

SWISSQUOTE

ePRIVATE BANKING MAGAZINE



WETTBEWERB

GEWINNEN SIE EIN
PORTFOLIO IM WERT VON

10'000.-

S. 76



MOBIL, VERNETZT, GRATIS

NEUES SPIEL

DIE VIDEOGAME-
BRANCHE MUSS
UMDENKEN

.. ACTIVISION BLIZZARD ... ZYNGA ... NINTENDO ... MICROSOFT ...
.. SONY ... NVIDIA ... AMD ... EA ... UBISOFT ... TAKE-TWO ... THQ



PATEK PHILIPPE

GENEVE

Beginnen Sie eine
eigene Tradition.

Mehr Informationen erhalten Sie bei den unten genannten
Patek Philippe Partnern sowie im autorisierten Fachhandel.

Eine vollständige Liste unserer Partner in der Schweiz
finden sie auf patek.com

Basel

Gübelin AG, Freie Strasse 27
Seiler, Gerbergasse 89

Bern

Gübelin AG, Bahnhofplatz 11
Zigerli & Iff AG, Spitalgasse 14

Interlaken

Kirchhofer Haute Horlogerie II,
Höheweg 56

Lugano

Gübelin AG, Via Nassa 7
Mersmann SA, Via Nassa 5
Somazzi SA, Via Nassa 36

Luzern

Gübelin AG, Schweizerhofquai 1

St. Moritz

Gübelin AG, Via Serlas/Palace Galerie

Vaduz/FL

Huber Uhren Schmuck, Im Städtle

Zug

Lohri, Neugasse 9

Zürich

Beyer Uhren und Juwelen,
Bahnhofstrasse 31
Gübelin AG, Bahnhofstrasse 36





Eine Patek Philippe gehört einem nie ganz allein.

Man erfreut sich ein Leben lang an ihr, aber eigentlich
bewahrt man sie schon für die nächste Generation.



Jahreskalender Ref. 5205G, Calatrava Manschettenknöpfe.



BALLY
SWITZERLAND

SCRIBE

MADE-TO-ORDER SHOES AND BELTS

at selected Bally Boutiques +41 44 224 39 39
and bally.com

Spielen Sie mit!

Computerspiele als Insidervergnügen für Nerds – das war einmal. Die Videogames haben die Massen erobert und das Kino auf den zweiten Platz verwiesen. Dieses Jahr wird der Gesamtumsatz der Branche rund 75 Mrd. Dollar betragen – vor vier Jahren waren es noch 40 Mrd. Nicht zuletzt mit Blick auf die Weihnachtsfeiertage nimmt «Swissquote Magazine» deshalb die atemberaubende Entwicklung eines Sektors unter die Lupe, dessen Produkte inzwischen auch viele Erwachsene und darunter immer mehr Frauen erreichen. 2006 war es die japanische Firma Nintendo, die mit ihrer Heimkonsole Wii die Nutzergewohnheiten revolutionierte – heute kommt die grosse Umwälzung von den fast oder ganz kostenlosen Mini-Games, die auf Smartphones oder in sozialen Netzwerken gespielt werden (s. S. 34). Dabei hat Angry Birds mit über 350 Mio. Downloads auf Smartphones den Schnabel eindeutig vorn, Cityville auf Facebook kann auf stolze 80 Mio. Nutzer monatlich verweisen, 55 Prozent davon sind Frauen.

Der massenhafte Download auf Smartphones (vor allem über AppStore und Android Market) und die Nutzung der sozialen Netzwerke als Spielplattform haben zu einer Demokratisierung der Spiele geführt, die es den Anbietern erlaubt, ein grösseres Publikum zu erreichen als mit Konsolen. Ausserdem werden die Spieler dort abgeholt, wo sie sich schon zu Hause fühlen. Zynga, der Marktführer für Social Games wie Farmville und Cityville wurde erst 2007 gegründet und will im Dezember an die Börse gehen. Im vergangenen Jahr setzte das US-Unternehmen 600 Mio. Dollar um.

Angesichts der Abwanderung ihres Stammpublikums versuchen sich die traditionellen Anbieter von Geräten und Spielen ein neues Profil zu geben – mit mehr oder weniger Erfolg. Branchenriesen Nintendo ist angeschlagen, doch andere nutzen die Chance, um zu diversifizieren und ihr Businessmodell anzupassen. So hat Electronic Arts die ursprünglichen Publisher von Angry Birds (S. 38), Chillingo, übernommen. Man sieht: Wandel fördert Handel.

Auf einer theoretischeren Ebene befasst sich «Swissquote Magazine» diesmal ausserdem mit ethischen Fragen in Zusammenhang mit der Marktwirtschaft. Im Swissquote-Interview erläutert Thomas Beschorner, der neue Direktor des Instituts für Wirtschaftsethik der Universität St. Gallen, wo er die Vorzüge des Liberalismus verortet (S. 68).

Ein grosses Porträt widmen wir diesmal SGS, dem weltweit führenden Unternehmen für Inspektions- und Überwachungsdienste mit Sitz in Genf. Ein erstklassiger Börsenwert, dem breiteren Publikum noch wenig bekannt.

Gute Lektüre!



Marc Bürki,
CEO Swissquote

SWISSQUOTE

Herausgeber

Swissquote
Chemin de la Crétaux 33
1196 Gland
Schweiz
T. +41 44 825 88 88
www.swissquote.ch
magazine@swissquote.ch

Koordination

des Magazins
Brigitta Cooper

Editorische und grafische Umsetzung

LargeNetwork
6, rue Abraham-Gevery
1201 Genève
Schweiz
T. +41 22 919 19 19
info@LargeNetwork.com
www.LargeNetwork.com

Leitung

Gabriel Sigrist
und Pierre Grosjean

Projektleitung

Ludovic Chappex

Koordination

Luise Wunderlich

Redaktion

William Audureau
Bertrand Beauté
Benjamin Bollmann
Didier Bonvin
Gaëlle Chaar
Jean-Cosme Delaloye
Joël Espi
Lukas Hässig
Cyril Lener
Martin Longet
Sylvain Menétrey
Marc Renfer
Daniel Saraga
Eckhard Baschek/Infel
Gaston Haas/Infel
Andreas Turner/Infel

Layout

Jérémie Mercier

Gestaltung

Caroline Fischer

Seitenlayout

Clémence Anex
Diana Bogisch
Caroline Fischer
Sébastien Fourtouill
Olivia de
Quatrebarbes

Übersetzung

Régine Finck
Claudia Grosdidier
Dorothee Hofer
Irène Kruse
Boris Muller
Annika Schmidt-
Glenewinkel
Robert Schnieper
Richard Siegert

Cover

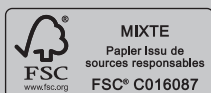
Foto: Patrice Moullet

Fotos

Dominic Büttner
Shamil Tanna
Newscom
Reuters

Werbung

MedienSatellit
Zypresenstrasse 60
8004 Zurich
Schweiz
T. +41 43 268 50 39
www.mediensatellit.ch
info@mediensatellit.ch



**Abonnement für das
Swissquote Magazine**
CHF 40.– für 6 Ausgaben
www.swissquote.ch/magazine/d/

WORLD WATCH



SGS



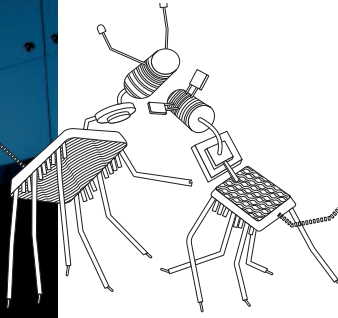
GERHARD SCHWARZ



 AUDIO

INHALTSVERZEICHNIS

- | | |
|--|--|
| <p>3. EDITORIAL
von Marc Bürki</p> <p>8. GESTERN, MORGEN</p> <p>10. WORLD WATCH</p> <p>20. UNTERNEHMEN
Die Gewinner und
Verlierer des Marktes</p> <p>24. SGS
Ein Schweizer zertifiziert
Waren in der ganzen Welt</p> <p>28. ANALYSEN
Anlagetipps und Ratschläge
der Spezialisten</p> | <p>32. NEUES SPIEL
DIE VIDEOGAME-BRANCHE
MUSS UMDENKEN</p> <p>34. Casual Games:
bunte Spielesammlung im Höhenflug</p> <p>39. Free2play:
Umsonst zahlt sich aus</p> <p>42. Spielekonsolen:
Akteure unter der Lupe</p> <p>50. Die Publisher müssen sich
neu erfinden</p> <p>56. Japanische Computerspiele:
das Ende eines Imperiums</p> <p>58. Blizzard – die Gründe des Erfolgs</p> <p>62. Der Konkurrenzkampf
der Grafikchiphersteller erreicht
Smartphones und Tablet-Computer</p> |
|--|--|



- 64. **PORTRÄT**
Gerhard Schwarz, Direktor
des Thinktanks Avenir Suisse
- 68. **INTERVIEW**
Thomas Beschoner,
Direktor des Instituts
für Wirtschaftsethik
- 74. **SWISSQUOTE**
Die Vorteile
des Lombardkredits
- 81. **SCOOTER**
Der Boom der Dreirad-Roller

- 86. **OUTDOOR**
Die leistungsstärksten
Solarpanels für den
Wanderrucksack
- 88. **AUDIO**
Musikserver übertrumpfen
MP3
- 90. **REISE**
Nicaragua entdecken
- 96. **EIN WORT ZUM SCHLUSS**
Roger Diener, Architekt

QR-CODE



Bei diesem Symbol neben einigen Artikeln des Magazins handelt es sich um einen QR-Code (für «Quick Response»). Einmal abfotografiert, erlaubt er, über ein kompatibles Mobiltelefon direkt auf die betreffende Website zuzugreifen. Die Anwender von Swissquote können durch diesen Code den Aktienkurs der entsprechenden Firma nachverfolgen und sogar deren Aktien kaufen oder verkaufen. Um die kompatible Anwendung für Ihr Telefon herunterzuladen, besuchen Sie die Seite www.swissquote.ch/magazine/code/d/

 LESERBRIEFE

Guten Tag,
Ich lese jeweils jede Ausgabe des «Swissquote Magazine» mit grossem Interesse. Man lernt dort Aspekte der Finanzwelt kennen, über die man sonst nirgends liest.

In der aktuellen Ausgabe Nr. 4 hat mir der Beitrag über das Hochfrequenz-Trading sehr gut gefallen. Einen solch ausführlichen Artikel über dieses Thema habe ich sonst noch nirgends gelesen. Ich hoffe, Sie bleiben an diesem Thema dran und beleuchten auch in Zukunft neue Trends im Handel und der Analyse, die auch für den Kleinanleger nützlich sein könnten.

Besten Dank und freundliche Grüsse

MARTIN MERZ

Guten Tag,
Könnten Sie vielleicht einmal Google-TV einen neuen Artikel widmen? Ein Jahr nach der Ankündigung wartet man noch immer auf die Einführung in der Schweiz. Sie erwähnen es in Ihrem Vergleich zwischen Samsung und Sony («Swissquote Magazine» 4, Seite 18, A.d.R.), man möchte jedoch gern mehr darüber erfahren. Das wäre doch ein gutes Thema für das «Swissquote Magazine», oder nicht?

G. P., OSTERMUNDIGEN

Danke für Ihre Zuschrift. Sie haben recht. Wir werden für die nächste Ausgabe des «Swissquote Magazine» einen Artikel zu diesem Thema erarbeiten.

Ihre Meinung interessiert uns.

Kommentare, Fragen, Reaktionen? Schreiben Sie uns an magazine@swissquote.ch

Liebes «Swissquote Magazine»,

Ihr Dossier über den «Börsen-Boom» in der letzten Nummer hat mich überrascht und interessiert. Ich hätte mir nicht vorstellen können, dass ein Zuwachs von annähernd 400 Prozent innert einem Jahr bei einem «klassischen» Titel überhaupt möglich ist, obwohl das Beispiel des Pharmaunternehmens Mesoblast dies beweist. Allerdings ist ja die Kursentwicklung dieser Aktie in den letzten sechs Monaten überhaupt nicht mehr so attraktiv. Der Trend ist nämlich in eine Negativkurve umgekippt. Das zeigt, dass es immer darum geht, im richtigen Zeitpunkt in den Markt hineinzugehen und wieder auszusteigen. Davon abgesehen danke ich Ihnen, Ihren Anleger-Lesern neue Horizonte zu eröffnen. Nur weiter so.

J. D., GENÈVE



Gold, Silber, Palladium oder Platin? Bei uns *werden Sie fündig.*

Sie suchen Möglichkeiten, um an den Aufwärtsbewegungen der Edelmetalle zu partizipieren? Setzen Sie Ihre Anlageideen effizient und unkompliziert mit Hebelprodukten von UBS um, und wählen Sie aus über 500 verschiedenen Instrumenten. Für weitere Auskünfte wenden Sie sich bitte an 044-239 76 76* oder keyinvest@ubs.com



UBS Warrants					SVSP Produktname: Warrants (2100)	
Basiswert	Währung	Preis ¹	Strike Level ¹	Spot Level ¹	Verfall	Valor
Gold (XAU/USD)	CHF	1.38	2000.00	1805.00	21.09.2012	12 833 066
Gold (XAU/USD)	CHF	1.37	2100.00	1805.00	07.12.2012	13 685 327
Palladium (XPD/USD)	CHF	0.41	850.00	710.00	15.06.2012	12 602 778
Palladium (XPD/USD)	CHF	0.34	900.00	710.00	15.06.2012	12 602 779
Platin (XPT/USD)	CHF	0.97	2000.00	1800.00	15.06.2012	12 602 764
Platin (XPT/USD)	CHF	0.76	2100.00	1800.00	15.06.2012	12 602 765
Silber (XAG/USD)	CHF	1.08	47.50	40.30	21.09.2012	12 917 744
Silber (XAG/USD)	CHF	1.10	50.00	40.30	07.12.2012	13 453 715

¹ Indikativ per 14.9.2011

Wir werden nicht ruhen



Wichtige Informationen zu Risiken und Chancen im Zusammenhang mit diesen Produkten finden Sie unter: www.ubs.com/keyinvest

Diese strukturierten Produkte stellen keine Beteiligung an einer kollektiven Kapitalanlage im Sinne von Art. 7 ff. des Schweizerischen Bundesgesetzes über die kollektiven Kapitalanlagen (KAG) dar und unterstehen somit nicht der Bewilligung der Eidgenössischen Finanzmarktaufsicht FINMA. Deshalb besteht für den Investor, der in diese Produkte investiert, kein Anlegerschutz nach dem KAG. Dieses Inserat dient ausschliesslich zu Informationszwecken und ist nicht als Angebot, persönliche Empfehlung oder Aufforderung zum Abschluss einer Transaktion auszufügen oder als Anlageberatung anzusehen. Dieses Inserat stellt keinen vereinfachten Prospekt im Sinne von Art. 5 KAG sowie kein Kotierungsinserat im Sinne des Kotierungsreglementes dar. Die massgebende Produktdokumentation kann direkt bei UBS Investment Bank im 24-h-Service unter Tel. 044-239 47 03, Fax 044-239 69 14 oder über E-Mail swiss-prospectus@ubs.com bezogen werden. Diese Emission unterliegt möglicherweise Verkaufsbeschränkungen u.a. für Europa, Hongkong, Singapur, USA und US-Personen (die Emission unterliegt schweizerischem Recht). Vor dem Eingehen von strukturierten Transaktionen empfiehlt sich eine fachkundige Beratung durch Ihre Hausbank. Die Angaben in diesem Inserat erfolgen ohne Gewähr. © UBS 2011. Alle Rechte vorbehalten.

* Wir machen Sie darauf aufmerksam, dass Gespräche auf den mit * bezeichneten Anschlüssen aufgezeichnet werden können. Bei Ihrem Anruf auf diesen Linien gehen wir davon aus, dass Sie mit dieser Geschäftspraxis einverstanden sind.

G E S T E R N

**SWISSCOM VERZICHTET
AUF AUTOMATISCHE
VERTRAGSVERLÄNGERUNG**

Swisscom verzichtet seit Anfang September auf die automatische Verlängerung von Mobilfunkverträgen. Damit hielt der Mobilfunkanbieter sein Versprechen vom Februar ein und reagiert auf entsprechende Kundenforderungen. Die Konkurrenten Sunrise und Orange beabsichtigen bisher nicht, dem Beispiel zu folgen. Sie bieten in der Regel Verträge mit einer Laufzeit zwischen 12 und 24 Monaten an, die sich automatisch um ein weiteres Jahr verlängern, ohne dass die Kunden zuvor eine Mitteilung über das Ende der Vertragslaufzeit erhalten.

SCMN

**VONTOBEL ZAHLT EINE MILLION
AN PRIVATE EQUITY**

Die Zürcher Bank Vontobel wird der Private Equity Holding, einer Investmentgesellschaft aus Zug, eine Million Franken zahlen. Mit diesem Vergleich, der unter der Ägide der Zürcher Justiz vereinbart wurde, wird ein seit elf Jahren schwelender Konflikt zwischen den beiden Firmen beigelegt. Im Januar 2010 waren im Laufe des Rechtsstreits bereits zwei ehemalige Kader von Vontobel vom Vorwurf des Betrugs freigesprochen worden.

VONN

**NEUER VERTRAG FÜR DEUTSCHE
PANALPINA-TOCHTER**

Der Basler Logistik- und Transportkonzern Panalpina hat dank seiner Zweigniederlassung in Deutschland einen neuen Geschäftspartner. Panalpina Road Freight Deutschland arbeitet seit Anfang September mit dem italienischen Unternehmen Arcese Transporti zusammen. Die beiden Firmen hoffen, bis Ende 2012 auf 100'000 Transporte zwischen verschiedenen grossen italienischen Städten zu kommen. Panalpina beschäftigt weltweit 15'000 Mitarbeiter und hat 13 Firmenstandorte in Deutschland. Arcese Transporti hat in Italien 19 Niederlassungen mit insgesamt 4'000 Angestellten.

PWTN

**NESTLÉ-FABRIK FÜR
200 MILLIONEN BEI BERN**

Der Nestlé-Konzern hat in Konolfingen zwischen Bern und Thun ein neues Werk für 200 Mio. Franken eingeweiht, das probiotische Säuglingsnahrung der neuen Generation herstellen soll. Es entstehen insgesamt 370 Arbeitsplätze. Die Einweihung fand in Anwesenheit von Johann Schneider-Ammann, Chef des eidgenössischen Volkswirtschaftsdepartements, und von Konzernchef Paul Bucke statt. Das Unternehmen mit Sitz in Vevey hat in den vergangenen vier Jahren 400 Mio. Franken in die Anlagen in Konolfingen investiert. Insgesamt investierte das Schweizer Unternehmen in den vergangenen zehn Jahren in der Schweiz 3 Mrd. Franken und schuf 2700 Arbeitsplätze.

NESN

**GLENCORE KAUFTE
SÜDAFRIKANISCHES
BERGBAUUNTERNEHMEN**

Der Rohstoffriesen Glencore hat die südafrikanische Bergbaufirma Optimum Coal in ihren Besitz gebracht. Das Unternehmen mit Sitz in Baar ZG kaufte 43,51 Prozent der Firmenaktien, deren Wert auf 370 Mio. Euro geschätzt wird. Glencore startete das Geschäft im Rahmen eines Konsortiums mit Cyril Ramaphosa, der durch seinen Kampf gegen die Apartheid bekannt wurde und heute einer der mächtigsten Geschäftsleute des Landes ist. Optimum Coal ist einer der grössten Kohleproduzenten Südafrikas. 2010 hatte er noch einen Gewinn von 22,5 Mio. Franken verbucht, doch ist dieser binnen eines Jahres um knapp 70 Prozent eingebrochen.

GLEN,GB

**VERBOT VON DENNER-KAPSELN
AUFGEHOBEN**

Das St. Galler Handelsgericht hat Ende August das Verbot aufgehoben, das Denner den Verkauf von mit Nespresso-Maschinen kompatiblen Kaffee-Kapseln untersagt hatte. Die Entscheidung wurde getroffen, während der zu Migros gehörende Discounter noch auf ein eindeutiges Urteil in dem Fall wartet. Im Dezember 2010 hatte Nespresso Klage eingereicht, um Denner am Verkauf der Kapseln zu hindern. Das Bundesgericht hatte zugunsten von Nestlé entschieden, bevor der Fall an das Handelsgericht in St. Gallen übergeben wurde.

M O R G E N

AG

AI

AR

BE

BL

BS

FR

GE

GL

GR

JU

LU

NE

NW

OW

SG

SH

SO

SZ

TG

TI

UR

VD

VS

ZG

ZH

NESTLÉ INVESTIERT IN THAILAND



Um seine Produktion von Lebensmitteln, insbesondere Kaffee und Glace, zu erhöhen, wird Nestlé in Thailand 98 Mio. Franken investieren. Über einen Zeitraum von zwei Jahren werden damit die Fabriken des Schweizer Riesen ausgebaut sowie ein neues Zentrum für Qualitätssicherung geschaffen. Mit dem Projekt will der Konzern auf die steigende Nachfrage nach seinen Produkten in Thailand und in der Region reagieren. Thailand gehört auch zum «Nescafé-Plan», der Investitionen von 500 Mio. Franken vorsieht, unter anderem für eine Handelsstrategie, die den Kaffeeproduzenten fairere Bedingungen bieten soll.

☒ NESN

ROCHE UND EVOTEC GEMEINSAM GEGEN ALZHEIMER

Der Roche-Konzern hat mit dem deutschen Biotech-Unternehmen Evotec eine Vereinbarung zur Entwicklung eines Medikaments gegen die Alzheimer-Krankheit abgeschlossen. Der Basler Pharmakonzern hat schon 10 Mio. Dollar an Evotec überwiesen; die Entwickler sollen bis zu 820 Mio. Dollar für ihre Substanz EVT 302 erhalten. Der Endbetrag wird von den Ergebnissen der Forschungen abhängen, deren zweite Phase Anfang 2011 beginnen soll. Das EVT wurde schon in drei Studien getestet. Die Alzheimer-Krankheit, von der 35 Mio. Menschen betroffen sind, bietet für die Pharmaindustrie einen mehrere Milliarden schweren Markt.

☒ ROG

☒ EVT,X

CREDIT SUISSE LEGT IN BRASILIEN ZU

Die Credit Suisse wird das brasilianische Unternehmen Hedging-Griffo übernehmen. Das Geschäft, dessen Wert sich auf 612 Mio. Franken beläuft, soll bis Ende des Jahres abgewickelt werden. Das neue Unternehmen wird Credit Suisse Hedging-Griffo heissen. Mit einem verwalteten Vermögen von rund 16 Mrd. Franken ist Hedging-Griffo eines der grössten Asset-Management-Unternehmen Brasiliens. 2006 hatte die Credit Suisse bereits für 360 Mio. Franken eine Mehrheitsbeteiligung an dem brasilianischen Unternehmen erworben.

☒ CSGN

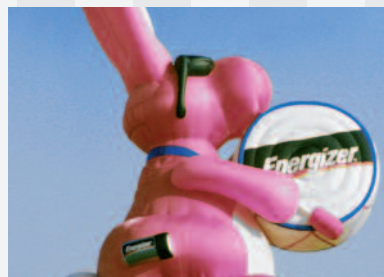
UBS MUSS NOCH MEHR STELLEN STREICHEN



Die UBS will in den kommenden zwei bis drei Jahren durch Kostensenkungen zwischen 1,5 und 2 Mrd. Franken einsparen. Die Schuldenkrise und die Aufwertung des Franken haben dazu geführt, dass sich der Gewinn der Grossbank im dritten Quartal 2011 im Vergleich zum Vorjahreszeitraum halbiert hat. Angesichts der unsicheren Lage plant die Nummer eins des Schweizer Bankensektors die Entlassung von mehreren tausend Beschäftigten. Aufgrund der letzten Finanzkrise war die Zahl der UBS-Mitarbeiter bereits von 83'000 im Jahr 2007 auf weniger als 68'000 im Jahr 2011 gesunken. Ferner teilte die Bank mit, sie könne ihre mittelfristigen Ziele, die sie sich 2009 gesetzt hatte, nicht erreichen.

☒ UBSN

SWATCH ÜBERNIMMT ENERGIZER-FABRIK



Das ehemalige Werk des Batterienherstellers Energizer in La Chaux-de-Fonds wird per 1. November vom Uhrenkonzern Swatch Group übernommen. Konzernchef Nick Hayek hatte bereits im März sein Interesse an der Fabrik und den Beschäftigten bekundet, da das Unternehmen seine Geschäfte ausweiten möchte. So werden 40 der rund 200 Beschäftigten, deren Arbeitsplatz gestrichen wurde, im neuen Werk wieder eingestellt. Dort werden hauptsächlich Uhrzeiger der Marke Universo hergestellt werden. Nach der Rezession 2008/2009 erlebte die Swatch Group einen kräftigen Aufschwung. In den vergangenen Monaten schuf sie bereits mehrere hundert neue Arbeitsplätze.

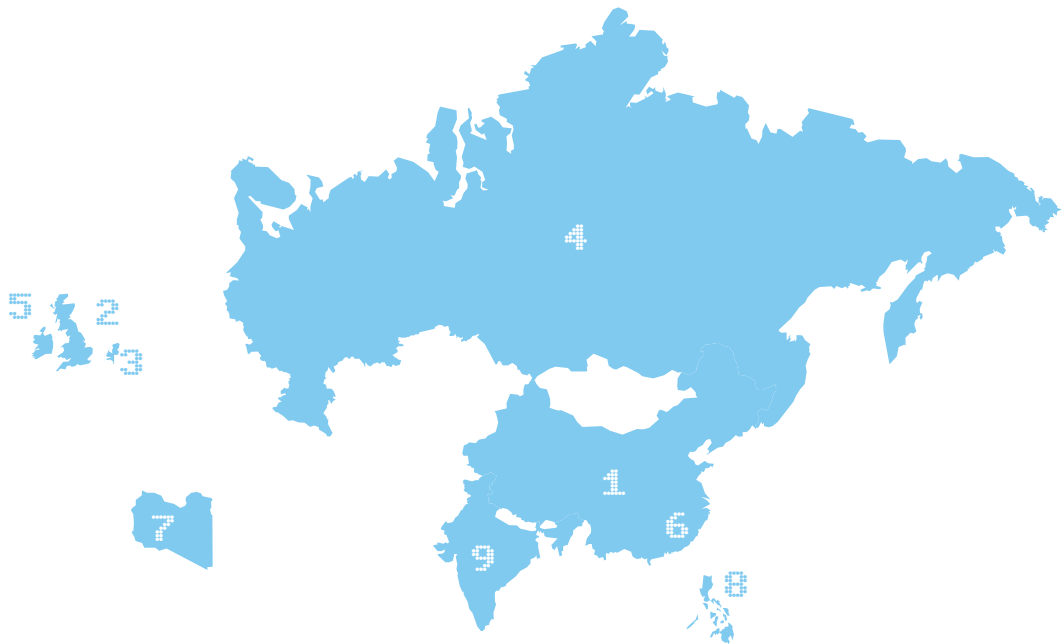
☒ UHRN

KUDELSKI LIEFERT ZUTRITTSSYSTEME FÜR EM 2012

Die Kudelski-Tochter SkiData wird zur Euro 2012 in Polen und der Ukraine die Hälfte der Stadien ausrüsten. Das auf Zutrittsmanagement für Stadien spezialisierte Unternehmen unterzeichnete im Juli in Warschau mit dem Nationalen Zentrum für Sport einen entsprechenden Vertrag. Gegenstand sind das Zugangsmanagement sowie Kassensysteme für den Ticketverkauf und die Gastronomie. SkiData wird unter anderem das neue polnische Nationalstadion ausrüsten, das mit 58'000 Plätzen das grösste des Landes ist. Die Tochterfirma von Kudelski wird dort 76 Drehkreuze mit 156 automatischen Lesegeräten installieren.

☒ KUD

WORLD WATCH



ALCOA BAUT PRÄSENZ IN CHINA AUS

Der Aluminiumriese Alcoa plant ein Joint Venture in China mit dem staatlichen Konzern China Power Investment [CPI]. Das US-Unternehmen, das noch keine Einzelheiten der Vereinbarung veröffentlicht hat, will sich die wachsenden chinesischen Märkte in Branchen wie Automobilbau, Luftfahrt, Verpackung und Verbraucherelektronik zunutze machen. Die beiden Konzerne hatten schon im vergangenen Januar eine Vereinbarung unterzeichnet, in der Investitionen von Alcoa von bis zu 7,5 Mrd. Dollar vorgesehen sind.

AA,U



BANK OF GEORGIA GOES PUBLIC



Die grösste Bank Georgiens, Bank of Georgia, hat Anfang September mitgeteilt, sie wolle an die Londoner Börse gehen, um internationale Anleger zu gewinnen. Zu diesem Zweck wird in England und Wales eine neue Gesellschaft als Konzernholding gegründet. Bank of Georgia ist über das Instrument der «Global Depositary Receipts» [GDR], auf Dollar lautende Aktienbündel, schon an der Londoner Börse kotiert. Den Inhabern dieser GDR sollen im Austausch Aktien der neuen Gesellschaft angeboten werden.

BGEO,GB



ABN AMRO BAUT 2350 STELLEN AB

Die verstaatlichte niederländische Bank ABN Amro wird im Laufe der nächsten drei bis vier Jahre 2350 Arbeitsplätze abbauen, davon 850 Nichtbesetzungen frei werdender Stellen und 1500 Entlassungen. Im Zuge dieses Umstrukturierungsplans wurden Rückstellungen in Höhe von 200 Mio. Euro geschaffen. Obwohl die Bank im ersten Halbjahr 2011 wieder schwarze Zahlen schrieb, erklärte sie, es herrsche «zunehmende Unsicherheit angesichts der Staatsverschuldung». ABN Amro, die 2010 aus dem Zusammenschluss der gleichnamigen niederländischen Bank und der Fortis Bank Nederland entstanden ist, nimmt damit die zweite Hälfte ihres Fusionsprozesses in Angriff.

RBS,GB



EXXON UND ROSNEFT TREFFEN ABKOMMEN IN RUSSLAND



Der amerikanische Mineralölkonzern Exxon und das russische Ölunternehmen Rosneft haben Ende August eine Vereinbarung über die Erschliessung der Öl- und Gasvorkommen in der russischen Arktis unterzeichnet. Der Vertrag beinhaltet auch Felder, auf die es BP abgesehen hatte, und macht die Hoffnungen des britischen Ölkonzerns auf eine Wiederaufnahme der im Januar 2011 begonnenen Verhandlungen mit Rosneft zunichte. Im Mai war die jetzt zustande gekommene, 16 Mrd. Dollar schwere Partnerschaft noch von den Aktionären des russisch-britischen Joint Ventures TNK-BP blockiert worden.

XOM,U ROSN,GB



ANGLO IRISH BANK VERKAUFT KREDITPORTFOLIO

Das Portfolio aus Immobilienkrediten in Höhe von 9,5 Mrd. Dollar, von dem sich die Anglo Irish Bank trennen wollte, teilen sich künftig die US-Banken JP Morgan Chase und Wells Fargo sowie die Investmentgesellschaft Lone Star Funds. Im August fand eine Versteigerung mit rund 20 Interessenten statt, auf der die drei Firmen jeweils zwischen sieben und acht Mrd. Dollar ausgaben, um das Portfolio zu ersteigern. Bei der Transaktion handelt es sich um eine der grössten Veräusserungen seit dem Crash auf dem amerikanischen Immobilienmarkt vor drei Jahren. Die Anglo Irish Bank war 2009 verstaatlicht worden, um sie vor dem Konkurs zu bewahren.

CKL1,XT



BESUCHERREKORD IN DEN CASINOS VON MACAO

Die Casinos von Macao verzeichneten im August Rekordumsätze. Die sechs Casinobetreiber der ehemaligen portugiesischen Kolonie meldeten einen Gesamtumsatz von 2,17 Mrd. Euro für August, ein Plus von 57 Prozent gegenüber dem Vorjahr. In den acht ersten Monaten erreichte der Gesamtumsatz der Spielhäuser damit ca. 15 Mrd. Euro und 46,8 Prozent mehr als im gleichen Vorjahreszeitraum. Das Ergebnis ist vor allem dem Zustrom chinesischer Kunden geschuldet. Macao ist heute die grösste Glücksspielmietropole der Welt.



ÖLKONZERN ENI WILL POSITION IN LIBYEN HALTEN



Der italienische Ölmulti Eni hat Ende August ein Abkommen mit Vertretern des Nationalen Übergangsrates in Libyen unterzeichnet, um seine Geschäfte dort wieder aufnehmen zu können. Bis zur Revolte gegen Muammar al-Gaddafi war das italienische Unternehmen der grösste ausländische Erdölkonzern in Libyen gewesen. Nun fürchtet Italien, das anfangs gezögert hatte, die Rebellen zu unterstützen, seinen Status als privilegierter Wirtschaftspartner zu verlieren. Paolo Scaroni, der Präsident von Eni, war nach der Einnahme von Tripolis durch die Rebellen als erster Chef eines grossen Ölkonzerns nach Libyen gereist.

ENI,IT



BUREAU VERITAS AUF DEN PHILIPPINEN



Bureau Veritas, die weltweite Nummer zwei (hinter der Genfer SGS) im Bereich Inspektion und Zertifizierung, hat die philippinische Firma Toplis Marine Inspection and Testing übernommen. Das Unternehmen führt Inspektionen und Tests von Erdölprodukten, Erzen und Kohle durch. Der französische Konzern nannte keine exakte Kaufsumme, erklärte aber, die Firma werde 2011 einen Umsatz von rund 800'000 Euro erzielen. Im ersten Halbjahr hatte Bureau Veritas bereits eine Reihe von Übernahmen mittlerer Grössenordnung getätigt. Die Neuakquisitionen werden dem Unternehmen voraussichtlich ein Umsatzplus in Höhe von 100 Mio. Euro bescheren.

BVI,E



GRATIS-COMPUTER FÜR INDISCHE KINDER

Die Regierung des südindischen Bundesstaates Tamil Nadu hat angekündigt, den Schülern der Oberstufe und den Studenten der öffentlichen Schulen kostenlos Laptops abzugeben. Im Verlauf der nächsten fünf Jahre sollen laut der Tageszeitung «The Hindu» 6,8 Mio. Schüler so ausgerüstet werden, davon 900'000 im ersten Jahr. Die von der Opposition als populistisch eingestufte Aktion beweist laut einer Erklärung der Premierministerin von Tamil Nadu den festen Willen der Regierung, «das notwendige Material für eine qualitativ hochwertige öffentliche Schulung» zur Verfügung zu stellen.

HÄKAN HENRIKSSON, ILVA DOBRIOGLU, DR. MATHILDA LEFFORT



«Die Finanz- und Wirtschaftskrise von 2008 hat einen fruchtbaren Boden für den Protektionismus bereitet. Manche befürchteten damals, die Welt könnte in einen Handelsprotektionismus ähnlich demjenigen der Grossen Depression in den 30er-Jahren zurückfallen. Sie haben sich zum Glück geirrt.»

Pascal Lamy, Generaldirektor der Welthandelsorganisation (WTO), am 6. September 2011 in Delhi



«Die Europäische Union ist ein grosser Leib mit einem sehr kleinen Kopf.»

Der italienische Ministerpräsident Silvio Berlusconi über die Unfähigkeit Europas, sich im Bereich der Aussen- oder der Rentenpolitik zu einigen, bei einem Treffen der Jugendorganisation seiner Partei Popolo della Libertà. (Volk der Freiheit, Pdl.)



«Unser Land muss eine Gesellschaft der neuen Energien aufbauen. Wenn wir unser mächtiges technisches Können mit gesetzlichen Reformen und einer Politik zur Förderung der neuen Energien verbinden, dann können wir Japan zum Vorbild machen.»

Der japanische Premierminister Yoshihiko Noda bei seiner Antrittsrede am 13. September.



«Die indischen, chinesischen, brasilianischen, argentinischen und mexikanischen Verbraucher wollen nicht billige Produkte, sie wollen die besten.»

Frederico Curado, CEO des brasilianischen Flugzeugbauers Embraer, in einem Interview der Monatszeitschrift «Enjeux Les Echos».



«Warum ich politisch aktiv werde? Weil ich entrüstet bin – wie so viele Amerikaner. 2008 wurden für die Wahlen 4 Mrd. Dollar ausgegeben, nächstes Jahr werden es weit mehr als 5 Mrd. sein. Gleichzeitig sind die Leute arbeitslos, die Wirtschaft steckt fest, und in Washington passiert nichts.»

Howard Schultz, CEO von Starbucks, so zitiert in «Newsweek», hat mehr als 100 amerikanischen Topmanagern das Versprechen abgenommen, keine politischen Spenden zu machen, solange kein echter, nachhaltiger Haushaltssanierungsplan auf den Weg gebracht ist.

Uf en Berg stüigt mer am
gschidschte nöd alei.



