, mit einer Alarmanlage gesichert. Auch die Felder werden in den zwei bis drei Wochen vor der Ernte überwacht. «Es gibt immer ein paar kleine Diebstähle, das lässt sich nicht verhindern», lächelt Hans Peter Kunz. Der 60-Jährige in Jeans und Lederjacke erkannte schnell, dass es in seiner neuen Branche nicht so streng zugeht wie in der Bankenwelt. «Die Leitung dieser Firma ist eine ziemliche Herausforderung», flachst er. «Die Beschäftigten mögen

den ganzen Papierkram überhaupt nicht. Ich versuche ihnen zu erklären, dass wir Berichte und Protokolle brauchen, aber darüber lachen sie nur. Das Ergebnis: Ich habe letztes Jahr mehr als 300 Überstunden gemacht!»

PHARMAMARKT IM VISIER

Das Unternehmen beschäftigt 25 festangestellte Mitarbeiter, 60 Zeitarbeiter und einige zusätzliche Arbeitskräfte für die Ernte. «Mehrere Menschen, die sich beruflich in einer schwierigen Situation befanden, haben bei uns Arbeit gefunden», fährt der Finanzchef fort. «Wir verlangen keine langen Lebensläufe.» Der gelernte Braumeister Gerhard Reitberger zum Beispiel verliess seine bayerische Heimat, um im Hanfanbau zu arbeiten, weil dieser «viel lukrativer als Bier» sei. Seit einem Jahr arbeitet er bei Biocan und findet die Atmosphäre sehr anregend. «Die Mitarbeiter sind äusserst motiviert. Wir fühlen uns am Beginn einer neuen Ära nach Jahren der Prohibition.» Barfuss in seinen Crocs zeigt er uns die Maschinen zum Rollen und Verpacken von Hanfzigaretten, ein neues Projekt, für das er verantwortlich ist. «Wir legen den Tabak hier rein, und die Zigarette kommt da raus.» Und das Cannabis? «Betriebsgeheimnis.»

Die Hanfzigaretten betrachtet Biocan eher als Ergänzung zum Basisangebot denn als neues Geschäftsfeld. In Cannabis als therapeutisches Produkt hingegen steckt die Firma grosse Hoffnungen. Denn obwohl es zusätzliche Arbeit erfordert, weil die Blüten sauberer sein müssen, besitzt dieses Cannabis entscheidende Vorteile, da es einen höheren Verkaufspreis erzielt und von der Tabaksteuer befreit ist. «Dieser Markt wurde in Deutschland gerade legalisiert und wird es vielleicht bald auch in der Schweiz», so Hans Peter Kunz. «Wir stellen uns vor, den schweizerischen und europäischen Markt zu beliefern, was bis zu 50 Prozent unseres Umsatzes ausmachen könnte.» Zwischen Thayngen und Ossingen wird es also auch in Zukunft nach Cannabis duften. ▲



Die Tütchen mit THC-armem Cannabis von Biocan werden unter der Marke «C-Pure» vertrieben.

CHRISTIAN BEUTLER / KEYSTONE

ZERTIFIKAT: DAS CANNABIS-PORTFOLIO

Das über die Swissquote-Plattform erhältliche Zertifikat umfasst die erfolgreichsten Firmen der Branche.

[SWISSQUOTE.COM/CANNABIS](https://www.swissquote.com/cannabis)

Welche Unternehmen haben auf dem boomenden Cannabismarkt die besten Aussichten? Wird man die zukünftigen Gewinner eher unter den Erzeugern, den Distributoren, den Pharmafirmen oder den Finanzdienstleistern finden?

Das an der Schweizer Börse (SIX) gehandelte Zertifikat von Swissquote liefert eine praktische Antwort auf diese Fragen und setzt keinerlei Expertenwissen auf dem Gebiet voraus. Denn das diversifizierte Portfolio beinhaltet ausschliesslich börsenkotierte Akteure der Cannabisindustrie mit hohem Renditepotenzial.

Das Zertifikat wird, wie unser Multi-Kryptowährungs-Zertifikat, von einem Algorithmus verwaltet (siehe S. 64). Anhand quantitativer und qualitativer Filter ermittelt dieser die vielversprechendsten Unternehmen. Ein Auswahlkriterium sind die Einkünfte der Firmen, die mehrheitlich aus dem Cannabishandel stammen müssen.

Angesichts der Volatilität der sich gerade erst entwickelnden Cannabisindustrie wird das Portfolio alle drei Monate automatisch umgeschichtet. So können Anleger ihre Risiken reduzieren und gleichzeitig von den Vorzügen dieses überaus aussichtsreichen Markts profitieren. ▲

ISIN: CH0372704327

SYMBOL: WEEDTQ

PROFIL DER AUSGEWÄHLTEN FIRMEN

- Marktkapitalisierung von mindestens 50 Mio. Dollar.
- Tägliches Handelsvolumen von 500'000 Dollar.
- Aktienkurs von mindestens 10 Cent.

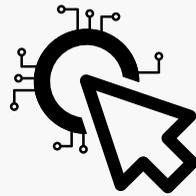
DIE VORTEILE VON CANNABIS-ZERTIFIKAT

- Breite Streuung
- Professionelle und aktive Verwaltung
- Transparenz
- Relativ geringe Kosten
- Tägliche Liquidität



HOW LONG IS FOREVER?

HYT
#HYTWATCHES



MIT EINEM KLICK ZUM KRYPTO-PORTFOLIO

Bequem und ohne Vorkenntnisse in Bitcoin, Ethereum oder Litecoin investieren, bei minimiertem Risiko und kontrollierter Volatilität? Kein Problem mit dem Produkt von Swissquote.

SWISSQUOTE.COM/CRYPTOS

Viele Anleger interessieren sich zwar für Kryptowährungen, haben aber keine Zeit oder Lust, sich selbst damit auseinanderzusetzen. Für sie hat Swissquote jetzt ein aktiv verwaltetes Multi-Kryptowährungszertifikat aufgelegt. Erläuterungen von Arnaud Masset, Marktanalyst der Trading-Abteilung.

Was genau ist das aktiv verwaltete Multi-Kryptowährungszertifikat von Swissquote?

Es handelt sich um ein Finanzprodukt, das sich aus vier Kryptowährungen zusammensetzt: Bitcoin, Bitcoin Cash, Ethereum und Litecoin. Ein von uns entwickelter Algorithmus verwaltet das Portfolio automatisch und stellt je nach Marktentwicklung eine optimale Diversifikation der Anlage sicher. Einmal pro Woche wird das Portfolio umgeschichtet. Dadurch soll das Risiko für die Anleger minimiert werden, indem sich die Wahrscheinlichkeit schwerer Verluste verringert. Der Algorithmus beruht auf Statistikmodellen und verwendet Verfahren aus dem maschinellen Lernen.

Wie kann man in das Zertifikat investieren?

