

«Ich will keine Goldbach-Aktien verkaufen»

Beat Curti, grösster Aktionär des Werbevermarkters, lehnt die Erbschaftssteuer ab. Er will sein Vermögen an seine Stiftung vererben – auch die Goldbach-Titel.

Der 1937 geborene Beat Curti hat seit Jahren keine Interviews mehr gegeben. Noch immer ist er aktiver Investor und als Vizepräsident beim Werbevermarkter Goldbach und beim Lizenzierungsexperten SoftwareOne sowie als Immobilienentwickler tätig.

Herr Curti, Sie sind verheiratet, haben aber keine Kinder. Was halten Sie von der Erbschaftssteuer?

Diese Initiative lehne ich ab. Die meisten Länder, die eine Erbschaftssteuer kennen, haben keine Vermögenssteuer. Ich bevorzuge die Vermögenssteuer, die von Jahr zu Jahr erhoben wird und nicht wie die Erbschaftssteuer auf einen Schlag und vielleicht im dümmsten Moment. Gerade jetzt leiden manche Unternehmen an der Frankenstärke. Wenn nun ein Unternehmer stirbt, und es der Firma in diesem schwierigen Moment nicht gut geht, müsste der Nachfolger auch noch 20% aus dem Unternehmen für die Erbschaftssteuer bezahlen. Das schadet dem Unternehmen und kostet Arbeitsplätze. Auch finde ich ungeheuerlich, dass diese Steuer rückwirkend eingeführt werden soll. Das ist ärgste Bananendiktatur.

Aber gerade aus liberaler Sicht sollte doch Leistung belohnt werden und nicht der Stammbaum wie in den Zeiten der Aristokratie und des Feudalismus.

«Das oberste Management vom Verkaufsprozess auszuschliessen, verstösst gegen jede Unternehmenskultur.»

Einverstanden, aber eine Kumulation von Erbschaftssteuer und Vermögenssteuer schiesst weit übers Ziel hinaus. Schweizer Unternehmen wären im Vergleich zum Ausland steuerlich benachteiligt und nicht mehr konkurrenzfähig. Diese Initiative bringt auch Rechtsunsicherheit: Es wird hin und her diskutiert, ab welchem Betrag ein Unternehmen Erbschaftssteuer bezahlen muss. Zudem hebt sie die bewährte Hoheit der Kantone aus.

Wie haben Sie selbst Ihre Erbe geregelt?

Meine Frau und ich haben die Stiftung Beyond gegründet, die jedes Jahr bereits massgebliche Beiträge investiert.

Wird Ihr Erbe in diese Stiftung fliessen?

Genau. Wir wollen diese Stiftung schon zu Lebzeiten entfalten. Meine Frau leitet die Stiftung, und wir haben einen professionellen Vorstand.

Sie sind mit 20,1% grösster Aktionär von Goldbach und auch deren Vizepräsident. Werden Sie die Aktien der Stiftung übergeben oder sie verkaufen?

Als Gründer habe ich nicht die Absicht, Goldbach-Aktien zu verkaufen. Die Gesellschaft beschäftigt heute rund 500 Mitarbeitende. Mir sind das Unternehmen und seine Kultur sehr wichtig.

Was meinen Sie mit Unternehmenskultur?

Ein Ankeraktionär leistet gute Dienste. Die Göhner-Stiftung ist ein Beispiel dafür. Sie ist Ankeraktionärin von Panalpina.

Im Fall von Sika unterstützen Sie aber den Verwaltungsrat gegen die Besitzerfamilie, die Sika an Saint-Gobain verkaufen will.

Es gehört zu den Grundrechten unseres Staats, dass jeder sein Eigentum verkaufen kann. Dabei sollte ein Hauptaktionär den Verkauf mit Augenmass, Verantwortung und Rücksicht auf alle Beteiligten vorbereiten. Eine Mehrheitsprämie von 80% ist abenteuerlich. Es verstösst auch gegen jede Unternehmenskultur, wenn das oberste Management vom Verkaufsprozess ausgeschlossen wird. Das Resultat sind nun aufreibende Streitereien, die allen schaden.