Mitveranstalter von:

 **STRUKTURIERTE PRODUKTE
MESSE 2011**

KONGRESSHAUS ZÜRICH
26. + 27. Oktober 2011

Stand: E11
www.stp-messe.ch

Auf der Suche nach einem erfahrenen Struki-Führer?

Ihr Investitionserfolg ist uns wichtig. Als Börse für Strukturierte Produkte verstehen wir uns deshalb nicht nur als Handelsplatz, sondern auch als ein verlässlicher Partner für alle privaten und institutionellen Anleger.

Unter www.scoach.ch finden Sie hilfreiche Informationen und Erklärungen zu allen bei Scoach gehandelten Produkten. Hier können Sie auch zahlreiche Publikationen und Newsletter gratis bestellen, wie etwa den neu lancierten «Scoach Marktreport». Er gibt Ihnen eine monatliche Übersicht über die aktuellen Top-Produkte, Rankings und die allgemeine Entwicklung auf dem Struki-Markt. Testen Sie auch unser Kundenmagazin – mit objektiven Anlage-Tipps von unseren erfahrenen Experten.



Scoach – Ihre Börse für Strukturierte Produkte:

-  **Sicherheit** – Neutrale Handelsüberwachung
-  **Qualität** – Präzision beim Handel
-  **Service** – Unabhängige Produktinformationen

www.scoach.ch/service

scoach 
BY SIX GROUP AND DEUTSCHE BÖRSE

SEKTOREN

COMPUTER

China wichtigster Absatzmarkt für PCs

China ist im zweiten Quartal 2011 zum weltweit wichtigsten Absatzmarkt für Computer aufgestiegen, wie die Marktforschungsfirma IDC ermittelt hat. Es ist das erste Mal, dass das asiatische Land in diesem Bereich die USA überholt. 18,5 Mio. Computer wurden in besagtem Zeitraum in China verkauft, verglichen mit 17,7 Mio. in den USA. Die USA werden auf das gesamte Jahr hin gesehen wohl aber grösster Absatzmarkt für Computer weltweit bleiben. IDC schätzt, dass 2011 in den USA 73,4 Mio. Computer verkauft werden, in China hingegen nur 72,4 Mio. Die Firma rechnet aber damit, dass die Zahl der in China verkauften Computer nächstes Jahr 85,1 Mio. erreichen dürfte, verglichen mit 76,6 Mio. in den USA.

Noch immer hohe Anzahl von Raubkopien bei Software

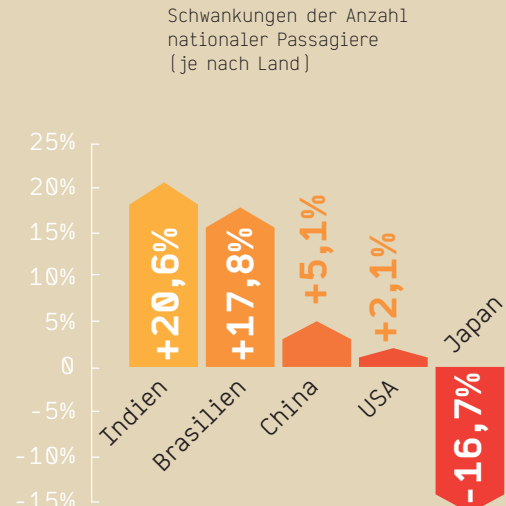
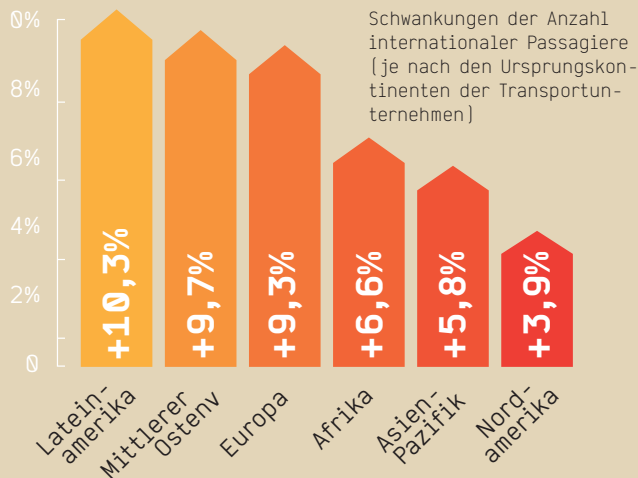
Software-Piraterie ist weltweit noch immer weit verbreitet. Laut einer von der Business Software Alliance veröffentlichten Studie erwerben 47 Prozent der Computernutzer immer oder regelmässig Programme «über illegale Wege». In den Schwellenländern ist diese Zahl deutlich höher, in China, dem Rekordhalter, liegt sie sogar bei 86 Prozent, gefolgt von Nigeria (82 Prozent) und Vietnam (76 Prozent). Südafrika hingegen ist ein Musterschüler mit nur 21 Prozent der Nutzer, die ihre Programme gelegentlich oder regelmässig illegal erwerben. Die Schweiz befindet sich auf Platz 10 der Rangliste mit einer Pirateriequote von 31 Prozent.

LUFTFAHRT

Zunahme im Lufttransport

Die Passagierluftfahrt ist im Juli 2011 im Vergleich zum selben Monat 2010 um 5,9 Prozent gewachsen, meldet die International Air Transport Association (IATA). Die internationalen Flüge haben um 7,3 Prozent

zugenommen, die nationalen Flüge dagegen um 3,5 Prozent. Für Ende Jahr wird laut IATA-Generaldirektor Tony Tyler aufgrund des «schwachen Welthandels» und «der hohen Treibstoffpreise» mit einem Rückgang gerechnet.



INDUSTRIE

Eurozone: Rückgang in der verarbeitenden Industrie

Im August verzeichnete die Fertigungsindustrie in mehreren Ländern der Eurozone Wachstumseinbussen. Frankreich, Italien und Spanien weisen einen Einkaufsmanagerindex (PMI) von weniger als 50 Prozent auf, was einem Rückgang gleichkommt. Der Durchschnitt in der Eurozone liegt bei 49 Prozent. Diese Ergebnisse fallen noch tiefer aus als die neuesten Schätzungen der Analysten. Den USA hingegen gelang es, einen Rückgang im gleichen Zeitraum zu verhindern. Der amerikanische, vom Institute of Supply Management (ISM) berechnete Index verlor 0,3 Punkte und erreichte 50,6 Prozent.

Lageverschlechterung für die Schweizer MEM-Industrie

Die Schweizer Maschinen-, Elektro- und Metallindustrie (MEM-Industrie) war im zweiten Quartal 2011 mit einer Lageverschlechterung konfrontiert. Zum ersten Mal in 15 Monaten gingen die Auftragseingänge zurück, und zwar um 2,6 Prozent. Grund dafür ist die massive Überbewertung des Frankens sowie der Rückgang der Exportpreise um 4,9 Prozent im zweiten Quartal, teilte Swissmem, der Dachverband der MEM-Industrie, mit. Dank einer Zunahme der Auftrags-eingänge zwischen Januar und März stieg der Halbjahresumsatz dennoch um 11,6 Prozent, blieb aber 20 Prozent unter den Zahlen des Vorkrisen-niveaus (erstes Halbjahr 2008).

UP

Swiss



Laut der Air Transport Rating Agency (ATRA) ist Lufthansa, die Muttergesellschaft der Swiss, eine der zehn sichersten Fluggesellschaften der Welt. Unter den Top Ten finden sich auch Air France-KLM, Japan Airlines und United Airlines.

Facebook



Der Umsatz des grössten sozialen Netzwerks ist innerhalb eines Jahres um fast das Doppelte angestiegen und erreichte im ersten Halbjahr 2011 1,6 Mrd. Dollar. Laut mehreren Beobachtern könnte Facebook 2012 den Börsengang wagen.

Roche



Roche hat positive Testergebnisse für ein neues Medikament gegen Herz-Kreislaufkrankungen, Dalcetapib, vorgestellt. Das Arzneimittel ist in der Lage, das Fortschreiten von Arteriosklerose zu verlangsamen. Roche darf auf einen Geldsegen in Höhe von 3 bis 8 Mrd. Franken hoffen.

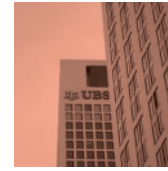
Tamedia



Der Zürcher Medienkonzern hat das beste Halbjahresergebnis der letzten sechs Jahre verzeichnet, im Wesentlichen dank der Aufnahme von Edipresse in seine Bilanz. Tamedia erzielte einen Reingewinn von 87,7 Mio. Franken – ein Anstieg von 67 Prozent verglichen mit den ersten sechs Monaten des Vorjahres.

DOWN

UBS



Nach Moody's prüfen nun auch die Ratingagenturen Fitch und Standard & Poor's

eine Herabstufung der UBS. Infolge der Entdeckung eines Betrugs in Höhe von 2,3 Mrd. Dollar im September zweifeln die Agenturen an der Effizienz der internen Risikokontrolle der Grossbank.

Saab



Der schwedische Automobilhersteller ist kurz vor dem Zusammenbruch.

Zwei Gewerkschaften stellten am Montag, 12. September, einen Insolvenzantrag, weil ihren Mitgliedern die Löhne für August noch immer nicht ausbezahlt worden waren.

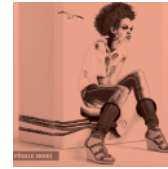
Swisscom



Der nationale Anbieter musste den Ausbau seines Glasfasernetzes unterbrechen.

Das Sekretariat der Wettbewerbskommission ist der Ansicht, dass die Projekte von Swisscom in ihrer heutigen Form den Wettbewerb schwerwiegend beeinträchtigen. Der blaue Riese hofft, bis Ende Jahr eine Lösung zu finden.

Vögele



Der Modekonzern Charles Vögele hat einen weit höheren Halbjahres-

verlust eingefahren als erwartet. Insbesondere die Bruttomarge brach um 63,5 Prozent ein. CEO André Maeder schied am 13. September per sofort aus und wurde durch den bisherigen Chief Sales Officer Frank Beeck ersetzt.

1.45'000'000'000

Franken gibt die Schweiz jährlich für die soziale Sicherheit aus, mehr als doppelt so viel wie vor 20 Jahren.

20

Mrd. Dollar beträgt die Geldstrafe, die die grossen US-amerikanischen Banken zahlen sollen, damit die Ermittlungs- und Gerichtsverfahren im Zusammenhang mit der Hypothekenkrise eingestellt werden.

330'000'000'000

illegale Zigaretten wurden laut Schätzungen der British American Tobacco weltweit in Umlauf gebracht (Schwarzmarkt, Fälschungen).

35.4%

Besucher: so viel weniger Touristen haben Ägypten im zweiten Quartal 2011 im Vergleich zum entsprechenden Vorjahreszeitraum bereist. Immerhin eine Verbesserung gegenüber dem ersten Quartal.

1.8'000'000'000

Apps wurden 2011 laut einem Bericht der Beraterfirma Ovum auf mobile Geräte heruntergeladen. Android führt mit 8,1 Mrd. Downloads die Liste vor Apple an.

250'000'000

Franken Ersparter besitzen die Schweizer im Durchschnitt laut dem zweiten Welt-Vermögensbericht des deutschen Versicherers Allianz. Damit sind sie weit vor den Vereinigten Staaten, Japan, Dänemark und den Niederlanden die fleissigsten Sparer der Welt. Die Schweiz profitiert dabei von der Stärke ihrer Währung.

UP

Wohnungen in der Schweiz

Die Zahl der neuen Wohnungen in der Schweiz ist im zweiten Quartal 2011 stark angestiegen. Zwischen April und Juni wurden 11'230 neue Wohnungen gebaut – eine Zunahme um 13,5 Prozent verglichen mit dem Vorjahreszeitraum.

Neuwagen

Die Zulassungen von Neuwagen in der Schweiz sind im August 2011 verglichen mit dem gleichen Monat 2010 um 9,1 Prozent auf 1835 zusätzliche Neufahrzeuge gestiegen. Kumuliert von Januar bis August beläuft sich die Zunahme auf 6,2 Prozent im Vergleich zum Vorjahr.

Preise in China

Im Juli erreichte die Inflation in China mit 6,5 Prozent ihren höchsten Stand seit Juni 2008. Die Regierung hatte sich zum Ziel gesetzt, die Preiserhöhungen für das ganze Jahr auf 4 Prozent zu beschränken.

DOWN

Ingenieure in der Schweiz

Der Schweiz fehlt es an 15'000 Ingenieuren in den Bereichen Mathematik, Informatik, Naturwissenschaft und Technik, melden economicsuisse und Swiss Engineering. Dieser Mangel führe zu einem geschätzten Wertschöpfungsverlust von 2 bis 3 Mrd. Franken pro Jahr.

Das Wachstum in der Schweiz

Mitte September hat die Schweizerische Nationalbank (SNB) ihre Wachstumsprognosen für das Land nach unten korrigiert. Sie erwartet nun ein Abflachen des Wachstums im zweiten Halbjahr. Die SNB hat auch ihre Voraussagen bezüglich der Preissteigerung revidiert und rechnet neu für 2011 mit einem Zuwachs von nur 0,4 Prozent.

Die französischen Banken

Die Titel der französischen Grossbanken Société Générale, Crédit Agricole und BNP Paribas erlebten an der Pariser Börse einen stürmischen September und mussten deutliche Einbussen hinnehmen.



***Nespresso* erfindet die nachhaltige Limited Edition...**

SCAN

YUAN ALS KÜNFTIGE RESERVEWÄHRUNG?



Der chinesische Yuan könnte in zehn Jahren den Platz des Dollar als wichtigste Währung für Wechselkursreserven einnehmen, wie Ökonomen des Peterson Institute for International Economics in Washington vermuten. Seit 2009 fördert Peking gezielt die Nutzung seiner Währung für Handelstransaktionen im Ausland. Die wachsenden Depots in Hongkong haben das Wachstum des Marktes für Yuan-Anleihen zusätzlich begünstigt. Die Wissenschaftler untermauern ihre Prognose zudem mit der Rolle Chinas in der Weltwirtschaft, die mit der Rolle der USA in den 1970er-Jahren vergleichbar sei.

WIRTSCHAFTLICHE FREIHEIT: SCHWEIZ GANZ VORN DABEI

Die Schweiz befindet sich weiterhin unter den Ländern der Welt mit der grössten wirtschaftlichen Freiheit, wie dem im September veröffentlichten jährlichen Bericht «Economic Freedom of the World 2011» des Fraser Institute zu entnehmen ist. Innerhalb Europas führt die Schweiz das Ranking an, weltweit befindet sie sich auf Platz vier hinter Hongkong, Singapur und Neuseeland. Dem Bericht zufolge sündigt die Schweiz durch ihren Landwirtschaftsprotektionismus und den zu hohen Einfluss des Staates. Hingegen punktet sie bei den Faktoren Rechtsstabilität, Sicherheit des Privateigentums, internationaler Freihandel sowie bei der Regulierung des Arbeitsmarktes.

Amazon Kindle

VS Barnes & Noble Nook



IN KÜRZE

Der Kindle ist der Wireless-Reader von Amazon.com, dem weltgrössten Anbieter von Kulturprodukten im Internet. Das drahtlose Lesegerät ist der erste Erfolg in der noch jungen Geschichte der E-Reader. Das Gerät ist ebenfalls in einem grösseren Format erhältlich, dem Kindle DX.

Der Nook ist der E-Reader von Barnes & Noble. Er ist der erste E-Book-Reader für die klassische Buchhandlung und besitzt einen grossen Farb-Touchscreen.

MERKMALE

Der Kindle verfügt über ein nicht-taktil 6-Zoll-Display (gut 15 cm) und wiegt 240 Gramm. Bedient wird er mit Knöpfen zum Umblättern und einer Tastatur für die Eingabe von Notizen. Amazon bietet für das Lesen auf dem Kindle 950'000 kostenpflichtige Bücher an; seine (nicht erweiterbare) Speicherkapazität von 4 GB reicht für etwa 3500 Bücher.

Der Nook mit seinem Touchscreen von ebenfalls 6 Zoll wiegt 212 Gramm. Er besitzt eine Kapazität von 2 GB und speichert etwa 1500 Bücher. Sein grosser Vorteil: Der Speicher ist auf 32 GB erweiterbar. Barnes & Noble verfügt über zwei grosse E-Book-Kataloge mit insgesamt 2 Mio. Büchern und Zeitschriften.

VERBINDUNG

Das Lesegerät von Amazon funktioniert mit WiFi sowie mit «Global 3G». Letzteres ermöglicht es, auch ausserhalb der USA kostenlos in den 3G-Netzen von über 100 Ländern zu surfen – ein wichtiger Vorteil des Kindle.

Der Nook verbindet sich per WiFi mit vielen Optionen für Gratisnetze in den USA, in den Buchhandlungen Barnes & Noble sowie in den AT&T-Hotspots. Noch ist es nicht möglich, ausserhalb der USA E-Books herunterzuladen.

PREIS

139 Dollar für das Modell «Global 3G und WiFi» [Spezialangebot, bei dem im Standby-Modus Werbung auf dem Display erscheint]

139 Dollar für das Modell «WiFi ohne 3G».

FIRMENPROFIL

AMAZON [AMZN]	AMZN,U	BARNES & NOBLE	BKS,U
FIRMENSITZ		FIRMENSITZ	
SEATTLE		NEW YORK	
CEO		CEO	
JEFFREY P. BEZOS		WILLIAMS J LYNCH JR.	
UMSATZ		UMSATZ	
\$ 9,91 MRD. (ZWEITES QUARTAL 2011)		\$ 6,99 MRD. (ZWEITES QUARTAL 2011)	
GEWINN		GEWINN	
\$ 211 MIO (ZWEITES QUARTAL 2011)		\$ 252 MIO. (ZWEITES QUARTAL 2011)	
MITARBEITER		MITARBEITER	
33'700		35'835	



Dies ist *Dhjana*, ein Grand Cru, der vollständig aus unserem AAA* Programm stammt.

Seit 2003 engagiert sich das Nespresso AAA Sustainable Quality™* Programm, in Zusammenarbeit mit der NRO The Rainforest Alliance, für eine langfristige Initiative, um den Anbau von Spitzenkaffee zu fördern, die Lebensqualität der Kaffeebauern zu verbessern, ihre Produktivität zu



erhöhen und um die Umwelt zu schützen. Zurzeit beziehen wir 60% unserer Rohkaffeeproduktion über Kaffeeplantagen, die mit diesem Programm verbunden sind; 80% sind bis 2013 angestrebt. Weitere Informationen finden Sie auf www.nespresso.com/dhjana.

*Das Nespresso AAA Sustainable Quality™ Programm für eine nachhaltige Qualität

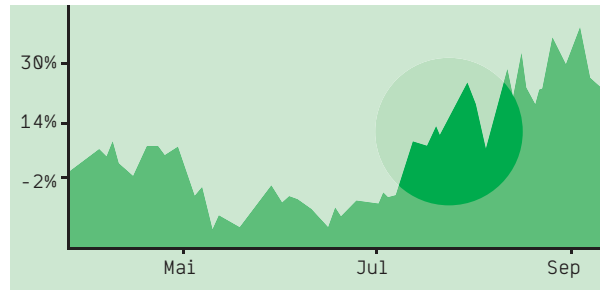
NESPRESSO
Die Seele des Kaffees

VARIATIONEN

FRESNILLO

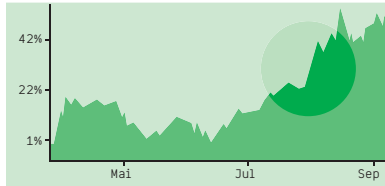
Am 14. Juli 2011 gab der britische Bergbaukonzern für das zweite Quartal 2011 eine Rekordproduktion von Gold und Silber bekannt. Die Fresnillo PLC bestätigte, sie werde ihre Budgetziele 2011 erreichen. Am nächsten Tag stufte JP Morgan das Unternehmen wieder von «Neutral» auf «Overweight» herauf.

Am 2. August hingegen fielen die Halbjahreszahlen des Konzerns für die Gold- und Silberförderung enttäuschend aus. Der Nettoerlös belief sich auf 422 Mio. Dollar im ersten Halbjahr 2011, ohne Einbeziehung von Silverstream. Schätzungen der Citibank hatten bei ca. 467 Mio. Dollar gelegen. Trotzdem erhöhte die Deutsche Bank ihr Kursziel für die Aktie von 1480 auf 2000 Pence, weil man der Meinung war, das Unternehmen könne seine Ziele nach wie vor erreichen. Der Aktienkurs von Fresnillo



PLC verzeichnete einen Anstieg (ca. 24 Prozent), nachdem die Bank of America Merrill Lynch ihre Bewertung von 1650 auf 1850 Pence angehoben hatte. Die Bank betonte, dass der Konzern dem Druck trotz der galoppierenden Inflation im Bergbausektor gut widerstehen könne.  FRES,GB

RANDGOLD RESOURCES



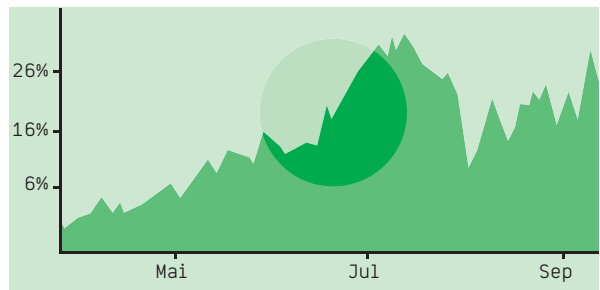
Der in Jersey domizilierte, auf Goldschürfen in Afrika spezialisierte Bergbaukonzern Randgold

Resources gab für das zweite Quartal 2011 ein im Vergleich zur Vorjahresperiode stark gestiegenes Ergebnis bekannt. Grund dafür ist die Inbetriebnahme der neuen Minen Tongon in Elfenbeinküste und Gounkoto in Mali. Randgold erwartet für das laufende Jahr eine Goldproduktion in einer Grössenordnung von 750'000 bis 790'000 Unzen, was einem Zuwachs von ungefähr 70 Prozent im Vergleich zu 2010 entspricht. Der Reingewinn pro Aktie stieg damit von 0,46 Dollar im ersten Quartal

2011 auf 1,24 Dollar per Ende Juni 2011 und übertraf die Erwartungen der Analysten von 0,73 Dollar PER pro Aktie. Randgold-CEO Mark Bristow versicherte, dieses Produktionsvolumen könne in den nächsten beiden Quartalen in Anbetracht der aktuellen Fundamentaldaten und der Produktionsprognosen aufrechterhalten werden. Diese Vorhersagen bestätigen die Analyse von Morgan Stanley, die Randgold Resources mit einem Kursziel von 4300 Pence als unterbewertet einstuft.  GOLD,U

SÜDZUCKER

Mitte Mai erwarb der mit 29 Zuckerfabriken und drei Raffinerien ausgestattete führende europäische Zuckerproduzent für 225 Mio. Dollar 25 Prozent des Aktienkapitals von ED&F Man, dem zweitgrössten Wiederverkäufer von Rohstoffen wie Kaffee, Zucker und Melasse. Als Folge dieser Akquisition erhöhte die HSBC ihr Kursziel von 21 auf 24,50 Euro pro Aktie. Ende Juni hob dann die Deutsche Bank ihre Kurs-schätzung von 23,50 auf 26 Euro an, und die HSBC zeigte sich erneut optimistisch mit einem abermals von 24,50 auf 28,50 Euro herauf gesetzten Kursziel. Im Juli gab die Südzucker AG für das erste Quartal 2011 einen im Vergleich zur Vorjahresperiode um 27 Prozent gesteigerten Reingewinn von 92 Mio. Euro

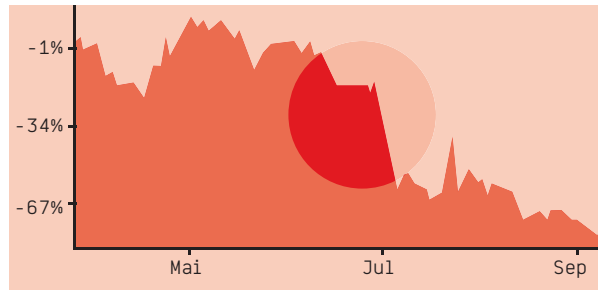


bekannt, der vor allem einer stark gewachsenen Nachfrage in Osteuropa und im Bioethanol-Sektor zu verdanken sei.  SZU,X

SWISSMETAL

Der Kurs der Swissmetal-Aktie ist in den letzten sechs Monaten um 75,54 Prozent gesunken. Die Baisse verstärkte sich vor allem im Sommer nach Bekanntgabe der Halbjahresergebnisse. Der auf Produkte aus Kupfer und Kupferlegierungen spezialisierte Konzern, dem bis zum 20. September eine provisorische Nachlassstundung gewährt wurde, musste im ersten Semester 2011 einen Nettoverlust von 76,7 Mio. Franken verzeichnen (2010 waren es 9,6 Mio.).

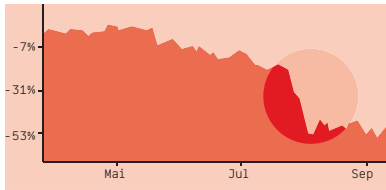
Neben operativen Verlusten machen dem Unternehmen vor allem der starke Franken und der hohe Kupferpreis zu schaffen. Darüber hinaus sind die Eigenmittel um mehr als die Hälfte geschrumpft. Als Sanierungsplan beschloss das Unternehmen, 268 Stellen abzubauen. Aufgrund einer Vereinbarung mit der



Gläubigerbank BNP Paribas und dem Verwalter der provisorischen Nachlassstundung wurde die Zahl der Entlassungen jedoch auf 182 Stellen reduziert.

SMET,1

VEOLIA ENVIRONNEMENT

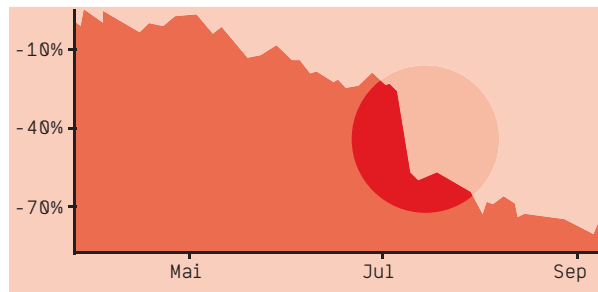


Nach der Veröffentlichung der Geschäftsergebnisse im August musste Veolia Environnement, globaler Marktführer im Bereich des Abfallmanagements, einen Aktienkurs unter 10 Franken verzeichnen, weil das Unternehmen für das erste Halbjahr einen Nettoverlust von 67,2 Mio. Euro ausgewiesen hatte, verursacht vor allem durch die hohen Abschreibungen in Höhe von 800 Mio. Euro. Das operative Ergebnis im ersten Semester war um 7,2

Prozent auf 937,8 Mio. Euro zurückgegangen. Der Umsatz hingegen war im gleichen Zeitraum um 15,5 Prozent auf 16,3 Mrd. Euro gestiegen. Um die Defizite wettzumachen, will das Dienstleistungsunternehmen in den Bereichen Wasserversorgung, Abfallbeseitigung und Transportwesen seine Aktivitäten auf einen kleineren Kreis von Ländern beschränken. Ab 2013 wird Veolia in weniger als 40 statt wie gegenwärtig in 77 Staaten tätig sein. VIE,E

THOMAS COOK

Die Aktien der Thomas Cook Group PLC gaben von Mai bis Anfang September 2011 um 65 Prozent nach, infolge der Publikation enttäuschender Geschäftsergebnisse im ersten Vierteljahr und nach dem Abgang des CEO Manny Fontenla-Novoa. Nach der Bekanntgabe einer Gewinnwarnung und einer wachsenden Verschuldung verlor der Titel Mitte Juli 30 Prozent. Die Gründe für den Einbruch liegen vor allem im Gewinnrückgang von 25,8 Mio. Pfund 2010 auf 20,1 Mio. in der Berichtsperiode (hauptsächlich wegen den Störungen des Flugverkehrs durch den Vulkanausbruch in Island), in der schlechten Performance in Grossbritannien und in der geopolitischen Instabilität im Nahen Osten. Im zweiten Quartal 2011 musste der Konzern operative Verluste hinnehmen, die seine Verschuldung von 789,1 Mio. Pfund im Vorjahr auf 902,5 Mio. Pfund erhöhten. Um dem Abwärtstrend entgegenzusteuern, kündigte Konzern-CEO Michael Beckett Kostensenkungsmassnahmen sowie ein Joint Venture mit VAO Intourist an. Un-



geachtet der enttäuschenden Quartalszahlen verweist er auf die ermutigenden Ergebnisse bei den Thomas Cook-Fluglinien in Nordeuropa und Mitteleuropa sowie auf die gesunde Finanzlage des Konzerns, der über flüssige Mittel von ungefähr 900 Mio. Pfund verfügt. Die Thomas Cook Group hält denn auch ihre Gewinnprognose von ca. 320 Mio. Pfund aufrecht. TCG,GB

NOMINIERUNGEN

Hansueli Loosli

Verwaltungsratspräsident von Swisscom

Am 1. September hat Hansueli Loosli den Vorsitz im Verwaltungsrat von Swisscom übernommen. Der 56-Jährige ist der Nachfolger von Anton Scherrer, der 2009 seinen Rücktritt aus dem Verwaltungsrat angekündigt hatte. Hansueli Loosli hat eine kaufmännische Ausbildung und ist eidgenössisch diplomierter Experte für Rechnungslegung und Controlling. Er hat für Unternehmen wie Volg, BBC und Mövenpick gearbeitet. Ausserdem war er Geschäftsführer bei Waro und Coop. Zuletzt war er als Vorsitzender der Geschäftsleitung von Coop Schweiz tätig.

SCMN



Catherine Duttweiler

Kommunikationsleiterin der BEKB

Die Journalistin Catherine Duttweiler wird Leiterin Kommunikation der Berner Kantonalbank (BEBK).

Die ehemalige Chefredakteurin des Bieler Tagblatts wird ihren neuen Posten spätestens Ende Februar 2012 antreten. Die 49-Jährige hat an der Universität Genf Übersetzen und Dolmetschen studiert und eine Ausbildung an der Ringier Journalistenschule abgeschlossen. Sie hat unter anderem für die «SonntagsZeitung», «Facts» und die «Basler Zeitung» gearbeitet.

BEKN,1



Jörg Henseleit

Managing Director von Orange Business Services

Der 51-jährige Deutsche Jörg Henseleit wurde zum Generaldirektor von Orange Business Services Schweiz ernannt, einem Firmenzweig, der IT- und Telekommunikationsdienste für multinationale Konzerne in der Schweiz anbietet. Nach seinem Berufseinstieg bei IBM hatte er bei PricewaterhouseCoopers und Unisys führende Positionen inne. 2006 kam er dann zu Verizon, zunächst als Manager der Global Account Organisation für die Schweiz, Frankreich und Deutschland, 2008 dann als Country Head für die Schweiz. Anschliessend war er CEO von KPN Getronics in Deutschland.

FTE,E



Martin Wyss

neuer SNB-Delegierter für regionale Wirtschaftskontakte

Martin Wyss hat am 1. August bei der Schweizerischen Nationalbank (SNB) seinen neuen Posten als Delegierter für regionale Wirtschaftskontakte angetreten. Er übernimmt die Zuständigkeit für die Region Mittelland von Anne Kleinewefers Lehner. Der promovierte Wirtschaftswissenschaftler hat mehrere Jahre im Studienzentrum der Nationalbank in Gerzensee gearbeitet. Dann wechselte er zum Stab nach Bern. Die Schweizerische Nationalbank beschäftigt acht Delegierte für regionale Wirtschaftskontakte, die bei Unternehmen Informationen einholen und diese über die Politik der SNB informieren.



Diego Gabathuler

neuer Country Manager bei Logitech

Diego Gabathuler kommt als Country Manager Switzerland zum Computerzubehörhersteller Logitech. Der Amtsantritt des 37-Jährigen erfolgte am 1. Oktober. Diego Gabathuler erwarb 2007 einen Master of Science in Business Administration. Gearbeitet hat er bisher unter anderem bei Ivolcar Vivadent und bei Electronic Arts, der weltweiten Nummer zwei im Bereich Videospiele, wo er Marketing- und Verkaufsleiter sowie Mitglied der Geschäftsführung war. Zuletzt hatte er bei Activision Blizzard, dem Marktführer im Videospielesegment, den Posten des General Managers inne.

LOGN,1

Wenn der eine
Markt schliesst,
öffnet sich
ein anderer.

Nutzen Sie
mehr Chancen
mit iShares.



In globalen Märkten ergeben sich überall Anlage-möglichkeiten. Sie können aber nicht mit allen Produkten diese Gelegenheiten nutzen. Als weltweit Nr. 1 ETF-Anbieter, bieten wir das breiteste Angebot an physisch replizierenden ETFs auf alle gängigen Assetklassen: Obligationen, Aktien und Rohstoffe in Industrie- und Schwellenländer. Öffnen Sie die Tür zu globalen Chancen mit iShares ETFs.

Entdecken Sie den iShares Unterschied.
iShares.ch | 0800 33 66 88

BLACKROCK®

BlackRock Advisors (UK) Limited, eine von der Financial Services Authority („FSA“) bewilligte und überwachte Gesellschaft, hat dieses Dokument zur Verbreitung in der Schweiz erstellt. iShares plc, iShares II plc und iShares III plc sind offene Investmentgesellschaften mit variablem Kapital in Form eines Umbrella-fonds mit getrennter Haftung ihrer Teilfonds. Die eidgenössische Finanzmarktaufsicht FINMA hat BlackRock Asset Management Schweiz AG, Claridenstrasse 25, 8002 Zürich die Bewilligung als Vertreterin und JPMorgan Chase Bank, National Association, Columbus, Zurich branch, Dreikönigstrasse 21, 8002 Zürich die Bewilligung als Zahlstelle der Gesellschaft in der Schweiz erteilt. Den Prospekt, die Statuten, den letzten und alle früheren Jahres- und Halbjahresberichte der Gesellschaft sowie eine Liste von Käufen und Verkäufen, die namens der Gesellschaft getätigt wurden, erhalten Sie kostenlos bei der Vertreterin in der Schweiz. Bevor Sie investieren, lesen Sie bitte den Prospekt, der bei der Vertreterin in der Schweiz erhältlich ist. Der Wert Ihrer Anlage (die möglicherweise auf begrenzten Märkten handelt) kann steigen oder fallen und es ist möglich, dass Sie den investierten Betrag nicht vollständig zurückerhalten. Die Wertentwicklung in der Vergangenheit wird möglicherweise nicht wiederholt werden und ist kein Anhaltspunkt für eine Wertentwicklung in der Zukunft. 'iShares' ist ein eingetragenes Warenzeichen von BlackRock Institutional Trust Company, N.A. © 2011 BlackRock Advisors (UK) Limited. Alle Rechte vorbehalten. Ref. 3211.



«Die SGS verfügt über hervorragendes Know-how und hochmoderne Ausrüstungen»

Jean-Philippe Bertschy, Analyst bei Vontobel

Gleisinspektion einer Metrostrecke in Schanghai. Mithilfe eines Ultraschallgeräts sucht ein SGS-Experte nach eventuellen Schwachstellen an den Schweissnähten.

SGS – EIN SCHWEIZER ZERTIFIZIERT WAREN IN DER GANZEN WELT

Das Unternehmen mit Sitz in Genf beherrscht seit bald 150 Jahren den Markt für Prüfungs- und Verifizierungsdienstleistungen. Porträt eines wenig bekannten Giganten.

Martin Longet



Der Hafen von Amsterdam, fünf Uhr morgens. Kurz nach Tagesanbruch inspiziert ein Mann aufmerksam den Inhalt einer Containerladung, die in seiner Gegenwart gelöscht wird. Zur gleichen Zeit sind seine Kollegen in den Tiefen eines Eisenbergwerks in Guanajato, Mexiko, und auf der Baustelle eines Wolkenkratzers in Hongkong am Werk und messen, testen, verifizieren und prüfen unzählige Produkte, Ladungen oder Unternehmen.

Mit ihren 1'250 Niederlassungen dominiert die international tätige SGS (Abkürzung für: Société Générale de Surveillance) den Weltmarkt für Prüf- und Verifizierungsdienstleistungen. Der Schweizer Multi erzielte im ersten Halbjahr 2011 einen Umsatz von 4,8 Mrd. Franken. Diesen Betrag will Chris Kirk, seit 2006 CEO des Konzerns, durch seine Wachstums- und Akquisitionsstrategie bis 2014 auf 8 Mrd. Franken hochfahren.

