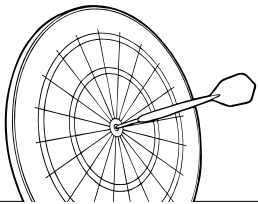


## Hot Corner



## Das letzte Puzzleteil

Das Technologieunternehmen **Box** (Nasdaq: BOX, Marktkapitalisierung 3,1 Mrd. \$) hat ein Problem. Es wird missverstanden. Box bietet zwar Dienstleistungen an, um Dateien in der Cloud zu speichern, die dann geteilt und gemeinsam genutzt werden können. Das ist aber nicht alles. Laut Gründer und CEO Aaron Levie soll Box die Plattform werden, auf der Unternehmen aus unstrukturierten Daten relevante Informationen ableiten und in ihre Arbeitsprozesse integrieren können, wie er der Branchenplattform «Siliconangle» Anfang April gesagt hat.

Darum liegt der Fokus von Box auf den Applikationen, die sie entwickelt, damit Kunden dem Informationsüberfluss Herr werden. Sie sollen keine Zeit mehr damit verschwenden, in Fotos, Audiodateien und Videos Informationen zu suchen und daraus Schlüsse abzuleiten. Das sollen Applikationen dank künstlicher Intelligenz selbstständig machen. Box schreibt diese Programme nicht nur allein. Die Gesellschaft mit Sitz im kalifornischen Red Wood bietet den Kunden die Chance, selbst Applikationen zu entwickeln. Laut Levie nutzen bereits «viele Kunden» diese Möglichkeit.

### Profiteur des Umbruchs

Risikokapitalgeber und CEO von Social Capital, Chamath Palihapitiya, glaubt an den Erfolg von Box. «Wer von der künstlichen Intelligenz überzeugt ist, der soll in Google und Amazon investieren, und vor allem in Box», sagte er an der Investorenkonferenz Sohn in New York. An diesem Anlass präsentierten Hedge-Funds-Manager, Portfoliomanager und Risikokapitalgeber Anlagetipps. Derjenige von Palihapitiya zeigte Wirkung. Die Titel von Box schossen mehr als 16% in die Höhe.

Für Palihapitiya ist Box das letzte Puzzleteil, damit Unternehmen künstliche Intelligenz erfolgreich nutzen können. Prozessoren, Infrastruktur und Programme für maschinengestütztes Lernen existieren laut dem Risikokapitalgeber bereits. Was noch fehle, seien auf Unternehmen zugeschnittene Applikationen. Genau das bietet Box. Palihapitiya rechnet damit, dass der Grossteil der Unterneh-

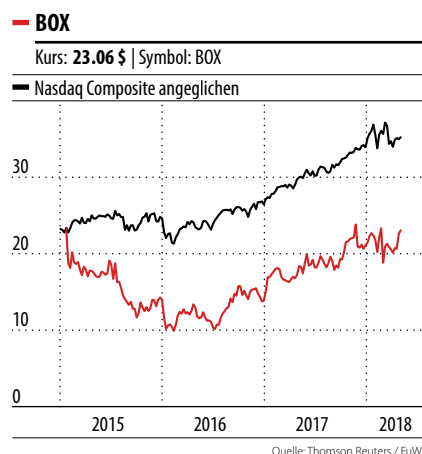
menssoftware in den nächsten zehn bis fünfundsiebzig Jahren neu entwickelt wird. Davon werde Box profitieren.

### Attraktives Servicemodell

Das Unternehmen zählt bereits heute mehr als 82 000 Geschäftskunden. Dazu gehören auch zwei Drittel der Gesellschaften aus dem S&P 500, wie Amazon, Coca-Cola und Pfizer. Box arbeitet zudem mit den IT-Giganten Google, IBM und Microsoft zusammen. Im Geschäftsjahr 2018 per Ende Januar hat das Unternehmen einen Umsatz von 506 Mio. \$ erzielt. Annualisiert ist der Umsatz in den vergangenen fünf Jahren 54% gewachsen. Erfreulich ist ausserdem, dass mehr als 96% des Ertrags wiederkehrend sind.

