

SWISSQUOTE

ePRIVATE BANKING MAGAZINE

Nr 1

100 SEITEN
ANALYSEN UND
ANLAGETIPPS

CLEANTECH

DIE WIRTSCHAFT WIRD GRÜN

- ▶ EINE BRANCHE STARTET DURCH
- ▶ DIE GEWINNER
- ▶ DIE SCHWEIZ GANZ VORNE DABEI

.....BURBERRY.....FACEBOOK.....KUONI.....MEYER BURGER.....

.....NOKIA.....DERLIKON SOLAR.....SIKA.....



Die Vorteile von Aluminium und Karbon sind schneller gefühlt als erzählt.

Der neue Audi R8 Spyder mit Audi Space Frame-Technologie.



Audi **Swiss** Service Package+

Reparatur 3 Jahre oder 100 000 km

Service 10 Jahre oder 100 000 km

Es gilt jeweils das zuerst Erreichte



Audi
Vorsprung durch Technik



152 Gramm. Und tonnenweise Tradition.



IWC
SCHAFFHAUSEN
SINCE 1868

«Korrekt.»



Grosse Ingenieur Chronograph. Ref. 3784: Gut, dass mit unserer Erfahrung nicht auch das Gewicht dieses IWC-Manufakturchronographen gewachsen ist. Der automatische Doppelklinkenaufzug, die Uhr-in-Uhr-Anzeige und die Flybackfunktion sind die Ergebnisse jahrzehntelanger Uhrmachertradition. Eine Last, die man doch gerne mit sich herumträgt. **IWC. Engineered for men.**

Mechanisches IWC-Manufaktur-Chronographenwerk (Bild) | Flybackfunktion | Automatischer IWC-Doppelklinkenaufzug | Datumsanzeige | Entspiegeltes Saphirglas | Saphirglasboden | Wasserdicht 12 bar | Edelstahl



Ein Kompass für Anleger

Ich bin wie Sie, ich hüte mich vor Trends. Ich verwalte mein Vermögen lieber so, wie ich es aus eigener Erfahrung lerne, nach meinen kulturellen Vorstellungen. Ich lasse mich lieber von meiner Intuition leiten als von Trends. Bei Swissquote ist das zur Unternehmenskultur geworden: Wir scheuen uns nicht davor, gegen den Strom zu schwimmen, mit den Gewohnheiten zu brechen und auch mal ganz andere Wege zu gehen. Es braucht diese Verwegenheit, um Platz für eine neue Art von Bank zu schaffen – gerade in einem Land wie der Schweiz, wo der Bankensektor eine lange Tradition hat.

In Ihren Händen halten Sie ein weiteres Beispiel unseres antizyklischen Vorgehens: die erste Ausgabe von «Swissquote Magazine». Gerade weil sich die Verleger um die Zukunft der Presse sorgen, es immer weniger Zeitschriften gibt und der Werbemarkt einbricht, haben wir uns entschieden, einen neuen gedruckten Titel zu lancieren. Und dies als Pionier der Online-Finanzinformation. Eine bizarre Idee also?

Keineswegs. Denn es ist eine einfache und klare Tatsache: Die Leute interessieren sich immer mehr für das Wirtschaftsgeschehen. Über eine Million Schweizerinnen und Schweizer besitzen Aktien. Unser Magazin will sie dabei unterstützen, die Mechanismen der Wertvermehrung zu verstehen. Es soll eine Art Kompass durch einen sturmgepeitschten Ozean sein, der häufig von wirtschaftlichen Ereignissen aufgewühlt wird.

Die globale Finanz- und Wirtschaftskrise hat gezeigt, dass Finanzprofis nicht immer die am besten geeigneten Navigatoren sind. Nehmen Sie also das Ruder selbst in die Hand! Aber das geht nur, wenn Sie auch die richtigen Informationen über den einzuschlagenden Kurs haben. Es braucht dazu verlässliche Informa-

tionen, fundierte Einschätzungen von Marktbeobachtern und qualifizierte Studien über Erfolg versprechende Geschäftsmodelle.

Genau das bietet das neue «Swissquote Magazine»: Gehaltvolle Artikel, welche die globale Wirtschaftsentwicklung und deren Effekte auf dem Schweizer Markt ausleuchten.

In jeder Ausgabe (zu Beginn wird es 6 Ausgaben pro Jahr geben) werden Experten und Unternehmensführer zu Wort kommen. Wir präsentieren neue Strategien und technologische Innovationen, ohne auf kurzlebige Trends und Moden hereinzufallen. Dank der zweimonatlichen Erscheinungsweise kann das Magazin aktuelle Themen aufgreifen. Und es macht Sie so zu einem Navigator, der auch bei schwerer See seinen Kurs findet.

Die erste Ausgabe ist dem vielversprechenden Sektor der sauberen Technologien gewidmet (Cleantech). Sogenannte «sozialverträgliche» Investitionen haben zwar schon länger einen guten Ruf, doch die Rendite war vernichtend tief. Nun aber hat sich die Welt verändert. Viele innovative Unternehmen sind auf den Cleantech-Zug aufgesprungen. Die Renditeaussichten sind entsprechend verlockend. Höchste Zeit also, sich mit diesem Thema zu befassen (siehe Seite 42).

Es freut uns, dass Sie zu unseren Lesern gehören, und wir wünschen Ihnen viel Spass bei der Lektüre,



Marc Bürki,
CEO, Swissquote

SWISSQUOTE

Herausgeber

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

Koordination des Magazins

Brigitta Cooper

Editorische und grafische Umsetzung

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

Leitung

Gabriel Sigrüst
und Pierre Grosjean

Koordination

Fabienne Bogadi

Redaktion

Bertrand Beauté
Martine Brocard
Ludovic Chappex
Melinda Marchese
Marie Maurisse
Sylvain Menétrey
Anne-Christine Mota
Geneviève Ruiz
Daniel Saraga
Martin Stutz
Andreas Turner

Übersetzung

Régine Finck
Dorothee Hofer
Michaela Mastroianni
Robert Schnieper

Layout

Jérémie Mercier

Seitenlayout

Jérémie Mercier
Sandro Bacco
Diana Bogsch

Cover

Peter Pauli,
CEO von Meyer Burger
Foto: Thierry Parel

Fotos

Jason Alden
Ian Berry/Magnum
Jesse Frohman
Raphael Hefti
Axel Heimken
Alban Kakulya/Strates
Fred Merz/Rezo
Thierry Parel
Martin Parr/Magnum

Werbung

MedienSatellit
Zypressenstrasse 60
8004 Zürich
T. +41 43 268 50 39
www.mediensatellit.ch
info@mediensatellit.ch

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

INTERVIEW

ERNST BÄRTSCHI, CEO VON SIKA



SOZIALE NETZWERKE



WORLD WATCH



BURBERRY

INHALTSVERZEICHNIS

- | | |
|---|---|
| <p>3. EDITORIAL
von Marc Bürki</p> <p>6. GESTERN, MORGEN</p> <p>8. WORLD WATCH</p> <p>18. LOSERS-WINNERS
Die Gewinner und Verlierer
des Schweizer Marktes.</p> <p>22. SIKA – EIN RIESIGES
WACHSTUMSPOTENTIAL
Ernst Bärtschi strebt eine
Umsatzverdoppelung des
Schweizer Riesen an.</p> <p>28. DIE BESTEN ANLAGEN
IM JAHR 2010
Analysen, Tipps und Rat-
schläge der Spezialisten.</p> | <p>34. THE ART OF TRENCH
Burberry im Internet.</p> <p>38. GESCHÄFTSTÜCHTIG
VIA FACEBOOK
Wie Firmen soziale
Netzwerke intelligent nutzen.</p> <p>42. DOSSIER CLEANTECH
Die Wirtschaft wird grün</p> <p>44. Der Aufschwung der
Umwelttechnologien</p> <p>46. Wind- und Solarkraft –
realistische Perspektiven</p> <p>49. Meyer Burger: Das Schwei-
zer Unternehmen bald
Spitzenreiter auf dem
Weltmarkt</p> |
|---|---|



DOSSIER CLEANTECH DIE WIRTSCHAFT WIRD GRÜN



VIDEOSPIELE NEHMEN WIEDER FAHRT AUF

PETER PAULI,
CEO VON MEYER BURGER



KUONI INVESTIERT IN CHINA

DR. ARTOFIETRENCH.COM, BJÄGLIN, THIERRY PAREL, RENATO, EA

- | | |
|--|--|
| <p>56. KUONI – EHRGEIZIGE ZIELE FÜR DEN CHINESISCHEN MARKT
Das Reiseunternehmen richtet den Blick auf neue Märkte.</p> <p>62. NOKIAS NEUER SCHACHZUG
Der finnische Riese bringt Vielfalt in sein Angebot.</p> <p>66. VIDEOSPIELE
Der Spielkonsolenmarkt stärker in der Krise als der der Videospiele.</p> <p>70. GEFÜHLE, DIE DEN MARKT BEHERRSCHEN
Irrationale Einflüsse auf die Finanzwirtschaft</p> | <p>75. SWISSQUOTE
Die neuen Produkte und Services der Online-Bank.</p> <p>84. REISE
Traumhafter Ausflug auf die Archipele der Südsee.</p> <p>88. AUTOMOBILE
Hybrid-Limousinen – ökologisch korrekter Luxus.</p> <p>96. EIN WORT ZUM SCHLUSS
Wie der berühmte Designer Yves Behar seine Ideen entwickelt.</p> |
|--|--|

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/

G E S T E R N

AG AI AR BE BL BS FR GE GL GR JU LU NE NW OW SG SH SO SZ TG TI UR VD VS ZG ZH

SWISS RE VERKAUFT
AN WARREN BUFFET

Der Schweizer Rückversicherer Swiss Re hat auf den 1. Oktober 2009 für 1,3 Milliarden Franken das ertragschwache US-Lebenspolizen-Geschäft an den Rückversicherungskonzern Berkshire Hathaway des Milliardärs Warren Buffet abgetreten. Die Swiss Re betreut das Portfolio zwar weiterhin, erhält jedoch durch die Transaktion flüssige Mittel, die sie in anderen Sektoren einsetzen kann.

☒ RUKN, BRK.A

SONOVA BAUT AKTIVITÄTEN AUS

Der Zürcher Hörgerätekonzern Sonova hat für 75 Millionen Dollar das US-Unternehmen InSound Medical erworben. Das kalifornische KMU mit rund hundert Angestellten erwirtschaftete 2009 einen Umsatz von 5 Millionen Dollar. Es hat kürzlich ein neuartiges Hörgerät entwickelt, das vom Spezialisten nahe am Trommelfell platziert wird. Es wird in den USA bereits von rund 3000 Personen getragen.

☒ SOON

CLARIANT KOMMT NICHT ZUR RUHE

Der Basler Spezialitätenchemie-Konzern hat ein turbulentes Jahr hinter sich. Die Umstrukturierung war hart, wurden doch 2009 fünf Fabriken geschlossen und 3200 Arbeitsplätze abgebaut. Doch das dürfte nicht genügen: Bei mehreren Anlagen wird gegenwärtig der Betrieb eingestellt, weil der Kostendruck auf dem Chemiemarkt angesichts der Überkapazitäten nicht nachlassen dürfte. Beobachter erwarten, dass weitere 2000 Stellen verloren gehen werden.

☒ CLN

NESTLÉ ÜBERNIMMT DAS TIEFKÜHL-
PIZZA-GESCHÄFT VON KRAFT

Nestlé hat mit dem US-Konzern Kraft Foods eine Vereinbarung über den Kauf des Tiefkühlpizza-Geschäfts von Kraft in den USA und in Kanada für 3,7 Milliarden US-Dollar geschlossen. Die Transaktion betrifft die Marken Di Giorno, Tombstone, California Pizza Kitchen, Jack's und Delissio. Mit einem geschätzten Umsatz von 2,1 Milliarden Dollar im Jahr 2009 ist Kraft in den USA Marktführer für Tiefkühlpizzas und verzeichnete in den letzten vier Jahren in Nordamerika ein zweistelliges Wachstum.

☒ NESN, KFT

SESSELRÜCKEN

Mehrere Bosse grosser Schweizer Konzerne haben 2009 ihren Abschied genommen. Während einige ihren Rücktritt in Ruhe vorbereiten konnten, schieden andere abrupt oder unter dem Druck enttäuschender Resultate aus. So etwa Jacques Aigrain nach dem schlechten Ergebnis von Swiss Re, Werner Karlen drei Monate nach seiner Ernennung zum Generaldirektor von Implenia sowie Dieter Scheiff bei Adecco und Martin Hellweg bei Swisssmetal (SMET). Gegen Letzteren hatten vor allem die Arbeiter im Stahlwerk La Boillat in Reconvilier im Berner Jura rebellierte.

☒ RUKN, IMPN, ADEN

CREDIT SUISSE IST BESTE BANK
DER WELT

Die Credit Suisse wurde vom Wirtschaftsmagazin The Economist zur besten Bank der Welt im Jahr 2009 gekürt. Die Zürcher Grossbank hat vor allem im Bereich der Vermögensverwaltung an Terrain gewonnen. Ex aequo mit der US-Bank JP Morgan Chase klassiert, hat zwar auch die Credit Suisse Fehler gemacht. Sie verstand es jedoch, ihre Bilanz rasch wieder ins Lot zu bringen und eine glaubwürdige Strategie im Investmentbank-Sektor zu entwickeln. Laut der Economist-Studie wurden die Banken anhand exakter Kriterien beurteilt: Unabhängigkeit vom Staat, Kursentwicklung der Aktien, Abschreibungen und Verluste. Das Wochenmagazin unterstrich vor allem die Unabhängigkeit, benötigte die CS doch keine öffentlichen Gelder für die Bewältigung der Finanzkrise.

☒ CSGN



M O R G E N

AG AI AR BE BL BS FR GE GL GR JU LU NE NW OW SG SH SO SZ TG TI UR VD VS ZG ZH

DIE UBS SIEHT IHRE BONI ERNEUT BESCHNITTEN

Statt der vorgesehenen 3,9 Milliarden Franken darf die UBS gemäss Auflage der schweizerischen Finanzmarktaufsicht Finma für das Geschäftsjahr 2009 nur 3 Milliarden an Boni auszahlen. Angesichts der voraussichtlich 3 bis 4 Milliarden Verlust für 2009 erwarte man von der Grossbank eine gewisse Zurückhaltung. Die Boni sollen im März überwiesen werden.

📈 UBSN

MARC ALEXANDER HAYEK, DER DESIGNIERTE NACHFOLGER

Marc Alexander Hayek ist in der Öffentlichkeit etwas weniger bekannt als Nicolas G. und dessen Sohn Nick. Doch das wird nicht so bleiben. Laut der Wirtschaftszeitung L'Agefi ist es nämlich er, der 1971 geborene Enkel von Nicolas und Neffe von Nick, der zum künftigen Generaldirektor des weltgrössten Uhrenkonzerns bestimmt ist. Nach der Scheidung seiner Eltern nahm Marc A. Hayek in jungen Jahren den Namen seiner Mutter wieder an. Als CEO und Präsident der Luxusuhrenmarke Blancpain bereitet er sich heute auf die spätere Spitzenfunktion vor.

📈 UHRN

ABB

ABB hat von Transport of London, den öffentlichen Nahverkehrsbetrieben der Hauptstadt, einen Auftrag in Höhe von 70 Millionen Dollar erhalten. ABB soll eine neue Hauptverteilerstation für die U-Bahn bauen. Sie wird in der Nähe der Haltestelle Edgware Road entstehen. ABB dürfte die Arbeiten 2012 abschliessen.

📈 ABBN

STRAUMANN STREBT NEUEN AUFSCHWUNG AN

Der Zahnimplantate-Hersteller Straumann möchte sich künftig als Lieferant ganzheitlicher Lösungen positionieren. Mit zwei Übernahmen wagt sich das Unternehmen auf das verwandte Gebiet der regenerativen Zahnmedizin vor. Mittelfristig soll sich das Produktesortiment stark ändern. Die Zahnimplantate sollen nur noch 72% ausmachen; 12% werden Produkte für die restaurative und 6% für die regenerative Zahnheilkunde betreffen.

📈 STMN

NOVARTIS INVESTIERT IN CHINA

Novartis wird über die nächsten fünf Jahre hinweg eine Milliarde US-Dollar in die Forschung und Entwicklung in China investieren. Zum Entwicklungsprogramm im Rahmen dieser Investition gehört insbesondere der «signifikante Ausbau» des China Novartis Institute for BioMedical Research (CNIBR) in Schanghai. Es soll das weltweit drittgrösste derartige Zentrum von Novartis werden. Das auf die Entwicklung neuer Medikamente spezialisierte Institut soll langfristig von heute 160 auf 1000 Beschäftigte erweitert werden. Der chinesische Staat hat vorgesehen, in den nächsten drei Jahren 124 Milliarden Dollar in den Ausbau des Gesundheitswesens zu investieren.

📈 NOVN

JP MORGAN NENNT IHRE TOPS

Laut der US-Grossbank werden die auf den europäischen Märkten kotierten Aktien 2010 bis zu 20% zulegen. Wie jedes Jahr hat JP Morgan eine Rangliste der vielversprechendsten und der weniger gewinnträchtigen Titel veröffentlicht. Unter ihren Schweizer Favoriten findet man Roche, Swiss Re und Syngenta. Abgeraten hingegen wird von den Aktien von Barry Callebaut, Clariant und Panalpina.

📈 ROG, RUKN, SYNN, BARN, CLN, PWTN

LOGITECH SETZT AUF DIE VIDEO-KONFERENZ

Mit der Übernahme des Videokonferenzen-Spezialisten Life Size erschliesst sich der Logitech-Konzern, gegründet von Daniel Borel aus Neuchâtel, einen Tätigkeitsbereich in vollem Aufschwung. Dieser Markt hatte 2009 ein Volumen von 2,1 Milliarden US-Dollar. 2012 soll der globale Umsatz gar auf 3,6 Milliarden steigen.

📈 LOGN

WORLD WATCH



HEINEKEN EROBERT MEXIKO



Der niederländische Bierbrauer Heineken hat für insgesamt 5,3 Milliarden Euro die Brauereitaktivitäten des mexikanischen Getränkekonzerns Fomento Economico Mexicano SA (FEMSA) erworben. Heineken will damit eine neue Plattform mit bedeutendem Wachstumspotenzial schaffen.

HEIA



L'ORÉAL ERSTÜRMT DIE US-COIFFEURSALONS

L'Oréal ist der weltgrösste Kosmetikahersteller und hat Nestlé als einen bedeutenden Minderheitsaktionär. Nun hat L'Oréal die amerikanischen Unternehmen Maly's Midwest und Marshall Salon Services erworben, welche die Coiffeursalons in den zentralen Vereinigten Staaten mit diversen Produkten beliefern. Der Kaufpreis für die beiden Gesellschaften mit einem Gesamtumsatz von ca. 130 Millionen Dollar (2009) wurde nicht bekannt gegeben. Maly's Midwest und Marshall Salon Services beliefern mehr als 40'000 Coiffeursalons in acht Staaten des Mittleren Westens. Damit deckt der französische Konzern künftig 80% des US-Territoriums ab.

OR



PETROBRAS HAT 2009 DIE ERDÖLFÖRDERUNG UM 6,3% GESTEIGERT

Mit einer durchschnittlichen täglichen Förderung von 1,9 Millionen Barrel pro Tag ist die Erdölproduktion der staatlichen brasilianischen Gesellschaft Petrobras 2009 um 6,3% gestiegen. Brasilien verfügt über nachgewiesene Reserven in Höhe von 14 Milliarden Barrel. Der Staatskonzern will seine Anstrengungen schwergewichtig auf die grossen Vorkommen konzentrieren, die Ende 2007 vor der Südostküste des Landes im Atlantik unter einem dicken Salzsediment entdeckt worden waren. Diese könnten laut Regierung insgesamt rund 50 Milliarden Barrel umfassen.

PZE

MILLIARDEN FÜR DEN BRITISCHEN STAAT



Auch dieses Jahr werden die Londoner Finanzinstitute ihren Angebotenen Boni auszahlen. Dabei haben sie offensichtlich beschlossen, dafür eine Sondersteuer von 50% auf sämtliche Beträge in Kauf zu nehmen, die für Bonizahlungen von mehr als 25'000 Pfund pro Empfänger reserviert sind. Nach Ansicht zahlreicher Banker könnte diese Abgabe dem Staat um die 4 Milliarden Pfund einbringen, viel mehr als die 550 Millionen, die die Regierung ursprünglich geschätzt hatte.

ZEMENTKARTELL IN POLEN

Sechs der wichtigsten Zementhersteller Polens wurde wegen illegaler Preisabsprachen eine Rekordbusse von insgesamt 411 Millionen Zloty (150 Millionen Franken) aufgebremmt. Sie hatten den polnischen Markt seit mindestens 1998 untereinander aufgeteilt. Zu den Gebüssten gehört auch der Ozarow-Konzern, der von der irischen CRM und Cemex Polska, einer Tochter der mexikanischen Cemex, kontrolliert wird.

☒ CEMEXCPO

SCHLECHTE NOTEN FÜR GRIECHENLAND

Nach dem Vorbild von Standard and Poor's hat Moody's die Bewertung von Griechenland gesenkt. Wegen der Ungewissheiten über die Zahlungsfähigkeit Griechenlands sank die Note für Staatsobligationen von A1 auf A2. Am 16. Dezember 2009 hatte S and P's Griechenland bereits von A- und BBB+ herabgestuft.

DER IWF HILFT DER TÜRKEI

Der Internationale Währungsfonds (IWF) bereitet sich darauf vor, ein hohes Darlehen an die Türkei freizugeben. Mit Erklärungen bleibt der IWF zurückhaltend, doch laut der türkischen Presse soll das Darlehen zwischen 10 und 60 Milliarden Dollar (10,3 bis 61,8 Milliarden Franken) betragen.

NESTLÉ SCHLIESST EINE FABRIK IN SIMBABWE

Der Nahrungsmittelriese Nestlé hat seinen Milchverarbeitungsbetrieb in Simbabwe «vorübergehend» geschlossen. Dies als Reaktion auf Druckversuche von Polizei und Behörden, Milch von bestimmten Lieferanten zu beziehen. Tatsächlich hatte der Konzern am 1. Oktober 2009 angekündigt, keine Milch mehr von Erzeugern ohne Vertrag zu kaufen. Dies hatte er zuvor zeitweilig getan, um die Versorgung des Landes nicht zu gefährden. Daraufhin hatten die Behörden von Simbabwe im selben Monat kurzfristig die Konten von Nestlé blockiert. Der Konzern ist seit 50 Jahren in Simbabwe tätig, beschäftigt ungefähr 200 Personen und produziert Milchpulver und Getreideprodukte, vor allem für den einheimischen Markt.

☒ NESN

SAMBIA WILL BERGBAUGIGANTEN INS LAND HOLEN



Der Binnenstaat im südlichen Zentralafrika will die ausländischen Investitionen in seine Bergbauindustrie steigern und versucht, Giganten wie Rio Tinto und BHP

Billiton für das Kupferminensegment zu interessieren. Sambias Steuerregime schreckt jedoch die Investoren ebenso ab wie die hohen politischen Risiken in diesem Land mit zehn Millionen Einwohnern, das sich als grösster afrikanischer Kupferproduzent profiliert.

☒ RTP, BHP

DISNEY IN CHINA



Der US-Medien- und -Freizeitkonzern Walt Disney hat von den chinesischen Behörden grünes Licht für den Bau eines neuen Themenparks bei Schanghai erhalten. Disney betreibt seit 2005 einen Vergnügungspark in Hongkong, den der Konzern für 450 Millionen Dollar erweitern wird. Dieser Park war in letzter Zeit als zu klein kritisiert worden, um die zahlreichen Besucher aus China aufnehmen zu können.

☒ DIS,U

XSTRATA INVESTIERT IN AUSTRALIEN

Der in Zug domizilierte und in London kotierte Minenkonzern Xstrata wird 542 Millionen Dollar investieren, um die Lebensdauer einer Mine in Australien zu verlängern. Der Kupfer-Bereich will den Abbau in der Mine Ernest Henry Mining bei Cloncurry im Nordosten Australiens noch bis 2024 weiterführen, da der Konzern die Reserven an Eisenerz in dieser Mine um 600% auf 72 Millionen Tonnen nach oben korrigiert hat. Jährlich sollen ab 2012 ungefähr 50'000 Tonnen Kupfer und 70'000 Unzen Gold gefördert werden.

☒ XTA

SEKTOREN

FINANZEN

Das Debakel der Superfonds Die Industrie der Funds of Hedge Funds hat unter der Finanzkrise enorm gelitten. Laut einer Studie von EurekaHedge sind die verwalteten Mittel zwischen Mai 2008 und November 2009 um 70% eingebrochen. Die spezialisierten Schweizer Finanzinstitute verwalteten 203 Milliarden Dollar in solchen Dachfonds, heute sind es nur noch 61 Milliarden. Dies entspricht einem Weltmarktanteil von 14% gegenüber 25% anno 2007. Trotzdem behauptet die Schweiz ihren dritten Rang hinter den USA (40,8%) und Grossbritannien (23,9%).

Kotierte Gesellschaften generieren ein Fünftel des Schweizer BIP Nach einer Studie von economieuisse generieren die 249 kotierten Schweizer Aktiengesellschaften 42% der Unternehmenssteuern, 11% sämtlicher Arbeitsplätze, 18% des BIP, 31% der Ausfuhren, 51% der privaten Forschung und 54% der Direktinvestitionen. Berechnet man ihren Beitrag zur Schweizer Volkswirtschaft, indem man ihre Lieferanten einbezieht, macht dieser sogar 25% des Bruttoinlandprodukts (BIP) aus.

Die Credit Suisse hilft den Jungen Die Credit Suisse Group investiert 30 Millionen Franken in Schulungsprogramme gemeinnütziger Organisationen, um jungen Leuten zu helfen, eine Lehrstelle zu finden oder sich in den Arbeitsprozess einzugliedern. Zudem stellt die Bank für KMU und innovative Start-ups ein Risikokapital von maximal 100 Millionen Franken bereit, um in der Schweiz neue Arbeitsplätze zu schaffen. Beide Massnahmen werden durch die Schaffung von 150 zusätzlichen Lehrlings-Ausbildungsplätzen innerhalb der Bank ergänzt. **CSGN**

AIRLINES

Durststrecke für Fluggesellschaften Laut der IATA, der internationalen Flugtransport-Vereinigung, dürften die international operierenden Fluggesellschaften 2010 weitere 5,6 Milliarden Dollar verlieren, nochmals 2 Milliarden Dollar mehr als im Vorjahr. Der Grund? Der Anstieg der Erdölpreise und die rückläufigen Einkünfte im Ticketverkauf. Zwischen 2000 und 2009 haben die Fluggesellschaften insgesamt 49,1 Milliarden Dollar verloren, was einem Durchschnitt von 5 Milliarden Dollar pro Jahr entspricht.

KOMMUNIKATION

Die Mobiltelefonie ist in der Schweiz zu teuer Die Schweizerinnen und Schweizer zahlen die Treue zu ihren Mobiltelefonie-Betreibern teuer. Laut einer Untersuchung von Comparis.ch könnten sie beim Wechsel zu einem günstigeren Anbieter 1,9 Milliarden Franken sparen. Nur eine verschwindend kleine Minderheit von 4% der Handy-Abonnenten nutzt wirklich die günstigste Formel, wie eine Umfrage bei 5810 Personen ergab. Nimmt man nur die billigsten Abos, ohne die Prepaid-Formel, beläuft sich das Sparpotenzial auf 1,5 Milliarden Franken.

BAUSEKTOR

Gestiegene Löhne im Baugewerbe Der Durchschnittslohn der Beschäftigten in der Baubranche ist 2009 laut Mitteilung des Schweizerischen Baumeisterverbands SBV 2009 im Schnitt um 2,2% gestiegen. Im Mittel belief sich der Monatslohn auf 5'545 Franken. Unter der Berücksichtigung der negativen Inflation von 0,4%, wie sie das Staatssekretariat für Wirtschaft SECO erwartet, hat also das Realeinkommen im letzten Jahr um 2,6% zugenommen. Die letzte Erhebung fand im Februar 2008 statt.

AUTOMOBIL

Neuwagenverkauf in der Schweiz um 7,8% gesunken 2009 wurden in der Schweiz 266'018 Personenwagen verkauft, was einem Rückgang von 7,8% gegenüber 2008 entspricht, als 288'525 Autos abgesetzt wurden. Die Zahlen von Dezember 09 lassen jedoch mit einem Rückgang von nur 0,2% Hoffnung für 2010 aufkommen. Der Nutzfahrzeugabsatz sank 2009 noch stärker, um 13,3% im Vergleich zu 2008 bei den leichten Nutzfahrzeugen und gar um 39,2% bei den schweren Lastwagen.

LOGISTIK

Ein neues Silo im Basler Hafen

Rhenus Port Logistics, ein Unternehmen der Rhenus-Gruppe, baut seine Infrastruktur im Basler Hafen aus. Rund eine Million Franken werden in das Silo 9 getaufte Lagerhaus investiert. Mit einer Länge von 84 Metern und einer Höhe von 35 Metern sowie einem maximalen Fassungsvermögen von 32'680 m³ ist dieser Neubau von grosser Wichtigkeit. Immerhin laufen 17% der Schweizer Einfuhren über Basel. Der Getreideimport über dieses Tor zur Welt ist für die Versorgung der Schweiz lebenswichtig.

PHARMA

Preisabsprachen in der Pharmabranche

Die Schweizer Wettbewerbskommission (Weko) hat drei grossen Pharmakonzernen eine Busse von insgesamt 5,7 Millionen Franken aufgebremst. Pfizer, Eli Lilly (Schweiz) und Bayer (Schweiz) werden beschuldigt, die Preise für ihre Potenzmittel abgesprochen zu haben. Die drei Unternehmen sollen die Konsumentenpreise von Viagra, Cialis und Levitra in Form empfohlener Abgabepreise vereinbart haben.

PFE, LLY, BAYN

Arzneimittel: alarmierender Anstieg von Fälschungen

Der Handel mit gefälschten Arzneimitteln in der EU alarmiert nun auch die Europäische Kommission. In 2 Monaten hat die EU bei Zollkontrollen in allen Mitgliedsstaaten 34 Millionen gefälschte Tabletten beschlagnahmt. Es handelte sich vor allem um Antibiotika, Mittel gegen Krebs, Malaria und Cholesterin, Schmerzmittel und gefälschte Viagra-Pillen. Ein Grossteil der beschlagnahmten Mittel stammte aus Indien.

UP

Guillaume Morand



Dem Besitzer der Schuhläden Pump it Up wurde eine ganze Seite im Wall

Street Journal eingeräumt. Grund: Nach der berüchtigten Abstimmung über die Minarett-Initiative hatte er auf dem Dach eines seiner Lagergebäude in Lausanne ein Minarett errichtet.

Christine Lagarde



Die französische Wirtschaftsministerin wurde von der Financial Times

als beste Finanzministerin der Eurozone ausgezeichnet. Die Jury unterstrich die Rolle, die sie im «Krisenmanagement auf internationaler Ebene» spielte.

Monica Ribar



Die Direktorin von Panalpina (PWTN) figuriert laut der Financial Times

auf dem 24. Rang der weltweit wichtigsten Managerinnen. Sie leitet seit 2006 dieses Schweizer Frachtunternehmen mit 40'000 Beschäftigten in 80 Ländern.

Steve Ballmer



Der CEO von Microsoft hat verlangt, dass seine Vergütungen bei 1,27

Millionen Dollar eingefroren werden. Damit ist er zwar wesentlich schlechter bezahlt als die Generaldirektoren weit kleinerer Unternehmen, dafür besitzt er annähernd 5% der Microsoft-Aktien und ist damit der zweitgrösste Aktionär des Konzerns.

DOWN

François-Paul Journe



Seine Klage wurde in zweiter Instanz abgewiesen: Der Uhrmacher wurde zur

Zahlung von mehreren zehntausend Euro an die Uhrenmarke Jaquet Droz (Swatch Group) verurteilt. Diese hatte er des Diebstahls geistigen Eigentums und des unlauteren Wettbewerbs beschuldigt.

Gillette



Das Image der Marke Gillette hat unter einem «Doppelklingeneffekt» ge-

litten: Die beiden Werbeträger Thierry Henry und Tiger Woods wurden von den Medien wegen Betrugereien fallen gelassen, der eine im sportlichen, der andere im ehelichen Bereich.

Raj Rajaratnam



Der Milliardär aus Sri Lanka, Patron von Galleon, wird beschuldigt,

von vertraulichen Informationen profitiert zu haben, um an der Börse 20 Millionen Dollar Gewinn einzustreichen. Er kam in New York vor Gericht und riskiert eine Gefängnisstrafe von 145 Jahren.

Nexus One



Hunderte Benutzer sind verärgert, weil es für das Smartphone Nexus One

von Google, Verkaufspreis 529 Dollar, keinen Kundendienst gibt.



«Ich bin entschlossen, den letzten Penny einzutreiben, der dem amerikanischen Volk geschuldet wird, vor allem wenn ich die Berichte über massive Profite und obszöne Bonuszahlungen gerade jener Konzerne sehe, die ihr Überleben dem amerikanischen Volk verdanken.»

Barack Obama zur Sondersteuer auf Bonuszahlungen.



«Aufgrund enormer, im Überschuss vorhandener Liquiditäten bauen sich derzeit neue Blasen auf.»

Michel Cicurel, Vorstandschef der Compagnie Financière Edmond de Rothschild.



«Ich habe ihnen die grösste Steuerbetrugsaffäre der Geschichte geliefert. Ich habe ihnen 19'000 internationale Straftäter genannt, und ich soll als Einziger ins Gefängnis? Und nicht ein einziger Schweizer Banker?»

Bradley Birkenfeld, ehemaliger UBS-Kundenberater.



«Es wäre mir lieber gewesen, sie hätten mich vor sechs, acht Jahren erwischt.»

Bernard Madoff, gefallener Börsenspekulant der Wall Street.



«Die Schweizer Banken sind innerhalb Europas benachteiligt, weil die europäischen Banken nicht so viel Eigenkapital halten müssen wie die schweizerischen.»

Boris Collardi, CEO von Julius Baer.

DR. BIANKE ROTSCHEID, REUTERS/Tim Shaffer, NEWSCOM/UPY/Montka Graff, REUTERS/Denis Ballouse

NIVEA
FOR MEN

**FÜR MÄNNER, DIE AUCH
IN IHR AUSSEHEN INVESTIEREN**

NEU

EINE FRISCHE AUSSTRAHLUNG,
JETZT UND IN ZUKUNFT

DNAge

- Reduziert Falten und strafft die Haut
- Stimuliert die Zellerneuerung
- Schützt die Haut vor schädlichen Umwelteinflüssen

www.NIVEAFORMEN.ch/DNAgemen

WAS MÄNNER WOLLEN



Das ist die Zahl der weltweit von iPhone-Benutzern heruntergeladenen Apps (Anwendungen). Unglaublich.

So viele Kubikmeter Wasser entsalzt das französische Unternehmen Veolia Environnement pro Tag. 1'746'000 Kubikmeter sind es bei der italienischen Fisia Itimpianti, 1'459'000 bei der koreanischen Doosan.

Betrag 2009 der Gewinnsprung des chinesischen Autokonstruktors SAIC Motor Corp. Er verkaufte im vergangenen Jahr über 2,7 Millionen Fahrzeuge, was einem Zuwachs von 57% entspricht.

Ist die minimale Summe in Franken, die man laut einer Erhebung des Westschweizer Magazins Bilanz benötigt, um dem Beruf den Rücken kehren und von den Erträgen seines Vermögen leben zu können.

So viele Autos wurden 2009 weltweit verkauft. Diese Zahl übertrifft den Rekord von 2001. Man muss zwanzig Jahre zurückblättern, um vergleichbare Volumen zu finden.

Dollar haben die Amerikaner übers Internet während der Festtage 2009 ausgegeben. Das sind 5% mehr als im selben Zeitraum 2008.

Das ist der Betrag in US-Dollars, der weltweit durch den Verkauf von Netbooks erwirtschaftet wurde. Mit 38,3% bzw. 30% Marktanteil teilten die taiwanesischen Unternehmen Acer und Asus den Löwenanteil unter sich auf.