Genauso einfach, wie man eine Unternehmensaktie kauft: über unsere Trading-Plattform. Man muss nicht extra ein neues Konto für Kryptowährungen eröffnen. Das Zertifikat ist in Dollar notiert, die Anlage erfolgt daher auch in dieser Währung.

An wen richtet sich das Produkt?

An alle, die in Kryptowährungen investieren möchten, aber nicht die Zeit, die Lust oder ausreichende Kenntnisse haben, um die Entwicklung ihres Portfolios tagtäglich zu verfolgen und ihre Anlage umzuschichten. Besonders diejenigen unserer Kunden, die bisher noch vor diesem Schritt zurückgeschreckt sind, dürften hiervon profitieren. Es ist übrigens das erste börsengehandelte Finanzinstrument, das eine Investition in mehrere Kryptowährungen ermöglicht.

Warum gehört der Ripple nicht zu den Währungen des Zertifikats?

Wir möchten nur in 100 Prozent dezentrale Kryptowährungen investieren

– das ist beim Ripple nicht der Fall. Im vergangenen November haben wir übrigens ein reines Bitcoin-Zertifikat lanciert, das auch über unsere Plattform erhältlich ist. Dabei handelt es sich ebenfalls um ein Zertifikat mit dynamischer Allokation. Je nach Marktlage werden zwischen 60 und 100 Prozent des Dollarwerts des Portfolios in Bitcoin investiert, der übrige Teil wird in Cash behalten.

Welche Gewinne verspricht eine Investition in dieses Produkt?

Angesichts der Volatilität des Markts für Kryptowährungen lassen sich mit Kryptowährungen aussergewöhnlich hohe Gewinne erzielen. Da Volatilität sich jedoch in beide Richtungen auswirkt, sind auch Verluste möglich. Der Vorteil unseres Algorithmus besteht darin, diese Risiken zu minimieren. ▴



ARNAUD MASSET
MARKTANALYST,
TRADING-ABTEILUNG

ISIN: CH0372704095 SYMBOL: SQCRTO

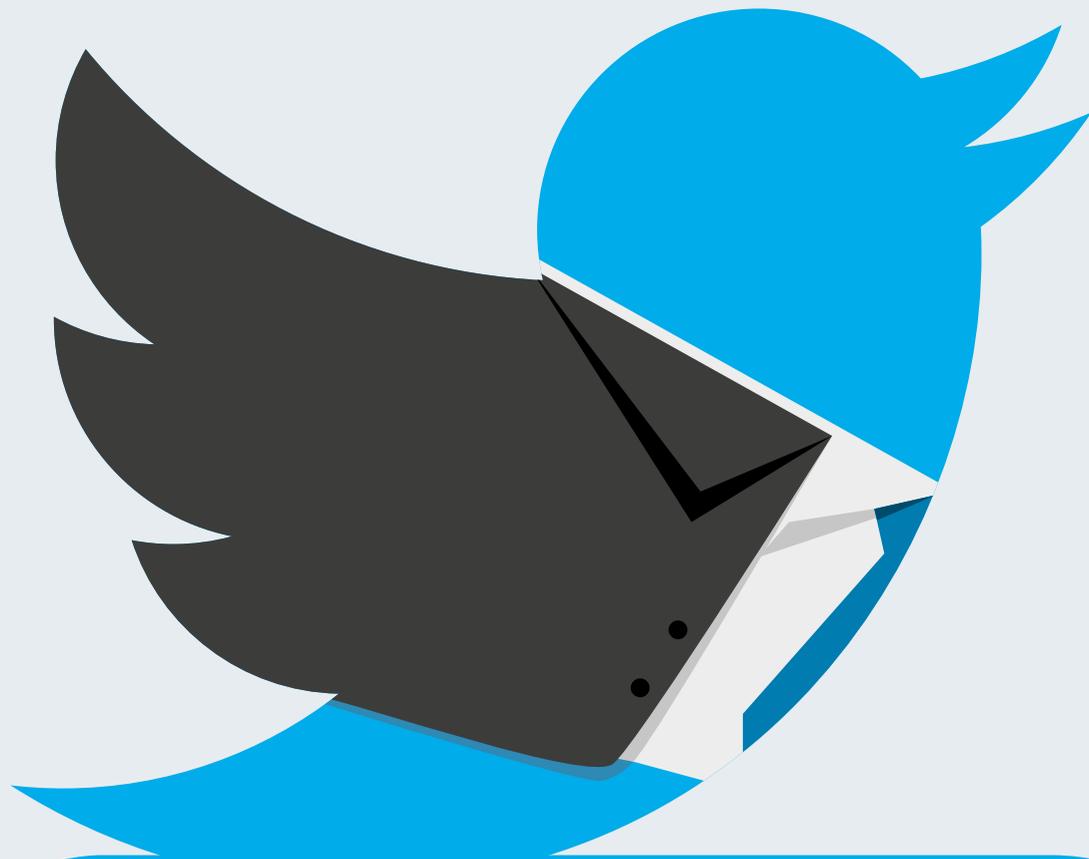
GLENMORANGIE

SINGLE MALT SCOTCH WHISKY



Grand Vintage Malt 1989

Als zweiter Jahrgang der exklusiven "Bond House No. 1" Kollektion (einer Reihe von „Vintage“-Whiskys für Liebhaber) erinnert Grand Vintage Malt 1989 an ein für die Destillerie bedeutsames Jahr.



Trader lieben Twitter

Eine Nachricht in dem sozialen Netzwerk kann in Rekordzeit zum Anstieg oder Einbruch von Aktienkursen führen. Für die Wall Street ist das ein ziemliches Ärgernis, für so manchen Investor dagegen ein echter Glücksfall.

SOPHIE GAITZSCH

An der Börse investieren, indem man die auf Twitter veröffentlichten Nachrichten durchkämmt? Die Idee mag albern klingen, wird aber von den Börsenakteuren sehr ernst genommen. Für manche ist Twitter mit seinen 330 Millionen Usern sogar zum neuen Empfehlungsparadies geworden. «Die sozialen Netzwerke haben einen enormen Einfluss auf die Märkte, weil sie die Menge der für die Öffentlichkeit zugänglichen Informationen vervielfachen», erklärt Tobias Schlager, Professor an der HEC Lausanne. «Und die Macht von Twitter ist besonders ausgeprägt, weil es stärker als Facebook auf der Veröffentlichung offizieller, zuverlässiger Informationen basiert.»

Mehrere Studien scheinen diese Annahme zu stützen. Forscher der University of California Riverside haben beispielsweise das Verhalten von 150 Unternehmen analysiert, die nach dem Zufallsprinzip aus dem US-Index S&P 500 ausgewählt wurden. Ihre Ergebnisse zeigen einen Zusammenhang zwischen der Anzahl der Tweets zu einem bestimmten Unternehmen und seinem Aktienkurs: Je zahlreicher und positiver die Nachrichten über ein Unternehmen, seine Manager oder seine Produkte sind, desto besser entwickelt sich auch der Titel.