Einen Gewinn erzielt das vor 13 Jahren gegründete Unternehmen noch nicht. Es fokussiert derzeit unter anderem aber auf die Verbesserung der operativen Marge und der Generierung eines positiven freien Geldflusses. Letzterer ist seit mehreren Quartalen positiv und wächst stetig.

Für das laufende Geschäftsjahr per Ende Januar 2019 rechnet die Gesellschaft mit einem Umsatzwachstum von 22%. Unter dem Strich soll weiterhin ein Verlust resultieren, wenn auch niedriger als im vergangenen Geschäftsjahr. Der Markt ist noch skeptisch. Die Titel haben sich seit dem Börsengang 2015 mehrheitlich seitwärts bewegt. Für risikofähige Anleger bietet sich eine attraktive Einstiegsgelegenheit. **ML**



### Aktuell auf [www.fuw.ch](http://www.fuw.ch)

#### FuW Mövenpick-Hotels gehen an Accor

Mövenpick verkauft die Sparte Hotels & Resorts für 560 Mio. Fr. an die französische Accor-Gruppe. Die anderen Mövenpick-Geschäfte wie Lebensmittel oder Weine und Restaurants verbleiben beim Unternehmen mit Sitz in Baar. Mit der Integration der Hotels in die französische Hotelgruppe will Mövenpick das Wachstum der Hoteldivision beschleunigen. Die Transaktion soll in der zweiten Hälfte des Jahres abgeschlossen werden.

[www.fuw.ch/020518-1](http://www.fuw.ch/020518-1)

#### Versicherer verbessern ihre Solvenzquotienten

Die Schweizer Versicherungsunternehmen Zurich Insurance, Helvetia und Baloise haben über ihre Zahlungsfähigkeit 2017 Auskunft gegeben. Sie konnten alle ihren sogenannten Solvenzquotienten verbessern. Er wird von der Finanzmarktaufsicht (Finma) mit dem Prüfinstrument namens Swiss Solvency Test gemessen. Zurich Insurance verbesserte sich von 214 auf 216%, Helvetia von 165 auf 212% und Baloise von 214 auf 262%.

[www.fuw.ch/020518-2](http://www.fuw.ch/020518-2)

Anzeige

## Dividendenzahlung

Die von der ordentlichen Generalversammlung der Aktionärinnen und Aktionäre vom 27. April 2018 für das Geschäftsjahr 2017 festgesetzte Dividende gelangt am 4. Mai 2018 wie folgt zur Auszahlung:

Dividende brutto	CHF 5.60
abzüglich 35% Verrechnungssteuer	CHF 1.96
<b>Dividende netto</b>	<b>CHF 3.64</b>

Die Dividende wird gemäss den Instruktionen direkt überwiesen. Die Titel werden ab Mittwoch, 2. Mai 2018 ex Dividende gehandelt.

Basel, 2. Mai 2018

**Baloise Holding AG**

[www.baloise.com](http://www.baloise.com)



Viele Asiaten sind sich gewohnt, im Beratungsgespräch gleich digital den Vertrag abzuschliessen und die Prämie bargeldlos zu zahlen.

# Erfolgssuche auf asiatisch

**INTERNATIONAL** Die Versicherer Swiss Re und Zurich Insurance wollen ihr Asiengeschäft ausbauen. Für das Gelingen der Expansion müssen sie gegen fitte Konkurrenten antreten.

THOMAS HENGARTNER

Wer in asiatischen Ländern im Versicherungsgeschäft erfolgreich sein will, muss radikal auf digitalen Vertrieb setzen. Gemäss Steffen Schade vom in Hongkong kotierten Versicherer AIA verlangen Asiaten, im Beratungsgespräch unverzüglich eine Kranken- oder Lebensversicherungspolice abzuschliessen: «Der Berater muss dabei online den Tarif berechnen, bei Zustimmung des Kunden sofort die Police elektronisch ausstellen und die Prämie bargeldlos kassieren können, sonst ist die Geschäftschance gleich weg.»