UP

Frankreich: Der Pelz

Der französische Pelzmarkt legt jährlich um 10% zu und stieg von 115 Millionen Euro 1995 auf 311 Millionen im Jahr 2007. Sehr gefragt sind Nerz, Fuchs und Waschbär.
Quelle: Fédération française des métiers de la fourrure

Vereinigte Staaten: Das Kino

Zum ersten Mal seit 2002 gaben die Amerikaner letztes Jahr mehr Geld für Kinotickets (9,9 Milliarden Dollar) als für den Kauf von DVDs aus (8,7 Milliarden Dollar).
Quelle: Adams Media Research

Tschechien: Das Low-cost-Auto

Der tschechische Konstrukteur Skoda-Volkswagen lanciert 2012 eine Familienlimousine, die zwischen 10'000 und 12'000 Euro kosten wird.
Quelle: Skoda

Schweiz: Die Konkurse

5105 Unternehmen haben 2009 in der Schweiz Konkurs angemeldet. Das entspricht einer Steigerung von 26,7% im Vergleich zum Vorjahr.
Source: Bundesamt für Statistik

DOWN

Vereinigte Staaten: Die Reichen

Die reichsten Amerikaner wurden 2009 ärmer. Selbst Bill Gates sah sein Vermögen um 7 Milliarden Dollar schwinden.
Quelle: Forbes

E-Welt: Das „password“

Die Passwörter, die man auf keinen Fall verwenden sollte, sind „password“ oder „Passwort“ und „123456“, da sie am häufigsten geknackt werden.
Quelle: Microsoft

China: Die Kaufkraft

Beinahe die Hälfte der Chinesen finden, dass die Preise in China unannehmbar hoch sind.
Quelle: Bank of China

Schweiz: Die 2-Liter-Flasche

Die im Oktober 2009 von der Migros lancierte 2-Liter-Flasche überzeigte nicht. Sie wurde im Dezember aufgegeben und durch das herkömmliche 1,5-Liter-Format ersetzt.
Quelle: Migros

FLASH INFO



HARLEY-DAVIDSON HOFFT AUF DIE FRAUEN Am 22. Januar stürzte die Harley-Davidson-Aktie um 6% ab. Der Hersteller der legendären Motorradmarke, Symbol der amerikanischen Werte von grenzenloser Freiheit und Nonkonformismus, hatte gleichentags ein Jahresergebnis mit einem Rückgang von 84% auf 26,5 Millionen Dollar bekannt geben müssen, dies nach mehrmonatigen Absatzeinbrüchen. Laut Konzern-CEO Keith Wandell ist das miserable Resultat des Jahres 2009 eine Folge der Wirtschaftskrise und der hohen Kosten der Umstrukturierung, die er als notwendig erachtet, um das Vertrauen der Anleger langfristig zurückzugewinnen. Da ist er zuversichtlich, weil die Marke einen echten Wachstumsmarkt ausfindig gemacht haben will: die Frauen. Grund zur Hoffnung trotz der Skepsis zahlreicher Analysten.

☒ HOG

CHINA INVESTIERT IN U-BAHNEN



China will den Ausbau der U-Bahn-Netze beschleunigen und wird dafür in den nächsten Jahren mehr als 130 Milliarden Franken investiert. Metro-Bauprojekte gibt es in 22 Städten, während heute erst etwa zehn Städte über U-Bahnen verfügen, die insgesamt ein Schienennetz von 835 Kilometern aufweisen.

NESTLÉ UND DANONE GLEICHAUF

Die Konkurrenz im engen und hart umkämpften Segment der Ernährung für betagte Personen, das von angereicherten Nahrungsmitteln bis zu Pharmaprodukten reicht, wird härter. Nestlé hat 2004 die Division Nutrition (Ernährung) ausgebaut und in der Folge 2007 die Abteilung Ernährung von Novartis übernommen. Der Nestlé-Konkurrent Danone wurde mit der Übernahme von Numico 2007 Marktführer. Die Einkünfte dieser Abteilung verdoppelten sich in fünf Jahren und belaufen sich heute auf 10 Millionen Franken. Langfristig wird der globale Markt von der Bank Vontobel auf 11 Milliarden Euro eingeschätzt.

☒ NESN, BN

ADIDAS VERBÜNDET SICH MIT ARMANI

Im Januar gab Adidas den Abschluss eines mehrjährigen Kooperationsvertrags zwischen der Konzernmarke Reebok und Giorgio Armani für eine neue Kollektion von Sportswear bekannt. Zudem forciert Adidas den Ausbau seines Chinageschäfts, wo die Firma ihr westliches Image als Argument im Wettbewerb mit lokalen Marken wie Li Ning, Kappa und Anta einsetzt. Adidas-Chef Herbert Hainer beweist einmal mehr sein Kämpfernaturell: Engagement auf allen Fronten. Diese Hyperaktivität ist ein gutes Vorzeichen für eine Aktion, die zwischen November 2009 und Januar 2010 erfreuliche Ergebnisse zeitigte.

☒ ADS

FLASH INFO

SWISS ERÖFFNET EINE FLUGLINIE GENF-LONDON



Seit dem 10. Januar 2010 bietet die Swiss sechs tägliche Flüge nach London Heathrow an. Die neue Verbindung ergänzt jene nach London City. Damit verdoppelt die Fluggesellschaft die Transportkapazitäten im Verkehr mit dem wichtigen Londoner Markt und stärkt gleichzeitig ihre Position in Genf. London Heathrow wird von zwei Airbus A320 bedient. In einer Übergangsphase wird eine der beiden Maschinen von der British Midland genutzt, der neuen Schwester der Swiss innerhalb der Lufthansa-Gruppe. ✈️ LHA

EIN SUPERJAHR FÜR THOMAS COOK



Der britische Reiseveranstalter Thomas Cook Group schloss das Geschäftsjahr 2009 mit hohem Gewinn ab. Der Konzern verzeichnete einen Reingewinn von 15,8 Millionen Pfund, das ist ein Zuwachs von 46% innert Jahresfrist. Im selben Zeitraum erzielte er einen Umsatz von 9,29 Milliarden Pfund (+5,9%). Dieses Glanzresultat kam trotz der weltweiten Krise und der finan-

ziellen Auswirkungen der Grippe A (H1N1) zustande. Generaldirektor Manny Fontenla-Novoa nennt zwei Erfolgsfaktoren: Erstens die starke Positionierung der Marke in Destinationen mit Mittel- und Langstreckenflügen, die höhere Margen bieten, und zweitens das äusserst vorsichtige Kosten- und Kapazitätenmanagement. ✈️ TCG

Apple iPhone vs Google Nexus One



APPLE

GRÜNDUNG	GOOGLE
1977	1998
\$32,5 MIA	\$21,8 MIA
\$4,8 MIA	\$4,23 MIA
ENV. 30'000	ENV. 20'000
\$ 190 MIA	\$ 121 MIA
AAPL	GOOG

GOOGLE



* 2008

VORTEILE

- Höchst einfaches Bildschirm-Multitouch-System
- Mängel der ersten Version korrigiert
- Mehr als 100 000 Applikationen
- Offenes Betriebssystem
- Stimmerkennung
- Günstigerer Preis

NACHTEILE

- Sehr begrenzte Batterie-Autonomie
- Inkompatibel mit zahlreichen Supports (Java, Flash)
- Von Greenpeace kritisiert, weil es nicht so «grün» ist, wie dies Steve Jobs möchte
- Sehr begrenzte Batterie-Autonomie
- Ungeachtet seiner technischen Leistungsfähigkeit fehlt ihm «die» Neuheit, die den Unterschied ausmachen würde
- Kein Bildschirm-Multitouch-System

HÄUFIGSTE BEANSTANDUNG

- „Sektiererisches“ Unternehmen, das als geschlossenes System funktioniert
- Mangelhafter Kundendienst

BETRIEBSSYSTEM

- iPhone OS
- Android

WELTMARKANTEIL

- 17,8%
- 3,5%

ANZAHL VERKAUFTE EINHEITEN VOR 2010

- 30 Millionen
- 0

STELLENWERT IM UNTERNEHMEN

- Zentral
- [noch] marginal

LIEFERBAR IN DER SCHWEIZ

- Seit Sommer 2008
- Ab Frühling 2010 in Europa (Schweiz nicht präzisiert)

DIE UBS-VERMÖGENSVERWALTER KÖNNEN WIEDER REISEN

Die UBS hat das absolute Reiseverbot für ihre Vermögensverwalter wieder aufgehoben. Die rund 5000 Kundenberaterinnen und -berater, die ausserhalb der Schweiz operieren, dürfen ihre ausländische Kundschaft wieder besuchen.

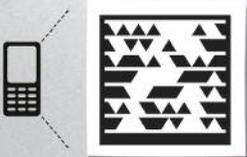
✈️ UBSN



Effizienz. Virtuell, aber
→ ganz schön spürbar.

Endlich ist sie da – die konsolidierte, virtuelle Infrastruktur vom Desktop bis zum Rechenzentrum. Nicht im wörtlichen Sinn natürlich – wir reden schliesslich über Virtualisierung. Nutzen Sie Windows Server® 2008 R2 mit integriertem Hyper-V™, und Sie brauchen keine teure Extrasoftware mehr. Nehmen Sie SQL Server® 2008 Enterprise mit unbegrenzter Virtualisierungsmöglichkeit dazu, und Sie können nicht ausgelastete Server einfacher ausgliedern. Setzen Sie auf System Center, und Sie haben ein zentrales, umfassendes Management bis hin zur Applikationsebene zur Verfügung. Im Klartext: Eine flexible, virtualisierte und dynamische IT-Infrastruktur, die Ihren ROI maximiert, Ihre TCO minimiert sowie Prozesse automatisiert und optimiert. Und zwar spürbar.

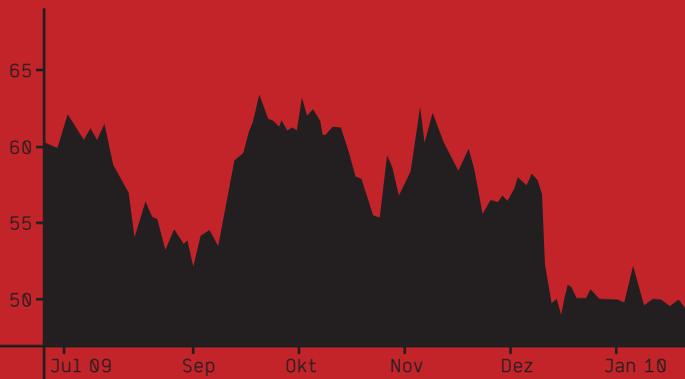
Wie Sie durch Virtualisierung effizienter werden, erfahren Sie auf www.microsoft.ch/BIEB



Holen Sie sich den Tag auf Ihr Mobiltelefon:

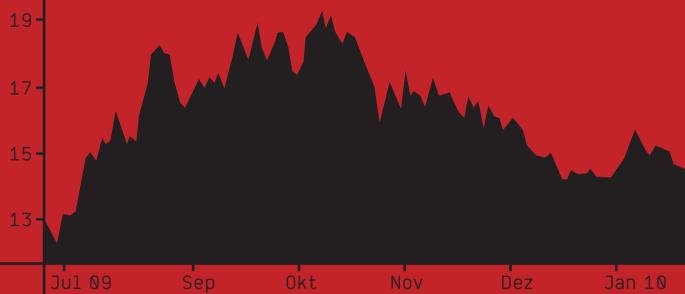
1. Applikation auf <http://gettag.mobi> herunterladen
2. Tag Reader auf Ihrem Mobiltelefon starten
3. Tag fotografieren

LOSERS



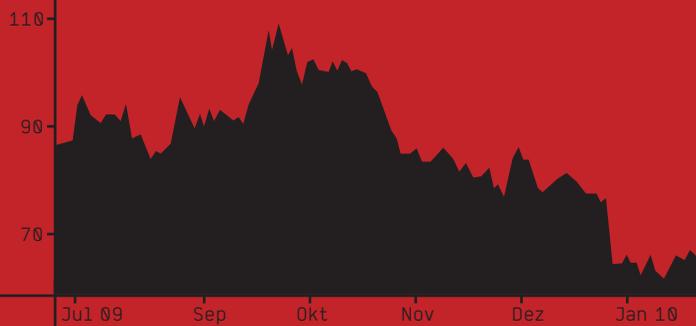
SCHULTHESS (SBRN)

Nach dem Zickzackkurs im November strafte die Börse die Schulthess-Aktie im Dezember regelrecht ab. Der Waschmaschinenfabrikant konnte die Ergebnisse von 2008 nicht halten. Und der Aufschwung lässt auf sich warten.



EFG INT. (EFGN)

Auch die EFG-Aktie verzeichnet ungeachtet eines leichten Anziehens Ende 2009 einen bitteren Tauchgang. Die Bank steht vor einem schwierigen Jahr, in dem sie ihre Kosten in den Griff bekommen muss.



BASILEA (BSLN)

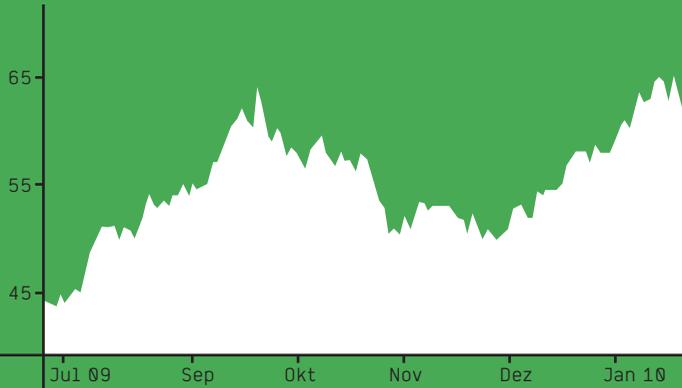
Das zweite Halbjahr 2009 war ein echter Alptraum für die Basilea-Aktie, die scheinbar endlos tauchte. Dieser Trend spiegelt die Schwierigkeiten des Basler Pharmakonzerns bei der Zulassung seines neuen Antibiotikums.



ADDEX (ADXN)

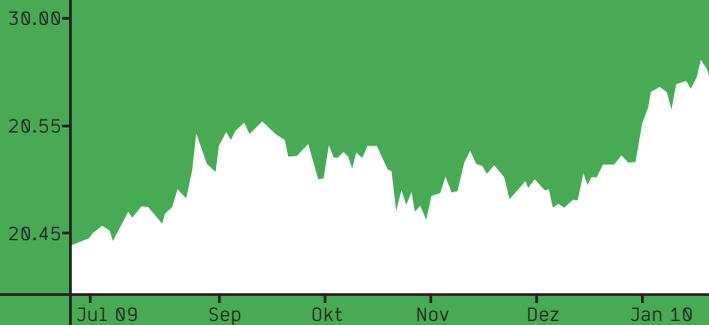
Addex stürzte in der dritten Dezemberwoche 2009 spektakulär ab. Grund: Der Test des Pharmaunternehmens für den Hoffnungsträger, ein neues Mittel gegen Kopfschmerzen, musste vorzeitig abgebrochen werden: AADX10059.

WINNERS



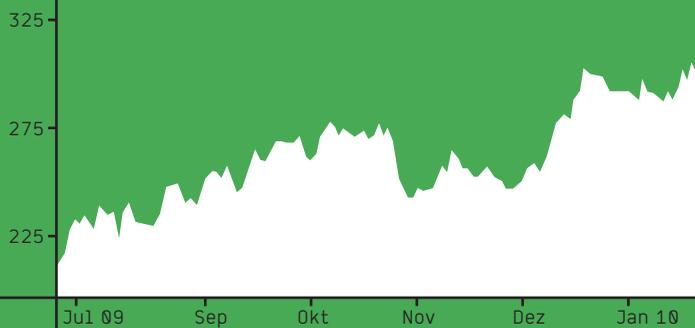
DAETWYLER (DAE)

Nach einigen Schreckensmomenten im Oktober und November 2009 hat die Daetwyler-Aktie wieder kontinuierlich zugelegt. Dieser positive Trend verdankt der Technologiekonzern der Übernahme von Reichelt Ende 2009. Ausserdem verfügt Daetwyler über ausreichend flüssige Mittel für 2010.



KUDELSKI (KUD)

Seit Dezember 2009 hat die Aktie von Kudelski einen bemerkenswerten Wiederaufschwung erlebt. Der Technologiekonzern weckt das Interesse der Anleger, da er ihrer Ansicht nach in seinem Sektor ein überdurchschnittliches Potenzial bietet. Der kommende Star des Schweizer Aktienmarkts 2010?



STRAUMANN (STAN)

Im zweiten Semester 2009 kletterte der Straumann-Titel steil nach oben. Der Zahnimplantate-Hersteller wurde durch die Erwartungen im europäischen Medizintechnologiesektor beflügelt.



RIETER (RIEN)

Die Rieter-Aktie hat ungeachtet eines Zickzackkurses im September 2009 regelmässig zugelegt. Der Konzern setzt die Konzentration auf sein Kerngeschäft im Webmaschinenektor fort.

NOMINIERUNGEN

PAMELA THOMAS GRAHAM

in der GL bei Credit Suisse

Die 46-jährige Amerikanerin Pamela Thomas Graham wurde zur Leiterin der Bereiche Personalwesen und Kommunikation bei Credit Suisse ernannt. Sie stammt aus Detroit und besitzt drei Abschlüsse von Harvard in Business, Wirtschafts- und Rechtswissenschaften. Pamela Thomas Graham hat zehn Jahre bei McKinsey gearbeitet, danach im Konglomerat der CNBC Television. Sie ist ausserdem dreifache Mutter und Autorin von Kriminalromanen.  **CSGN**



PHILIP HAMPTON

bei Anglo American

Anglo American PLC hat Philip Hampton, Präsident der Royal Bank of Scotland, in den Aufsichtsrat gewählt. Der Riese im Bereich Bodenschätze und Minenbetrieb will so frischen Wind in seine nicht operative Leitung bringen. Der 56-jährige Philippe Hampton war schon Präsident bei Sainsbury sowie Finanzvorbstand bei Lloyds TSB Group und bei British Steel.  **NGLC**



ROBERT J. MCCANN

beginnt bei der UBS

Robert J. McCann wurde zum CEO von UBS Wealth Management Americas und zum Mitglied der Konzernleitung der UBS-Gruppe ernannt. Der 51-Jährige hat während 26 Jahren bei Merrill Lynch gearbeitet. Er hat die Verantwortung für das inländische Wealth-Management-Geschäft in den Vereinigten Staaten und in Kanada übernommen, einschliesslich des gesamten in den Vereinigten Staaten verbuchten internationalen Geschäfts. Er führt knapp 8'000 Finanzberater in mehr als 320 Niederlassungen in den Vereinigten Staaten, Puerto Rico und Kanada, welche verwaltete Vermögen in der Höhe von 695 Milliarden Franken betreuen. Robert McCann hat einen BA in Wirtschaft am Bethany College und einen MBA der Texas Christian University.  **UBSN**

MARCO GIUOCO, Neuer CEO bei Inapa

Inapa Schweiz, Grossist und Vertrieber von Papier, hat einen neuen operativen Geschäftsführer. Der 44-jährige Marco Giuoco hat Anfang des Jahres die Nachfolge von Erich Häuptli angetreten. Zuvor war er Verkaufs- und Marketingleiter. An der Universität Basel schloss er in Wirtschaft ab und war danach Leiter eines Getränkeherstellers.  **IPB**

WOLFGANG MAYRHUBER im Verwaltungsrat der UBS

Bei der nächsten Generalversammlung, die am 14. April 2010 stattfindet, wird die UBS den Österreicher Wolfgang Mayrhuber zur Wahl in den Verwaltungsrat vorschlagen. Heute ist Wolfgang Mayrhuber Vorstandsvorsitzender der Deutschen Lufthansa AG, Muttergesellschaft der Swiss. Der Österreicher arbeitet seit beinahe 40 Jahren bei der Lufthansa. Er war im Frühling 2005 verantwortlich für die Übernahme der damals krisengeschüttelten Swiss durch den deutschen Riesen im Lufttransport. Wolfgang Mayrhuber wird in einer UBS ankommen, die sich gerade vom Debakel der Ospel-Ära erholt. Die Bank hat im dritten Trimester 2009 dennoch einen Nettoverlust von 564 Millionen Franken verzeichnet. Drei Monate davor waren es sogar 1,4 Milliarden Franken.  **UBSN**

MARC LEDERGERBER

verlässt Edisun

Edisun Power Europe, tätig im Bereich der Finanzierung von Solarstromanlagen und im Verkauf von Solarstrom, ist wieder auf der Suche nach einem neuen Finanzchef. Der bisherige Inhaber der Stelle, Marc Ledergerber, wird das Unternehmen Ende Mai 2010 wegen unterschiedlicher Sicht über die Weiterentwicklung des Unternehmens verlassen. Marc Ledergerber hatte den Posten als Finanzchef Anfang August 2009 von Mirjana Blume übernommen, die zur Konzernleiterin berufen wurde.  **ESUN**

BERNARD TERVER

bei Holcim

Holcim hat Bernard Terver zum neuen Länderbereichsleiter Amerika ernannt und zudem in die Geschäftsleitung berufen. Aktuell ist er CEO von Holcim US. Er wird die neue Stelle am 1. April 2010 übernehmen. Er wird für Holcim US und für Aggregate Industries US zuständig sein.  **HOLN**

KOLLER

SCHWEIZER KUNST

Auktion in Zürich,
24. JUNI 2010

Ihre Einlieferung nehmen
wir gerne entgegen.



ALBERT ANKER
Strickendes Mädchen. 1888.
Öl auf Leinwand.
63 x 45,5 cm.

Verkauft im Dezember 2009
für CHF 3 Mio.

Kontakt: Cyril Koller
koller@kollerauktionen.ch

www.kollerauktionen.ch

KOLLER Zürich
Hardturmstrasse 102 · CH-8031 Zürich
Tel. +41/44 445 63 63 · Fax +41/44 273 19 66
office@kollerauktionen.ch

KOLLER Genf
2, rue de l'Athénée · CH-1205 Genf
Tel. +41/22 311 03 85 · Fax +41/22 810 06 30
geneva@kollerauktionen.ch

IAO
International
Auctioneers

BESTE ZUKUNFTS- PERSPEKTIVEN BEI SIKA

Noch spielt sich das Wachstum des Spezialitätenchemie-Herstellers unaufgeregt und leise ab. Das könnte sich bald ändern.

Ernst Bärtschi, Konzernchef von Sika, über Potenziale und Perspektiven des Bauzulieferers, der zu den weltweit Erfolgreichsten seiner Branche gehört.

Interview: Andreas Turner

Die Sutong-Brücke in China ist die erste Schrägseilbrücke mit einer Spannweite von über einem Kilometer. Ihre Elemente verbindet Sika mit einem Klebemörtel auf Epoxidharzbasis.



Sika zählt zu den 25 grössten Unternehmen der Schweiz. Der Konzern macht einen jährlichen Umsatz von über 4 Milliarden Franken, ist hochprofitabel und in den letzten Jahren rasant gewachsen. Obwohl Sika in 70 Ländern tätig ist, insgesamt über 11'000 Mitarbeitende zählt und weltweit zu den erfolgreichsten Bauzulieferern gehört, ist ihre Erfolgsgeschichte in der Öffentlichkeit weit weniger bekannt als etwa jene von Geberit, Holcim und Hilti. Das könnte sich jedoch ändern, wenn Sika weiterhin derart zügig expandiert.

Wachstumsfelder und Ambitionen sind genügend vorhanden. Das Unternehmen selbst umschreibt sein Tätigkeitsgebiet mit fünf Worten: dichten, kleben, dämpfen, verstärken und schützen. Die Chemie der Schweizer kommt auf den spektakulärsten Baustellen der Welt zum Einsatz. So ist die 2008 fertiggestellte Sutong-Brücke in China die erste Schrägseilbrücke mit einer Spannweite von über einem Kilometer. Ihre Elemente verbindet Sika mit einem Klebemörtel auf Epoxidharzbasis.

Zusätze sind auch gefragt, wenn der Beton flüssiger gemacht werden muss, damit er sich beim Bau eines Wolkenkratzers weit nach oben pumpen lässt wie etwa beim 492 Meter hohen Shanghai World Finance Center. In Japan und in vielen westeuropäischen Ländern wird heute kaum Beton ohne Zusatzmittel angemischt. In anderen Ländern werden noch wesentlich weniger Betonzusatzmittel eingesetzt – was ein riesiges Potenzial für Sika darstellt.

Die grössten Potenziale im Baubereich hat Sika allerdings bei Geschäfts- und Wohngebäuden, wo mit verschiedenen Sika-Technologien Dächer, Böden, Keller, Fassaden, Balkone usw. vor Wasser geschützt und thermisch isoliert werden.

Sika-Technologie kommt auch abseits von Baustellen zum Einsatz. Für das Luxussschiff «Queen Mary 2» hat man ein vibrationsdämpfendes Material entwickelt, mit dem die Böden überzogen wurden. Über den Industriebereich, der seit Mitte der Achtzigerjahre als zweites Standbein aufgebaut wurde, beliefert man vor allem die grossen Autohersteller. Dort werden die Fenster mit Hightech-Klebstoff befestigt. Geht es nach Sika, soll künftig im Autobau viel mehr geklebt und weniger geschweisst werden. Setzt sich die Technik durch, locken zusätzliche Umsätze.

Sika zählt überdurchschnittlich viele langjährige Mitarbeitende. Der Auftritt des Unternehmens bleibt trotz Erfolgssträhne unaufgeregt und leise. Sika ist an der Börse kotiert, aber eine Familiengesellschaft geblieben. Die Besitzer halten an der Stimmenmehr-

heit fest. Avancen für eine Übernahme gab es immer wieder, etwa durch Rivalen aus den USA. Alle wurden abgewiesen. Trotz guter Ausgangslage bleibt man in der Konzernspitze vorsichtig. Gerade darin zeigt sich Sikas Bescheidenheit. CEO Ernst Bärtschi geht davon aus, dass neue Anbieter aus Asien angreifen werden und die weltweite Konsolidierung weitergeht. Sein Ziel sei es, die Unabhängigkeit und Selbstständigkeit von Sika zu bewahren: «Wir werden einmal daran gemessen, ob es Sika im Jahr 2020 noch gibt.»

SWISSQUOTE MAGAZINE ▶ Sika feiert 2010 ihr hundertjähriges Bestehen. Wie gesund ist die Jubilarin heute?

ERNST BÄRTSCHI ▶ Sika ist ein gesundes Unternehmen – viel gesünder als noch vor zehn Jahren. Wir stehen heute in vieler Hinsicht gut da. Für unsere Zukunft ist es wichtig, täglich um Marktpositionen zu kämpfen, die es uns erlauben, längerfristig zu wachsen.

Können Sie in der gegenwärtigen Situation überhaupt realistische Prognosen zur weiteren Konzernentwicklung abgeben?

Langfristig gibt es Dutzende Faktoren, welche die Märkte beeinflussen und den Erfolg eines Unternehmens ausmachen. In der Alten Welt sind unsere Aussichten sehr gut; es zeichnet sich aber ab, dass neue Konkurrenten – etwa aus China und Indien – im Markt auftreten, die uns das Leben nicht einfacher machen werden. Somit müssen wir uns jedes Jahr erneut anstrengen, um mit neuen Lösungen den Erfolg auch in diesen Ländern sicherzustellen.

Gibt es eine optimale Grösse für Sika?

Ich sehe für einen Konzern wie Sika tatsächlich eine Schwelle bezüglich der optimalen Grösse. Nach meiner persönlichen Einschätzung liegt diese Grenze bei acht bis zehn Milliarden Franken Jahresumsatz. Darüber hinaus zu wachsen, könnte unsere Organisation mit der gegenwärtigen Struktur in ihrer Agilität, über die sie heute verfügt, beeinträchtigen.

Welche Geschäftssektoren und Märkte bearbeiten Sie besonders intensiv, und wo sind stärkere Anstrengungen für eine positive Entwicklung notwendig?

In jeder unserer Customer Groups (Concrete, Contractors, Distribution, Industry usw.) steckt das Potenzial, den Umsatz noch zu verdoppeln. Es gibt aber auch Geschäftsfelder, die das Potenzial für noch stärkeres Wachstum haben – vor allem dort, wo wir mit unserem «Roof to Basement»-Ansatz (vom Dach zum Fundament) für Geschäfts- und Wohngebäude ganzheitliche und effiziente Lösungen anbieten.

Letztes Jahr haben Sie am Standort Zürich ein neues Technologiezentrum eröffnet. Welchen Stellenwert haben Forschung und Entwicklung «made in Switzerland» für Sika?

Sika lebt vom Ruf, über «State of the Art»-Technologien für die Bau- und Fahrzeugindustrie zu verfügen. Die Grundlagenforschung und die Entwicklung der neuesten Produkte, die diesen Ruf stützen, werden dominant in Zürich stattfinden. Aber die Anpassungen an die Bedürfnisse vor Ort und die Entwicklungsphasen gemeinsam mit den Kunden sind Aufgaben für unsere 80 Konzerngesellschaften.

«Dank unserer Klebetechnik werden wir in den Zukunftsmärkten des Automobilbaus deutlich vertreten sein.»

Die Innovationsrate von Sika ist hoch. Entgehen Sie damit zumindest teilweise dem Preisdruck?

In unserem Geschäft sind stets neue Lösungen gefragt, die Innovation in die Anwendungen bringen, aber dem Kunden erklärt werden müssen. Immer dann, wenn solche Lösungen zum Standard werden, beginnen die Preise zu sinken. Unsere Entwicklung zielt somit in zwei verschiedene Richtungen: Einerseits in grundsätzlich neuartige Anwendungen, die dem Kunden bisher nicht gekannte Vorteile bieten, und andererseits in kosteneffiziente, breite Anwendungen vorhandener Technologien.

Alle Aktivitäten von Sika werden konsequent in Richtung Umweltverträglichkeit getrimmt. Sehen Sie den Geschäftserfolg vor allem im nachhaltigen Wirtschaften?

Die Prinzipien der nachhaltigen Entwicklung werden auch in der Zukunft eine entscheidende Rolle spielen, denn nachhaltige Lösungen weisen den Weg zu den Antworten auf die heutigen und die zukünftigen Herausforderungen bezüglich Ressourceneinsatz und Umweltschutz.

Bei Anlagen zur Erzeugung erneuerbarer Energien sind Sie weltweit stark engagiert. Ist dieses Standbein für Sika besonders zukunftsfähig?

Die Windenergie boomt, und wir können hier sehr viel beisteuern. So werden Rotorblätter mit unseren Produkten geklebt. Betonsäulen werden mit Hochleistungsbeton gegossen, der unsere Zusatzmittel enthält. Bei den Stahlkonstruktionen liefern wir den



Ernst Bärtschi gehört zu jenen Schweizer Topmanagern, die über die Position des Finanzchefs erfolgreich den Sprung zum CEO geschafft haben: Der 57-Jährige löste im Jahr 2005 Walter Grüebler, den heutigen Verwaltungsratspräsidenten von Sika, als Konzernchef ab. In den letzten Jahren legte das Unternehmen einen beeindruckenden Wachstumskurs vor.

1976 schloss Ernst Bärtschi sein Studium für Wirtschaftswissenschaften an der Hochschule St. Gallen ab und trat im gleichen Jahr als Controller in die Dienste von Nestlé. 1980 fand seine Karriere im Aufzugkonzern Schindler eine Fortsetzung, wo er als Controller begann und über verschiedene weitere Tätigkeiten im Konzern bis zum Finanzchef und Mitglied der Konzernleitung aufstieg. 2002 wechselte er zu SIKKA als Finanzchef.

Korrosionsschutz. Auch bei den Sonnenkollektoren wird heute vieles mit unseren Produkten geklebt. Insgesamt leisten wir wertvolle Beiträge zur Wärmedämmung und zu jeder Art von Reduktion des Energieverbrauchs. Und bei der Zementherstellung reduzieren unsere Mahlhilfen den Energieverbrauch der Zementwerke – da könnte man mehr als ein Kernkraftwerk abstellen, wenn alle Zementhersteller unsere Technologie einsetzen würden.

Die grössten Umsatzzunahmen verzeichnen Sie in Lateinamerika, Asien und im Nahen Osten: Wie gehen Sie mit der Tatsache um, dass Nachhaltigkeit in Schwellenländern kaum Priorität hat?

Im Betonbereich geht man weltweit dazu über, moderne Technologien der Zementverarbeitung einzusetzen. Ab diesem Zeitpunkt ist der Weg zu einer nachhaltigeren Entwicklung eingeleitet. In China beispielsweise setzt man in staatlichen Bauprojekten mehrheitlich die allerneuesten Technologien ein. Bei Dachfolien und Industrieböden dauert die Marktentwicklung in Richtung Nachhaltigkeit etwas länger. Aus diesem Grunde setzen wir auf die regionalen Entwicklungen von Lösungen, die vor Ort Erfolg haben.

«Indien, China und Brasilien bilden zurzeit die grosse Herausforderung. Dort müssen wir am Ball bleiben.»

Wie erreicht Sika, dass die selbst gesetzten, hohen Qualitätsstandards vor Ort eingehalten werden?

Die Qualität unserer eigenen Fertigung haben wir in unserer Hand. Bei der Anwendung unserer Produkte ist die Kontrolle schwieriger. Hier setzen wir auf gezielte Ausbildung und Zertifizierung unserer Handwerker, die unsere Produkte fachmännisch einsetzen sollen. Dies sind letztlich auch Aktivitäten, welche der sozialen Nachhaltigkeit dienen.

Der Unternehmensbereich Sika Industry spürt die Krise der Automobilindustrie unmittelbar. Wo sehen Sie im Sektor nach diesem Bremsmanöver trotzdem Chancen, weiter Gas zu geben?

Wir stellen fest, dass die Kunden ihre Lieferanten heute sehr genau unter die Lupe nehmen, vor allem hinsichtlich ihrer Finanzstärke. Und Sika gehört mit dem Standard & Poors Rating A- zu den besten zehn Prozent der Weltfirmen. Die Rekordzahl neuer Fahrzeugplattformen, die wir gewinnen konnten, ist der Lohn unserer Solidität. Wir beschäftigen uns verstärkt mit der Frage: Wie können wir in jenen Ländern wachsen, in denen erst seit kurzer Zeit Autos hergestellt werden? In Europa werden wir unsere Marktstellung sicher halten können, aber Indien, China und Brasilien

bilden zurzeit die grosse Herausforderung. Dort müssen wir am Ball bleiben.

Das Auto der Zukunft fährt unterstützt durch Elektroantrieb oder allein mit Strom, was Leichtbauweise voraussetzt. Dabei wird Klebetechnik zur Schlüsseltechnologie. Eine besondere Stärke von Sika?

Das trifft zu, denn wir werden in den Zukunftsmärkten des Automobilbaus deutlich vertreten sein. Aber auch hier gilt wie schon bei den konventionellen Fahrzeugen: Autos in China, Indien und Brasilien müssen zu wesentlich niedrigeren Kosten produziert werden als anderswo. Somit werden diese Länder günstigere Lösungen einsetzen als Autokonzerne in Europa und Nordamerika.

Ziehen Sie es potenziellen Investoren gegenüber in Betracht, Sika ein klareres öffentliches Profil zu geben?

Das ist ein schwieriges Unterfangen. Wenn man ein Profil vereinfacht, wird es schlagwortartiger, marktschreierischer, der Situation weniger gerecht. Das war eigentlich nie der Stil unseres Unternehmens. Wir haben immer die Realität betrachtet, und die ist wesentlich komplexer, als Schlagworte es ausdrücken können. Mindestens kundenseitig haben wir hier keine Probleme, sonst wären wir in den letzten drei Jahren nicht das weltweit grösste Unternehmen der Bauchemie geworden. ▲ ✉ SIK

Schlüsselfrage

Weshalb sollen Anleger heute in Sika-Aktien investieren?

ERNST BÄRTSCHI ▶ Sika ist ein Unternehmen, das zweifellos weiter wachsen wird, davon bin ich überzeugt. Die Technologien, die wir repräsentieren, sind noch lange nicht auf der ganzen Welt verbreitet. So liegt in der Marktdurchdringung ein entsprechend hohes Potenzial. Geografisch gibt es praktisch noch ganze Kontinente, die zwar alle Beton benötigen, aber noch nicht mit unseren oder ähnlichen Technologien beliefert werden. In den nächsten 30 Jahren werden mindestens fünf Länder in die Top Ten der bevölkerungsreichsten Länder kommen, in die wir bisher noch nicht einmal einen Fuss gesetzt haben. Überall in diesen Ländern werden Infrastruktur und Gebäude gebaut werden. Da gibt es für uns noch für Jahre Wachstumspotenziale – und Wachstum ist der längerfristig sicherste Garant für einen steigenden Aktienkurs.





AP Photo/Axel Hjaltnen

Für das Luxusship «Queen Mary 2» entwickelte Sika ein vibrationsdämpfendes Material, mit dem die Böden überzogen wurden.

INVESTMENT

ANALYSTEN & BERATER

«MAN MUSS DEN MUT HABEN, GEGEN DEN STROM ZU SCHWIMMEN.»

Meine 10 Anlagetipps



Gregor Johner ist Partner bei der Better Value AG (BEVAG) in Zürich. Das Unternehmen ist spezialisiert auf Vermögensverwaltung und Fondsanalyse.

1. Was war Ihr erstes Investment?

Während meiner Lehrzeit in den frühen Achtzigerjahren habe ich IBM-Aktien gekauft. Da die Börsen zu dieser Zeit am Steigen waren, habe ich damit einen schönen Gewinn erzielt.

2. Füllen Sie Ihre Anlageentscheide immer streng rational oder hören Sie auch auf das Bauchgefühl?

Ich versuche, Anlageentscheide möglichst rational zu fällen. Vor gelegentlichen Bauchentscheiden bin aber auch ich nicht gefeit.

3. Welches Investment hat Ihnen schon schlaflose Nächte beschert?

Keines. Wäre dies der Fall, so würde ich es zugunsten des Schlafes verkaufen.

4. Was war Ihr bisher grösster Anlageerfolg?

Ich investiere ausschliesslich breit diversifiziert in Kollektivanlagen, hauptsächlich Fonds. Dabei steht der Erfolg der gesamten Anlagestrategie im Vordergrund und weniger derjenige einzelner Fonds.

5. Wie erkennen Sie gute Anlagemöglichkeiten?

Gute Anlagemöglichkeiten ergeben sich nach grösseren Rückschlägen an den Aktienmärkten. Dann muss man den Mut haben, entgegen dem Trend sukzessive einzusteigen.

