Nr. 3 JULI 2012 WWW.SWISSQUOTE.CH CHF 8.-

SWISSQUOTE

ePRIVATE BANKING MAGAZINE

BUSINESS MIT WEITBLICK

ETHISCH HANDELN VERLEIHT FLÜGEL

10 UNTERNEHMEN, DIE ES RICHTIG MACHEN
DIE MACHT DER RANGFOLGE
DAS BEISPIEL ISLAND

FENDER BMW SWISSCOM PHILIPS INTEL

TIMBERLAND GEBERIT SWISS RE STATOIL

ISSN 1664-2783

PATEK PHILIPPE
GENEVE

Beginnen Sie eine
eigene Tradition.

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

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

Patek Philippe Boutique at Beyer
Bahnhofstrasse 31, Zürich

Ascona
Doris Herschmann,
Piazza Giuseppe Motta/Lungolago

Basel
Gübelin AG, Freie Strasse 27
Seiler, Gerbergasse 89

Bern
Zigerli & Iff AG, Spitalgasse 14

Davos Platz
Chronometrie Stäuble, Promenade 71

Gstaad
Villiger Gstaad AG, Promenade

Interlaken
Kirchhofer Haute Horlogerie II,
Höheweg 56

Klosters
Maissen, Bahnhofstrasse 15

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

Luzern
Gübelin AG, Schweizerhofquai 1

St. Moritz
Gübelin AG, Via Serlas/Palace Galerie

Vaduz/FL
Huber Uhren Schmuck, Im Städtle

Zug
Lohri, Neugasse 9

Zürich
Gübelin AG, Bahnhofstrasse 36

Eine Patek Philippe gehört einem nie ganz allein.
Man erfreut sich ein Leben lang an ihr, aber eigentlich bewahrt man sie schon für die nächste Generation.
PATEK PHILIPPE
GENEVE
Jahreskalender Ref. 5205G, Calatrava Manschettenknöpfe.

HISTORY AND HEROES.

LUMINOR 1950 3 DAYS - 47MM

PANERAI
LABORATORIO DI IDEE.

Available exclusively at Panerai boutiques and select authorized watch specialists.

Ethik zahlt sich aus

Aus Sorge um ihre Wirtschaftlichkeit haben die grossen Firmen Themen wie Nachhaltigkeit oder soziale Verantwortung lange hintangestellt. Und kann man ihnen das wirklich verübeln? In einem globalisierten Markt, der einem nichts schenkt, bedeutet die Einhaltung strenger ethischer Normen zunächst einmal vermehrte Einschränkungen, höhere Kosten und damit letztlich eine geringere Wettbewerbsfähigkeit.

Und doch – was noch vor zwei Jahrzehnten selbstverständlich schien, hat heute keine Gültigkeit mehr. Das ist eine der Erkenntnisse aus dem Dossier dieser Ausgabe von Swissquote Magazine, in dem ein klarer Zusammenhang zwischen ethisch verantwortungsvollem Management und langfristiger Wettbewerbsfähigkeit zutage tritt. Wie eine neue Studie der Harvard Business School belegt, gehören die multinationalen Konzerne, die sich im Bereich Nachhaltigkeit besonders stark engagieren, heute zu jenen, die für die Herausforderungen von morgen am besten gerüstet sind.

Ein Grund für diese Veränderung ist, dass die grossen Firmen die Probleme des Klimawandels und der Verknappung der Energieressourcen nicht länger ignorieren können – wenn sie nicht Gefahr laufen wollen, mit ihrer Strategie bald in einer Sackgasse zu landen. Aber noch entscheidender ist, das sich die öffentliche Meinung – also die Haltung der Kunden, Angestellten und Aktionäre – in den letzten Jahren hinsichtlich des moralischen Bewusstseins verändert hat, und zwar sowohl in ökologischer Hinsicht als auch bei den Themen Transparenz und Personalführung. Ein wenig gewissenhaftes Unternehmen muss sich ernsthaft mit Szenarien wie einem Boykott vonseiten der Konsumenten oder der Aktionäre auseinandersetzen, ganz zu schweigen von möglichen Bussgeldern, die ihm der Staat auferlegen könnte.

Das Engagement für nachhaltigeres Wirtschaften setzt dagegen vielmehr eine Positivspirale in Gang. Dieser Ansicht ist Albert Baehny, CEO der Schweizer Firma Geberit, der uns am Firmensitz in Jona (St. Gallen) ein Exklusivinterview gewährte. Der Weltmarktführer im Bereich Sanitärtechnik, der regelmässig für sein Nachhaltigkeitskonzept ausgezeichnet wird, liefert den Beweis, dass Ethik und Rentabilität eine glückliche Verbindung eingehen können.

Neben dem Dossier gibt es für alle Rockmusikfans unter den Lesern einen Artikel über den bevorstehenden Börsengang der legendären amerikanischen Gitarrenmarke Fender. Auch im Reisebericht dieser Ausgabe werden Sie auf Ihre Kosten kommen, denn dort geht es auf den Spuren der berühmten Route 66 einmal quer durch die USA.

Viel Vergnügen bei der Lektüre und einen schönen Sommer wünscht Ihnen

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

MIXTE
Papier issu de sources responsables
FSC® C016087

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
Gaëlle Chaar
Ludovic Chappex
Camille Guignet
Martin Longet
Serge Maillard
Sylvain Menétrey
Philipp Meyer
Pascaline Sordet
Armelle Vincent
Julie Zaugg

Layout
Jérémie Mercier

Gestaltung
Sandro Bacco

Seitenlayout
Ludivine Alberganti
Sandro Bacco
Christian Bili
Diana Bogsch
Caroline Fischer
Yan Rubin
Sébastion Fourtouill

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

Cover
Foto: Fred Merz
Model: Laurent Leterouin
Danksagung:
Bon Génie
Fouchault l'Opticien

Fotos
Thierry Parel
Marc Wetli
Rue des Archives
Istockphoto
Keystone
Newscom
Reuters

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

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

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

WORLD WATCH
12

GEBERIT

FENDER
64

ISLAND

INHALTSVERZEICHNIS

3. EDITORIAL
von Marc Bürki

10. GESTERN, MORGEN

12. WORLD WATCH

22. VARIATIONEN
Die Gewinner und Verlierer des Marktes

26. AFFICHAGE HOLDING
Das Unternehmen hat sich gemausert

30. ANALYSEN
Anlagetipps und Ratschläge der Spezialisten

32. **NACHHALTIGES MANAGEMENT**

34. Ethik und Verantwortungsbewusstsein, die neuen Grundpfeiler der Wirtschaft

38. Island hat gelernt, vorsichtig zu sein

44. Zehn Musterbeispiele

54. Exklusivinterview mit Albert Baehny, CEO von Geberit

60. Wie die Religion das Finanzwesen beeinflusst

NACHHALTIGES MANAGEMENT

ETHISCH HANDELN VERLEIHT FLÜGEL

32

RICHARD WITT, DR, MARC WEILI, EMMANUEL AMADOR, SÉBASTIEN FOURTOUILL

64. FENDER
Ein Konzern rockt an die Börse

68. SWISSQUOTE
Die neuen Produkte und Services der Online-Bank

72. SPORT
Sport-Roller auf dem Sprung nach vorn

76. MULTIMEDIA
Mobile Bibliotheken: die neuen E-Book-Reader

80. REISE
Route 66, eine unendliche Geschichte

88. EIN WORT ZUM SCHLUSS
Barbara Weber, Kodirektorin am Zürcher Theater Neumarkt

QR-Code

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

✉ LESERBRIEFE

Mit Interesse habe ich Ihren Artikel über die Diskussionen rund um das Label Swiss made in der Januar-Ausgabe gelesen. Darin beschreiben Sie, wie einige Schweizer Uhrmacher in Erwägung ziehen, dieses ihrer Meinung nach «veraltete» beziehungsweise «zu schwache» Label aufzugeben, um stattdessen neue Gütesiegel zu kreieren. Das Problem der Herkunftszertifizierung von Produkten wird in der Zukunft eine wichtige Rolle für die Wirtschaft spielen. Im Zuge der Krise in den USA 2008 und des letzten französischen Präsidentschaftswahlkampfes, während dessen sich mehrere Kandidaten für ein «Made-in-France-Label» für lokal gefertigte Produkte ausgesprochen haben, kann man derzeit einen zunehmenden «Wirtschaftspatriotismus» beobachten. Doch wie kann dieser definiert werden? Ist ein in Frankreich entworfener und in Marokko gefertigter Renault französischer als ein in Japan entworfener und in Frankreich gefertigter Toyota? Die Schweiz hat sich sehr früh mit der Herkunft von Produkten und mit den Möglichkeiten der Qualitätssicherung auseinandergesetzt, gerade im Kontext des Schweizer Uhrenmarktes und dank der weltweiten Anerkennung des Swiss-made-Labels im Uhrenbereich. Das daraus hervorgehende Wissen ist ein grosses Plus, und die Schweiz könnte dieses Know-how auch stärker in andere Länder exportieren. Parallel zur voranschreitenden Globalisierung der Wirtschaft kann man derzeit auch einen wirtschaftlichen Regionalisierungstrend feststellen, der aus sozialen (regionale Arbeitsplätze sichern) und ökologischen (lokale Produkte bevorzugen) Gründen immer mehr an Bedeutung gewinnt. Diese Bewegung kann positiv bewertet werden, wenn der ihr zugrunde liegende Protektionismus nicht staatlich, sondern durch freie Konsumentenentscheidungen motiviert wird. Die Schweiz hat diesbezüglich durch ihre langjährige Erfahrung die Möglichkeit, mit gutem Beispiel voranzugehen.

THOMAS STEINER, BIEL

Ihre Meinung interessiert uns.

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

Mir hat das Dossier über Südkorea sehr gut gefallen! Die am K-Pop inspirierte grafische Gestaltung ist ansprechend, das Magazin-Cover ein echter Hingucker, und die Artikel decken eine Bandbreite von Themen ab. Ich habe es vor allem geschätzt, dass über das Bildungssystem geschrieben wurde. Dessen extreme Starrheit und die gleichzeitige grosse Zukunftsorientierung (mit Robotern als Lehrern), die beinahe futuristisch anmutet, reflektieren meines Erachtens gut die grossen Unterschiede innerhalb der koreanischen Gesellschaft.

MARIA F., GENF

PREISGEKRÖNT

Swissquote Magazine bei den European Design Awards 2012 ausgezeichnet

Swissquote Magazine hat bei dem Grafik- und Designwettbewerb European Design Awards am 26. Mai dieses Jahres die Bronzemedaille in der Kategorie «Magazin» gewonnen. Die auch unter dem Namen ED-Awards bekannte Organisation kürt jedes Jahr die besten europäischen Arbeiten im Bereich der visuellen Kommunikation. www.europeandesign.org

Individuell

aus einer breiten Produktpalette auswählen
und somit zielgerichtet

investieren.

Kapitalschutz | Renditeoptimierung | Partizipation | Hebel

Individuell investieren

Wählen Sie aus einer Vielzahl von Produkten Ihre Favoriten

Ob Produkte mit Kapitalschutz oder Renditeoptimierung. Ob Partizipation oder Hebelprodukte. Das breite Produkteuniversum bei Vontobel ist äusserst vielfältig und bietet für jede Anlageidee etwas.

Vontobel ist einer der Markt-Leader in der Schweiz, bietet das umfangreichste Produkteangebot und wurde für Produkte und Service bereits mehrfach ausgezeichnet. Ein grosses Spektrum mit über 14 000 börsenkotierten Produkten erlaubt Ihnen als Anleger aus einer breiten Auswahl von über 670 Basiswerten und 38 Produkttypen das passende Produkt auszuwählen. Als aktives Gründungs- und Vorstandsmitglied des Schweizerischen Verbands für Strukturierte Produkte SVSP steht Qualität für uns im Vordergrund.

Hohe Solidität, hohe Verlässlichkeit

Vontobel ist eine der am besten kapitalisierten Bankengruppen der Schweiz mit 23.3 % BIZ-Tier-1-Kapitalquote. Die Solidität der Vontobel-Gruppe beruht auf Unabhängigkeit, verbunden mit einem stabilen Familienaktionariat und auf einer starken Kapitalbasis.

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 Wohnsitz den Zugang zu solchen Informationen aufgrund der geltenden Gesetzgebung verbieten. Sie stellt kein Kotierungsinserat, keinen Emissionsprospekt gem. Art. 652a OR bzw. 1156 OR und keinen vereinfachten Prospekt gem. Art. 5 des Bundesgesetzes über die kollektiven Kapitalanlagen (KAG) dar und ist weder als Offerte oder Einladung zur Offertstellung noch als Empfehlung zum Erwerb von Finanzprodukten zu verstehen. Die rechtlich massgebliche Produktdokumentation (Kotierungsprospekt) besteht aus dem definitiven Termsheet mit den Final Terms und dem bei der SIX Swiss Exchange registrierten Emissionsprogramm. Diese sowie die Broschüre «Besondere Risiken im Effektenhandel» können unter www.derinet.ch oder bei der Bank Vontobel AG, Financial Products, Dreikönigstrasse 37, CH-8022 Zürich, kostenlos bezogen werden. **Derivative Produkte sind keine kollektiven Kapitalanlagen im Sinne des KAG und daher nicht der Aufsicht der Eidgenössischen Finanzmarktaufsicht FINMA unterstellt.** Anlagen in Derivative Produkte unterliegen dem Ausfallrisiko des Emittenten/Garantiegebers und weiteren spezifischen Risiken, wobei ein möglicher Verlust auf den bezahlten Kaufpreis beschränkt ist. Vor dem Eingehen von Derivatgeschäften sollten Anleger die Produktdokumentation lesen, ausserdem empfiehlt sich eine fachkundige Beratung. Die Angaben in dieser Publikation erfolgen ohne Gewähr. Für Fragen zu unseren Produkten stehen wir Ihnen gerne unter Telefon +41 (0)58 283 78 88 zur Verfügung. Wir machen Sie darauf aufmerksam, dass die Gespräche auf diesen Linien aufgezeichnet werden. © Bank Vontobel AG. Alle Rechte vorbehalten. Zürich, 28. Juni 2012

VONTOBEL

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)

Breitling fertigt weltbeste Mechanikchronograph. Bentley konstruiert mythische Automobile. Die beiden Marken mit der geflügelten B-Initiale, die in ihren Bereichen Vorzügliches leisten, haben Uhren kreiert, die das Beste aus ihren Welten vereinen: Performance und Prestige. Leistungsstärke und Luxus. Eleganz und Meisterschaft. Tradition und Innovation. Altehrwürdiges Handwerk und Hightech. Die Chronografen Breitling *for* Bentley, die sich durch stilistisch erlesene Ästhetik, raffinierte Finissierungen, Chronometer-zertifizierte Werke und technische Exklusivitäten auszeichnen, sind geschaffen für Kenner und Liebhaber von Premiumuhren. Hochkarätige Motoren in edlen Karosserien.

BREITLING*for*BENTLEY.COM

BREITLING *for* BENTLEY

Superlative²

BENTLEY GMT

BREITLING
1884

BREITLING *for* BENTLEY

GESTERN

ABB ÜBERNIMMT THOMAS & BETTS

Der schweizerisch-schwedische Konzern mit Sitz in Zürich hat Mitte Mai den Kauf von Thomas & Betts für 3,9 Mrd. Dollar abgeschlossen. Dieses auf Niederspannungsprodukte und -komponenten spezialisierte US-Unternehmen erzielte 2011 einen Umsatz von 2,3 Mrd. Dollar. Mit dem im Januar angekündigten Kauf sind die Vereinigten Staaten nun der grösste Markt von ABB. Die Übernahme erschliesst dem Konzern rund 6'000 zusätzliche Verkaufspunkte und dürfte das Potenzial seiner Niederspannungsaktivitäten in Nordamerika verdoppeln, das einen Markt von 24 Mrd. Dollar darstellt.

ABBN

STRAUMANN UNTERZEICHNETE KAUF VON NEODENT

Der Basler Konzern Straumann hat einen Vertrag unterschrieben, der die Übernahme von 49 Prozent von Neodent vorsieht. Dieses Unternehmen hält ein Drittel des seit drei Jahren boomenden brasilianischen Markts für Zahnimplantate. Mit der Transaktion von 260 Mio. Franken will Straumann, einer der Weltmarktleader in diesem Bereich, seine Aktivitäten auf dem südamerikanischen Halbkontinent, dem zweitgrössten Weltmarkt für Implantate, weiter ausbauen. Straumann hat zudem eine Vereinbarung geschlossen, um in Zukunft sämtliche Aktien von Neodent zu erwerben. Der Konzern setzt auf das Wachstum des Marktes und will seinen Umsatz (693,6 Mio. Franken) bis 2020 verdoppeln.

STMN

ACTELION BEREITET DIE PRODUKTNACHFOLGE VOR

Der Basler Biotechnologiekonzern hat kürzlich mit Macitentan ein neues Medikament auf den Markt gebracht. Es dient der Behandlung der pulmonal-arteriellen Hypertonie und soll letzlich Tracleer ablösen, das aktuelle Spitzenprodukt, das ungefähr 90 Prozent des Umsatzes von Actelion erbringt. Das Macitentan hat sich in klinischen Studien bewährt. Laut den Vontobel-Analysten sollte es einen Umsatz von maximal 1,5 Mrd. Franken einbringen. Das gewährt Actelion eine Verschnaufpause, hat der Konzern doch 2011 einen Jahresverlust von 146,3 Mio. Franken verzeichnet, sodass der Umsatz um 7 Prozent auf 1,8 Mrd. Franken sank.

ATLN

NESTLÉ-MILCH FÜR CHINESISCHE BABYS

Nestlé hat für 11,85 Mrd. Dollar die Division Kindernahrung von Pfizer übernommen, ein teurer Kauf, entspricht er doch dem 22-fachen der Einkünfte eines Jahres dieser Tochtergesellschaft des US-Pharmakonzerns. Damit wird der Schweizer Nahrungsmittelkonzern jedoch zum drittgrössten Akteur auf dem chinesischen Markt für Babymilch, nach Danone und Mead Johnson. Der Weltmarkt wächst in diesem Segment jährlich um 8 Prozent, und dazu trägt allein China 60 Prozent bei. Nestlé geht davon aus, dass im laufenden Jahr 85 Prozent des gesamten Absatzes an Babymilch in den Schwellenländern erzielt werden.

NESN

GLENCORE ÜBERNIMMT VITERRA

Der Schweizer Rohstoffgigant hat bei der Royal Bank of Canada und bei Merrill Lynch ein Zusatzdarlehen von 1,5 Mrd. kanadischen Dollar (1,4 Mrd. Franken) aufgenommen. Damit soll ein Teil der Übernahme des grössten kanadischen Getreidehändlers Viterra finanziert werden. Die gesamte Transaktion beläuft sich auf 6,1 Mrd. kanadische Dollar (5,6 Mrd. Franken).

GLEN,GB

MORGEN

NOVARTIS BAUT STANDORT IM AARGAU AUS

Der Novartis-Konzern plant Investitionen von mehr als 500 Mio. Franken an seinem Standort im aargauischen Stein. Der Pharmariese will bis 2016 modernste Anlagen für die Herstellung von Arzneimitteln (Tabletten, Gelatinekapseln, Beutelchen, Trinklösungen usw.) installieren. Novartis plant zudem, die strategische Rolle des Betriebs in Stein als wichtige Plattform für weltweite Neueinführungen pharmazeutischer Produkte weiter auszubauen. Mit 1400 Beschäftigten stellt dieses Werk zurzeit jährlich mehr als 4 Mrd. Arzneimittel her, die in mehr als 150 Länder exportiert werden.

NOVN

DIE UBS FÖRDERT DIE AUSBILDUNG

Die Schweizer Grossbank UBS wird im September mit dem «UBS International Center of Economics in Society» ein Ausbildungsprojekt von internationalen Ausmassen starten. Das Programm sieht die Schaffung von Praktika und Lehrstellen vor; ausserdem sollen Massnahmen für die berufliche Wiedereingliederung der über 50-Jährigen unterstützt werden. Vorgesehen sind auch Studien zu Themen in Verbindung mit der Wirtschaft und den Finanzmärkten, dies durch Schaffung von fünf wirtschaftswissenschaftlichen Lehrstühlen an der Universität Zürich. Die UBS rechnet mit einer Investition von 150 Mio. Franken für dieses Projekt.

UBSN

UMSTRUKTURIERUNGEN BEI HOLCIM STEIGERN

Das St. Galler Zementunternehmen will bis 2014 das Betriebsergebnis um 1,5 Mrd. Franken steigern. Dafür lanciert der Konzern einen breit angelegten Sparplan mit einer Reorganisation des Verkaufs, der Verbesserung der Energieeffizienz, der Senkung der Verwaltungskosten und dem Abbau von Stellen. Diese Massnahme erfolgt nach einem Rückgang des Geschäftserfolgs: 2011 ist der Absatz um 4,29 Prozent auf 20,74 Mrd. Franken und der Reingewinn um 57,9 Prozent auf 682 Mio. Franken eingebrochen.

HOLN

SYNGENTA SETZT AUF AFRIKA

Der Weltmarktführer der Agrochemie will seine Aktivitäten in Afrika ausbauen, indem er dort innerhalb von zehn Jahren 500 Mio. Dollar investiert. Damit will sich der Basler Konzern an der landwirtschaftlichen Entwicklung des Kontinents beteiligen und Lösungen für die dortige Ernährungs- und Lebensmittelsicherheit anbieten. Er hofft zudem, über diesen Zeitraum hinweg einen Umsatz von 1 Mrd. Dollar zu generieren. 2011 erzielte Syngenta mit insgesamt mehr als 26'000 Beschäftigten in über 90 Ländern einen Umsatz von 13,3 Mrd. Dollar. Davon entfielen weniger als 10 Prozent auf Afrika.

SYNN

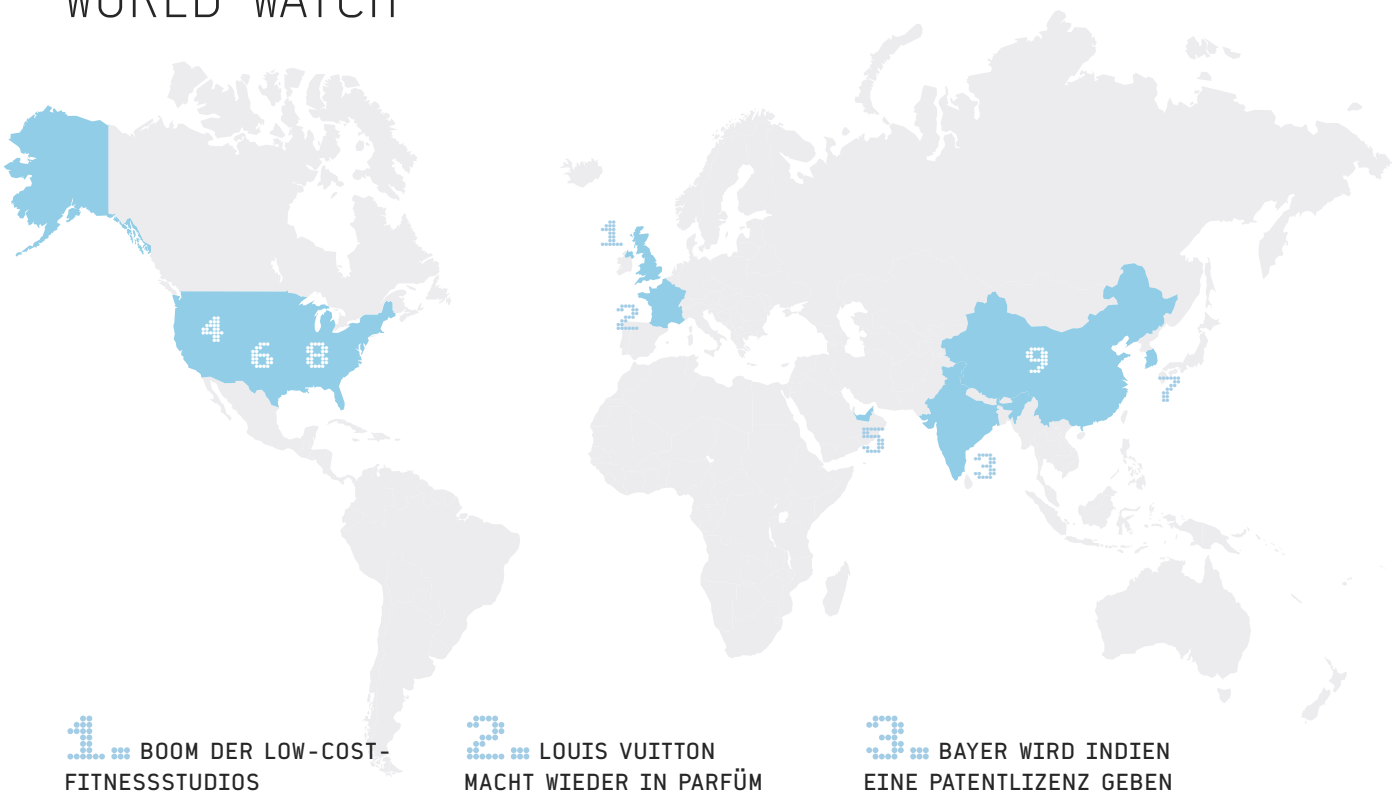
RICHEMONT VERSTÄRKT SEINE PRÄSENZ IN GENF

Der Luxusproduktkonzern Richemont wird 100 Mio. Franken in einen Campus für die Feinuhrmacherei und die Haute Horlogerie investieren. Dieses Zentrum wird 2014 in Genf eröffnet. Bis 2020 werden dort rund 900 neue Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter eingestellt werden. Dieser Plan zeugt von der Gesundheit des Konzerns, der trotz der Überbewertung des Frankens im Geschäftsjahr 2011/12 ein starkes Absatzwachstum und eine Rekordsteigerung des Umsatzes von 29 Prozent auf 8,87 Mrd. Euro verzeichnete.

CFR

ABB, ACTELION, NESTLÉ, NOVARTIS AG, HOLCIM, GATES FOUNDATION

WORLD WATCH



1 BOOM DER LOW-COST-FITNESSSTUDIOS

Es gibt keinen Empfang, man schreibt sich online ein, und die Anlagen stehen rund um die Uhr zur Verfügung. Das ist das Geschäftsmodell der Low-Cost-Fitnessstudios, die ab 2008 in Grossbritannien auftauchten. Die drei wichtigsten Akteure dieses Markts – Pure Gym, Gym Group und Energy Fitness – wuchsen enorm schnell. 2011 nahmen sie 37,2 Mio. Pfund ein (zum Vergleich: 3,8 Mrd. Pfund für die ganze Fitnessbranche). Die beiden erstgenannten Unternehmen planen, die Zahl ihrer Studios bis 2015 zu verdoppeln, das dritte will sie gar vervierfachen.

2 LOUIS VUITTON MACHT WIEDER IN PARFÜM

Nachdem die Marke Louis Vuitton in den 1920er-Jahren die Parfümfabrikation nach drei Kreationen eingestellt hatte, will sie nun wieder eigene Düfte entwickeln. Daher hat der Konzern im südfranzösischen Parfümstädtchen Grasse eine Bastide aus dem 18. Jahrhundert erworben, die nun in eine Parfümeriewerkstatt umgebaut werden soll. Er hat ausserdem die «Nase» Jacques Cavallier-Belletrud eingestellt. Der Parfümeur arbeitete früher bei Firmenich und kreierte die Düfte «Poème» für Lancôme sowie «Dior Addict».

MC,E

3 BAYER WIRD INDIEN EINE PATENTLIZENZ GEBEN MÜSSEN

Die Entscheidung ist historisch und könnte zum Präzedenzfall werden: Ein indisches Gericht hat den einheimischen Generikahersteller Natco Pharma ermächtigt, eine Kopie des gegen Leberkrebs eingesetzten Medikaments Nexavar herzustellen. Der Patentinhaber, der deutsche Pharmakonzern Bayer, muss gemäss diesem Urteil Natco eine Lizenz erteilen. Im Gegenzug wird das indische Unternehmen 6 Prozent der Einnahmen aus dem Verkauf des Arzneimittels an Bayer abliefern. Die Generikabehandlung wird 165 Dollar pro Monat kosten, beim Original sind es 5'320 Dollar. Bayer hat vorerst Rekurs gegen den Entscheid eingelegt.

BAYER,1

4 DAS FAHRERLOSE AUTO VON GOOGLE

Menschliches Fehlverhalten ist die Ursache von etwa 90 Prozent der Autounfälle. Aufgrund dieser Feststellung arbeitet Google an der Entwicklung von Fahrzeugen, die sich selbst steuern. Diese mit Kameras, Sensoren und höchst detaillierten Karten ausgerüsteten Autos sind vollständig automatisiert. Prototypen haben bereits 350 Kilometer unfallfrei zurückgelegt. Google sucht nun einen Partner in der «klassischen» Automobilindustrie, um das Projekt umzusetzen.

GOOG,U

5 ETIHAD WIRD AKTIONÄR VON AER LINGUS

Etihad Airways, die nationale Luftfahrtgesellschaft der Vereinigten Arabischen Emirate, hat sich am Kapital der irischen Aer Lingus beteiligt, deren Hauptaktionäre zurzeit noch der Billigflieger Ryanair und die irische Regierung sind. Letztere will jedoch ihren Anteil von 25 Prozent loswerden. Ende 2011 war Etihad bereits mit einem 27-Prozent-Anteil bei der Air Berlin eingestiegen. Ausserdem hat der arabische Carrier Partnerschaften mit den Gesellschaften American Airlines, Alitalia, ANA, Brussels Airlines, Czech Airlines und China Eastern Airlines geschlossen.

6 WIEDERBELEBUNG VON MICHAEL JACKSON FÜR PEPSI

Pepsi lässt Michael Jackson für die Zeit einer Werbekampagne auferstehen. Die Silhouette des vor drei Jahren verstorbenen Sängers wird auf den Pepsi-Dosen zu sehen sein, verschiedene Musiker und Produzenten werden seine Titel neu interpretieren, und in der Werbung wird ein Song aus dem Album «Bad» erklingen. Michael Jackson hatte 1984 einen Vertrag über 5 Mio. Dollar für die Imagewerbung der Marke abgeschlossen. Die Dosen mit seiner Silhouette werden zuerst in China angeboten.

PEP,U

7 SAMSUNG ERWEITERT ERNEUT SEINEN HORIZONT

Der südkoreanische Konzern Samsung öffnet sich jetzt äusseren Einflüssen. Er hat in Indien und Pakistan Dutzende von Informatikingenieuren angeworben und versucht nun, Programmhersteller zu übernehmen, zum Beispiel die kanadische Firma Research In Motion, Herstellerin des Blackberry. Die Markteinführung einer eigenen Linie von Smartphones, die zurzeit noch mit dem Android-System von Google funktionieren, zwingt Samsung, selbst Neues zu lancieren.

SSUN

8 MICROSOFT MACHT DEM KINDLE UND DEM IPAD KONKURRENZ

Microsoft will in den Markt für E-Book-Reader und taktile Tablets vorstossen, der zurzeit vom Kindle von Amazon und vom iPad von Apple beherrscht wird. Dazu hat sich der amerikanische Internet-Gigant mit der Buchhandelskette Barnes & Noble zusammengetan, die das Nook vertreibt, und dafür 605 Mio. Dollar investiert. Diese Tablets funktionieren zurzeit mit der Android-Technologie von Google, könnten aber künftig mit Microsoft-Software bestückt werden. Der Konzern sucht so sein Geschäftsmodell auszuweiten, das immer noch stark auf die Spitzenprogramme Windows und Office konzentriert ist.

MSFT,U

9 DIE CHINESEN BEGEISTERN SICH FÜR 3D-FILME

Am Premierentag in China spielte der Film «The Avengers» Walt Disney 1,1 Mio. Dollar ein. Die Zahl zeugt von einem starken Trend: Die Chinesen gehen immer häufiger ins Kino, vor allem, um 3D-Filme zu sehen. Für das Unternehmen Imax, das dieses Format anbietet, stellt das Reich der Mitte heute den zweitgrössten Markt nach den USA dar. Imax plant daher den Bau von 129 neuen Kinosälen in China.

IMAX,U

DR, FRANK LEE/ZUMAPRESS/NEWSCOM, DR, DR

«Ich kann die Griechen gut verstehen, sie leiden schwer. Aber es gibt für Griechenland leider keinen bequemen Weg.»

Wolfgang Schäuble, deutscher Finanzminister, in der «Welt am Sonntag».

«Ich fürchte, dass die ganzen Eigenkapitalauflagen für Banken (Basel III usw.) dazu führen werden, dass die Möglichkeiten der Kreditvergabe gerade dann, wenn Unternehmen, Unternehmensgründer und Privatleute besonders dringend Kredite benötigen, eingeschränkt sein werden.»