Kaum mehr jemand lasse sich darauf ein, erst nach Tagen vom Versicherungsunternehmen Formulare oder Verträge zugestellt zu erhalten, sagte der für den Digitalvertrieb zuständige AIA-Manager an einem Anlass des Beratungsunternehmens BearingPoint in Zürich. Asiaten seien rasch entschlossen und hielten meist parallel Policen mehrerer Anbieter.

### Prozedere automatisiert

AIA hat mit Blick auf die Präferenzen asiatischer Privatkunden gut 70 000 Kundenberater mit Tablets ausgerüstet, auf denen Daten erfasst, Offerten berechnet und Policen gleich abgeschlossen werden. Dazu sind alle Abwicklungsschritte verkürzt und teils automatisiert worden.

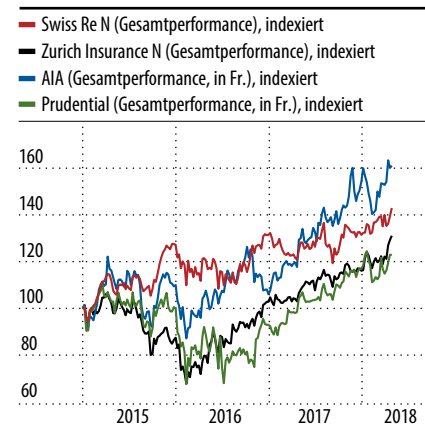
China, Japan und die restlichen Länder Asiens kommen je für etwa 10% des globalen Versicherungsvolumens auf. Gemäss der deutschen Allianz-Gruppe ist die weltweite Prämiensumme im vergangenen Jahr 3,7% auf 3660 Mrd. € gewachsen (vgl. Textkasten mit Tabelle).

Von den europäischen Versicherern ist nur die britische Prudential stärker in Asien als in Europa verankert. Derzeit wird gar eine Abspaltung des britischen Geschäftsteils – inklusive des Vermögensverwalters M&G – geprüft. Eine Zweiteilung würde an der Börse eine differenzierte Profilierung bei den Anlegern erlauben, argumentiert das Management.

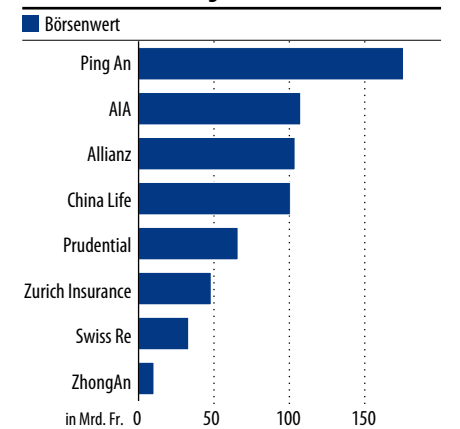
### Zurich Insurance tatkräftig

Allianz, Axa und Zurich Insurance möchten an den Expansionschancen teilhaben. Der Zurich-Konzern erzielt in der Region Asien-Pazifik Jahreseinnahmen von 3,6 Mrd. \$, noch nicht ganz ein Zehntel des Konzerntotals. Länderspezifische Angaben macht er nicht. Sprecher Riccardo Moretto präzisiert lediglich: «In Hongkong ist Zurich Insurance der viertgrösste Schadenversicherer, und in Australien sind wir in der Lebensversicherung von Privaten auf dem Weg zur Nummer eins.»

### Versicherer



### Versicherer mit Asiengeschäft



Zurich baue in der asiatisch-pazifischen Region den Vertrieb auf allen Kanälen aus, ergänzt Moretto. Das Unternehmen setzt dazu Berater und den Online-Vertrieb ein und nutzt zudem Absatzkooperationen und Makler. Im asiatischen Raum ist zuletzt 2016 in Malaysia und 2017 in Hongkong akquiriert worden.

