

September 2021

# CORPORATE EXCELLENCE INSIGHTS

Wir sind ein spezialisierter Anbieter von systematischen Quality Investment-Lösungen und einer von wenigen Anbietern weltweit mit einer globalen Produktpalette im Bereich Quality Aktien. Unsere monatliche Publikation, Corporate Excellence Insights, enthält einen kurzen Marktüberblick sowie unsere Meinung zu ausgewählten Trends und Ereignissen, welche das Anlageverhalten längerfristig beeinflussen werden.

## MARKT UPDATE: WIRTSCHAFTSWACHSTUM HÄLT AN

Die Lockerung der Abriegelungsmassnahmen und die weltweite Wiedereröffnung trugen dazu bei, dass sich die wirtschaftliche Erholung im August fortsetzte, obwohl ein Grossteil der Industrieländer den Höhepunkt des Wachstums erreicht oder gerade überschritten zu haben scheint. Die Aktienmärkte in den USA und Europa erzielten im August weiterhin positive Renditen, die hauptsächlich von Wachstumswerten getragen wurden.

### 0.75%

#### SÜDKOREA HEBT ZINSEN VON REKORDTIEF AN

Die koreanische Zentralbank hob ihren Leitzins zum ersten Mal seit fast drei Jahren an und war damit die erste grosse asiatische Zentralbank, die von den geldpolitischen Vorgaben der Pandemie-Ära abrückte.

### 3.9%

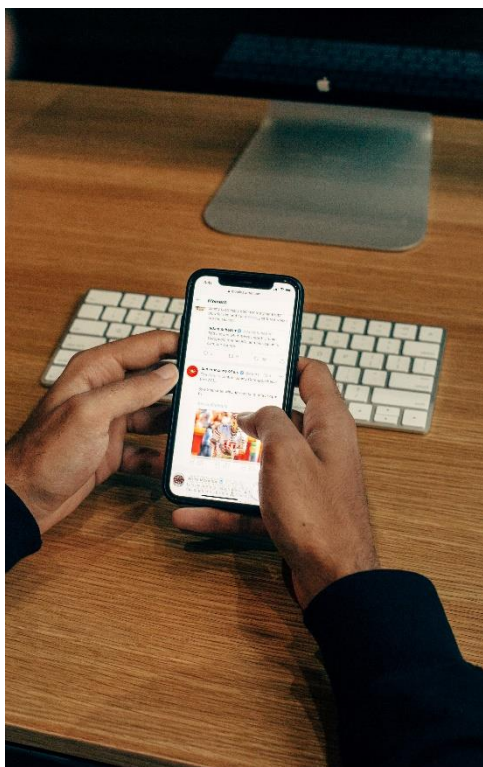
#### INFLATION IN DEUTSCHLAND STEIGT IM AUGUST WEITER AN

Dies ist die höchste Inflation, die das Land seit über einem Vierteljahrhundert verzeichnet hat. Das letzte Mal, dass die jährliche Inflation höher war, war im Dezember 1993, als sie bei 4.3 % lag.

### \$1bn

#### DEUTSCHER VERLAG AXEL SPRINGER ÜBERNIMMT U.S. POLITICO

Dies ist die bisher grösste Akquisition für Axel Springer, da der deutsche Verlag ein globales Netzwerk von digitalen Nachrichtenaktivitäten zusammenfügt. Springer besitzt ein umfangreiches Portfolio von Nachrichtenagenturen, darunter Bild, Welt und Insider.



## MONATSTHEMA: EFFEKT SOZIALER NETZWERKE

Es gibt 4,3 Milliarden aktive Nutzer sozialer Medien, das sind 55 % der gesamten Weltbevölkerung, was die unbestreitbare Dominanz sozialer Netzwerke zeigt. Die entscheidende Frage ist nun, ob die Unternehmen in der Lage sind, die Vorteile der sozialen Netzwerke zu nutzen, und ob die Anleger von der Transparenz profitieren können, die von den Unternehmen erwünscht oder unerwünscht ist.

In der Regel legen die Verbraucher großen Wert auf Transparenz und Authentizität, was durch die sozialen Netzwerke stark gefördert wird. 73% der Verbraucher sind bereit, mehr für Produkte zu zahlen, die volle Transparenz garantieren, was ein offensichtlicher Weg zu höheren Gewinnspannen ist.

Die Ergebnisse unserer Analyse zeigen, dass die Unternehmen, die auf Twitter aktiver sind, höhere Prämien für ihre vermarkteten Produkte verlangen können. Überdurchschnittliche Brutto- und Betriebsgewinnspannen sind eher für diejenigen charakteristisch, die im Durchschnitt häufiger Beiträge veröffentlichen als für diejenigen, die auf der Social-Media-Plattform weniger aktiv sind.

Unsere Analyse zeigt die Korrelation zwischen der Qualität der Unternehmenskultur auf der Grundlage der *Glassdoor*-Bewertungen und der Aktienperformance: Eine höhere Qualität der von den Unternehmen gesetzten Unternehmensstandards wird offensichtlich von den Investoren anerkannt, die die Bedeutung des Reputationsrisikos und den Einfluss der Unternehmenskultur auf den langfristigen Geschäftserfolg verstehen.