Louis Schweitzer, ehemaliger Renault-Chef, in einem Interview mit der «Huffington Post».

«Amerika hätte nicht nur ein AAA, sondern ein AAAA verdient.»

Warren Buffet, der zweitreichste Mann Amerikas.

«Wir müssen Wachstum wieder in das Zentrum der europäischen Tagesordnung rücken.»

Mario Draghi, Präsident der Europäischen Zentralbank, bei seiner monatlichen Pressekonferenz im Mai.

«Es ist ein Irrglaube, dass die Interessen eines Privatunternehmens im Einklang mit den Interessen eines Landes stehen können.»

Cristina Kirchner, Präsidentin von Argentinien, nach der Teilenteignung der Ölgesellschaft YPF, einer Tochterfirma des spanischen Repsol-Konzerns.

BUNDESFINANZMINISTERIUM, SINO NERI, REUTERS/MEIKE SEGAR, EUROPEAN CENTRAL BANK, JULIAN STRATENSCHULTE/DPA/PICTURE-ALLIANCE/NEWSCOM

Endlich sehen, wie die Märkte ticken.

UBS KeyInvest TrendRadar.
Jetzt testen und Anlageideen entdecken:
www.ubs.com/keyinvest-trendradar

Bedeutende Neuheit für Anleger, die gerne am Steuer sitzen, ob Profi oder Einsteiger:
Der UBS KeyInvest TrendRadar bringt Ihnen blitzschnell die aktuellen Trends auf den Monitor, verknüpft mit fundierten Informationen, Kurszielen, Renditen und trendspezifischen Produkten.

So folgen Sie interessanten Anlagetrends bequem und effizient. UBS stellt Ihnen den KeyInvest TrendRadar kostenlos und als exklusiver Anbieter für die Schweiz und Liechtenstein zur Verfügung.

Für weitere Auskünfte wenden Sie sich an
044-239 76 76* oder keyinvest@ubs.com

Wir werden nicht ruhen UBS

www.ubs.com/keyinvest-trendradar

Die auf UBS KeyInvest TrendRadar verfügbaren Informationen (die «Trend-Informationen») werden von der UBS AG nicht selber verifiziert, und dementsprechend gibt die UBS AG keine Gewährleistungen, Garantie oder Zusicherungen hinsichtlich der Vollständigkeit, Verlässlichkeit und Richtigkeit der Trend-Informationen oder der angezeigten Auswahl von Trend-Produkten ab. Die UBS AG übernimmt keine Haftung für Verluste, die durch die Verteilung/Verwendung der Trend-Informationen verursacht werden. Die Trend-Informationen sowie die Auswahl von Trend-Produkten werden ausschliesslich zu Informations- und Werbezwecken zur Verfügung gestellt und stellen weder Empfehlungen noch Anlageberatung von UBS AG, einer ihrer Tochtergesellschaften oder verbundenen Unternehmen dar. Vor dem Abschluss einer Transaktion sollten Sie sich von Ihren Beratern in rechtlichen, aufsichtsrechtlichen, steuerlichen, finanziellen und buchhalterischen Fragen im von Ihnen für notwendig erachteten Masse beraten lassen und Ihre Anlage-, Absicherungs- und Handelsentscheidungen (einschliesslich der Entscheidungen bezüglich der Eignung einer Transaktion) auf der Grundlage Ihres eigenen Urteils sowie der Beratung durch die von Ihnen zugezogenen Spezialisten treffen. Alle Rechte vorbehalten © 2012 UBS.
* Wir machen Sie darauf aufmerksam, dass Gespräche auf den mit * bezeichneten Anschlüssen aufgezeichnet werden können. Bei Ihrem Anruf auf diesen Linien gehen wir davon aus, dass Sie mit dieser Geschäftspraxis einverstanden sind.

SEKTOREN

ROHÖLINDUSTRIE

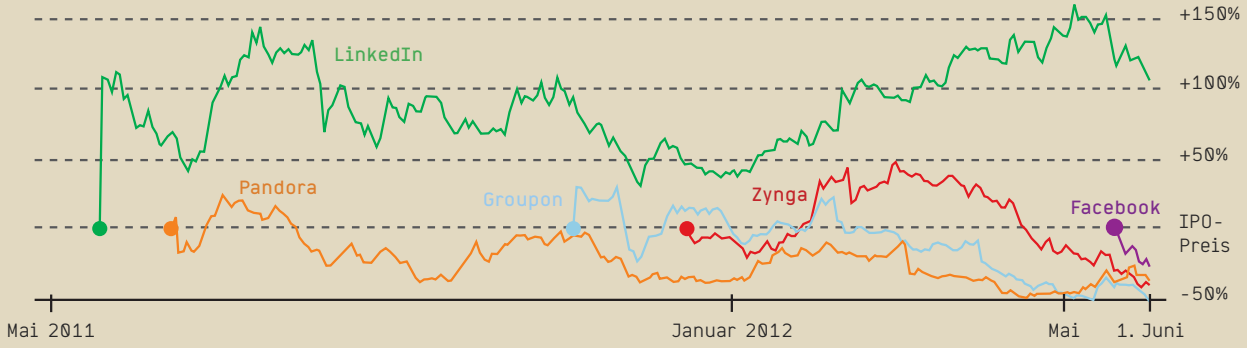
Neues Eldorado am Nordpol

Der russische Erdölkonzern Rosneft hat grosse Ziele für die Erschliessung von Vorkommen in der Arktis. Deshalb hat der Konzern mit der norwegischen Statoil ein Abkommen über gemeinsame Prospektionsarbeiten im Wert von 2,5 Mrd. Dollar in der Barentssee und im Ochotskischen Meer geschlossen. Die beiden Konzerne könnten später zwischen 65 und 100 Mrd. Dollar in die Erschliessung dieser Lager investieren, deren Reserven auf 2 Mrd. Tonnen Rohöl und 1800 Mrd. Kubikmeter Erdgas geschätzt werden. Kürzlich hat sich Rosneft auch mit dem italienischen ENI- und dem amerikanischen Exxonmobil-Konzern zusammengetan, um andere Lager in der Nähe des Nordpols auszubeuten. Diese Projekte sind jedoch wegen ihrer Auswirkungen auf die Umwelt umstritten.

Die Pipeline der Zwietracht

Kanada sucht verzweifelt nach neuen Wegen, um das in den Ölsanden der Provinz Alberta geförderte Öl zu exportieren. Das Unternehmen TransCanada will eine Pipeline durch US-Gebiete bauen, doch deren Verlauf ist umstritten, weil sie durch die Prärien von Sand Hills und über die Grundwasservorkommen von Ogallalla in Nebraska führen würde. Das Weisse Haus hat ein erstes Projekt des kanadischen Konzerns abgelehnt. Dieser hat nun einen zweiten Plan eingereicht, bei dem die Route diese sensiblen Zonen umgeht. Doch vor den Präsidentschaftswahlen im November wird die US-Regierung keine Entscheidung treffen.

SOZIALE NETZWERKE



Freuden und Leiden der Webgiganten an der Börse

Wird die Facebook-Aktie langfristig ein sicherer Wert sein? Vorsicht ist angesagt.
Die Titel mehrerer anderer grosser Internetunternehmen, die letztes Jahr an die Börse gingen, notieren heute deutlich unter ihrem Einführungskurs. Das gilt vor allem für Zynga, ein Anbieter von Videospielen in den sozialen Netzwerken, aber auch für das Internetradio Pandora, das Musikempfehlungen bietet, sowie das Online-Rabatthandelsunternehmen Groupon. Wie lässt sich dieses Scheitern an der Börse erklären? Zynga, Pandora und Groupon haben noch nie in ihrer Geschichte Gewinne gemacht. Anderen Internetfirmen, die ihre Aktivitäten umzumünzen verstanden, ging es besser. So kann etwa das soziale Netzwerk LinkedIn, dessen Umsatz und Reingewinn seit mehreren Jahren wächst, einen steigenden Aktienkurs verzeichnen. «Facebook muss nun seine Fähigkeit beweisen, den Ertrag pro Benutzer konstant zu steigern, vor allem im Bereich der Mobilfunknetze», so die Einschätzung von Andy Schnyder, Analyst bei der Bank Vontobel.

...LUFTFAHRT...

Stürmisches Wetter

Die europäischen Fluggesellschaften stecken in Schwierigkeiten. Die Lufthansa musste kürzlich Verluste von 397 Mio. Euro für die ersten drei Monate des Jahres 2012 bekannt geben und hat die Entlassung von 3500 Angestellten angekündigt. Der skandinavische Carrier SAS hat im selben Zeitraum 729 Mio. schwedische Kronen (98,2 Mio. Franken) verloren, und die dänische Cimber Sterling Group musste sogar Konkurs anmelden. Dasselbe Schicksal erlitten bereits im Januar die ungarische Gesellschaft Malev und die iberische Spanair. All diese Unternehmen leiden unter den gestiegenen Kerosinpreisen, den erhöhten Flughafengebühren und dem neuen obligatorischen Programm für die Kompensation der CO_2-Emissionen, das Anfang 2012 für die Flughäfen des EU-Raums in Kraft trat.

Preiskrieg in Indien

Mehrere indische Fluggesellschaften stehen am Rand des Bankrotts. Die Gesellschaft Kingfisher, deren Schulden mittlerweile 1,3 Mrd. Dollar betragen, musste im April sämtliche internationale Flüge unterbrechen. Die nationale Air India dagegen hat Schulden von 1,5 Mrd. Dollar. Jet Airways und SpiceJet haben im vergangenen Jahr 60 Prozent ihres Kurswerts eingebüsst. Die Hauptursachen für die Schwierigkeiten sind der Preiskrieg, mit dem sie sich zu unterbieten suchen, sowie die hohen Einfuhrzölle für Kerosin.

UP

Colgate-Palmolive

Der Absatz von Colgate-Palmolive steigt. Die Nachfrage wird von Schwellenländern befeuert, wo der Verkauf im letzten Quartal um 11,5 Prozent zunahm und wo die Produkte des US-Konzerns bei einer stetig wachsenden Mittelklasse viel Anklang finden. Colgate-Palmolive hält einen Anteil von 45 Prozent am Weltmarkt für Zahnpasta und 33 Prozent am Markt für Zahnbürsten.

CL,U

Bull

Der französische Konzern Bull, gegründet 1931, als die ersten Lochkarten aufkamen, ist eines der ältesten Informatikunternehmen der Welt. Doch es gelingt ihm, sich immer wieder neu zu erfinden. Im letzten Quartal stieg der Umsatz um 5,8 Prozent auf 286,5 Mio. Euro, dies dank der wachsenden Nachfrage für seine Cloud-Computing-Lösungen.

BULL,E

Dassault

Der Markt für Geschäftsflugzeuge hebt nach einem schwierigen Jahr 2011 wieder ab. Davon zeugen die Zahlen von Dassault: Der französische Konzern konnte im ersten Quartal 2012 einen um 47 Prozent gestiegenen Umsatz verzeichnen. Dieses hervorragende Ergebnis entstand in erster Linie durch den Verkauf von Geschäftsflugzeugen. Hier wuchs der Umsatz gar um 66 Prozent auf 644 Mio. Euro.

DOWN

UBS

Die UBS wird dem Prozess nicht entkommen, den die Federal Housing Finance Agency (FHFA) in den USA aufgrund des Verkaufs von schlechten Kreditbündeln an die Hypothekenfinanzierer Fannie Mae und Freddie Mac gegen die Bank anstrengt. Dies entschied eine New Yorker Bezirksrichterin. Mit diesen Titeln hatten die beiden Unternehmen 1,1 Mrd. Dollar verloren und mussten schliesslich vom Staat übernommen werden.

UBSN

Carrefour

Die rückläufigen Einschaltquoten der Serie «SpongeBob Schwammkopf» belasten den Sender Nickelodeon. Verantwortlich für den Rückgang sind die Alterserscheinungen dieses Programms für Jugendliche ab 13 Jahren und die Tatsache, dass es seit Mai 2011 im Internet auf der Plattform Netflix kostenlos zur Verfügung steht.

CA,E

BP

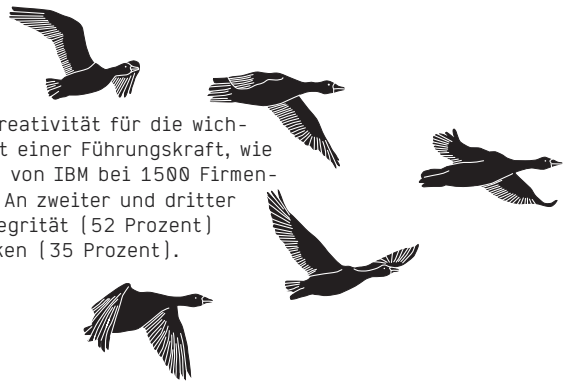
Die BP leidet weiter unter den Folgen der gigantischen Ölpest, die im April 2010 durch den Unfall auf der Bohrplattform Deepwater Horizon im Golf von Mexiko verursacht wurde. Der britische Konzern muss Privatklägern insgesamt 7,8 Mrd. Dollar zahlen und ist deshalb gezwungen, einen Teil seiner Ölfelder im Wert von 38 Mrd. Dollar zu veräussern.

BP,GB

DR, BULL, ADRIAN PINGSTONE, ZARKOS, CARREFOUR, BP

50

Stunden hatte die durchschnittliche Arbeitswoche eines Vollzeitbeschäftigten in der Schweiz im Jahr 1950. Heute sind es nur noch 42.



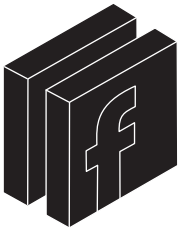
60%

der CEOs halten Kreativität für die wichtigste Eigenschaft einer Führungskraft, wie aus einer Umfrage von IBM bei 1500 Firmenchefs hervorgeht. An zweiter und dritter Stelle stehen Integrität (52 Prozent) und globales Denken (35 Prozent).

+10%

pro Jahr betrug das durchschnittliche BIP-Wachstum in Äthiopien zwischen 2006 und 2011. Das ist der höchste Wert unter allen afrikanischen Ländern, deren Wirtschaft nicht auf Erdöl basiert.

4,39$



nahm Facebook 2011 durchschnittlich pro Nutzer ein. Der verhältnismässig grösste Anteil entfiel dabei auf die amerikanischen User, wohingegen die Europäer und Asiaten weniger zahlfreudig waren. Google kam auf mehr als 30 Dollar pro Nutzer.

+32%

mehr Risikokapital wurde zwischen 2007 und 2011 in New York investiert. In allen anderen Technologiezentren der USA ging dieser Wert im selben Zeitraum zurück, so auch im Silicon Valley (-10 Prozent).

UP

Onlinewerbung

Die Internetwerbung erreicht inzwischen fast die Hälfte des Betrags, der von TV-Spots generiert wird. 2011 brachte sie 31,7 Mrd. Dollar ein; das entspricht einer Zunahme von 22 Prozent gegenüber 2010. Das am schnellsten wachsende Segment ist die Werbung auf Smartphones (+150 Prozent).

Die Gewinne der Versicherer

Der Versicherungssektor erholt sich etwas nach dem katastrophalen Jahr 2011, das unter anderem vom Tsunami in Japan und Überschwemmungen in Australien geprägt war. Berkshire Hathaway zum Beispiel hat im Versicherungsgeschäft fürs erste Quartal einen um 67 Prozent gestiegenen Gewinn bekannt gegeben.

DOWN

Die Einnahmen der Pharmafirmen

Der Verkauf von rezeptpflichtigen Medikamenten wird in den französischen Apotheken 2012 um 2 Prozent sinken. Volumenmässig ist dieser Markt bereits seit 2010 rückläufig. Verantwortlich sind fehlende neue Produkte, die auslaufenden Patente der «Blockbuster» und die ständig zunehmende Zahl von Generika.

Die europäische Telefonie

Den Unternehmen im europäischen Fernmeldesektor geht es schlecht. Bei Alcatel-Lucent brach der Absatz um 15 Prozent ein, bei Nokia um 9 Prozent, und Ericsson musste einen Umsatzrückgang von 6 Prozent hinnehmen. Schuld daran ist die Krise, die die Budgets der europäischen Haushalte schmälert, aber auch die Konkurrenz der chinesischen Anbieter ZTE und Huawei in Indien.

HONDA
The Power of Dreams

DAS LEBEN IST ZU SCHÖN FÜR KOMPROMISSE.

DER NEUE HONDA INTEGRA.

Der neue Honda Integra ist Zeitgeist pur. Schub, wenn Kraft gefragt ist, 700ccm verpackt in Top-Design, niedrige Emissionen bei sparsamem Verbrauch, ein Doppelkupplungsgetriebe vom Feinsten, unübertroffenes Preis-Leistungs-Verhältnis und ein Fahrgefühl der Spitzenklasse. Kurz: Roller und Motorrad in einem, Lebensgefühl pur ohne Kompromisse.

HONDA

MOTOREX Arai Alpinestars

WWW.HONDAMOTO.CH

SCAN

SCHWERWIEGENDER MANGEL AN QUALIFIZIERTEN ARBEITERN

SAAD AKHTAR

Laut einer Studie des World Economic Forums und von Deloitte Touche Tohmatsu herrscht im verarbeitenden Sektor der Industrie ein Mangel an qualifizierten Fachkräften. Weltweit können rund 10 Mio. Stellen nicht besetzt werden. Dies zwingt die Unternehmen, überqualifizierte Bewerber einzustellen oder ausländische Arbeitskräfte zu importieren. Einzelne Staaten reagieren: So bietet Peking chinesischen, im Ausland ausgebildeten Ingenieuren Beförderungen und hohe Gehälter. Der US-Bundesstaat Illinois wiederum hat ein Public-Private-Partnership lanciert, um den Schulunterricht in Mathematik und anderen Wissenschaften zu verbessern.

DIE KUNDEN DER US-BANKEN WERDEN GESCHOREN

Seit zwei Jahren sind die US-Banken verpflichtet, von ihren Kunden eine Ermächtigung einzufordern, bevor sie ihnen Strafgebühren für Bancomatbezüge oder Kartenzahlungen bei überzogenem Konto belasten. Eine Umfrage des Pew Charitable Trust bei 6000 betroffenen Personen ergab jedoch, dass diese nichts von dieser Bestimmung wussten. Die durchschnittliche Strafgebühr erreicht 35 Dollar. Letztes Jahr haben die Banken so fast 30 Mrd. Dollar eingenommen.

Panasonic PT-AT5000 VS Epson EH-TW6000W

IN KÜRZE

Nach den 3D-TV-Geräten bieten nun auch Videoprojektoren die dritte Dimension an. Der Beamer PT-AT5000, ein Modell des gehobenen Segments, macht dem Ruf von Panasonic alle Ehre, liefert er doch sowohl in 2D als auch in 3D ein fast perfektes Full-HD-Bild. Eine 3D-Brille wird mitgeliefert.

Einer der ersten 3D-Videoprojektoren für ein breites Publikum stammt von Epson. Dieser Beamer kostet beinahe 1000 Franken weniger als die wichtigsten Konkurrenzgeräte und bietet ebenfalls die Full-HD-Auflösung. Wie Panasonic liefert Epson mit dem Apparat eine 3D-Brille.

MERKMALE

Das Modell von Panasonic mit schlichtem Design und gutem Finish nutzt eine Tri-LCD-Technologie und bietet eine Lichtstärke von 2000 Lumen. Scharfeinstellung und Zoom mit Motor, Lensshift-Funktion sowie viele Anschlussmöglichkeiten erlauben, den Beamer an jedem gewünschten Ort einzusetzen.

Der attraktive Preis des Epson-Modells erklärt zum Teil, wieso die Lensshift-Funktion (Objektivverschiebung für die Bildstabilisierung) fehlt. Dies kann problematisch sein, wenn der Apparat nicht genau frontal vor der Projektionsfläche platziert wird. Abgesehen davon fehlt es nicht an Anschlussmöglichkeiten und Lichtstärke (2200 Lumen). Das Gerät ist in Schwarz oder Weiss lieferbar.

URTEIL

Der 3D-Videoprojektor Panasonic ist praktisch einwandfrei, vielleicht abgesehen vom etwas lauteren Betriebsgeräusch als beim Konkurrenzmodell. Von der Bildqualität her gehört er zu den gesuchtesten Geräten auf dem Markt.

Der erschwingliche, leise und von der Bildeinstellung her ausgezeichnete Beamer von Epson erfüllt seinen Auftrag ebenfalls. Zu erwähnen bleibt noch, dass die Fernbedienung beider Geräte mit Retrobeleuchtung ausgestattet ist.

PREIS

Ab 2'750 Franken	Ab 1'720 Franken

ECKDATEN

PANASONIC PC,U		EPSON SE7,FF
OSAKA, JAPAN	RECHTSSITZ	NAGANO, JAPAN
1918	GRÜNDUNG	1942
KUNIO NAKAMURA	CEO	SEIJI HANAOKA
7'846 MRD. YEN	UMSATZ 2011	877 MRD. YEN
16,5 MRD. DOLLAR	BÖRSENKAPITALISIERUNG	2,1 MRD. DOLLAR
330'000	BESCHÄFTIGTE	75'000

Frédéric Hemmer, Leiter der IT-Abteilung, CERN

CERN ist Business Sunrise Kunde, weil auch sie eine breite Vernetzung als den Grundstein innovativer Lösungen sehen.

CERN ist eines der weltweit renommiertesten Forschungszentren im Bereich der Teilchenphysik. Business Sunrise und CERN entwickeln gemeinsam innovative und auch unkonventionelle Lösungen. So wurde exklusiv für CERN in den Tunnels des Teilchenbeschleunigers ein Mobil- und Datensystem installiert, das zuverlässige Netzverbindung auch 100 Meter unter der Erde ermöglicht.
Wechseln auch Sie zu Business Sunrise. Weil Sie dort nicht nur die attraktivsten Kommunikationslösungen erhalten, sondern auch einen Service, der genau auf Sie abgestimmt ist. **business-sunrise.ch**

Business **Sunrise**

VARIATIONEN

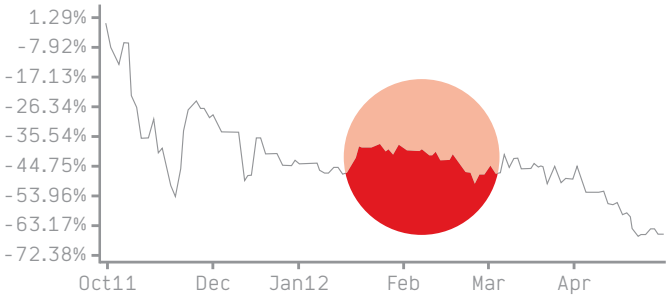
TECHNIP TEC

Am 8. Februar 2012 sicherte sich der französische Konzern für Energieanlagenbau einen Grossauftrag der staatlichen brasilianischen Erdölgesellschaft Petrobras in Höhe von 2,1 Mrd. Dollar. Der Kontrakt ist auf fünf Jahre befristet und betrifft den Bau von 1'400 Kilometern flexibler Rohre, die benötigt werden, um das in grosser Tiefe vor den Küsten Brasiliens geförderte Erdöl an die Oberfläche zu bringen. Am 16. Februar gab Technip für 2011 einen Rekord-Reingewinn bekannt, der innert Jahresfrist um 21,5 Prozent gesteigert wurde und die Erwartungen übertraf. Die UBS hat ihr Kursziel von 90 auf 105 Euro erhöht.

MAN MAN

Der Aktienkurs des deutschen Lastwagen- und Turbinenbauers MAN stieg Anfang Jahr, obwohl der Reingewinn 2011 gegenüber dem Vorjahr um 66 Prozent zurückgegangen war, dies wegen ausserordentlicher Kosten für die Lösung eines Streitfalls bei der Tochtergesellschaft Ferrostaal. MAN war im vergangenen Jahr vom VW-Konzern übernommen worden. Am 19. April 2012 erklärte dessen CEO, Martin Winterkorn, dass die kommerziellen Fahrzeuge den «zweiten starken Pfeiler» innerhalb des Konzerns darstellten. Dieser besitzt heute etwa 74 Prozent am Aktienkapital, mit mehr als 75 Prozent hätte er MAN vollständig unter Kontrolle. Am 4. März gab Winterkorn bekannt, die vollständige Integration von MAN werde grosse Aufmerksamkeit erfordern.

DEXIA DEXB



Am 23. Februar gab die französisch-belgische Bank Dexia für 2011 einen Verlust von 11,6 Mrd. Euro bekannt, ein Rekord in der Geschichte der französischen Finanzinstitute. Vor allem die Abtretung der belgischen Retailbank Dexia Banque Belgique an den Staat hatte 4 Mrd. Euro Minderwert verursacht, während die Rückstellungen für ausstehende Kredite in Griechenland mit 3,4 Mrd. zu Buche schlugen. Der Verkauf des Darlehensgeschäfts an öffentliche Gemeinschaften in Frankreich wiederum, der zweite grosse Bereich der Anfang Februar genehmigten Aufgliederung, verursachte einen zusätzlichen Minderwert von 984 Mio. Euro. Am 5. April genehmigte der Konzern den Verkauf seiner Luxemburger Filiale, Dexia Banque Internationale au Luxembourg (BIL), für einen Betrag von 730 Mio. Euro.

Anzeige

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 800 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

traded on scoach

HSBC
Global Banking and Markets

Die hierin enthaltenen Produktinformationen stellen keine Empfehlung zum Kauf oder Verkauf der darin besprochenen Wertpapiere seitens der HSBC Trinkaus & Burkhardt AG dar und können eine individuelle Anlageberatung durch die Hausbank nicht ersetzen. Die Programm-Dokumentation und die Endgültigen Bedingungen können bei der HSBC Trinkaus & Burkhardt AG, Derivatives Public Distribution, Königsallee 21/23, 40212 Düsseldorf, Deutschland, kostenlos bezogen werden und sind unter www.hsbc-derivate.ch einsehbar und/oder in elektronischer Form abrufbar. Die hier vorgestellten Finanzprodukte gelten in der Schweiz als strukturierte Produkte im Sinne von Art. 5 des Schweizer Kollektivanlagegesetzes („KAG“) und stellen keine Beteiligung an einer kollektiven Kapitalanlage im Sinne von Art. 7 oder 119 KAG dar und unterstehen somit nicht der Aufsicht der Eidgenössischen Finanzmarktaufsicht. Deshalb kommt ein Investor nicht in den Genuss des vom KAG vermittelten Anlegerschutzes. Quelle: www.fitchratings.com. Stand: 01.06.2012.

NOMINIERUNGEN

Alessandro Benetton an der Spitze des Familienkonzerns

Luciano Benetton, 77, stand 47 Jahre an der Spitze der italienischen Kleidermarke Benetton. Nun übergab er die Leitung seinem 48-jährigen Sohn Alessandro. Dieser ist seit 2006 Vizepräsident von Benetton. Der Konzern mit mehr als 6500 Geschäften in 120 Ländern sieht sich einer immer stärkeren Konkurrenz durch Marken wie Zara oder H&M gegenüber. Er hat sich deshalb auch diversifiziert, etwa mit der Autogrill-Restaurantkette und dem italienischen Autobahnbetreiber Autostrade.

BEN,IT

Michael Thamm, CEO von Costa Crociere

Der CEO des Kreuzfahrtunternehmens Costa Crociere, Pier Luigi Foschi, wird seinen Posten im Juli verlassen. Ersetzt wird er durch Michael Thamm, 59, der seit 2004 die deutsche Gesellschaft Aida Cruises präsidiert, eine Filiale der Costa Group, zu der er 1994 stiess. Die Costa Crociere SpA ist die Besitzerin der im Januar vor der toskanischen Küste gekenterten «Costa Concordia». Das Schiffsunglück forderte 32 Todesopfer.

Miguel Galuccio, CEO von YPF

YPF, der grösste Energiekonzern Argentiniens, hat einen neuen CEO in der Person von Miguel Galuccio, 44. Er findet sich an der Spitze eines Unternehmens wieder, das die argentinische Regierung eben durch Enteignung des Mehrheitsaktionärs Repsol teilverstaatlicht hat. Miguel Galuccio kommt vom texanischen Ölriesen Schlumberger, für den er als Leiter der Division Produktion in London arbeitete.

YPF,U

AIDA CRUISES, ENRICO BOSSAN FABRICA, YPF

Julius Bär

Your private bank.

www.juliusbaer.ch

Julius Bär, die führende Schweizer Private-Banking-Gruppe, wurde 1890 gegründet. Sie ist an 15 Standorten in der Schweiz präsent. Von Ascona, Basel, Bern, Crans-Montana, Genf, Kreuzlingen, Lausanne, Lugano, Luzern, Sion, St. Gallen, St. Moritz, Verbier, Zug bis Zürich (Hauptsitz).

Die Affichage Holding hat sich gemausert

Nach einem Defizit im Ausland in Höhe von fast 220 Mio. Franken hat sich die ehemalige Société générale d'affichage (SGA) von ihren verlustreichen internationalen Aktivitäten getrennt. Die Strategie hat sich ausgezahlt und dem Schweizer Marktführer der Aussenwerbung 2011 die Rückkehr in die schwarzen Zahlen ermöglicht. Bertrand Beauté

Beschimpfungen, Anschuldigungen, unbeantwortete Fragen … Vor etwas mehr als einem Jahr, am 26. Mai 2011, brach in der Generalversammlung der Affichage Holding der grosse Streit aus. Eine Gruppe von Kleinaktionären erwog sogar einen Putsch und versuchte, den gesamten amtierenden Verwaltungsrat zu stürzen. Ein Jahr später würde zwar niemand von einer Revolution sprechen, doch das Unternehmen hat unter dem Druck der Kleinaktionäre seine Strategie vollständig neu ausgerichtet: nein zur Expansion im Ausland, ja zu einer profitablen Rückbesinnung auf den Schweizer Markt. Was war passiert?

Die auf dem Markt für Aussenwerbung tätige Société générale d'Affichage (SGA) wurde 1900 in Genf gegründet und 1999 in die Affichage Holding umgewandelt. Lange verband man mit Affichage nur das Kleben von Plakaten, doch die Firma macht weit mehr als das. Sie bewirtschaftet die Werbeflächen entlang von Zufahrtsstrassen, an Flughäfen, in Einkaufszentren, Bahnhöfen und öffentlichen Verkehrsmitteln. Ihr Angebot reicht von klassischen Plakatkampagnen bis zu hochmodernen digitalen Werbeanzeigen, wie man sie heute auf den Bahnhöfen der SBB sehen kann.

In der Schweiz, wo das Unternehmen unangefochtener Spitzenreiter mit einem Marktanteil von 70 bis 75 Prozent ist, ist das ein lukratives Geschäft. «Affichage hat in der Schweiz eine starke Position und profitiert von den grossen Margen (25 Prozent)», stellt Andy Schnyder, Analyst bei Vontobel, fest. «Es besteht nicht die Gefahr, dass ihr Konkurrenten oder Neueinsteiger diesen Platz in Zukunft streitig machen, da sich dieser Markt durch hohe Eintrittsbarrieren auszeichnet.» Die Logistik, die für die ständige Umgestaltung der Werbeflächen erforderlich ist, ist teuer und für einen neuen Akteur schwer aufzubauen. Einzig das amerikanische Unternehmen Clear Channel, weltweit die Nummer zwei der Aussenwerbung, macht Affichage in der Schweiz mit seiner Marke Plakanda ein wenig Konkurrenz. Hinzu kommt, dass Affichage dank zahlreicher Langzeitverträge (in der Regel 10 bis 15 Jahre) mit den Schweizer Städten und den Verkehrsunternehmen wie den SBB sehr stabile Einkünfte hat. Die sind erst nach dem Ende der Vertragslaufzeit wieder von der Konkurrenz bedroht.

Doch nicht der Schweizer Markt hat den Zorn der Minderheitsaktionäre im letzten Jahr heraufbeschworen. Schuld sind die Auslandsaktivitäten. Unter der Führung des ehemaligen CEO Christian Kauter hat sich Affichage ab 2004 in eine ehrgeizige Expansionsstrategie gestürzt, die durch Übernahmen von Firmen wie der griechischen Domisi Outdoor im Jahr 2007 geprägt war. Das Ziel: Bis 2008 ein Viertel des Umsatzes ausserhalb der Schweiz zu erzielen. Wenige Jahre später ist die Bilanz verheerend. Zwar haben die Auslandsgeschäfte 2008 für 23,1 Prozent des Firmenumsatzes gesorgt, doch haben sie dabei niemals Gewinn abgeworfen.

Durch die mittlerweile schweizweit bekannte Plakatkampagne «Ali Kebap» machte die Affichage Gruppe (APG/SGA) 2009 von sich reden. Die fiktive Person Ali war damals in aller Munde – eine gelungene Marketing-Aktion.

