

16.10.2013 - 20:55 Uhr

Saftschnitte Alibaba, Kommentar zu IPO-Fantasien von Norbert Hellmann

Frankfurt (ots) -

Der nahende Börsengang von Twitter belebt die Fantasien zum Potenzial von Initial Public Offerings (IPOs) im Internetsektor. Die Märkte können es nun erst recht nicht erwarten, dass sich Chinas E-Commerce-Riese Alibaba im Sog von Twitter möglichst rasch zum Börsengang bequemen möge, und zwar am besten in den USA. Hastige Schritte sind aber so gar nicht das Markenzeichen von Alibaba und der strategischen Denke des Gründers Jack Ma, der in China eine geradezu mythologische Stellung als Erfolgsunternehmer genießt.

Ma selber hält gut 7% an Alibaba, zusammen mit der in ein Partnerschaftsmodell eingebundenen Führungsriege kommt man auf 13%. Die größten Teilhaber, nämlich Yahoo mit 24% und die japanische Softbank mit 37%, lassen der Riege um Jack Ma freie Hand beim gedulden Ausbau eines Imperiums von Internetplattformen im weltgrößten Konsummarkt China.

Ma sieht zwar die Zeit gekommen, mit der Kapitalaufnahme aus einem IPO ambitionierte Pläne zum Aufbau eines China umspannenden Logistiknetzes für E-Commerce zu alimentieren, das gewaltige Investitionen erfordert. Aber er fürchtet, dass die Keimzelle des Erfolgs und der lange strategische Atem verloren gehen könnten. Die Börse Hongkong ist präferierte Anlaufstelle, doch sehen die Regularien dort keine Aktienklassen vor, mit denen das Alibaba-Team trotz Minderheitsanteil sein Governance-Modell ungeschmälert fortsetzen kann. Umso lauter ist der Lockruf der US-Börsen, wo zahlreiche Unternehmen und nicht zuletzt Facebook Strukturen vorfinden, die auch nach dem IPO die Dominanz des Gründerteams erhalten.

Bei Alibaba aber zögert man, sich dem US-Markt auszusetzen, der sich für viele chinesische Adressen als Minenfeld erwiesen hat. Für Investmentbanker eine quälende Wartezeit, zumal eine Alibaba-Bewertung nicht auf vagen Klick-Fantasien und nebulösem Werbepotenzial, sondern soliden Gewinnen fußen würde. Im zweiten Quartal kletterten sie von 273 Mill. auf 707 Mill. Dollar, zeigen nun via Yahoo verbreitete Zahlen. Der Umsatz stieg von 1,08 Mrd. auf 1,73 Mrd. Dollar. Damit liegen die Erlöse fast auf dem Niveau von Facebook, aber der Gewinn ist mehr als doppelt so hoch.

Alibaba hätte damit wohl das Zeug, auf eine höhere Marktbewertung als die sagenhaften 104 Mrd. Dollar bei Facebooks Börsenstart zu kommen. Das aber ist erst recht kein Grund zur Eile in Sachen IPO. Auch wenn die Social-Media-Euphorie an den Märkten verfliegen sollte, bleibt Alibaba eine echte Saftschnitte.

Kontakt:

Börsen-Zeitung
Redaktion

Telefon: 069--2732-0
www.boersen-zeitung.de

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100014783/100745475> abgerufen werden.