

Wirtschaft



Bonisteuer
Die Grossbanken wären von einer Steuer auf Boni kaum betroffen. 9

Krankenkasse KPT unter Beschuss

Harsche Kritik von Branchenvertretern und Aktienrechtlern: Nach dem Geldsegen für die KPT-Chefs droht dem Berner Krankenversicherer ein juristisches Nachspiel.

David Vonplon und Nicole Tesar

Die Krankenkasse KPT kommt wegen ihres Beteiligungsvehikels für Mitarbeiter immer stärker unter Druck. Nun melden sich auch hochrangige Branchenvertreter und Aktienrechtsexperten zu Wort und äussern ihr Unverständnis über den Geldsegen für die Chefs der ehemaligen Beamtenkasse: «Ich bin überzeugt, dass es in der Schweiz keinen zweiten Krankenversicherer gibt, der ein ähnliches Konstrukt zur Beteiligung des Managements und der Mitarbeiter kennt», sagt beispielsweise Nikolai Dittli, Chef der Concordia. «Ein solch massiver Abfluss von Prämiegeldern an die Mitarbeiter wäre in unserem Unternehmen völlig undenkbar.»

Die KPT startete das Beteiligungsprogramm vor vier Jahren und gründete dazu eine Mitarbeiterstiftung. Zu einem Schnäppchenpreis von 28 bis 40 Franken konnten sich fortan alle Angestellten – und vor allem die Chefs – mit Aktien der KPT Versicherungen AG eindecken, die das Geschäft mit den Zusatzversicherungen betreibt. Den Ausgabepreis setzte die Krankenkasse selber fest: Ein externes Gutachten bei einer Bank oder einer Treuhandfirma holte der Krankenversicherer nicht ein, wie KPT-Sprecher Roland Egloff bestätigt.

Der Wirtschaftsrechtsprofessor Peter V. Kunz bezeichnet dieses Vorgehen als «heikel»: Der KPT-Verwaltungsrat sei nämlich verpflichtet, sicherzustellen, dass nicht Gesellschaftsmittel der KPT zugunsten Privater verschleudert würden. Das Einholen eines unabhängigen Gutachten gehöre dabei zum Standard. Es sei gut möglich, dass der Geldsegen bei der KPT ein juristisches Nachspiel habe (siehe Interview rechts).

«Finma muss eingreifen»

Bei der KPT könnte die Interessenlage der Führungsscrew indessen anders ausgesehen haben: Nun, da die KPT ihre Stiftung auflösen muss, weil sie mit der Sanitas fusioniert, bekommen die Angestellten pro Aktie 600 Franken. Sie erzielen damit eine sagenhafte Rendite von 1500 Prozent. Einige ihrer Chefs werden zu Millionären.

Betriebswirtschaftliche Gründe, welche diese Preisexplosion rechtfertigen



Blicke hinter die KPT-Fassade rufen Kritiker auf den Plan. Foto: Peter Schneider (Keystone)

würden, lassen sich nicht ausmachen. In den letzten vier Jahren ist weder ein sprunghafter Anstieg der Anzahl der Versicherten oder der Prämienträge noch der Bilanzsumme oder des Gewinns festzustellen, wie ein Blick in die Geschäftsberichte zeigt.

«Als Sachverständiger kann ich ausschliessen, dass ein solcher Wertzuwachs auf neutralen Bewertungsmethoden beruht», erklärt ein hochrangiger Kassenmanager, der anonym bleiben will. «Es ist offensichtlich, dass sich das Management bereichern wollte.» Er hält das Vorgehen der KPT-Führung für so stossend, dass ein Eingreifen der Finanzmarktaufsicht (Finma) gerechtfertigt wäre. Die Finma überprüft

derzeit, ob die Fusion mit der Sanitas den gesetzlichen Vorgaben entspricht. Dies bestätigt ihr Sprecher Tobias Lux auf Anfrage. Auch die Rückzahlung der Aktien von Mitarbeitern nimmt die Aufsichtsbehörde unter die Lupe: «Klar ist, dass solche Zahlungen die Solvenz einer Firma zu keiner Zeit gefährden dürfen», sagt Lux.

