

SWISSQUOTE

ePRIVATE BANKING MAGAZINE

39
SEITEN
DOSSIER



REPORTAGE
KOREA
대한민국
EIN LAND AUF DER
ÜBERHOLSPUR

.....HYUNDAI.....KIA.....HANKOOK.....ENSWERS.....

.....SAMSUNG.....YUJIN ROBOT.....NEOWIZ GAMES.....

ISSN 1664-2783



9 771664 278005



1839 entwickelte Vacheron Constantin zahlreiche Maschinen, darunter auch den berühmten Pantographen. Dieses mechanische Werkzeug ermöglichte zum ersten Mal in der Geschichte der Uhrmacherskunst die perfekte Reproduktion von Uhrenbestandteilen. Hierdurch wurde die Qualität der Zeitmesser erheblich verbessert. Diese Erfindung läutete die Zukunft der Marke ein und revolutionierte gleichzeitig die gesamte Schweizer Uhrmacherskunst.

Getreu der Geschichte und entsprechend dem traditionellen Renommee der Marke verpflichtet sich Vacheron Constantin, alle Uhren, die seit der Unternehmensgründung gefertigt wurden, zu warten, zu reparieren und zu restaurieren. Dies ist nicht nur Garant für herausragende Qualität, sondern auch Maß für die Vertrauenswürdigkeit, auf dem auch heute noch der gute Ruf des Hauses beruht.

Patrimony Contemporaine Ewiger Kalender

 *Genfer Panzer, Gehäuse aus Rotgold, mechanisches extra-flaches Uhrwerk mit Automatikaufzug, Kaliber 1120 QP, Mondphasenanzeige.*

Referenz: 43175/000R-9687

GEGRÜNDET 1755, AUF EINER INSEL
IM GENFER SEE. UND IMMER NOCH DORT.



VACHERON CONSTANTIN

Manufacture Horlogère, Genève, depuis 1755.

Ascona: Tetramant Chiasso: Mariotta Crans-Montana: Crans Prestige Genf: Les Ambassadeurs • Air Watch Center Interlaken: Kirchhofer Lugano: Les Ambassadeurs •
Merzmann Luzern: Embassy Montreux: Zbinden Samnau: Zegg Watches & Jewellery St. Gallen: Lobhart-Chronometrie St. Moritz: Les Ambassadeurs
Zermatt: Schindler Zürich: Les Ambassadeurs • Meister • Türlen Liechtenstein: Huber - Vaduz

Maison Vacheron Constantin • 7, Quai de l'Île • 1204 Genf • Tel. 022 316 17 20
Vacheron Constantin Boutique • 1, Place de Longemalle • 1204 Genf • Tel. 022 316 17 40

Für Augen, Herz und Ohren.



Der Audi A7 Sportback 3.0 TDI quattro Biturbo mit 313 PS.

Aufwändige Technologie führt zu starker Performance: Der sportliche 3.0 TDI-Dieselmotor mit 230 kW (313 PS) bietet 650 Nm Drehmoment und sprintet in 5,3 Sekunden von 0 auf 100. Serienmässig ist er mit Achtstufen-tiptronic sowie dem permanenten Allradantrieb quattro ausgestattet. Sein in die Abgasanlage integrierter Soundaktor erzeugt den satten Klang eines Achtzylinder-Benziners. Hinzu kommen hochwertige Ausstattung und dynamisches Design. www.audi.ch/a7

Audi A7 Sportback 3.0 TDI quattro Biturbo, Normverbrauch gesamt: 6,4 l/100 km, Benzinäquivalent: 7,2 l/100 km, 169 g CO₂/km (Durchschnitt aller verkauften Neuwagen: 159 g/km), Energieeffizienz-Kategorie: C.



Jetzt QR-Code scannen
und TDI Biturbo hören.

Vorsprung durch Technik



Korea – ein Land auf der Überholspur

Wer hätte einst gedacht, dass Südkorea heute auf der Liste der Exportländer weltweit an siebter Stelle stehen würde? Allein diese Statistik reicht aus, um den unaufhaltsamen Aufstieg dieses kleinen Landes aufzuzeigen, das derzeit seinen Nachbarn Japan in zahlreichen Branchen vom Thron stösst. Innerhalb von nur einem halben Jahrhundert hat Südkorea einen nahezu unglaublichen tigergleichen Sprung gemacht und sich in die Reihen der Industrieländer katapultiert. Von der Robotik über die Schiffsindustrie bis zu den neuen Technologien und der Automobilindustrie: Korea greift an allen Fronten an und zeigt sich überall innovativ.

Auch unsere Journalisten, die nach Seoul gereist sind, um das Dossier dieser Ausgabe (siehe S. 36 ff.) zu erarbeiten, liessen sich von dieser Dynamik begeistern. Die Schnelligkeit, mit der die verschiedenen Entwicklungen in Korea vorangetrieben werden, bilden einen klaren Gegensatz zu der für die sanfte Schweiz typischen Langsamkeit und Vorsicht.

Tatsächlich ähnelt Korea einem Versuchslabor der Zukunft. Nur ein Beispiel: Das Land weist eine rekordhohe Anzahl an VDSL-Internetanschlüssen auf. Korea, das Land der «early adopters», begeistert sich nicht nur für die jüngsten technologischen Neuerungen, sondern meistert inzwischen auch die Kunst ihrer Vermarktung. Der Konzern Samsung Electronics, der Innovation zu seinem wesentlichen Markenzeichen erklärt hat, ist heute das sichtbarste und eindrück-

lichste Beispiel für den sprunghaften Fortschritt, den die koreanischen Unternehmen in den letzten Jahren vollzogen haben.

Über die Qualitätssteigerung der Produkte «made in Korea» hinaus ist es am Ende das Markenimage des ganzen Landes, das sich verändert. Korea ist weit über seine Grenzen hinaus verlockend und attraktiv. Seine Faszination reicht bis nach Europa, wo die Jugendlichen heute am K-Pop Gefallen finden und die fröhlichen Tanzschritte der örtlichen Stars nachahmen. Auch dies ist ein weiteres Zeichen – falls wir denn noch eines mehr brauchen – der Vitalität dieses Landes, das nicht so bald in seiner Bewegung innehalten wird.

Neben diesem Dossier befasst sich die vorliegende Ausgabe des «Swissquote Magazine» unter anderem mit dem Phänomen der «Börsenkinder», der jugendlichen Trader (S. 74), und mit der Finanzierung der amerikanischen Universitäten mithilfe von Endowment Funds (S. 70) – ein effizientes Modell, das unter den Schweizer Hochschulen und Universitäten noch wenig verbreitet ist. Zum Abschalten und Entspannen schliesslich empfehlen wir einen Blick in die Freizeit-Rubrik des Magazins, wo es um Bergläufe, Wohnmobile und Weine aus der Neuen Welt geht.

Viel Spass beim Lesen!



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

Redaktionelle und grafische Umsetzung

LargeNetwork
6, rue Abraham-Gevray
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

Eckhard Baschek/Infel
Bertrand Beauté
Benjamin Bollmann
Didier Bonvin
Gaëlle Chaar
Ludovic Chappex
Blaise Duval
Pierre Grosjean
Camille Guignet
Martin Longet
Serge Maillard
Sylvain Menétrey
Geneviève Ruiz
Daniel Saraga
William Türlér
Julie Zaugg

Layout

Jérémie Mercier

Gestaltung

Diana Bogtsch

Seitenlayout

Sandro Bacco
Diana Bogtsch
Caroline Fischer
Sébastien Fourtouvill
Olivia de
Quatrebarbes

Übersetzung

Régine Finck
Claudia Grosdidier
Dorothee Hofer
Boris Müller
Annika Schmidt-
Glenewinkel
Robert Schnieper
Richard Siegert

Cover

Sandro Bacco

Fotos

Getty Images
Newscom
Thierry Parel
Yvan Rodic
René Ruis
Reuters

Werbung

MedienSatellit
Baslerstrasse 30
8048 Zürich
Schweiz
T. +41 44 400 45 40
www.medienstatellit.ch
info@medienstatellit.ch

WEMF

WEMF 2011: 47'561 Ex.
Druckauflage: 60'000 Ex.



Abonnement für das Swissquote Magazine

CHF 40.– für 6 Ausgaben
www.swissquote.ch/magazine/d/



AUTOMOBIL



GATEGROUP



WORLD WATCH 10



ROLLS-ROYCE



ULTRA-TRAILS



INHALTSVERZEICHNIS

- | | |
|--|--|
| <p>1. EDITORIAL
von Marc Bürki</p> <p>8. GESTERN, MORGEN</p> <p>10. WORLD WATCH</p> <p>20. VARIATIONEN
Die Gewinner
und Verlierer
des Marktes</p> <p>24. GATEGROUP
Porträt des Schweizer
Catering-Giganten</p> <p>28. ANALYSEN
Anlagetipps und
Ratschläge der
Spezialisten</p> <p>32. ANLEGER-PORTRÄT
Manuel Aschwanden,
CEO des Start-up-
Unternehmens Optotune</p> | <p>34. DOSSIER
REPORTAGE ÜBER KOREA</p> <p>36. In Südkorea wird die Welt
von morgen entworfen</p> <p>40. Die Allmacht der Chaebols</p> <p>44. Enswers: ein Hauch von K-Pop</p> <p>46. Verführung auf Koreanisch</p> <p>50. Videospiele:
Korea auf der Überholspur</p> <p>56. Mein Lehrer, der Roboter</p> <p>58. Die koreanischen Marken
im Aufwind</p> <p>61. Koreanische Reifen sind
nicht zu bremsen</p> <p>62. Interview mit Kihwan Kim, dem
einstigen Chefkoordinator der
koreanischen Wirtschaftspolitik</p> |
|--|--|



- 66. ROLLS-ROYCE
Ein Riese auf Höhenflug
- 70. ENDOWMENT FUNDS
Nachholbedarf an den
Schweizer Hochschulen
- 74. BILDUNG
Börsenkinder
- 78. AUTOMOBIL
Die Erben des VW-Busses

- 82. DIGITAL
Filmen wie Scorsese
- 84. OUTDOOR
Lauf oder stirb:
der Boom der Ultra-Trails
- 88. REISE
Die Weinstrassen
der Neuen Welt
- 96. EIN WORT ZUM SCHLUSS
Anna Aaron, Musikerin

CODE QR



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/

Man kann das Rad nicht neu erfinden.

Neueste Untersuchungen haben gezeigt, dass das Verbesserungspotential bei bestehenden Produkten nicht unbeschränkt ist. Nach etwa 10 Jahren ist der motor ist der ausgeschöpft sparen um machen, gleiche Autofahrer

Die Innovationskraft der Menschheit ist Der Wirkungsgrad von Benzin- und Dieselmotoren hat sich in den letzten Jahren nur geringfügig verbessert.



MAZDA

DAS AUTO NEU

Revolutionsse Fr noch doch durch wird d.

Die Batterie von Hybrid-Problem des gelöst. Zudem hoch für Große eine umweltfreundliche einmal in ihrem Leben.

Die Innovationen sind nicht unendlich sind an fähigkeit oft stehen schaffend stehen gläubigen auch durch die neuen

Gerade auf der Straße der Fahrer sein kann werden. Wichtig vor.

Und in Kurven zu fahrerischen Art.

Der Wirkungsgrad der Kraftstoffe hat sich in den letzten Jahren nur noch minimal verbessert. Die höchsten Anstrengungen in diesem Bereich sind unternommen worden. Was gibt es noch für neue Möglichkeiten, Energie zu speichern und wieder freizusetzen, die wirklich umweltschonender sind - und vor allem auch für die Mehrheit der Automobilisten erschwinglich ist?



DER NEUE MAZDA CX-5 MIT SKYACTIV TECHNOLOGIE. EFFIZIENZ UND FAHRSPASS ENDLICH VEREINT.

LEIDENSCHAFTLICH ANDERS

Gerade auf längeren Strecken leidet mitunter der Fahrspass. Öfter als jedermann lieb sein kann, muss die Tankstelle aufgesucht werden.

unternommen wurden. Was gibt es noch für neue Möglichkeiten, Energie zu speichern und wieder freizusetzen, die wirklich umweltschonender sind - und vor allem auch

G E S T E R 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

OERLIKON SOLAR WIRD JAPANISCH

Der im schwyzerischen Pfäffikon domizillierte Oerlikon-Konzern hat seine Solarsparte (Oerlikon Solar) an die japanische Gruppe Tokyo Electron Limited für 250 Mio. Franken verkauft. Oerlikon Solar beschäftigt 675 Angestellte an weltweit acht Produktionsstandorten und erzielte 2010 einen Umsatz von 254 Mio. Dollar. Das Mutterhaus Oerlikon, das in den letzten Jahren mit Schwierigkeiten zu kämpfen hatte, will sich auf profitablere Geschäftsbereiche konzentrieren. **TKY,FF**

GUNVOR KOMMT PETROPLUS ZU HILFE

Gunvor, einer der grössten Ölhändler der Welt mit Sitz in Genf, hat dem Schweizer Petroplus-Konzern seine insolvente Raffinerie in Antwerpen abgekauft. Diese hat eine Raffineriekapazität von mehr als 100'000 Barrel Rohöl pro Tag und kann bis zu 1,2 Mio. Kubikmeter lagern. Gunvor hat versichert, die Raffinerie langfristig betreiben und die 230 Mitarbeiter des Betriebs halten zu wollen. Das von Genf aus operierende Handelsunternehmen im Mitbesitz des russischen Geschäftsmannes Guennadi Timtschenko hat 2010 einen Umsatz von 69 Mrd. Dollar erzielt und beschäftigt weltweit rund 1'500 Personen.

RUAG KAUFT DEN GESCHÄFTSBEREICH DEFENSE VON ASCOM

Der Schweizer Rüstungskonzern Ruag übernimmt den gesamten Geschäftsbereich Defense der Berner Ascom Holding AG. Der Kaufpreis für den Bereich im Wert von 16 Mio. Franken wird noch um einen Betrag erhöht, der sich an den künftigen Ergebnissen (earn-out) dieses Zweigs orientiert. Der Geschäftsbereich, dessen 84 Arbeitsplätze erhalten bleiben, entwickelt Produkte für taktische Kommunikation für die nationalen Sicherheitsorgane und Armeeeinheiten. Der Kauf erfolgt, nachdem 2011 mit insgesamt 872,7 Mio. Franken und Ausfuhren in 68 Länder ein neuer Rekord beim Absatz von Schweizer Rüstungsgütern erzielt worden war.

SWISSCOM ÜBERNIMMT DATASPORT

Die Swisscom hat das Berner Unternehmen Datasport übernommen, das auf Zeitmessung an Massensportveranstaltungen spezialisiert ist. Die Übernahme, deren Kaufpreis nicht bekannt gegeben wurde, wird der Swisscom ermöglichen, ihr Dienstleistungsangebot für Sportveranstaltungen spürbar auszuweiten. Die Datasport behält jedoch ihren Status als selbstständiges Unternehmen und wird weiter unter dem eigenen Namen tätig sein.

SCMN**FRANCE TÉLÉCOM STÖSST ORANGE SCHWEIZ AB**

France Télécom hat die Zustimmung der Wettbewerbskommission für die Veräusserung der Tochtergesellschaft Orange Schweiz an die britische Beteiligungsgesellschaft Apax Partners erhalten. Die bereits im Dezember angekündigte Operation im Wert von 1,5 Mrd. Euro wird dem französischen Unternehmen erlauben, sich definitiv aus dem Schweizer Markt zurückzuziehen. Orange Schweiz hat zudem die Geschäftstätigkeit ihrer Filiale City-Disc eingestellt, deren Geschäfte in Orange-Verkaufspunkte umgewandelt werden.

FTE,E

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

**EINE SCHWEIZER KLINIK
IN PARIS**

Genolier Swiss Medical Network (GSMN), die zweitgrösste Schweizer Privatspitäler-Gruppe, weitet ihren Geschäftsbereich mit der Übernahme der Clinique Spontini in Paris nach Frankreich aus. Das seit Oktober 2011 geschlossene Spital, das auf Schönheitschirurgie spezialisiert war, wird nach einer umfassenden Erneuerung diesen Sommer neu eröffnet. Der Kauf erfolgt zu einem Zeitpunkt, da GSMN die Übernahme der Tessiner Kliniken Ars Medica Clinic und Salus Medica Clinic abgeschlossen hat.

☒ GSMN

**SWATCH BAUT DEN BIELER
HAUPTSITZ AUS**

Die Swatch Group hat die Einzelheiten ihrer Ausbaupläne für den Hauptsitz in Biel vorgestellt. Die Arbeiten unter Leitung des japanischen Architekten Shigeru Ban sollen von November 2012 bis Sommer 2015 dauern. Das Projekt, dessen Kosten nicht bekannt gegeben wurden, umfasst drei neue Gebäude – die Museen Swatch, Omega und Swatchmobil, zwei Plätze und Verwaltungsgebäude. Ausserdem gab der Konzern seine Absicht bekannt, 2012 mehr als 1'000 Arbeitsplätze zu schaffen, davon mindestens 500 in der Schweiz.

☒ UHRN

NESTLÉ SETZT AUF DOLCE GUSTO

Nestlé wird in Deutschland in Schwerin, im Bundesland Mecklenburg-Vorpommern, 265 Mio. Franken in den Bau einer neuen Fabrik investieren. Der Bau, der in einem Jahr abgeschlossen sein soll, ist für die Produktion von Kapseln der Kaffeesorte Nescafé Dolce Gusto bestimmt. In Schwerin werden rund 450 Personen beschäftigt sein. Zudem wird Nestlé auch 157 Mio. Franken in die Vergrößerung des Standorts Tutbury in Grossbritannien investieren, in dem ebenfalls Nescafé-Dolce-Gusto-Kapseln hergestellt werden.

☒ NESN

**DIE SCHWEIZ STEHT HINTER
IHREN HOCHSCHULEN**

Rund 26 Mrd. Franken für die Hochschulen: Das ist die Zusage des Bundesrats für den Zeitraum 2013–2016 und entspricht einer Zunahme von durchschnittlich 3,7 Prozent sowie einer Steigerung um 9 Mrd. im Vergleich zur Periode 2004–2007. Die bedeutendsten Steigerungen betreffen die europäischen Forschungsprogramme sowie die Hochschulen, die ab Anfang 2013 dem Wirtschaftsdepartement unterstellt sein werden.

**JAHRHUNDERTFUSION
IM ROHSTOFFHANDEL**

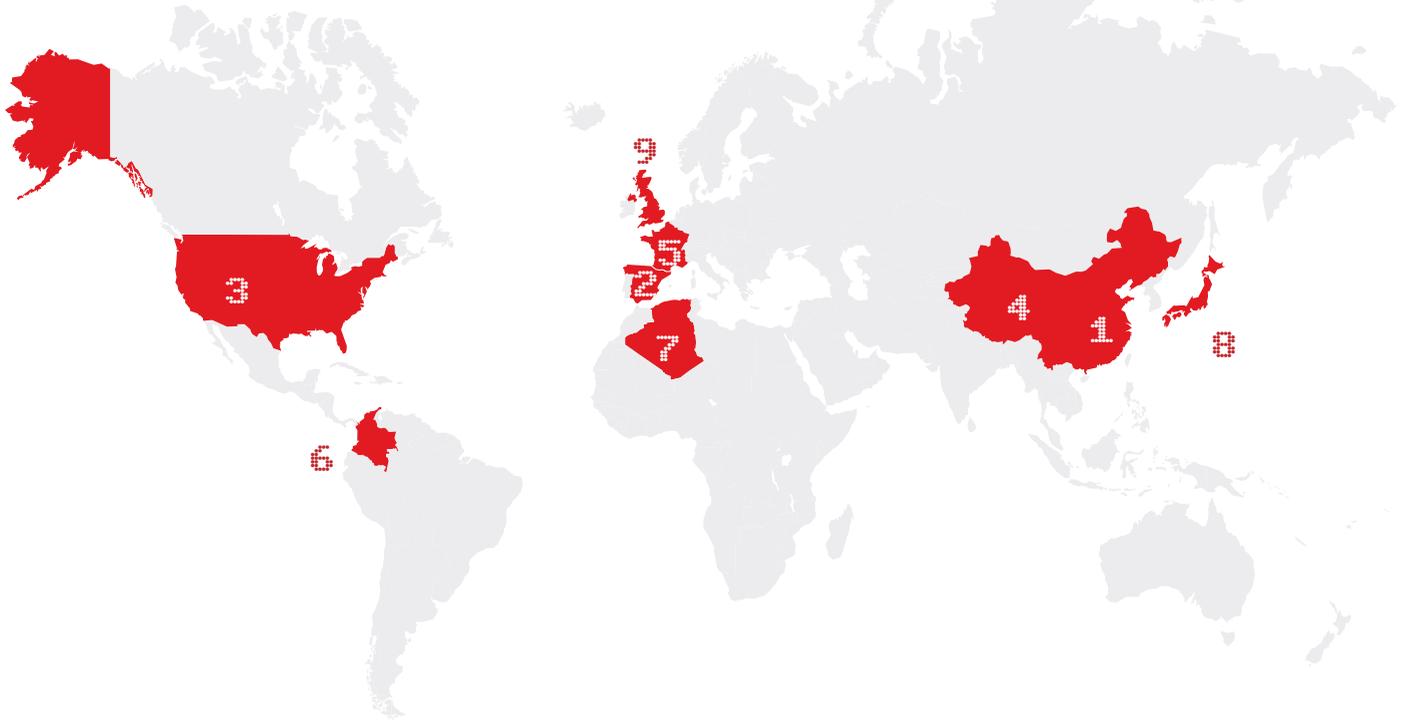
Das Rohstoffhandelsunternehmen Glencore und der Bergbaukonzern Xstrata haben offiziell ihre Fusionsabsicht bekannt gegeben. Der lange vermutete und häufig demontierte Zusammenschluss sollte Anfang des dritten Quartals 2012 erfolgen, wenn die Zustimmung der europäischen Behörden erteilt wird, und wird einen Schweizer Riesen im Wert von 90 Mrd. Dollar entstehen lassen. Die Aktionäre von Xstrata werden mit 2,8 Glencore-Aktien für jeden Xstrata-Titel entschädigt, was einer Prämie von 15,2 Prozent entspricht.

☒ GLEN,GB

☒ XTA,GB

ORLIKON SOLAR, RUAG HOLDING 2012. © CHRISTOPHE GUEBBAUDACAPRESS.COM POUR ORANGE, SWATCH, NESTLÉ, REPRODUCED BY KIND PERMISSION OF XSTRATA

WORLD WATCH



DREAMWORKS ANIMATION HAT DEN CHINESISCHEN MARKT IM VISIER

Das Studio DreamWorks Animation, das die Animationsfilme «Shrek» und «Kung Fu Panda» produziert hat, will auf dem chinesischen Markt Fuss fassen. Dafür ging es ein Joint Venture mit drei chinesischen Firmen ein, die an die Regierung gebunden sind: Shanghai Media Group, China Media Capital und Shanghai Alliance Investment. Die neue Gruppe mit dem Namen Oriental DreamWorks wird in Schanghai ein Studio bauen. Der amerikanische Konzern ist mit 45 Prozent an diesem Joint Venture beteiligt, das über ein Startkapital von 330 Mio. Dollar verfügt. Das chinesische Filmgeschäft wächst rasant: Täglich machen drei neue Kinos auf, und die Einnahmen an den Kinokassen sind 2011 auf 2 Mrd. Dollar gestiegen, 400 Mio. mehr als 2010.

☒ DWA,U



DAS ERSTE BILLIG-SMARTPHONE



Der Mobilfunkanbieter Telefónica hat sich mit Mozilla zusammengeschlossen, um das erste Billig-smartphone zu entwickeln, das über eine wirklich offene Plattform betrieben wird. Die Apps können direkt aus dem Internet heruntergeladen werden, ohne dass man auf ein externes, in sich geschlossenes System zurückgreifen muss. Das verringert die Kosten für den Nutzer, weil er keine Gebühr an den «App Store» zahlen muss, aber auch für den Hersteller, der sich auf die Basis-komponenten beschränken kann.

☒ TFA,E



EINE HOTELKETTE MIT FOKUS AUF FITNESS

Der britische Konzern InterContinental Hotels Group, zu dem unter anderem die Hotelkette Holiday Inn gehört, will in den USA eine neue Hotelkette lancieren, die sich durch ein spezielles Fitnessangebot auszeichnet. Die Hotels mit dem Namen Even haben neben der Lobby eine grosse Sporthalle und bieten grosse Zimmer mit Fitnessgeräten, an denen die Gäste trainieren können. In der ersten Phase des Projekts wird InterContinental 150 Mio. Dollar investieren. Der Konzern hofft, dass er 2013 das erste Even-Hotel eröffnen kann. In den kommenden fünf Jahren sollen dann etwa hundert dieser Hotels entstehen.

☒ IHG,GB

MOËT PRODUZIERT CHINESISCHEN WEIN



Die Tochterfirma für die Wein- und Spirituosenpartei des Luxusgüterkonzerns LVMH investiert in Weinberge im Reich der Mitte. Moët Hennessy hat in den Bergen der Provinz Yunnan im Südwesten Chinas 30 Hektar Land gekauft. Der Weltmarktführer im Luxussegment will in diesem «extrem vielversprechenden Anbaugebiet» einen Rotwein «erstklassiger Qualität» erzeugen. Bewirtschaftet wird das Stück Land, das sich auf einer Höhe von 2'400 Metern befindet, von dem Joint Venture, das Moët Hennessy und das chinesische Weinbauunternehmen Vats aufgebaut haben. Die erste Ernte wird für 2016 erwartet.

MC,E

ACCOR VERKAUFT SEINE MÖBEL BEI EBAY

Der französische Hotelkonzern, der 4'400 Hotels in 90 Ländern besitzt, hat angekündigt, ausrangierte Möbelstücke auf der Online-Auktionsplattform eBay verkaufen zu wollen. So sollen die Möbel, die nach Renovierungsarbeiten in den Accor-Hotels übrig bleiben, wiederverwendet werden können. Das Unternehmen erklärt dieses Vorgehen mit seinem Bemühen um «ökologische Verantwortung» und dem Wunsch, mit der Wegwerfgesellschaft Schluss zu machen. Die Einnahmen aus den Versteigerungen werden den Hoteliers zugutekommen. Der Konzern erläutert weiter, dass alle seine Pullman-Hotels in Paris demnächst renoviert werden.

EBAY,U

KOLUMBIEN SETZT AUF NATURKOSMETIK

Das südamerikanische Land will Weltmarktführer für Kosmetik und Hygieneartikel aus natürlichen Rohstoffen werden. Ein staatliches Programm, das den öffentlichen und den privaten Sektor zusammenbringt, soll dafür sorgen, dass Kolumbien dieses Ziel bis 2032 erreicht. Um die Entwicklung in diesem Bereich voranzubringen, werden Ausbildungs- und Innovationsförderungsprogramme eingerichtet. Einen entscheidenden Vorteil in diesem Wettbewerb hat Kolumbien bereits: Hinsichtlich der Flora ist es nach Brasilien das Land mit der zweithöchsten Artenvielfalt.

ALGERIEN VERTRAUT AUF SEIN SCHIEFERGAS



Der algerische Staat versichert, er verfüge über ähnlich hohe Schiefergasreserven wie die USA. Die Amerikaner sind innert drei Jahren die Nummer eins in der Nutzung dieser Energiequelle geworden. Algerien will die Staaten einholen und hat einen Gesetzesrahmen beschlossen, mit dessen Hilfe dieser Bodenschatz bestmöglich genutzt werden soll. Um die Produktion zu erhöhen, setzt die Regierung auch auf Partnerschaften mit Privatunternehmen. Zu diesem Zweck hat der staatliche Erdölkonzern Sonatrach bereits ein Abkommen mit dem italienischen Multi Eni unterzeichnet.

JAPANISCHE STROMANBIETER ZURÜCK IM GESCHÄFT



Japan wird seinen Anleihenmarkt wieder für Atomenergieunternehmen öffnen. Tohoku Electric Power und acht andere japanische Energieversorger waren vor einem Jahr als Konsequenz der Katastrophe von Fukushima von dem Markt ausgeschlossen worden, weshalb sie sich nur über teure Verfahren wie Bankkredite oder Handelspapiere mit kurzen Laufzeiten finanzieren konnten. Nun können sie sich die nötigen Gelder beschaffen, um ihre Kraftwerke zu reparieren, die durch das Erdbeben und den Tsunami vom 11. März 2011 zerstört worden waren.

DIE SUN AM SONNTAG – MURDOCHS RISKANTER ZUG

Der Medienmogul Rupert Murdoch hat eine Sonntagsausgabe seiner Boulevardzeitung «The Sun», der meistverkauften englischsprachigen Zeitung der Welt, lanciert. Das Projekt fällt in eine heikle Phase von News Corp., denn im letzten Jahr musste der Konzern die Produktion von «News of the World» einstellen. Das Sensationsblatt hatte die Turbulenzen eines Abhörskandals nicht überlebt. Medienexperten halten das Unterfangen von Murdoch für gewagt, da der Markt für Sonntagszeitungen in Grossbritannien schrumpft.

NWSA,U



«Allein durch niedrige Arbeitskosten motivierte Produktionsauslagerungen sind von gestern.»

Jeff Immelt, CEO von General Electric, in einem Interview mit der «Harvard Business Review». Der amerikanische Konzern, der 2009 begonnen hat, wertschöpfungsintensive Arbeit wieder ins Land zurückzuholen, will in seinen Produktionsstandort Louisville in Kentucky 800 Mio. Dollar investieren.



«Es wäre katastrophal, wenn wir zu einem der Mitgliedsländer sagen würden: «Wir wollen euch nicht mehr». Die gesamte internationale Öffentlichkeit würde sich fragen: «Wer ist der Nächste?» Das würde für die Euro-Zone eine unglaubliche Schwächung bedeuten.»

Die deutsche Kanzlerin Angela Merkel in einem BBC-Interview Ende März zur Lage Griechenlands.



«Das haben wir vermasselt. Wir werden die Probleme so schnell wie möglich beheben, egal, was es kostet.»

Airbus-Chef Thomas Enders zu den Rissen, die an den Tragflächen des A380 entdeckt wurden.



«Die Zeiten, in denen sich ein Automobilbauer von der Aussenwelt abschotten und alle Motoren und Getriebe selbst herstellen konnte, sind vorbei.»

Robert Peugeot, Chef der Familienholding FFP, der Hauptaktionärin des PSA-Konzerns, zu dem historisch bedeutsamen Abkommen, das die Allianz zwischen Peugeot-Citroën und General Motors besiegelt.



«Das Risiko eines Auseinanderbrechens der Eurozone liegt hinter uns.»

Olli Rehn, EU-Kommissar für Wirtschaft und Währung, in einem Interview mit der französischen Tageszeitung «Le Figaro».

2012 GENERAL ELECTRIC COMPANY, ARMIN LINHARTZ, WORLD ECONOMIC FORUM, PEUGEOT, GREEK PRIME MINISTER'S OFFICE

Die Stärke

dieses Anlageprodukts liegt im Wechsel zwischen Futures-Kontrakten und einem Aktienbasket. Damit profitieren Sie ideal

von Kupfer.

Kapitalschutz	Rendite	Partizipation	Anlageprodukte mit Referenzschuldner	Hebel
---------------	---------	----------------------	--------------------------------------	-------

Erfahren Sie mehr zum Kupfer-Thema und zur Contango-/Backwardation-Situation in unserem Kundenmagazin.



Bestellen Sie kostenlos unter:
www.derinet.ch/derinews

SVSP-Bezeichnung
Tracker-Zertifikat (1300)

VONCERT Open End auf den Vontobel Copper-Strategy Index

Die in den Emerging Markets stattfindende starke Urbanisierung und Industrialisierung birgt grosses Potenzial für das rote Metall. Denn zur Bewältigung dieser Entwicklungen werden Immobilien, Wasserleitungen, Strom- und Verkehrsnetze benötigt, was den Bedarf an Industriemetallen, insbesondere Kupfer, steigen lässt. Doch der Kupfermarkt könnte in den nächsten Jahren sehr eng werden, so wurde seit Jahresbeginn ein Rückgang der Kupferlager an der LME um über 25 % auf 276.000 Tonnen verzeichnet. Die Analysten des Vontobel Researchs rechnen für das laufende Jahr mit steigenden Kupferpreisen, getrieben durch eine steigende Nachfrage und eine schwierige Angebotsituation.

Das neu aufgelegte VONCERT Open End auf den Vontobel Copper-Strategy Index verfolgt eine Anlagestrategie, welche ein intelligentes Kupfer-Investment ermöglicht. Dabei wird je nach Marktsituation eine alternierende Strategie angewendet, welche bei Rollverlusten (Contango) in Aktien aus dem Kupfersektor und Minenbereich und bei Rollgewinnen (Backwardation) in Futures-Kontrakte auf Kupfer investiert. Somit partizipiert ein Anleger entweder an der Wertentwicklung des Rohstoffs oder an der Entwicklung der Minerunternehmen am Aktienmarkt. Eine Strategie mit Köpfchen, welche die Rollproblematik für sich zu nutzen weiss und zudem eine hohe Korrelation zum Kupferpreis anstrebt.

Die Strategie basiert auf den im Jahre 2009 erfolgreich lancierten Dynamic VONCERT Open-End-Produkten der Vontobel auf Erdgas (VZGIE) und auf Rohöl (VZOE). Beide Strategie-Zertifikate in Euro generierten beispielsweise seit der Lancierung eine Outperformance gegenüber einem reinen Future-Investment in Erdgas von ca. 120 % resp. gegenüber einem reinen Future-Investment in Rohöl von 16 %. Der Erfolg bestätigt damit die Strategie.

Valor	Symbol	Währung	Basiswert	Emissionspreis am 25.04.12	Kursbasis	Management-Gebühr	Schlussfälligkeit
1415 0011	VZCIC	CHF	Vontobel Copper-Strategy Index	CHF 101.50 (inkl. CHF 1.50 Ausgabeaufschlag)	CHF 100.00	1.40 % p. a.	Open End
1415 0010	VZCIE	EUR	Vontobel Copper-Strategy Index	EUR 101.50 (inkl. EUR 1.50 Ausgabeaufschlag)	EUR 100.00	1.40 % p. a.	Open End

Weitere Produktspezifikationen: Anfangsfälligkeit 26.04.12, Überlieferung 03.05.12; Listing: wird an der SIX Swiss Exchange beantragt, Indexwährung USD, Emittentin Vontobel Financial Products Ltd., DIFC Dubai, Garantin Vontobel Holding AG, Zürich. Der Vontobel Copper-Strategy Index wird von Structured Solutions AG, Frankfurt a. Main, berechnet und veröffentlicht. Quelle: Bloomberg, Stand am 27.03.12. Frühere Wertentwicklungen und Simulationen sind kein verlässlicher Indikator für die künftige Wertentwicklung. Steuern und allfällige Gebühren wirken sich negativ auf die Rendite aus.

Bei einer Investition in das VONCERT (SVSP-Produkttyp Tracker-Zertifikat [1300]) sind weitgehend die gleichen Risiken wie bei einer Direktanlage in den Basiswert zu beachten, insbesondere die entsprechenden Fremdwährungs-, Markt- und Kursrisiken. VONCERTs erbringen keine laufenden Erträge und verfügen über keinen Kapitalschutz.

Die Termsheets mit den rechtlich verbindlichen Angaben sowie weitere Informationen finden Sie unter www.derinet.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

Diese Publikation dient lediglich der Information und richtet sich ausdrücklich nicht an Personen, deren Nationalität oder Wohnort den Zugang zu solchen Informationen aufgrund der geltenden Gesetzgebung verbietet. Sie stellt kein Katerungsinstrument, keinen Emissionsprospekt gem. Art. 852a OIB bzw. 1736 OIB und keinen vereinfachten Prospekt gem. Art. 3 des Bundesgesetzes über die kollektiven Kapitalanlagen (KAG) dar und ist weder als Offerte oder Einladung zur Offenlegung noch als Empfehlung zum Erwerb von Finanzprodukten zu verstehen. Die rechtlich zurechnungsfähige Produktdokumentation (Katerungsinstrument) befindet sich zum definitiven Termin mit dem Final Terms and den bei der SIX Swiss Exchange registrierten Emissionsprospekten. Diese sowie die Broschüre «Besondere Risiken im Effektenhandel» können unter www.derinet.ch oder bei der Bank Vontobel AG, Financial Products, Dinkelschlagstrasse 11, CH-8022 Zürich, kostenlos heruntergeladen 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/Carantagegebers und weiteren spezifischen Risiken, seien ein möglicher Verlust auf den besprochen Kaufpreis beschränkt ist. Vor dem Eingehen von Derivatgeschäften sollten Anleger die Produktdokumentation lesen, ausserdem eingehend 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 Graphiken auf diesen Seiten aufgerundet wurden. © Bank Vontobel AG. Alle Rechte vorbehalten. Zürich, 26. April 2012



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)

SEKTOREN

TABAK

Zigarettenfirmen in Hochform

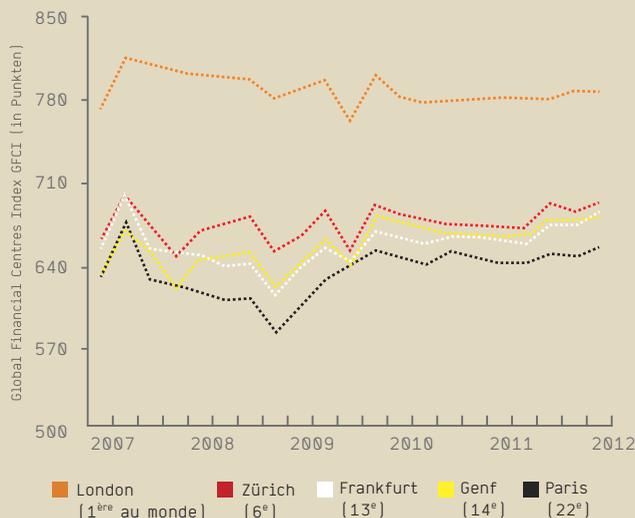
Der Tabakindustrie geht es hervorragend. Die Aktienpreise der grossen Hersteller haben neue Höchststände erreicht: Bei British American Tobacco (BAT) verdoppelten sie sich in 12 Monaten auf 30 Dollar. Mit der Erhöhung der Preise pro Schachtel ist es den Zigarettenfabrikanten gelungen, den abnehmenden Konsum in Westeuropa und Nordamerika (insgesamt gehen die Verkaufszahlen um 2 Prozent pro Jahr zurück) zu kompensieren. So konnte der britische Konzern Imperial Tobacco seine Ebit-Marge in den letzten 15 Jahren von 45 auf 65 Prozent ausweiten. Die Tabakproduzenten profitierten auch von der stärkeren Nachfrage einer aufstrebenden Mittelklasse, insbesondere in Asien, Brasilien, Mexiko, Rumänien und Russland. Die Asien-Pazifik-Region brachte der BAT mit 1,3 Mrd. Pfund im Jahr 2011 ihre grössten Gewinne.

