

SWISSQUOTE

FINANCE AND TECHNOLOGY UNPACKED

NR. 5 NOVEMBER 2025 | CHF 9.- | WWW.SWISSQUOTE.COM

DOSSIER

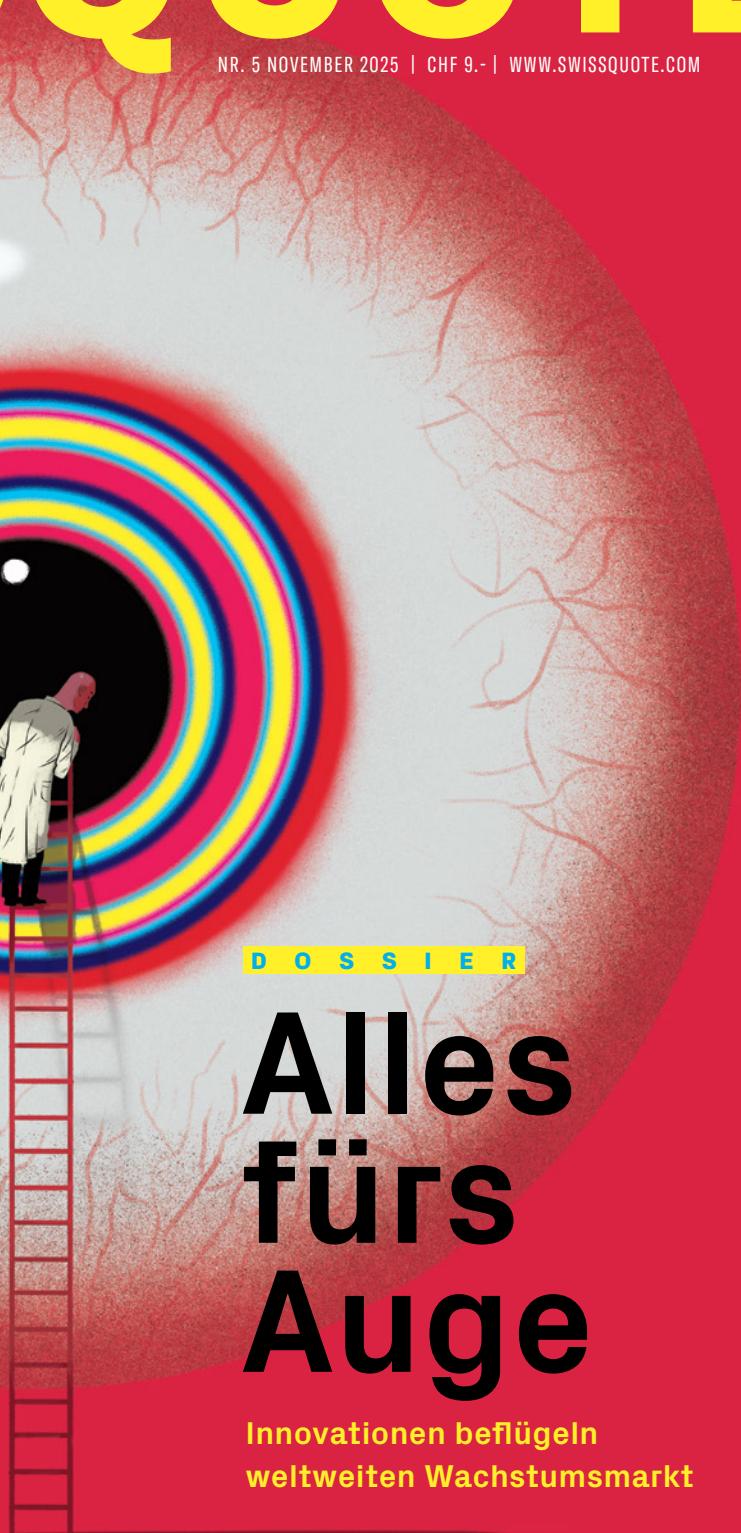
Alles fürs Auge

Innovationen beflügeln
weltweiten Wachstumsmarkt

DEEPFAKES
Unternehmen
im Visier

POP MART
Der Glücksfall
Labubu

ONLINE-WETTEN
Jackpot für
Investoren



→ ALCON → ESSILORLUXOTTICA → THE COOPERCOMPANIES → WARBY PARKER → MENICON →

9 771664 278005



THERE IS ETERNITY IN EVERY BLANCPAIN

The spirit to preserve.

Fifty Fathoms
Collection



"Creation"
Wildlife Photographer
of the Year 2021
Grand Title winner
© Laurent Ballesta

A Fifty Fathoms is for eternity.

Launched in 1953, the Fifty Fathoms is the first modern diver's watch. Created by a diver and chosen by pioneers, it played a vital role in the development of scuba diving. It is the catalyst of our commitment to ocean conservation.



JB
1735
BLANCPAIN
MANUFACTURE DE HAUTE HORLOGERIE

BOUTIQUE ZÜRICH · BAHNHOFSTRASSE 28 · PARADEPLATZ · 8001 ZÜRICH · TEL. +41 (0)44 220 11 80
BOUTIQUE GENEVA · RUE DU RHÔNE 40 · 1204 GENEVA · TEL. +41 (0)22 312 59 39



SPEEDMASTER DARK SIDE OF THE MOON

Die Erforschung des Weltraums begann mit wahren Pionieren und einem zuverlässigen Chronographen. Heute präsentiert sich diese Ikone schlanker, prägnanter und noch präziser. Polierte schwarze Keramik trifft an Lünette und Krone auf Liquidmetal™, während das Co-Axial Master Chronometer Kaliber 9900 für eine Präzision sorgt, die selbst Magnetfeldern standhält. Für die Dark Side bricht eine neue Ära an.

Ω
OMEGA



ALPINE EAGLE

Die Uhr verkörpert die pure, raffinierte Ästhetik der Alpine Eagle Kollektion. Das Gehäuse mit einem Durchmesser von 41 mm und das integrierte Armband sind in Lucent Steel™ gefertigt, der exklusiven, hochwertigen Legierung von Chopard. Das Automatikkaliber Chopard 01.01-C ist als Chronometer zertifiziert. Dieser von unseren Handwerkern mit Stolz entwickelte und produzierte Zeitmesser der Extraklasse ist ein Beweis für das Know-how und die Innovationskraft des Hauses Chopard.

Chopard

THE ARTISAN OF EMOTIONS – SINCE 1860

Ein Licht in der Nacht

Für uns Sehende ist es schwer, Blindheit zu verstehen. Das Augenlicht zu verlieren, ist eine unserer grössten

Ängste. Wir stellen uns eine endlose Nacht vor, ein Leben ohne die Möglichkeit, die Landschaften und Menschen zu sehen, die wir lieben. Leider wird sich die Zahl der Blinden weltweit bis 2050 voraussichtlich verdreifachen. Laut einer Studie, die 2017 in der Fachzeitschrift «Lancet Global Health» veröffentlicht wurde, wären 115 Millionen Menschen davon betroffen.

Die Zunahme von Augenerkrankungen ist besorgniserregend. Aufgrund der alternden Bevölkerung, der Diabetes-Epidemie und der Veränderung unserer Lebensweise – wir verbringen mehr Zeit vor Bildschirmen und weniger Zeit im Freien – leiden immer mehr Menschen an Kurzsichtigkeit, altersbedingter Makuladegeneration (AMD), einem diabetischen Makulädem oder einem Glaukom. Diese Erkrankungen können zur Erblindung führen.

Dieses Problem trifft die Ärmsten besonders hart. Nach Angaben der Weltgesundheitsorganisation (WHO) bleiben in Afrika südlich der Sahara rund 80 Prozent aller

Sehbehinderungen unbehandelt. Die Folge: Mehr als 4 Prozent der Bevölkerung des Kontinents sind blind – in einkommensstarken Regionen liegt diese Quote dagegen bei nur 0,5 Prozent.

Doch trotz dieser alarmierenden Erkenntnis geben Innovationen Anlass zur Hoffnung. Unternehmen, die im Bereich der Augenheilkunde tätig sind, wie die Schweizer Firmen Alcon, Oculis oder Roche, bieten Patienten neuartige und immer wirksamere Lösungen. In unseren Breitengraden sind Operationen von Katarakten oder Kurzsichtigkeit mittlerweile Routineeingriffe. Dank der Fortschritte der letzten Jahre sind sie sehr sicher.

Kurzsichtigkeit, von der im Jahr 2050 voraussichtlich die Hälfte der Weltbevölkerung betroffen sein wird, kann dank spezieller Gläser, die ihre Entwicklung hemmen, gebremst werden. Und morgen wird man Krankheiten wie Optikusneuritis oder trockene AMD, für die es heute nur wenige therapeutische Lösungen gibt, behandeln können.

Viel Spass beim Lesen!



MARC BÜRKI,
CEO VON SWISSQUOTE

i

n

h

a

t

5**Editorial**
von Marc Bürki**8****Scans**
Aktuelles aus
der Wirtschaft**16****Insights aus**
der Kryptowelt**18****AI-Wire**
Die grosse Angst
vor der KI-Blase**22****KI**
Wenn Deepfakes
die Wirtschaft
destabilisieren**D O S S I E R**
Alles
fürs Auge**28****34****Infografik:**
Augen-
krankheiten**36****Smarte Brillen:**
Ist der Markt
jetzt reif?**40****8 Unternehmen,**
die man im Blick
haben sollte**44****Interview mit**
Riad Sherif,
CEO von Oculus**52****Porträt**
Pop Mart:
kometenhafter
Aufstieg mit
Labubu**58****Online-Wetten**
Jackpot für
Investoren**64****Markenstory**
Krispy Kreme:
der Ruf des
goldenen Donuts**66****Start-ups**
à la Suisse**70****Auto**
Classico: der Fiat
Grande Panda**72****Reise**
Kroatien:
Festungen, Inseln
und Legenden**78****Boutique****80****Neues aus**
dem Labor
Wasserstoff
einfacher speichern**i m p r e s s u m**

Herausgeber
Swissquote
Chemin de la Crêteaux 33
1196 Gland – Suisse
T. +41 44 825 88 88
www.swissquote.com
magazine@swissquote.ch

Managerin
Brigitta Cooper

Mitarbeitende
Aurélien Barrelet
Blandine Guignier
Christina Hubbeling
Raphaël Leuba
Jérémie Mercier
Grégoire Nicolet
Stellv. Chefredaktor
Bertrand Beauté

Chefredaktor
Ludovic Chappex

Artdirektion
Caroline Fischer

Fotos
Nicolas Righetti, AFP,
Alamy, Keystone, Getty
images, Istock, Unsplash

Schlussredaktion

deutschsprachige Ausgabe

ZURBONSEN Schweiz

Anzeigen

Infoplus AG
Traubenbergweg 51
CH-8700 Küsnacht
hans.otto@i-plus.ch

Druck und Vertrieb

Stämpfli AG
Wölflistrasse 1,
3001 Bern
www.stämpfli.com

Wemf

REMP 2024: 103'684 Ex.
Auflage: 125'000 Ex.

RECYCLED
Paper
FSC® C016087

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

gedruckt in der
schweiz



RANKING

Die fünf Marken, die am meisten an Reputation verloren haben (laut Umfragen von 2019 und 2025 in den USA)

1. TESLA
-14,1%
2. BOEING
-13,3%
3. SPACE X
-13,3%
4. WALT DISNEY
-10,8%
5. UNITEDHEALTH
-10%

Quelle: Axios/Harris Poll

Die fünf Städte mit den höchsten Lebenshaltungskosten

(laut einem Mitte 2025 berechneten Index, der Mieten und Lebenshaltungskosten umfasst)

1. NEW YORK
100 Punkte
2. ZÜRICH
93,2 Punkte
3. GENF
90,6 Punkte
4. SAN FRANCISCO
85,3 Punkte
5. BASEL
83,9 Punkte

Quelle: Numbeo

DISRUPTION

Xiaomi, die unaufhaltsame Tech-Firma aus China

Es ist ein fast beispielloser Aufstieg. Das chinesische Unternehmen Xiaomi, ursprünglich bekannt für seine preisgünstigen Smartphones, hat seit seiner Gründung im Jahr 2010 einen spektakulären Weg zurückgelegt. In diesem Frühjahr gingen innerhalb von drei Minuten nach Verkaufsstart 200'000 Vorbestellungen für das Elektrofahrzeug Xiaomi YU7 ein, das von der internationalen Fachpresse hochgelobt wird. Die

Telefone des Herstellers sind nach Apple und Samsung die drittmeisten verkauften weltweit und besonders beliebt in China, wo sie von einer Welle nationalistischen Konsums getragen werden, sowie in einigen Schwellenländern wie Indonesien und Indien. Hinzu kommen Elektronikprodukte wie Klimaanlagen, Staubsaugerroboter und Fernseher. Im vergangenen Jahr stieg der Umsatz des Unternehmens um 35 Prozent. → 1810



«Unsere Kosten steigen von Woche zu Woche, da wir unsere Lagerbestände zu Preisen auffüllen, die die Zölle widerspiegeln»

Doug McMillon, CEO von Walmart

41

Prozent der Unternehmen planen laut einer weltweiten Umfrage des WEF, aufgrund der Fortschritte in der KI ihre Belegschaft in den nächsten fünf Jahren zu reduzieren. Oracle, CNN und Dropbox gehören zu den Unternehmen, die bereits angekündigt haben, Personal abzubauen.