Das umstrittene Beteiligungsmodell der KPT sorgt nicht zum ersten Mal für Wirbel. Vor drei Jahren platzte die Fusion zwischen der KPT und Concordia; dazu beigetragen habe die Entschädigungspolitik der KPT, spekulierte damals die Wirtschaftszeitung «Cash».

Niemand zweifelt heute daran, dass die Aktie der KPT Versicherungen AG

einen Wert von 600 Franken aufweist: Der Berner Krankenversicherer liess eine deutsche Investmentbank eine neutrale, unabhängige Bewertung vornehmen. Der Verdacht, dass das KPT-Management Kasse machen wollte, hat seinen Ursprung vielmehr im viel zu tief angesetzten Ausgabepreis bei der Gründung der Mitarbeiterstiftung im Juni 2006.

Letzteres lässt mittlerweile auch die KPT selbst durchblicken: «Der Ausgabepreis wurde in den vergangenen Jahren bewusst konservativ festgelegt», erklärt Sprecher Reto Egloff. So habe man verhindern wollen, dass nur die höheren Kader Aktien zeichnen, nicht aber die Mitarbeiter.

Ohne Pendlerzeitungen gäbs keinen «Bund»

Tamedia-Chef Martin Kall glaubt an die Zukunft der Zeitung. Den «Bund» hält er für fast wieder genesen.

Mathias Morgenthaler

Martin Kall hat als Medienmanager einen guten Leistungsausweis: In den letzten acht Jahren hat er aus dem ehemaligen Zürcher Regionalverlag ein Medienhaus gemacht, das nach dem Zusammenschluss mit Edipresse über eine Milliarde Umsatz macht und in fünf der sechs grössten Schweizer Städten die führende Tageszeitung herausbringt. Dennoch werfen ihm manche Manager mitleidige Blicke zu. «Sie sagen sich: Der ist jetzt 49-jährig, und die Zeitung ist todgeweiht – ob er es noch in die Rente schafft in dem Business?» Die selbstironische Bemerkung des Tamedia-Chefs, der gestern Abend auf Einladung der Volkswirtschaftlichen Gesellschaft in Bern referierte, hat einen ersten Hintergrund. Alle bezahlten Tageszeitungen haben in den letzten Jahren massiv an Lesern und Inserateinnahmen eingebüsst. Der «Bund» etwa verlor seit 1993 mehr als ein Drittel seiner damals 185 000 Leser, beim «Tages-Anzeiger» gingen die Anzeigen-seiten seit 1999 um 56 Prozent zurück. «Wer diese Entwicklung anschaut, muss sagen: Es ist erstaunlich, dass es uns noch gibt», so Kall.

Der Tamedia-Manager sieht die Zukunft der Presse dennoch nicht allzu düster: «Zeitungen werden noch jahr-

zehntelang eine Existenzberechtigung haben.» Da nur die wenigsten am Sonntag gerne im Internet surfen, hätten beispielsweise die Sonntagszeitungen so viele Leser wie noch nie. Etwas schwieriger sei die Situation bei den bezahlten Tageszeitungen. Sie könnten nur in grösseren Verbänden überleben.

Wie das funktionieren kann, erläuterte Kall am Beispiel des «Bund», der seit Anfang 2004 wie die Konkurrenz «Berner Zeitung» unter dem Verlagsdach der Espace Media herauskommt. «Als wir uns vor zweieinhalb Jahren an der Espace Media AG beteiligten, dachten wir zunächst nur an eine Fusion von «Bund» und «Berner Zeitung», sagte Kall. Nun sei es aber gelungen, zwei starke Titel in Bern zu erhalten und den jahrelang stark defizitären «Bund» durch enge redaktionelle Zusammenarbeit mit dem «Tages-Anzeiger» auf eine solide Basis zu stellen. 140 Redaktoren arbeiten laut Kall für den überregionalen Teil der beiden Zeitungen.