Ab 2013 einheitliche Zigarettschachteln?

Die britische Regierung plant, die Tabakhersteller ab 2013 zu einem Verzicht auf Farben und Firmenlogos auf ihren Zigarettenpäckchen zu verpflichten. Auf den Verpackungen dürfte dann nur noch der Name der Marke in einer einheitlichen Schrift stehen, begleitet von Hinweisen auf die Gesundheitsgefährdung, Angaben zum Nikotin- und Teergehalt sowie Fotos von schwarzen Raucherlungen. Australien wird eine ähnliche Massnahme ergreifen und ab Dezember 2012 einheitlich braune Schachteln verordnen. Seit dem 6. April dürfen die Supermärkte in Grossbritannien zudem keine Zigarettschachteln mehr in der Auslage präsentieren.

FINANZEN

Wettbewerbsfähigkeit der fünf wichtigsten europäischen Finanzzentren



Finanzplätze:

Zwei Schweizer Städte unter den Top 15

Zürich und Genf erreichen den sechsten respektive vierzehnten Platz auf der Rangliste der bedeutendsten Finanzzentren der Welt. Spitzenreiter ist London, gefolgt von New York und Hong Kong. Zu diesem Ergebnis kommt der von der City of London Corporation veröffentlichte Global Financial Centres Index (GFCI). «Das sind gute Platzierungen, wenn man die verhältnismässig bescheidene Grösse der beiden Städte in Betracht zieht», meint Steve Bernard, Leiter vom Geneva Financial Center. «Sie zählen sogar zu den drei attraktivsten kontinentaleuropäischen Zentren. Zürich ist im Versicherungs- und Geschäftsbankensektor gut aufgestellt, während Genf im Bereich Wealth Management glänzt.»

... .. AUTOMOBIL

Amerikanische Autobauer haben wieder Oberwasser

Vier Jahre, nachdem sie vom Staat gerettet werden mussten, scheinen die US-amerikanischen Automobilkonzerne wieder auf die Beine gekommen zu sein. Der Konzern General Motors, der 2009 Konkurs anmelden musste, vermeldete für 2011 einen Gewinn von 7,6 Mrd. Dollar. Ford hat seinen Gewinn im dritten Jahr in Folge auf nunmehr 8,8 Mrd. Dollar gesteigert, und selbst Chrysler hat zum ersten Mal seit 2005 den Sprung aus den roten Zahlen geschafft und heimste 2011 einen Gewinn von 183 Mio. Dollar ein. Die US-amerikanische Autoindustrie wird laut einer Schätzung des Center for Automotive Research bis 2015 etwa 200'000 neue Arbeitsplätze schaffen.

Copy and Paste auf Chinesisch

Das chinesische Automobilunternehmen Beijing Automotive Industry Holding Corp (BAIC) wird im April einige neue Modelle präsentieren. Eines davon ist der B80VJ, ein Nachbau der legendären G-Klasse von Mercedes. Der deutsche Autobauer hat ein Joint Venture gegründet und mit dem Partner aus Fernost ein Abkommen über das Klonen dieses Modells geschlossen. Der Konzern BAIC wird in diesem Frühling ausserdem ein von der schwedischen Marke inspiriertes Elektroauto vorstellen, das er gemeinsam mit dem Japaner Matsushita entwickelt hat.

UP

Apple



Apple ist in den Klub der mehr als 500 Mrd. Dollar schweren Unternehmen

aufgestiegen. Den Sprung über die magische Grenze hat der kalifornische Konzern der Präsentation seiner neuen Version des iPad zu verdanken. Im Laufe eines Jahres stieg der Wert des Unternehmens um 175 Mrd. Dollar.

▲ AAPL,U

Glencore



Das Unternehmen traf ein Abkommen mit seinen Zinklieferanten, das vorsieht,

dass sie von jeder Erhöhung des Zinkpreises 25 Prozent wieder an ihn abtreten. Normalerweise erhält der Käufer davon weniger als 5 Prozent.

▲ GLEN,GB

Yves Saint Laurent



Nach seinem Ausstieg bei Dior im Jahr 2007 übernimmt Hedi Slimane nun die Leitung von Yves Saint Laurent. Desse Umsatz belief sich 2011 auf 12,2 Mrd. Euro und war damit um 11,1 Prozent höher als im Jahr 2010.

▲ PP,E

Centrica



Die britische Centrica, der Mutterkonzern von BP, hat der französischen Gruppe Total für

388 Mio. Dollar Anteile an Öl- und Gasvorkommen in der Nordsee abgekauft. Die sieben Felder beinhalten Reserven von 22 Mio. Barrel, aufgeteilt auf 64 Prozent Erdöl und 36 Prozent Erdgas. Damit erhöht Centrica seine Reserven um 5 Prozent.

▲ CNA,GB

DOWN

TomTom



Das niederländische Unternehmen TomTom

musste 2011 Gewinneinbussen von mehr als einem Drittel hinnehmen. Schuld sind die um 40 Prozent rückläufigen Umsätze mit tragbaren GPS-Geräten. ▲ TOM2,E

Dell



Aufgrund der Flut in Thailand 2011 hatte der Informatikriese Schwierig-

keiten, sich ausreichend Festplatten zu beschaffen, denn die dort ansässigen Lieferanten waren von den starken Überschwemmungen direkt betroffen. Im letzten Quartal 2011 gingen die Einnahmen im Vergleich zum Vorjahr um 10 Prozent zurück. ▲ DELL,U

Procter & Gamble



Procter & Gamble wird 10 Prozent seiner Stellen im nicht produzierenden Bereich,

also 5'700 Jobs, streichen und damit 10 Mrd. Dollar einsparen. In Genf, dem europäischen Firmensitz, sind rund 300 Arbeitsplätze bedroht. ▲ PG,U

Heineken



Der niederländische Bierbrauer hat einen Plan für Kosteneinsparungen

in Höhe von 500 Mio. Euro auf den Weg gebracht. Der Hersteller der Biere Heineken und Amstel strebt eine bessere operationale Effizienz an, um dem gestiegenen Gerstenpreis etwas entgegenzusetzen. ▲ HEIA,E

560'000'000

Euro Gewinn machte der dänische Spielzeughersteller Lego im Jahr 2011–2012. Es ist das achte Jahr in Folge, in dem das Unternehmen steigende Marktanteile verzeichnet.

225

Umsatzsteigerung erzielte Nestlé 2011 bei seinen Nespresso-Kapseln. Die Umsätze lagen bei mehr als 3,5 Mrd. Franken.

1.300'000'000'000

Dollar wird die Sportwirtschaft im Jahr 2012 einnehmen, schätzt PWC. In diesem Jahr finden die Olympischen Spiele und die Fussball-EM in London statt.

218'950

Neuwagen wurden 2011 in der Schweiz verkauft – 8,4 Prozent mehr als im Vorjahr. Zum ersten Mal seit 2001 wurde damit die Marke von 300'000 Fahrzeugen überschritten.

225

weniger verdienen weibliche Führungskräfte im Vergleich zu ihren männlichen Kollegen im europäischen Durchschnitt, wie eine Studie von Mercer ergab. In der Schweiz beträgt der Lohnunterschied 7 Prozent.

210'000'000'000

Dollar beträgt offiziellen Angaben zufolge das Auslandsvermögen von Katar im Jahr 2012. Das Land ist damit zum grössten Investor der Welt geworden.

Korrigendum

In der vorherigen Ausgabe gaben wir die Höhe der Militärausgaben der USA im Jahr 2011 in Dollar an. Leider fehlten drei Nullen in der erwähnten Zahl. Die korrekte Zahl ist 702'000'000'000, also 702 Mrd. Wir entschuldigen uns in aller Form für diesen Fehler.

UP

Smartphone-Apps

Der Markt für Apps, den es vor fünf Jahren noch gar nicht gab, ist inzwischen mehrere Milliarden Dollar wert. Der App Store von Apple hat kürzlich die Marke von 25 Mrd. Downloads überschritten. Die Nutzer gaben insgesamt 5,7 Mrd. Dollar aus, um eine der 550'000 Anwendungen zu kaufen. Android hat 400'000 Apps im Angebot und insgesamt schon mehr als 10 Mrd. verkauft. «Angry Bird», eine der beliebtesten Apps, wird ihren Erfindern 2012 voraussichtlich 400 Mio. Euro einbringen.

Der Preis der Computerchips

Die Pleite des japanischen Computerchipherstellers Elpida Memory bewirkte bei den Chips einen explosionsartigen Preisanstieg. Es ist gut möglich, dass die Nachfrage noch eine Weile das Angebot übersteigen wird, da der Markt – auf dem die koreanischen Firmen Samsung Electronics und Hynix Semiconductor sowie Micron Technology aus den USA agieren – aufgrund seiner geringen Margen kaum neue Akteure anzieht.

DOWN

Ethanolproduktion

Der amerikanische Ethanolmarkt ist auf dem absteigenden Ast. Nachdem sich die Produktion zwischen 2004 und 2011 auf 1 Mio. Barrel pro Tag vervierfacht hatte, kommt der alternative Kraftstoff seit Jahresbeginn nur noch auf 900'000 Tagesbarrel. Ein möglicher Grund dafür ist die geringere Nachfrage nach Erdöl (dem Ethanol beigemischt wird).

Chinesische Fabriken

Seit mehreren Monaten schwächelt die Produktion in China. Der PMI-Index lag im Februar bei 49,7 und damit unter der entscheidenden Marke von 50, die auf ein Wachstum hindeuten würde. Der Einbruch ist darauf zurückzuführen, dass die chinesische Exportindustrie infolge der erlahmenden Wirtschaft in Europa und den USA weniger Aufträge bekam.

TERRE
D'HERMÈS
DAS PARFUM. EINE NEUE ESSENZ



SCAN

GRÜNE ENERGIEN: FUKUSHIMA ALS ENTWICKLUNGSBESCHLEUNIGER



MATTHIAS LAMBRICHT

Erneuerbare Energien befinden sich im Aufschwung. Laut einer Untersuchung von PWC ist der Gesamtwert der Transaktionen in diesem Bereich 2011 um 40 Prozent auf 53,5 Mrd. Dollar angestiegen – im Vergleich zu 38,2 Mrd. im Vorjahr. Am meisten dazu beigetragen haben der Solarsektor sowie der Bereich Energieeffizienz, mit Transaktionen von erstmals mehr als 1 Mrd. Dollar. Der Trend ist besonders deutlich in Europa, wo die Transaktionen ein Volumen von 30 Mrd. Dollar erreichten, 17 Prozent davon in Spanien. Die Schweiz steht an sechster Stelle mit 8 Prozent.

SOZIALE NETZWERKE: FACEBOOK SETZT AUF WACHSTUM IN EUROPA

Facebook und die Schar von Start-ups, die in den letzten Jahren in dessen Windschatten aufgetaucht ist, haben 2011 in Europa 232'000 Arbeitsplätze geschaffen, wie aus einer Studie des Consultingunternehmens Deloitte hervorgeht. Sie haben zudem 15,3 Mrd. Euro an Wertschöpfung auf dem europäischen Kontinent generiert – direkt durch Facebook (Löhne, Abgaben, Zulieferer), aber auch durch die im Zusammenhang mit dem sozialen Netzwerk stehenden Einkünfte von Publishern sozialer Spiele, spezialisierten Marketingagenturen und App-Entwicklern.

Smart Ebike

VS

Opel RAD e



IN KÜRZE

Die Begeisterung für Elektrofahrräder wächst weiter, und jetzt bringen auch die grossen Automarken eigene Modelle auf den Markt. Das leichte und ergonomische Smart Ebike gehört zu den Pionieren dieses Genres.

Sein Motor kann in vier Stufen geregelt werden und ermöglicht eine Geschwindigkeit von bis zu 25 km/h. Neben weiteren kleinen Pluspunkten verfügt das Velo über eine äusserst leistungsfähige 400-Watt-Lithium-Ionen-Batterie, die die Energie speichert, wenn der Benutzer selbst in die Pedale tritt.

Der Rahmen ist in verschiedenen Grössen erhältlich. Ein letztes High-tech-Detail ist der integrierte USB-Port fürs Smartphone. Die Markteinführung ist für Mai vorgesehen.

Auch Opel hat ein Elektrofahrrad konzipiert, mit dem man in der Stadt schnell und umweltfreundlich vorwärtskommt: das RAD e.

Der im März am Genfer Autosalon vorgestellte Prototyp, der sich an eine urbane Käuferschaft richtet, ist allerdings noch nicht lieferbar. Mit seiner Bumerang-Form und der versteckt eingebauten Batterie verbindet er ein elegantes Design mit deutscher Effizienz.

Der 250-Watt-Motor wird von einer Lithium-Ionen-Batterie gespeist und unterstützt den Fahrer beim Treten bis zu 25 km/h.

Das RAD e kann dank des integrierten Fahrradträgers FlexFix, einem Exklusivsystem von Opel, hinten auf dem Auto montiert werden und wird während der Fahrt gleich noch aufgeladen.

MERKMALE

Batterieautonomie: bis 100 km
Wiederaufladezeit: 2 bis 3 Stunden
Markteinführung: Mai 2012
Preis: 2900 Euro
Gewicht: 22 kg

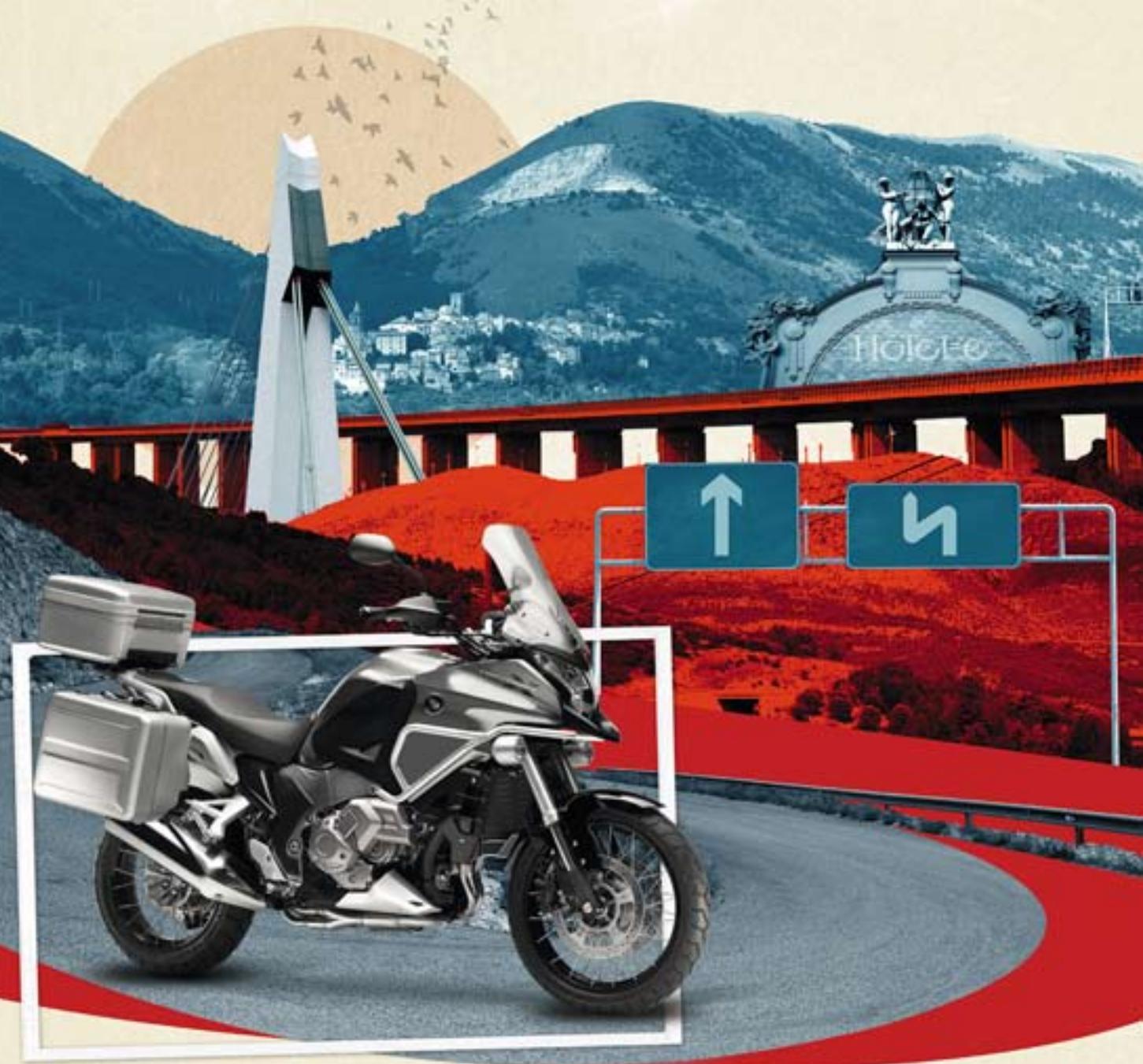
Batterieautonomie: bis 145 km
Wiederaufladezeit: 2h30
Markteinführung: noch nicht bekannt
Preis: noch nicht bekannt
Gewicht: noch nicht bekannt

ECKDATEN

DAIMLER AG	GRÜNDUNG	GENERAL MOTORS
2007		1908
STUTTGART	HAUPTSITZ	DETROIT, MICHIGAN
DIETER ZETSCHKE	CEO	DANIEL AKERSON
106'540 MIO. EURO	UMSATZ	150,3 MRD. US-DOLLAR
6'029 MIO. EURO	REINGEWINN	7,6 MRD. US-DOLLAR
49,91 MRD. EURO	BÖRSENKAPITALISIERUNG	39 MRD. US-DOLLAR
CA. 270'000	ANZAHL BESCHÄFTIGTE	CA. 200'000

Abenteurer SIND SEINE STÄRKE

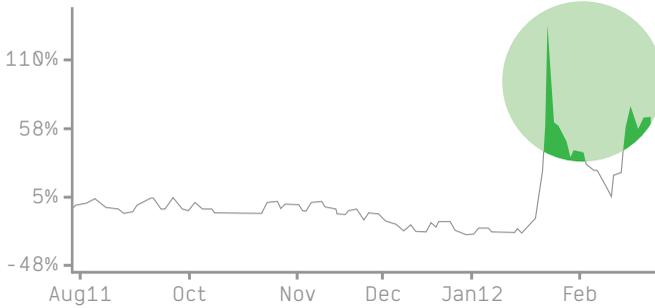
ENTDECKEN SIE DEN NEUEN CROSSTOURER



Ob Sie nur mal kurz in die City möchten, kurvenreiche Alpenstrassen erleben oder auf endlosen Autobahnen der Sonne entgegenfahren wollen – der Crosstourer kombiniert das aufregende Fahrgefühl eines Sportmotorrads mit dem Komfort eines Adventurers. Der leistungsstarke V4-Motor entfaltet seine Power und Dynamik auf Kurztrips wie auf langen Reisen. Darüber hinaus bietet dieses Bike Traktionskontrolle, Kardantrieb, eine hervorragende Verarbeitung sowie – einzigartig auf der Welt – optional ein Dual Clutch Getriebe der zweiten Generation für nahtlose Gangwechsel.

VARIATIONEN

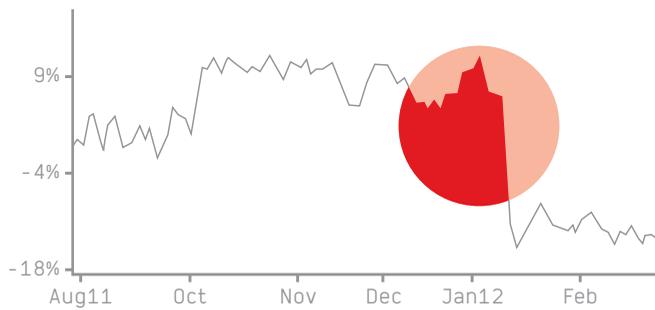
MINDSET



Am 25. Januar berichtete das Schweizer Unternehmen Mindset über einen entscheidenden Fortschritt, den es gemeinsam mit seiner Partnerfirma H-Tech im Bereich der Akku-Technologie für Elektroautos erzielen konnte. Im Rahmen eines vom TÜV in Deutschland durchgeführten Tests

konnte am 24. Januar nachgewiesen werden, dass eine neuartige Technologie auf der Basis von Lithium-Ionen-Zellen die Reichweite des Fahrzeugs erheblich zu steigern vermag. Diese Ankündigung verhalf der Aktie noch am selben Tag zu einem Kursprung um 39 Prozent.

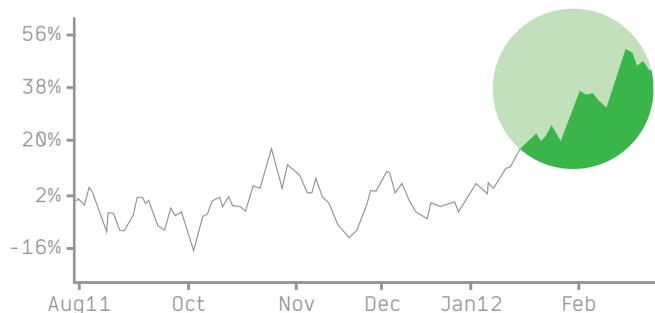
TESCO PLC



Tesco, die Nummer eins der britischen Grossverteiler und weltweite Nummer drei, meldete am 12. Januar «enttäuschende» Ergebnisse für das immens wichtige Weihnachtsgeschäft. Laut Angaben des Einzelhandelsriesen geraten die Gewinne für das Geschäftsjahr unter Druck. Nach dieser

Ankündigung erlebte die Tesco-Aktie an der Londoner Börse einen deutlichen Taucher. Der Konzern bezeichnet seine Ergebnisse als «enttäuschend» und rechnet nur mit einem «minimalen» Gewinnzuwachs. Das Unternehmen spricht erstmals seit 20 Jahren eine Gewinnwarnung aus.

RENAULT



Renault meldete am 17. Januar für 2011 einen neuen Rekord bei den Verkaufszahlen: Dank der Ankerbelegung des Auslandsgeschäfts konnten weltweit 2,72 Mio. Fahrzeuge abgesetzt werden. 2012 will der französische Hersteller einen Umsatzanstieg von weltweit 3 bis 4 Prozent erzielen. Am 8. Februar gab das Unternehmen Nissan, das sich zu 43,8 Prozent im Besitz von Renault befindet, trotz

der Überschwemmungen in Thailand eine Steigerung des Reingewinns bekannt. Nissan hält seine Wachstumsprognose für 2012 aufrecht. Schliesslich veröffentlichte Renault am 16. Februar seine Zahlen für 2012: Der Reingewinn ist zurückgegangen, doch die Zielvorgaben wurden dank gesteigerter Verkaufszahlen und dank einer besseren Kostenkontrolle übererfüllt.

Damit können Sie glänzen. UBS ETFs auf

Gold.

Anlagen in physisches Gold sind aufgrund ihrer geringen Korrelation zu anderen Anlageklassen ein sinnvoller Portfoliobaustein. UBS Gold ETFs bieten ein hohes Mass an Sicherheit. Zudem geniessen Investoren den hohen Anlegerschutz eines Schweizer Investmentfonds.

Im Fokus: UBS-IS Gold ETF

- 100% in physisches Gold investiert - und damit der Massstab in der Schweiz (Gesamtfondsvermögen über 2 Mrd. CHF)
- Investition ausschliesslich in Goldbarren, welche die Anforderungen der London Bullion Market Association erfüllen
- Kostengünstigster Schweizer Gold ETF (pauschale Verwaltungskommission p.a. ab 0.30%)
- Effizienter Handel und hohe Liquidität dank Kotierung an der SIX Swiss Exchange
- Einziger Gold ETF mit der Möglichkeit auf Sachanlage bereits ab 1g

Alle UBS ETFs auf Gold im Überblick:

Name	Handelswährung	ISIN	Valoren Nr.	Kommission*	Börse SIX	Bloomberg-Ticker
UBS-IS Gold ETF (USD) A	USD/CHF/EUR	CH0106027185	10 602 718	0.35%	•	AJUSA SWR/CHA SWR/ELU SW
UBS-IS Gold ETF (USD) I	USD	CH0106027193	10 602 719	0.30%	•	AJUSI SW
UBS-IS Gold ETF (CHF) hedged A	CHF	CH0106027128	10 602 712	0.35%	•	AJCHA SW
UBS-IS Gold ETF (CHF) hedged I	CHF	CH0106027136	10 602 713	0.30%	•	AJCHI SW
UBS-IS Gold ETF (EUR) hedged A	EUR	CH0106027144	10 602 714	0.35%	•	AJEUH SW
UBS-IS Gold ETF (EUR) hedged I	EUR	CH0106027151	10 602 715	0.30%	•	AJEUH SW

* Pauschale Verwaltungskommission

Mehr Informationen zu UBS ETFs finden Sie auf www.ubs.com/etf

Wir werden nicht ruhen



Für Marketing- und Informationszwecke von UBS. UBS Fonds schweizerischen Rechts. Prospekt, vereinfachter Prospekt, Statuten bzw. Vertragsbedingungen sowie Jahres- und Halbjahresberichte der UBS Fonds können kostenlos bei UBS AG, Postfach, CH-4002 Basel bzw. bei UBS Fund Management (Switzerland) AG, Postfach, CH-4002 Basel angefordert werden. Investitionen in ein Produkt sollten nur nach gründlichem Studium des aktuellen Prospekts erfolgen. Anteile der erwähnten UBS Fonds dürfen innerhalb der USA weder angeboten noch verkauft oder ausgeliefert werden. Die gesamten Informationen sind weder als Angebot noch als Aufforderung zum Kauf bzw. Verkauf irgendwelcher Wertpapiere oder verwandter Finanzinstrumente zu verstehen. Die frühere Wertentwicklung ist kein verlässlicher Indikator für künftige Ergebnisse. Die dargestellte Performance lässt allfällige bei Zeichnung und Rücknahme von Anteilen erhobene Kommissionen und Kosten unberücksichtigt. Kommissionen und Kosten wirken sich nachteilig auf die Performance aus. Sollte die Währung eines Finanzprodukts oder einer Finanzdienstleistung nicht mit ihrer Referenzwährung übereinstimmen, kann sich die Rendite aufgrund der Währungsschwankungen erhöhen oder verringern. Diese Informationen berücksichtigen weder die spezifischen oder künftigen Anlageziele noch die steuerliche oder finanzielle Lage oder die individuellen Bedürfnisse des einzelnen Empfängers. Die Angaben in diesem Dokument werden ohne jegliche Garantie oder Zusicherung zur Verfügung gestellt, dienen ausschliesslich zu Informationszwecken und sind lediglich zum persönlichen Gebrauch des Empfängers bestimmt.
© UBS 2012. Das Schlüsselymbol und UBS gehören zu den geschützten Marken von UBS. Alle Rechte vorbehalten.

NOMINIERUNGEN

Klaus Stahlmann, CEO von Sulzer

Klaus Stahlmann wurde Ende Februar an die Spitze des schweizerischen Maschinenbaukonzerns berufen. Der 51-jährige Deutsche verfügt über langjährige Erfahrung in mehreren Bereichen, die für Sulzer Schlüsselmärkte darstellen. So war er insbesondere CEO des Dieselmotorenkonstruktors MAN Diesel & Turbo, Europa-Direktor des japanischen Auto-Zulieferers NSK und CEO des Pumpenherstellers Allweiler. Klaus Stahlmann wuchs in Kolumbien, Bolivien und Paraguay auf und arbeitete mehrere Jahre in Südafrika.

☒ SUN



Al Walker, CEO und COO von Anadarko Petroleum

Al Walker, 55, wird ab Anfang Mai die Leitung der Anadarko Petroleum Corp übernehmen und damit Jim Hackett ablösen, der seit nunmehr acht Jahren CEO des texanischen Erdöl- und Gasförderungsunternehmens ist. Al Walker ist gegenwärtig bereits COO und Chairman des Konzerns. Zuvor war er als CFO und Vizepräsident tätig. Er präsidiert auch die Unternehmen Centerpoint Energy und Western Gas Holdings. Anadarko Petroleum war Minderheitsaktionär des Macondo-Ölfelds, aus dem durch die Plattform Deepwater Horizon Öl gefördert wurde, bis die Bohrinsel 2010 nach einer Explosion kenterte und eine Ölkatastrophe verursachte.

☒ APC,U

Alex Gorski, CEO von Johnson & Johnson

Neuer CEO von Johnson & Johnson ist der 51-jährige Alex Gorski. Der ehemalige Vizepräsident der Division «Medizin- und Diagnostikmaterial» hat bereits seine komplette Karriere im Unternehmen verbracht und wird die Leitung des US-amerikanischen Pharma- und Kosmetikkonzerns im April übernehmen. Er wird sich zunächst mit einer ganzen Reihe kostspieliger Rückrufaktionen auseinanderzusetzen haben, wie etwa die der künstlichen Hüftgelenke aus Metall von Johnson & Johnson oder jene des Arzneimittels Tylenol. Ausserdem wird er die Eingliederung des schweizerischen Implantatherstellers Synthes beaufsichtigen müssen, mit 23,1 Mrd. Dollar die teuerste Akquisition in der Geschichte des Konzerns. ☒ JNJ,U



Motoya Okada, Präsident und CEO von Aeon

Der bisherige Verwaltungsratspräsident des japanischen Distributionsriesen Aeon, Motoya Okada, ist seit Anfang März auch CEO des Unternehmens. Der 60-Jährige stiess 1979 zum Konzern und präsidierte nacheinander Talbots Japan, Laura Ashley Japan und die Mycal Corporation. Vizepräsident Yoshiaki Mori wird im gleichen Atemzug Chief Operating Officer (COO) des Konzerns werden. Ziel dieser Ämterkonzentration ist es, die Aktivitäten von Aeon zu rationalisieren. Der CEO wird für globale Fragen zuständig sein, der COO für den asiatischen Markt.

☒ 8267,1



Tom LaSorda, CEO von Fisker Automotive

Tom LaSorda wird neuer CEO von Fisker Automotive, einem auf Hybridfahrzeuge spezialisierten kalifornischen Automobilhersteller. Der 57-jährige Veteran der Fahrzeugindustrie präsidierte von 2006 bis 2009 die Chrysler Group, wo er zuvor als Vizepräsident und COO tätig gewesen war. Er stammt aus einer Unternehmerfamilie, die bereits in der dritten Generation für Chrysler tätig ist. Bei Fisker Automotive wird er Henrik Fisker ersetzen, der den Konzern seit seiner Gründung leitete, und er übernimmt das Amt des Executive Chairman of the Board.



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 700 Warrants auf Schweizer Aktien
- Über 100 Knock-out-Warrants mit unbestimmter Laufzeit (Open End)
- 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

Gategroup, der unbekannte Schweizer Riese

Gategroup stand vor zehn Jahren praktisch vor dem Konkurs und gehört jetzt zu den weltweit führenden Unternehmen im Bereich der On-Board-Produkte. Kaum etwas erinnert an die Swissair-Filiale, die Gategroup einmal war.

Bertrand Beauté

Trotz 30'000 Mitarbeitern wenig bekannt: Im Mai 2009 startete Gategroup in Zürich zu einem diskreten Börsendebüt. Während die Investoren den Kurs rasch bestätigten, ist dieser Schweizer Riese der breiten Öffentlichkeit kaum ein Begriff. Bei Bordmahlzeiten von Gategroup denkt der potenzielle Anleger nach wie vor an eine Ex-Filiale von Swissair, die aus dem Ruder geraten ist. Doch Gategroup hat wenig Ähnlichkeit mit Gate Gourmet, dem Zürcher Verpflegungsbetrieb der früheren nationalen Fluggesellschaft.

Auf die Frage der Finanzzeitung «Agefi» im Jahr 2010, was von der Swissair-Ära übrig sei, antwortete der damalige CEO Guy Dubois sogar: «Überhaupt nichts! Unternehmenskultur, Betriebsmodell und Dienstleistungsportfolio wurden komplett geändert. Wir haben uns zum wichtigsten unabhängigen Anbieter von On-Board-Dienstleistungen entwickelt.»

Eine radikale Umstellung, die sich bewährt: Trotz Wirtschaftskrise und starkem Franken erzielte Gategroup 2011 einen Umsatz von 2,7 Mrd. Franken – im Vorjahresvergleich beinahe unverändert – und einen Gewinn von 58,7 Mio. Franken, was einer Steigerung um 17,6 Prozent entspricht. Der Konzern belegt somit Platz zwei der Weltrangliste der Catering-Unternehmen knapp hinter LSG Sky Chefs, und ist Nummer eins unter den unabhängigen Anbietern (LSG ist eine Lufthansa-Tochter). Wie hat die ehemalige Swissair-Filiale, die kurz vor dem Ausstand, die Wende geschafft?

Das Grounding der Prestige-Fluggesellschaft Swissair ereignete sich Ende 2001. Am 20. Oktober 2001 wurde das Unternehmen für insolvent erklärt – ein



Der Bordservice war eine der Stärken der Fluggesellschaft Swissair, zu der Gategroup früher gehörte (hier eine alte Werbeanzeige der Gesellschaft). Heute ist Gategroup komplett unabhängig von Swiss.

Gategroup in Zahlen:

35

Anzahl Länder, in denen Gategroup tätig ist.

26'855

Anzahl Mitarbeiter.

300'000'000

Anzahl verpflegter Passagiere pro Jahr.

2,69

Umsatz für 2011 in Mrd. Franken.

58,7

Gewinn für 2011 in Mio. Franken.



.....Analystenmeinung.....

«Ich warte auf genauere Angaben zur Strategie»

«Die Ergebnisse für 2011 kamen nicht überraschend. Sie entsprachen unseren Erwartungen beziehungsweise lagen sogar um ein Prozent darüber.» Jean-François Meymandi, Analyst bei der UBS Investment Bank, hält fest: «2012 wird für das Unternehmen entscheidend sein, und ich warte auf präzisere Angaben zur Konzernstrategie.»

«Bis jetzt erscheint mir die Gategroup-Strategie sehr vernünftig», fügt der Analyst hinzu. «Der Geschäftsgang ist eher erfreulich, so dass keine Unterbewertung des Unternehmens eintreten dürfte. Gemäss aktueller Notierung liegt der Wert des Unternehmens etwa bei Ebitda mal fünf; branchenüblich ist ein Ebitda mal sieben. Ich empfehle den Titel hiermit mit einem Kursziel von

40 Franken auf 12 Monate zum Kauf, im Vergleich zu den gegenwärtigen 30 Franken. Aber aufgepasst: Damit es Gategroup gut geht, muss es den Märkten gut gehen!»

Mit 2,7 Mrd. Franken erzielte Gategroup 2011 fast denselben Umsatz wie im Vorjahr. Der Gewinn von 58,7 Mio. Franken stellt eine Erhöhung um 17,6 Prozent dar. Die fünf wichtigsten Kunden des

Unternehmens (American Airlines, Delta Airlines, EasyJet, International Airlines Group und United Continental) machen etwa 40 Prozent des Umsatzes aus; mit seinen 20 grössten Kunden erwirtschaftet Gategroup 75 Prozent seines Umsatzes. Für die Firma ist es enorm wichtig, keine Kunden zu verlieren. 2011 konnte Gategroup etwa 85 Prozent der bestehenden Verträge erneuern.

harter Schlag für die Swissair-Filiale Gate Gourmet, die ausschliesslich im Bereich des Airline-Caterings tätig war. Dies umso mehr, als zu diesem Zeitpunkt – nach dem 11. September 2001 – die meisten Kunden ohnehin am Rand des Bankrotts standen, namentlich Swissair, Delta und United Airlines.

Dennoch übernahm das amerikanische Private-Equity-Unternehmen Texas Pacific Group (TPG) Gate Gourmet 2002 für 1 Mrd. Franken. «Die Firma befand sich wirklich in einem schlechten Zustand», räumte Guy Dubois damals ein. Es begann eine fast vierjährige, intensive Umstrukturierungsphase, die von heftigen Konflikten zwischen der Geschäftsleitung und der Belegschaft geprägt war.

Nach Abschluss dieser Umstrukturierung begann Gategroup zu diversifizieren und kaufte zahlreiche Unternehmen zu, beispielsweise die belgische Firma deSter, die auf die Produktion von Bordbesteck und -geschirr spezialisiert ist. Heutzutage ist Gategroup lediglich eine von zehn Marken, die im Unternehmen zusammengefasst sind (siehe Tabelle). Der Verpflegungsbereich macht nur noch ein Viertel des Umsatzes aus. Der Rest stammt aus der Flughafen-Logistik und verschiedensten On-Board-Dienstleistungen (Mahlzeiten, Reinigung, Sicherheit, Informatik ...).

Diese Diversifizierungsstrategie wurde anlässlich des Börsengangs von Gategroup im Mai 2009 von den Investoren deutlich honoriert: Innerhalb von weniger als zwei Jahren kletterte die Aktie von 15 Franken (Emissionspreis) auf über 50 Franken – eine Steigerung, die vielleicht zu schön war, um von Dauer zu sein. Nach dem zweijährigen stetigen Anstieg sackte der Kurs abrupt ab und pendelte sich bei etwa 30 Franken ein. Seither will der Markt das Unternehmen nicht so recht aufwerten. Es bestehen Bedenken am Geschäftsmodell, das an die (schlechte) finanzielle Verfassung der Fluggesellschaften und an die Unwägbarkeiten der Branche geknüpft ist. Beispielsweise erlitt Gategroup 2010 wegen des Ausbruchs des isländischen Vulkans Eyjafjallajökull, der den europäischen Luftverkehr zum Erliegen brachte, Einbussen in der Höhe von 21 Mio. Die Analysten empfehlen den Titel dennoch zum Kauf (siehe «Analystenmeinung»).

