

Tesla-Chef Musk drängt Twitter in die Ecke

Multimilliardär bringt ein niedrigeres Angebot für das Unternehmen ins Spiel.

San Francisco. Tech-Milliardär Elon Musk beißt sich bei seinem angekündigten Twitter-Kauf an dem Vorwurf fest, dass der Onlinedienst zu niedrige Zahlen von Fake-Accounts angebe. Der Deal könne nicht weitergehen, bis Twitter-Chef Parag Agrawal beweise, dass solche Profile tatsächlich weniger als fünf Prozent der Nutzer-Basis ausmachen, schrieb Musk am Dienstag bei Twitter. Er habe sein rund 44 Milliarden Dollar schweres Kaufangebot im Glauben an die Richtigkeit der offiziellen Angaben gemacht.

Das Unternehmen gab am Dienstag bekannt, an der Akquisition zum vereinbarten Preis und Konditionen festzuhalten, und empfahl den Aktionären, das Angebot anzunehmen. Die Twitter-Aktie grenzte daraufhin ihre vorbörslichen Verluste ein und lag am Dienstag im frühen Handel leicht im Plus. Am Montag hatte das Papier mit einem Verlust von gut acht Prozent bei 37,38 Dollar geschlossen. Das ist jedoch weit entfernt von den 54,20 Dollar je Aktie, die der Tesla-Chef den Anteilseignern in Aussicht stellt. Musk hatte die Aktie zum Wochenende selbst auf Talfahrt geschickt, indem er den Deal zum Twitter-Kauf für „vorläufig ausgesetzt“ erklärte.

Unklar ist nach wie vor, ob Musk aus rechtlicher Sicht seine Vereinbarung mit dem Twitter-Verwaltungsrat überhaupt auf Eis legen kann. Bereits zuvor hatte Musk angedeutet, er könnte versuchen, den Kaufpreis für Twitter zu drücken. Ein Deal zu einem niedrigeren Gebot sei „nicht außer Frage“, sagte Musk in einem Video-Interview bei einer Konferenz am Montag. „Je mehr Fragen ich stelle, desto größer werden meine Sorgen“, sagte Musk bei seinem Auftritt. Er schätzte, dass Fake-Profilen mindestens ein Fünftel aller Twitter-Accounts ausmachen – nannte aber keine Basis dafür. Musk hatte eine vertiefte Prüfung der Bücher vor dem Übernahmdeal abgelehnt. Zuvor versuchte Twitter-Chef Agrawal, die Methodik des Dienstes bei Schätzungen der Zahl von Spam- und Bot-Accounts in einer Serie von Tweets zu erläutern. Er schrieb dabei auch, dass solche Schätzungen von außerhalb des Unternehmens schwer anzustellen seien. Musk konterte mit einem Kothaufen-Emoji. Stephan Scheuer (mit Agenturmaterial)

Elon Musk: Der Tesla-Chef liefert sich bizarren Machtkampf mit Twitter.



Wie reagieren die Finanzvorstände auf die neuen Herausforderungen? Die stellvertretende Chefredakteurin des Handelsblatts Kirsten Ludwig und Siemens-CFO Ralf Thomas.

Handelsblatt CFO-Summit 2022

CFOs sehen „Gespenst der Stagflation“

Topmanager wie Siemens-Finanzvorstand Ralf Thomas erwarten von einem möglichen Zinsschritt der EZB kaum eine kurzfristige Entspannung bei der Inflation. Stattdessen werden in den Konzernen interne Reaktionspläne aktiviert.

Bert Fröndhoff Düsseldorf

Finanzvorstände führender deutscher Konzerne bereiten ihre Unternehmen auf eine längere Phase weiter steigender Preise vor. „Allen muss klar sein, dass Inflation kein kurzfristiges Phänomen mehr ist“, sagt Thomas Toepfer, Finanzvorstand des Kunststoffherstellers Covestro. Er geht davon aus, dass die Europäische Zentralbank (EZB) spätestens im Sommer gegensteuern wird. Laut Siemens-Finanzvorstand Ralf Thomas könnte die Reaktion der EZB – etwa ein Zinsschritt – „stärker ausfallen als erwartet“.

