

Börsentipp / spekulativ: Santa Claus AG (WKN: 20001224)

Die neugegründete Santa Claus AG war ursprünglich ein Familienunternehmen, das auf eine mehrhundertjährige Geschichte zurückblicken kann. Im Zuge umfassender Restrukturierungsmaßnahmen, die das Ergebnis einer umfassenden Image-Kampagne im letzten Jahr war, hat das Unternehmen für Anfang 2001 den Gang an die Börse avisiert.

Im Rahmen eines Management Buy-Outs wurden erst Anfang 2000 eine vollständig neue Führungsscrew für das Unternehmen angeworben. Einer Straffung der eigenen Firmenstruktur diene neben der Einführung intelligenter e-Procurement-Lösungen das Outsourcing des Geschäftsbereichs Fullfilment durch Gründung der Rendeer International Inc. mit Sitz in Schweden, einer hundertprozentigen Tochtergesellschaft der Santa Claus AG, die innerhalb der nächsten beiden Jahren ebenfalls an der Börse notiert werden soll. Mit diesem Schritt signalisierte das neue Management bereits früh die angestrebte Trennung von e-Commerce- und Logistik-Bereich. Weiterhin wird eine Optimierung der Absatzstrukturen durch das geplante Joint Venture mit der Osterhasen International AG angestrebt. Hier könnte die Santa Claus AG vor allem von der Infrastruktur der Tochterfirmen Eastern Rapid sowie UBS (United Bunny Service) und den sich daraus ergebenden Synergie-Effekten profitieren.

Über allein sieben nationale Gesellschaften werden die wichtigsten europäischen Märkte erreicht. Damit gehört die Santa Claus AG zu den führenden Unternehmen im B2C-Bereich, das eine nahezu vollständige Flächenabdeckung erreicht. Auch wenn es sich bei der Santa Claus AG um einen Global Player handelt, ist doch das traditionell zurückhaltende Engagement vor allem im nah- und fernöstlichen Bereich auffällig. Zugleich richtet sich die besondere Konzentration der Marketing-Aktivitäten der Santa Claus AG auf die jüngeren Generationen, in denen das Unternehmen seine Haupt-Zielgruppe gefunden zu haben scheint. Fraglich bleibt allerdings, ob es sich hierbei um eine direkte Unterstützung der inzwischen ausgesetzten CDU-Aktion "Kinder statt Inder" handelt. Doch insgesamt müssen diese beiden Punkte nicht unbedingt als Defizite betrachtet werden, bieten die bisher vernachlässigten Märkte aufgrund fehlender Konkurrenz doch auch auf ferne Zukunft enormes Expansionspotenzial. Hier wird es vor allem auf die Marktstrategie des neuen Managements ankommen.

Ein präzises Workflow-Management gehört genauso zur neuen Firmenphilosophie wie auch besondere Anstrengungen im Consumer Relation Management, das vollständig durch die Christkind GmbH abgewickelt wird und durch ein intelligentes Zielkundenkonzept besticht. Für den Consumer Relation-Bereich steht unter anderem ein eigenes Support-Center zur Verfügung. Lediglich im Merchandising-Bereich scheint die Santa Claus AG noch etwas rückständig. Hier scheint ausschließlich die geschäftliche Verbindung zu einem großen amerikanischen Hersteller von Soft Drinks für die Zukunft Gewinne zu versprechen.

Auch die bisherige Konzentrierung der Marktaktivitäten auf die letzte Woche des Jahres scheint seit geraumer Zeit nicht mehr als unumstößliche Firmenphilosophie verstanden zu werden. So hat die Santa Claus AG schon vor geraumer Zeit durch Gründung der Nikolaus GmbH gezeigt, dass sie jederzeit in der Lage ist, neue Tochterfirmen am Markt zu platzieren.

Im Platow-Brief wurde bereits darauf hingewiesen, dass sich stets gegen Ende des Jahres die Cashburn-Rate exorbitant erhöht - ein genauer Grund dafür war bisher nicht herauszufinden. Selbst die renommierten Wirtschaftsprüfer von Prince-Waterhouse Cooper stehen in dieser Hinsicht vor einem Rätsel. Eine Discounted-Cashflow-Analyse legt die Vermutung nahe, dass gerade in dieser Zeit das Unternehmen eine besonders hohe Geschäftstätigkeit entwickelt. Dennoch besteht keinerlei Zweifel an der vollständigen Solidität des Unternehmens, das bisher noch nie über Liquiditätsprobleme klagen musste. Die Erwartung steigender Kurse nach der Erstnotierung am 06. Januar 2001 könnte die Marktkapitalisierung des Unternehmens noch weiter verbessern.

Das 2000er Umsatzmultiple ist mit geschätzten Vier im Gegensatz zum weiteren Markt als absolut günstig anzusehen. Zudem verfügt das Unternehmen über einen Umsatzwachstum von 66 Prozent und ein EBIT-Wachstum von 117 Prozent pro Jahr. Bezahlt wird das alles mit einem KGV von läppischen 25 auf Basis 2001 - was sogar als eine sehr konservative Schätzung gelten muss.

Aufgrund zahlreichen Innovationen, die derzeit kurz vor dem Durchbruch stehen, lassen sich Umsatz- und Ergebnisschätzungen nur schwer prognostizieren. Nicht zuletzt deshalb hat die Santa Claus-Aktie eine wahnsinnige Fantasie, so dass der Titel eine eindeutige Kaufempfehlung bekommt.