© PHOTO PAR ADEK BERRY / AFP / ISTOCK / MICROSOFT

ROHSTOFFE

Goldpreis befähigt Bergbaukonzerne

Der Goldpreis profitiert von seinem Status als sicherer Hafen und erreicht neue Höchststände. Das Edelmetall wurde Mitte Oktober für mehr als 4'000 Dollar pro Feinunze gehandelt, gegenüber mehr als 2'600 Dollar zu Beginn des Jahres. Dieser Boom lässt die Gewinne und Aktienkurse der wichtigsten Bergbaukonzerne wie Newmont Corporation, Barrick, Agnico Eagle Mines und Kinross Gold in die Höhe schnellen. Deren Einnahmen sind sprunghaft gestiegen, während die Fixkosten stabil blieben. Der Rückgang der Zinssätze in den USA – eine



Massnahme, die in der Regel unproduktiven Vermögenswerten wie Gold zugutekommt – dürfte für eine Fortsetzung des Höhenflugs sorgen. → NEM → B → AEM

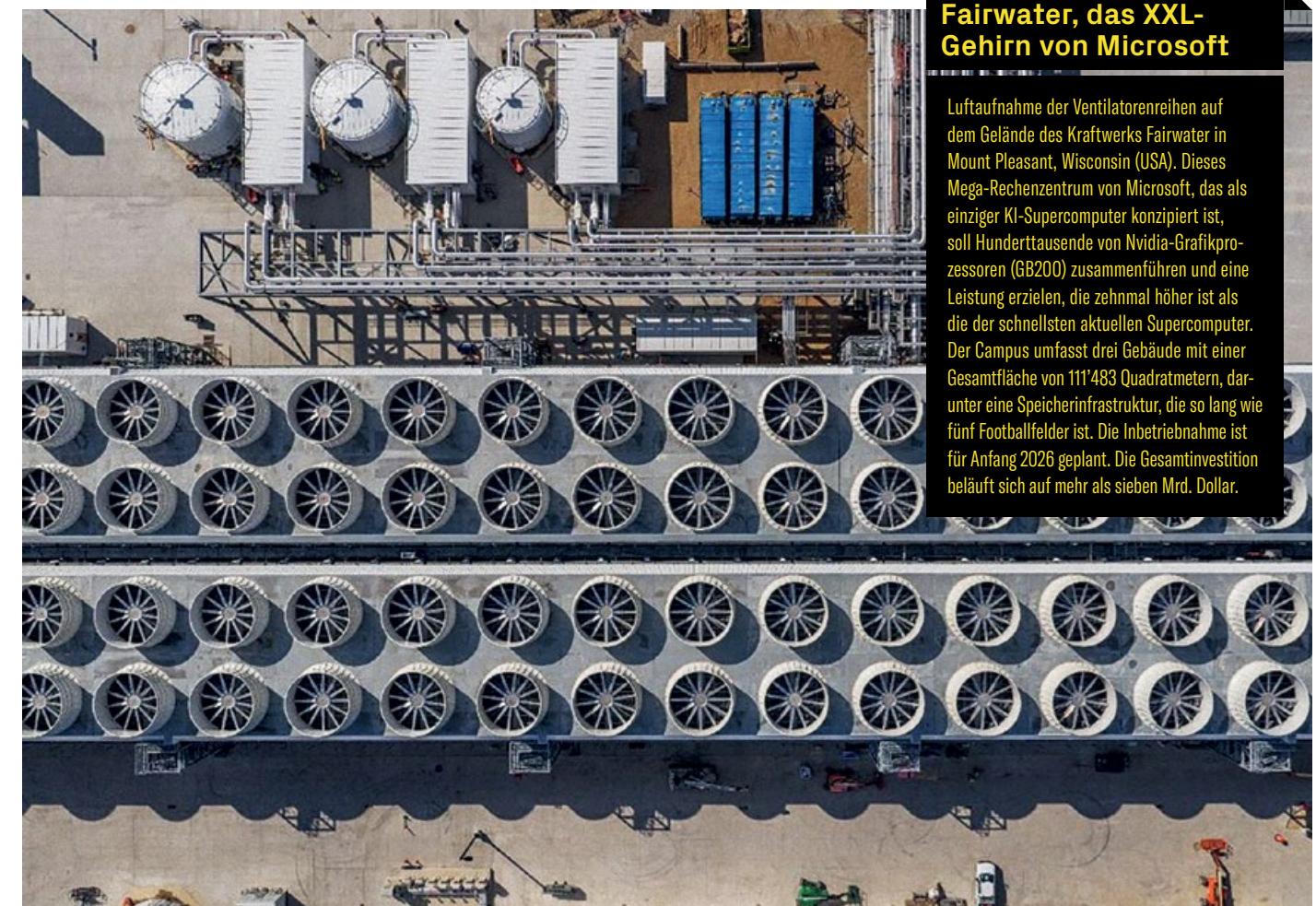
+28%

So gross ist die Hause der polnischen Börse in den ersten acht Monaten dieses Jahres. Seit 2022 hat sich ihr Wert fast verdreifacht. Das Land verdankt diese gute Performance dem Wirtschaftswachstum, das vom Wachstum seines deutschen Nachbarn getragen wird, sowie dem Amtsantritt einer liberalen, proeuropäischen und wenig interventionistischen Regierung im Jahr 2023, so «The Economist».

DAS BILD

Fairwater, das XXL-Gehirn von Microsoft

Luftaufnahme der Ventilatorenreihen auf dem Gelände des Kraftwerks Fairwater in Mount Pleasant, Wisconsin (USA). Dieses Mega-Rechenzentrum von Microsoft, das als einziger KI-Supercomputer konzipiert ist, soll Hunderttausende von Nvidia-Grafikprozessoren (GB200) zusammenführen und eine Leistung erzielen, die zehnmal höher ist als die der schnellsten aktuellen Supercomputer. Der Campus umfasst drei Gebäude mit einer Gesamtfläche von 111'483 Quadratmetern, darunter eine Speicherinfrastruktur, die so lang wie fünf Footballfelder ist. Die Gesamtinvestition beläuft sich auf mehr als sieben Mrd. Dollar.





«Wir sind ein sehr amerikanisches Unternehmen»

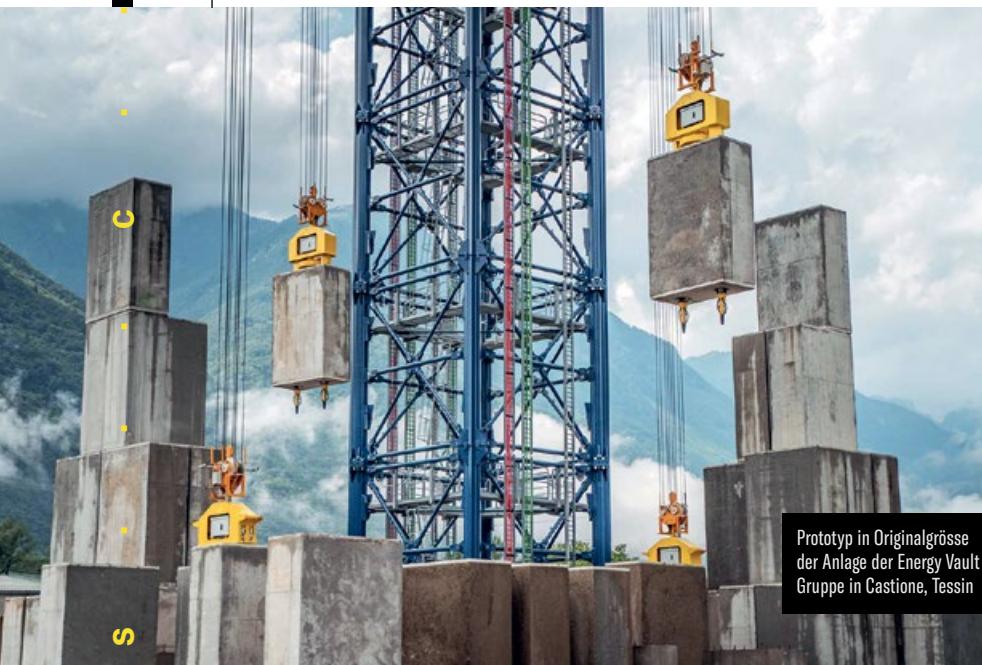
Pascal Soriot, CEO von AstraZeneca, droht damit, das Unternehmen aus London nach New York zu verlegen.

ÖKOLOGIE

Schweizer Energietürme gehen in den Export

Die Anlagen der Tessiner Firma Energy Vault ähneln im Bau befindlichen Türmen: Eine Winde stapelt 35 Tonnen schwere Blöcke, die je nach Bedarf angehoben oder abgesenkt werden. Die dabei entstehende Schwerkraft erzeugt grüne Energie. Bislang verkaufte das amerikanisch-schweizerische Unternehmen seine Infrastrukturen, aber mit seiner neuen Tochterge-

sellschaft Asset Vault kann es diese nun selbst besitzen und betreiben. Das Unternehmen hofft, damit seine Margen zu verbessern und 2025 einen Umsatz von 200 bis 250 Mio. Dollar zu erzielen, gegenüber 46,2 Mio. Dollar im Jahr 2024. Derzeit sind zwei Türme in Kalifornien und Texas in Betrieb. Energy Vault plant bereits eine Expansion nach Australien und Europa. → NRGV



Prototyp in Originalgrösse der Anlage der Energy Vault Gruppe in Castione, Tessin

© ENERGY VAULT / NOVARTIS

**\$ 37'884
MRD.**

Höhe der US-Staatsverschuldung am 9. Oktober 2025 – ein historischer Rekord.

E-COMMERCE

SMG: grösster europäischer Börsengang des Jahres

Swiss Marketplace Group (SMG) ist kein bekannter Name, doch die Plattformen des Unternehmens kennt fast jede und jeder: Homegate, ImmoScout24, AutoScout24, Ricardo, tutti.ch oder auch Finance-Scout24. Die SMG entstand 2021 aus dem Zusammenschluss mehrerer Schweizer Akteure, darunter TX Group (ehemals Tamedia), Ringier, die Mobiliar sowie der amerikanische Fonds General Atlantic. Die Idee: bisher konkurrierende Portale vereinen, um einen nationalen Marktführer zu schaffen, der mit internationalen Giganten wie eBay oder den großen europäischen Immobilienportalen konkurriert kann. Am 19. September dieses Jahres ging das in Zürich ansässige Unternehmen an die Schweizer Börse und wurde dabei mit fast 4,8 Mrd. Franken bewertet. Es schloss seinen ersten Handelstag mit einem Kurs von 49 Franken, drei Franken über dem Ausgabepreis. Damit war dies der grösste Börsengang in Europa seit Januar, in einem derzeit für IPOs eher trüben Markt. 2024 erzielte SMG einen Umsatz von 291 Mio. Franken und eine EBITDA-Marge von 48 Prozent. Das Unternehmen rechnet für dieses Jahr mit einem Wachstum von rund 15 Prozent. → SMG



Ein Zentrum von Novartis zur Herstellung von Radioligandentherapien in Indianapolis, USA

PHARMA

Radioaktive Isotope gegen Krebs

Novartis profiliert sich als Vorreiter einer vielversprechenden neuen Form der Krebsbehandlung, der Radioligandentherapie. Dabei werden Krebszellen mit radioaktiven Isotopen gezielt bekämpft. Um das umliegende Gewebe nicht zu schädigen, verabreicht man die Isotope intravenös. Die Resultate dieser Therapie, deren Marktwert von CEO Vas Narasimhan auf 25 bis 30 Mrd. Dollar geschätzt wird, sind spektakulär: Einige metastasier-

de Krebsarten sind nach sechsmonatiger Behandlung vollständig verschwunden. Der Transport und die Lagerung der Isotope stellen jedoch eine Herausforderung dar. Einmal hergestellt, sind sie nur drei bis fünf Tage haltbar, bevor sie ihre Wirksamkeit verlieren. Novartis setzt daher auf ein GPS-basiertes System, mit dem sich die Lieferung der Ampullen verfolgen und Flugverkehrsstörungen oder Unwetter mittels KI vorhersagen lassen. → NOVN



«Danke, Präsident Trump, dass Sie eine grosse Herausforderung für die Führungskräfte börsenkotierter Unternehmen ins Rampenlicht gerückt haben: die Kurzfristigkeit, die durch die Verpflichtung zur vierteljährlichen Berichterstattung noch verschärft wird»

In einem im September veröffentlichten Beitrag auf LinkedIn unterstützte Adena Friedman, CEO der Nasdaq, den US-Präsidenten, der die Verpflichtungen börsenkotierter Unternehmen durch eine Abschaffung der Quartalsberichterstattung verringern möchte.