Die Tätigkeitsbereiche des Schweizer Unternehmens sind vielfältig – von der Prüfung von Autoteilen über die Inspektion von Ladungen bis hin zu Lebensmitteltests. Die SGS erbringt

Dienstleistungen in zehn Geschäftsfeldern: Landwirtschaft, Erze, Erdöl, Gas und Chemieprodukte, Biologie, Consumer Testing, Zertifizierung von Systemen und Dienstleistungen, Regierungen und Institutionen, Industrie, Umwelt und Automobilsektor. Heutzutage macht die Division «Erdöl, Gas und Chemieprodukte» 20 Prozent des Umsatzes aus, doch bis zu den 1950er-Jahren stellten Dienstleistungen im Bereich der Landwirtschaft – genauer: die Inspektion von Getreideladungen – die Haupteinnahmequelle des multinationalen Konzerns dar (siehe Boxtext S. 27).

Ausserdem ist die SGS auf die Zertifizierung von Abläufen spezialisiert (Bsp.: Vorbereitung und Abwicklung eines Auftrags innerhalb eines Betriebs) und verifiziert, ob die entsprechenden Prozesse die Normen der Internationalen Normenorganisation ISO erfüllen. Diese internationalen Standards werden häufig aktualisiert, sodass sich die Betriebe entsprechend oft rezertifizieren lassen müssen – eine Goldgrube für die SGS, bei der 97 Prozent aller Betriebe ihre ISO-Zertifizierung erneuern lassen.

«Die Inspektoren, die wir beschäftigen, sind Experten in ihrem Fach und müssen bei zugelassenen Behörden Prüfungen ablegen, um Zertifizierungen vornehmen zu dürfen», präzisiert Jean-Luc Debuman, Unternehmenssprecher in Genf. Er fügt hinzu, dass die SGS auch von einem Unternehmen beauftragt werden kann, einen Dritten (mit dessen Einverständnis) zu inspizieren. Dies ist der Fall, wenn beispielsweise ein Informatikbetrieb einen Elektronikzulieferer prüfen lässt.

Die SGS teilt sich den Markt mit zwei Mitbewerbern: der französischen Gesellschaft Bureau Veritas und der britischen Firma Intertek.

«Die SGS ist ein Unternehmen erster Wahl», erklärt Jean-Philippe Bertschy, Analyst bei Vontobel, und verweist auf die ausgezeichneten Leistungen der Firma in den Bereichen Erze, Erdöl, Gas und Chemieprodukte sowie Consumer Testing mit Margen von 18,4 Prozent beziehungsweise 13 Prozent und 23,6 Prozent im ersten Halbjahr 2011.

«Die SGS verfügt über hervorragendes Know-how und hochmoderne

Ausrüstungen. Auf dem Gebiet der Raffinerie und Exploration neuer Minen beispielsweise kann die Konkurrenz mangels entsprechender Geräte schlicht nicht mithalten.» Auch dem Geschäftsbereich Automotive geht es blendend (Umsatzsteigerung 57,6 Prozent gegenüber dem ersten Halbjahr 2010 in konstanter Währung); dies nicht zuletzt dank der jüngst erfolgten Akquisition von General de Servicios ITV. Diese Filiale von Fomento de Construcciones y Contratas betreibt in Argentinien und Spanien Dutzende von Zentren für technische Autoprüfungen. Die SGS teilt sich den Verifizierungs- und Inspektionsmarkt vor allem mit zwei Mitbewerbern, nämlich der französischen Gesellschaft Bureau Veritas und dem britischen Unternehmen Intertek, die wie die SGS im 19. Jahrhundert gegründet wurden (siehe Boxtext S. 27). Bureau Veritas, der Hauptkonkurrent der SGS, gab 2010 einen Umsatz von 2,9 Mrd. Euro bekannt (+10,6 Prozent gegenüber dem Vorjahr), während Intertek 1,34 Mrd. Pfund auswies (+9 Prozent in konstanter Währung). Beide Unternehmen konnten sich auch im ersten Halbjahr 2011 weiter steigern. Dieses beinahe idyllische Bild wird allerdings durch die gegenwärtige Stärke des Schweizer Frankens getrübt, denn die SGS erzielt ihren Umsatz in 92 verschiedenen



Ein SGS-Experte überprüft die Struktur eines Stahlrohrs (in einem Gebäude in Südkorea), um nach möglicherweise darin enthaltenem Wasserstoff zu suchen, der eine potenzielle Gefahrenquelle darstellt. Die Ultraschall-daten werden in digitale Bilder umgewandelt, durch die eventuelle Mängel erkannt werden können.

Die Meinung des Analysten

«SGS steht besser da als die meisten Schweizer Industriebapiere»

Die Frankenstärke trifft zwar auch die SGS, wird aber wohl keine grösseren Schäden anrichten. «Die Fundamentaldaten der Firma sind solide. Und die SGS steht besser da als die meisten übrigen Schweizer Industriebapiere» urteilt Jean-Philippe Bertschy, Analyst bei Vontobel.

«Der starke Schweizer Franken belastet die Exportwirtschaft

einerseits aufgrund des Wechselkurses, der die Gewinnmargen drückt, andererseits vor allem aber dadurch, dass er Schweizer Produkte im Ausland unerschwinglich teuer werden lässt. Exportpreise sind jedoch für die SGS, die nur einen geringen Teil ihres Umsatzes durch Tätigkeiten in der Schweiz erwirtschaftet, kein Problem.» Ohnehin hat das Unternehmen trotz der Frankenproble-

matik etliche Trümpfe in der Hand: «Die SGS verfügt über ein ausgezeichnetes Netzwerk und geniesst als Traditionshaus einen fabelhaften Ruf. Wegen des starken Frankens scheint zwar das Ziel des 8-Mrd-Umsatzes bis 2014 ausser Reichweite zu geraten, doch ein organisches Wachstum von 11 Prozent dürfte möglich sein, insbesondere durch den Zukauf lokal bedeutender Betriebe.»



© 1997-2011 SGS SA

Währungen. Wie im gesamten Wirtschaftsstandort Schweiz sind auch bei der SGS die im Ausland verdienten Margen wegen der ungünstigen Wechselkursverhältnisse stark reduziert worden. Positiv an der Frankenstärke ist immerhin, dass die geplanten Akquisitionen dadurch billiger werden, doch die Performance des Konzerns wird, ausgedrückt in Schweizer Franken, weiterhin negativ beeinflusst. Dennoch trauen es die Analysten bei Vontobel dem Prüfkonzern zu, die gegenwärtigen Turbulenzen einigermaßen unbeschadet zu überstehen. Im August formulierten sie für die SGS-Aktie ein 12-Monats-Kursziel von 1'700 Franken. ▲

SGSN,1



Alles begann mit einer zündenden Idee

Die führende Stellung der SGS ergibt sich zu einem grossen Teil aus ihrer langjährigen Tradition. Als die Firma 1878 in Rouen gegründet wurde, war der Welthandel in vollem Schwung. Damals gab es keine Vorkehrungen, um angelieferte Getreideladungen zu kontrollieren. Somit hatten die Importeure keinerlei Gewähr für die tatsächliche Getreidemenge, die sie in Empfang nahmen.

Diese lag wegen häufigen Diebstählen und sonstigen Verlusten oft weit unter der ursprünglich verladenen Menge. Zwei Männer – ein Lette und ein Österreicher – taten sich zusammen und erfanden eine revolutionäre Dienstleistung: Sie boten den Importeuren an, das Getreide beim Beladen und beim Entladen zu inspizieren und für allfällige Fehlmengen aufzukommen. Dafür verlangten sie von ihren Kunden eine Kommission, die anhand des Werts der Ladung berechnet wurde. Die Idee hatte sofort Erfolg. Kaum ein Jahr später besaßen die beiden Geschäftspartner schon Büros in Le Havre, Dünkirchen und Marseille.

Als der Erste Weltkrieg ausbrach und die Firma zwang, ihren Sitz nach Genf zu verlegen, inspizierten die 45 Vertretungen der Société Générale de Surveillance bereits 21 Mio. Tonnen Getreide pro Jahr.

Mit der immer komplexer werdenden Weltwirtschaft nahm der Bedarf an effizienten Zertifizierungsleistungen und Prüfverfahren stetig zu, und die Firma baute ihre Kompetenzbereiche entsprechend aus. In den 50er-Jahren erwirtschaftete der Bereich Landwirtschaft noch 80 Prozent des Umsatzes. Damals leitete die SGS mit der Diversifizierung eine entscheidende Wende ein. Nach den Inspektionen für die Maschinenbranche wurde die Abteilung Erdöl und Gas geschaffen. Bald folgten Umwelt, Life Sciences und weitere Geschäftsfelder, die das heutige Gerüst der SGS bilden. Der Konzern ging 1981 an die Börse, betreibt aktiv Akquisitionen und expandiert in Emerging Markets, allen voran in Asien und den ehemaligen Sowjetrepubliken.

INVESTMENT

ANALYSTEN & BERATER

Alkoholmarkt: schwere Zeiten für die Bierproduzenten

Um ihr Wachstum zu sichern, setzen die grossen Anbieter alkoholischer Getränke auf die aufstrebenden Länder, denn die westlichen Märkte weisen Sättigungstendenzen auf.

Seit mehreren Jahren verzeichnen die westlichen Märkte einen kontinuierlichen Rückgang des Alkoholkonsums. Diese Märkte sind gesättigt. Also wenden sich die Schwergewichte der Branche den aufstrebenden Märkten zu – allen voran China und Brasilien. Dort sind echte Zuwächse noch möglich, sowohl was den Konsum alkoholischer Getränke angeht als auch im Hinblick auf die Entwicklung der inländischen Wirtschaft.

Besonders erfolgreich in diesen Märkten sind erstklassige Firmen wie etwa der französische Konzern Rémy Cointreau, dem die Marken Rémy Martin, Cointreau und Passoa gehören. Er erzielt 33 Prozent seines Umsatzes in Asien, vor allem in China, wo das Cognac-Geschäft besonders gut läuft. Auch Pernod-Ricard hat sich auf dem chinesischen Markt durchsetzen können und bemüht sich erfolgreich um Marktanteile.

Bei den Bierbrauern ist das Stimmungsbild hingegen eher getrübt. Da sie mit einem Massenprodukt handeln, sind ihre Margen steigenden Rohstoffpreisen stärker ausgesetzt, denn sie können die höheren Herstellungskosten vor allem in wirtschaftlich schlechten Zeiten nur sehr schwer auf die Konsumenten überwälzen. Zudem ist der europäische Markt nach wie vor äusserst fragmentiert, auch wenn in den letzten Jahren eine klare Tendenz zur Konzentration zu beobachten ist, wie das Beispiel von Anheuser-Busch InBev zeigt: Der Budweiser-Hersteller ist 2008 aus der Fusion zwischen Anheuser-Busch und InBev hervorgegangen. Wegen dieser Fragmentierung ist die Wachstumsmarge, falls überhaupt vorhanden, sehr begrenzt.

Um diesem Druck auszuweichen, versuchen Konzerne wie zum Beispiel Heineken, die einen bedeu-

tenden Teil ihres Umsatzes in Westeuropa erwirtschaften, in ausgewählten aufstrebenden Ländern tätig zu werden, namentlich in Lateinamerika und Afrika.

Andere wiederum haben ihre Fühler nach Osteuropa ausgestreckt. So auch Carlsberg, der mit der Übernahme der wichtigsten lokalen Biermarke Baltika gleich zu Beginn von sich reden machte. Allerdings hat sich die Marge von





KAT. PRAFFENBACH/REUTERS

Fidele Zusammenkunft rund um eine Mass Bier bei der Eröffnung des Münchner Oktoberfests (17. September 2011).

Carlsberg in Russland ernsthaft verringert, seitdem die Regierung zur Bekämpfung des Alkoholmissbrauchs die Abgaben erhöht hat.

Alles in allem sehen die Bierbrauer schweren Zeiten entgegen. Und obwohl sich Werte wie Carlsberg und Heineken nach wie vor ausgezeichnet halten, empfindet es sich, bis zum Frühjahr 2012 zuzuwarten, um einen besseren Überblick über ihren Ge-

schäftsgang zu haben. Bei den Spirituosen schwingen klar jene Marken obenauf, die sich in den aufstrebenden Märkten im Hochpreissegment profilieren konnten. Dazu gehört Rémy Cointreau, deren Wert seit Jahresanfang um 19 Prozent gestiegen ist, wobei die Firma nach wie vor ein grosses Wachstumspotenzial besitzt. Trotz der weniger eindrucklichen Börsenperformance kann auch Pernod-Ricard mit einem unterbe-

werteten Preis und guten Wachstumsaussichten als interessante Investition betrachtet werden. ▀



Ute Schulthess
Portfolio Manager
Crédit Agricole Suisse
Private Banking
Genf



Gold, der neue (und letzte) König der Fluchtwährungen

Der frühere US-Notenbankchef Alan Greenspan sagte einmal: «Gold ist nach wie vor das ultimative Zahlungsmittel auf unserem Planeten, Gold wird überall akzeptiert.» Wir glauben, dass sich diese Aussage nun bewahrheitet, denn Gold entwickelt sich gegenwärtig zum wichtigsten Safe Haven überhaupt. An den Finanzmärkten gelten nur wenige handelbare Werte als echte sichere Häfen, die Anleger in stürmischen Zeiten ansteuern können. Zu diesen Werten gehörten bis anhin US-Staatsanleihen, Gold sowie die Währungen US-Dollar, Yen und Schweizer Franken. Aufgrund von Verschiebungen im Makroumfeld haben die Anleger nun allerdings ihre Betrachtungsweise dieser klassischen sicheren Häfen verändert. Und solange der Handel mit bestimmten asiatischen Währungen nicht leichter wird (siehe letzte Ausgabe), übernimmt Gold die Rolle des letzten sicheren Zufluchtsortes.

Für das zweite Halbjahr 2011 sind die Aussichten zunehmend düster, ergo steigt die Nachfrage nach Gold. Die europäischen Politiker bekommen ihre Schuldenkrise, die das Überleben und die Legitimität der Einheitswährung bedroht, nach wie vor nicht in den Griff. Hinzu kommt die Schuldenkrise der USA. Diese hat die Ratingagentur S&P zu einem Schritt veranlasst, den niemand für möglich gehalten hätte: Die USA wurden von ihrem geliebten AAA-Podest gestossen. Angesichts der Zerstrittenheit der politischen Klasse, die im Hinblick auf die bevorstehenden Präsidentschaftswahlen 2012 weiter zunehmen dürfte, wird eine notwendige sachliche Auseinandersetzung wohl nicht stattfinden. Und wer sich trotz der Ungewissheiten beidseits des Atlantiks bislang noch nicht auf die Suche nach einem sicheren Hafen gemacht hat, wird dies spätestens beim Betrachten der aktuellen Verschlechterung fast sämtlicher globaler Wirtschaftszahlen tun.

Der US-Dollar und die US-Staatsanleihen waren in der Vergangenheit die gefragtesten Werte im Safe-Haven-Handel. Mehrere Situationen, in denen Investoren in der Vergangenheit Risikopapiere schleunigst abgestossen haben, um US-Dollar und US-Schuldpapiere zu kaufen, liessen das Konzept des «Risk-Off» aufkommen. Als der Zusammenbruch der Bank Lehman Brothers 2008 erste Anzeichen für die bevorstehende Finanzkrise lieferte, stürzten sich die Anleger auf den Dollar als Leitwährung. Der Greenback und die T-Bills wurden zur Zufluchtsstätte und legten an Wert zu. Im Zuge der vielen Stationen der europäischen Staatsschulden-

krise entwickelten sich US-Dollar und Staatsanleihen stetig nach oben. Die nun erfolgte Herabstufung der USA durch S&P wird jedoch mit grosser Wahrscheinlichkeit kein Einzelfall bleiben. Damit ist nicht nur die Zeit der Einstufung von Staatsanleihen als «risikofrei» beendet, sondern es wird auch die Schwäche des US-Dollars konkret als solche benannt. Aufgrund dieses Risikos haben sich die Investoren konsequent dem Gold als Fluchtwährung zugewendet und werden es auch weiterhin tun.

Historisch betrachtet bestand zwischen dem US-Dollar und Gold immer eine negative Korrelation – das Steigen des einen führte zu einer Abwertung des anderen. Die neueste Geldmengenausweitung der Fed sowie Sorgen hinsichtlich des Ungleichgewichts in der Schuldenstruktur führten jedoch zu einem stetigen Wertverlust des US-Dollar. Parallel dazu begann der Goldpreis wegen der steigenden Nachfrage seinen Höhenflug.

Notenbankinterventionen haben bewirkt, dass die beiden anderen Safe-Haven-Währungen – der Yen und der Schweizer Franken – an Anziehungskraft eingebüsst haben. Die Wirtschaftslage in Japan ist nach wie vor sehr ernst. Die dortige Notenbank stützt bereitwillig die eigene Währung, wobei diese direkten Eingriffe zu einer Abwertung des Yen führen. Die Bruttoverschuldung in Japan ist höher als in allen Ländern der Eurozone zusammen, obwohl die Wirtschaft nicht mal halb so gross ist. Insofern ist es nur eine Frage der Zeit, bis die Anleger merken, dass ihr Geld in Form von Yen-Anlagen nicht gut aufgehoben ist. Die endgültige Krönung des Goldes zum «König der Safe Haven» erfolgte schliesslich, als die Schweizerische Nationalbank die Festlegung eines Euro-Mindestkurses von 1,20 Franken ankündigte. Eine Zeit lang war der Schweizer Franken die beliebteste Währung für all jene, die der Unsicherheit in den europäischen und amerikanischen Märkten entkommen wollten. Jetzt, da der Franken nicht mehr frei schwanken kann und der Leitzins praktisch auf Null gesetzt wurde, um Investoren davon abzuhalten, sich in den Schweizer Franken zu flüchten, ist Gold zum letzten sicheren Hafen geworden. Bei steigender Risikobereitschaft und schwindender Angst vor einer Inflation ist mit fallenden Preisen zu rechnen. Doch sobald die Risiken wieder zunehmen, wird das Gold weiter aufgewertet. ▲

Peter A. Rosenstreich,
Chief FX Analyst, Swissquote

10 FRAGEN AN DOMINIQUE TURPIN, PRÄSIDENT DER IMD IN LAUSANNE

«Mit zunehmendem Alter werde ich rationaler»



Dominique Turpin, 54, ist seit 2010 Präsident der IMD in Lausanne und Inhaber eines Dokortitels der Wirtschaftswissenschaften der Sophia-Universität in Tokio. Er hat für zahlreiche multinationale Unternehmen als Berater gearbeitet und war als Redaktor für die Zeitschriften «Long Range Planning Journal» und «Singapore Management Review» tätig. Dominique Turpin ist Verfasser zahlreicher wissenschaftlicher Artikel auf dem Gebiet der Marketingstudien (brand management).

1. Was war Ihr erstes Investment?

■ Da war ich noch auf dem Gymnasium ... Ich war wohl vierzehn oder fünfzehn. Nach einer Einführungslektion über die Börse, die unsere Lehrerin für Geschichte und Geografie gegeben hatte, habe ich sofort einen Teil meiner Ersparnisse investiert. Leider weiss ich überhaupt nicht mehr, wie ich mein Geld angelegt habe, und auch nicht, was diese Investition gebracht hat!

2. Lassen Sie sich als Anleger eher von der Vernunft oder von Gefühlen leiten?

Ich versuche, möglichst die Vernunft walten zu lassen, obwohl man die Gefühle nie völlig ausklammern kann und sich nie ganz von einer unerklärlichen Vorliebe für gewisse Werte oder Marken lösen kann. Aber ich stelle fest, dass ich mit zunehmendem Alter rationaler werde.

3. Hatten Sie wegen einer Investition jemals schlaflose Nächte?

Nein, denn ich vermeide riskante oder übertrieben spekulative Investitionen. Sorgen bereiten mir hingegen die Ungewissheiten der Märkte, über die ich ja keine Kontrolle habe.

4. Was würden Sie als Ihre beste Investition bezeichnen?

Zweifellos eine Investition in Medtronic, den führenden Herzschrittmacher-Hersteller mit europäischem Sitz in Tolochenaz, vor ungefähr zehn Jahren. Ich war dem damaligen CEO, Bill George, begegnet, und er hatte grossen Eindruck auf mich gemacht. Also investierte ich in dieses Unternehmen. Ich habe es nie bereut.

5. Woran erkennen Sie gute Anlagemöglichkeiten?

In meinem Beruf habe ich das Glück, viel unterwegs zu sein und insbesondere in Schwellenländern sehr interessante Gespräche mit Personen zu führen, die mir Informationen aus erster Hand liefern.

6. Wann werden Sie vorsichtig, und wann läuten bei Ihnen die Alarmglocken?

Plötzliche Euphorie oder, im Gegenteil, eine unerklärliche Aversion gegen ein Produkt oder einen Sektor stellen für mich untrügliche Zeichen dar. Hier heisst es, nicht mit dem Strom zu schwimmen, weder in Richtung Hausse noch in Richtung Baisse. Zudem lasse ich die Finger von Produkten, die ich nicht verstehe oder unübersichtlich finde.

7. Was ist Ihr Rezept gegen Stress?

■ Den Computer ausschalten und an etwas anderes denken. Völlig abschalten ist allerdings schwer. Doch man muss versuchen, die Emotionen beiseitezulegen und den längerfristigen Zeithorizont im Auge zu behalten. So übersteht man Turbulenzen am ehesten, ohne seine geistige Gesundheit zu gefährden.

8. Wie lautet Ihre goldene Anlageregeln?

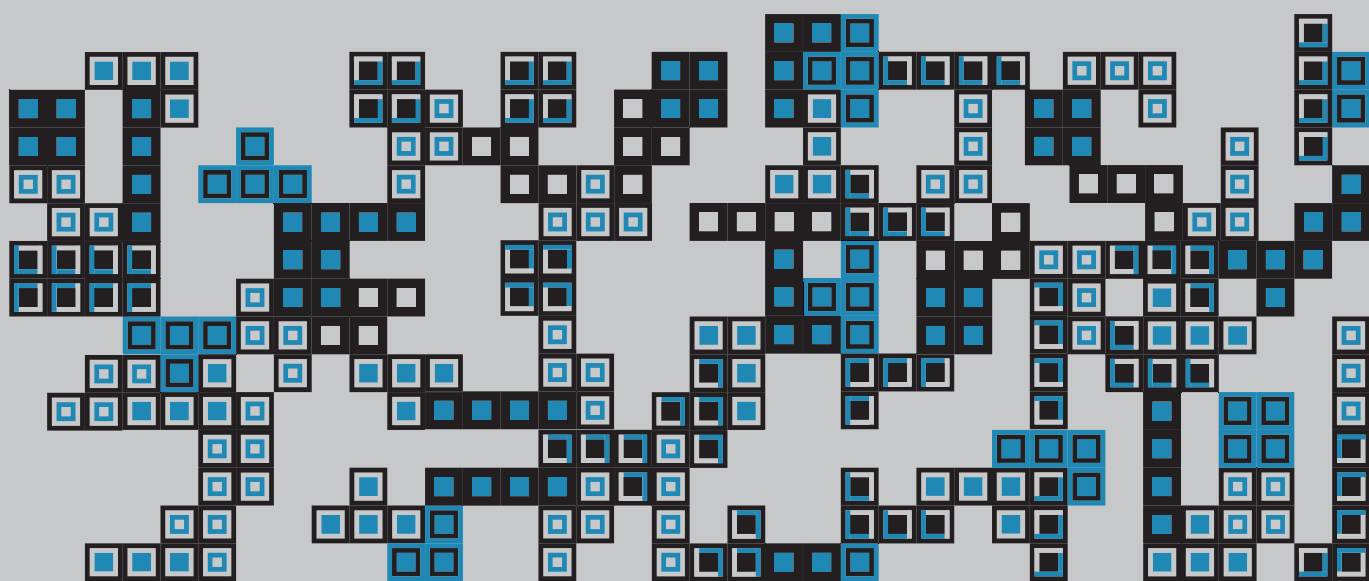
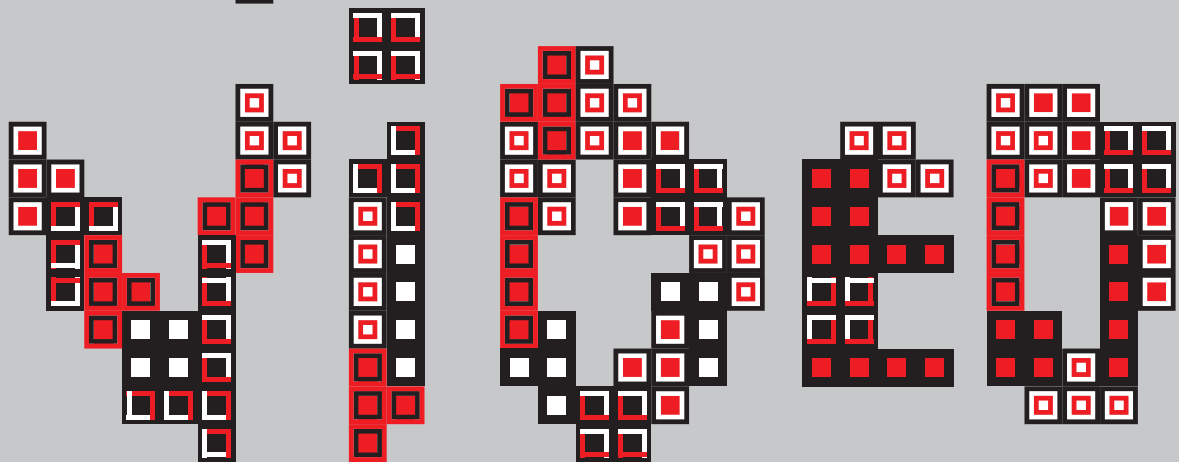
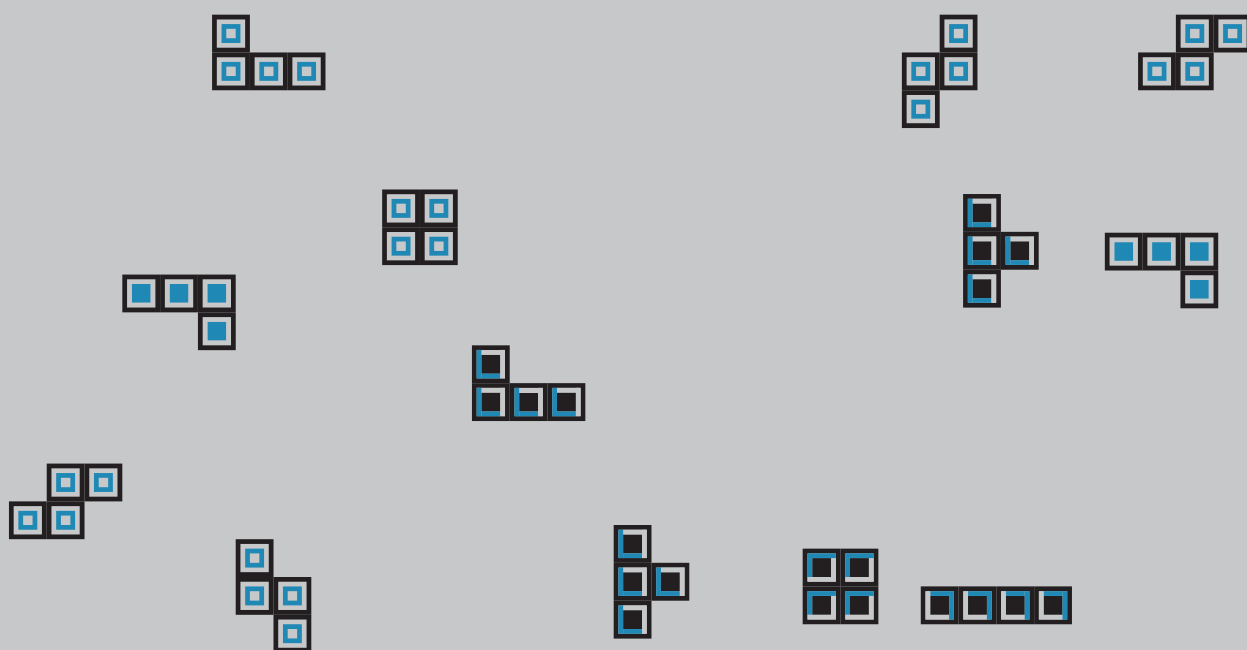
■ Langfristig denken, diversifizieren und nur in das investieren, was man versteht!

9. Und der schlimmste Fehler, den ein Investor begehen kann?

Sich von Emotionen hinreissen lassen und in etwas investieren, wovon man nichts versteht.

10. Wo sehen Sie derzeit das grösste Investitionspotenzial?

Zweifellos in den Emerging Markets, namentlich Brasilien, Indien oder China. Dabei denke ich in erster Linie an Rohstoffe, aber auch an Unternehmen des Sekundärsektors oder aus dem Bereich Landwirtschaft und Lebensmittel. ▲



 Casual Games –
bunte Spielesammlung
im Höhenflug
S. 34

 Spielekonsolen:
drei Hersteller
unter der Lupe
S. 42

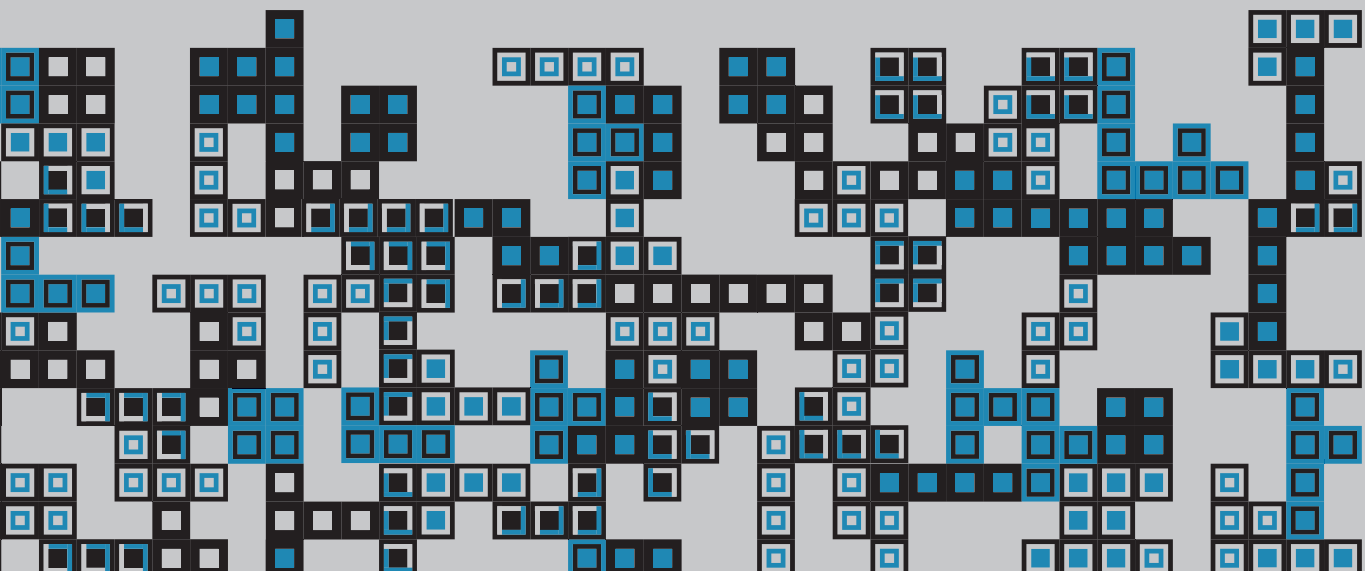
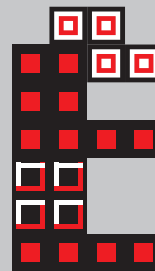
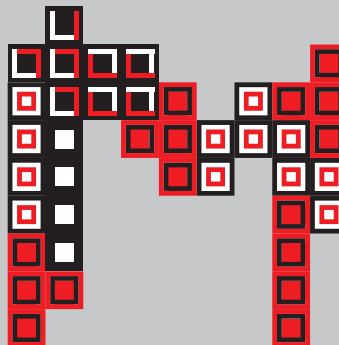
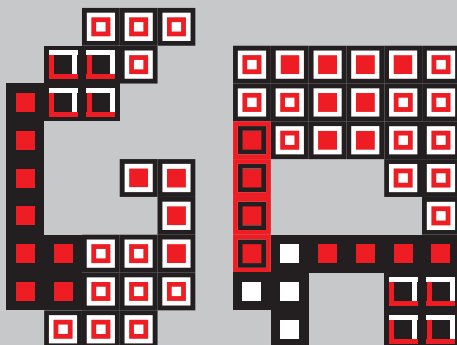
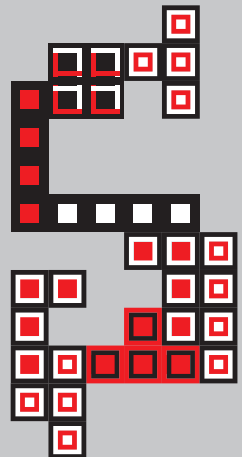
 Japanische Computer-
spiele: das Ende
eines Imperiums
S. 56

 Der Konkurrenzkampf
der Grafikchiphersteller
erreicht Smartphones
und Tablet-Computer
S. 62

 Free2play:
Umsonst zahlt
sich aus
S. 39

 Die Publisher
müssen sich
neu erfinden
S. 50

 Blizzard –
die Gründe
des Erfolgs
S. 58





Casual Games – bunte Spielesammlung im Höhenflug

Für das Jahr 2011 rechnet Facebook mit Einnahmen von einer Milliarde Dollar aus «Casual Games». Die einfachen, leicht verständlichen Mini-Spiele für PC und Smartphones sind die neue Goldgrube der Videospielebranche.

Didier Bonvin

Die Casual Games, diese kleinen, extrem handlichen Computerspiele, versetzen Industrie und Anleger in helle Aufregung. Die finnische Firma Rovio – von ihr stammt eines der beliebtesten Handy-Spiele, Angry Birds – soll nach jüngsten Schätzungen 1,2 Mrd. Dollar wert sein. CEO Mikael Hildén bestätigte bei einer Pressekonferenz den geplanten Börsengang seines Unternehmens «in zwei oder drei Jahren». 2011 denke man, 50 bis 100 Mio. Euro Umsatz zu erwirtschaften. Angry Birds wurde bisher 350 Mio. Mal heruntergeladen und auch das Merchandising läuft wie geschmiert: Je eine Million T-Shirts und Plüschvögel gehen über die Ladentheke – pro Monat.

Der Erfolg der Casual Games, die vor allem über Smartphones und soziale Netzwerke Verbreitung finden, hat in erster Linie mit ihrer simplen Handhabung zu tun: Jeder Neueinsteiger, ob geübter Spieler oder nicht, beherrscht sie binnen weniger Sekunden – der potenzielle Markt ist also gigantisch.

Zudem kosten die «Gelegenheits»-Spiele wenig oder gar nichts, und heute werden sie bei jeder Gelegenheit gespielt, sei es beim Anstehen am Schalter oder unterwegs in Bus oder Bahn. Im Vergleich dazu erfordert das klassische Videospiel, das auf einer Konsole zu Hause und vor allem von eingefleischten Gamern gespielt wird, einen sehr viel höheren Zeit- und Lernaufwand.

Diese Spiele kosten wenig oder gar nichts und werden heute bei jeder Gelegenheit gespielt.

Das Geschäftsmodell der Casual Games beruht auf zwei Einnahmequellen: der In-Game-Werbung und – vor allem – dem Verkauf virtueller Güter. Das beste Beispiel ist das Browsergame Farmville von



SHUTTER, TANNA

Zynga, das auf Facebook gespielt wird. Um in diesem kostenlosen Bauernhof-Simulationsspiel weiterzukommen, muss der Computerfarmer virtuelle Güter kaufen ... Mit realem Geld. Das Konzept hat Farmville sehr schnell rentabel gemacht, und es ist heute eines der meistgespielten Games auf



Niklas Held, Mikael Hed und Peter Vesterbacka, die finnischen Entwickler von Angry Birds, dem mit mehr als 350 Mio. Downloads beliebtesten Smartphone-Spiel weltweit.

Facebook. 2010 lag die Zahl der Spieler von Farmville zeitweilig bei über 80 Mio., mehr als die gesamte Bevölkerung Deutschlands ... Nach diesem Hype flaute die

Begeisterung wieder ab, die Userzahl fiel auf 60 Mio. zurück. Entwickler Zynga reagierte und legte mit Cityville und Frontierville neue Versionen des im

Prinzip gleichen Spiels auf. Heute spricht die Firma von monatlich insgesamt 232 Mio. aktiven Spielern für all ihre Spiele. Der Börsengang dieses Spezial-





listen für Facebook-Spiele ist für November vorgesehen; erhofft wird ein Kapitalzufluss von 1 bis 2 Mrd. Dollar.

Die Social Games surfen auf der Erfolgswelle der sozialen Netzwerke und Smartphones mit und heben regelrecht ab: Die Einnahmen aus dem Geschäft dürften 2012 alleine auf dem nordamerikanischen Markt 1,32 Mrd. Dollar erreichen, davon kommen 792 Mio. Dollar aus dem Verkauf virtueller Güter und 271 Mio. aus Werbung (Zahlen von MediaPost).