Die Forscher entwickelten daraufhin ein mathematisches Modell, das sie

für ein fiktives Portfolio nutzten. Es übertraf die anderen, auf traditionellen Finanzanalysen basierenden Strategien um 11 Prozent.

Max Braun entwickelte einen Bot, der automatisch auf Tweets von Trump reagiert

Infolge dieser Erkenntnis werden nun die Twitter-Feeds von Unternehmen, Finanzinstituten und Rating-Agenturen eingehend studiert. Aber auch Analysten, Blogger, politische Persönlichkeiten und Prominente können den Kursanstieg oder -abfall einer Aktie beeinflussen – manchmal reicht es schon, dass jemand seine persönliche Meinung äussert. «Die Autorität oder der Einfluss des Absenders einer Nachricht ist oft wichtiger als die Relevanz des Inhalts», betont auch Tobias Schlager.

Das Musterbeispiel schlechthin ist das offizielle Twitter-Konto von Donald Trump (siehe S. 68). Im Januar 2017 zwitscherte der US-Präsident: «Unsere Pharmaindustrie ist eine Katastrophe.» Innerhalb weniger Minuten erlebten die Aktienkurse von Branchenakteuren wie Johnson & Johnson, Merck, Eli Lilly und Pfizer schwere Einbrüche, bevor sie sich in den Stunden und Tagen danach wieder erholten.

Obwohl derartige Tweets Unternehmen durchaus erschüttern können, scheinen ihre Auswirkungen nicht nachhaltig zu sein. Das «Wall Street Journal» überprüfte zwölf Firmen, die von Trump zwischen Februar 2016 und Februar 2017 ins Visier genommen worden waren, und kam zu dem Schluss, dass den starken Abwertungen in den meisten Fällen eine Erholung folgte.

Auf Grundlage dieser Dynamik entwickelte der Google-Ingenieur Max Braun einen Bot (ein Computerprogramm), der automatisch auf Nachrichten von Donald Trump reagiert. Wenn die Tweets des Präsidenten für ein Unternehmen positiv sind, gibt der Bot eine Kauforder auf, um von der Hausse zu profitieren. Sind sie negativ, tätigt er Leerverkäufe, um an den fallenden Aktienkursen zu verdienen. Infolge von 20 Tweets zwischen dem 6. Dezember 2016 und dem 30. Januar 2017 wuchs das fiktive Startkapital mithilfe des Bots von 100'000 auf 107'000 Dollar.

Doch ganz so leicht ist es dann doch nicht. Denn leider kann sich in manchen Fällen auch ein wohlwollender Tweet des US-Präsidenten als katastrophal für das jeweilige Unternehmen erweisen, wie die nicht börsennotierte Bekleidungsmarke L.L. Bean schmerzhaft erfahren musste. Von einem Tag auf den anderen entschlossen sich die Verbraucher, die Marke wegen 140 von Trump verfassten Zeichen zu boykottieren.



Donald J. Trump

@realDonaldTrump

Tweets

37'300

Follower

50,2 Millionen

EIN BRANDSTIFTER IM WEISSEN HAUS

Die Tweets des US-Präsidenten, der nicht zögert, Unternehmen direkt anzugreifen, haben manchmal verheerende Auswirkungen.

«Amazon muss seine tatsächlichen Kosten und Steuern bezahlen – und zwar sofort!» Anfang April hatte Donald Trump Amazon erneut über seinen Twitter-Account @realDonaldTrump, der mehr als 50 Millionen Follower hat, angegriffen. Daraufhin verlor die Aktie des E-Commerce-Riesen in zwei Tagen mehr als 24 Mrd. Dollar an Wert, bevor sie sich wieder erholte.

Diese Episode ist alles andere als ein Einzelfall: Seit seiner Wahl zum Präsidenten hat Donald Trump es bereits auf mehrere Unternehmen abgesehen. Im Januar 2017 verlor beispielsweise

Toyota innerhalb weniger Minuten 1,2 Mrd. Dollar nach einem Tweet, in dem Trump ein in Mexiko geplantes Werk, in dem Fahrzeuge für den US-Markt produziert werden sollen, mit einem «NO WAY!» sanktioniert hatte.

Im Dezember des Vorjahres hatte der US-Präsident bereits das Verteidigungsunternehmen Lockheed Martin angegriffen und ihm vorgeworfen, zu teuer für die amerikanische Regierung zu sein. Daraufhin war der Kurs der Konzernaktie um 5,4 Prozent gesunken. Boeing und Apple wurden ebenfalls bereits zur Zielscheibe von präsidentialen Tweets.

DIE FALSCHEN TWEETS VON JAMES ALAN CRAIG

Wenn Betrüger die Macht von Twitter missbrauchen.

An unbegründeten Gerüchten und Unwahrheiten herrscht in den sozialen Netzwerken kein Mangel. Im Januar 2013 meldete zum Beispiel der schottische Trader James Alan Craig über falsche Twitter-Accounts, gegen die US-Unternehmen Audience und Sarepta Therapeutics liefen Ermittlungsverfahren. Daraufhin sanken die Kurse ihrer Aktien um 28 respektive 16 Prozent. Craig erwarb die abgewertete Aktie in der Hoffnung, sie nach einem erneuten Kursanstieg wieder verkaufen zu

können. Die US-Börsenaufsicht (SEC) deckte den Fall schliesslich auf. James Alan Craig wurde in Schottland verhaftet, im Juni 2017 leitete das FBI ein Auslieferungsverfahren ein. In den USA drohen Craig nun eine Gefängnisstrafe von 25 Jahren sowie eine Geldbusse von 250'000 Dollar. Die Aktien von Audience und Sarepta Therapeutics haben inzwischen wieder ihren normalen Kursstand erreicht, aber die falschen Tweets kosteten beide Unternehmen laut US-Justizministerium 1,6 Mio. Dollar.



James Alan Craig

Account gelöscht



Carl Icahn

@CarlIcahn

Tweets

341

Follower

350'000

CARL ICAHN TREIBT APPLE AN

Zwei Tweets des Finanziers sind 17 Mrd. Dollar wert.

Carl Icahn ist ziemlich selten auf Twitter aktiv. Er hat dort knapp 350'000 Follower. Aber ein einziger Tweet des US-Geschäftsmanns und Investors kann eine beeindruckende Wirkung haben. Im August 2013 verkündete Icahn über das soziale Netzwerk, dass er eine wichtige Beteiligung an Apple

übernommen habe. Dabei betonte er: «Wir glauben, dass das Unternehmen stark unterbewertet ist.» Wenige Minuten später erwähnte er in einer zweiten Nachricht ein «angenehmes Gespräch» mit Tim Cook, dem CEO von Apple. Die Aktie stieg um 4 Prozent, ein Gewinn von 17 Mrd. Dollar.