So kostete die griechische Odyssee Affichage satte 150 Mio. Franken. Auf insgesamt 220 Mio. Franken beläuft sich die Rechnung für alle Auslandsgeschäfte, die das Unternehmen in die roten Zahlen gestürzt haben, sodass 2009 und 2010 Verluste von 59 bzw. 52 Mio. Franken entstanden.

Zwischen den ersten Investments in Griechenland und dem entscheidenden Mai 2011 schrumpfte das Eigenkapital der Affichage Holding um zwei Drittel (von 300 Mio. Franken auf rund 100), es wurden keine Dividenden mehr gezahlt, und die Aktie verlor beinahe die Hälfte ihres Werts. Gute Gründe für die Wut der Kleinaktionäre, die sich in der ganzen Geschichte hintergangen fühlten. «Wenn ein Unternehmen 150 Mio. Franken verliert, trägt der Verwaltungsrat eine gewisse Verantwortung. Das Mindeste wäre, Erklärungen zu liefern, warum er die Investitionen auf diese, sagen wir mal leichtfertige, Art getätigt hat», meint Antoine Spillmann, Chef der Genfer Vermögensverwaltung Bruellan Wealth Management und Aktionär von Affichage. «Uns hat man aber bis heute nichts dazu gesagt!» «Rückblickend müssen die

Affichage Holding in Zahlen

331,3
Umsatz 2011 in Mio. Franken

41,3
Gewinn 2011 in Mio. Franken

2'350'000
Zahl der 2011 in der Schweiz angebrachten Werbeplakate

661
Zahl der Mitarbeiter weltweit

343
Zahl der Mitarbeiter in der Schweiz

vielen Übernahmen im Ausland […] leider als Misserfolge oder zumindest als Enttäuschungen gewertet werden», gestanden VR-Präsident Jean-François Decaux und CEO Daniel Hoffer in einem Brief an die Aktionäre am 2. März 2011 ein. Osteuropa wurde eine Zeit lang als das Dorado von morgen gehandelt, doch die Realität hat sich als katastrophal erwiesen, besonders in Zeiten der Krise und in einer Branche, in der Korruption in einigen Ländern weiterhin an der Tagesordnung ist.

Wurden Gelder veruntreut? In Griechenland wurde Affichage nach eigener Ansicht jedenfalls absichtlich getäuscht. Das Unternehmen klagte seinen ehemaligen griechischen Partner Philip Vrionis in Athen des Betrugs an. «Wir haben das Gefühl, dass man uns bestohlen hat, da die Zahlen der Firma, die wir 2007 gekauft hatten, völlig überbewertet waren und in keinem Verhältnis zur realen Performance standen», erklärt Jean-François Decaux, zugleich Präsident des in der Aussenwerbung weltweit führenden Unternehmens JC Decaux, in der Tageszeitung «Le Temps». Trotz dieser Klage sind die Chancen, die verlorenen Beträge zurückzubekommen, äusserst gering.

Doch diese Enttäuschung hatte auch eine positive Wirkung: Das Unternehmen verfolgt inzwischen eine ganz neue Strategie. In weniger als einem Jahr wurden die griechischen Aktivitäten mit ihren extremen Verlusten gestoppt und die Tochterfirmen in Bosnien-Herzegowina, Italien und Ungarn wurden verkauft. Affichage Romania ist die letzte Einheit, von der sich der Konzern trennen will – die rentablen Geschäfte in Serbien und Montenegro bleiben im Portfolio enthalten. Anstelle der Auslandgeschäfte möchte sich Affichage auf die Schweiz konzentrieren und sowohl die Umsätze als auch die Margen erhöhen. Beflügelt wird die Entwicklung durch die Möglichkeiten der neuen digitalen Werbeflächen (ePanel) und dem Wunsch der Städte, ihre Einnahmen zu erhöhen. Das Unternehmen will sich bestmöglich an die veränderte technische Ausstattung in der Stadt und den Wandel in den Köpfen der Menschen anpassen. So gibt es in der Schweiz immer mehr «bewegte» Werbung, vor allem in den Bahnhöfen der SBB. Die neue Strategie trägt bereits erste Früchte: 2011 sind die Bücher von Affichage wieder im Plus und weisen sogar einen Überschuss von 41,8 Mio. Franken auf. Der Umsatz in der Schweiz erhöhte sich im Vergleich zu 2010 um 8,3 Prozent auf 280,6 Mio. Franken, und die Marge wuchs auf 23,4 Prozent an, wohingegen sie im Vorjahr noch bei 16,9 Prozent gelegen hatte. «Da die Probleme in Osteuropa gelöst wurden und eine weitere Expansion in Risikomärkte abgewehrt zu sein scheint, ist Affichage wieder stabil und attraktiv», berichtet Vontobel-Analyst Andy Schnyder erfreut. Und die Dividenden an die Aktionäre fliessen auch wieder. ◢

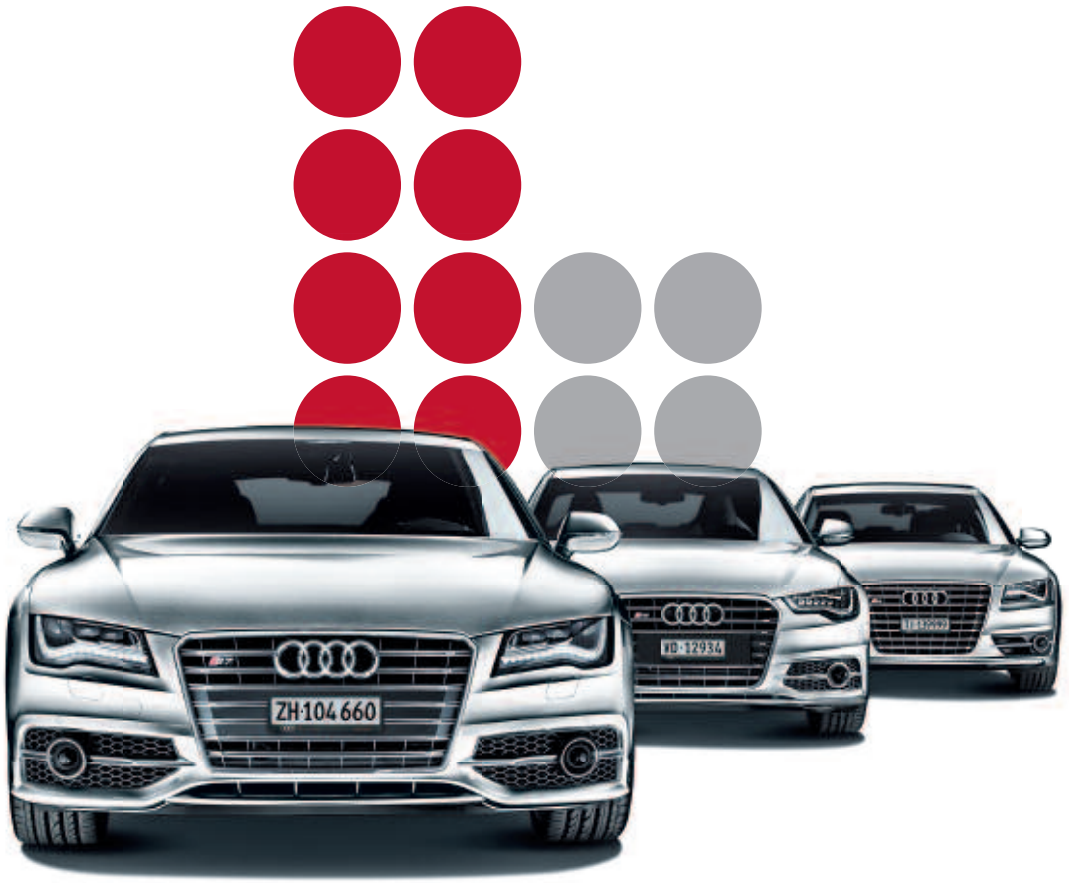
AFFN,1

…….Das sagt der Analyst……

Es lohnt sich, die Affichage-Aktie zu halten

Während die Aktie der Affichage Holding Anfang 2010 noch bei rund 100 Franken notierte, wird sie heute zu einem Preis von knapp 165 Franken gehandelt. Zeit, zu verkaufen? «Im Moment empfehlen wir, das Papier zu behalten, da wir das Kursziel bei 170 Franken veranschlagen», sagt Andy Schnyder, Analyst bei Vontobel. «Wenn sich die Werbebranche insgesamt erholt und wieder Fahrt aufnimmt, könnte die Aktie sogar noch weiter steigen.» Als Marktführer in der Schweizer Aussenwerbung (Marktanteil zwischen 70 und 75 Prozent) profitiert das Unternehmen von stabilen Einkünften und grossen Margen (knapp 25 Prozent). «Obwohl die Margen weiter unter dem Druck von Vergabekommissionen und Gemeinderäten stehen, glauben wir, dass sie bei deutlich über 20 Prozent bleiben werden, da der Markt zunehmend von digitalen Displays durchdrungen wird, bei denen die Marge grösser ist als bei klassischen Plakaten», erklärt Andy Schnyder. 2016 werden die digitalen Werbeflächen voraussichtlich 20 Prozent des Umsatzes von Affichage ausmachen, gegenwärtig sind es 4,5 Prozent. Ein Manko: die Abhängigkeit vom Schweizer Markt: «Auch wenn die positive Schweizer Wirtschaftslage Affichage gute Perspektiven bietet, bezweifeln wir, dass das Unternehmen in der Lage sein wird, vom Abflauen des Marktes für Werbung in der Schweiz bzw. in ganz Europa unberührt zu bleiben.»

8 Zylinder für ein Maximum an Leistung.
4 Zylinder für ein Minimum an Verbrauch.



Die intelligentere Kraft.
Jetzt im Audi S6, Audi S7 und Audi S8.

Der V8-TFSI®-Motor mit cylinder on demand Technologie entscheidet selbst, ob 8 oder 4 Zylinder zum Einsatz kommen – je nach Fahrsituation. Für eine fortschrittliche Balance zwischen souveräner Performance und hoher Effizienz sorgt ausserdem die innovative Audi ultra Leichtbautechnologie. Mehr Infos bei Ihrem Audi Händler oder unter www.audi.ch/s-modelle

Normverbrauch gesamt in Liter/100 km: S6 Avant 9,8; S7 Sportback 9,7 und S8 10,2. CO_2-Emissionen in g/km: S6 Avant 227; S7 Sportback 225 und S8 237 (Durchschnitt aller verkauften Neuwagen: 159 g/km), Energieeffizienz-Kategorie: G (für alle Modelle).

Audi
Vorsprung durch Technik

INVESTMENT

ANALYSTEN & BERATER

Das Dorado der aufstrebenden Märkte

Die Nachfrage im Infrastrukturbereich wird in den Entwicklungsländern in den nächsten 20 Jahren rasant ansteigen. Imran Ahmad, Analyst für aufstrebende Märkte bei der Royal Bank of Scotland, erläutert die Chancen für Investoren.

SWISSQUOTE MAGAZINE ▸ Welchen Bedarf gibt es im Infrastrukturbereich in den aufstrebenden Märkten?
IMRAN AHMAD ▸ In den kommenden 20 Jahren wird die Nachfrage in diesem Sektor auf 20 Trillionen (20'000 Mrd.) Dollar ansteigen und vor allem von Asien bestimmt werden. Der asiatische Kontinent wird bis 2030 schätzungsweise 15,8 Trillionen Dollar in seine Infrastruktur investieren, von denen allein China 10,5 Trillionen ausgeben wird. Gemessen an ihrem BIP werden Indien und Vietnam paradoxerweise aber grössere Ausgaben tätigen, denn die beiden Länder sind noch weniger weit entwickelt als die Volksrepublik. Peking hat in den letzten 20 Jahren bereits viel investiert, rund 45 Prozent seines BIPs, und seine Bevölkerung im erwerbsfähigen Alter wird ab 2020 rückläufig sein. Zwar wird das Land weiterhin Geld in seine Infrastruktur stecken, doch vor allem, um sie zu erhalten.

Wie sieht es in den Entwicklungsländern aus?
Afrika ist diejenige Weltregion, in der die Ausgaben aufgrund der dortigen demografischen Revolution am schnellsten ansteigen werden. In einigen Ländern, wie zum Beispiel Kenia und Angola, wird es zu drastischen Bevölkerungszuwächsen und Verstädterungsprozessen kommen – mit einer Zunahme der Einwohnerzahl um 60 Prozent bis 2030. Der Nahe Osten wird ebenfalls ein hohes Investitionswachstum verzeichnen, denn die dortigen Regierungen versuchen, ihre derzeit vollständig erdölabhängigen Volkswirtschaften zu diversifizieren. In Osteuropa hingegen wird der Bedarf an Infrastruktur aufgrund der alternden Bevölkerung zurückgehen.

In welchen Bereichen wird die Nachfrage am stärksten ausfallen?
Elektrizitätsnetze stellen mit geschätzten 12,7 Trillionen Dollar in den nächsten 20 Jahren den wichtigsten Investitionsposten dar, gefolgt von Strassen und Mobilfunkdiensten. Festnetztelefonlinien und Eisenbahnnetze kommen erst an vierter und fünfter Stelle.

Wie wird man all diese Investitionen finanzieren?
Es gibt verschiedene Geldquellen. Der Nahe Osten verfügt aufgrund des angestiegenen Erdölpreises über Mittel in Rekordhöhe. Die Mehrheit der asiatischen Länder hat einen äusserst ausgeglichenen Haushalt mit sehr geringen Staatsschulden. In Afrika schliesslich hat die starke Präsenz Chinas die Situation vollkommen verändert: Die Volksrepublik investiert grosse Summen in die Infrastruktur des Kontinents und hofft, im Gegenzug von dessen Ressourcen, insbesondere dem Erdöl, profitieren zu können.

Wie werden diese Ausgaben das Wirtschaftswachstum der betreffenden Länder ankurbeln?
In China hat der Ausbau des Strassennetzes den Unternehmen Zugang zu billigen Arbeitskräften verschafft und es ihnen ermöglicht, ihre Waren leichter in Umlauf zu bringen. Die verbesserte Elektrizitätsversorgung hat zudem die Entwicklung einer industriellen Basis gefördert. Und die neuen Technologien haben die Entstehung einer ganzen Reihe neuer Dienstleistungen (Online-Zahlung, E-Banking) ermöglicht und damit auch die

CHINFOTOPRESS/NEWSCOM

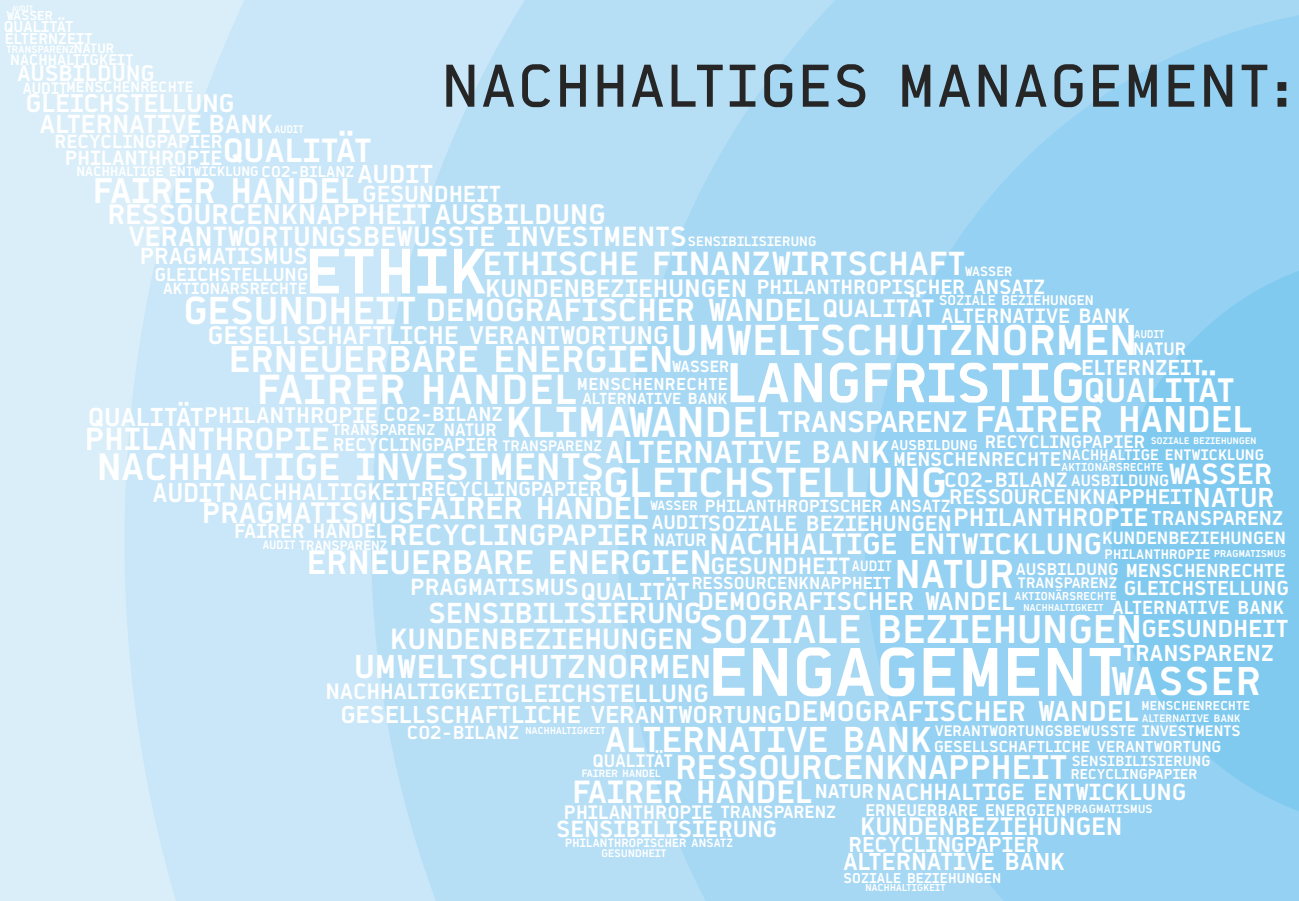
Arbeiter auf Hochspannungsleitungen neben einer Autobahn in der Nähe der Stadt Hangzhou im Osten Chinas.

Start-up-Unternehmen hervorgebracht, die diese Dienstleistungen anbieten.

Wie können private Investoren von diesem Boom profitieren? Sie müssen sich zunächst dafür entscheiden, ihre Ressourcen in die aufstrebenden Märkte zu verlegen. Die aussichtsreichsten Länder sind Vietnam, Nigeria, Indien, die Philippinen, Indonesien und Südafrika. Anschliessend kann man entweder direkt in Aktien, Obligationen oder Devisen dieser Länder investieren, oder aber in einen Infrastrukturfonds. Im ersten Fall mag sich eine interessante Alternative gegenüber Investitionen in die entwickelten Märkte ergeben, da diese in letzter Zeit äusserst schlecht abgeschnitten haben. Dabei kann mit mittleren Erträgen bei mittlerem Risiko gerechnet werden. ◢

Imran Ahmad
Analyst bei der Royal Bank of Scotland, London

NACHHALTIGES MANAGEMENT:



Ethische Grundsätze im Finanzwesen und in der Geschäftswelt zahlen sich langfristig aus. Das zeigt das Dossier dieser Ausgabe von Swissquote Magazine anhand einer Untersuchung (S. 34) und einer Reihe Porträts von Unternehmen, die sich in dieser Hinsicht als beispielhaft betrachten (S. 44). Auf diese Tendenz wird in einem Interview mit dem CEO des Schweizer Konzerns Geberit, einem der Musterschüler im Bereich der Nachhaltigkeit, eingegangen.

DIE VORTEILE ETHISCHER PRINZIPIEN

Darüber hinaus befasst sich eine Reportage mit Island (S. 38), das sich von einer noch nie gesehenen Finanzkrise erholt und nun beschlossen hat, Ethik und verantwortungsvolles Management in den Mittelpunkt seiner neuen Verfassung zu stellen. Und schliesslich wird die Frage aufgeworfen, welche Rolle der Religion in der Wirtschaft zukommt (S. 60) – ein Thema, das mit dem Boom des islamischen Finanzwesens von Neuem aktuell geworden ist.

Ethik und Verantwortungsbewusstsein,

die neuen Grundpfeiler der Wirtschaft

Um der Wertekrise in der Wirtschaftswelt zu begegnen, schreiben sich Unternehmen nachhaltige Entwicklung und soziale Verantwortung auf ihre Fahnen. Eine Strategie, die sich zu lohnen scheint.

Martin Longet

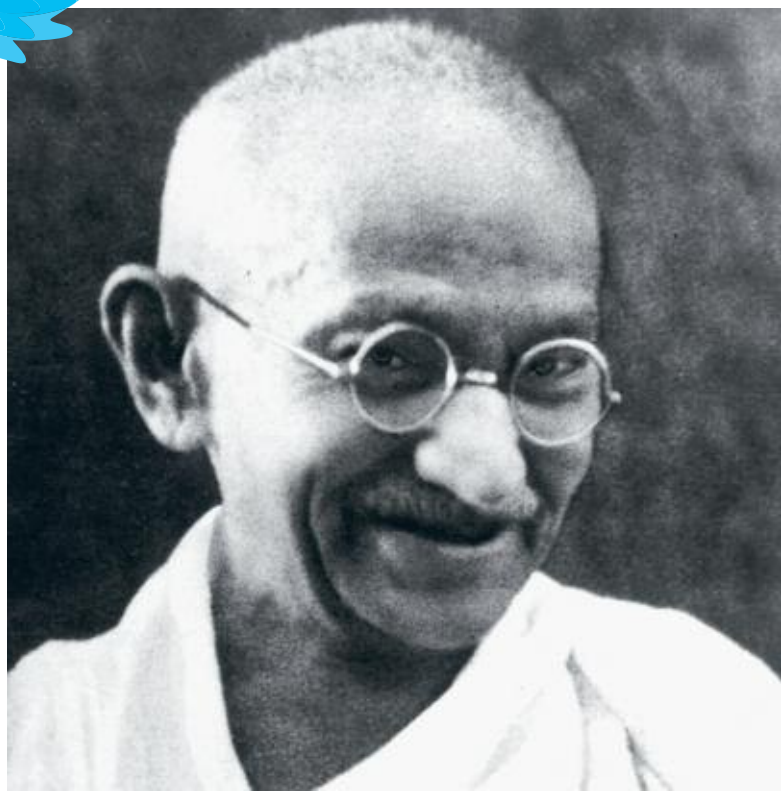
Soziale Unternehmensverantwortung, Finanzethik, sozialverträgliche Investitionen … mittlerweile haben Begriffe Einzug in die Wirtschaftssprache gehalten, die noch vor wenigen Jahren kaum von einem Banker oder Unternehmer in den Mund genommen wurden. Glaubt man den Absichtserklärungen und Jahresberichten der grossen multinationalen Unternehmen sämtlicher Branchen, so hat sich die gesamte Wirtschafts- und Finanzwelt den Grundsätzen des fairen Handels, des Umweltschutzes, der Good Governance, der Chancengleichheit von Mann und Frau und des beidseitig bedruckten Recyclingpapiers verschrieben.

Jenseits von Effekthascherei und hehren Vorsätzen haben sich aber tatsächlich die Prinzipien der sozial verantwortlichen Entwicklung und Investition, besser bekannt unter der Bezeichnung «ESG-Kriterien» (englisches Akronym für Umwelt-, Sozial- und Unternehmensführungskriterien, siehe Glossar auf Seite 36) nach und nach fest etabliert. Laut Berechnungen der Sustainable Asset Management (SAM) in Zürich, einer Vermögensverwaltungsgesellschaft, die auf nachhaltige Anlagen spezialisiert ist, wurden im Dezember 2011 in der Schweiz 42,3 Mrd. Franken streng nach ESG-Kriterien verwaltet. Verglichen mit dem Portfolio von 32 Mrd. 2007 und trotz des krisenbedingten Rückgangs auf knapp über 20 Mrd. Ende 2008 konnte hier in den vergangenen Jahren ein realer Zuwachs verzeichnet werden.

Grund für diese Steigerung ist unter anderem das wachsende Interesse der Pensionskassen für ethisches Investment, das als Gegenmassnahme zu ihren teilweise hochspekulativen Anlagen zu Vorkrisenzeiten zu verstehen ist. «Pensionskassenfonds achten bei der Vermögensverwaltung immer mehr auf Nachhaltigkeit», beobachtet Philippe Krueger, Forscher am Geneva Finance Research Institute der Universität Genf: «In diesem Zusammenhang ist das Beispiel Norwegens, das mit dem ‹Government Pension Fund – Global› einen der weltweit grössten Staatsfonds unterhält, besonders aufschlussreich. Der Fonds wird hauptsächlich aus den Öl- und Erdgaseinnahmen des Landes gespeist. Seine Investitionsstrategie beruht auf einem ethischen Ansatz. Beteiligungen an sozial oder ökologisch fragwürdigen Unternehmen und Finanzprodukten sind ausgeschlossen. Angestrebt wird eine langfristige Rendite, die mit den Grundsätzen der nachhaltigen Entwicklung im wirtschaftlichen, ökologischen und sozialen Sinne vereinbar ist.»

ETHIK RECHNET SICH

Manche Kritiker meinen, eine ethische Geschäftshaltung könnte ein Unternehmen teuer zu stehen kommen. Einerseits entstünden Kosten, um die Belegschaft für dieses fürsorgliche Wirtschaften zu sensibilisieren und um neue Normen einzuführen, andererseits müsse man damit rechnen, Märkte oder Verträge an weniger umsichtige Konkurrenten zu verlieren, beziehungsweise damit, dass Kunden abwandern, weil die ethische Positionierung eines



DR

Im Jahr 1997 nahm Apple in seiner bekannten Werbekampagne «Think Different», die auf Bestreben von Steve Jobs von der Werbeagentur TBWA\Chiat\Day kreiert wurde, auf Gandhi Bezug. Seitdem setzt das Unternehmen besonders hohe Massstäbe in puncto ethische Unternehmensführung (siehe S. 51). Diesem Image einer verantwortungsvollen Firma entsprechen die Arbeitsbedingungen der Apple-Zulieferer allerdings nicht immer.

Unternehmens höhere Preise zur Folge hätte. Und in wirtschaftlich schwierigen Zeiten könnten Zusatzkosten, die rein ökonomisch betrachtet überflüssig sind, für ein Unternehmen sogar katastrophale Folgen haben. Angesichts des weltweiten Konkurrenzkampfs könnte sich ethisches Verhalten, das über die Erfüllung der gesetzlichen Vorschriften hinausgeht, demnach kontraproduktiv oder gar verheerend auf die Rentabilität eines Unternehmens auswirken.

Allerdings werden diese kritischen Vorbehalte durch eine gross angelegte Studie entkräftet, die 2011 von der Harvard Business School* über die Auswirkungen des umwelt- und sozialverträglichen Handelns auf die Leistungsfähigkeit von Unternehmen veröffentlicht wurde. Die Forscher nahmen eine systematische Untersuchung von 180 Firmen in vergleichbaren Geschäftsbereichen vor, von denen die Hälfte seit Beginn der 90er-Jahre nach Kriterien der sozialen und ökologischen Verantwortung wirtschaftet («high sustainability firms») und die andere Hälfte nicht («low sustainability firms»). Das Fazit: An der Nachhaltigkeit orientierte Unternehmen konnten über den Untersuchungszeitraum von 18 Jahren gerechnet eine deutlich bessere Performance vorweisen, sowohl hinsichtlich ihres Börsenwerts als auch ihrer Bilanz. Die Studie betont jedoch, dass sich diese höhere Performance nur langfristig erzielen lässt und dass «Führungskräfte, die Nachhaltigkeit in ihre Strategie integrieren, um sich damit auf die Schnelle einen Wettbewerbsvorteil zu verschaffen, meistens wenig Chancen auf Erfolg haben», denn «wer in die Nachhaltigkeit eines Unternehmens investiert, der muss Geduld mitbringen», bevor der Wertzuwachs durch diese Strategie sichtbar wird.

PRAGMATISCHE MOTIVATION

Die Beweggründe für das umwelt- und sozialverantwortliche Handeln von Unternehmen sind vielfältig: Erstens gelten gewisse spekulative Praktiken seit dem Finanzcrash 2008 als unmoralisch und werden infrage gestellt. Zweitens möchten zahlreiche Akteure aus der Finanz- und Wirtschaftswelt ihr Image aufpolieren. Damit gehen sie auf die Forderungen der Aktionäre und der Verbraucher ein, die ihrerseits immer genauer auf die sozialen und ökologischen Auswirkungen ihrer Anlagen achten. «Der übereinstimmende Trend geht in Richtung mehr Transparenz und Ethik», erklärt Aileen Ionescu, Direktorin des Center for Corporate Sustainability am IMD, und betont, dass «das Thema der sozial verantwortlichen Entwicklung schon in den 90er-Jahren in Wirtschaftskreisen aufkam, aber eine gewisse Zeit brauchte, um ernst genommen zu werden.»

*«The Impact of a Corporate Culture of Sustainability on Corporate Behavior and Performance», von Robert G. Eccles, Ioannis Ioannou und George Serafeim, Harvard Business School.

GLOSSAR

Nachhaltigkeit und Finanzen: Begriffserklärungen

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR, GESELLSCHAFTLICHE VERANTWORTUNG VON UNTERNEHMEN)

Die gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen (CSR) ist gemäss Definition der Europäischen Kommission ein Konzept, «das den Unternehmen als Grundlage dient, auf freiwilliger Basis soziale Belange und Umweltbelange in ihre Unternehmenstätigkeit und in die Wechselbeziehungen mit den Stakeholdern zu integrieren.» Unternehmensverantwortung «heisst nicht nur, die gesetzlichen Bestimmungen einzuhalten, sondern über die blosse Gesetzeskonformität hinaus ‹mehr› zu investieren in Humankapital und in die Umwelt».

ESG-KRITERIEN

Der Begriff steht für Ecology, Social und Governance. Beim Umweltaspekt werden die Auswirkungen einer Wirtschaftstätigkeit auf die Verknappung der Ressourcen, den Schadstoffausstoss usw. bedacht. Die soziale Komponente integriert die Auswirkungen des Unternehmens in Bezug auf universelle Werte, beispielsweise Menschenrechte, internationale Arbeitsnormen oder Korruptionsbekämpfung. Bei der Unternehmensführung (Governance) geht es um die Art und Weise, wie das Unternehmen betrieben, geführt und kontrolliert wird, um dessen Beziehungen zu den Aktionären, die Handhabung der Hierarchiestufen und den Unabhängigkeitsgrad des Verwaltungsrates.

BEST IN CLASS

Der Anleger prüft die Unternehmen nach ESG-Kriterien und entscheidet sich für jene, die in ihrer Kategorie auf die vordersten Plätze kommen.

Anders ausgedrückt ist die sozial- und umweltverträgliche Entwicklung eine Antwort auf ganz konkrete wirtschaftliche Imperative. «Wirtschaft und Gesellschaft stehen vor grossen Herausforderungen, die dringend gelöst werden müssen», bestätigt François Vetri, Leiter Kommunikation bei Sustainable Asset Management (SAM) in Zürich. «Ob Klimawandel, Verknappung der Energie- und Wasservorkommen oder demografischer Wandel: Die Unternehmen können diese brennenden Fragen nicht mehr länger unbeantwortet lassen.»

«Unternehmen, die jetzt ESG-Kriterien in ihren Geschäftskodex integrieren oder dies bereits getan haben, sind für die Zukunft besser aufgestellt», schätzt Natacha Guerdat, Partnerin bei Conser Invest, einer Beratungs- und Vermögensverwaltungsgesellschaft für nachhaltige Finanzen und sozial verantwortliche Investitionen mit Sitz in Genf. «Damit sie überhaupt funktionieren kann, muss beispielsweise die Branche der elektronischen Bauteile über enorme Mengen an sauberem Wasser verfügen können. Ergo liegt es in ihrem Interesse, sich mit der Wasseraufbereitung auseinanderzusetzen und rasch nach Lösungen zu suchen, sonst wird die Lage in wenigen Jahren für sie katastrophal sein.» Diese Überlegung gilt analog für fast alle Wirtschaftssektoren: Wenn Ressourcen knapper und teurer werden, die Umwelt verschmutzt ist, die Wüstenbildung voranschreitet usw., dann können keine annehmbaren Produktionsraten und konkurrenzfähigen Preise mehr erzielt werden.

In den Industrieländern sind Fragen der nachhaltigen Entwicklung und der Good Governance im Bewusstsein der Bevölkerung zudem stark verankert. Unternehmen, die diese Themen ignorieren, müssen sich auf erhebliche Probleme im Personalbereich gefasst machen. Die genannte Harvard-Studie kommt zu dem Schluss, dass Firmen, wenn sie die ESG-Kriterien vernachlässigen, «keine Chance haben, die besten Talente in ihr Unternehmen zu holen», weil sich diese ihren Arbeitgeber aussuchen können und dabei auf das Image und die Werte der Firma achten. Dem Unternehmen drohten weitere Schwierigkeiten, namentlich der «Boykott durch die Verbraucher» oder aber «vom Staat verhängte Bussen».