6. Wann werden Sie vorsichtig, was sind Warnsignale?

Sobald Boulevard-Medien aufgrund von hohen Aktienmärkten intensiv darüber zu berichten beginnen, ist Vorsicht angebracht.

7. Was ist Ihr Rezept gegen Investorenstress?

Nur Geld investieren, das man längere Zeit nicht benötigt, und dieses breit diversifiziert anlegen.

8. Welches ist Ihre goldene Anlageregeln?

Anleger sollten genügend Zeit und Sorgfalt darauf verwenden, ihr Anlegerprofil festzulegen. Wenn die eigene Risikowilligkeit und -fähigkeit bekannt sind, können böse Überraschungen vermieden werden.

9. Und der grösste Fehler, den ein Anleger machen kann?

Alle Eier in denselben Korb zu legen.

10. Wo sehen Sie zurzeit das grösste Potenzial für erfolgreiche Investments?

Aktien bieten langfristig am meisten Potenzial, bergen aber auch entsprechende Risiken.▲

Aktien besser als Obligationen

«Die Aussichten für 2010 sind durchwachsen. Gesamtwirtschaftlich sehe ich vor allem drei Problemfelder: die Banken, die ihre Bilanzen bis heute nicht bereinigt haben; den Immobilienmarkt, vor allem für gewerbliche Objekte, der sich nur dank niedriger Zinsen hält; und den Konsum, der nicht richtig in die Gänge kommt. Immerhin macht der Patient (die Wirtschaft) dank der Konjunkturprogramme zögerliche Fortschritte, auch wenn er immer noch am Tropf hängt. Allerdings haben die Staaten die Mittel, ihn so lange zu stützen, bis er wieder auf die Beine kommt, d.h. bis sich der Aufschwung aus eigener Kraft halten kann. Die Investoren dürfen daher für 2010 grundsätzlich optimistisch sein, obwohl langfristig die Frage im Raum steht, wie die staatlichen Budgetdefizite abgebaut werden sollen.

Vor diesem Hintergrund werden Obligationen voraussichtlich wenig rentieren und bei einem Anstieg der Zinsen an Wert einbüßen. Dagegen haben gewisse Aktien ech-

tes Aufwärtspotenzial, vor allem Werte aus dem Bereich der grünen Technologien wie Veolia (VVD). Attraktiv sind auch die grossen Multinationalen: Henkel (HEN) zum Beispiel, das mit seinen Produkten für den täglichen Gebrauch über starke Marken verfügt. Ich empfehle gerne auch die Schwellenländer, allerdings lieber über europäische Unternehmen; der Ertrag mag etwas niedriger sein, dafür ist das Risiko geringer. Anstelle lokaler Unternehmen würde ich beispielsweise eher Aktien von Nestlé (NESN) kaufen, die als Weltmarktleader auch in China und Brasilien gut aufgestellt ist.

Den Dollar werde ich genau im Auge behalten. Sobald die US-Währung wieder steigt, werden Rohstoffpositionen attraktiv sein, denn diese Kurse werden sich bis dahin möglicherweise gefangen haben. Langfristig werden Rohstoffe naturgemäss verknappen, und sie gehören unbedingt in ein gut sortiertes Portfolio. Allerdings ist wegen der hohen Reak-

tivität der Rohstoffkurse Vorsicht geboten. Am besten hält man sie im Rahmen eines diversifizierten Fonds, der notfalls schnell umschichten kann, wie Carmignac Commodities oder BBGI Commodities.

Mein Rat: Wir müssen uns auf eine schwierige Phase mit volatilen Märkten einstellen. Anleger brauchen eine langfristige Perspektive und sollten sich durch Kursverluste nicht entmutigen lassen, denn es wird auch Gewinne geben. Ich empfehle deshalb aktives, zielorientiertes Portfolio-Management. Das verspricht in diesem unsteten Umfeld mehr Performance als indexorientiertes Anlegerverhalten. Eine andere Lösung: die Investition in Aktien bei gleichzeitigem Hedging. Ein leistungsstarkes Beispiel hierfür: der Merian European Equities Fund, der von einem Team in London verwaltet wird.»▲



Philippe Szokoloczy-Syllaba,
Gründer von My Global
Advisor Wealth Management,
Genf

Ein ausgeglichenes Portfolio

«2009 verliehen die reichlich vorhandene Liquidität und die Hoffnung, das Schlimmste sei überstanden, den Finanzmärkten Auftrieb. Enttäuschungen könnten aber bald folgen, da nur wenige Impulse übrigbleiben, die den Motor nach einer Normalisierung am Laufen halten werden. 2010 ist daher mit moderateren Gesamterträgen zu rechnen.

Ähnlich wie bei der Erholungsrally von 2002–2004 dürften die

Aktienmärkte ihren Aufwärtstrend bis ins 1. Quartal 2010 hinein fortsetzen. Ein passables Umsatzwachstum in den nächsten Monaten, gekoppelt mit einer leichten Margenerholung, sollte sich positiv auf Aktien auswirken. Die Wahrscheinlichkeit, dass die Märkte anschliessend auf der Stelle treten werden, falls sich die Wachstumsprognosen verschlechtern, nimmt aber deutlich zu. Vor diesem Hintergrund macht 2010 ein ausge-

wogenes Portfolio Sinn. Wir mischen dabei konjunkturresistentes Wachstum wie bei Roche (ROG), Nestlé (NESN) und Syngenta (SYNN) mit soliden zyklischen Werten wie Swatch (UHR), Geberit (GEBN) und Adecco (ADEN). Abgerundet wird das Bild durch Renditeperlen wie Swisscom (SCMN) (Halten 5.3% Dividendenrendite) und selektive Finanzwerte wie Credit Suisse (CSGN) (4%) oder Zurich Financial Services (ZURN) (6%).

Der Anleihenmarkt ist an sich kaum eine Alternative, denn die Zinsen sind gesunken. Die Anleger sollten daher ausschliesslich auf Aktien mit hoher und stabiler Dividende setzen. Im Anleihenmarkt erscheinen dagegen einzig hochrentierende Anleihen («high-yield») und solche von soliden Banken attraktiv.»▲



Christian Gattiker-Ericsson,
Leiter Research,
Bank Julius Bär
& Co. AG, Zürich

Qualität und Wachstum

«Für das laufende Jahr erwarten wir eine deutliche Beschleunigung der staatlichen Auftragsvergabe. Denn ein Grossteil der milliardenschweren Konjunkturprogramme – etwa in den USA und in China – hat den Markt noch gar nicht erreicht. Das wird sich ändern und sollte die Märkte auch 2010 beflügeln. Zumindest ist man in vielen Unternehmen davon überzeugt. Vom staatlichen Geldsegen profitieren naturgemäss jene Unternehmen, die im Infrastrukturbereich tätig sind. Unter den Schweizer Blue Chips sind dies beispielsweise Holcim (HOLN) und ABB (ABBN).

Ein weiteres Anlagethema würde ich unter dem Titel «Quality Growth» zusammenfassen. Das heisst, 2010 wird das Jahr des Stock Pickings werden. Nach einer ersten Phase einer allgemeinen Normalisierung der Bewertungen treten wir jetzt

in eine Phase ein, in der der Markt stärker differenzieren wird. In der Erholungsphase des letzten Jahres war es beinahe irrelevant, welche Titel gekauft wurden, Hauptsache, man war dabei. Nun aber wird wieder stark unterschieden: Welches Unternehmen ist wirklich gut aufgestellt? Wie solide ist die Bilanz? Wie sehen die Marktperspektiven aus? Also werden Aktien bevorzugt, die Qualität und Wachstum verbinden. Auch dafür ist die bereits erwähnte ABB (ABBN) ein gutes Beispiel.

Im Mid-Cap-Bereich profitieren unseres Erachtens Titel wie Geberit (GEBN) oder auch Swatch (UHRN) und Richemont (CFR) von der zunehmenden Konsumkraft Asiens. Der asiatische Konsument rückt immer mehr in den Vordergrund. Bisher ging es beim Thema Asien vor allem um Infrastruktur

und Fertigung. Mit dem Wachstum der lokalen Wirtschaften ist die Region aber zunehmend wichtiger, wenn es um Konsumgüter geht. Zudem sind asiatische Konsumenten sehr markenfixiert und prestigeorientiert.

Investoren sollten weiter ein Augenmerk auf Titel mit hoher Dividendenrendite, wie etwa Swisscom (SCMN) oder Novartis (NOVN) legen. Entscheidend ist allerdings, dass diese Unternehmen auch in den Folgejahren in der Lage sein werden, eine hohe Dividende auszuschütten. Denn das gibt nicht nur Rendite, sondern ist auch ein Zeichen von hoher Bilanzqualität.» ▲



Ralf Rybarczyk,
Senior Fund Manager
Equities, DWS Investments,
Zürich

Investition in die Energie der Zukunft

«Schon seit Monaten machen die sogenannten «Smart Grids» Schlagzeilen. Der Begriff bezeichnet intelligente Stromnetze, in denen Elektrizität unter Einsatz moderner Technologien zur Steuerung, Kostensenkung und Erhöhung der Versorgungsverlässlichkeit geliefert wird. Die Gründe für die Entstehung eines modernen Energienetzes sind einfach: Die bestehenden Stromnetze sind hoffnungslos veraltet – in den USA, aber auch in Europa.

Eine grosse Menge an Energie geht dadurch schon beim Transport verloren. Ebenfalls lassen sich Alternativenergien nicht effizient in die bestehenden Stromnetze integrieren, und die Nutzer haben kaum Echtzeit-Kontrolle über den eigenen Energie-

verbrauch. Die Modernisierung des Stromversorgungssystems würde all diese Probleme zu einem grossen Teil lösen und wesentlich zur Kostensenkung und zum Umweltschutz beitragen.

Eine flächendeckende Implementierung von Smart Grids ist mit milliardenschweren Investitionen verbunden. Die US-Regierung startet bereits ein Konjunkturprogramm zur Modernisierung des gesamten Stromversorgungssystems mit einem Investitionspaket von 3,4 Milliarden Dollar. Noch grössere Investitionen seitens der Privatwirtschaft werden erwartet. Eines der vielversprechenden Unternehmen im Smart Grids-Bereich ist Itron (ITRI), ein Hersteller von sogenannten Smart Meters – intelligenten

Stromzählern –, mit denen sich der Energieverbrauch in Echtzeit verfolgen lässt. Interessant ist auch das nordamerikanische Unternehmen Quanta Services (PWR,U), das Netzwerklösungen für Strom, Gas und Telekommunikation anbietet. Neben den spezialisierten Unternehmen tätigen auch IT- und Technologieriesen wie Cisco (CSCO) markante Investitionen in diese Wachstumsbranche.» ▲



Eric Blattmann,
Head Public Distribution,
Financial Products,
Bank Vontobel AG, Zürich

Humankapital und Kursentwicklung

«Führungskräfte teilen gerne mit: «Das Personal ist die wertvollste Ressource unseres Unternehmens.» Wie ein solcher Grundsatz in der Praxis aussieht, steht allerdings auf einem anderen Blatt. Gerade in wirtschaftlich schwierigen Zeiten wechseln die Prioritäten schnell, und die vormalige «wertvollste Ressource» mutiert zum blossen Kostenblock, wo der Rotstift angesetzt wird.

Dieser Perspektivenwechsel in der Wahrnehmung des Humankapitals, das die Mitarbeiter darstellen, ist jedoch falsch. Ein systematisches Entwickeln des Humankapitals ist für den Unternehmenswert langfristig von zentraler Bedeutung. Dies ist keine sozialpolitisch motivierte Behauptung, sondern das Resultat von S&P's Research. S&P analysiert jährlich über 1200 Unternehmen auf ihre Nachhaltigkeitsleistung.

Dabei konzentrieren wir uns auf Fragestellungen, die in der traditionellen Finanzanalyse kaum oder gar nicht beachtet werden, die

aber relevant sind für die finanzielle Leistungsfähigkeit der Unternehmen und die langfristige Gültigkeit haben. In unserem jährlichen Assessment spielen somit auch Fragestellungen zur Entwicklung des Humankapitals eine wichtige Rolle.

Basierend auf unseren Daten hat die renommierte niederländische Erasmus Universität eine Studie durchgeführt. Das Resultat: Es besteht ein statistisch signifikanter Zusammenhang zwischen der Qualität, wie Unternehmen ihr Humankapital systematisch entwickeln (etwa durch die Weiterbildung der Mitarbeiter aufgrund von ausführlichen Analysen), und ihrer Produktivität, Ertragskraft und Börsenbewertung. Gesellschaften, die ihr Humankapital besonders gut entwickeln und managen, lassen sich in allen Branchen finden. Laut unserer Erhebung zeichnen sich der Logistiker TNT (TNT), der Halbleiterhersteller Intel (INTC) und der Hersteller elektronischer Komponenten für die Automobilindustrie Denso (6902) durch eine

besonders nachhaltige Personalpolitik aus.

Bei einer statistischen Analyse unserer Sustainability-Daten hat sich gezeigt, dass Unternehmen, die ihr Humankapital überdurchschnittlich gut entwickeln, auch an der Börse überdurchschnittlich gut rentieren. Wir gehen deshalb davon aus, dass Unternehmen, die ihr Personal nachhaltiger fördern als ihre Konkurrenz, besser durch konjunkturell schwache Phasen kommen. Solche Firmen halten eher ein Arbeitsumfeld aufrecht, das Kreativität, Produktivität und Innovation erst ermöglicht, was einen entscheidenden Wettbewerbsvorteil darstellt. Investoren tun also gut daran, bei ihren Anlageentscheidungen auch die Personalstrategie der Gesellschaften mit ins Kalkül zu ziehen. Denn eine nachhaltige Personalpolitik nützt den Unternehmen genauso wie den Investoren. ▲



Stephanie Feigt,
Chief Investment Officer,
Sustainable Asset Management
SAM, Zürich

Die Firma TNT zeichnet sich durch ihren nachhaltigen Ansatz im Personalbereich aus. Hier liefert ein Bote in Haarlem, Niederlande, die Post aus.



REUTERS

Erneuerbare Energien und Rohstoffe – die Schlüsselbranchen 2010



Alain Freymond,
Strategist und Partner, BBGI Group, Genf

SWISSQUOTE MAGAZINE ▶ Welche Wertpapiere empfehlen Sie für dieses noch junge Jahr?

ALAIN FREYMOND ▶ Optimistisch sind wir bei Investments in Rohstoffe und Energieträger. Die Nachfrage nach Rohstoffen ist mehr oder weniger stabil, und sie können erstaunliche Renditen bringen. Historisch gesehen, stehen Rohstoffe vor einer Phase der nachhaltigen Wertsteigerung. Nach unserer Einschätzung müsste diese Vermögensklasse im Verlauf eines mässigen, aber immerhin positiven, globalen Wachstums 2010 am besten performen. Ebenfalls sehr positiv bewerten wir die Alternativenergien, deren Potenzial längst nicht ausgeschöpft ist. Hier haben wir eines der wenigen Segmente, in denen der Gewinnzuwachs in den nächsten fünf Jahren bei mehr als 20 Prozent pro Jahr liegen könnte.

Warum gerade diese Empfehlung?

In erster Linie, weil sich das öffentliche Bewusstsein dahingehend wandelt, als dass unbedingt Alternativen zu den fossilen Energien entwickelt werden müssen. Der Preisanstieg bei den herkömmlichen Energieträgern macht die regenerativen Energien endlich attraktiv. Es ist ja kein Zufall, wenn die meisten Konjunkturprogramme, gerade auch in der Schweiz, die Investition in erneuerbare Energien prioritär behandeln. Es ist ausserdem anzunehmen, dass die europäischen Regierungen massiv in alternative Energien investieren werden, um sich von ihrer Versorgungsabhängigkeit zu befreien.

Wie bewerten Sie den Aktienmarkt?

Wir meinen, dass auf den Aktienmärkten Vorsicht geboten bleibt. Die Investoren mögen seit März 2009 wieder mit dem Risiko liebäugeln, aber die derzeitige Hausse schießt über das reale Potenzial der Wirtschaft hinaus und wird von den staatlichen Konjunkturprogrammen getragen. Die Fundamentaldaten scheinen diese Entwicklung nicht zu rechtfertigen.

«Sehr positiv bewerten wir die Alternativenergien, deren Potenzial nicht ausgeschöpft ist.»

Können Sie dieses Argument näher ausführen?

Wenn die Konjunkturpakete eines Tages gestoppt werden, ist ja nicht gewährleistet, dass die Volkswirtschaft die nötige innere Kraft haben wird, um die Erholung weiter zu tragen. So ist derzeit eine Abflachung des Konsums zu beobachten – die Unternehmen schieben die Anschaffung von Investitionsgütern auf, die Wirtschaftstätigkeit ist dementsprechend verlangsamt. In der Schweiz wandelt sich die Kurzarbeit derzeit zu Arbeitslosigkeit – vor einem solchen Hintergrund bleiben Aktien sehr empfindliche Werte, auch wenn der Markt in letzter Zeit nach oben tendiert.

Und die Obligationen?

Diese werden kaum Performance

bringen, da neue Kreditrisiken und Inflationserwartungen auftreten werden. Es ist vorstellbar, dass sich die Anleger von Obligationen und Aktien abwenden, um sich auf einem zu volatil gewordenen Markt zu schützen. Sie werden sich wahrscheinlich dem Gold oder dem Erdöl zuwenden, deren Aufwärtstrend sich fortsetzen wird.

Welche Papiere empfehlen Sie?

Bei den erneuerbaren Energien wären das GS Yuasa (6674), Japan Wind Development (2766) oder Quantum Fuel Systems (QTWW). Bei den Rohstoffen Agnico Eagle (AEM,U), Lihir Gold (LIHR), Astra Agro (ASX) und schliesslich noch Cameco (CCO).

Und was raten Sie den Anlegern für 2010?

Aktiv und flexibel sein – das ist vor dem Hintergrund wachsender Volatilität das Gebot der Stunde. Die simple Devise «buy and hold» funktioniert in einem solchen Umfeld nicht mehr. Die Investoren müssen die Entwicklung ihrer Portfolios genau verfolgen, den Verlauf jedes Papiers, jeder Währung im Auge und das Ohr an den Märkten behalten, um jederzeit schnell und effizient auf Veränderungen reagieren zu können. ▲

Interview: Fabienne Bogadi

Weshalb Cameco?

Cameco (CCO) gehört zu den grössten Uranproduzenten der Welt, mit ca. 15 Prozent der globalen Förderung 2009 und geschätzten 200'000 Tonnen Förderreserven. Kernkraftwerke erzeugen weltweit ca. 15 Prozent des Stroms. Es wird erwartet, dass dieser Anteil in den kommenden Jahren zunimmt. Der Preis für Uran ist seit einem Jahr stabil und wird 2010 voraussichtlich wieder ansteigen.



Investitionen in Schwellenländer über solide Schweizer Unternehmen wie Swatch (hier in China) und Holcim (hier in Südamerika) bieten zusätzliche Sicherheit.

Zuversicht in aufstrebende Märkte, Zurückhaltung im Konsumgüterbereich

«2010 müssen Anleger noch sorgfältiger vorgehen. Quasi blind, rein nur nach Index zu kaufen, genügt nicht mehr. Vielmehr muss man jedes Unternehmen und seine spezifische Entwicklung genau im Auge behalten: Wer reagiert frühzyklisch, wer spätzyklisch? Wer hat ein gut gefülltes Auftragsbuch? Wem droht gefährliche Konkurrenz auf dem eigenen Markt? Die Unterschiede können sogar innerhalb einer Branche riesig sein.

Der grosse Vorteil der Schweizer Unternehmen ist ihre starke Präsenz in den aufstrebenden Märkten, den so genannten Emerging Markets, und das schon seit Langem. Heute sind sie in manchen dieser Märkte bestens aufgestellt und können sich über hervorragende Aussichten freuen.

Ich bevorzuge Unternehmen, die sich nach China und Brasilien orientieren, also etwa Swatch (UHR), Sika (SIK) oder Holcim

(HOLN). Firmen, die von Osteuropa abhängig sind, wie beispielsweise Bucher Industries (BUCN), sind dagegen zu meiden.

«Der Vorteil der Schweizer Firmen ist ihre Präsenz in den aufstrebenden Märkten.»

Zweiter Trumpf der Eidgenossen: Sie haben sich in hochspezialisierten Nischen entwickelt, aus denen sie ihre Konkurrenz nur sehr schwer verdrängen kann. Ein weiterer Favorit ist Sonova (SOON), im Bereich Hörgeräte weltweit die Nummer Zwei und technologisch sogar Marktführer. Zu den besonders empfehlenswerten Unternehmen gehören überdies all diejenigen, die mit sehr soliden Bilanzen in die Rezession gegangen sind, zum Beispiel Geberit (GEBN), das

seine Produktionskapazitäten nicht abzubauen brauchte. So wird dieser Spezialist für Sanitärtechnik seinen Eroberungszug durch die Märkte fortsetzen können, sobald der Aufschwung da ist.

In Sachen Finanzbranche bin ich bei den Perspektiven für Private Equity sehr optimistisch, vorausgesetzt, die Investitionen erleben einen kräftigen Schub. Hier würde ich beispielsweise auf Partners Group (PGHN) setzen. Ähnlich bewerte ich die Versicherungen, denen es 2008 gelungen ist, ihr Anlageportfolio zu bereinigen, wie etwa die Swiss Re (RUKN). Zurückhaltender bin ich dagegen bei Gesellschaften wie Nestlé (NESN), die stark vom allgemeinen Konsumklima abhängig sind – und das ist ja weiterhin sehr gedämpft.» ▲



Eleanor Taylor-Jolidon,
Portfolio-Managerin für
CH-Aktien, Union Bancaire
Privée, Genf

BURBERRY'S FARBGEHEIMNISSE WIRD SELBSTSTÄNDIG

Nach dem Erfolg mit ihrer Facebook-Seite startet die berühmte Marke mit dem Ritter nun ihr eigenes soziales Netzwerk. artofthetrench.com soll noch mehr von sich reden machen und die Verjüngungskur fortsetzen.

Fabienne Bogadi



artofthetrench.com – das neue soziale Netzwerk von Burberry, versteht sich als Treffpunkt der Trenchcoat-Aficionados: Ob klassisch, modern oder vintage, ob freches Foto oder braves Bild, ob Raffinement oder Streetware, jede Inszenierung, Umsetzung, oder Interpretation hat hier Platz. Die digitale Plattform wurde im November 2009 lanciert. Das Prinzip: Porträts von Trenchcoat-Trägerinnen und -trägern, die irgendwo auf der Welt aufgenommen wurden, werden ins Internet gestellt. Dahinter steckt die Idee, im Gleichzug ein neues Schaufenster für die Marke zu schaffen und diese möglichst überall ins Gespräch zu bringen.

Die Inspiration zu diesem sozialen Netzwerk lieferte «The Sartoria-

list», die Website des New Yorkers Scott Schuman. Er fotografiert seit 2005 Passanten, die ihm wegen ihres Outfit auffallen. Die ersten Bilder von artofthetrench.com stammen denn auch gleich von Schuman, der im Auftrag von Christopher Bailey, Creative Director von Burberry, auf den Strassen der Welt unterwegs war. Mit seiner Kamera eingefangen hat er schöne, schlanke, meist junge Menschen, gestylt und in natürlicher Pose. Der eine geht, die andere rennt, einmal zielt der Blick direkt in die Kamera, ein andermal wirkt der Protagonist in Gedanken weit weg. Eine Hauptrolle spielt natürlich stets der Regenmantel, in Beige, Blau oder Schwarz. Später sollen weitere prominente Fotografen eingeladen werden, den Fotoblog zu bestücken.



Aber nicht nur berühmte Künstler sollen eingeladen werden, um sich am Fotoblog zu beteiligen. Menschen wie du und ich – alle können ihr Foto einsenden. Und wenn Christopher Bailey sein OK gibt, wird es auch hochgeladen. «Jeder Mensch erlebt mit seinem Trenchcoat eine ganz spezielle Geschichte», meinte er bei der Lancierung der Website, «und mir gefällt die Vorstellung, dass andere Menschen, überall auf der Welt, an dieser Geschichte teilhaben können.» Die Besucher der Website können auch Kommentare abgeben und die Fotos in andere Netzwerke hineintragen.

EINE OFFENSIVE STRATEGIE

Mit der neuen Plattform geht die Firmenleitung kein grosses Risiko ein, denn bereits der erste Vorstoss von Burberry im Bereich der sozialen Netzwerke war auf ein überwältigendes Echo gestossen: 700'000 Fans meldeten sich auf der Facebook-Seite – alle potenzielle Kunden, die es zu hegen und zu pflegen gilt. Und bereits drei Wochen nach dem Launch von artofthetrench.com scheint sich auch hier der gewünschte Erfolg einzustellen: Über 200'000 Besucher aus 174 Ländern verbrachten meist mehr als fünf Minuten auf der Website. «Eine lange Verweildauer und ein hervorragendes



Zeichen für uns», freut man sich bei Burberry.

artofthetrench.com ist Teil der Internet-Strategie des Unternehmens, zu der auch die Präsenz auf Facebook und die Live-Übertragung der Modenschauen auf der Website gehören. Ausserdem eröffnete Burberry eine internationale Online-Boutique und richtete in seinen Geschäften ein Informatiksystem ein, womit der Verkäufer für einen Kunden Kleider und Accessoires bestellen kann, die im jeweiligen Laden gerade nicht erhältlich sind. Damit ist das Label sowohl in der virtuellen als auch in der realen Welt präsent. Was die reale Welt



anbelangt, kündigte die Luxusmarke im November 2009 den Ausbau ihrer Tätigkeit in China an. Sie verbucht dort zweistellige Umsatzzuwächse und will bis in ein paar Jahren die Zahl der Geschäfte von gegenwärtig 44 auf 100 erhöhen. Damit hofft sie, ihren Umsatzrückgang aufzufangen. Tatsächlich sanken die Bruttogewinne von Burberry zwischen April und November 2009 um 19,6 Prozent (siehe Box).

KARO-MUSTER IM FUTTERSTOFF

Mit der Berufung von Christopher Bailey scheint Burberry einen Glücksgriff getan zu haben: Im Dezember holte sich Bailey an den British Fashion Awards 2009 die Auszeichnung als «Designer des Jahres». Einen Monat zuvor wurde Burberry in New York im Rahmen



oben: Christopher Bailey
Creative Director von Burberry



«Die Blogkultur ist zu einer eigenständigen Ästhetik geworden.»

der ACE Awards (Accessories Council Excellence) zum «Label des Jahres» erkoren. Diese Preise gehen jedes Jahr an kreative Marken im Bereich der Accessoires, die positive Signale für die Branche setzen. «Christopher Bailey brachte der Marke Visibilität und Anerkennung», erklärt Bertrand Maréchal, Dozent für Design und Mode an der Fachhochschule HEAD in Genf, und meint weiter: «Sowohl die Queen als auch Kate Moss treten heutzutage im Trenchcoat auf. Was als Armeemantel begann, ist zum Kultkleidungsstück für alle geworden.»

Als Christopher Bailey die künstlerische Leitung des britischen Konzerns übernahm, identifizierte sich die traditionelle Bourgeoisie nicht mehr mit dem legendären Karo-Muster und war

dabei, sich vom Traditionshaus abzuwenden. Zur gleichen Zeit begannen Rap-Fans in den Vorstädten, an den – häufig gefälschten – Burberry-Karos Gefallen zu finden. «Der Geniestreich von Christopher Bailey war, dass er den Regenmantel wieder in den Mittelpunkt rückte und die Karos auf der Innenseite liess.» Die Eigenwilligkeit der Marke ist also auf dem Futter diskret platziert, quasi als britisches Unterstatement. Und so wurde die Marke wieder zum Symbol für klassischen Kleidungsstil und Adel, bekam aber gleichzeitig einen frischen Anstrich.»

Ist die digitale Plattform in diesem Kontext nun ein echtes soziales Netzwerk oder einfach ein Werkzeug des Buzz Marketing? Dazu meint Stéphane Koch, Berater für



strategisches Informationsmanagement in Genf: «artofthetrench.com fehlen die üblichen Merkmale eines sozialen Netzwerkes. Hinter einer partizipativen Plattform steht normalerweise der Gedanke des Gebens und Nehmens. Doch in diesem Fall sehe ich nicht, was man vom Mitmachen hat.» Vielleicht genügen ja der Stolz, von Christopher Bailey auserwählt worden zu sein, und der Internet-Auftritt in hoch eleganter Gesellschaft...

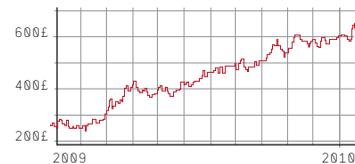
Nebst der Tatsache, dass er die ganze Arbeit selbst machen muss (Foto von sich aufnehmen, ins

verlangte Format bringen, hochladen), hat der User herzlich wenig davon. So meint Koch: «Der User findet sich mitten unter besonders attraktiven, gut fotografierten Menschen wieder, entdeckt unweigerlich seine eigenen Schönheitsfehler und kommt sich schliesslich wohl eher daneben vor. Auch findet zwischen den Mitgliedern keine echte Kommunikation statt. Jeder Teilnehmer kann zwar die Fotos kommentieren oder die Website über Twitter und Facebook weiterempfehlen. Eine Möglichkeit, Kritik an der Marke zu üben, fehlt jedoch gänzlich.» Für Stéphane Koch ist artofthetrench.com denn auch eine Werbeplattform und kein soziales Netzwerk.

AKTUELLE MODE

Fest steht, dass es für eine Luxusmarke wie Burberry immer klug ist, von sich reden zu machen, mit der gesellschaftlichen Entwicklung und den Veränderungen von Sitten und Gebräuchen mitzuhalten. «Die Blogkultur ist zu einer eigenständigen Ästhetik geworden», führt Bertrand Maréchal aus. «Und wer eine solche Erscheinung für minderwertig hält, sieht an der Realität vorbei und ist sicher auch ein Spielverderber, denn sie spiegelt die aktuelle Mode wider, die für den sofortigen Gebrauch bestimmt ist.»  **BRBY**

Eine Aktie im Aufwind



Von ihrem spektakulären Absturz mitten in der Finanzkrise konnte sich die Burberry-Aktie im Laufe des Jahres 2009 ebenfalls spektakulär wieder erholen. Anlässlich des Cercle des gérants Ende 2009 in Paris bezeichnete Philippe Lecoq, Fondsmanager für europäische Aktienwerte bei Edmond de Rothschild Asset Management, Burberry als eine seiner Lieblingsaktien.

Seiner Auffassung nach kann man mit ihr die Schwäche des Pfunds nutzen. Zudem wird der Konzern seine Margen strukturell erhöhen. Als Schwachpunkt der Marke bezeichnet der Experte die wenig entwickelte Präsenz in den Schwellenländern. Dagegen will das Luxusmodehaus Abhilfe schaffen und in den kommenden Jahren Projekte in China realisieren.



Burberry in Zahlen

Das Stammhaus des 1856 gegründeten und an der London Stock Exchange kotierten Unternehmens befindet sich in London. Mit seiner gegenwärtigen Performance lässt Burberry über die Hälfte der im FTSE 100 enthaltenen Firmen deutlich hinter sich. Für das Geschäftsjahr, das am 31. März 2009 zu Ende ging, erzielte Burberry einen Gesamtumsatz von 1,2 Milliarden Pfund (2 Milliarden Franken); dies entspricht einem Zuwachs von 600 Millionen Pfund,

seitdem Angela Ahrendts an der Spitze des Unternehmens steht und Christopher Bailey in die Firma eintrat.

Allerdings verschlechterte sich der Bruttogewinn von April bis September 2009 um 19,6 Prozent, von 97 Millionen Pfund auf 78 Millionen Pfund. Dennoch kam ein Wachstum von 6 Prozent zustande, wobei 10 Prozent der 572 Millionen Pfund Einnahmen in den Schwellenländern erzielt wurden.

In diesem Zeitraum stellte das Einzelhandelsgeschäft 54 Prozent des Gesamterlöses dar, im Vergleich zu 45 Prozent im Vorjahreszeitraum.

Der Burberry-Konzern beschäftigt 6'000 Mitarbeiter, betreibt weltweit 122 eigene Boutiquen, 255 Concessions und 90 Franchise-Geschäfte. Im Einzelhandel strebt er eine Erhöhung der Einnahmen um jährlich 10 Prozent an.



SOZIALE NETZWERKE: Wie die Firmen davon profitieren

Plattformen wie Facebook und Twitter revolutionierten die Kommunikation durch das Erschaffen und Pflegen von Interessensgemeinschaften rund um den Erdball. Es wundert nicht, dass diese Errungenschaften jetzt die Marketingstrategien grosser Firmen revolutionieren.

Ludovic Chappex





Als Rolex ihre letzte Werbekampagne mit Roger Federer lancierte, wurde weder im Fernsehen noch in der Presse erwähnt, dass ein Teil der Öffentlichkeit diese Kampagne schon im Vorfeld sehen konnte. Es stand nicht einmal auf der Homepage des Schweizer Uhrmachers. Nein, der Spot wurde auf Facebook, dem «König» der sozialen Netzwerke, als Vorpremiere ausgestrahlt. Federer persönlich schickte den Spot an seine 3 Millionen virtuellen Fans.

«Roger Federer selbst fordert seine Fans dazu auf, sich die Werbung anzusehen: Stellen Sie sich den psychologischen Einfluss einer

solchen Kampagne vor! Die Tatsache, dass man seine Zielgruppe so leicht und punktgenau erreichen kann, ist Gold wert», meint David Sadigh, Direktor der Online-Marketingfirma IC-Agency. Die Firma hat ihren Sitz in Genf, beschäftigt rund 30 Mitarbeiter, verteilt auf die Schweiz und Kanada, und zählt Firmen wie Nespresso, IMD, TAG Heuer oder Christian Dior zu seinen Referenzen.

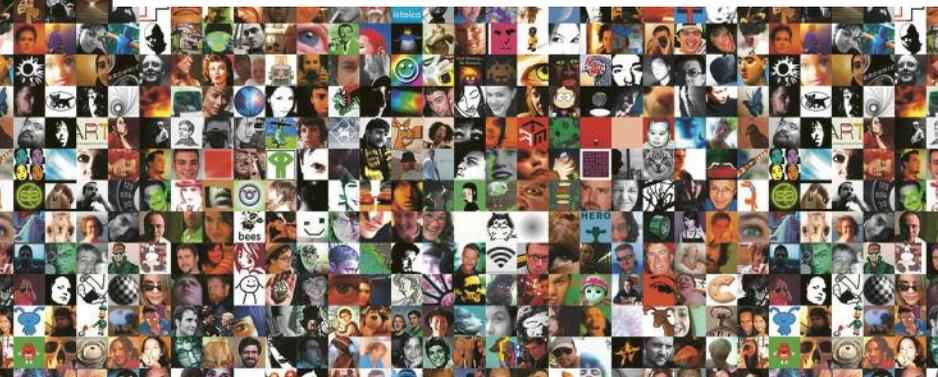
Die neuen Gemeinschaftsplattformen, die alles andere als simple Spielereien sind, stimulieren und bewegen das Marketing der Firmen. Wie könnten die grossen Marken heute zum Beispiel Facebook igno-

rieren, dessen Benutzerzahl bereits über 400 Millionen liegt, die meisten davon aus den Vereinigten Staaten und Europa?

Federer persönlich schickte den Spot an seine 3 Millionen virtuellen Fans.

«Die Nutzung dieser Plattformen durch die Unternehmen wird die nächste Revolution des Internets», vermutet Sebastian Ulbrich, Forscher an der Fachhochschule Nordwestschweiz (FHNW) und Spezialist für soziale Netzwerke. «Das ist eine flächendeckende Tendenz.»

Die grossen Firmen haben keine Wahl. «Man muss der Öffentlichkeit dort begegnen, wo sie sich aufhält», betont David Sadigh. «Zurzeit ist eine sehr schnelle Verlagerung weg von den traditionellen Medien hin zu den sozialen Netzwerken zu beobachten, die dank mobiler Geräte wie iPhone, Laptop, Blackberry etc. jederzeit verfügbar sind. Und das mit steigender Tendenz.»





Manager bei Nespresso: «Die sozialen Netzwerke sind für uns ein enorm wichtiges Werkzeug geworden. Sie erlauben uns, Erwartungen, Wünsche oder Ängste unserer Kunden sofort aufzunehmen und auch darauf zu reagieren. Heute behandeln wir die Kommentare auf Twitter oder Facebook gleich wie eine E-Mail oder einen Telefonanruf.» Doch der kommerzielle Vorteil der sozialen Netzwerke geht noch weiter als dieser Kundendienst, wie Cyril Lamblard erklärt: «Die Plattformen stellen einen aussergewöhnlichen Imagerträger dar und sind ideal, um unsere Kommunikationsprogramme kraftvoll auszuweiten.» Für crossmediale Kampagnen oder etwa Wettbewerbe eröffnen sich ganz neue Möglichkeiten und Dimensionen (siehe Box).