«Der Flugverkehrsbranche geht es nicht sonderlich gut», erklärt Jean-François Meymandi, Analyst bei der UBS Investment Bank. «Betroffen sind vor allem Europa und die Vereinigten Staaten, wo das Passa-

Ein Konzern, zehn Marken

deSter

Produkte für den Kabinenservice

eGate Solutions

Informatik-Applikationen

Gate Aviation

Flugzeug- und Kabinenreinigung, Enteisierung

Gate Gourmet

Airline Catering

Gate Safe

Sicherheit

Harmony

Premium-Komfortartikel

Performa

Produkt- und Markendesign, Lounges

Potmstudios

Produkt- und Industriedesign

Pourshins

Versorgungsketten und Beschaffung

Supplair

Innovative Verpflegungslösungen

gieraufkommen nur begrenzt zunehmen kann. Um weiter zu wachsen, muss sich Gategroup zwangsläufig den aufstrebenden Märkten zuwenden. Im Vordergrund steht dabei der Zukauf von Unternehmen, denn der Aufbau derartiger Infrastrukturen erfordert zu viel Zeit.»

Da die Fluggesellschaften ihre On-Board-Dienstleistungen immer mehr auslagern (sie verkaufen ihre spezialisierten Filialen), rechnet sich Gategroup auf diesem Gebiet gute Chancen aus. Der Konzern hat beispielsweise kürzlich Skygourmet India und den holländischen Helios Market übernommen. «Unser strategisches Ziel ist und bleibt es, Gelegenheiten zu ergreifen, unsere Präsenz in aufstrebenden Märkten auszubauen und unser Portfolio zu diversifizieren», liess Verwaltungsratspräsident Andreas Schmid anlässlich der Bekanntgabe der neuesten Ergebnisse verlauten.

Dazu meint Jean-François Meymandi: «Diese Strategie macht Sinn, ist im Übrigen aber von der

Finanzkapazität des Unternehmens abhängig.» Um diese Kapazität zu erweitern, hat Gategroup mit seinen Gläubigern soeben die Verlängerung seiner Kreditlinien vereinbart und sich so 850 Mio. Franken gesichert. Ziel: «Ausreichend Flexibilität garantieren, um ergänzende Akquisitionen kleinerer und mittlerer Grösse zu tätigen», erklärte CFO Thomas Bucher an einer Pressekonferenz von Gategroup.

Diese Zukäufe und das interne Wachstum des Unternehmens dürften den Umsatz 2011 auf 2,7 Mrd. Franken und 2015 auf 3,3 Mrd. Franken (+20 Prozent) ansteigen lassen. Dazu meinte CEO Andrew Gibson anlässlich des Investor Days von Gategroup am 23. März 2012 in London: «Erreichen wollen wir diese Zielvorgaben, indem wir organisches Wachstum schaffen, unsere Managementkapazität für die Entwicklung neuer Geschäftsbereiche einsetzen und logische, profitable Akquisitionen vornehmen.»

☑ GATE



Ein Abgang und viele offene Fragen

Guy Dubois, der wesentlich zum Neuanfang von Gategroup beigetragen hatte, trat im April 2011 von seinem Posten als CEO zurück und übernahm die Verantwortung für einen Betrugsfall, der das Unternehmen Anfang 2011 erschütterte. Was war passiert? Ende Februar war in der nordeuropäischen Tochtergesellschaft von Gategroup die Veruntreuung von 22 Mio. Franken aufgedeckt worden. Als Täter standen eine Mitarbeiterin und ihr Ehegatte, die mit Guy Dubois befreundet waren, unter Verdacht.

Externe, unabhängige Ermittlungen sprachen den belgischen Ex-Gategroup-Chef zwar von jedem Vorwurf frei, dennoch musste er den Hut nehmen, weil «der Anschein eines Konflikts erweckt werden könnte, der die Führungsautorität von Guy Dubois innerhalb des

Konzerns beeinträchtigen würde», wie es in einer Mitteilung des Unternehmens hiess. Ein Analyst hegt Zweifel an dieser Begründung: «Guy Dubois genoss in Finanzkreisen ein hohes Ansehen. Bis heute ist nicht klar, warum er gehen musste.»

Nach dem Abgang von Guy Dubois übernahm sein engster Mitarbeiter, Andrew Gibson, die Leitung des Unternehmens. Das neue Management muss das Vertrauen der Anleger zurückgewinnen. Zudem herrscht nun ein anderer Führungsstil: «Die ehemalige Konzernleitung war ausgesprochen ambitiös. Diese offensive Ausrichtung stiess hinsichtlich der Bewertung des Titels an ihre Grenzen», urteilt ein Analyst. «Die jetzige Führung wirkt vorsichtiger. Und wer vorsichtig ist, macht in diesen ungewissen Zeiten meiner Meinung nach nichts falsch.»

INVESTMENT

ANALYSTEN & BERATER

Ein Stück Wald? Höchst rentabel!

Lust auf eine ethische Anlage? Warum nicht mal in den Wald investieren? Holz ist stabil und kalkulierbar und garantiert hohe Erträge. Man müsse allerdings Geduld mitbringen, erklärt Mark Hoskin, einer der Mitbegründer der Finanzberatung Holden & Partners, die sich auf ethische Investments spezialisiert hat.

SWISSQUOTE MAGAZINE ▶ Warum ist es für einen Anleger interessant, ein Stück Wald zu kaufen?

MARK HOSKIN ▶ Wenn man sich auf die Modelle stützt, mit denen der Wert von Holz in 25 Jahren unter Berücksichtigung der Inflation berechnet wird, müssten die Erträge aus einem solchen Investment unglaublich sein – insbesondere bei Wäldern in der «Neuen Welt» (Sri Lanka, Costa Rica, Brasilien), wo die Bäume schneller wachsen. Der Preis für ein Stück Wald, das man heute kauft, wird organisch in dem Masse wachsen, in dem die Holzmenge zunimmt. Ausserdem wird jeder einzelne Baum an Wert gewinnen, denn ein alter kostet mehr als ein junger. Der Wert der Wälder könnte zusätzlich in die Höhe schiessen, wenn sich die internationale Gemeinschaft entschliesse, ihnen systematisch CO₂-Gutschriften zuzuweisen als Gegenleistung für die Garantie, dass man sie in ihrer Funktion als Kohlenstoffsenker erhält. Man muss allerdings dazu sagen, dass die Modelle für diese Berechnungen alles andere als unfehlbar sind und der Wert von Holz je nach Zielmarkt stark schwanken kann. Die Situation ist mit der beim Erdgas vergleichbar:

Der Markt ist sehr stark lokal geprägt, die Preise können in Europa hoch und in den USA niedrig sein.

Wie sieht es mit Angebot und Nachfrage aus?

Die Nachfrage ist hoch, besonders in Asien. China wandelt sich gerade von einem Agrarstaat zu einer städtisch geprägten Wirtschaft und hat folglich einen enormen Bedarf an Holz für neue Infrastrukturen. Holz ist extrem vielseitig einsetzbar. Es wird zum Beispiel für Gebäude, Papier, Möbel, Heizsysteme oder Absperungen verwendet. Ganz allgemein hängt der globale Holzverbrauch mit dem Pro-Kopf-BIP zusammen, das sich im Aufwärtstrend befindet. Dann kommen noch neue Technologien zur Energiegewinnung hinzu, zum Beispiel Biomasse, was sich positiv auf die Nachfrage auswirken könnte. Zugleich nimmt das Angebot durch das extreme Ausmass der Waldrodungen in Lateinamerika und Südasiens immer weiter ab. All das wird den Preis voraussichtlich nach oben treiben.

Sind mit dieser Art von Investment auch Risiken verbunden?

Beim Kauf von Waldstücken in Entwicklungsländern setzt man sich einem gewissen politischen

Risiko und mangelnder Rechtssicherheit aus. Wer weiss, ob nicht in 25 Jahren beispielsweise Brasilien beschliessen wird, den Export von Holz zu verbieten oder einzuschränken? Darüber hinaus sind Bäume durch Feuer, Krankheiten, Wind oder illegale Abholzung gefährdet. Ein weiteres Problem können auch fehlende Strassen sein, auf denen man das Holz zu den Märkten transportieren kann. Und nicht zuletzt werden die Wälder häufig von kleinen Unternehmen verwaltet, deren finanzielle Stabilität bei Weitem nicht gesichert ist, vor allem langfristig. Wie soll man sicher sein, dass sie es schaffen, ausreichend Cashflow zu generieren, um bis zum Fällen der ersten Bäume durchzuhalten, was bis zu sieben Jahre dauern kann? Falls das nicht gelingt, ist es gut möglich, dass der Anleger selbst in die Tasche greifen muss.

Für welche Anlegertypen sind Wälder besonders gut geeignet?

Da die Laufzeit für ein solches Investment sehr lang ist – manchmal muss man 40 Jahre warten, bis die Bäume so weit sind, im besten Fall 20 Jahre –, interessieren sich nur wenige Privatkunden dafür. Wenn Sie 45 sind



MUKESH GUPTA/REUTERS

und in Ihre Altersvorsorge investieren wollen, werden Sie nicht bereit sein, so viele Jahre auf den Ertrag zu warten. Gut geeignet sind Wälder hingegen für institutionelle Anleger wie Rentenfonds, deren Anlagestrategien sich über sehr lange Zeiträume erstrecken. Zudem können sie so ihr Portfolio diversifizieren und stabilisieren, denn der Wert von Holz ist extrem stabil und gut vorhersehbar, da dieser Rohstoff in der Regel vom Auf und Ab auf den Aktienmärkten verschont bleibt. Zudem eignet sich diese Anlage gut als Absicherung gegen das Inflationsrisiko, denn der Holzpreis steigt üblicherweise schneller als die allgemeine Teuerung.

Welche Anlagevehikel stehen zur Verfügung?

Der Anleger kann entweder direkt in ein Waldstück investieren oder alles über einen Fonds laufen lassen. Im zweiten Fall können

auch kleinere Summen investiert werden, und ein Teil der Risiken wird dadurch verteilt, dass die Bäume in den Fonds aus mehreren Regionen der Welt stammen, verschiedene Arten abdecken, unterschiedlich alt sind und für eine hohe Bandbreite an Märkten bestimmt sind. Diese Vielfalt verhindert, dass man mit einer einzigen Holzart oder einem einzigen Land ein zu grosses Risiko eingeht. Teak ist eine Baumart, die man in vielen Fonds findet, da das Holz aufgrund seiner hervorragenden Baueigenschaften weltweit stark nachgefragt wird. Erwähnen sollte man noch, dass Investments in Wälder ein sehr junges Geschäft sind: Die meisten Anbieter, die solche Fonds oder Direktkäufe im Programm haben, sind kleine Firmen, die wie ein Handwerksbetrieb funktionieren.

Gibt es einen Weg für Kleinanleger, die trotzdem in Wälder investieren möchten?

Ja, sie können in einen Fonds investieren, der nicht direkt Wälder kauft, sondern Anteile an Firmen, die in der Holzindustrie tätig sind (Pflanzungen, Verpackung, Sägewerke usw.), oder aber in Konzerne, die eigene Wälder besitzen. Die Struktur solcher Fonds und der Wert der darin enthaltenen Aktien ermöglichen den Anlegern schneller verfügbare Renditen. Man muss allerdings wissen, dass diese Art von Fonds eine höhere Volatilität aufweist und stärker mit dem Aktienmarkt korreliert. Meines Wissens gibt es nur zwei solcher Fonds, den 2008 gegründeten Timber Fund der Bank Pictet und den iShares S&P Global Timber & Forestry Index Fund. ◀



Mark Hoskin
Holden & Partners
London



Der Yen, ein Sorgenkind

Die alarmierende Haushaltslage Japans setzt das Land den Risiken einer neuen Finanzkrise aus. Erklärungen.

Die Finanzwelt ist voller Analysten, die scheiterten, weil sie den Untergang des Yen vorausgesagt hatten. Doch ungeachtet der seit Jahrzehnten instabilen Basisdaten bleiben der japanische Yen (JPY) und die damit verbundenen japanischen Staatsanleihen ein Kerngeschäft des Handels mit sicheren Werten. Und jedes Jahr legt der Yen gegenüber dem Dollar (USD) weiter zu. Wir hegen jedoch den Verdacht, dass diese Dynamik langsam abflaut. Mir persönlich bereitet genau derjenige Faktor Sorgen, der eigentlich der Grund dafür ist, weshalb Japan ursprünglich als ein «sicherer Hafen» galt – nämlich sein chronischer Leistungsbilanzüberschuss. Jahrzehntelang wünschten sich die unabhängigen Staaten weltweit einen ähnlichen Leistungsbilanzüberschuss, wie ihn Japan aufwies. Doch im Januar verzeichnete das Land ein Leistungsbilanzdefizit von 437 Mrd. Yen, in erster Linie aufgrund der Zunahme bei den Erdölimporten. Es war der grösste Rückgang in nur einem Monat seit 1985, und er übertraf sogar die pessimistischeren Erwartungen. Ein Hinweis dafür, dass sich strukturell etwas verändert hat.

In den letzten Jahrzehnten exportierte Japan stets mehr, als es importierte, und erwirtschaftete gleichzeitig mehr Ertrag aus seinen internationalen Investitionen, als es ausländischen Investoren an Zinsen und Dividenden auszahlen musste. Diese Situation bildete die Grundlage von Japans legendärem «Zwillings-Überschuss» in der Handels- und der Kapitalertragsbilanz. Kombiniert man diese zwei Bilanzen, gelangt man zur Leistungsbilanz, dem meistverbreiteten Massstab für die weltweiten Geschäfte der Staaten. Mit einem konstanten Leistungsbilanzüberschuss gerüstet, konnte Japan mühelos seine – weltweit höchsten – Staatsschulden finanzieren. Gegenwärtig übersteigen sie 220 Prozent des japanischen BIP. Erschreckend viel, wenn man an den vergleichsweise niedrigen Satz von 165 Prozent in Griechenland denkt.

Über die düstere Haushaltslage Japans kann man nicht diskutieren. Die hohen Schulden, die nach zwei Jahrzehnten keynesianischer staatlicher Konjunkturprogramme angehäuft wurden, erlaubten Japan zwar, eine schwere Rezession abzuwenden, rissen jedoch ein riesiges Loch in die Staatskasse. Steuerte Japan auf ein anhaltendes Leistungsbilanzdefizit zu, würde dies zu

einer instabilen Abhängigkeit von ausländischen Investoren führen, die (wie in den USA) die Staatsanleihen aufkaufen müssten, um die defizitären Ausgaben zu finanzieren. Dies wiederum könnte die Zinsen in die Höhe schnellen lassen und die Gefahr einer Finanzkrise heraufbeschwören. Wenn man bedenkt, wie rasch die Investoren aufgehört haben, die von Defiziten geplagten Volkswirtschaften in Europa zu finanzieren, ist es nicht undenkbar, dass in Japan eine ähnliche Situation eintreten könnte. Politisch scheinen wenige Anstrengungen unternommen zu werden, um die japanischen Staatsschulden in Grenzen zu halten, insbesondere da die Kreditzinsen weiterhin sehr tief sind (1 Prozent bei zehnjähriger Laufzeit).

Es gibt mehrere Gründe, weshalb ein Trend hin zu einem Leistungsbilanzdefizit nicht leicht umzukehren sein wird. Was sich nun aber plötzlich verändert hat, ist Japans Abhängigkeit von Rohöl. Im Zeitalter nach Fukushima kann sich Japan nicht mehr auf die Atomkraft abstützen, die vorher für rund 30 Prozent seiner Stromproduktion aufkam. Durch die fast gänzlich eingestellte Atomstromproduktion (der letzte, noch auf Hokkaido betriebene Reaktor soll im Mai abgeschaltet werden) musste Japan seine Erdölimporte fast verdoppeln – und zwar genau zu dem Zeitpunkt, als der Ölpreis wieder anzog, was tiefgreifende handelspolitische Auswirkungen zur Folge hatte.

Erwähnenswert ist aber auch, dass die Einkommensströme gesund geblieben sind und die durch das Öl verursachten tiefgreifenden handelspolitischen Auswirkungen abfedern können. Zudem liefern sie Mittel für die inländische Defizitfinanzierung. Das Wegschmelzen des Leistungsbilanzüberschusses hin zu einem anhaltenden Defizit (das neben der Ölnachfrage auch andere Ursachen hat) wird wohl rund fünf bis zehn Jahre dauern. Wir rechnen aber mit einer erhöhten Empfindlichkeit gegenüber den Ölpreisen und einer entsprechenden Nebenwirkung auf die Handelsbilanz. Zudem wird die Aussicht darauf, dass der Leistungsbilanzüberschuss keinen Bestand haben wird, Japans Stellung als «sicherer Hafen» und die Stärke des japanischen Yen langsam erodieren.

Peter A. Rosenstreich,
Chief FX Analyst, Swissquote



Investieren in neue Perspektiven

Profitieren Sie vom Wachstums- und Entwicklungspotenzial in aufstrebenden Märkten!

responsAbility ist einer der weltweit führenden Vermögensverwalter für Social Investments in Wachstumsmärkte. Anlagelösungen mit Fokus auf Entwicklungs- und Schwellenländer bieten Investoren die Möglichkeit, Millionen von Menschen an der Basis der Einkommenspyramide Zukunftsperspektiven zu ermöglichen. Mit Investitionen in Mikrofinanz, Fair Trade und anderen entwicklungsrelevanten Anlagethemen können Sie eine finanzielle Rendite erzielen und gleichzeitig zu wirtschaftlichem und gesellschaftlichem Fortschritt in aufstrebenden Märkten beitragen.

In Entwicklung investieren lohnt sich! Mehr über unsere Anlagelösungen erfahren Sie bei uns oder Ihrer Bank.

responsAbility Social Investments AG
Josefstrasse 59, 8005 Zürich, Schweiz
Tel +41 44 250 99 30, Fax +41 44 250 99 31
www.responsAbility.com, investor.relations@responsAbility.com

responsAbility
leading social investments



RENE FRIJS

Doktor der Nanotechnologie

Manuel Aschwanden ist Elektroingenieur und besitzt einen Dokortitel in Nanotechnologie der ETH Zürich. Während seines Studiums wandte er sich insbesondere optischen Systemen zu. Ausserdem vertiefte er während eines mehrjährigen Wirtschaftsstudiums in London und Illinois auch seine betriebswirtschaftlichen Fähigkeiten. Der 32-jährige CEO gründete Optotune 2008 zusammen mit zwei Geschäftspartnern. Gemeinsam entwickelten sie eine verformbare Linse, die dem menschlichen Auge ähnlich

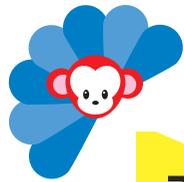
ist und dank elektrischer Impulse Zoom- und Autofokusfunktionen besitzt. Diese revolutionäre Idee bescherte Optotune 2011 den Titel «Start-up des Jahres». Ob Natels, Autoscheinwerfer, Mikroskope oder medizinische Geräte: Optotune-Lösungen können in verschiedenste Produkte eingebaut werden ... und die Auftragsbücher füllen sich zusehends. Um die Produktionskapazität zu erhöhen, siedelte das KMU im vergangenen Jahr von Dübendorf (ZH) nach Dietikon (ZH) um. Es beschäftigt derzeit etwa 30 Personen.



REPORTAGE KOREA EIN LAND AUF DER ÜBERHOLSPUR

Reportage von Ludovic Chappex, Pierre Grosjean und Serge Maillard, unseren Sonderberichterstatern in Seoul.
Mitarbeit: Boryun Shon (Seoul) und Julie Zaugg (London).





In Südkorea wird die Welt von morgen entworfen

Ein Teil unserer Zukunft entsteht in Südkorea: in Labors für Robotik, Zentren für umweltfreundliche Energie und Ideenschmieden für soziale Netzwerke. Eine Reportage aus dem Land der «Early Adopters».

Serge Maillard

Im Schatten eines euphorischen China und eines kränkelnden Japan gibt uns Südkorea still und leise einen Vorgeschmack davon, wie unsere technologische Zukunft aussehen wird. Investoren aus dem Westen lassen das Land nach wie vor grösstenteils links liegen. Sie haben Angst davor, sich in einer Wirtschaft zu engagieren, die von riesigen, stark diversifizierten Konglomeraten, den «Chaebols», beherrscht wird. Aber umgekehrt lassen sich die Innovationsbotschafter aus dem Land der Morgenfrische immer mehr in unserem Alltag nieder: Bildschirme von LG, Telefone von Samsung, Autos von Kia und Hyundai haben sich im Westen einen Namen gemacht und sich innerhalb eines Jahrzehnts vom Image minderwertiger Produkte «Made in Korea» befreit.

Swissquote Magazine wollte sich selbst ein Bild von der Lage vor Ort machen. Denn hinter den gigantischen Konzernen ist nach einem halben Jahrhundert wirtschaftlicher Aufholjagd, die das verarmte und vom Krieg verheerte

Land ins digitale Zeitalter katapultierte, eine Wissensgesellschaft herangereift. Zu den Wirtschaftszweigen, in denen Korea herausragt, gehören neben der Telekommunikations- und Automobilindustrie sowie dem Schiffsbau inzwischen auch Spitzentechnologien wie Robotik, Greentech oder soziale Netzwerke. Dabei musste das Land einen weiten Weg zurücklegen: Keine andere Nation dieser Rössenordnung konnte sich jemals in der Geschichte so rasch emporarbeiten.

Korea gleicht heute einem Trendbarometer.

Seoul, eine Megacity mit mehr als 20 Mio. Einwohnern, verströmt die Atmosphäre einer hochvernetzten futuristischen Stadt mit avantgardistischem Habitus. In der U-Bahn haben alle Pendler, die dicht gedrängt auf den Bänken

sitzen, ihren Blick fest auf ihr Smartphone geheftet. Und die Zeit, in der man auf die Bahn wartet, ist keine verlorene Zeit: Ein QR-Code auf den Werbeplakaten ermöglicht den Nutzern, ihre Einkäufe online von der U-Bahn-Station aus zu erledigen.

Korea gleicht heute einem Trendbarometer mit knapp 50 Mio. Einwohnern: «Der koreanische Markt wird häufig genutzt, um Neuheiten zu testen, denn hier ist die Bevölkerungsdichte sehr hoch, die Menschen sind extrem trendbewusst, und nirgendwo ist das Internet so verbreitet wie hier», erklärt Richard Choi, während er in einer der vielen Filialen einer internationalen Kaffeehauskette im Zentrum von Seoul ein Frappé bestellt.

Der junge Mann ist eine perfekte Verkörperung des neuen Start-up-Geistes, der immer mehr junge Koreaner in dieser durchorganisierten, regelgeleiteten Gesellschaft ergreift: Nach einem Studium in den USA ging er in

Glossar

Chaebol

재벌

Mischkonzern, der – ähnlich wie bei den japanischen «Keiretsu»-Unternehmen – eine Vielzahl von Branchen umfasst und sich häufig in den Händen einer Gründerfamilie befindet. Zu den wichtigsten Chaebols gehören Samsung, ein Konglomerat aus 80 Unternehmen in den Bereichen Elektronik über Versicherungen bis hin zum Baugewerbe, sowie Hyundai (Fahrzeug- und Schiffsbau, Elektronik).

Green growth policy

녹색 성장 정책

Staatspräsident Lee Myung-bak lancierte 2009 einen grünen «New Deal», um die koreanische Wirtschaft anzukurbeln. Das Fünfjahresprojekt mit einem Budget von 110 Mrd. Franken soll namentlich dazu beitragen, erneuerbare Energien sowie das Smart Grid (intelligentes Stromnetz) zu entwickeln.

Kimchi

김치

Traditionelle Beilage, die in Korea zu allen Speisen gereicht wird. Das Gemüse ist mit Chilischoten scharf eingelegt und gegoren.

K-Pop

K-팝

Abkürzung für «Korean Pop». Die koreanische Popmusik mit anspruchsvollen Choreografien soll vor allem das junge Publikum ansprechen. Gruppen wie Girls' Generation oder 2PM sind hier Trendsetter. Sie treten in ganz Asien auf und wollen nun auch Amerika und Europa erobern.



YVAN RODEC

seine Heimat zurück und lancierte im November seine App mit dem Namen Spoqa. Damit können die Nutzer Rabattpunkte in Cafés, Restaurants oder Geschäften sammeln, indem sie ihren Freunden Empfehlungen schicken. Das System basiert auf der Geolokalisierung und ähnelt dem amerikanischen Foursquare, soll aber über das Punktesystem die Kundenbindung erhöhen.

Soziale Netzwerke und die Webindustrie gehören zu den Bereichen, in denen Südkorea dem Rest der

Welt einen Schritt voraus ist: Bevor es Facebook gab, tauschten sich die Koreaner schon auf der Plattform Cyworld über ihre Befindlichkeiten aus; vor der Huffington Post konnten sie sich auf der Website OhMyNews als 2.0-Journalisten betätigen; Naver, die meistgenutzte Suchmaschine in Korea, hat Innovationen hervorgebracht, die fünf Jahre später von Google übernommen wurden, z.B. die «Universal Search», die Suchergebnisse nach Kategorien ordnet. Die neueste Technologieperle aus Südkorea



heisst Enswers und will ihre Lösungen zum Suchen nach Online-Videos in die ganze Welt exportieren (s. Artikel auf S. 44). Auch im Bereich der Robotik sticht das Land hervor: Zum Beispiel ist die Firma Yujin Robot eine Partnerschaft mit Microsoft eingegangen (s. Artikel auf S. 56).

«In der angewandten Innovation ist das Land ganz gross.»

Und das Land gibt sich damit noch nicht zufrieden. Um punkto Innovation von der Rolle des Marktführers in die Rolle des Südkorea nun, sich als grösster Investor in Forschung und Entwicklung (F&E) im Bereich Naturwissenschaften und Technologien zu profilieren. So plant die koreanische Regierung für 2012, diesem Sektor 5 Prozent des BIP zukommen zu lassen, was im internationalen Vergleich ein sehr hoher Anteil ist (die Schweiz wendet dafür 3 Prozent auf).

In Daejeon, dem eine Zugstunde von Seoul entfernten koreanischen «Silicon Valley», spult Professor Kyoung Yong Jee, Vizepräsident des Electronics and Telecommunications Research Institute (ETRI), nicht ohne Stolz die lange Liste von Innovationen ab, die in seinem Institut entstanden sind, z.B. der Mobiltelefonstandard der vierten Generation [4G], der eine extrem schnelle Übertragung ermöglicht.

Für den Ausbau von Greentech in Südkorea wurde beispielsweise ein Chaebol-Konsortium gegründet, dem die grossen Telefonanbieter Korea Telecom und SK sowie Samsung und LG angehören, aber auch das Schweizer Unternehmen ABB. «Die Idee ist, zwischen den

Abteilungen dieser grossen Konzerne bestmögliche Synergieeffekte zu erzeugen», betont Jean-Philippe Baudrey, Direktor des Energie- und Umweltausschusses bei der EU-Handelskammer in Südkorea. «Zum Beispiel werden im Rahmen der Tests zu intelligenten Stromnetzen und Gebäuden auf der Insel Jeju Fernsehbildschirme eingesetzt, um den Energieverbrauch zu kontrollieren.»

Daniel Cavegn, stellvertretender Missionschef der Schweizer Botschaft in Seoul, drückt es so aus: «Mehr noch als in der reinen Innovation liegen die Stärken der Koreaner in der Optimierung und Vermarktung bestehender Technologien.» Der «Korean Way», also die Koreanisierung ausländischer Technologien, ist in hohem Masse prägend für die Forschung in diesem monoethnischen Land. Hier sind zwar die Firmen international, nicht aber die Bevölkerung und noch weniger die Forscher – bis 1992 musste man eine Genehmigung einholen, wenn man das Land verlassen wollte.

«Anders als in Europa, wo sich Innovation vor allem auf technologische Neuerungen bezieht, verstehen die Koreaner darunter auch das Geschäftsmodell und den Endkunden», erklärt Jean-Jacques Grauhar, Generalsekretär der EU-Handelskammer in Südkorea. «In der angewandten Innovation ist das Land ganz gross.» Sobald eine neue Technologie in den Produktionsprozess integriert wird, führt die Schnelligkeit dieser Integration zu einer Spitzenposition koreanischer Unternehmen. Das Landesmotto «pali pali» («schnell-schnell») macht sich bezahlt: «Die Schnelligkeit der koreanischen Unternehmen ist der Hauptunterschied zur Schweiz», bestätigt Daniel Cavegn. «Keine andere Volkswirtschaft der Welt hat eine derart auf schnell getrimmte Produktionsinfrastruktur zu bieten.» ▲

Glossar

Pali pali

빨리빨리

Wörtlich «schnell-schnell». Dieser Ausdruck versinnbildlicht die Geschwindigkeit, mit der sich das Land modernisieren konnte, und bestimmt das Leben der Koreaner von morgens früh bis abends spät.

Sooneung

수능

Die Aufnahmeprüfung an die Universität ist die wichtigste Prüfung im Leben eines Koreaners und besteht aus einer Reihe von Multiple-Choice-Fragebogen. Der Prüfungstag, der für die berufliche Zukunft der jungen Menschen allesentscheidend ist, hält das ganze Land in Atem.

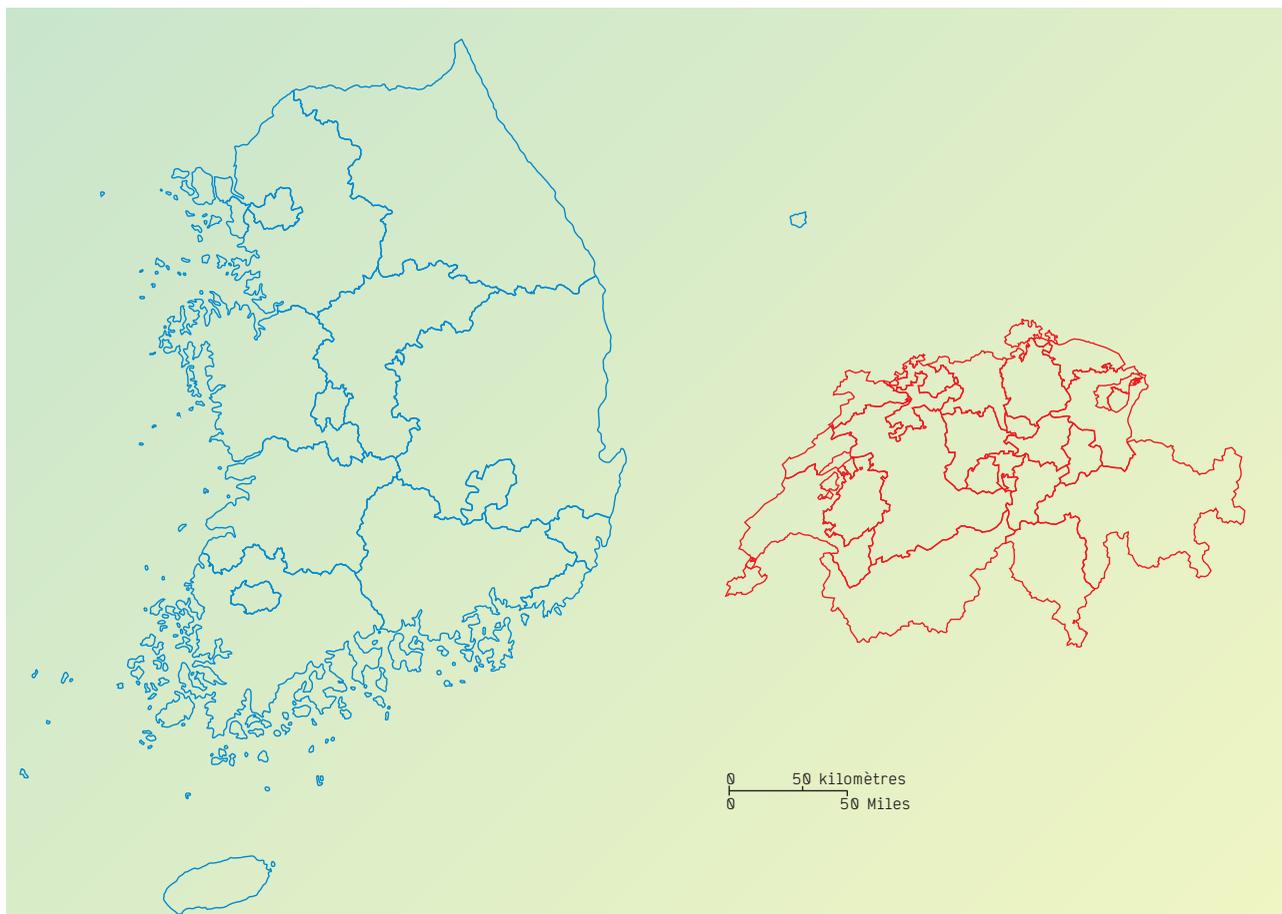
Ultraschnelles Breitband

초 고속 인터넷

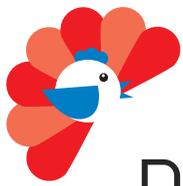
Südkorea ist hinsichtlich des Internetzugangs wahrscheinlich das am meisten entwickelte Land der Welt. Im Land der der Morgenstille gibt es bereits sensationelle Bandbreiten von einem Gigabit pro Sekunde. Damit kann ein zweistündiger Film in fünf Sekunden heruntergeladen werden.

4G

Symbol für die Leistungsfähigkeit der koreanischen Forschung. Am ETRI, dem koreanischen «Silicon Valley», wurde eines der ersten Mobilfunksysteme der vierten Generation [4G] entwickelt. Es kann Daten vierzigmal schneller übertragen als das 3G-Mobilfunknetz.



	Südkorea	Schweiz
OBERFLÄCHE	99'678 km ²	41'290 km ²
BEVÖLKERUNG	48,8 Mio.	7,9 Mio.
RANG AUF DER LISTE DER LÄNDER NACH BRUTTOINLANDPRODUKT (BIP)	13	38
BRUTTOINLANDPRODUKT	1'164 Mrd. Dollar	550,5 Mrd. CHF
WACHSTUM	3.6%	1.9%
BIP PRO KOPF	31'700 Dollar	43'400 Dollar
ARBEITSLOSENRATE	3.4%	3%
WECHSELKURS / DOLLAR	1'253 Won	1 CHF
AUSGABEN FÜR F&E	3%	2,3%
HANDELSBILANZ	+47 Mrd. Dollar	+26 Mrd. Dollar
FUNKTIONSWEISE	Top Down Starke Hierarchisierung	Bottom Up Dezentralisierung
WÄHRUNG	schwacher Won Südkorea wird beschuldigt, seine Währung künstlich schwach zu halten, um den Export zu fördern.	Starker Franken Die Schweizer Ausfuhren leiden unter den Auswirkungen des starken Frankens.
PHILOSOPHIE	Pali Pali [«Schnell schnell»] Südkorea hat die schnelle Ausführung zu einem Wettbewerbsvorteil gemacht.	Eile mit Weile Die Schweiz lässt sich gerne Zeit, um gute Arbeit zu machen.



Die Allmacht der Chaebols

Die berühmten südkoreanischen Grossunternehmen in Familien- bzw. Clanbesitz, wie etwa Samsung und Hyundai, sind die Motoren der nationalen Wirtschaft. Sie gefährden aber auch deren Wachstum. Wie erklärt sich dieses Phänomen?

Serge Maillard

Die Chaebols sind in Südkorea Gegenstand heftiger politischer Diskussionen. Die riesigen Mischkonzerne, die in ein und derselben Struktur Restaurants und Atomkraftwerke (Doosan), Sprengstoffe und Finanzdienstleistungen (Hanwha) oder petrochemische Fabriken und Vergnügungsparks (Lotte) unter einen Hut bringen, haben beim Wachstum des Landes seit den 1960er-Jahren eine entscheidende Rolle gespielt. Heute hinterfragen die Koreaner jedoch mehr und mehr die negativen Nebeneffekte dieser höchst zentralisierten Form des Wirtschaftens.

«In Südkorea werden Kleinunternehmen wie Tiger im Zoo behandelt. Die Chaebols ernähren sie, lassen sie dafür aber auch nicht in freier Wildnis aufwachsen.» Jack Gil Kim weiss, wovon er spricht. Seine Start-up Enswers ist soeben vom Kommunikationsriesen Korea Telecom (KT) übernommen worden, der gleichzeitig im Bereich der grünen Energie aktiv ist und Roboter für Kinder produziert.

Die siebzig Angestellten von Enswers sind sich durchaus bewusst, dass nur die Schlagkraft des 22 Mrd. Dollar schweren KT-Konzerns dem System für Videoerkennung, das der Kleinbetrieb entwickelt hat (siehe Seite 44), zu globaler

Präsenz verhelfen kann. Doch sie fragen sich auch, ob die Integration in eine riesige Struktur letztlich nicht vielleicht ihrer Kreativität schaden wird.

Es besteht kein Zweifel daran: In Südkorea ist es das Schicksal eines jedes erfolgreichen Kleinunternehmens, von einem Chaebol geschluckt zu werden. «Small is beautiful» gilt hier nicht für lange. Ausserdem schämen sich die Koreaner oft, wenn sie für einen Kleinbetrieb arbeiten, und träumen regelrecht davon, in ein solches Konglomerat aufgenommen zu werden.

«Die vielfältigen Aktivitäten der Chaebols verschaffen ihnen unglaubliche Synergien», berichtet Jean-Jacques Grauhar, Generalsekretär der EU-Handelskammer in Südkorea. «So sind zum Beispiel bei KT die Bereiche TV und Telekommunikation mittlerweile vollständig integriert.» Ein anderes typisches Beispiel: Der Konzern CJ Corporation, der im Nahrungsmittelsektor, im Gesundheitswesen und in der Unterhaltung tätig ist, verkauft in ganz Asien das koreanische Nationalgericht Kimchi in seinen Kinokomplexen ...

Angesichts des überwältigenden wirtschaftlichen und politischen

Einflusses dieser Konglomerate beginnt sich der Widerstand der KMU zu organisieren, die immerhin mehr als 80 Prozent der Arbeitsplätze in Südkorea ausmachen (die Chaebols 12 Prozent). «Es gibt heute starken Widerstand gegen die Konzentration in der Wirtschaft», erklärt Byung-il Choi, Präsident des Korea Economic Research Institute (KERI). «Viele KMU beklagen sich über ihr ungenügendes Mitspracherecht bei Verhandlungen mit den Chaebols.» Ein grosser Teil der KMU arbeitet als Zulieferer für Grossunternehmen wie Hyundai, ohne als gleichberechtigte Partner angesehen zu werden. «Die Chaebols wälzen die Kostensteigerungen einfach auf



«In Südkorea werden Kleinunternehmen wie Tiger im Zoo behandelt. Die Chaebols ernähren sie, lassen sie dafür aber auch nicht in freier Wildnis aufwachsen.»