DIE FRAGE

Die Vereinigten Staaten, China und Japan kämpfen darum, der nächste Marktführer in der Halbleiterindustrie zu werden. Wer wird sich durchsetzen?

Die USA sind mit Unternehmen wie Nvidia, AMD und Qualcomm der wichtigste Akteur in Bezug auf Umsatz und Marktkapitalisierung. Ihr Know-how beschränkt sich jedoch auf das Design von Chips. Die Herstellung wird dem taiwanesischen Unternehmen TSMC anvertraut, das wiederum auf Maschinen angewiesen ist, die in den Niederlanden hergestellt werden. Dank staatlicher Subventionen hat China seine Produktionskapazitäten auf beeindruckende Weise ausgeweitet, es ist jedoch nach wie vor nicht in der Lage, Chips der neuesten Generation herzustellen. Das Land möchte sich eine durchgängige Lieferkette aufbauen, allerdings ist es noch zu stark von Importen bestimmter Werkzeuge und Komponenten abhängig. Auch die USA werden dieses Ziel in naher Zukunft nicht erreichen. Die Kosten wären zu hoch. Japan konzentriert sich auf die Herstellung bestimmter hochspezialisierter Materialien, die in Chips verwendet werden. Letztendlich ist es für jedes Land sinnvoller, sich im Rahmen einer integrierten Lieferkette auf seine Stärken zu konzentrieren, anstatt Selbstversorgung anzustreben.

Chris Miller, Autor von «*Chip War: The Fight for the World's Most Critical Technology*»



«Pinterest ist praktisch zu einem KI-gestützten Einkaufsassistenten geworden»

Bill Ready, CEO von Pinterest



ENERGIE

Brasilien, das neue Öl-Imperium

Während viele Ölfelder weltweit ihren Zenit erreicht oder schon überschritten haben, kündigt sich in Brasilien gerade erst ein grosses Geschäft an: Anfang August gab BP bekannt, dass ein 400 Kilometer vor der Küste gelegenes Ölfeld namens Bumerangue 2 Milliarden Barrel Öl enthalten soll. Es wäre die grösste Entdeckung seit 25 Jahren. Bis 2030 dürfte die brasilianische Ölproduktion um ein Drittel steigen, verglichen mit einem Viertel im Nahen Osten und einem Zehntel in den Vereinigten Staaten, so «The Economist». Bis Ende des Jahres wird das Land 3,7 Millionen Barrel pro Tag produzieren, was einem Anstieg von 10 Prozent gegenüber den letzten zwölf Monaten entspricht. Zum Vergleich: Die USA fördern täglich 13,6 Millionen Barrel. Das hat den Appetit der Ölkonzerne geweckt: Neben BP interessieren sich auch Equinor, Chevron, Shell und TotalEnergies für die Region.

© GRAFF.COM

DER BÖRSENGANG

September 17, 2025

NEW YORK STOCK EXCHANGE

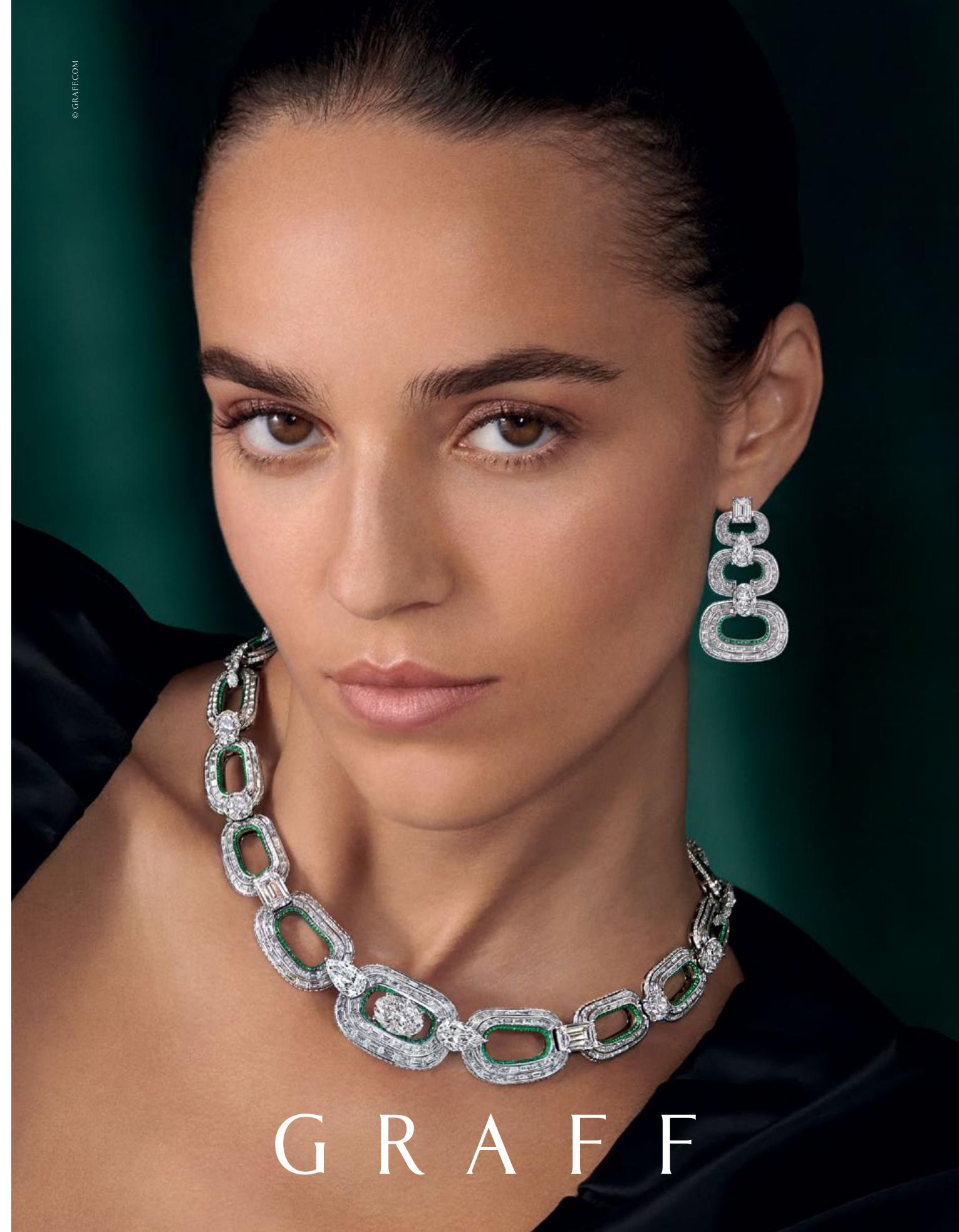
Die Geschäftsleitung von StubHub feierte am 17. September 2025 den Börsengang des Unternehmens an der Wall Street.

StubHub debütiert an der Wall Street

Live-Konzerte waren geschäftlich noch nie so erfolgreich wie heute. Megatourneen von Künstlerinnen wie Beyoncé oder Taylor Swift haben die Einnahmen der Branche in die Höhe getrieben. Der Ticketverkauf wird jedoch von einer kleinen Anzahl von Unternehmen beherrscht, darunter Ticketmaster, das zu Live Nation gehört, und die Wiederverkaufswebsite StubHub. Letztere ging Mitte September an die New Yorker Börse, nachdem sie ihren Börsengang im

Frühjahr aufgrund der Unsicherheit durch den von Donald Trump ausgelösten Zollkrieg verschoben hatte. Die im Jahr 2000 gegründete Plattform, die 2007 von eBay für 310 Mio. Dollar übernommen wurde, wurde 2020 von ihrem Konkurrenten Viagogo für 4,05 Mrd. Dollar gekauft. Bei ihrem Börsengang erreichte sie am Ende des Tages eine Bewertung von 7,55 Mrd. Dollar, was deutlich unter den von Analysten erwarteten 14 bis 15 Mrd. Dollar liegt. → STUP

© BP / UPI, ALAMY



GRAFF



MODE

Schweizer Turnschuhe ohne Schweizer Kreuz?

Die Turnschuhmarke On setzt auf ihre Schweizer Identität und versieht ihre Schuhe mit dem weißen Kreuz auf rotem Grund. Dies hat die Aufmerksamkeit der Swissness Enforcement Association (SEA) und des Eidgenössischen Instituts für Geistiges Eigentum (IGE) auf sich gezogen. Die beiden Institutionen

sehen darin einen Verstoss gegen die Swissness-Regeln, da die Turnschuhe in Vietnam und Indonesien hergestellt werden. On betont dagegen, dass Forschung und Design am Firmenstandort Zürich erfolgten. Nun ist es Aufgabe des Bundesgerichts, über den Streitfall zu entscheiden.
→ ONON



«Sie werden Ihren Job nicht an eine KI verlieren, sondern an jemanden, der KI verwendet»

Jensen Huang, CEO von Nvidia



DER FLOP

Van-Leben verliert an Reiz

Mit der Einführung des ID. Buzz, einer elektrischen und neu gestalteten Version seines legendären Vans, Ende 2024 in den USA hoffte Volkswagen, die Flower-Power-Bewegung auf der anderen Seite des Atlantiks wiederzubeleben. Das Unternehmen wollte auf der Nostalgiewelle der Amerikaner reiten und mit einem Symbol der Gegenkultur der Sechzigerjahre viele Aufträge einfahren. Doch daraus wurde nichts. Wie das «Wall Street Journal» berichtet, hat VW in sechs Monaten nur 3'000 Exemplare seines Vintage-Vans verkauft. Im Mai musste der deutsche Konzern tatsächlich den Export seines elektrischen Kleinbusses ID. Buzz in die USA aussetzen – offiziell aus technischen Gründen: Die dritte Sitzreihe des ID. Buzz war nach Ansicht der US-Verkehrsbehörde NHTSA (National Highway Traffic Safety Administration) zu breit. Die Behörde befürchtete, dass dies die Passagiere dazu verleiten könnte, sich zu dritt auf die Bank zu setzen, obwohl diese nur für zwei Personen zugelassen ist. Volkswagen nahm die Exporte im Juli wieder auf, nachdem das Problem behoben worden war. Dennoch könnte der nostalgische Reiz des Fahrzeugs angesichts seines hohen Preises, der begrenzten Reichweite, des Wegfalls steuerlicher Anreize und wegen neuer Zölle nicht ausreichen, um auf dem US-Markt erfolgreich zu sein.

+50

So viele neue Hotels wurden seit Anfang 2024 in Indien von der Indian Hotels Company eröffnet. Zu der Kette gehört insbesondere die Luxusmarke Taj. Auch die Gruppen Accor, Radisson und Marriott eröffnen zunehmend Luxushotels in diesem Land.

© ANTHONY ANEX / KESTONE / DR



© GRAFF.COM

Insights aus der Kryptowelt

Der imposante Hauptsitz von S&P Global im Finanzviertel von Manhattan, an der 55 Water Street



S&P Global feiert Kryptowährungen

Ein weiterer Schritt in Richtung Akzeptanz digitaler Vermögenswerte an der Wall Street: Der US-Finanzdienstleister S&P Global, ein wichtiger Akteur im Bereich der Erstellung von Börsenindizes, der auch den S&P 500 und den Dow Jones Industrial Average lancierte, kündigte am 7. Oktober die Einführung des S&P Digital Market 50 Index bis Ende des Jahres an. Dieser neue Index wird erstmals Kryptowährungen und Aktien von Unternehmen aus diesem Sektor in einem einzigen Benchmark zusammenfassen. Konkret bilden künftig 15 Kryptowährungen und 35 börsennotierte Unternehmen den Index. Aufgenommen werden nur die Kryptowährungen, welche eine Marktkapitalisierung von mehr als 300 Mio. Dollar aufweisen, während die Aktien der Unternehmen jeweils mindestens 100 Mio. Dollar kapitalisieren müssen. S&P hat präzisiert, dass der Digital Markets 50 seinen Standardregeln für die vierteljährliche Neugewichtung und Governance folgen wird,

wobei kein Wert 5 Prozent der Gewichtung überschreiten darf. Die genaue Zusammensetzung des Index wurde zwar noch nicht bekannt gegeben. Doch es gilt als sicher, dass grosse US-Unternehmen des Sektors darin vertreten sein werden, darunter die Kryptowährungsplattform Coinbase (COIN), das Bitcoin-Finanzunternehmen MicroStrategy (MSTR) und die auf Bitcoin-Mining spezialisierte Firma Riot Platforms (RIOT).