Von der kurzfristigen Wirkung verspricht sich der Siemens-Vorstand nicht allzu viel. Thomas kritisierte am Dienstag auf dem „CFO-Summit 2022“ des Handelsblatts die zögerliche Haltung der EZB. „Das Thema Inflation ist seit Längerem absehbar, die Kernaufgabe der Preisstabilität aber ist im Hintergrund geblieben“, sagte er in Düsseldorf. „Jetzt reden wir bereits über das Gespenst der Stagflation, dem man nicht mehr nur mit dem klassischen monetären Instrumentarium begegnen kann.“

Viele Topmanagerinnen und Topmanager verstehen zwar das Dilemma, da die Zentralbank zugleich die konjunkturell sehr fragile Lage der Wirtschaft bedenken müsse. Dennoch werde die EZB der Inflation bald etwas entgegenzusetzen müssen, sagte Astrid Hermann, Finanzchefin des Konsumgüterherstellers Beiersdorf, auf dem „CFO Summit“. Auf die EZB wollen die Unternehmen aber nicht warten, sondern aktivieren längst interne Pläne. „Wir gehen von einer länger anhaltenden Inflationsphase aus und vertrauen

„
Jetzt reden wir bereits über das Gespenst der Stagflation, dem man nicht mehr nur mit dem klassischen monetären Instrumentarium begegnen kann.“

Ralf Thomas
Siemens-Finanzvorstand

im Umgang damit vor allem den Stellhebeln, die wir selbst in der Hand haben“, sagte Siemens-CFO Thomas. Für ihn gehört dazu ein Mix aus Verbesserung der Produktivität, Sicherung der Lieferketten und der Weitergabe der höheren Kosten über die Verkaufspreise an die Kunden.

Das aber gelingt nicht allen gleichermaßen gut. Siemens sieht sich als Technologieführer in seinen Kernmärkten wie der digitalen Fabriksteuerung und verfügt dadurch über ausgeprägte Pricing-Power. Ähnliches gilt für Covestro, dessen Kunststoffe in der Elektromobilität, Windkraft und Konsumgüterprodukten weiter gefragt sind.

Weil die Nachfrage der Verbraucher derzeit noch intakt ist, kann auch der Hautpflegespezialist Beiersdorf mit starken Marken wie Nivea die Preise anheben. Doch alle Firmen treibt die Frage um, ob und wann die Inflation auf die Verbraucherstimmung durchschlagen wird.

Im intensiven Gespräch: Beiersdorf-CFO Astrid Hermann.



„Man kann und darf sich nicht darauf verlassen, dass man steigende Rohstoff- und Energiepreise problemlos an die Kunden weitergeben kann“, sagte Toepfer. Covestro sucht verstärkt nach Möglichkeiten, die benötigten Vorprodukte in den eigenen Chemieanlagen selbst herzustellen und dadurch weniger am Markt zu Höchstpreisen einkaufen zu müssen. Eigene Wertschöpfung soll den Konzern unabhängig von der Inflation machen. Zugleich wollen sich die Leverkusener neue Lieferverträge über erneuerbaren Strom mit planbar festgelegten Preisen sichern. Die Finanzvorstände reagieren aber nicht allein auf die absehbar hohe Inflation. Auf dem „CFO Summit“ des Handelsblatts sprachen sie von einem noch nie da gewesenen Mix aus verschiedenen Krisen: Rohstoffknappheit, teure Energie, Auswirkungen des China-Lockdowns und des Ukrainekriegs.

Konzerne halten das Geld zusammen

Die CFOs kommen mit der Szenarioplanung kaum nach. „In den vergangenen Monaten ist immer das schlechteste von uns entworfene Szenario eingetreten“, sagt Beiersdorf-Finanzchefin Hermann. Zuletzt habe sich die Situation zwar etwas entspannt. Doch die Managerin fürchtet, dass die Wirtschaft im zweiten Halbjahr technisch gesehen in eine Rezession rutschen wird. Deswegen hält Beiersdorf die Kosten unter Kontrolle. Finanziell sieht sich der Konzern wegen seines üppigen Cash-Bestands gut für die Krise aufgestellt. Andere Firmen haben sich vor dem erwarteten Zinsanstieg neues Fremdkapital besorgt und mit dickeren Liquiditätspolstern für unsichere Zeiten gerüstet.

Alle Firmen halten das Geld zusammen und schrauben wo immer möglich an der Produktivität und Effizienz. Für Siemens etwa sei es als Industriegüterhersteller extrem wichtig, weiterhin mit einem starken Cashflow zu punkten – auch bei den Investitionen und Budgets kürzen die meisten Firmen derzeit noch nicht, prüfen aber den Zeitplan der Projekte und priorisieren sie. „Wir fahren bei den Marketingausgaben vorerst auf Sicht“, sagt Michael Söhlke, Finanzchef des Spirituosenherstellers Semper idem Underberg.

Zugleich verstärken die Unternehmen ihre Lagerhaltung, um lieferfähig zu bleiben. Denn die Lieferketten sind weiter sehr angespannt. Vor allem die schwierige Lage in China nach den Lockdowns bleibt unsicher. Frühestens Ende Juni könnten sich die Lieferketten dort wieder entspannen, erwartet Covestro-CFO Toepfer – vorausgesetzt, die strikte Coronapolitik werde sich nicht auf weitere Regionen Chinas ausweiten.