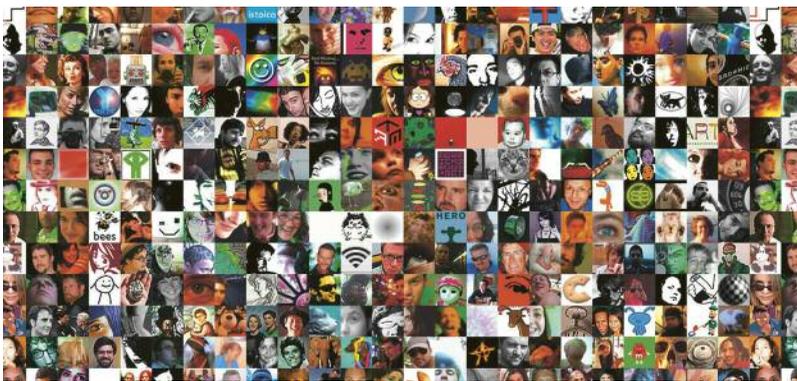
Die grossen Firmen versuchen natürlich, in diesem Bereich Fuss zu fassen. Einige entscheiden sich sogar dafür, eigene interaktive Plattformen zu lancieren, so zum Beispiel Burberry (siehe S. 34), Cartier oder Mercedes. Aber die meisten Marken bevorzugen es, das Potenzial und die Bekanntheit bestehender Netzwerke zu nutzen, um die Konsumenten auf sich und die eigenen Produkte aufmerksam zu machen.

Oft geht die Initiative zuerst von den Fans aus und nicht von der Marke selbst. Bekanntes Beispiel ist Coca-Cola, deren Seite auf Facebook vorerst von zwei Unabhängi-

gen lanciert wurde, bevor der multinationale Konzern die Führung wieder übernahm und die zwei Interessierten als Moderatoren engagierte. «Für die Marketingabteilung ist das einfache Hinhören, was in den sozialen Netzwerken über die Marke gesagt wird (ohne zwangsweise zu versuchen, Inhalt zu vermitteln) bereits ein wahrer Informationsschatz», betont Jim Pulcrano, Professor am IMD. «Die sozialen Netzwerke sind wie Maststäbe für Tendenzen in Echtzeit. Sie ersetzen vorteilhaft Marktstudien und Konsumententests.»

Diese Aussage bekräftigt Cyril Lamblard, International Internet

In einem ähnlichen Rahmen verlost die Firma EasyJet Gratistickets unter allen Fans, die ihr schönstes Foto während eines Fluges auf Facebook posten. Computerhersteller Dell geht noch weiter: Er bietet günstige Artikel an, die exklusiv auf Twitter erhältlich sind. Dell verkündete diesen Herbst, dass das Verkaufsvolumen der so ver-





kaufen Produkte auf über sieben Millionen Dollar gestiegen ist. Über soziale Netzwerke lassen sich aber nicht nur monetäre Gewinne erzielen. Unter dem Aspekt der Nachhaltigkeit kommt den Möglichkeiten, mit Communities zeitnah rund um den Globus zu kommunizieren und sowohl Markenpräsenz wie auch Markenimage wesentlich zu steuern, mindestens ebenso grosse Bedeutung zu. ▲

Der Geist von Hublot

Der Uhrhersteller Hublot ist ein Fall wie aus dem Lehrbuch. Auslöser ist das persönliche Engagement des Inhabers Jean-Claude Biver. Dieser gibt an, sich mehr als drei Stunden pro Tag mit unterschiedlichen sozialen Foren zu beschäftigen, damit der Buzz um seine Marke erhalten bleibt. Er erreicht damit den Effekt, dass auf Facebook die Publikumszahl der Genfer Firma explosionsartig ansteigt. Innert einem Jahr verzeichnet sie einen Zuwachs von 2500 Prozent mit aktuell mehr als 50'000 Fans*. «Ich schätze, heute verdanken wir mindestens 50 Prozent unseres weltweiten Bekanntheitsgrades den sozialen Netzwerken», sagt Jean-Claude Biver. «Ohne diese Art von Marketing hätte sich unsere Marke niemals so schnell profilieren können. Die Interaktion mit der Öffentlichkeit haucht dem Ganzen einen einzigartigen Geist ein und bestimmt offensichtlich den Takt bei unseren Geschäften.»

*watch Brand Fan Pages on Facebook. Number of Fans in December 2009, and its year-to-year increase (%). Source: IC-Agency.

Der Buzz von Nespresso



Die letzte Werbekampagne von Nespresso mit George Clooney, die seit Anfang November im TV ausgestrahlt wird, hat vom Buzz profitiert, der vorab generiert und im Sommer von Nespresso auf Facebook und Twitter gepflegt wurde. Bei Wettbewerben können Teilnehmer verschiedene Preise gewinnen, so zum Beispiel eine Reise zum Festival in Cannes.

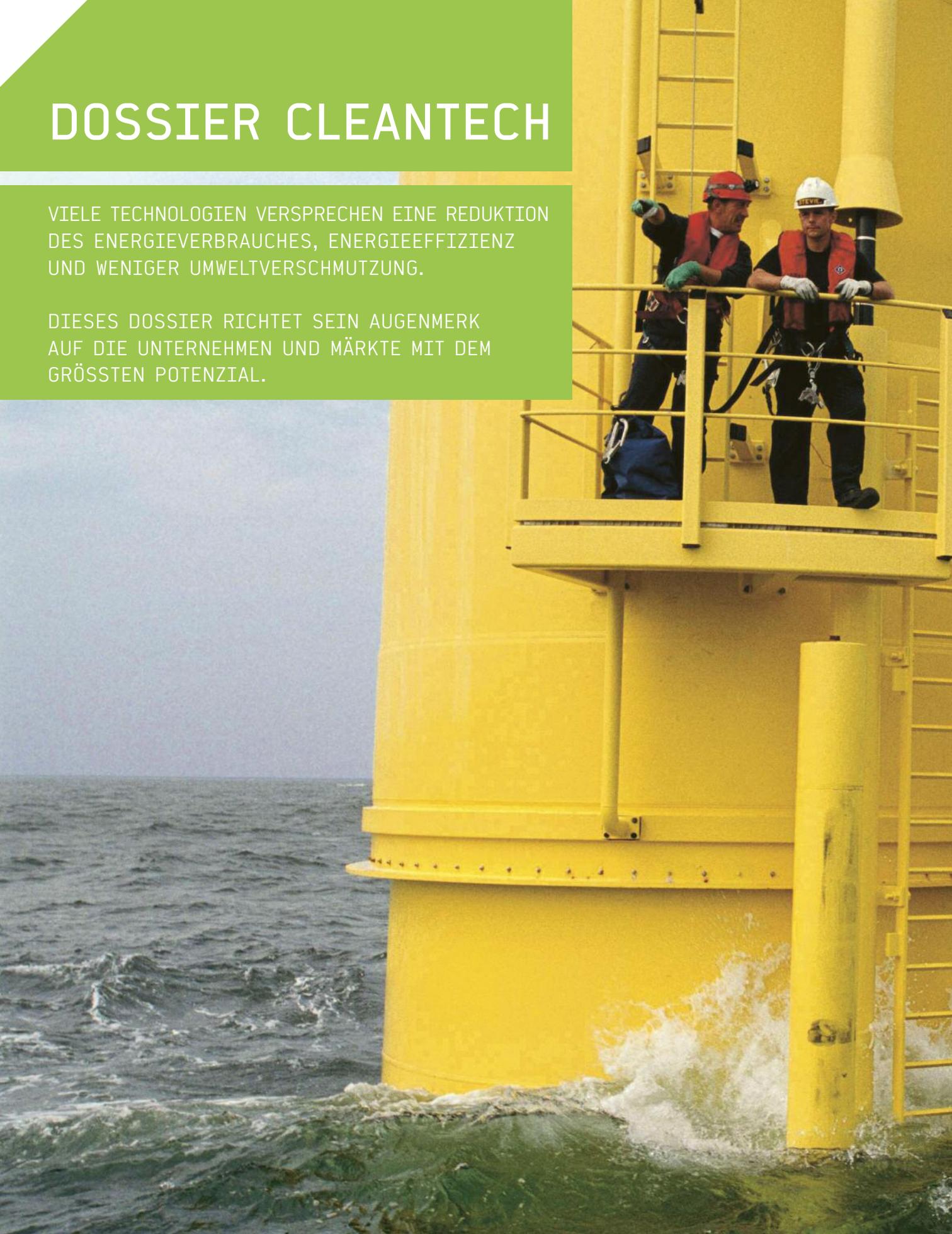
Jüngst, während der Konferenz «LeWeb09» zu neuen Technologien, hat der multinationale Konzern bestimmte Kaffeemaschinen zum Wettbewerb ausgeschrieben: Um an der Verlosung teilzunehmen, musste man lediglich auf Twitter eine Nachricht oder einen Internetlink hinterlassen, welche die Worte «LeWeb» und «Nespresso» enthielten.



DOSSIER CLEANTECH

VIELE TECHNOLOGIEN VERSPRECHEN EINE REDUKTION DES ENERGIEVERBRAUCHES, ENERGIEEFFIZIENZ UND WENIGER UMWELTVERSCHMUTZUNG.

DIESES DOSSIER RICHTET SEIN AUGENMERK AUF DIE UNTERNEHMEN UND MÄRKTE MIT DEM GRÖSSTEN POTENZIAL.





WINDENERGIE SEITE 46



SONNENERGIE SEITE 48



ENERGIE-EFFIZIENZ SEITE 54



Lars Berny / Magnum

ABFALLUMWANDLUNG	S. 45
ERDWÄRME	S. 45
ATOMKRAFT	S. 54
MOBILITÄT	S. 55

MEYER BURGER	S. 49
OERLIKON SOLAR	S. 52

CleanTech im Aufschwung

Auch an den Umwelttechnologie-Unternehmen ist die Wirtschaftskrise nicht spurlos vorübergegangen. Die Marktbeobachter sind dennoch optimistisch und erwarten in den kommenden Jahrzehnten ein bedeutendes Wachstum.

Geneviève Ruiz und Bertrand Beauté

«Für den Umweltsektor werden 2011 und 2012 zwei wichtige Jahre mit sehr hohem Wachstum sein», meint Nicolas Rochon, seit fünf Jahren Cleantech-Analyst des Pariser Finanzdienstleisters «Financière de Champlain». «2009 war zwar schrecklich, die Investitionen brachen ein», sagt er, fügt aber optimistisch hinzu: «Ich bin überzeugt, dass der Sektor vom zweiten Halbjahr 2010 an wieder wachsen wird.»

Diese Ansicht teilt auch Eckhard Plinke, Leiter Nachhaltigkeits-research in der Basler Bank Sarasin: «Der Markt der erneuerbaren Energien wird 2010 zwangsläufig wieder wachsen. Denn die wichtigsten Triebkräfte für die Entwicklung der grünen Technologien sind nach wie vor gegeben: die Preissteigerung für fossile Energien aufgrund ihrer fortschreitenden Verknappung, der Wille der westlichen Länder, ihre Abhängigkeit von fossilen Energien zu verringern, genauso wie der Klimawandel.»

Trotzdem hat die Finanzkrise den Sektor hart getroffen. Gegenüber 2007 stiegen die Investitionen 2008 um nur 5 Prozent. Im Vergleich zu den phänomenalen zweistelligen Zuwachsraten der Vorjahre ist das sehr wenig (siehe Grafik). Und obwohl 2009 von vielversprechenden staatlichen Konjunkturprogrammen geprägt war, brachen die Investitionen im Umweltbereich um bei-

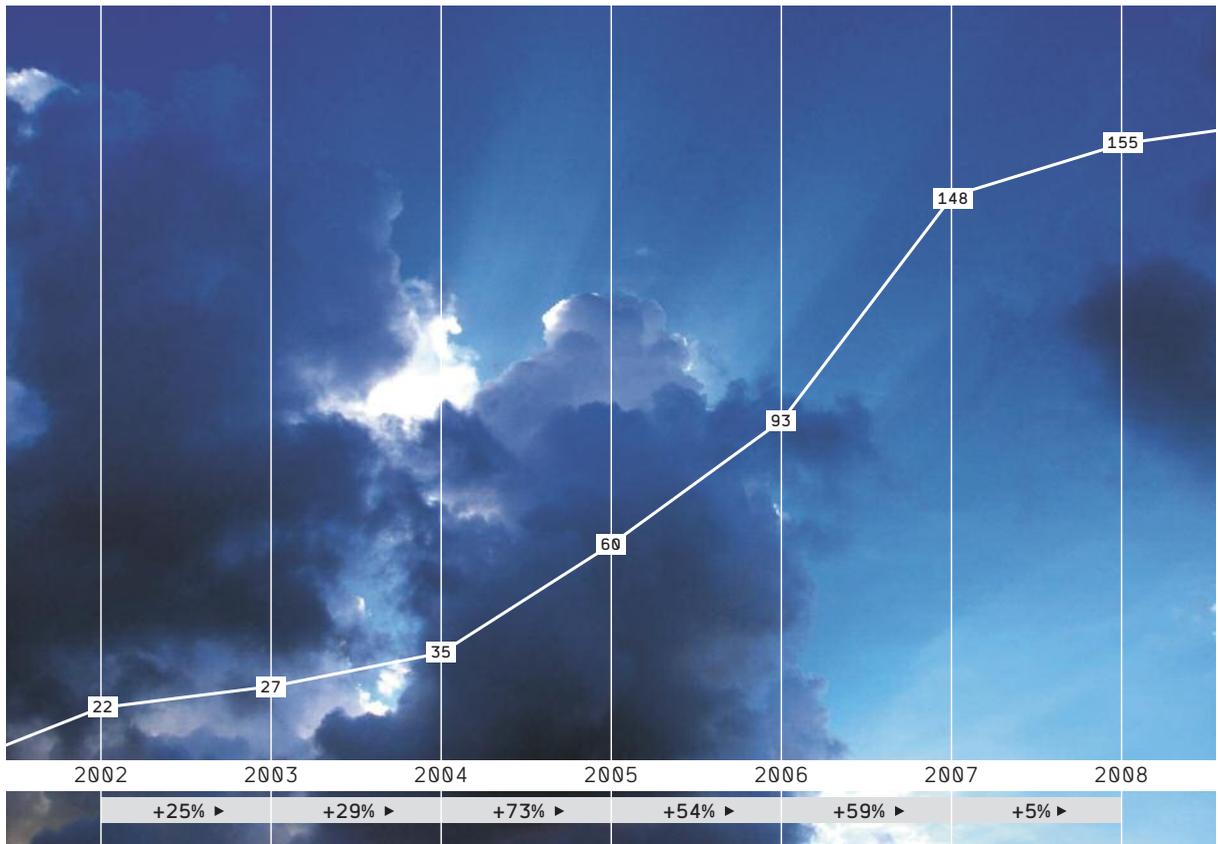
nahe 50 Prozent ein. «Die erneuerbaren Energien wurden von der Krise doppelt bestraft», erklärt Christophe Churet, Analyst des Smart Energy Fund beim Unternehmen Sustainable Asset Management in Zürich. «Sie sind in hohem Mass von externen Finanzierungsmöglichkeiten abhängig.» Und: «Der Zerfall des Erdölpreises beeinträchtigte ihre Konkurrenzfähigkeit und drückte auf die Nachfrage.» Auch die gescheiterte Klimakonferenz in Kopenhagen, bei der sich die Staaten nicht auf verbindliche Emissionsreduktionen einigen konnten, verdüsterte das Bild zusätzlich.

Das Resultat: Die im Bereich der erneuerbaren Energien tätigen Unternehmen sind gegenwärtig unterbewertet. Doch die meisten Marktbeobachter gehen davon aus, dass der Sektor schon bald wieder an die zweistelligen Wachstumsraten der Vergangenheit anknüpfen kann und die Kurse entsprechend steigen werden. Für die Anleger sind die CleanTech-Titel trotzdem mit Risiken verbunden. «Im Energiesektor gehen Veränderungen nur sehr langsam vor sich», warnt Suren Erkman, Professor an der Universität Lausanne. «Die fossilen Energien werden erst in 30 bis 40 Jahren abgelöst werden können. Die notwendigen Technologien für die Nutzung der Wind- und Sonnenenergie sind äusserst komplex und erfordern seltene und teure Werkstoffe.» Abgesehen von den finanziellen Risiken gibt

es weitere Unsicherheiten. Technologische Fortschritte im Erdölsektor (neue Förder- und Extraktionsverfahren usw.) etwa könnten die fossile Energie begünstigen. Auch ist die saubere Energie noch immer auf staatliche Subventionen angewiesen, um überhaupt konkurrenzfähig sein zu können.

Für Natacha Guerdat, Partnerin von Conser Invest in Genf und Spezialistin für erneuerbare Energien, bleibt das Risiko im Zusammenhang mit Veränderungen der staatlichen Energiepolitik allerdings begrenzt. Sie legt den Fokus mehr auf die Bewertung von einzelnen Unternehmen: «Wer vom Potenzial des Sektors überzeugt ist und dann quasi mit der Giesskanne in CleanTech investiert, ist schlecht beraten», sagt sie. «Wie bei allen Anlageentscheidungen geht es darum, die klassischen Instrumente der Finanzanalyse zu nutzen.» Es gilt also Faktoren zu berücksichtigen, wie beispielsweise die Qualität des Managements, die Strategie und die Rentabilität des Unternehmens, aber auch das kommerzielle Potenzial eines Produktes. Guerdat weiss: «Obwohl der Sektor als Ganzes stark wächst, gibt es grosse Unterschiede zwischen Technologien und Unternehmen.»

CleanTech ist also nicht gleich CleanTech. In den folgenden Beiträgen werden deshalb einzelne Technologien und ihr Marktpotenzial beleuchtet. ▲



Urt. Rymland

Die Investitionen im Umwelttechnologiebereich sind mit 5 Prozent zwischen 2007 und 2008 vergleichsweise mager gewachsen. Quelle: New Energy Finance

ABFALLUMWANDLUNG ALS ENERGIERESSOURCE

Im Umweltschutz spielt die Abfallwirtschaft mit der Wiederaufbereitung und Entsorgung der Abfälle eine erstrangige Rolle. Anstelle der herkömmlichen Kehrichtverbrennungsanlagen bauen die Unternehmen dieses Sektors heute echte Kraftwerke, die Elektrizität und Wärme produzieren, dies bei gleichzeitig verringertem Treibhausgas-Ausstoss. «Dieser Sektor kann den defensiven Teil eines Anlageportefeuilles bilden», meint Nicolas Rochon, Leiter des Umweltpools bei der Financière de Chapelain in Paris. «Die betreffenden Unternehmen

sind bereits sehr gut bewertet, und obwohl die Wachstumsperspektiven von 3 bis 5 Prozent nicht besonders hoch sind, bleiben die Firmen mit gutem Ertrag für Anleger interessant.»

Der Pariser Analyst rät, statt in die Weltkonzerne Suez und Veolia eher in weniger bekannte Unternehmen wie die italienische Gesellschaft Biancamano (BCM) zu investieren. «Diese Unternehmen profitieren von langfristig garantierten Verträgen; die Ertragslage ist also gut berechenbar.»

ERDWÄRME (GEOTHERMIE) IM AUFWIND

In keinem Land der Welt gibt es mehr Wärmepumpen pro Quadratkilometer als in der Schweiz. Das Unternehmen Schulthess (SGRN) ist auf diesen boomenden Bereich spezialisiert. Erdwärmepumpen nutzen in geringer Tiefe (bis 15 m Tiefe) die Wärme im Erdreich und Grundwasser. Bei der Tiefengeothermie, die Temperaturen von 200 Grad in mehreren Kilometern Tiefe erschliessen will, gibt es noch einige technische Probleme. «Dennoch ist sie seit 2009 für die Anleger recht attraktiv geworden, und die Zahl der kotierten Gesellschaften wie Ram

Power (RPG) oder Magma Energy (MXY) nimmt zu», stellt Christophe Churet fest, Analyst des Smart Energy Fund bei Sustainable Asset Management in Zürich. Im Vergleich zu 2007 sind die Investitionen 2008 in diesem Sektor um 149 Prozent gestiegen und belaufen sich auf 2,2 Milliarden Dollar. – Ein Wachstum, das sich laut Christophe Churet 2010 fortsetzen dürfte: «Die Geothermie bietet mehrere Vorteile, etwa die Fähigkeit, konstante Energie zu liefern, oder die konkurrenzfähigen Kosten, im Vergleich zu anderen erneuerbaren Energien.»

WINDKRAFT: JETZT INVESTIEREN

Unter den erneuerbaren Energien am besten etabliert. Kurzfristig ein attraktives Anlagesegment. Die langfristigen Aussichten hingegen erscheinen begrenzter als jene der Solarenergie.



Überprüfung einer Windkraftanlage in Eaglesham Moor, in der Nähe von Glasgow, Dezember 2009.

«Bei den erneuerbaren Energien setzen wir im Moment vor allem auf die Windkraft», erklärt Nicolas Rochon, Leiter des Umweltpools bei der Financière de Chaplain in Paris. «Es handelt sich um einen reifen, rentablen Sektor ohne Preiskampf. Wir sind

optimistisch und setzen auf ein Wachstum von 15 Prozent pro Jahr in den kommenden 15 Jahren.»

Laut einem gemeinsamen Bericht der UN-Umweltagentur und der US-Marktforscherin «New Energy Finance» sind die Produktionskosten

für Windenergie in den letzten 10 Jahren stark gesunken, sodass sie heute fast mit den fossilen Energien konkurrieren können.

«Die Grösse der Rotoren und die Produktivität wurden weiterentwickelt, was die Produktionskosten halbierte», erklärt Martin Kernen



von der «Suisse-Eole», der Vereinigung zur Förderung der Windenergie in der Schweiz. «Allerdings gibt es immer noch verschiedene Herausforderungen zu meistern», schränkt er ein und nennt Faktoren wie die Lärmbelastung sowie Transport und Speicherung der Energie.

2008 wurden weltweit mehr als 51 Milliarden Dollar in die Windenergie investiert. Und zwischen 2003 und 2008 glänzte sie mit einem sensationellen zweistelligen Wachstum von annähernd 30 Prozent, bevor 2008 der Absturz auf 1 Prozent und 2009 ein Null-

wachstum folgten. Ergebnis: «Die Bewertung dieser Unternehmen ist gegenwärtig relativ niedrig», so Nicolas Rochon, «doch wir sollten im zweiten Semester 2010 einen Wiederaufschwung erleben.» Auch Christophe Churet, Analyst für den Smart Energy Fund bei Sustainable Asset Management in Zürich, bestätigt: «Wir sind optimistisch bezüglich der Windenergie, denn die Finanzierungsbedingungen für die verschiedenen Projekte werden sich verbessern. Gut positionierte Unternehmen werden ihre Margen 2010 steigern können.»

2008 wurden weltweit mehr als 51 Milliarden Dollar in die Windenergie investiert.

Die Analysten empfehlen die dänische Vestas (VWSA), Weltmarktführerin bei der Fertigung von Windkraftwerken, die spanischen Unternehmen Gamesa (GAM) und Iberdrola Renovables (IR) oder etwa die asiatische Gesellschaft China Wind Power (182). «Dabei empfehlen wir, eher auf die Entwickler von Windparks als auf die Hersteller von Windturbinen und -komponenten zu setzen», präzisiert Christophe Churet. «Abgesehen davon ziehen wir langfristig die Solarkraft bzw. Fotovoltaik der Windenergie vor, da sie bessere Aussichten bietet.»

Tatsächlich stammen gegenwärtig 1,5 Prozent der weltweiten Elektrizitätsproduktion aus Windenergieanlagen, deren Wachstumsperspektiven sind jedoch bescheidener als jene der Solarkraft. Angesichts der fehlenden günstigen Standorte und vor allem der mangelnden Konstanz der Stromerzeugung schätzen die Spezialisten, dass bis 2050 der Anteil der Windenergie auf maximal 15 Prozent der weltweiten Elektrizitätsproduktion gesteigert werden kann. ▲

Jason A. Libery/Bloomberg/Getty

2. SOLARKRAFT

SOLARKRAFT: DIE HOFFNUNG NACH DEM STURM

Die Investitionen in die Solarenergie sind in den letzten Jahren in schwindelerregender Weise gestiegen.

Doch die Branche leidet unter einem Preiskampf, der die Margen schrumpfen lässt, und hat mit Überkapazitäten zu kämpfen. Vor allem aber ist der Solarstrom noch immer zu teuer, um wirklich konkurrenzfähig zu sein.

«Das Wachstumspotenzial der Solarkraft ist immens», sagt Christophe Churet, Analyst des Smart Energy Fund bei Sustainable Asset Management in Zürich. «Gegenwärtig werden zwar erst 0,1 Prozent der Stromproduktion so erzeugt. Doch bis 2050 dürften gemäss den Voraussagen 30 bis 40 Prozent der globalen Elektrizität aus Solaranlagen stammen.»

2008 wurden 35,5 Milliarden Dollar in den Sektor Solarenergie investiert, 70 Prozent mehr als 2006. Damit ist die Solarkraft diejenige erneuerbare Energie, bei der die Investitionen am stärksten gestiegen sind. Die Produktion von Solarzellen wurde in den letzten Jahren massiv gesteigert, zum Teil dank Förderprogrammen, vor allem in Deutschland, Spanien, Japan, China und den USA. Mit dem Start der grossindustriellen Fertigung konnten die Kosten entlang der gesamten Produktionskette gesenkt werden. Dennoch wird man noch einige Jahre warten müssen, bis sie mit jenen der fossilen Energien konkurrieren können. Dutzende von Unternehmen haben eine ausreichende Grösse und Beständigkeit erreicht, um an die Börse gehen zu können, und sie erzielten vielversprechende Ergebnisse, unter ihnen die US-Gesellschaft First Solar (FSLR) sowie die deutschen Firmen Solarworld (SWV) und Q-Cells (QCE).

TOTAL-CRASH

2009 war jedoch ein besonders schwarzes Jahr für den Solarstrom. Gewisse Spezialisten sprechen sogar vom totalen Crash. «Während 2008 die Nachfrage das Angebot überstieg, litt der Solarmarkt 2009 unter einem Überangebot», erklärt Eckhard Plinke, Leiter Nachhaltigkeits-

research der Bank Sarasin in Basel. Mit dem Auftauchen asiatischer, vor allem chinesischer Solarzellenhersteller wie Trina Solar (TSLU) oder JA Solar (JASO) wurde die weltweite Produktionskapazität verdoppelt, und es kamen stetig billigere Produkte auf den Markt. Gleichzeitig wurden wegen der Finanzkrise Investitionen in neue Solarprojekte stark zurückgefahren. Das Ergebnis: Die Solarzellenpreise sanken um 30 bis 40 Prozent, und das Wachstum des Sektors tendierte gegen Null.

ECHTE PERSPEKTIVEN

Die Situation ist gegenwärtig so schwierig, dass Nicolas Rochon, Leiter des Umweltpools bei der Financière de Chaplain in Paris, ohne Zögern empfiehlt: «An den Börsen sollte man die Solartitel zurzeit meiden. Die Dumpingpreise der chinesischen Unternehmen können die Konkurrenz in die Knie zwingen und zu Konkursen und einer Konsolidierung führen. Vor diesem Hintergrund sind Investitionen in diesem Sektor zurzeit äusserst schwierig und riskant. Einzig das US-Unternehmen First Solar kann dank seiner Spitzentechnologie mit den asiatischen Herstellern konkurrieren. Die Europäer hinken hinterher. Langfristig hingegen halten wir am Solarsektor fest, denn er bietet echte Perspektiven.»

Eckhard Plinke teilt diese Meinung. Er setzt auf ein erneutes stürmisches Wachstum der Solarenergie in den kommenden Jahren: «Wir sind der Ansicht, dass sich dieses Wachstum erneut auf 40 bis 50 Prozent belaufen wird, vor allem wegen der gesunkenen Kosten und der daraus resultierenden Steigerung der Nachfrage.» ▲

Sägen für sauberen Strom

Meyer Burger hat sich ins weltweite Spitzenfeld der Hersteller von Schneidemaschinen zur Fertigung von Solarzellen gebracht. CEO Peter Pauli hat weiterhin ambitionöse Wachstumspläne.

Interview: Daniel Saraga

Als Peter Pauli 2002 die Geschäftsführung bei Meyer Burger übernimmt, beläuft sich der Umsatz des Schweizer Herstellers für Spezialsägen auf knapp zwanzig Millionen Franken. Heute beträgt diese Zahl das Zwanzigfache.

Durch die Neuausrichtung auf die Solarbranche hat sich das Thuner Unternehmen zu einem der zwei weltweit führenden Hersteller von Siliziumsägen gemausert. Diese Hochpräzisionsinstrumente produzieren die sogenannten «Wafers», hauchdünne Scheiben, die zur Herstellung von Solarzellen aus kristallinem Silizium verwendet werden. Inzwischen hat sich die Gruppe einer Übernahmestrategie verschrieben. Damit soll die gesamte Wertschöpfungskette der Fotovoltaik abgedeckt werden: von den Siliziumblöcken (Ingots) bis hin zu den installationsfertigen Solarpanelen. Der jüngste Schachzug in dieser Richtung ist die Fusion mit dem Schweizer Solarmodulhersteller 3S Industries.

CEO Peter Pauli wird das aus der Fusion hervorgegangene Unternehmen auch weiterhin führen. Swissquote Magazine hat mit ihm gesprochen.

SWISSQUOTE MAGAZINE ▶ Herr Pauli, ist Meyer Burger Weltmarktführer für Siliziumsägen?

PETER PAULI ▶ Das müssen Sie die Konkurrenz fragen. Ich glaube schon, denn nach gewissen externen Analysen halten wir 40 Prozent des Markts, knapp vor HCT.

Richtig, das einstige Startup-Unternehmen HCT in Cheseaux produziert ebenfalls Siliziumsägen. Wie kommt es, dass zwei Schweizer Unternehmen fast 80 Prozent des Weltmarkts beherrschen?

Das erklärt sich durch die Geschichte unserer Unternehmung. Meyer Burger hat sich vor mehr als fünfzig Jahren auf das Trennen besonders harter und spröder Werkstoffe spezialisiert, vor allem auf das Schneiden synthetischer Rubine als Lagersteine für Uhrwerke. Später haben wir Sägen für Silizium entwickelt, das in der Elektronik eingesetzt wurde. Es ist uns gelungen, die Kosten für diese Schneidvorgänge zu senken, und so konnten wir entscheidend zur rasanten Entwicklung der Branche beitragen.

Damals hat Meyer Burger den Fehler gemacht, ein Angebot des Waadtländer Ingenieurs Charles Hauser zur Zusammenarbeit abzulehnen. Er wollte ein neues Werkzeug entwickeln: eine Drahtsäge... Charles Hauser hat daraufhin die HCT gegründet. Das hat uns wachgerüttelt, und wir haben den Rückstand mittlerweile aufgeholt, indem wir Ende der Neunzigerjahre selber eine Drahtsäge entwickelten. Heute haben wir nicht nur auf-, sondern HCT sogar überholt: Laut unabhängigen Analysen halten wir 40 Prozent des Marktes, knapp vor HCT.

Eine Hochleistungsbranche, die in der Schweiz doch sehr im Verborgenen blüht...

Ja, unsere Präsenz bleibt sehr

Peter Pauli, CEO Meyer Burger



Peter Pauli, Vater von zwei Kindern, hat an der Hochschule Muttenz Maschinenbau studiert und war danach fünfzehn Jahre lang für den Schweizer Bänder-spezialisten Siegling tätig. «Bei Meyer Burger bin ich fast ein wenig zufällig gelandet. Ich hatte vorher eine berufliche Fehlentscheidung getroffen und wollte mich verändern und etwas Neues machen.»

diskret. Wir liefern die Anlagen für Hersteller, die durch ihre fertigen Produkte bekannt und anerkannt sind. Aber seit unserem Börsengang 2006 sind auch wir etwas sichtbarer geworden.

Die Schweiz kann in der Fotovoltaik wieder die weltweite Führung erreichen. Wir haben hervorragende, häufig kleine, aber höchst leistungsfähige Produzenten für die entsprechenden Fertigungsanlagen. Einige mögen zu gross oder zu träge geworden sein. Manche haben vielleicht auch nicht das Management, das den globalen Markt im Blick hat. Aber generell bin ich optimistisch, was die Schweizer Branche für Anlagenbau betrifft. Vorausgesetzt, wir schaffen es, mit einer guten Infrastruktur und einem hohen Bildungsniveau auch weiterhin günstige Rahmenbedingungen zu erhalten.



Sie haben die amerikanische Diamond Wire Technology und die deutsche Firma Hennecke übernommen und mit 3S Industries in der Schweiz fusioniert (s. Box).

Werden Sie diese offensive Wachstumsstrategie fortführen?

Wir wollen der beste Anbieter für Fotovoltaik-Anlagen werden. Das heisst, wir müssen entlang der gesamten Produktionskette wachsen. In der Wafer-Produktion sind wir schon zu Hause, aber wir wollen auch in die Fertigung der Solarzellen und der Solarpaneele einsteigen. Diese ganzen Abläufe sind noch sehr zersplittert, und durch eine Rationalisierung sind hier Produktivitätsgewinne möglich. Wir wollen durchgängig integrierte, effizientere Systeme anbieten können. Nach dem Zusammengehen mit 3S Industries, die im Bereich Anlagen für die Solarmodulproduktion zu den wichtigsten Global Players gehören, decken wir jetzt die gesamte Wertschöpfungskette ab – vom Silizium-Ingot bis zu den Panelen.

Sie werden also weitere Unternehmen dazukaufen?

Genau. Wir müssen ja auch wachsen, um Mittel für Forschung und Entwicklung bereitstellen zu können.

Wie sichern Sie sich die Kontrolle über die neuen Gesellschaften in Ihrer Gruppe?

Wir üben eine strenge Finanzkontrolle aus, lassen die Gesellschaften aber ihre eigene Technologie und ihren jeweils eigenen Markt entwickeln. Jede unserer Gesellschaften soll in ihrer Branche Spitzenreiter bleiben und erhält auch von den anderen Einheiten der Gruppe keine finanzielle Hilfe.

Befürchten Sie nicht eine Übernahme wie bei HCT?

Nein. Ein Konzern müsste für uns sehr viel Geld auf den Tisch legen – und was hätte er davon? Wir sind ein Hightech-Unternehmen, und eine feindliche Übernahme wäre eine sehr heikle Angelegenheit. Beispiel HCT: Das ursprüngliche

MEYER BURGER IM JAHR 2008:

(im Vergleich gegenüber 2007)

- Anzahl der Angestellten: **630** (+166%)
- Umsatz (CHF): **455** Mio. (+119%)
- Gewinn (EBIT): **57** Mio. (+130%)

Management ist nicht mehr da, und seit der Übernahme haben sie Marktanteile verloren – zu unseren Gunsten übrigens...

Sie haben auch eine Zusammenarbeit mit Oerlikon Solar angekündigt und wollen deren Siliziumbeschichtungstechnik verkaufen.

Ja, das ist für uns eine strategische Kooperation. Obwohl uns die Technologie nicht gehört, haben wir doch dadurch, dass wir sie verkaufen, einen Fuss in der Solarzellenproduktion.

Aber Oerlikon Solar ist ja auch Rivale...

Ja, natürlich. Aber die beiden Verfahren werden in komplementären Anwendungen zum Zug kommen. Ausserdem könnte eine einzige Technologie dem erwarteten Wachstum in der Fotovoltaik nie gerecht werden. Es wird immer eine Mischung geben müssen. Dieser Wettbewerb ist gesund und für uns ein zusätzlicher Ansporn, immer besser zu werden und die grid parity (Netzparität; Preis für Solarstrom auf dem gleichen Niveau wie herkömmlicher Strom aus dem Zubau neuer Stromproduktionsanlagen) zu erreichen, also die Erzeugung von Solarstrom zu Marktpreisen.

Wie ist es Meyer Burger während der Finanzkrise ergangen?

Viele Kunden erhielten von den Banken ungeachtet ihrer Akkreditative plötzlich kein Geld mehr. Wir mussten unsererseits Ware zurück-

halten, weil es schwierig wurde, erhaltene Kreditzusagen einzufordern. Wir haben die Produktion heruntergefahren und die Zeitarbeitsverträge reduziert, aber dank der Anzahlungen für Neuaufträge ist es uns gelungen, den Kopf über Wasser zu halten. So haben wir es gemeinsam mit unseren Kunden geschafft und sind sehr froh, dass wir immer in der Gewinnzone geblieben sind. Für 2010 sind allerdings Prognosen noch sehr schwierig.

Ist China mitverantwortlich für den spektakulären Preiseinbruch beim Silizium?

Das ist eine komplexe Frage. Die Produktivität der chinesischen Solarindustrie ist an sich nicht besonders hoch, doch als Hightech-Branche wird sie bevorzugt und staatlich massiv gefördert. Das hat mit Sicherheit die Preise beeinflusst. Die Chinesen haben sich ohne Umwege auf Massenproduktion eingestellt. Ausserdem haben günstige Arbeitskräfte und positive Skaleneffekte zusätzlich zur Kostensenkung beigetragen.

Der Preissturz macht den Solarstrom konkurrenzfähiger, lässt aber auch die Margen schmelzen...

Ich begrüsse diese Entwicklung. Nur so können wir uns der grid parity nähern. Natürlich werden einige Unternehmen zu leiden haben, aber das ist normal auf einem Markt, der sich erst noch konsolidiert. Nehmen Sie Conergy, einen sehr grossen deutschen Produzenten



erneuerbarer Energien. Die Conergy-Aktie ist eingebrochen, weil Fehlentscheidungen getroffen wurden und weil das Unternehmen zu schnell gewachsen ist, um auch bei niedrigeren Margen noch profitabel zu bleiben.

Sollte die Regierung stärker subventionieren?