Leser bleiben dem «Bund» treu

Neun Monate nach der Lancierung des neuen «Bund» zog Kall gestern ein positives Zwischenfazit: 98 Prozent der Abonnenten sind der Zeitung trotz markantem Preisaufschlag treu geblieben – auch deshalb, weil der redaktionelle Teil um 6 Prozent ausgebaut worden ist. Und der Verlust hat sich nach den ersten fünf Monaten im Vergleich zur Vorjahresperiode um 96 Prozent reduziert. «Der Patient «Bund» ist nicht mehr auf der Intensivstation, nicht einmal mehr in der Rehabilitationsklinik, er ist wieder zu Hause,

musste aber weiterhin sehr auf seine Gesundheit achten», sagte Kall und fügte an: «Wir sind sehr zufrieden.» Da die Werbeeinnahmen allerdings noch mal um 14 Prozent zurückgegangen seien, sei mit einer weiteren Erhöhung des Abopreises zu rechnen. Den «Bund» gebe es für 398 Franken im Jahr, das sei wenig im Vergleich zum Berliner «Tagesspiegel» (450 Franken).

Weltmeister bei den Schülern

Kall machte weiter klar, dass sich Tamedia regionale Bezahlzeitungen nur dank des Erfolgs von «20 Minuten» leisten kann. «Unsere vier Druckzentren drucken 32 Milliarden Seiten pro Jahr. Ohne die Pendlerzeitungen wären sie nicht ausgelastet, und wir müssten Regionalzeitungen wie den «Bund» schliessen.» Die Gratiszeitung «20 Minuten» erreicht heute mit ihren sieben Regionalausgaben täglich 1,9 Millionen Leser. «Auch mein 12-jähriger Sohn gehört dazu», sagte Kall. «Natürlich würde ich lieber erzählen, er lese den Kulturteil der NZZ, aber ich finde es gut, dass er überhaupt Zeitung liest.» Bei der Zeitungsnutzung der 10- bis 14-Jährigen sei die Schweiz Weltmeister.

Grosses Wachstumspotenzial sieht der Tamedia-Chef bei den Onlineangeboten, die erst 9 Prozent des Umsatzes beisteuern. Ob er dereinst bei Tamedia in Rente gehen wird, wollte Kall gestern nicht prognostizieren. Stattdessen sagte er: «Das letzte Jahrzehnt brachte trotz zweier Wirtschaftskrisen einen durchschnittlichen Jahresgewinn von 85 Millionen Franken. Dieses Jahrzehnt soll besser werden.»

Zur Sache

«Missbrauch kommt häufig vor»

Branchenexperten kritisieren die KPT, der Verkaufspreis der Aktien der KPT Versicherungen AG sei zu tief gewesen. Zu welchem Preis darf ein privates Unternehmen seine Aktien oder die Aktien einer Tochtergesellschaft herausgeben?

Die Unternehmen ohne Kotierung an der Börse sind im Prinzip völlig frei bei der Festlegung des Preises. Das Aktien- und das Gesellschaftsrecht kennen keine Vorschriften, was den Ausgabe- oder Verkaufspreis anbelangt.

Es muss also kein externes Gutachten in Auftrag gegeben werden, um den Preis festzulegen?

Gesetzlich gibt es zwar keine Vorgaben, wie hoch der Ausgabepreis sein muss. In der Realität holen aber normalerweise grosse private Unternehmen – dazu zählt

Peter V. Kunz

ist Professor und Departementsleiter am Institut für Wirtschaftsrecht an der Universität Bern.



auch die KPT – ein Gutachten bei einer Bank oder einem Treuhandunternehmen ein. Der Verwaltungsrat hat Interesse daran, einen realistischen Wert und keine Fantasiezahl festzulegen, obwohl es keinen richtigen Preis gibt.