UNZUVERLÄSSIGE BEWERTUNGEN

Zwar scheinen Unternehmen und Anleger die Nachhaltigkeitskriterien allmählich in ihre Strategie zu integrieren, doch wer kann schon mit Sicherheit sagen, ob es sich dabei um ein echtes Anliegen oder lediglich um «Greenwashing» handelt, also um reine PR-Massnahmen, die den Kunden von der Ungefährlichkeit der angepriesenen Produkte überzeugen sollen? Seit einigen Jahren wächst die Zahl der Anbieter, die diesbezüglich Fakten schaffen wollen. Spezialisierte Firmen wie etwa die Zürcher SAM, die den Dow Jones Sustainability Index veröffentlicht, die amerikanische Innovest, MSCI oder die Schweizer Asset4 AG erstellen auf ESG-Kriterien beruhende Ranglisten von Unternehmen und Investitionsfonds. Zahlreiche Fachleute geben allerdings zu bedenken, dass

wir über Unmengen von ungenügend standardisierten Informationen verfügen. «Die Bewertungen erfolgen anhand der Angaben, die die befragten Unternehmen selbst geliefert haben», erläutert Philippe Krueger von der Universität Genf. «Zudem sind die Vergleichskriterien der einzelnen Studien recht unterschiedlich. Eine internationale Standardisierung ist unerlässlich.» Eine Meinung, die Aileen Ionescu vom IMD teilt: «Je nach Ranking bestehen grosse Abweichungen bei der Qualität der Bewertung und bei den berücksichtigten Kriterien.» Allerdings zeichnet sich in dieser Branche zurzeit eine Konzentrationsbewegung ab, die vielleicht auch zu einer Standardisierung führen wird. So wurde die Schweizer Anbieterin Asset4 2009 durch Thomson Reuters aufgekauft, und MSCI erwarb KLD.

Ein weiteres Problem sind die Ratingmethoden. Einer der renommiertesten Indizes, der von SAM veröffentlichte Dow Jones Sustainability Index, nimmt die Unternehmen nach dem Prinzip «Best-in-class» auf: «Wir analysieren die 2500 grössten börsenkotierten Unternehmen der Welt und bestimmen in jedem Sektor die unternehmerisch nachhaltigsten Firmen anhand von finanziell relevanten ESG-Kriterien», erklärt François Vetri. So kommt es, dass Unternehmen besser abschneiden als ihre Konkurrenten, obwohl sie in Sektoren tätig sind, die als ethisch bedenklich gelten, beispielsweise im Abbau von Bodenschätzen oder aber in der Herstellung und im Verkauf von Waffen oder Tabak. Eine umstrittene Firma wie das Schweizer Bergbauunternehmen Xstrata kann in der SAM-Bewertung durchaus den Spitzenplatz in seiner Kategorie erreichen, obwohl es von zahlreichen NGOs wegen seiner Umwelt- und Sozialpolitik heftig kritisiert wird. Sozial- und umweltverantwortliches Handeln kann man ihm trotz gutem Ranking also nicht bescheinigen. Um dieses Problem zu bereinigen, werden dem Anleger Alternativen angeboten, beispielsweise der Ausschluss bestimmter Unternehmen oder Branchen sowie thematische Investitionen (siehe nebenstehendes Glossar).

Im Grunde liegt der wunde Punkt jedoch an einer anderen Stelle: Während ESG-Kriterien in den Industrieländern in immer strengere Gesetze münden und sich ihre Umsetzung dort auch leicht überprüfen lässt, sind die übrigen Länder noch längst nicht so weit, obwohl die meisten Konsumgüter genau dort abgebaut oder hergestellt werden. Dazu Aileen Ionescu vom IMD: «Hinsichtlich der Reglementierung weisen die Länder enorme Unterschiede auf. Und selbst dort, wo strenge Vorschriften gelten, hängt deren Einhaltung durch die Wirtschaftsteilnehmer von externen Faktoren ab, wie beispielsweise dem Ausmass der Korruption, der Verfügbarkeit staatlicher Mittel usw.» Philippe Krueger pflichtet dem bei: «Anreizsysteme oder auch verbindliche Auflagen wären dringend nötig. In manchen Regionen der Welt werden Vergehen oder unethisches Verhalten gegenüber Gesellschaft und Umwelt kaum oder gar nicht geahndet.»

SOCIALLY RESPONSIBLE INVESTMENT (SRI, SOZIAL VERANTWORTLICHE INVESTITIONEN)
Hier geht es um die Integration der ESG-Kriterien in die Finanzgeschäfte. Wie bei jeder anderen Geldanlage soll eine Rendite erzielt werden, allerdings unter Ausschluss von Finanzprodukten, die nicht den Grundsätzen der nachhaltigen Entwicklung entsprechen.

EINFACHER AUSSCHLUSS
Der Anleger schliesst pauschal einen oder mehrere Tätigkeitsbereiche aus, die als ethisch bedenklich gelten.

NORM- UND WERTEBASIERTER AUSSCHLUSS
Die Begründung eines Ausschlusses erfolgt anhand einer erweiterten Anzahl von Kriterien und Filtern.

THEMATISCHE INVESTITION
Investition in ESG-Sektoren oder -Themen, beispielsweise Wasser, erneuerbare Energiequellen usw.

CO_2-FUSSABDRUCK
Geschätzter Energieverbrauch einer menschlichen Aktivität oder eines Produkts, errechnet anhand der Kohlendioxid-Emissionen.

Nach Auffassung von Natacha Guerdat von Conser Invest könnte die Lösung von den grossen bis ganz grossen multinationalen Konzernen kommen, deren Verhalten sich auf die gesamte Zuliefererkette auswirkt: «Wenn beispielsweise Nestlé laut über die Wasserproblematik nachdenkt und strenge Auflagen für ihre Lieferanten formuliert, so sind mit einem Mal Tausende Betriebe in der ganzen Welt direkt davon betroffen …»

Island hat gelernt, vorsichtig zu sein

KEYSTONE/KAI NEDDEN/LAIF

Vor vier Jahren führte der überzogene Traum, zum internationalen Finanzplatz zu werden, Island an den Rand des Abgrunds. Heute versucht das kleine Land im Nordatlantik, aus seinem Staatsbankrott ethische Lehren zu ziehen. Reportage.

Serge Maillard, unser Sonderberichterstatter in Reykjavík

Der Fall von Island war genauso abrupt wie sein Aufstieg. 2007 zählten die Inselbewohner zu den glücklichsten Menschen unseres Planeten, getragen von einer stark wachsenden Wirtschaft. Ein Jahr später führte der Zusammenbruch der isländischen Banken im Fahrwasser des Konkurses von Lehman Brothers zu einem lang anhaltenden Rückgang der Kaufkraft um 30 Prozent, zu umfangreichen Entlassungen, zur Auswanderung von 30'000 Bürgern und zu einer tiefen Vertrauenskrise gegenüber den Eliten des Landes. «Vor dem Platzen der Finanzblase wehte in Island ein Wind des Irrsinns», erinnert sich Salvör Nordal, Präsidentin des Verfassungsrats. «Man hätte glauben können, wir befänden uns mitten im Goldfieber, so stark war der Kaufrausch. Angesichts dieser Blindheit brachte der Crash fast ein Gefühl der Erleichterung mit sich.»

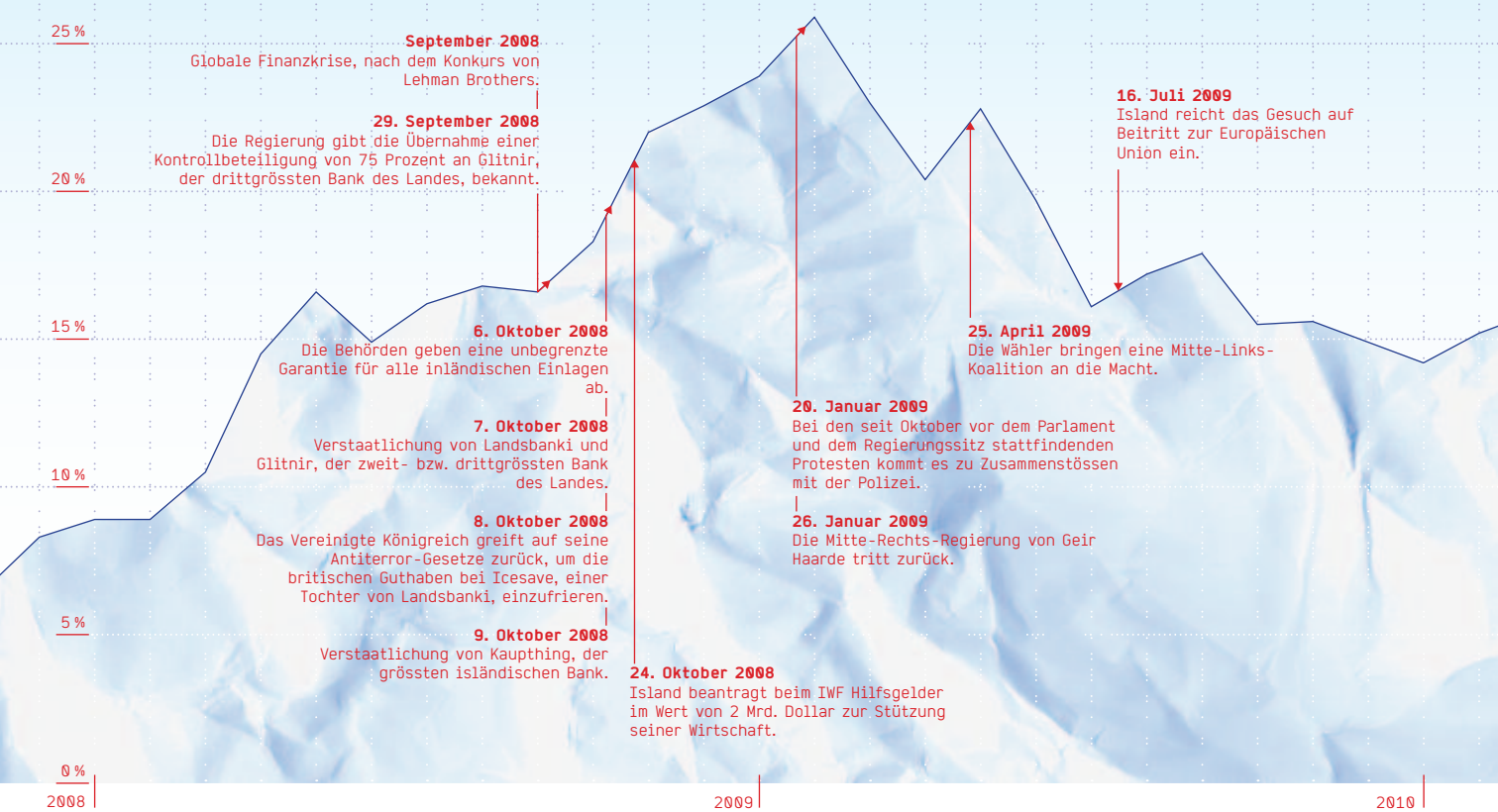
Heute ist die Bezeichnung «2007» im Isländischen zu einem Begriff für jegliche Form von Grössenwahn geworden. Das Symbol dieser Zeit ist im Hafen von Reykjavik deutlich zu sehen: Die Harpa, «so typisch 2007», ein riesengrosses Veranstaltungshaus

aus Glas, ein überdimensionierter Bau für diese Insel mit nur 320'000 Einwohnern. Das Gebäude wurde auf Anregung von einem der mittlerweile ruinierten oder ins Exil gegangenen «Finanzwikinger» gebaut, Björgolfur Gudmundsson, früherer Besitzer der Bank Landsbanki und des Londoner Fussballclubs West Ham United. Damals glaubte die isländische Regierung, sie sei ihrem Ziel ganz nahe: aus Island ein Zentrum der internationalen Finanzwelt zu machen, «ein neues Luxemburg», oder sogar eine «neue Schweiz». 2008 verfügten die drei grössten Bankinstitute der Insel (Kaupthing, Glitnir und Landsbanki) über Vermögen, die das isländische BIP um das Neunfache überstiegen.

«Wir waren jedoch äusserst schlecht gerüstet, um zu einem Finanzplatz zu werden», erklärt Gylfi Magnússon, früherer Wirtschaftsminister in der Regierung nach der Krise. «Im Gegensatz zur Schweiz hatten wir keine solide Bankenkultur, und unser Währungssystem war schwach.» Ende der 90er-Jahre wies die isländische Wirtschaft, die traditionell auf dem Fischfang basiert, nur wenige staatliche Girobanken auf. Doch deren Privatisierung um die Jahrtausendwende – auf Anregung von Premierminister David Oddson und dessen Nachfolger Geir Haarde – stand am Anfang einer unkontrollierbaren Spirale. Um das Wachstum aufrechtzuerhalten, wandten sich die isländischen Institute besonders dem «carry trade» zu, einer Spekulationsstrategie, bei der in grossen Mengen ausländische Devisen – vor allem Schweizer Franken und Yen – aufgenommen wurden, um Anlagen in Isländischen Kronen mit höheren Zinssätzen zu tätigen. Eine andere Methode, um rasch ausländisches Kapital anzulocken, bildeten die fantastischen Zinssätze der Online-Bank Icesave, einem in Grossbritannien und den Niederlanden präsenten Geschäftszweig der Landsbanki.

«Bis 2007 schien das gesamte Finanzkonstrukt wunderbar zu funktionieren, und die Banken erwirtschafteten riesige Gewinne», fährt Gylfi Magnússon fort. Grundlage dieses Wachstums war jedoch ein Balanceakt, und beim geringsten Gegenwind drohte das Gleich-

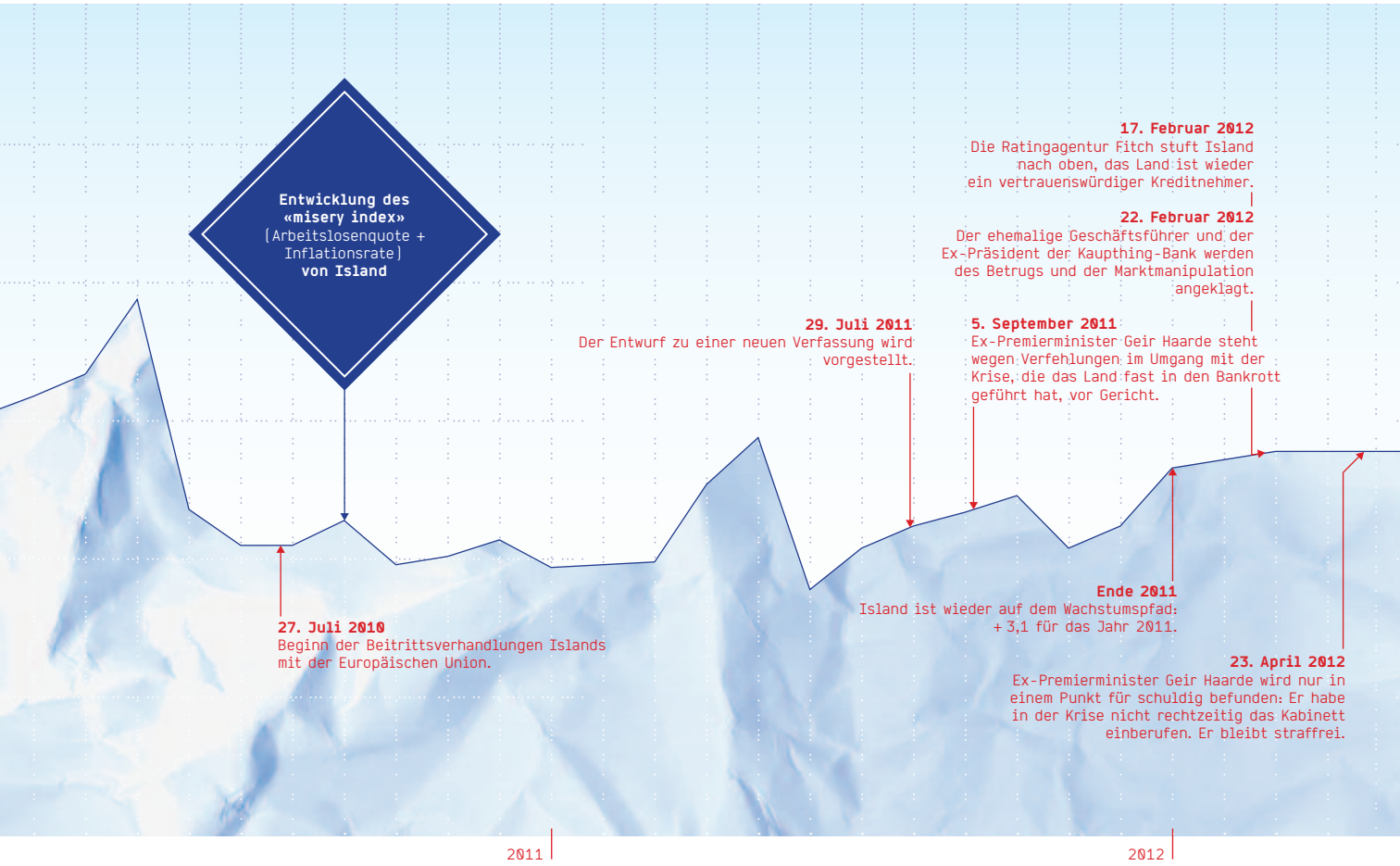
Die Finanzkrise in Island



gewicht ins Wanken zu geraten, denn die isländische Zentralbank verfügte nur über sehr wenige Reserven in ausländischen Devisen. Icesave allein hatte zum Beispiel 340'000 ausländische Kunden, also mehr Bewohner als die Insel, die ihr am Ende zu Hilfe eilen sollte. Trotzdem traf die zentrale Aufsichtsbehörde äusserst gewagte Deregulierungsentscheide: Senkung der vorgeschriebenen Eigenkapitalausstattung für die Banken, Erhöhung der Zinssätze, Reduktion der Mehrwertsteuer und der Einkommenssteuer, Lockerung der Vorschriften bei der Hypothekenvergabe.

Die 2006 von der Danske Bank in einem Bericht über die isländische «Geysir-Wirtschaft» angeprangerte Überbewertung der Krone wurde mittels in Auftrag gegebener, beruhigender Gegengutachten abgestritten. «Die isländischen Haushalte gingen enorme Wechselkursrisiken ein, um in Immobilien zu investieren», betont Gylfi Magnússon. «Das hat so lange funktioniert, bis die Krone einbrach.» Silla Sigurgeirsdóttir, Dozentin an der Universität Island, erinnert an die damalige Losung, wonach die Politik sich der Finanzwelt unterzuordnen hatte: «Was im Interesse der Banken lag, lag im Interesse der Öffentlichkeit. Die Isländer entdeckten mit Verwunderung, welche Kreditmöglichkeiten die Privatbanken anboten.»

Als im Oktober 2008 die Krise ausbrach, war das Land nicht in der Lage, die ausländischen Kunden seiner «Too big to save»-Banken zu entschädigen. Die Isländer demonstrierten mit noch nie da gewesener Wut und lösten eine Kettenreaktion aus: Der Sturz der Regierung der rechten Unabhängigkeitspartei, die Machtübernahme durch eine Mitte-Links-Koalition, die Einreichung eines Beitrittsgesuchs zur Europäischen Union, ein Entwurf zur Erarbeitung einer transparenteren Verfassung. Eine für die Krise eingesetzte Untersuchungskommission präsentierte 2010 niederschmetternde Schlussfolgerungen über die «extreme Nachlässigkeit» von Politikern, Bankiers und Regulierungsverantwortlichen. Im April 2011 wurde der frühere



Quellen: Statistics Iceland, BBC, The Telegraph, The Financial Times **Grafik:** Benjamin Schulte

Premierminister Geir Haarde für schuldig befunden. Er hatte es unterlassen, eine Sitzung des Ministerrats einzuberufen, als der Zusammenbruch unvermeidlich schien.

REUTERS/INTS KALNINS

Der isländische Premierminister Geir Haarde, umringt von Journalisten am 25. Januar 2009. Vergangenen April wurde der ehemalige Regierungschef schuldig gesprochen, im Zuge des sich anbahnenden Crashs keine Kabinettssitzung einberufen zu haben.

GÜNSTLINGS- UND VETTERNWIRTSCHAFT

«Die Krise hat die inzestähnliche Beziehung zwischen den politischen Verantwortlichen, den Unternehmen und den Führungsetagen der Finanzinstitute offengelegt», erklärt Silla Sigurgeirsdóttir. «Ihre Vernetzung und die sich überschneidenden Beteiligungen führten zu einem Domino-Effekt, der den Fall der gesamten Wirtschaft nach sich zog.» Die Eigentümer der grössten isländischen Holdinggesellschaften waren gleichzeitig die Hauptaktionäre der Banken, bei denen sie sich grosszügige Kredite gewährten. Dank dieses Verfahrens wurde nebenbei der Aktienkurs der Banken künstlich hoch gehalten, und es wurden neue Geldflüsse angelockt, wodurch die Finanzblase immer grösser wurde.

«Unsere kleine Gesellschaft ist von einer Günstlings- und Vetternwirtschaft durchdrungen», fährt die Politologin fort. «Die Banken finanzierten die Parteien, die politischen Kampagnen und die Universität. Der Premierminister empfing die Verantwortlichen der Finanzwelt in seiner Privatresidenz, was bei unseren Nachbarn undenkbar wäre.» Wer die Banken kritisierte, ging in dieser Gesellschaft mit wenig Arbeitsmöglichkeiten ein berufliches Risiko ein: «Es ist sehr schwierig, einen Ruf loszuwerden, wenn jeder jeden kennt.» Die Selbstgefälligkeit wurde zudem durch den Stolz unterstützt, als kleines Land ein globaler Finanzakteur zu werden. «Dieser Glaube an unsere Überlegenheit hat uns geblendet und uns in den Ruin getrieben», schätzt Salvör Nordal. «Wir müssen realistisch sein, wir sind und bleiben ein kleines Land.»

«Die Bankiers glaubten, sie seien Genies, dabei hatten sie bloss Glück. Aber ihr Gefühl ist verständlich, denn eine Zeit lang schien sich alles, was sie anrührten, in Gold zu verwandeln», erklärt Gylfi Magnússon. Für den Ökonomen sollte man nach der isländischen Krise mehr Vorsicht üben und mehr Scharfsinn an den Tag legen: «Sie dient als Warnung für Situationen, in denen alle Indikatoren auf Grün stehen. Wenn die Dinge zu schön sind, um wahr zu sein, ist zweifellos etwas faul an der Art und Weise, wie die Geschäfte abgewickelt werden. Island hat die gleichen Fehler begangen wie andere von der Bankenkrise betroffene Länder, nur in viel grösserem Ausmass.» Infolge der gescheiterten Selbstregulierung hat das Land nun gesetzgeberische Massnahmen ergriffen, um die Finanzaktivität stärker zu kontrollieren: «Es ist heute zum Beispiel nicht möglich, Devisen an Schuldner auszuhändigen, die nicht gegen die Risiken abgesichert sind – inländische Kreditnehmer, die ihr Einkommen in Kronen beziehen.»

Nun, da die isländische Finanzbranche ihre überdimensionierten Träume aufgegeben hat, ist sie auf eine angemessene Grösse geschrumpft worden. «Heute ist sie hauptsächlich auf den Binnenmarkt ausgerichtet und versucht nicht mehr, ausländische Kunden en masse anzulocken», erklärt Gylfi Magnússon. Nur die Landsbanki verbleibt noch in staatlicher Hand, um die Auflösung ihres Geschäftszweigs Icesave zum Abschluss zu bringen – die juristische Auseinandersetzung zwischen

REUTERS/BOB STRONG

Klassische isländische Wirtschaftszweige wie die Fischerei haben vom Kurseinbruch der isländischen Währung aufgrund der Krise profitiert.

Island und den Regierungen Grossbritanniens und der Niederlande über die Modalitäten für die Rückzahlung von 4 Mrd. Euro, die das isländische Volk bereits zweimal bei einer Volksabstimmung abgelehnt hat, ist immer noch im Gange.

Betrachtet man das Ausmass der Finanzkatastrophe, so ist das Land überraschend schnell wieder auf die Beine gekommen: «Es gibt eindeutige makroökonomische Anzeichen für eine Erholung; dieses Jahr wird ein Wachstum von 2,5 Prozent erwartet. Die Arbeitslosigkeit ist auf 6 Prozent gesunken, verglichen mit 10 Prozent auf dem Höhepunkt der Krise», betont Gylfi Magnússon, der dies auf ein Zusammenspiel mehrerer Faktoren zurückführt: «Im Gegensatz zu Griechenland, das mit chronischen Problemen bei seinen Steuereinnahmen zu kämpfen hat, sind die Staatsfinanzen Islands stets solide gewesen. Die Sparmassnahmen wurden mehr oder weniger schrittweise umgesetzt. Und anders als Irland, das ebenfalls unter einer massiven Bankenverschuldung leidet, musste Island die Verluste der Finanzinstitute nicht in sein Staatsbudget integrieren.» Grund dafür ist weniger eine Entscheidung als eine unausweichliche Tatsache: «Wir hatten ganz einfach nicht die finanziellen Ressourcen, um die Banken zu retten.»

ZURÜCK ZU DEN GRUNDLAGEN

Die Isländer haben sich aber vor allem wieder auf ihre Grundlagen besonnen: Die traditionellen Exportzweige wie der Fischfang, der Bergbau und der Tourismus haben vom Einbruch der Krone profitiert. «Das ist eine andere Lehre: Selbst wenn die Finanzanlagen eines Landes zerstört werden, kann die Realwirtschaft überleben und die Erholung in Gang bringen.»

Für Silla Sigurgeirsdóttir kann die isländische Krise als Modell dienen, denn sie stellt ein richtiges Mikro-Labor der Risiken im Zusammenhang mit der Korruption dar, wie wir sie in den modernen, offenen Volkswirtschaften antreffen. «Die Gefahr zu enger Verbindungen zwischen Politikern und Geschäftsleuten ist überall auf der Welt vorhanden, aber nur schwer zu belegen. In Island ist sie hingegen so offensichtlich, dass das Land zu einem Vorzeigebeispiel wird, das seinen Platz in einem Ethik-Lehrwerk verdient hätte.» Die Interessenskonflikte scheinen bei einer so kleinen Bevölkerung einfach dazuzugehören, und aus ethischer Sicht sei das Land denn auch gescheitert, bemerkt Hrund Gunnsteinsdóttir von Krád Consulting in Reykjavik: «Es reicht nicht, dieses Konzept nur auf dem Papier zu erwähnen, man muss es auch umsetzen. Vor der Krise habe ich einen Bankier angerufen und nach den Möglichkeiten für eine ethische Investition gefragt. Er hat mich in äusserst paternalistischem Ton verspottet. So stand es damals um die Geisteshaltung.»

Werden die isländischen Lehren, dass es mehr Vorsicht und gesunden Menschenverstand braucht, langfristig befolgt werden? Gylfi Magnússon, heute wieder als Wirtschaftsdozent tätig, beobachtet bereits eine Veränderung in der Haltung der Studierenden im Finanzwesen: «Vor der Krise standen sie den Mechanismen des Marktes nicht gerade kritisch gegenüber. Sie waren zu sehr damit beschäftigt, rasch eine Stelle bei einer der stark wachsenden Banken zu ergattern. Heute sind sie sehr viel neugieriger, und wir diskutieren ausführlich über die Lehren, die wir aus dieser Krise ziehen können.» ◢

Zehn Musterbeispiele

Die für dieses Dossier ausgewählten zehn Firmen zeichnen sich auf die eine oder andere Art durch ihre nachhaltige Unternehmensführung aus. Ein Überblick.

Julie Zaugg

Methodisches Vorgehen

Bei der Erstellung einer Liste der Unternehmen mit einem ausserordentlichen Engagement für soziale und ökologische Verantwortung hat sich Swissquote Magazine auf sieben Rankings gestützt, die von Agenturen, NGOs oder Medien entwickelt wurden, die sich auf Nachhaltigkeit stützen (Sustainable Asset Management, Oekom Research, Ethisphere, Global 100, INrate, Corporate Responsibility Magazine und United Nations Principles for Responsible Investment Initiative). Des Weiteren haben wir eine Reihe von NGOs und unabhängigen Akteuren befragt (WWF, Westschweizer Konsumentenverband, Alternative Bank Schweiz, Ethos Stiftung). Einige der ausgewählten Firmen sind in umstrittenen Industrien (Erdöl, Automobil) tätig, heben sich im Vergleich zu ihren Mitstreitern aber als Musterschüler ab. Andere, zum Beispiel Natura Cosmeticos oder Geberit, haben ihr gesamtes Geschäftsmodell an Umweltgesichtspunkten ausgerichtet. All diese Firmen haben noch ein gutes Stück Weg vor sich, doch es lohnt sich, sich gerade jetzt für sie zu interessieren, da sie sich in einer entscheidenden Umbruchphase befinden.

TIMBERLAND

FIRMENSITZ **Stratham, USA**
CEO **Jeffrey Swartz**
GRÜNDUNGSJAHR **1952**
UMSATZ 2011
$ 1,6 MRD.
ANZAHL BESCHÄFTIGTE
ca. 5500
KAPITALISIERUNG
$ 14,7 MRD.

Der Weg des Leders kann komplett zurückverfolgt werden

Der amerikanische Schuhfabrikant arbeitet mit Zwischenhändlern, die eine einwandfreie soziale und ökologische Bilanz aufweisen. In der Branche ist das eine absolute Ausnahme.

Für ein Unternehmen wie Timberland geht das grösste Risiko im Hinblick auf soziale und ökologische Verantwortung von den Zwischenhändlern aus. Eine mustergültige Strategie innerhalb der Firma ist nutzlos, wenn nicht alle Stationen der Produktionskette dieselben Kriterien erfüllen. «Der Ledermarkt wird hauptsächlich durch Viehzuchtbetriebe in Brasilien bedient, wo die Arbeitsbedingungen mitunter an Sklaverei grenzen», erklärt Huma Khamis, die beim Westschweizer Konsumentenverband für Vergleichstests zuständig ist. «Die Gerbereien befinden sich häufig in Indien und verwenden Chrom und andere Schwermetalle, die sowohl die Arbeiter als auch die Umwelt gefährden.»

Hinsichtlich dieser Verstösse zeigt sich Timberland offen: «Man kann die Kette der Zulieferer mühelos zurückverfolgen und in Erfahrung bringen, wer das Leder unter welchen Bedingungen produziert hat», so das Urteil von Huma Khamis. «Das Unternehmen verpflichtet seine Lieferanten zu sozialem und ökologischem Engagement und führt unangekündigte Kontrollen durch.» Timberland beschäftigt 15 Gutachter, die alle 18 Monate bei allen Zwischenhändlern ein Audit durchführen.

Die Gerberei PrimeAsia, die Betriebe in China, Taiwan und Vietnam unterhält, hat beispielsweise auf Solarenergie umgestellt. Zudem nutzt sie den Dampf aus benachbarten Fabriken und bereitet inzwischen 40 Prozent ihres Abwassers wieder auf, wie der amerikanische Konzern mitteilt. Andere Zulieferer haben die Qualität der Mahlzeiten für ihre Angestellten verbessert oder die Löhne erhöht.

Aber auch im eigenen Unternehmen ist Timberland aktiv: Vor Kurzem wurde die neue Produktlinie Earthkeepers auf den Markt gebracht, die nahezu vollständig aus ökologisch produzierten oder wiederverwendbaren Materialien hergestellt wird. Des Weiteren hat das Unternehmen die Energieeffizienz seiner Geschäfte um 30 Pro-

ZUMA PRESS/NEWSCOM

FIRMENSITZ **Santa Clara, USA**
CEO **Paul Otellini**
GRÜNDUNGSJAHR **1968**
UMSATZ 2011
$ 54 MRD.
ANZAHL BESCHÄFTIGTE
ca. 100'000
KAPITALISIERUNG **$ 126 MRD.**

INTEL

Mikrochips mit immer besserer Ökobilanz

In den vergangenen Jahren ist es Intel gelungen, die Grösse und den Energieverbrauch seiner Mikroprozessoren zu verringern und zugleich deren Leistung zu erhöhen. Nun will das Unternehmen auch die Herkunft der Erze, die für die Herstellung der Chips verwendet werden, kontrollieren.

Intel ist der weltgrösste Hersteller von Mikroprozessoren. Damit steht der amerikanische Konzern auch an vorderster Front, wenn es darum geht, den Energieverbrauch von Computern zu senken. Die Technologie Intel Core machte es möglich, zwischen 2006 und 2009 so viele CO_2-Emissionen einzusparen, wie sie 2 Mio. amerikanische Haushalte durch Stromverbrauch erzeugen. Die nächste Chip-Generation Intel Xeon wird noch effizienter sein: Die Prozessoren sollen 25 Prozent weniger Strom verbrauchen und dennoch 20 bis 70 Prozent mehr Leistung erbringen.