**Lesen Sie den ganzen Artikel auf S. 2**

Informationen über uns: [www.hqam.ch](http://www.hqam.ch)

Kontakt: ☎: +41 43 222 31 41; ✉: [info@hqam.ch](mailto:info@hqam.ch)

# SOZIALE NETZWERKE, TRANSPARENZ UND LEISTUNG

## Supermacht der sozialen Netzwerke

Der 13. Mai 2019 bleibt für viele Kunden der britischen Metro Bank als ein ziemlich beunruhigender Tag in Erinnerung. Sie beeilten sich, ihr Geld abzuheben, als sich die Nachricht verbreitete, dass die Bank kurz vor dem Zusammenbruch steht und sich das Schicksal von Northern Rock wiederholen könnte. Die Angst wurde auch von den Aktionären geteilt, die sahen, wie die Aktien um 11 % einbrachen, und von den Bankmanagern, die hilflos versuchten, die Fake News zu stoppen, die WhatsApp und andere soziale Medien überschwemmten. Die Geschichte nahm ein glückliches Ende, da der einzige Verlust, den die Kunden zu beklagen hatten, die verlorene Zeit beim Anstehen an den Geldautomaten war.

Eine weitere Geschichte handelt von Ocean Spray, dessen Aktienkurs sich über Nacht verdoppelt hat und das einen Bekanntheitsgrad in Millionenhöhe erreicht hat, ohne auch nur einen Cent für Werbung auszugeben. Der Erfolg wurde dem Video des Kartoffelarbeiters Nathan Apodaca zugeschrieben, der an Ocean Spray nippt, während er auf dem Skateboard fährt: [link](#). Das Video ging auf TikTok viral und sorgte für eine extreme Popularität des Getränks und des jahrzehntealten Songs in nur wenigen Tagen.

Die Macht der sozialen Netzwerke in ihrer äussersten Ausprägung lässt sich auch sehr gut an den Reaktionen auf die Tweets von Elon Musk ablesen: steigende und fallende Kryptowährungen wie Bitcoin und Doge oder sprunghafte Kursanstiege bei Signal (das Unternehmen, das von den Nutzern fälschlicherweise für die Messaging-App gehalten wurde, die Musk in seinem Tweet eigentlich meinte) und Tesla. Mit einem breiten Publikum in den sozialen Netzwerken (60 Mio. Menschen folgen Musk auf Twitter) war es noch nie einfacher, schneller und billiger, so viele Menschen auf einmal zu erreichen.

Es gibt 4,3 Milliarden aktive Nutzer sozialer Medien, das sind 55 % der gesamten Weltbevölkerung, was die unbestreitbare Dominanz sozialer Netzwerke zeigt<sup>1</sup>. Die entscheidende Frage ist nun, ob die Unternehmen in der Lage sind, die Vorteile der sozialen Netzwerke zu nutzen, und ob die Anleger von der Transparenz profitieren können, die von den Unternehmen erwünscht oder unerwünscht ist.

## Forderung nach Transparenz

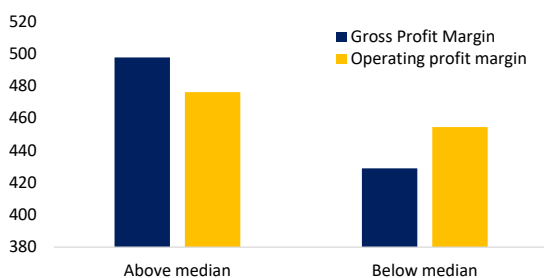
Soziale Netzwerke fördern in hohem Masse die Transparenz, und selbst wenn das Unternehmen nicht proaktiv offen und ehrlich ist, werden die Nutzer "helfen", egal ob es sich um positive oder negative Publicity handelt. So wie kürzlich bei Nestlé, als FT-Journalisten auf der Grundlage interner Dokumente des Unternehmens aufdeckten, dass 70% seiner Produkte als Junk-Food eingestuft werden, während das Unternehmen behauptete, gesündere Ernährung zu unterstützen, und der ehemalige CEO Nestlé als "Unternehmen für Ernährung, Gesundheit und Wellness" bezeichnete<sup>2</sup>.

In der Regel legen die Verbraucher grossen Wert auf Transparenz und Authentizität. Die Forschung zeigt, dass 9 von 10 Menschen bereit sind, Marken, die transparent sind, nach schlechten Erfahrungen eine zweite Chance zu geben, und 85 % bereit sind, ihnen in kritischen Zeiten treu zu bleiben<sup>3</sup>. Darüber hinaus sind 73 % der Verbraucher bereit, mehr für Produkte zu zahlen, die volle Transparenz garantieren, was ein offensichtlicher Weg zu höheren Gewinnspannen ist.