Jack Gil Kim, CEO des IT-Unternehmens Enswers



CAROLINE FISCHER

ihre Lieferanten ab», so der KERI-Präsident weiter. Ganz abgesehen davon, dass sie auch die grössten Talente zu sich locken und die innovativsten Ideen der kleineren Unternehmen einfach übernehmen.

ZORN DER KLEINHÄNDLER

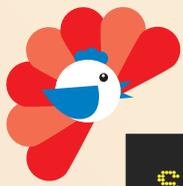
Die KMU beklagen sich zudem über eine Währungspolitik, die die grossen exportorientierten Chaebols begünstigt, indem der Won künstlich schwach gehalten wird, was wiederum die Kaufkraft der Haushalte und der nur im Inland tätigen Unternehmen schwächt. «Der Zorn ist auch stärker geworden, weil sich die Konglomerate heute auf der Suche nach neuen Absatzkanälen zusätzlich in Sek-

toren ausbreiten, die traditionell in den Händen kleinerer Unternehmen waren», erklärt Byung-il Choi. So hat beispielsweise die CJ Corporation eine Café- und Bäckereikette gegründet: «Das verunsichert das Kleingewerbe zusätzlich.»

Angesichts der wachsenden Unzufriedenheit hat der südkoreanische Präsident Lee Myung-bak zwar kürzlich ein «geteiltes Wachstum» von Chaebols und KMU zu einer seiner Prioritäten erklärt. Doch der Widerstand der Grosskonzerne liess nicht lange auf sich warten. So nannte der Präsident von Samsung das Projekt der Regierung, die Gewinne gerechter zu verteilen, eine

«kommunistische Verirrung». Und die Bevölkerung weiss natürlich, wie eng die Politik mit den Chaebols verbandelt ist – stammt Präsident Lee Myung-bak doch selbst aus dem Kader des Hauses Hyundai.

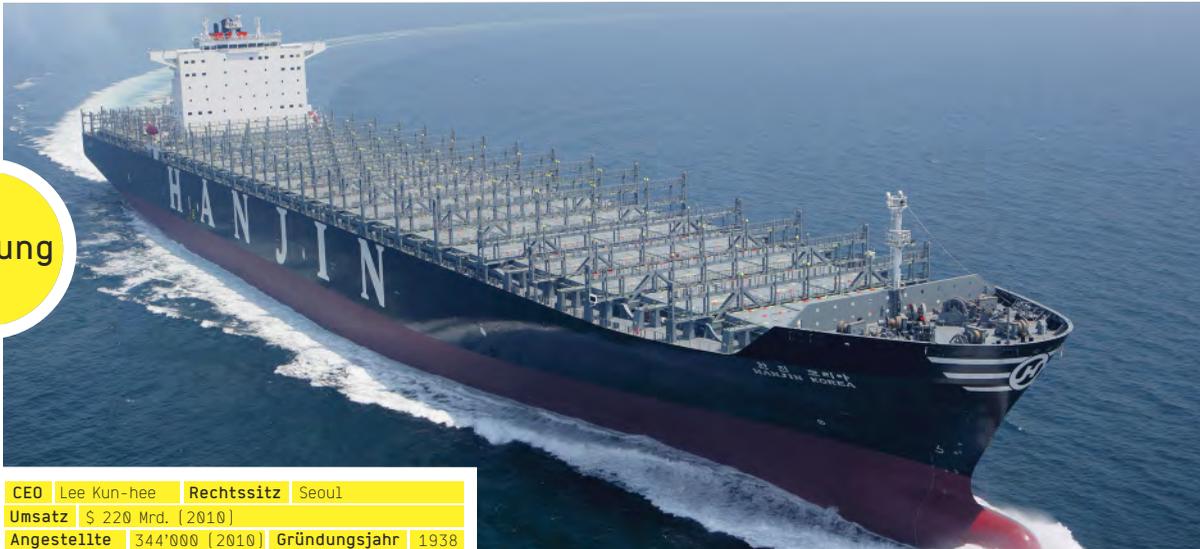
Dennoch steht die Verabschiedung von Anti-Chaebol-Massnahmen heute im Zentrum der politischen Agenda Südkoreas, zumal im April die Parlamentswahlen sowie im Dezember die Präsidentschaftswahl anstehen. 2012 könnte also zu einem Wendepunkt für das südkoreanische Wirtschaftsmodell werden, indem die Macht der «Too big to fail»-Konzerne eingeschränkt würde. ▀



Samsung, der Konzern mit 80 Unternehmenszweigen

Das grösste koreanische Unternehmen hat seit den 90er-Jahren eine glänzende Entwicklung erlebt und sich vom Hersteller von Billig-Elektronik zum vielseitigen Technologie-Imperium gemauert. Serge Maillard

Samsung



CEO	Lee Kun-hee	Rechtssitz	Seoul
Umsatz	\$ 220 Mrd. (2010)		
Angestellte	344'000 (2010)	Gründungsjahr	1938

«Das Samsung-Label begleitet den Südkoreaner sein Leben lang», meint Daniel Cavegn, Schweizer Diplomat in Seoul. «Man kann das Licht der Welt in einem Samsung-Spital erblicken, später auf einem Samsung-Parcours Golf spielen, Samsung-Toiletten benutzen und seine Einkäufe mit einer Samsung-Kreditkarte bezahlen ...» Mit seinen 80 Firmen (siehe Infografik) erwirtschaftet der grösste koreanische Konzern 10 Prozent des BIP des Landes und beschäftigt weltweit über 300'000 Menschen.

Samsung Electronics, die grösste Division des Unternehmens, stellt Mobiltelefone, Fernsehgeräte und Tablets her. Sie überflügelte 2011 den Giganten Apple und eroberte damit Platz eins unter den Smartphone-Herstellern. «Mit der Lancierung neuer Geräte werden Mobiltelefone 2012 weiterhin zu den Stärken des Unternehmens gehören», erklärt Keon Han, Analyst bei Morgan Stanley. «Der Ersatz von Geräten der älteren Generation, die eine geringe Marge abwerfen, durch neue Smartphones dürfte eine Gewinnerhöhung mit sich bringen.»

Manish Nigam, Credit Suisse, bestätigt: «Im letzten Quartal 2011 stiegen die Smartphone-Bestellungen um 30 Prozent.» Sein Kollege Keon Han erinnert zudem an den Entscheid eines amerikanischen Gerichts im Dezember, den Verkauf von Telefonen, Tablets und PCs des südkoreanischen Unternehmens in den USA nicht zu verbieten. Ein gegenteiliges Urteil hätte für Samsung bis zu 1,5 Mrd. Dollar Einbussen bedeutet. Nachdem die grosse Ungewissheit auf ihrem wichtigsten Markt ausgeräumt war, konnte die Firma aufatmen.

PIONIER IM BEREICH DER OLED-BILDSCHIRME

Die südkoreanische Firma hat ihre Rivalen Samsung und Panasonic auch in der Sparte der Flachbildschirme hinter sich gelassen. Jetzt doppelt sie nach und lanciert vor allen Konkurrenten die neue Generation der OLED-Bildschirme, die eine stark verbesserte Bildqualität bieten. «Das Know-how auf dem Gebiet der Fernsehgeräte hat sich von Japan nach Südkorea verlagert», bemerkt Shaun Cochran, Analyst bei CLSA.

Samsung exportiert nicht nur Elektronik, sondern ist auch in anderen Bereichen aktiv, die man als atypisch bezeichnen könnte: Die Sparte Baugewerbe errichtete die Petronas-Türme in Kuala Lumpur und den weltweit höchsten Wolkenkratzer Burj Khalif in Dubai. Und die gigantische Division Samsung Heavy Industries, die Schiffsbau betreibt, hat soeben vor der russischen Insel Sachalin die grösste Offshore-Plattform der Welt gebaut.

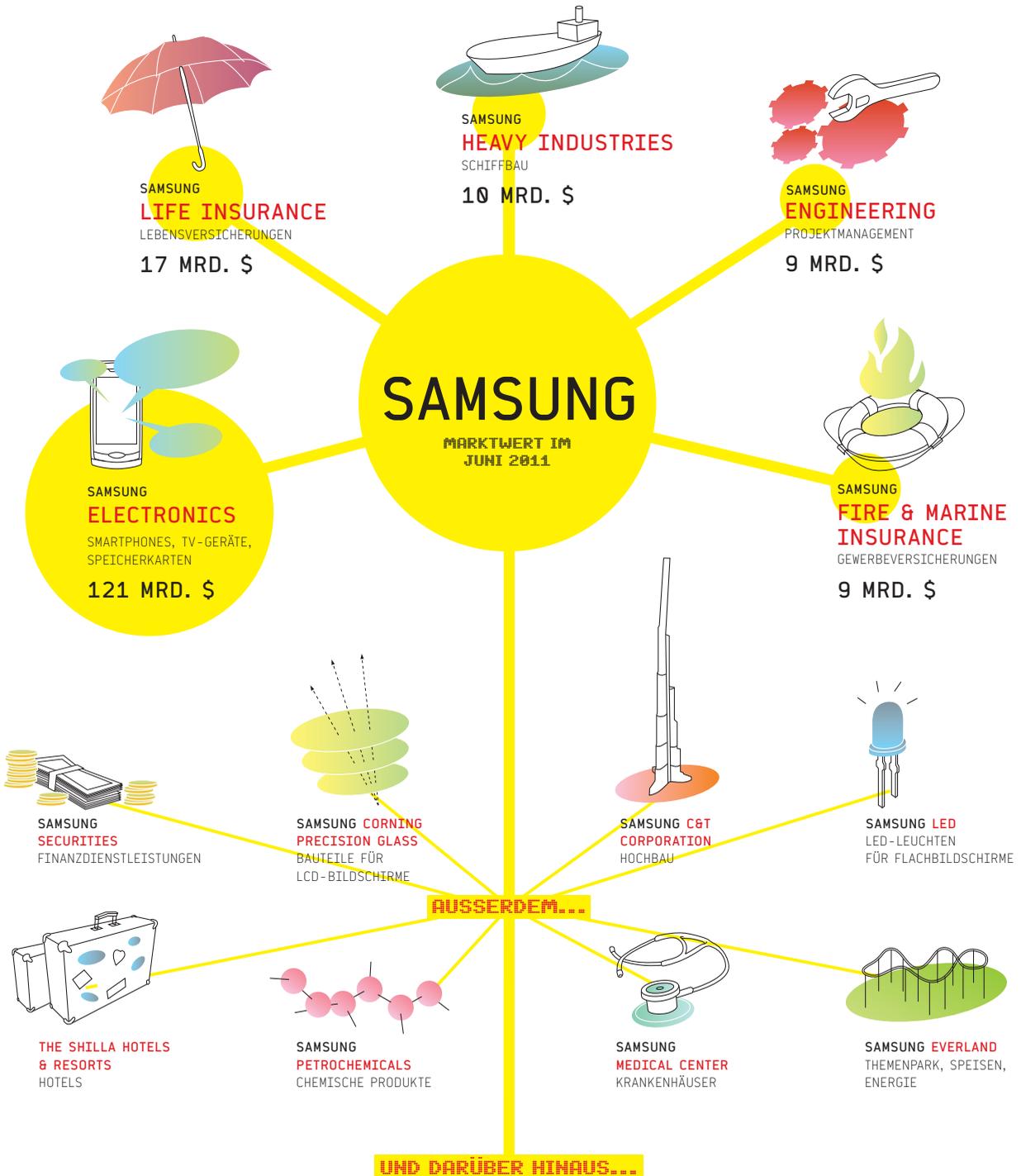
Neben dem Umsatzziel von 200 Mrd. Dollar, das die Division Electronics bis 2015 erreichen will, treibt das Unternehmen seine Diversifizierung in Richtung Gesundheitssektor und grüne Technologien voran. «Dank der Synergien mit anderen Sparten hat Samsung unter anderem auch in der Biotechnologie-Branche gute Karten», schätzt Jean-Jacques Grauhar, Generalsekretär der EU-Handelskammer in Korea.

2012 will der Mischkonzern 42 Mrd. Dollar investieren und 26'000 neue Arbeitsplätze schaffen. A005930,1



DAS KONGLOMERAT SAMSUNG

TEXT: SERGE MATLARDI | INFOGRAPHY, CAMILLE SAUTHER
 QUELLEN: BLOOMBERG, THOMPSON REUTERS, DATASTREAM, SAMSUNG



SAMSUNG ELECTRO-MECHANICS... SAMSUNG SDI... SAMSUNG SDS... SAMSUNG MOBILE DISPLAY... SAMSUNG TECHWIN... SAMSUNG TOTAL PETROCHEMICALS... SAMSUNG FINE CHEMICALS... SAMSUNG BP CHEMICALS... SAMSUNG CARD... SAMSUNG INVESTMENT TRUST MANAGEMENT... SAMSUNG VENTURE INVESTMENT... CHEIL INDUSTRIES... CHEIL WORLDWIDE... S1 CORPORATION... I MARKET KOREA... ACE DIGITECH... CREDU... TOSHIBA SAMSUNG STORAGE TECHNOLOGY CORPORATION... SB LIMOTIVE... SMP... SILTRONIC SAMSUNG WAFER PTE... SAMSUNG THALES... SD FLEX... SAMSUNG BIOEPIS... SAMSUNG BIOLOGICS... SIAM SAMSUNG LIFE INSURANCE... SAMSUNG AIR CHINA LIFE INSURANCE... AT GRAIN... SAMSUNG HUMAN RESOURCES DEVELOPMENT CENTRE... SAMSUNG LIONS... HO-AM-STIFTUNG... SAMSUNG FOUNDATION OF CULTURE... SAMSUNG WELFARE FOUNDATION... SAMSUNG LIFE PUBLIC WELFARE FOUNDATION... SAMSUNG ECONOMIC RESEARCH INSTITUTE

Nicht zu vergessen 39 weitere Unternehmen...



Digitale Innovationen und ein Hauch von K-Pop

Um sein System zur Video-Erkennung zu verbreiten, hat das Start-up-Unternehmen Enswers eine Entertainment-Website aufgekauft – und wurde anschliessend seinerseits von einem Internetriesen gefressen. Ein echte Soap der digitalen Wirtschaft Koreas.

Pierre Grosjean



Jack Gil Kim mag den Spitznamen für das 2007 von ihm gegründete Unternehmen Enswers nicht: Alle sprechen vom «Shazam für Videos» – in Anlehnung an die bekannte iPhone-App, die jedes Musikstück anhand eines kurzen Auszugs identifizieren kann. Seiner Meinung nach greift dieser Vergleich zu kurz ... Tatsächlich macht sein Start-up-Unternehmen, eine der vielversprechendsten Firmen des Landes, viel mehr, als bloss die Herkunft von Videoaufnahmen zu bestimmen. Es verwaltet auch Soompi, ein Nachrichtenportal für TV-Serien und koreanischen Pop, das der Firma als Versuchslabor für ihre Technologie dient. «Soompi ist sehr beliebt. Die

Website erlaubt uns, unseren Dienst bei einem breiten Publikum bekannt zu machen», erklärt Sherman Li, COO von Enswers und die rechte Hand des Direktors. «Das Portal verzeichnet jeden Monat 3 Mio. Besucher. Wir haben beschlossen, es aufzukaufen, um unser Geschäftsmodell auf die ganze Welt auszuweiten. Die Website existiert auf Englisch, Französisch und Spanisch, und wir sind dabei, Versionen auf Japanisch, Chinesisch und Portugiesisch vorzubereiten.»

Die von Enswers entwickelte Lösung besteht in einem Plug-in, Image2Play genannt, das im Webbrowser des Benutzers installiert

werden kann. «Dieses Tool kann ein Bild analysieren und – nachdem es dieses mit Millionen anderer Bilder aus den Datenbanken verglichen hat – die Verbindung zum ursprünglichen Video herstellen, damit der Nutzer es sich ansehen kann», erklärt Sherman Li. Eine echte programmatische Spitzenleistung, die bedeutende Absatzmöglichkeiten im Online-Videovertrieb erahnen lässt. Über das Soompi-Portal, wo Screenshots von Fernsehsendungen und -dramas angezeigt werden, können sich die Nutzer so die gesamten Videos nach Belieben ansehen.

Gleichzeitig haben Jack Gil Kim und seine Ingenieure auch eine Video-Suchmaschine (Enswers.me) und eine legale Plattform für den gewinnbringenden Download via Peer-to-Peer geschaffen. All diese Dienste erhalten nun einen mächtigen Marketingschub: Im Dezember letzten Jahres erwarb das Konglomerat Korea Telecom (KT) Enswers für 40 Mio. Dollar und integrierte die Firma in den eigenen Konzern. Es handelte sich um eines der grössten Geschäfte der Branche in Korea.

Diese Eingliederung in ein Unternehmen, das 32'000 Personen beschäftigt und dessen Tätigkeit von der Videoüberwachung bis zu mobilen Anwendungen reicht, sollte Enswers die Expansion ins Ausland ermöglichen. «Wir hatten unsere Technologie bereits an die grössten koreanischen Websites verkauft und sind an unsere Grenzen gestossen», erläutert

Sherman Li. «Als kleines Start-up-Unternehmen ist es nicht einfach, ausländische Märkte zu erobern. KT stellt uns heute seine Infrastruktur zur Verfügung, wodurch wir uns im Ausland entwickeln können. Das Unternehmen hat viele Partner auf der ganzen Welt. Es kann ihnen unsere Technologie vorstellen und uns helfen, sie zu vermarkten. Wir werden übrigens bald ein Büro in San Francisco eröffnen.»

Zu einem Zeitpunkt, da sich der Markt des traditionellen Fernsehens aufs Internet verlagert, könnte sich das von Enswers entwickelte Video-Trackingsystem als Standardbestimmungsverfahren für digitale Unterhaltung etablieren. Sicher ist, dass KT dessen Vermarktung ankurbeln wird. «Den

grossen koreanischen Konzernen gelingt es heute, die neuen Technologien perfekt in ein Angebot zu integrieren, das sie dem Kunden verkaufen können», meint Jean-Jacques Grauhar, der die Wirtschaft des Landes von seiner Funktion an der Spitze der Handelskammer der Europäischen Union in Südkorea aufmerksam verfolgt.

Es gab auch eine Nebenwirkung dieses Geschäfts: Mit der Übernahme von Enswers ist der Riese KT auch gleich Besitzer von Soompi geworden. Das Konglomerat wird seine kommerzielle Stosskraft für das Portal einsetzen, wodurch die gesamte K-Pop-Bewegung starken Aufschwung erhalten sollte. Die Versionen von Soompi in Chinesisch, Japanisch und Portugiesisch werden schon bald aufgeschaltet. ▲



Jack Gil Kim,
Gründer und CEO von Enswers

Ein sicherer Wert

Der führende Fernmeldekonzern des Landes, Korea Telecom, kämpft gegen eine erbitterte Konkurrenz, vor allem im Bereich der Mobiltelefonie. Doch das Unternehmen bleibt langfristig ein solides Investment.



Dieses 2002 privatisierte frühere Staatsunternehmen beherrscht den südkoreanischen Fernmeldemarkt. Es liefert Dienstleistungen im Bereich Festnetz- und Mobiltelefonie sowie von Digital-TV und Internet. «Der Sektor der südkoreanischen Telekommunikation, die sich auf die Herausforderung der 4G vorbereitet,

CEO	Lee Suk Chae	Rechtssitz	Seongnam (Seoul)
Umsatz	21'267 Mrd. KRW im Jahr 2010 (17,4 Mrd. CHF)		
Angestellte	31'155	Gründungsyear	1981

dürfte kurzfristig keine Verbesserung der Gewinnsituation erfahren», schätzt Jeff Kahng, Analyst bei Credit Suisse.

Korea Telecom dürfte auch nicht gross vom Zuwachs an Abonnenten im Sektor der Mobiltelefonie profitieren, da dieser auf äusserst günstigen Offerten basiert, etwa der Möglichkeit einer Teilhabe an unbegrenzten Datenmengen pro Benutzer. «Das dürfte den durchschnittlichen Ertrag pro Abonnent drücken», schätzt der Analyst. Sam Min von Morgan Stanley wiederum macht der Prozess Sorgen, den Samsung gegen Korea Telecom anstrengen will, weil das Unternehmen den Zugang zum Internet für seine Smarts-TV gekappt hat, da diese angeblich das Netz verstopfen. «Das schlimmste Szenario für Korea Telecom wäre ein Versorgungsengpass bei den Mobiltelefonen wegen der verschlechterten Beziehung zu Samsung», meint er.

Trotzdem bleibt der Konzern langfristig eine solide Anlage. Die beiden Analysten empfehlen den Investoren folglich, ihre Anteile an dem Konzern zu halten («hold»).
A017670,1



KT

WERTFÜHRUNG AUF KOREANISCH



KOREA

Die Girlgroup 2NE1 wurde vergangenen November von MTV mit dem Preis für die beste Newcomer-Band ausgezeichnet («Best new band in the world»). Die Songs der Gruppe schaffen es regelmässig in die Download-Charts.



Die «Korean Dramas» und die K-Pop-Bands haben ganz Asien erobert und begeistern weltweit immer mehr Menschen. Ein Erfolg, der sich seinen Weg über die sozialen Netzwerke bahnt und auch die Wirtschaft Südkoreas stimuliert.

Pierre Grosjean

Wir schreiben 1999, Südkorea ist gerade am Bankrott vorbeigeschlittert. Präsident Kim Dae-jung ist es gerade noch gelungen, das Land aus der Krise herauszusteuern, und er braucht eine neue Herausforderung. Er sucht nach einer Möglichkeit, die Wirtschaft zu stabilisieren und langfristiges Wachstum sicherzustellen. Wie kann man die koreanischen Produkte auf den internationalen Märkten bewerben? Wie ihnen helfen, sich in einer globalisierten Wirtschaft dauerhaft durchzusetzen? Er denkt an die Magie des Fernsehens und der Musik. Er denkt an Soft Power. Und er möchte als «Präsident der Kultur» in Erinnerung bleiben.

An diesem Morgen des Jahres 1999 trifft Kim Dae-jung eine Entscheidung, die seither als offizieller Auslöser der «Hallyu» betrachtet wird, der koreanischen Welle. Er erlässt ein «Gesetz für die Förderung der Kulturindustrie», für das ein Budget von 148,5 Mio. Dollar zur Verfügung steht. Die Behörden wollen so eine Bewegung begleiten und verstärken, die den asiatischen Kontinent bereits zu erobern begonnen hat.

Der Präsident weiss sehr wohl, dass seit 1997 Millionen chinesischer Teenies für die romantische TV-Serie «Star in My Heart»

schwärmen. Die in Seoul kreierte Serie schildert die Romanze zwischen einem Waisenmädchen, das vom Erfolg in der Modewelt träumt, und einem Jungsänger, der von seinem Vater schikaniert wird. Mit diesem sentimentalen Feuilleton, das für 1000 Dollar pro Episode verschleudert und in Mandarin nachgesprochen wird, entdeckt das chinesische TV-Publikum ein Südkorea ohne Kom-
 plexe, wo Jünglinge mit Puppenfrisuren ihre Verlobten in Hyundai-Luxuslimousinen herumchauffieren – Bilder, die das völlige Gegenteil der Vorstellung von einem eher öden, sittenstrengen Land sind, die man sich hier zuvor von Südkorea gemacht hatte.

Kim Dae-jung ahnt, dass es diese Karte auszuspielen gilt. Er fördert den Export dieser kulturellen Produkte nicht nur in den riesigen chinesischen Markt, sondern nach ganz Südostasien: Philippinen, Thailand, Vietnam, Indonesien, Malaysia ... Die lokalen TV-Sender erkennen bald, dass es sich lohnt, diese Serien einzukaufen: Zu unschlagbaren Preisen (da sie bereits amortisiert sind und bis zu zehnmal weniger kosten als eine im Land selbst produzierte Unterhaltungsserie) erhalten sie Soap Operas, die sich bestens bewährt und ein hohes Suchtpotenzial haben: «Winter Sonata», «Spring Waltz», «Autumn in My Heart», «Beautiful Days» usw.

BEISPIEL #2



Der neue Style von Taeyang, Frontmann der Band Big Bang.

Die Strategie des Präsidenten ist aufgegangen und hat seine Erwartungen übertroffen. Von Anfang der 2000er-Jahre an ergiesst sich eine Flut koreanischer TV-Spielfilme über ganz Asien. In den meisten Ländern, in denen sie vertrieben werden, schlagen sie sämtliche Einschaltquoten-Rekorde. Die TV-Zuschauer lieben die traurigen Situationen, die schönen Schauspielerinnen und Schauspieler ebenso wie die Happy Ends. Sie identifizieren sich mit den Protagonisten, die ihrer Realität viel näher sind als die Figuren aus der Hollywood-Traumfabrik. Die Drehbücher der «Korean Dramas» strotzen denn auch von den Wertvorstellungen des Konfuzianismus (Achtung vor den Älteren, Vorrang der Söhne vor

Töchtern usw.), die dem chinesischen Publikum gefallen.

Wie von Präsident Kim gewünscht, wird der Export der Serien vom Kulturministerium unterstützt. Eine seiner sechs Hauptaufgaben ist von nun an die Förderung Südkoreas als «globale kulturelle Macht». Dabei bildet die Musik den zweitstärksten Exportschlag.

Seit Ende der 1990er-Jahre ist es Scharen von Boy-Bands mit Dreibuchstaben-Namen wie HOT, NRG, SES, GOD* gelungen, ihre süßlichen Melodien in den Charts von Taiwan, Hongkong und China zu platzieren. Die Medien sprechen von einer Invasion und amüsieren sich darüber, wie es der K-Pop-Musik gelingt, ihre früher über-

BEISPIEL #1



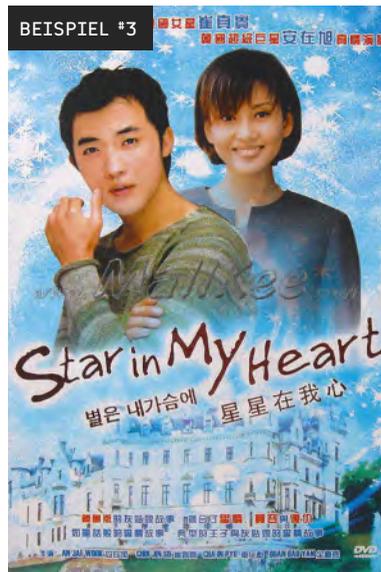
Die vierköpfige Hip-Hop-Girlgroup 2NE1 begann ihre Karriere mit einem Werbespot für LG Electronics.

mächtige japanische Konkurrentin J-Pop zu übertrumpfen.

«Ihr Erfolgsgeheimnis ist vielleicht gerade die Art und Weise, wie sie sich bewegen.»

«Dass die K-Popmusik den Jugendlichen so sehr gefällt, hat nicht nur mit der Musik und dem Aussehen der Sänger zu tun, sondern vor allem auch mit ihrem Tanzstil», stellt Olivier Mouroux fest, Leiter der Kommunikationsagentur Asiance in Seoul. «Ihr Erfolgsgeheimnis ist vielleicht gerade die Art und Weise, wie sie sich bewegen.» Die jungen Talente werden von den Talentagenturen mit etwa zwölf Jahren ausgewählt und müssen einen drakonischen Auswahlprozess überstehen, bevor sie erstmals auf der Bühne stehen. Neben Gesangs- und Tanzverhalten die Trainees während zwei Jahren auch Fremdsprachenunterricht, um sich auf dem internationalen Markt durchzusetzen. Heute generieren die K-Pop-Gruppen in ganz Asien einen grossen Teil des Internetverkehrs auf Facebook, YouTube und Twitter. Rund um die jungen Idole werden neue Tele-Reality-Formate entwickelt und den Fernsehsendern von Singapur bis Indonesien verkauft.

Eine Nebenwirkung dieser kulturellen Dominanz ist, dass immer mehr asiatische Konsumenten den koreanischen Lifestyle übernehmen. Sie kaufen koreanisch, fahren koreanisch, essen koreanisch und fahren nach Seoul in die Ferien, um ihre Idole zu sehen oder die Fernsehstudios und Szenerien zu



Die Erfolgssaga «Star In My Heart» hat massgeblich zur Beliebtheit von K-Dramas beigetragen.

besuchen, wo ihre liebsten Serien gedreht worden sind. «Manche leisten sich sogar Schönheitsoperationen, um den koreanischen Stars zu gleichen», schreibt Robert L. Cagle von der Universität Rochester in seinem Buch «Korean Wave» (Jimoondang).



Der südkoreanische Hip-Hop-Star Park Jae Sang, bekannt als Psy.

Präsident Kim Dae-jung hatte Erfolg. Innerhalb von gut zehn Jahren ist Südkorea zu einer Marke geworden, einem Label, das den Erzeugnissen von der Halbinsel eine emotionale Dimension verleiht.

Die nächste Herausforderung besteht darin, das Publikum in

Europa und Amerika zu erobern, und das bedeutet viel Arbeit. Denn obwohl die K-Pop-Konzerte den Madison Square Garden oder das Zénith in Paris füllen und Koreanisch-Sprachkurse einen noch nie dagewesenen Zustrom verzeichnen, ist man im Westen noch weit von einer «Korean Mania» entfernt. Doch es tut sich etwas, vor allem im Bereich des koreanischen Films. Der Aktivismus von Quentin Tarantino ermöglichte den Filmen von Bong Joon-ho, Im Sang-soo und Park Chan-wook, ein weit über den Kreis der eigentlichen Kinofreunde hinausreichendes Publikum anzusprechen.



Das sind die Einkünfte in Milliarden Dollar aus dem Export kultureller koreanischer Produkte im Jahr 2011. Quelle: «Financial Times»

«Heute interessieren sich die amerikanischen Stars für die K-Pop-Musik», verrät Kenneth Kim, Global-Business-Verantwortlicher der Produktionsgesellschaft CJ E&M. «Letztes Jahr kamen Snoop Dogg und Will.i.am an unsere Veranstaltung in Singapur, um die Preise für die besten koreanischen Musiker zu übergeben. Das ist ein klares Signal!»▲

* Die Initialen der Gruppen bedeuten Folgendes:
SES: Sea, Eugene, Shoo
GOD: Groove Over Dose
NRG: New Radiancy Group
HOT: High-five Of Teenagers



Videospiele: Korea auf der Überholspur

Der Spieleentwickler Neowiz Games konnte 2011 seinen Nettogewinn um spektakuläre 260 Prozent steigern. Nach kräftigen Kursverlusten seit Jahresende könnte die Aktie jetzt ein lohnendes Investment sein. Ludovic Chappex



NEOWIZ

Die südkoreanischen Videospielproduzenten schweben auf Wolke sieben. Der weltweite Run auf Casual Games, diese massenhaft heruntergeladenen Gesellschaftsspiele für Smartphones und PCs, lässt ihre Umsätze schwindelerregende Höhen erreichen. Die drei nationalen Branchenriesen Neowiz, NC-Soft und Nexon haben mit einer Nasenlänge Vorsprung in die lukrative Nische investiert, als die internationale Konkurrenz noch auf die sehr viel aufwendigere Entwicklung von Konsolenspielen konzentriert war.

Das Ergebnis spricht Bände: 2011 schnellte der Gesamtumsatz des Unternehmens Neowiz, das am Hauptsitz in Seoul mehr als 2'000 Mitarbeiter beschäftigt, um 55 Prozent in die Höhe, ausserhalb Südkoreas waren es sogar 121 Prozent. Der Nettogewinn wurde um 260 Prozent auf 61 Mio. Franken gesteigert. Heute erwirtschaftet der Konzern ungefähr einen Viertel seiner Umsätze im Ausland, grösstenteils auf dem stark expandierenden chinesischen Markt.

Dabei lässt man die klassischen Computer-Spieler nicht links liegen. Neowiz bemüht sich gerade, mit allen Mitteln den Markt der «Massively Multiplayer Online Role-Playing Games» (MMORPG) zu erobern. Dieses Genre der Online-Rollenspiele wurde mit «World of Warcraft» des amerikanischen Publishers Blizzard bekannt, das weltweit 11 Mio. zahlende Abonnenten hat.

«Derzeit sind zwei grosse MMORPG-Projekte in Entwicklung: «Bless» und «EIN: Epicus Incognitus», je mit einem Budget von 30 Mio. Dollar», erklärt Charles Uhm, Investmentchef bei Neowiz. Die beiden Neulinge werden auf dem Markt nicht vor 2013 erwartet, doch einige vielversprechende Ideen sind schon bekannt. «Wir wollen alle Geräte und Plattformen der Spieler einbeziehen – Computer, Smartphones und Tablets. Derzeit sind MMORPG nur auf dem Computer spielbar. Wir suchen

CEO	Sang-Kyu Yoon	Rechtssitz	Seongnam (Seoul)
Umsatz	667,8 Mrd. KRW 2011 (548,5 Mio. CHF)		
Angestellte	1900	Gründungsjahr	2007

unter anderem nach Möglichkeiten, das Spiel für bestimmte Aktionen auch über das Smartphone zu nutzen.»

Sowohl «Bless» als auch «EIN: Epicus Incognitus» sollen zunächst in Südkorea eingeführt werden, das einen idealen Testmarkt darstellt. Doch später will Neowiz seine MMORPG durchaus weltweit auf allen Servern anbieten. Charles Uhm räumt allerdings ein, dass es nicht einfach sein wird, amerikanische und europäische Spieler zu gewinnen, denn die kulturellen Unterschiede hinsichtlich Szenario und Spielkontext seien doch gross. Mit Informationen dazu hält man sich bei Neowiz noch zurück. «EIN: Epicus Incognitus» soll den Spieler in ein Fantasy-Universum mit Anspielungen auf Steampunk-Atmosphäre entführen. Genauer wird nicht gesagt ... Der Publisher betont, man lege besonders grosses Gewicht auf die grafische Gestaltung und auf die Möglichkeit, die Avatars individuell zu gestalten.

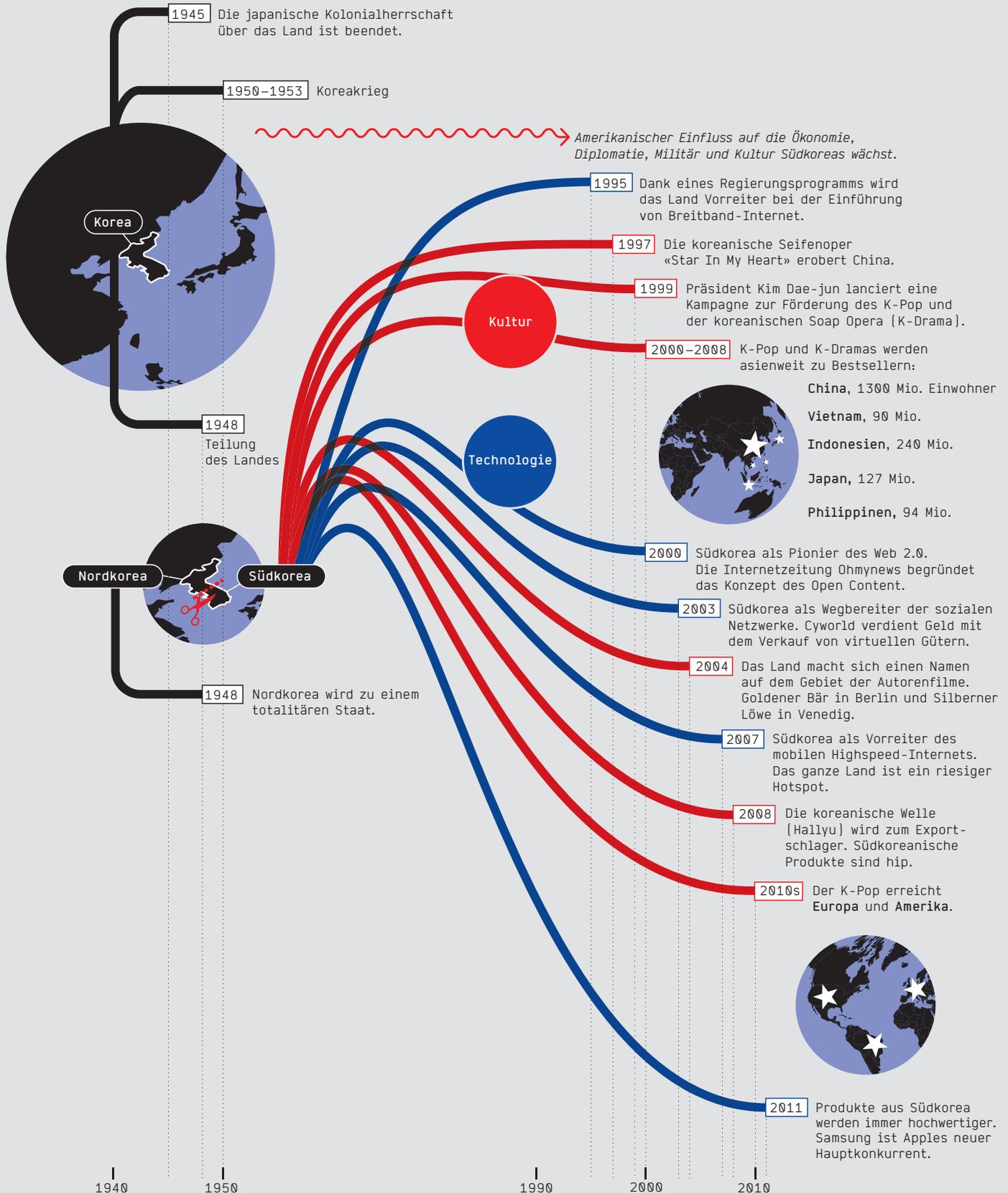
Alles in Butter also für Neowiz – wenn da nicht dieser Kursverfall wäre: –43 Prozent seit November 2011. Ein Rückgang, der mit der anstehenden Verlängerung einiger entscheidender Verträge im Zusammenhang steht.