Nein, von Subventionen halte ich nichts – wenn damit Staatsgelder gemeint sind, die direkt in die Taschen der Erzeuger von Alternativenenergien fließen. Allerdings halte ich sehr viel von den Feed-in tariffs, der Abnahmegarantie für grünen Strom. Die Kostendifferenz wird dann nicht vom Steuerzahler berappt, sondern von den Nutzern des Stromnetzes selbst. Das erlaubt stabilere Verhältnisse als mit Subventionen, die ja auch abhängig von Regierungsmehrheiten sind. Unsere Branche sieht die graduelle Preissenkung bei diesen Tarifen durchaus mit Wohlwollen, denn unsere Kosten sinken konsequent. Und die Herabsetzung der Abnahmepreise ist ein Ansporn, uns noch mehr in Richtung Kostensenkung zu bewegen. Sicher brauchen wir noch staatliche Unterstützung. Die Branche befindet sich ja noch in einer quasi vorindustriellen Phase. Aber wir rechnen fest damit, dass der Verkaufspreis für kristallines Silizium auf den wichtigsten Märkten innert fünf Jahren die *grid parity* erreicht.

Das bedeutet auch, dass die Regierungen jetzt über ihren Energiemix neu nachdenken müssen. Energie ist nicht nur ein wirtschaftliches, sondern auch ein politisches Gut. Deshalb können Energiefragen internationale Spannungen und sogar Kriege auslösen. Für die Staaten ist es deshalb wichtig, unabhängiger zu werden.

Dazu müssen sie aber zwingend erneuerbare Energiequellen erschliessen. ▀

MBTN



Diese Maschinen von Meyer Burger kalibrieren die Silizium-Ingots und schneiden sie danach in feine Lamellen, die in den Solarzellen zum Einsatz kommen.

MEYER BURGER

Schweizer Hochzeit

Am 14. Januar 2010 haben die Aktionäre von Meyer Burger und 3S Industries mit über 99,9 Prozent der Fusion der beiden Unternehmen zugestimmt. Der Fotovoltaik-Spezialist 3S (3S steht für Swiss Solar Systems) verkauft Anlagen zur Herstellung von Solarmodulen, d.h. von installationsfertigen Panels, welche die Solarzellen enthalten. Die durch die Fusion entstandene neue Unternehmung wird etwa 550 Millionen Franken umsetzen und 1000 Beschäftigte haben. Peter Pauli bleibt CEO, während der CEO von 3S, Patrick Hofer-Noser, Chief Technology Officer wird.

«Natürlich gibt es einen Grössenunterschied», wirft Werner Buchholz ein, der Sprecher von Meyer Burger. «Aber für uns ist es eine Fusion unter Gleichen. Es ist wichtig, dass unsere Aktionäre diese Entwicklung nicht als feindliche Übernahme wahrnehmen.» Der Titel der neuen Einheit bleibt die Aktie von Meyer Burger.

Silizium sägen – High-Tech mit Tradition

Das Prinzip der Drahtsägen von Meyer Burger ist nicht neu: Schon im alten Ägypten wurden die Blöcke für den Bau der Pyramiden derart zugeschnitten. Anstelle einer Klinge wird eine Schleifpaste eingesetzt, deren Körner mit einem Stahldraht bewegt werden und durch Abrieb den Werkstoff schneiden. Eine andere Möglichkeit ist das Aufbringen winziger künstlicher Diamanten auf einen Stahldraht. Diese Technik wurde von der Diamond Wire Technology entwickelt, die 2009 von Meyer Burger übernommen wurde. «Da diese Technik doppelt so schnell wie die herkömmlichen Drahtsägen funktioniert, mussten wir sie einfach erwerben. Indem wir sie in unsere bestehenden Maschinen integrieren, können wir auch ein Geschäftsmodell für den Verkauf von Verbrauchsmaterialien entwickeln, in diesem Fall für die Drähte, die wir in unseren Sägen einsetzen», erklärt Peter Pauli.



Wolken über Oerlikon Solar

Unter dem Namen Oerlikon Solar mischt die Tochter des Schweizer Industriekonzerns Oerlikon an der Spitze des weltweiten Solarzellenmarktes mit. 2009 war allerdings ein schwieriges Jahr und brachte unter anderem eine Ablösung an der Unternehmensspitze.

Daniel Saraga

Die Medienmitteilung war knapp: Jeannine Sargent, CEO von Oerlikon Solar, verlässt das Unternehmen mit sofortiger Wirkung. Sie wurde im November von Oerlikon-Manager Dr. Jürg Henz als CEO «ad interim» abgelöst.

Die plötzliche Rochade wurde öffentlich nicht kommentiert und erschliesst sich Aussenstehenden angesichts der spektakulären Entwicklung, die unter der amerikanischen CEO stattgefunden hatte, nicht ohne Weiteres: Innert zwei Jahren hatte sie das Trübbacher Unternehmen zum weltweit ersten Anbieter schlüsselfertiger Produktionsanlagen für Silizium Dünnschicht-Solarmodule entwickelt – mit denkbar knappem Vorsprung.

Nach eigenen Berechnungen hält das Unternehmen aus dem Kanton St. Gallen 45 Prozent des Marktes, der amerikanische Konkurrent Applied Materials 44 Prozent, während sich mehrere japanische Unternehmen die verbleibenden 11 Prozent untereinander teilen.

Oerlikon Solar fertigt die Solarpanele nicht selbst, sondern verkauft die Maschinen zu deren Herstellung. Vor Kurzem hat die Firma die grösste Schweizer Fabrik für die Herstellung von Solarzellen in Riazzino TI ausgerüstet. 2010 will das Unternehmen den Aufbau einer 120 Megawatt-Anlage in Russland in Angriff nehmen – eine Expansion Richtung Osten, die durch den russischen Mischkon-

zern Renova von Viktor Vekselberg erleichtert wird, der 45 Prozent an OC Oerlikon hält.

2009: EIN SCHWIERIGES JAHR

So sehr 2008 für Oerlikon Solar ein gutes Jahr war (mit einem Gewinn von mehr als 100 Millionen Franken – bei einem Defizit von 37 Millionen für den Gesamtkonzern OC Oerlikon), so sehr wird 2009 wohl mager ausfallen, mit einem Gewinn bei Null für das erste Halbjahr. Im Dezember hat denn auch der Gesamtkonzern den Wert seiner Solarsparte nach unten revidiert. Die Oerlikon-Technologie (Silizium-Dünnschichtzellen) steht unter Druck, seit die Preise für den Hauptkonkurrenten kristalline Fotovoltaik nach unten gehen.

Dazu kommt, dass durch die rasante Entwicklung dieser Technologie der zweiten Generation die Produktionsanlagen sehr schnell veraltet sind. «Wir können unsere bereits produzierten Anlagen nur schwer verkaufen», sagt Roland Bischofberger, zuständig für Investor Relations bei OC Oerlikon, «denn unsere Kunden wollen unsere neuen Anlagen, die effizienter arbeiten. Ausserdem bekommen sie nicht immer ohne Weiteres die umfangreiche Finanzierung, die nötig ist, um eine Fertigungslinie zu kaufen – die Kosten belaufen sich schnell auf über 100 Millionen Franken.»

«Diese Summe muss investiert werden, noch bevor eine einzige

Solarzelle hergestellt werden kann», erklärt Norbert Ruecker, Analyst bei Julius Bär. «Bei der kristallinen Fotovoltaik nehmen dagegen die Rohstoffkosten einen hohen Anteil an den Gesamtkosten ein, der Rohstoff wird aber nach und nach eingekauft.» Diese Differenz macht gerade dann etwas aus, wenn die Banken mit Krediten hinter dem Berg halten.

WIRD DIE SOLARENERGIE ENDLICH KONKURRENZFÄHIG?

Die Finanzkrise hat die Entwicklung auf dem Solarmarkt zwar deutlich gebremst – dennoch dürfte dieser mittelfristig weiter wachsen, meint Michael Schmidt, Pressesprecher von Oerlikon Solar. «Die Solarstrommenge wird sich bis 2015 voraussichtlich verzehnfachen und dann 50 bis 70 Gigawatt erreichen. Dank dieses Wachstums könnte der solare Anteil an der Stromproduktion von heute ungefähr 0,02 Prozent auf 1 Prozent gesteigert werden.» Die Branche scheint also das Schlimmste hinter sich zu haben. «Der Markt hatte Anfang 2008 mit schwierigen Bedingungen zu kämpfen, aber 2010 sollte die Produktion von Solarpanelen wieder um 20-30 Prozent zunehmen, vor allem dank der Nachfrage aus den USA und China.»

«Kurzfristig bleibt der Solarmarkt aber sehr unsicher, denn die Abnahmepreise für den grünen Strom werden sicher irgendwann angepasst», meint Norbert Ruecker.



Die ehemalige CEO Jeannine Sargent hat das Unternehmen im November 2009 verlassen.

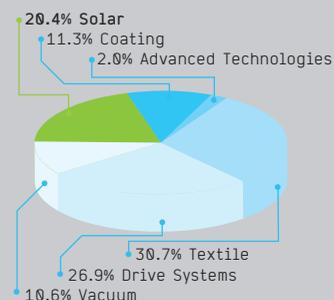
Als Spanien und Deutschland im Laufe der letzten zwei Jahre ihre Hilfen für die Solarenergie zurückgefahren haben, kamen kleinere Unternehmen wie die schweizerische Flexcell, aber auch die grosse deutsche Q-Cells ins Trudeln. Dennoch spricht sich Oerlikon Solar ganz entschieden für einen Abbau der «grünen Gesetzgebung» aus. «Unsere Geschäftspolitik orientiert sich an einem einzigen Ziel: der «grid parity».» Mit anderen Worten: einem Kilowattstundenpreis, der gegenüber den fossilen Energieträgern konkurrenzfähig ist.

So weit scheint man davon gar nicht mehr entfernt zu sein, denn die Kosten für die Erzeugung von Solarstrom sind in den letzten Jahren rapide gesunken. Neue Technologien wie die Dünnschichtzellen erreichen Serienreife und gehen in die Massenproduktion. «Der Preis für unsere Zellen ist zwischen 2007 und 2009 von 1,70 Dollar/Wp (Wattpeak, siehe Box «Der Energiepreis») auf 1 Dollar/Wp zurückgegangen», betont Michael Schmidt. «Ende 2010 dürfte er 0,70 Dollar/Wp erreicht haben. Wir wollen, dass die Solarzellenhersteller, die unsere Anlagen Ende 2010 kaufen, ab 2012 zu Netzpreisen Strom produzieren können. Auf einigen Märkten sind wir sogar schon wettbewerbsfähig, beispielsweise in Rom um die Mittagszeit, wo die Kilowattstunde immer noch ziemlich teuer ist. Das ist ja gerade einer der Vorteile der Solarenergie: Unsere Produktionsspitze in der Tagesmitte entspricht auch der Verbrauchsspitze.» 

In Zahlen

Der steile Aufstieg der 2003 gegründeten Oerlikon Solar begann 2008: Das Unternehmen steigerte seinen Umsatz um 125% (auf 598 Mio Franken) und den Gewinn um 70% (auf 107 Mio). Die Gesellschaft verdreifachte ausserdem ihr Gewicht innerhalb des Industriekonzerns OC Oerlikon im Jahr 2008 und im 1. Halbjahr 2009. Das Unternehmen beschäftigt rund 750 Mitarbeiter. Seine schärfsten Konkurrenten sind die US-amerikanischen Firmen First Solar und Applied Materials sowie die Japaner von Sharp Solar.

Anteil vom Solargeschäft des Oerlikon Konzerns



Quelle: OERLIKON, 1. QUARTAL 2009

Der Energiepreis

Der Kilowattstundenpreis berücksichtigt die Investitionen und alle Betriebskosten. Diese Berechnung hängt bei der Solarenergie vom geografischen Standort ab, da die Sonneneinstrahlung die Menge der pro Panel produzierten Energie stark beeinflusst. In der Branche wird deshalb auch eine ortsunabhängige Einheit verwendet: Mit dem Produktionspreis pro Wattpeak (Wp, zu Deutsch: Wattspitze) werden die Herstellungs- und Installationskosten eines Solarpanels bei einer Spitzenleistung von 1 Watt beziffert.

Die Standard-Fotovoltaik (kristallines Silizium) profitiert seit einigen Jahren von einem massiven Verfall der Preise für polykristallines Silizium, das seit 2007 auch in China produziert wird. Zwischen 2006 und 2009 fiel der Kilopreis von 350 auf 70 Dollar, wodurch der Kilowattstundenpreis von 30 auf 17 Rappen gedrückt wurde. Doch der Preis für den Rohstoff der Solarzellen bleibt volatil und könnte sehr wohl auch wieder steigen.



Vielversprechender Weg in die Zukunft

Wer Energieverluste senken kann, verfügt über die wirksamste und kostengünstigste Waffe im Kampf gegen die Emissionen von Treibhausgasen.

NUKLEARENERGIE, EINE SAUBERE SACHE?

Das staatliche Interesse an der Nuklearenergie ist offensichtlich wieder gewachsen, sind doch weltweit 200 neue Atommeiler geplant und 44 Reaktoren im Bau. Der Grund für diese wiedererwachte Begeisterung? Atomkraftwerke emittieren wenig CO₂ und ermöglichen die Sicherung der Energieversorgung. Allerdings sehen das nicht alle so. «Betrachtet man den ganzen Zyklus des nuklearen Brennstoffs (Uranförderung und -anreicherung usw.), werden beachtliche Mengen an Treibhausgasen freigesetzt», findet Suren Erkman, Professor an der Universität Lausanne. «Nicht nur CO₂, sondern auch andere Gase wie Schwefelhexafluorid SF₆. Das andere Problem der Kernspaltung in der heutigen Form ist, dass die Uranreserven begrenzt sind.»

Vom wirtschaftlichen Standpunkt aus unterscheidet sich die Nuklearenergie von den erneuerbaren Energien vor allem durch die hohen Kosten für den Bau der Atomkraftwerke (zwischen 2 und 5 Milliarden Dollar) und ihren Betrieb, bei dem kaum Sparmöglichkeiten vorhanden sind. Ganz abgesehen von den Kosten möglicher GAUs, die von den Staaten getragen werden müssen.

«Wer als Anleger an Cleantech interessiert ist, sollte auch ein Auge auf die vielen Möglichkeiten im Bereich der Energieeffizienz richten», erklärt Christophe Churet, Analyst des Smart Energy Fund bei Sustainable Asset Management in Zürich. «Intelligente Elektrizitätsnetze oder Energiespeicherverfahren eröffnen vielversprechende Perspektiven.»

80 Prozent der erzeugten Energie geht verloren, noch bevor sie gebraucht werden kann. Eine Senkung dieser Energieverluste stellt deshalb einen offensichtlichen wirtschaftlichen Wert dar, selbst wenn das Erdöl mit der Finanzkrise wieder billiger geworden ist. «Aus makroökonomischer Sicht ist die Energieeffizienz das wirksamste und billigste Verfahren für den Klimaschutz», ergänzt Eckhard Plinke, Leiter Nachhaltigkeitsresearch der Bank Sarasin in Basel. «Dieser Bereich könnte mit einer breiten Palette von Produkten und Technologien ein beträchtliches Wachstum generieren.» Die dazugehörigen Sektoren reichen vom Transportwesen über Gebäudeisolation und Energie-Rückgewinnungsverfahren bis zu stromsparenden Haushaltgeräten.

● SMART GRID

Diese Netze werden die Art und Weise verändern, wie man Energie produziert, verteilt und verbraucht. Die Grundidee ist, Angebot und Nachfrage auf intelligente Weise zu managen. Die

Verbraucher sollen dazu gebracht werden, die Energie zu dem Zeitpunkt zu kaufen, in dem sie günstiger ist. Oder es werden zu bestimmten Zeiten automatisch Millionen von Apparaten abgeschaltet. Um intelligent sein zu können, müssen die Netze entsprechend ausgerüstet werden. Das beginnt bei den Kraftwerken und Transportnetzen. Auf der Verbraucherseite braucht es intelligente Stromzähler, mit deren Hilfe stromintensive, aber nicht zeitkritische Anwendungen in Schwachlastzeiten verschoben werden können. Dieser Markt, der lange einigen Start-ups überlassen wurde, interessiert heute auch Unternehmen wie Google (GOOG), Intel (INTC), Microsoft (MSFT), IBM (IBM), Oracle (ORCL), General Electric (GE,U), SAP (SAP,X), Siemens (SIE), Schneider Electric (SND,FF), Cisco (CSCO) oder Accenture (ACN,U). All diese Konzerne liefern sich ein Wettrennen, ihre Standards für die Kommunikation zwischen den Apparaten durchzusetzen.

● GEBÄUDEISOLATION

Gebäude sind extreme Energiefresser. In der Schweiz wird die Hälfte der konsumierten Energie für Heizung, Klima, Warmwasser, Haustechnik und den Bau der Gebäude verbraucht. Zahlreiche Regierungen haben denn auch ökologische Förderprogramme gestartet, zu denen unter anderem auch die Gebäudesanierung gehört. Auch die Isolationsnormen wurden verschärft nach dem Vorbild von Deutschland, die jetzt eine Isolationsschicht von



52 statt bisher 22 mm vorschreiben. Dieser Markt dürfte in den nächsten Jahren erfreuliche Wachstumsperspektiven bieten, vor allem bei den natürlichen Dämmstoffen (Zelluloseplatten, Matten). Sie machen zurzeit nur 5 Prozent des Sektors aus, da sie im Augenblick noch deutlich teurer sind als synthetische Isolationsmaterialien.

● KRAFT-WÄRME-KOPPLUNG

Unter Kraft-Wärme-Kopplung (KWK) versteht man die gleichzeitige Gewinnung von mechanischer Energie, die in der Regel unmittelbar in elektrischen Strom umgewandelt wird, und nutzbarer Wärme für Heizzwecke oder Produktionsprozesse (Warmwasser, Dampf, Trocknungswärme usw.) Der Brennstoff wird so zu 95 Prozent ausgenutzt. Diese bessere Nutzung der Energie für das Heizen und Kühlen von Gebäuden sowie als Prozesswärme in der Industrie birgt ein gigantisches Potenzial. Zahlreiche Regierungen fördern deshalb gegenwärtig die Forschung und den Bau von Anlagen in diesem Bereich. In der Schweiz machen Wärmepumpen 1,7 Prozent des Stromverbrauchs aus. Bis 2020 soll sich dieser Prozentsatz verdreifachen oder vervierfachen.

● PROZESSOPTIMIERUNG

In der Industrie beträgt die Energieeffizienz einer Fabrik im Schnitt 41 Prozent: Von gekauften und von der Fabrik verbrauchten 100 kWh kommen nur 41 kWh wirklich in den Produktionsprozessen zum Einsatz. Deshalb ist die Verbesserung der Energieeffizienz hier eine äußerst attraktive Möglichkeit für finanzielle Einsparungen. Experten schätzen, dass die Effizienz um 20 Prozent gesteigert werden kann. Die wichtigsten Entwicklungsachsen sind: Maschinen mit weniger Verbrauch, drahtlose Sensoren für die Überwachung der effizienten Nutzung der Energie und der Einsatz nachhaltiger Ressourcen.

● ENERGIE ZURÜCKGEWINNEN

Formel-1-Fans wissen es bereits: Systeme für die Rückgewinnung der Bremsenergie haben in der Autowelt Einzug gehalten. Die Idee ist einfach: Beim Bremsen geht ein beträchtlicher Teil kinetischer Energie verloren (ungefähr 2500 PS, wenn ein F1-Bolide von 320 auf 0 km/h abbremst). Ein Toroidvariator, der ein Schwungrad antreibt, wie er etwa von der Firma Xtrac entwickelt wurde, ermöglicht die Rückgewinnung dieser kinetischen Energie und deren Speicherung. Ein solches System wird bereits in gewissen Hybridautos genutzt, etwa dem Toyota Prius (7203), aber auch in Bussen und in Bahnkompositionen wie dem ICE 3 von Siemens (SIE). Laut der Deutschen Bahn, die den ICE 3 einsetzt, können dank der Bremskraftrückgewinnung 10 Prozent der verbrauchten Energie wieder eingespeist werden.

● DIE LAMPEN LEUCHTEN SPARSAMER

Die Tage der 1878 vom Amerikaner Thomas Edison erfundenen Glühbirne sind gezählt. Wegen ihres enormen Energieverbrauchs – sie erzeugt vor allem Wärme (95%) und nur sehr wenig Licht (5%) – haben die meisten Länder ihren schrittweisen Rückzug aus dem Markt eingeleitet. So sieht der Klima-Energie-Plan der EU vor, dass die herkömmlichen Glühlampen bis 2012 allmählich durch Energiesparlampen und längerfristig durch Leuchtdioden (LED, light-emitting diodes) ersetzt werden. Ein Glücksfall für die Leuchtkörperhersteller wie Philips, Osram und GE. Allerdings finden die Sparlampen nicht nur Anhänger. Die klassische Glühbirne ist zwar sehr teuer von den Kilowattstunden her, belastet aber die Umwelt in keiner Weise, besteht sie doch nur aus Glas und einem Wolframfaden. Die Energiesparlampe hingegen ist nicht nur in der Produktion weit teurer, sie enthält zudem das bei der Entsorgung bzw. beim Recycling belastende Quecksilber. ▲

MOBILITÄT: VIELE OFFENE FRAGEN

Aktuell haben erst wenige grüne Anlagefonds Wertpapiere im Zusammenhang mit der Mobilität in ihren Portefeuilles integriert. Wieso zeigen ihnen die grünen Analysten die kalte Schulter? «Es stellen sich vor allem zwei Hauptprobleme», erwidert Nicolas Rochon, Leiter des Umweltpools bei der Financière de Chaplain in Paris. «Zunächst einmal weiss niemand, welche Technologie sich durchsetzen wird. Soll man ins Hybrid-, Elektro- oder Wasserstoffauto investieren? Im Augenblick scheint noch keine dieser Technologien wirklich ausgereift zu sein.

Ausserdem gibt es kaum Akteure, die rein auf diesen Sektor beschränkt sind. Die Konzerne, die diese Technologien entwickeln, erzielen den grössten Teil ihres Umsatzes mit Fahrzeugen, die mit fossilen Energien betrieben werden. Die Umwelt ist für sie nur ein Nischenmarkt, der ihren Börsenwert nicht oder noch nicht beeinflusst.» So setzte Toyota (7203), der Weltmarktführer für Hybridfahrzeuge, 2007 weltweit knapp 200'000 Prius ab, während der Gesamtverkauf bei über 9 Millionen Autos lag. Letztlich investiert man besser in Unternehmen, die in Randbereichen der Mobilität tätig sind, wie die US-Firma A123 Systems (AONE), den führenden Lithiumhersteller der Welt. Das Unternehmen liefert dieses Metall für die Fabrikation von Batterien, die unter anderem auch in Elektrofahrzeugen eingesetzt werden. Erwähnt sei auch die französische Saft Groupe (S1A), die auf die Herstellung von leistungsstarken Akkumulatoren spezialisiert ist. Dieser Titel verfügt über ein bedeutendes Wachstumspotenzial, genauso wie der Schweizer Batteriefabrikant Leclanché (LECN), der im September 2009 an der Börse gut 10 Millionen Schweizer Franken frisches Kapital generieren konnte.



Immer mehr Chinesen reisen in die Schweiz und bleiben immer länger dort.



Eine kräftezehrende Reise

Die Finanzkrise hat auch die Touristikbranche nicht verschont. Kuoni, der viertgrösste Reiseveranstalter Europas, reagiert mit radikalen Reformen, gezielten Akquisitionen – und deutlich mehr Fokus auf den Kunden.

Andreas Turner Fotos: Martin Parr/Magnum

Mit dem Auf und Ab des internationalen Tourismusgeschäfts ist der 50-jährige Peter Rothwell bestens vertraut. In 30 Jahren Berufserfahrung hat er vieles erlebt. Was jedoch die Gegenwart an Rückschlägen bereithält, ist selbst für den versierten Branchenprofi neu: «Von der Rezession, die nun schon über ein Jahr dauert, sind alle Branchen und alle Märkte betroffen. Da die weltweite Finanz- und Wirtschaftskrise ein globales Ereignis ist, schätze ich ihre Auswirkungen als gravierender ein als die Folgen der Terroranschläge von 2001 oder des schweren Tsunamis von 2004», lautet der nüchterne Befund des Briten, der seit Anfang 2009 den schweizerischen Reisekonzern Kuoni leitet.

Massive Abstriche bei den Reisetats als direkte Folge einer strengen Kostendisziplin in grossen und kleinen Unternehmen, wie auch verunsicherte Touristen,

Geschäftsreisen ziehen 2010 wieder an

Nachdem 2009 durch drastische Reisekosten- und Spesenkürzungen sowie eine verstärkte Konkurrenz durch Videokonferenzen geprägt war, scheint es mit dem Geschäftsreisenmarkt wieder aufwärtszugehen. Waren die Buchungen zwischen Mai 2008 und Mai 2009 um 15 bis 20 Prozent eingebrochen, dürften sie in der zweiten Hälfte 2010 wieder zulegen und 2011 zu einem Höhenflug ansetzen. Das prognostiziert zumindest eine Ende 2009 erschienene Studie des US-Consultantbüros Advito. Laut dem Jahresbarometer von *American Express Corporate Travel*, das mehr als 300 europäischen Unternehmen den Puls fühlte, geben andererseits 60 Prozent an, sie würden ihr Reisekostenbudget für 2010 nicht ändern. Der Geschäftsreisen-Weltmarkt wird auf 350 Milliarden US-Dollar geschätzt. ✉ AXP,U

die immer mehr bei ihren Urlaubsausgaben sparen: All dies führte zu Einbussen von bis zu 20 Prozent im internationalen Reisegeschäft. René Weber, Analyst bei der Vontobel-Gruppe, ergänzt: «Reise-Kunden buchen heute viel kurzfristiger als noch vor wenigen Jahren, was einem Reiseunternehmen das Abschätzen des Geschäftsgangs ohnehin erschwert.» Bei Kuoni sieht Weber für 2010 noch keine wesentlichen Aufhellungen am Horizont: «Die Verluste von 2009 werden voraussichtlich kompensiert, aber für ein Wachstum des Reismarkts dürfte es noch zu früh sein.»

Auch Kuoni-Chef Rothwell rechnet frühestens in der zweiten Jahreshälfte 2010 mit einer Erholung der Branche, später allerdings mit kräftigem Aufschwung: «Das Wachstum im Reisemarkt wird weitergehen. Vor allem in Regionen der Welt, wo heute noch verhältnismässig wenige Menschen reisen, dürften überdurchschnittliche Werte erzielt werden.» Der Chef der Nummer 4 im europäischen Touristikmarkt hat deshalb verstärkt Indien, China und Russland im Visier. «Dort ist Kuoni schon heute präsent. Doch wir streben an, in diesen Ländern und insgesamt deutlich stärker als der Markt zu wachsen – so wie wir dies bis 2008 schon taten.»

Während andere Reiseveranstalter auf den Rückgang der Nachfrage reagieren, indem sie Kapazitäten anpassen und nach weiteren internen Sparpotenzialen fahnden, verfolgt Topmanager Rothwell bei Kuoni eine etwas andere Strategie. Um die Kosten weiter zu drücken und ab 2011 die angestrebte Rendite von 18 Prozent auf das eingesetzte Kapital wieder zu erreichen, treibt Rothwell mit Nachdruck eine Reorganisation voran, die Arbeitsabläufe straffen und Doppelaktivitäten in zentralen Bereichen eliminieren soll. «Wir müssen unseren fixen

Kostenanteil weiter senken und gleichzeitig an den Punkten mit Kundenkontakt, also bei der Inspiration, Beratung und Verkauf von Reisen sowie beim Service an den Destinationen investieren.» Damit will Rothwell gezielt dort ansetzen, wo der Kunde einen Mehrwert erhält. Mehr Effizienz erhofft er sich vor allem durch eine Bündelung der Kräfte. «Wir führen eine globale Einkaufs- und Produktionsdivision ein, welche die Leistungen für die einzelnen Länder einkauft und aufbereitet. Die Kuoni-Niederlassungen vor Ort können sich also ganz auf ihre Kunden konzentrieren. Ab 2012 erwarten wir durch unser lanciertes Investitionsprogramm mindestens 40 Millionen Franken EBIT zum normalen Geschäftsgang des Jahres.» René Weber sieht einen ähnlichen Zeitplan auf seinem Analyse-Radar: «Die Einsparungen werden in der ersten Phase zwar durch die Kosten der Reorganisation neutralisiert werden, aber ab 2011 sollten sich erste positive Effekte zeigen, die im Jahr darauf voll zum Tragen kommen.»

Im Zuge der Neuausrichtung kommt Rothwell entgegen, dass Kuoni anders als andere Touristikunternehmer eher als Zwischenhändler denn als Veranstalter agiert. Noch unter der Ägide von Rothwells Amtsvorgängern hatte sich Kuoni von seinen Hotelbeständen und der konzerneigenen Flotte getrennt. Rothwell: «Wir stehen nicht wie viele unserer Konkurrenten unter dem Druck, unsere Hotels oder Flugzeuge füllen zu müssen, weil wir praktisch keine besitzen.» So setzt der Konzern bei der Vermittlung von Fernreisen fast ausschliesslich auf externe Partner und hat dadurch in Zeiten knapper Budgets den nicht zu unterschätzenden Vorteil eines niedrigen Fixkostenanteils von rund 20 Prozent. Doch selbst diese Quote ist Rothwell noch zu hoch. Sie soll auf mittlere Sicht auf möglichst 15 Prozent sinken.

Um dieses Ziel bei Kuoni zu erreichen, hatte der umtriebige Brite den tiefgreifenden Konzernumbau schon kurz nach seinem Wechsel von TUI Travel initiiert. Die neue Organisation, die bis Mitte 2010 stehen soll, läuft bei Rothwell zwar unter dem Titel der absoluten Kundenorientierung, greift jedoch weiter. Für Branchenexperten steht fest: Durch die Konzentration auf die Absatzregionen Nord (Skandinavien, Russland, Grossbritannien, Benelux) und Süd (Indien, China, Schweiz, Südeuropa) werden nicht nur die konzernweiten Abläufe gestrafft. Durch die interne Bündelung von Produktion und Einkauf aller Reiseangebote lässt sich auch der Druck auf Lieferanten weiter erhöhen.

Mit einer 32-Prozent-Minderheitsbeteiligung über 9,2 Millionen Franken am chinesischen Reiseunternehmen Et-china hat Kuoni vor einem halben Jahr auch zum Sprung ins Reich der Mitte angesetzt. Der chinesische Reiseveranstalter verfügt über 160 Reisebüros, bedient rund 1,5 Mio. Kunden und beschäftigt 1400 Mitarbeiter. Es ist anzunehmen, dass Kuoni Et-china mittelfristig ganz übernehmen wird. Rothwell betont, wie strategisch wichtig Et-china für Kuoni sei, um noch mehr über den Wachstumsmarkt China zu erfahren. Schon seit

Ende 2006 verfügen die Schweizer für China über eine Konzession, mit welcher Kuoni Touristen in China empfangen kann (Inbound-Lizenz), und über eine Lizenz, die dazu berechtigt, Reisen an Chinesen innerhalb des Landes anzubieten (Domestic-Lizenz). Bereits im Geschäftsjahr 2007 erzielte Kuoni in China einen Umsatz von 68 Millionen Franken. Das Potenzial des Marktes China liegt für Kuoni dabei weniger im prozentualen Anteil der potenziell Reisenden als in deren absoluter Zahl. Rund 100 Millionen Chinesen, die über das ganze Land verteilt leben, sind für den Markt relevant und könnten sich eine Auslandsreise leisten. Diese Zahl wächst zwar deutlich und schnell, doch von den insgesamt 1,3 Milliarden Menschen, die in China leben, wird die grosse Mehrheit die Mittel, eine Auslandsreise zu unternehmen, auch auf lange Sicht nicht haben.

Im Aufbau des chinesischen Marktes gibt es Parallelen zu Indien. Auch in diesem Land hatte Kuoni schon vor zehn Jahren bekannte Marken zugekauft und sie dann in Eigenregie weiterentwickelt. Heute ist Kuoni der grösste Reiseveranstalter von und nach Indien. Er ist mit einer Tochterfirma in der Betreuung von Gästen tätig, bietet Geschäftsreisen an und übernimmt die Organi-



Bio Express

Peter Rothwell, 50, Sohn eines Universitätsprofessors, finanzierte sich bereits sein Studium in Oxford mit Jobs als Reiseführer. Danach arbeitete er sich bis ins oberste Management von TUI hoch. Rothwell, begeisterter Hobbypilot, Skitourenfahrer und Reiter, spricht fließend Deutsch und Französisch. Er ist zum zweiten Mal verheiratet, hat zwei Kinder und lebt in Zug. Die Wochenenden verbringt er auf seinem Landgut in der Nähe von London.

sation von Einreisevisa für über zehn verschiedene Länder.

Bei Kuoni gilt der Ausbau der Aktivitäten in China als Meilenstein in der über hundertjährigen Geschichte des Unternehmens. Besonders in Südchina ist Et-china als Reisemarke bestens etabliert und verfügt über eine Vertriebskette von 160 Reisebüros sowie eine bekannte Internetplattform für Individualreisen. Ausschlaggebend für den Einstieg bei Et-china dürfte auch deren Lizenz für Auslandsreisen gewesen sein. Denn nur wenige ausgewählte Firmen erhalten vom chinesischen Staat die Erlaubnis, Reisegruppen ins Ausland zu führen.

Rund 100 Millionen Chinesen können sich eine Auslandsreise leisten.

Von Kuonis Engagement im Reich der Mitte profitiert auch der hiesige Tourismus – und damit wiederum Kuoni selbst: Immer mehr Touristen aus China kommen in die Schweiz, und sie bleiben auch länger. Die Zahl der Logiernächte chinesischer Gäste, schätzen Schweizer Tourismus-Exponenten, werde bis 2015 auf 800'000 steigen, und in einigen Jahren dürfte China Japan als wichtigster asiatischer Markt überholen. Zeigte die Logiernächtestatistik für Touristen aus China schon in den letzten Jahren eine positive Tendenz, scheint das künftige Wachstum kaum Grenzen zu kennen. Oft wählen Chinesen für eine Europareise die Schweiz als einzige Destination – trotz der Möglichkeit, mehrere Länder des Schengen-Raums besuchen zu können. Denn sie verbinden die Schweiz mit Werten wie Verlässlichkeit, Sauberkeit und intakter Natur. Bekannte Destinationen wie Luzern oder die Jungfrau sind in China ausserordentlich beliebt.

Statistiken zeigen, dass es sich bei den nach Europa reisenden Chinesen überwiegend um junge Kaderleute in den Dreissigern oder Vierzigern handelt, die der schnell wachsenden Mittelklasse angehören. Zu den anderen wichtigen Gruppen zählen wohlhabende Privatpersonen jeden Alters, die bereits viel in Asien gereist sind. Geschäftsleute, die an einem internationalen Kongress teilnehmen – und die Schweiz veranstaltet viele davon –, komplettieren die Liste.

Der Kuoni-Chef sieht den Konzern nicht als Übernahmekandidat. Er führe keinerlei Gespräche über einen Verkauf oder eine Fusion. Im Gegenteil, der Appetit auf weitere Akquisitionen ist Peter Rothwell nicht vergangen: «Im Laufe dieses Jahres werden wir weitere Zukäufe tätigen.» Auffallend ist, dass Südamerika im

SCHLÜSSELFRAGEN

SWISSQUOTE MAGAZINE ▶ In welcher gegenwärtigen Lage befindet sich Kuoni und wie sieht Kuoni-CEO Peter Rothwell das Entwicklungspotenzial des Unternehmens?

PETER ROTHWELL ▶ Kuoni ist ein unabhängiges, finanziell gesundes Schweizer Unternehmen mit einer fast 104-jährigen Geschichte. Als eines der grössten global

tätigen Reiseunternehmen sind wir als einziges im Premium- und Spezialistensegment positioniert. Im Gegensatz zu grossen Mitbewerbern besitzen wir kaum Anlagen wie Hotels oder Flugzeuge. Dadurch liegen unsere Fixkosten mit 20 Prozent tief. Zudem verfügen wir weltweit über ein eigenes Destination-Management. Wir haben also Zugriff auf



Die Chinesen verbinden die Schweiz mit Werten wie Sauberkeit und intakter Natur.

die ganze Wertschöpfungskette. Entwicklungspotenzial sehen wir in der Effizienz unseres Businessmodells. Daran arbeiten wir ja zurzeit zügig.

Wie wird das Jahr 2010 für Kuoni?

Ich erwarte, dass die Nachfrage nach Reisen ab dem zweiten Halbjahr 2010 nachhaltig steigen wird.

Das erste Halbjahr dürfte, wie schon 2009, schwierig werden. Einzelne Märkte – wie auch die Schweiz – werden erst dann die Talsohle durchschritten haben. Wir nutzen die Krise, um antizyklisch zu investieren und die Kuoni-Gruppe umzubauen, um dann beim Aufschwung überdurchschnittlich profitieren zu können.

Sortiment des Reiseveranstalters bis heute praktisch inexistent ist. «Südamerika interessiert uns», sagt Rothwell denn auch. «Zunächst wollen wir in Brasilien einsteigen. Allerdings gibt es dort einen sehr grossen Reiseveranstalter, der jenseits unserer strategischen Ambitionen liegt.»

Indessen treibt der Brite die Expansion voran, indem er Kuoni eine strikte Fokussierung auf das renditestarke Segment der anspruchsvollen Individual- und exklusiven Erlebnisreisen verordnet. Bislang steuerte die Premiumsparte, die einen Luxusurlaub auf den Malediven ebenso wie eine Bergtour durch Nepal umfasst, rund die Hälfte des aktuellen Konzernumsatzes von 4,8 Milliarden Franken bei.