Im Gegensatz zu den Ankeraktionären von Sika wollen Sie ihre Goldbach-Aktien nicht verkaufen. Das Unternehmen könnte aber trotzdem übernommen werden.

Dies ist doch in einem freien Markt immer möglich.



Beat Curti: «Die Erbschaftssteuer-Initiative bringt auch Rechtsunsicherheit»

Vor kurzem ist ein neuer Aktionär, das Investmentvehikel Veraison, mit 16% eingestiegen. Gründer sind Gregor Gerber und Valentin Chapero. Was halten Sie davon?

Ein neuer Aktionär hat die 16% von der deutschen Firma United Internet gekauft. Es motiviert, wenn neue dynamische Schweizer bei Goldbach investieren, weil sie Vertrauen haben und Chancen sehen.

Es sind aber Aktionäre, die kritisch sind. Die monieren, dass bei Goldbach der Cashflow in Expansionsprojekte vergeudet wurde. Ist die aktuelle forcierte Expansion nach Deutschland nicht gefährlich? Bei der APG zum Beispiel hat die Auslandsexpansion fast ins Verderben geführt.

Aufbauende Kritik ist willkommen. Die APG hat nach Griechenland expandiert.

Vielseitiger Investor

Bekannt geworden ist der 78-jährige Beat Curti als **Unternehmer in der Lebensmittelbranche sowie als Zeitungs- und Zeitschriftenverleger**. Aus beiden Branchen hat er sich zurückgezogen.

Curti ist Spross einer Detailhändler-Dynastie. Er studierte Önologie und Betriebswirtschaft in Lausanne und war für McKinsey in Europa, Asien und den USA tätig. Als Unternehmer in der Lebensmittelbranche baute er die Bon-appétit-Gruppe auf mit Pick Pay, Prodega, Howeg und Import-Parfümerie und brachte den ersten Starbucks nach Europa und in die Schweiz. Er besass den Jean Frey Verlag mit Weltwoche, Bilanz, Bolero, Beobachter und weiteren Titeln. **Später verkaufte er die Bon-appétit-Gruppe und auch den Jean Frey Verlag**. Heute gehören der Werbevermarkter Goldbach, der Experte für Software-Lizenzierung SoftwareOne und Immobilien zu seinen drei finanziellen Standbeinen.

In den letzten Jahren engagierte er sich vor allem stark für das **Hilfswerk «Tischlein deck dich»**, das er noch als Bon-appétit-Unternehmer gründete, um noch essbare Lebensmittel an Bedürftige in der Schweiz zu geben. Im vergangenen Jahr verteilten 2200 Freiwillige 14,5 Mio. gefüllte Teller. Vor kurzem gab er sein Amt als Präsident nach sechzehn Jahren ab und wurde Ehrenpräsident auf Lebenszeit.

Curti ist verheiratet und wohnt am Zürichsee und in La Punt in Graubünden. **Er sammelt moderne Kunst**, vor allem von Künstlerinnen. Seine Leidenschaft gehört der Musik. So besucht er regelmässig klassische Konzerte, **geht jede Woche in die Klavierstunde** und spielt zusammen mit Freunden. Um sich fit zu halten, rudert er, spielt Golf und frönt dem Langlauf. **GH**

Goldbach investiert in ihrem Stammgeschäft ins benachbarte Deutschland, den Motor der europäischen Wirtschaft.

Sie betonen, wie wichtig Ihnen die Unternehmenskultur ist. Bei Goldbach wollen Sie doch vor allem Geld verdienen. Jedes Unternehmen will Geld verdienen. Darüber hinaus geht es um intreges Ver-

halten, Förderung der Mitarbeitenden und Aufbau von zukunftsgerichteten Arbeitsplätzen.

Sie sind an SoftwareOne, einem Experte für Softwarelizenzierung mit Sitz in Stans beteiligt. Wollen Sie dieses Unternehmen an die Börse bringen?