Gerade dieser Kursverlust könnte das Neowiz-Papier aber für Investoren interessant machen, wenn man den Analysten glaubt: «Entscheidend für die zukünftigen Einnahmen des Konzerns ist die Verlängerung des Vertrags mit Electronic Arts, der ihnen die Rechte an der Weiterentwicklung und Veröffentlichung von FIFA Online einräumt», meint Jeff Kahng, Analyst bei der Credit Suisse. «Dieses Spiel generiert 14 Prozent des Umsatzes von Neowiz.» Sam Min von Morgan Stanley geht davon aus, dass die Südkoreaner den Zuschlag erhalten werden, «dank ihres grossen Erfolgs mit der Vorgängerversion von FIFA, der Minderheitsbeteiligung von 9 Prozent von Electronic Arts an Neowiz, und dank der Tatsache, dass NHN dieses Jahr das Konkurrenz-Spiel «Winning Eleven» herausgibt». Heikler ist die 2013 anstehende Vertragsverlängerung von Neowiz mit dem Entwickler Smilegate und dem Portal Tencent für die weitere Nutzung des Taktik-Shooters «Crossfire», der dem Unternehmen 40 Prozent der Erträge bringt.

Beide Analysten empfehlen jedenfalls ein Investment in Neowiz – mit dem Rating «outperform» beziehungsweise «overweight»: Die Befürchtungen bezüglich der Zukunft seien «im jetzigen Kurs schon eingepreist, und die Aktie dürfte 2012 wieder zulegen, vor allem, weil «Crossfire» in China um 20 bis 30 Prozent wachsen wird», erklärt Sam Min. ☒A095660,1



DIE KOREANISCHE WELLE KOMMT! WIE SÜDKOREA AN EINFLUSS IN DER WELT GEWINNT





Ein Kleiner ganz gross im Kommen

Daum ist nur die Nummer zwei im südkoreanischen Internetverkehr, aber gut aufgestellt, um vom Boom der Werbung auf Mobiltelefonen zu profitieren und ein Rekordwachstum zu erzielen.

Als zweitgrösstes Internetportal in Südkorea hinter NHN konzentriert sich Daum auf lokale Werbung, Anzeigen für Smartphones und Spiele. Das Unternehmen hat «seine Erträge seit 2009 dank einer Neukonzeption seines Suchmotors und seines Anzeigesystems für Werbung wieder deutlich verbessert», merkt Seungjoo Ro von CLSA an. «Es hält inzwischen 20 Prozent des südkoreanischen Markts bei den Internet-Suchoperationen und 27 Prozent der Online-Werbung.» Dank seines starken Markenimages spricht es zudem 85 Prozent der südkoreanischen Internauten an.

«Der Konzern ist also vorzüglich positioniert, um vom bevorstehenden Boom der Werbung auf Mobiltelefonen zu profitieren», schätzt der Analyst. Jeff Kahng von Credit Suisse wiederum nimmt an, dass «die Wirkung bei Daum noch grösser sein wird als bei NHN», weil Daum von einem tieferen Niveau aus startet. Das Unternehmen will zudem den Markt der Onlinespiele erschliessen. «Diese beiden Katalysatoren sollten in den drei kommenden Jahren für ein Rekordwachstum seiner Erträge sorgen», meint Seungjoo Ro.

☑ A035720,1



DAUM COMMUNICATIONS, ALL RIGHTS RESERVED

Das beliebteste Portal der Koreaner



PAUL YEUNG/REUTERS

CEO	Kim Sang-Heon	Rechtssitz	Seongnam (Seoul)
Umsatz	2126 Mrd. KRW im Jahr 2011 (1,7 Mrd. CHF)		
Angestellte	26'600	Gründungs-jahr	1999

NHN hat dank seiner Online-Plattformen Zugang zu drei Vierteln der Bevölkerung. Die nächste Etappe besteht darin, die Gewinne aus dem gigantischen Markt der Smartphone-Werbung zu ernten.

Das Informatikunternehmen NHN verwaltet Naver, das am häufigsten benutzte Internetportal in Südkorea, und die Plattform Hangame für Online-Spiele. Der Konzern hat eine chinesische (Ourgame) und eine amerikanische (ijji) Version von Hangame entwickelt und 2007 das englisch-chinesische Online-Wörterbuch nciku aufgeschaltet. Er finanziert sich über den Verkauf von Werberaum und Online-Dienstleistungen. «Über Naver hat NHN Zugang zu 72 Prozent der südkoreanischen Bevölkerung im Alter von mehr als zehn Jahren. In dieser Hinsicht profitiert das Unternehmen von einer zentralen Marktposition», erklärt Seungjoo Ro, Analyst bei CLSA, der die Investition in NHN empfiehlt («buy»). «Die grossen Online-Handelszentren des Landes wickeln 30 Prozent ihres Verkehrs über sein Portal ab.»



Die Einführung eines neuen E-Commerce-Dienstes Anfang 2012 mit integrierten Lösungen für Verkauf, Werbung und Zahlungsverkehr sollte diese Position noch verstärken. Doch der wahre Mehrwert des Konzerns wird sich aus der Werbung auf den Smartphones ergeben, die inzwischen 40 Prozent des Onlineverkehrs ausmachen. «NHN hält 50 Prozent an diesem Markt und sollte seine Einkünfte 2012 mindestens verdoppeln können», glaubt Jeff Kahng von der Credit Suisse. ☑ A035420,1



CEO	Choi Se-Hoon	Rechtssitz	Seoul
Umsatz	484,6 Mrd. KRW im Jahr 2011 (393,4 Mio. CHF)		
Angestellte	1300	Gründungs-jahr	1995



ROBERT SORBO/REUTERS

Lotte

Der König der Grossverteiler

CEO	Chul-Woo Lee	Rechtssitz	Seoul
Umsatz	15'808 Mrd. KRW im Jahr 2011 (12,9 Mrd. CHF)		
Angestellte	10'000	Gründungsjahr	1979

In Südkorea einzukaufen, ist unweigerlich mit dem Besuch eines der Supermärkte oder Einkaufszentren von Lotte Shopping verbunden. Und ein Ende ist nicht abzusehen: Die Marke will ihre Ladenfläche 2012 weiter ausweiten und hat den Rest Asiens im Visier.

Der Gigant im Grossverteilergeschäft Lotte Shopping nutzt sämtliche Formate vom Quartierladen über den Supermarkt bis zum Einkaufszentrum. «Als Marktleader im Bereich der Einkaufszentren kann sich Lotte erlauben, die höchsten Kommissionen des Landes zu fakturieren», erklärt Oliver Matthew, Analyst bei CLSA. Eine der Konzernfilialen, Lotte Mart, ist zur beliebtesten Billigmarkt-Marke der Koreaner geworden, unmittelbar hinter E-Mart und Tesco-Homeplus, dies dank «einer

Serie von interessanten Neuerungen, wie der Renovation des Elektroniksektors, der Schaffung von Toys'R'Us-Shops-in-shops und der Aufnahme populärer Markenartikel wie der japanischen Kleidermarke Uniqlo», vermerkt der Analyst. Angesichts der vorgesehenen Ausweitung der Ladenflächen in diesem Jahr und der Investitionen der Marke in Indonesien und China empfiehlt er den Anlegern, sich für Lotte zu interessieren, und gibt dem Konzern die Bewertung «outperform». ☒A023530,1



YOUNG SUNG-HO/REUTERS

Superhelden und Autorennen

Die Spiele von NCsoft werden hauptsächlich in Asien verkauft, das Unternehmen versucht jedoch, seine Präsenz auf den westlichen Märkten zu verstärken. Deshalb bringt es dieses Jahr zwei neue Titel heraus, die die Einkünfte in die Höhe treiben sollten.

CEO	Taek Jin Kim	Rechtssitz	Seoul
Umsatz	608,9 Mrd. KRW im Jahr 2011 (493,2 Mio. CHF)		
Angestellte	3000	Gründungsjahr	1997

NCsoft



Als Spezialist für Onlinespiele mit mehreren Spielern ist NCsoft vor allem auf den asiatischen Märkten präsent (Südkorea, China, Taiwan, Japan, Thailand). Das Unternehmen beginnt sich jedoch auch in den westlichen Märkten zu diversifizieren, vor allem mit seinen Spielen, die Superhelden in Szene setzen, wie «City Heroes», oder Autorennen wie «Auto Assault». Die Spiele der Serie Lineage «erzielten im letzten Quartal 2011 enttäuschende Umsätze», vermerkt Sam Min von Morgan Stanley. Die Lancierung des Kampfspieles «Blade & Soul» im Mai sollte dem Konzern jedoch erlauben, den Umsatz wieder zu steigern. Der Analyst glaubt, die Anleger sollten bei NCsoft «neue Positionen aufbauen», dies in Erwartung des «Erfolgs des Spiels im koreanischen Heimmarkt und seiner Einführung in China Ende des Jahres». Für Jeff Kahng von der Credit Suisse gehört das Unternehmen «zu seiner ersten Wahl» im Internetbereich, weil er davon ausgeht, dass die Lancierung von «Blade & Soul» und des sehnlichst erwarteten Online-Rollenspiels «Guild Wars 2» ein Umsatzwachstum von 63 Prozent in diesem Jahr und sogar von 135 Prozent im Jahr 2013 erreichen wird. ☒A036570,1





Ein Riese auf Höhenflug

Nachdem es ihm gelungen ist, Chinesen und Amerikaner für sich zu gewinnen, setzt der weltweit fünftgrösste Automobilhersteller seine globale Expansion fort.



Hyundai
Motor

Die Hyundai Motor Company, die als unumstrittener Leader mehr als 80 Prozent des südkoreanischen Markts beherrscht, gehört auch weltweit zu den aussichtsreichsten Unternehmen. In den letzten Jahren hat der Konzern seine Marktanteile in China und den USA, aber auch in Europa stetig erweitert, wo er heute mehr Fahrzeuge als seine japanischen Konkurrenten (einschliesslich des Absatzes seiner Filiale Kia Motors) verkauft. In den USA verzeichnete der Hersteller letztes Jahr ein rekordhohes Absatzwachstum (+20 Prozent auf 600'000 Autos) und erreichte einen Marktanteil von über 10 Prozent.

Diese rasante Entwicklung ist auf verschiedene Faktoren zurückzuführen. Erstens litten die japanischen Rivalen unter dem starken Yen, weshalb sie angesichts der äusserst aggressiven Preise der Hyundai-Modelle einen schweren Stand hatten. Zweitens haben sich für Hyundai die bedeutenden Investitionen in Forschung und Entwicklung sowie die kontinuierliche Verbesserung der Qualitätswahrnehmung endlich ausgezahlt. Zu guter Letzt hat auch die Nachfrage nach kleinen, kostengünstigen Autos mit niedrigem Verbrauch in den letzten Jahren zu-

genommen – Kriterien, die die koreanischen Fahrzeuge bestens erfüllen.

All dies macht die Hyundai Motor Company zu einer äusserst empfehlenswerten Anlage: «Wir schätzen die Hyundai Motor Company und generell die koreanische Automobilindustrie sehr positiv ein», kommentiert Sanjeev Rana, ein in Seoul tätiger Analyst der Deutschen Bank. «Neben BMW ist Hyundai derjenige Hersteller, der in der Branche die grössten Margen erzielt, und dies trotz seiner niedrigen Preise. Eine weitere Stärke der Marke liegt darin, dass sie geografisch äusserst gleichmässig verteilt ist: Keiner der einzelnen Märkte kommt für mehr als 20 Prozent des Gesamtabsatzes auf. Die europäischen und japanischen Hersteller hingegen verkaufen mehr Modelle auf ihren Heimmärkten, weshalb sie im Falle einer Rezession auf diesen Märkten stärker betroffen sind.» ☒A005380,1

CEO	Chung Mong-ko	Rechtssitz	Seoul
Umsatz	\$ 97,4 Mrd.		
Angestellte	80'000	Gründungsjahr	1967



Der kleine Bruder wächst rasant

Die Tochtergesellschaft von Hyundai verzeichnete 2011 einen Verkaufsrekord.

2011 erwies sich als spektakuläres Glücksjahr für Kia Motors. Der südkoreanische Automobilhersteller, eine Tochtergesellschaft von Hyundai, verbuchte einen starken Absatz- und Gewinnanstieg, der in erster Linie auf die Lancierung neuer Modelle auf seinen ausländischen Märkten zurückzuführen ist. Das Absatzvolumen in den USA stieg um 36 Prozent und in China um 30 Prozent. In Europa fiel die Zunahme

moderater aus (+12 Prozent), doch Kia hat diese Region zu einem ihrer Hauptziele für dieses Jahr erklärt und erwartet – verglichen mit 2011 – ein Wachstum von 23 Prozent. Sanjeev Rana, Analyst bei der Deutschen Bank, empfiehlt die Aktien von Kia Motors zum Kauf aus denselben Gründen, wie er auch Hyundai empfiehlt – jedoch mit einer leichten Präferenz für Kia. Der Spezialist betont die Innovations- und

Produktionskapazität der beiden Marken, die immer rascher zunimmt: «Vor zehn Jahren brauchten Hyundai und Kia noch fünf Jahre, um ein neues Modell zu entwickeln. Gegenwärtig brauchen sie dafür nur noch drei Jahre. Die Erneuerung ihrer Fahrzeugpalette erfolgt heute sehr viel schneller als früher.»

☒A000270,1



KIA
Motors

CEO	Hyung-Keun Lee	Rechtssitz	Seoul
Umsatz	\$ 21,2 Mrd. (2010)		
Angestellte	42'000	Gründungsjahr	1944

Gigant der Schiffsbranche

In der südkoreanischen Stadt Ulsan herrscht Hyundai Heavy Industries über die weltweit grösste Werft.

Ulsan liegt im Südosten des Landes und ist weitherum für ihre Werft bekannt, die Hyundai Heavy Industries (HHI) gehört. Der Schiffbaubetrieb wurde 1972 von dem Konzern aus dem Boden gestampft und besitzt eine gewaltige Produktionskapazität. Jede Woche sticht von hier aus ein neuer Öl-, Gas- oder Grossfrachter in See. Bis zu 15 Schiffe mit Längen von über 300 Metern können auf dem Werftareal gleichzeitig zusammengesetzt, fertiggestellt oder für die Lieferung vorbereitet werden. Ein rasantes Arbeitstempo und optimale Fertigungsprozesse sorgen dafür, dass für den kompletten Bau eines neuen Schiffes selten mehr als 100 Tage vergehen.

Dank dieser Leistungsfähigkeit, die Symbol und Stolz der koreanischen Schwerindustrie ist, hält Hyundai Heavy Industries heutzutage rund 15 Prozent des Schiffbaumarkts weltweit und gar 40 Prozent des Weltmarkts für Grosscontainerschiffe. Der Konzern ist auch der weltweit führende Hersteller von Schiffdieselmotoren und -generatoren und erreicht in beiden Geschäftsfeldern Marktanteile von beinahe 40 Prozent.

Dabei hat Hyundai Heavy Industries in Korea gleich zwei Hauptkonkurrenten: Samsung Heavy Industries und Daewoo Shipbuilding and Marine Engineering (DSME). Nach Auffassung von Sanjeev Rana, Analyst bei der Deutschen Bank, ist Hyundai Heavy Industries seinen Rivalen aber nach wie vor eine Nasenlänge voraus: «Hyundai baut Schiffe mit verblüffend niedrigem Treibstoffverbrauch. Während dieser Parameter in den frühen 90er-Jahren noch wenig Bedeutung hatte, wurde er mit dem steilen Anstieg der Erdölpreise zum entscheidenden Kaufkriterium. Bedenkt man, dass die Lebensdauer dieser Schiffe etwa 25 Jahre beträgt, bedeuten effizientere Motoren

eine erhebliche Senkung der Betriebskosten. Ein Schiff aus China kann man zwar durchaus 10 Prozent billiger haben, doch der Mehrwert, den die koreanischen Modelle auf Dauer bieten, ist offensichtlich.» [A009540,1](#)

Der Elektronikriese

CEO	Koo Bon-Moo	Rechtssitz	Seoul
Umsatz	55'839,7 Mrd. KRW im Jahr 2011 [45,2 Mrd. CHF]		
Angestellte	29'554	Gründungsjahr	1947

LG

LG Corporation ist eines der wichtigsten Unternehmen auf dem Markt der TV-Geräte und Mobiltelefone. Diese Dominanz macht eine Investition gleichzeitig sicher und rentabel.

Als zweitgrösstes Konglomerat Südkoreas nach Samsung ist die LG Corporation in nicht weniger als 80 Ländern aktiv, und zwar mit vielfältigen Tochtergesellschaften in der Elektronik, der Chemie, der Energiewirtschaft und der Telekommunikation. Die grösste Division des Konzerns, LG Electronics, ist der weltweit führende Hersteller von Plasmabildschirmen sowie die Nummer zwei bei Fernsehgeräten und die Nummer drei bei den Mobiltelefonen. «Im gegenwärtigen, durch Niedrigzinssätze geprägten Umfeld sind diejenigen Aktien am attraktivsten, die die höchsten Dividenden ausschütten», schätzt Shawn Kim, Analyst bei Morgan Stanley. Er rät, in die LG Corporation sowie ihre Filialen LG Chemical und LG Hou-



JANEY AND PHIL

sehold & Healthcare zu investieren. Er empfiehlt zudem die Vorzugsaktien von LG Electronics. Sein Kollege Keon Han, der sich mit dem Komponentenhersteller LG Innotek beschäftigt hat, nimmt an, dass dessen Division LED eine Schrumpfung des Auftragsvolumens von annähernd 20 Prozent erleben wird, dass jedoch der Ertrag aus Kamerakomponenten «mit der Einführung eines neuen Modells seines wichtigsten ausländischen Kunden rasch wachsen wird». Auch die Nachfrage nach Komponenten für Mobiltelefone wird seiner Meinung nach stark bleiben. [A066570,1](#)



CEO	Lee Jae-seong	Rechtssitz	Ulsan
Umsatz	S 19,67 Mrd. [2010]		
Angestellte	26'000	Gründungsjahr	1972





Mein Lehrer, der Roboter

Südkorea hat bereits damit begonnen, seine Lehrkräfte durch Roboter zu ersetzen. Obwohl dies in Europa noch unvorstellbar ist, eröffnet sich den Unternehmen dieses Sektors, zum Beispiel Yujin Robot, ein immenser Markt. Begegnung mit dem Yujin-Generaldirektor. Pierre Grosjean



Kyung Chul Shin, CEO von Yujin Robot.

«Auch Europa wird sich mit dem Einzug der Roboter anfreunden müssen. Hier in Südkorea sind wir schon so weit.» Kyung Chul Shin, CEO von Yujin Robot, scheint sich seiner Sache sicher. Seiner Meinung nach werden Familien schon bald keine andere Wahl mehr haben, als ihre Kinder von Hausrobotern betreuen zu lassen. «Die Zahl der Erwachsenen im arbeitsfähigen Alter geht zurück, während jene der alten Bevölkerung wächst. Man wird eine Lösung finden müssen, um die Kinder und die pflegebedürftigen Alten während der Arbeitszeit der Eltern zu betreuen.»

Im Gang zu seinem Büro stoppt der Yujin-Patron vor einem Spielzeug aus Plastik, das aus seinem Versandkarton herauschaut. «Das ist ein iRobi», sagt er und schaltet den Roboter ein. «Diese Roboter werden in den Kinderkrippen benutzt», sagt er. «Sie erzählen Märchen, singen und tanzen, und ihre Kameras erlauben eine

Beaufsichtigung aus der Ferne. Sie können gleichzeitig spielen und unterrichten. Dieser doppelte Interaktionsmodus macht sie bei den Kindern sehr beliebt, sodass sie umso besser lernen.»

Roboter, die Kindern Unterricht erteilen? In der Stadt Daegu sieht die Wirklichkeit bereits so aus. Rund 30 der Kreaturen rollen derzeit im Rahmen von Pilotprojekten durch die Klassenzimmer, und wenn sie sich bewähren, sollen alle 8'400 Kindergärten und Vorschulstufen damit ausgerüstet werden. Die Regierung will so dem Mangel an Englischlehrern abhelfen und mit dem Roboterunterricht die künftige Integration der jungen Südkoreaner in die globalisierte Wirtschaft erleichtern. «Die Roboter sprechen entweder autonom mit einer synthetischen Stimme oder mit einer menschlichen Stimme, wenn ein Lehrer durch die Maschine spricht», erklärt Kyung Chul Shin. «Dieses Konzept nennt man Telepräsenz-Unterricht.» Wenn die Roboter nicht im autonomen Modus arbeiten, können die Hilfslehrer-Roboter von Daegu so von Englischlehrern gesteuert werden, die auf den Philippinen arbeiten.

CEO	Kyung Chul Shin	Rechtssitz	Seoul
Umsatz	21,4 Mrd. KRW im Jahr 2010 (17,6 Mio. CHF)		
Angestellte	112	Gründungsjahr	1988

Yujin Robot

Kyung Chul Shin ist sich bewusst, dass solche Pilotprojekte in den westlichen Ländern wohl nicht gestartet werden können, ohne heftige Diskussionen auszulösen. «Es stimmt, dass in Europa ein Akzeptanzproblem in Bezug auf Roboter besteht. Doch die Dinge beginnen sich zu ändern. Gestern zum Beispiel hatten wir Besuch von einer Delegation aus Finnland. In Helsinki beginnen sich die Institutionen dafür zu interessieren, was hier geschieht.»

Der CEO von Yujin Robot ist überzeugt, dass sein seit 2005 an der koreanischen Börse Kosdaq kotiertes Unternehmen inzwischen reif ist für den internationalen Markt. Neben den Robotern für Spiele und Unterricht für Kinder stellt es auch Industrieautomaten und Militärroboter her. Ausserdem ist Yujin gerade dabei, einen Roboter für die Beaufsichtigung pflegebedürftiger alter Leute auf den Markt zu bringen, der ungefähr 30'000 Dollar kosten wird. Die Verhandlungen mit Neuseeland, Finnland und Dänemark sind schon im Gange.

«Wir exportieren bereits die Hälfte unserer Roboter, vor allem über unsere Partnerschaft mit Philips», erklärt Kyung Chul Shin. «In der Forschung haben wir Projekte mit Microsoft und Willow Garage» [Anm.d.R.: ein Labor für Haushaltsroboter, Start-up eines Ex-Google-Mitarbeiters].

Die intensive Forschungstätigkeit wirkt sich mittlerweile auch positiv auf die Geschäftszahlen der Firma aus: «Seit 2000 kennen wir ein starkes Wachstum; unser Umsatz wächst mit annähernd 30 Prozent pro Jahr», fährt der CEO fort. «Dass unser Gewinn trotzdem lange Zeit nicht über 2 bis 3 Prozent hinausging, lag gerade daran, dass wir viel in Forschung und Entwicklung investierten. Heute ernten wir die Früchte dieser Strategie. Für das Steuerjahr 2011 erwarten wir einen Gewinn von ungefähr 10 Prozent.»

Yujin Robot bietet alle Voraussetzungen für eine gute Investition. «Dem Unternehmen ist es auf beeindruckende Weise gelungen, seine Produktions- und Verwaltungskosten sowie die steuerlichen Abgaben zu senken», so der Finanzinformationsdienstleister Bloomberg. «Dank dieser Änderungen hat es aus einem Verlust von 5,1 Mio. Won 2009 einen Reingewinn von 244 Mio. Won im Jahr 2010 gemacht.»

Dieses starke Wachstum sei vor allem einem staatlichen Exportförderungsprogramm für südkoreanische Roboter zu verdanken, in das bis 2017 30 Mrd. Won fliessen. ☒A056080,1



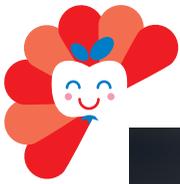
Bildung als Schlüssel zum Erfolg

Südkoreas Schüler stehen auf den internationalen Bildungsranklisten ganz weit oben. Der Preis dafür ist hoch.

Serge Maillard

Letztes Jahr sah sich der Bürgermeister von Seoul gezwungen, für Schüler eine Sperrstunde um 22 Uhr einzuführen. Nicht wegen Problemen mit Gewalt oder Alkoholexzessen, sondern um gegen übertriebenen Lerneifer vorzugehen. In keinem Land der Welt geben Eltern für die Bildung ihrer Kinder so viel Geld aus wie in Südkorea. Es ist üblich, den Nachwuchs in sogenannten «Hagwons», teuren privaten Nachhilfeschoolen für die Examensvorbereitung, bis spät in die Nacht büffeln zu lassen. Im letzten Jahr vor der Matura schlafen südkoreanische Schüler wegen des hohen Lerndrucks im Durchschnitt fünf Stunden pro Nacht. Mit 50 Wochenstunden sind sie ausserdem die fleissigsten Schüler der OECD. Ein Lerneifer, der sich auszahlt – im internationalen Pisa-Schulvergleich steht das Land ganz weit oben: erster Platz in Lesen und Mathematik, dritter Platz in den Naturwissenschaften.

Das sehr rigide Schulsystem, das ganz darauf ausgerichtet ist, den Nachwuchs für die Chaebol heranzuziehen, findet seinen Abschluss in der grossen, landesweit einheitlichen Aufnahmeprüfung für die Universität. Ein schicksalhafter Tag, an dem das ganze Land stillsteht. ▲



DIE KOREANISCHEN MARKEN IM AUFWIND



Von den TV-Geräten von Samsung bis zu den Autos von Hyundai – die Produkte «made in Korea» haben einen gewaltigen Qualitätssprung gemacht. Dabei haben sie die japanischen Konkurrenten abgehängt.

Ludovic Chappex

Wie sich die Dinge verändern ...
Noch vor knapp zehn Jahren dachte man bei den Markennamen Samsung, Hyundai oder Kia bestenfalls an günstige Produkte: zwar zuverlässig, aber keinesfalls an Synonyme für Hightech und Spitzenqualität.



Der südkoreanische Stil setzt sich mehr und mehr durch. Hier abgebildet ist der südkoreanische Roboter «Taekwon V», Protagonist des Zeichentrickfilms «Robot Taekwon V» aus dem Jahre 1976. Sein japanisches Pendant ist der «Goldorak» [1975].

JPF5 / ZOB / WENN

Das hat sich gründlich geändert. Im Bereich der Heimelektronik hat sich Samsung inzwischen als führender Hersteller durchgesetzt, sowohl bei den Fernsehgeräten als auch bei den Smartphones, wo er die jeweiligen Leader Sony und Apple ablöste.

«Was die Innovation und selbst das Design betrifft, hat Samsung Sony klar überflügelt», stellt Vincent Alzieu fest, Chefredaktor von «Les Numériques», dem führenden französischen Internetportal für Elektronikprodukte-Tests.

An den Elektronikmessen, auf denen die Neuheiten des Sektors vorgestellt werden, lassen Samsung und LG ihre japanischen Konkurrenten heute vor Scham erröten.

An der letzten Consumer Electronics Show in Las Vegas hat das



südkoreanische Duo die Besucher jedenfalls mit seinen OLED-Fernsehgeräten verblüfft. Diese Technologie verbessert den Bildkontrast enorm, und die Marktführerschaft ist für diesen Sommer vorgesehen. An den Ständen von Sony und Panasonic hingegen war nichts derart Innovatives zu entdecken. «Die Japaner sind stark ins Hintertreffen geraten», doppelt Vincent Alzieu nach. «Nehmen Sie zum Beispiel die Samsung-TV-Geräte des gehobenen Segments, wie die Serie D8000. Da sind die Ränder rund um den Bildschirm auf das strikte Minimum reduziert, höchstens einige Millimeter. Man hat den Eindruck, das Bild schwimme im Raum – der Effekt ist überwältigend. Da kann Sony nicht mithalten. Bei Samsung hat auch der Endverarbeitung einen gewaltigen Fortschritt gemacht. Alles ist sauber und exakt gearbeitet», merkt der Journalist an, der bei LG etwas weniger enthusiastisch tönt.

Auf der Ebene des Designs und der Materialien stellt man ebenfalls einen spektakulären Wertewandel fest. Samsung diktiert die Trends, und die Japaner hecheln hinterher. So wird die Mode der «Black glossy»-Verkleidungen aus glänzend schwarzem Kunststoff, die die südkoreanische Marke vor etwa fünf Jahren einführte, heute bei den hochpreisigen Modellen von Sony

übernommen. Ein bisschen spät wahrscheinlich ... «Die Konsumenten interessieren sich bereits für anderes», schätzt Vincent Alzieu. «Man muss wirklich feststellen, dass die Japaner heute Mühe haben, den europäischen Geschmack zu verstehen. Sony hat nach wie vor ein starkes Image bei den älteren Generationen, doch bei den Jungen hat sich der Wind gedreht.»

An der Smartphone-Front ist der Vorsprung von Samsung noch deutlicher, haben doch Sony Ericsson und Panasonic diese technologische Kurve überhaupt nicht gekriegt. Die Lawine von Neuheiten mit dem Logo Samsung bringt selbst Apple mit seinem iPhone in Bedrängnis. Der US-Konzern steht angesichts der Kreativität und Schlagkraft des Koreaners mit dem Rücken zur Wand.

Dieser unaufhaltsame Aufstieg erklärt sich teilweise durch die immer lebhaftere Konkurrenz der chinesischen Low-cost-Produkte auf den verschiedenen Märkten. Ein solcher Wettstreit zwingt die südkoreanischen Unternehmen dazu, sich gegen oben abzusetzen. Europa ist heute der zweitgrößte Exportmarkt für Südkorea, nach China und vor den Vereinigten Staaten, und da will man nicht risikieren, wertvolle Marktanteile an den riesigen chinesischen Nachbarn abgeben zu müssen.

Dieselbe Logik gilt im Bereich der Automobilindustrie, wo Hyundai, Kia und Hankook (siehe Porträt S. 61) mit Riesenschritten zulegen. «Die Qualität und Endverarbeitung der koreanischen Autos hat seit ungefähr fünf Jahren unbestritten zugenommen», versichert der Journalist Raphaël Leuba von der «Automobil-Revue». «In den letzten Jahren haben Hyundai und Kia gewaltig in F&E investiert und erfolgreich eigene Technologien entwickelt. Die neuesten Modelle verfügen beispielsweise über sehr leistungsfähige Motoren und moderne Getriebe mit Doppelkupplung. Selbst dem Design wird heute grösste Beachtung geschenkt, ganz besonders, was den europäischen Geschmack betrifft.» So hat sich Hyundai ein Designcenter im deutschen Rüsselsheim geleistet – mit überzeugenden Ergebnissen. Der gelungene Stil des neuesten Kompaktwagens i30 zum Beispiel ist ein deutlicher Gegensatz zum farblosen Design der früheren Modelle.

«Im Vergleich zu den amerikanischen Autofahrern, für die vor allem der Preis wichtig ist, legen die Europäer mehr Wert auf die wahrnehmbare Qualität und auf das Design», stellt Raphaël Leuba fest. «Von diesem Gesichtspunkt aus haben die koreanischen Hersteller heute die anderen grossen Anbieter eingeholt.» ▲



Sprach- und Bewegungssteuerung

Der neue UE55ES8000 von Samsung ist der erste Fernseher, der mit einer Kamera und einem Mikrophon oberhalb des Bildschirms ausgestattet ist. Durch seine technischen Feinheiten kann das Gerät mithilfe von Bewegungen oder durch Sprachbefehle gesteuert werden. Ein einfaches Handzeichen reicht also, um den Sender zu wechseln oder die Lautstärke zu ändern. Weiterhin kann der Apparat die Person vor dem Bildschirm

erkennen und dieser ein individuelles Programm anbieten. Und wenn das Gerät merkt, dass niemand mehr fernsieht, stellt es sich automatisch ab.

Die Reaktionsgeschwindigkeit der Schnittstelle lässt der Fachpresse zufolge zwar noch etwas zu wünschen übrig, doch ist es Samsung mit dem UE55ES8000 ein weiteres Mal gelungen, den Kurs zu neuen Ufern vorzugeben.

Koreanische Reifen sind nicht zu bremsen

Dank einer äusserst effizienten Produktion und bedeutender Investitionen in Forschung & Entwicklung holt die Firma Hankook Tire ihren Rückstand zu Michelin und Bridgestone auf. Ludovic Chappex



CEO	Seung Hwa Suh	Rechtssitz	Seoul
Umsatz	6484,4 Mrd. KRW im Jahr 2011 [CHF 5,3 Mrd.]		
Angestellte	15'700	Gründungsjahr	1941

Der weltweit siebtgrösste Reifenhersteller Hankook Tire beweist auf wunderbare Weise, worin die heutige Stärke der grossen koreanischen Konzerne beruht: eine hohe Innovationskapazität verbunden mit aussergewöhnlicher Produktivität. Den Konkurrenten mag das fast unschlagbare Preis-Leistungsverhältnis der koreanischen Produkte der Konkurrenz tatsächlich Sorgen bereiten. Denn Hankook (auf koreanisch so viel wie «Korea») gelingt es, bedeutende Margen zu erzielen, obwohl die Firma auf allen Märkten äusserst attraktive Preise anbietet.

«Hankook ist heute die gewinnbringendste Reifenmarke der Welt, mit Ausnahme von Nokian Tyres, einer kleinen finnischen Firma, die ausschliesslich Winterreifen herstellt», erläutert Sanjeev Rana, Analyst für Automobilindustrie bei der Deutschen Bank. «Ich empfehle den Titel zum Kauf. Es ist sogar mein bevorzugter Wert.»

Das Unternehmen produziert gegenwärtig jedes Jahr 50 Mio. Reifen – hauptsächlich Autoreifen – und ist auf allen Kontinenten ideal verteilt. «Wir verkaufen heute 30 Prozent unserer Reifen in Europa und 20 Prozent in den USA», betont Jong Ho Park, Senior Vice President der Abteilung Corporate Strategy & Finance des Konzerns. «Unter den Reifenherstellern sind wir dasje-

nige Unternehmen, das in den letzten zehn Jahren das grösste Wachstum verzeichnet hat» (durchschnittlich +13,9 Prozent pro Jahr, Anm. d. Red.).

Um dieses Ergebnis zu erreichen, setzte der Konzern zunächst vor allem auf den Faktor Preis und verkaufte seine Reifen 30 Prozent günstiger als die Premium-Modelle der Konkurrenten, insbesondere die Modelle von Michelin. Nun arbeitet Hankook daran, seine Produktpalette nach oben zu erweitern und sein Image zu verbessern mit dem Ziel, schrittweise die Preise zu erhöhen. Dazu investiert das Unternehmen 5 Prozent seines Umsatzes in F&E – deutlich mehr als sämtliche Konkurrenten – und tritt bei verschiedenen Automobilwettkämpfen auf der ganzen Welt als Sponsor auf. «Objektiv gesehen sind wir heute in Sachen Qualität fast so gut wie die besten Hersteller», bekräftigt Jong Ho Park.

Noch vor wenigen Jahren war die Marke ausserhalb Koreas praktisch unbekannt, doch es ist ihr inzwischen gelungen, weltweit einen gewissen Bekanntheitsgrad zu erlangen. Vor Kurzem hat die Firma ihre Preise erhöht, was ihr für das letzte Quartal 2011 einen Umsatzzuwachs von 23,5 Prozent bescherte, «kein Trend, der sich 2012 fortsetzen sollte», schätzt

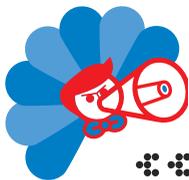
Sangkyoo Park, Analyst bei Morgan Stanley.

«Das Ziel von Hankook ist, sein Image bei den Konsumenten weiter zu verbessern, um dieselben Produkte teurer verkaufen zu können», bestätigt Sanjeev Rana von der Deutschen Bank. Gegenwärtig sind die Reifen von Hankook noch immer rund 20 Prozent günstiger als diejenigen von Michelin oder Bridgestone.

Von allen weltweit abgesetzten Hankook-Reifen werden 65 Prozent direkt an die Endnutzer verkauft, während 35 Prozent als Originalreifen bei verschiedenen Marken montiert werden (unter anderem bei Hyundai, Toyota, Ford und General Motors). Wie Sanjeev Rana anmerkt, ist der Reifenmarkt insofern besonders, als er nur geringfügig krisenanfällig ist: «Die Reifen der weltweit 1,5 Mrd. Fahrzeuge im Umlauf müssen regelmässig ersetzt werden. Die Nachfrage verändert sich nur wenig.»

All diese Argumente machen Hankook zu einer relativ sicheren Anlage. «Nur die Schwankungen des Gummipreises können sich potenziell auf die Preise auswirken», erläutert Sanjeev Rana, «doch dieser Parameter gilt für alle Hersteller ...» A000240,1





«Südkorea sollte sich von der Schwäche importierten Lagers»

Seoul will einer der führenden Finanzplätze Asiens werden. An der Spitze dieses Projekts steht der renommierte Professor Kihwan Kim. Er beschrieb uns die Stärken und Schwächen der koreanischen Wirtschaft mit erfrischender Offenheit.

Pierre Grosjean

Kihwan Kim ist einer der besten Kenner der koreanischen Wirtschaft. Geboren zur Zeit der japanischen Besetzung, erlebte er den Krieg und die Teilung seines Heimatlandes, bevor er in den USA studierte und an den Universitäten von Yale (Master in Geschichte) und Berkeley (Dr. oec.) erfolgreich promovierte. Nach der Rückkehr nach Seoul trat er in die Regierung ein und wurde zum Chefkoordinator der Wirtschaftspolitik ernannt. Es war die goldene Zeit: drei Jahrzehnte, in denen Südkorea ein Wachstum von mehr als 8 Prozent erlebte.

Nachdem er die Wirtschaftsverhandlungen mit Nordkorea geführt und das Pensionsalter erreicht hatte, zog er sich von seinen öffentlichen Ämtern zurück und lehrte an verschiedenen amerikanischen und japanischen Universitäten. Doch 1997 wurde er in aller Eile in die Regierung zurückbeordert. Die Asienkrise erschütterte das Land, eine Bank nach der anderen schloss, und der riesige Konzern Daewoo musste zerschlagen werden. Kihwan Kim, zum «Ambassador-at-large» ernannt, vervielfachte die Kontakte zu den internationalen Finanzinstitutionen und beteiligte sich an den Reformen, die die entgleiste koreanische Wirtschaft wieder auf Kurs brachten.

Heute ist der weltweit bekannte Professor 80 Jahre alt, wirkt aber wie 60. Mit grosser Neugier verfolgt er die Entwicklungen in seinem Land und kämpft für eine Modernisierung der Finanzstrukturen. Im Salon eines Hotels in Seoul stand er «Swissquote Magazine» Rede und Antwort.