Intel bemüht sich zudem darum, in seinen Produkten keine giftigen Materialien (Blei, Flammschutzmittel etc.) mehr zu verwenden und den CO_2-Fussabdruck seiner Fabriken zu reduzieren. «Von allen amerikanischen Firmen ist Intel diejenige, die freiwillig am meisten Ökostrom bezieht», erklärt Nicola Procaccio, PR-Manager des Konzerns für die Schweiz und Italien. Die Firma rezykliert 80 Prozent ihrer festen Abfälle und konnte die Mengen an Kupfer und Calciumfluorid, die in den Herstellungsverfahren eingesetzt werden, verringern.

Aber die eigentliche Herausforderung besteht für Intel darin, die Kette seiner Zulieferer zu kontrollieren. Die Produkte des Unternehmens enthalten mehrere Stoffe (Kobalt, Tantal, Gold), deren Herkunft zuweilen unklar ist. Also hat der Konzern in der Demokratischen Republik Kongo ein System zur Rückverfolgung der Produkte aufgebaut, in dessen Rahmen die Säcke mit Erzen aus Minen, die nicht in Konfliktgebieten liegen, bevorzugt werden. Das Unternehmen brüstet sich auch damit, bis 2013 «den ersten 100 Prozent sauberen Mikrochip» zu entwickeln.

Finanziell gesehen hatte die Firma 2011 mit einem Einnahmeplus von 24 Prozent das beste Jahr seit ihrer Gründung. Sie beherrscht den wachstumsstarken Markt für Halbleiter, der enorm vom Boom der Tablet-PCs und Smartphones profitiert – eine Branche, in die Intel erst vor Kurzem in Form einer Kooperation mit Google investiert hat.
INTC,U

zent erhöht und versorgt seine Produktionszentren mit Windkraft (Niederlande, Dominikanische Republik), Solarenergie (Kanada) und Wasserkraft (USA), wodurch es seine CO_2-Emissionen zwischen 2006 und 2011 um 36 Prozent senken konnte.

Ende 2011 wurde Timberland für 2 Mrd. Dollar vom amerikanischen Bekleidungsriesen VF Corporation übernommen. In jüngster Zeit sind die Margen des Konzerns durch einen Anstieg der Produktionskosten geschrumpft, aber die Wachstumsaussichten bleiben stabil, besonders in China.
VFC

Der Nachhaltigkeits-Guru Marc Timberland setzt regelmässig Trends in seiner Branche, zuletzt durch das neue Schuhmodel Earthkeepers, das aus wiederverwertbaren organischen Materialien gefertigt wird.

2012 NOVO NORDISK/AS

Gerechtigkeit in der Krankheitsbekämpfung

Das Pharmaunternehmen Novo Nordisk setzt sich dafür ein, dass Menschen in Entwicklungsländern Zugang zu Diabetes-Behandlungen bekommen. Es beliefert sie unter anderem mit Insulin zu einem erschwinglichen Preis.

336 Mio. Menschen weltweit sind bereits an Diabetes erkrankt. Bis 2030 werden 550 Mio. von der Krankheit betroffen sein. Und ein nicht geringer Teil von ihnen wird in einem Entwicklungsland leben und keinen Zugang zu einer Behandlung haben.

Vor diesem Hintergrund hat Novo Nordisk, der weltgrösste Insulinhersteller, in diesen Staaten mehrere Programme zur «Verbesserung der Diagnose, Behandlung und Prävention von Diabetes» ins Leben gerufen, wie Susanne Stormer, Vizepräsidentin für die Social Responsibility der Firma, bekannt gibt. Zwischen 2002 und 2011 hat der dänische Konzern in den Entwicklungsländern 5,6 Mio. Menschen auf Diabetes getestet, mehr als 5000 Kliniken aufgebaut, 1,4 Mio. Diabetiker behandelt und mehrere Tausend Ärzte ausgebildet. Ausserdem hat er sich dafür stark gemacht, dass der Insulinpreis in den 36 ärmsten Ländern bei höchstens 20 Prozent des im Westen geltenden Preises liegt.

NOVO NORDISK

FIRMENSITZ **Gladsaxe, Dänemark**
CEO **Lars Rebien Sørensen**
GRÜNDUNGSJAHR **1923**
UMSATZ 2011
$ 11,5 MRD.
ANZAHL BESCHÄFTIGTE
ca. 32'600
KAPITALISIERUNG **$ 73 MRD.**

Huma Khamis vom Westschweizer Konsumentenverband, die Novo Nordisk im Jahr 2006 untersuchte und bewertete, begrüsst zudem den hohen Sicherheitsstandard der von Novo Nordisk produzierten Medikamente. «In der Firma hat es noch nie einen Skandal vom Typ Vioxx gegeben», macht sie deutlich. Des Weiteren hebt sich das Unternehmen durch einen ethischen Marketingansatz hervor. «Ihre Präventionskampagnen sind keine versteckten Werbekampagnen, wie es bei vielen Pharmaunternehmen der Fall ist», so Khamis weiter.

Die Gewinne der Firma wurden 2011 durch den guten Absatz des Diabetes-Medikaments Victoza sowie des Medikaments NovoSeven gegen Hämophilie in die Höhe getrieben. Doch Victoza wird sich auf dem amerikanischen Markt bald mit dem Konkurrenzprodukt Bydureon herumschlagen müssen. Die Performance von Novo Nordisk wird 2012 auch von der Zulassung zweier neuer Wirkstoffe (Degludec und DegludecPlus) in den USA, der EU, Kanada, der Schweiz und in Japan abhängen.

NOVO^B,K

Der LED-Pionier

Philips hat Millionen in die Entwicklung einer neuen Generation von Energiesparlampen investiert. In immer mehr Ländern sind diese inzwischen gesetzlich vorgeschrieben.

FIRMENSITZ **Amsterdam, Niederlande**
CEO **Frans van Houten**
GRÜNDUNGSJAHR **1891**
UMSATZ 2011 **€ 22,6 MRD.**
ANZAHL BESCHÄFTIGTE **ca. 114'500**
KAPITALISIERUNG **$ 17 MRD.**

PHILIPS

Als weltweite Nummer eins der Lampenhersteller tat sich Philips in der Entwicklung von Energiesparlampen und LED als Pionier hervor. Der Konzern «nimmt seine ökologische Verantwortung ernst und investiert viel in die entsprechende Forschung», meint die Agentur Sustainable Asset Management, die weiter ausführt, dass umweltfreundliche Produkte heute 38 Prozent der Einnahmen von Philips ausmachen und sich der Anteil gegenüber 2007 um 18 Prozent erhöht hat.

«2011 hat Philips 479 Mio. Euro in die Entwicklung einer neuen Generation von umweltfreundlichen Produkten und Technologien investiert», bestätigt der niederländische Konzern. In den kommenden fünf Jahren wird diese Summe auf insgesamt 2 Mrd. Euro steigen. Neben Energiesparlampen setzt das Unternehmen auf medizinische Geräte mit geringerem Stromverbrauch und auf eine Produktlinie von Rasierern ohne Schadstoffe (PVC und Flammschutzmittel).

Oekom Research hebt zudem die Bemühungen von Philips hervor, «mit klaren Informationen auf der Verpackung den Kunden die Energiebilanz der Produkte mitzuteilen». Eine weitere Stärke des Konzerns ist das ausgefeilte Kontrollsystem, dem die Gesamtheit der wichtigsten Zulieferer unterliegen, so die Agentur weiter.

Philips hat 634 «riskante» Zwischenhändler ausfindig gemacht, von denen 212 im vergangenen Jahr ein Audit durchliefen. Die Firma hat unter anderem bei ihren chinesischen Lieferanten – wo 72-Stunden-Wochen keine Seltenheit sind – durchgesetzt, dass sie ihre Angestellten nicht länger als 60 Stunden pro Woche arbeiten lassen und ihnen mindestens einen freien Tag gewähren.

Aus finanzieller Sicht war das Jahr 2011 für Philips «ausserordentlich enttäuschend», was im Wesentlichen an der starken Konkurrenz im Beleuchtungssektor liegt, so Philipp Gamper von der Bank Sarasin. Die LED-Sparte hat sich neuen Akteuren wie Toshiba, Sharp oder Panasonic geöffnet, die sich Stück für Stück die Marktanteile der niederländischen Firma aneignen.
PHIA,E

PHILIPS

Umweltfreundliche Produkte wie LED-Glühbirnen machen mittlerweile 38 Prozent des Umsatzes von Philips aus.

Versicherungen gegen den Klimawandel

SWISS RE

FIRMENSITZ
Zürich, Schweiz
CEO
Michel Liès
GRÜNDUNGSJAHR
1863
2011 PRÄMIEN-VOLUMEN
$ 21,3 MRD.
ANZAHL BESCHÄFTIGTE
ca. 10'300
KAPITALISIE-RUNG
CHF 20 MRD.

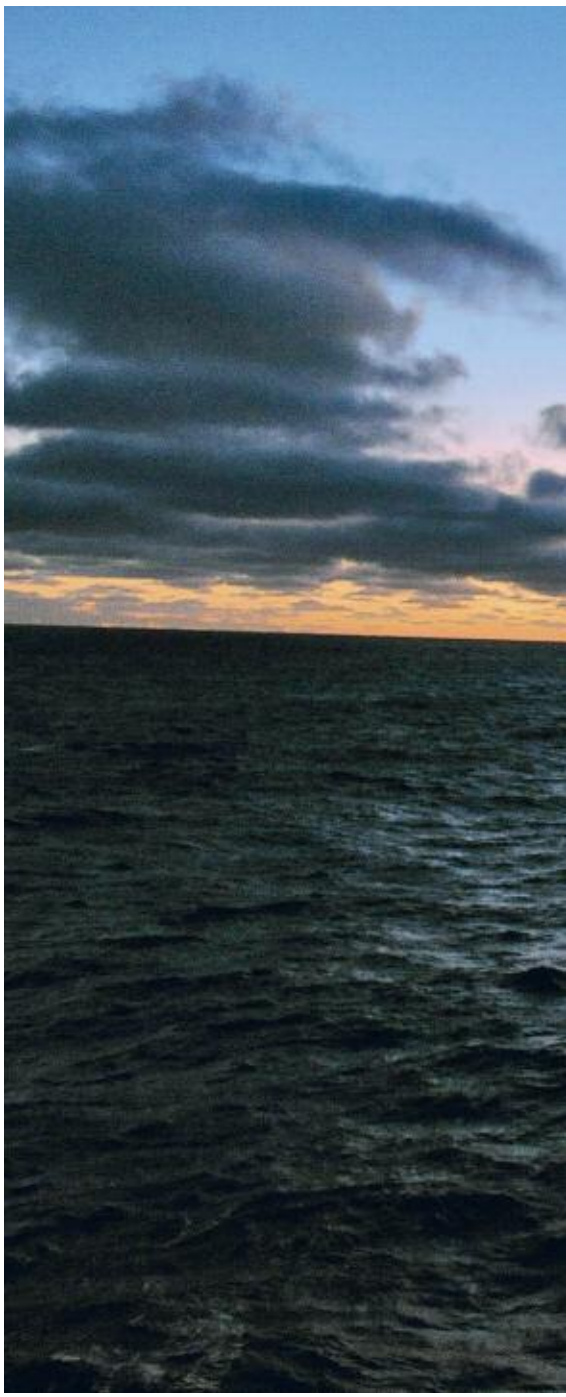
Der Rückversicherungsriese Swiss Re hat eine Reihe von Produkten für die oft direkt von Naturkatastrophen wie Dürren oder Orkanen betroffenen Kleinunternehmer und Bauern in Entwicklungsländern entwickelt.

Als zweitgrösster globaler Rückversicherer ist Swiss Re offensichtlich daran interessiert, dafür zu sorgen, dass Regierungen und Einzelpersonen gut vor Naturkatastrophen geschützt sind. Der Schweizer Konzern hat ein umfassendes Analyse- und Präventionssystem ins Leben gerufen, um die Risiken zu ermitteln, die infolge des Klimawandels immer häufiger in Form von Orkanen, Zyklonen und Dürren auftreten. Darüber hinaus hat Swiss Re spezielle Versicherungsprodukte entwickelt. «Naturkatastrophen geschehen häufig in Entwicklungsländern. Doch sind in den betroffenen Regionen in der Regel nur die wenigsten versichert», erklärt David Bresch, Leiter der Abteilung für Nachhaltigkeit des Konzerns. «Deshalb müssen die einzelnen Menschen und ihre Regierungen für die Kosten dieser Ereignisse aufkommen.»

Deswegen hat Swiss Re zum Beispiel eine Mikroversicherung für haitianische Unternehmer lanciert, damit diese bei Schadenfällen rasch Entschädigungszahlungen erhalten. In Äthiopien können sich die Kleinbauern gegen die Auswirkungen von Dürren auf ihre Kulturen versichern. Ähnlich werden die Darlehen der vietnamesischen Agrarbank garantiert, selbst wenn die Reisernte schlecht ausfällt. Die Firma ist sich des riesigen Potenzials dieses Marktes, insbesondere in den Entwicklungsländern, bewusst. Dieses «liegt im Bereich der Mikroversicherungen bei 40 Mrd. Dollar», so David Bresch. Swiss Re hat ausserdem «eine Reihe detaillierter und umfassender Indikatoren» erstellt, um jede Transaktion nach ethischen Kriterien zu beurteilen, wie Oekom Research mitteilt. Diese Kriterien verbieten es dem Unternehmen, mit Firmen Geschäfte abzuwickeln, die Antipersonenminen herstellen, Menschenrechte verletzen, die Umwelt zerstören oder sich an der Verbreitung von Atomwaffen beteiligen. Ebenso sind bestimmte Staaten (Sudan, Iran, Birma, Nordkorea, Somalia) von der Geschäftstätigkeit ausgeschlossen.

Aufgrund seines Geschäftsmodells muss der Konzern hohe Summen anlegen. «Er versucht dabei systematisch, ethische Investitionen zu bevorzugen», betont François Vetri von der Agentur Sustainable Asset Management. Ende 2010 belief sich dieses «nachhaltige» Portfolio auf 404 Mio. Franken.

Swiss Re profitiert derzeit «von einer erhöhten Rentabilität», insbesondere dank ihrer für 2011 durchgesetzten Prämienerhöhungen in Australien, Neuseeland und den USA, teilt die Bank Sarasin mit. Der Konzern verfügt über solide Wachstumsaussichten, insbesondere im Bereich der Kranken- und Lebensversicherungen in Asien und Lateinamerika. RUKN



Transparenz auf norwegische Art

Die Erdölfirma Statoil legt offen, wie viel Geld sie an die Länder zahlt, in denen sie Explorationsvorhaben durchführt. Das ist eine wesentliche Voraussetzung für die Korruptionsbekämpfung.

Erdölkonzerne werden selten für ihre Ökobilanz gepriesen, aber die norwegische Firma Statoil gehört zu denen, die mit gutem Beispiel vorangehen. «Das Unternehmen war eines der ersten, das Nachhaltigkeitskriterien für die Entwicklung und Produktion seiner Biokraftstoffe angewandt hat», macht die Agentur Oekom Research deutlich.

Weitere Pluspunkte der Firma, deren Mehrheitsaktionär der norwegische Staat ist, sind ihre Bemühungen, die sozialen Auswirkungen ihrer Geschäfte so gering wie möglich zu halten, sowie ihr hohes Mass an Transparenz. «Statoil geht sehr offen damit um, was sie an die Regierungen der Länder, in denen sie tätig ist, zahlt. Das ist eine wichtige Voraussetzung, um die Korruption zu bekämpfen und sicherzustellen, dass die Bevölkerung vor Ort tatsächlich von den Einnahmen aus ihren Rohstoffen profitiert», merkt Oekom Research an. Huma Khamis vom Westschweizer Konsumentenverband, die sich im Jahr 2005 mit dem Fall Statoil beschäftigte, erwähnt ihrerseits die «guten Bedingungen, die den Angestellten im Bereich Weiterbildung, Lohngerechtigkeit und Schutz vor Diskriminierung gewährt werden, wie es für ein Unternehmen aus den nordischen Ländern typisch ist».

Aber Statoil ist dennoch nicht unumstritten, weil es die Firma auf Ölvorkommen in der Arktis abgesehen hat und an einem Explorationsvorhaben in Angola beteiligt ist, das unter Korruptionsverdacht steht. Die Konzerngewinne wurden 2011 durch die gestiegenen Produktionskosten und den niedrigen Gaspreis in Norwegen geschmälert. Aber «die Aussichten für 2012 bleiben solide», was insbesondere dem hohen Erdölpreis, der Entdeckung eines neuen Feldes vor der norwegischen Küste und der Übernahme der amerikanischen Brigham Exploration zu verdanken sei, so Michael Romer von der Bank Sarasin. STL,O

STATOIL

FIRMENSITZ **Stavanger, Norwegen**
CEO **Helge Lund**
GRÜNDUNGSJAHR **1972**
UMSATZ 2011 **$ 112,3 MRD.**
ANZAHL BESCHÄFTIGTE **ca. 30'300**
KAPITALISIERUNG **$ 71 MRD.**

HARALD PETTERSEN/STATOIL

BMW

FIRMENSITZ **München, Deutschland**
CEO **Norbert Reithofer**
GRÜNDUNGSJAHR **1916**
UMSATZ 2011 **€ 68,8 MRD.**
ANZAHL BESCHÄFTIGTE **ca. 100'300**
KAPITALISIERUNG **€ 39 MRD.**

Sparsame Autos aus wiederverwertbaren Materialien

BMW verstärkt seine Bemühungen, den Kraftstoffverbrauch seiner Fahrzeuge zu reduzieren. Die Marke hilft den Autofahrern zudem, einen «ökologischen» Fahrstil zu entwickeln.

Die Verantwortung für die Umwelt ist in der Automobilindustrie erneut zu einem Trend geworden. BMW zeichnet sich diesbezüglich durch das breite Spektrum seines Programms aus. Die deutsche Automarke entwickelt innovative Lösungen, um den Kraftstoffverbrauch ihrer Fahrzeuge zu senken und die CO_2-Emissionen zu verringern. Hybrid- und Wasserstoffmodelle sind bereits in kleinen Stückzahlen erhältlich, und das Modell BMWi, ein rein elektrisch angetriebenes Fahrzeug, soll im Laufe des Jahres 2013 auf den Markt kommen.

Der deutsche Konzern hat seine gesamte Fahrzeugflotte ausserdem «mit Navigationssystemen ausgerüstet, die den Autofahrern helfen, einen Fahrstil zu verfolgen und eine Strecke zu wählen, die den Kraftstoffverbrauch mindern», bemerkt die Agentur Oekom Research, die Unternehmen nach deren Nachhaltigkeit bewertet. Dank der Verwendung neuer Materialien wie Kohlefaser konnte in den vergangenen Jahren das Gewicht reduziert und die Aerodynamik der Fahrzeuge erhöht werden.

Darüber hinaus ist der CO_2-Ausstoss der in Westeuropa verkauften BMW-Fahrzeuge zwischen 1995 und 2010 um 30 Prozent gesunken. Und wenn diese Fahrzeuge einmal ausgedient haben, können sie zu 85 Prozent wiederverwertet werden. Zu diesem Zweck hat der Konzern ein ausgedehntes Netz von Rücknahmezentren aufgebaut. Daneben verfügt die deutsche Firma über ein bedeutendes philanthropisches Programm, in das sie 2010 10,2 Mio. Euro investiert hat. Der Schwerpunkt liegt dabei auf Projekten im Zusammenhang mit der Sicherheit auf den Strassen, der Verkehrsbewältigung in den grossen Agglomerationen

und der Bildung. «BMW hat die demografischen Entwicklungen, die Westeuropa heute erlebt, vorhergesehen und mehrere Initiativen ins Leben gerufen, um die Ausbildung von Ingenieuren zu fördern, da auf diesem Gebiet bald mit einem Mangel zu rechnen ist», betont François Vetri von der Agentur Sustainable Asset Management.

«Nachhaltiges Handeln ist eine Notwendigkeit, die sich bereits aus unseren wirtschaftlichen Interessen ergibt», erklärt Kai Zöbelein, Sprecher von BMW. Er nennt als Beispiel das Werk Spartanburg in den USA, wo der Einsatz erneuerbarer Energien dem Konzern Einsparungen in Höhe von 7,5 Mio. Dollar ermöglicht hat.

Philipp Gamper, Analyst bei der Bank Sarasin, weist auf die guten Ergebnisse von BMW in den Jahren 2010 und 2011 hin, aber auch auf das starke Wachstum des Konzerns in China, das heute für 19 Prozent des Absatzes aufkommt, verglichen mit 8 Prozent im Jahr 2009. Für 2012 hingegen könnten das Einstellen der Produktion der alten 3er-Serie (30 Prozent des Absatzes) und die mit der Lancierung des Nachfolgemodells verbundenen Marketingkosten sowie eine starke Abhängigkeit vom Dollar die Geschäftszahlen negativ beeinflussen.

BMW,X

Das Apple-Paradoxon

Apple ist in immer mehr Kontroversen verstrickt. Trotzdem erzielt das Unternehmen weiterhin Spitzenresultate. Die coolste Marke der Welt muss allerdings einige Mängel beheben, damit sie nicht über ihre eigene Kommunikation stolpert.

«Ein Unternehmen, das jeden Trick benutzt, um Steuern zu sparen»: So in etwa beschreibt die «New York Times» den Technologieriesen in einer im Mai erschienenen Reportage über dessen Steueroptimierungsstrategie. Diese Kontroverse ist Teil einer Reihe von Skandalen, mit denen das Unternehmen in jüngster Zeit konfrontiert wurde. In der Kritik stehen die katastrophalen Arbeitsbedingungen in den Fabriken seines wichtigsten Zulieferers Foxconn in China, und es wurden Beschuldigungen im Zusammenhang mit Umweltsünden oder Wettbewerbsbehinderungen laut. Dabei geniesst Apple das Image eines «coolen», sauberen und umweltbewussten Unternehmens. Die urbanen, gebildeteren Bevölkerungsschichten stehen voll hinter der Marke, obwohl gerade sie besonders stark für die Thematik der sozialen Verantwortung des Unternehmens sensibilisiert sind.

Ein Paradoxon, das den guten Geschäftsgang nicht gefährden dürfte, sofern Apple hier Abhilfe schafft: «Apple nimmt die Vorwürfe gegen das Unternehmen und dessen Zulieferer sehr ernst und scheint gewillt zu sein, die Probleme anzugehen», urteilt Markus Stierli, Head Thematic Research bei der Credit Suisse. «Apple-Produkte sind teuer, und im Gegenzug erwarten die Kunden ein entsprechendes Verantwortungsbewusstsein seitens des Unternehmens.»

Dass Apple Negativschlagzeilen macht, sei gewissermassen der Preis für den Unternehmenserfolg und für die Selbstdarstellung als fortschrittliche Marke, wie sie beispielsweise im Slogan «think different» zum Ausdruck kommt. «Im Vergleich zur Konkurrenz ist Apple in den Bereichen Umwelt und soziale Verantwortung bestimmt nicht das schlechteste Technologieunternehmen, schneidet aber auch nicht speziell gut ab. Bei der Governance erhielt es bis anhin stets gute Noten. Fakt ist, dass die Öffentlichkeit von Apple viel mehr erwartet, und die Firma kann und muss mehr tun.»

Trotz allem veröffentlichte der Konzern mit Hauptsitz in Cupertino schwindelerregende Zahlen für das erste Quartal 2012. Schon der Umsatzzuwachs um ganze 59 Prozent beweist, dass die Marke bei der Kundschaft einen hohen Sympathiebonus besitzt und festigen konnte. Die Herausforderung wird sein, dieses positive Image zu pflegen und dort anzusetzen, wo die Diskrepanz zwischen Kommunikation und Wirklichkeit sichtbar werden könnte.

NATURA COSMETICOS

FIRMENSITZ **Cajamar, Brasilien**
CEO **Alessandro Giuseppe Carlucci**
GRÜNDUNGSJAHR **1969**
UMSATZ 2011
$ 3 Mrd.
ANZAHL BESCHÄFTIGTE
ca. 6200
KAPITALISIERUNG
BRL 18 MRD. ($ 8,8 MRD.)

NEWSCOM

Kosmetik mit Mehrwert für den Amazonas

Die Produkte der brasilianischen Marke Natura Cosmeticos werden aus natürlichen Inhaltsstoffen hergestellt und von ländlichen Gemeinden aus dem Amazonasbecken geliefert.

Die Produkte von Natura Cosmeticos bestehen zu 81,5 Prozent aus natürlichen Substanzen, enthalten weder Phthalate noch Parabene und werden nicht an Tieren gestestet. «Die verwendeten Inhaltsstoffe stammen überwiegend aus ökologischem Anbau», hebt Dominique Roten von der Alternativen Bank hervor. Bei der Auswahl ihrer Lieferanten räumt die brasilianische Firma «traditionellen Gemeinschaften, Familienbetrieben und Naturschutzprojekten» Vorrang ein,

SWISSCOM

FIRMENSITZ
Worblaufen (BE)
CEO **Carsten Schloter**
GRÜNDUNGSJAHR **1998**
UMSATZ 2011
CHF 11,46 MRD.
ANZAHL BESCHÄFTIGTE
ca. 20'000
KAPITALISIERUNG
CHF 18,2 MRD.

Telearbeit und Videokonferenzen

Die Swisscom bietet eine breite Palette an Dienstleistungen, mit denen Unternehmen ihre CO_2-Emissionen senken können. Seinen eigenen CO_2-Ausstoss hat der Schweizer Telekomkonzern um 53 Prozent reduziert.

Computer erzeugen mehr CO_2-Emissionen als der weltweite Flugverkehr. Von dieser alarmierenden Feststellung ausgehend, hat die Swisscom Lösungen entwickelt, um den CO_2-Fussabdruck zu verkleinern. Die Schweizer Firma bietet den Unternehmen an, ihre Daten in ihrem effizienten IT-Center (Data Service Center) zu hosten sowie technische Lösungen für Telearbeit, Videokonferenzen und Warenverkehrsmanagement zu nutzen. «Diese neuen Technologien helfen dabei, die Zahl der Flugreisen einzuschränken und somit die CO_2-Emissionen zu verringern», merkt der WWF an, der auf die gute Ökobilanz des Unternehmens hinweist. Zudem hat der Anbieter sparsame Geräte entwickelt. Das Festnetztelefon Ecomode gibt im Stand-by-Modus keine Strahlung ab und verbraucht bis zu 60 Prozent weniger Strom als ein klassischer Apparat.

Die Schweizer Firma, die zu den zehn grössten Stromverbrauchern des Landes zählt, zeichnet sich durch ihre starke Nutzung erneuerbarer Energien aus. «Wir decken unseren Bedarf zu 100 Prozent aus der einheimischen Stromproduktion aus erneuerbaren Energien und nutzen mehr Solar- und Windenergie als jedes andere Unternehmen in der Schweiz», so Carsten Roetz, Pressesprecher des Konzerns. Seit 1998 hat die Swisscom seine CO_2-Emissionen so um 53 Prozent gesenkt. Darüber hinaus profitieren die Angestellten des Unternehmens von flexiblen Arbeitszeiten, Elternzeit für Vater und Mutter sowie Familienzulagen. «Das Call Center befindet sich in der Schweiz, was bedeutet, dass die Beschäftigten gute Arbeitsbedin-

wie sie selbst sagt. So stammen die Rohstoffe der Produktlinie Ekos von Plantagen, die mit dem Gütesiegel des Forest Stewardship Council (FSC) zertifiziert sind. Zudem plant die Firma, ein Forschungs- und Entwicklungszentrum in Manaus und eine Seifenfabrik in der Gemeinde Benevides im Bundesstaat Pará aufzubauen, damit das Know-how und die Arbeitsplätze der Bevölkerung vor Ort zugute kommen.

Natura Cosmeticos bietet den ländlichen Gemeinschaften, deren traditionelle Herstellungsverfahren sie nutzt, entsprechende Ausgleichszahlungen. «Die Aufteilung der Gewinne, die wir mit der Verwendung dieser Stoffe erzielen, ergibt sich aus fairen und gleichberechtigten Verhandlungen», betont der Konzern. «Wir wollen zeigen, dass es möglich ist, die reichen Schätze des Amazonas nachhaltig und im Einklang mit der Natur zu nutzen, als Gegenmodell zur bisherigen Nutzungsweise, die den grössten Wald der Erde in seiner Existenz gefährdet», sagt Alessandro Carlucci, CEO des Konzerns.

Natura Cosmeticos musste zu Beginn des Jahres einen leichten Umsatzrückgang hinnehmen, aber dank der Investitionen in das Vertriebsnetz dürften sich die Verkaufszahlen wieder erhöhen. Hohe Marketingkosten haben die Aussichten des Konzerns ebenfalls etwas getrübt. NUACF,U

gungen haben», meint Huma Khamis vom Westschweizer Konsumentenverband (FRC). Der Konzern hat zudem verschiedene Initiativen gestartet, zum Beispiel mit der Wiederverwendung alter Mobiltelefone. «Die Geräte werden auf dem internationalen Gebrauchtmarkt verkauft, und die Einnahmen gehen zu 100 Prozent an Terre des Hommes», erläutert Carsten Roetz. Zudem hat die Swisscom 6700 Schweizer Schulen kostenlos ans Internet angeschlossen und bringt Schülern den richtigen Umgang mit dessen Gefahren bei.

Swisscom ist eine solide Anlage: Das Unternehmen hat «mit einem Marktanteil von 62 Prozent im Jahr 2010 eine beherrschende Stellung auf dem Schweizer Telefonmarkt», macht Ute Haibach, Analystin bei der Bank Sarasin, deutlich. Die Bereiche Datenverkehr und Digitalfernsehen bieten Wachstumsmöglichkeiten. SCMN

Die ökologische Spülung

Der Schweizer Konzern Geberit ist die weltweite Nummer eins in Sachen ökologische Sanitäranlagen. Dank seiner Produkte werden jedes Jahr Millionen Kubikmeter Wasser gespart (siehe auch S. 54).

Toilettenspülungen sind eine der grossen Ursachen für Wasserverschwendung auf der Welt. Um gegen dieses Problem anzugehen, hat der Schweizer Konzern Geberit spezielle Spülsysteme entwickelt (Zweimengen- und Spül/Stopp-Technik). Dank dieser Technologien konnten allein im Jahr 2011 1700 Mio. Kubikmeter Wasser gespart werden. Das entspricht mehr als der Hälfte des Jahresverbrauchs aller Haushalte in Deutschland. «Wir sind auf diesem Markt führend und deshalb der Meinung, dass wir eine gewisse Verantwortung tragen», kommentiert Theres Meyer, Kommunikationsverantwortliche im Bereich Nachhaltigkeit. Eine Verantwortung, die sich durchaus lohnt: «Der Bau von Gebäuden ist immer häufiger an strenge Umweltauflagen gebunden, die mit unseren Produkten eingehalten werden können. Das eröffnet uns zahlreiche neue Märkte.» Die Schweizer Firma hat unter anderem vor zehn Jahren eine Strategie lanciert, um ihre Fabriken ökologischer zu betreiben. «Zwischen 2006 und 2009 haben wir unsere CO_2-Emissionen um 15 Prozent gesenkt», erläutert die Sprecherin. Bis 2015 soll ein Drittel des gesamten Energieverbrauchs des Konzerns aus erneuerbaren Quellen stammen. In seinem Produktionswerk in Pfullendorf (Deutschland) liegt der Anteil bereits bei 20 Prozent, und die Anlage im chinesischen Daishan wird seit 2009 mit Windenergie angetrieben. Geberit finanziert zudem verschiedene Projekte zum Bau von Sanitäranlagen in Schulen in Indien, Serbien, Ecuador und Südafrika.

«Geberit unterscheidet sich von anderen Firmen vor allem durch seine Strategie zur Förderung von Vielfalt, der Gleichheit der Geschlechter und der Löhne sowie durch die Work-Life-Balance innerhalb des Unternehmens von anderen Firmen», erläutert Dominique Roten, Leiter der Region Romandie bei der Alternativen Bank.

In finanzieller Hinsicht verfügt Geberit über «ein enormes Expansionspotenzial», da der Konzern derzeit 91,5 Prozent seiner Einnahmen in Europa erwirtschaftet, schätzt Oskar Schenker von der Bank Sarasin. Für mehrere neue Produkte, die möglicherweise für Indien und China attraktiv sein könnten, ist 2012 die Markteinführung geplant, so der Analyst. Er glaubt ausserdem, dass Gebäuderenovationen «einen riesigen Markt» für die Firma darstellen. GEBN

FIRMENSITZ
Rapperswil-Jona, Schweiz
CEO **Albert Baehny**
GRÜNDUNGSJAHR
1874
UMSATZ 2011
CHF 2,12 MRD.
ANZAHL BESCHÄFTIGTE
ca. 6000
KAPITALISIERUNG
$ 7,3 MRD.