Vorläufig nicht. Wir sind vier Unternehmer in einer Partnerschaft. SoftwareOne ist in den letzten zehn Jahren immer 30 bis 40% aus eigenen Mitteln gewachsen. Sie beschäftigt 2500 Mitarbeitende in 82 Ländern und managt in diesem Jahr für 5 bis 6 Mrd. Fr. Softwareverträge. Auch in diesem Unternehmen ist die Kultur entscheidend.

Was heisst das konkret?

Ein Unternehmen, das 200 Büros in 82 Ländern hat, braucht verbindende Kultur und Werte. Unsere wichtigsten Werte sind jedem Mitarbeiter bekannt und werden an allen Treffen besprochen. Jeder sollte täglich einem Arbeitskollegen helfen. Jeder Mitarbeiter hat einen individuellen Karriereplan.

«Je älter und privilegierter man wird, desto mehr sollte man Zeit und Geld für die Allgemeinheit einsetzen.»

Neben Goldbach und SoftwareOne sind Immobilien ihr drittes finanzielles Standbein. Ja, das ist für mich ein kulturelles Anliegen. Wir bewahren historische Gebäude.

Vor wenigen Wochen sind Sie bei Gamag Management ausgestiegen, die zwanzig Hotels und Restaurants führt. Weshalb?

Es kam der richtige Käufer, und meine Partner wollten verkaufen. Man kann nicht immer alles behalten, man muss auch loslassen.

Haben Sie noch andere finanzielle Aktivitäten?

Nein, meine drei Standbeine genügen. Sie bieten fast 3000 Arbeitsplätze und betreiben 5 bis 6 Mrd. Fr. Umsatz.

Einst wollten Sie die dritte Kraft im Lebensmittelhandel spielen. Daraus wurde nichts. Heute gibt es mit den zwei internationalen Giganten Aldi und Lidl eine dritte und vierte Kraft in der Schweiz. Zudem wurden alle Arbeitsplätze – ungefähr 8000, die ich geschaffen habe, – erhalten. Starbucks gäbe es in Europa nicht, wenn ich nicht bei Howard Schulz dafür gekämpft hätte. Prodega, Howeg, Pick Pay blühen weiter, teilweise unter anderen Namen. Das ist Unternehmenskultur als Leidenschaft: Arbeitsplätze schaffen und erhalten.

Was ist Ihr Motto?

Je älter und privilegierter man wird, desto mehr sollte man Zeit, Talente und Geld für die Allgemeinheit einsetzen. Meine Philosophie lautet: Ein Drittel für die Unternehmen, ein Drittel für Soziales und Gemeinnütziges und ein Drittel für Gesundheit und Freude.

Ihre Stiftung Beyond ist ein Beispiel für Ihr Engagement. Wofür gibt die Stiftung das Geld aus?

Die Stiftung baut Brücken zwischen verschiedenen Kulturen und Religionen durch Musik. Sie hat drei CDs produziert mit Musik und Gebeten aus Christentum, Buddhismus und Hinduismus. Eine vierte CD mit Islam und Judentum ist in Vorbereitung. Derzeit wird ein internationaler Film für Kinder hergestellt, der Toleranz fördert. Wir fördern auch Brauchtum in Verbindung mit Musik. So hat die Stiftung für eine Schellenschmiede in Alt St. Johann ein Haus mitfinanziert und trägt zu deren Unterhalt bei.

Fördert die Stiftung noch anderes?

Als drittes bewahrt die Stiftung historische Bauten an wichtigen Kreuzungen in der Schweiz. Derzeit werden an der Markt-gasse-Münstergasse in Zürich Häuser renoviert, zeitgemässen Zwecken zugeführt und der Spekulation entzogen.

Valentin Chapero im VR weckt Erwartungen

Goldbach ist in Bewegung. An einer ausserordentlichen Generalversammlung am 25. Juni soll **Valentin Chapero in den Verwaltungsrat (VR) gewählt werden**. Das beantragt der Goldbach-VR. Chapero ist Mitbegründer und Partner des Beteiligungsvehikels Veraison. Bis 2011 war er CEO des Hörgeräteherstellers Sonova. Mitte April hat Veraison eine Beteiligung von 16,3% an Goldbach gemeldet. Die Beteiligungsgesellschaft hat das von United Internet gehaltene Aktienpaket erworben und wurde damit der zweitgrösste Aktionär der Goldbach Gruppe.