SWISSQUOTE MAGAZINE ▶ Sie sind Präsident des Seoul Financial Forum, das die Hauptstadt zu einem der wichtigsten finanziellen Hubs in Asien machen will. Das ist ein ehrgeiziges Ziel.

Kihwan Kim ▶ Eigentlich wollten wir dieses Ziel innerhalb eines Jahrzehnts erreichen. Heute wird uns bewusst, dass dies nicht realistisch war. Davon abgesehen hatte die vorherige Regierung wirksame Massnahmen in diesem Sinne ergriffen, und es ist bedauerlich, dass das heutige Regime nicht mehr an diesem Ziel festhält. Seit vier Jahren hat sich nichts mehr geändert, abgesehen von der Anpassung der Regulierungen, um den Finanzplatz für die Eröffnung von Hedge Funds zugänglich zu machen. Es bleibt noch viel zu tun, obschon ein elfter Platz im Global Financial Centres Index (GFCI) für ein Land, das in den 1960er-Jahren noch arm war, keineswegs eine Schande ist (siehe Kasten S. 64).

Was sind die wichtigsten Massnahmen, die getroffen werden müssten?

Die volle Konvertibilität unserer Währung sollte letztes Jahr abgeschlossen sein, das war aber noch nicht der Fall. Das Ergebnis: Es gibt noch immer keinen Off-shore-Markt für den Won. Das schwächt die Wettbewerbsfähigkeit des Landes. Wir setzen vor allem im Rahmen der Wahlkampagne alles daran, dass diese Konvertibilität möglichst schnell erreicht wird. Ausserdem kämpfen wir für eine Privatisierung der Banken und eine bessere Überwachung des Finanzsektors. Seit der Krise von 1997 hat die Arbeit der Behörden in diesem Bereich viel zu wünschen übrig gelassen.





Was funktioniert nicht?

In Südkorea wird der Finanzsektor von zwei separaten Instanzen überwacht, von denen die eine die Strategien definiert, während sich die andere um die Überwachung im Alltag kümmert. Diese Aufgabenteilung ist nicht sehr effizient, und hinzu kommt das Problem der Teams. Das Finanzministerium wird von Bürokraten verwaltet, die es nicht wagen, Entscheidungen zu treffen. Diese Situation ist schlimm. Die privaten Akteure verlieren unglaublich viel Zeit mit den administrativen Abläufen.

Was haben Sie für Argumente, um die Sachlage voranzubringen?

Zunächst ist es wichtig, dass die Finanzwirtschaft eine Industrie mit hoher Wertschöpfung ist, die brillante junge Leute anzieht. Wenn ihr Land ihnen keine Möglichkeit bietet, ihr Können zu nutzen, werden sie anderswohin ziehen. Seit den 1980er-Jahren wiederholt Südkorea immer wieder, dass das Land sich von einer auf Arbeit basierenden Wirtschaft auf eine Wissensökonomie umstellen wolle. Um dieses Ziel zu erreichen und kreative Unternehmen zu fördern, benötigen wir einen modernen, effizienten Finanzplatz. Das ist entscheidend.

Wie erklären Sie sich, dass sich etwas derart Selbstverständliches nicht schneller durchsetzt?

Historisch gesehen hatten die grossen Chaebols, die die Wirtschaft des Landes aufbauten, kein derartiges Problem, da sie das Geld von der Regierung erhielten. Das Wachstum war da, alles schien zu funktionieren. Heute hingegen merken die Leute, dass die KMU, auf denen die Zukunft unserer Wirtschaft beruht, sich ohne einen richtigen Finanzplatz nicht entwickeln können. Es besteht also ein sehr grosser Bedarf, aber auch eine Chance, denn die Nachfrage ist immens in ganz Asien. Um

dieses Wachstum zu finanzieren, reichen die Finanzmärkte von Hongkong und Schanghai nicht aus. Dies ist eine Lücke, die unser Land füllen sollte. Südkorea sollte sich dabei von der Schweiz inspirieren lassen.

In welchem Sinne?

Südkorea ist winzig klein, wenn man es mit China vergleicht... Die Schweiz ist vielleicht nicht besonders gross, aber es ist ihr gelungen, eine zentrale Position einzunehmen, auf der finanziellen und diplomatischen Ebene ebenso wie in der Forschung und Erziehung, ohne dabei die Maschinen- und Uhrenindustrie sowie den Tourismus zu vergessen. Alle Wachstumsmotoren wurden berücksichtigt. Südkorea hingegen blieb zu stark auf die Industrie fixiert. Unser gegenwärtiger Präsident, Lee Myung-bak, berücksichtigt das zu wenig, was ich «the soft side of the economy» nenne. Er glaubt, der Finanzsektor sei etwas, das von selbst funktioniert. Er ist allzu sehr von seinem industriellen Hintergrund geprägt (Anm.d.R.: Lee Myung-bak durchlief alle Karrierestufen des Hyundai-Konzerns, der bei seinem Eintritt 90 Angestellte zählte. Als er als Präsident zurücktrat, um in die Politik zu gehen, waren es 160'000 geworden.).

Wer ist der wichtigste Konkurrent Südkoreas auf dem internationalen Markt?

In finanzieller Hinsicht ist es Schanghai. Aber wir sind den Chinesen im Verständnis der englischen Sprache überlegen! Die Lebensbedingungen sind hier günstiger, und die koreanische Kultur wird nach ganz Asien exportiert (siehe Artikel S. 47). Wir haben also durchaus Trümpfe in der Hand.

Da bleibt aber die Bedrohung durch Nordkorea.

Die Nordkoreaner sind eher eine Belastung als eine Bedrohung.

Die wettbewerbsfähigsten finanziellen Hubs:

1. London
2. New York
3. Hongkong
4. Singapur
5. Schanghai
6. Tokio
7. Chicago
8. Zürich
9. San Francisco
10. Toronto
11. Seoul
12. Boston
13. Genf
14. Washington
15. Sydney
16. Frankfurt

Global Financial Centres Index 2011, Rangliste der Wettbewerbsfähigkeit, erstellt vom Büro Z/Yen in London.

Unsere Armee ist stark genug, um sie in Schach zu halten, und die Geografie spielt uns in die Hände. Sie wissen, dass sich die Radioaktivität gegen sie selber wenden wird, wenn sie es wagen sollten, Atombomben einzusetzen – sie sind zu nahe dran.

Wie sehen Sie den Ausgang dieses Konflikts?

In Nordkorea beginnen die Leute miteinander zu sprechen. Sie haben Mobiltelefone und beginnen sich bewusst zu werden, dass man nicht mehr alle Ressourcen für die Armee aufwenden kann. Das Land hat mit schrecklichen wirtschaftlichen Schwierigkeiten zu kämpfen. Die einzige Lösung ist die Öffnung nach dem Vorbild von China.

Was muss Südkorea in dieser Sache unternehmen?

Unser Interesse ist es, sie bei der Öffnung zu unterstützen und sie zu ermutigen. Allerdings nicht direkt, das käme ihnen verdächtig vor. Wir müssen das auf Umwegen tun ...▲

EINE KAPITALISTISCHE ENKLAVE IN NORDKOREA



LEE JAE NON/REUTERS

Arbeiter aus Nordkorea im Dienst südkoreanischer Unternehmen: In Kaesong arbeiten die verfeindeten Staaten zusammen.

Die 50 Kilometer nördlich von Seoul gelegene Industriezone Kaesong ist ein geschichtlicher Sonderfall. Obschon sie in Nordkorea liegt, haben hier rund 100 südkoreanische Unternehmen Niederlassungen, in denen sie kostengünstig etwa 50'000 nordkoreanische Arbeiterinnen und Arbeiter beschäftigen. Die 2004 entstandene kapitalistische Enklave im stalinistischen Nordkorea ist ein Erbe der diplomatischen Annäherung der beiden Länder unter dem südkoreanischen Präsidenten Kim Dae-Jung um die Jahrtausendwende.

Heute sind die bilateralen Beziehungen zwar wieder angespannter, doch die Kaesong-Industriezone bleibt ein schützender «Puffer», der für die südkoreanische Wirtschaft sehr nützlich ist und eine weitere Verschlechterung des Ver-

hältnisses zwischen Seoul und Pjöngjang bremst. Immerhin macht sie 76 Prozent [1,1 Mrd. Euro] des Handels zwischen den beiden Ländern aus.

«Zwar reagiert die Börse in Seoul jeweils sehr empfindlich auf Gerüchte über die geopolitische Stabilität des Regimes in Pjöngjang, und die Kurse sanken beispielsweise wiederholt während einiger Stunden, als Ende 2011 über den Gesundheitszustand von Kim Jong-il gemunkelt wurde», erklärt Sébastien Faletti, der seit vier Jahren als Korrespondent der französischen Tageszeitung «Le Figaro» in Seoul tätig ist.

«Dass die Aktien jedoch nicht allzu sehr nachgaben, als sich die Nachricht von seinem Ableben bestätigte, ist nicht zuletzt der einzigartigen Industriezone von

Kaesong zu verdanken», betonte der ehemalige südkoreanische Minister für Wiedervereinigung, Chung Dong-young, in der französischen Wochenzeitschrift «Courrier International».

Sébastien Falletti, von dem im März ein Buch* über die Geschichte einer aus ihrer Heimat geflohenen Nordkoreanerin erschienen ist, zweifelt nicht daran, dass es mittelfristig zu einer Wiedervereinigung kommen wird. «Doch zurzeit verfolgt die südkoreanische Regierung eine Vogel-Strauss-Politik. Sie spielt das Risiko eines Zusammenbruchs des Regimes in Pjöngjang herunter, um die Investoren nicht zu erschrecken.»

*«Corée du Nord, 9 ans pour fuir l'enfer», von Eunsun Kim und Sébastien Falletti, Editions Michel Lafon, Paris, 2012.

Rolls-Royce am Meer am Himmel

Auf dem Markt für Flugzeugtriebwerke kommt man am britischen Konzern Rolls-Royce nicht mehr vorbei. Nun will der Gigant seine Aktivitäten im Bereich Schiffstechnik ausweiten und neue Formen der Energieerzeugung ausloten.

Julie Zaugg

Sind Sie in letzter Zeit geflogen? Dann kann es gut sein, dass das Triebwerk Ihres Fliegers von Rolls-Royce hergestellt wurde. Die britische Firma gehört inzwischen zu den Schwergewichten im Flugzeugbau. Sie produziert einen beachtlichen Anteil der weltweit verkauften Flugzeug- und Schiffsmotoren und besitzt eine grosse Energiesparte. Mit einem Auftragsbuch, das Ende 2011 eine Summe von 62,2 Mrd. Pfund (90 Mrd. CHF) aufwies, strotzt der Konzern geradezu vor Gesundheit. Noch dazu befinden sich die Umsätze stetig im Aufwind: Von 16,7 Mrd. Pfund im Jahr 2001 stiegen sie 2005 auf 24,4 Mrd. und 2009 auf 58,3 Mrd. an.

«Wir haben unsere Einnahmen in den letzten zehn Jahren verdoppelt und denken, dass wir das in den kommenden zehn Jahren aus einem rein organischen Wachstum heraus noch einmal schaffen werden», verkündete Rolls-Royce. 2011 betrug der Umsatz 11,3 Mrd. Pfund. Noch eindrucksvoller ist, dass die britische Firma einen Vorsteuergewinn von 1,16 Mrd. Pfund erzielen konnte, was gegenüber dem Vorjahr ein Plus von 25 Prozent bedeutet. Jeremy Bragg, Analyst bei der Citigroup,

beurteilt diese Ergebnisse als «vielversprechend, da es Rolls-Royce gelungen ist, auch in einem schwierigen Jahr in puncto Einnahmen und Rentabilität zu wachsen». Rupinder Vig von Morgan Stanley relativiert das Lob etwas und macht deutlich, dass der Umsatz des Konzerns «etwas schlechter als erwartet» ausfällt. Man hatte mit 11,5 Mrd. Pfund gerechnet. Dagegen habe der Betriebsgewinn «die Erwartungen übertroffen».

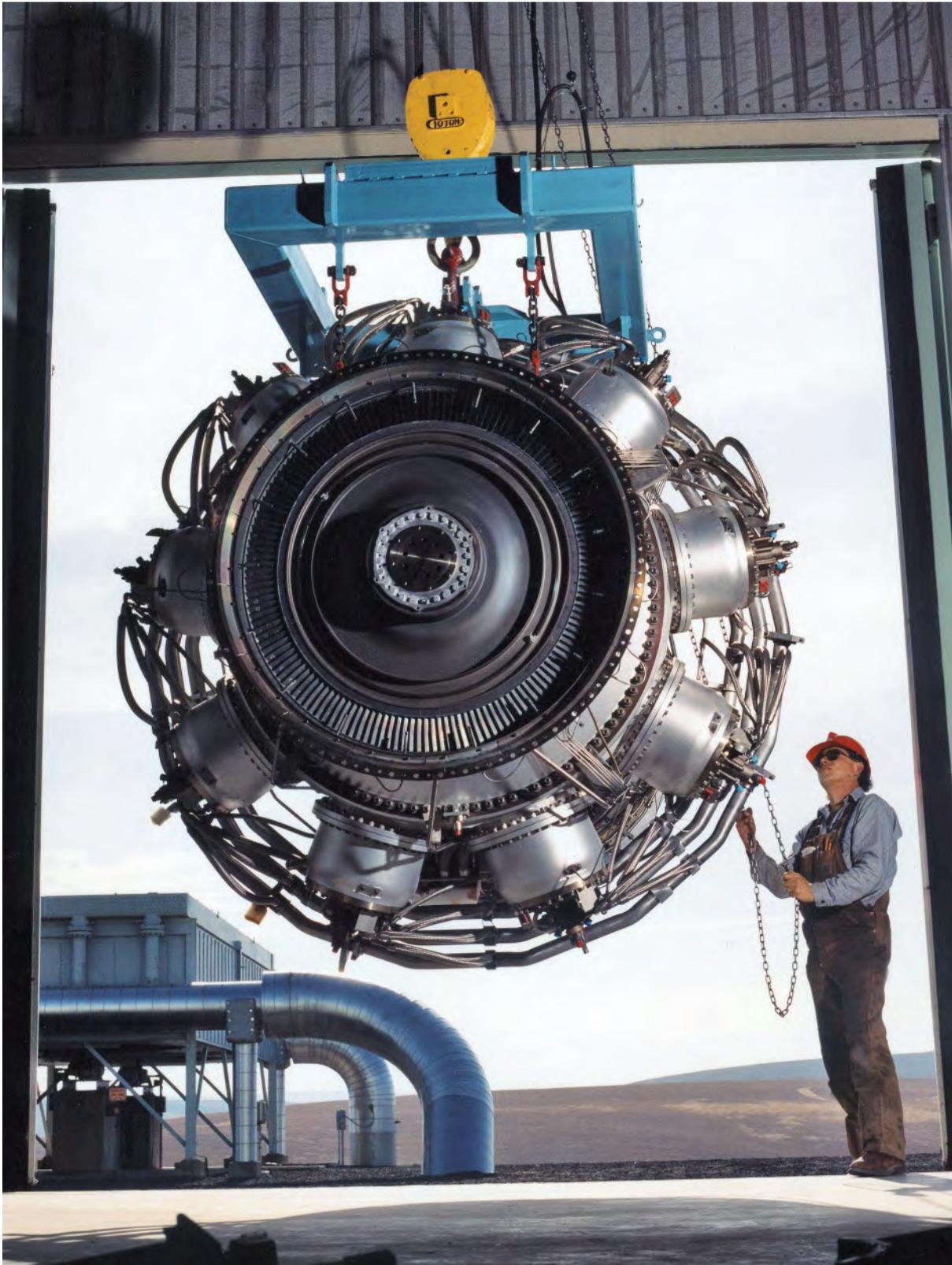
Inzwischen stammen 53 Prozent der Einnahmen des Konzerns aus After-Sales-Dienstleistungen.

Wie lässt sich dieses solide Wachstum erklären? «Die Märkte, auf denen Rolls-Royce tätig ist, erfordern sehr umfangreiche Investitionen», erläutert Jeremy Bragg. «Der Konzern steckt jährlich zwischen 900 Mio. und 1 Mrd. Pfund in Forschung und Entwicklung. Für andere Firmen ist es nicht so einfach, ähnliche Summen bereitzustellen.» Diese Hürden

hindern potenzielle Mitbewerber daran, auf den Markt zu gelangen, und erklären die vorherrschende Stellung des Unternehmens, das nur zwei echte Konkurrenten hat: die US-Konzerne General Electric (GE) und Pratt & Whitney.

«Wir investieren in Produkte, Systeme und Dienstleistungen, deren Entwicklung mehrere Jahre in Anspruch nimmt, die dann aber einen Lebenszyklus von mehreren Jahrzehnten haben», berichtet der Konzern. 2011 hat Rolls-Royce beispielsweise neue Produktions- und Servicezentren in Virginia (USA), Singapur, den Niederlanden, Polen, Namibia, Deutschland und Hongkong eröffnet. Zudem wurde in die Entwicklung von drei neuen Flugzeugmotoren investiert. Und da der Konzern so vielseitig aufgestellt ist, erzielt er auch äusserst gewinnbringende Synergieeffekte: Das Triebwerk Trent, das für die Luftfahrt entwickelt wurde, diente den MT30-Turbinen, die auf britischen und amerikanischen Marineschiffen eingesetzt werden, als Modell.

Dank einiger Übernahmen in den letzten Jahren konnte Rolls-Royce zudem sein Angebot ausbauen. 2011 kaufte der Konzern gemein-



ROLLS-ROYCE PLC 2012

Inspektion eines Rolls-Royce-Triebwerks. Das britische Unternehmen hat zahlreiche Produktionsstätten und Service-Center auf der ganzen Welt.

sam mit Daimler die deutsche Firma Tognum, die Generatoren baut. «Damit wird unsere Palette erheblich erweitert, insbesondere im Bereich Schiffstechnik und Energie, und das wird auch unser Wachstum beflügeln», erklärte CEO John Rishton bei der Präsentation der Ergebnisse von 2011. Weitere Übernahmen in den Bereichen Erdbenenüberwachung und Tiefseebohrung (Odin ASA), Kontrolle von Atomkraftwerken (R. Brooks) oder Dienstleistungen (Allison Engine Company) machten es Rolls-Royce ebenfalls möglich, seinen Kundenpool zu erweitern.

Die letztgenannte Sparte ist in den vergangenen Jahren so stark gewachsen, dass inzwischen 53 Prozent der Einnahmen des Konzerns aus After-Sales-Dienstleistungen stammen. Rund 70 Prozent der Kunden von Rolls-Royce, zu denen grosse Firmen wie Virgin Atlantic gehören, haben das «Total Care»-Paket in Anspruch genommen. «Rolls-Royce profitiert davon, dass rund um den Globus eine immense Zahl von Flugzeugen mit seinen Motoren ausgestattet ist», erläutert Jeremy Bragg von Citigroup. «Das wird aufgrund der Le-

bensdauer dieser Maschinen noch etwa 30 Jahre lang so bleiben.»

Doch der Konzern hat auch einige Schwachpunkte. Rupinder Vig von Morgan Stanley meint, es gebe ein Problem mit den Margen. Diese hätten 2011 bei 10,7 Prozent gelegen. «Die Rentabilität könnte verbessert werden, wenn man den Schwerpunkt stärker auf schlankere Produktionsverfahren, eine höhere Produktivität sowie die Skaleneffekte bei einer Erhöhung der Produktionsmenge legen würde», merkt der Analyst an. Die zivile Luftfahrt und die Energiebranche sind seiner Meinung nach für eine Erhöhung der Margen am besten geeignet. In der Luftfahrt wurden 2011 Margen von 9 Prozent erreicht, womit Rolls-Royce erheblich schlechter abschneidet als sein Hauptkonkurrent General Electric (17 Prozent). Des Weiteren entfallen auf die Energiesparte 11 Prozent der Umsätze, aber nur 2 Prozent der Gewinne des Konzerns.

Schliesslich könnte der Konzern auch von den Nachwirkungen eines ungünstigen Wechselkurses erschüttert werden. «Der Grossteil

der Umsätze wird in Dollar erzielt, während die Produktionskosten zur Hälfte in Pfund anfallen», erklärt Jeremy Bragg, Analyst bei der Citigroup. Wenn die amerikanische Währung weiter schwach bleibt, könnten die Margen von Rolls-Royce 2012 auf bis zu 9 Prozent fallen, so die Einschätzung von Morgan Stanley.

«Allein die Ausführung der bestehenden Aufträge wird sechs oder sieben Jahre dauern.»

Und wie sieht die weitere Zukunft aus? «Der wichtigste Wachstumsmotor für die Firma wird die zivile Luftfahrt bleiben. Dort sind die Einnahmen 2011 um 13 Prozent auf 5,6 Mrd. Pfund gestiegen», macht Jeremy Bragg deutlich. «Allein die Ausführung der bestehenden Aufträge wird sechs oder sieben Jahre dauern.» Die 13'000 Rolls-Royce-Motoren, die derzeit in Betrieb sind, kommen in 30 verschiedenen Flugzeugtypen von 650 Fluggesellschaften zum Einsatz. Auf diesem Markt teilten sich Rolls-Royce und General Electric quasi ein Monopol, meint der Analyst. In den kommenden fünf Jahren wird Rolls-Royce voraussichtlich 2'000 neue Triebwerke vom Typ Trent verkaufen, also so viel, wie in den letzten 18 Jahren produziert wurde.

Jeremy Bragg sieht nur zwei mögliche Entwicklungen, die diesen Höhenflug stoppen könnten: «Wenn die Rezession zu einem Aufschub oder einer Annullierung von Aufträgen führt und einige Airlines ihre Flotte verkleinern müssen oder wenn Rolls-Royce mit der

.....Analystenmeinung.....

«Der Konzern bleibt äusserst attraktiv»

Jeremy Bragg, Analyst bei Citigroup, rät zum Kauf von Rolls-Royce-Aktien. Das Betriebsergebnis pro Aktie ist 2011 um 25 Prozent bzw. 48,54 Pence gestiegen. Den Aktionären wurden Ende 2011 pro Aktie 17,5 Pence ausbezahlt, was gegenüber dem Vorjahr ein Plus von 9 Prozent bedeutet. «Der Konzern bleibt für Anleger äusserst attraktiv: Das organische Wachstum dürfte weiterhin zwischen 7 und 8 Prozent pro Jahr betragen, und in den Bereichen zivile Luftfahrt und Energie besteht das Potenzial, die Margen zu erhöhen. Ausserdem ist die Firma auf den Schwellenmärkten hervorragend positioniert und weist eine

solide Bilanz auf», so der Experte. Künftige Gewinne sind ebenfalls gut vorhersehbar, da die Auftragsbücher bereits extrem gut gefüllt sind. «Wenn der Konzern seine Marge im Bereich der zivilen Luftfahrt auf nur 13 bis 15 Prozent und die in der Energiesparte auf 10 Prozent erhöhen kann, wird der Gewinn pro Aktie um 14 Prozent auf 71,3 Pence steigen», macht der Analyst deutlich. Das grösste Risiko ist eine Verschlimmerung der Rezession, die zu einem Aufschub oder einer Annullierung einiger Aufträge führen könnte. Jeremy Bragg weiss: «Der Flugsektor reagiert besonders empfindlich auf das Auf und Ab der Wirtschaft.»

ZAHLEN

25

Takt in Sekunden, in dem irgendwo auf der Welt ein Flugzeug mit einem Rolls-Royce-Triebwerk startet oder landet.

38'000

Zahl der Schiffe aus der Produktion des britischen Konzerns, die derzeit im Verkehr sind.

850

Reingewinn in Mio. Pfund, den Rolls-Royce 2011 erzielte – 57 Prozent mehr als im Vorjahr.

62,2

Wert des Auftragsbestands der Firma Ende 2011 in Mrd. Pfund.

120

Zahl der Länder, in denen Rolls-Royce geschäftlich tätig ist.

Entwicklung neuer Triebwerke in Verzug gerät.»

Auch der Bereich der militärischen Luftfahrt sollte dem Analysten zufolge «robust» bleiben, selbst wenn die Gefahr besteht, dass er unter den Haushaltskürzungen einiger Regierungen leiden wird. 2011 sind die Aufträge bereits um 7 Prozent zurückgegangen, die Einnahmen jedoch weiter gestiegen (+5 Prozent). «Die USA werden der wichtigste Markt bleiben, gefolgt von Europa und Asien, wo Japan, Südkorea und Indien die Nachfrage bestimmen», erläutert Rolls-Royce. Der Bereich Schiffstechnik hingegen schwä-

chelte im vergangenen Jahr und wies einen Auftragsrückgang um 8 Prozent sowie um 12 Prozent geschrumpfte Einnahmen auf. «Einige Kunden haben ihre Investitionen verschoben», erklärt der Konzern, der für 2012 jedoch wieder eine kräftigere Nachfrage beobachtet. In Zukunft werden die grössten Wachstumschancen in der Handelsschifffahrt (Beförderung von Rohstoffen, Waren und Personen) und in der Küstenschifffahrt liegen. Das Potenzial dieser Branche wird auf 140 Mrd. Dollar in den nächsten 20 Jahren geschätzt.

Dazu kommt die Energiesparte, in der die Aufträge 2011 um 28 Prozent gestiegen sind, während die Einnahmen um 13 Prozent einbrachen. «Nach einigen schwächeren Jahren gab es nun eine rege Nachfrage nach Erdöl und Erdgas», hebt Jeremy Bragg hervor. Rolls-Royce gab den Abschluss eines Vertrags über 650 Mio. Dollar mit der brasilianischen Erdölfirma

Petrobras im Offshore-Geschäft bekannt. Ausserdem wurden Kompressoren an Petro China und Generatoren an Bangladesch geliefert. Die Firma wird künftig auch mit Areva, EDF, Nuclear Power Delivery UK und Rosatom im Bereich der zivilen Nukleartechnik zusammenarbeiten.

Die eigentliche Herausforderung liegt im Bereich der neuen Technologien, in den der Konzern gewaltige Summen investiert: Er hat ein Pilotprojekt für Gezeitenkraftwerke vor der schottischen Küste gestartet und entwickelt Brennstoffzellen. Das alles ist jedoch noch Zukunftsmusik. Diese neuen Energieformen sind im Moment noch «wenig rentabel» und «könnten die Einnahmen in der Energiesparte noch einige Zeit einschränken», so der Analyst von Citigroup. ▀

RR,GB



HARRIS & EWING

Von der Limousine zur Boeing

Bei Rolls-Royce denkt man sofort an die legendären Luxuslimousinen, die das 1904 von Henry Royce (Ingenieur) und Charles Rolls (Autohändler) gegründete Unternehmen berühmt gemacht haben. Die Autosparte wurde jedoch 1998 von BMW übernommen. Der Konzern stand 1971 kurz vor dem Bankrott und musste vom britischen Staat gerettet werden. Erst gegen Ende der 80er-Jahre erholte er sich

und erlangte 1987 seine Unabhängigkeit wieder, bevor er dann elf Jahre später den Automobilbereich an die deutsche Firma verkaufte. Rolls-Royce plc konzentriert sich seitdem auf die Entwicklung seiner anderen Firmenbereiche, zivile und militärische Luftfahrt, Schiffstechnik und Energie, und ist heute einer der weltgrössten Hersteller von Triebwerken.

Endowment Funds: Nachholbedarf an den Schweizer Hochschulen

Von amerikanischen Universitäten gesammeltes Geld fliesst in ertragsstarke Investment-Fonds, die heute Milliarden wert sind. Diese Kultur fehlt in der Schweiz, weil Spenden sofort wieder in akademische Projekte fliessen. Erklärungen. Daniel Saraga

Princeton: 17 Mrd. Dollar; Yale: 19 Mrd. Dollar; Harvard: 32 Mrd. Dollar – die Finanzstärke der amerikanischen Universitäten ist weltweit einzigartig. Diesen beeindruckenden Geldsegen verdanken die Hochschulen jedoch nicht nur den Spenden schwerreicher Alumni (ehemaliger Studierender), sondern vor allem finanziellen Investments, mit deren Hilfe die Spendenfonds ertragreich angelegt werden. In Harvard ist der Kapitalzuwachs zu 80 Prozent auf Investitionen zurückzuführen und nur zu 20 Prozent auf Spenden. Die Universitäten verfügen so über mehr finanzielle Stabilität und eine höhere Innovationskraft. Dank der ihnen zur Verfügung stehenden Mittel können sie neue Forschungsbereiche erschliessen, in Gebäude und Labors investieren oder junge Start-ups unterstützen.

Das Geschäft wird von Profis geführt: Die Harvard Management Company (HMC), die die Spenden der Universität verwaltet, beschäftigt rund 50 Personen, darunter Fondsverwalter, die bei Morgan Stanley, der Deutschen Bank und bei verschiedenen Hedge-Fonds abgeworben wurden. Die Positionen des Fonds der HMC umfassen nur wenige Anleihen, dafür umso mehr Aktien (öffentliche und private), aber auch Immobilien und natürliche Ressourcen (mit erstaunlicherweise mehr als 10 Prozent, die in Wälder investiert wurden).

Die Erträge sind mustergültig: Der Spendenfonds (engl. «Endowment») von Harvard erwirtschaftete 2011 eine Rendite von 21,4 Prozent. In 20 Jahren ist das verwaltete Kapital von 5 auf 32 Mrd. Dollar gestiegen, was einer jährlichen Performance von 12,9 Prozent entspricht. Im gleichen Zeitraum erzielte die Universität Yale sogar ein noch besseres Ergebnis mit einer Jahresperformance von 14,2 Prozent.

DIE EUROPÄER SPENDEN NICHT
Anderer Kontinent, andere Sitten. Mit Ausnahme von Grossbritannien gibt es das Prinzip des Endowments auf dem europäischen Kontinent praktisch nicht. Die beste Hochschule in Kontinentaleuropa ist die Eidgenössische Technische Hochschule Zürich (ETHZ) mit einem jährlichen Betriebsbudget in einer ähnlichen Grössenordnung wie jenes von Harvard (1,4 Mrd. verglichen mit 4 Mrd. für Harvard). Doch das von der Stiftung der ETH verwaltete Geld beläuft sich gegenwärtig lediglich auf 125 Mio. Franken – zweihundertfünfzig Mal weniger als die Summe der amerikanischen Hochschule – und ist nicht auf langfristige Investitionen ausgerichtet.

«Eine Spendenkultur, wie es sie in den USA gibt, existiert in der Schweiz noch nicht, obwohl man ein wachsendes Interesse beobachten kann», erklärt Donald Tillman, Geschäftsführer der ETH

Wie private Sponsoren Schweizer Hochschulen finanzieren

Dass sich Schweizer Universitäten bei privaten Personen und Unternehmen Mittel beschaffen, ist relativ neu. Seit 2005 brachte die ETH Zürich auf diese Weise ca. 400 Mio. Franken auf, von denen ein Drittel in den Stiftungsfonds floss. Mit den restlichen Geldern wurden neue Lehrstühle eingerichtet, die Forschung ausgebaut und Start-up-Projekte gefördert.

Die ETH Lausanne beschaffte sich im gleichen Zeitraum 180 Mio. Franken. Ein Betrag, der namentlich dazu diente, fast 30 und damit einen Zehntel aller Lehrstühle zu finanzieren. Die Spenden schaffen allerdings auch neue Verpflichtungen: «Normalerweise finanziert ein Sponsor einen Lehrstuhl nur über zehn Jahre», hält Eric Merk fest, der in Lausanne für das Fundraising zuständig ist. «Danach müssen wir die Mittel selbst aufbringen, und diese Belastung muss natürlich vorab budgetiert werden können.» Eric Merk erklärt, man wolle die Kontakte zu Notaren ausbauen in der Hoffnung, einen gewissen Kreis von Personen dafür zu gewinnen, ihr Vermögen nicht nur dem Naturschutz oder der Kunst zu vermachen, sondern auch der Förderung von Forschung und Innovation. Sicher ein ebenso edler Zweck.

Dank ihrer beeindruckenden finanziellen Mittel können sich amerikanische Hochschulen bessere Infrastrukturen leisten.



BURT GLENN / MAGNUM

Foundation, die für das Fundraising an der ETH zuständig ist. Während die amerikanischen Studierenden stark umworben werden (sie erhalten eine Anfrage um Unterstützung der Alma Mater, noch bevor sie ihr Diplom in den Händen halten) und regelmässig spenden, weigern sich ihre europäischen Kollegen oft, auch nur 100 Franken für eine Mitgliedschaft in der Alumni-Vereinigung auszugeben.

«Hierbei muss betont werden, dass es sich im Gegensatz zu der bei uns gängigen Situation bei diesen amerikanischen Hochschulen um private Institutionen handelt», erläutert Donald Tillman. «Für sie macht der Spendenfonds einen wichtigen Teil ihres Budgets aus.» In der Schweiz «sträuben sich [zahlreiche Alumni] dagegen, eine öffentliche Institution zu unterstützen, für deren Erhalt sie bereits über ihre Steuern mit aufkommen», fügt Eric Merk, Fundraising-Verantwortlicher der ETH Lausanne, hinzu. Diese Argumente haben zwar eine gewisse Relevanz, sind aber nicht sonderlich schlüssig: An dritter Stelle unter

den amerikanischen Hochschulen findet sich mit 17 Mrd. Dollar nämlich eine öffentliche Institution, die University of Texas.

Damit ein Endowment ertragreich angelegt werden kann, ist es entscheidend, dass das gesammelte Geld frei verfügbar und nicht an ein spezifisches Projekt gebunden ist. Leider «ist es in der Schweiz schwierig, zweckfreie Mittel zu sammeln, die nicht an konkrete Programme gebunden sind», erklärt Eric Merk von der ETH Lausanne, wo die gesammelten Spenden stets für ein Projekt bestimmt, also zweckgebunden sind. Für spezifische Projekte ist es bereits etwas einfacher, Mittel aufzutreiben. Das hat sich an der ETH Lausanne gezeigt: Das Rolex Learning Center wurde zur Hälfte von privaten Firmen finanziert, und zwei der sechs Lehrstühle des neuen Centre en Neuroprothèses wurden durch den Milliardär Ernesto Bertarelli unterstützt. «In Europa suchen die wichtigen Spender nach Projekten, die ihnen am Herzen liegen, und wollen dann aber auch Ergebnisse sehen», meint Chris Cox von der Abteilung Alumni Relations der

Universität von Manchester (GB). «Aber wir müssen ehrlich zu ihnen sein: In Bereichen wie der medizinischen Forschung gilt für philanthropische Spenden die gleiche Regel, wie man sie aus der Finanzwelt kennt: Wer nicht wagt, der nicht gewinnt.»

Der stark elitäre Charakter des amerikanischen Hochschulsystems spielt ebenfalls eine Rolle: Wer an einer prestigeträchtigen Universität aufgenommen wurde, ist von einem Stolz erfüllt, der ihn als Alumni sein ganzes Leben lang begleitet. Ausserdem stärkt das Bezahlen von Zehntausenden von Dollar an Studiengebühren für das Studium den Gemeinschaftsinn. Ergebnis: Zahlreiche Alumni zahlen in eine Gemeinschaftskasse – den Spendenfonds – ein, ohne stets darauf zu beharren, selber entscheiden zu können, wofür ihr Geld ausgegeben wird. Sie vertrauen die Goldgrube lieber den Fondsverwaltern an.

EIN PHYSIKER BEGEHRT AUF

Verhindern diese Kulturunterschiede die Entwicklung einer richtigen Endowment-Politik in der Schweiz? Ein zur Wirtschaft konvertierter Physiker wehrt sich dagegen. Didier Sornette, seit 2006 Inhaber des Chair of Entrepreneurial Risks der ETH Zürich und ehemaliger Professor an der University of California Los Angeles (UCLA), ist Spezialist für Bankenrisiken und Finanzblasen – und engagiert sich aktiv für mehr Ehrgeiz in der Schweiz: «Die Eidgenössische Technische Hochschule Zürich ist eine der besten Hochschulen der Welt. Mit unserem Ranking sollten wir mehr als 2 Mrd. Franken verwalten, um mit unseren US-amerikanischen und kanadischen Konkurrenten mitzuhalten!» Der Franzose sagt übrigens voraus, dass das Wachstum der Endowments der ausländischen Universitäten ihnen innerhalb der nächsten 15 Jahre eine Selbstfinanzierungskraft verschaffen könnte, die das

Die Finanzstärke der amerikanischen Universitäten

Im Jahr 2011 verfügten 75 amerikanische Universitäten über mehr als eine Milliarde Dollar.

(Quelle: NACUBO, 2012)

		Milliarden Dollar	Jährliches Wachstum (2010-2011)
1	Harvard University	31,73	15,1%
2	Yale University	19,37	16,3%
3	University of Texas System	17,15	22%
4	Princeton University	17,11	18,9%
5	Stanford University	16,5	19,1%
6	Massachusetts Institute of Technology	9,71	16,8%
7	University of Michigan	7,84	19,4%
8	Columbia University	7,79	19,5%
9	Northwestern University	7,18	20,8%
10	Texas A&M University System	7,00	22%

Betriebsbudget der ETH Zürich übersteigt. Die Spitzenhochschulen der reichen Schweiz würden dadurch Gefahr laufen, von immer mehr ausländischen Bildungsinstitutionen überflügelt zu werden.

Didier Sornette hat eine klare Vorstellung von einer dynamischen Verwaltung der Spenden seiner Hochschule: Die Fondsverwaltung professionalisieren, zusätzliches Personal einstellen (die ETH Foundation beschäftigt nur sechs Angestellte) und eine ehrgeizige Investment-Strategie festlegen. Die Schaffung einer der Hochschule unterstellten, aber dennoch gesonderten Institution sei nötig, um die finanzielle Verantwortung aufzugliedern und die Risiken zu begrenzen.