Die KPT hat laut eigenen Angaben keine externe Analyse in Auftrag gegeben. Man habe den Ausgabepreis mittels regulären Bewertungsmethoden intern festgelegt. Was sagen Sie zu diesem Vorgehen?

Sollte dies zutreffen, so halte ich dieses Vorgehen für rechtlich heikel. Der Verwaltungsrat der KPT Holding AG ist nämlich verpflichtet sicherzustellen, dass nicht Gesellschaftsmittel der KPT zugunsten Privater und zulasten der Genossenschaften KPT Versicherungen und KPT Krankenkasse verschleudert werden. Ein unabhängiges Gutachten gehört hierbei zum Standard.

Kann das zu einem Problem führen, wenn der Ausgabepreis offensichtlich zu tief angelegt wurde?

Ja, es gibt eine Bundesgerichtspraxis, welche jedoch sehr zurückhaltend ausgelegt ist. Es ist nur dann ein Problem, wenn der vom Verwaltungsrat festgelegte Bezugspreis bewusst sozusagen rechtsmissbräuchlich zu tief ist. In der Praxis kommt ein solcher Missbrauch häufig vor. Es gibt jedoch selten Prozesse, weil erstens die Beweislast schwierig ist und zweitens ein Prozess teuer ist. In der aktuellen Aktienrechtsrevision gibt es eine Norm, die den Missbrauch verhindern will. Aber die Umsetzung wird noch einige Jahre dauern.

Was könnte dies im konkreten Fall für die KPT bedeuten?

Ich muss zwar etwas spekulieren, doch ich halte die Rechtslage für ziemlich klar. Sollte der Preis für die Aktien der KPT Versicherungen AG klar zu tief festgelegt worden sein und wären dadurch die Verwaltungsräte und Geschäftsleitungsmitglieder bewusst bevorzugt worden, so könnten die beiden Genossenschaften der KPT als Aktionäre der Holding die Rückzahlung der Differenzbeträge an die KPT Holding AG verlangen. Schlussendlich geht es um den Schutz der Genossenschafter.

Interview: Nicole Tesar

Heizölpreise

Die Heizölpreise sind innert Wochenfrist gesunken. Laut der Vereinigung des Bernischen Mineralölhandels galten am Montagmorgen folgende Richtpreise je 100 Liter Heizöl extra leicht inkl. 7.6 Prozent MWST. (www.swissoilbernsolothurn.ch):

Bestellmenge	Preis	(Vorwoche)
Region Bern		
1000 Liter	Fr. 102.80	(105.00)
3000 Liter	Fr. 95.90	(98.20)
6000 Liter	Fr. 90.30	(92.60)

Kurz

Kurse von Euro und Dollar sinken

Der Wertzuwachs des Frankens ist nicht aufzuhalten. Gestern ist der Kurs des Euro von Fr. 1.336 auf knapp unter 1.32 gefallen. Besonders dramatisch für die Schweizer Exportindustrie ist die Tatsache, dass auch der Dollar gegenüber dem Franken stark abgewertet worden ist. (bwi)

Die Frage



Wie kam der Thomy-Senf zu seinem Namen?

Thomy gehört zu den bekanntesten Marken der Schweiz. An ihrer Wurzel steht «Thomi's Langenthaler Senf» aus der Fabrik Helvetia der Familien Thomi und Meister in Langenthal, die seit 1907 Senf industriell herstellten. Für das Produkt, das damals aus grossen Steinguttöpfen verkauft wurde, erfand man um 1930 die Aluminiumtube, eine bis dahin im Lebensmittelbereich unbekannte Verpackung. Um die Innovation zu unterstreichen, wurde das «i» in Thomi durch das für den internationalen Gebrauch geeignetere und auch visuell attraktivere «y» ersetzt. Heute steht die Nestlé-Marke Thomy für Senf, aber auch für Mayonnaise und Fertigsaucen. (meo)