2025: Boom der Stablecoins

Die Gesamtkapitalisierung der Stablecoins – dieser an eine Fiat-Währung, hauptsächlich den Dollar, gekoppelten Kryptowährungen – hat laut Daten des Aggregators DeFiLlama Anfang Oktober 300 Mrd. Dollar überschritten. Innerhalb eines Jahres beträgt der Anstieg damit 46,8 Prozent. Der bekannteste Stablecoin, der von der Firma Tether ausgegebene USDT, hat allein einen Wert von mehr als 175 Mrd. Dollar. Sein Hauptkonkurrent, der USDC (Circle), kommt auf mehr als 70 Mrd.

Aber dieses Wachstum könnte nur der Anfang sein. Die britische Bank Standard Chartered geht davon aus, dass Stablecoins innerhalb von drei Jahren umgerechnet eine Bio. Dollar aus den Banken der Schwellenländer abziehen könnten. Als Zeichen für die aktuelle Aufbruchsstimmung kündigte Visa am 30. September die Einführung eines Pilotprogramms an, das es Banken und Geldtransferunternehmen ermöglicht, Stablecoins zur Vorfinanzierung von Konten für internationale Zahlungen zu verwenden.

Lugano, Hauptstadt der Kryptowährungen

Am 24. und 25. Oktober findet in Lugano die Kryptowährungs-Konferenz «Plan B Forum» statt. Zu den mehr als 100 Referierenden gehören Paolo Ardoino (Tether) und Elizabeth Stark (Lightning Labs). Als Pionierin in Europa akzeptiert die Tessiner Stadt bereits Bitcoin und USDT für die Zahlung von Gemeindesteuern und Rechnungen für öffentliche Dienstleistungen per App MyLugano. Auch die Zahl der Händler, die Kryptowährungen akzeptieren, wächst.

© MSHCH, ISTOC

Crafting emotions for 250 years

One invention at a time



BREGUET

250 YEARS

A.-L. Breguet hat mit seinen Innovationen die Uhrmacherei revolutioniert. Seine Innovationen sind bis heute Maßstab und Inspiration zugleich. Zur Feier dieses Erbes präsentiert Breguet die neue Type XX 2075, eine Hommage an funktionale Eleganz und den Pionier-Geist der Luftfahrt.

AI WIRE

DIE GROSSE ANGST VOR DER KI-BLASE

— 3. OKTOBER

«Es handelt sich um eine Art industrielle Blase, im Gegensatz zu Finanzblasen. (...) Das ist real: Die Vorteile, die KI für die Gesellschaft mit sich bringen wird, werden gigantisch sein.» **JEFF BEZOS**, Gründer und Präsident von Amazon, während der Italian Tech Week in Turin, wo er bestätigte, dass es eine Euphorie gebe, aber auch den transformativen Charakter der KI hervorhob.

— 6. OKTOBER

«Sam Altman hat die Macht, die Weltwirtschaft für ein Jahrzehnt zum Einsturz zu bringen – oder uns ins gelobte Land zu führen.» **STACY RASGON**, Senior Analyst bei Bernstein Research, in einer auf CNBC zitierten Notiz

— 6. OKTOBER

«Ich würde sagen, dass dies wahrscheinlich zu kurz gedacht ist. Man muss wirklich abschätzen, was die Kraft dieser Technologie der Welt bringen kann.» **LISA SU**, CEO von AMD, in einem Interview mit Yahoo Finance als Antwort auf die Fragen nach Überinvestitionen und einer Blase aufgrund der Ankündigung eines Mega-Deals zwischen AMD und OpenAI

— 8. OKTOBER

«Auf Basis mehrerer Indikatoren scheinen die Börsenbewertungen angespannt zu sein, insbesondere für Technologieunternehmen, die sich auf künstliche Intelligenz (KI) konzentrieren.» **BANK OF ENGLAND**, Finanzpolitischer Ausschuss, Protokoll einer Sitzung vom 2. Oktober 2025

— 8. OKTOBER

«Die Geschichte lehrt uns, dass sich dieser Aufschwung plötzlich umkehren kann. Die aktuellen Bewertungen nähern sich dem Niveau, das wir vor 25 Jahren während der Internet-Euphorie beobachtet haben.» **KRISTALINA GEORGIEVA**, Geschäftsführerin des Internationalen Währungsfonds (IWF), in ihrer Rede auf der Jahrestagung in Washington

— 8. OKTOBER

«Wir sehen potenzielle Anzeichen für eine Blase in der aktuellen Situation.» **ADAM SLATER**, Chefökonom bei Oxford Economics, zitiert von Associated Press. Er führt diese Anzeichen anschliessend im Detail auf: sehr schneller Anstieg der Tech-Kurse, Gewicht der Tech-Branche im S&P 500, angespannte Bewertungen und extremer Optimismus trotz Unsicherheit.

— 9. OKTOBER

«Wir glauben, dass die jüngsten Bedenken hinsichtlich der Finanzierung von KI stark übertrieben sind.» **VIVEK ARYA**, Senior Equity Analyst bei BofA Securities (Bank of America Global Research), in einer Mitteilung an die Kunden der Bank

— 9. OKTOBER

«Das Einzige, was ich bedauere, ist, dass ich ihm nicht mehr Geld gegeben habe.» **JENSEN HUANG**, Gründer und CEO von Nvidia, in einem Interview mit CNBC über die Beteiligung von Nvidia an der Finanzierung von xAI, dem KI-Start-up von Elon Musk. Huang bedauert, dass er trotz der Kritik an zirkulären Finanzierungen nicht noch mehr investiert habe.

Anfang Oktober gab es reichlich Aufregung rund um die KI-Branche: Angesichts von Rekordbewertungen, angekündigten Investitionen in Höhe von Billionen Dollar für die nächsten Jahre und einem sich abzeichnenden Kreislauf, in dem sich die Tech-Giganten gegenseitig finanzieren und aufkaufen, steigt die Euphorie an den Märkten. Ebenso wie die Angst vor einer Blase. Hier eine Auswahl an Kommentaren dazu.




Steigen Sie ein in die Audi Business Class

Als KMU profitieren Sie bei Audi von Sonderkonditionen auf das gesamte Modellangebot.

Audi A6 Avant e-tron performance ab CHF 499.–/Monat

inkl. 14,3% KMU-Preisvorteil

Audi A6 Avant e-tron performance, 270 kW, 15,0 kWh/100 km, 0 g CO₂/km, Kat. B. Regulärer Preis CHF 82 350.–, abzüglich KMU-Preisvorteil CHF 11 760.– (bestehend aus Premium-Bonus CHF 2710.– und EnterprisePlus-Nachlass CHF 9050.–), Gesamtnachlass 14,3%, Barkaufpreis CHF 70 590.–. Effektiver Jahreszins Leasing: 0,99%, Laufzeit: 48 Monate (10 000 km/Jahr), Sonderzahlung: CHF 17 650.–, Leasingrate: CHF 499.–/Mt., exkl. obligatorischer Vollkaskoversicherung. Abgebildet: Audi A6 Avant e-tron performance, 270 kW, 16,3 kWh/100 km, 0 g CO₂/km, Kat. B. Magnetgrau, Exterieur S line, Exterieurpaket schwarz, Räder Audi Sport, 5-Arm-Dynamik, schwarz metallic, glanzgedreht, 8,5 J | 9,5 J x 21, Reifen 245/40 | 275/35 R21, Adaptiver Fahrassistent plus, Dekoreinlagen Aluminium matt gebürstet mit Linearprägung anthrazit, Insassenerkennung im Fond, Interieur S mit Sportsitzen, Leder/Kunstleder-Kombination schwarz/hellgrau, Sportlenkerlenkrad, 3-Speichen, oben und unten abgeflacht mit Multifunktion und Schaltwippen, Tech plus, virtuelle Aussenspiegel ohne Projektionsleuchte, regulärer Preis CHF 96 820.–, abzüglich KMU-Preisvorteil CHF 13 840.– (bestehend aus Premium-Bonus CHF 3 190.– und EnterprisePlus-Nachlass CHF 10 650.–), Gesamtnachlass 14,3%, Barkaufpreis CHF 82 980.–, Sonderzahlung: CHF 20 750.–, Leasingrate: CHF 589.–/Mt. Die Kreditvergabe ist verboten, falls sie zur Überschuldung des Konsumenten führt. Finanzierung über die AMAG Leasing AG. Aktion gültig für Vertragsabschlüsse bis 27.12.2025 oder bis auf Widerruf. Änderungen vorbehalten. Gültig für alle durch die AMAG Import AG importierten Fahrzeuge. Unverbindliche Preisempfehlungen der Importeurin AMAG Import AG. EnterprisePlus: gewerbliches Angebot, nur mit Eintrag im Handelsregister und Zulassung auf Firma.

Weitere attraktive Angebote für KMU



DIE DAVIDOFF CHEFS EDITION 2025

WENN KÜCHENPIONIERE AUF ZIGARRENVISIONÄRE TREFFEN

Fünf internationale Spitzenköche mit insgesamt elf Michelin-Sternen und die Davidoff Master Blender haben die Chefs Edition 2025 kreiert: eine limitierte Toro-Zigarre, die Haute Cuisine und Zigarrenkunst verbindet – ein Genuss auf Sternenniveau.

EXZELLENZ ZWEIER WELTEN

Fünf international renommierte Sterneköche – Paolo Casagrande, Christian Bau, Kirk Westaway, Nick Bril und Michael Beltran – tauschten sich mit den Master Blendern von Davidoff aus, um gemeinsam eine Zigarre zu kreieren, die eine sensorische Brücke zwischen gehobener Küche und Zigarrenkunst bildet. So entstand eine Komposition, die Genussmomente auf höchstem Niveau neu definiert.



SAUVIGNON BLANC ALS PERFEKTER BEGLEITER

Die Chefs Edition Toro-Zigarre entfaltet ihr volles Aroma besonders in Kombination mit einem Sauvignon Blanc. Florale, rosenholzige und würzige Noten treffen auf das klare, leichte Profil des Weins – harmonisch, ohne die Zigarre jemals zu überlagern. Dieses Pairing bietet den idealen Rahmen und Gesprächsstoff für einen After-Work-Apéro, ein entspanntes Networking oder den Genuss zu Hause.

KARIBISCHE TRADITIONSREIFUNG

Das Herzstück dieser limitierten Edition bildet ein dominikanischer Piloto-Tabak, der fünf Jahre in Palmblattbündeln (Yagua-Ballen) reifen durfte – eine klassische Methode, die Aromen wie bei einem edlen Weinfass zur vollen Entfaltung bringt. Ergänzt durch bis zu 15 Jahre gelagerten Tabak beschert der Blend so ein harmonisch-komplexes Geschmacksprofil, inspiriert von Fine Dining und den Küchen der Sterneköche, zugleich jedoch tief in der Davidoff DNA verwurzelt. Mit ihren frischen Noten bietet die Toro-Zigarre ein 60 bis 80 Minuten andauerndes, facettenreiches Erlebnis.

DESIGN MIT BLEIBENDEM WERT

Mit ihrer Kiste wird die Chefs Edition 2025 selbst zum Erlebnis: Die Kombination aus Massivholz und Naturstein verleiht der Edition nicht nur Gewicht und Substanz, sondern auch Sammlerwert. Jedes einzelne Detail erinnert an die meisterhafte Präzision der Sterneküche und macht die Kiste zu einem stilvollen und repräsentativen Begleiter.

Scannen Sie den QR Code auf der rechten Seite, um mehr zu erfahren.



TIME BEAUTIFULLY FILLED



KÜNSTLICHE INTELLIGENZ

Wenn Deepfakes die Wirtschaft destabilisieren

In diesem Jahr haben gefälschte Videos, in denen Mitarbeitende von Goldman Sachs oder Coca-Cola imitiert wurden, den Ruf der beiden Unternehmen beschädigt. Im Kampf gegen derartige Fake News reiche es nicht aus, sie nur zu widerlegen, heißt es in einer kürzlich veröffentlichten Studie der HEC Lausanne.