Vontobel-Analyst René Weber versäumt es in diesem Zusammenhang nicht, auf die Reserven des Traditionsunternehmens zu verweisen, die trotz des verordneten Kurswechsels beruhigend wirken: «Kuoni hat zwar seit der marktbedingten Senkung von Kapazitäten im vergangenen Sommer noch immer ein Margenproblem, verfügt aber über eine sehr solide Bilanz und weist keine Schulden auf.» So können auch längere Durststrecken überbrückt werden, und die Chancen auf eine positive Wende sind gross. Denn der Weg von Kuoni, in der Krise Kräfte zu bündeln und sich systematisch lukrative Nischen des Touristikmarktes zu erschliessen, ist für die Branche aus heutiger Sicht zukunftsweisend. ▲ ✉ KUNN



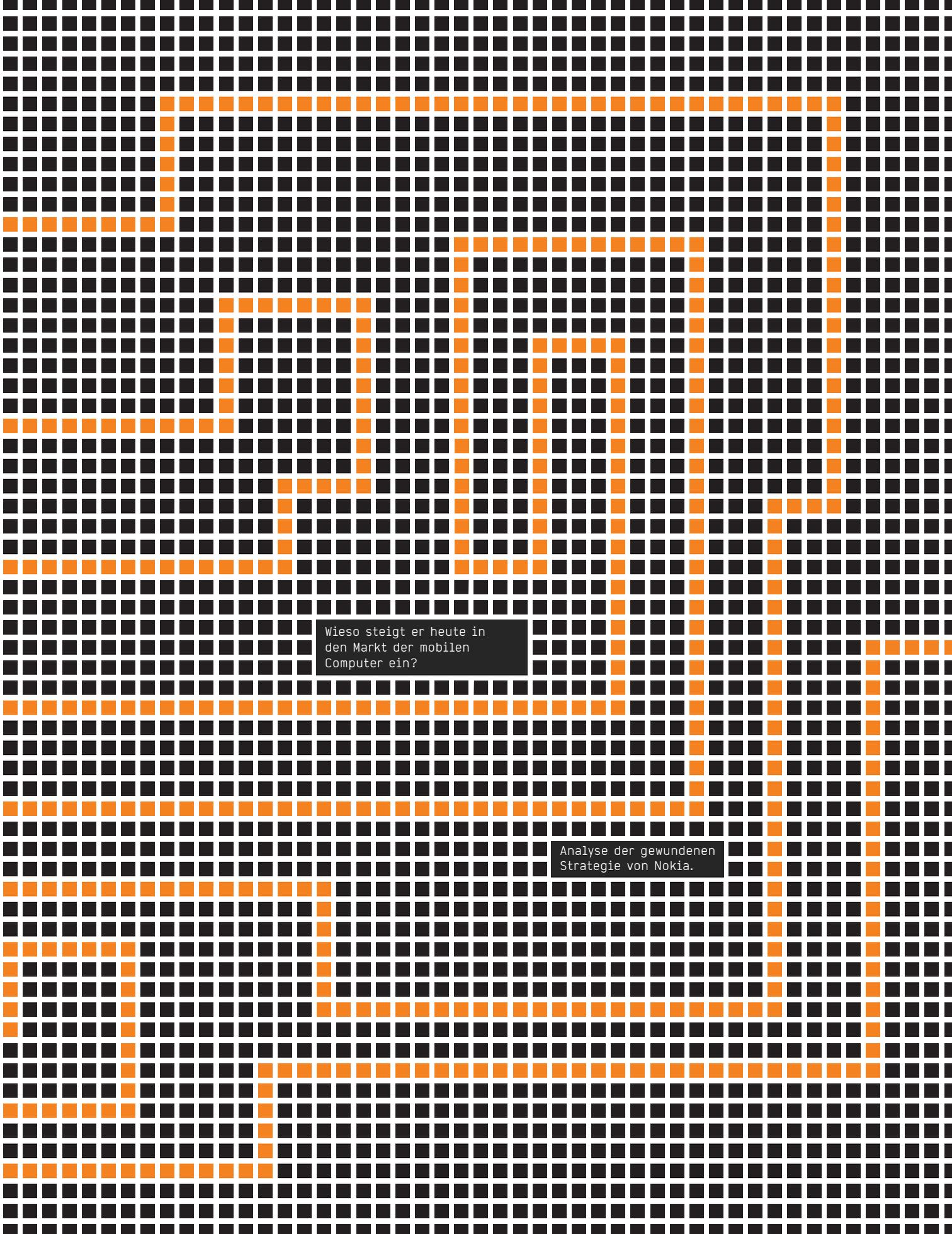
Martin Parr/Magnum



NOKIA SCHLÄGT ZURÜCK

Dies ist die Geschichte eines Unternehmens, das weltweit noch immer rund fünfzehn Mobiltelefone pro Sekunde verkauft.

Wird der finnische Riese dem Ansturm von iPhone, Blackberry und Smartphone von Google trotzen?



Wieso steigt er heute in
den Markt der mobilen
Computer ein?

Analyse der gewundenen
Strategie von Nokia.

Von Apple mit dem iPhone im eigenen Revier bedrängt, reagiert der finnische Handygigant mit einem Vorstoss auf den Netbook-Markt.

Ludovic Chappex

Nokia rüstet zum Angriff. Nachdem der weltgrösste Hersteller von Mobiltelefonen Konkurrenz auf eigenem Territorium bekommen hat, schlagen die Finnen jetzt dort zurück, wo man es nicht unbedingt erwarten konnte: auf dem hart umkämpften Markt der Netbooks. Das Booklet 3G, ab Februar auch in der Schweiz erhältlich und klar im gehobenen Preissegment positioniert, läutet eine Revolution im Hause Nokia ein.

Nokia glänzt nicht gerade im Markt der Smartphones, den kompakten Alleskönnern, mit denen man im Internet surfen, seine Mails abholen oder Videos schauen kann. In nur einem Jahr haben sich das BlackBerry der kanadischen Research in Motion (RIMM,U) und vor allem das iPhone von Apple auf diesem Markt als klar führende Marken etabliert.

Während der Marktanteil von Nokia in der gleichen Periode von 42,3 Prozent auf 39,3 Prozent zurückging, erlebten die Umsätze von Apple und RIM einen regelrechten Höhenrausch, mit Zuwächsen von 49 Prozent bzw. 43 Prozent. Und der Kampf ist noch schärfer geworden, seit Google mit seinem Nexus im Januar ebenfalls ein Smartphone ins Rennen gebracht hat.

Um zu beweisen, dass man Reserven hat und mit der Konkurrenz mithalten kann, diversifiziert Nokia und geht quasi den Weg von Apple, nur in umgekehrter Richtung: vom Mobiltelefon zum Laptop. Genauer gesagt zum Netbook, also in einen heiss umkämpften, schnell wachsenden Markt. Diese Mini-Note-

books, die weniger kosten (um die 500 Franken) und weniger leisten als ein klassisches Laptop, zeichnen sich durch niedriges Gewicht, kleine Abmessungen und hohe Internet-Fähigkeit aus.

Der Neue, das Booklet 3G, steht zu seinem Anspruch, etwas Besonderes zu sein. Das zeigt schon der hohe Preis von ungefähr 1100 Franken. Nokia lehnt ausserdem die Bezeichnung «Netbook» für sein Gerät ab, das unter anderem perfektionierte Verbindungs- und Konnektivitäts-Funktionen bietet. Gelobt werden von der Kritik Bildschirmleistung und -auflösung (1280 x 720 Pixel), die Qualität des Designs und vor allem die ungewöhnlich lange Akku-Laufzeit von mehr als 12 Stunden bei normaler Nutzung, einschliesslich Internet-Surfen oder E-Mail-Abfragen. Nokia hat sich also richtig ins Zeug gelegt und könnte den boomenden Netbook-Markt ganz schön aufmischen. Der Marktforscher Gartner Group sieht für 2010 immerhin ein Volumen von über 37 Millionen verkauften Geräten (gegenüber 11,7 Millionen 2008).

Die Fachpresse mag die Qualität des Produktes rühmen – Finanzexperten rümpfen die Nase: «Der Vorstoss von Nokia auf den heiss umkämpften Netbook-Markt wird sich kaum auswirken», sagt etwa Analyst Uwe Neumann vom Credit Suisse. «Nokia will mit seinem Booklet 3G in erster Linie ein Marketingzeichen setzen und beweisen, dass man bei den mobilen Internetgeräten (Mobile Internet Devices MID) weiter in der ersten Liga mitspielen kann.»

«Nokia muss diversifizieren, weil sie bei den Smartphones ins Hintertreffen geraten sind. Dieses Segment hat sich viel schneller und mehr in die Breite entwickelt, als man erwartet hatte», erklärt Olivier Chichportiche, stellvertretender Chefredaktor der französischen Website Zdnet.fr, die sich auf neue Technologien spezialisiert. «Die klassischen Mobiltelefone, Nokias eigentliche Geschäftsgrundlage, verkaufen sich immer weniger gut – zumindest in den reichen Ländern – und generieren weniger Marge.»

Nokia schickt Anthropologen in alle Ecken der Erde, um den Umgang mit dem Mobiltelefon beizubringen.

Laut Analysten werden die Finnen ihren Rückstand bei den Smartphones nur schwer wieder wettmachen können. Nicht dass sie technologisch hinterherhinken würden. Doch ihre Achillesferse ist das hauseigene Betriebssystem Symbian, das für zu kompliziert gehalten wird und dem Vergleich vor allem mit Apple in keiner Weise standhält. «Für die Entwickler ist es zehnfach einfacher und schneller, eine Anwendung für das iPhone zu kreieren als für ein Nokia-Smartphone», sagt Uwe Neumann von Credit Suisse. «Und das neue Nokia-Betriebssystem wird frühestens Ende 2010 erwartet. Eine heikle Situation für den finnischen Hersteller, denn er hat damit kein echt konkurrenzfähiges Smartphone und sucht erst noch nach Lösungen.»

Dabei war Nokia der erste Anbieter, der Mobiltelefone mit Touchscreen auf den Markt brachte, und das schon 2004 – drei Jahre vor dem iPhone. Doch diesen Vorsprung

verstand man nicht zu nutzen. Und so wurde man von der Apple-Revolution geradezu überrumpelt: Plötzlich waren die Finnen in Sachen Ergonomie und Bedienungskomfort weit abgeschlagen.

Dennoch bleibt Nokia hinsichtlich Grösse und verkaufter Stückzahl der beherrschende Akteur auf dem Handymarkt: Nach eigenen Angaben werden weltweit pro Sekunde 15 Nokia-Telefone verkauft. Ein Vorteil, den die Europäer weiterhin vor allem in den Schwellenmärkten, wo ihre preisgünstigen Modelle sehr beliebt sind, optimal zu nutzen gedenken. So trifft man beispielsweise in Afrika oder Indien häufig Nutzer, die sich zusammenschliessen, um gemeinsam ein Einsteigerhandy wie das Nokia 1616 anzuschaffen. Die Kosten für einen Betreiber oder eine Dienstleistung teilt man sich. Nokia schickt sogar Anthropologen in die entlegensten Ecken der Erde, um den Bewohnern den Umgang mit dem Mobiltelefon beizubringen... Allerdings bringen diese Produkte natürlich sehr viel schmalere Margen als Neuheiten im Smartphone-Segment.

Zum ersten Mal seit 10 Jahren musste der finnische Konzern im vergangenen Oktober einen Quartalsverlust melden, bei Wertberichtigungen um 1,3 Milliarden in seiner Business-Sparte. Der Aktienkurs verlor seit September bis zu 20 Prozent seines Wertes und erholte sich erst im Dezember wieder ein wenig. Obwohl 2009 für Nokia also ein Geschäftsjahr zum Vergessen war, ist man doch für das gerade angelaufene Jahr optimistisch. Nokia hat angekündigt, man werde 2010 nichts anbrennen lassen und beabsichtige, mit dem Verkauf von 500 Millionen Geräten den Marktanteil zu halten. Eine Wette, die nicht einfach zu gewinnen sein wird. ▲ 



«Nokia muss seine Softwareprobleme lösen.»

Sanjay Jhaveri, Analyst bei der Bank Vontobel, zum Aktienkurs von Nokia

«Ausser für Trader, die ja die Papiere innert kürzester Zeit kaufen und wieder verkaufen, ist die Nokia-Aktie derzeit kein besonders empfehlenswertes Investment. Das Betriebssystem der Nokia-Handys (die Software Symbian, Anm. d. Red.) ist technisch veraltet und für die Entwickler zu kompliziert. Ein solches Produkt ist aber immer nur so gut wie seine Software. Das wissen die Spezialisten und warten jetzt ab, was die nächste Generation bringen wird. Allerdings ist ihr Vertrauen gegenüber Nokia nach mehreren Fehlentscheidungen des Handybauers doch etwas erschüttert.»

Das Netbook «Booklet 3G» halte ich in erster Linie für eine Marketingentscheidung. Da geht es darum, einen Fuss in die Tür zu bekommen. Nokia wird ausgerechnet in diesem stark umkämpften Markt keine grossen Gewinne machen können.

Offensiven Inhabern von Nokia-Aktien würde ich empfehlen, die Aktien bei einem Kurs von 11-12 Euro zu verkaufen. Defensive Anleger sollten ihre Papiere behalten, aber damit rechnen, dass sie etwas schwächer performen werden als der Marktdurchschnitt.

Der Markt betrachtet Nokia heute als anfällige Marke. Wenn sie ihre Probleme lösen, gibt es aber durchaus wieder Hausse-Potential. Deshalb ist es schwer zu entscheiden, ob man das Papier short verkaufen oder generell auf Baisse spekulieren soll. Ich glaube allerdings, dass die Wahrscheinlichkeit einer Verbesserung relativ gering ist.»

MARKT ERNÜLLUNG DANK VIDEOSPIEL- GESCHÄFT

Unter dem Druck der Rezession scheint sich der Markt für Unterhaltungselektronik zu spalten. Bei den Videospiele dürften die Umsätze 2010 leicht zunehmen, bei den Konsolen dagegen wird der Absatz wohl bis mindestens Ende 2010 weiter schrumpfen.

Marie Maurisse

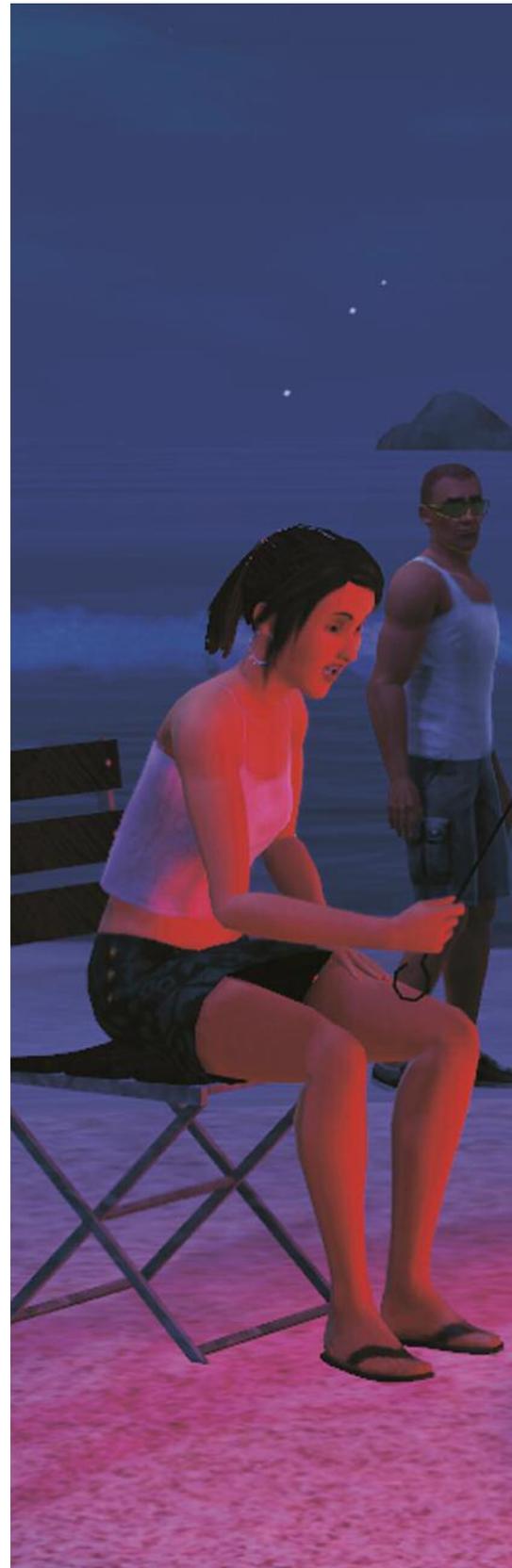
Der Markt für Videospiele ist von der Rezession nicht verschont geblieben. Laut Zahlen des Branchenverbands Swiss Interactive Entertainment Association (SIEA) hat er in den ersten drei Monaten des Jahres 16 Prozent Umsatz gegenüber dem entsprechenden Vorjahresquartal eingebüsst. In den USA, wo 45 Prozent der globalen Umsätze generiert werden, schätzt die amerikanische Serviceagentur NPD den Schwund für den gleichen Zeitraum auf 14 Prozent. In Japan ist der Umsatz um 7 Prozent gefallen (Enterbrain). Erste Opfer dieser Verluste sind börsennotierte Unternehmen wie Ubisoft oder Nintendo, deren Aktienkurse eingebrochen sind; die Nintendo-Aktie fiel am Nasdaq von 50 Dollar im Januar 2009 auf heute 33 Dollar. Um das Schlimmste zu verhindern, haben die meisten betroffenen Firmen ihre früher sehr hohen Investitionen heruntergefahren. So hatte Electronic Arts 2008 noch 1,4 Milliarden Dollar für Forschung und Entwicklung ausgegeben, mehr als 32 Prozent des Umsatzes. Vor einem Jahr wurden dann der Abbau von weltweit 1000

Arbeitsplätzen und die Schliessung von neun Studios verkündet.

REKORDJAHR 2008

Dabei hatte alles so gut angefangen. Seit zehn Jahren wird am Markt für Videospiele mehr umgesetzt als beispielsweise an den Kinokassen. 2008 stieg der Markt auf ein globales Gesamtvolumen von 41 Milliarden Euro. In der Schweiz sprach die SIEA für 2008 sogar von einem Rekordjahr, mit einem Gewinnplus von 10 Prozent gegenüber 2007 und einem Gesamtumsatz für die Schweiz von 460 Millionen Franken. Die hohen Zuwachsraten waren möglich, weil die Produktpalette durch neue Konsolen wie etwa «Wii» und durch publikumsfreundlichere Spiele erweitert wurde – und mit ihr der potenzielle Kundenkreis: Heute investieren nicht mehr nur Jugendliche in Renn- oder andere Simulationsspiele. Der Nintendo DS hat die Wohnzimmer genauso erobert wie die Jackentaschen der Männer und die Handtaschen der Frauen – 28 Prozent aller Nutzer von Videospiele sind inzwischen weiblich.

Die Spezialisten trennen den Markt der Konsolen, also der Hard-





Die Sims [Electronic Arts].

«Nach einem deutlichen Anstieg 2008 sind die Umsätze bei der Wii und der Playstation 2 rückläufig.»

ware, von demjenigen der Spiele, der Software. Die beiden ergänzen sich zwar, entwickeln sich aber unterschiedlich. Der Verkauf von Konsolen geht seit Anfang 2009 weltweit zurück. «Nach einem deutlichen Anstieg 2008 sind die Umsätze bei der Wii und der Playstation 2 rückläufig», berichtet David Riley, Direktor der branchenerfahrenen NPD. Nicolas Akladios, Präsident des Netzwerks der Schweizer Spiele, kennt den Grund: Der Markt ist gesättigt. «Praktisch jeder Spieler besitzt schon eine Nintendo DS, eine Wii oder eine Playstation, und man will sich nicht nach wenigen Monaten eine neue Konsole kaufen», meint er. Die meisten Experten sind sich deshalb einig, dass bei der Hardware vor Ende 2010 kein Aufschwung zu erwarten ist. Umso mehr als nächstes Jahr wohl keine

neue Konsole auf den Markt kommen wird. Um den Trend zu stoppen und die Verkäufe wieder anzukurbeln, haben Sony und Nintendo allerdings vor Kurzem angekündigt, die Preise für die PSP und die Wii in Japan und in den USA senken zu wollen.

Der Absatzschwund verschont aber auch die Videospiele nicht. Allein in den USA brachen die Verkäufe im ersten Halbjahr 2009 um 31 Prozent ein. Dieser Rückgang ist darauf zurückzuführen, dass «Call of Duty: Modern Warfare» im vergangenen Jahr über vier Millionen Mal illegal heruntergeladen wurde. Der Chefredaktor der Schweizer Zeitschrift Start2play, Pascal Fillat, macht die Spielschwemme verantwortlich: «Jedes Jahr kommen mehr als 500 neue Videospiele heraus, und das meist auch noch gleichzeitig. In Zeiten

der Krise kommt das Budget der Kunden da nicht mehr mit!» Die Herausgeber werden daher den Start ihrer neuen Games staffeln und vor allem einige heiss ersehnte Spiele auf den Markt bringen – wie Tekken VI für Atari oder Avatar bei Ubisoft, was auch 2010 weiterhin ein Umsatzplus garantieren dürfte. Die SIEA ist sich sicher: «Für 2010 erwarten wir eine leichte Erholung, vor allem durch den Verkauf von Spielen.» Fazit: Mit Umsatzverlusten bei den Konsolen und einer Erholung im Spielegeschäft sollte der Markt im kommenden Jahr unter dem Strich stabil bleiben. «Die Verkaufszahlen werden zwar nicht die früheren Rekorde erreichen, aber die Videospielebranche wird sich wieder erholen», prophezeit David Riley.▲



Call of Duty: Modern Warfare (Activision-Blizzard)

Modern Warfare wurde im vergangenen Jahr über vier Millionen Mal illegal heruntergeladen.



ATARI – AUF DER INTENSIVSTATION.

Die grosse amerikanische Marke hat schwere Zeiten hinter sich. Innerhalb weniger Jahre rutschte der Wert der Aktie von 80 auf 7 Euro – die Firma hatte den Internetboom verschlafen. Schliesslich wurde die Marke von der französischen Infogrames übernommen und durch ein radikales Sparprogramm saniert. Heute zeigen die Verkaufszahlen wieder nach oben (der Umsatz stieg 2009 um 26 Prozent), spektakuläre Gewinne lassen allerdings auf sich warten. Immerhin wird der Start von Tekken VI mit Spannung erwartet. ✉ATA



ACTIVISION-BLIZZARD – EIN WINNER AUF WOLKE SIEBEN.

Das franko-amerikanische Unternehmen, Marktführer seit 2007, gehört dem französischen Mischkonzern Vivendi und hat für das erste Halbjahr 2009 einen Umsatz von 1493 Millionen Euro ausgewiesen. Es besitzt die Rechte an zwei der fünf in den USA und in Europa meistverkauften Spielen – «Guitar Hero World Tour» und «Call of Duty: World at War». Activision-Blizzard gehört auch das Online-Spiel «World of Warcraft», mit 13 Millionen Abonnenten in der ganzen Welt die absolute Nummer Eins auf dem Markt. «Es war ganz schön gewagt, dieses gebührenpflichtige Modell anzubieten», meint Nicolas Akladios, «aber es hat funktioniert!» Call of Duty: Modern Warfare 2, erschienen Ende 2009, hat in den ersten fünf Verkaufstagen 550 Millionen Dollar Einnahmen eingebracht – die beste Lancierung in der Spiele-Industrie. ✉ATVI



GAMELOFT – KLEIN, ABER OHO.

Das kleine französische Unternehmen, auch eine Gründung der Guillemot-Brüder, bezieht seinen Umsatz für 2009 auf 90 Millionen Euro. Das bedeutet ein Plus von 18% für die ersten neun Monate des Jahres, und man kann sich rühmen, Marktführer bei den Handyspielen zu sein – eine zukunftsstrahlende Nische, die vor allem seit dem Erfolg des iPhone an Bedeutung gewinnt. ✉GFT,E



ELECTRONIC ARTS – ÜBERNAHME?

Das US-amerikanische Unternehmen mit Europositiv in Genf leidet schwer unter der Krise. Trotz einem Umsatz von 4,2 Milliarden Dollar stand am Ende ein Verlust von einer Milliarde Dollar zu Buche. Zwei Restrukturierungen innerhalb zwei Jahren hat das Unternehmen mitgemacht. Dabei besitzt Electronic Arts (EA) die Lizenzen für so erfolgreiche Spiele wie «die Sims» oder «FIFA». Doch das reicht nicht, um mit den Blockbustern von Activision Schritt zu halten. Es geht denn auch das Gerücht um, Microsoft werde EA bald übernehmen. «Das Geschäft könnte durchaus zustande kommen», schätzt Pascal Fillat, Chefredaktor von Start2Play. «Aber ich glaube nicht, dass es das Richtige für Microsoft ist.» Microsoft Game Studios jedenfalls meldet, man habe «keine Absicht», EA zu kaufen. ✉ERTS



UBISOFT – ZURÜCKHALTUNG.

Das 1986 von den Guillemot-Brüdern gegründete Unternehmen ist heute der weltweit drittgrösste unabhängige Spielepublisher. 2009 brach der Umsatz zwar um 29 Prozent ein. Doch der solide Zustand des Entwicklers gibt Anlass zur Hoffnung. «Ubisoft betreibt Kapitalmanagement», analysiert Emmanuel Forsans, Gründer und Sprecher des Französischen Fachverbands für Videospiele AFVJ: «Sie haben einen vernünftigen Verschuldungsgrad.» Um sich gute Umsätze zu sichern, hat das Unternehmen den Start neuer Spiele (Avatar) aufs erste Quartal 2010 verschoben, wenn die Konkurrenz weniger präsent sein wird. Ausserdem hat es Ende 2009 ein gutes Ergebnis erzielt: 1,6 Millionen verkaufte Kopien des Spiels Assassin's Creed 2. ✉UBI

Behavioural Finance

Wenn Gefühle
die Märkte
steuern

... FEHLER # 1

... SIE TREFFEN IHRE ENTSCHEIDUNGEN ANHAND VON INFORMATIONEN, DIE SIE IM KOPF HABEN, STATT ANHAND JENER, DIE SIE WIRKLICH BENÖTIGEN ...

... FEHLER # 2

... SIE GEBEN INFORMATIONEN DEN VORZUG, DIE IHRE AUSGANGSHYPOTHESE BESTÄTIGEN, STATT DENJENIGEN, DIE SIE WIDERLEGEN ...

... FEHLER # 3

... SIE ZIEHEN ES VOR, EINE BESTIMMTE SUMME NICHT ZU GEWINNEN, STATT SIE ZU VERLIEREN ...

... FEHLER # 4

... SIE ZIEHEN ES VOR, WENIG AUF SICHERE WEISE STATT VIEL MIT EINEM RISIKO ZU GEWINNEN ...

... FEHLER # 5

... SIE MESSEN DEN INVESTITIONEN ZU GROSSE BEDEUTUNG ZU UND SCHIEBEN ENTSCHEIDUNGEN HINAUS, DIE SOFORT GETROFFEN WERDEN SOLLTEN...

... FEHLER # 6

... SIE MESSEN DEN INFORMATIONEN ZU GROSSE BEDEUTUNG ZU UND INVESTIEREN VORSCHNELL ...

«Ein Zürcher und ein Lausanner Unternehmen enträtseln die irrationalen Aspekte des Anlegerverhaltens. So verhelfen sie Investoren zu mehr Erfolg.» Martine Brocard

Der vernünftige Anleger ist nicht einfach vernunftgesteuert. Vielmehr werden seine Entscheidungen von zahlreichen unterschiedlichen Faktoren beeinflusst: Zahlen und deren Interpretation, Gefühle und deren Wahrnehmung, Personen und die Beziehungen zu ihnen. Das beweisen mehrere Experimente, die den Glauben an den rein rational agierenden «homo oeconomicus» erschüttert haben.

Investoren verlieren lieber gemeinsam, als dass sie alleine Recht behalten.

Der klassische Anleger hat Angst vor Verlusten. Ein Versuch hat gezeigt: Die meisten Menschen akzeptieren zwar grundsätzlich das Risiko, 100 Franken zu verlieren. Aber das nur dann, wenn ihm die Aussicht auf einen Gewinn von 200 bis 300 Franken gegenübersteht, also zwei bis drei Mal mehr als der mögliche Verlust. Dies gilt übrigens auch dann, wenn die Chancen auf Gewinn oder Verlust 50:50 stehen. Ausserdem ziehen es offenbar viele Investoren vor, mit anderen gemeinsam zu verlieren, als alleine Recht zu behalten. Andere wiederum überschätzen ihre Fähigkeit, das eigene Investment erfolgreich zu managen.

Diese Art der Entscheidungsfindung, die der Idee des «homo oeconomicus» zuwiderläuft, kennt viele Formen und ist unter anderem als psychological bias bekannt, also eine psychologische Neigung oder Voreingenommenheit. Unter diesen irrationalen Einflüssen handeln so viele Investoren, dass

sie sich auf den Märkten in Form von überbewerteten Aktien, von verschmähten Gewinnmitnahmen oder von gefährlichen Kursblasen bemerkbar machen.

Die Behavioural Finance (zu deutsch: verhaltensorientierte Finanzlehre), die in den 60er Jahren entstand, befasst sich mit diesen Voreingenommenheiten und Marktanomalien. Von einem Exotendasein hat sie sich zu einer anerkannten wirtschaftswissenschaftlichen Disziplin entwickelt. Einer ihrer Wegbereiter, der Forscher Daniel Kahnemann, wurde 2002 mit dem Wirtschaftsnobelpreis ausgezeichnet.

In der Schweiz gibt es zwei auf Behavioural Finance spezialisierte Unternehmen: die Behavioural Finance Solutions, eine Spin-Off des Swiss Banking Institute der Universität Zürich, und Quanteviour, ein Beratungsunternehmen in Lausanne. Allerdings verfolgen die beiden einen unterschiedlichen Ansatz.

«Wir wollen dem Anleger dabei helfen, seine Gefühle besser zu kontrollieren und seine emotionalen Faktoren zu beherrschen, indem wir uns die Erfahrungen der Psychologie und der Verhaltensökonomik zunutze machen», erklärt Enrico De Giorgi. Er ist Assistenzprofessor für Finanzwissenschaften an der Universität Lugano und für Mathematik an der Universität St. Gallen sowie Partner von Behavioural Finance Solutions. Das Unternehmen listet auf ihrer Website die zehn häufigsten Anlegerfehler auf. Dazu gehört etwa die mentale Fixierung, die dazu führt, dass man sich für eine Entscheidung auf vermeint-

lich wichtige Zahlen oder Ereignisse verlässt, auch wenn diese für einen bestimmten Fall nicht relevant sind. Ein Faktor ist auch der Herdentrieb. Er verführt die Anleger dazu, das Verhalten anderer Investoren nachzuahmen, weil er sich in der Gruppe sicherer fühlt. Bekannt ist auch die Reaktivitätsverweigerung. Diese äussert sich darin, dass man Informationen ausblendet, welche eigene Überzeugungen in Frage stellen könnten.

«Wir haben den Risk Profiler entwickelt, ein Instrument, das zwei detaillierte, an den jeweiligen Investor angepasste Fragebögen umfasst. Damit können wir die allfälligen Voreingenommenheiten jedes einzelnen Anlegers bestimmen und seinen Begriff von Risiko verstehen, um ihm dann einen optimalen Investmentvorschlag zu machen», sagt Enrico De Giorgi. Für jemanden mit hoher Risikoscheu (risk aversion) werden das eher Obligationen sein. Bei bei Personen, die eher bereit sind, einen Verlust zu riskieren um mehr zu gewinnen, wird ein höherer Anteil an Aktien empfohlen. «Uns ist es sehr wichtig, dass wir dem Kunden ein ganz klares Feedback über sein persönliches Risikoprofil geben. Wenn er versteht, weshalb wir ihm ein bestimmtes Vorgehen empfehlen, wird er in einer schwierigen Marktsituation besser reagieren können.»

Behavioural Finance Solutions berät die Investoren nicht direkt, sondern verkauft ihr Modell und ihre Beratung an Fondsmanager. Zu ihren Kunden gehören die UBS, die Credit Suisse und die Deutsche Bank.

Quanteviour in der Romandie versucht eher «die Trends zu nutzen, die durch psychologische Effekte entstehen», wie Gründungspartner Nicolas Barile erklärt. Das Unternehmen zählt Vermögensverwalter und institutionelle Anleger wie Pensionskassen, Versicherungen und Kleinbanken zu seinen Kunden. «Wir befassen uns nicht mit den emotionalen Faktoren der Entscheidungsfindung und auch nicht mit ihren Ursachen», sagt Barile, «vielmehr versuchen wir Verhaltensmuster zu erkennen, die aus der Vergangenheit bekannt sind, um uns von diesen Voreingenommenheiten möglichst zu befreien.»

Dazu analysiert das Unternehmen quantitativ alle seit etwa fünfzehn Jahren für die Derivatmärkte vorliegenden Daten (insbesondere das Anlegerverhalten). Quanteviour hat ein Modell entwickelt, mit dem der «psychologische Zustand des Marktes qualifiziert» werden kann. «Die Logik der Analyse erlaubt uns ein klares Verständnis einer euphorischen oder einer pessimistischen Situation, deren Folgen sich systematisch reproduzieren. Sind die Anleger bei einer bestimmten Aktie euphorisch, können mit der Zeit nicht mehr ausreichend gute Nachrichten gemeldet werden, so dass sich der Trend umkehrt. Ohne diese Euphorie wäre er dagegen stabil geblieben.»

Wenn alle über das gleiche Thema reden und alle der gleichen Meinung sind, dann hat der Zyklus sein Ende erreicht.

Quanteviour bietet unter anderem ein Abonnement für eine strategische Quartalsanalyse mit einer Vielfalt von Daten an, darunter auch verhaltensökonomische Daten. Zu dem Abonnement gehören auch E-Mail-Alerts. «Anfang Okto-



Daniel Kahneman (links) erhielt 2002 den Wirtschafts-Nobelpreis für seine Forschungen auf dem Gebiet der Verhaltensökonomik.

ber haben wir ein behavioural warning herausgegeben, weil sich die entsprechenden Parameter verschlechtert hatten. Die Märkte waren in eine Euphoriezone geraten», erklärt Barile, «das bedeutete in diesem Fall, dass die Zinsen nicht mehr den eingegangenen Risiken entsprachen.» Das Unternehmen möchte sein Modell mit einer systematischen Analyse der Finanzmarktanalysten und der Medien noch verfeinern. «Sie unterliegen den gleichen emotionalen Faktoren wie die Anleger. Wenn alle über das gleiche Thema reden und alle der gleichen Meinung sind, hat der Zyklus sein Ende erreicht.»

Nicolas Barile und Enrico De Giorgi sind überzeugt, dass Behavioural Finance eine grosse Zukunft vor sich hat. De Giorgi zitiert dazu einen weiteren Pionier des Fachs, den US-amerikanischen Professor Richard Thaler: «In nicht allzu ferner Zukunft wird der Begriff Behavioural Finance als Pleonasmus gelten. – Welches Finanzverhalten soll es denn sonst noch geben?» ▲

www.bhfs.ch/TheBhFSWay.aspx

Selbstüberschätzung – typisch Mann?

Die Behavioural Finance definiert typische psychologische Neigungen (Biases), die den Anleger daran hindern können, rational zu entscheiden. Der kognitive Bias entsteht durch eine fehlerhafte Interpretation verfügbarer Informationen, der emotionale Bias aus Gefühlen wie Angst, Bewunderung, Stolz u.ä., der soziale Bias aufgrund unserer Beziehungen zu anderen Menschen. Noch sind Untersuchungen zum kulturellen Bias im Gang, während das Vorhandensein eines geschlechtsspezifischen oder gender Bias schon nachgewiesen wurde.

Zu den Letzteren gehört die Selbstüberschätzung: Man verlässt sich zu sehr auf erhaltene Informationen und reagiert sofort darauf. Das führt dazu, dass der Anleger sehr viele Transaktionen vornimmt. Da die Bank jede Transaktion berechnet, kann dieses Vorgehen mehr kosten als es einbringt. Mehrere Studien haben gezeigt, dass dieser Bias eine Schwäche vor allem des starken Geschlechts ist.

HERZLICHE GRATULATION ZUM SWISSQUOTE MAGAZINE.



Maxomedia und Universal McCann beglückwünschen Swissquote zur Lancierung des neuen Magazins und zum erfolgreichen Geschäftsjahr 2009. Seit Jahren verbindet Swissquote innovatives Online-Trading mit traditionellem Bankgeschäft.

Wir freuen uns, unseren Kunden auch in Zukunft Hand in Hand in allen Kommunikationsbelangen begleiten zu dürfen und warten gespannt auf die nächste Ausgabe des Swissquote Magazine.