AUF 500 JAHRE HINAUS INVESTIEREN

Für Eric Merk von der ETH Lausanne gehen die zur Risikominimierung geforderten, konservativen Investment-Strategien (wie bei den Pensionskassen) mit niedrigen Renditen einher. Didier Sornettes Argumente weisen in eine komplett andere Richtung: Mit ihrer sehr langfristigen Ausrichtung böten die Spendenfonds eine Stabilität, die ihnen einen attraktiven Ertrag ermöglichen: «Ein Endowment zeichnet sich durch seine sehr, sehr langfristige Ausrichtung aus – laut Empfehlung der Ford Foundation auf 500 Jahre. Dadurch können äusserst diversifizierte Positionen eingenommen werden, was die Risiken verringert.» Im Gegensatz zu einem Hedge-Fonds, der das Geld von Dritten verwaltet, die ihre Investitionen jederzeit abziehen können, besteht bei einem Endowment keinerlei «redemption risk», also keine Gefahr, plötzlich Positionen verkaufen zu müssen. Natürlich ist ein Nullrisiko auch hier nicht möglich: Die HMC von Harvard verlor infolge der Subprime-Krise zwischen 2008 und 2009 11 Mrd. Dollar, hat

Harvard veräussert Anlagewerte über 1,5 Mrd. Dollar

Um sich Mittel zu verschaffen, muss die Harvard Management Company (HMC) regelmässig Teile ihres Vermögens verkaufen. Das ist nicht immer einfach und oft nicht kurzfristig zu realisieren. So wollte die HMC 2008 Anlagewerte über insgesamt 1,5 Mrd. Dollar verkaufen, musste das Geschäft aber abbrechen, als die

Preise einbrachen. Laut Bloomberg hat HMC nun Ende 2011 die Veräusserung von 1,5 Mrd. Investments in unnotierte Gesellschaften (Private Equity) in die Wege geleitet, mit Unterstützung der UBS und von Cogent Partners, einer Beraterfirma für den Verkauf von Investmentfondsanteilen.

sich seither aber schon fast wieder gänzlich erholt – bis auf 2 bis 3 Mrd.

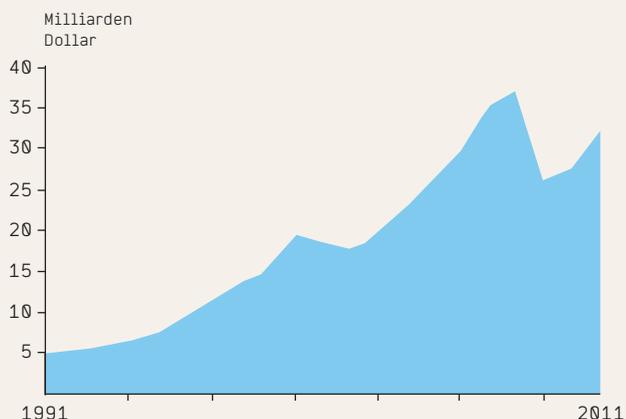
«Man müsste vom Schweizer Know-how im Investment-Bereich profitieren und die besten Bankiers mit den besten Hochschulen zusammenbringen», fährt Didier Sornette fort. Zudem möchte er die akademischen Kompetenzen der ETH Zürich nutzen und Dozierende und Studierende bei Finanzanalysen einbeziehen, die im Vorfeld zur Unterstützung der Fondswalter durchgeführt würden. «Was ich hier erzähle, ist kein wirres Zeug: Wir setzen es bereits im Rahmen von Studien zu Finanzinstrumenten um, die wir in Zusammenarbeit mit Institutionen wie

der Swiss Re oder der Zurich Financial Services durchführen.»

Das ehrgeizige Programm von Didier Sornette hat die Schulleitung zwar noch nicht überzeugt, doch in einem Punkt sind sich alle einig: Ein Erfolg wird weitere Erfolge nach sich ziehen. Finanzielle Mittel erlauben einer Hochschule, die besten Forscher für sich zu gewinnen und interessante Projekte zu entwickeln, die wiederum mehr Spenden einbringen. Die Herausforderung für die Schweizer Hochschulen besteht nun darin, ihre Spender davon zu überzeugen, dass ihr Geld auf jeden Fall gut investiert würde – sei es in graue Zellen oder in Equity. ▲

Wachstum des Stiftungsfonds von Harvard

(Quelle: HMC, 2012)



Börsekindler

Die Krise weckt paradoxerweise das Interesse für die Finanzwelt. Überall. Selbst auf dem Pausenplatz: Immer mehr Schulkinder betätigen sich als Broker auf Börsensimulatoren oder versuchen sich trotz gesetzlicher Hindernisse auf dem realen Finanzparkett.

Sylvain Menétrey

Der Haarschnitt verrät den Klassenbesten, und die lässige Eleganz des Blazers bestätigt: Lennart Hänsel hat das Zeug zum Trader an der Frankfurter Börse. Zudem hört er sich wie ein gestandener Marktanalyst an. Mit seinen acht Jahren gilt er als der jüngste Börsenexperte im deutschsprachigen Raum. Seit er fünf ist, begeistert sich dieser Hochbegabte für Börsenkurse, für die er ein erstaunliches Gedächtnis hat. Im vergangenen Jahr trat er sogar als Gast in einer Sendung des Deutschen Anlegerfernsehens DAF auf und kommentierte den Einbruch des DAX (Deutscher Aktienindex). Die Aussage des kleinen Wunderkinds war zwar nicht so glasklar wie die Prognosen eines Nouriel Roubini, doch seine Leidenschaft für alles Finanzielle war deutlich zu spüren.

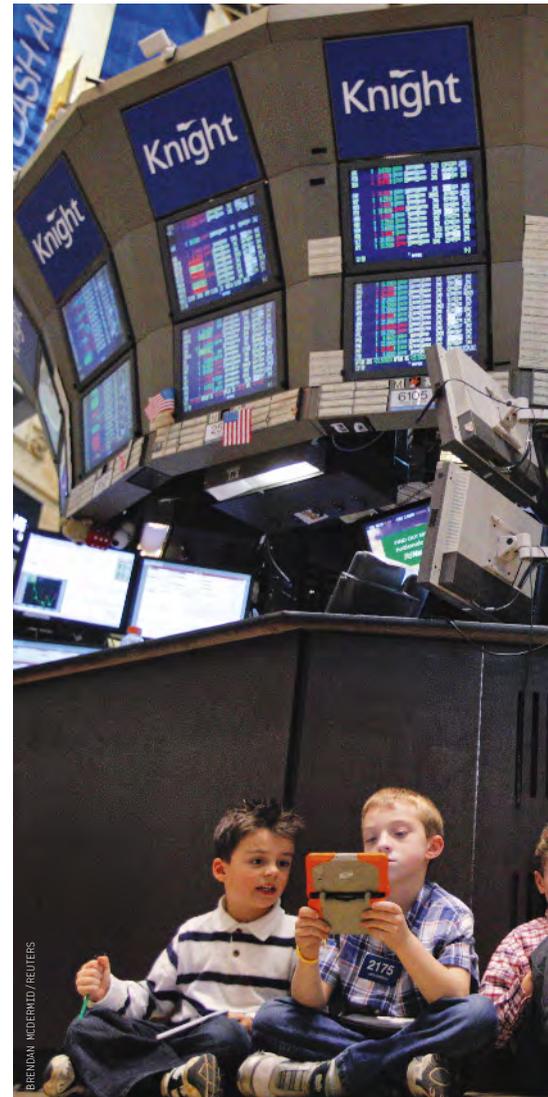
Immer mehr Jugendliche, ob hochbegabt oder nicht, finden Finanzfragen cool. Dies obwohl nur Volljährige sich an Börsenmärkten betätigen dürfen (siehe Kasten). Besonders helle Köpfe, die nicht bis zu ihrem 18. Geburtstag warten mögen, umgehen das Verbot für Minderjährige jedoch mit einem Trick: «Ein Freund von mir hat seinen Opa gebeten, ein Konto zu eröffnen. Er verfasst die Aufträge und lässt sie vom Grossvater unterschreiben», berichtet Emilien Nory, der ein Finanzstudium absolviert.

Die Krise 2008 scheint für diese Früheinsteiger ein wichtiger

Auslöser gewesen zu sein. Jenseits des Schadens, den sie angerichtet hat, vermochte sie es, Finanzfragen in den Blickpunkt zu rücken. «Die Krise lenkte die Aufmerksamkeit auf die Trader und auf weitere Finanzberufe, zu denen sich junge Menschen nun hingezogen fühlen», mutmasst Emilien Nory. Als dieser Franzose 2006 seine ersten Aufträge im Börsensimulator Boursematch eingab, war er gerade mal 16 Jahre jung.

Boursematch ist eine virtuelle Börse, an der mit Ausnahme des investierten Geldes alles echt ist. Sie stellt eine Rangliste der besten Anleger auf, um den Anfängern zu helfen, gewinnbringende Transaktionen nachzubilden. «Die Profile sind zwar anonym, aber junge Teilnehmer, die besser abschneiden als die Erwachsenen, geben manchmal vor lauter Stolz ihr Alter an. Generell beobachte ich seit zwei Jahren eine Zunahme der Profile von 16-jährigen Schülern oder Gymnasiasten», erklärt Thomas Guerveno, der Gründer von Boursematch.

Emilien Nory seinerseits ist eine Leseratte der besonderen Art: Am Anfang verschlang er sämtliche Finanzzeitschriften, dann folgten Bücher über technische Analyse. Während der Krise 2008 schaffte er dank seines Talents und seiner schnellen Auffassungsgabe eine Wertsteigerung seines Portfolios um 30 Prozent. «Dies ob-



wohl ich unfähig war, die Fragen meines Vaters zu beantworten, der den Namen des CEOs oder den Tätigkeitsbereich des Unternehmens wissen wollte, in das ich gerade investierte», gibt der junge Anleger, der jetzt ein echtes Portfolio verwaltet, offen zu.

Diese Herangehensweise, bei der das Finanzgeschehen als völlig von der realen Welt losgelöst betrachtet wird, zeichnet nicht nur den unerfahrenen Anleger aus. «Sowohl bei den Jugendlichen als auch bei den Erwachsenen gibt es zwei Kategorien von Investoren:



Fünf in ihre Spielkonsolen vertiefte Kinder in den Hallen der New Yorker Börse (New York Stock Exchange) während des «NYSE annual Kids day».

Für Minderjährige verboten

Obwohl sie nicht geschäftsfähig sind, können Minderjährige in einer Schweizer Bank ein Konto-korrent oder ein Sparkonto eröffnen, um ihr Erwerbseinkommen oder ihr Taschengeld zu verwalten, und erhalten dafür meistens eine Debitkarte. Kreditgeschäfte oder auch Aktien- und andere Wertpapierkäufe stehen Jugendlichen unter 18 Jahren aber nicht offen.

Hauptgrund für dieses fehlende Angebot ist, dass Minderjährige nicht haftpflichtig sind. «In der Vergangenheit haben die Banken Verfahren gegen erwachsene Kunden verloren, die sich durch Anlagen geschädigt fühlten, die man ihnen verkauft hatte. Für die Bank wäre das Risiko höher, wenn es sich bei dem geschädigten Kunden um einen Minderjährigen handelt», erklärt Jean-Blaise Curchod, Jurist bei der Banque cantonale vaudoise.

Ob bei Swissquote oder bei Credit Suisse, für Jugendliche gilt durchwegs dieselbe Politik: Eine Kontoeröffnung auf den Namen eines Minderjährigen ist zwar zulässig, doch dieses Konto muss bis zur Volljährigkeit des Inhabers von einem Elternteil oder einem gesetzlichen Vormund verwaltet werden.

Manche probieren einfach, Geld zu verdienen, ohne sich das nötige Rüstzeug zu holen, während andere nicht versuchen, sich durchzubluffen und sich deshalb Ökonomiekenntnisse aneignen», stellt Thomas Guerveno fest.

«Der Aktienmarkt ist ein sinnvolles pädagogisches Werkzeug, um die Aufmerksamkeit der Kinder zu gewinnen. Er motiviert sie aber nicht dazu, über sämtliche Aspekte der Volkswirtschaft nachzudenken», urteilt Pascale Micoleau-Marcel, Generalsekretärin von La Finance pour tous.

Dieser französische Verein entstand 2006 auf Initiative der Finanzmarktbehörde mit dem Ziel, die Bevölkerung und insbesondere junge Menschen in Geldfragen besser zu schulen. Er ist Partner von Ethica, einem Rollenspiel für Jugendliche ab 15, das verantwortungsbewusstes Handeln im Finanzbereich fördern soll und an Schulen in Europa gespielt wird.

«Ethica lehrt nachhaltige Finanzen, Ethik, aber auch den Umgang mit Zahlungsmitteln, den Unterschied zwischen Debitkarte und Kreditkarte, was Rendite ist,

geltende Vorschriften usw.», erklärt Pascale Micoleau-Marcel, die sich gegen die Behauptung wehrt, hier würden bereits Kinder mit Propaganda für die Marktwirtschaft manipuliert. «Wir wollen niemanden in eine Norm zwingen. Viel mehr möchten wir, dass die Menschen ihr Verhalten hinterfragen. Beispielsweise sprechen wir das Rentensystem an, dessen Leistungsfähigkeit abnehmen wird, sodass man sich auf die Zukunft besser vorbereiten muss. Und wir erklären, dass jeder Gewinn auch mit Risiken verbunden ist ...» ▲

Swissquote öffnet seinen Kunden die Tür zum Erdölhandel

THIERRY PAREL



Ab sofort ist es möglich, über die Swissquote-Plattform mit dem schwarzen Gold zu handeln. Erklärungen von Ryan Nettles, Direktor der Abteilung Forex.

SWISSQUOTE MAGAZINE ▶

Was macht den Erdölhandel attraktiv, und an wen richtet er sich?

RYAN NETTLES ▶ Rohöl ist vor allem wegen seiner Volatilität und seines Rufs auf dem Markt interessant. Auf unseren Online- bzw. Mobilplattformen werden wir den Handel mit West Texas Intermediate-Rohöl (WTI) anbieten, dem meistgehandelten Energieprodukt weltweit. Als Antwort auf die hohe Nachfrage unserer bestehenden Kunden bietet Swissquote mit dem WTI-Rohöl nun eine Alternative zu den Future-Kontrakten, mit einem Leverage-Effekt von bis zu 30:1 sowie einer Mindesthandelsmenge von nicht mehr als einem Barrel. Wir haben das Produkt WTI-Rohöl entworfen, damit all unsere Kunden bei Swissquote die

Chance erhalten, auf diesem spannenden Markt Spekulationsgeschäfte zu tätigen.

Wie hoch ist der Mindestbetrag, den man investieren muss?

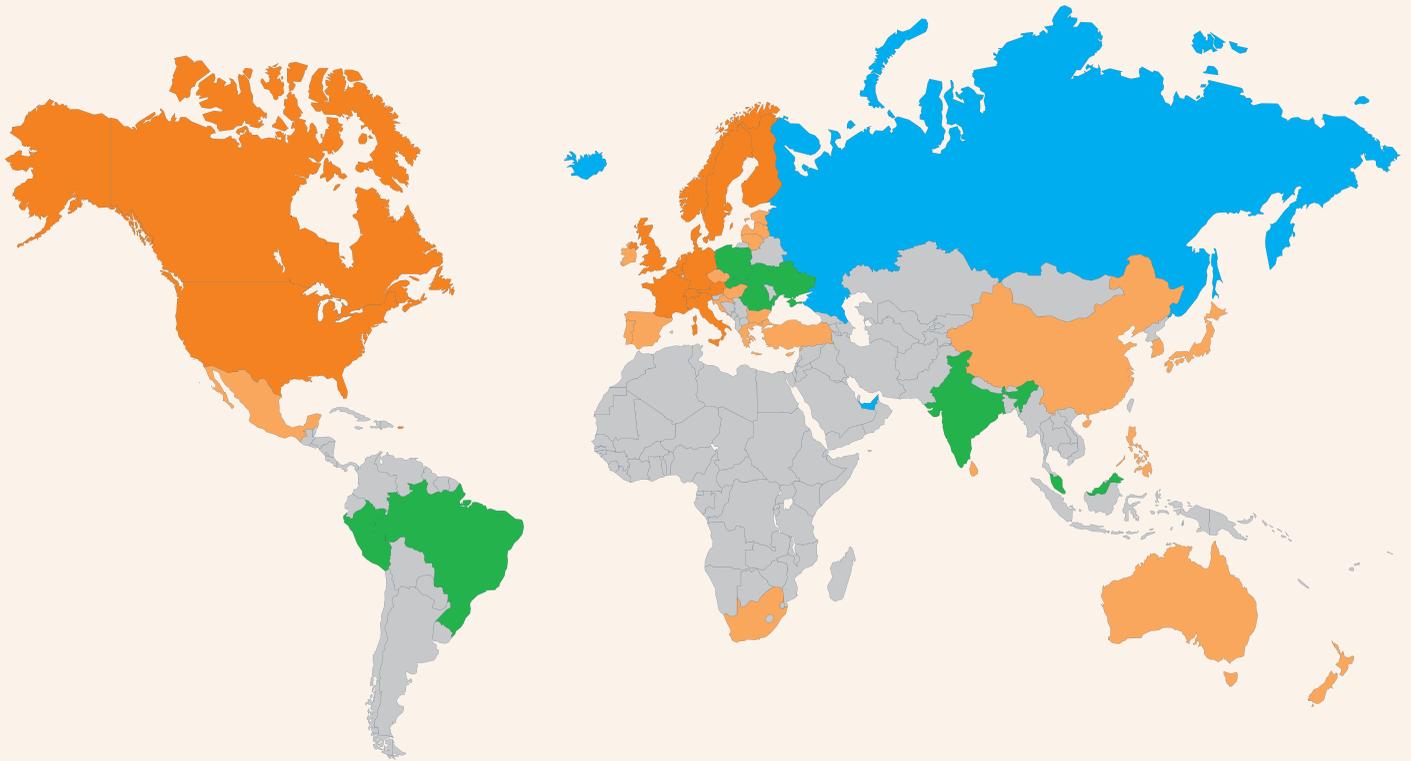
Das kleinstmögliche Geschäft, das wir anbieten, ist ein Barrel, das entspricht einem Wert von rund 115 USD (Stand am 31. März). Um in diesen Markt einzusteigen, benötigen die Kunden eine Mindestdeckung von ca. 3,3 Prozent (3,80 Dollar) des Wertes pro Barrel. Das ist nur halb so viel wie bei einem Future-Kontrakt. Da das WTI-Rohöl von Swissquote keine Fälligkeit hat und mit Barzahlung funktioniert, können die Kunden im Gegensatz zu einem Future ihre Positionen so lange halten, wie sie wollen, und müssen sich keine Sorgen hinsichtlich eines Realtausches machen.

Wie können sich interessierte Kunden über diesen Markt informieren?

Wir bieten für unsere Kunden Forex-Einführungsseminare in Zürich und in Genf an. Dort werden die grundlegende Terminologie und Funktionsweise des Handels mit Devisen und Metallen vorgestellt, und ab sofort wird auch über Rohöl und die Möglichkeiten des Rohölhandels auf unseren Plattformen informiert. Auf unseren Webseiten finden interessierte Kunden ebenfalls Informationen über Rohöl.

Welche konkreten Zugriffsmöglichkeiten auf den neuen Service gibt es?

Wir bieten verschiedene Tools an, unter denen der Kunde auswählen kann. Dies macht unser Angebot einzigartig. Man kann das Trading mit WTI-Rohöl per Telefon über unseren 24-Stunden-Handelsdesk oder über FXBook, Advanced Trader oder Metatrader 4 betreiben – und auch über unsere mobile Plattform. Kunden mit automatisierten Systemen steht der Zugriff und der Handel über unsere FIX API-Verbindung zur Verfügung. ▲



- ONLINE ECHTZEIT AUSFÜHRUNG
- ONLINE VERZÖGERT AUSFÜHRUNG
- PER TELEFON
- EINGESCHRÄNKT HANDELBAR

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 Währungs-paarungen zur Verfügung
- Neuartiges Sparkonto
- Devisen: Devisenhandel (Spot, Termin, Swap, Optionen)
- Lombardkredite
- Fest- bzw. Termingeld-Konten und Treuhand-anlagen
- 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

AUTOMOBIL

Die Erben des VW-Busses

Die neuen kompakten Reisemobile sind kaum länger als Oberklassewagen und vereinen Feriengefühl, Ungeboundenheit sowie Komfort. Zwei Spitzenmodelle von Volkswagen und Mercedes im Vergleich.

Blaise Duval



Der 1950 auf dem Markt erschienene VW-Bus «Typ 2», als dessen Nachfahre der California-Van gelten darf, ist längst zur Legende geworden. Noch heute gibt es ausführliche Dokumentarfilme und Zeitschriften über den «Bulli», eines der Kultmodelle der Marke. Gut erhaltene alte VW-Campingbusse sind auf dem Occasionsmarkt noch immer heiss begehrt.



Durch hinreissende Landschaften fahren, mitten in freier Natur anhalten, um eine warme Mahlzeit zu kochen, eine Wanderung machen, und am Abend zu seinem Auto zurückkehren, um bequem darin zu nächtigen ... Diesen Kindertraum kann man sich mit den modernen, mit einem Schlfadach ausgerüsteten Vans problemlos erfüllen, ohne sich mit einem Wohnwagen oder einem riesigen Wohnmobil herumschlagen zu müssen.

Zwei Modelle teilen sich das obere Ende dieser Fahrzeugklasse: der Volkswagen California – die jüngste Weiterentwicklung des berühmten VW «Bulli», der 1950 auf den Markt kam – und der Mercedes Viano Marco Polo. In beiden Fällen verfügt man an Bord über einen modulierbaren Lebensraum und vielfältige Komfortausstattungen. Steckdosen, Wassertanks, Kühlschrank ... nur ein Badezimmer und Toiletten fehlen!

Der grösste Trumpf der beiden Fahrzeuge ist jedoch ihr magisches Dach: Auf Wunsch gibt das Faltdach ein Bett mit Matratze frei, das komfortabel genug für zwei Erwachsene ist. Beste Voraussetzungen also, um Fans von Freiluftsportarten (Ski, Mountainbike, Wandern, Surfen usw.) ebenso zu begeistern wie Urlauber, die sich abseits der üblichen Routen bewegen wollen, allein in ihrem kleinen motorisierten Heim.

Auch Vielfahrer können beruhigt sein: Ungeachtet des stattlichen Gewichts von jeweils mehr als 2,5 Tonnen merkt man beim Fahren mit beiden Vans glücklicherweise nichts von der Trägheit herkömmlicher Wohnmobile.

All diese Qualitäten wären jedoch nur halb so viel wert, wenn sie nicht mit beachtlich kompakten Abmessungen einhergingen. Der VW California ist 489 cm lang, das heisst etwa 10 cm länger als ein Audi A8. Der Viano Marco Polo von Mercedes wiederum ist mit 501 cm ganze 2 cm länger als der A8. Beide Reisemobile sind 190 cm breit. Einzig ihre respektable Höhe (annähernd 2 m) könnte

die Einfahrt in das eine oder andere Parkhaus verwehren.

Obwohl diesen für nomadisierende Abenteuer konzipierten Wagen noch etwas vom ursprünglichen Pioniergeist der alten VW-Busse anhaftet, lässt sich ihr Preis natürlich in keiner Weise mit dem des legendären Bulli vergleichen.

Je nachdem, wie viele Optionen man ankreuzt, kann die Rechnung beim Mercedes wie beim VW 100'000 Franken übersteigen (siehe nebenstehender Kasten). Dafür ermöglichen diese Preise aber Zugang zu den modernsten Raffinessen, wie etwa einer Rückfahrkamera, einer DVD-Anlage der Spitzenklasse oder VW Fensterscheiben mit verbesserter Schallisolierung ... Damit man auch ganz sicher in Ruhe schläft! ▲



California «Beach», Volkswagen



Viano Marco Polo, Mercedes

VOLKSWAGEN, MERCEDES

Der Preis der Vielseitigkeit

Komfortabel im eigenen Auto schlafen zu können, hat seinen Preis. Bei VW beträgt dieser für das Basismodell California «Beach» ohne Küche 52'440 Franken. Für die Version «Comfortline» 2.0 TSI (180 PS) mit Allradantrieb und 7-Gang-Doppelkupplungsgetriebe steigt die Rechnung auf 82'530 Franken. Dabei sind die unzähligen Optionen wohlgerneht noch nicht ein-

gerechnet. Leistet man sich alle, liegt der Preis bei deutlich über 100'000 Franken.

Bei Mercedes erstrecken sich die Basispreise (ohne Optionen) des Viano Marco Polo von 61'500 Franken für das Einstiegsmodell bis hin zu 74'300 Franken für die stärkste Motorisierung (3,5-Liter-Sechszylindermotor mit 231 PS und Automatikgetriebe).

Feel the Heritage, Ride a Legend



Steve McQueen Limited Edition
CHF 13'990.- (+CHF 160.- Transportpauschale)

HAFNER'S BRITISH BIKES GmbH ▲

8733 Eschenbach
Tél. 055 282 10 65
www.triumph-world.ch

MOTO 91 ▲

8181 Höri
Tél. 044 862 11 91
www.moto91.ch

ERNE'S EUROMOTOS AG ▲

8005 Zürich
Tél. 044 272 77 72
www.ernes.ch

TRIUMPH ALPNACH ▲

6055 Alpnach Dorf
Tél. 041 662 16 16
www.triumphalpnach.ch

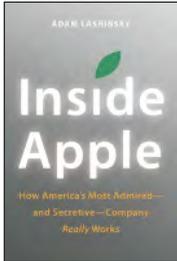
HESS MOTORRAD AG ▲

3072 Ostermundigen
Tél. 031 931 88 52
www.hessmoto.ch

LESEN

INSIDE APPLE: HOW AMERICA'S MOST ADMIRERD – AND SECRETIVE – COMPANY REALLY WORKS

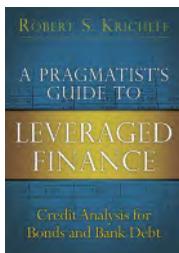
Adam Lashinsky – Business Plus, 2012



Adam Lashinsky, Journalist beim Business-Magazine «Fortune», schildert detailliert, wie Apple den Übergang in die Ära nach Steve Jobs und seine Zukunft organisieren will. Dabei stützt er sich auf zahlreiche Interviews, unter anderem mit dem neuen Apple-CEO Tim Cook. Das Buch dürfte allen Fans von Apple gefallen, die so Einblick ins Getriebe des legendären Informatikunternehmens erhalten, aber auch Management-Profis, die hier Inspirationsquellen zur Steigerung der Kreativität und Leistungskraft ihres Betriebs finden dürften.

A PRAGMATIST'S GUIDE TO LEVERAGED FINANCE, CREDIT ANALYSIS FOR BONDS AND BANK DEBT

Robert S. Kricheff – FT Press, 2012



Anhand von vielfältigen Beispielen und Szenarien erklärt Robert S. Kricheff, ein bekannter Spezialist bei der Credit Suisse, in diesem von ihm selbst als «pragmatisch» bezeichneten Werk, wie mithilfe von dezi-siven Instrumenten auf effiziente und zuverlässige Weise Kreditanalysen für den «Bond and loan»-Markt zustandekommen, der in den USA 2,3 Trillionen Dollar und in Europa 650 Mrd. Euro ausmacht ...

HERUNTERLADEN

DEN KOPF IN DER WOLKE

{iPhone, iPad, iPod Touch}



Task-Management-Programme gibt es wie Sand am Meer, doch untereinander können sie oft nur bedingt miteinander kommunizieren. «Priorities» löst dieses Problem, indem es die Cloud intelligent nutzt. Denn eine einzige App reicht für mehrere Geräte. Nach dem Synchronisieren sämtlicher Aufgaben wird die To-Do-Liste in den Kalender integriert und via Cloud an die einzelnen Apple-Apparate des Benutzers kommuniziert.

Priorities
CHF 3.-

ZEIT IST GELD

{Android, iPhone, iPad}



Die App HoursTracker funktioniert wie eine Stoppuhr für die Arbeitszeiterfassung. Sie speichert die Zeit jedes einzelnen Projekts und erlaubt damit eine präzise Rechnungsstellung bei Arbeiten, die nach Zeitaufwand fakturiert werden. Jedes Projekt kann in Tagen oder Stunden erfasst werden, und das Ergebnis lässt sich auf Excel übertragen. Die App kann zahlreiche Projekte gleichzeitig verwalten, damit man stets weiss, wie lange man für welchen Kunden gearbeitet hat.

HoursTracker
CHF 2.-

UNTERSCHRIFT AUF MOBILGERÄTEN

{Android, iPhone, iPad, iPod Touch}



Die App «DocuSign» vereinfacht die Beschaffung von Unterschriften. Jedes Dokument, das handschriftlich unterzeichnet werden muss, braucht nur fotografiert und per Mail verschickt zu werden, bevor es mit dem Finger oder einem Stift auf dem Taktilbildschirm des Smartphones oder Tablets unterschrieben werden kann. Für zusätzliche Sicherheit signalisiert die App via GPS-Tracking, wo das Dokument unterzeichnet wurde.

DocuSign
Kostenlos

DER KONTAKTMANAGER

{iPhone, iPad}



Durch die Vielzahl von Terminen ist es heute gar nicht so einfach, den Überblick über seine Geschäftskontakte zu behalten. Eine genaue Buchführung ist für eine gute Kenntnis seiner Geschäftspartner deshalb äusserst wichtig. Die Business-App für Smartphones und Tablets erleichtert diese Aufgabe. Denn die Anwendung versteht die Kontakte aus dem Adressbuch mit zusätzlichen Informationen, Anmerkungen und der Kundenhistorie.

Contacts Journal - Professional CRM
CHF 6.-

Ein Szene aus «Hugo Cabret» von Martin Scorsese. Der 3D-Film wurde gänzlich digital produziert und hat dieses Jahr unter anderem den Oskar für die beste Kamera gewonnen – ein Novum.

FOTO

Filmen wie Scorseses
Das kann jetzt jeder

PARAMOUNT PICTURES

Die neuen Spiegelreflexkameras machen exzellente Videos. Für einige tausend Franken haben Hobbyfilmer heutzutage Zugang zu einer filmischen Bildqualität, die mit Hollywoodfilmen locker mithalten kann.

Benjamin Bollmann

Wer hat nicht schon einmal davon geträumt, einen Film zu drehen? Oder Szenen aus dem Alltag in leinwandtauglicher Qualität für die Ewigkeit festzuhalten? Noch vor wenigen Jahren konnten sich nur extrem gut betuchte Hobbyfilmer eine professionelle Kamera leisten. Doch inzwischen bieten einfache Fotoapparate eine Videofunktion, die den grossen Hollywoodproduktionen in Sachen Bildqualität kaum nachsteht. Die Canon 5D, eine digitale Spiegelreflex, wurde bereits für einige Langfilme und Werbekampagnen eingesetzt, darunter der Horrorfilm «Rubber» von Quentin Dupieux und eine Staffel der Serie «Dr. House». Und gerade hat Nikon, als erste Antwort auf Canon, die D4 auf den Markt gebracht.

«In der Videowelt geschieht eine Revolution», schwärmt Pascal Montjovent, der als Kameramann für die Bilder mehrerer Langfilme und Werbespots, insbesondere für Nespresso, verantwortlich war. «Spiegelreflexkameras für 2000 Franken sind heute eine vollwertige Alternative zu einer Ausrüstung,

für die man bis vor Kurzem noch 100'000 Franken zahlen musste.» Das Geheimnis dieser Modelle? Der Sensor, der von der Präzision her mit einer professionellen Kamera vergleichbar ist. Es können Objektive verwendet werden, deren Schärfentiefebereich so klein ist, dass man in einem Gesicht die Nase scharf stellen kann, während die Augen zugleich ganz verschwommen bleiben. «Das Ergebnis ist grossartig», findet Pascal Montjovent. «Kontraste zwischen scharf und unscharf sind im Kino gerade ganz gross in Mode.»

Um sich in ein kinematografisches Kleinod zu verwandeln, braucht eine Spiegelreflexkamera mindestens drei Extras: ein Stellrädchen für das Objektiv, das eine hochpräzise Einstellung ermöglicht; einen externen Bildschirm, um das Ergebnis besser prüfen zu können, und ein Schulterstativ zur Stabilisierung der Kamera. Wer die in der Regel mittelmässige Tonqualität verbessern möchte, benötigt ausserdem ein externes Tonaufnahmegerät. Dieses Zubehör wird

von Marken wie Redrock Micro oder Zacuto angeboten. Insgesamt kommen da einige Tausend Franken zusammen, aber Hobbyfilmer können die Komponenten bei entsprechenden Unternehmen zu einem Tagessatz mieten. Es gibt auch Blogs wie Nofilmschool.com, die viele Tipps für die Auswahl der richtigen Ausrüstung und die Anwendungsmöglichkeiten bieten. «Die Bedienung einer solchen Maschine ist kein Kinderspiel», räumt der Experte ein, der selbst einen Blog betreibt. «Wenn alles angebaut ist, ist der Apparat sperriger als eine klassische Kamera. Die Einzelteile kann man aber leicht in einem Rucksack verstauen, weshalb sich das Modell auch gut für Reisen eignet.»

Inzwischen haben einige Videokamerahersteller die Standards aus der Fotografie übernommen. Zum ersten Mal an die Filmproduktion angepasst wurden diese Technologien übrigens nicht von einer der klassischen Marken für Fotoapparate, sondern von Red, einer kleinen Kamerafirma, die seit ihrer Gründung alle grossen Akteure der Branche schwindelig macht. 2008 kam das erste Produkt, die Red One, auf den Markt, das im Vergleich zu den Konkurrenzmodellen Bilder in viermal höherer Auflösung filmen konnte und dabei nur ein Siebtel kostete (17'500 statt 120'000 Dollar). «Red hat eine historische Wende eingeleitet, mit der sich das Filmen in HD in der Bevölkerung ausbreitet. Canon hat dieses Potenzial erkannt und unverzüglich seine Fotoapparate mit einer Filmfunktion ausgestattet.»

Den Gründer von Red, James Jannard, kennt man eher als Schöpfer der Sonnenbrillenmarke Oakley denn für seine Leidenschaft zum Film. 2007 verkaufte er Oakley für mehr als 2 Mrd. Dollar und wurde so mit einem Schlag in den erlesenen Klub der Superreichen katapultiert. Dann bat der Filmkenner, der eine eigene Kamerasammlung besitzt, eine Auswahl von Regisseuren, sich Gedanken über die ideale Kamera zu machen, und finanzierte deren Entwicklung. Seitdem bietet Red drei verschiedene Modelle an, von denen die Epic in Hollywood am weitesten verbreitet ist und von berühmten Regisseuren wie James Cameron, Ridley Scott und Peter Jackson verwendet wurde oder auch von David Fincher für seinen Film «Verblendung», den ersten Teil der Millennium-Trilogie.

«Mit den neuen digitalen Videokameras entstehen tausend neue Möglichkeiten. Hollywood arbeitet sogar schon mit günstigen Minikameras der Marke GoPro, die ursprünglich als Actioncams für das Filmen spektakulärer Sportaktionen entwickelt wurden!» Ein Beweis für diesen Trend in der Kinowelt ist der Oscar 2012 für die beste Kamera. Zum ersten Mal wurde dieser an einen hundertprozentig digital gefilmten Streifen vergeben: «Hugo Cabret» von Martin Scorsese. Die Preisverleihung fand im Kodak Theater in Los Angeles statt, einem Saal mit dem Namen des einst so erfolgreichen amerikanischen Herstellers von Filmen für analoge Fotoapparate, der Insolvenz anmelden musste, weil er den Sprung ins Digitalzeitalter verpasst hat – welche Ironie! ▲

Nikon D800

Dieses neue Modell pulverisiert mit seinen 36 Megapixeln sämtliche Auflösungsrekorde. Die Kamera kann mit einer Kadenz von 30 Bildern pro Sekunde aufwarten und bietet einen Ausgang ohne Datenkomprimierung an ein externes Aufzeichnungsgerät – ein Vorteil für die Überarbeitung von Videos in der Nachproduktion.

Auflösung: 36,3 Megapixel
Video: full HD (1080p)
Preis: ab 2500 Franken



Canon EOS 5D Mark III

Als Nachfolgerin der EOS 5D Mark II bietet diese Spiegelreflexkamera eine Videofunktion mit weitgehenden Komprimierungsoptionen und einer vollständig manuellen Regulierung. Der Apparat verfügt über eine Stereo-Mikrobuchse und einen Kopfhöreranschluss für optimale Tonqualität.

Auflösung: 22,3 Megapixel
Video: full HD (1080p)
Preis: ab 3400 Franken

OUTDOOR

LAUF ODER STIRB!

Bergläufe über extreme Strecken werden immer beliebter, und auch in der Schweiz ist diese Begeisterung mittlerweile angekommen. Für die Läufer ist es vor allem ein Kampf gegen sich selbst. Lohnt er sich?

Geneviève Ruiz

166 Kilometer laufen, dabei im Gebirge 9'600 (positive) Höhenmeter überwinden, und das Ganze in weniger als 24 Stunden. Solch absurd klingende Spitzenleistungen erbringen Jahr für Jahr die Favoriten beim legendären Ultra-Trail du Mont-Blanc (UTMB), dem berühmtesten Berglauf der Welt. Der Sieger des jüngsten Laufs, der 24-jährige spanische Ausnahmelaufer Kilian Jornet, startete am Freitagnachmittag in Chamonix, um am Samstag nach einer grossen Runde durch Frankreich, Italien und die Schweiz wieder dort anzukommen. Er brauchte dafür exakt 20 Stunden, 36 Minuten und 43 Sekunden.

Eine atemberaubende Leistung. Doch die wahren Helden des UTMB, an dem mehr als 2'000 Läufer aus aller Herren Länder teilnehmen, sind nicht nur unbedingt die, die am Ende auf dem Treppchen stehen, sondern alle, die teilnehmen. 40 Prozent der Wettbewerber geben unterwegs auf, und viele schöpfen die 46 Stunden aus, die die Organisatoren als zulässige Höchstzeit festgelegt haben. Der UMTB nimmt für sich in Anspruch, unter den grossen Bergläufen, den sogenannten

Ultra-Tracks, die extremste Strecke überhaupt zu sein. Denn der Name ist Programm: Die Läufer umrunden das gesamte Montblanc-Massiv. Die angebotene «Kurzstrecke», die von Courmayeur nach Chamonix abkürzt, beträgt immer noch beachtliche 100 Kilometer. So exzessiv sie auch wirken mögen, die Trails im Grünen stossen auf wachsenden Zuspruch. Es locken die Schönheit der Bergwelt, das Abenteuer und die Herausforderung, über sich selbst hinauszuwachsen.