BLANDINE GUIGNIER

M

Mexiko, eines der Länder mit dem höchsten Pro-Kopf-Verbrauch von Coca-Cola, war in diesem Jahr Schauplatz einer Boykottbewegung. Grund dafür war ein Video, das hispanische Arbeiter einer Abfüllanlage in Texas zeigte, die nach einer Anzeige ihres Arbeitgebers von der US-Einwanderungsbehörde abgeschoben wurden. Das mit künstlicher Intelligenz (KI) erstellte Dokument wurde vielfach auf TikTok geteilt und millionenfach angesehen und kommentiert. Trotz der schlechten Qualität dieser Fälschung mit Flugzeugen, die zu viele Flügel

haben, und eines dilettantisch ausgeführten Markenlogos, ist der Schaden doch real. Das veranlasste den Getränkekonzern, eine Gegendarstellung zu veröffentlichen. Mehrere Influencer und Journalisten veröffentlichten ebenfalls Videos in den sozialen Netzwerken, um den Betrug aufzudecken. Bei einem Telefonat mit Investoren am 29. April erklärte James Quincey, CEO von Coca-Cola, dass das gefälschte Video ebenso wie die wirtschaftliche Volatilität und das kalte Wetter Auswirkungen auf den Absatz des Erfrischungsgetränks in den US-Bundesstaaten entlang der Südgrenze gehabt habe. «Wir sind entschlossen, einen Teil der hispanischen Verbraucher zurückzugewinnen», betonte der CEO. Tatsächlich waren auch die Verkäufe in Mexiko im letzten Quartal zurückgegangen.

© FRESHIDA/ADOBESTOCK

UNGEAHNT AUSWIRKUNGEN

«Das Image von Coca-Cola ist nach wie vor stark mit den Vereinigten Staaten und ihrem Präsidenten verbunden», erklärt Patrick Haack, Direktor des Departments Strategy, Globalization and Society der HEC Lausanne. (Anm. der Redaktion: Donald Trump hat einen Diet-Coke-Knopf im Oval Office.) «Das Unternehmen wird zu einem leichten Ziel für solche Fake-News-Kampagnen. Dieser Deepfake ist zudem viral gegangen, weil er plausibel erscheint. Er fand Resonanz, da tatsächlich viele Migranten in anderen Kontexten in den Vereinigten Staaten festgenommen wurden. Er hat zweifellos bereits bestehende Überzeugungen einiger mexikanischer Bürger bestätigt.»

Alle Branchen sind von Deepfakes betroffen, auch die Finanzbranche. Gefälschte Videos von zwei Führungskräften von Goldman Sachs, Abby Joseph Cohen und David

Kostin, kursierten im vergangenen Frühjahr ebenfalls in den sozialen Netzwerken und versprachen schnelle Gewinne durch den Beitritt zu einer WhatsApp-Gruppe, die sich dem Kauf von Aktien widme. Auch wenn solche Betrügereien widerlegt wurden, können sie Internetnutzer misstrauisch machen gegenüber künftigen Veröffentlichungen der Bank und deren Ruf schädigen.

Um bestmöglich auf diese absichtlich erfundenen Geschichten zu reagieren, die viral gehen sollen, hat der Betriebswirt Patrick Haack im September gemeinsam mit anderen Wissenschaftlern einen Leitfaden für Unternehmen in der Zeitschrift «Harvard Business Review» veröffentlicht. Darin analysiert der HEC-Profe-

sor einen Fall, der sich Ende 2022 ereignet hat. Diesmal war der Pharmareise Eli Lilly betroffen. In einem gefälschten Twitter-Account des Unternehmens wurde angekündigt, dass Eli Lilly Insulin kostenfrei abgeben werde. Die Information wurde in den folgenden Stunden von mehr als 1'500 Personen geteilt. «Obwohl der offizielle Account von Eli Lilly die Situation schnell klärte, war der Schaden bereits angebracht. Der Wert der Unternehmensaktien sank um 4 Prozent», erklärt Haack. «Die Investoren befürchteten einen erheblichen Gewinnrückgang und eine Wiederaufnahme der Debatte über die Kosten für Insulin.»

«Wir befinden uns in einem ständigen Kampf von KI gegen KI»

Ann-Kathrin Freiberg, Vice President Business & Marketing der Firma Biold

Dieser Fall, aber auch Experimente von Patrick Haack und seinen Kollegen zum Verhalten von Menschen brachten eine erstaunliche Erkenntnis zutage: «Investoren halten die falschen Informationen nicht unbedingt für wahr, schätzen aber andere für leichtgläubiger als sich selbst ein und passen ihr Verhalten entsprechend an.» Eine 2023 von Ipsos in 29 Ländern veröffentlichte Umfrage bestätigt die Beobachtungen der Ökonomen von der HEC Lausanne. Während 66 Prozent der Befragten angaben, echte von falschen Informationen unterscheiden zu können, waren nur 44 Prozent der Meinung, dass jeder dazu in der Lage sei.

Diese Verzerrung sollte Unternehmen dazu veranlassen, ihre Reaktion im Krisenfall anzupassen, so Patrick Haack. «Es reicht nicht aus, gefälschte Inhalte auf einer Plattform zu löschen oder →

eine Medienmitteilung zu verfassen, in der erklärt wird, warum die Information falsch ist. Man muss Kunden oder Investoren zeigen, dass auch andere davon überzeugt sind, dass es sich um eine Fälschung handelt.» Zu diesem Zweck rät der Wissenschaftler, im Vorfeld ein Netzwerk aus renommierten Akteuren aufzubauen, die im Krisenfall bereit sind zu reagieren. «Diese Verbündeten können schnell bestätigen, dass die Informationen falsch sind. Nehmen wir das Beispiel Coca-Cola: Stellen Sie sich vor, wie vorteilhaft es wäre, wenn Pepsi-Cola, der Hauptkonkurrent, offenlegen würde, dass das Video gefälscht ist!»

TECHNOLOGISCHER KRIEG

Neben diesen Kommunikationsstrategien können technologische Tools im Vorfeld nützlich sein, um gefälschte Inhalte zu erkennen. In den letzten Jahren wurden Dutzende von Softwareprogrammen entwickelt, um Videos, Fotos und Audiodateien, die von einer KI generiert wurden, zu überprüfen. Der kalifornische Antivirenanbieter McAfee hat beispielsweise zusammen mit Intel eine Software entwickelt, mit der Deepfakes erkannt werden können. Sie konzentriert sich auf den Audio-Teil des Inhalts, der mittels KI entschlüsselt wird. Aus Sicherheitsgründen wird das Tool beim Kauf direkt auf dem Computer installiert. Nach einer kostenlosen Testphase kann man es auch im Abonnement nutzen.

Das deutsche Unternehmen BiOID bietet ebenfalls eine Testversion seines Deepfake-Detektors an, außerdem kostenlose Workshops. Gleichzeitig vertreibt es Dienstleistungen für Unternehmen oder Privatpersonen, die beispielsweise Passphotos überprüfen oder Videokonferenzen sichern müssen. Der Detektor sucht dann etwa nach Anomalien zwischen den Bildern oder im Videocodec, also dem, was das Video komprimiert und

Mehr als ein Imageschaden

Deepfake-Betrug bedroht den Geschäftsbetrieb von Unternehmen, weil er sich direkt an deren Kunden und Mitarbeitende richtet.

Unternehmen sind durch Deepfakes nicht nur Reputationsrisiken ausgesetzt. Sie können auch Opfer von Daten- und Gelddiebstahl oder von Angriffen werden, die darauf abzielen, ihre Geschäftstätigkeit zu destabilisieren. Beträger mit KI-basierten Manipulationen haben in den ersten sechs Monaten dieses Jahres zu finanziellen Verlusten in Höhe von fast 550 Mio. Dollar geführt. Das ergab eine Studie von Resemble AI, einem Unternehmen, das sich mit der Erstellung und Erkennung von Audio-Deepfakes befasst. Das Beratungsunternehmen Gartner führte zwischen März und Mai 2025 eine Umfrage unter 302 Organisationen durch. Im Jahr vor der Befragung erlebten 36 Prozent von ihnen mindestens einen Versuch eines Identitätsdiebstahls mit KI während eines Videoanrufs mit einem Mitarbeitenden.

Bei Audioanrufen lag dieser Anteil bei 44 Prozent. Nach Ansicht von Apeksha Kaushik und Akif Khan, Spezialisten für dieses Thema bei Gartner, müssen Softwareanbieter unverzüglich Instrumente zur Erkennung von Deepfakes integrieren, die auf einer Strategie mit mehreren Verteidigungsstufen basiert. «Obwohl Deepfakes schon seit einiger Zeit existieren, hat die Verbreitung sehr einfach zu bedienender Tools ihre Erstellung deutlich zugänglicher gemacht, selbst für Personen mit begrenzten technischen Kenntnissen.»

dekomprimiert. «Wir befinden uns in einem ständigen Kampf von KI gegen KI», sagt Ann-Kathrin Freiberg, Vice President Business & Marketing bei BiOID, gegenüber der Fachwebsite biometricupdate.com. «Wir können uns nicht auf unseren Lorbeeren ausruhen und einfach verkaufen, was wir haben. Wir arbeiten unermüdlich daran, die Genauigkeit unserer Algorithmen zu verbessern.» Freiberg plädiert für einen ganzheitlichen Ansatz gegen Deepfakes, der Medienkompetenz

(media literacy), wirksame digitale Regulierung und technische Unterstützung kombiniert. Doch bis dahin ist es für viele Firmen offenbar noch ein langer Weg. «Unternehmen tun sich immer noch schwer, in Tools gegen Deepfakes zu investieren», bedauert der Unternehmer Anthony Sahakian, der in der Schweiz ein Start-up in diesem Bereich geleitet hat (Quantum Integrity). «Oft warten sie, bis der Angriff tatsächlich stattfindet, bevor sie handeln.» ▀

Dienstleister müssten zusätzliche Signale im Blick behalten, die auf einen Angriff hindeuten können, so die beiden Spezialisten von Gartner. «Dazu gehören etwa das Geräteprofiling (Analyse von Hard- und Software-Metadaten), die Verhaltensanalyse (Überwachung von Interaktionen, um echte Nutzer von Bots zu unterscheiden) oder Standortinformationen (Daten aus Umfeld und Gerät, die über GPS oder IP-Adressen hinaus einen konkreten Ort identifizieren können).»

Anti-Deepfake-Techniken könnten sich daher in den kommenden Jahren zu einem wichtigen Markt entwickeln. Laut einem Bericht von The Insight Partners von November 2024 dürfte der Sektor, der für 2023 auf 213,24 Mio. Dollar geschätzt wurde, zwischen 2023 und 2031 eine jährliche Wachstumsrate von voraussichtlich rund 40 Prozent verzeichnen. Große börsenkotierte Konzerne wie Intel, Microsoft oder Google haben eigene Tools für diesen Bereich entwickelt oder entsprechende Technologieunternehmen aufgekauft. So hat das Beratungsunternehmen Accenture massiv in das New Yorker Start-up Reality Defender investiert. Andere KMU wie das US-Unternehmen Pindrop oder die deutsche Firma BiOID entwickeln weiterhin unabhängig voneinander Dienste zur Erkennung von und zum Schutz vor Deepfakes. Bei Gartner geht man davon aus, dass bis 2027 die Hälfte aller Unternehmen in Produkte, Sicherheitsdienste gegen Desinformation oder Strategien zum Aufbau von Vertrauen investiert haben wird. Derzeit sind es weniger als 5 Prozent.

PORSCHE

Die neue
**CAYENNE
BLACK EDITION**

1,9% | Performance Leasing auf alle Cayenne Neuwagen

Energieskala 2025

A
B
C
D
E
F
G

Kraftstoffverbrauch gewichtet kombiniert: 4,4 – 4,1 l/100 km; Stromverbrauch gewichtet kombiniert: 19,7 – 19,3 kWh/100 km; CO₂-Emissionen gewichtet kombiniert: 101 – 93 g/km; Effizienzkategorie: G
Die Leasing-Aktion ist gültig für alle Cayenne Neuwagen. Preisbeispiel Neuwagen: Porsche Cayenne Black Edition, Balkaufpreis: CHF 133'100.–; Laufzeit: 36 Monate; 10'000 km pro Jahr; Sonderzahlung: CHF 45'000.–; Leasingrate (Brutto): CHF 971,84/Monat, effektiver Zinssatz: 1,92%; Vollkasko nicht inkludiert. Alle Preise verstehen sich inkl. MwSt. Änderungen vorbehalten. Die Aktion ist gültig vom 15.09.2025 bis 31.12.2025 (massgebend ist das Datum der Antragseingreichung). Die Kreditvergabe ist verboten, falls sie zur Überschuldung des Konsumenten führt (UWG Art. 3). Leasinggeber und Vertragspartner ist die Porsche Financial Services Schweiz AG, Bleigrasse 7, 6343 Rotkreuz. Obligatorische Vollkasko nicht inkludiert. Für ein verbindliches Angebot wenden Sie sich bitte an Ihr Porsche Zentrum. Gilt nur in teilnehmenden autorisierten Porsche Zentren.

Jetzt erleben und QR-Code scannen



IWC Ingenieur. Form und Technik.