GEBERIT

«Nachhaltigkeit hat Geberit in seinen Genen»

Albert Baehny wurde 2005 zum CEO des Weltmarktführers auf dem Gebiet der Sanitärtechnik befördert und steht für eine langfristig angelegte, nachhaltige Unternehmensführung ein. Er empfing Swissquote Magazine am Hauptsitz des Unternehmens in Rapperswil-Jona (SG).

Text: Ludovic Chappex / Fotos: Marc Wetli

Offenbar muss man kein Killer sein, um Karriere zu machen und an die Spitze eines grossen börsennotierten Konzerns zu gelangen. Albert Baehny, seit knapp acht Jahren CEO von Geberit, hat nichts vom selbstherrlichen, einschüchternden Chef: «Ich sags Ihnen gleich, ich möchte mein Foto nicht auf dem Titelblatt Ihrer Zeitschrift haben. Das passt einfach nicht zu mir. Für mich steht das Unternehmen im Vordergrund.»

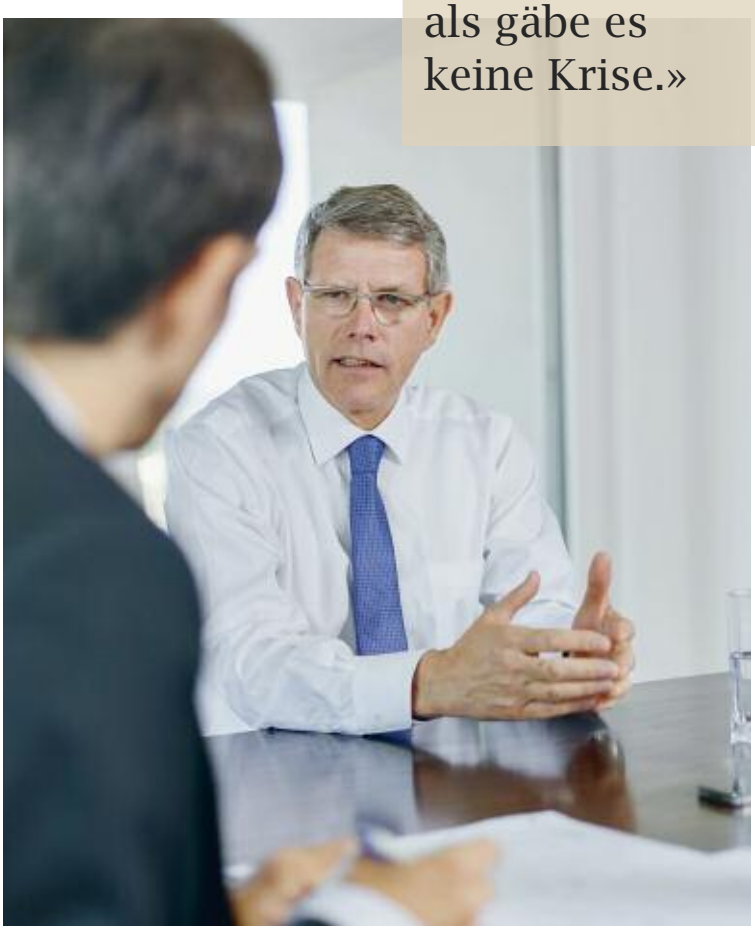
Albert Baehny gehört zu den ganz wenigen Romands, die einen multinationalen Konzern in der Deutschschweiz leiten. Der offene, umgängliche CEO empfängt uns im obersten Stock in einem Sitzungsraum unweit seines Büros. Im Gespräch soll es in erster Linie um die Nachhaltigkeitspolitik von Geberit gehen. Im vergangenen Jahr landete das Unternehmen sogar auf Platz eins des Nachhaltigkeitsratings der renommierten deutschen Agentur Oekom research. Ein Blick auf die Website der Schweizer Firma genügt, um festzustellen, dass Nachhaltigkeit hier eine zentrale Rolle spielt und dafür auch entsprechende Mittel bereitgestellt werden. Nachhaltigkeit ist für Geberit aus naheliegenden Gründen gewiss auch der vernünftigste Weg. Das Schweizer Unternehmen ist in einem Bereich tätig, der einen erheblichen Wasserkonsum verursacht, also liegt es in seinem Interesse, Nachhaltigkeitsbestrebungen zu kommunizieren. So kann es sich auch von der Konkurrenz abheben, die diesen Fragen häufig weniger Aufmerksamkeit widmet. Gut an diesem Einsatz für die Nachhaltigkeit ist ausserdem, dass er Fakten schafft: Nein, nachhaltiges Wirtschaften schadet keineswegs der Performance – schliesslich gehört Geberit zu den Schweizer Unternehmen

«Wir sind seit der Einführung unserer nachhaltigen Unternehmenspolitik noch transparenter geworden.»

– Albert Baehny, CEO von Geberit

mit dem grössten Wachstum (durchschnittlich 6 Prozent pro Jahr in den vergangenen zehn Jahren).

SWISSQUOTE MAGAZINE ▸ Wie wirkt sich die Nachhaltigkeitspolitik der Geberit auf die wirtschaftliche Performance des Unternehmens aus? Können Sie uns ein konkretes Beispiel nennen?
Albert Baehny ▸ Wir mussten wegen unseres Engagements auf dem Gebiet der Nachhaltigkeit noch nie einen wirtschaftlichen Nachteil, etwa bei den Finanzergebnissen oder den Betriebsmargen, in Kauf nehmen. Und dies trotz unserer beträchtlichen Investitionen und hochgesteckten Ziele in diesem Bereich.



Unsere Geschäftsberichte belegen, dass wir dank unserer nachhaltigen Unternehmenspolitik ausgezeichnete Gewinne erwirtschaften. Beispielsweise ist es uns in Givisiez (FR), wo wir Rohrsysteme herstellen, gelungen, mit minimalen Investitionen den Wasserverbrauch unserer Produktionsverfahren um jährlich 40 Prozent zu senken. Unter dem Strich sinken damit auch die Herstellungskosten.

> «Wir haben uns entschieden, weiter so zu investieren, als gäbe es keine Krise.»

Wir formulieren für jeden Tätigkeitsbereich Ziele zur Steigerung der Ökoeffizienz. Mittel- und langfristig zahlen sich sämtliche Investitionen in die Nachhaltigkeit erwiesenermassen aus.

Wann wurde Nachhaltigkeit bei Geberit zum Thema? Gibt es einen Zusammenhang mit der Unternehmensgeschichte?
Nachhaltiges Wirtschaften wurde bei uns zwischen 1997 und 1999 eingeführt, also kurz vor unserem Börsengang. Die Umstellung vom Familienbetrieb zum börsennotierten Unternehmen brachte strategische Anpassungen mit sich. Das Thema der Nachhaltigkeit kam damals allmählich auf. Heute hat das Unternehmen Nachhaltigkeit sozusagen in seinen Genen. Sie prägt alle Strategien und Entscheidungsprozesse des Konzerns.

Wirkt sich die Tatsache, dass Nachhaltigkeit im Zentrum Ihrer Geschäftsstrategie steht, auch auf das Betriebsklima aus?
Unsere Mitarbeiter sind in der Tat seht stolz darauf, für ein Unternehmen tätig zu sein, das einen ausgezeichneten Ruf geniesst. Die Belegschaft freut sich über unsere Auszeichnungen und Preise und setzt sich entsprechend ein, damit wir auf Topniveau bleiben. Die ethische Komponente, die auch im Umgang mit dem Personal zum Tragen kommt, wirkt sich positiv auf die Loyalität und Motivation sämtlicher Mitarbeiter aus. Das ist ein enormer Gewinn für das ganze Unternehmen.

Bringt das Engagement für die Nachhaltigkeit auch

mehr Transparenz mit sich?
Transparenz – sei es gegenüber den Mitarbeitern, den Aktionären oder unseren Geschäftspartnern – ist bei uns ein Grundprinzip. Es trifft allerdings zu, dass wir seit der Einführung unserer nachhaltigen Unternehmenspolitik noch transparenter geworden sind, da wir unsere ökologischen Zielvorgaben und Ergebnisse in die Kommunikation einbeziehen.

Wurde das nachhaltige Engagement anlässlich der Krise 2009 von der Unternehmensführung infrage gestellt? Kamen Sie damals nicht in Versuchung, Kostensenkungen in den Mittelpunkt Ihrer Strategie zu rücken?
Selbstverständlich löste die Krise innerhalb des Unternehmens eine Strategiekontroverse aus, deren Ergebnis allerdings klar und einfach lautete: Wir investieren weiter so, als gäbe es keine Krise. In dieser Zeit haben wir sogar mehr investiert als je zuvor. Es gab keinen Umstrukturierungsplan, niemand verlor seine Stelle, und unsere Nachhaltigkeitsanstrengungen wurden zu keinem Zeitpunkt gekürzt.

Haben Sie deshalb keine Mitarbeiter entlassen, weil Sie dem Ruf des Unternehmens gerecht werden wollten?
Natürlich gab es Auseinandersetzungen in der Konzernleitung und im Verwaltungsrat. Ein Teil davon sprach sich für eine Senkung der Betriebskosten aus. Wir taten das genaue Gegenteil. Einerseits wussten wir ja nicht, wie lange die Krise dauern würde; andererseits verfügten wir über robuste Margen. Es gab

«Das grösste Problem mit den jungen Schweizern ist ihre Ortsgebundenheit.»

keinen unmittelbaren Grund, Restrukturierungen vorzunehmen. Uns ging es aber auch um die soziale Verantwortung gegenüber unseren Mitarbeitern. Bei Geberit denken wir nicht in Quartalen und auch nicht in Zeiträumen von einem Jahr. Wir gehen die Dinge langfristig an und betrachten unsere Angestellten als wertvolles Gut.

Wie viele Personen legen die Nachhaltigkeitspolitik von Geberit fest?
Für diese Aufgabe ist eine Gruppe von zwei Vollzeitbeschäftigten zuständig. Die betreffenden Personen planen zusammen mit den verschiedenen Unternehmenssparten die Nachhaltigkeitsstrategie . Sie definieren mit jedem Werk und mit den Verantwortlichen für Logistik, Forschung und Verkauf jährliche Zielvorgaben. Anschliessend wird die Verantwortung für die Nachhaltigkeit, also die Erreichung der Ziele, an die verschiedenen Angestellten übergeben.

Auf welchen Aspekt Ihres nachhaltigen Engagements sind Sie besonders stolz?
Auf die Tatsache, dass die kleine Schweizer Geberit zu den weltbesten Unternehmen auf dem Gebiet der Nachhaltigkeit zählt. Dass wir uns diesen Ruf erarbeiten konnten, erfüllt uns mit grosser Genugtuung. Obwohl wir ein kleines Unternehmen sind, setzen wir weltweit Massstäbe, und zwar – ohne überheblich wirken zu wollen – in sämtlichen Aspekten der Nachhaltigkeit. Es gibt keinen Bereich, in dem wir im Rückstand liegen.

Wie wählen Sie Ihre Zulieferer aus, und wie sorgen Sie dafür, dass diese Ihre Normen erfüllen?
Wir führen regelmässige Audits durch und unterbreiten den Zulieferern eine Reihe von Nachhaltigkeitskriterien, an die sie sich halten müssen. Danach überprüfen wir die Einhaltung dieser Kriterien. Im Unternehmen selbst verfahren wir ähnlich. Den Lieferanten, die sich erst einmal auf unsere Kriterien einstellen müssen, gewähren wir eine Anpassungsfrist. Wenn sie unsere Anforderungen dann doch nicht erfüllen, suchen wir uns andere Partner.

Wie lauten Ihre Entwicklungsschwerpunkte, und welche Geberit-Produkte haben die besten Zukunftschancen?
Eines unserer wichtigsten Ziele ist die Verringerung des Wasserverbrauchs. Zudem arbeiten wir an der Optimierung unserer berührungslosen Systeme. Diese elektronisch gesteuerten Geräte sind

für öffentliche Sanitäranlagen konzipiert. Damit kann der Benützer beispielsweise Spülungen oder Waschtischarmaturen betätigen, ohne sie zu berühren. Unser dritter Forschungsbereich ist die Akustik, denn unsere Systeme sollen möglichst geräuschlos funktionieren. Und da die Zahl der qualifizierten Sanitärfachbetriebe weltweit rückläufig ist, wollen wir schliesslich auch die Installation unserer Produkte vereinfachen.

Sie haben die Absicht, Ihr Angebot im mittleren Preissegment auszubauen, doch bis anhin war ja Geberit auf Premium-Produkte ausgerichtet. Können Sie diese Strategie näher erklären?
Das Top-Segment ist nach wie vor unser Kerngeschäft, aber wir beobachten eine erfreuliche Entwicklung in Richtung Mitte, namentlich in den Schwellenländern. Um in diesen Märkten Fuss zu fassen, werden wir die mittelpreisigen Produkte vermehrt vorantreiben, das heisst, einfachere Produkte mit gleichbleibender Geberit-Qualität anbieten.

Sie investieren viel in die Vermarktung Ihrer Dusch-WCs «AquaClean». Wie reagiert der europäische Markt? Glauben Sie, dass diese Produkte sich durchsetzen werden, obwohl sie den Verbrauchern in unserem Kulturkreis eher fremd sind?
Diese Produktlinie ist in Japan und Korea sehr beliebt und kommt dort auf eine Durchdringungsrate von 70 beziehungsweise 40 Prozent. In Europa ist sie effektiv noch weitgehend unbekannt. Folglich wollen wir die potenziellen Endkunden auf die Vorzüge dieser Toiletten aufmerksam machen. Dazu müssen wir zuerst ihre Neugierde wecken. Im Internet können Interessenten dann herausfinden, wie unsere Dusch-WCs funktionieren. Schliesslich muss der potenzielle Käufer das WC in unseren Showrooms ausprobieren können.

«Die ethische Komponente im Umgang mit dem Personal wirkt sich positiv auf die Loyalität und Motivation der Mitarbeiter aus.»

Beschränkt sich der Markt nicht ausschliesslich auf Privathaushalte? Ein Hotel muss sich beispielsweise gut überlegen, ob es von den Gästen eine Umgewöhnung auf ein neues System verlangen kann …
Für Dusch-WCs gibt es drei potenzielle Märkte: Privatpersonen, aber auch erstklassige Hotels und Wellnessanlagen, sowie Geriatriespitäler. Die Frage nach den Dusch-WCs stellt sich heutzutage beim Bau oder bei der Renovierung von Luxushotels immer. In einem Fünfsternhotel wird der Gast stets von einem Angestellten auf sein Zimmer begleitet. Dieser kann ihm also die Bedienung des Dusch-WCs erklären oder eine Gebrauchsanleitung abgeben. Man muss die Benützer schulen …

Welchen Anteil an Ihrem Gesamtumsatz macht diese neue Produktmarke heute aus?
Dazu machen wir keine Angaben. Für uns handelt es sich jedenfalls um einen vielversprechenden Markt. Die Verkaufszahlen der AquaClean-Produkte steigen jährlich um rund 20 Prozent.

Sie sind vorwiegend auf europäischem Boden präsent, insbesondere in der Schweiz und in Deutschland. Was erschwert Ihren Markteintritt in andere Kontinente so schwer?
Dafür gibt es zunächst einmal historische Gründe, die damit zusammenhängen, dass sich unser Hauptsitz in Rapperswil-Jona befindet. Ausschlaggebend ist aber vor allem die Tatsache, dass die Normen auf jedem Kontinent völlig anders sind. In China, Japan oder den USA gelten ganz andere Normen als in Europa, was den Zugang für einen Outsider enorm erschwert. Der japanische Markt wird beispielsweise bereits von drei lokalen Grossfirmen beherrscht.

Wo werden die Geberit-Produkte hergestellt?
Wir haben insgesamt 16 Produktionswerke, zwei davon in China, drei in den USA, drei in der Schweiz, vier in Deutschland, zwei in Österreich, einen in Italien und einen in Slowenien. Anders gesagt stellen wir die Produkte direkt dort her, wo wir sie verkaufen. Eine Verlagerung der hiesigen Produktionsstandorte ins Ausland steht bei uns überhaupt nicht zur Debatte. Das lokale Know-how ist sehr wertvoll. Unsere Fabriken in Europa sind stark automatisiert und können punkto Kostenstruktur mit anderen Ländern mithalten.

Eine Delokalisierung würde logistische Komplikationen mit sich bringen.

Planen Sie in diesem Jahr Zukäufe?
Organisches Wachstum ist nach wie vor unsere grundlegende Strategie. Wir überarbeiten jedes Jahr eine Liste mit potenziellen Akquisitionen, planen aber in unmittelbarer Zukunft keine Zukäufe.

Ist es schwierig, im Schweizer Arbeitsmarkt neue Mitarbeiter zu finden?
Schweizer Arbeitskräfte sind in der Regel sehr gut qualifiziert. Die grössten Rekrutierungsschwierigkeiten haben wir im technischen Bereich. Folglich holen wir unsere Ingenieure oftmals im benachbarten Ausland. Der gute Ruf unseres Unternehmens sichert uns den Zugang zu den besten Profilen. Das grösste Problem mit den jungen Schweizern ist ihre Ortsgebundenheit. Es ist nicht leicht, junge Talente für mehrere Jahre nach China, in die USA oder in ein europäisches Land zu schicken. Es gibt zwar immer wieder Ausnahmen, doch Schweizer Arbeitskräfte sind generell geografisch immer weniger flexibel.

Seit April 2011 haben Sie ein Doppelmandat als CEO und VR-Präsident inne. Welche erste Bilanz ziehen Sie?
Mit dieser Situation geht der Verwaltungsrat ganz ohne Probleme um. Neulich befand ich mich auf einer Roadshow bei unseren wichtigsten Aktionären und wurde von niemandem auf mein Doppelmandat hin angesprochen. Diese Regelung wird gut akzeptiert.◢

CEO und Kletterer

Albert Baehny, 59, begann seine Laufbahn bei Geberit als Leiter des Konzernbereichs Marketing und Vertrieb Europa in 2003 und führt den St. Galler Konzern seit 2005. Er gehört zu den wenigen Romands, die in der Deutschschweiz einen solchen Posten bekleiden.

Als Kind von Berner Eltern wuchs er in Payerne auf und machte im Collège St-Michel in Freiburg die Matura. Anschliessend absolvierte der begeisterte Kletterer, der auch sehr gern reist, ein Biologiestudium an der Universität Freiburg. 1979 trat er eine Stelle in der Forschungsabteilung von Serono an, orientierte sich dann jedoch in Richtung Marketing und Management.

Auf seinem weiteren Berufsweg hatte er Führungspositionen bei Dow Chemicals Europe (1981–1993), Ciba-Geigy/Ciba SC (1994–2000), Vantico (2000–2001) und Wacker Chemie (2001–2002) inne.

Albert Baehny ist verheiratet und Vater einer 14-jährigen Tochter. Er wohnt in Arlesheim bei Basel.

Wie die Religion das Finanzwesen beeinflusst

Religiöse Vorschriften werden als Heilmittel für die Exzesse von Hedge Funds und strukturierten Finanzprodukten gepriesen und halten wieder massiv Einzug in die Finanzwelt. Damit stellt sich auch die Frage, wie es um den Laizismus der Wirtschaft bestellt ist.

Sylvain Menétrey

Die islamische Finanzierung erlebt seit einigen Jahren ein nahezu exponentielles Wachstum. Die Summe der Vermögen, die nach den Regeln der Scharia verwaltet werden, ist von 5 Mrd. Dollar Ende der 80er-Jahre auf 1200 Mrd. im Jahr 2011 gestiegen. Experten rechnen damit, dass bis 2016 eine Summe von 3000 Mrd. Dollar erreicht wird.

Diese alternative Form der Finanzierung wird gemeinhin zu den ethischen Finanzprodukten gezählt mit dem Unterschied, dass die ihr zugrunde liegenden ethischen Werte religiöser Natur sind. Ihre Kennzeichen sind eine Aufteilung des Risikos zwischen den Finanzinstituten

Eine Gruppe von Tradern empfängt ihre Kommunion während einer Messe in der philippinischen Börse in Manilla am ersten Arbeitstag des Jahres (2. Januar 2008).

REUTERS/CHERYL RAVELO

und den Kunden sowie das Verbot, in bestimmte, als unrein geltende Branchen wie Rüstung, Schweinefleisch, Alkohol, Pornografie und Glücksspiel zu investieren. Die islamische Finanzierung zeichnet sich vor allem durch ein «riba» genanntes Zinsverbot aus, das auch von den anderen grossen monotheistischen Religionen gepredigt wird, wenn auch in unterschiedlichem Masse.

In der katholischen Kirche sind Zinsen heute als Reaktion auf die ausufernde einstige Praxis des römischen Rechts verboten, die es erlaubte, Schulden damit zu begleichen, die Kinder eines verstorbenen Schuldners zu versklaven. Das Verbot basiert auf einer Auslegung des Lukas-Evangeliums, in dem es heisst: «Ihr sollt leihen, auch wo ihr nichts dafür erhoffen könnt.»

Christen begannen erst im Zuge der Reformation und insbesondere in Verbindung mit dem von Johannes Calvin beeinflussten Pragmatismus, der 1545 den Brief «Über die Wucherzinsen» veröffentlichte, beim Verleihen Zinsen zu erheben. Dieses Zugeständnis führte zu einer beispiellosen Entwicklung des Bankensystems in protestantischen Ländern und zu einem Aufschwung der gesamten Wirtschaft in diesen Gebieten. In Frankreich wurde das Gesetz, das die Zinsnahme verbietet, mit der Revolution von 1789 abgeschafft. Und 1913 wurden Zinsen schliesslich auch vom Vatikan erlaubt.

Im Judentum wiederum sind Zinsen erlaubt, allerdings nur gegenüber Anhängern anderer

«Die Zins verschlingen, sollen nicht anders dastehen als einer, der vom Satan erfasst und in den Wahnsinn getrieben wird.»

Religionen, so wie es auch im Alten Testament geschrieben steht: «Dem Fremden magst du Zins auferlegen, aber deinem Bruder darfst du nicht Zins auferlegen.» So kam es im Mittelalter in Europa zum Aufschwung der jüdischen Finanzwirtschaft.

In der islamischem Welt passierte nichts dergleichen. Das Recht wird früher wie heute von einem Satz im Koran bestimmt: «Die Zins verschlingen, sollen nicht anders dastehen als einer, der vom Satan erfasst und in den Wahnsinn getrieben wird.» Unter Muslimen darf Geld nicht dazu dienen, Geld zu erzeugen, sondern es muss in die Förderung konkreter Projekte fliessen. Finanzspekulationen sind somit in diesem System der Finanzierung weitestgehend verboten. Allerdings kam es durch die Kolonisierung dazu, dass das westliche System in grossen Teilen auch von der islamischen Welt übernommen wurde. Erst seit den 1970er-Jahren kamen im Zuge der Bemühungen um eine Re-Islamisierung der Gesellschaft die Prinzipien der Scharia im Bereich der Wirtschaft wieder stärker zum Tragen.

Um den verschiedenen moralischen Auflagen des Islams gerecht zu werden, hat sich das islamische Finanzsystem spezielle Instrumente ausgedacht, zum Beispiel die «Sukuk» – durch reale Vermögenswerte gedeckte Anleihen. Hierbei werden die Gelder der Anleger einer (dafür bestimmten) Zweckgesellschaft übertragen, die sich um die Investitionen kümmert und die damit generierten Erträge dann wieder den Anlegern übertragen.

Diesen Wertpapieren, die Finanztransaktionen mit realen Wirtschaftsaktivitäten verknüpfen, ist es zu verdanken, dass sich das islamische Finanzsystem während der Krise 2008 als relativ robust erwiesen hat. Seine Anhänger haben es sogar als Gegengift gegen die Exzesse des konventionellen Finanzwesens gepriesen. «Wenn die Banken die Prinzipien der islamischen Finanzierung befolgt hätten, wäre die Finanzkrise nicht ausgebrochen», versichert Waheed Qaiser von Qatar Consulting, einem der ersten Anbieter für islamische Finanzprodukte in Europa, bei einer Konferenz in Genf. Tatsächlich hat die Krise 2008 nur wenige islamische Finanzinstitute empfindlich getroffen. Da die Mechanismen der islamischen Finanzierung stärker von der Realwirtschaft als von den Finanzmärkten bestimmt werden, kommt es nicht zu übermässigen Hebeleffekten oder zur Verbriefung von Forderungen.

Trotz dieser Beschränkungen können islamische Finanzpro-

REUTERS

Eine Traderin verfolgt den Aktienkurs im Börsensaal der Bank Negara Indonesia in Djakarta (22. September 2011).

dukte Erträge bringen, die im Vergleich zu einer konventionellen Finanzierung ähnlich hoch oder sogar höher sind. «Schariakonforme Portfolios, die weder strukturierte Produkte noch CDOs noch Hedge Funds enthalten, haben ihre konventionellen Brüder und Schwestern in den letzten Jahren um Längen überholt», bestätigt John Sandwick, selbstständiger Berater für Islamic Finance in Genf.

Die Schweizer Banker bieten ihren muslimischen Kunden hingegen fast keine schariakonformen Produkte an. Eine Ausnahme bildet lediglich die Bank Sarasin, die eine relativ umfassende Palette davon im Programm hat. John Sandwick analysiert die Vorbehalte der Schweizer mit einem leicht zynischen Unterton: «Die Leute, die strukturierte Produkte verkaufen, hängen an ihrem Bonus und ihren Provisionen, die im Bankensektor absolute Rekordwerte erzielen. Mit der Provision aus dem Verkauf einer guten alten Aktie kann man sich aber halt keinen Audi TT kaufen.» Profitgier ist sicherlich eine Erklärung, doch spielen für die Zurückhaltung in der Heimat des Calvinismus gewiss auch kulturelle Aspekte eine Rolle. «Früher erfolgte die Gleichbehandlung der Kunden über die Qualität der angebotenen Leistungen. Müssen in Zukunft stattdessen die religiösen Vorlieben oder Pflichten jedes Einzelnen berücksichtigt werden? Das Risiko eines Imageschadens ist hoch, weil im Westen immer noch eine hitzige Diskussion über den Platz des Islams in der Gesellschaft geführt wird», meint Michel Ruimy, Professor an der Pariser Business School ESCP Europe.

Dennoch gibt es an einigen westlichen Finanzplätzen, zum Beispiel in London, mehrere Institute für Islamic Finance, und es findet eine sachliche Diskussion zu dem Thema statt. Hinzu kommt, dass renommierte Persönlichkeiten wie Kenneth Rogoff, der ehemalige Chefökonom des IWF, die Stichhaltigkeit der Grundsätze der alternativen Finanzierung verteidigen: «Ich plädiere nicht für eine Rückkehr ins Mittelalter, als das kanonische Recht Kredite mit Zinsauflagen untersagte. Doch das Pendel ist ganz klar zu weit in die Gegenrichtung ausgeschlagen. Diejenigen, die behaupten, das Zinsverbot im islamischen Finanzsystem würde zu Ungleichheiten führen, sollten sich einmal die Systeme ansehen, die die Gesetzgeber im Westen im Namen positivistischer Ideen geschaffen haben», schrieb er im vergangenen Jahr in einer Mitteilung.

In der christlichen Welt wird davon ausgegangen, dass die Idee der sozial verantwortlichen Investments von christlichen Prinzipien abgeleitet ist, auch wenn sie sich inzwischen von diesen entfernt hat. Der Pioneer Fund, der erste sogenannte Ethikfonds, wurde 1928 in den USA auf Anregung des Federal Council of Churches gegründet. Seine Anlagepolitik schloss bereits damals Firmen aus, die ihr Geld mit Alkohol, Tabak oder Pornografie verdienten. Auch heute noch beziehen die Quäker und die Methodisten nichtfinanzielle Überlegungen in ihre Investmentstrategien mit ein. Letztlich sind sich die muslimische und die westliche Finanzkultur also doch näher, als man denkt.◢

Fender rockt an die Börse

Die berühmtesten Rockstars der Welt spielen auf seinen Instrumenten. Nun will der legendäre amerikanische Gitarrenbauer Fender so rasch wie möglich an die Börse, um nach zahlreichen Zukäufen seinen Schuldenberg abzutragen und weiter zu investieren. Serge Maillard

©UA/RUE DES ARCHIVES

Die Rock-Ikone Jimi Hendrix schwor auf Fender-Gitarren. Die Marke verdankt ihm teilweise ihren heutigen Kultstatus.

Diese Szene sorgt wohl auch heute noch bei Rock-Fans für Gänsehaut: Nach einem spektakulären Auftritt am 18. Juni 1967 beim Festival von Monterey kniet Jimi Hendrix vor seiner Fender Stratocaster nieder, giesst Benzin auf die Gitarre und setzt sie in Brand. «Als ich meine Gitarre verbrannte, war das wie ein Opfer. Man opfert die Dinge, die man liebt. Ich liebe meine Gitarre», erklärte der Musiker damals. In einer Zeit, in der es die alten Götter schwer haben, ist die Fender-Gitarre zur neuen Ikone und zum Kultobjekt geworden. Selbst «Gitarren-Gott» Eric Clapton hat eine, genau wie viele andere berühmte Rockgrössen: Marc Knopfler, Bruce Springsteen, Keith Richards, George Harrison oder Kurt Cobain.

«Die E-Gitarre feiert ein regelrechtes Comeback, denn Techno und Electro, die in der zweiten Hälfte der 90er-Jahre die Musikwelt dominierten, sind ziemlich passé.»

Jetzt stellt sich der weltweit grösste Verkäufer von E-Gitarren einer neuen Herausforderung: Er will die Finanzmärkte für sich gewinnen. Im März gab die Marke mit Hauptsitz in Scottsdale im US-Bundesstaat Arizona ihre Absicht bekannt, mit dem Börsensymbol FNDR «möglichst bald» in den Nasdaq aufgenommen zu werden. Bei der Börsenaufsichtsbehörde (SEC) reichte der Konzern ein entsprechendes Dokument ein, in dem er erklärt, bis zu 200 Mio. Dollar einsammeln zu wollen. Die Hälfte dieser Summe soll der Rückzahlung eines Teils seiner Schulden in Höhe von über 246 Mio. Dollar dienen.

Die 1946 in Kalifornien gegründete Marke entwickelte sich über die Jahre zu einem wahren Giganten der Musikindustrie. Seit zehn Jahren übernimmt Fender für teures Geld eine Firma nach der anderen, um seine Produktpalette zu erweitern. Die letzte Akquisition fand im Januar 2008 statt: Mit Kaman Music Corporation (KMC) übernahm der Konzern den grössten unabhängigen Händler von Musikinstrumenten und -zubehör auf dem US-Markt. «Mit diesem Zukauf, dem wichtigsten unserer Geschichte, haben wir uns die Eigentums- beziehungsweise Vertriebsrechte für über 100 Marken gesichert», ist im Börsenprospekt an die SEC zu lesen. Der Preis der Transaktion: 117 Mio. Dollar.

«Leider hat Fender diesen Musikvertrieb mitten in der Krise mit Eigenmitteln erworben und damit noch mehr Schulden angehäuft», erklärt Arturo Bris, Dozent für Management am IMD in Lausanne. Seiner Auffassung nach dient der Börsengang aber nicht nur zur Abtragung von Schulden: «Die Firma will auch ihre Akquisitionsstrategie fortsetzen. Sie will dafür aber zusätzlichen finanziellen Spielraum und möchte nicht mehr auf eine Handvoll Investoren angewiesen sein.»

«Der Börsengang muss Fender die Expansion nach Asien ermöglichen, denn der amerikanische Markt ist gesättigt.».

ZUKUNFTSMARKT ASIEN

Julian Bavaud, Geschäftsführer des Musikvertriebs Wharry in Morges, vermutet als Motiv für den geplanten Börsengang auch «einen gewissen Stolz, als Vertreter einer letztlich kleinen Branche, in der die Gewinne bei Weitem keine astronomische Höhen erreichen, in den Nasdaq Einzug zu halten. Dadurch wird die Glaubwürdigkeit des Konzerns in der Musikwelt gestärkt.» Der Firmenumsatz lag 2011 bei über 700 Mio. Dollar, was einem Jahresplus von 13 Prozent entspricht. Fender verkauft heute auch Gitarren von Guild, Gretsch, Tacoma, Jackson und Charvel sowie Verstärker, Percussion-Instrumente und tragbare Soundsysteme.