RENDITE STATT KOSTEN

Inzwischen sind die neuen «Gesellschaftsspiele» zu einem entscheidenden Faktor für die boomende Entwicklung der sozialen Netzwerke geworden. 58 Prozent aller Facebook-Mitglieder spielen auf ihrem Profil. «Der Erfolg von Facebook fusst zum Teil auf

dessen Spieleinhalt, der die Nutzer zu häufigeren und regelmässigeren Kontakten veranlasst», meint Piers Harding-Rolls, Leiter der Abteilung Games bei Screen Digest.

Um Facebook etwas entgegenzusetzen, hat Google dieses Jahr sein eigenes soziales Netzwerk «Google+» eröffnet, das schon 25 Mio. aktive Nutzer aufweisen kann. Von Anfang an hat Google Casual Games eingebaut, was zeigt, wie wichtig es für ein Social Network ist, eine Spieleplattform mit anzubieten. Mit vorerst nur 16 Spielen am Start, darunter das unverzichtbare Angry Birds, ist Google+ im Vergleich zu Facebook mit seinen Tausenden Games ein jungfräuliches Terrain, das die Spieleanbieter noch zu besiedeln haben. Dies ist umso interessanter, als Google+ eine Provision von nur 5 Prozent auf die Spiele

erhebt, also deutlich weniger als die 30 Prozent, die bei Facebook verlangt werden.

Der Erfolg der spassigen Spielchen lockt auch die Grossen in der Branche. Der historische Marktriase Electronic Arts, einer der fünf grössten Spieleanbieter weltweit, gab kürzlich die Übernahme von Pop Cap Games für 750 Mio. Dollar bekannt. Dieser Spezialist für mobile Casual Games ist für Kleinstspiele wie Bejeweled bekannt, eine Art Tetris mit Diamanten, ausserdem für Plant vs. Zombie, eines der am häufigsten auf iPhone und iPod heruntergeladenen Spiele. Electronic Arts könnte bis zu 1,3 Mrd. Dollar in Pop Games investieren.

Michel Kripalani, CEO von Ocean House Media, Marktführer bei Bücher-Anwendungen für das iPhone, ist schon lange ein

«Die Produktion eines Konsolenspiels ist so aufwendig und zeitintensiv wie die eines Spielfilms. Das kann heute nicht mehr gehen. Die Branche muss und wird sich ändern.»

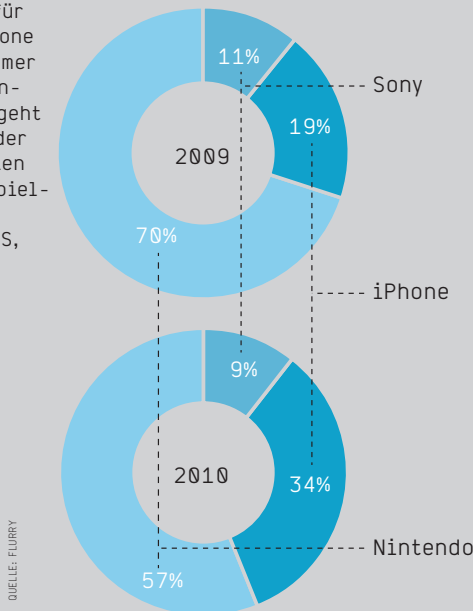


Michel Kripalani, der 2001 den dritten Teil des Computerspielklassikers Myst entwickelte, hat seinen Glauben an traditionelle Games verloren. Heute entwirft er als Chef der Firma Ocean House Media Apps für Smartphones und Tablet-Computer.



Marktanteile der mobile Videogames von 2009 bis 2010

Die Spiele für das Smartphone gewinnen immer mehr Marktanteile. Dies geht auf Kosten der traditionellen tragbaren Spielkonsolen (Nintendo DS, Sony PSP).



Screenshot des Spiels Angry Birds, das sich in kurzer Zeit zu einem wahren Gesellschaftsphänomen entwickelte.



Farmville, das man auf Facebook spielen kann, hat bislang 80 Mio. Spieler in seinen Bann gezogen.

Die Meinung des Analysten

«Dieser Markt hat sein volles Potenzial noch nicht entfaltet»

Piers Harding-Rolls, Leiter der Abteilung Games der Beraterfirma HIS Screen Digest, analysiert Gegenwart und Zukunft der Casual Games.

Wir erleben gerade einen Boom der «Casual Games». Handelt es sich um eine neue Blase oder um einen Megatrend?

Eine Neuerscheinung sind diese Spiele ja eigentlich nicht. Social Games und Casual Games kennt man bereits seit Jahren, doch nun sind sie an den stark expandierenden Sektor der App-Stores und Smartphones geknüpft und lösen damit in einem bestehenden Markt einen Schneeballeffekt aus.

Die Social Games beruhen auf dem Geschäftsmodell des Verkaufs virtueller Güter, das bereits seit mehreren Jahren in Asien existiert. Der Entwickler Zynga (weltweit führender Betreiber von Browserspielen auf sozialen Netzwerken, Anm. d. Red.) geht in diesem Bereich sehr offensiv vor und verfügt über das effizienteste Marketing. Der Markt liegt zurzeit 10 Prozent unter seinem tatsächlichen Potenzial, denn die Branche ist noch fragmentiert. Mit einem weiteren Wachstum ist zu rechnen.

Wie reagieren die Investoren?

Die Investoren stehen diesem Markt nicht skeptisch gegenüber. Er hat bereits eine ausgesprochen profitable Entwicklung durchlaufen. Dies beweist die Bewertung von Zynga. Im Moment ist die Bewertung von Rovio (Entwickler des Bestsellers Angry Birds, Anm. d. Red.) spekulativ, da der Börsengang des Unternehmens erst für 2014 vorgesehen ist. Aber mit Angry Birds gehen sie über das Casual Game hinaus. Sie sind nun Besitzer eines Bids, wie bei den Disney-Lizenzen.

Wie sehen Sie die Entwicklungsmöglichkeiten dieses Markts?

Zurzeit steckt er in den Kinderschuhen. Goggle+ bietet eine neue Plattform und ein neues Geschäftsmodell. Aber Google ist nicht allein. Es gibt auch zahlreiche weitere Plattformen in Asien und in Europa. Und bei den gegenwärtig 25 Mio. Nutzern auf Google+ handelt es sich ja erst um die Früheinstieger. Je grösser die Zahl der Nutzer und Interaktionen auf diesen Plattformen, desto mehr steigen die Einnahmen.



Schwergewicht in der Videospielebranche [von ihm stammt Myst 3, eine der berühmtesten Abenteuerspielserien für den PC]. Für ihn hat sich das heutige Videospielemodell überlebt: «Die Produktion eines Konsolenspiels ist so aufwendig und zeitintensiv wie die eines Spielfilms. Bis zu 100 Personen arbeiten mehrere Jahre lang daran. Die Kosten sind wahnsin-

nig, viel zu hoch, das kann heute nicht mehr gehen. Die Branche muss und wird sich ändern. Bei Oceanhouse Media haben wir noch nicht mal zehn Leute, die iPhone-Anwendungen erfinden, und wir bringen jeden Monat mehrere Neuerscheinungen auf den Markt!»

So spricht denn auch die Anlagerendite klar für das Casual Game.

Die Produktionskosten sind fast schon lachhaft niedrig; die Zahlen der Casual Games Association sprechen für sich: Ein Spiel für Facebook kostet in der Herstellung zwischen 40'000 und 50'000 Dollar. Die Produktionskosten für ein Spiel für die Xbox 360 oder für die PlayStation 3 liegen dagegen im Schnitt bei 10 Mio. Dollar. ▲

Angry Birds – Smartphones im Spielfieber

Das beliebteste Mini-Game seiner Generation wurde schon mehr als 350 Millionen Mal heruntergeladen.

Das finnische Unternehmen Rovio, das hinter den «Angry Birds» steht, könnte einen Wert von 1,2 Mrd. Dollar erreichen. Eine schier unglaubliche Zahl für eine Firma, die simple Spielchen für Mobiltelefone entwickelt. Der Grund für den Höhenflug ist der Erfolg ihres Vorzeigeprodukts: Das Spiel mit den zornigen Vögelchen steht in 67 Ländern auf Platz eins der Downloads und wurde insgesamt 350 Millionen Mal kostenlos oder gegen Bezahlung (1 Franken) heruntergeladen.

Das Spielprinzip von Angry Birds besteht darin, Vögel mit einer Steinschleuder auf eine Art Burg zu schießen, die zum Einsturz gebracht werden soll. Einfacher geht es kaum. Dennoch wurde kein Spiel bisher so oft auf iPhones, Blackberrys und Androids heruntergeladen. Auch auf den Social Networks wie Facebook und Google+ gehört es zu den beliebtesten Spielmarken.

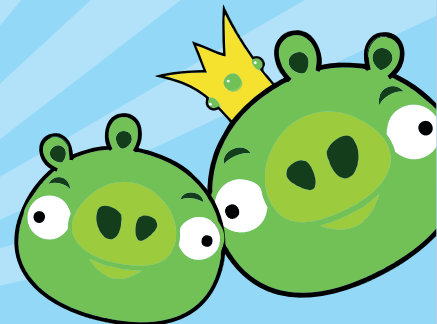
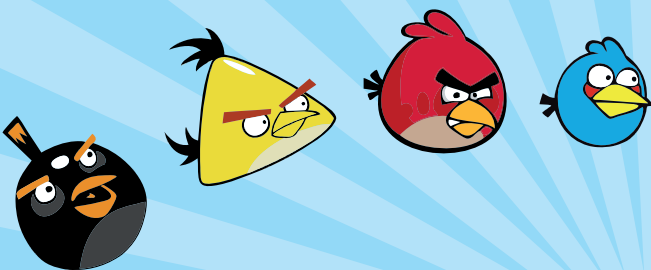
Der Erfolg lässt Anlegeraugen leuchten. In einer ersten Kapitalisierungsrunde flossen dem von drei Studenten der Technischen Universität Helsinki gegründeten Unternehmen 42 Mio. Dollar zu; eine weitere Finanzspritze dürfte Rovio auf einen Wert von 1,2 Mrd. Dollar katapultieren.

Angry Birds hat ein neues Finanzierungsmodell für die Game-Industrie etabliert: Alleine die Gratisversion für Android bringt angeblich jeden Monat eine Million Dollar ein – dank der In-Game-Werbung, die am unteren Rand des Bildschirms eingeblendet wird.

Und damit man des Vogelschleuderns nicht überdrüssig wird, hat Rovio kostenpflichtige Sonderversionen entwickelt (für Halloween, Weihnachten usw.), die das Interesse wach und das Publikum bei der Stange halten.

Rovio war klug genug, seinen sagenhaften Erfolg durch Vereinbarungen mit den Anbietern von Tablets und Smartphones zu sichern. Die Angry Birds treten heute als Werbeträger auf, die kugeligen Vögelchen mit hohem Sympathiewert sind längst zur Marke mit einem starken Image geworden.

Sogar Hollywood hat angebissen. Der Animationsfilm Rio aus den Studios der 20th Century Fox gab Anlass zu einer Sonderversion des Spiels – Angry Birds Rio. Noch dieses Jahr wollen die kämpferischen Vögel China erobern – in der Heimat der Produktpiraterie hofft man auf immerhin 100 Mio. Downloads. Es wäre ein einmaliger Siegeszug für die flügellosen Überflieger. Ihr ikonenhafter Status wird schon mit dem Erfolg von Pac-Man in der 80er-Jahren verglichen, der seinerzeit noch kolossalere Umsätze erzielte: eine Milliarde. Dollar in den ersten 15 Monaten.





Free2play: Umsonst zahlt sich aus

Um höhere Einnahmen zu erzielen, werden immer mehr Online-Videospiele kostenlos angeboten. Ein Scheinwiderspruch, der sich erklären lässt.

Daniel Saraga

Wie man seine Einnahmen verdreifacht? Natürlich mit einem Gratis-Angebot. Diese erfreuliche Erfahrung machte jedenfalls The Lord of the Rings Online, seitdem das Online-Rollenspiel im Herbst 2010 als Freeware zur Verfügung gestellt wurde. Sein Konkurrent Dungeons & Dragons Online war diesen Schritt bereits 2009 gegangen. Sechs Monate später verkündete er triumphierend, dass die Einnahmen um 500 Prozent gestiegen seien. Nun wechseln die Online-Spiele eines nach dem anderen in den Free2play-Modus: Age of Conan (Mai 2011), Age of Empires (August 2011).

Und die Welle scheint unaufhörlich weiterzurollen. Langfristig könnte sie das Ende des Modells auf Basis eines Monatsabos bedeuten. «Es ist sehr schwierig, weiter von seinen Spielern zu fordern, monatlich 15 Dollar zu zahlen, wenn die Spiele der Konkurrenz umsonst angeboten werden», erklärt Allison Luong von Pearl Research in San Francisco. «Free2play könnte in Zukunft durchaus das vorherrschende Modell werden.»

Die Einnahmen werden durch den kleinen Anteil von Gamern gesichert, die regelmässig echtes Geld ausgeben, um virtuelle Items (Gegenstände) zu erwerben. Diese Käufe können konkrete Vorteile im

Spiel bringen, wie beispielsweise ein übermächtiges Schwert, oder nur symbolischen Wert besitzen, wie etwa ein Umhang. Zwar kosten die meisten Items nur einen oder zwei Dollar, einige werden jedoch für bis zu 100 Dollar verkauft.

Ein weiteres Geschäftsmodell sind kostenpflichtige Erweiterungen wie zusätzliche Levels oder Räume, zu denen die Spieler nur gegen eine kleine Überweisung (Micropayment) Zugang erhalten. Die Platzierung von Werbung in den Videospielen war dagegen ein Flop. «Vor fünf Jahren war das eine beliebte Strategie, aber die Gamer wollen sich konzentrieren und mögen keine Ablenkung», erklärt Allison Luong. Wer will schon mitten im Kampf das Spiel unterbrechen, um einem Link zu folgen, der einem in den meisten Fällen ein anderes Spiel anbietet?

Die Free2play-Strategie zielt also darauf ab, so viele Spieler wie möglich zu gewinnen – selbst wenn sie nicht zahlen – und zu hoffen, dass einige von ihnen zum Portemonnaie greifen. «Die Zahlen sind bei allen Spielen ähnlich», weiss Allison Luong. «Nur 1 bis 5 Prozent der Nutzer zahlen für virtuelle Items durchschnittlich etwa zehn Dollar pro Monat.» Ein noch geringerer Anteil gibt bis zu 100 Dollar aus. Diese treu ergebenden «Mega-User» tragen zuverlässig

Vorreiter Korea

Die virtuellen Items bringen laut Pietro Macchiarella in den USA jedes Jahr mehr als 3 Mrd. Dollar ein. Aber das Free2play kommt aus Korea, wie die Analystin Allison Luong von Peace Research erzählt: «Vor rund zehn Jahren stieg die Zahl der Spiele, die auf den koreanischen Markt kamen, sprunghaft an. Der Wettbewerb ist daraufhin so intensiv geworden, dass man die Spieler nur noch sehr schwer überzeugen konnte, die neuen Spiele zu testen. Dann haben die Publisher erkannt, dass sie weit mehr Gamer erreichen, wenn sie das Produkt umsonst anbieten, und dass sie damit trotzdem Geld machen.» Das koreanische Spiel MapleStory, der Pionier des Free2play, habe es so auf mehr als 70 Mio. User-Accounts gebracht.

Anschließend hat sich der Wettbewerb auch in den USA und in Europa intensiviert und dort das Free2play-Modell populär gemacht. Im Westen hat die Umstellung auf das neue Modell erheblich von den Spielen in den sozialen Netzwerken profitiert (z.B. Farmville auf Facebook), die das Konzept der «virtuellen Items» verbreitet haben. Durch den Vormarsch der Smartphones ist zudem die Nutzung von Kleinstüberweisungen (Micropayments) für den Kauf von Apps normal geworden. In den USA haben unter 18-Jährige nicht das Recht, eine Kreditkarte zu besitzen, aber sie können virtuelle Items mit Prepaid-Karten kaufen.

Die Koreaner wiederum erledigen diese Mikrotransaktionen per Handy.





sig und mit beachtlichen Summen zu den Einnahmen bei. Detaillierte Statistiken mit Namen ARPU und ARPPU – average revenue per (paying) user – werden strengstens geheim gehalten. «Spiele-Publisher sind Privatfirmen, die ihre Zahlen nicht gern mit anderen teilen», so Pietro Macchiarella von Parks Associates in Dallas. «Ich glaube nicht so richtig an die optimistischen Aussagen einiger Unternehmen, denen zufolge jeder zehnte Spieler zahlt.»

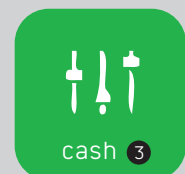
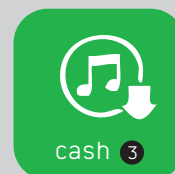
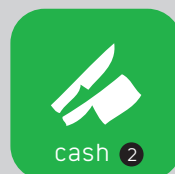
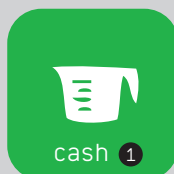
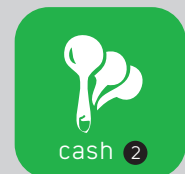
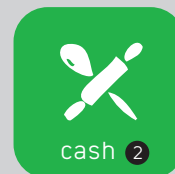
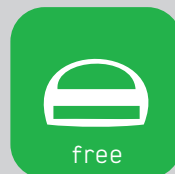
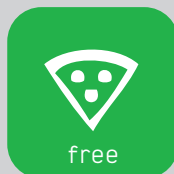
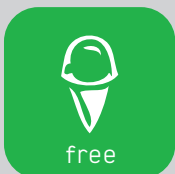
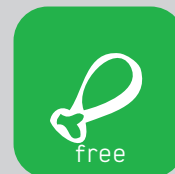
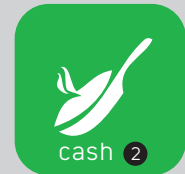
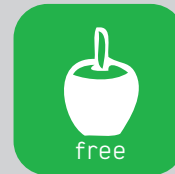
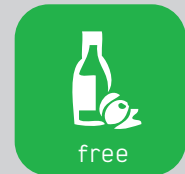
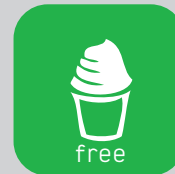
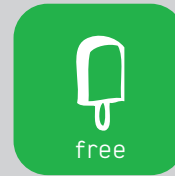
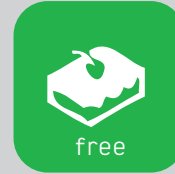
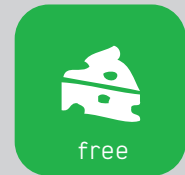
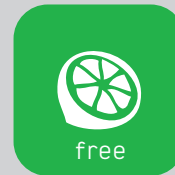
Ein kostenloses Spiel bietet den Vorteil, dass es unendlich viele Menschen testen können.

Traditionelle Spiele werden als Free2play angeboten, sobald unvermeidlich ist, dass anderenfalls immer mehr Gamer dem Spiel untreu werden. Diese Phase trete häufig nach ein oder zwei Jahren ein und könne für ein Spiel den Tod bedeuten, da die Spieler nicht mehr zurückkämen, wie Allison Luong erklärt. Das kostenlose Angebot Sorge dafür, dass ein Online-Spiel, bei dem die Interaktion zwischen vielen Gamern eine entscheidende Rolle spielt, attraktiv bleibe. «Das ist wie bei einem Restaurant», so die Analystin weiter. «Da wollen

Sie nur hin, wenn etwas los ist. Für ein MMORPG (Massen-Mehrspieler-Online-Rollenspiel, Anm. d. R.) ist es überlebensnotwendig, die Zahl der Spieler über einem bestimmten Grenzwert zu halten. Andernfalls wenden sich die Gamer schnell ab.» Ein kostenloses Spiel bietet den Vorteil, dass unendlich viele Menschen es testen können – und somit potenziell Gefallen daran finden.

«Fast alle Spiele-Publisher haben Schwierigkeiten, ihre Kunden zu halten», fügt Pietro Macchiarella hinzu. «Das Problem ist gar nicht so sehr der Preis für das Abonnement, sondern vielmehr die Frage, wie man die beteiligten Spieler an sich binden kann. Wenn man zahlt, fühlt man sich verpflichtet, häufig zu spielen, und dann lässt das Interesse nach einigen Jahren nach. Ein kostenloses Spiel kann auch seltener gespielt werden – und dadurch länger leben.»

Eine Ausnahme bleibt «World of Warcraft», der unumstrittene Star unter den Online-Rollenspielen (s. Porträt auf S. 59), der trotz Gebühren 11 Mio. aktive User vorweisen kann. Die Spieler geben jeden Monat zwischen 12 und 15 Dollar für ihre Abos aus und zusätzlich beträchtliche Summen für virtuelle Items, die der Publisher Blizzard seit zwei Jahren zum Verkauf anbietet. Das ist vergleichbar mit einer Kuh, die man schlachtet und trotzdem noch melken kann ... ▽



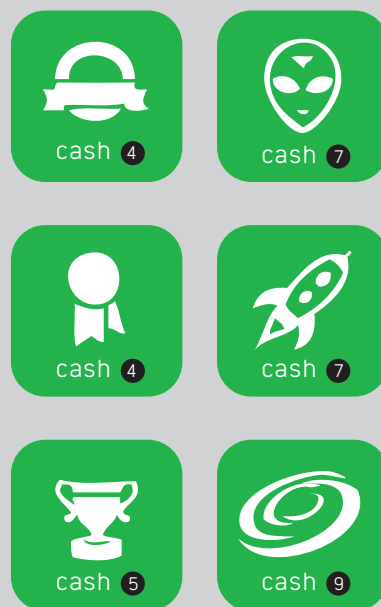


300'000 Dollar für einen virtuellen Planeten

Am 28. Dezember 2009 um 23 Uhr 01 schlägt der Spieler «Buzz Erik Lightyear» in einer Auktion seine Konkurrenten «Zachum Deathifier Emegen» und «Jenna Star Mercury». Für 330'000 Dollar wird er Besitzer von Crystal Palace, eines virtuellen Planeten im MMORG (Massen-Multiplayer-Online-Rollenspiel) Entropia Universe. Purer Wahnsinn? Nicht unbedingt.

Buzz (mit richtigem Namen Erik Novak) besitzt in Entropia bereits eine Kaufhauskette. Der Kauf von Crystal Palace ist eine Investition,

die ihm viel Geld bringen könnte. Denn jede Transaktion von anderen Gamern, bei der die auf der Raumstation angebotenen Dienstleistungen genutzt werden (Geschäfte, Jagdreviere usw.), wird besteuert – und füllt so das Konto des glücklichen Besitzers. Einer der Verlierer der Versteigerung, «Zachum Deathifier», hatte Ende 2004 für 26'500 Dollar eine Insel im Entropia Universe gekauft. Ein Jahr später berichtete er, er habe das investierte Geld bereits wieder eingenommen. Der in mehreren Schritten abgewinkelte Verkauf der zweiten Raumstation des Spiels brachte dem Spieler «Neverdie» am Ende 635'000 Dollar ein. Ein Ende des Booms am virtuellen Immobilienmarkt von Entropia ist bislang nicht in Sicht.





Spielkonsolen: drei Hersteller unter der Lupe

Während Nintendo schon den Nachfolger der legendären Wii vorbereitet, versuchen Microsoft und Sony auf ihre Weise, ihren Stammkundenkreis zu erweitern.

William Audureau



NINTENDO: S. 44
SONY: S. 45
MICROSOFT: S. 48





KEVIN DUFFY



Screenshot der Computerspiel-Saga Super Mario, dem Maskottchen des japanischen Spielkonsolenentwicklers und Publishers Nintendo.

Nintendo fehlen die Kunden

DER WELTWEITE SPITZENREITER AUS JAPAN BRINGT 2012 DEN NACHFOLGER DER WII AUF DEN MARKT. JEDOCH SIEHT DER MARKT HEUTE GANZ ANDERS AUS ALS 2006.



NINTENDO

CEO: Satoru Iwata
Geschäftssitz: Kyoto, Japan
Umsatz: € 8,8 Mrd.
Mitarbeiter: 4712
Mitarbeiter im Videospielsegment: 100%

Die Präsentation der neuen Heimkonsole von Nintendo (vorläufig Wii U getauft) im Juni bescherte der Aktie des Konzerns einen Kursverlust von 6 Prozent. Die Neuauflage des Originals, die mit einem Tablet-PC als Controller ausgestattet ist, soll der Firma eine Wiederholung des Erfolgs der Wii ermöglichen. Doch fünf Jahre nach der ersten Wii hat Nintendo sein Innovationsmonopol verloren, und auf dem aktiven Markt der Videospiele kann sich das Gerät nur schwer abheben, selbst von seinem Vorgänger. Das sieht man beispielsweise an den geplanten Spielen für die Konsole, die das Design der allerersten Wii-Spiele wieder aufnehmen, was Verwirrung darüber stiftete, was die Wii U denn nun eigentlich sein soll. Eine neue Konsole

oder weiteres Zubehör? Die ähnliche Positionierung und Form sowie der quasi unveränderte Name lassen befürchten, dass die Konsumenten dem Produkt nicht viel abgewinnen können und die Lancierung dadurch kein Zuckerschlecken wird. Es sei denn, Nintendo entscheidet sich, wenige Monate vor der Markteinführung das Design und den Namen nochmals zu verändern, wie es schon 2006 bei der Wii der Fall war.

Die Möglichkeiten des japanischen Herstellers, an den Erfolg seiner tragbaren DS-Konsole und der Wii anzuknüpfen, werden nämlich gefährdet durch neue Geräte (Smartphones, Tablets), ein buntes Angebot an Plattformen (AppStore, Android Market, Facebook) sowie neue Gesellschaftsphänomene, die sich ausserhalb des Einflussbereichs von klassischen Konsolen befinden (Angry Birds, Plants Vs Zombies, Farmville). «Nintendo muss bei den Gelegenheitspielern kontinuierlich Marktanteile an die Smartphones abtreten», stellt Michael Pachter fest, Analyst bei Webbsush Securities.

Das japanische Unternehmen hat durch die Verschmelzung von Spiel und Multimedia sowie durch die Konkurrenz unter Konsolen, Smartphones und Tablets wohl von allen Herstellern am meisten zu verlieren. Durch seine Unternehmenskultur und sein spezialisiertes Profil kann Nintendo anders als Apple oder Sony auch nicht einfach seine Geschäftszweige zusammensetzen. Das Unternehmen hat sich daher sehr

früh für eine Politik der Differenzierung entschieden, die mit der DS und der Wii Erfolg hatte, ihm jetzt aber zum Verhängnis werden könnte.

Die innovative dreidimensionale Darstellung der neuen 3DS hat die Technikfreaks zwar begeistert, doch nach einem ruhmreichen Start (3,61 Mio. verkaufte Exemplare per 31. März 2011) nahmen die Verkaufszahlen rapide ab, da sich die Gelegenheitspieler bislang nicht überzeugen liessen (nur 0,71 Mio. im zweiten Quartal 2011). Man kann noch weitere Gründe anführen: Das Desinteresse bzw. Misstrauen der breiten Öffentlichkeit gegenüber 3D, der hohe Einführungspreis (249 Euro), das weitgehende Fehlen neuer Spiele mit überdurchschnittlichem Marktpotenzial sowie eine ungeschickte Marketingstrategie, die die Neuerungen der 3DS gegenüber der DS zu wenig betont hat.

Nach sechs Jahren unangefochtener Vorherrschaft von Nintendo stellt die Industrie nun die Anpassungsfähigkeit infrage. «Auch wenn ich die 3DS wirklich innovativ finde, sehe ich nicht, wie Nintendo seine verlorenen Marktanteile zurückgewinnen kann», so Michael Pachter. Demzufolge hat die Firma diesen Sommer beschlossen, den Preis für ihre Konsole weniger als sechs Monate nach Markteinführung auf 179 Euro zu senken. Dieser brutale Preisnachlass war ebenso überraschend wie beunruhigend, zeugt aber von der Entschlossenheit des Herstellers. Die Liquidität des Japaners ist immens, und so versucht die Firma, so viele 3DS wie möglich zu verkaufen, um höhere Gewinne über den Verkauf ihrer eigenen Spiele und über die Lizenzgebühren anderer Publisher zu erzielen. Marktbeobachter rechnen im Laufe des Jahres 2012 mit der Lancierung eines neuen Modells der 3DS mit überarbeitetem Design und einer klareren Positionierung.

NT0,1



Shigeru Miyamoto, der Schöpfer von berühmten Videopielserien wie Super Mario, Donkey Kong, F-Zero oder The Legend of Zelda, gilt als einer der grössten Spieleentwickler unserer Zeit. Im Moment leitet er Nintendos Abteilung Entertainment and Development.

Sony hält weiter Kurs auf das obere Preissegment



TROTZ DER HERBEN VERLUSTE, DIE DER ZWEITE JAPANISCHE RIESE IM BUNDE MIT DER PS3 ERLEIDEN MUSSTE, VERFOLGT DAS UNTERNEHMEN WEITERHIN EINE KOSTENINTENSIVE STRATEGIE, DIESMAL AUF DEM GEBIET DER HANDHELD-KONSOLEN.



SONY

CEO: Howard Stringer

Geschäftssitz: Tokio, Japan

Umsatz: \$ 78 Mrd.

Mitarbeiter: 168'000 (2009)

Mitarbeiter im Videospielsegment: 3,8%

Die Ungewissheit bezüglich Nintendo könnte Sony theoretisch zugutekommen. Die erste Jahreshälfte war für die Firma aus Tokio jedoch katastrophal. Nach dem Erdbeben vom 11. März verbuchte das Unternehmen im ersten Quartal Rekordverluste. Der Frühling wurde dann von einem Hacker-Angriff auf den Online-Shop der Marke, das PlayStation Network, erschüttert, was zu einem erheblichen Imageschaden und zu sinkenden Verkaufszahlen führte (1'200'000 Downloads im zweiten Quartal 2011 gegenüber 1'800'000 im Vorjahresquartal).



Allerdings handelt es sich dabei um zwei Ausnahmeerscheinungen. Im Grossen und Ganzen steht es um das Unternehmen nicht schlecht. Vier Jahre nach der Markteinführung haben die Umsätze der PlayStation 3 zu Beginn des Jahres mühelos die 50-Millionen-Grenze überschritten. Die Konsole wird nie eine ähnliche Monopolstellung erreichen wie seinerzeit die PlayStation 1 und 2, aber sie ist im Bereich der HD-Systeme, dem wachstumsstärksten Markt 2010 (+35 Prozent Umsatz im Vergleich zu 2009), immerhin marktführend. Und sie dürfte ihre Position weiter festigen, da der Preis kürzlich auf 299 Euro gesenkt wurde.

Die bislang zähe und unsichere Verbreitung von 3D-Fernsehern scheint das Unternehmen nicht sonderlich zu belasten, zumal die 3D-Funktion von Sony zwar weiterhin als Kaufgrund eines neuen Gerätes propagiert wird, allerdings bislang optional ist. Trotzdem wird Sony pünktlich zu Weihnachten einen 3D-Bildschirm zum Lockpreis von 499 Euro auf den Markt bringen. Die Verkäufe der Spielkonsole scheinen von der Positionierung der Marke getragen zu werden, die sowohl im Design als auch bei den Spielen auf hohe Qualität setzt. Uncharted 3, die Fortsetzung eines der grössten Erfolge von 2009, dürfte das beliebteste Spiel zu Weihnachten



Die Meinung der Analysten

Ungünstige Veränderungen bei Nintendo

Der Videospiele-Markt ist von einer seltenen Unentschlossenheit geprägt, weshalb die Analysten dieses Sektors zur Vorsicht raten. Dies betrifft auch, ja vor allem die Nummer eins der Welt. «Ich sehe Nintendo in nächster Zukunft keine signifikativen Gewinne machen, zumal das kommerzielle Potential von Wii U nicht gesichert ist», schätzt Michael Pachter von Webusb Analytics die Lage ein. Laut einem Analysten einer grossen französischen Bank hätte die Konsole die Investoren überzeugt, wenn sie zwei Jahre früher auf den Markt gekommen wäre. Doch die Beobachter befürchten ein knappes Titelangebot bei der Lancierung, einen prohibitiven Preis und eine zu wenig gesicherte Positionierung, um gleichzeitig die Spieler und das breite Publikum anzulocken. «Heute glaubt niemand mehr an eine blühende Zukunft dieses Konzerns», fasst Charles Planade von Arkéon zusammen, obwohl man seiner Meinung nach differenzieren sollte: «Kurzfristig könnte der Preistrückgang der 3DS einen Aufschwung der Weihnachtsverkäufe bewirken. Ausserdem darf man nicht vergessen, dass es dem Konzern immer wieder gelang, dieses Marktsegment zu seinen Gunsten neu zu erfinden.»

Sony und Microsoft, die beiden Hersteller von Konsolen mit Hochauflösung, erscheinen jedenfalls als sicherere Werte. «Die Besitzer von PS3 und Xbox 360 spielen selten in den sozialen Netzwerken, und selbst wenn sie es mit ihrem Smartphone tun, sehen die meisten darin keinen Ersatz für ihre Konsole», bemerkt Michael Pachter. Alles in allem fürchtet sich dieses Segment weniger vor der Konkurrenz durch neue Spielkanäle. Sony und Microsoft haben jedoch einen schweren Tribut bezahlt, um sich im Spitzensegment des Markts zu positionieren. «Die beiden Konzerne haben Milliarden aufgewendet, um ihre aktuellen Playstations zu entwickeln, die wahre technologische Schmuckstücke sind», erklärt Charles Planade. «Diese Summen sind immer noch nicht amortisiert, nur bei Microsoft scheint sich der Schaden in Grenzen zu halten.» Das lässt auf ein eher ruhiges Jahr 2012 schliessen, ohne neue spektakuläre Projekte. «Die Markteinführung einer neuen Konsole kostet mehrere Millionen Dollar», erinnert eine französische Bank. «Die Abteilung Spiele von Microsoft ist erst seit wenigen Quartalen rentabel, eine neue Maschine ist darum vor 2013 wenig wahrscheinlich.»



DR



DANNY MOLOSHOK / REUTERS

Der Move Sharp Shooter ist eine Art Plastikgewehr mit Bewegungssteuerung, das als Zubehör für die Kampfspiele der PS3 konzipiert wurde und ein realistischeres Spiel-Erlebnis bieten soll.



Screenshot des Spiels Grand Theft Auto IV, das seit seiner Lancierung 2008 mehr als 20 Mio. Mal für Xbox 360 und PS3 verkauft worden ist. Um ihre Entwicklungskosten wieder einzuspielen, bevorzugen viele Publisher mittlerweile Spiele, die auf mehreren Systemen und Geräten laufen.

REUTERS PHOTOGRAPHY/REUTERS



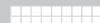
Der Japaner Ken Kutaragi, Vater der Playstation und ihrer Nachfolger PS2 und PS3, war von 1997 bis 2007 CEO von Sony Computer Entertainment Inc.

2011 werden, neben FIFA 12, Modern Warfare 3 und Assassin's Creed: Revelations –drei Kassenschlager, die wohl wie ihre Vorläufer hauptsächlich für die PS3 gekauft werden.

Die PlayStation Vita, die geplante Handheld-Konsole von Sony, wird vor allem von Vielspielern mit Begeisterung erwartet, die Spiele-Publisher sind zuversichtlich. Dennoch ist die Zukunft der Konsole vorerst ungewiss. Trotz eines recht hohen Einführungspreises (249 Euro wie die Nintendo 3DS, aber mit deutlich besseren technischen Leistungen) wird sie wahrscheinlich mit Verlusten auf den Markt gebracht werden, wie schon die PS3, was auch an den zurzeit schwierigen allgemeinen Bedingungen liegen mag. «Ich denke nicht, dass die PS Vita den Erwartungen gerecht werden wird», so die Analyse von Michael Pachter. «Wegen der explosionsartigen Entwicklung der Smartphones geht der Markt der Handheld-Konsolen zurück.»

Die Firma aus Tokio betreibt dennoch eine aggressive Tarifpolitik, um die freiberuflichen Softwareentwickler, die gegenwärtig für den Erfolg des iPhones und des PC sorgen, anzulocken und den Spielern schon in den ersten Monaten nach Erscheinung der PS Vista attraktive Spiele anzubieten. Obwohl die Entwicklungskosten für Spiele sehr viel höher sind als bei der 3DS, könnte die PS Vita durchaus Unterstützung von den Publishern erhalten, die von den Umsätzen der Handheld-Konsole von Nintendo enttäuscht sind und ohnehin bereits von der Konkurrenz der Nintendo-Spiele erdrückt werden (Mario, Mario Kart, Zelda usw.). In Japan wird die PS Vita Ende des Jahres auf den Markt kommen, in Europa voraussichtlich im kommenden Frühling. Die PlayStation Portable genießt derzeit trotz geringer Medienpräsenz einen schönen Lebensabend, besonders in Japan, wo sie häufiger verkauft wird als die DS und die 3DS. Ende des Jahres wird sie für 99 Euro zu haben sein.