Ingenieur Automatic 42, Ref. 3389

Mit einem Härtegrad auf der Vickers-Skala von 1300 zählt Zirkonoxid-Keramik zu den härtesten Materialien auf der Erde. Sie lässt sich nur mit Diamantwerkzeugen bearbeiten und nicht zerkratzen. Das ist natürlich gut für Sie, wenn Sie diese Uhr tragen. Aber weniger gut für uns. Denn Herstellung und Bearbeitung einer komplett aus Keramik gefertigten Uhr sind enorm aufwendig und komplex. Gut, dass sich unsere Ingenieure bereits seit 1986 mit Keramik beschäftigen. Und so können Sie sich darauf verlassen, dass auch bei der Ingenieur Automatic 42 nichts dem Zufall überlassen wurde. **IWC. Engineered.**

IWC Boutique · Bahnhofstrasse 61 · Zürich

IWC
SCHAFFHAUSEN

34

Infografik:
Augen-
krankheiten

36

Smarte Brillen:
Ist der Markt
jetzt reif?

40

8 Unternehmen,
die man im Blick
haben sollte

44

Interview mit
Riad Sherif,
CEO von Oculis

D O S S I E R

Alles fürs Auge

Die zunehmende Zahl an alten Menschen und wegweisende Innovationen bescheren dem Markt für Augenpflegeprodukte ein robustes Wachstum. Er könnte bis 2030 einen Wert von mehr als 110 Mrd. Dollar erreichen. 2024 waren es 74,7 Mrd. Dollar.

BERTRAND BEAUTÉ

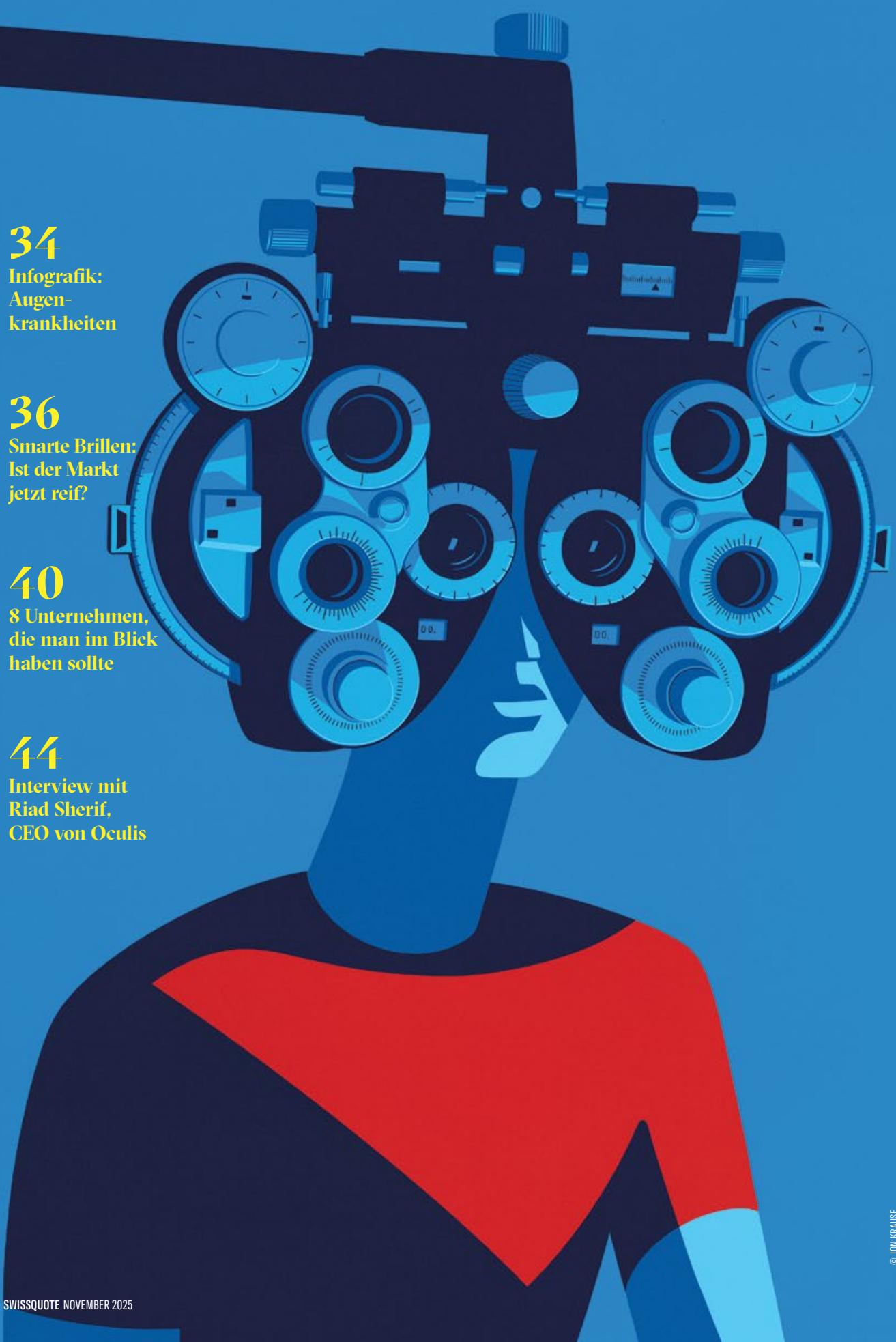
W

eltweit leiden gut 2,2 Milliarden Menschen an Sehbehinderungen oder Blindheit, wie es regelmäßig in Medienberichten heißt. In Wirklichkeit dürfte diese Zahl jedoch deutlich höher liegen. Die Medienangaben stützen sich auf den ersten globalen Bericht zum Thema Sehkraft, den die Weltgesundheitsorganisation (WHO) 2019 veröffentlicht hatte. Das ist allerdings schon wieder sechs Jahre her. Seitdem habe «die Prävalenz aller Augenerkrankungen noch zugenommen», betont Riad Sherif, CEO des Schweizer Unternehmens Oculis, im Interview mit «Swissquote Magazine» (s. S. 44).

Es gibt mehrere Gründe für den Anstieg von Augenerkrankungen weltweit. Der erste ist demografischer Natur. «Mit zunehmendem Alter erhöht sich das Risiko, eine Augenerkrankung zu entwickeln», sagt Pierre-Alexis François, Portfoliomanager bei Thematics Asset Management. Das Ergebnis: Das Altern der Bevölkerung führt beinahe automatisch zu einem Anstieg der Augenerkrankungen, insbesondere von Krankheiten wie Glaukom (Grüner Star), Katarakt (Grauer Star) oder altersbedingter Makuladegeneration (AMD). Nach Prognosen der Vereinten Nationen wird sich die Zahl der Menschen, die älter als 60 Jahre alt sind, weltweit von 761 Millionen im Jahr 2021 auf rund 1,6 Milliarden im Jahr 2050 mehr als verdoppeln. Das dürfte dann auch die Anzahl der Augenerkrankungen dramatisch erhöhen. Die häufigste Ursache für den Verlust des zentralen Sehvermögens bei Menschen

über 50 ist in westlichen Ländern AMD. Daran litten etwa im Jahr 2020 weltweit rund 200 Millionen Männer und Frauen. Diese Zahl dürfte laut einer in «Cureus: Journal of Medical Science» veröffentlichten Studie bis 2040 auf 288 Millionen ansteigen, was einem Zuwachs von 44 Prozent entspricht. Das Risiko, an AMD zu erkranken, steigt mit zunehmendem Alter ganz erheblich: In den USA sind 24 Prozent der Bevölkerung im Alter von 75 bis 79 Jahren betroffen, bei den 50- bis 59-Jährigen dagegen nur 2 Prozent. Weltweit ist diese Krankheit für etwa 9 Prozent aller Erblindungen verantwortlich.

Ähnliches gilt für das Glaukom. Laut einer in der Fachzeitschrift «Ophthalmology» veröffentlichten Studie der Glaucoma Research Foundation werden im Jahr 2040 fast 111,8 Millionen Menschen von dieser Krankheit betroffen sein, gegenüber etwa 80 Millionen →



Menschen im Jahr 2020. Eine Entwicklung, die nicht ohne gesundheitliche und wirtschaftliche Folgen bleibt: Bis 2040 werden weltweit 22 Millionen Menschen aufgrund eines Glaukoms erblindet, gegenüber 8,4 Millionen im Jahr 2010.

EPIDEMIE DER KURZSICHTIGKEIT

«Die weltweit steigende Prävalenz von Diabetes ist ebenfalls eine Ursache für die zunehmende Verbreitung von Augenerkrankungen», erklärt Cyril Suter, Investment Specialist bei Indosuez Wealth Management. Von den weltweit 800 Millionen Diabetikern – fünfmal mehr als in den 1980er-Jahren – entwickeln 25 bis 30 Prozent eine Augenerkrankung, insbesondere eine diabetische Retinopathie, die unbehandelt zur Erblindung führen kann.

Der Anstieg der Augenerkrankungen betrifft jedoch nicht nur Seniorinnen und Senioren. Auch jüngere Menschen sehen immer schlechter. Fachleute sprechen beispielsweise aufgrund des raschen und alarmierenden Anstiegs der Kurzsichtigkeit weltweit, insbesondere bei der jüngeren Generation, sogar von einer «Myopie-Epidemie». Laut einem Artikel, der im Mai 2024 in der Fachzeitschrift «Nature» veröffentlicht wurde, dürfte im Jahr 2050 die Hälfte der Weltbevölkerung kurzsichtig sein, also fünf Milliarden Menschen. Heute sind es nur 30 Prozent.

Dass Kurzsichtigkeit immer häufiger auftritt, hängt laut Alyssa Cornuz, Portfoliomanager bei Robeco, mit veränderten Lebensgewohnheiten zusammen. «Die jüngeren Generationen verbringen weniger Zeit im Freien und mehr Zeit in Innenräumen, insbesondere vor Bildschirmen. Das menschliche Auge ist dafür jedoch nicht geschaffen. Es braucht natürliches Licht und

Fernsicht.» Wie eine Studie von Optique Suisse ergeben hat, benötigte im Jahr 2001 die Mehrheit (55 Prozent) der 16- bis 24-Jährigen in der Schweiz keine Sehhilfen (Brillen oder Kontaktlinsen). 20 Jahre später, im Jahr 2021, lag der Anteil dagegen nur noch bei 30 Prozent. Insgesamt tragen derzeit mehr als 80 Prozent der Schweizer Bevölkerung im Alter von 15 bis 74 Jahren eine Brille oder Kontaktlinsen (s. Infografik S. 34).

2050 dürfte die Hälfte der Weltbevölkerung kurzsichtig sein, also fünf Milliarden Menschen. Heute sind es nur 30 Prozent

Für Unternehmen, die sich auf den Bereich der Augenheilkunde spezialisiert haben, ist diese Entwicklung geschäftlich gesehen ein Segen. Das betrifft die Giganten EssilorLuxottica, weltweit führender Brillenhersteller, und Alcon, weltweit führender Anbieter von Augenchirurgie, aber auch kleinere Unternehmen wie Oculis, Ocular Therapeutix oder Warby Parker (s. Unternehmensporträts ab S. 40).

«Der Sektor Augengesundheit verzeichnet ein strukturelles Wachstum von 4 bis 5 Prozent pro Jahr», berichtet Cyril Suter. «Es ist eine interessante Branche für Investoren, auch wenn man sich die einzelnen Teilbereiche genauer ansehen muss, da der Markt der Augenheilkunde viele Disziplinen abdeckt, von der Pharmazie über Medizintechnik bis hin zu Glasproduzenten.» Laut einer Studie des Beratungsunternehmens Grand View Research dürfte der weltweite Markt für Augenpflegeprodukte

im Jahr 2030 einen Umsatz von 110,33 Mrd. Dollar erzielen, gegenüber 70,78 Mrd. im Jahr 2023. Das entspricht einem jährlichen Wachstum von 6,72 Prozent.