Kylie Jenner

@KylieJenner

Tweets

12'500 K

Follower

25 Millionen

DAS STARLET UND DAS START-UP

Kylie Jenner kritisiert Snapchat, was die Aktie um 8 Prozent einbrechen lässt.

Sie ist ein Star im amerikanischen Reality-TV und in den sozialen Medien, ausserdem Model und Geschäftsfrau: Kylie Jenner, die 20-jährige Halbschwester von Kim Kardashian, demonstrierte Mitte Februar ihren immensen Einfluss. Auf ihrem Twitter-Account mit 25 Millionen Followern schrieb sie, dass sie den Instant-Messaging-Dienst Snapchat nicht mehr benutze. Daraufhin brach die Aktie der Muttergesellschaft Snap um 8 Prozent ein. Sie schloss den Tag an der New York Stock Exchange mit einem

Rückgang von 6 Prozent ab – eine Wertminderung von 1,3 Mrd. Dollar. Der Grund für die Abneigung des Stars mit mehr als 100 Millionen Instagram-Anhängern war eine Überarbeitung des Designs von Snapchat, die auch vielen Nutzern nicht sonderlich gefiel. Die Analysten relativieren jedoch den Einfluss von Kylie Jenners Tweet und weisen auf die extreme Volatilität der Aktie hin: Anfang Februar legte der Titel um fast 50 Prozent zu, nachdem er die Erwartungen der Anleger leicht übertroffen hatte.

BERNIE, HILLARY UND DIE PHARMAKONZERNE

Angriffe der Politiker treiben Kurse von Arzneimittelfirmen in den Keller.

Ende 2016 prangerte der damalige demokratische Präsidentschaftskandidat Bernie Sanders in einem Tweet die «Gier» der Pharmakonzerne an und zeigte mit dem Finger insbesondere auf Ariad, dessen Leukämiebehandlung 199'000 Dollar pro Jahr kostet. Die Aktie der US-Unternehmensgruppe sank daraufhin um 15 Prozent. Wenige Monate zuvor hatte

eine ähnliche Nachricht von Hillary Clinton die Aktie des amerikanischen Pharmaunternehmens Mylan in den Keller getrieben (minus 5 Prozent). Bereits 2015 hatte die Präsidentschaftskandidatin für grosse Turbulenzen bei Biotech-Aktien gesorgt, als sie über Twitter versprach, einen Plan gegen die «skandalösen» Preise von Spezialmedikamenten vorzulegen.



Hillary Clinton

@HillaryClinton

Tweets

10,100

Follower

22,1 Millionen

DIE MACHT VON OPRAH WINFREY

Wenn die Moderatorin und Produzentin über ihre verlorenen Pfunde twittert, setzt die Aktie von Weight Watchers zum Höhenflug an.



Oprah Winfrey

@Oprah

Tweets

12'400

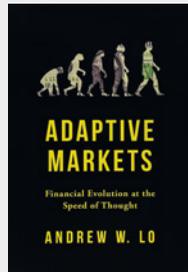
Follower

42,1 Millionen

Im Januar 2016 verkündete TV-Star Oprah Winfrey auf ihrem Twitter-Feed, dass sie dank des Schlankheitsprogramms von Weight Watchers zwölf Kilo abgenommen habe, obwohl sie weiterhin Brot esse. Daraufhin stieg die Aktie des US-Konzerns um 20 Prozent. Ein Jahr später das gleiche Szenario: ein Tweet über achtzehn verlorene Kilo, und schon legte die Aktie um 20 Prozent zu. Seit die beliebte Moderatorin die Diät von Weight Watchers röhmt, erlebt das Unternehmen eine beeindruckende Renaissance an der Börse. Zwischen Februar 2016 und Februar 2018 ver-

sechsfachte sich der Aktienkurs. Zu den ersten Investoren, die von diesem Boom profitierten, gehört – Oprah Winfrey selbst. Im Juni 2015 hatte sie 10 Prozent des Gesellschaftskapitals erworben, für 43 Millionen Dollar. Eine Investition, die im November 2017 bereits mehr als 300 Mio. Dollar wert gewesen sein soll. Ähnlich verhielt es sich mit einem Tweet Winfreys aus dem Jahr 2013, der der Aktie des französischen Hausgeräteherstellers Seb zu einem Höhenflug verhalf. Winfrey lobte damals eine Heissluftfritteuse, über die sie schrieb, sie hätte «ihr Leben verändert».

LESEN, HERUNTERLADEN

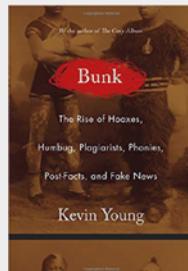


Ab 55.-

ADAPTIVE MARKETS FINANCIAL EVOLUTION AT THE SPEED OF THOUGHT

Andrew W. Lo
(Princeton University Press, 2017)

Sind die Märkte rational und effizient oder unterliegen sie im Gegenteil den Launen und dem irrationalen Verhalten ihrer Akteure? Das Buch des MIT-Professors Andrew W. Lo erhebt zwar nicht den Anspruch, diese alte Frage zu beantworten, eröffnet mit seiner Theorie der «Adaptive Markets» aber einen neuen Blickwinkel auf das Thema. Vernunft und Emotionen schliessen sich nach Meinung des Finanzmarktexperten nicht aus, sondern ergänzen sich und beeinflussen das Verhalten der Marktteilnehmer zu gleichen Teilen.



Ab 40.-

BUNK THE RISE OF HOAXES, HUMBUG, PLAGIARISTS, PHONIES, POST- FACTS, AND FAKE NEWS

Kevin Young
(Graywolf Press, 2017)

Das Phänomen der Fake News ist so alltäglich wie die Menschheit. In BUNK beschäftigt sich der amerikanische Lyriker Kevin Young mit der Rolle von Falschmeldungen, Lügen und Gerüchten in der Geschichte der USA. Ein spannender Bericht über Ammenmärchen, die sich zum Teil ebenso schnell verbreiteten, wie sie wieder in Vergessenheit gerieten. Etwa die Geschichte von Joice Heth, einer schwarzen Sklavin, die in den 1830er Jahren im ganzen Land zur Schau gestellt wurde und von der man behauptete, sie sei 100 Jahre zuvor das Kindermädchen von George Washington gewesen. Das Buch wirft auch die Frage auf, welche Verantwortung die Öffentlichkeit trägt, die sich derartige Lügenmärchen bereitwillig auftischen lässt.



Gratis
App Store,
Google Play

VIVINO

WEIN AUF EINEN KLICK

Es genügt, eine beliebige Flasche einzuscannen, und schon liefert die Vivino-App eine Fülle von Informationen: Jahrgang, Produzent, Rebsorte, Preis und sogar die Bewertungen anderer Nutzer. Die Suchergebnisse können gespeichert und später wieder abgerufen werden. Zudem werden anhand vordefinierter Kriterien verschiedene Jahrgänge des jeweiligen Weins vorgeschlagen. Das alles über eine sehr benutzerfreundliche Oberfläche.