Doch es ist auch Vorsicht angesagt, um nicht (allzu sehr) über seine eigenen Grenzen zu gehen. «Bei einer solchen Belastungsprobe treten immer Schmerzen auf», warnt UTMB-Direktorin Catherine Poletti. «Man muss lernen, mit dem Schmerz umzugehen, und dafür muss man sich sehr gut kennen. Sonst kann man sich kaputt laufen. Und der Unterschied zwischen den «normalen» Schmerzen während eines solchen Laufs, die man aushalten muss, und sich kaputt laufen ist am Ende sehr gross.»

Laut Sportarzt Laurent Koglin vom Hôpital de la Tour in Genf leiden



Die bekanntesten Ultra-Tracks

Langstreckenläufe schiessen wie Pilze aus dem Boden. Meistens dienen sie auch als touristisches Aushängeschild für eine Region. Hier eine Liste der berühmtesten Trails in der Schweiz und anderswo.

Endurance Ultra-Trail des Templiers in den Cevennen

110 km, 4'500 positive Höhenmeter (Hm)
Datum: 26.10.2012

Grand Raid des Pyrénées

160 km, 10'000 Hm
Datum: 22.8.2012

Grand Raid de la Réunion

163 km, 9'600 Hm
Datum: 18.10.2012

Mountainman Luzern

80 km, 5'000 Hm
Datum: 18.18.2012

Trail Verbier Saint Bernard

110 km, 7'300 Hm
Datum: 7.8.2012

Ultra-Trail du Mont-Blanc

166 km, 9'400 Hm
Datum: 27.8.2012

Western States Endurance Run in Kalifornien

161 km, 10'000 Hm
Datum: 23.6.2012

Die Wettläufer des Ultra-Trail du Mont-Blanc (UTMB) 2011 am Hang des Grand Col du Ferret (Italien). In etwa die Hälfte der Teilnehmer muss vor dem Ziel aufgeben.

Extremläufer regelmässig unter Sehnenentzündungen, Ermüdungsbrüchen und Knorpelschäden: «Bei solchen Distanzen werden die Sehnen extrem belastet. Viele Läufer müssen die Laufschuhe wegen Arthrosebeschwerden sehr früh an den Nagel hängen.» Er empfiehlt die Sportart nicht für Menschen, die ihrer Gesundheit etwas Gutes tun möchten. «Der Körper wird zu sehr belastet. Derartige Läufe sollte man auf keinen Fall mehr als zwei Mal pro Jahr absolvieren. Sportfreaks empfehle ich, die Sportarten über das Jahr hinweg zu variieren, um Abnutzungserscheinungen wegen immer gleicher Belastungen zu vermeiden.» Viele Spitzenläufer der Ultra-Tracks sind in der Tat Mehrfachsportler. So auch Kilian Jornet, der gleichzeitig Langläufer und Skifahrer ist.

Mathieu Girard, einer der besten Schweizer Ultra-Trail-Läufer (siebter Platz beim UTMB mit einer Zeit von unter 25 Stunden) und Veranstalter des Trails Verbier/Saint-Bernhard, hält eine spezielle Vorbereitung dennoch nicht für erforderlich: «Man braucht nicht mehr zu trainieren als für einen anderen Wettkampf. Man konzentriert sich einfach auf einen vergleichsweise langsamen Laufrhythmus und auf maximale Ausdauer. Die richtige Ernährung ist extrem wichtig, und hier braucht es viel Erfahrung. Sehr oft brechen Läufer wegen Verdauungsbeschwerden das Rennen ab. Das grösste Risiko besteht ohnehin darin, dass man sich in den Kopf setzt, man müsse auf jeden Fall ans Ziel kommen. Bei einer Sehnenentzündung muss man aufgeben. Aus diesem Grund habe ich übrigens beim letzten UTMB darauf verzichtet, den Trail zu Ende zu laufen.»

Den Zahlen der verschiedenen Ultra-Tracks zufolge liegt das Durchschnittsalter der Teilnehmer bei rund 42 Jahren. Die Spanne

reicht von 20 bis zu 80 Jahren. «Labortests platzieren Sportler mit 25 Jahren zwar ganz vorne, aber bei Langstreckenwettkämpfen sind mentale Stärke und Ausdauer besonders gefordert», sagt Laurent Koglin. «Und diese Kompetenzen nehmen oft mit Alter und Erfahrung zu.» Der Frauenanteil bei den Ultra-Tracks liegt selten bei über 15 Prozent. Doch aus genau diesen Gründen kommen ihre Leistungen denjenigen der Männer näher als bei anderen Sportarten. Die Veranstalter sind sich einig:

«Wir müssen jedes Mal viele Interessenten ablehnen.»

Auch wenn ein Verband für die junge Sportart noch nicht in Sicht ist, erfreut sich der Ultra-Trail grosser Beliebtheit. Der UTMB beispielsweise musste ein mehrstufiges Auswahlverfahren einführen, um die steigende Zahl der Anmeldungen zu bewältigen. Die Läufer müssen erst einmal bei Partnerveranstaltungen Punkte sammeln, um sich überhaupt zu qualifizieren. Darauf erfolgt eine Voranmeldung, die zur Teilnahme an einer Auslosung berechtigt. «Letztes Jahr haben wir innerhalb weniger Minuten 10'000 Voranmeldungen erhalten», sagt Catherine Poletti. «Wir müssen jedes Mal viele Interessenten ablehnen.»

ATEMBERAUBENDE NATUR

In Frankreich begann der Trend zum Ultra-Trail bereits Anfang des neuen Jahrtausends, in der Schweiz hat es etwas länger gedauert. Seit die Organisatoren des Verbier/St-Bernard (TVSB) mit ihrem Ultra-Trail über 110 Kilometer und 7'300 Höhenmeter 2009 zum ersten Mal das Startsignal gaben, haben sich viele Nachahmer gefunden. «Die Schweiz hatte ja schon eine ganze Reihe von Berg-

läufen wie den legendären Sierre-Zinal-Lauf», erklärt Tiphaine Arthur, verantwortlich für die Kommunikation beim TVSB. «Seit zwei Jahren nimmt die Anzahl der Trails, die mehr Kilometer aufweisen als ein Marathon – für Puristen länger als 80 Kilometer – immer mehr zu.» Die längsten Trails sind der Swiss Iron Trail im Bündnerland (201 km und 11'500 Meter Höhendifferenz), der Trail Ticino (117 km und 8'515 Höhenmeter) und der Luzerner Mountainman (80 km und 5'000 Meter Höhendifferenz).

Was fasziniert die Menschen so am Ultra-Trail? Der Schweizer Mathieu Girard meint: «Man läuft nicht gegen die anderen, sondern gegen sich selbst. Die Läufe sind immer auch ein Abenteuer. Man weiss nie, ob man ankommt oder nicht. Und die Stimmung ist ganz einmalig, man hat Zeit, mit den anderen Läufern zu reden, schliesst neue Freundschaften.» Für Catherine Poletti vom UMTB steht der Trail für eine Lebenshaltung: «Da werden bestimmte Verhaltensweisen und Werte gelebt wie Selbstachtung, Respekt für die anderen und die Natur.»

Die erfolgreichsten Trails führen über aussergewöhnlich schöne Strecken mit oft atemberaubender Naturkulisse. Über das Naturerlebnis hinaus sehen viele Sportler ihre Teilnahme bei einem Ultra-Trail auch als Reise ins eigene Innere, teils auch in spiritueller Hinsicht. Sportpsychologin Mattia Piffaretti meint dazu: «Die Teilnehmer streben nach Erfahrungen an der Grenze des Ichs. Die Bewältigung dieser Herausforderung wertet sie auf, stärkt das Selbstvertrauen. Gefahr ist dann gegeben, wenn das Selbstwertgefühl gering ist und das Ziel des Laufs darin besteht, sich überhaupt lebendig zu fühlen. Dann kann es sein, dass man Warnsignale überhört, die der Körper sendet.» ▲

Das braucht der Ultra-Trail-Runner

Die Grundausrüstung für den Ultra-Trail ist die gleiche wie beim Laufen, allerdings benötigt man zusätzlich unbedingt einen Rucksack. Er enthält alles, was der Läufer braucht, um den wechselnden klimatischen Verhältnissen (Kälte, Hitze, Regen) zu trotzen. Bei den meisten Läufen ist inzwischen eine Sicher-

heitsausstattung für alle Teilnehmer vorgeschrieben. In der Regel gehören dazu ein Mobiltelefon, eine Wasserflasche, eine Stirnlampe, eine Notpfeife und eine Rettungsdecke. Manche Läufer achten dabei vor allem auf das kleinstmögliche Gewicht, andere eher auf den Komfort.



BUFF

Die Marke Buff hat der multifunktionalen Kopfbedeckung ihren Namen gegeben. Das Schlauchtuch hat meistens eine atmungsaktive sowie eine Fleece-Seite und ist vielseitig verwendbar: als Schal oder Kapuzenmütze gegen die Kälte, als leichtes Halstuch gegen die Hitze.

CA. 30 FRANKEN

SONNENBRILLE

Inzwischen gibt es Modelle, die speziell für Läufer und deren Bedürfnisse konzipiert sind: aus ultraleichten Hightech-Materialien, stabil und aerodynamisch.

ADIDAS, MODELL ADIZERO L. CA. 200 FRANKEN

JACKE

Nachts im Gebirge ist das Mehrschichtensystem (vulgo: Zwiebelsystem) ein Muss. Zuerst: eine atmungsaktive, wasser- und winddichte Jacke.

RAINIER JACKET MEN GRAPHITE-BASILIC VON MAMMUT IN GORE-TEX PACLITE SHELL, GEWICHT NUR 360 GR. CA. 380 FRANKEN

RUCKSACK

Der Rucksack des Ultra-Trail-Läufers muss leicht, ergonomisch und wasserdicht sein. Der letzte Schrei sind Modelle, die sich mit einfach einstellbaren Gurten schnell und flexibel an den Körper anschmiegen wie ein Gilet.

WASP ULTIMATE DIRECTION. GESAMTVOLUMEN 7 LITER, TRINKBLASE 1,9 LITER. CA. 120 FRANKEN



UHR

Die Cardio-Uhr mit GPS am Handgelenk des Trail-Runners darf nicht fehlen. Sie überwacht Rennverlauf, Herzfrequenz und Standort. Neuere Modelle kombinieren eine Reihe nützlicher Funktionen wie Einstellung der optimalen Herzfrequenz, kumulierte Höhenmeter und GPS-Empfang.

SUUNTO AMBIT CA. 600 FRANKEN

STÖCKE

Die meisten Langstreckenläufer sind mit Walkingstöcken unterwegs, um auf rutschigem Untergrund nicht das Gleichgewicht zu verlieren. Dabei werden ausziehbare Modelle mit minimalem Gewicht bevorzugt.

CARBONLITE XL AS VON LEKI. 425 GR, CA. 100 FRANKEN

LAUFHOSE

Oft verlangen die Organisatoren enganliegende Laufhosen (Tights), die bei Regen oder Kälte ohnehin unverzichtbar sind. Sie sollten nicht zu warm, dafür aber bequem und aus atmungsaktivem Material sein.

ODLO CHEVRON, CA. 70 FRANKEN

SCHUHE

Ultra-Trail-Runner können stundenlang über Schuhe diskutieren, ohne sich je einig zu werden. Mehrere Marken haben Sondermodelle für sehr lange Strecken aufgelegt, Asics und Salomon sind die beliebtesten. Die jüngsten Modelle bieten trotz ihres niedrigen Gewichts bemerkenswerte Leistungen. Die Sohle ist verstärkt, aber dennoch weicher als beim klassischen Turnschuh, um die Stöße besser aufzufangen.

ASICS GEL 33 HYPER. 300 GR. CA. 150 FRANKEN

REISE

Die Weinstrassen der Neuen Welt

Auch ausserhalb Europas kann man ausgezeichnete Weine kosten. Ein Überblick über die exotischen Weindestinationen unserer Welt.

William Turler



Hedonistische Weinliebhaber wissen – entlang der Weinstrassen lassen sich die Freuden des Reisens hervorragend mit denjenigen des Degustierens verbinden. Nicht weit von den Schweizer Landesgrenzen entfernt, liegen zahlreiche Weinrouten: Von Frankreich über Italien bis nach Spanien bieten sich für Kenner die verschiedensten Gaumenfreuden. Wer aber lieber in exotischere Gegenden reisen möchte, trifft auch in

den Ländern der Neuen Welt auf viele attraktive Weinregionen.

Obwohl die Weinproduktion in diesen Ländern stärker industrialisiert ist, sind die dortigen Weine häufig von guter Qualität. Dies ist insbesondere auf in Europa verbotene Verfahren zurückzuführen wie dem Verdünnen des Mostes mit Wasser zu Beginn der Kellerlagerung, dem Entzuckern oder der

Aromazugabe mittels aus Eiche oder Früchten gewonnenem «Sirup».

«Der enorme Vorteil dieser Verfahren liegt in einer gleichmässigen Qualität», erklärt Agraringenieur Christian Guyot, Dozent an der Hochschule für Technik Changins. «Dafür besteht die Gefahr einer gewissen Einheitlichkeit, die bis zur Monotonie reichen kann.» Man muss mit «intensiv fruchtigen und



Argentinien: frische Weine aus luftigen Höhen

Das Weinbaugebiet erstreckt sich im Westen Argentiniens entlang der Anden auf einer Anbaufläche von mehr als 226'000 Hektaren. Die Reben wachsen bis auf einer Höhe von 2'400 Metern, und die noch jungen und wenig bebauten Böden sowie die hohen Temperaturen, sonniges Wetter und ein trockenes Klima verleihen den argentinischen Weinen eine intensive Farbe und einen körperreichen, fruchtigen und frischen Geschmack.

Der ursprünglich aus dem Südwesten Frankreichs stammende Malbec hat sich hier sehr gut eingelebt: Diese Rebsorte stellt heute 30 Prozent der Produktion des Landes. Aus Argentinien kommen aber auch gute Weissweine, zum Beispiel der Torrontés, ein fruchtiger Wein aus dem Cafayate-Tal in der Region Salta. Die Weissweine machen 23 Prozent der landesweiten Produktion aus, 47 Prozent entfallen auf Rot- und 30 Prozent auf Roséweine.

Von Norden nach Süden umfasst die Anbauregion folgende Weingebiete: Salta, Mendoza, La Rioja, San Juan und Rio Negro Neuquén. Rodrigo Banto, Önologe bei Uvavins und Spezialist für Weine aus Südamerika, empfiehlt wärmstens die Region Mendoza, «das Herzstück der argentinischen Weinwelt, wo man die besten Winzer findet. Ein Besuch des Valle del Uco und seiner Weinkeller ist lohnenswert». Auf Winzerseite weist er besonders auf die Bodegas Salentein hin.

«Argentinien unterscheidet sich weiterhin von den anderen Ländern der Neuen Welt durch einen äusserst traditionellen und lokalen Konsum, der auf von den Siedlern eingeführten Rebsorten basiert», betont Christian Guyot, Agroingenieur. «Der Export ist relativ wenig entwickelt, verglichen mit Chile, Australien und Südafrika, die in dieser Hinsicht äusserst aggressive Strategien verfolgen, insbesondere die beiden erstgenannten.» Dennoch sieht man auch immer mehr Ausländer, die internationale Rebsorten anpflanzen, mit modernster Technologie ausgerüstete Weinlager anlegen und ins «Geschäft einsteigen».

Wines of Argentina

Mendoza

+54 261 4235346

www.winesofargentina.org

mehr oder weniger holzigen Weinen» rechnen, «reichhaltig im Gaumen, ein wenig süss und mit sehr niedrigem Säuregehalt». Im Gegensatz dazu finden sich die Eigenschaften «vegetabil, erdig, sauer oder mit harten Tanninen», wie sie noch bei einigen europäischen Weinen anzutreffen sind, eher selten. Dennoch: Einige unabhängige Einzelkeller, insbesondere in Argentinien, schwimmen gegen den Strom ... ▲

Napa Valley: die Weine der Kinostars

Wenige Kilometer von San Francisco entfernt, erstrecken sich Weideflächen mit einigen verstreuten idyllischen Bauernhöfen im Napa Valley. Hauptanziehungspunkt dieser Region sind die 230 Weingüter. Man sollte sich vorher gut informieren, ob Degustationen möglich sind (einige Güter sind bloss zum Verkauf berechtigt). Dort, wo man degustieren kann, ist in den meisten Fällen keine vorgängige Anmeldung erforderlich.

Zu den Weingütern, deren Besuch man nicht missen sollte, gehört Inglenook, das Gut des Regisseurs Francis Ford Coppola, mit seinem imposanten, Ende des 19. Jahrhunderts erbauten Schloss. Das Gut Frog's Leap ist zudem bekannt für seinen Sauvignon Blanc, seinen Cabernet Sauvignon und seinen Merlot. Alle Weine dieser «winery» sind Bio-Weine. Das Weingut Charbay produziert Aperitifweine, insbesondere Chardonnay, Portweine und Rosé. Das Castello di Amorosa wiederum bietet eine grosse Vielfalt an italienischen

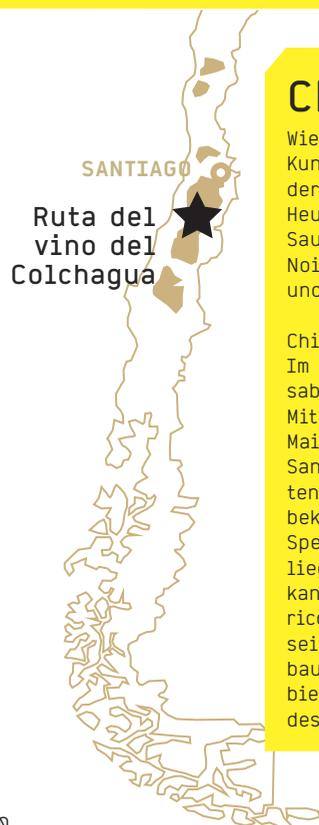
Weinen, darunter Mischungen aus toskanischen Weinen und Merlot.

Weitere Adressen in diesem rund 40 Kilometer langen Tal sind Preston Vineyards, ein biologisches Familiengut, das Sauvignon Blanc herstellt, Porter Creek, bekannt für seinen Pinot Noir und seinen Chardonnay, sowie Michel-Schlumberger, wo Cabernet Sauvignon, Chardonnay und Shiraz produziert werden. Und schliesslich für Liebhaber des Cabernet Franc das Gut Casa Nuestra.

Vorsicht: Die Preise im Napa Valley können rasant ansteigen (bis zu 1'000 Dollar für eine Nacht in einem der Nobelhotels der Region und 30 Dollar pro Degustation). Eine Alternative bietet das Sonoma Valley, das auf Shiraz spezialisierte, weniger teure Nachbartal.

Napa Valley

Conference & Visitors Bureau
www.napa valley.org
1310 Napa Town Center



Chile: überlieferte Traditionen

Wie in Argentinien verbreitete sich die Kunst des Weinbaus auch in Chile mit der Ankunft der ersten spanischen Siedler. Heute produziert das Land Cabernet Sauvignon, Merlot, Malbec, Carménère, Pinot Noir, Sauvignon Blanc, Chardonnay, Sémillon und Riesling.

Chile zählt fünf bedeutende Weinstrassen. Im Norden liegt das noch relativ junge Casablanca Valley, wo mit dem Weinbau erst Mitte der 1980er-Jahre begonnen wurde. Das Maipo Valley erstreckt sich im Osten von Santiago in Richtung der Anden und im Westen bis zur Pazifikküste. Diese Region ist bekannt für ihren Cabernet Sauvignon, die Spezialität des Landes. Weiter im Süden liegt das Colchagua Valley, eines der bekanntesten Weinbaugebiete Chiles. Das Curicó Valley zählt mehr als 30 Rebsorten, die seit Mitte des 19. Jahrhunderts dort angebaut werden. Das Maule Valley schliesslich bietet die längste und älteste Weinstrasse des Landes. Ein Besuch lohnt sich wegen des

dort hergestellten Carménère, des Merlot und des Cabernet Franc.

Rodrigo Banto, Önologe bei Uvavins, empfiehlt die Ruta del vino de Colchagua: «Sie ist gut organisiert, und es gibt sogar einen Zug mit Dampflokomotive, der die Strecke zwischen San Fernando und Santa Cruz zurücklegt. In diesem ländlichen, traditionellen Tal Chiles sind prestigeträchtige Weinkeller angesiedelt, darunter Produzenten wie Casa Lapostolle, Montes, Caliterra und Viu Manent.» Nennenswert sind auch kleine Familiengüter wie Undurraga und Echeverria.

Wines of Chile

Santiago
+56 (2) 218 0600
www.chilewinetourism.com

Ruta del vino de Colchagua

www.rutadelvino.cl

Australien: riesiges Weinbaugebiet

In Australien, viertgrösstes Exportland für Wein weltweit, sind rund 60 Weinbaugebiete mit einer Gesamtfläche von 160'000 Hektar beheimatet. Die Produktion konzentriert sich grösstenteils auf den Süden des Landes, insbesondere auf New South Wales und Victoria, aber auch auf Western Australia, wo das Swan Valley liegt. Dort werden Verdelho, Chenin Blanc und Chardonnay hergestellt. Es handelt sich um die heisseste Weinregion des Landes mit einer Weinlese, die bereits im Januar beginnt.

Doch auch im Nordosten, in Queensland, ist eine Entwicklung zu beobachten mit bisher mehr als 100 registrierten Weingütern. Vor Kurzem erlebte zudem Tasmanien einen bedeutenden Boom seiner Weinwirtschaft. Dank dem kühleren Klima der Insel hat sich das Tamar Valley mit seinem Chardonnay und seinem Pinot Noir einen Namen gemacht.

Thomas Kretz empfiehlt drei Regionen. Zunächst das Yarra Valley, das sich eine Autostunde östlich von Melbourne befindet und eine grosse Vielfalt an Weinen (Schaumweine, Rot- und Weissweine) zählt, «keine äusserst gastfreundliche Region, aber von humaner Grösse». Dazu kommt die Mornington Peninsula, die anderthalb Stunden Richtung Südosten von Melbourne aus liegt und wo sich kleinere Familienbetriebe und Weinberge angesiedelt haben, aber gleichzeitig eine grosse Produzentenvielfalt herrscht. Und schliesslich Tasmanien und das Tamar Valley mit seinen «cool climate wines»: «Ein sehr ruhiger Ort, wo man das Gefühl hat, man sei allein auf der Welt, ideal für Wanderungen.»

Wine Australia

Adelaide
+61 8 8228 2000
www.wineaustralia.com



Südafrika: mediterranes Klima

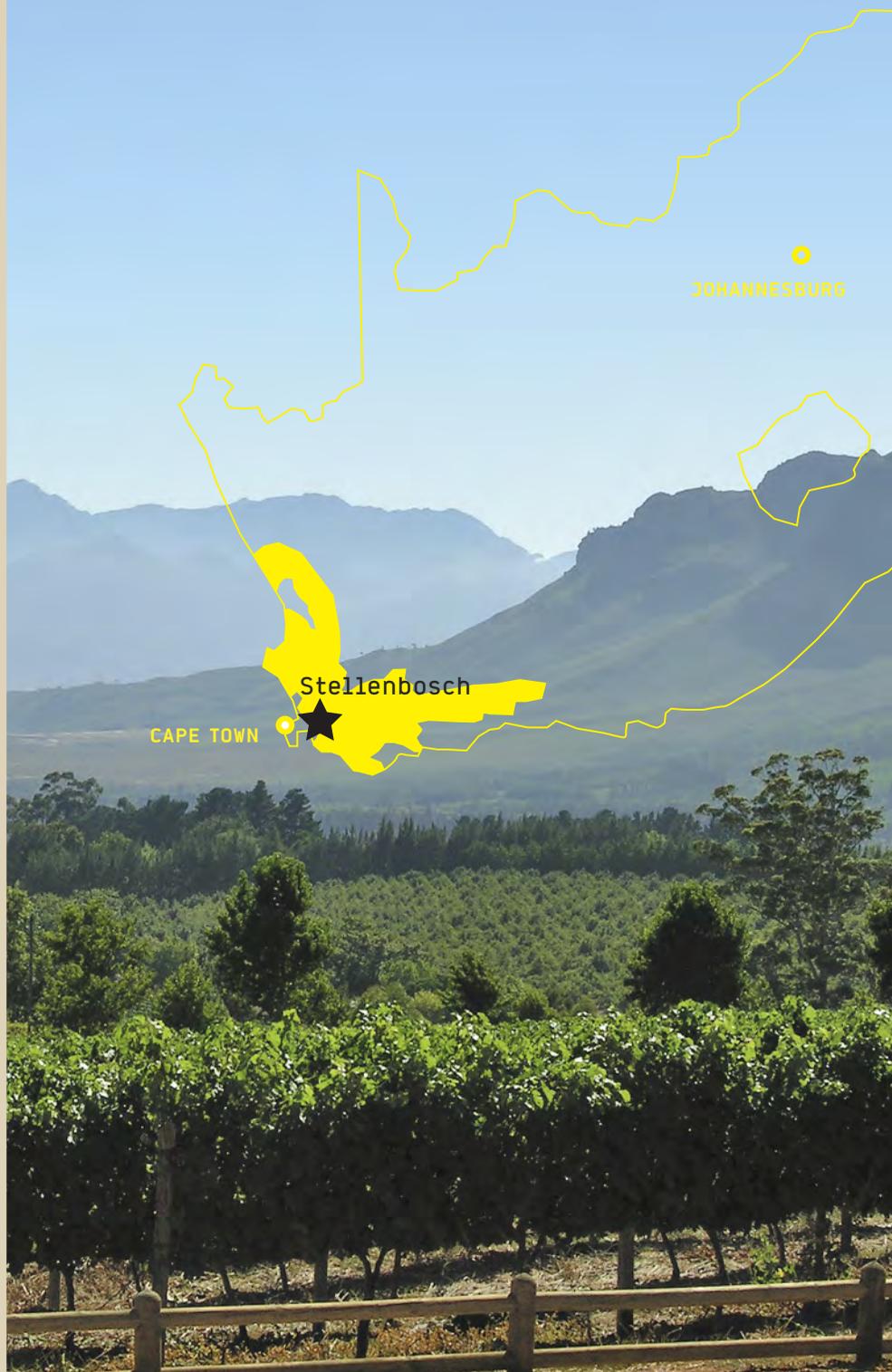
Der Weinbau in Südafrika hat sich insbesondere in der Kapregion aufgrund des dortigen mediterranen Klimas entwickelt. Das Anbaugebiet umfasst heute mehr als 101'000 Hektar, und die Branche beschäftigt rund 275'000 Personen. Mehr als die Hälfte der örtlichen Produktion sind Weissweine: Südafrika stellt unter anderem Chenin Blanc, Cabernet Sauvignon, Colombard, Shiraz, Chardonnay, Merlot, Sauvignon Blanc und Pinotage her. Die Region umfasst berühmte Weinstrassen wie Constantia, Durbanville, Darling, Stellenbosch, Helderberg, Paarl, Franschhoek, Wellington und Walker Bay. Weitere Routen erfordern längere Ausflüge, darunter BreedeKloof, Worcester, Robertson, The Little Karoo, Tulbagh, The Swartland, Olifants River und Northern Cape.

Viele dieser Destinationen bieten daneben auch andere touristische Aktivitäten an, z.B. Reitausflüge, Mountainbiking oder Wanderungen. An der Küste findet sich eine reichhaltige Fauna und Flora, und man kann sogar Wale beobachten. Die meisten der Weingüter sind noch im typischen holländischen Stil des 18. und 19. Jahrhunderts gehalten.

Thomas Kretz, Lehrbeauftragter an der Weinschule von Changins und Spezialist für südafrikanische und australische Weine, empfiehlt insbesondere die Region Stellenbosch wegen ihrer Landschaften und Bauernhäuser. Unter den Weingütern nennt er Vriesenhof, das Gut eines ehemaligen Rugbyspielers: «Der Besitzer ist eine besondere Persönlichkeit, und das schlägt sich im ausgeprägten Charakter seines Weines nieder, den man nicht zu jung geniessen sollte.»

Wines of South Africa

Stellenbosch
+27 21 883 3860
www.wosa.co.za



BOUTIQUE



Verteufelt schöne Lautsprecher

Das Pariser Designerpaar Olivier Kuntzel und Florence Deygas hat eine Kombination aus Verstärker und Lautsprecher entwickelt, deren Form an einen stilisierten Totenschädel erinnert. Der handgefertigte Korpus besteht aus Walnussholz, wahlweise kann man den Minuskull auch schwarz oder weiss lackiert bestellen. Für den Living-Room von Trendsettern, die sich schöne Objekte leisten können.

www.minuskull.com

Ab CHF 1990.-

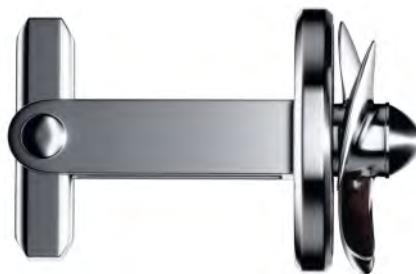


Swinging London

Nach Amerika und Frankreich bezieht Cartier nun auch in London Quartier mit dem neuesten Modell der Uhrenkollektion Tank. Mit der Tank anglaise erfindet die Marke ihre 1917 geborene Ikone neu, die ursprünglich von der Zeichnung eines Kampfpanzers inspiriert war. Ein kühn neuinterpretierter Klassiker mit konzentrischer Form und reinen Linien.

www.cartier.com

CHF 21'300.-



Die Titanic am Hemdärmel

Als Hommage an den vor genau einem Jahrhundert gesunkenen berühmten Ozeanriesen hat die Uhrenmarke Romain Jerome in limitierter Serie ein Paar Manschettenknöpfe aus oxidiertem und stabilisiertem Stahl kreiert. Dafür wurde Metall des berühmten, in 3840 Meter Tiefe ruhenden Wracks mit Stahl verschmolzen, der von der Werft Harland & Wolff in Belfast geliefert wurde. Dort war die Titanic seinerzeit gebaut worden.

www.romainjerome.ch

CHF 495.-



Boudoir-Reisekoffer

Die neueste Kreation von Pinel & Pinel ist der Boudoir-Reisekoffer, der sich beim Öffnen in ein Design-Fauteuil verwandelt, inspiriert vom legendären Sessel «Barcelona» des Designers Ludwig Mies van der Rohe. Auf Rollen aus Aluminium montiert, verfügt der Koffer auch über ein Leder-Sitzkissen, Schub- und Ablagen, eine Nachttischlampe und eine Musikanlage. Ein echtes Nomaden-Zuhause.

www.pineletpinel.com

CHF 24'800.-



Design-Whisky

Vivienne Westwood, die britische Kult- und Punk-Modeschöpferin, hat eine Flasche Chivas Regal 18 Years Old eingekleidet. Das Ergebnis: Die Flasche trägt einen topmodischen Trois-pièces-Seidenmantel in den Farben des Union Jack, dekoriert mit einer blaugoldenen Kokarde, einem typischen Schmuck des Schottenkostüms.

www.chivas.com

CHF 399.-



Verjüngungskur

Die völlig neue medizinisch-kosmetische Anti-Aging-Linie Nescens, entwickelt von Professor Jacques Proust, einem auf Alterungsfragen spezialisierten Forscher und Mediziner, verspricht den Koketten beiderlei Geschlechts, ihr Aussehen als 20-Jährige wiederzuerlangen. Besonders erwähnt sei das Produkt für die Aktivierung und Zellregenerierung der grundlegenden Anti-Aging-Nachtpflege.

www.genolier-laboratoires.com

CHF 355.-



Ein elegantes Schachspiel

Wers kann, kann mit diesem von Hermès entworfenen Luxus-Schachset so gut spielen wie Garri Kasparow. Getreu der Philosophie des Hauses besteht das «Brett» von 95 cm Seitenlänge aus dem geschmeidigen Clémence-Torillonleder, das die Marke mit dem geflügelten Pferd für die Griffe ihrer Handtaschen benutzt. Die 32 Figuren im ultra-modernen Design aus Palisanderholz und Mahagoni sind handgefertigt.

www.hermes.com

CHF 19'850.-



Das Jahr des Drachens

2012 ist das Jahr des Drachens. Das kaiserliche Tier, Synonym für Macht und Reichtum, ist laut der chinesischen Tradition ein Glücksbringer. Ein guter Grund, um für die ultra-gestylten Turnschuhe mit dem Abbild der heiligen Bestie schwach zu werden, die vom Schweizer Luxuslederwaren-Haus Bally gestaltet wurden.

www.bally.com

CHF 595.-



Wie ein Pilot

Mit der Kollektion Top Gun bringt IWC die Fliegeruhren zu neuen Ehren. Unter diesen startet die Grosse Fliegeruhr Top Gun Miramar als Staffelführerin. Dieser Flyback-Chronograf verbindet das Design von Instrumenten der 1940er-Jahre mit der Technologie des 21. Jahrhunderts und ist gleichzeitig eine Hommage an die gleichnamige kalifornische Elite-Luftwaffenbasis. Eine Uhr für Überflieger.

www.iwc.com

CHF 17'900.-



Zigarren in der Tasche

Die Luxusmanufaktur Shanghai Tang hat nicht auf das Jahr des Drachens gewartet, um dieses chinesische Tierkreiszeichen zu einem ihrer Fetischmotive zu machen. Hier schmückt der Feuerspeier ein elegantes Lederetui, das eine metallene Zigarrenhülle und ein Fläschchen Hochprozentiges enthält. Etwas für Dandys, die Ästhetiker und Geniesser zugleich sind.

www.shanghaitang.com

CHF 230.-



Knackig braun noch vor dem Sommer

La Prairie führt ein völlig neues Sortiment von Sonnenschutzmitteln ein: die Kollektion Soleil Suisse Sun Defense Systeme. Sie neutralisiert die toxischen Auswirkungen der Umwelt-Schadstoffe und verhindert ein vorzeitiges Altern der Haut. Das Nonplusultra des Sonnenschutzes. Beim Warten auf die Sommersonne wird man sich für die progressiv bräunende Lotion entscheiden, um schon zu Beginn des Sommers mit einer Klasse-Bräune aufwarten zu können.

www.laprairie.ch

CHF 96.-

Mad Men

Die Fans der Werbeagentur Sterling Cooper werden sich darum reissen. Jaeger-LeCoultre hat zu Ehren der Serie «Mad Men» und ihres Helden Don Draper eine neue Reverso-Drehuhr konzipiert. Dieses gravierte und nur in einer limitierten Serie von 25 Exemplaren produzierte Ultra-Thin-Modell wird exklusiv in den Vereinigten Staaten verkauft.

www.jaeger-lecoultre.com

CHF 7800.-



In jeder Ausgabe von Swissquote Magazine erzählt ein Schweizer Kunstschaffender, wie er seine Ideen entwickelt. Nach dem Künstler Ugo Rondinone und dem amerikanischen Modedesigner Peter Nitz ist nun Raum für die Basler Sängerin Anna Aaron.

«Von der Depression bis hin zum Grössenwahn»

Anna Aaron

«Ein Stück zu komponieren beginnt damit, dass man eine Struktur, eine Art Modell findet. Dieses Grundmuster ist viel wichtiger als die Worte, die Melodie und die Rhythmen, die man danach noch hinzugibt. Manchmal entstehen diese Elemente gleichzeitig, zuweilen ergeben sie sich nach und nach, doch sie stellen nie den Ausgangspunkt eines Songs dar.

Die Kompositionsregeln bleiben bei jedem Stück in etwa gleich, doch ich kann mich erinnern, dass es bei «Mary Ruth» im Februar 2007 irgendwie Klick gemacht hat. Dieser Song ist für mich die Geburtsstunde der Anna Aaron.

Meine Stärke liegt wohl nicht so sehr darin, gute Lieder oder gute Ideen als solche zu erkennen, sondern ich habe ein Gespür für das, was schlecht ist. Unbrauchbares lasse ich liegen und suche weiter nach dem, was funktioniert.

Je nachdem, ob ich es schaffe, einen Song zu schreiben, liegt meine Stimmung irgendwo zwischen abgrundtiefer Depression und hysterischem Grössenwahn. Vor, während und nach den Aufnahmen trinke und rauche ich erfahrungsgemäss ziemlich viel.

Während der Schreibphasen muss ich in mich gekehrt sein, damit ich die Musik in meinem Innern richtig spüren kann. Ich schotte mich ab, um diesen wertvollen inneren Raum vor Ausseneinflüssen zu bewahren. Dabei muss ich viel allein sein, was allerdings auch mitten in einer Menschenmenge gelingen kann.

Die Menschen aus meinem Basler Umfeld bedeuten mir viel. Ihr Lebensstil, ihre Ausdrucksweise, ihre Probleme, ihre Geschichten: Dieses emotionale



VOGUE

Emotionsgeladene Welt, Rage, gemischt mit Zurückhaltung – zusammen mit Sophie Hunger gehört die 26-jährige Baslerin Anna Aaron zu den talentierten Schweizer Musikerinnen, die auch im Ausland von sich reden machen. Vor wenigen Monaten brachte sie «Dogs in Spirit» beim Lausanner Label Gentlemen Records heraus. Es ist ihr zweites Album, und mit ihm ist sie gegenwärtig auf Tournee.

Rohmaterial findet Eingang in meine Musik und bringt mich dazu, mich zu hinterfragen.

In der Regel nehme ich Demos auf meinem Mac auf, damit ich mich an die Melodie und an andere Komponenten eines Songs erinnern kann. Wenn ich nicht zu Hause bin und Passagen festhalten möchte, die mir durch den Kopf gehen, verwende ich eine Art Notizsystem, das Intervalle zwischen den Silben auf einer Melodielinie darstellt. Ich benütze kleine Pfeile, um anzugeben, ob die Töne nach oben oder nach unten gehen.

Ich besitze ein rotes und ein schwarzes Heft. Alles, was die Musik betrifft, kommt ins rote Heft. Und wozu das schwarze Heft? Vermutlich habe ich es in der Meinung gekauft, ich bräuchte ein spezifisches Heft für das, was nichts mit Musik zu tun hat. In dieses Heft schreibe ich nie etwas hinein.» ▲

PANERAI.COM



ART AND SCIENCE.

LUMINOR 1950 10 DAYS GMT - 44MM

PANERAI
LABORATORIO DI IDEE.

Available exclusively at Panerai boutiques and select authorized watch specialists.

ePRIVATE BANKING

Ihr eigener Weg zum Erfolg.

Sie bestimmen selbst, 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



SWISSQUOTE

BANKING. SELF-MADE.