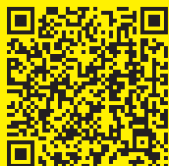
~SNE,U





Microsofts Bemühungen um einen festen Spielerstamm

DER AMERIKANISCHE HERSTELLER HAT MIT VIEL GEDULD SOWOHL VIELSPIELER ALS AUCH DIE BREITE MASSE FÜR SICH GEWONNEN. ABER WIE ES NACH KINECT WEITERGEHT, IST UNKLAR.



MICROSOFT

CEO: Steve Ballmer

Geschäftssitz: Redmond, USA

Umsatz: \$ 69,94 Mrd.

Anteil der Videospiele am Gesamtumsatz: 11,8%

Mitarbeiter: 89'000 (2010)

Die Xbox 360 war die Vorreiterin einer ganzen Spielegeneration, kam sie doch bereits im Dezember 2005 auf den Markt. Der Hersteller musste jedoch zunächst ein erhebliches Imagedefizit überwinden, was zum einen durch die fehlende Tradition im Gaming-Bereich und durch zahlreiche Materialfehler bedingt war, zum anderen durch die Schwierigkeit, mit einer amerikanischen Konsole in Japan neben den erfolgreichen nationalen Marken Fuss zu fassen. Von 2008 an konnte die Firma aus Redmond ihren Kundenkreis allerdings erweitern, was einer aggressiven Preispolitik und unzähliger Partnerschaften mit einflussreichen Publishern wie Square Enix (Final Fantasy XIII) oder Rockstar (GTA IV) zu verdanken war. Als 2007 die PS3 auf den Markt kam, war das für Microsoft paradoxerweise von Vorteil: Die hohen Kosten und die Schwierigkeiten bei der Entwicklung von Spielen brachten viele Publisher dazu, ihren Absatzmarkt zu vergrössern, indem sie ihre Spiele sowohl für die PlayStation 3 als auch für die Xbox 360 anboten.

Nun will sich der amerikanische Hersteller endgültig einen festen Platz in den Herzen der Gamer ergattern. Den geglückten Einstieg in dieses Vorhaben hat er Kinect zu verdanken, seinem Bewegungssensor, dessen Funktionsweise, Marketing und Positionierung der Wii in nichts nachstehen. Microsoft hat massiv in Werbung für sein Zubehör investiert (500 Mio. Dollar allein für den amerikanischen Markt), was sich nun auszahlt: Die Sparte Entertainment & Devices verzeichnete zwischen dem 1. Juli 2010 und dem 30. Juni 2011 steigende Einnahmen in einer Grössenordnung von 45 Prozent. Die 10 Mio. Kinects, die in nur vier Monaten verkauft wurden, können jedoch nicht verschleiern, dass die Zahl der verkauften Spiele pro Gerät sehr gering ist und die Kundschaft stark

schwankt – Probleme, mit denen auch die Wii zu kämpfen hat. Vor dem Hintergrund einer möglichen neuen Wirtschaftskrise sind Spielkonsolen und -systeme, die sich an Gelegenheitsspieler richten, besonders bedroht. Diese Annahme bewahrheitete sich bereits, als die Umsätze mit Wii, DS und den entsprechenden Spielen zwischen Sommer 2008 und Sommer 2009 plötzlich stark schrumpften. Das Phänomen könnte sich schon in der zweiten Hälfte des laufenden Jahres wiederholen, zumal sich die zweite Serie der Kinect-Spiele kaum von der ersten abhebt.

Der Hersteller muss ein erhebliches Imagedefizit überwinden, was durch die fehlende Tradition im Gaming-Bereich bedingt war.

Microsoft ist jedoch der einzige Akteur, der sich auf den Markt für Heimkonsolen konzentriert, und könnte versuchen, als Erster die nächste Generation dieser Geräte einzuläuten. Fragt sich nur, wann. «Wenn eine neue Generation von Konsolen auf den Markt kommt, werden die Entwicklungskosten noch weiter steigen», gibt Michael Pachter zu bedenken. «Damit wird es unwahrscheinlich, dass nicht noch einige Jahre vergehen müssen, bis es so weit ist.» ▲

MSFT,U



ROBERT GALBRAITH/REUTERS

Nach 22 Jahren im Unternehmen wird Robbie Bach, unter dessen Leitung 2001 die erste Xbox auf den Markt gebracht worden war, feierlich von Microsoft-CEO Steve Ballmer verabschiedet.



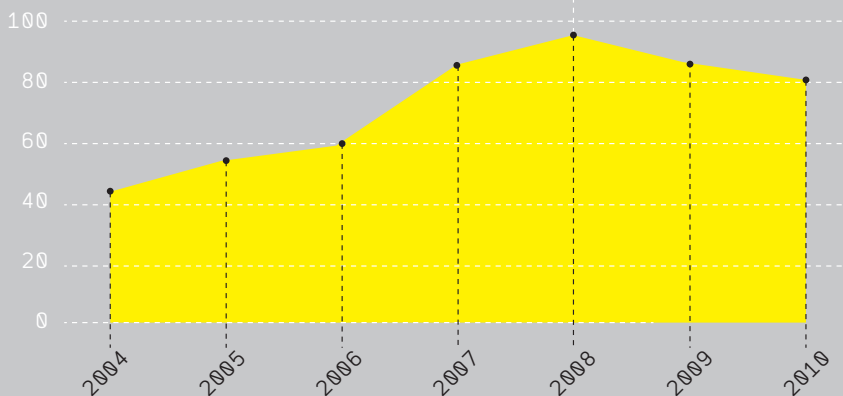
VLADDB

Ein Besucher der Dragon Con 2010, einer jährlichen Zusammenkunft von Science-Fiction-Begeisterten in Atlanta (Georgia), verkleidet als «Master Chief», Held der Halo-Saga für Xbox und Xbox 360.

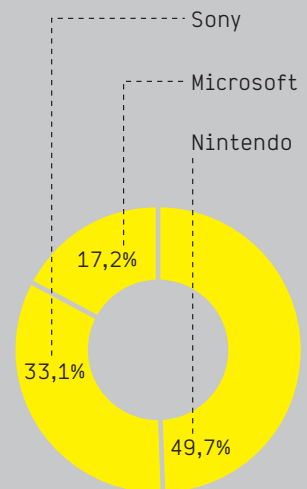
Entwicklung der weltweiten Verkäufe von Konsolen (in Millionen Einheiten)

Die Verkäufe explodierten mit der Einführung der Wii von Nintendo, die dazu beitrug, Videospiele einer breiteren Masse zugänglich zu machen.

Während der Wirtschaftskrise (2008-2010) schraubten die Gelegenheitsspieler ihr Budget für Konsolen zurück.



Marktanteile der Spielkonsolen während des Jahres 2011 (August)



QUELLE: VGCHARTZ

Die Publisher müssen sich neu erfinden

Klassische Akteure des Videospielebereichs wie Electronic Arts, Ubisoft oder Activision Blizzard stehen wegen Smartphones und sozialen Netzwerken einer zunehmend zersplitterten Klientel von Gelegenheitsspielern gegenüber. Auf diesen aufstrebenden Märkten gibt es Entwicklungschancen, aber auch die Gefahr einer raschen Übersättigung.

William Audureau

Das traditionelle Geschäftsmodell von Computerspielen beruht auf fünfjährigen Technologiekunden und dem Verkauf von Spielen in Geschäften. Nie zuvor wirkte dieses Modell so stark geschwächt wie in den letzten zwei Jahren.

Der Markt ist von zwei klaren Trends geprägt: Einerseits gibt es ein verzweigtes Netz von Gelegenheitsspielern, die dazu iPhone, Android-Telefone oder soziale Netzwerke wie Facebook nutzen und Spielkonsolen (Wii, Nintendo DS) vernachlässigen. Andererseits findet sich bei den analogen Spielen eine Konzentration des Marktes auf HD, wobei einige verbreitete und medien-

wirksame Serien die Verkäufe an sich reißen und die weniger mächtigen, zweitrangigen Publisher weit hinter sich lassen.

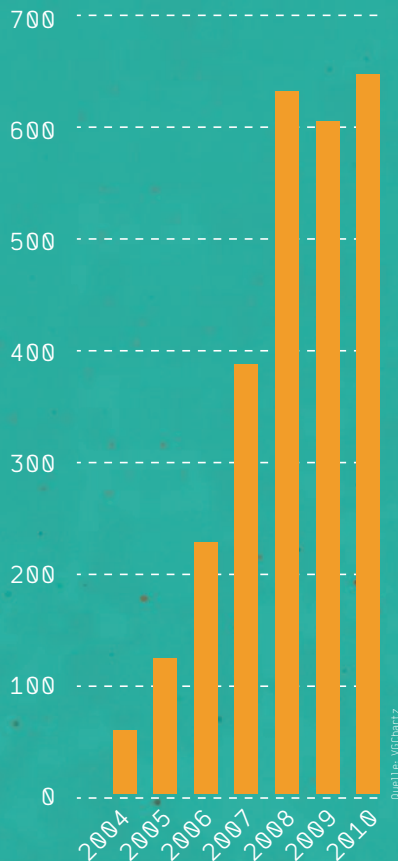
In den USA kamen 2010 zehn Games für ein Viertel der Gesamteinnahmen aus traditionell im Laden verkauften Computerspielen auf. Das Paradoxe an der Situation ist, dass noch nie zuvor so viele Spiele lanciert wurden wie 2011, der Hauptsatz der Branche aber noch nie auf so wenige Games beschränkt war. Ein Überblick.

ANDREAS ILLIGER

Tiny Wings (man muss kleinen Vögeln dabei helfen, so hoch wie möglich zu fliegen) ist ein Spiel für Smartphones und folgt dem Angry-Birds-Prinzip – simples Konzept und hoher Suchtfaktor. Inzwischen gehört es zu den am meisten heruntergeladenen Apps.

Entwicklung der weltweiten Spieleverkäufe

PC, Konsolen und tragbare Konsolen
(in Millionen Einheiten)



Die Spielekonsolen Nintendo DS und Wii haben nachdrücklich zur Steigerung der Verkäufe seit 2004 beigetragen.

Die Meinung der Analysten

Die historischen Akteure sind vorzuziehen

Obwohl zurzeit die ganze Welt von den Spielen auf Smartphones spricht, ist es schwierig vorauszusagen, ob es sich dabei um eine spekulative Blase oder eine echte, starke Tendenz handelt. Tatsächlich dürften nur einige Verleger dabei auf ihre Kosten kommen. «Zwischen 1998 und 2005 fand in diesem Internetbereich ein rasanter Aufschwung statt, und dennoch gibt es nur wenige Investoren, die davon profitieren konnten», erläutert Charles Planade, Analyst bei Arkéon. «Genau gleich wird es wahrscheinlich bei diesem neuen technologischen Elan laufen.» Folglich dürfte es sich als vernünftiger herausstellen, sein Geld auf die historischen Marktakteure zu setzen.

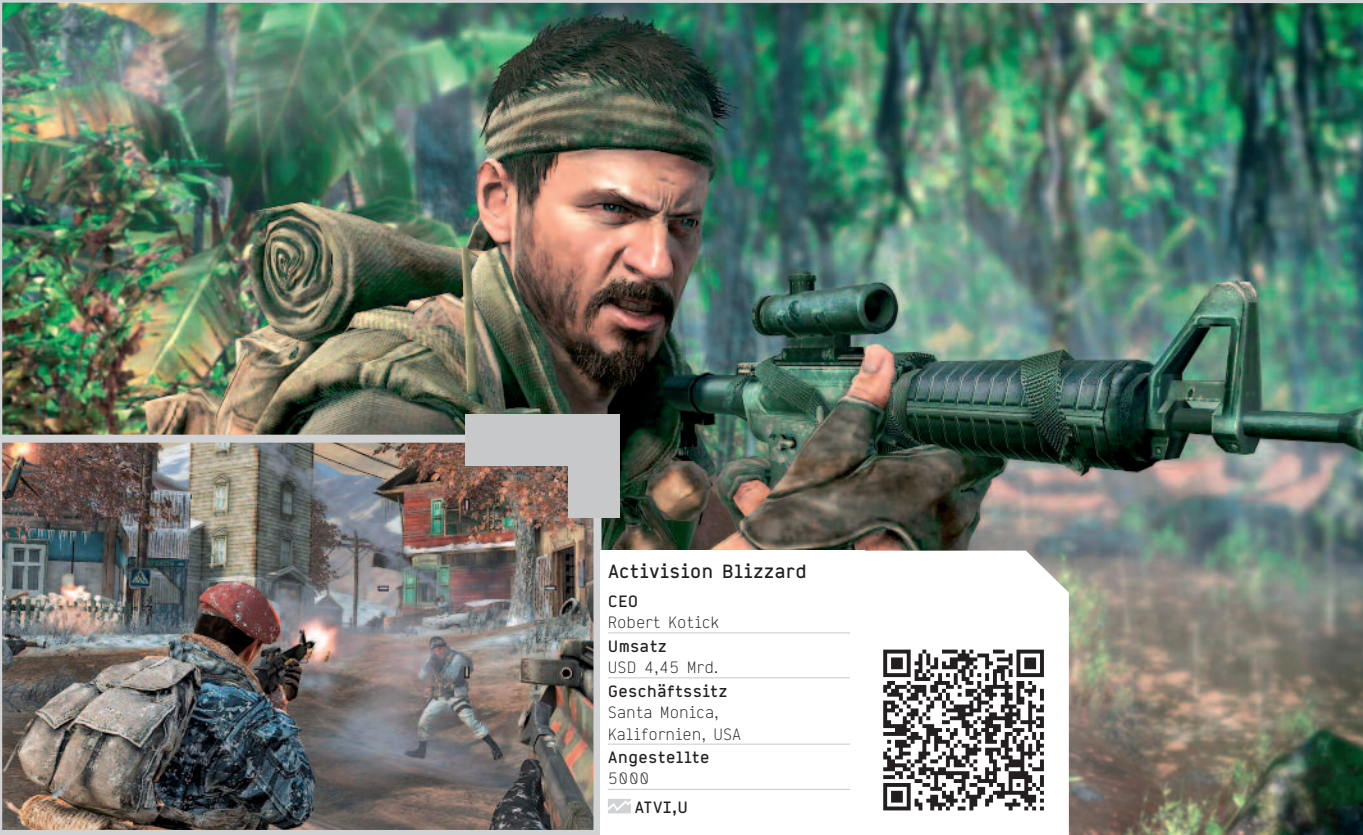
Michael Pachter sieht Wachstumsperspektiven beim Vertrieb ab 2012. «Die traditionellen Verleger standen nicht mehr hoch im Kurs, vor allem weil die Idee vorherrscht, es finde gegenwärtig eine Migration von den Playstations in die sozialen Netzwerke, Mobiltelefone und Online-Spiele statt», merkt der Analyst von Webush Securities an. «Doch in der Realität beobachtet man eher eine Korrektur der übertriebenen Popularität der Wii, während der Absatz von PS3 und Xbox 360 wächst, wenn auch

in bescheidenem Ausmass. Die Industrie korrigiert sich, und der Aufschwung wird voraussichtlich 2012 erfolgen (wir prognostizieren bei den in der Box angebotenen Spielen eine Steigerung des Absatzes um 7 Prozent). Ich rechne deshalb damit, dass die Kurse der grossen Herausgeber im nächsten Jahr steigen.»

Für diese Prognose spricht, dass die Publisher jetzt mit dem Internet eine zweite Einnahmequelle besitzen (kostenpflichtiger zusätzlicher Inhalt, Premium-Service-Pakete usw.). Activision mit Call of Duty und Electronic Arts mit FIFA setzen bereits darauf.

Nach Ansicht aller Analysten ist der momentan am besten positionierte Verleger das amerikanische Unternehmen Electronic Arts. «EA scheint die Online-Kurve des Sektors erfolgreich zu meistern und zögert nicht, in die Bereiche Mobile Games und soziale Netzwerke zu investieren», meint der Analyst von Arkéon. Seiner Ansicht nach ist die Zukunft für die übrigen Leader der Branche unsicherer. «Wir haben grössere Zweifel bei der Beurteilung des Potenzials der gegenwärtigen Spitzenreiter Activision, Take-Two und Gameloft.»

- ACTIVISION BLIZZARD: S. 52
- ELECTRONIC ARTS: S. 53
- UBISOFT: S. 54
- TAKE-TWO: S. 55



Activision Blizzard

CEO

Robert Kotick

Umsatz

USD 4,45 Mrd.

Geschäftssitz

Santa Monica,
Kalifornien, USA

Angestellte

5000

ATVI,U



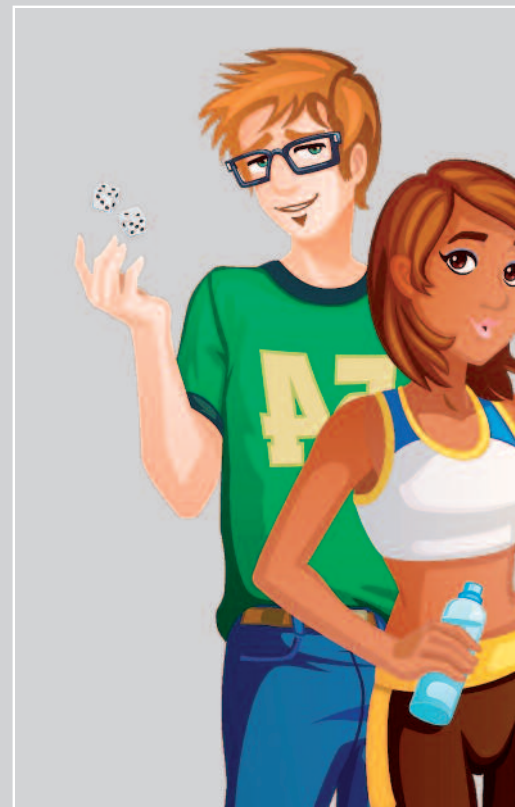
© ACTIVISION-BLIZZARD

Activision Blizzard: kaum diversifiziert

Der franko-amerikanische Publisher und weltweite Marktführer erzielt den höchsten Gewinn – dank eines leistungsstarken Geschäftsmodells und eines aussergewöhnlichen Angebotskatalogs im Jahr 2010 (StarCraft II, World of Warcraft: Cataclysm und Call of Duty Black Ops). Der Blockbuster Call of Duty, ein für PC, Playstation 3 und die Xbox 360 konzipierter Ego-Shooter, erreichte bei der Lancierung den besten jemals erzielten Absatz und erwirtschaftete bis 30. Juni 2011 1,2 Mrd. Dollar Einnahmen (25 Mio. verkaufte Spiele).

Da lohnt sich die Investition, meint Michael Pachter, Analyst bei Webbush Securities: «Activision Blizzard profiliert sich bislang zwar nicht in den Bereichen Mobiltelefon oder Social Gaming, bietet aber mit World of Warcraft ein Online-Game an, das

einen riesigen Erfolg verbucht. Hinzu kommen die Einnahmen aus den Abonnements für Call of Duty, die ab Herbst erhältlich sind. Deshalb rechne ich für 2012 mit einem guten Jahr für den Publisher und bewerte ihn mit perform.» Speziell bei Activision-Blizzard: Zwei Drittel der Einnahmen stammen aus nur zwei Lizenzen. Eine einzigartige Schlagkraft, aber auch ein gefährlicher Mangel an Diversifizierung. Das Spiel Call of Duty beispielsweise wird es diesen Herbst mit einem bedeutenden Konkurrenten aufnehmen müssen: Battlefield 3, das Shooter-Game von Electronic Arts, wurde im August zum besten Spiel der europäischen Computerspiele-Messe GamesCom gewählt. Sein Publisher meldet ein Plus von 700 Prozent bei den Vorbestellungen im Vergleich zur letzten Ausgabe (rund 2,5 Mio. verkaufte Exemplare).





Electronic Arts setzt auf Smartphones

Electronic Arts verfügt über einen vielfältigeren Angebotskatalog als Activision Blizzard, sowohl was das Zielpublikum betrifft als auch in Bezug auf die Vertriebskanäle. Die Firma besitzt bereits ein internes Studio (EA Mobile, das diesen Sommer The Sims Social auf Facebook lanciert hat) sowie PlayFish, ein Anbieter diverser Spiele für soziale Netzwerke (Pet Society, Restaurant City etc.), und tätigte vor Kurzem zwei spektakuläre Übernahmen: Chillingo (Publisher von Angry Birds) im Oktober 2010 und PopCap (Plants Vs Zombies) im Sommer 2011. EA stieg damit zum weltweiten Marktführer für Smartphone-Spiele auf. «Electronic Arts ist bei Weitem in der besten Position, um das Wachstum des Marktes in Sachen Digital zu nutzen», schätzt Michael Pachter, «mit Investitionen und bedeutsamen Marktanteilen in den Bereichen Mobiltelefonie, Soziale Netzwerke und Gelegenheitsspieler sowie einem wichtigen Online-Game (Star Wars), das diesen Herbst auf den Markt kommt.»

Der Publisher besitzt ausserdem eine breite Palette an bekannten, verkaufsfördernden Spielereihen: The Sims, FIFA, Need for Speed, Medal of Honor, Battlefield, Harry Potter etc. Insbesondere FIFA 11 kommt allein für 11 Prozent des Umsatzes von Electronic Arts auf, und die Verkäufe steigern sich jedes Jahr dank einer qualitativ hochwertigen Positionierung.

Das für Herbst erwartete FIFA 2012 wird diesen Trend wohl fortführen. Die Strategie des Publishers besteht darin, Passerellen zwischen HD-Spielen, Smartphones und sozialen Netzwerken zu schaffen, um den Bekanntheitsgrad seiner Marken zu vergrössern und seine Einkommensquellen zu vervielfachen. Electronic Arts wird einen Ultimate-Team-Modus in FIFA 2012 integrieren. Dieser Spielmodus soll die Gamer dazu animieren, mittels Kleinstzahlungen andere Fussballspieler einzukaufen. Das amerikanische Unternehmen hofft, so 50 Mio. Schweizer Franken an Zusatzeinnahmen zu erwirtschaften.

Electronic Arts

CEO

John Ricicello

Umsatz

USD 3,58 Mrd.

Geschäftssitz

Redwood City,
Kalifornien, USA

Angestellte

8000

✉ ERTS,U



Ubisoft steigt bei Playstation Vita ein

Der dritte Publisher, den es zu beobachten gilt, heisst Ubisoft. Die französische Firma verfolgt seit zehn Jahren eine Expansionspolitik über Serien mit starker Identität (Assassin's Creed, Raving Rabbids) und zeigt sich im Blick auf die neuen Spielkonsolen proaktiv. Für PS Vita, die nächste tragbare Konsole von Sony, sind bereits sechs Spiele geplant. Der Publisher kann dabei von seiner breiten Palette an HD-Spielen profitieren, um seine Lizenzen kostengünstig an die Konsole anzupassen. Dank seiner Anteile an Gameloft, einem auf Spiele für Mobilgeräte spezialisierten Publisher, ist das Unternehmen auch bei den Smartphones vertreten und versucht seit diesem Sommer mit Die Schlümpfe & Co. – ein Spiel, das in nur vier Tagen 4 Mio. Spieler angelockt hat – auf Facebook

im Bereich der Social-Network-Spiele Fuss zu fassen. Der Markt für Musikspiele zerstückelt sich immer stärker. Ubisoft ist nach der Einstellung von Activision-Blizzards Spiel Guitar Hero der einzige Akteur, der mit seinem Game Just Dance, dessen dritte Folge Ende Jahr lanciert werden soll, eine starke Marke eingebracht hat. Der Publisher verfolgt zudem eine Politik des Erwerbs von beliebten Lizenzen (Michael Jackson, Black Eyed Peas), die sehr viel weniger kosten als die Entwicklung von Action-Games. Ende Jahr wird die französische Firma Assassin's Creed: Revelations sowie Rayman Origins lancieren, zwei von den Spielern mit viel Ungeduld erwartete HD-Games. «Ubisoft verfügt über ein enormes Potenzial», fasst Charles Planade, Analyst bei Arkeon, zusammen.

Ubisoft

CEO

Yves Guillemot

Umsatz

USD 1,38 Mrd.

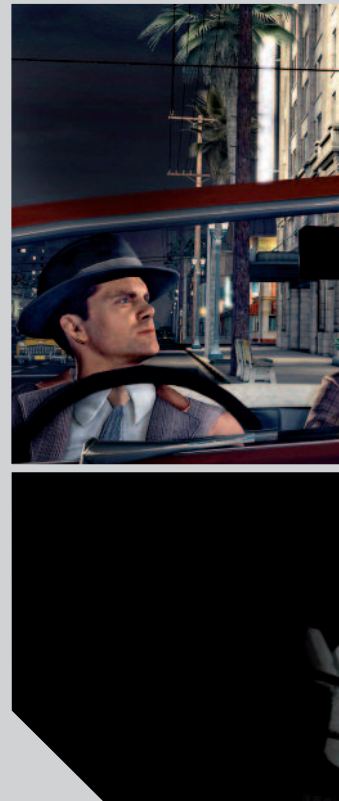
Geschäftssitz

Montreuil, Frankreich

Angestellte

6000

UBI,E





© TAKE TWO

Take-Two und THQ sind angeschlagen

Take-Two wird bis Ende des Jahres kaum präsent sein. Der Publisher hat noch kein Datum für die Lancierung von Grand Theft Auto 5 angekündigt und verzeichnete im letzten Quartal einen Verlust von 8,7 Mio. Euro trotz des Erfolgs von L.A. Noire (4 Mio. verkaufte Exemplare). Schuld daran sind die hohen Kosten für dieses Game (rund 40 Mio. Franken), was auch dazu geführt hat, dass das Entwicklungsstudio des Spiels, Team Bondi, kürzlich Insolvenz anmelden musste. Auch andere spezialisierte Publisher

sind zu Restrukturierungen gezwungen: Im Sommer 2011 kündigte die amerikanische Firma THQ die Schliessung eines internen Studios und die Streichung von 200 Stellen an. Das Ziel: sich auf die dynamischeren Märkte, die Spiele für Smartphones und die sozialen Netzwerke zu konzentrieren, vor allem durch die Lancierung von «Margaritaville», einem Social-Network-Spiel für Facebook, Ende Jahr. Ein anderes Zielpublikum, eine andere Konkurrenz, doch die Aussichten sind ähnlich ungewiss.

Take-Two

CEO
Strauss Zelnick

Umsatz
USD 1,14 Mrd.

Geschäftssitz
New York, USA

Angestellte
2000

TTWO,U



THQ

CEO
Brian Farrel

Umsatz
USD 0,66 Mrd.

Geschäftssitz
Agoura Hills,
Kalifornien, USA

Angestellte
800

THQI,U



Japanische Computerspiele das Ende eines Imperiums

Eindeutig rückläufige Absätze, technologischer Rückstand und eine Eliteabwanderung zugunsten westlicher Studios – der japanische Hersteller hat in nur einer Generation die Oberhand verloren in einer Industrie, die er während mehr als 20 Jahren geprägt und beherrscht hat. Erklärungen.

Cyril Lener

«Dank unserer Fusion mit Eidos, das Spiele wie Tomb Raider, Deus Ex und Hitman anbietet, konnten wir als Konzern das Gesicht wahren. Doch der Niedergang japanischer Spiele ist einer Demütigung nahegekommen. Die ganze Woche lang habe ich mich jeden Tag gefragt, wie wir den wohl aufhalten können.» Diese Worte stammen von Koji Taguchi, leitender Manager bei SquareEnix, einem der fünf wichtigsten Publisher japanischer Computerspiele (neben Nintendo, Sony, Konami und Capcom), und wurden nach der E3-Messe in Los Angeles im letzten Juni geäussert. Bereits 2009 erklärte Kenji Inafune, dem Capcom einige seiner grössten Erfolge bei dieser Konsolengeneration verdankt, darunter Dead Rising 1 und Dead Rising 2 (5 Mio. verkaufte Exemplare): «Wenn ich die an der Tokyo Game Show (Anm. d. Red.: die grösste Messe für Video- und Computerspiele in Japan) präsentierten Spiele betrachte, denke ich mir: «Das ist das Aus für Japan. Wir sind besiegt. Unsere Spieleindustrie ist am Ende.»

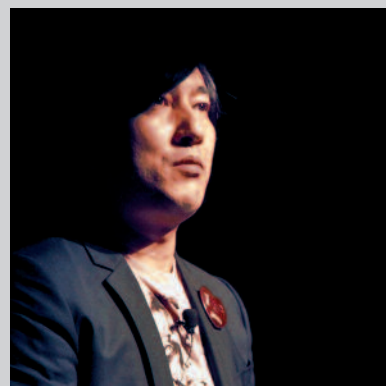
Für diesen langsamen Abstieg gibt es zahlreiche Gründe. Der erste liegt im traditionellen japanischen Herstellungsverfahren, das heute veraltet ist. Bis Ende der vorhergehenden Engine-Generation (zwischen 2005 und 2007) stützte sich die grosse Mehrheit der japanischen Studios auf das gleiche Modell: Für jedes sich in Entwicklung befindliche Spiel wurde eine eigene Physik-Engine konzipiert (der kostenintensivste Teil des Produktionsverfahrens), die spezifisch auf die Bedürfnisse der Entwickler (Grafiker, Computeranimations-Designer, Game-Designer) abgestimmt wurde. Während die Studios im Westen bereits seit Langem eine Kultur des Kaufens und Verkaufens von Physik-Engines pflegen, haben sich die Japaner dieser Vorgehensweise erst unter Druck zugewandt, gezwungen durch die

enormen Kosten, die die Herstellung der immer realistischer und komplexer werdenden Spiele erfordern. Die Dokumentationen der westlichen Engines werden zudem oft nur teilweise ins Japanische übersetzt, was die Produktivität der japanischen Softwareentwickler stark einschränkt und die technische Endleistung der auf den Markt gebrachten Spiele beeinträchtigt.

Die logische Folge dieses technologischen Rückstands gegenüber den westlichen Standards ist, dass die grossen japanischen Publisher ihre ertragsstärksten Lizenzen nun europäischen und amerikanischen Entwicklungsstudios anvertrauen. Die nächsten Folgen von Devil May Cry und Silent Hill (zwei Erfolgsgames der 2000er-Jahre, von denen jede Folge mehrere Millionen Mal verkauft wurde) werden nun von westlichen Studios hergestellt – zweitrangige Studios zwar, die mittlerweile aber dennoch als kompetenter eingeschätzt werden als ihre prestigeträchtigen japanischen Pendants.

Gleichzeitig werden berühmte Entwickler wie Shinji Mikami (Resident Evil-Serie) oder Tomonobu Itagaki (Dead or Alive, Ninja Gaiden) von grossen westlichen Publishern (Electronic Arts, THQ) abgeworben, um für sie Erstlizenzen zu entwickeln und ihre Studios zu leiten. Eine beunruhigende Abwanderung der Elite.

Der japanische Markt isoliert sich immer mehr. Er bleibt im Rückstand, wenn nicht sogar blind und taub gegenüber den bedeutendsten Computerspielen von heute: Ego-Shooter (nur ein Beispiel: Call of Duty: Modern Warfare 2 von Activision, mehr als 21 Mio. verkaufte Exemplare) und Online-Games wie World of Warcraft (30 Mio. verkaufte Exemplare, 11 Mio. Abonnenten im August). Der Grossteil der heute in Japan



OSCAR YASSER NORIEGA

Shinji Mikami, Schöpfer der Mystery-Reihe Resident Evil des japanischen Publishers Capcom, arbeitet heute für das amerikanische Unternehmen Electronic Arts.

verkauften Computerspiele sind Spiele für tragbare Konsolen (sieben der zehn meistverkauften Games im Jahr 2011). In diesem Segment sind die technischen Ansprüche und demnach die Entwicklungskosten sehr viel geringer als bei normalen Spielkonsolen. Doch auch der Markt für Handheld-Konsolen-Spiele leidet – unter den DLC-Games (downloadable content) für Smartphones, die den Konsumenten viel weniger kosten und für die die Entwickler keine teuren Einstiegskosten oder exorbitante Royalties an Nintendo aufzubringen haben.

Gehört die industrielle Macht Japans im Spielesektor damit der Geschichte an? Wer dies annimmt, vergisst gar zu schnell, dass es Akteure wie Taïto, Sega oder Nintendo waren, welche die Industrie nach dem Niedergang von Atari in den 80er-Jahren wieder zum Aufleben gebracht und ein Geschäftsmodell entwickelt haben, das mehr als 20 Jahre lang florierende. Dennoch bleibt die Frage offen, ob Japan sich von Neuem der Herausforderung stellen wird, das Modell des heute scheinbar allmächtigen westlichen Computerspiels zu übernehmen und zu perfektionieren. ▲





BLIZZARD – DIE GRÜNDE DES ERFOLGES

Der amerikanische Spezialist für Unterhaltungssoftware wurde durch sein Computerspiel World of Warcraft weltweit berühmt. Mehrere Millionen Abonnenten leisten Franchise-Zahlungen, die heute rund ein Drittel der Einkünfte des Unternehmens ausmachen.

William Audureau

Jedes Jahr bezahlen einige zehntausend Fans bereitwillig 150 Dollar, um an der Blizzcon teilzunehmen, der seit 2005 von Blizzard durchgeführten internationalen Messe. Sie ist eine in diesem Sektor einzigartige Veranstaltung. Dies zeigt, wie gross die beinahe religiöse Anhänglichkeit der Gamer-Community ist, die dem weltweit bedeutendsten Hersteller und Vertreiber von PC-Spielen ungebrochen die Treue hält.

«Blizzard ist im Spitzensegment positioniert», sagt Julien Van de Steene, von 2006 bis 2008 Chefredaktor des «Jeux Vidéo Magazine» und seit 1993 freier Informatikjournalist. «Im Gegensatz zu den meisten anderen Computergame-Entwicklern bringt dieses Unternehmen einen Titel erst auf den Markt, wenn das Spiel bis ins letzte Detail ausgearbeitet und in den Augen seiner Mitarbeiter perfekt ist.» Mit Ausnahme von Nintendo wendet keine andere Firma so viel Sorgfalt und Zeit auf. Frank Pearce ist Mitbegründer und Vizepräsident

von Blizzard. Seine Antwort auf die Frage, wann das nächste Projekt von Blizzard herauskomme, ist sprichwörtlich geworden: «When it's done.» («Wenn es fertig ist.»)

HOHER QUALITÄTSSTANDARD MIT RENOMMEE

Dabei geht es nicht in erster Linie um den Werbeeffect, sondern vor allem darum, das Vertrauen der Community-Gamer zu erhalten, diesen Grundstock treuer Kunden, zu dem sich mittlerweile ungefähr 10 Mio. Benutzer zählen. «Der geringste Qualitäts-Fauxpas bei einer der Produktionen wäre dramatisch, denn das Image der Marke ist Blizzards wichtigster Pluspunkt», meint Julien Van de Steene. «Diese Logik geht weit über die anfängliche Kreation des Spiels hinaus: Für das Computerspiel Starcraft zum Beispiel wurden während mehr als zehn Jahren kostenlose Patch-Downloads zur Verfügung gestellt.»

Seit 1994 ist das Unternehmen nie von dieser Linie abgewichen.





ZUMA PRESS/NEWS.COM

Eine Besucherin der Blizzcon 2010 in Anaheim (Kalifornien), verkleidet als Blutelfen-Magierin, einem der Völker bei World of Warcraft. Im Rahmen der jährlich von Blizzard organisierten Zusammenkunft treffen sich jedes Mal mehrere zehntausend Fans.



© BLIZZARD ENTERTAINMENT

Ein Artwork, auf dem sich ein Goblin-Krieger und ein Worgen [zwei World-of-Warcraft-Völker] gegenüberstehen.

Damals beschloss die kleine Programmierfirma Silicon & Synapse mit 15 Angestellten, sich künftig Blizzard zu nennen, und lancierte Warcraft, ihr bedeutendstes Spiel. Kennzeichnend für ihre wenigen Produktionen sind eine homogene imaginäre Helden-Fantasiewelt und der legendäre Perfektionismus. Jedes Spiel – Diablo (1996), Starcraft (1998) oder World of Warcraft (2004), alle PC-kompatibel – zeugt von diesem Savoir-faire. Und falls ein Projekt nicht zufriedenstellend erscheint, wie Starcraft: Ghost für Spielkonsolen, verzichtet Blizzard darauf, es weiter zu vertreiben.

Der grösste Erfolg des Unternehmens heisst World of Warcraft, kurz «WoW» genannt. 2004 lanciert, ist es das erste Spiel, das einem breiten Publikum zugänglich gemacht wurde. «Blizzard defi-

nierte die Kenntnisse der Anwender völlig neu und versuchte, sämtliche früheren Spiel- und Handhabungsschwierigkeiten zu beseitigen, ähnlich wie Apple mit dem iPhone auf dem Markt der Smartphones», merkt Julien Van de Steene an.