Gratis
App Store,
Google Play

SNAPCALC

MATHE FÜR NULLEN

SnapCalc ist eine App, die man in der Schulzeit gerne gehabt hätte: Der optimierte Taschenrechner verfügt über eine beeindruckende Schrifterkennungsfunktion und löst nicht nur handgeschriebene Gleichungen, sondern beschreibt sogar den Lösungsweg. Mathe-Fans werden sich zudem über die vielfältigen Grafiken und Statistiken freuen. Praktisch und pädagogisch zugleich!



Gratis
App Store,
Google Play

SWISS BANKNOTES

NOTENCHECKER

Mit der Augmented-Reality-App der Schweizerischen Nationalbank kann man die neuen Schweizer Banknoten auf Echtheit überprüfen. Richtet man die Kamera seines Smartphones auf einen Geldschein, werden verschiedene 3D-Motive auf dem Bildschirm angezeigt: bei 50-Franken-Noten die fliegenden Samen einer Pustelblume, bei 10-Franken-Scheinen Uhrenmotive und bei 20-Franken-Noten Sternbilder.



Gratis
Google Play

HAVEN: KEEP WATCH

SPIONAGEABWEHR

Die unter der Schirmherrschaft von Edward Snowden entwickelte Haven-App verwandelt Smartphones in Wanzen, die mithilfe eingebauter Mikrofone, Licht- und Bewegungssensoren sowie Kameras alle Veränderungen in der unmittelbaren Umgebung erkennen und aufzeichnen. Ein Traum für alle Paranoiker, die überall Spione und Diebe am Werk sehen.

#WEAREINPUGLIA



PUGLIA, FEELING AT HOME EMBRACED BY HISTORY

Credits: Courtesy of Polo Museale della Puglia. Special thanks to the Foggia - Gargano Vespa Club.



CASTEL DEL MONTE - UNESCO WORLD HERITAGE SITE - ANDRIA

Travel across the land of
Frederick II Hohenstaufen
amazed by new adventures



Unexpected Italy
WEAREINPUGLIA.IT
Fly to **BARI** and **BRINDISI**



UNIONE EUROPEA
PER FEELING 2014-2020
Azer 19-202014



REGIONE PUGLIA
AGENZIA REGIONALE DEL TURISMO



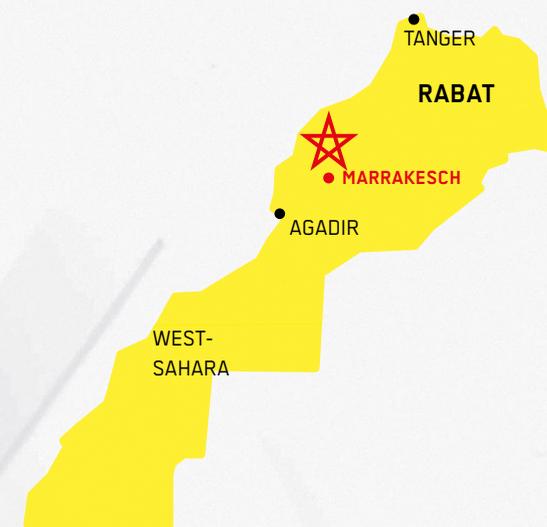
PROMOZIONE

REISE

Marrakesch: Geniessen wie die Könige

In Marokko sind Wellness-Rituale mehr als nur Schönheitsanwendungen. Sie stehen für orientalische Lebenskunst: Wer den Körper pflegt, verwöhnt auch den Geist. Also auf nach Marrakesch zum Energietanken!

SALOMÉ KINER



Tiefe Einblicke: der Riad (traditionelles marokkanisches Haus) Inaka in Marrakesch

Trinken



Die Saftpresser, die sich auf dem Djemaa el-Fna aneinanderreihen, ziehen alle Register, um die Aufmerksamkeit der Passanten zu erhaschen. Ein Spektakel, das man in aller Ruhe geniessen sollte, bevor man sich in das Gedränge der Souks auf Schnäppchenjagd begibt. Orangen, Pampelmusen, Äpfel, Karotten, Ingwer, Granatäpfel – die Stände sind wahre Vitaminbomben. Achten Sie allerdings darauf, dass die Früchte frisch gepresst werden. Auf Eiswürfel sollte man verzichten, wie auf Leitungswasser allgemein. Alternativ können Sie Ihren Saft auch mit einem feinen Gebäckstück im Café des Epices geniessen, das den Platz dominiert. Hier hat man die Gelegenheit, die bunten Kreuzkümmel-, Muskat- oder Safranhügel der unzähligen Gewürzhändler zu bestaunen, die auf dem früheren Sklavenmarkt stehen, der heute eine Art Freiluftapotheke ist.

+++

Café des Epices
www.cafedesepices.net



Auf dem Djemaa el-Fna, dem zentralen Platz der Medina von Marrakesch, sind Wasserverkäufer, Schlangenbeschwörer und natürlich die legendären Saftwagen zu sehen.

16/9/CLUE

Essen (und kochen)



Die marokkanische Küche gilt als ausgesprochen gesund. Ihre Rezepte auf der Basis von Olivenöl und frischem Gemüse werden in aller Welt nachgekocht. Die Tajines des Restaurants Al Fassia im gleichnamigen Hotel sollen die besten in ganz Marrakesch sein. Das Gericht, das über mehrere Stunden schmoren muss, ist beispielhaft für das Geheimnis der marokkanischen Schönheit: Geduld. Im Riad Monceau werden Klassiker der orientalischen Esskultur neu interpretiert. Ganz besondere Aufmerksamkeit verdient die Weinkarte, denn das Restaurant arbeitet mit einem der besten Weingüter des Landes zusammen. Der

einzige Nachteil an dieser köstlichen Küche ist ihr Suchtpotenzial. Es fällt schwer, nicht ununterbrochen an die butterzarten Gerichte und feinen Gewürze zu denken. Das ist wahrscheinlich auch der Grund für den Erfolg der Kurse, die in der Maison Arabe angeboten werden. Nach nur einem halben Tag gehen die Teilnehmenden mit zwei Rezepten ihrer Wahl (Vorspeise/Hauptgericht oder Hauptgericht/Dessert) nach Hause, die ihnen eine Dada (eine traditionelle marokkanische Köchin) oder ein Küchenchef aus dem Ort beigebracht haben. Auch Tarik Harabida teilt die Geheimnisse seiner Kochkunst bereitwillig mit Besuchern. Am liebsten

in seinem Gemüsegarten, wo er auf jeden Schritt von der Erzeugung bis zum fertigen Gericht eingeht.