UM
curious minds  targeting results

MAXOMEDIA

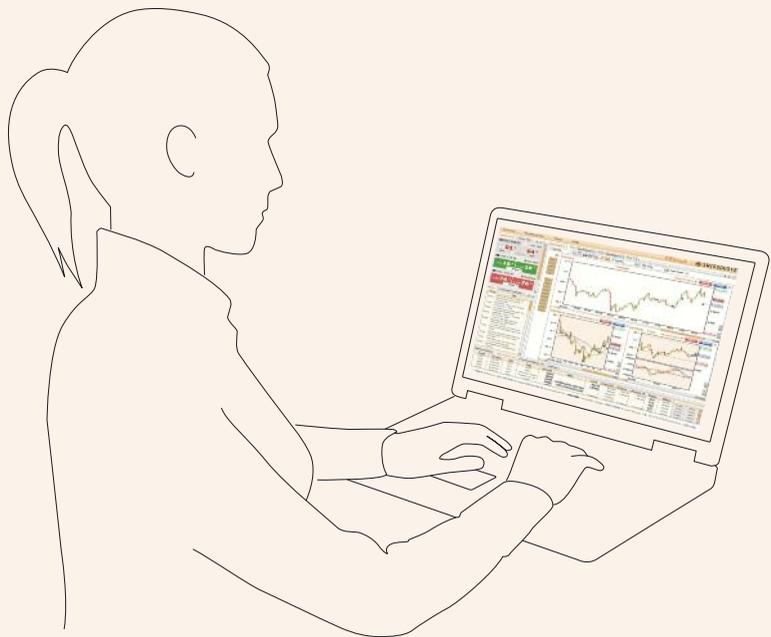
AGENTUR FÜR CROSSMEDIA-KOMMUNIKATION BSW

Mehr Sicherheit und Nutzwert mit der neuen eForex-Plattform

Um besser auf die Kundenbedürfnisse einzugehen, haben die Ingenieure und Techniker von Swissquote die Online-Tradingplattform gründlich überholt. Ergebnis: ein benutzerfreundlicher Internetauftritt mit vielen nützlichen Funktionen.

Forex steht für Foreign Exchange, also für den An- und Verkaufsmarkt von Währungen aus aller Welt. Mit eForex können die Kunden online auf den internationalen Devisenmärkten spekulieren. Den Internetanwendern präsentiert sich eForex von Swissquote nun komplett anders: Die Techniker und Ingenieure von Swissquote haben die Plattform FXBook entwickelt, die eine ganze Reihe neuer Anwendungen ermöglicht. So kann der Nutzer jetzt etwa mit rund vierzig Währungspaaren handeln – Dollar gegen Yen, Franken gegen Yen, Euro gegen Dollar... Auch mit Gold und Silber kann gehandelt werden.

Eine erste Version der eForex-Plattform von Swissquote war schon im März 2008 online. Damals hatte Swissquote vorerst noch eine schlüsselfertige Plattform von einem externen Dienstleister gemietet. «Bald wurde uns klar, dass wir eine schnellere Anwendung brauchen, die ausserdem direkt an die Konten der Kunden andocken kann», erklärt Loïc Guezennec, zuständig für Produktentwicklung bei der Online-Bank. «Diese neuen Funktionen sind jetzt auf der Plattform installiert, und die Anwendung ist dadurch stark vereinfacht.» So verfügt die Plattform über ein Applet, das vom Webbrowser des Nutzers unterstützt wird. Dadurch kann dieser von jedem beliebigen Computer, ob Mac oder PC, auf die Anwendung zugreifen, ohne zuerst eine zusätzliche Software installieren zu müssen.



WECHSELKURSE, GRAFIKEN UND WIRTSCHAFTSAGENDA

«Der Vorteil des hauseigenen Tools ist, dass es von unseren eigenen Ingenieuren gepflegt wird», freut sich Patrick Louis, der sich als Business Analyst bei Swissquote aktiv in die Konzipierung des neuen FXBook eingebracht hat. «Sie sorgen für die Wartung und Weiterentwicklung und können die Wünsche unserer Nutzer direkt umsetzen.» Kurz: Swissquote ist jetzt in jeder Hinsicht Herr über die eigene Plattform. «Derzeit gibt es FXBook nur auf Englisch, aber wir wollen die Website schon bald übersetzen lassen», verspricht der Busi-

ness Analyst. Auf den ersten Blick scheint sich der neue Auftritt nicht sichtbar vom alten zu unterscheiden. Doch beim Gebrauch erweist sich das Tool sehr schnell als deutlich flexibler und benutzerfreundlicher.

Die Seite präsentiert sich als grosse «Tafel» (siehe Grafik): Oben links die Anzeige der Kurse in Echtzeit, rechts in einer Grafik der Kursverlauf über der Zeitachse, ausserdem ein Newsbereich mit den Meldungen des Dow Jones, und ganz unten kann der Kunde in einem vierten Bereich sein eigenes Konto verwalten. «Nicht zuletzt ist der «Economic Calendar» in-

teressant, der über den Newsbereich angeklickt werden kann. Die Wirtschaftsagenda zeigt nämlich, wann wichtige Wirtschaftsdaten veröffentlicht werden», erklärt Patrick Louis. «Diese Termine haben ja einen starken Einfluss auf das Auf und Ab an den Devisenmärkten.»

Wenn der Kunde den Devisenkurs anklickt, der ihn interessiert, sei es für den Ankauf oder den Verkauf, aktiviert er eine «Trading Mask». «Hier kommt das ganze Know-how von Swissquote zum Tragen. In der früheren Version war die Maske kompliziert aufgebaut, zu textlastig, zu viele Funktionen wurden erklärt. Diese Erläuterungen wurden weggelassen, sie sind in einem Benutzerleitfaden zu finden. Die Maske ist dadurch transparenter geworden, luftiger, die Gedanken können sich auf das Wesentliche konzentrieren – das Trading.» Die Maske kann ein knappes Dutzend Informationen enthalten. Die nach den Vorgaben des Kunden vorab ausgefüllten Felder enthalten profundere und detailliertere Informationen als in der ersten Version: So erscheint der Kurs für An- und Verkauf automatisch nach einem Spread zum Marktpreis (beste Geld-Brief-Spanne) entweder in Prozentsen oder in Pips (1 Pip entspricht für die meisten Währungs-paare der vierten Dezimalstelle).

Wegen der berühmt-berüchtigten Hebelwirkung ist die eForex-Welt allerdings nicht ungefährlich. «Swissquote-Kunden können mit Beträgen spekulieren, die bis zum Hundertfachen ihres Kontostands entsprechen», sagt der Business Analyst. Deshalb zeigt die Trading-Maske bei FXBook auch die Marge, die vorhanden sein muss, um eine

Position einzugeben. «Wenn Sie eine zu hohe Summe eingeben oder Ihre Kaufkraft nicht ausreicht, gibt das System eine Warnmeldung ab, bevor Sie gesperrt werden.» Wenn die Gesamtmenge des Kontos nicht ausreicht, kann Swissquote nach zwei E-Mail-Warnungen das Konto des allzu waghalsigen Kunden ausserdem automatisch schliessen. Ein System, das sowohl den Kunden als auch die Bank schützt.

tet werden können und die mit Pfeilen, Scroll-Funktionen und unterschiedlichen Farbgebungen arbeitet: Blau steht für Kauf, Rot für Verkauf. Die Möglichkeit, direkt an den Charts Aufträge zu platzieren oder zu ändern, Positionen zu sichern oder zu schliessen, ist das innovativste und interaktivste Element des neuen Systems.

So kann der Kunde als Käufer beispielsweise mit der Maus die Grafik auf der Höhe des Kurses anklicken, zu dem er kaufen möchte. Das System zeigt den ausgewählten Preis an, und wenn er damit einverstanden ist, braucht der Kunde nur noch zu bestätigen. «Die Maske öffnet sich dann mit dem schon festgelegten Preis», sagt Patrick Louis. «Das bringt einen Zeitgewinn, schaltet eine Fehlerquelle aus, und der Nutzer braucht sich nur noch bequem zurückzulehnen.» Er kann auch per Mausklick eine offene Order ändern, indem er den Pfeil oder die Linie, die den Auftrag darstellt, verschiebt.

Zudem hilft das System dabei, gewisse häufige Flüchtigkeitsfehler zu vermeiden, wenn man zum Beispiel über dem besten Briefkurs kaufen will, was unsinnig ist. «Auch hier führt das System den Kunden», erklärt Patrick Louis. – Eine zusätzliche Absicherung also für den Nutzer.

Interessenten, die die neue Plattform testen möchten, können über folgende Adresse direkt und kostenlos für zwei Monate ein Demokonto einrichten: www.swissquote.ch/index/index_forex_d.html



Per Mausklick lassen sich Aufträge direkt in den Charts platzieren, ändern und sichern.

INTERAKTIVE GRAFIKEN

FXBook bietet eine weitere neue Funktion: Der Kunde kann seine Positionen und Aufträge über die Grafiken direkt und in Echtzeit verwalten. Diese Anwendung gab es zwar schon, doch war sie früher eher dürftig. «Wir haben das deutlich weiterentwickelt und verfeinert», berichtet Patrick Louis. «Wir wollten nicht das Rad neu erfinden und haben uns deshalb bei der Konkurrenz umgeschaut, was derzeit das Beste am Markt ist, und dann daraus unser eigenes Tool entwickelt.» Das Ergebnis ist eine klare, benutzerfreundliche Oberfläche, auf der alle Aufträge und Positionen mit der Maus bearbei-





Kleine Scheine

mit grosser Wirkung

Das Schweizer Team von X-markets hat sich über die vergangenen Jahre hinweg auf dem Schweizer Markt als einer der führenden Anbieter¹ im Bereich Hebelprodukte etabliert. Hierbei wird das X-markets Team Schweiz von der internationalen Expertise der Deutschen Bank im Warrantsgeschäft unterstützt.

Aktuell profitiert der Anleger bei X-markets insbesondere von der umfangreichen Produktpalette auf Swiss Mid Cap und Blue Chip Namen.

Wussten Sie schon:

Über Swissquote haben Sie Zugriff auf über 1'000 an der SIX gehandelte X-markets Hebelprodukte auf Schweizer Titel. Ausserdem können Sie über Swissquote eine Vielzahl an den Börsen Frankfurt und Stuttgart gelisteter X-markets Hebelprodukte auf internationale Titel handeln.

Alles über X-markets Hebelprodukte auf unserem Warrantportal: www.xmarkets.ch

X-markets, Ihr Zugang zur weltweiten Investment-Kompetenz der Deutschen Bank.
www.xmarkets.ch
Hotline: +41 44 227 34 20
E-mail: x-markets.ch@db.com

Leistung aus Leidenschaft.

Deutsche Bank



Ein App zum Geldverdienen!

Die iPhone-Applikation von Swissquote gewährt dem Anleger in Echtzeit und von jedem Punkt auf der Erde aus Zugriff auf finanzielle Informationen. Sogar Börsenaufträge können per iPhone erteilt werden.

Mit der gross gefeierten Markteinführung des iPhone 3G begann in den Köpfen des Führungsteams von Swissquote die Idee zu reifen, ein Programm für die Kunden zu entwickeln, das ihnen den direkten Zugriff auf die wichtigsten Finanzmärkte der Welt erlaubt. Möglich machte diese regelrechte Revolution die Integration von App Store im iPhone 3G. Der Anwender kann dadurch verschiedenste Applikationen auf sein Mobiltelefon laden. André Burri, Spezialist für Mobiltelefonie bei Swissquote und Leiter des Projekts, berichtet: «Unsere Direktion wollte nach der Einführung des iPhone 3G so schnell wie möglich eine zweckmässige Applikation.»

Das geniale iPhone der zweiten Generation kam Anfang Juli 2008 auf den Markt – und die Swissquote-Applikation war noch vor Ende des Monats im App Store von Apple verfügbar. «Wir wollten technisch Spitze sein. Mit diesem riesigen Erfolg hatten wir aber nicht gerechnet: Das erste von uns entwickelte Programm wurde 250'000-mal heruntergeladen», fährt der junge Projektleiter fort. Seither werden jeden Monat durchschnittlich 3,5 Millionen Hits verzeichnet. Und die neuste aktualisierte Version wurde innerhalb einer Woche 30'000-mal heruntergeladen. «Wir nehmen deshalb an, dass wir weltweit rund 30'000 regelmässige Benutzer haben, von denen sich

mehr als 80 Prozent in der Schweiz aufhalten», kommentiert Burri.

Für die Einführung der Swissquote-Applikation arbeiteten die Entwickler der Online-Bank, André Burri und Ariane Pasquier, zunächst mit dem Unternehmen Sen:te zusammen, das auf die Konzeption von Informatikprogrammen spezialisiert ist. Danach übernahmen sie das Projekt in Eigenregie und bauten es intern weiter aus. So wurde das iPhone-Programm von Swissquote seit seiner Einführung ständig verbessert. «Unsere erste Version bot den Zugang zu einer Liste personalisierbarer Kotierungen mit Details und Grafiken», erklärt Burri. «Seither haben wir das Programm durch mehrere zusätzliche Funktionen erweitert: Infos in Echtzeit, News, eine Indexliste, eine Devisenliste sowie seit Kurzem die Möglichkeit, einen Börsenauftrag direkt auf dem über die Applikation zugänglichen Swissquote-Konto zu erteilen.»

Um die Swissquote-Anwendung nutzen zu können, benötigt man ein iPhone oder einen iPod Touch und iTunes. Die Swissquote-Applikation für das iPhone ist in der App-Store-Rubrik «Finance» zu finden und kann direkt vom iPhone, von einem iPod Touch oder per Computer über das iTunes-Programm heruntergeladen werden.



Eine weitere interessante Möglichkeit betrifft sämtliche Benutzer von Mobiltelefonen (iPhone und andere): Via <http://mobile.swissquote.ch> gelangen sie direkt auf die Swissquote-Mobile-Plattform. Hier finden sie die wichtigsten Informationen über die Swissquote-Website, angepasst an den Telefonbildschirm. Anfang 2010 ist das Team ausgebaut worden, um eine neue iPhone-Applikation für den Devisenmarkt (Forex) sowie Anwendungen für BlackBerry- und Android-Handys zu entwickeln. Letztere sollten diesen Sommer verfügbar sein.

Angesichts des rasanten technischen Fortschritts in diesem Bereich darf darauf gewettet werden, dass die Swissquote-Applikation und ihre Funktionen von Monat zu Monat weiterentwickelt werden. Denn die Mobiltelefonie boomt: Laut einer kürzlich veröffentlichten Studie des Analysten Forrester Research wird die mobile Nutzung des Internets in den nächsten Jahren in Westeuropa stark zunehmen. 2009 betrug die Marktpenetrationsrate ungefähr 17 Prozent, 2012 dürften es 30 Prozent und 2014 sogar 39 Prozent sein. ▲



Der Computer als Fondsmanager

Der quantitative Swissquote-Fonds wurde von hauseigenen Mathematikern entwickelt. Er basiert auf einem Algorithmus, der das Anlagerisiko auf Dauer konstant hält.

Der neue quantitative Fonds *Swissquote Quant Swiss Equities* verfolgt eine defensive Strategie und hat viele Vorteile. Er ist gebührenfrei und steht direkt über die Swissquote-Homepage zur Verfügung. Zudem ist er das erste Finanzprodukt, das von Swissquote ins Leben gerufen wurde. An der Entwicklung beteiligt waren zwei Mathematiker, zwei Physiker und ein Ökonophysiker – alles topqualifizierte Fachleute auf ihrem Gebiet. Am 7. Januar konnte der Fonds mit einem verwalteten Vermögen von rund 4 Millionen Franken seinen ersten Geburtstag feiern. Langfristig soll das Fondsvermögen auf mehrere Dutzend Millionen Franken wachsen.

Was den *Swissquote Quant Swiss Equities* besonders macht: Er hält das Anlagerisiko auf Dauer konstant. Serge Kassibrakis, Physiker und Leiter der Abteilung Quantitative Finance von Swissquote, erklärt das so: «Seit der Gründung im Januar 2008 legen wir besonderes Augenmerk auf das Risikomanagement. Wir verfügen sowohl über die Risikokultur als auch das technologische Know-how, die für die Realisierung eines solchen Fonds notwendig sind.»

Die Swissquote-Experten haben dabei den klassischen Approach erweitert. Für die Berechnung von Risiko und Rendite steht weniger die Volatilität im Fokus als der so genannte Value at Risk (siehe Box). Auch bei der Analyse des Gewinnpotenzials gehen sie weiter als beim klassischen Ansatz, wo vor allem der erwartete Ertrag gewichtet wird. «Der quantitative Fonds basiert auf einem Algorithmus, der die Anlagestrategie selbst steuert», führt der junge Physiker weiter aus. Steigt der

Mit dem VaR (von englisch *Value at Risk*, Risikowert) kann das Marktrisiko eines bestimmten Portfolios bemessen werden. Er bezeichnet die wahrscheinliche maximale Höhe eines Verlustes über eine bestimmte Zeitdauer.

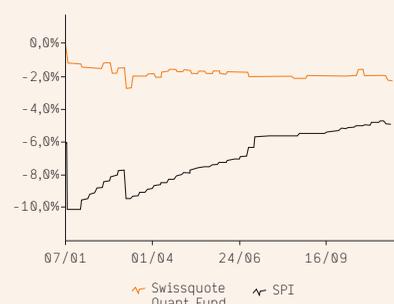
Der VaR wurde 1994 von der US-Bank JP Morgan eingeführt und ist seit Basel II weltweit bekannt. In der Finanzwelt ist der VaR heute das am häufigsten benutzte Instrument für Risikobewertung und -kontrolle.

VaR über das definierte Risikoniveau, schichtet der Algorithmus das Portfolio um, bis der von Swissquote vorgegebene Risikograd wieder erreicht ist. Natürlich lässt man den Algorithmus nicht einfach frei schalten und walten. «Wir überprüfen täglich, ob die Zusammensetzung des Portfolios dem Prospekt und dem Fondsvertrag entspricht. Zudem testen wir die Qualität unserer Berechnungen regelmässig.»

Die logische Konsequenz dieses vorsichtigen Fondsmanagements: Der *Swissquote Quant Swiss Equities* limitiert die Verluste in der Baisse. Am 8. März 2009 mitten in der Finanzkrise hatte der Fonds nur zehn Prozent des Werts seit seiner Lancierung eingebüsst, während der Swiss Performance Index (SPI) im gleichen Zeitraum um 23 Prozent zurückging. In Phasen mit heftigen Kurssteigerungen hingegen performt

der Fonds weniger gut als der SPI: So beendete der Swissquote-Fonds das Jahr 2009 mit einem Zuwachs von 7,2 Prozent, während der SPI mit einem Plus von 18 Prozent abschloss, dies allerdings bei einem durchschnittlich dreimal höheren Risiko als jenem des Fonds.

Swissquote Quant Swiss Equities ist ein Fonds nach schweizerischem Recht, der in SPI-Titel investiert und von der Finma autorisiert ist. Kassibrakis: «Das heisst, dass wir gewisse Vorgaben erfüllen müssen und beaufsichtigt werden». Der Fonds enthält nur Aktien und benutzt keine Hebelinstrumente, Short-Positionen oder Derivate. Damit ist er ideal für Anleger, deren Risikobereitschaft durch die Finanzkrise einen Dämpfer erlitten hat. ▀



Die gute Nachricht:

Wir bieten nicht alles.

ETFs + Strukturierte Produkte

Weniger kann auch mehr sein. Deshalb konzentrieren wir uns in der Schweiz darauf, Ihnen ein umfassendes Spektrum an ETFs und Strukturierten Produkten anzubieten. Lernen Sie den Anspruch eines Innovationsführers kennen und entdecken Sie faszinierende Möglichkeiten, bei jeder Markterwartung mehr aus Ihren Anlagen zu machen. Besuchen Sie uns auf dem Internet: www.comstage-etf.ch, www.zertifikate.commerzbank.ch oder rufen Sie an: **Telefon 0800 11 77 11.**

Das Einmaleins des Börsenhandels, Folge 1

Der Handel mit Wertpapieren und Devisen ist keine Hexerei. Allfälligen Berührungsängsten wirkt auch das Wissen um die wichtigsten Grundlagen entgegen. Zum Beispiel über das Wesen der vier Auftragsarten.

Swissquote zählt 135'000 Kunden und verschafft jedem dieser Kunden Zugang zu Börsen auf der ganzen Welt, genauer gesagt zu den 23 wichtigsten und seit 2009 zu etwa 60 weiteren Börsen in verschiedenen Ländern. Hier ein paar geschichtliche und technische Aspekte.

DER BÖRSENHANDEL, EINE JAHRHUNDERTEALTE TRADITION

Börsen sind Orte, wo Geschäfte mit Wertpapieren und Devisen getätigt werden. Hier werden Preise ausgehandelt und Wertpapiere gekauft und verkauft. Frühe Formen des Börsenhandels sind schon aus der Antike bekannt. In Paris entstand 1141 unter Ludwig VII. ein erster Vorläufer der Börse. Ab dem Mittelalter wurden nach und nach immer mehr Börsenplätze gegründet, und die wirtschaftliche Bedeutung der Börse nahm zu. Die Börse garantiert eine Ausgewogenheit zwischen Angebot und Nachfrage. Zudem fördert sie die Mobilität des Kapitals.

EINE VIELFALT AN PRODUKTEN

Es gibt verschiedenste Börsenprodukte. Zu den wichtigsten Wertpapieren zählen Aktien, Obligationen und Optionen, wobei ein Anleger unterschiedliche Titel in seinem Portfolio führen kann. Ausschlaggebend für die Zusammenstellung des Portfolios sind Risikofreudigkeit und Anlagehorizont.

Die Transaktion findet statt, sobald sich Verkäufer und Käufer über einen Preis einig werden. Zu den spezifischen Merkmalen des Börsenhandels gehört, dass Angebot und Nachfrage zeitlich und räumlich vereint werden. Ausserdem ermöglicht er eine einheitliche Abwicklung von Transaktionen. Heut-

zutage wird die Börsentätigkeit elektronisch abgewickelt und unterliegt strengen gesetzlichen Vorschriften.

ONLINE-BÖRSENHANDEL

Bis gegen Ende der 90er Jahre hatten nur ganz wenige Geldinstitute, namentlich Banken, direkten Zugang zur Börse. Die Anleger waren gezwungen, ihre Geschäfte über eine Bank zu tätigen – ein schwerfälliges und kostspieliges Verfahren.

Jetzt gibt es mit Swissquote eine echte Alternative. Dank der Verknüpfung von Online-Tradingssystemen mit einer leistungsfähigen und benutzerfreundlichen Informationsplattform kann Swissquote einen einfachen und direkten Zugang zu den Märkten anbieten. Dem Kunden bleiben Kosten und komplizierte Abläufe erspart, denn die Aufträge, die er selbst platziert (siehe Kasten), gelangen innerhalb weniger Sekunden an die Börse. ▲

DIE VIER AUFTRAGSTYPEN

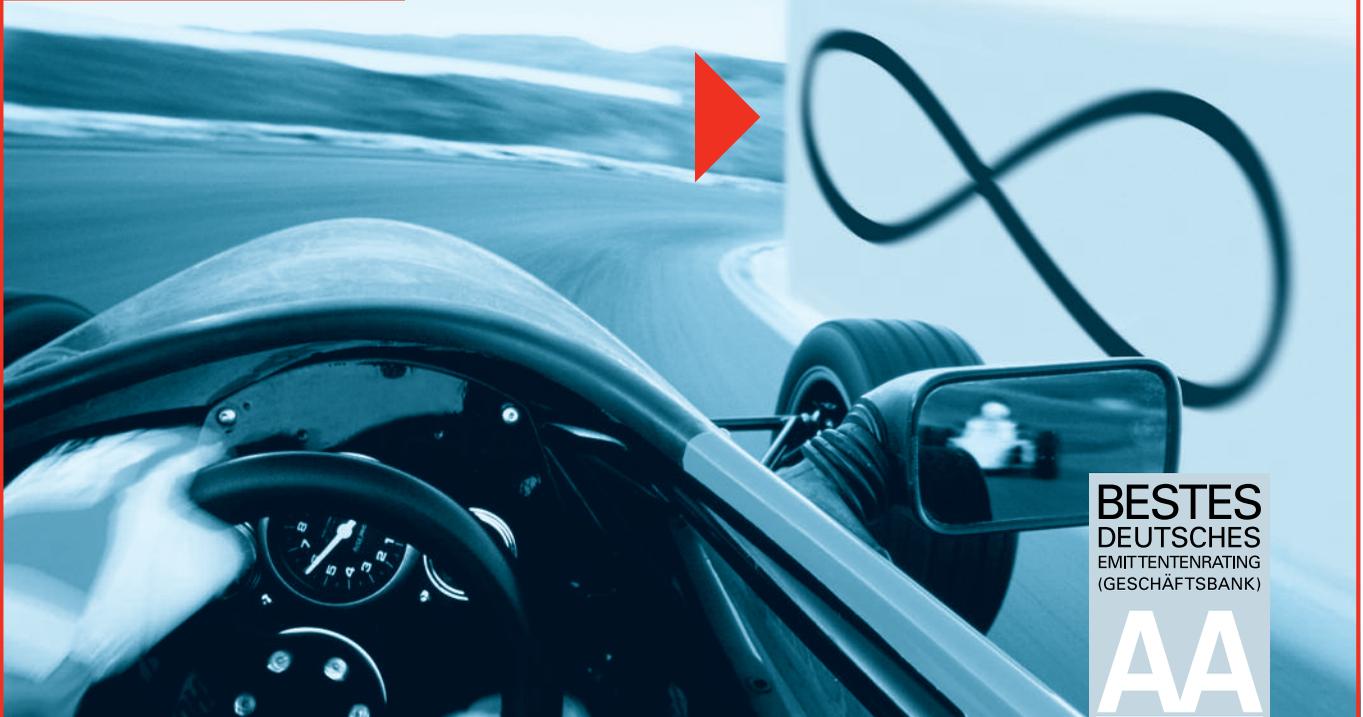
Market: Ein «Market»-Auftrag oder «Bestens»-Auftrag wird zum besten Ask- oder Bid-Preis ausgeführt. Der Kurs wird somit weder im Voraus festgelegt, noch garantiert. Vorteil eines Market-Auftrags ist, dass er sofort abgewickelt wird. Er ist gegenüber allen anderen Auftragsarten prioritär und wird ausschliesslich für den Handel mit sehr liquiden Werten eingesetzt. Ist der Umsatz bei einem Titel gering, trifft ein Bestens-Auftrag möglicherweise nur auf ein begrenztes Angebot, dessen Limite über oder unter dem üblichen Kurs für diesen Titel liegt.

Limit: Diese Auftragsart wird am häufigsten verwendet und bietet hohe Sicherheit. Der Käufer gibt einen maximalen Kaufpreis an, und der Verkäufer nennt einen Mindestpreis, den er erhalten will. Wenn keiner der Beteiligten bereit ist, innerhalb der gesetzten Limite zu handeln, kommt kein Abschluss zustande. Der Auftrag wird erst bei Erreichen des vorgegebenen Wertes automatisch ausgeführt.

Stop: Der Stop-Auftrag ist mit der Bedingung verknüpft, dass er erst bei Erreichen eines bestimmten Preises platziert werden darf. Er wird dann automatisch als Bestens-Auftrag ins Auftragsbuch eingegeben, wobei der Preis nicht garantiert ist. Konkret kauft der Kunde ein Wertpapier in der Hoffnung auf einen Preisanstieg. Für den Fall eines Kursrückgangs kann der Kunde zur Verlustbegrenzung ein Limit (stop) für den Kaufkurs setzen (z.B. -15 Prozent). Sinkt der Titel auf dieses Niveau, wird er automatisch wieder verkauft.

Stop-Limit: Ein Stop-Limit-Auftrag wird gleich behandelt wie ein Stop-Auftrag, ausser dass er im Auftragsbuch als limitierter Auftrag und nicht als Bestens-Auftrag eingetragen wird. Er erlaubt das Festlegen einer Preisspanne für die Ausführung. Sollte sich der Kurs konsequent ausserhalb dieser Bandbreite bewegen, ist die Ausführung des Auftrags nicht garantiert.

Hebelprodukte



**BESTES
DEUTSCHES
EMITTENTENRATING
(GESCHÄFTSBANK)**

AA
FITCHRATINGS
LT IDR

Hebelprodukte vom Spezialisten.

Für Ihren Anlageerfolg setzen wir als Derivatepionier alle Hebel in Bewegung. Nutzen Sie HSBC Warrants, wenn Sie mit Calls Ihre Gewinnchancen hebeln oder mit Puts Risiken bewusst steuern möchten. Denn wir sorgen als SIX-Mitglied für konstante Spreads, kontinuierliche Systemstabilität und faires Pricing. Investieren auch Sie z. B. in die ausgewählten Warrants vom Derivatepionier.

- Zahlreiche Warrants, Knock-Out Warrants und Mini Futures auf Schweizer Aktien
- Knock-Out Warrants mit unbestimmter Laufzeit (Open End)
- Ständig aktuelle Neuemissionen
- Bewährte Handelsqualität

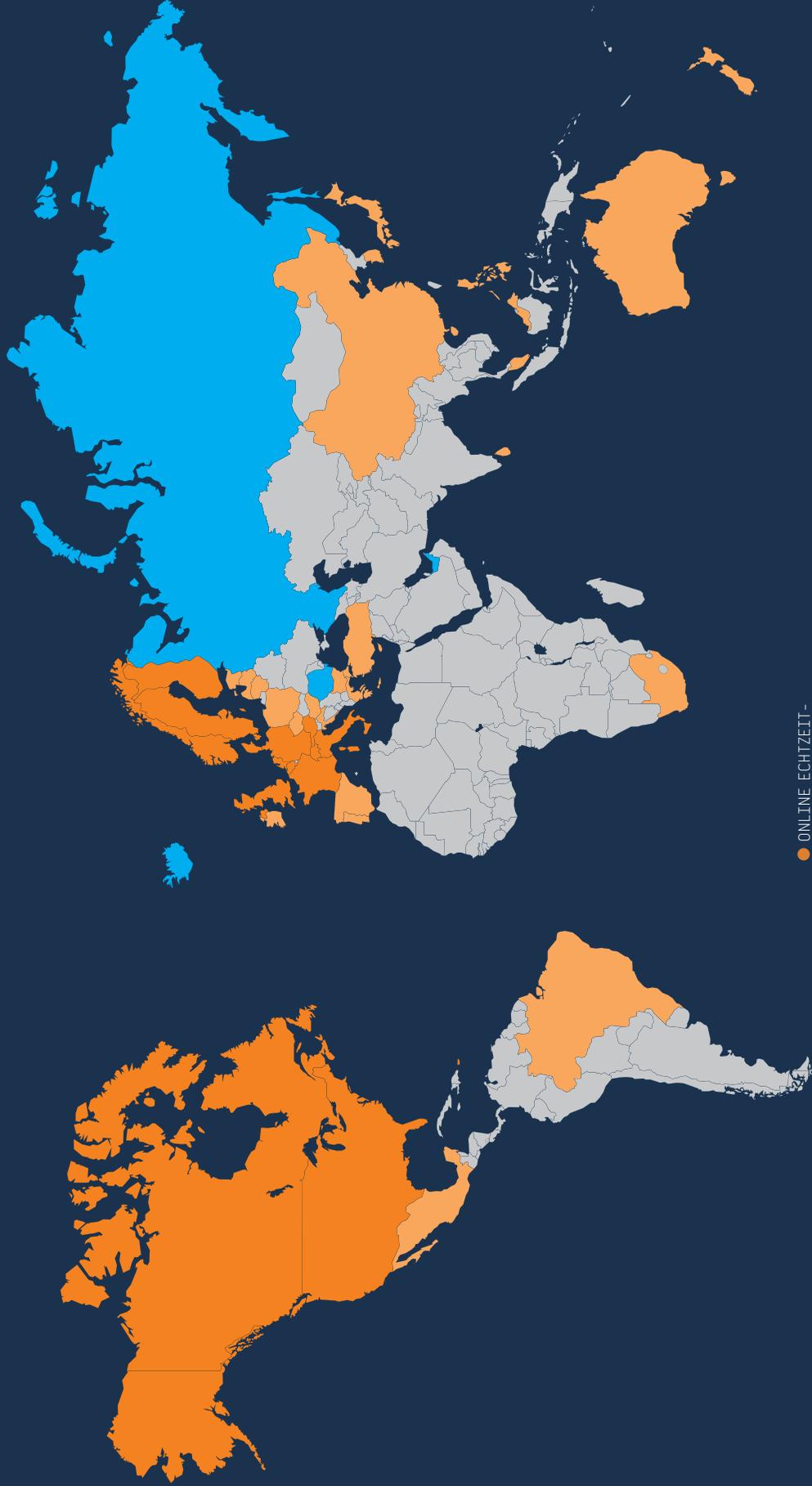
Unsere Wertpapiere erhalten Sie bei jedem Online-Broker oder über Ihre Hausbank.

HSBC 

Kostenlose Infoline 00800 4000 9100 Telefax +49 211 910-1936 www.hsbc-zertifikate.ch
HSBC Trinkaus & Burkhardt AG Königsallee 21/23 D-40212 Düsseldorf

Die hierin enthaltenen Produktinformationen stellen keine Empfehlung zum Kauf oder Verkauf der darin besprochenen Wertpapiere seitens der HSBC Trinkaus & Burkhardt AG dar und können eine individuelle Anlageberatung durch die Hausbank nicht ersetzen. Die Programm Dokumentation und die Endgültigen Bedingungen können bei der HSBC Trinkaus & Burkhardt AG, Marketing Retail Products, Königsallee 21/23, 40212 Düsseldorf, Bundesrepublik Deutschland, kostenlos bezogen werden und sind unter www.hsbc-zertifikate.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 Bankenkommission. Deshalb kommt ein Investor nicht in den Genuss des vom KAG vermittelten Anlegerschutzes. Quelle: www.fitchratings.com, Stand: 25.01.2010

SWISSQUOTE BÖRSEWELT



Weltweiter Handel auf allen wichtigen Finanzmärkten.

Ob privat oder beruflich, mit Ihrem PC oder auf Reisen mit Laptop und iPhone - Swissquote kennt keine Grenzen.

REISEN

Magische Welten in zauberhaften Farben

Zwischen Pazifik und Indischem Ozean finden sich zwei von Kokospalmen gesäumte Trauminseln für alle, die nach der wahren Oase suchen oder gerne einzigartige Entdeckungen machen.

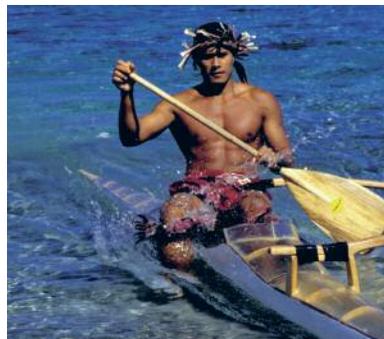
Martine Brocard und Anne-Christine Mota



Polynesischer Traum

Mit seinen weissen Sandstränden, den Kokospalmen und den vielen Blautönen des Wassers, die sich in der Unendlichkeit verlieren, ist das Taha'a Island Resort & Spa das Traumziel für die traute Zweisamkeit. Das Hotel steht auf dem Motu Tautau (kleine Koralleninsel, Anm. d. Red.), das zum Archipel der Gesellschaftsinseln gehört, mit Blick auf den erloschenen Vulkan der Nachbarinsel Bora Bora.

Dienste inmitten einer Kokospflanzung an, zwischen einem kleinen See und der Lagune. Im Angebot: Jacuzzi, Massage, Peeling mit Kokos und Monoï, das eine tahitianische Bräune garantiert. Nicht verpassen: die Massage mit Vanille, die in der Lagune angeboten wird. Man kann sich die Zeit aber auch mit Windsurfen oder Kanufahren vertreiben oder in den artenreichen Riffen tauchen.