Und während die vorherigen Titel von Blizzard lediglich den Preis des verkauften Spiels einbrachten, zahlen die User nun zwischen 10,99 und 12,99 Euro (je nach gewünschter Formel), um am Spiel teilzunehmen und die Community online zu treffen. Ein Geschenk des Himmels in Zeiten der überschäumenden Piraterie von Online-Angeboten.

Die Spieler ans Unternehmen zu binden, ist heute eine doppelte, kommerzielle Herausforderung. Charles Planade, Analyst bei

Arkéon, erklärt: «Der Konzern gibt regelmässig Erweiterungen heraus, um das Spiel zu bereichern, das Interesse daran wachzuhalten und die monatlichen Abonnementszahlungen kassieren zu können.»

Blizzard hat nicht nur eine Parallelwelt geschaffen, sondern eine Art entwicklungsfähiges «Ökosystem», das den Benutzer ermuntert, immer wieder zu World of Warcraft zurückzukehren. Dieses bewusst zeitfressende System mit Suchtfaktor wird von manchen Psychologen angeprangert, aber kommerziell funktioniert es.

EIN GUT VERANKERTES MONOPOL

Ende 2010, dem ertragsmässig fettesten Jahr des Unternehmens, zählte Blizzard 12 Mio. Abonnenten und monatlich 4,7 Mio. verkaufte Exemplare des neuesten Online-Spiels Cataclysm, das im letzten Dezember lanciert worden war. Ein Rekord im PC-Bereich. «Die grosse Stärke von WoW ist ihre Community», bestätigt Charles Planade. «Die Konkurrenten müssten eine sehr gute Alternative anbieten, um diese Gamer abzuwerben, sonst bleiben sie lieber bei WoW.» Man kann die Zukunft also in aller Ruhe planen. «Bis heute schlugen sämtliche Versuche, WoW den Rang abzulaufen, fehl», fährt Charles Planade fort. «Kurzfristig ist der einzige taugliche Versuch der des Unternehmens Electronic Arts, das nächstens das Spiel Star Wars: The Old Republic herausgeben wird.»

Denn die Online-Spiele sind ein Universum, das fortbesteht und in dem die Zeit ein Trumpf ist. «Für das bestehende World of Warcraft wurden bereits zehn Jahre Studioarbeit aufgewendet (mehr als fünf davon, nachdem das Spiel kommerziell genutzt wurde). Daraus ist eine Fülle von Aspekten [Schauplätzen, Handlungen, Personen] hervorgegangen, die ein Neueinsteiger fast unmöglich bieten kann», meint Julien Van de



Ein Artwork des Monsters Morlu Caster, einem der Protagonisten des ungeduldig von seinen Fans erwarteten Spiels Diablo III.

Steene. Ausserdem wird Star Wars mit den von Blizzard bereits praktizierten Tarifsenkungen konfrontiert sein. Im Lauf der Jahre vergrösserte das Unternehmen seinen Publikumskreis, indem es Neukunden den ersten Abbonnementsmonat gratis anbot und später den Spieleinstieg ebenfalls kostenlos lieferte (bis zu Niveau 20 von total 85 Stufen). «Es wäre nicht weiter erstaunlich, wenn das Spiel in der Positionierung während einiger Jahre sinken und seine Karriere schliesslich bei free to play oder einem ähnlichen Modell beenden würde», prophezeit Julien Van de Steene.

Ausserdem treten bei den westeuropäischen Spielern gewisse Abnützungs- und Ermüdungserscheinungen zutage. Die Besuchsfrequenz von World of Warcraft scheint zu sinken (11,4 Mio. Abonnenten im Frühling 2011, ein Verlust von 5 Prozent in drei Monaten). Doch die kommerzielle Karriere des berühmtesten Online-Spiels folgt nicht in allen Weltregionen denselben Regeln. «Es ist gut möglich, dass die Abnahme in einem Gebiet wie Nordamerika etwas später durch den Aufschwung aufstrebender Märkte wie Asien oder Russland kompensiert wird», merkt Julien Van de Steene an. Dieser neue Absatzkanal sollte jedoch nicht überbewertet werden. In China, wo World of Warcraft seit September 2009 ununterbrochen in Betrieb ist, wird die Verbindung mit 6 Cent pro Stunde verrechnet. Die bescheidenen Einkünfte werden dann mit dem chinesischen Internet-Anbieter Netease geteilt.

Blizzard hat allerdings andere Projekte in der Pipeline, etwa die beiden nächsten Kapitel von StarCraft II, das mit Ungeduld erwartete Diablo III und insbesondere ein neues Online-Spiel, das WoW ablösen soll. Wie üblich gibt der Herausgeber das Erscheinungsdatum nicht bekannt. Oder doch: «When it's done.»





In der Post-PC-Ära bekämpfen sich die alteingesessenen Hersteller von Grafikkarten auf einem fragmentierten, zahlreiche Plattformen umfassenden Markt. Konsolen, Tablet-Computer, Smartphones ... Der Wettlauf um die beste Leistung wird immer rasanter.

Computerspiele stellen hohe Anforderungen an PCs. Sie sind es deshalb auch, die seit rund 20 Jahren den Markt für Grafikkarten ankurbeln, auf dem eine technologische Innovation die nächste jagt. Doch seit der ausgedehnten Verbreitung von Smartphones und Touch-Tablets – eine Zeit, die von einigen als Post-PC-Ära bezeichnet wird – stehen die Anbieter von Grafikkarten, allen voran Nvidia und AMD, vor einer neuen Herausforderung: einem gänzlich fragmentierten Markt.

Muss man daraus schliessen, dass die Hersteller von Grafikkarten in Zukunft mit einem drastischen Rückgang ihres «PC»-Volumens zu

Matt Wilkins betont aber die Überlegenheit von Nvidia und AMD im Sektor: «Ihre Grafikkarten werden auch in Zukunft als das Beste in Sachen Leistung für PCs gelten. «Highend»-Spieler werden weiterhin diese leistungsfähigen Karten erwerben.» Ein Markt, der laut Intel 150 Mio. Nutzer weltweit umfasst, verglichen mit 200 Mio. «Casual»-PC-Gamern.

Dennoch setzen Nvidia und AMD darauf, sich auch in Richtung Tablet-Computer und Smartphones zu diversifizieren: «Es besteht eine zunehmende Nachfrage nach immer leistungsfähigeren Chips mit immer geringerem Energieverbrauch», betont Piers Harding-Rolls, Analyst bei Screen Digest. Auf diesem neuen Markt ist Nvidia mit seinem Tegra-Chip, der speziell für Mobilgeräte konzipiert wurde, gut aufgestellt. Der Tegra 2 findet sich bereits in einem Drittel der auf dem Markt erhältlichen Touch-Tablets, die mit Android, dem Betriebssystem von Google, laufen.

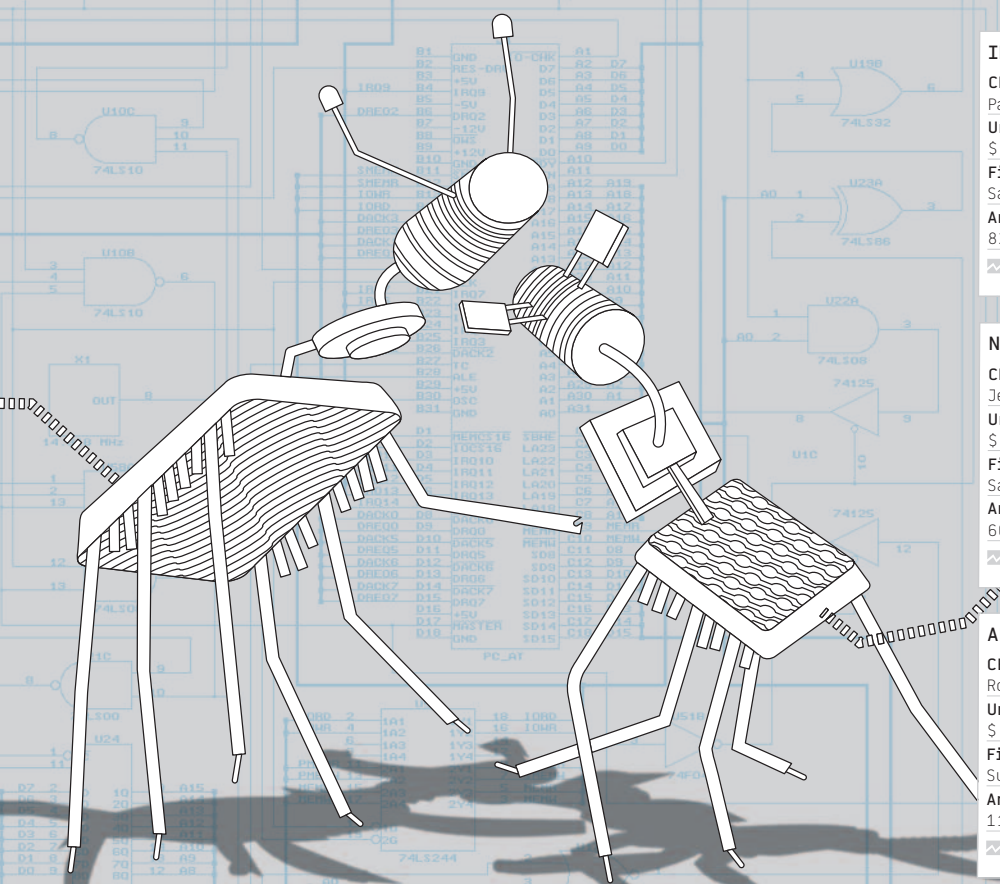
Die Fokussierung auf diesen vielversprechenden Markt wurde von Nvidia-CEO Jen-Hsun Huang erst jüngst während einer Ansprache im August 2011 bekräftigt: «Wir haben sehr, sehr viel ins Betriebssystem von Google investiert.

putern sind weniger ertragreich, der Videospiele-Markt hat sich auf Konsolen verlagert, und die Lancierung von Laptops, Smartphones und Tablets revolutioniert die Branche gegenwärtig aufs Neue.

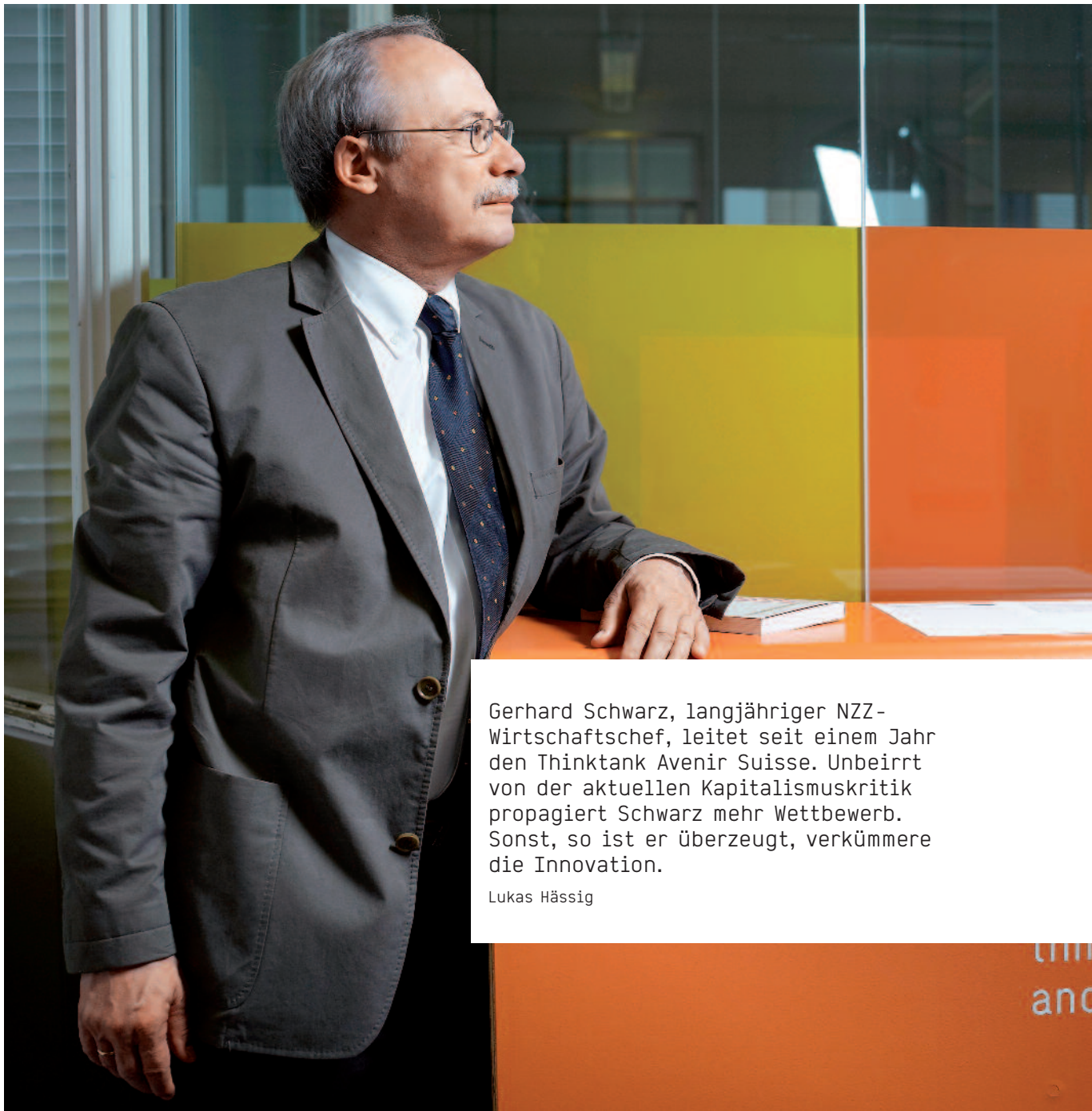
Nvidia setzt auf Mobilgeräte, ein äusserst umstrittener Markt, auf dem das Unternehmen gut positioniert ist, aber nur über wenig Erfahrung verfügt. AMD wiederum rüstet mit Radeon solide Partner wie Nintendo und auch Apples neueste iMac-Generation aus.

Der Markt für Grafikkarten hat sich in nur wenigen Jahren radikal verändert – er hat sich diversifiziert und ist mobil geworden. Die Verkäufe von Com-

2012 wird für beide Hersteller ein entscheidendes Jahr werden: mit den ersten Verkaufszahlen der Wii U auf der einen Seite und der erwarteten Verbreitung der Android-Tablets, die sich immer mehr als neue Träger für Computer-Spiele durchsetzen auf der anderen. ▀

 INTC.U NVDA, U

Gerhard Schwarz, das liberale



Gerhard Schwarz, langjähriger NZZ-Wirtschaftschef, leitet seit einem Jahr den Thinktank Avenir Suisse. Unbeirrt von der aktuellen Kapitalismuskritik propagiert Schwarz mehr Wettbewerb. Sonst, so ist er überzeugt, verkümmere die Innovation.

Lukas Hässig

Gewissen der Schweiz



Die neue Wirkungsstätte von Gerhard Schwarz liegt in einem alten Fabrikgebäude im Zürcher Westen, wo sich das einstige Industriequartier in ganz unschweizerischem Tempo in ein modernes Geschäftszentrum verwandelt, mit hohen Glastürmen, vielfältigen Kulturstätten und Luxus-Appartements. Das boomende Ambiente hat wenig mit dem früheren idyllischen Arbeitsort am Zürichsee gemein, von wo aus der NZZ-Journalist drei Jahrzehntlang den Liberalismus predigte. Während am alten Ort fast nur schnatternde Enten und ein paar Trams mit quietschenden Rädern die Ruhe stören, rattert und dröhnt es hier rund um die Uhr. Der Szenariewechsel könnte kaum einschneidender sein. Doch

das scheint Gerhard Schwarz nicht zu kümmern. Im Gegenteil, für den 60-jährigen Doktor der Wirtschaftswissenschaften, dem man seinen Vorarlberger Dialekt auch nach vielen Jahren an der Limmat anhört, folgt der Sprung von der NZZ an die Spitze des bekannten Wirtschafts-Thinktanks Avenir Suisse einer inneren Logik. Die Mittel mögen zwar andere sein, doch das Ziel des Wahl-Schweizers bleibt das Gleiche: die Sicherung und Verstärkung des erfolgreichen liberalen Wegs der Eidgenossenschaft.

Wer ist dieser Schwarz, der es unter Journalisten längst zu grossem Renommee gebracht hat, und der nun als Aushängeschild des bekannten Debattier- und Vordenker-Klubs zu neuen Ufern aufgebrochen ist?

Vielleicht liefert der folgende Satz, den Schwarz während des anderthalbstündigen Gesprächs ausspricht, den grössten Rückschluss auf die Person: «Viele sagen: Der Schwarz ist ein Fundamental-Liberaler. Dabei bin ich viel pragmatischer, als manch einer denkt.» Tatsächlich wirkt der Ex-Journalist und Neo-Stratege nicht wie ein Kapitalismus-Fundi, der einer politischen Ideologie zum Durchbruch verhelfen will. Vielmehr wird deutlich, dass Schwarz auch in Zeiten tiefer Wirtschaftskrise und dem Wunsch vieler Menschen nach starker Führung und Staatsinterventionen an einem schwierigen Konzept festhält, das auf die Kraft des freien Denkens und Handelns setzt.

Unser Treffen mit Gerhard Schwarz findet im hellen Sitzungsraum von Avenir Suisse an einem Spätsommertag statt, der schon um 9 Uhr

mit heissen Temperaturen aufwartet. Als Erstes entschuldigt sich Schwarz für die Verspätung. Es geht zwar nur um 5 Minuten – der Bus habe länger als sonst gebraucht –, doch dem Denker im sommerlich weissen Kurzarmhemd und den dunkelblauen Baumwollhosen scheint es selbstverständlich zu sein, dass er eine vernünftige Erklärung selbst für dieses kleine Malheur abgibt.

Höflich und zuvorkommend gibt der Chef von Avenir Suisse ausführlich Auskunft über seine Überzeugungen und seinen inneren Kompass. Weil der Befragte offensichtlich gewohnt ist, zu dozieren, ergibt sich kein harter Schlagabtausch, aber ermüdend wird die Unterhaltung trotzdem nicht. Das liegt an der Begabung des sprachgewandten Schreibers, Komplexes fassbar zu machen und auf Expertensprache wenn immer möglich zu verzichten. Lässt sich theoretisches Fachwissen nicht vermeiden, schiebt er ungefragt einfache Erklärungen nach.

In einer Rede bezeichnete Schwarz einmal den Journalismus ohne Werte als «wertlos». Auf die Frage nach seinen eigenen Werten lehnt er sich im Stuhl zurück, nimmt die Brille mit dem dünnen Aluminiumrahmen vom Nasenrücken und schweigt. «Eine schwierige Frage», meint er und lässt den Blick durchs Fenster in die Ferne schweifen. Nochmals verstreichen Sekunden, dann erst setzt Schwarz zu einer Antwort an. Diese reicht weit zurück, bis in seine Kindheit in den Westen Österreichs, wo Schwarz als Knabe in einer katholischen Familie aufwuchs, mit einem Kleinunternehmer als Vater, der mit Ersatzteilen für die Maschinenindustrie versuchte,



Warrants von Goldman Sachs



Erfahrung schafft Vertrauen: Seit über 15 Jahren bietet Goldman Sachs in der Schweiz eine breite Angebotspalette von Anlage- und Hebelprodukten für jede Marktlage an.

→ www.goldman-sachs.ch/Firmengeschichte



Den Hebel ansetzen: Aktuell können Anleger aus einer Vielzahl an Call- und Put-Warrants auf Basiswerte aus unterschiedlichen Anlageklassen wählen: Schweizer und US-Aktien, Edelmetalle und Währungen. → www.goldman-sachs.ch/Warrants



Hohe Transparenz: Risikoaufklärung hat bei uns Priorität! Transparente Darstellungen von Chancen und Risiken der Produkte bzw. der gegebenenfalls anfallenden Gebühren oder Provisionen sowie unser aktuelles Bonitätsrating finden Sie neben vielen weiteren Informationen auf unserer Webseite.

→ www.goldman-sachs.ch/Transparenz



Gemeinsame Standards: Goldman Sachs ist Mitglied des Schweizer Verbands für Strukturierte Produkte (SVSP) und setzt sich damit für die Ausarbeitung gemeinsamer Standards und für mehr Transparenz ein. → www.goldman-sachs.ch/SVSP

Sie haben Fragen zu unseren Anlage- und Hebelprodukten? Rufen Sie uns einfach an!

Sie können uns telefonisch unter +41 (0)44 224 1144 erreichen. Oder schreiben Sie uns eine E-Mail: swisswarrants@gs.com.

Sämtliche Angaben sind ohne Gewähr. Telefongespräche werden aufgezeichnet – vom Einverständnis des Anrufenden wird ausgegangen.
Goldman Sachs Bank AG, Public Distribution, Münsterhof 4, Postfach, CH-8022 Zürich, Telefon: +41 (0)44 224 1144, Telefax: +41 (0)44 224 1020
www.goldman-sachs.ch, E-Mail: swisswarrants@gs.com

© Goldman Sachs, 2011. All rights reserved.

im harten Wirtschaftsumfeld zu überleben.

Kirche und Familie, Glaube und Wirtschaft – das sind die zwei Kraftzentren, die den jungen Gerhard Schwarz formten. Noch vor Studium und Beruf erwähnt Schwarz seinen Glauben als Stütze für seine Gedankenwelt. «Die Zehn Gebote sind wichtig, sie sind mir eine Leitschnur», sagt der vermeintlich harte Verfechter einer reinen Marktwirtschaft. Die christlichen Leitsätze würden Werte vorgeben, die bis heute nichts von ihrer Gültigkeit und Bedeutung für unseren Kulturraum verloren hätten.

Der zweite Faktor, der ihn stark geformt habe, sei der tägliche Einsatz seines Vaters gewesen. Das ständige Auf und Ab der Wirtschaft habe er von früh auf hautnah miterlebt, erinnert sich Schwarz. «Wenn die Aufträge ausblieben, merkte ich das an der bekümmerten Miene des Vaters – und ein wenig sogar am Speisezettel.» Für mittelständische Unternehmen gab es damals noch keine staatlichen Hilfen in Krisenzeiten; entweder biss man sich durch, oder man ging unter.

Zu Religion und Unternehmertum gesellte sich Ende der 60er-Jahre das Wirtschaftsstudium in St. Gallen. Es war die Zeit der meuternden Jugend in Europa, des Aufbruchs, der Studentenunruhen, mit Krawallen in den grossen Städten und Sit-ins und Debatten an den Hochschulen. Im Unterschied zu den sogenannten Revolutionären unter den 68ern habe er den konstruktivistischen Ansatz verfolgt und daran geglaubt, durch einen grossen Entwurf von oben eine neue Gesellschaftsform schaffen zu können, sagt Schwarz im Rückblick auf diese Zeit. Dass dies nicht machbar sei, sei ihm erst im Verlauf seines weiteren Weges klar geworden.

Nach dem Ende seines Studiums in St. Gallen wechselte er zunächst ins Fürstentum Liechtenstein zur dortigen Industrie- und Handelsgruppe Hilti. Dort war es dem jungen Wirtschaftsdoktor aber offensichtlich zu kommerziell. Jedenfalls heuerte er nach nur einem Jahr Unternehmenswelt auf der Wirtschaftsredaktion der «alten Dame» NZZ an, wie die Zeitung in Medienkreisen genannt wird. Sein damaliger Chef und Ressortleiter Willy Linder habe in der Folge den grössten Einfluss auf seine weitere Entwicklung gehabt, führt Schwarz aus. Vor allem habe ihn Linder in Richtung jenes Ökonomen gebracht, der für ihn bis heute das überzeugendste Konzept auf die grossen wirtschaftspolitischen Fragestellungen liefere.

«Die Zehn Gebote sind wichtig, sie sind mir eine Leitschnur.»

Die Rede ist von Friedrich August von Hayek, dem Aushängeschild der Liberalen. Besonders angetan habe es ihm Hayeks Werk «Anmassung von Wissen», meint Schwarz. Darin weise Hayek schlüssig nach, dass sich ein komplexes Gebilde wie die Wirtschaft eines Volkes nicht top-down feinsteuern lasse. Als Quintessenz folge, dass die Verantwortlichen möglichst wenig intervenieren sollten; und zwar nicht nur, weil Freiheit oberstes Ziel sei, sondern schlicht und einfach, weil die Aufgabe unlösbar sei. Von da gelangt der Avenir-Suisse-Chef zu seinem wichtigsten Credo: dem Glauben an die Kraft des freien Konkurrenzkampfes. «Wettbewerb meint die ständige Suche nach Innovation», sagt Schwarz. «Ohne Wettbewerb ist Innovation unendlich viel schwerer zu haben.»

Das gelte ebenso im Kleinen für Unternehmen als auch im Grossen für ganze Wirtschaftsräume. Folgerichtig ist Schwarz ein Skeptiker der Europäischen Union, dieses Zusammenschlusses unterschiedlichster Länder und Kulturen, die derzeit ihre schwerste Krise durchlebt. Obwohl das EU-Bashing in unserem Land schon beinahe zum guten Ton gehört, hält sich Schwarz mit Fundamentalkritik zurück und sagt lediglich, dass die Eidgenossenschaft als «Stachel im Fleisch der EU», wie dies einmal ein EU-Politiker gesagt habe, ein «Segen für unsere Nachbarn» sei. Es gehe nicht darum, dass die Schweiz der EU ein Vorbild sei, sondern das ihr föderalistisches, dezentrales Modell Benchmarking erlaube.

Er sehe sich als kleines Rädchen im grossen Getriebe, das seinen Beitrag zur Durchsetzung des liberalen Gedankenguts in der Schweiz leiste, sagt Schwarz zum Abschluss der Unterhaltung, und drückt einem seine Rede zur Preisverleihung der «Stiftung für Abendländische Ethik und Kultur» von Ende 2009 in die Hände. Am Ende seiner damaligen Ausführungen begründete Schwarz, warum er sowohl im Wirtschaftlichen als auch im Gesellschaftlichen und damit Politischen die liberale Fahne hochhalte. Liberalismus setze auf Freiheit, und zwar nicht weil dadurch im Einzelfall am meisten Wohlstand zu schaffen sei, sondern aus Prinzip. «Dieses Ja zur Freiheit beruht (also) einzig auf der Erfahrung und dem Vertrauen, dass Freiheit per Saldo mehr Kräfte zum Guten als zum Schlechten auslöst», führte Schwarz aus. Es handle sich um eine zweifelnde Überzeugung, die ihm aber lieber sei als eine unbeugsame Gewissheit. Zweifeln mit Haltung – es ist diese Mischung, die Gerhard Schwarz zum liberalen Gewissen der Schweiz gemacht hat.▲

A portrait of Thomas Beschorner, a man with light brown hair and glasses, wearing a blue pinstriped suit jacket over a purple shirt. He is standing outdoors in a forest, with his hand resting on his chin in a thoughtful pose. The background consists of large tree trunks and green foliage.

«Unsprödielich
wären Ethik und Wirt-
schaft eng miteinander
verbunden»

Der Direktor des Instituts für Wirtschaftsethik der Universität St. Gallen, Thomas Beschorner, sprach mit «Swissquote Magazine» über die soziale Verantwortung von Unternehmen und den Rahmen, in den der Liberalismus eingebettet werden muss.

Sylvain Menétrey

Der Deutsche Thomas Beschorner ist seit 2010 einer von zwei Direktoren des Instituts für Wirtschaftsethik der Universität St. Gallen. Wirtschaftsethik ist eine seltene Disziplin – in der Schweiz gibt es nur sieben Professoren in diesem Bereich –, die sich unter anderem mit der sozialen Verantwortung von Unternehmen beschäftigt und versucht, künftigen Managern eine gewisse Geschäftsmoral beizubringen.

Wirtschaftsethik ist zugleich eine heikle Disziplin. Denn sie steht unmittelbar mit dem aktuellen politischen Geschehen in Verbindung. Als der ehemalige Vizedirektor des Instituts, der ebenfalls aus Deutschland stammende Ulrich Thielemann, das Bankgeheimnis kritisierte, fühlte sich ein Teil der Schweizer Politiker auf den Schlips getreten ebenso wie das Rektorat der Uni St. Gallen. Um den Lehrstuhl, der am Ende an Thomas Beschorner und Florian Wettstein vergeben wurde, hatte sich auch Christoph Blocher beworben. Und bei der Entscheidung, Thomas Beschorner einen Schweizer Kollegen an die Seite zu stellen, spielte auch seine deutsche Nationalität eine Rolle ... Ein Interview.

SWISSQUOTE MAGAZINE ▶ Woher kommt die Disziplin der Wirtschaftsethik?

THOMAS BESCHORNER ▶ Zunächst einmal muss erwähnt werden, dass die Wirtschaftswissenschaft ihre Ursprünge in der Philosophie und der Theologie hat. So war zum Beispiel Adam Smith, der Gründervater der modernen Ökonomie, ein Moralphilosoph und Theologe. Zu der Zeit, als er sich für Wirtschaftsfragen interessierte, gab es noch keine eigene akademische Disziplin, in die sich diese Fragen hätten einfügen können. Smith dachte in erster Linie über Gerechtigkeit und Wohlstand nach. Sein Ziel war es, die Welt besser zu machen. Daraus lässt sich schliessen, dass die Ursprünge der Ökonomie origi-

när ethisch sind, auch wenn man heute hier und da sagen mag, Ethik und Ökonomie stünden einander gegenüber.

Die Herausforderung der Wirtschaftsethik besteht darin, die Fragen von Moral und Ethik wieder in Wirtschaft und Gesellschaft einzubringen, auch wenn sich unsere heutige Welt stark von jener Adam Smiths unterscheidet.

Es ist eher selten, dass es um die Nachfolge für einen Lehrstuhl so viele politische Diskussionen gibt, wie es bei Ihnen der Fall war. Auch Christoph Blocher hatte sich um Ihren Posten beworben. Dann schien es so, als ob Sie der einzige Lehrstuhlinhaber würden, doch letztlich hat das Rektorat noch einen zweiten Professor berufen. Wie haben Sie diese Zeit erlebt?

Über die Details der politischen Debatte weiss ich nichts. Ich bin nur zu einem bestimmten Zeitpunkt gefragt worden, ob ich mir vorstellen könnte, mit Florian Wettstein zusammenzuarbeiten. Ich fand und finde diese Idee ganz hervorragend, denn zwei Professoren für Wirtschaftsethik sind besser als einer. Ausserdem hat das Rektorat mir so noch einmal bestätigt, dass unsere Disziplin ein zentrales Thema ist, das weiter vertieft werden soll. Es hat also nicht nur politische Gründe, dass wir zu zweit sind. Es ist auch ein Bekenntnis der Universität zur Wichtigkeit der Wirtschaftsethik.

Fühlen Sie sich frei in Ihrer Rolle als Fürsprecher einer Moralvorstellung, die nicht immer mit den wirtschaftlichen Interessen der Schweiz übereinstimmt?

Aber natürlich! Das war eine meiner Grundfragen in den Gesprächen mit dem Rektorat, als es um meine Einstellung ging. Die Wissenschaft ist zunehmend der einzige Bereich, in dem man noch

frei denken, reden und auch kritisieren kann. Für die Gesellschaft ist es von grundlegender Bedeutung, dass es solche Bereiche gibt. Es ist äusserst wichtig, dass die Wissenschaftler, egal ob Wirtschaftsethiker, Organisations-theoretiker oder Finanzwissenschaftler, unabhängig von Macht und Geld bleiben und ungewungen Gedanken entwickeln und ihre Meinung äussern können.

«Die Politik sollte den Markt lenken und nicht umgekehrt.»

Wie stehen Sie als Ethiker zum Liberalismus?

Der Wirtschaftsethik wird häufig mit Vorurteilen begegnet. Einige – zum Beispiel Herr Blocher – meinen, das sei eine sozialistische oder gar marxistische Disziplin, was schlicht und ergreifend falsch ist. Die Wirtschaftsethik beschäftigt sich mit der Marktwirtschaft und deren Prinzipien. Und da die Idee der Marktwirtschaft eine originär liberale ist, ist auch meine Position auf jeden Fall in einer liberalen Geisteshaltung angesiedelt.

Heisst das, Sie sind der Überzeugung, das persönliche Gewinnstreben trage zum Gemeinwohl bei?

Ob man die Marktwirtschaft nun mag oder nicht: Es gibt offenbar keine Alternative zur ihr. Ich bin allerdings kein Verfechter eines ungezügelten Manchester-Liberalismus. Man sollte die Marktwirtschaft in zwei Punkten einschränken. Erstens muss sie immer eine soziale Marktwirtschaft sein. Dazu brauchten wir staatliche Gesetze und Verordnun-

gen, die die Spielregeln festsetzen. Die Politik sollte den Markt lenken und nicht umgekehrt. Zweitens herrscht seit einigen Jahren zunehmend der Konsens unter uns Wirtschaftsethikern, dass Unternehmen dazu gebracht werden sollten, über ihren Beitrag für die Gesellschaft nachzudenken anstatt ausschliesslich über die eigene Gewinnmaximierung. Es geht nicht in erster Linie darum, dass sie x Millionen Franken in Stiftungen überführen, sondern dass sie ihre Unternehmen ethischer ausrichten. Zentrale Fragen sind dabei zum Beispiel: Wie behandeln sie ihre Mitarbeiter? Wie ist der Produktionsprozess organisiert? Wie verhalten sie sich gegenüber ihren Zulieferbetrieben in Bangladesch oder Pakistan? Welche Art von Werbung machen sie? Und so weiter.

Anleger haben die Möglichkeit, auf diesen Bereich Einfluss zu nehmen, indem sie über ethisch korrekte Fonds Unternehmen bevorzugen, die bestimmte Normen einhalten.

Ja, das ist interessant, was sich da seit einigen Jahren entwickelt. Die Unternehmen beginnen, sich zunehmend um Ethikfragen zu kümmern, ohne dass die Ethiker mit erhobenem Zeigefinger auf sie einreden müssen. Immer häufiger gibt es Ethikprogramme, Verhal-

tenskodizes zur Korruptionsbekämpfung oder regelmässige Audits bei den Zulieferbetrieben in den Entwicklungsländern.

Gerade Grossunternehmen und Unternehmen, die Konsumgüter herstellen, nehmen dieses Thema inzwischen sehr ernst, weil sie den gesellschaftlichen Druck spüren. Die Gesellschaft fordert von den Unternehmen, dass sie nicht nur ihre Gewinne maximieren, sondern auch ihrer Rolle als gesellschaftlicher Akteur gerecht werden. Die Unternehmen fangen an, auf diese Nachfrage zu reagieren, und ich freue mich darüber. Der Dialog zwischen den Unternehmen, der Zivilgesellschaft und der Wissenschaft bewegt sich in die richtige Richtung. Davon zeugen auch Initiativen von Institutionen wie beispielsweise dem **Global Compact** der Vereinten Nationen. Das ist eine Liste mit zehn Prinzipien zu Themen wie Transparenz, Arbeitsbedingungen usw., denen sich die Unternehmen verpflichten. Bisher haben schon mehr als 6000 Unternehmen in 35 Ländern unterzeichnet. In der Schweiz beteiligen sich einige grosse Unternehmen wie Novartis, Nestlé, Migros und Coop. Mit solchen Initiativen können die allgemeinen Spielregeln Schritt für Schritt verändert werden. Seit letztem Jahr gibt es eine neue

ISO-Initiative, die eine ähnliche Richtung einschlägt: die ISO 26'000, bei der es um Verantwortungsfragen in Organisationen geht. Das sind interessante Initiativen, die wir konstruktiv verfolgen sollten.

Ein anderes ethisches Problem betrifft die internationalen Grosskonzerne. Es geht um ihre Präsenz in Diktaturen wie beispielsweise China. Sollten die Unternehmen diese Länder boykottieren, um zu vermeiden, dass ihre Technologien dem Regime helfen, oder sollten sie sich gerade dort niederlassen, um einen grösseren Einfluss auf die Einhaltung von Menschenrechten zu haben?

Das ist eine schwierige Frage, die sich vielleicht nicht so allgemein beantworten lässt. Sehr kritisch finde ich es, wenn Rüstungsgüter an Diktaturen verkauft werden. Die Waffenproduktion an sich ist schon problematisch. Aber was die Menschenrechte in China angeht, muss man sich die genauen Einzelfälle ansehen. Ich sehe die Führungsrolle bei solchen Entscheidungen bei der Politik. Man muss aufpassen, dass man von den Unternehmen nicht mehr verlangt, als die Politik selbst einlöst. Und bislang kuschelt die Politik eher vor China. Sie sieht da ein grosses Marktpotenzial und lässt Menschenrechtsfragen eher hinten runterfallen. Ein interessanter Fall ist Ägypten. Die Regierung hat versucht, durch die Abschaltung der Mobilfunknetze zu verhindern, dass sich das Volk organisiert. Man kann sich fragen, warum ein Unternehmen das mitmacht. Ich finde es unmöglich, wenn eine Zweigniederlassung von Vodafone in Ägypten so eine Entscheidung treffen kann, die eigentlich dem internationalen Headquarter vorbehalten sein müsste. In solchen Fällen braucht man klare Standards, die für die Swisscom genauso gelten müssen wie für Vodafone oder die Deutsche Telekom.