+++

Restaurant Al Fassia
www.alfassia.com

Le Riad Monceau
www.riad-monceau.com

La Maison Arabe
www.lamaisonarabe.com

Atelier Chef Tarik
www.atelier-chef-tarik.com

Wellness



Ausgeruht und gesättigt ist der Körper bereit für die nächste Etappe im Royal Mansour, einem Luxushotel par excellence. «Wir sind ein Aushängeschild der marokkanischen Wohlfühl-Kunst und wollen unsere Kunden mit dem besten verwöhnen, was das Königreich zu bieten hat», erklärt Stella de Bagneux, die Leiterin des Spa. Dass dies kein leeres Versprechen ist, merkt man schon beim Betreten des Hauses, das seine Besucher mit einem prachtvollen Zitrusgarten und einem Atrium begrüsst, dessen Ma-

schrabiyya das Sonnenlicht einfängt. Das Wellness-Angebot ist überwältigend. Ein Muss ist das Hammam mit rosafarbenem Marmor. Hier wird man gepeelt, massiert und mit Naturbalsamen eingerieben. Drei verschiedene Arten von Anwendungen gibt es, die allesamt auf traditionellen Rezepten aus besonders fruchtbaren Regionen beruhen: energiespendende auf Basis von Lavendel und Königsbasilikum, verwöhnende mit Safran und Orangenblütenhonig sowie beruhigende auf Rosenknochenbasis. Die Naturprodukte werden vor den Augen des

Kunden verarbeitet. Man verlässt das Spa in einem tiefenentspannten Zustand, der sich bei einem Besuch der farbenfrohen Welt von Yves Saint Laurent verlängern lässt, dem in Marrakesch ein eigenes Museum gewidmet ist.

+++

Spa Royal Mansour
162 Franken für das klassische Hammam
www.royalmansour.com/fr/le-spa

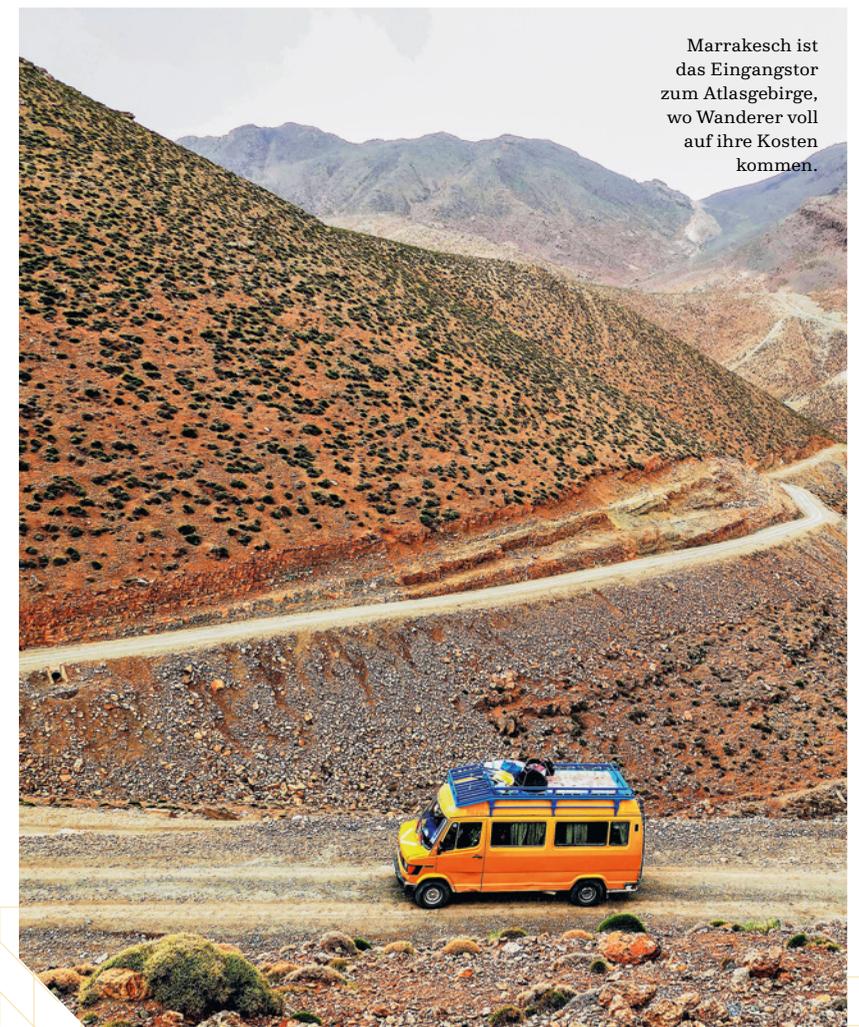
Ausflug ins Grüne



35 Kilometer von Marrakesch entfernt, am Rande einer Strasse, die geradezu in die Berghänge der Atlaskette zu führen scheint, versteckt sich ein Fleckchen Paradies: der Bio-Aromagarten im Ourika-Tal. Dahinter steckt die originelle Idee, der Welt die Kraft einiger der rund 4'200 Heilkräuter zu zeigen, die es in Marokko gibt. Der Besuch des ganzjährig geöffneten Lerngartens, der das Bewusstsein für Umweltschutz und die fragile Artenvielfalt stärken soll, ist kostenfrei und eine Reise für sich. Man streift an vielen Beeten vorbei, deren Formen an Destillierkolben erinnern, lässt sich die herrlichen Düfte um die Nase wehen oder geht unter einem Berberzelt eine Kleinigkeit essen. Ausserdem im Angebot: Fussbäder mit ätherischem Bitterorangenöl, Berber-Beautyanwendungen, Einführungen in die Henna-Kunst, Argan-Workshops, in denen die Schritte zur Gewinnung des heiligen Öls vorgestellt werden, Kochkurse sowie eine Einführung in traditionelles Brotbacken. ▲

+++

Jardin bio-aromatique de l'Ourika
www.jardin-bioaromatique-ourika.com



Marrakesch ist das Eingangstor zum Atlasgebirge, wo Wanderer voll auf ihre Kosten kommen.

ANTONIO MARIN SEGOVIA



AUTO

HIGHTECH-DINOS

DIE EVOLUTION GEHT MANCHMAL VERSCHLUNGENE WEGE

PHILIPP MUELLER

MERCEDES-BENZ G500: DER ALLRAD-MUTANT



MOTOR: 4-LITER-V8-BITURBO
LEISTUNG: 422 PS/5'500 U/MIN
0-100 KM/H: 5,9 SEK.
GRUNDPREIS: CHF 136'800.-

Die G-Klasse gehört zu den wenigen Dinosauriern der Automobilwelt. Der rustikale Zwilling des berühmten Magna-Steyr Puch der Schweizer Troupiers hat sich in den vergangenen vier Jahrzehnten in eine luxuriöse und extrem leistungsstarke Karosserie verwandelt. 2018 präsentiert sich der Tyrannosaurus Benz geradezu als Spitzenprädatoren: schneller und zugleich besser zu bändigen. Lassen Sie sich von den kaum veränderten monumentalen Formen, den

flachen Scheiben und sichtbaren Scharnieren nicht täuschen: Der neue G wartet mit modernster Technologie auf. Die Einzelradaufhängung vorne, die Dämpferregelung, der permanente Allradantrieb und das butterweiche Neungang-Automatikgetriebe sorgen für pures Fahrvergnügen. Zugleich bewahren die Untersetzung, drei Differenzialsperren sowie 24,1 Zentimeter Bodenhöhe das Offroad-Erbe früherer Generationen. Und da der Koloss ordentlich abgespeckt hat (aber immer noch 2,4 Tonnen wiegt), wirkt der kombinierte Verbrauch von 12,1 Litern auf 100 Kilometern fast schon sparsam. Oder zumindest weniger verschwenderisch

als die 39-seitige Liste mit Extras, inklusive Multikontursitzen mit acht Massageprogrammen. Ein Traum nach holprigen Geländefahrten!