## Transparenz als Weg zur Verbesserung der finanziellen Leistung

Wir haben diese Behauptung getestet, indem wir die Öffentlichkeitsarbeit der Unternehmen auf ihren Twitter-Konten analysiert haben. Wir haben die Anzahl der Twitter-Posts der Verbraucherunternehmen als Indikator für die Offenheit und Transparenz der Unternehmen genommen. Die Häufigkeit der Posts wurde in den Kontext der Gewinnspannen gestellt, um zu sehen, ob die Unternehmen in der Lage sind, ihre Transparenz und Werbung in sozialen Netzwerken zu monetarisieren.

Abb. 1: Werbung auf dem Twitter-Konto des Unternehmens vs. Gewinnspanne



Quelle: Hérens Quality AM, Reuters, Twitter

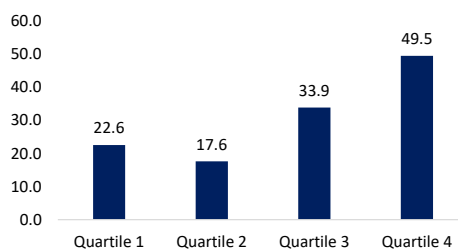
Das Diagramm in Abb. 1 veranschaulicht die Fähigkeit der Unternehmen, die auf Twitter aktiver sind, höhere Prämien für ihre vermarkteten Produkte zu verlangen. Überdurchschnittliche Brutto- und Betriebsgewinnspannen sind eher für diejenigen charakteristisch, die im Durchschnitt häufiger Beiträge veröffentlichen als für diejenigen, die auf der Social-Media-Plattform weniger aktiv sind.

## Unternehmenskultur und Aktienkursentwicklung

Nicht nur bei der Produktvermarktung wird eine radikale Transparenz gefordert. Die sozialen Netzwerke tragen nun die Verantwortung für die noch nie dagewesene Zahl von undichten Stellen und die interne Kultur. Negative Beiträge über Arbeitsbedingungen und Unternehmenskultur verbreiten sich schnell, was es für das Unternehmen sehr teuer macht, schlechte Praktiken zu verbergen.

Unternehmen und Investoren sind sich der Macht eines gewöhnlichen Mitarbeitenden bewusst, die durch soziale Netzwerke verstärkt wird, und interessieren sich für die Qualität der Unternehmenskultur, da die Wahrheit jederzeit ans Licht kommen kann. Unsere Analyse, wie in Abb. 2 dargestellt, zeigt die Korrelation zwischen der Qualität der Unternehmenskultur auf der Grundlage der Glassdoor-Bewertungen und der Aktienperformance: Eine höhere Qualität der von den Unternehmen gesetzten Unternehmensstandards wird offensichtlich von den Investoren anerkannt, die die Bedeutung des Reputationsrisikos und den Einfluss der Unternehmenskultur auf den langfristigen Geschäftserfolg verstehen.

Abb. 2: Unternehmenskultur auf der Grundlage der Glassdoor-Bewertung (Quartil 4, die beste) vs. 3-Jahres-Aktienperformance

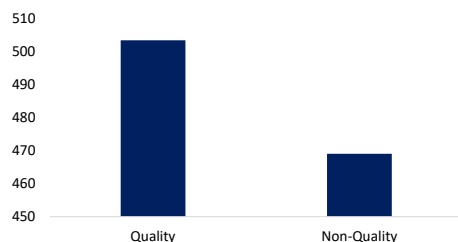


Quelle: Hérens Quality AM, Reuters, Astutex, Glassdoor

## Was ist für Qualitätsaktien drin?

Traditionell haben wir untersucht, wie gut sich die als Qualitätsaktien eingestuften Unternehmen in den sozialen Medien "verhalten" haben und ob ihr hohes finanzielles Rating mit den hohen Standards der Unternehmenskultur übereinstimmt. Wir haben dazu die Twitter-Aktivitäten von Unternehmen nach ihrem Qualitätsstatus untersucht. Der Unterschied zwischen Qualitäts- und Nicht-Qualitätsunternehmen ist offensichtlich (Abb. 3): Qualitätsunternehmen neigen dazu, in den sozialen Medien offener zu sein als Nicht-Qualitätsunternehmen.

Abb. 3: Öffentlichkeitsarbeit auf dem Twitter-Account des Unternehmens im Vergleich zum Qualitätsstatus des Unternehmens



Quelle: Hérens Quality AM, Astutex, Reuters, Twitter

Wir sind der festen Überzeugung, dass gute finanzielle Bedingungen die Folge eines langfristigen Engagements für eine gute Unternehmenskultur, eine gute Unternehmensführung und ein kluges Marketing sind, das es dem Unternehmen ermöglicht, langfristig in der Liga der Top-Performer zu bleiben. Hervorragende Bewertungen der Unternehmenskultur (52 % der Qualitätsunternehmen befinden sich laut Glassdoor-Bewertung im Quartil 4) bestätigen diese Aussage.

## Referenzen

- <https://datareportal.com/reports/digital-2021-april-global-statshot>
- <https://childrenshealthdefense.org/defender/nestle-70-percent-products-junk-food/>
- <https://sproutsocial.com/insights/data/social-media-transparency/>