Zwei, die sich ergänzen

Nach einer Ausbildung zum Gross- und Aussenhandelskaufmann studiert der in Deutschland geborene Thomas Beschorner Wirtschaftswissenschaften an der Universität Kassel und der National University of Ireland. 2001 promoviert er an der Universität Erfurt und übernimmt anschliessend Lehraufträge an verschiedenen Universitäten in Montréal. Derzeit teilt sich der 41-Jährige den Lehrstuhl für Wirtschaftsethik der Universität St. Gallen mit Florian Wettstein (35), der zuvor an der University of St. Thomas (Minneapolis) Assistenzprofessor war. Beide sehen die

Doppelbesetzung als Chance. Sie scheinen sich bestens zu ergänzen. «Von unserem akademischen Profil her liegen wir auf den ersten Blick nah beieinander, aber wir unterscheiden uns doch wesentlich in unseren Kompetenzen. Ich nähere mich den Fragen von Verantwortung und Ethik in der Wirtschaft aus sozialwissenschaftlicher Sicht und nicht von einem normativen Standpunkt aus», erklärt Thomas Beschorner. «Dagegen interessiert sich Florian Wettstein primär für die normativen Fragen, also zum Beispiel Menschenrechte oder Rechte von Unternehmen.»

Wie gross ist der Einfluss Ihrer Forschungsprojekte auf die Politik?

Wir arbeiten in verschiedenen theoretischen und empirischen Bereichen. Zum Beispiel soziale Verantwortung von Unternehmen, die Frage nach einer zivilisierten und sozialen Marktwirtschaft, Menschenrechte, soziale und ökologische Standards, Ethik im Bereich der neuen Technologien und Kommunikationsformen oder auch die Rolle eines Unternehmens als politischer und moralischer Akteur. Ich kann Ihnen von zwei konkreten Projekten erzählen, mit denen wir gerade begonnen haben. Das erste ist ein europäisches Projekt. Wir vergleichen die Wirtschaftspolitik in acht Ländern, zu denen unter anderem Spanien, die Schweiz, Deutschland und Polen gehören. Wir wollen herausfinden, welche politischen Regeln es beispielsweise im Textilbereich gibt, um dort bestimmte soziale Probleme zu lösen. Welche politischen Anstrengungen werden in dieser Hinsicht unternommen? Wie sieht die konkrete Politik der Schweiz oder Spaniens im Bereich des Detailhandels aus? Unser Ziel ist es herauszufinden, welche Praxen sich besonders bewährt haben, und den einzelnen Ländern zu zeigen, was sie jeweils voneinander lernen können.

Das zweite Projekt bezieht sich auf die KMU. Erstaunlicherweise wurden sie bisher aus ethischer Sicht kaum erforscht. Wir führen eine gross angelegte Untersuchung durch, an der die Unternehmen teilnehmen können, indem sie einen Fragebogen ausfüllen. Sie geben dann Auskunft darüber, was sie im Bereich der Mitarbeiterorientierung tun, wie sie sich vor Ort engagieren oder wie sie sich um die Wertschöpfungskette sorgen. Wir werden die Fragebögen auswerten, sehen, in welchen Bereichen die KMU viel tun und wo es noch Nachholbedarf gibt.▲

Global Compact

Der «Globale Pakt der Vereinten Nationen» (Global Compact) ist ein Pakt, der zwischen Unternehmen und der UNO geschlossen wird, um die Globalisierung sozialer und ökologischer zu gestalten. Er wurde 1999 von Kofi Annan während des Weltwirtschaftsforums in Davos initiiert. Die Unternehmen, die diesem Pakt zustimmen, verpflichten sich, jedes Jahr in mindestens einem der untenstehenden Prinzipien Fortschritte zu machen und jährlich über ihre Fortschritte schriftlich gegenüber den Vereinten Nationen zu berichten.

1 Die international verkündeten Menschenrechte respektieren und ihre Einhaltung innerhalb ihrer Einflussosphäre fördern.

6 Jede Diskriminierung in Bezug auf Beschäftigung und Beruf ausschliessen.

2 Sicherstellen, dass sie nicht bei Menschenrechtsverletzungen mitwirken.

7 Eine vorsorgende Haltung gegenüber Umweltgefährdungen einnehmen.

3 Die Rechte ihrer Beschäftigten, sich gewerkschaftlich zu betätigen, respektieren sowie deren Recht auf Kollektivverhandlungen effektiv anerkennen.

8 Initiativen zur Förderung grösseren Umweltbewusstseins ergreifen.

4 Alle Formen von Zwangsarbeit bzw. erzwungener Arbeit ausschliessen.

9 Die Entwicklung und die Verbreitung umweltfreundlicher Technologien ermutigen.

5 Bei der Abschaffung von Kinderarbeit mitwirken.

10 Gegen alle Arten der Korruption eintreten, einschliesslich Erpressung und Bestechung.

Mehr als 6000 Konzerne in 35 Ländern haben den Pakt bereits unterzeichnet, unter ihnen befinden sich auch grosse Schweizer Unternehmen wie Novartis, Nestlé, Migros, Coop, Credit Suisse, UBS, Givaudan, Sulzer, Syngenta, Firmenich, Sika, Schaffner, Geberit und Adecco.



**STRUKTURIERTE PRODUKTE
MESSE 2011**

KONGRESSHAUS ZÜRICH
26. bis 27. Oktober 2011

Stand: K5
www.stp-messe.ch



Den Erfolg suchen, die Risiken kennen: Hebelprodukte vom Derivate-Pionier.

Für Ihren Anlageerfolg setzen wir alle Hebel in Bewegung. Nutzen Sie HSBC Warrants, Knock-out-Warrants und Mini Futures, um Ihre Gewinnchancen zu hebeln oder Risiken bewusst zu steuern. Als SIX-Mitglied kümmern wir uns um konstante Spreads, kontinuierliche Systemstabilität und faires Pricing. Investieren auch Sie in die Hebelprodukte vom Derivate-Pionier.

- Über 770 Warrants auf Schweizer Aktien
- Über 70 Knock-out-Warrants mit unbestimmter Laufzeit (Open End)
- Über 20 Mini Futures und Knock-out-Warrants auf Schweizer Aktien und Indizes

Die Einstufung von HSBC Trinkaus mit „AA“ durch die Rating-Agentur Fitch Ratings Ltd. bedeutet, dass für langfristige Verbindlichkeiten ein sehr geringes Kreditrisiko besteht. Dennoch tragen die Wertpapierinhaber das Emittentenausfallrisiko von HSBC Trinkaus.

Kontakt: 00800 4000 9100 (International Freecall)

Hotline für Berater +49 211 910-4722 · kontakt@hsbc-derivate.ch · www.hsbc-derivate.ch



**HSBC Global Banking
and Markets**

HSBC 

The world's local bank

Die hierin enthaltenen Produktinformationen stellen keine Empfehlung zum Kauf oder Verkauf der darin besprochenen Wertpapiere seitens der HSBC Trinkaus & Burkhardt AG dar und können eine individuelle Anlageberatung durch die Hausbank nicht ersetzen. Die Programm-Dokumentation und die Endgültigen Bedingungen können bei der HSBC Trinkaus & Burkhardt AG, Marketing Retail Products, Königsallee 21/23, 40212 Düsseldorf, Bundesrepublik Deutschland, kostenlos bezogen werden und sind unter www.hsbc-derivate.ch einsehbar und/oder in elektronischer Form abrufbar. Die hier vorgestellten Finanzprodukte gelten in der Schweiz als strukturierte Produkte im Sinne von Art. 5 des Schweizer Kollektivanlagegesetzes („KAG“) und stellen keine Beteiligung an einer kollektiven Kapitalanlage im Sinne von Art. 7 oder 119 KAG dar und unterstehen somit nicht der Aufsicht der Eidgenössischen Finanzmarktaufsicht. Deshalb kommt ein Investor nicht in den Genuss des vom KAG vermittelten Anlegerschutzes. Quellen: www.fitchratings.com, Euro am Sonntag – Ausgabe 05/2010 und 06/2011, Stand: 19.09.2011

LESEN

«FUTURE SCIENCE: ESSAYS FROM THE CUTTING EDGE»

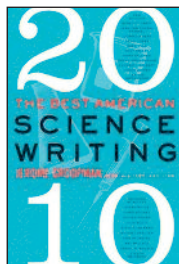
Max Brockman {Random House, 2011}



Welche Sektoren werden in zehn oder fünfzehn Jahren am meisten Wachstum generieren? Um sich die Zukunft auszumalen, gibts nichts Besseres als ein gutes Buch über die wissenschaftliche Innovation. Etwa jenes des Herausgebers Max Brockman, das die Arbeiten von rund 20 jungen Forschern vorstellt, die zu den vielversprechendsten ihrer Generation gehören. Neurologie, Data-Mining zum Erkennen neuer Muster, Human-Verhaltensforschung ... Abenteuer an vorderster wissenschaftlicher Front, stets auf klare, leicht verständliche Weise beschrieben.

«THE BEST AMERICAN SCIENCE WRITING»

Jerome Groopman {Ecco Harper Collins}



Leserinnen und Leser, die an Forschung interessiert sind, aber keine Zeit haben, die spezialisierten Wissenschaftspublikationen zu lesen, werden sich auf das Buch von Jerome Groopman stürzen. Er hat hier die besten wissenschaftlichen Artikel vereinigt, die in letzter Zeit in bedeutenden amerikanischen Zeitungen und Zeitschriften erschienen sind («New York Times», «The Atlantic», «Wired», «The New Yorker» usw.). Ein Werk, das wahrscheinlich Ihr Wissen erweitert und Sie gescheiter macht, aber gleichzeitig echtes Lesevergnügen bietet.

HERUNTERLADEN

DOODLE MOBIL

{Android und iPhone}



Das handlichste aller Terminfindungspro-

gramme gibt es jetzt auch für Smartphones. Auf der Rangliste der am meisten heruntergeladenen Apps mischt es ganz vorne mit. Die Anwendung ermöglicht den Zugriff auf Ihr persönliches Doodle-Konto und verwaltet die Adressen auf dem iPhone. Mit 8 Mio. Usern ist Doodle das beliebteste Terminfindungs-Tool weltweit. Übrigens wurde Doodle 2003 in Zürich erfunden.

Doodle
CHF 3.-

GRATIS-CLOUD

{iPhone, Android, Mac OSX}



Cloud ist das Wort der Stunde. Die ganze Branche

tendiert zurzeit zur Rechnerwolke, einem System, bei dem Dateien auf einen externen Server ausgelagert werden und sich nur noch wenige Informationen auf privaten Computern befinden. Producteev liegt da voll im Trend – mit einem benutzerfreundlichen Multiplattform-Taskmanager. Mit der App können Aufgaben unkompliziert festgelegt und sämtliche Aktivitäten zwischen Desktops und mobilen Plattformen synchronisiert werden.

Producteev
Kostenlos

DURCHBLICK IM NOTIZENDICKICHT

{iPad}



Apples iPad-Notizprogramm ist so rudimentär, dass

es nicht einmal eine Funktion zum Ordnen der einzelnen Einträge enthält. Ein Mangel, den verschiedene Apps versuchen zu beheben. Noteshelf ist unter diesen ein wahrer Hingucker. Die Notizen können geschrieben oder gezeichnet sein. In kleinen Büchlein zusammengefasst, werden sie individuell gestaltet und sinnvoll geordnet ins Bücherregal gestellt.

Noteshelf
CHF 5.-

NOTIZEN SINNVOLL AUFBEREITET

{Mac, PC, iPhone, Android}



Fotos, Notizen, Web-Lesezeichen – die Inhalte

eines Smartphones sind oft ein kunterbuntes Durcheinander. Memonic ordnet dieses Chaos – leistungsstark und intuitiv. Das Tool kann Hypernotes editieren und mit den verschiedensten Inhalten anreichern (Links, Bilder und sogar Word- oder Excel-Dateien). Memonic ist als Multiplattform-Anwendung ausgelegt: Die Hypernotes können ins Web, auf den Desktop oder auf ein Tablet übernommen werden.

Memonic
kostenlos

INVESTMENT: DIE VORTEILE DES LOMBARDKREDITS

Wer an Liquidität gelangen und sein Wertpapierportfolio diversifizieren möchte, für den kann ein Lombardkredit die ideale Lösung bieten.

Erläuterungen von Jürg Schwab, Direktor der Handelsabteilung bei Swissquote.



SWISSQUOTE MAGAZINE ▶
Welche Bedingungen
müssen erfüllt
sein, damit man
einen Lombardkredit
erhält?

JÜRGEN SCHWAB ▶ Ein Lombardkredit wird gegen eine Verpfändung von Wertpapieren gewährt. Dabei kann es sich sowohl um Aktien als auch um Obligationen handeln oder auch um Anlagefonds, Treuhandanlagen, Termingeldkonti oder strukturierte Produkte. Grundsätzlich sollte man über mindestens fünf gut diversifizierte Titel verfügen.

Je nach Produkt, Qualität des Emittenten und Note der Rating-Agenturen bieten wir unterschiedliche Belehnungssätze an. Für Obligationen der Schweizerischen Eidgenossenschaft erhält

man den besten Belehnungssatz, nämlich 90 Prozent ihres Wertes. Bei den Aktien gilt das gleiche Prinzip: Für Blue Chips gewähren wir einen Maximalsatz von 60 Prozent

Wie können Swissquote-Kunden davon profitieren?

Das geht sehr einfach und schnell. Man muss bloss ein Konto bei Swissquote haben und dann auf unserer Website zwei Dokumente ausdrucken: den Lombardkredit-Vertrag und die allgemeine Faustpfandverschreibung. Diese Dokumente müssen anschliessend unterzeichnet und an uns zurückgeschickt werden. Dann legen wir, gestützt auf die Qualität des Wertschriftenportfolios, eine Kreditlimite fest. Dazu sind nur wenige Minuten nötig. Die Kreditlinie wird dem Kunden automa-

tisch über sein Konto zur Verfügung gestellt. Der maximale, zur Verfügung stehende Betrag wird dabei angezeigt. Swissquote bietet äusserst interessante Zinssätze an, die sich auf die aktuellen Geldmarktsätze abstützen.

Handelt es sich um einen befristeten Vertrag?

Nein, es gibt keine festgelegte Laufzeit. Ein Lombardkredit gilt ab Unterzeichnung des Vertrags. Der Kunde bezahlt nur für Kredite, die er auch tatsächlich beansprucht. Wenn einem Kunden zum Beispiel ein Kredit in Höhe von 50'000 Franken gewährt wurde, er davon aber nur 10'000 Franken einsetzt, bezahlt er nur auf letzteren Betrag Zinsen. Meistens erfolgt die Rückzahlung über den Verkauf von Wertpapieren oder durch eine Bargeldeinzahlung.

Gibt es einen Mindestbetrag für einen Lombardkredit?

Nein, wenn immer möglich gewähren wir den Kredit.

Wozu dient ein Lombardkredit denn nun in der Praxis?

Interessant an einem Lombardkredit ist in erster Linie, dass man damit sein Portfolio vergrössern und diversifizieren kann. Nehmen wir zum Beispiel jemand, der im Bankenbereich stark exponiert ist, aber kein Interesse hat, seine Wertpapiere zu verkaufen. Durch einen Lombardkredit kann er den Einstandspreis seiner bestehenden Titel verbessern, indem er die gleichen Titel dazu kauft. Oder er kann Aktien aus anderen Wirtschaftszweigen (Nestlé, Bayer, Holcim etc.) kaufen und gleichzeitig seine bestehenden Wertpapiere behalten.

Der Lombardkredit ist aber auch für Spekulationsgeschäfte interessant. Wenn Sie glauben, dass der Markt steigen wird, zum Beispiel um 5 Prozent im kommenden Monat, und die Schuldzinsen auf den Lombardkredit 3 Prozent pro Jahr betragen (also 0,25 Prozent für einen Monat), wird es für Sie interessant, von diesem Hebeleffekt zu profitieren, indem Sie Aktien oder ein anderes Produkt kaufen, die Ihnen dann einen Nettoertrag von 4,75 Prozent einbringen.

Gibt es noch andere Gründe, um einen Lombardkredit zu beantragen?

Ein Lombardkredit erlaubt Ihnen, sich im Hinblick auf ein Wechselkursrisiko zu schützen oder damit zu spekulieren. Nehmen wir ein konkretes Beispiel: Ich verfüge über US-Titel in Höhe von 100'000 Dollar. Um mich gegen die Gefahr der Abwertung des Dollars zu schützen, kann ich diese Dollar auf Termin gegen Schweizer Franken verkaufen. Für Termingeschäfte setzt Swissquote eine Marge von maximal 10 Prozent fest, also im vorliegenden Fall 10'000 Dollar. Die durch den Lombardkredit erreichte Kaufkraft ermöglicht es, dieses Geschäft auszuführen.

Die zusätzliche Kaufkraft, die man durch einen Lombardkredit erhält, kann übrigens auch im eForex-Konto eingesetzt werden, einem Instrument für die Devisenspekulation mit einem bedeutenden Hebeleffekt. ▀

«Ein Lombardkredit gilt ab Vertragsunterzeichnung, und der Kunde bezahlt nur für Kredite, die er tatsächlich beansprucht.»

Der Lombardkredit: Definition

Beim Lombardkredit erhält der Kreditnehmer gegen die Verpfändung eines Wertschriftendepots (Aktien, Obligationen oder andere Anlagen) eine Kreditlimite. Der Kreditgeber, also die Bank, legt gestützt auf das Risiko und die Qualität der verpfändeten Titel einen Belehnungssatz fest.

WETTBEWERB

GEWINNEN SIE

10'000 Franken

Auch in diesem Monat ist es wieder möglich, sein Talent für Börsenprognosen zu testen ... und dabei mit etwas Glück mehr als 10'000 Franken zu gewinnen.

In jeder Ausgabe des Magazins stellt eine führende Bank ein von ihr zusammengestelltes Portfolio aus strukturierten Produkten mit einem Startwert von 10'000 Franken vor (siehe S. 77 das Portfolio der UBS). Die Online-Bank Swissquote wiederum kauft dieses Portfolio «in echt» auf dem Markt mit dem Ziel, es dem Gewinner oder der Gewinnerin des Wettbewerbs zu schenken.

Bis zum Abschlusstermin dieses Prognosewettbewerbs können die Leser den Wert schätzen, den das Portfolio zu einem bestimmten Zeitpunkt haben wird. Wer dem tatsächlichen Wert mit seiner Schätzung am nächsten kommt, gewinnt das ganze Portfolio unabhängig von dessen dann erreichtem Wert. Auch den zweit- und drittplatzierten Teilnehmern winken Preise: je 10 Anteile des Swissquote-

Fonds im Gesamtwert von 600 Franken. Diese Anteile werden auf das Swissquote-Konto der Preisträger oder auf ein neu eingerichtetes Konto eingezahlt, falls sie noch nicht Kunde von Swissquote sind.

Die im Rahmen dieses Wettbewerbs von den Emittenten aufgestellten Portfolios bestehen aus strukturierten Produkten. Es handelt sich also im wesentlichen um «synthetische» Finanzprodukte mit Hebelwirkung.

Interessierte finden selbstverständlich auch Unterstützung für ihre Entscheidungen und Bewertungen auf der Internetseite von Swissquote. Das Portfolio des Monats ist auf www.swissquote.ch/url/wettbewerb zu finden. Beim Anklicken der einzelnen Produkte wird eine Risikoeinstufung von Swissquote angezeigt. ▲

TEILNAHMEBEDINGUNGEN

Der Wettbewerb ist kostenlos und steht allen Personen mit Wohnsitz in der Schweiz offen. Ein Swissquote-Konto ist nicht Voraussetzung.

Um mitzumachen, wird nur eine Handy-Nummer benötigt, an die der persönliche Code geschickt werden kann. Alle Einzelheiten dazu sind auf der Website von Swissquote unter www.swissquote.ch/url/wettbewerb zu finden.

DAS GEWINNSPIEL STARTET AM 20. OKTOBER UND ENDET AM 14. NOVEMBER UM MITTERNACHT. DAS NEUE PORTFOLIO WIRD AM 8. DEZEMBER VERÖFFENTLICHT.

UBS GEWINNSPIEL PORTFOLIO

Die Ansprüche privater Anleger hinsichtlich kreativen und individuellen Anlagelösungen sind in den letzten Jahren stark gestiegen und haben den strukturierten Produkten zu grosser Bedeutung verholfen. Was bisher mehrheitlich institutionellen Anlegern vorbehalten war, erscheint zunehmend auch im Portefeuille privater Anleger.

Als Produkthanbieterin der ersten Stunde hat sich die UBS von jeher zum Ziel gesetzt, eine qualitativ hochwertige und breitgefächerte Palette von Anlagelösungen für ihre Kunden bereitzustellen. Neben standardisierten Produkten, die im Sekundärmarkt zumeist an der Börse handelbar sind, bietet UBS ihren Kunden zudem die Möglichkeit, sich über ihren Kundenberater Produkte nach individuellen Bedürfnissen masschneidern zu lassen. Die vorliegende Produkt-

zusammenstellung stellt ein Beispiel dar, wie sich ein Portfolio aus strukturierten Produkten zusammensetzen könnte. Bei strukturierten Produkten bestehen Ansprüche gegenüber dem Emittenten, weshalb der Qualität des Emittenten eine zentrale Bedeutung zukommt. Je nach Produkttyp ist das Risiko unterschiedlich. Wichtig ist darum, dass Sie die Risiken eines Produkts wie auch diejenigen des zugrunde liegenden Basiswerts verstehen und diese bei Interesse vorab mit Ihrem Kundenberater besprechen. Wir wünschen Ihnen viel Erfolg für Ihre zukünftigen Finanzanlagen sowie bei der Teilnahme am Wettbewerb.



IHR KAPITAL VERDIENT MEHR MÖGLICHKEITEN

PERLES auf Dividenden-Future:

Dividenden gewinnen in unsicheren Börsenzeiten an Bedeutung. So auch im aktuellen Marktumfeld. Mit dieser PERLES beteiligt sich der Anleger an den Euro Stoxx 50 Dividenden des Jahres 2014, ohne der Wertentwicklung der Aktien direkt ausgesetzt zu sein. Ein Vergleich mit den im laufenden Jahr ausbezahlten Dividenden zeigt, dass derzeit ein globales Rezessionsszenario eingepreist ist.

Leveraged PERLES Plus auf einen Währungskorb:

Trotz der Intervention der SNB von Anfang September 2011 wird die Schweizer Währung von den meisten Marktbeobachtern als überbewertet betrachtet. Mit der Leveraged Perles Plus könnte der Anleger von einer Trendwende des Frankens gegenüber dem Währungskorb von Norwegischen Kronen (NOK), Schwedischen Kronen (SEK), Australischen Dollar (AUD) und Neuseeländischen Dollar (NZD) profitieren. Die eingebaute Barriere agiert per Verfall als bedingter Kapitalschutz, sollte sich der Franken wider Erwarten weiter aufwerten.

Mit westlichen Blue Chips an Asiens Wachstum partizipieren:

Das Wirtschaftswachstum in den Schwellenländern führt auch zu einer Kaufkraftsteigerung. Das könnte westlichen Unternehmen und Marken zugute kommen, die sich vor Ort bereits in eine vorteilhafte Stellung gebracht haben. UBS hat eine Auswahl von Blue

Chips zusammengestellt, die von der steigenden Nachfrage nach westlichen Produkten profitieren sollten. Mit PERLES auf Emerging Markets Growth Winner Basket II wird direkt an der Entwicklung der ausgewählten Titel partizipiert.

Worst of Kick-in Goal auf Indizes:

Mit diesem UBS Kick-in GOALS auf globale Aktienindizes, einem Produkt aus der Kategorie Optimierung, können attraktive Coupons bei bedingtem Kapitalschutz erzielt werden. Der Worst of Kick-In Goal auf den Euro Stoxx 50, S&P 500 und SMI bezahlt einen Coupon von 8 Prozent p.a. und hat eine Barriere bei 50 Prozent.

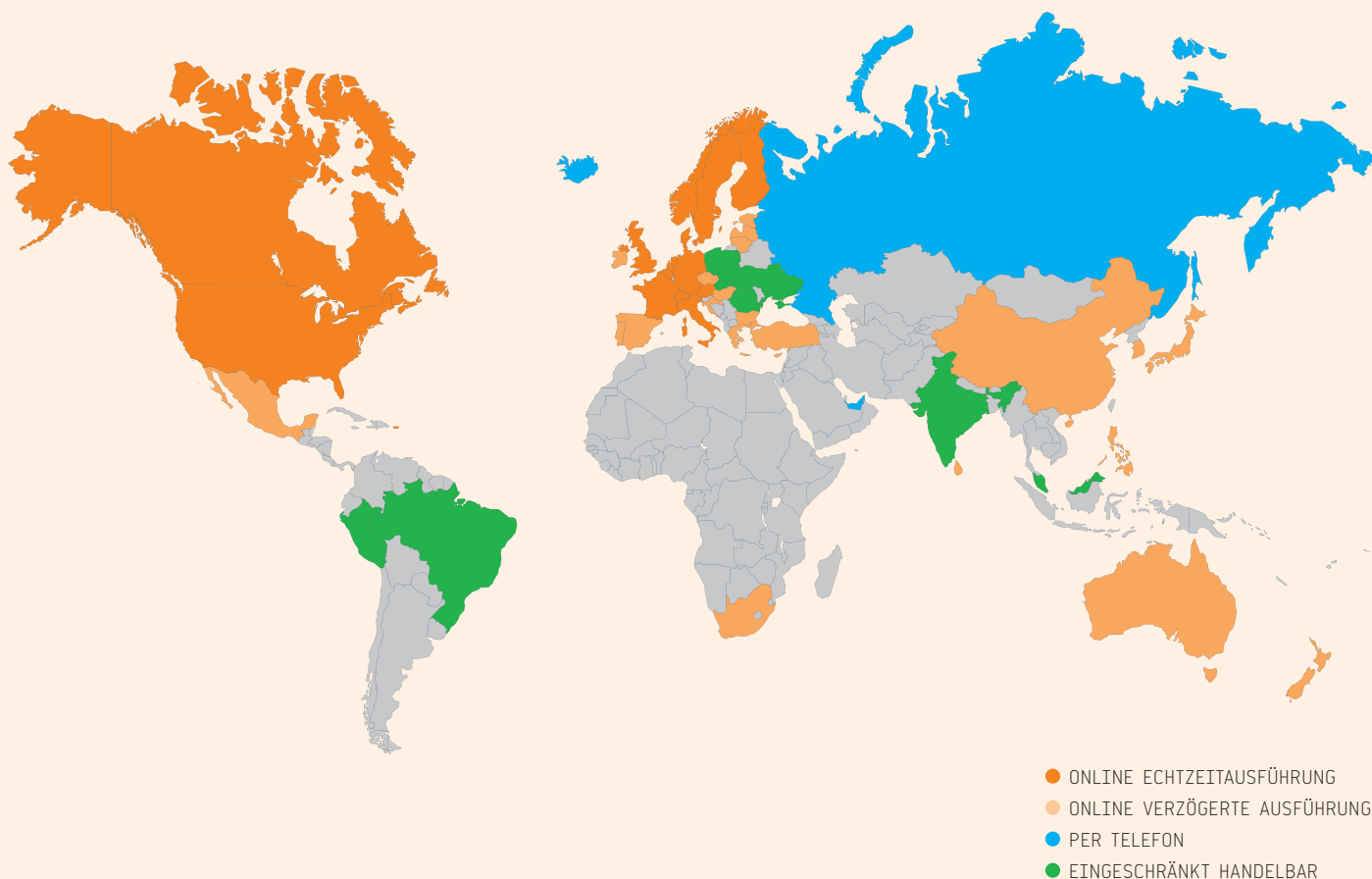
Leveraged Index Tracker linked to CMCI Composite Index & CMCI Essence T10:

Mit diesem Zertifikat investiert der Anleger in den bisher sehr leistungsstarken UBS Bloomberg CMCI Rohstoffindex. Gleichzeitig kombiniert das Zertifikat ein Engagement in den CMCI Essence T10 Index. Durch diese Verbindung soll der Anleger verbesserte Ertragschancen erhalten.

Für weitere Informationen zu Chancen und Risiken im Zusammenhang mit diesen Produkten besuchen Sie unsere Homepage www.ubs.com/keyinvest.

Diese strukturierten Produkte stellen keine Beteiligung an einer kollektiven Kapitalanlage im Sinne von Art. 7 ff. des Schweizerischen Bundesgesetzes über die kollektiven Kapitalanlagen (KAG) dar und unterstehen somit nicht der Bewilligung der Eidgenössischen Finanzmarktaufsicht FINMA. Deshalb besteht für den Investor, der in diese Produkte investiert, kein Anlegerschutz nach dem KAG. Dieses Inserat dient ausschliesslich zu Informationszwecken und ist nicht als Angebot, persönliche Empfehlung oder Aufforderung zum Abschluss einer Transaktion auszulegen oder als Anlageberatung anzusehen. Dieses Inserat stellt keinen vereinfachten Prospekt im Sinne von Art. 5 KAG sowie kein Kotierungsinserat im Sinne des Ko-

tierungsreglementes dar. Die massgebende Produktdokumentation kann direkt bei UBS Investment Bank im 24-h-Service unter Tel. 044-239 47 03, Fax 044-239 69 14 oder über E-Mail swiss-prospectus@ubs.com bezogen werden. Diese Emission unterliegt möglicherweise Verkaufsbeschränkungen u.a. für Europa, Hongkong, Singapur, USA und US-Personen (die Emission unterliegt schweizerischem Recht). Vor dem Eingehen von strukturierten Transaktionen empfiehlt sich eine fachkundige Beratung durch Ihre Hausbank. Die Angaben in diesem Inserat erfolgen ohne Gewähr.



SWISSQUOTE BIETET NOCH VIEL MEHR

- Informationsportal swissquote.ch mit kostenlosen Echtzeit-Dienstleistungen für die Kunden der Bank
- Innovative Instrumente für die private Vermögensverwaltung (ePrivate Banking) und/oder Wertschriftenanalyse
- Echtzeit-Bankkonto in verschiedenen Währungen, Wertschriften-Depositenkonto, Online-Zahlungsdienst, Wertschriftenhandel zu Discountpreisen
- Echtzeit-Aktienhandel auf den wichtigsten Börsenplätzen der Welt (siehe Karte)
- Online-Handel mit Optionen und Futures auf den wichtigsten Terminmärkten (Eurex, CME – Chicago Mercantile Exchange, ISE – International Securities Exchange)
- Echtzeit-Handel mit Warrants und anderen derivativen oder strukturierten Produkten (Scoach, Euwax)
- Fundshop: die grösste schweizerische Handelsplattform für Anlagefonds (mehr als 5'500 Produkte online)
- Obligationenhandel (mehr als 9'000 Produkte)
- eForex (Devisen und Edelmetalle): Dank unserer innovativen FXBook-Technologie (Spread ab 1,8 Pips, Leverage 100:1) stehen mehr als 60 Währungspaarungen zur Verfügung
- Neuartiges Sparkonto
- Devisen: Devisenhandel (Spot, Termin, Swap, Optionen)
- Lombardkredite
- Fest- bzw. Termingeld-Konten und Treuhandanlagen
- Kreditkarten (Visa, Mastercard)
- Mehrsprachiges Customer Care, wochentags durchgehend geöffnet von 8 bis 22 Uhr: in der Schweiz 0848 25 88 88, aus dem Ausland +41 44 825 88 88

Eines der schweizweit grössten Angebote an Optionsscheinen auf Small-, Mid- und Largecaps



Kleine Werte ganz gross. Setzen Sie mit Optionsscheinen gehebelt auf die Wertentwicklung von Schweizer Basiswerten. db-X markets bietet Ihnen hierfür eine der umfangreichsten Paletten von Warrants in der Schweiz – nicht nur auf Schweizer Blue Chips, sondern auch auf viele Schweizer Small-, Mid- und Large Caps.

Kontakt db-X markets

db-X markets, Ihr Zugang zur weltweiten Investment-Kompetenz der Deutschen Bank.

www.dbxmarkets.ch

Hotline: +41 44 227 34 20

E-mail: x-markets.ch@db.com

Leistung aus Leidenschaft



Die Welt

der Zertifikate von Vontobel mit der Welt der Rohstoff-Indizes von J.P. Morgan kombinieren: Mit unserer neuen Rohstoff-Indexfamilie erschliessen Sie sich die ganze Vielfalt

der Rohstoffe.



Kapitalschutz

Rendite

Partizipation

Anlageprodukte mit Referenzschuldner

Hebel

Ein Rohstoffinvestment der neuen Generation

Mit Tracker-Zertifikaten auf die etablierte Rohstoff-Indexfamilie «JPMorgan Commodity Curve Indices» (JPMCCI) eröffnet sich Privatanlegern die Möglichkeit, nicht nur in einen breiten Gesamtindex mit 36 Rohstoffen, sondern auch gezielt in 4 Sektorindizes wie Agrar, Energie, Industriemetalle und Edelmetalle sowie Indizes auf ausgewählte Einzelrohstoffe zu investieren.

Anleger können mit VONCERTs Open End* nahezu 1:1 an der Entwicklung des Basiswertes partizipieren. Die Produkte sind nicht nur in der Indexwährung USD, sondern je nach Präferenz auch in CHF Quanto oder EUR Quanto erhältlich, womit das Wechselkursrisiko des USD zum CHF bzw. zum EUR abgesichert werden kann.

Übersicht «JPMorgan Commodity Curve Indices» (JPMCCI)

Gesamtindex		Sektorindizes		
				
Agrarrohstoffe		Energierohstoffe		
Industriemetalle		Edelmetalle		
JPMCCI Aggregate Total Return Index	JPMCCI Agriculture Total Return Index	JPMCCI Energy Total Return Index	JPMCCI Industrial Metals Total Return Index	JPMCCI Precious Metals Total Return Index
Einzelrohstoffindizes				
JPMCCI Baumwolle TRI	JPMCCI Rohöl TRI (Brent)	JPMCCI Kupfer TRI	JPMCCI Gold TRI	
JPMCCI Mais TRI	JPMCCI Rohöl TRI (Crude)		JPMCCI Silber TRI	
JPMCCI Kakao TRI	JPMCCI Erdgas TRI			
JPMCCI Kaffee TRI				
JPMCCI Zucker TRI				
JPMCCI Weizen TRI				

STRUKTURIERTE PRODUKTE
MESSE 2011

KONGRESSHAUS ZÜRICH
26. bis 27. Oktober 2011

Stand: 62
www.stp-messe.ch

Wir beraten Sie gerne

Gratis-Hotline 00800 93 00 93 00

Institutionelle Investoren 058 283 78 88

www.derinet.ch – die Plattform für strukturierte Produkte der Bank Vontobel

* VONCERTs haben keinen Kapitalschutz. Bei nicht Quanto-währungsgesicherten Produkten besteht das entsprechende Währungsrisiko. Die entsprechende Quanto-Gebühr wird in den Zertifikatspreis eingerechnet.

Alle Produkte, sowie weitere Informationen zu den Chancen und Risiken, sowie eine ausführliche Rohstoffbroschüre erhalten Sie auf unserer Homepage www.derinet.ch/jpmcci.

Lizenzhinweis

Die Wertpapiere werden von J.P. Morgan Securities Ltd. nicht gesponsert, gefördert, verkauft oder unterstützt. J.P. Morgan bietet den Wertpapierinhabern oder sonstigen Personen keine ausdrückliche oder stillschweigende Garantie oder Zusicherung, weder hinsichtlich der Zweckmässigkeit, allgemein in Wertpapiere oder speziell in diese Wertpapiere zu investieren, noch hinsichtlich der Fähigkeit des JPMorgan Commodity Curve Index, ein festgelegtes Ziel zu erreichen. J.P. Morgan hat der Bank Vontobel AG («Lizenznehmerin») eine Lizenz zur Nutzung des JPMorgan Commodity Curve Index in Zusammenhang mit den Wertpapieren erteilt. J.P. Morgan ist nicht verantwortlich für die Ausgabe, Verwaltung, das Marketing oder den Handel der Wertpapiere und übernimmt in dieser Hinsicht keinerlei Verpflichtungen oder Haftung. J.P. Morgan ist der Marketingname für JPMorgan Chase & Co. und deren Tochter- und Beteiligungsgesellschaften weltweit.