News.com

Seine Überwasserbungalows im klassisch polynesischen Stil scheinen auf dem smaragdgrünen, klaren Wasser zu schweben. Sie sind luxuriös eingerichtet. Jeder Bungalow hat eine eigene Terrasse mit Liegestühlen und einer kleinen Leiter, über die man direkt in die Lagune hinabsteigt. Urlauber, die lieber auf dem Festland schlafen, können sich für eine der Strandvillen mit Privatpool entscheiden. Zur Anlage gehört auch das renommierte Manea Spa. Es bietet seine

**Hotel Taha'a Island
Resort & Spa *******
Preis pro Nacht und Person
Überwasserbungalow Taha'a:
ab 682 Franken

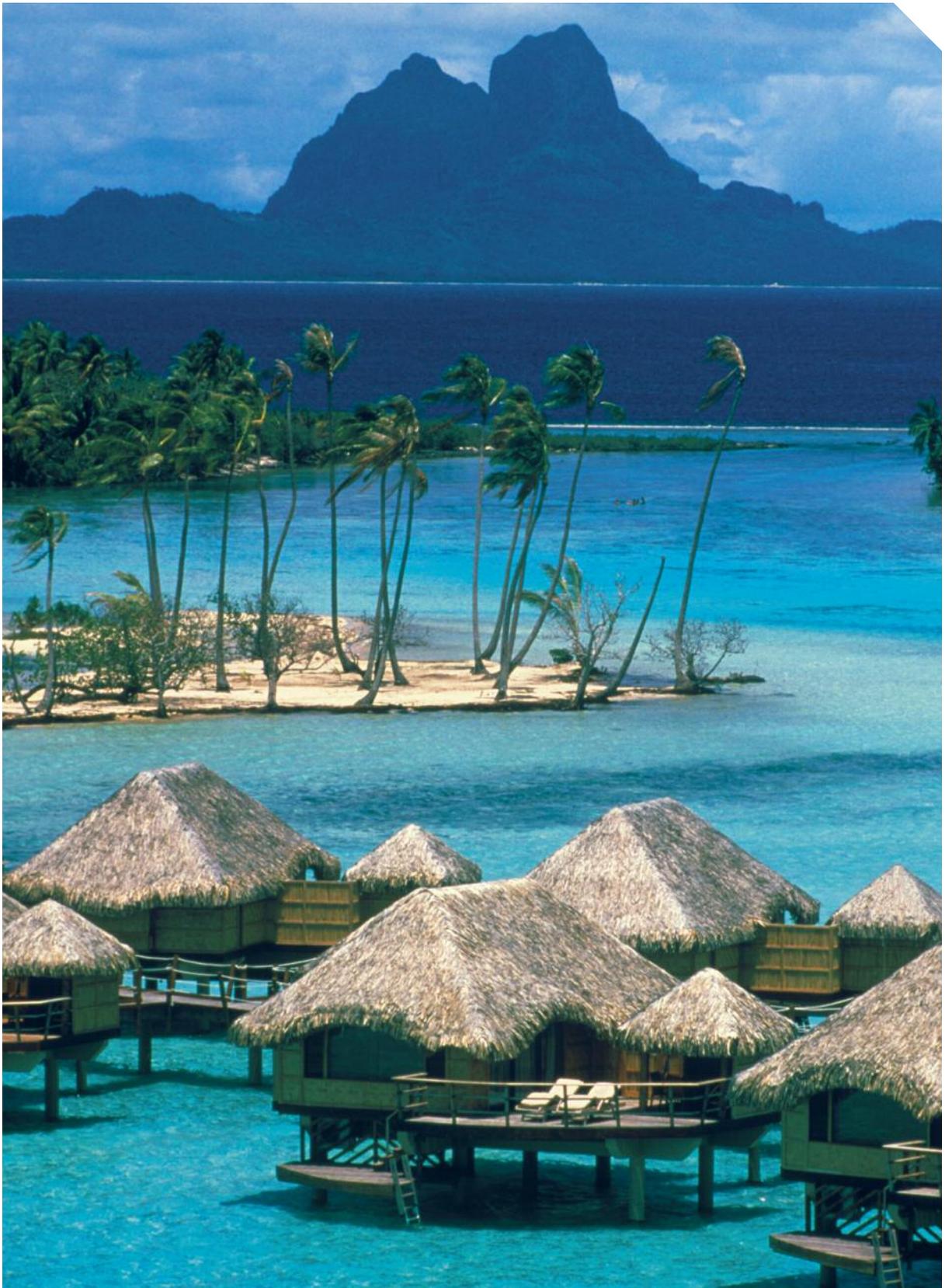
Strandvilla mit Privatpool:
ab 776 Franken

Überwasserbungalow Sunset:
ab 804 Franken

Transfer vom Flughafen:
182 Franken pro Person.
www.letahaa.com

Fert Voyages
Rue Le Corbusier 22A
PF 2364
1211 Genf 2
T +41 22 839 43 92
F +41 22 347 67 80
www.fert.com

Nova Tours
Schönenwerderstrasse 35 B
5001 Aarau
T +41 62 823 33 23
www.novatours.ch





«Afrikanische Karibik»

Als kleiner Landstrich im Indischen Ozean ist die Insel Medjumbe gerade mal einen Kilometer lang und 400 Meter breit. Das regelrechte Kleinod ist wegen des Bürgerkriegs, der in Mozambique bis 1994 seine Spuren hinterlassen hat, noch wenig bekannt. Die Insel erinnert an die Seychellen vor zwanzig Jahren. Die prächtigen Korallenriffe und das türkisfarbene Wasser geben der Region ihren Übernamen: «Afrikanische Karibik».

Nur wenige Schritte von der Lagune entfernt vereinen die 13 Bungalows des luxuriösen Medjumbe Island Resort Stil, Komfort und Privatsphäre. Alle Bungalows haben einen Privatpool und ein Badezimmer mit Blick aufs Meer. Begeistert ist das grosse Angebot an Aktivitäten rund um Wasser und Meer: In einem Tauchzentrum werden verschiedene Kurse angeboten. Das Zentrum organisiert auch Ausflüge in die besonders schöne und gut erhaltene Fauna und Flora der umliegenden Korallenriffe. Das Hotel bietet zudem Anglerausflüge an und stellt das notwendige Equipment für Kajakausflüge im Meer, Pedalofahrten und Schnorcheln zur Verfügung. Der Swimmingpool ragt über das Meer hinaus und ist ein idealer Ort, um Wale und Delfine zu beobachten,

die sanft durch das Wasser des Quirimbas-Archipels gleiten. Ein Aufenthalt auf der Insel Medjumbe kann gut mit einem Besuch der Insel Ibo verbunden werden. Hier blühte im Hafen während 500 Jahren der Handel der ostafrikanischen Küste. Ibo wurde erst von arabischen Händlern und später von Portugiesen besiedelt. Letztere haben die Insel bis zum 20. Jahrhundert zum Hauptquartier ihrer Kolonialadministration gemacht. Das Hotel Ibo Island Lodge empfängt die Urlauber in drei geschmackvoll renovierten Kolonialhäusern.



Hotel Medjumbe Island Resort ****

Preis pro Nacht und Person
Strandbungalow: zwischen
565 und 660 Franken
www.medjumberesort.com

**Aufenthalt von 8 Tagen
auf den Inseln Medjumbe
und Ibo mit Vollpension:**
ab 5050 Franken pro Person

Au Tigre Vanillé
Rue de Rive 8
1204 Genf
T +41 22 817 37 37
F +41 22 817 37 39
www.autigrevanille.ch

Hotel Ibo Island Lodge ****

Preis pro Nacht und Person
im Doppelzimmer: zwischen
368 und 395 Franken
www.iboisland.com

African Collection Tours

Goldbacherhof
Seestrasse 29
8700 Küsnacht
T +41 44 912 38 50
www.african-collection.ch
Aufenthalt von 6 Tagen/
5 Nächten im Medjumbe
Island Resort
Unverbindliche Preisangabe
pro Person mit Vollpension:
3510 Franken im Doppelzimmer
5095 Franken im Einzelzimmer



Neufjume Island Resort

Ökologisch korrekter Luxus mit Hybrid-Limousinen

Immer mehr grosse Autohersteller bieten im Hochpreissegment Modelle mit kombiniertem Verbrennungs- und Elektromotor an. Ludovic Chappex



Mit einem Luxus-Hybridmodell zieht diesen Frühling auch BMW in der Oberklasse der Marken mit.

Eine Automobilmesse ohne Hybridautos ist heute nicht mehr denkbar. Mit der Hybridtechnik, die auf dem Zusammenwirken eines Verbrennungsmotors und eines Elektromotors beruht, kann man nämlich den Benzinverbrauch und folglich die Schadstoffemissionen reduzieren. Alle grossen Autobauer steigen in diese Technik ein, auch jene, von denen man es am wenigsten erwarten würde, wie beispielsweise Porsche.

Der deutsche Hersteller wird noch dieses Jahr eine Hybridvariante seines PS-starken Luxus-SUV Cayenne in den Handel bringen. Und auch Ferrari ist daran, einen Hybridmotor zu entwickeln! Eine

echte Revolution, ausgelöst durch den weltweiten Wunsch, den CO₂-Ausstoss zu senken. – Und eine Imagefrage für die Hersteller, die diese Entwicklung nicht mehr ignorieren können.

Schneller als alle anderen war hier Toyota. Bereits 1997 brachte die japanische Marke mit dem bekannten Prius das allererste Auto mit Benzin/Elektro-Hybridantrieb auf den Markt. Damit ist Toyota gegenwärtig der erfahrenste Hybridhersteller, und davon profitiert nun die ganze Hybridmodell-Linie von Toyotas Luxusmarke Lexus.

Als erster Konkurrent reagierte im Herbst 2009 Mercedes: Die

Stuttgarter lancierten in der S-Klasse das etwas eigenartige Modell S400 Hybrid. Im Gegensatz zum Prius oder Lexus kann dieses Auto nämlich nicht rein elektrisch fahren. Bei Mercedes dient der Elektroantrieb lediglich der Unterstützung des Benzinmotors, weil sich die deutsche Luxusmarke für das sogenannte Mildhybrid-Konzept entschieden hat. Zu seinen Vorteilen gehört neben dem geringeren Gewicht auch der deutlich kleinere Platzbedarf (siehe Kasten S. 90).

BESSER ALS NICHTS

Zwar haben sich die Marken der Oberklasse bisher mit Hybridautos eher zurückgehalten, doch

LEXUS: DIE UNBESTRITTENE REFERENZ

Als Pionier der Hybridtechnologie hat Toyota sein ganzes Know-how in den Lexus LS 600h gepackt. Das Auto (Grundpreis: 152'800 Franken) bietet tadellose Verarbeitung, jede Menge technische Innovationen, ist gewohnt zuverlässig und steht somit selbst den begehrtesten deutschen Limousinen in nichts nach. Die Verbindung eines kraftvollen 5-Liter-V8-Benziners mit einem besonders leistungsfähigen Elektromotor erzeugt eine Gesamtleistung von 445 PS. Damit gleitet das 2,5 Tonnen schwere Auto mühelos durch den Verkehr und bleibt gemessen an der verfügbaren Leistung noch recht genügsam (9,3 l/100 km laut Herstellerangaben).

Der LS 600h ist allradbetrieben – ein überzeugendes Verkaufsargument im Schweizer Markt – und sehr um das Wohl seiner Insassen besorgt: High-End-Audioanlage, Mittelkonsole mit Kühlfach, DVD-Player. Die Langversion (LS 600h L) bietet mit der Sonderausstattung «President Package»

ultimatives Raffinement, namentlich einen hinteren rechten Sitz, der sich in einen Liegesessel verwandeln lässt und auf Knopfdruck den Passagier massiert.

Auch die übrigen Hybridmodelle der Lexus-Serie weisen in ihrem jeweiligen Marktsegment eindeutig Stärken auf. Systemeffizienz und Fahrkomfort werden von der Kritik einhellig gerühmt, sowohl beim Geländewagen RX 450h als auch bei der Limousine GS 450h (345 PS), die beide mit einem 3,5-Liter-V6-Benzinmotor und einem Elektroaggregat ausgestattet sind.

Lexus ist derzeit die einzige Marke der Premiumklasse mit einem System, das im reinen Elektromodus und somit ohne Schadstoffausstoss fahren kann. Der Elektromotor bringt das Fahrzeug in Bewegung und erlaubt das Fahren bei niedriger Geschwindigkeit (bis etwa 40 km/h). Dann übernimmt der Benzinmotor automatisch und vom Fahrer unbemerkt. Bei starker Beschleunigung werden beide Motoren gleichzeitig aktiv und sorgen für volle Fahrleistung.



Lexus LS 600h

2010 dürfte sich das deutlich ändern. So ergänzt ein Luxus-Hybridmodell schon diesen Frühling die Programmpalette von BMW. Der bayerische Hersteller enthüllte nämlich am Autosalon in Detroit den SUV X6 ActiveHybrid. Das 2,5 Tonnen schwere Kraftpaket beschleunigt in 5,6 Sekunden von 0 auf 100 km/h und kann wie die Lexus-Modelle rein elektrisch fahren (bis max. 65 km/h). Im März wird Porsche am Auto-Salon in Genf den Cayenne Hybrid vorstellen und dann auch den Termin der Markteinführung bekanntgeben.

Man kann sich natürlich fragen, inwieweit der Einsatz von Hy-

bridsystemen bei Fahrzeugen dieser Klasse überhaupt Sinn macht. Angesichts des hohen Gewichts und Energieverbrauchs dieser Luxuslimousinen kann man sich des Eindrucks nicht erwehren, dass es hier hauptsächlich um Gewissensberuhigung geht. Wozu überhaupt die Verbrauchs-

und Emissionswerte drosseln, wenn daneben trotzdem die grösstmögliche Leistungsstärke angestrebt wird? Der Einwand ist berechtigt. Aber ist es nicht besser als gar nichts?

«Bei gleichwertiger Fahrleistung verbrauchen moderne Dieselmoto-

ren genauso wenig oder gar weniger als Hybridmotoren», betont Raphaël Leuba, zuständig für neue Technologien bei der *Automobil Revue*. «Der europäische Markt ist ausgesprochen dieselfreundlich. Wohl deshalb haben die Hersteller den Weg der Hybridtechnologie nicht sofort

verfolgt. Auch punkto CO₂-Ausstoss steht der Dieselmotor ganz gut da, sein Nachteil sind allerdings die hohen Stickstoffemissionen. So betrachtet ist die Hybridtechnologie umwelt-schonender.» Übrigens müssen die Hybridmodelle weder bei Lexus noch bei Mercedes je an

die Steckdose angeschlossen werden. Die Batterie lädt sich von selbst auf, und zwar entweder durch Rückgewinnung von Bremsenergie oder durch Stromproduktion des Benzinmotors bei hoher Geschwindigkeit.

Käufer von Hybridautos haben jedoch nicht nur Kennzahlen im Kopf, sondern möchten sich auch den exklusiven Luxus eines Fahrzeugs leisten, das seiner Zeit voraus ist, also eine subtile Weiterentwicklung des Statussymbols. 2006 untersuchte die Eidgenössische Technische Hochschule Zürich (ETH) das Profil der Hybridautokunden und fand als typisches Merkmal ein ausgeprägtes Interesse für neue Technologien. Dies trifft besonders für die Schweiz zu. 80 Prozent der Lexus-Modelle werden hierzulande in der Hybridversion verkauft. Im übrigen Europa beträgt dieser Anteil lediglich 42 Prozent.

Bei Mercedes-Kunden sind Hybridautos noch nicht besonders beliebt: «Nur etwa 15 Prozent der Bestellungen für die neue S-Klasse sind S400 Hybrid», stellt Oliver Peter fest, Pressesprecher bei Mercedes-Benz Schweiz. «Das Interesse an der Technik ist grundsätzlich vorhanden, doch die Käufer warten lieber noch etwas.» Zudem gibt es keinen S400 Hybrid mit Allradantrieb. Gerade diese Modelle liegen jedoch in der Schweiz sehr im Trend: 50 Prozent der S-Klasse-Kunden wählen die Allrad-Variante 4Matic (mit Benzin- oder Dieselmotor lieferbar).

Auf der Frankfurter Automesse war ein Prototyp des wiederaufladbaren S500 Hybrid zu sehen. Dieses Auto dürfte eine neue Ära einläuten, denn es soll mit 3,2 l/100 km auskommen: sparsamer als ein Smart! Aber es wird wohl noch etwas dauern, bis es Serienreife erlangt. ▲

DIE «SOFT»-ALTERNATIVE VON MERCEDES

Mit dem S400 Hybrid bringt Mercedes zwar keine Revolution auf die Strasse, doch die Marke mit dem Stern kann immerhin mit einigen technologischen Innovationen aufwarten: Der Elektromotor zeichnet sich durch Kompaktheit und geringes Gewicht aus (das System ist insgesamt nur 75 kg schwer).

Der scheibenförmige Elektromotor ist im Wandlergehäuse zwischen der Siebenstufen-Automatik und dem Sechszylinder-Benzinmotor eingebaut. Er versorgt sich selbst durch Rückgewinnung der Bewegungsenergie, die beim Verlangsamten und Bremsen entsteht. Die umgewandelte Energie wird in einer Lithium-Ionen-Batterie gespeichert – eine Weltneuheit von Mercedes, die im Vergleich zu herkömmlichen Akkus mehr Autonomie und ein um die Hälfte reduziertes Gewicht bietet.

Der 3,5-Liter-V6-Benzinmotor entwickelt allein bereits eine Leistung von 279 PS und ein

Drehmoment von 350 Nm. Bei Beschleunigung setzt der Elektromotor ein und bringt das kombinierte maximale Drehmoment auf 385 Nm.

Die Start-Stopp-Funktion schaltet den V6-Motor unterhalb einer Geschwindigkeit von 15 km/h automatisch ab, beispielsweise wenn der Wagen an eine Ampel heranrollt, und lässt ihn wieder anspringen, sobald der Fahrer den Fuss vom Bremspedal nimmt. Auch kostet das platzsparende System keinen Liter Kofferraum – ein Vorteil gegenüber dem Lexus, bei dem das weniger kompakte Hybridsystem hinter der Rücksitzbank angebracht ist, wodurch sich das Ladevolumen verringert.

Insgesamt schluckt der S400 Hybrid mit 7,9 l/100 km zwar etwas mehr Benzin als der S 320 CDI, schneidet aber bezüglich der CO₂-Bilanz mit dem ausgesprochen niedrigen Wert von nur 186 Gramm pro Kilometer besser ab als das Dieselmotormodell. Ein eleganter Beitrag zur nachhaltigen Entwicklung, der ab 132'300 Franken zu haben ist.



Mercedes S400 Hybrid

DAS HYBRID-KRAFTPAKET VON BMW

Für ihr erstes Hybridfahrzeug haben die Münchner keinerlei Abstriche beim Fahrspass gemacht. Ungeachtet des Mehrgewichts von 300 kg im Vergleich zum «klassischen» Achtzylindermodell ist der BMW X6 ActiveHybrid ein echtes Kraftpaket. Nur 5,6 Sekunden von 0 auf 100 km/h braucht der Allrad-SUV trotz seiner 2,5 Tonnen Leergewicht.

Der X6 ActiveHybrid kombiniert einen Achtzylinder-Doppelturbo-Motor mit zwei synchronen Elektromotoren. Bei einer Gesamtleistung von 485 PS kann er rein elektrisch bis 60 km/h schnell fahren, dies

über eine Maximaldistanz von 2,5 Kilometern. Gibt man Gas, schaltet sich bei 65 km/h automatisch der Verbrennungsmotor zu. Trotz seines Gewichts begnügt sich dieser Hybrid-BMW mit 9,9 Litern auf 100 Kilometer, was einer Einsparung von 20 Prozent gegenüber dem reinen Benziner entspricht.

Die Elektromotoren des X6 werden durch eine NiMH-Batterie gespeist, die unter dem Kofferraumboden untergebracht ist. So bleibt das Zuladevolumen erhalten. Wie die Modelle der Konkurrenz wandelt dieser BMW die beim Bremsen vernichtete kinetische Energie in Elektrizität um, welche die Batterie speist.

Ab Mitte April wird der X6 ActiveHybrid bei den Schweizer Händlern für einen Basispreis von 159'000 Franken zu haben sein. Auch die 7er-Reihe wird mit einer Hybridversion ergänzt (mit gleichem Prinzip und vergleichbarer Motorisierung). Der 7er-Hybrid wird im Verlauf des Jahres zum Preis von 165'000 Franken auf den Markt kommen.



BMW X6 ActiveHybrid

TESLA ROADSTER, ALLES ELEKTRISCH

Ähnlich wie der Lexus bei den Hybridautos ist die kalifornische Marke Tesla Motor im Hochpreissegment der vollelektrischen Autos der Konkurrenz um mehrere Nasenlängen voraus.

Beim Tesla Roadster wurden viele Bauteile des Lotus Elise übernommen. Er ist bereits für 160'000 Schweizer Franken zu haben und hat auch sonst viele Vorteile aufzuweisen. «Wir haben im vergangenen Jahr 250 Wagen nach Europa geliefert», berichtet Simon Rochefort, Verkaufsleiter

bei Tesla Europa. Das Auto kann also sofort gekauft werden. In bloss 3,7 Sekunden spurtet der Wagen auf 100 km/h und kann folglich mühelos mit den schnellsten sportlichen Benzinern mithalten. So komfortabel wie ein Coupé Gran Turismo ist er trotz High-End-Soundsystem, Leder und Navigationssystem zwar nicht, dafür aber der Traum eines jeden Sportfahrers. Obwohl 400 kg Batterien mitfahren (hinter der Wagenmitte verstaut, anstelle des Benzinmotors), wiegt der Tesla Roadster nur 1230 kg.

Mit einer Batterieladung schafft das Auto laut Werksangaben Distanzen von 290 Kilometern auf der

Autobahn und fast 350 Kilometern im Stadtverkehr. Die Ladezeit an der Haussteckdose beträgt 16 Stunden, lässt sich jedoch mit einem 4000 Franken teuren Schnellladesystem auf 3,5 Stunden verkürzen.

«Die Schweiz ist knapp hinter Deutschland unser zweitgrösster Abnehmer», so Rochefort. «Wir verkaufen hier etwa 20 Prozent unserer Autos.» Und wie sieht das Profil des typischen Kunden aus? «Von der Kaufkraft her sind es Porsche-Käufer. Zudem haben wir es vor allem mit technologiebegeisterten Autofahrern zu tun, denen die nachhaltige Entwicklung ein Anliegen ist.»



Tesla Roadster

FREIZEITSPORT

«Hier mehr ohne
mein GPS!»

Routen aus dem Internet herunterzuladen ist bei Sportarten wie Biken, Wandern oder Bergsteigen nicht mehr wegzudenken.

Ludovic Chappex



Im Bereich der Ausdauersportarten kann man geradezu von einem Megatrend sprechen: Immer mehr Läufer und Radfahrer benutzen eine GPS-Sportuhr, sozusagen das Nirwana in Sachen Monitoring. Denn die neusten Uhrenmodelle kombinieren die Standortbestimmung via Satellit mit den herkömmlichen Funktionen von Sportmessgeräten wie Herzfrequenzmeter, Pulsmesser oder Kalorienverbrauchszähler.

Dank der GPS-Funktion deckt sich die Topografie der Tour (Route und Höhenunterschiede) in Echtzeit mit

den Leistungswerten (Entfernung, Pace, Herzfrequenz und mehr). Und da all diese Daten im Gerät gespeichert werden, kann man später seine Leistungen bequem auch am Bildschirm einsehen, indem man die Uhr mit einem Computer verbindet.

Diese neue Technologie hat aber noch viel mehr zu bieten. Via Internet können die Streckenwerte anderer Sportler heruntergeladen oder die eigenen Parcours ins Netz gestellt werden. Websites wie tourfinder.net, tracegps.com oder gps-touren.ch sind echte Begeg-

nungs- und Informationsplattformen, die Tausende von Routen fürs Biken, Joggen, Wandern, Nordic-Walking, Bergsteigen, Skifahren, Schneeschuhlaufen oder auch fürs Reiten anbieten. Man braucht nur noch die gewünschte Tour auf die Uhr zu laden, diese am Handgelenk, an der Lenkstange oder an einem anderen gut sichtbaren Ort zu befestigen und hat den aktuellen Standort auf der gewählten Route stets vor Augen. «Mit einem GPS werden Sie ganz sicher den kleinen Pfad ausfindig machen, den Sie keinesfalls verpassen dürfen»,



Swiss-Image.ch / A. Draub

weiss Michel Maillard, ein begeisterter Mountainbiker, der die Website www.bikegeneve.ch ins Netz gestellt hat. Sie bietet zahlreiche nützliche Links und Radtouren im GPS-Format. «In wenigen Jahren hat diese Technologie gewaltige Fortschritte gemacht; die Empfindlichkeit der Antennen ist enorm verbessert worden. Mein GPS funktioniert selbst im Wohnzimmer.»

Und da gleichzeitig die Preise in den letzten Monaten stark gesunken sind (eine GPS-Uhr gibt es bereits ab 250 Franken), leisten

sich immer mehr Freizeitportler ein solches Instrument. «Der GPS-Absatz im Sportbereich explodiert geradezu», unterstreicht Romain Walt, Leiter Produkte bei der Schweizer Filiale von Garmin, einem der weltweit führenden Unternehmen in dieser Technologie.

«Vor drei Jahren, als wir die ersten GPS mit Herzfrequenzfunktion lancierten, waren diese Geräte noch schwer, eher teuer und verfügten über keine grosse Autonomie. Heute wiegt unser neustes Läufermodell nur noch 72 g, und die Batterie hält über 20 Stunden.» Die GPS fürs Fahrrad sind etwas grösser und schwerer (ca. 100 g), haben aber den Vorteil eines relativ grossen, für das Kartenlesen sehr praktischen Farbbildschirms.

Auf garminconnect.com bietet dieser amerikanische Hersteller von GPS-Produkten übrigens eine eigene Plattform für Benutzer an. Diese können einander dort ihre bevorzugten Routen mitteilen, und zwar mit der Möglichkeit, die Strecken via Google maps exakt zu visualisieren.

Garmin setzt voll auf diesen neuen Absatzkanal, doch auch die wichtigsten Konkurrenten, die finnischen Pioniere für Herzfrequenzmesser Polar und Suunto, versuchen das Terrain zu besetzen. Im Gegensatz zu Garmin mit seinen direkt in die Uhren eingebauten GPS bieten Polar und Suunto diese Funktion als Option in Form eines externen Pod an, der auf einer Armbinde getragen oder am Fahrrad montiert wird. «Dieser Markt ist deutlich im Steigen», stellt Polar-Marketingleiterin Monyka Juchli fest. «Von unserem Basismodell im Segment «Running» haben wir seit der Einführung des Produkts im Frühling 2009 bis heute ebenso viele GPS- wie Laufschuh-Sensoren verkauft. Und für unser Multisport-Spitzenmodell (Laufen und Velo) liefern wir gar zweimal mehr GPS- als Laufschuh-Sensoren aus.»

Wo kann man seine Touren herunterladen?

gps-touren.ch

Wandern, Mountainbiken, Radfahren, Laufen, Reiten oder Schneeschuhwandern: Diese interaktive Website bietet Hunderte von GPS-Routen, ergänzt durch nützliche Angaben und Kommentare. Besondere Aufmerksamkeit wurde dem sehr klaren Interface geschenkt. Existiert nur auf Deutsch.

gpsies.com

Eine der grössten Internet-Datenbanken für das Herunterladen von GPS-Routen. Der Zugriff ist in vielen Sprachen möglich, darunter auch Deutsch und Französisch. Diese Website bündelt Routen aus der ganzen Welt, die für verschiedenste Sportarten geeignet sind. Die Files stehen in mehreren Formaten zur Verfügung. Eine sehr umfassende Internetadresse.

gps-tracks.com

Dieser in Englisch, Deutsch und Französisch angebotene GPS-Führer fasst ebenfalls Routen für die meisten Freiluftsportarten zusammen. Die Auswahl ist etwas weniger breit als bei gpsies.com. Gute Beschreibung der Routen mit Bewertung ihres landschaftlichen Reizes.

tourfinder.net

Diese vor allem für Deutschschweizer und deutsche Sportler bestimmte Website listet besonders viele Mountainbike-Touren auf, doch auch weitere Sportarten werden nicht vergessen. Existiert nur auf Deutsch.

tracegps.com

Diese Website ist auf Frankreich beschränkt, verfügt jedoch über ein sehr umfassendes Angebot mit Tausenden von Routen für Sportarten wie Mountainbiken, Laufen, Reiten oder Kanu-Kajakfahren. Ein sehr gut dokumentiertes Forum beantwortet viele Fragen, z. B. bei allfälligen technischen Problemen der sportlichen Internetnutzer. Existiert nur auf Französisch.

HINGUCKER

Vinyl-LP digitalisieren

Der Anfang des Jahres lancierte vollautomatische Plattenspieler DP-2000USB von Denon digitalisiert Schallplatten direkt als MP3-Dateien auf einen USB-Stick. Man braucht nur den Stick in den Plattenspieler einzusetzen und auf «Start» und «Record» zu drücken. Das Gerät wird mit einer Software für Klassierung und Spurerkennung geliefert. So kann man von der Epoche der Talking Heads direkt zu Beyoncé wechseln, ohne es zu merken.

Plattenspieler Denon DP-2000USB
www.denon-online.ch

419.-



Urbane Mode

Nach ihren berühmten bunten Taschen lancieren die Brüder Freitag eine neue Kollektion von schlichteren, aber ebenso modischen Taschen. Unter ihnen nun das Modell R099 Wyss, das gemeinsam mit der Schweizer Zeitungsbeilage «Das Magazin» kreiert wurde.

R099 Wyss von Freitag
www.freitag.ch

470.-



Farbiges Telefon

Die Marke Bang & Olufsen, bekannt für innovative Unterhaltungselektronik mit kühnem Design, bietet jetzt das schnurlose Telefon BeoCom 2 in mehreren Farben an.

Diese neue Linie umfasst sieben Farbtöne (Blau, Schwarz, Grau, Gelb, Weiss, Rot und Aluminium) mit brillant poliertem Look. Das interne Telefonbuch speichert bis zu 200 Namen und Nummern.

BeoCom 2
www.bang-olufsen.com

1320.-

Die Stunde der Frau

In der Frühling-Sommer-Kollektion 2010 erscheint ein Remake einer emblematischen Uhr der Marke Hermès. Das Edelstahlgehäuse erinnert an die Initiale des Hauses, und die Ziffern 2 und 4 des Zifferblatts leben sich durch ihre rote Farbe deutlich ab. Das Modell ist auch mit Diamanten besetzt erhältlich.

Heure H
www.hermes.com

1830.-





Kostbare Schrift

Auf dem Kugelschreiber «Création de l'hiver» des Genfer Hauses ist filigran eine Fee auf das platierte und mit 58 Swarovski-Kristallen besetzte Gehäuse eingraviert.

Création de l'hiver, Caran d'Ache
www.carandache.ch

265.-

Taschenvelo

An der Spitze der «grünen Velo-Evolution» stehen die Trial-Fahrräder der spanischen Marke Monty, die ein neues zusammenklappbares Modell mit nur 13 Kilogramm Gewicht anbietet, das man in einem Schrank verstauen und bequem schultern kann.

Monty F-20 Logik
www.swissmonty.com

600.-



Klangkiste

Mit integriertem Bassverstärker und formschönem Ultraminimal-Look bietet der Geneva Sound S zudem ein Touchlight-Bedienungssystem, das nur sichtbar wird, wenn man sich mit der Hand dem Apparat nähert. Und daneben dient die Box auch noch ganz prosaisch als Wecker und Radio.

Geneva Sound S
www.genevalab.com

495.-



Grüne Wäsche

Seit einigen Jahren versuchen Wissenschaftler, die reinigende Kraft von Grünpflanzen nachzuweisen. Anscheinend gelingt es bestimmten Pflanzenarten, mit Hilfe von Mikroorganismen in ihrem Blattwerk die flüchtigen organischen Verbindungen (VOC) zu binden, die vor allem die Luft in geschlossenen Räumen belasten. Mathieu Lehanneur, der neue, von der Wissenschaft und utopischen Ideen faszinierte Star des französischen Designs, hat gemeinsam mit dem Harvard-Forscher David Edwards in diesem Bereich gearbeitet. Die beiden entwickelten «Andrea», eine Kapsel, welche die Raumluft einsaugt und mittels einer im Innern platzierten Aloe vera-Pflanze die Luft filtert. Vielversprechend.

Luftfilter Andrea
www.mathieulehanneur.com
www.laboshop.fr

230.-

Inspiration kann man nicht kontrollieren

Von Yves Behar
Designer und CEO von Fuseproject, San Francisco

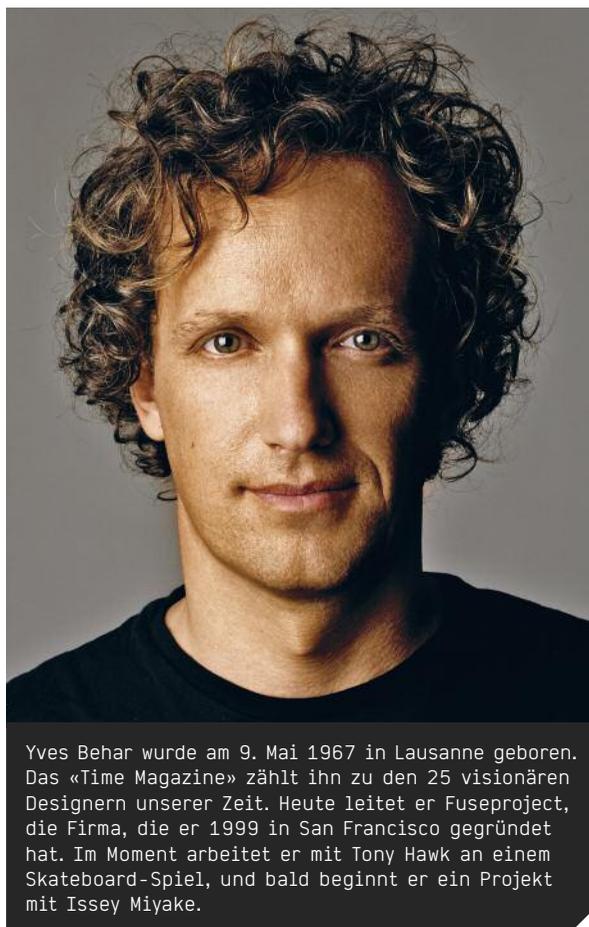
«Ein Designer hat eine Doppelfunktion. Einerseits muss er wissen, welche neuen Erfahrungen die Welt machen will. Andererseits muss er dieses natürliche Bedürfnis mit seinem Design ausdrücken, etwas Aussagekräftiges und Einmaliges herstellen. Dieser Prozess beginnt bereits lange, bevor ein Produkt kreiert wird. Dabei geht es um weit mehr als nur den äusseren Schein der Dinge. Design muss die Wertvorstellungen des 21. Jahrhunderts verkörpern: nachhaltige Entwicklung, ausgleichende Gerechtigkeit, oder freier Informationszugang für alle.

Das alles setzt voraus, dass die Konsumenten bei der Entwicklung von neuen Produkten mitwirken. Deshalb interessiere ich mich sehr für meine Umwelt. Ich beobachte, was meine Umgebung mit ihrem Verhalten ausdrückt. Ich höre Diskussionen zu. Ich achte darauf, wenn sich Leute darüber unterhalten, was sie suchen und nicht finden. Mit diesem Wissen betrachte ich die Produkte, die ihnen angeboten werden. In der Divergenz zwischen dem, was die Konsumenten wollen, und dem, was sie wirklich bekommen, gibt es viel Platz für Innovationen. Danach formen sich Bilder vor meinem inneren Auge, klare Visionen, Lösungen, die ich hervorbringen kann.

Ich folge keiner Lehre, habe keine spezielle Inspirationsquelle. Einem Stil zu folgen, heisst, sich in ein Gefängnis einzuschliessen. Ich habe deshalb verschiedenste Quellen: die Kunst, die Architektur, die Natur. Hinzu kommen neue Materialien und Technologien, die sich schnell entwickeln und die Ästhetik stark beeinflussen. Ich mag die Bezeichnung «Ästhetik» allerdings nicht so. Ich rede lieber von «Esprit».

Ich trage immer ein Notizbuch für meine Ideen und Notizen bei mir. Manchmal habe ich die Ideen nachts. Dann stehe ich auf und skizziere alles in diesem Büchlein. Hier schreibe ich auch die Vorschläge meiner Kunden und meiner Mitarbeiter auf.

Unser Team besteht aus rund dreissig Mitarbeitern in San Francisco und etwa zehn in New York. Darunter sind verschiedene Spezialisten aus den Bereichen Branding, Design, Engineering, Informatik und grafische Gestaltung. Wenn wir uns zur Ideenfindung treffen, verlange ich von jedem, im Grossen zu denken und



Yves Behar wurde am 9. Mai 1967 in Lausanne geboren. Das «Time Magazine» zählt ihn zu den 25 visionären Designern unserer Zeit. Heute leitet er Fuseproject, die Firma, die er 1999 in San Francisco gegründet hat. Im Moment arbeitet er mit Tony Hawk an einem Skateboard-Spiel, und bald beginnt er ein Projekt mit Issey Miyake.

nicht nur die eigene Meinung zu berücksichtigen. Jeder muss Ideen einbringen, die seinem Bereich entsprechen, aber auch Ideen aus anderen Bereichen. So werden wahre Überraschungen geboren, provokative Konzepte, die wir dann testen, um festzustellen, ob sie auch realisierbar sind. Auch in dieser Phase sind alle Mitarbeiter beteiligt. Zwischen dem Moment, in dem eine Idee geboren wird, und dem Zeitpunkt, zu dem das Produkt auf den Markt kommt, vergeht durchschnittlich ein Jahr. Während dieser Zeit sehe ich mich nicht mehr als die erste Geige, die jede Phase prägt, sondern eher als Dirigent mit der Sicht fürs Ganze.

Inspiration kann man nicht kontrollieren. Sie kommt oder nicht. Ich arbeite immer an mehreren Projekten gleichzeitig. Wenn ich bei einem Thema festgefahren bin, gehe ich zum nächsten Projekt. Einige Tage später, wenn ich wieder frei denken kann, widme ich mich dann wieder dem ersten. Man muss auch wissen, wie man den Geist entspannt. Deshalb gehe ich zum Beispiel surfen. Das entspannt mich. Das ist sehr wichtig, denn Anspannung blockiert die Kreativität. Beim Entspannen ist der Geist am kreativsten.»

Trading. Self-made.



Bester Beweis für die Qualität des Online-Tradings bei Swissquote sind unsere Kunden: Tagtäglich nutzen sie unsere Tools und Services und tätigen so erfolgreich Börsengeschäfte. Möchten auch Sie uns näher kennenlernen und mit Swissquote ins Online-Trading einsteigen? Dann besuchen Sie unsere Lounge in Zürich. Ihr Konto eröffnen wir mit der Swissquote-Box direkt vor Ort. Dabei profitieren Sie von unseren unschlagbar günstigen «Trading-Packages» ab CHF 19.– flat pro Trade.

www.swissquote.ch



SWISSQUOTE

DER SCHWEIZER LEADER IM ONLINE-TRADING

TERRE D'HERMÈS

DAS PARFUM. EINE NEUE ESSENZ