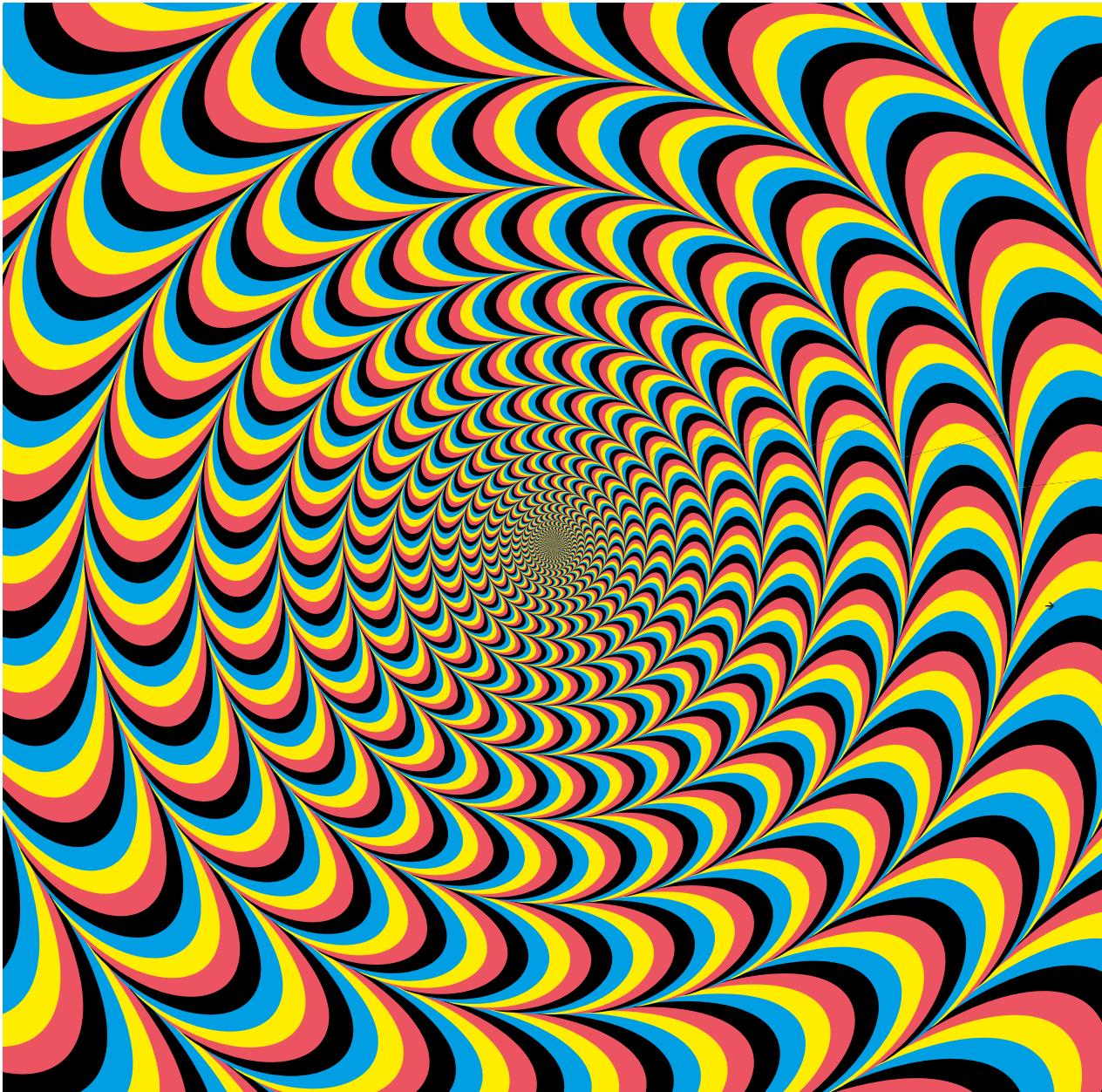
«Der Markt für die Behandlung von Augenerkrankungen wächst strukturell aufgrund der steigenden Zahl von Patienten», bestätigt Pierre-Alexis François. Er verweist aber auch auf medizinische Fortschritte. «Die Augenheilkunde ist ein sehr innovativer

Sektor, der neue Märkte schaffen kann. Für Investoren bietet diese Branche attraktive Wachstumsraten, insbesondere wenn man sich für die innovativsten Unternehmen interessiert.» Diese Meinung teilt auch Christoph Wirtz, Aktienmanager bei

Rothschild & Co: «Der Bereich der Augenheilkunde kann eine gute Investition sein. Der Schlüssel liegt in der Innovation. In den Industrieländern werden die Gesundheitssysteme für solche Innovationen zahlen, die den Patienten einen echten Nutzen bringen.»

Vor den 2000er-Jahren bot die Medizin beispielsweise nur wenige Lösungen für Menschen mit AMD. Die Einführung einer neuen Klasse von Medikamenten im Jahr 2005 – Anti-VEGF-Medikamente (Anti-Vascular Endothelial Growth Factor) – revolutionierte die Behandlung dieser Patienten. Heute wird der Markt für Anti-VEGF-Medikamente auf 13 Mrd. Dollar geschätzt und soll laut Global Market Insights bis 2034 auf 23,3 Mrd. zunehmen, also jährlich um 6,1 Prozent wachsen. Zahlreiche Unternehmen, darunter Alcon, Amgen, Novartis und Roche, teilen sich dieses Geschäft. «Der Markt für Anti-VEGF-Medikamente ist

© ADOBE STOCK



↑

Auch wenn keine Krankheit vorliegt, lassen wir uns leicht durch optische Täuschungen irreführen. Solche visuellen Konstrukte führen dazu, dass unser Gehirn die Bilder, die wir über die Augen wahrnehmen, falsch interpretiert.

sehr wettbewerbsintensiv geworden», betont Cyril Suter. Aber es handelt sich um einen Sektor, in dem es noch Raum für Innovationen

gibt. Derzeit bestehe, so Suter, die Behandlung in regelmässigen Injektionen in die Augen. Um die Therapie zu verbessern, entwickelten viele Akteure Verfahren, die für die Patienten weniger belastend und weniger invasiv seien. «Mit ihren Innovati-

onen können sie diesen Markt revolutionieren.» 2023 beispielsweise erhielt Regeneron Pharmaceuticals die Zulassung der amerikanischen Food and Drug Administration (FDA) für die Vermarktung des Medikaments Eylea, mit dem man die Häufigkeit der Injektionen reduzieren kann. Roche hat seinerseits Susvimo auf den Markt gebracht, ein intraokulares Implantat, das das Medikament kontinuierlich freisetzt. So muss es nur einmal im Halbjahr injiziert werden und

nicht alle zwei Monate wie bei herkömmlichen Behandlungen. Diese einzigartige Therapieform wurde im Februar 2025 von der FDA zugelassen. Das Schweizer Unternehmen Oculis entwickelt derzeit Augentropfen, mit denen es langfristig möglich sein soll, bei der Behandlung von AMD ganz auf Injektionen zu verzichten (s. Interview S. 44). Der Bereich der Anti-VEGF-Medikamente sei sehr dynamisch und bringe viele Innovationen hervor, fasst Cyril Suter zusammen.→

Eine weitere Revolution findet derzeit im Bereich der Kurzsichtigkeit statt. Hier haben grosse Brillenhersteller wie Hoya, Zeiss und EssilorLuxottica seit 2020 Gläser auf den Markt gebracht, die nicht nur die Fehlsichtigkeit korrigieren, sondern auch deren Fortschreiten verlangsamen. Nach Angaben des Unternehmens bremsen beispielsweise Essilor-Stellest-Gläser das Voranschreiten der Kurzsichtigkeit um 67 Prozent im Vergleich zu Standardgläsern – sofern Kinder sie zwölf Stunden am Tag tragen.

«In den Industrieländern werden die Gesundheitssysteme für Innovationen zahlen, die den Patienten einen echten Nutzen bringen»

Christoph Wirtz, Aktienmanager bei Rothschild & Co

Das wäre ein echter Wendepunkt im Gesundheitswesen, da unter den Sechs- bis Neunjährigen nahezu jedes vierte Kind, das eine Brille trägt, auch kurzsichtig ist. Mit 18 Jahren steigt diese Quote auf 60 Prozent. Es ist daher von entscheidender Bedeutung, hier so früh wie möglich einzutreten, da die Progression vor dem zehnten Lebensjahr schneller voranschreitet und jede verlorene Dioptrie das Risiko schwerwiegender Erkrankungen im Erwachsenenalter um 67 Prozent erhöht: Netzhautablösung, Glaukom, myopische Makulopathien... «Der Markt für Brillengläser, die Kurzsichtigkeit bremsen, ist riesig», betont Pierre-Alexis François. «EssilorLuxottica erzielt in China bereits einen bedeutenden Teil seines Umsatzes mit dieser Technologie.»

Doch damit gibt sich das italienisch-französische Unternehmen nicht zufrieden, sondern setzt auf Neuentwicklungen in allen



↑ Ein Brillenglas von Varilux, einer der zahlreichen Marken der EssilorLuxottica-Gruppe

Bereichen. So führt die Partnerschaft mit Meta zur Vermarktung von vernetzten Brillen, den Meta Ray-Ban (s. S. 36). Außerdem will das Unternehmen auch den Hörgerätebereich revolutionieren. Nach der Übernahme von Nuance Hearing im Jahr 2023 brachte Essilor 2025 die Nuance Audio auf den Markt – eine Brille, die sowohl die Sehkraft korrigiert als auch das Hörvermögen verbessert. Offenbar ein neuer Geschäftszweig mit enormem Potenzial, wie das Unternehmen erklärt: «Der Markt für Hörgeräte ist derzeit weltweit noch unversorgt (...), da die Verbraucher aufgrund von Faktoren wie Stigmatisierung durch die Sichtbarkeit des Geräts, körperliche Beschwerden, Preis und Zugang zum Produkt oft zögern, Korrekturhilfen zu tragen. Nuance Audio möchte diese Hindernisse beseitigen, die die Verbreitung herkömmlicher Hör-

geräte bisher behindert haben. Mit der Einführung der Nuance-Audio-Gläser möchte die Gruppe den Bedürfnissen von fast 1,25 Milliarden Menschen weltweit gerecht werden, die unter einem leichten bis mittelschweren Hörverlust leiden.»

MODERNE MIKROCHIRURGIE

Geht es ausschliesslich um die Augen, so gibt es auch im Bereich der ophthalmologischen Mikrochirurgie enorme Fortschritte, wie Alyssa Cornuz erklärt: «Laser werden immer präziser, was immer weniger invasive, dafür äusserst sichere Eingriffe ermöglicht.» Zwei Studien, die im September letzten Jahres in Kopenhagen auf dem 43. Kongress der Europäischen Gesellschaft für Katarakt- und Refraktive Chirurgie vorgestellt wurden, haben gezeigt, dass es mittlerweile «sicher, praktisch und effektiv»

© ESSILORLUXOTTICA

sei, bei Behandlungen des Grauen Stars (Katarakt) beide Augen des Patienten gleichzeitig zu operieren, während Augenärzte bisher in zwei Schritten vorgingen: erst das eine Auge, dann das andere, im Abstand von etwa zwei Wochen. Ein Paradigmenwechsel, der die Kosten für die Krankenkassen senken und den Patienten Zeit ersparen könnte.

Auch sogenannte multifokale Implantate sind eine bemerkenswerte Entwicklung. Bei einer Kataraktoperation wird die getrübte Augenlinse entfernt und durch eine klare künstliche Linse ersetzt. Während herkömmliche Implantate zur Behandlung des Grauen Stars dienen, ermöglichen es diese neuen Implantate, Kurzsichtigkeit, Astigmatismus (Hornhautverkrümmung) und Alterssichtigkeit gleichzeitig zu korrigieren. Patienten können so ihre Ausgaben für Brillen reduzieren.

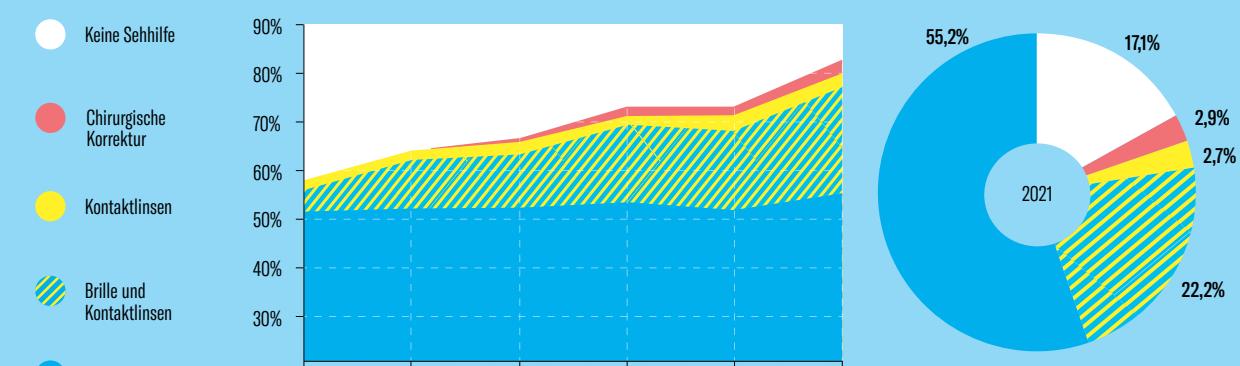
«Die führenden Unternehmen im Bereich der Augenchirurgie profitieren von der steigenden Zahl an Operationen, insbesondere bei Grauem Star», betont David Kägi,

Portfoliomanager bei Robeco. Der Experte warnt jedoch: «Die Menschen spüren allmählich die Inflation, und Augenoperationen sind eine Art von Ausgaben, die in Krisenzeiten aufgeschoben werden, insbesondere in Ländern, in denen solche Eingriffe nicht oder nur in geringem Umfang von den Gesundheitssystemen übernommen werden.» Diese Meinung teilt auch Christoph Wirtz: «Der Markt für Augenoperationen ist volatil, da Patienten in Zeiten wirtschaftlicher Unsicherheit Operationen aufschieben.»