Diese Publikation dient lediglich der Information und richtet sich ausdrücklich nicht an Personen, deren Nationalität oder Wohnsitz den Zugang zu solchen Informationen aufgrund der geltenden Gesetzgebung verbieten. Sie stellt kein Kotierungsinserat, keinen Emissionsprospekt gem. Art. 652a OR bzw. 1156 OR und keinen vereinfachten Prospekt gem. Art. 9 des Bundesgesetzes über die kollektiven Kapitalanlagen (KAG) dar und ist weder als Offerte oder Einladung zur Offerterstellung noch als Empfehlung zum Erwerb von Finanzprodukten zu verstehen. Die rechtlich massgebliche Produktdokumentation (Kotierungsprospekt) besteht aus dem definitiven Termsheet mit den Final Terms und dem bei der SIX Swiss Exchange registrierten Emissionsprogramm. Diese sowie die Broschüre «Besondere Risiken im Effektenhandel» können unter www.derinet.ch oder bei der Bank Vontobel AG, Financial Products, Dreikönigstrasse 37, CH-8022 Zürich, kostenlos bezogen werden. Derivative Produkte sind keine kollektiven Kapitalanlagen im Sinne des KAG und daher nicht der Aufsicht der Eidgenössischen Finanzmarktaufsicht FINMA unterstellt. Anlagen in Derivative Produkte unterliegen dem Ausfallrisiko des Emittenten/Garantiegebers und weiteren spezifischen Risiken, wobei ein möglicher Verlust auf den bezahlten Kaufpreis beschränkt ist. Vor dem Eingehen von Derivatgeschäften sollten Anleger die Produktdokumentation lesen, ausserdem empfiehlt sich eine fachkundige Beratung. Die Angaben in dieser Publikation erfolgen ohne Gewähr. Für Fragen zu unseren Produkten stehen wir Ihnen gerne unter Telefon +41 (0)58 283 78 88 zur Verfügung. Wir machen Sie darauf aufmerksam, dass die Gespräche auf diesen Linien aufgezeichnet werden. © Bank Vontobel AG. Alle Rechte vorbehalten. Zürich, 20. Oktober 2011



Private Banking
Investment Banking
Asset Management

Leistung schafft Vertrauen

Vontobel Holding AG (S&P A / Moody's A2)
Bank Vontobel AG (S&P A+ / Moody's A1)

Roller: Aller guten Dinge sind drei

Das Monopol von Piaggio auf dem Markt für Dreirad-Roller geht zu Ende. Soeben wurde ein ernstzunehmender Konkurrent, der Quadro 3D, zugelassen.

Bertrand Beauté

«Die Dreirad-Roller sind ein voller Erfolg. Im Moment machen sie 50 Prozent unseres Umsatzes aus.» Seit der MP3 von Piaggio 2006 auf den Markt kam, reibt sich Massimo Maodda, der Geschäftsführer des Piaggio Center in Genf, die Hände: Die Scooter mit drei Rädern gehen weg wie warme Semmeln. «Die Kunden sind begeistert von der zusätzlichen Stabilität, die das dritte Rad bringt», erklärt Massimo Maodda. «Gerade Autofahrer, denen Zweiräder Angst machen, lassen sich davon verführen.»

Die Begeisterung der Grossstädter für diese Maschinen nahm 2008 deutlich zu, als das Modell LT (Large Tread, deutsch: breite Spur) herauskam, das man mit einem normalen Pkw-Führerschein fahren darf. Dank dieser neuen Klassifizierung konnte Piaggio in fünf Jahren 80'000 Exemplare verkaufen. Ein Erfolg, den die italienische Firma ganz für sich allein auskosten konnte, da es in diesem Nischenmarkt bisher keine Konkurrenz gab. «Bisher», weil nun ein neues Unternehmen, Quadro Technologie, dem Alleingang ein Ende setzt.

Diese italienische Firma, die bisher kaum bekannt ist, verkauft seit Mitte September den Quadro 3D, den ersten



PIAGGIO PICTURES / ALBUM / NEWS.COM

Ihnen steht der Sinn nach bester Gesellschaft?



bmarkets.com

Ganz gleich ob Sie in Regionen, Sektoren oder Themen investieren möchten – mit den neuen Chips-Indizes von Barclays holen Sie sich Qualitätsaktien in Ihr Depot. Informieren Sie sich.

Bmarkets

 **BARCLAYS**



Marabese Quadro 3D



Piaggio MP3

Roller, der dem MP3 in die Quere kommen kann. Ein ernstzunehmender Gegner? Zwar kann man aufgrund fehlender erster Verkaufszahlen nur spekulieren, doch die berufliche Vergangenheit von Firmengründer Luciano Marabese deutet darauf hin, dass der Quadro 3D die etablierte Ordnung durcheinanderbringen könnte.

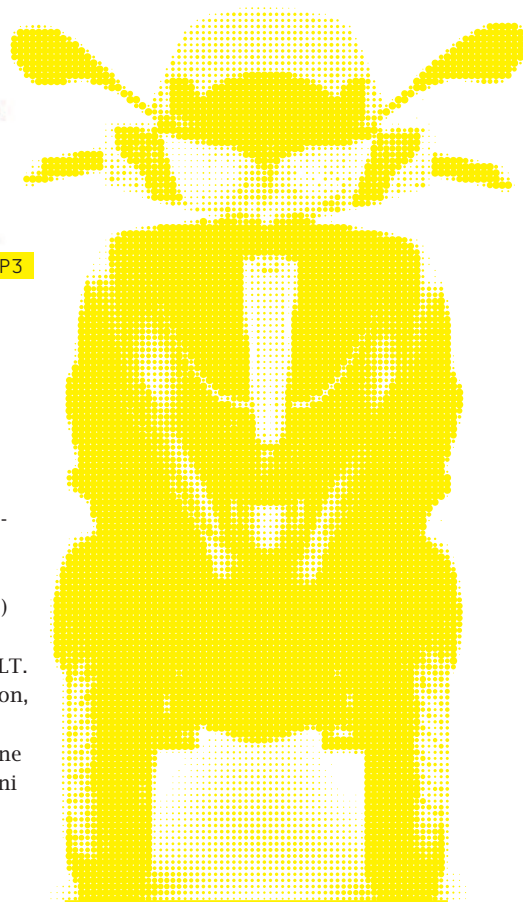
1999 konzipiert der renommierte italienische Designer Marabese mit seinem Unternehmen Marabese design einen Dreirad-Roller. 2004 kauft Piaggio den Entwurf und landet mit dem MP3 einen grossen Erfolg. Doch die von Piaggio entwickelte Technologie einer neigbaren Vorderachse mit einem System aus Spur- und Lenkstangen erweist sich als schwerfällig und komplex. Marabese weiss um dieses Manko und entwickelt für seinen Quadro 3D ein neues, einfacheres System einer neigbaren Vorderachse (eine hydro-pneumatische Aufhängung mit drei Stossdämpferzylindern).

Das Ergebnis: «Der Quadro 3D ist sicherer, sportlicher und bequemer als die Modelle von Piaggio», findet der Chefredaktor von «scooter-station», Mehdi Bermi, nach einer Probefahrt auf dem Quadro 3D. «Da, wo der MP3 «einknickt», um sich in die Kurven zu legen, hält der 3D etwas stärker gegen, was ihm mehr Stabilität verleiht. Die hydro-pneumatische Aufhängung erweist sich als enorm robust und legt eine sehr gute Strassenlage an den Tag. Hinzu kommt ein Bremssystem, bei dem man sich sicher fühlt, was die Zielgruppe überzeugen wird. Im Visier hat der Quadro 3D schliesslich Städter, die vor den typischen Zweiräder Gefahren zurückschrecken.»

Der hintere Teil der Karosserie des 3D könnte klassischer kaum sein, doch die Front wartet mit straffen, rassigen Linien auf, die dem Roller eine sportliche Attitüde verleihen.

Der Motor hingegen ist eine Enttäuschung. Der Motorblock liegt mit seinen 313 cm³ auf dem Level des MP3 300ie LT von Piaggio (278 cm³) und damit weit unter der Leistung des Dreirad-Bestsellers MP3 400ie LT. «Der Motor des 3D stammt von Aeon, einem taiwanesischen Rollerbauer, der auf dem Gebiet nicht gerade eine Koryphäe ist», merkt Mehdi Bermi an. «Im Gebrauch ist die Maschine nicht unangenehm, aber sie ist lauter und weniger leistungsstark als bei Piaggio.»

Von Aeon lässt sich Quadro Tecnologie auch das Getriebe bauen und die Teile des 3D zusammensetzen, um Kosten zu sparen. Dennoch kostet der Quadro genau so viel wie der Piaggio MP3 300ie LT (7'290 Euro zu 7'299 Euro). «Bei einem vergleichbaren Preis vergleichen die Kunden natürlich», bemerkt Mehdi Bermi nicht ohne Ironie. «Bei dem Modell der Nullserie, das ich getestet habe, waren Verarbeitung und Qualität der verwendeten Kunststoffe sehr schlecht. Die Piaggios sind besser verarbeitet und hochwertiger. Bedenkt man nun, dass die Zielgruppe dieser Premium-Scooter aus Autofahrern besteht, die von Staus die Nase voll haben, aber die Gefahr der Zweiräder scheuen, könnten diese Mängel in der Verarbeitung den Umsatz einschränken. Denn diese potenziellen Käufer sind die Qualitätsstandards eines Autos gewöhnt. Und davon ist der 3D derzeit weit entfernt.»



Und morgen der Vierrädler!

Nach der Lancierung des Quadro 3D will Quadro Technologie sofort noch einen Schritt weitergehen. Die italienische Firma hat für Anfang 2012 bereits den Quadro 4D angekündigt. Der Unterschied zum 3D? Ein zusätzliches Rad, womit dieses Modell der erste Vierrad-Roller auf dem Markt sein wird. Das Unternehmen meint, der vierrädrige Quadro werde eine höhere Stabilität und stärkere Bremsen haben als der Bruder mit den drei Rädern. Kurz gesagt: mehr Sicherheit. Argumente, die Mehdi Bermi, den Chefredaktor von «scooter-station», nachdenklich stimmen: «Im Moment sehe ich darin nur ein Marketingargument. Andererseits kann ich es kaum erwarten, das Ding mit den vier Rädern zu testen. Vielleicht werde ich ja völlig baff sein.»

**Schweizer Erfindungen sind effizient:
Genau wie unsere Faktor-Zertifikate.**

Mehr Power fürs Portfolio: Neue Faktor-Zertifikate mit Hebel 5.

Nutzen Sie die neue Generation von Hebelprodukten, mit denen Sie auf einfache Art und Weise von Kursbewegungen eines Basiswertes profitieren können. Jedes Faktor-Zertifikat hat eine unbegrenzte Laufzeit und bezieht sich auf einen von der Commerzbank berechneten Index. Jedem Index liegt ein Basiswert zugrunde, dessen Rendite auf Tagesbasis berechnet wird.

Besondere Merkmale der Zertifikate sind:

- Konstanter Hebel
- Einfache Funktionsweise
- Open-End-Laufzeit
- Kein Knock Out
- Kein Volatilitätseinfluss
- Keine Rollverluste



Hebel	Faktor Long (auf steigende Kurse)		Faktor Short (auf fallende Kurse)	
	3	5 NEU	3	5 NEU
Basiswert	Symbol	Symbol	Symbol	Symbol
ABB	CBLAB	CBLAB5	CBSAB	CBSAB5
Credit Suisse	CBLCR	CBLC55	CBSCR	CBSC55
Swiss Re	CBLSR	CBLRE5	CBSSR	CBSRE5
UBS	CBLUB	CBLUB5	CBSUB	CBSUB5
Zürich Versicherung	CBLZU	CBLZU5	CBSZU	CBSZU5

Dieses Dokument stellt keinen vereinfachten Prospekt im Sinne von Art. 5 des Bundesgesetzes über die kollektiven Kapitalanlagen («KAG») dar und ist weder als Angebot noch als Empfehlung zum Kauf der Zertifikate zu verstehen. Die Zertifikate sind keine Kollektivanlagen im Sinne des KAG und unterstehen weder einer Bewilligungs- oder Genehmigungspflicht noch der Aufsicht durch die Eidgenössische Finanzmarktaufsicht FINMA. Anlagen in die Zertifikate unterliegen dem Ausfallrisiko des Emittenten. Die vollständig und rechtlich verbindlichen Emissionsbedingungen der Zertifikate sind im Basisprospekt und in den endgültigen Bedingungen enthalten. Diese Dokumente sind in elektronischer Form unter www.zertifikate.commerzbank.ch verfügbar oder in physischer Form kostenlos bei der Commerzbank AG, Zweigniederlassung Zürich, Utoquai 55, CH-8034 Zürich erhältlich. *Bitte nehmen Sie zur Kenntnis, dass die Gespräche auf dieser Telefonlinie aufgezeichnet werden. Wir gehen von Ihrer Zustimmung aus.

Weitere Faktor-Zertifikate und Informationen:

www.zertifikate.commerzbank.ch, 0800 11 77 11* oder derivatives.swiss@commerzbank.com

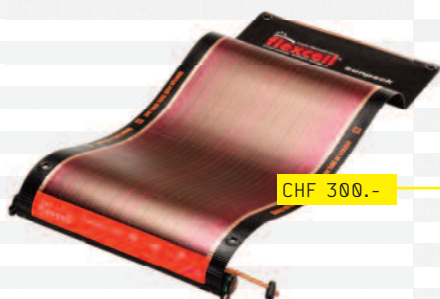


ABONNEMENT

6 Ausgaben für CHF 40.-

Bestellen Sie Ihr Abo online unter www.swissquote.ch/magazine/d/

Nie ohne Power: Tragbare Solarzellen machen es möglich



CHF 300.-

Solarpanels halten überall Einzug und sind nicht mehr nur auf Gebäudedächern anzutreffen. Heutzutage sind sie tragbar oder sogar in eine Tasche integriert und ermöglichen die unabhängige Versorgung elektronischer Kleingeräte.

Marc Renfer

Ob während eines Wüstentrekking oder unterwegs zwischen zwei Geschäftsterminen: Die Suche nach einer Stromquelle kann eine gewisse Hektik auslösen.

Tragbare Solarladegeräte können hier Abhilfe schaffen. Für das Wildnis-Abenteuer im Zelt empfiehlt sich ein leistungsstarkes Solarpanel. In der Stadt oder auf kleinen Wanderungen hingegen genügen Rucksäcke oder Taschen mit etwas geringerer Leistung, die die Betriebsdauer schwächelnder Akkus um einige Stunden verlängern.



CHF 225.-

Ein junges Schweizer Unternehmen mit Sitz in Yverdon profiliert sich im Bereich der tragbaren Solarpanels, die für eine mobile Nutzung fernab der Zivilisation konzipiert sind: **Flexcell** stellt verschiedene flexible, aufrollbare Solarzellen her. Nachdem das Biwak aufgeschlagen ist, sorgt die Sunpack ion+ mit integriertem Akku für dessen qualitative gute Versorgung mit Strom. Ein wichtiger Vorteil: Flexible Geräte lassen sich praktisch überall aufstellen und können so die Sonneneinstrahlung optimal nutzen. Das Plus bei der Sunpack ion+ ist, dass sie zu den wenigen vollständigen Produkten gehört. In der Regel werden die Panels nämlich «nackt» verkauft. Die sogenannten «Pufferakkus», die tagsüber die Energie speichern, mit der Geräte später – auch nach Sonnenuntergang –

aufgeladen werden können, gehören meist nicht zum Lieferumfang.

Um Laptops aufzuladen, sind Pufferakkus übrigens aufgrund der benötigten hohen Spannung unverzichtbar, denn sie lassen sich mit mobilen Solarpanels nicht «direkt» aufladen. Dazu muss zuerst Energie zwischengespeichert werden.

Für weniger anspruchsvolle Einsätze bietet der Markt einfacher zu bedienende «All-in-one»-Taschen. Sie sind für Technikfans gedacht, die sich vor der plötzlichen Strompanne fürchten, und mit Solarpanels, Akkus und einem umfangreichen Adapterset ausgestattet, an das sich Handys, MP3-Player oder Fotoapparate anschliessen lassen.

Für das Abenteuer im Zelt empfiehlt sich ein leistungsstarkes Solarpanel.

Der amerikanische Spezialist Voltaic stellt beispielsweise verschiedene hochwertige Solar-rucksäcke her, darunter den **OffGrid**, mit dem auch Smartphones aufgeladen werden können. Dessen Autonomie lässt jedoch selbst bei alltäglichem Einsatz im städtischen Umfeld oft noch zu wünschen übrig. Mehr Leistung bringt hingegen der **Generator Solar Laptop Charger**, der als klassische Notebooktasche im Handel ist. Für das Notebook gibt es einen direkten Ausgang, eine Steckdose braucht es nicht. Ebenfalls im Handel erhältlich ist die **Spark**, eine speziell für iPads entworfene Hülle, die jedoch auch für iPhones oder iPods benutzt werden kann.

Mit dem **RLX** ist nun auch die Modemarke Ralph Lauren in dieses zukunftssträchtige Geschäft eingestiegen und bietet einen besonders formschönen Solarrucksack, der in zwei Farben erhältlich ist.

Wichtig ist natürlich die Frage der Ladezeit: Sie beträgt mit einem tragbaren Solarpanel bei optimaler Sonneneinstrahlung für ein Handy etwas mehr als eine Stunde, vier bis fünf Stunden mit einer OffGrid-Tasche. Die Steckdose bleibt somit nach wie vor komfortabler, aber dafür ist man unabhängig von anderen Stromquellen sorglos – und umweltfreundlich – unterwegs. ▲



CHF 405.-



CHF 270.-



CHF 720.-

Endlich wieder HiFi

Die Standardisierung mit dem Format MP3 hat die Klangqualität nach unten nivelliert. Neue Systeme bringen den guten Ton wieder zum Klingen.

Didier Bonvin

Der Wettlauf um Miniaturisierung und schrankenlose Mobilität hat die Musikbranche dazu gedrängt, massiv auf das MP3-Format zu setzen. Komprimierte Audiodaten mögen für den Transport von Musik praktisch sein, weil sie sich mit wenig Speicherplatz begnügen, doch für audiophile Klangästheten ist die Kompression ein Irrweg.

«Sie können die besten Lautsprecher der Welt haben – mit MP3 nützt Ihnen das gar nichts! Was zählt, ist die Qualität der Tonquelle. Ein Lautsprecher kann nicht mehr, als diese Quelle abzuspielen. Und wenn die schlecht ist, ist die Wiedergabe eben auch schlecht», erklärt Oliver Maget, Geschäftsführer von Audio Concept in Lausanne. Angesichts dieses Mangels ist ein neuer Markt – derzeit noch eine Nische – für Musikserver entstanden, die Audio-CDs in hoher Tonqualität speichern können. Diese Geräte, die aussehen wie ein Hightech-CD-Player, bergen in ihrem Innern Spitzentechnologie, die eine hervorragende Musikwiedergabe bei minimalem Verlust ermöglicht.

OLIVE 06HD

Design und Hightech

Attraktives Design in Verbindung mit Top-Qualität – dieser Server ist fast schon ein Ausstellungsstück. Die Bedienerschnittstelle ist ein 10-Zoll-Touchscreen, anwenderfreundlich und funktional; praktischerweise können iPad und Smartphone als Fernbedienung verwendet werden.

Die massive 2-TB-Festplatte nimmt bis zu 6000 CDs auf – schon eine ganz beachtliche Liebhabersammlung. Dank einem System der passiven Kühlung (ohne Lüftung) erfolgt die Wiedergabe absolut geräuschlos.

Das Gerät kann CDs nicht nur in HiFi abspielen und digitalisieren,

sondern auch im nicht komprimierten WAV-Format brennen.

Olive 06HD
CHF 6490.-





NAIM HDX

Die Referenz

Naim ist «die» Referenz für den Tonpuristen. Die CD-Player des Unternehmens gehören zu besten weltweit. Stargerät der Marke ist derzeit der Audioserver: die Festplatte mit einer Kapazität von 1 Terabyte (1000 GB) speichert bis zu 1200 CDs.

Naim HDX gehört mit zum Besten, was der Stand der Technik derzeit zu bieten hat, und ist jetzt auch in SSD (Solid State Drive) verfügbar; diese neue Speichertechnik ist für ihre Langlebigkeit (keine physischen Bewegungen wie bei einer Festplatte) und den besonders schnellen Zugriff bekannt. Diese Version hat eine Speicherkapazität von 16 GB.

Naim HDX
CHF 7650.-

Alle Musikserver arbeiten mehr oder weniger nach dem gleichen Prinzip. Die CD wird eingelegt, gelesen und in nicht komprimiertem Format ohne Qualitätsverlust digitalisiert. MP3 dagegen reduziert das musikalische Spektrum und verflacht den Ton. Über Internet können die Informationen zu der CD abgerufen werden: Cover, einzelne Titel usw. Manche Musikserver lesen sogar die gleiche CD viermal bei vier unterschiedlichen Geschwindigkeiten, um die Verluste zu minimieren und möglichst nahe an der ursprünglichen Studioqualität zu bleiben.

Ein Musikserver erlaubt es, das ganze Potenzial einer High-End-Anlage auszuschöpfen – derzeit die beste Lösung für anspruchsvolle audiophile Hörer, die ihre Musik doch gerne digital ablegen möchten.

Zwei Namen haben sich bei Kennern bisher durchgesetzt: Naim und Olive. Naim war bisher vor allem für seine erstklassigen Verstärker und Vorverstärker bekannt. Die Musikserver der Marke stehen ganz in der Tradition des Hauses: schlicht, funktional und professionell. Die Geräte von Olive suchen mehr das Design und den glanzvollen Auftritt mit grellen Farben und grosszügigem Touchscreen. Beide Lösungen sind noch sehr kostspielig (s. Kasten gegenüber), doch Spitzenqualität hat eben ihren Preis ... ▀





ELAINE FAITH

IM PARADIES DER REVOLUTION

2010 kamen mehr als eine Million Touristen nach Nicaragua, um die faszinierende und oft verkannte Wiege der sandinistischen Revolution zu entdecken. Wer den Kontrast zum Alltag sucht, ist im grössten Land Mittelamerikas goldrichtig.

Jean-Cosme Delaloye





Der aktive Vulkan Telica, ein Erlebnis für Wanderer



Die Kathedrale von Granada

In Managua ist das ganze Jahr über Weihnachten. Riesige Tannenbaumkonstruktionen aus Metall, geschmückt mit bunten Girlanden, stehen auf den Verkehrskreiseln der Hauptstadt von Nicaragua. Sie erinnern die Einwohner der Stadt täglich an die «Geschenke» der sandinistischen Revolution, wie sie eine Frau aus Managua lachend bezeichnet. Am Wochenende verbringen Gruppen von Anhängern der sozialistischen Bewegung viele Stunden am Fuss dieser Weihnachtsbäume. In Pink gekleidet, der Farbe von Präsident Daniel Ortega, rufen sie Parolen zu dessen Ehren, wobei sie von ihren Mitbürgern häufig amüsiert belächelt werden.

Das Land bietet eine ebenso reiche und vielfältige Natur wie Costa Rica.

Der Park Loma de Tiscapa am Rand der traumhaften Lagune von Tiscapa ist der ideale Ort, um die immer noch andauernde Revolution der Sandinisten zu bestaunen. Der Park liegt über der Stadt mit ihren 1,8 Mio. Einwohnern am Ufer des Managuasees und bietet einen einzigartigen Blick auf eine Metropole, die sich rings um ihre Verkehrsinseln versammelt.

Die allabendlich beleuchteten Tannen sind wohl die sichtbarsten Relikte der bewegten Vergangenheit des grössten mittelamerikanischen Landes. Nicaragua hat das blutige Kapitel des Bürgerkriegs, der das Land in den 70er- und 80er-Jahren zerrissen hat, hinter sich gelassen. Das von Armut geprägte Land hat immer noch jede Menge Probleme, doch anders als sein nördlicher Nachbar Honduras leidet es nicht unter Unsicherheit und kriminellen Banden. Und es bietet eine ebenso reiche und vielfältige Natur wie Costa

Rica. Mit einem grossen Plus für alle Reisenden: Die Lebenshaltungskosten sind sehr niedrig. Man bekommt für einen Franken etwas zu essen und kann zu Spottpreisen ein Haus an einem Traumstrand wie der Playa Jiquilillo an der Pazifikküste im Nordosten des Landes mieten.

In Nicaragua fühlt man sich wohl. Was wie eine abgedroschene Tourismuswerbung klingt, trifft einfach genau das Gefühl, das man bei der Begegnung mit den herzlichen Einhei-



mischen empfindet. Im Hinterland sieht man häufig alte Guerilleros in vollendeter Harmonie mit denjenigen leben und arbeiten, die sie während des Bürgerkriegs bekämpft haben. Es lohnt sich zuzuhören, wenn die «Alten» vom Tod Augusto Sandinos im Jahr 1934 erzählen, der die nicaraguanische Rebellion gegen die damalige Besetzung durch das amerikanische Militär anführte. Ausserdem kennen die Nicaraguaner viele Geschichten und Anekdoten über die Somoza-Diktatur von 1936 bis 1979, über die Revolution, den Bürgerkrieg und den Wahlsieg von Daniel Ortega, dem Garanten der sandinistischen Revolution, im Jahr 2007.

Im Herzen von Managua schlummert ein Viertel, das komplett aus identischen kleinen Fertighäuschen besteht und mit den rotschwarzen Fahnen der Sandinistischen Nationalen Befreiungsfront, der Partei von Daniel Ortega, geschmückt ist. Es erinnert an die sozialistischen Ideale der Bewegung, die nun an der Macht ist. Einige hundert Meter entfernt befinden sich die Ruinen der Kathedrale, ein Andenken an das schreckliche Erdbeben vom 23. Dezember 1972, dem 11'000 Menschen in Managua zum Opfer fielen. Die Hauptstadt ist jedoch – häufig zu Unrecht – meist nur ein Zwischenstopp auf dem Weg zu beliebteren Städten wie León oder Granada.

Granada ist für jeden Nicaragua-Reisenden ein Muss. Die Stadt wurde 1524 vom Spanier Francisco Hernandez de Cordoba gegründet und ist damit eine der ältesten Städte Amerikas. Sie liegt etwa zehn Kilometer vom majestätischen Vulkan Mombacho entfernt, der sich mit seinem 1344 Meter hohen Gipfel über die Ufer des Nicaraguasees erhebt. Der immer noch aktive Vulkan und der Regenwald versprechen unvergessliche Wanderungen in einer Region, die vor paradiesischen Ausflugszielen geradezu überquillt.

Die Halbinsel Asese, die prachtvolle Insel Ometepe mit ihren zwei Vulkanen auf dem Nicaraguasee oder auch die wilden Strände von Tola am Pazifik

PRAKTISCHE TIPPS

Verkehrsmittel:

Der Flug von Genf nach Managua kostet rund 1300 Franken inklusive Steuern und Gebühren. Vor Ort ist das Leben sehr günstig. Das beliebteste Fortbewegungsmittel der Nicaraguaner ist der Bus (die Fahrt von Managua nach Granada kostet nicht mal einen Franken). Die Busse sind jedoch häufig überfüllt, und man muss sich vor Taschendieben in Acht nehmen. Nicaragua lässt sich gut mit einem Mietwagen erkunden. Ein Geländewagen ist ratsam. Die Kosten für zehn Tage liegen zwischen 250 Franken für einen Kleinwagen und 450 Franken für einen Geländewagen. Managua kann für Touristen allerdings verwirrend sein. Die Strassen haben keine Namen, und die Taxifahrer richten sich nach markanten Bezugspunkten.

Unterkunft:

Der Preis für eine Nacht in einem Hotel mit ausreichend Komfort in Managua liegt bei 15 bis 40 Franken pro Person. Ein Ferienhaus kostet zwischen 400 und 1500 Franken pro Woche, je nach Lage und Kategorie. Auf der Website vrbo.com werden viele Häuser vermietet.

Visum:

Für Nicaragua braucht man kein Visum. Jeder Tourist, der am Flughafen von Managua landet, muss eine Touristentaxe von 10 Dollar zahlen.

Jahreszeit:

Der beste Zeitraum für eine Reise nach Nicaragua ist von November bis Mai. Irgendwann im Mai beginnt die Regenzeit. In der Karwoche vor Ostern sind die Preise gewöhnlich höher, weil dann viele Nicaraguaner an den Strand fahren.



Der Strand von Maderas, ein Paradies für Surfer

sind jeder für sich schon Grund genug für eine Reise nach Nicaragua.

Das Geheimrezept, um Nicaragua wirklich geniessen zu können, heisst Zeit. Denn besonders viel Spass bringt es, sich auf eine der vielen unbefestigten, ramponierten Wege zu wagen, die das Land durchziehen und häufig die einzige Möglichkeit sind, um atemberaubende Landschaften wie das Hinterland von Rio Blanco zu erreichen.

Oder den Rio San Juan, den Grenzfluss zwischen Nicaragua und Costa Rica. Und wenn man sich inmitten des Regenwalds oder in der alten Rodeo-Arena von Muy Muy befindet oder auf einem Pferd direkt an einem Vulkan entlangreitet, dann ist von der sandinistischen Revolution, die schon in Managua auf wenige Plätze begrenzt schien, in diesem wilden Paradies nicht mehr das Geringste zu spüren. ▲

MIKE VONDRAN

BOUTIQUE



3D-Designerbrille

Schluss mit der zweifarbigigen Pappbrille! Endlich können wir uns 3D-Filme auch mit edlen Accessoires ansehen, Gucci sei Dank. Wer selbst im dunklen Kinosaal gestylt auftreten möchte, besorgt sich die ultimative 3D-Fliegerbrille der italienischen Luxusmarke.

www.gucci.com

CHF 185.-

Mobile Musik

Wer einen Soundwagon erstecht, holt seine alten 33er Vinyl-LPs von Jimmy Hendricks aus dem Keller und begibt sich mit dem Mini-VW-Bus sogleich auf eine Fahrt in die Seventies: den mobilen Plattenspieler im Retro-Look auf die Platte gelegt, und ab geht die Musik! Ein Kinderspiel.

www.templeofdeejays.com

CHF 105.-



Diese Gläser der Cristallerie St. Louis sehen auch auf dem Kopf gut aus. Der Pariser Designer und Stylist José Levy entwarf sie in Anlehnung an alte Modelle der berühmten Glasmanufaktur. Seine Neuauf-lage mit Witz und Glamour ist vielseitig einsetzbar, etwa als Kerzenständer, Vase oder auch als Ablageschale.

www.saint-louis.com

CHF 415.- pro Glas

Grüner Espresso

Die umweltfreundliche Kaffeemaschine aus recykliertem Aluminium ist eigentlich keine: Presso funktioniert von Hand, mit gemahlenden Bohnen, ohne Wegwerfkapseln und sonstige Pads. Das formschöne Gerät braucht keinen Strom – will der Benutzer seinen Lieblingsespresso, braucht er dazu die eigene Muskelkraft.

www.presso.co.uk

CHF 179.-





Sneaker, ethisch korrekt und trendig

«Choose, Act, Check» lautet das Motto der Brüsseler Marke Jojo. Ein Teil der Gewinne jedes gekauften Paares wandert nach Afrika in zwei NGOs. Ob der Käufer damit die Aufzucht oder die Trinkwasserversorgung unterstützt, sieht man anhand einer Markierung im unteren Fersenbereich. Eine Website informiert über den Fortschritt des Projekts.

shop.jojoproject.com

CHF 93.-



Strampeln mit Stil

Hometrainer gehören zum alten Eisen – Platz für den Ciclotte, mit dem der italienische Designer Luca Schieppati das Rad neu erfindet. Das futuristische High-Tech-Schmuckstück ist meilenweit von den Stilvorgaben herkömmlicher Fitnessgeräte entfernt. Hier bekommt man richtig Lust, wieder mal aufs Rad zu steigen.

www.ciclotte.com

CHF 10'800.-

Nicht ohne mein Ladegerät

Im entscheidenden Moment ein leerer Akku – der Alptraum eines jeden Technikfreaks. Für die Ästheten unter den Geeks bringt Dunhill nun ein schickes, praktisches Nomad-Solarladegerät im Ledertäschchen auf den Markt, das 30 Stunden Betriebszeit beschert. Damit lassen sich Notsituationen elegant überbrücken.

www.dunhill.com

CHF 160.-



Fahren und Filmen

«Snow Summit Ski» heisst die originale Kamera-Skibrille, mit der Sie Ihre wilden Abfahrten fotografieren oder in HD mitschneiden können. Pluspunkte? Der Auslöser lässt sich auch mit Winterhandschuhen leicht bedienen, und für Nebelwetter gibt es ein spezielles Visier.

www.liquidimageco.com

CHF 295.-

In jeder Ausgabe von Swissquote Magazine erzählt ein Schweizer Kunstschaffender, wie er seine Ideen entwickelt. Nach dem Schriftsteller Matthias Zschokke und dem Musiker William White ist nun Raum für den Architekten Roger Diener.

«Zum Nachdenken brauche ich keine Ruhe»

Roger Diener

«Ich betrachte die Architektur gern als eigenständige Disziplin. Ich bewege mich mit meinen Ideen also im Wesentlichen innerhalb dieser Disziplin. Der Einfluss der Kunst auf mein Schaffen wird eher bei der Zusammenarbeit mit Künstlern deutlich, wie zum Beispiel beim Um- und Ausbau der Schweizer Botschaft in Berlin, an dem auch der Maler Helmut Federle beteiligt war. Mein komplett weisses Büro wird nur von einem Bild dieses Künstlers geschmückt.

Zum Nachdenken brauche ich keine besondere Ruhe. Meine Texte für Ausschreibungen verfasse ich gerne im grossen Zeichensaal, durch den alle hindurchgehen. Ich finde es leichter, mich zu konzentrieren, wenn viel los ist.

Unsere Ideen entwickeln wir vor allem in Form eines Dialogs, an dem das ganze Team beteiligt ist, auch unsere studentischen Praktikanten. Jeder bringt seine Vorschläge ein. Im Laufe dieser Diskussion nimmt das Projekt dann Gestalt an. Am Ende spielt es keine Rolle mehr, wer die erste Idee eingebracht hat, weil sie überarbeitet wird, bis es an dem daraus geborenen Konzept nichts mehr zu rütteln gibt.

Während der Entwurfsphase kann es vorkommen, dass man sich mal irrt. Man hält sich an der Beschaffenheit der Innenräume auf, und in Wirklichkeit besteht das eigentliche Problem darin, wie sich das Gebäude in die Stadt einfügen soll. Als wir das erste Gebäude der Universität in Malmö einweihten, sagte der schwedische Bildungsminister zu mir, dass es ein ganz besonderes Gefühl sein müsse zu sehen, wie ein Projekt vollendet werde. Ich erwiderte, dass ich furchtbar litte, weil ich nicht sicher sei, ob es ein Erfolg werde. Aber man muss sich von einem Projekt loslösen können und es anderen überlassen, es zu bewerten. Ein Gebäude muss sich aus sich selbst heraus legitimieren, ohne Erklärung des Architekten.



Roger Diener (61) zählt zu den berühmtesten Architekten der Schweiz. Er ist unter anderem bekannt für den geschickten, feinfühligsten Umbau der Schweizer Botschaft und des Naturkundemuseums in Berlin und für seine schlichten, eleganten Wohngebäude. Von seinem Vater Marcus (1918–1999) erbte er das Büro Diener & Diener in Basel, das derzeit im Pariser Vorort Drancy am Bau einer nationalen Gedenkstätte für die von Drancy aus in Vernichtungslager deportierten französischen Juden mitwirkt.

Ich merke, dass die in meinen Augen bedeutendsten Projekte, was Innovation anbelangt, nicht unbedingt jene sind, die letzten Endes auch umgesetzt werden. Allerdings können wir auch diese Versuche für spätere Projekte nutzen. Wir versuchen jedes Mal, kreativ zu sein, ohne dabei das zu vergessen, was wir bereits erschaffen haben. Ich mag diesen Domino-Effekt, wenn man ein Element wieder aufgreift und mit etwas Neuem kombiniert. Das ist eine Arbeitsweise, die sich sehr gut für europäische Städte eignet, wo es immer darum geht, neue Elemente zu einem bereits bestehenden architektonischen Erbe hinzuzufügen. Diese Verschmelzung von Tradition und Kreativität findet sich auch in allen Umbauten und Erweiterungen von Gebäuden wieder, die wir bislang durchgeführt haben.»

ÄUSSERSTE DISKRETION



PIAGET ALTIPLANO

Die flachste Automatik-Uhr der Welt

Gehäuse aus Weissgold

Gehäusehöhe: 5,25 mm

Das flachste Automatik-Uhrwerk der Welt

Piaget Manufaktur Kaliber

Höhe des Uhrwerks: 2,35 mm

PIAGET

www.piaget-altiplano.com



ePRIVATE BANKING

Ihr eigener Weg zum Erfolg.

Sie haben es sich verdient, selber zu bestimmen, wie Sie Ihr Vermögen anlegen möchten. Mit ePrivate Banking bietet Swissquote Ihnen eine neue Art Ihr Geld zu investieren. Hier sind Sie nur einen Klick von Ihrem persönlichen Erfolg entfernt: www.swissquote.ch