In letzter Zeit tauchten am Markt immer wieder Gerüchte auf, wonach der grösste Aktionär Beat Curti seine Titel verkaufen wolle. **Doch diese Verkaufserichte dementiert Curti im Interview.**

Das Kerngeschäft der Goldbach-Gruppe ist das Vermitteln von Werbung in privaten elektronischen, mobilen und interaktiven Medien. Den weitaus grössten Beitrag leistet

TV-Werbung. Goldbach ist der einzige Vermarkter von Schweizer Werbefestern privater deutscher TV-Sender wie etwa RTL, Sat.1 oder ProSieben.

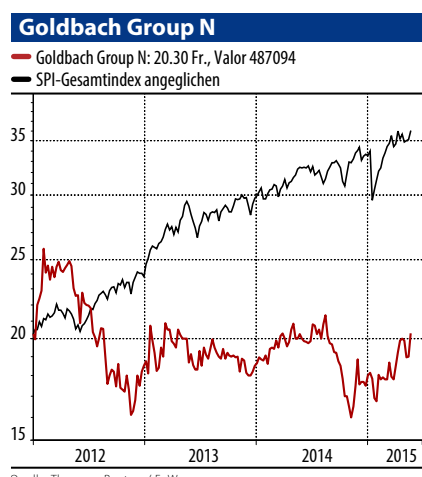
Jahrelang versuchte die Gruppe im östlichen Teil Europas Fuss zu fassen. Die Expansion ist aber gescheitert. Vergangenes Jahr hat sich Goldbach aus Russland und Rumänien zurückgezogen und das Agenturgeschäft in Polen geschlossen. Zudem wurde der Austritt aus der Marktregion Adriatic (Slowenien, Kroatien, Serbien) beschlossen. Damit soll die Bereinigung des Geschäftsportfolios gemäss dem Management abgeschlossen sein.

2014 war das erste Jahr unter der neuen Leitung von CEO Michi Frank und CFO Lukas Leuenberger. Der Umsatz nahm im vergangenen Jahr auf 464 Mio. Fr. leicht zu (1,2%), der Ebit dagegen fiel 20% auf 24 Mio. Fr. Der den Goldbach Aktionären zurechenbare Gewinn betrug 2,5 Mio. Fr. (-4,8%).

In Zukunft will sich Goldbach auf die Region DACH inklusive Polen fokussieren. Das Unternehmen will organisch und nicht mehr akquisitorisch wachsen. Mit dem Einstieg in den deutschen Markt hofft das Management auf profitables Wachstum. Im Oktober wurde die Tochter **Goldbach Germany in München gegründet. Ab 2016 soll damit Geld verdient werden.**

Attraktiv waren die Titel bisher wegen der hohen Dividendenrendite. Derzeit beträgt sie 3,9%. Mit Chapero im VR dürfte das Unternehmen wieder an Fahrt gewinnen, **will er doch aus dem Unternehmen eine zweite APG machen**, wie er und sein Partner Gregor Greber kürzlich in einem Interview mit der FuW sagten. Davon könnten auch die Aktionäre profitieren. **GH**

Alle Finanzdaten zu Goldbach im Online-Aktienführer: www.fuw.ch/GBMN



Aktienstatistik	
Bewertung	
Kurs am 26. Mai 2015, 15 Uhr, in Fr.	20.30
Rendite in % (per 2014)	3,9
KGV 2014	47
KGV 2015	24
Kurs-Buchwert-Verhältnis	5,92
Börsenwert (in Mio. Fr.)	119
Angaben pro Titel in Fr.	
Gewinn 2014	0,43
Gewinn 2015, geschätzt	0,85
Dividende per 2014	0,80
Dividende per 2015, geschätzt	0,80
Pay-out Ratio in %	185
Extremkurse	2012 2013 2014 2015
Hoch	26.30 21.50 21.60 21.00
Tief	16.00 17.80 15.60 16.75