Worauf es Mercedes ankommt, zeigt sich schon darin, dass die Anhängerkupplung im Preis inbegriffen ist, der Tuner DAB+ aber nicht. Abenteuerer mit leichter Geek-Tendenz kommen ebenfalls im neuen G mit seiner riesigen digitalen Instrumententafel auf ihre Kosten. Gleich neben dem Armaturenbrett befindet sich ein Haltegriff, ganz so, als wolle er das widersprüchliche Wesen und die grosse Vielseitigkeit eines der letzten echten Geländewagen im Automobiluniversum betonen. ▲



JEEP WRANGLER: UNERSCHÜTTERLICH

Den typischsten aller Geländewagen gibt es in Kurz- oder Langausführung. Zu den «inneren Werten» gehören sparsamere neue Motoren: 2-Liter-Turbobenziner als Mikrohybrid mit 270 PS und 2,2-Liter-Turbodiesel mit 200 PS.

Ab Oktober, ca. 55'000.- (Diesel).



LAND ROVER DEFENDER: SONDEREDITION ZUM 70. RTSTAG

Bis der für 2019 angekündigte Nachfolger herauskommt, gibt der rustikale Brite ein Zwischenspiel in Form einer auf 150 Fahrzeuge limitierten Sonderreihe mit einem einzigartigen 5-Liter-V8-Motor mit 405 PS. Ein Sammlerstück mit kostspieligen Details.

Mit 90 Zentimetern Radstand ab GBP 150'000.



HUUS Gstaad
 Schönriedstrasse 74
 3792 Saanen • Gstaad
 +41 33 748 04 04
 www.huusgstaad.com
 welcome@huusgstaad.com

46°29'35.8"N 7°16'01.9"E

Must-see!

HUUS ist weit mehr als «nur» ein Hotel –
 HUUS ist eine eigene Destination.
 Natürlich willkommen im wunderschönen Gstaad-Saenenland!



BOUTIQUE



SCHICKES E-BIKE

Ein Motorrad? Nein, ein futuristisches E-Bike der italienischen Firma Società Piemontaise Automobile (SPA). Das 24 Kilogramm schwere Velo, dessen Rahmen und Gabel aus Carbon sind, besitzt einen 500-Watt-Motor, der nach fünfstündiger Ladezeit Spitzengeschwindigkeiten von 45 Stundenkilometern ermöglicht und eine Reichweite von bis zu 50 Kilometern hat. Besondere Erwähnung verdient der Transportbehälter, dessen Design an die Räder der Café-Racer-Bewegung erinnert.

www.spabicicletto.com
Ab 10'600.-

E-ROLLER FÜR DEN GOLFPLATZ

Der klassische Golf-Trolley hat ausgedient. Der Rolleygolf ist Caddy und Elektroroller in einem und lässt sich je nach Bedarf auf dem Green, aber auch ausserhalb einsetzen: ob zu Fuss, fahrend oder auf Reisen (er ist zusammenklappbar). Die neueste Ausführung besitzt ein ultraleichtes Aluminiumgestell und eine verstellbare Teleskop-Lenksäule. Das i-Tüpfelchen ist der Motor, der sich auch per Smartphone steuern lässt. Richard Branson würde ihn lieben.

www.rolleygolf.com
Ab 9'300.-



BIWAK FÜR BIKER

Spontan überall campen – das geht ganz leicht mit dem in der Schweiz handgefertigten Biwak der Marke Exposed, das sich am Motorrad befestigen lässt. Die wasserdichte, reissfeste Behelfsunterkunft ist in wenigen Minuten aufgebaut. Zusammengefaltet ist das Biwak mit 15 Zentimetern Durchmesser und 45 Zentimetern Länge äusserst kompakt. Ein originelles und neues Konzept für alle Freerider, die am liebsten unterm Sternenzelt schlafen.

www.stayexposed.com
450.-



KABELLOSE GAMING-TASTATUR

Lange haben Gamer darauf gewartet, nun ist es endlich so weit. Der renommierte deutsche Hardwarehersteller Corsair hat eine blitzschnelle Wireless-Version seiner mechanischen Tastatur K63 lanciert. Optional kann ein spezielles «Lapboard» mit Mauspad erworben werden, auf dem die Tastatur aufliegt. Das ultimative Zubehör für alle, die von der Couch aus zocken wollen.

www.corsair.com
Ab 138.-



SPIONSCHUHE

«Secret Shoe» lautet der Name dieses originellen Derbys aus dem Hause des britischen Schuhmachers Oliver Sweeney. Die eleganten Massanfertigungen aus pflanzegegerbtem schotischem Rothirschleder besitzen ein Geheimfach in der Sohle, in der drei Gadgets untergebracht werden können. Zu den zwölf Gegenständen, die zur Auswahl stehen, gehören ein Natel im XS-Format, eine Taschenlampe, ein Kugelschreiber, eine Mini-Kamera, ein Navigationsgerät, ein USB-Stick, ein Schweizer Taschenmesser und ein Kompass.

www.oliversweeney.com
2'600.-



DROHNE IM TASCHENFORMAT

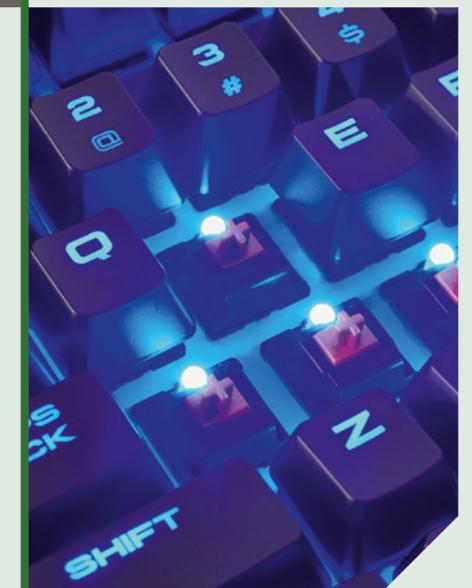
Mit federleichten 430 Gramm und einklappbaren Propellern ist die Mavic Air die kompakteste Drohne der Marke DJI. Sie passt perfekt ins Reisegepäck. Trotz ihres Fliegengewichts können sich die Flugeigenschaften der Drohne sehen lassen: Sie hält Windgeschwindigkeiten von bis zu 36 Stundenkilometern stand und erreicht eine maximale Flughöhe von 5'000 Metern. Die integrierte 4K-Kamera kann automatische Foto- und Videoaufnahmen tätigen.