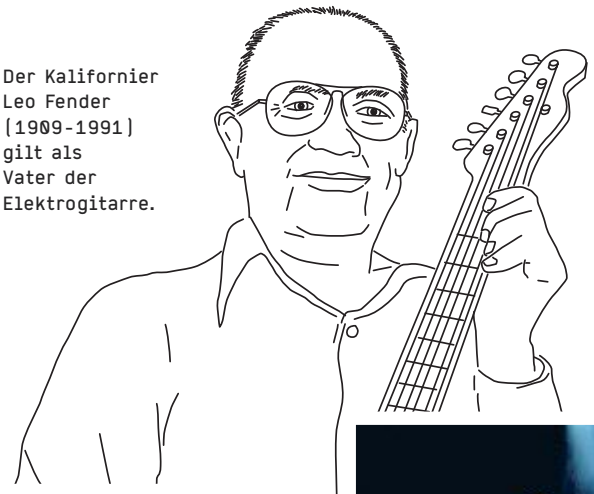
Trotz des krisenbedingten Umsatzrückgangs in den USA konnte sich Fender in den letzten zehn Jahren dank der Expansion des weltweiten Gitarrenmarkts weiter entwickeln: «Die E-Gitarre feiert ein regelrechtes Comeback, denn Techno und Electro, die in der zweiten Hälfte der 90er-Jahre die Musikwelt dominierten, sind ziemlich passé», erklärt Stéphane Abbt, Leiter des Fachgeschäfts The Works in Genf. Der Konzern scheint sich auch gut vom Ausfall seines exklusiven Farblieferanten erholt zu haben, der 2010 eine viermonatige Einstellung der kalifornischen Produktion und einen Verlust von 1,6 Mio. Dollar verursacht hatte (gegenüber einem Reingewinn von 19 Mio. Dollar im vergangenen Jahr).

Die Firma, die von CEO Larry Thomas geführt wird und die Hälfte ihres Umsatzes in den USA erzielt, weist die Investoren gerne auf «die zunehmende Beliebtheit der Gitarre in grossen Schwellenländern wie China, Indien und Indonesien» hin. 2011 wurden dort Instrumente der Fender-Gruppe im Wert von insgesamt 86,1 Mio. Dollar verkauft, was einer 45-prozentigen Umsatzsteigerung über die letzten drei Jahre entspricht. «Der Börsengang muss Fender die Expansion nach Asien ermöglichen, denn der amerikanische Markt ist gesättigt», urteilt Arturo Bris vom IMD. Das Prestige der Marke wird Fender bei der Eroberung des Orients bestimmt zugute kommen: «Beim Kauf dieser Produkte ist die emotionale Komponente stets mitentscheidend», meint Julian Bavaud. «Jeder Gitarrist möchte am liebsten auf einem Instrument mit dem berühmten Logo spielen.»

GIBSON, DIE EWIGE RIVALIN

Den Grundstein zum heutigen Erfolg legte Leo Fender als Pionier der modernen elektrischen Gitarre. Er konzipierte die legendäre Stratocaster und erfand die elektrische Bassgitarre (siehe Boxtext auf Seite 67). Viel zu verdanken hat das Unternehmen auch Bill Schultz. Er gilt als der Retter von Fender, denn er schaffte es, Mitte der 80er-Jahre trotz der mächtigen japanischen Konkurrenz den Niedergang der Marke abzuwenden, indem er die Gitarren wieder nach ihrer ursprünglichen Form bauen liess und mit der Squier eine Niedrigpreis-Fender auf den Markt brachte, die in Japan hergestellt wurde.

Das Unternehmen beschäftigt weltweit gegenwärtig über 2700 Personen und musste seine Preise wegen der Konkurrenz aus Fernost im Laufe der Zeit erheblich senken. «Gegenwärtig kostet eine Fender-Gitarre zwischen 1500 und 1800 Franken», erläutert Stéphane Abbt. «Vor 30 Jahren musste der Käufer genau den gleichen Betrag auf den Tisch legen.» Allerdings sind die Herstellungskosten in der mexikanischen Fenderfabrik nur halb so hoch wie jenseits der Grenze in Kalifornien. Die Squier-Gitarren werden heute in China, Indonesien und Indien gefertigt. Den Platz als Marktführerin für E-Gitarren teilt sich Fender von jeher mit ihrer Erzrivalin Gibson,



Der Kalifornier Leo Fender (1909-1991) gilt als Vater der Elektrogitarre.

Eric Clapton, Keith Richards, Boogie Chillin und Michael Brito gemeinsam auf der Bühne in Atlantic City (1989)

MICHAEL BRITO/ZUMAPRESS SLASH NEWSCOM

FRANCESC FABREGAS/NEWSCOM

Bruce Springsteen während eines Konzerts in Barcelona (1981)

Kurt Cobain, der verstorbene Nirvana-Sänger, bei einem Konzert im Astoria Theatre in London (1991)

ZUMA PRESS/NEWSCOM

einer Firma mit Hauptsitz in Nashville. «Beide Marken entwickeln sich eigentlich parallel, und ihr Konkurrenzkampf ist für das Marketing letztlich eher eine gute Sache», urteilt Stéphane Abbt: «Sie sind die besten Feinde der Welt.» Man kann zwar klar zwei Schulen unterscheiden, doch Rockmusiker wie Dave Gilmour (Pink Floyd) oder Jimmy Page (Led Zeppelin) wechseln problemlos zwischen der klaren, scharfen Fender und der geschmeidigeren Gibson. Die Ankündigung des Börsengangs der amerikanischen Marke bringt die Führungsetage ihrer «besten Feindin» zweifellos ins Schwitzen, denn im Falle seiner Aufnahme in den Nasdaq würde der Fender-Konzern nach Meinung von Arturo Bris über einen gewichtigen Vorteil verfügen, denn «in Krisenzeiten fühlen sich die Anleger angesichts der Ungewissheit zu soliden, prestigeträchtigen Marken besonders hingezogen.» ◢

Von der Big Band zum Gitarrenhelden

Die berühmteste Gitarre der Welt entstand in der Nachkriegszeit. In den 1980ern drohte die Marke unterzugehen, doch sie konnte sich wieder fangen.

Obwohl er das Instrument nie spielen lernte, zählt Leo Fender zu den geistigen Vätern der elektrischen Gitarre. 1950 brachte der Kalifornier die Telecaster auf den Markt. Statt in den Big Bands bloss die Begleitung zu spielen, konnten Gitarristen dank der Verstärkung von nun an selbst in den Vordergrund treten. Im darauffolgenden Jahr baute Leo Fender die erste elektrische Bassgitarre, die Precision Bass. Im April 1954 gelang dem genialen Tüftler schliesslich der ganz grosse Wurf: Mit der Stratocaster revolutionierte er die Musikszene. Sie wurde von den grössten damaligen Gitarrenhelden, dem Amerikaner Buddy Holly und dem Briten Hank Marvin, gespielt und gilt heute noch als das Mass aller Dinge.

Aber Leo Fender verkraftete das Wachstum des eigenen Unternehmens nicht. 1965 gab er auf und verkaufte an den Audio- und Videogiganten CBS. «Eine katastrophale Entscheidung», meint Stéphane Abbt vom Fachgeschäft The Works. «Die Manager hatten überhaupt keinen Bezug zur Belegschaft mehr und wollten nur möglichst viel und billig produzieren.» Wenn sie 1985 nicht von einer kleinen Gruppe führender Mitarbeiter übernommen worden wäre, gäbe es die Marke wohl heute nicht mehr. Sie legten die Stratocaster mit einfachen Mitteln neu auf und lancierten die Billigversion Squier. Der Fender-Sound vibriert weiter.

Hypotheken
mit unglaublich günstigen Zinsen

Swissquote ist die einzige Schweizer Bank, die ein komplettes Online-Hypothekarpaket mit schnellem, bedienerfreundlichem Service anbietet. Das Tüpfelchen auf dem i: die niedrigsten Zinsen, die der Markt zu bieten hat. Jürg Schwab, Direktor der Handelsabteilung bei Swissquote, erläutert das Angebot.

So attraktive Hypothekarzinsen wie die bei Swissquote gab es noch nie: Mit einem Festzins von beispielsweise 1,48 Prozent* bei einer Laufzeit von 10 Jahren war es noch nie so günstig, eine Wohnung oder ein Haus zu kaufen. Bei Krediten mit 2 Jahren Laufzeit beträgt der Zinssatz sogar nur 0,69 Prozent*. Jürg Schwab, bei Swissquote zuständig für e-Hypotheken, zu den Vorteilen des Angebots:

SWISSQUOTE MAGAZINE ▸ Swissquote kann mit den niedrigsten Hypothekarzinsen des Marktes aufwarten. Unter welchen Voraussetzungen kommt man in den Genuss dieser Konditionen?
JÜRG SCHWAB ▸ Man muss nur Swissquote-Kunde sein und die für solche Kredite geltenden üblichen Bedingungen erfüllen, d.h. die erforderlichen Eigenmittel und ein Einkommen nachweisen, womit die jährliche Belastung getragen werden kann. Bemerkenswert ist, dass inzwischen auch Freiberufler von dem Angebot profitieren können.

Was sind die Hauptvorteile des Swissquote-Pakets?
Die Schnelligkeit und die unbürokratische, einfache Abwicklung. Und natürlich die niedrigsten Zinssätze am Markt! Wir sind die einzige Bank, die eine von A bis Z online-unterstützte Lösung anbietet, und zwar in der ganzen Schweiz, rund um die Uhr, 7 Tage die Woche. Andere Kreditinstitute bieten zwar auch Online-Simulationen an, doch müssen die Kunden in einem zweiten Schritt Kontakt mit einem Berater aufnehmen. Dazu kommt, dass wir bei Swissquote keine Kommissionen oder Bearbeitungsgebühren erheben.

Ihr Partner ist die Basellandschaftliche Kantonalbank. Wie kam es zu dieser Zusammenarbeit?
Die BLKB verfügt über ein Triple-A-Rating und kann auf sehr solide Finanzen und viel Erfahrung im Hypothekargeschäft verweisen. Sie ist es übrigens, die die Kredite vergibt. Wir stellen unser technologisches Know-how zur Verfügung.

Wie muss ein interessierter Kunde konkret vorgehen?
Er geht auf unsere Internetseite, wo er alle Informationen zur Kreditvergabe findet. Eine Tabelle zeigt die verschiedenen Zinssätze und die allgemeinen Geschäftsbedingungen des Angebots. Anschliessend füllt der Kunde ein einfaches Online-Formular aus, in dem die Informationen über seine Eigenmittel, sein Einkommen, den Wert seiner Immobilie und den Betrag des gewünschten Hypothekarkredits erfasst werden – die persönlichen Kundendaten sind ja bereits vorhanden. Den Fragebogen hat man also in zehn Minuten ausgefüllt.

Und wenn der Kunde Fragen hat?
Der Kundenservice von Swissquote ist jederzeit erreichbar. Die Kunden können uns anrufen, wenn sie Fragen haben.

THIERRY PAREL

Jürg Schwab, Direktor der Handelsabteilung bei Swissquote, vor dem neuen, sich noch im Bau befindlichen Firmengebäude in Gland. Das Unternehmen hat dort auch seinen Haupsitz.

Die allermeisten Interessenten machen davon aber gar keinen Gebrauch, denn das Online-Tool ist für alle denkbaren Varianten ausgelegt und gleichzeitig extrem einfach zu benutzen.

Was passiert danach?
Die Basellandschaftliche Kantonalbank (BLKB) führt anhand des vom Kunden ausgefüllten Formulars sofort eine Tragbarkeitsberechnung durch und schickt uns das Dossier zurück. Wir senden dem Kunden dann ein Angebot direkt in seine Mailbox. Das Ganze innert weniger als 24 Stunden, meistens sind es sogar nur wenige Stunden. In einer herkömmlichen Bank dauert das alles viel länger. Wenn der Kunde weiter an dem Angebot interessiert ist, erhält er von uns eine konkrete Offerte und legt im Gegenzug die für eine Hypothek üblichen Dokumente vor.

Welches sind die häufigsten Kreditgesuche, die bei Ihnen eingehen?
Obwohl wir auch variable und Libor-Hypotheken anbieten, entscheidet sich die grosse Mehrheit der Kunden für eine festverzinsliche Hypothek, mit einer Laufzeit von 5 bis 10 Jahren. In der derzeitigen Situation, mit Zinssätzen auf historisch niedrigem Niveau, ist dies sehr kostengünstig und erlaubt die Kontrolle des Budgets während der gewählten Zeitspanne. ◢

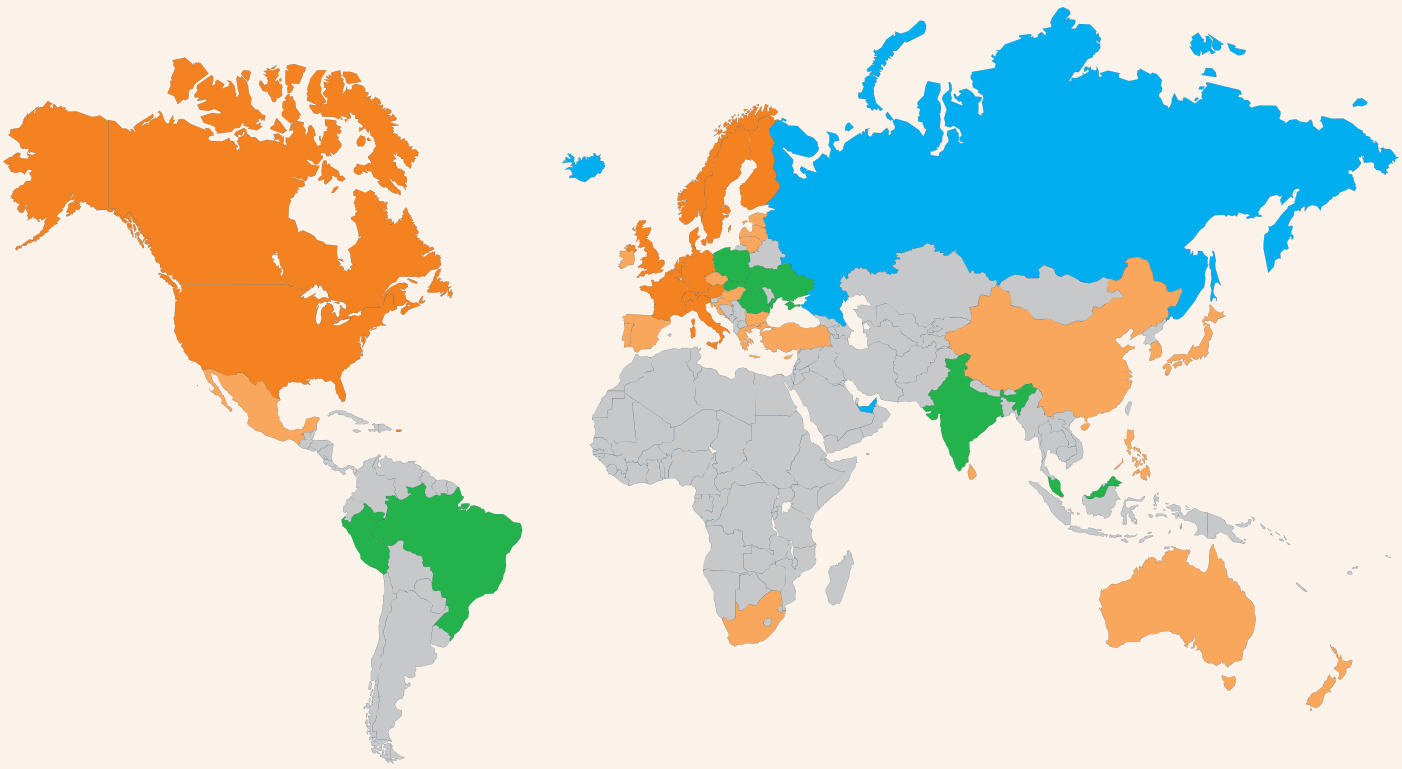
Die niedrigsten Zinsen am Markt

2 Jahre	0,69%
3 Jahre	0,73%
4 Jahre	0,81%
5 Jahre	0,90%
6 Jahre	1,04%
7 Jahre	1,18%
8 Jahre	1,30%
9 Jahre	1,39%
10 Jahre	1,48%

* Zinssätze vom 4. Juni 2012.

SWISSQUOTE-BÖRSENWELT

WWW.SWISSQUOTE.CH



SWISSQUOTE BIETET NOCH VIEL MEHR

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

Leasing Volvo Car Financial Services (BANK-now AG): Volvo XC60 D3 Start/Stopp Kinetic 136 PS/100 kW. Katalogpreis CHF 46 300.–, abzüglich Sonderbonus CHF 1900.– ergibt einen Verkaufspreis von CHF 44 400.–. Monatsrate CHF 460.–, 1. grosse Leasingrate 20%, Laufzeit 48 Monate, 10 000 km/Jahr. Zins nominal 3,9%, Zins effektiv 3,98%. Restwert gemäss Richtlinien von Volvo Car Financial Services (BANK-now AG). Obligatorische Vollkaskoversicherung nicht inbegriffen. Die Kreditvergabe ist verboten, falls sie zur Überschuldung des Konsumenten führt (Art. 3 UWG). Angebot gültig bis auf Widerruf auf den Fahrzeugen des Modelljahres 2013. Treibstoff-Normverbrauch gesamt (nach Richtlinie 1999/100/EU): 5,7 l/100 km. CO_2-Emissionen: 149 g/km (159 g/km: Durchschnitt aller verkauften Neuwagen-Modelle). Energieeffizienz-Kategorie: B. Volvo Swiss Premium® Gratis-Service bis 10 Jahre/150 000 Kilometer, Werksgarantie bis 5 Jahre/150 000 Kilometer und Verschleissreparaturen bis 3 Jahre/150 000 Kilometer (es gilt das zuerst Erreichte). Nur bei teilnehmenden Vertretern. Abgebildetes Modell enthält ggf. Optionen gegen Aufpreis.

SPORT

Sport-Roller auf dem Sprung nach vorn

Sportliche Roller mit grossem Hubraum sind sowohl praktisch als auch leistungsstark. In der Schweiz finden sie immer mehr Anhänger. Ein Überblick.

Philipp Meyer

Motorroller haben heute nahezu alle Städte der Welt erobert. Die Erben der legendären Vespa sind handlich, einfach zu bedienen und bieten einen gewissen Schutz bei schlechtem Wetter. Betrachtet man die Anzahl der Zulassungen (4'123 neue Fahrzeuge in der Schweiz im Jahr 2011), sind heute fast die Hälfte aller (motorisierten) Zweiräder Roller. Mit ihren kleinen Motoren und ihrem auf niedrige Geschwindigkeiten angepassten Fahrgestell stossen sie aber auch rasch an ihre Grenzen. Im Stadtverkehr sind Motorroller, die sich bei Rot an wütenden Autofahrern vorbeischlängeln, mittlerweile ein gewohnter Anblick. Doch auf Autobahnen oder Bergstrassen sind sie bislang nur höchst selten anzutreffen.

Dies könnte sich durch die Entwicklung von Maxi-Scootern jedoch bald ändern. Seit einigen Jahren werden diese ursprünglich für den städtischen Einsatz gedachten Zweiräder mit dem Ziel, ihre Einsatzmöglichkeiten

SÉBASTIEN FOURTOUILL

zu erweitern, hinsichtlich der Abmessungen und des Hubraums immer grösser. Von 125 wurden sie auf 250 cm³, dann auf 400, anschliessend 600 und für den stärksten unter ihnen, den neuen Aprilia SRV 850, der alle Rivalen übertrumpft, sogar auf 840 cm³ aufgestockt. Im vergangenen Jahr machten Modelle mit mehr als 400 cm³ ein Viertel aller verkauften Motorroller aus, und dies trotz ihres hohen Preises (zwischen 10'000 und 14'000 Franken).

Die Neuheiten 2012

Der Klassen-Massstab

Mit insgesamt 180'000 verkauften Einheiten seit seiner Einführung im Jahr 2001 ist der Yamaha TMax der Star unter den Grossrollern, und auch in Sachen Strassenleistung verweist er seine Rivalen auf die Plätze. Dank seines äusserst robusten Aluminiumrahmens fährt er sich fast wie ein Motorrad und wird manchmal sogar bei Strassenrallyes (Geschwindigkeitsrennen auf abgesperrten Strassen) eingesetzt. Um die endlich erwachende Konkurrenz in Schach zu halten, hat Yamaha seinem Bestseller dieses Jahr ein deutliches Lifting verpasst. Dabei erhöhte die Marke ganz nebenbei auch den Hubraum um 30 cm³, wohingegen das Gewicht des Rollers um 4 kg reduziert wurde.

Yamaha TMax 530 ABS
46 PS, 217 kg
13'980 Franken

Der Hybrid-Roller

Bisher war der SW-T 600 der grösste Roller von Honda. Er zeichnete sich eher durch seinen Komfort als durch eine dynamische Fahrleistung aus. Seit Kurzem bietet der japanische Hersteller daneben auch einen viel originelleren Roller an: den Integra. Dieser Neuling nähert sich in vielerlei Hinsicht der Welt der Motorräder. So teilt er sich denn auch zahlreiche Bauteile (Chassis und Motor) mit zwei Motorradneuheiten der Marke, der Enduro NC 700 X und der Roadster NC 700 SD. Durch die so erreichten Optimierungen ist ein attraktiver Preis von 10'320 Franken zustande gekommen.

Honda Integra 700
52 PS, 238 kg
10'320 Franken

«Es sind in erster Linie Männer zwischen 35 und 60, die Gefallen an ihnen finden», erklärt Roland Fuchs, Medienverantwortlicher bei Motosuisse, dem Verband der schweizerischen Fabrikanten, Grossisten und Importeure von Motorrädern und Rollern. «Diese Kunden suchen ein Fahrzeug, das ruhig (ohne manuelles Schalten) und praktisch (Schutz vor Regen und Platz zum Verstauen von zwei Helmen unter dem Sitz) ist und dessen Unterhalt weniger kostet als der eines Motorrads. Ausserdem ist so manche Partnerin beruhigter, wenn ihr Mann mit einem grossen Roller statt mit einem Motorrad unterwegs ist.»

Gleichzeitig übernehmen die Grossroller von den Motorrädern den höheren Komfort und die Strassenleistung, wie zum Beispiel vergleichbare Höchstgeschwindigkeiten, ABS und eine gute Kurvenstabilität dank verlängertem Radstand. So können etwa ohne Probleme kürzere Strecken auf der Autobahn zurückgelegt werden, oder es kann eine zweite Person mitgenommen werden, was mit einem kleinen Roller nicht zu empfehlen ist.

«Die Mehrheit unserer TMax-Käufer (der Inbegriff eines Sport-Rollers aus dem Hause Yamaha, Anm. d. Red.) sind übrigens ehemalige Motorradfahrer», erläutert Peter Manzanarès, Kommunikationsverantwortlicher bei der Hostettler AG, dem führenden Schweizer Importeur von Grossrollern. «Sie suchen ein leichteres, praktischeres und komfortableres Fahrzeug, das gleichzeitig immer noch als Statussymbol dient. Sie sind in der Regel älter und verfügen auch über die nötigen finanziellen Mittel, um sich diese Art von Fahrzeug leisten zu können.»

Der 2001 lancierte TMax war auch letztes Jahr noch Schweizer Marktführer in der Kategorie der Roller mit mehr als 400 cm^3 Hubraum. Mit 340 verkauften Fahrzeugen erzielte das Modell einen mehr als doppelt so hohen Absatz wie sein nächster Konkurrent, der Honda SW-T 600 (174 Stück). Doch in Zukunft verspricht die Konkurrenz um einiges härter zu werden. Mehrere Hersteller haben dieses Jahr Neuheiten vorgestellt (siehe Kasten), darunter der deutsche Fabrikant BMW, der direkt mit zwei Modellen in die Maxi-Kategorie einsteigt. «Mit den grossen Rollern haben wir ein zusätzliches Eisen im Feuer, wenn es darum geht, auf die tiefgründigen Veränderungen in den grossen Agglomerationsgebieten zu reagieren», erklärt Axel Schmidt von der Kommunikationsabteilung bei BMW Schweiz. «Der Verkehr wird immer dichter, die Energiekosten steigen, und der Zugang zu den Stadtzentren wird vielleicht bald hinsichtlich der zulässigen CO_2-Emissionen eingeschränkt werden.»

Die Neulinge

Mit einem sportlichen und einem komfortableren Modell lässt der Automobil- und Motorradhersteller BMW keine Zweifel an seinen neuen Ambitionen im Roller-Segment. Obwohl die Namen nicht darauf hindeuten, besitzen der C600 Sport und der C650 GT das gleiche Fahrgestell sowie einen 650 cm^3-Zweizylinder-Reihenmotor. Die Version GT hebt sich durch ihre bessere Verkleidung, ihre bequemere Sitzbank und einen grösseren Stauraum hervor.

BMW C600 Sport ABS
60 PS, 249 kg
11'980 Franken

BMW C650 GT ABS
60 PS 261 kg
12'450 Franken

Der Extreme

Der Aprilia SRV geht aufs Ganze und wird als «stärkster Roller der Welt» präsentiert. Als Weiterentwicklung des Gilera GP 800 übernimmt er dessen 840 cm^3-Zweizylinder-V-Motor und verfügt über satte 76 PS. Damit kann man sich schon mal der Grenze der 200 km/h nähern – selbstverständlich nur auf einer Rennstrecke oder einer deutschen Autobahn. Und um auch die Letzten vom sportlichen Charakter des Rollers zu überzeugen, hat sich Aprilia im Design optisch am Superbike-Weltmeistermodell RSV4 R inspiriert.

Aprilia SRV 850
76 PS, 249 kg
12'995 Franken

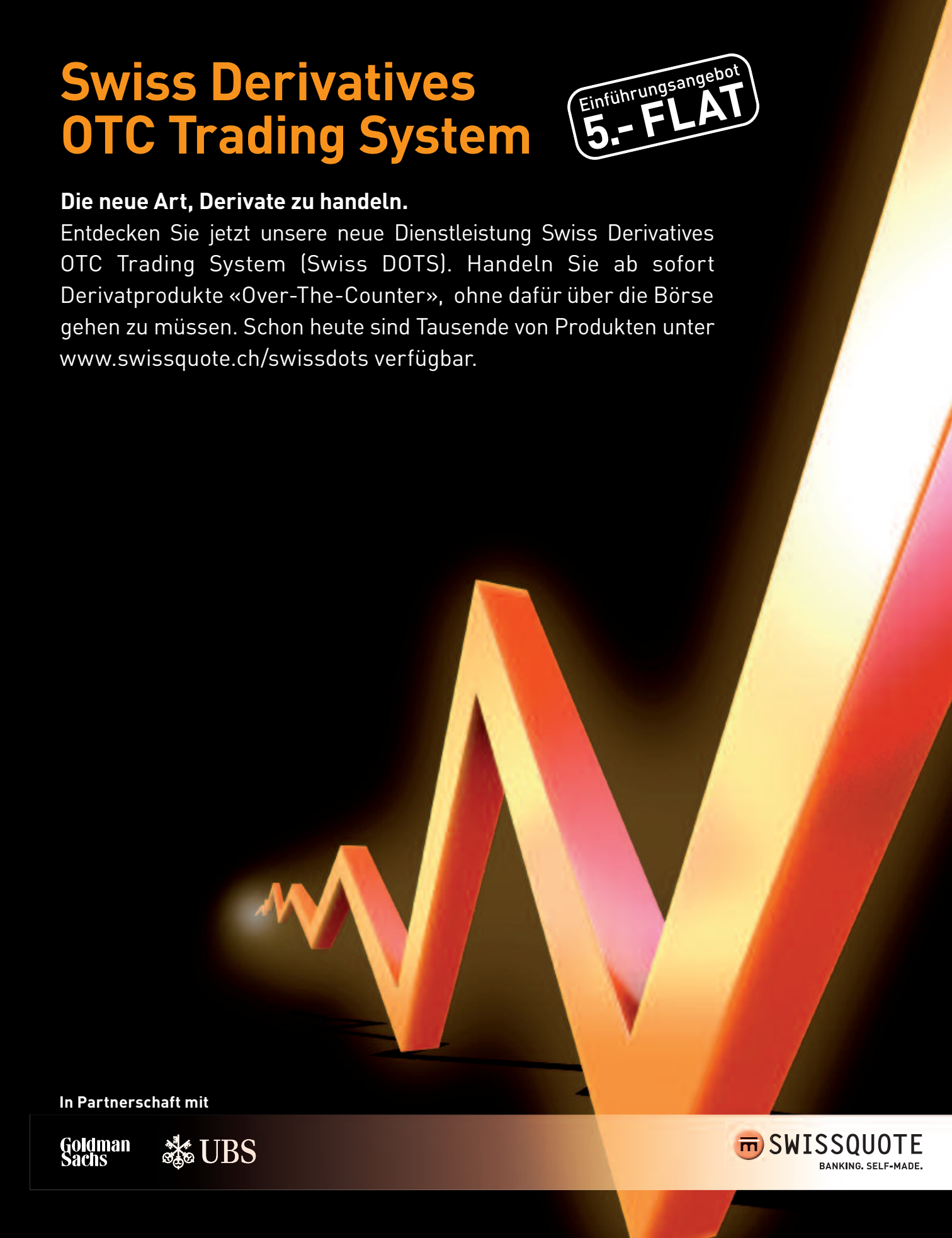
BMW hat übrigens zwischen den Motorrädern und den Autos für seine Roller eigens eine neue Fahrzeugkategorie namens «Urban Mobility» geschaffen. Dank ihrer neuen Stärken könnten die Motorroller schon bald die ländlichen Gebiete jenseits der Stadtgrenzen erobern … ◢

Swiss Derivatives OTC Trading System

Einführungsangebot
5.- FLAT

Die neue Art, Derivate zu handeln.

Entdecken Sie jetzt unsere neue Dienstleistung Swiss Derivatives OTC Trading System (Swiss DOTS). Handeln Sie ab sofort Derivatprodukte «Over-The-Counter», ohne dafür über die Börse gehen zu müssen. Schon heute sind Tausende von Produkten unter www.swissquote.ch/swissdots verfügbar.



In Partnerschaft mit

Goldman Sachs

UBS

SWISSQUOTE
BANKING. SELF-MADE.

MULTIMEDIA

Mobile Bibliotheken

Beeindruckende Akkulaufzeiten, hoher Lesekomfort, grosse Speicherkapazitäten … Die Technologie der E-Book-Reader ist definitiv reif für das 21. Jahrhundert. Ein Überblick über die Vorteile der papierlosen Bücher.

Pascaline Sordet

Für alle jene, die Skrupel haben, ein Buch mit der Schere zu zerlegen, um nur den Teil mitzunehmen, den sie noch nicht gelesen haben, sind E-Book-Reader eine praktische Alternative. Dass diese stark im Kommen sind, bestätigt auch der französische Multimedia-Anbieter Fnac: «2012 wird definitiv das Jahr des digitalen Buchs sein.» Eine ähnliche Prognose war auch schon vergangenen Herbst an der Frankfurter Buchmesse zu hören.

Seit ihren Anfängen hat sich die E-Book-Technologie stark verbessert. Dank der elektronischen Tinte («E-Ink»), die ähnlich wie die magischen Schreibtafeln für Kinder funktioniert, kommt es nicht zu Ermüdungserscheinungen vor dem Bildschirm. Die Reader haben keine Hintergrundbeleuchtung und sind auch an der prallen Sonne lesbar, ganz im Gegensatz zu Tablet-Computern wie dem iPad. Sie sind natürlich weniger vielseitig einsetzbar, doch das Lesegefühl entspricht weitgehend jenem von Papierbüchern.

Die Mini-Bibliotheken mit einem Speichervermögen von bis zu 2000 Titeln sind ideal für unterwegs. Das Display verbraucht nur beim Wechseln der Seiten Strom, und wenn die Wi-Fi-Verbindung ausgeschaltet ist, kann ein E-Book-Reader mehrere Wochen benutzt werden, ohne dass er wieder aufgeladen werden muss. Auch in der Schweiz hat sich das Angebot auf Betreiben des Buchhandels hin deutlich verbessert. In der Romandie betrachtet Payot mit elf etablierten Buchhandlungen den auf www.payot.ch zugänglichen Onlinekatalog mittlerweile als seine zwölfte Filiale. Die Schweizer Niederlassung von Thalia, einer der grössten deutschsprachigen Buchhandlungsketten, erklärte an der BuchBasel 2011: «Wir sind überzeugt, dass das digitale Lesen ein derartiges Gewicht gewinnen wird, dass es zu einem Standbein unseres Geschäftsfelds werden wird.»

Um Bücher auf den Reader zu laden, haben die Leser verschiedene Möglichkeiten. Zunächst einmal kann man über Internetsuchmaschinen nach Büchern suchen, die kostenlos heruntergeladen werden können. Die Auswahl an Klassikern, die nach Auslaufen des Urheberrechtsschutzes bereits zum Gemeingut geworden sind, als auch an Werken von Autoren, die ihre Texte entschädigungslos mit anderen teilen möchten, ist gross und von guter Qualität. Allein das 1971 gestartete internationale Project Gutenberg für die Digitalisierung von rechtefreien Büchern, das nun auch mit E-Readern genutzt werden kann, umfasst 36’000 Werke in Englisch, Deutsch und Französisch.