Für Swiss Re macht das Asiengeschäft etwa ein Drittel des Konzerntotals aus. Der überwiegende Teil davon entfällt auf China und Japan. Das Unternehmen gehört zu den Marktführern für Naturkatastrophendeckungen. Zudem werden asiatische Erstversicherer im Bereich von Pandemierisiken und der Auswirkungen der demografischen Entwicklung unterstützt. Diese Versicherungskategorien böten besonders gutes Potenzial, weil die Lebenserwartung in manchen Ländern Asiens in rasantem Tempo steige, argumentierte Swiss-Re-Sprecherin Charlotte Nelson.

Beide grossen Schweizer müssen sich in Asien mit fitten Wettbewerbern messen. Die chinesischen Anbieter Ping An und China Life sind an der Börse umgerechnet zu mehr als 100 Mrd. Fr. bewertet, womit sie doppelt bis dreifach so schwer wie die

Schweizer Konzerne sind. Zur «100-Mrd.-Gewichtsklasse» gehört auch die Hongkonger AIA, die 2009 durch Abspaltung aus dem US-Konzern AIG entstanden ist. Mit dem Veräusserungserlös tilgte AIG damals Darlehen des Staates, die ihr in der Finanzmarktkrise das Überleben gesichert hatten.

### Als Start-up zu Milliarden

Ganz anders verlief die Entwicklung des Digitalversicherers ZhongAn, der seit dem vergangenen Jahr an der Hongkonger Börse kotiert ist. Lanciert wurde das Start-up von Ant Financial, der Finanzsparte des chinesischen Internetriesen Alibaba, und mittlerweile ist auch das japanische SoftBank-Konglomerat beteiligt.

ZhongAn nutzt enorme Digitaldatensätze, unterstützt von cleveren Automatismen und künstlicher Intelligenz, um Standard-Versicherungsdeckungen in grossen Mengen zu kleinsten Kosten abzusetzen – etwa Objekt- und Reiseannulationsversicherungen. Viele Investoren sehen darin das neue Erfolgsmodell. Nach erst einem Jahr «Börsenleben» ist ZhongAn bereits mehr als 10 Mrd. Fr. wert.

## China bald an den USA vorbei

Im Versicherungsgeschäft hat sich der chinesische Markt im vergangenen Jahr am prägnantesten entwickelt. Gemäss Auswertung der deutschen Allianz-Gruppe nahm das Prämientotal von Lebens- und Schadenversicherungen dort gleich ein Fünftel zu. Der Weltmarkt gesamthaft weitete sich 3,7% aus. **Für den Zeitraum 2018 bis 2028 erwarten die Allianz-Experten für China eine jährliche Expansionsrate von 13%.** In den anderen asiatischen Schwellenländern werde das Geschäftspotenzial der Versichererbranche jährlich knapp 9% zunehmen.

Die beiden stärksten Versicherungsmärkte – Nordamerika und Westeuropa mit umgerechnet 1200 Mrd. bzw. fast

1000 Mrd. € Jahresvolumen – werden gemäss der Allianz-Studie jährlich 3,7 bzw. 2,8% expandieren. Deshalb werde China in zehn Jahren an den USA vorbei zum grössten Versicherungsmarkt werden, prognostizieren die Allianz-Ökonomen.

### Versicherungsmarkt und Trend

Region	Prämienvolumen in Mrd. €	Wachstum in % <sup>1)</sup>
Nordamerika	1201	3,7
Westeuropa	972	2,8
China	422	12,9
Japan	319	3,2
restliches Asien	451	8,8
Lateinamerika	116	9,9
verbleibende Länder	179	n.v.

<sup>1)</sup> geschätztes jährliches Wachstum 2018 bis 2028

Quelle: Allianz