www.dji.com
980.-

FÜR DEPECHE-MODE-FANS

Zu Ehren der 55 Singles der englischen Band Depeche Mode hat Hublot 55 Uhren für die Sonderedition «Big Bang» designt. Jedes der Unikate wird in einem Rimowa-Koffer aus schwarz eloxiertem Alu mit der jeweiligen Schallplatte und einem JP-08-Synthesizer der Marke Roland geliefert. Mit den Erlösen wird die Wohltätigkeitsorganisation Charity: Water unterstützt, die Menschen in Entwicklungsländern den Zugang zu Trinkwasser ermöglicht.

www.hublot.com
29'900.-



ICH HAB'S GETESTET

KOPFHÖRER, DIE 40 SPRACHEN SPRECHEN

DANIEL SCHNEIDER

Google hat in den USA unlängst die ersten intelligenten Kopfhörer auf den Markt gebracht. Wunder der Technik! Swissquote Magazine hat die integrierte Sofortübersetzungsfunktion getestet.

Ein kleiner Druck mit dem Zeigefinger auf den rechten Ohrhörer genügt, und der Taschendolmetscher schaltet sich ein. Ich frage ihn, wo ich Zugbillet kaufen kann. «Where can I buy train tickets?», tönt es aus meinem Handy. Meine Gesprächspartnerin guckt verblüfft, sie weiss nicht, ob sie mit mir, meiner App oder meinen Kopfhörern sprechen soll. Also halte ihr das Natel hin.

Was sie mir auf Englisch antwortet, wird mir anschliessend sofort auf Deutsch ins Ohr übersetzt. Zauberei! Die Pixel Buds von Google können in 40 Sprachen übersetzen. Die Funktion ist natürlich noch verbesserungswürdig. Doch für einfache Gespräche mit kurzen Sätzen funktioniert die Sache in einer ruhigen Umgebung schon ziemlich beeindruckend. Als Google die Kopfhörer der Öffentlichkeit vorstellte, war die Sofortübersetzungsfunktion auch das Marketingargument Nummer eins gegenüber den AirPods von Apple.

Wir haben Chinesisch, Russisch, Italienisch, Koreanisch, Französisch und Deutsch getestet. Nach einer anfänglichen Eingewöhnungsphase

findet man schnell Gefallen und ahnt, welche Möglichkeiten sich in Zukunft auf tun werden. In der Tat legt die maschinelle Übersetzung durch die Fortschritte der künstlichen Intelligenz gerade einen gewaltigen Qualitätssprung hin. Auch die Stimme des im Dezember von Google vorgestellten Prototyps Tacotron 2 ist nicht mehr von einer menschlichen Stimme zu unterscheiden. Intonation, Rhythmus, Lautstärke, Tempo: Alles passt.

In absehbarer Zeit dürften also zwei Menschen, die diese Kopfhörer im Ohr haben, ganz natürlich miteinander kommunizieren können, ohne auch nur ein Wort der Sprache des anderen zu sprechen.

Davon sind die Pixel Buds heute noch weit entfernt. Doch man muss wissen, dass das Herzstück des Systems nicht die Ohrhörer sind, sondern die Cloud. Nach und nach werden Updates verfügbar sein und automatisch heruntergeladen.

Wenn Sie die Google-Kopfhörer nur wegen ihrer Übersetzungsfunktion kaufen, werden Sie allerdings enttäuscht sein. Denn die Feinheiten des Schweizerdeutschen

zum Beispiel sind selbst für den Internetgiganten nach wie vor ein unergründliches Geheimnis. Doch die Pixel Buds besitzen zahlreiche andere Vorteile. Der Klang etwa ist für ein Gerät dieser Art sehr in Ordnung. Die Akkulaufzeit von fünf Stunden ist grossartig, und in einer hübschen Filzbox versteckt sich ein Akku, mit dem sich das Hörvergnügen um 20 weitere Stunden verlängern lässt. Die Berührungsempfindlichkeit der Touch-Elemente ist beeindruckend, vor allem in Kombination mit dem Pixel-2-Phone von Google (die Kopfhörer funktionieren aber auch mit den meisten Android- und iOS-Geräten).

Besonders hat uns auch der geniale Mechanismus gefallen, der es ermöglicht, durch das Ziehen am Kabel den Sitz der Knöpfe im Ohr anzupassen. Alle, die sich nicht mit den AirPods von Apple anfreunden können, werden von dieser Funktion begeistert sein. Die Kabel sind unserer Meinung nach eher ein Vorteil als ein Nachteil. Schliesslich muss man so keine Angst mehr haben, die Ohrhörer bei einer plötzlichen Kopfbewegung zu verlieren. Fällt einer der Knöpfe aus dem Ohr, bleibt er brav hinter dem Nacken hängen. ▶

DANIEL SCHNEIDER

Eröffnen Sie Ihren Freunden neue Horizonte.

Ab sofort können Sie Ihre Trading-Erfahrungen teilen.

Empfehlen Sie einen Freund und erhalten Sie einen Trading Credit in Höhe von CHF 100.-*.

[swissquote.com/referral](https://www.swissquote.com/referral)

 **Swissquote Bank**

*Siehe Angebotsbedingungen

TO BREAK THE RULES,
YOU MUST FIRST MASTER
THEM.

DAS VALLÉE DE JOUX: SEIT JAHRTAUSENDEN WURDE DIESES TAL IM SCHWEIZER JURAGEBIRGE VON SEINEM RAUEN UND UNERBITTLICHEN KLIMA GEPRÄGT. SEIT 1875 IST ES DIE HEIMAT VON AUDEMARS PIGUET, IM DORF LE BRASSUS. DIE ERSTEN UHRMACHER LEBTEN HIER IM EINKLANG MIT DEM RHYTHMUS DER NATUR UND STREBTEN DANACH, DIE GEHEIMNISSE DES UNIVERSUMS DURCH IHRE KOMPLEXEN MECHANISCHEN MEISTERWERKE ZU ENTSCHLÜSSELN. DIESER PIONIERGEIST INSPIRIERT UNS AUCH HEUTE NOCH, DIE REGELN DER FEINEN UHRMACHERKUNST STETS ZU HINTERFRAGEN.



ROYAL OAK
CONCEPT
'FLIEGENDES'
TOURBILLON GMT
CHRONOGRAPH
IN TITAN UND KERAMIK

AUDEMARS PIGUET

Le Brassus

AUDEMARS PIGUET BOUTIQUES:
ZÜRICH | GENÈVE