> «Dank der elektronischen Tinte kommt es nicht zu Ermüdungserscheinungen vor dem Bildschirm.»

Kostenpflichtige Kataloge stellen den anderen Teil des Angebots dar. Amazon mit einem Sortiment von mehr als einer Million englischen Werken hat Onlinebibliotheken von annähernd 100’000 deutschen und 20’000 französischen Titeln ins Netz gestellt, die stetig erweitert werden. Beim Herunterladen gilt es jedoch auf Schutzmechanismen zu achten, die von den verschiedenen Marken eingebaut werden. So können die Bücher von Amazon nur auf dem Kindle Reader gelesen werden, der wiederum keine anderen Formate unterstützt.

Bookeen Cybook Odyssey: für Ästheten

Das Cybook Odyssey ist der jüngste Reader des Pariser Herstellers Bookeen. Es ist kaum grösser als ein Taschenbuch und passt bequem in jede Handtasche. Mit seinem puristischen Design dürfte es vor allem jenen gefallen, die Wert auf schöne Dinge legen. Dieser Reader mit integriertem «Nouveau Littré»- Wörterbuch wird derzeit von den Payot-Bibliotheken der Kundschaft als erste Wahl empfohlen. Auch Blogger Xavier Studer legt frankophonen Lesern das Cybook Odyssey nahe, während er englischsprachigen zum Kindle rät.

BOOKEEN

BOOKEEN CYBOOK ODYSSEY
6-Zoll-Touchscreen
ABMESSUNGEN:
12 x 16,6 cm
STÄRKE: 9 mm
GEWICHT: 195 g
AUTONOMIE: 1 Monat (Wi-Fi ausgeschaltet)
PREIS: ab 199 Franken

SONY

Sony Reader: das Leichtgewicht

Der Sony Reader ähnelt dem Cybook Odyssey von Bookeen, ist aber 30 Franken günstiger. Zudem ist er das leichteste Lesegerät auf dem Markt und kommt von der Vielseitigkeit am ehesten an ein Tablet heran. Mit ihm kann gezeichnet, Musik gehört und im Internet gesurft werden. Trotzdem basiert er auf der E-Ink-Technologie. Die zusätzlichen Möglichkeiten gehen jedoch zulasten der Akkulaufzeit.

SONY READER
6-Zoll-Touchscreen
ABMESSUNGEN:
11 x 17,3 cm
STÄRKE: 8,9 mm
GEWICHT: 168 g
AUTONOMIE: 14 Tage (Wi-Fi ausgeschaltet)
PREIS: ab 159 Franken

AMAZON.COM

Kindle Touch: der Massstab

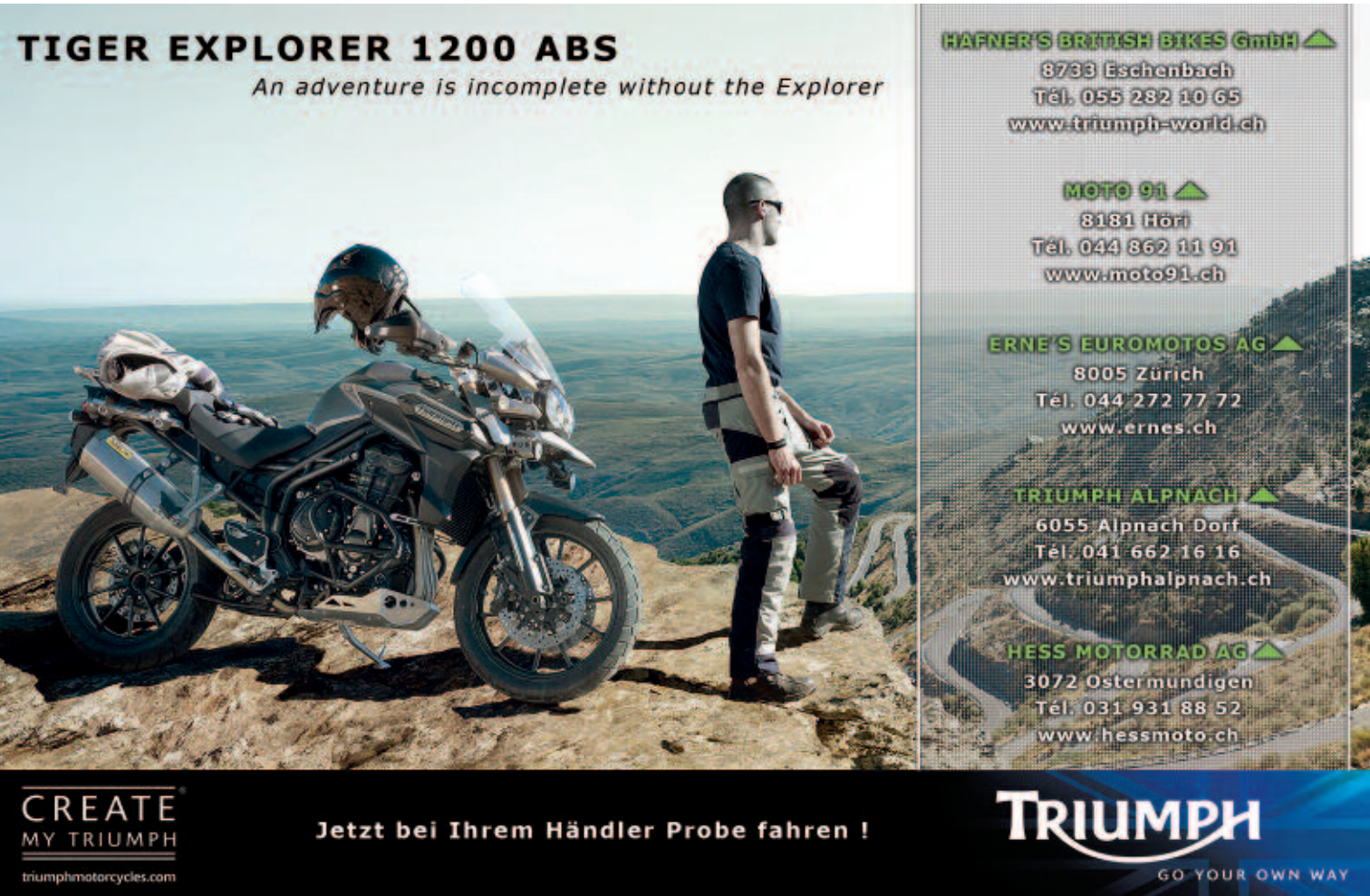
Das wohl bekannteste Lesegerät erschien anfänglich nur auf dem englischsprachigen Markt, steht jedoch seit 2009 auch international zur Verfügung. Der von Amazon produzierte Reader ist mit einer sehr umfangreichen Bibliothek ausgestattet. Sein Hauptnachteil ist, dass er das Herunterladen von Produkten ausserhalb der Onlinebibliothek der Marke verhindert. Eine Version mit Farbdisplay ist in Vorbereitung und wird wahrscheinlich in der zweiten Hälfte des Jahres 2012 auf den Markt kommen. Der Kindle-Reader ist zudem das günstigste Gerät auf dem Markt, selbst in der neusten Version mit Touchscreen.

KINDLE TOUCH
6-Zoll-Touchscreen
ABMESSUNGEN: 12 x 17,2 cm
STÄRKE: 10 mm
GEWICHT: 213 g
AUTONOMIE: 2 Monate (Wi-Fi ausgeschaltet)
PREIS: ab 169 Franken

Andere Marken, wie Bookeen oder Sony, bieten Lesegeräte ohne diesen Nachteil an. Sie können sowohl PDF-Dateien lesen als auch ePub, das klassische Format der Reader, sofern diese Dateien nicht aus einer gesicherten Bibliothek wie der von Amazon stammen. Die Fnac verfügt über eine Onlineauswahl von 100'000 französischen und 50'000 englischen Titeln, ebenso viele wie Payot, wo zusätzlich auch deutsche E-Books angeboten werden. Zahlreiche andere Schweizer und ausländische Anbieter ermöglichen den Onlinezugriff auf digitalisierte Bücher, wie Ex Libris, Buch.ch oder WH Smith. Bei einem Durchschnitt von vier Stunden pro Buch benötigte man mehr als 1000 Jahre, ohne je zu schlafen, um das komplette derzeit bestehende Angebot auszuschöpfen.

Tatsächlich sind einige elektronische Bücher aus vertriebsrechtlichen Gründen mit territorialen Einschränkungen belegt, und das Angebot auf Papier ist noch immer weit grösser, vor allem im Bereich der Neuerscheinungen. Andererseits nutzen die meisten Verleger bereits das digitale Rechtemanagement (DRM). Solche digitalen Sperren begrenzen jedes gekaufte Buch auf fünf oder sechs Kopien. «Auf diese Zahl kommt man schnell einmal», bedauert Xavier Studer, Verfasser des gleichnamigen, auf technologische Neuheiten spezialisierten Blogs. «Eine Kopie auf dem eigenen Computer, eine zweite auf dem eines Angehörigen, eine auf einem Smartphone und eine auf dem Reader, das macht bereits vier. Und wenn man mal sein Handy verliert, dann ist auch die darauf befindliche Kopie verloren.» Das Teilen des Lesespasses mit Angehörigen und Freunden wird also schwierig, ausser man leiht sich gleich den Reader aus.

Das E-Book bringt weitere Veränderungen des Leseverhaltens mit sich: Durch einen flüchtigen Blick auf das Buch seines Gegenübers ein Gespräch mit diesem zu beginnen, wird zum Ding der Unmöglichkeit … Andererseits braucht man sich auch nicht mehr zu genieren, wenn man in aller Öffentlichkeit ein Werk mit erotischem Inhalt liest. Kein Wunder also, dass in den Vereinigten Staaten seit Wochen ein Softporno-Titel für Hausfrauen an der Spitze der Bestsellerliste der «New York Times» liegt. Um diese Nachfrage zu befriedigen, will der angelsächsische Verlag Harper-Collins nun jährlich mindestens 60 E-Books dieses Genres publizieren. ◢



LESEN

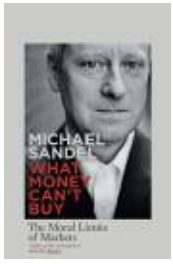
ABSTRACT CITY

Christoph Niemann – (Abrams, 2012; auf Deutsch erschienen bei Knesebeck unter dem Titel «Abstract City – Mein Leben unterm Strich»)

Dieses lustige und gleichzeitig topmoderne Illustrationsbuch erzählt vom Alltag des Illustrators Christoph Niemann in New York (er war dort für «The New Yorker» und «The New York Times» tätig). Für jede seiner autobiografischen Illustrationsreihen hat er eine originelle visuelle Technik entwickelt: Legosteine, Infografiken, Blätter von Bäumen oder Kuchenteig. Dieses Buch ist Kult, das man gleich mehrmals kaufen sollte: Es ist ein ideales Geschenk für Freunde und Familie.

WHAT MONEY CAN'T BUY
THE MORAL LIMITS OF MARKETS

Michael Sandel – (Allen Lane, 2012)



Mit dem neuen Buch von Michael Sandel können die Leser die in dieser Ausgabe des Swissquote Magazine vorgestellten Überlegungen über Ethik in der Geschäftswelt weiter vertiefen. Michael Sandel gilt als einer der wichtigsten amerikanischen Philosophen dieses neuen Jahrhunderts. Er unterrichtet seit mehr als 20 Jahren Politikwissenschaften an der Universität Harvard und erzielte vor zwei Jahren mit seinem Buch «Justice» einen Riesenerfolg in den Buchläden.

HERUNTERLADEN

AUSGABEN PLANEN

(iPhone, iPad, iPod)

Mit der App «My Budget Book» für die Tablets und Smartphones von Apple kann man sein Budget effektiv im Griff behalten. Einkünfte und Ausgaben sowie die Transfers zwischen Bankkonten können eingegeben werden. Die monatlichen Ergebnisse erscheinen dann in einer Gesamtschau in Form von Statistiken und Diagrammen. All das geschieht auf vollkommen sichere Weise: offline.

My Budget Book
1 Franken

KONTAKTE SORTIEREN

(Android, iPhone, iPad)

Manchmal ist es schwierig, sich im Dschungel seiner Kontakte wiederzufinden, die teilweise auf dem Handy und im E-Mail-Programm gespeichert sind. Mit der App Gcontact kann man dieses Durcheinander auf einfache und visuelle Weise klassieren. Sie stellt die Mobiltelefon- und E-Mail-Kontakte zusammen, die dann in Gruppen eingeteilt werden können: Familie, Freunde, Kunden, Arbeitskollegen usw.

Gcontact
Gratis

PLÄNE VISUALISIEREN

(Android, iPhone, iPad)

Die Anwendung Corkulous für Tablets und Smartphones erlaubt es, verschiedenste Dokumentarten, Listen, Kontakte, PDFs und selbst Bilder auf einer virtuellen Tafel anzubringen. Danach kann man sie auf verschiedenen Ebenen durch Pfeile und Links ergänzen. Die App ist hervorragend geeignet, um Projektelemente aus verstreuten Dokumenten zusammenzuführen.

Corkulous
5 Franken

NICHT LINEARE PRÄSENTATIONEN

(iPad)

Programme wie Keynotes und Powerpoint sind manchmal zu umfangreich, um damit Präsentationen in Versionen für mobile Geräte aufzubereiten. Die App Picture Link ermöglicht es, zügig eine professionelle Präsentation zu generieren, und bietet dazu eine nicht lineare Navigation. Man braucht nur Bilder zu importieren und durch benutzerdefinierte Links zu ergänzen, um von einem Bild zum andern zu gelangen.

Picture Link
3 Franken

REISE

Route 66, eine unendliche Geschichte

JEAN-MICHEL LE

Die legendäre Strassenverbindung von der US-amerikanischen Ost- zur Westküste, die als Symbol für Freiheit und ewige Weite gilt, hat nichts von ihrer Anziehungskraft verloren. Eine Übersicht über unverzichtbare Etappenhalte.

Armelle Vincent

3946 km

Die Route 66 beginnt an den Ufern des Lake Michigan, mitten im Grant Park von Chicago. Sie endet in Santa Monica an der Pazifikküste. Die Strasse führt durch acht Staaten (Illinois, Missouri, Kansas, Oklahoma, Texas, New Mexico, Arizona und Kalifornien) und ist 3'940 Kilometer lang, wobei Gesamtlänge und Verlauf durch den Bau der Interstate Highways immer wieder Veränderungen erfuhren.

Die legendäre Route 66, die die USA von Ost nach West durchquert, hat unzählige Spitznamen, wie etwa Mainstreet of America, Historic Route, Great Diagonal Way oder Bloody 66. Besonders eindrücklich beschrieb sie der Schriftsteller John Steinbeck in seinem Meisterwerk «Früchte des Zorns»: «*Der breite Zementstreifen durchquert das ganze Land vom Mississippi bis nach Bakersfield … schlängelt sich durch rote und graue Erde, führt in vielen Windungen auf Berge hinauf, überschreitet die Wasserscheidelinie, taucht in die heisse, gleissend helle Wüste, um anschliessend wieder Berge zu erklimmen und die üppigen Täler Kaliforniens zu erreichen … Die Route 66 ist die Mutter aller Strassen, die Strasse der Flucht.*» (freie Übersetzung)

Als Farmer aus Oklahoma, Kansas und dem Norden von Texas in den 1930ern nach jahrelangen, verheerenden Sandstürmen die als Dust Bowl bekannte Region in Scharen verlassen mussten, brachen sie auf der Route 66 zu den erträumten grünen Plantagen Kaliforniens auf. Damals setzte sich die Strecke aus Pfaden, Wegen und Landstrassen zusammen, die 1926 miteinander verbunden worden waren. Lediglich ein Drittel dieser einzigen Ost-West-Verbindung in den USA war zu diesem Zeitpunkt asphaltiert. Entlang der Route 66 entstanden dann langsam verschiedenste Geschäfte und Ortschaften. Ende der 50er-Jahre begann der Bau von Autobahnen, die die Route 66 umgingen und damit ihren Niedergang besiegelten. Sie büsste ihre Bedeutung als Verkehrsverbindung ein und dient heute mehr als touristische Attraktion. Ihre Sanierung verdankt die vom Zerfall bedrohte Überlandstrasse Ex-Präsident Bill Clinton, der 1999 10 Mio. Dollar für die Instandsetzung der Strasse und ihrer Attraktionen bewilligte, zu denen vor allem Motels, Tankstellen, Brücken und Restaurants von «historischem» Wert gehören. ◢

1 Tankstelle Amber Texaco

Dwight, Illinois

Auf der Route 66 befinden sich rund fünfzehn historische Tankstellen, die im Zuge des aufkommenden Autoverkehrs entstanden. Um das Landschaftsbild nicht allzu sehr zu beeinträchtigen und die Bewohner nicht zu verängstigen, wurden die unspektakulären Gebäude damals ganz bewusst unauffällig am Strassenrand platziert. Häufig gehörten dazu auch ein Diner-Café und ein Gemischtwarenladen. Weiss und adrett: Amber Texaco ist die älteste Tankstelle auf der Route 66 und wurde unlängst zum Fremdenverkehrsbüro umfunktioniert.

2 Chain of Rocks Bridge

Saint Louis, Missouri

Sehenswert ist diese Brücke wegen ihres ungewöhnlichen 30-Grad-Knicks in der Mitte. Auf ihr überquert man in 18 Metern Höhe den Mississippi, um von Illinois nach Missouri zu gelangen. Sie wurde 1929 eingeweiht und gilt als eine der interessantesten Brücken in den USA. 1968 wurde sie stillgelegt, weil sie für moderne Verkehrsmittel nicht mehr tauglich war. Nach ihrer Sanierung wurde sie 1999 als Radweg wiedereröffnet.

3 Wagon Wheel Motel, Café and Station,

Cuba, Missouri

Diese Kreuzung aus Motel, Café und Tankstelle empfängt seit 1936 Reisende und versetzt den Besucher in die Blütezeit der Route 66 zurück, als es noch keine Hotelketten gab, sondern Familienbetriebe die Norm waren.

4 66 Drive-In

Carthage, Missouri

Das Freiluftkino wurde 1949 eröffnet, als der Siegeszug des Autos in vollem Gange war, und gehört zu den wenigen Drive-Ins auf der Route 66, die im ursprünglichen Zustand erhalten geblieben sind. Das historische Kino ist immer noch in Betrieb (freitags bis sonntags in den Monaten April bis Oktober). Es befindet sich drei Kilometer ausserhalb der Stadt Carthage auf offenem Gelände, was heutzutage echten Seltenheitswert besitzt, da die meisten Drive-Ins mittlerweile der Verstädterung zum Opfer gefallen sind.

5 Galena

Kansas

Galena wurde 1876 als erste Bergbaustadt im Bundesstaat Kansas gegründet und gehörte mit ihren vormals 30'000 und heute 3'000 Einwohnern zu den grössten Städten östlich von New York. Zwischen 1935 und 1937 war Galena Schauplatz zahlreicher Bergarbeiterstreiks. Die meisten Geschäfte sind heutzutage zwar geschlossen, doch der Ort konnte seinen früheren Charme bewahren und vermittelt immer noch einen Eindruck von der Atmosphäre in einer Bergbausiedlung des Mittleren Westens am Anfang des 20. Jahrhunderts.

6 Totem Pole Park

Foyil, Oklahoma

Ein Abstecher in diesen Park, der zwischen 1937 und 1961 vom bekannten Künstler Ed Galloway angelegt wurde, lohnt sich auf jeden Fall. Leider verpassen die meisten Touristen diese Attraktion, da sie sechs Kilometer abseits der Route 66 liegt. Viele wissen gar nicht, dass es den Park überhaupt gibt, was schade ist. Die 27 Meter hohe, aus Zement, Holz und Stein gefertigte Skulptur von Galloway gehört mit ihren Basrelief-Darstellungen des Lebens der Indianer zu den höchsten und originellsten Totempfählen der Welt.

ISTOCKPHOTO

Station Service Amber
Texaco Dwight, Illinois

MICHAEL SZÖNYI IMAGE BROKER/NEWSCOM

Bridge Chain of Rocks
Saint Louis, Missouri

JIM MCDERMOTT

66 Drive-In
Carthage, Missouri

DR

Totem Pole Park
Foyil, Oklahoma

ETHANK

Petrified Forest National Park
Navajo, Arizona

KATIE LAIRD

Pueblo of Santo Domingo
New Mexico

PEDRO SZEKELY

Santa Monica
Kalifornien

ISTOCKPHOTO

Pasadena
Kalifornien

7 Route 66, SH 207 to Interstate 40

Conway, Texas

Die Strecke zwischen der State Highway 2017 und der Interstate 40 ist das längste und am besten erhaltene Teilstück auf texanischem Boden, dem Land der Cowboys und der unendlichen Weiten der Prärie. In dieser naturbelassenen Landschaft können sich die Reisenden der Gegenwart einmal wie ihre Ahnen aus den 30er-Jahren fühlen. So empfiehlt denn auch der National Park Service, die Fahrt auf diesem Teilstück der Route 66 mit einer Ray-Ban-Sonnenbrille auf der Nase anzutreten und eine CD von Frank Sinatra einzulegen. Am Strassenrand tauchen Windmühlen, Landwirtschaftswege und Silos auf.

PETE ZARRIA

RSH 207 to Interstate 40
Conway, Texas

8 Pueblo of Santo Domingo

New Mexico

New Mexico ist das «Land der Verzauberung». Das weite Panorama mit seinen Rot- und Erdtönen und die eindrückliche Hochebene sind für Europäer Exotik pur. Und durch den Besuch einer Indianersiedlung mit Adobe-Lehmhäusern, wie sie beispielsweise in Santo Domingo vorzufinden sind, wird der Zauber vollendet. Santo Domingo liegt am Rio Grande zwischen Santa Fe und Albuquerque. Hier sind die Traditionen vergangener Tage noch intakt. Die Einwohner stellen heute noch Schmuck und Töpfereigegenstände her. Die Route 66 durchquert Santa Fe zwar nicht, doch es wäre schade, an diesem Juwel aus der Kolonialzeit vorbeizufahren. Santa Fe ist die mexikanischste aller amerikanischen Städte. Wer aber unbedingt auf der Mutter aller Strassen bleiben will, kann auch im historischen Stadtteil von Albuquerque, der Hauptstadt des Bundesstaates, etwas mexikanische Atmosphäre schnuppern. Auf keinen Fall auslassen: das Pueblo von Laguna.

10 Pasadena

Kalifornien

Pasadena liegt am Fuss der San Gabriel Mountains und zählt zu den hübschesten Städten Kaliforniens. Die Strassen der Altstadt laden mit ihren Restaurants, Cafés, Boutiquen und herrschaftlichen Häusern zum Flanieren ein – eine Seltenheit in der Region um Los Angeles, wo man gewöhnlich ohne Auto nicht weit kommt. Bekannt ist Pasadena zudem für seine Museen – allen voran die Huntington Library – und für seine Wissenschaftsinstitute.

9 Petrified Forest National Park

Navajo, Arizona

Der einzige Nationalpark entlang der Route 66 gehört zum Weltnaturerbe und beherbergt die weltweit grösste Ansammlung von verkieselten, versteinerten Baumstämmen. Vor 200 Mio. Jahren lag die Gegend in einem Flussdelta, an dessen Ufern gigantische Bäume wuchsen, die später durch Sedimente überlagert wurden. Zu den spektakulären Sehenswürdigkeiten des Parks gehört auch der Painted Desert, ein Wüstengebiet mit runden Steinkuppen, dessen Name auf die vielfarbigen Gesteinsschichten verweist. Hier befindet sich auch das Painted Desert Inn; ein Besuch in diesem früheren Motel, das nun das Museum des Nationalparks beherbergt, lohnt sich.

11 Santa Monica

Kalifornien

Etwa dreissig Kilometer weiter westlich endet die Route 66 – die Westküste ist erreicht. Santa Monica ist hip, Entstehungsort der Fusionsküche und heute mehrheitlich besiedelt von einer umweltbewussten neuen Oberschicht mit Hybridautos in den Einfahrten ihrer riesigen Villen. Pflicht ist hier ein Spaziergang durch die Fussgängerzone der 3rd Street Promenade mit ihren unverwüstlichen modernen Troubadouren, die dort täglich auftreten.

BOUTIQUE

Würfelglück

Wer diesen Sommer am Pool relaxen will, holt sich den Kube, einen der neusten Geniestreiche des Designerlabels für Outdoormöbel Ego Paris. Der clevere 4-in-1-Würfel mit lackiertem Aluminiumgestell, Blumenmuster und Armlehnen aus Teakholz dient je nach Bedarf als Hocker, Couchtisch, Sessel oder Liegestuhl.

www.egoparis.com

1'400.-

Schweizer Mix

Der vom Schweizer Designer Oliver Rubli entworfene Phonograph, ein mobiler Plattenspieler für den DJ mit Stil, vereint Hightech, Drahtlosübertragung und Ästhetik. Die limitierte und nummerierte Serie mit ihren schlichten, eleganten Linien wird vollständig im Vallée de Joux hergestellt und ist bei Teo Jakob erhältlich. Exklusiver Schick made in Switzerland.

www.compactlab.com

12'000.-

80 Kerzen

1963 entwickelte Jack W. Heuer einen neuen Chronographen speziell für Rennfahrer und ihre Fans: die legendäre Heuer Carrera. Zu seinem 80. Geburtstag bringt der begeisterte Motorsport-Anhänger einen exakten Nachbau des Originalmodells in limitierter Auflage heraus, der mit seiner Unterschrift und dem Familienwappen verziert ist.

www.tagheuer.com

4'500.-

Trainer im Fussballschuh

Mit miCoach Speed Cell beschert uns Adidas den ersten intelligenten Fussballschuh. In der Sohle des Modells adizero F50 befindet sich ein Chip, der die Durchschnittsgeschwindigkeit, die Anzahl der Sprints, die zurückgelegte Strecke, die Höchstgeschwindigkeit und die Gesamtdauer aufzeichnet. Die Informationen können anschliessend auf dem PC, Mac oder dem Smartphone über eine drahtlose Verbindung ausgelesen werden (USB-Stick wird mitgeliefert).

www.adidas.com

300.-

Musik to go

Bang & Olufsen lanciert seine neue Linie B&O Play. Die erste Kreation der Marke, eine tragbare Box, wirkt wie eine Hommage ans Transistorradio und wurde von der dänischen Designerin Cecilie Manz entworfen. Beolit 12 ist mit einem 120-Watt-Verstärker und einem 10-cm-Subwoofer ausgerüstet und hat eine Akkuleistung von acht Stunden.

www.bang-olufsen.com

850.-

Unter Wasser

Diesen Sommer drehen wir ein Remake von «Im Rausch der Tiefe» – jedenfalls beinahe. Dank der Maske mit integriertem Fotoapparat (acht Megapixel) und Kamera von Liquid image kann man seine Unterwasserabenteuer bis zu einer Tiefe von fünf Metern festhalten und hat dabei die Hände frei. Das reicht zwar nicht für den Meeresgrund, ist aber perfekt beim Schnorcheln … oder im Pool.

www.liquidimageco.com

148,50

Vom Grill

Elegant, praktisch und technisch perfekt – der Gasgrill von Eva Solo macht das sonntägliche Grillen zu einem stilvollen Event. Besondere Highlights: modernes Design, drei je nach Art der Speisen getrennt regulierbare Brenner, Stauraum im Inneren und ein Deckel, mit dem man den Grill in einen kleinen Tisch verwandeln kann. Will jemand ein Würstchen?

www.evasolo.com

1'995.-

Vintage Time

Das neuste Must-have von Officine Panerai? Die Luminor Marina 1950 3 Days – 47 mm. Die Uhr im Vintage-Design mit dem Logo in einer damals üblichen Schriftart ist von einem Modell aus den 1940er-Jahren inspiriert, das zu Ehren der italienischen Marine entworfen worden war, und steht bei den Liebhabern der florentinischen Uhrmacherkunst hoch im Kurs.

www.panerai.com

9'100.-

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

«Vergessen hat eine schöpferische Funktion»

Barbara Weber

Woher meine Inspiration kommt? Grösstenteils aus der Kunst, von Museumsbesuchen, aber auch von Begegnungen mit zeitgenössischen Künstlern. Ich unterhalte mich unheimlich gern mit Künstlern und Schriftstellern. Auch ein philosophischer Essay eignet sich sehr gut als Ausgangspunkt für ein neues Projekt.

Im Prinzip lasse ich mich von fast allen Disziplinen inspirieren, abgesehen vom Theater selbst. Das heisst nicht, dass dessen Geschichte gänzlich an mir abperlt. Aber was in der Vergangenheit bereits am Theater inszeniert wurde, hat keinen direkten Einfluss auf mein kreatives Schaffen. Im Gegenteil: Ich versuche, mich davon zu lösen und meine eigenen Ideen so frei wie möglich zu entfalten.

Ich halte die Dinge, die mir in den Sinn kommen, nicht systematisch fest. Einige von ihnen tauchen aber ein Jahr später plötzlich wieder auf, dann kann es sein, dass ich diese Einfälle mit ganz neuen Augen sehe. Ich denke, dass der Prozess des Vergessens eine schöpferische Funktion hat: So wird es möglich, zu verschiedenen Zeitpunkten entstandene Ideen neu zu kombinieren.

Hinzu kommt, dass der Schaffensprozess im Theater eine kollektive Dimension hat. Alle, die an einem Stück beteiligt sind, treffen sich in einem Raum, um ein gemeinsames Projekt entstehen zu lassen. Jede Gruppe hat ihre eigene Dynamik, ihren eigenen Rhythmus. Der Regisseur hat die Aufgabe, die verschiedenen Ideen zu kanalisieren und diejenigen herauszufiltern, die ihm brauchbar erscheinen. In der

STEFAN MINDER

Die 37-jährige Barbara Weber steht auf Popkultur und Experimente und machte sich in den 2000er-Jahren mit ihrem Theaterzyklus «Unplugged» einen Namen. In den Stücken, die vor allem auf den deutschsprachigen Bühnen viel gespielt wurden, hinterfragt sie die Mythen unserer Zeit, zum Beispiel die Rote Armee Fraktion in «RAF unplugged». Seit 2008 leitet sie gemeinsam mit Rafael Sanchez das Zürcher Theater Neumarkt, wo sie bedeutende Werke wie Tolstois «Anna Karenina» und Goethes «Wahlverwandtschaften» für die Bühne adaptiert.

Regel ist es so, dass die Entscheidungen des Regisseurs immer stärker von den äusseren Umständen geprägt werden, je näher der Tag der Premiere rückt. Es kann also sein, dass man sehr genaue Vorstellungen in Bezug auf das Licht oder die schauspielerische Leistung hat, diese sich aber einfach nicht umsetzen lassen; dann muss man Kompromisse machen.

Das nächste Stück, das wir am Theater Neumarkt auf die Bühne bringen, ist Shakespeares «Sommernachtstraum». Ich kümmere mich um die eine Hälfte der Inszenierung und mein Kollege Rafael Sanchez um die andere. Das ist unter dem Aspekt der Teamarbeit ein interessantes Experiment. Wir werden sehen, ob die beiden Inszenierungsvorstellungen am Ende zusammenpassen. ◢

cartier.com - 044 580 90 90

Cartier

CALIBRE DE CARTIER

1904 MC MANUFAKTURWERK

DAS KALIBER 1904 MC STEHT, WIE SEIN NAME VERMUTEN LÄSST, FÜR ÜBER 100 JAHRE TECHNISCHE EXZELLENZ AUS DEM HAUSE CARTIER. DIE UHR CALIBRE DE CARTIER IST MIT EINEM AUTOMATIKWERK AUSGESTATTET, DAS NEUE STILISTISCHE UND TECHNISCHE MASSSTÄBE IN DER TRADITIONELLEN UHRMACHERKUNST SETZT. ES WURDE VON CARTIER ENTWORFEN UND ENTWICKELT UND WIRD BEI CARTIER HERGESTELLT.

42 MM STAHLGEHÄUSE. MECHANISCHES MANUFAKTURWERK MIT AUTOMATIKAUFZUG, KALIBER CARTIER 1904 MC (28.800 HALBSCHWINGUNGEN PRO STUNDE, 27 LAGERSTEINE, DOPPELTES FEDERHAUS, BEIDSEITIG AUFZIEHENDER ROTOR), KLEINE SEKUNDE, DATUMS FENSTER. FACETTIERTE STAHLKRONE MIT CABOCHON. SCHWARZES, OPALISIERENDES ZIFFERBLATT. KRATZFESTES SAPHIRGLAS.

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.