Langfristig könnte man bestimmte chirurgische Eingriffe durch Zell- und Gentherapien ersetzen, die in der Augenheilkunde sehr vielversprechend seien, so Wirtz weiter. «Aber das ist Zukunftsmusik. Diese Therapien sind noch weit entfernt von einer Marktreife.» Das hindert Alcon jedoch nicht daran, sich schon jetzt entsprechend aufzustellen. Im März 2025 gab das in Genf ansässige Unternehmen den Erwerb einer Mehrheitsbeteiligung an Aurion Biotech bekannt. Und diese Firma hat sich auf Zelltherapien für Augenerkrankungen spezialisiert. ▀

In der Mehrheit: Menschen mit Augenproblemen

Anteil der Träger von Sehhilfen in der Schweizer Wohnbevölkerung (Alter 16 bis 74)

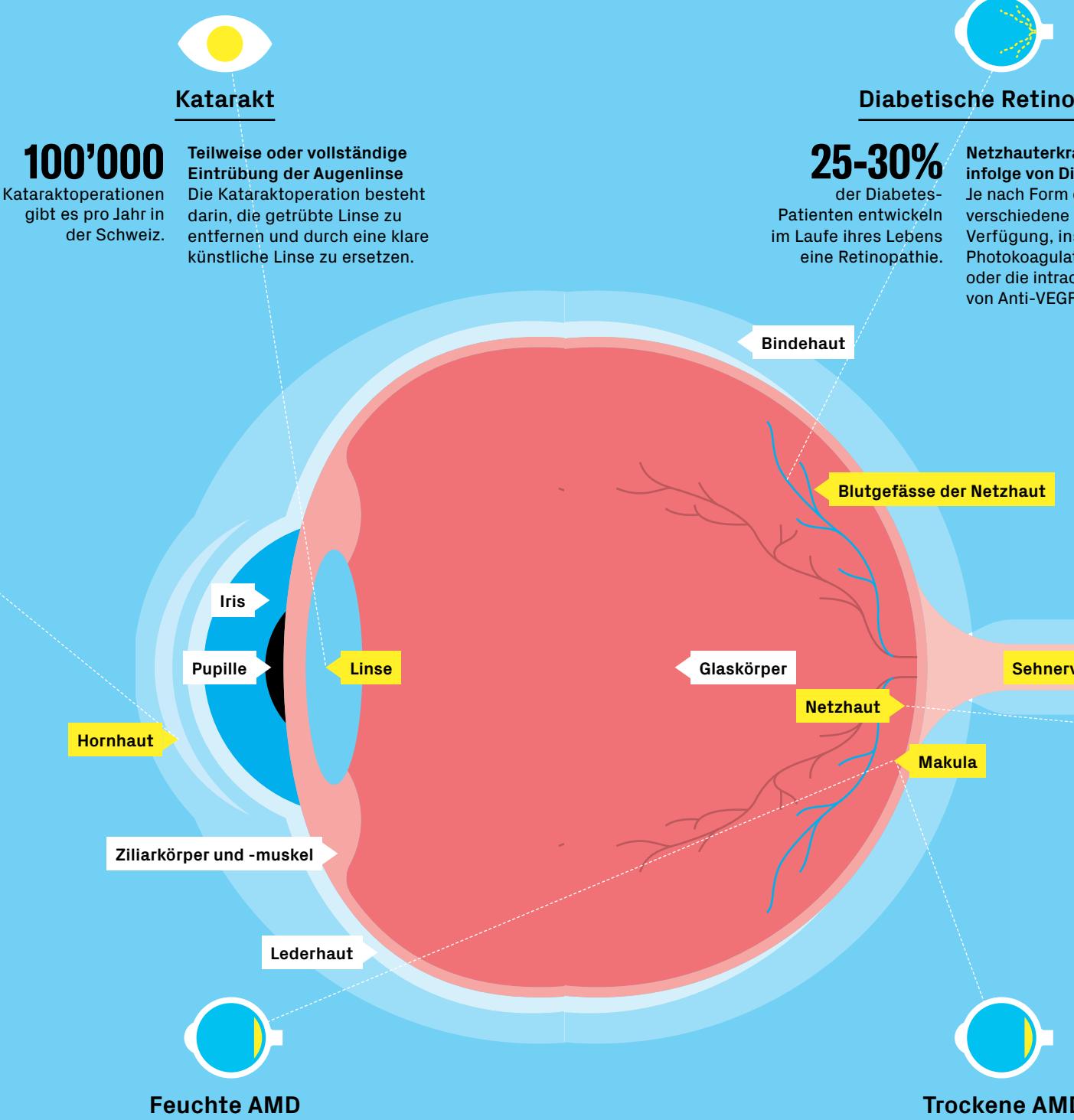


QUELLEN: PUBLITEST 2017-2021/OPTIQUE SUISSE/GFK 2021

Augen-krankheiten

Sehstörungen können alle Teile des Auges betreffen.

BERTRAND BEAUTÉ, INFOGRAFIK: AURÉLIEN BARRELET



200 Mio.
Menschen sind von einer Form der AMD betroffen (feucht oder trocken).

Feuchte AMD
Feuchte altersbedingte Makuladegeneration (AMD)
Abfallstoffe in der Makula bilden neue Blutgefäße unter der Netzhaut. Das führt zu einem Makulaödem. Die Injektionen von Anti-VEGF in den Glaskörper können den Verlauf verzögern.

Trockene AMD
Trockene altersbedingte Makuladegeneration (AMD)
Abfallstoffe unter der Netzhaut beeinträchtigen den zentralen Sehbereich (Makula). Es gibt keine heilende Behandlung für diese Erkrankung.

Sehstörungen können alle Teile des Auges betreffen.

BERTRAND BEAUTÉ, INFOGRAFIK: AURÉLIEN BARRELET

Katarakt

100'000

Kataraktoperationen gibt es pro Jahr in der Schweiz.

Teilweise oder vollständige Eintrübung der Augenlinse
Die Kataraktoperation besteht darin, die getrübte Linse zu entfernen und durch eine klare künstliche Linse zu ersetzen.

Diabetische Retinopathie

25-30%

der Diabetes-Patienten entwickeln im Laufe ihres Lebens eine Retinopathie.

Netzhauterkrankungen infolge von Diabetes
Je nach Form der Retinopathie stehen verschiedene Behandlungen zur Verfügung, insbesondere die Laser-Photokoagulation, die Vitrektomie oder die intraokulare Injektion von Anti-VEGF-Medikamenten.

Keratokonus

1/2'000

Eine oder einer von 2'000 leidet an dieser Krankheit.
Degenerative Erkrankung der Hornhaut
Leichte Formen können mit einer Brille korrigiert werden. Wenn die Krankheit fortschreitet, kann eine Operation mittels Kollagenvernetzung (Cross-Linking, CXL) helfen, den Verlauf zu verzögern oder zu stoppen.

Glaukom

100'000

Anzahl der Personen mit diagnostiziertem Glaukom in der Schweiz. 100'000 weitere leiden daran, ohne dass es erkannt wurde.

Langsame Zerstörung des Sehnervs durch erhöhten Augeninnendruck
Das Glaukom ist nicht heilbar, aber Augentropfen können das Fortschreiten verzögern.

Syndrom des trockenen Auges

~30%

der Bevölkerung haben dieses Syndrom.
Unzureichende Befeuchtung des Auges durch die Tränendrüsen
Augentropfen oder Sprays können die Symptome lindern.

Tränendrüse

Fehlsichtigkeit

50%

der Weltbevölkerung wird 2050 kurzsichtig sein.
Das Auge fokussiert das Licht nicht korrekt auf die Netzhaut.
Man sieht daher unscharf.
Diese Sehfehler können mit Brillen, Kontaktlinsen oder durch refraktive Chirurgie korrigiert werden.

Myopie (Kurzsichtigkeit)
Unscharfes Sehen in der Ferne

Hypermetropie (Weitsichtigkeit)
Unscharfes Sehen in der Nähe

Astigmatismus (Hornhautverkrümmung)
Verzerrtes oder unscharfes Sehen in jeder Entfernung

Presbyopie (Alterssichtigkeit)
Unscharfes Sehen in der Nähe aufgrund des Alters

Smarte Brillen: Ist der Markt jetzt reif?

Zehn Jahre nach dem Scheitern von Google Glass feiern vernetzte Brillen ihr grosses Comeback. Dank künstlicher Intelligenz (KI) stehen die Chancen nicht schlecht, dass sie sich diesmal am Markt durchsetzen werden.

BERTRAND BEAUTE



Brillen sind die ideale Form für persönliche Superintelligenz. Sie ermöglichen es Ihnen, im Moment präsent zu bleiben und gleichzeitig Zugang zu KI zu erhalten, die Sie intelligenter macht, Ihnen hilft, besser zu kommunizieren, Ihr Gedächtnis zu verbessern und vieles mehr.» Auf der «Meta Connect 2025»-Konferenz, die am 17. September am Hauptsitz von Meta in Menlo Park stattfand, stellte CEO Mark Zuckerberg eine neue vernetzte Brille vor, die gemeinsam mit EssilorLuxottica entwickelt worden war: die KI-gestützte «Meta Ray-Ban Display».

Meta, die Muttergesellschaft von Facebook, ist kein Newcomer auf diesem Gebiet. Nach dem Misserfolg der «Ray-Ban Stories» im Jahr 2021 – mit nur 300'000 verkauften Exemplaren in 18 Monaten, von denen laut einem internen Dokument, das dem «Wall Street Journal» vorliegt, 90 Prozent in der Schublade landeten – gab das Firmenduo nicht auf und lancierte im Jahr 2023 die erste Generation der Meta Ray-Ban. Das Wagnis hat sich gelohnt, für Meta begann nun eine unerwartete Erfolgsgeschichte.

Auch wenn die beiden Unternehmen keine genauen Verkaufszahlen mehr veröffentlichen, ist davon auszugehen, dass bereits mehrere Millionen Exemplare (der ersten und zweiten Generation zusammen) verkauft worden sind. Im Juli vergangenen Jahres gab EssilorLuxottica dann bekannt, man habe viel Geld in die Firmenstandorte investiert, um pro Jahr zehn Millionen Brillenpaare produzieren zu können. Das Duo erweiterte außerdem sein Sortiment und stellte im Juni 2025 die Oakley Meta vor. EssilorLuxottica verfügt über die Lizenz für Chanel und könnte in Kürze die ersten Luxusmodelle dieser Kategorie auf den Markt bringen.

«Ein sehr spannendes Segment mit grossem Potenzial»

Alyssa Cornuz, Portfoliomanagerin bei Robeco

Ein Erfolg, den Pierre-Alexis François, Portfoliomanager bei Thematics Asset Management, relativiert: «Derzeit hängt der steigende Umsatz bei Ray-Ban und Oakley Meta mit der Attraktivität der Marken Ray-Ban und Oakley zusammen. Die Technologie befindet sich noch in den

Anfängen, und die Wachstumskurve bei den Anwendungen ist noch sehr steil.» Tatsächlich handelt es sich bei diesen Geräten lediglich um vernetzte und nicht um echte Augmented-Reality-Brillen. Sie sind ausgestattet mit einer Kamera, einem Mikrofon und Kopfhörern, sodass man mit ihnen filmen,

Inhalte streamen oder Musik hören kann. Das sind zwar alles interessante Funktionen, insbesondere die Simultanübersetzung. Aber eine echte Revolution sieht anders aus.

«Derzeit sind vernetzte Brillen eine Art Erweiterung des Smart-

© SAUL GRANDA, GETTY IMAGES

↑ Mark Zuckerberg, CEO von Meta, bei der Präsentation der neuen vernetzten Brille der Marke in Menlo Park, Kalifornien, am 17. September 2025

phones. Sie sind ein modisches Accessoire, aber von einer Anwendung in der breiten Bevölkerung

sind wir noch weit entfernt», betont Cyril Suter, Aktienspezialist bei Indosuez Wealth Management. «Die wahre Revolution wird erst durch Brillen mit Augmented Reality ausgelöst werden, also von Modellen mit speziellen, sehr teuren Gläsern, die Informationen anzeigen können.» An dieser Herausforderung hat sich Google allerdings bisher die Zähne ausgebissen. 2012 stellte der Konzern aus Mountain View Google Glass vor, eine revolutionäre Brille mit einer Kamera und einem Minibildschirm auf einem der Gläser. Doch trotz verschie-

dener Versuche, insbesondere in der Industrie, konnte sich dieses Modell nie durchsetzen, nicht zuletzt wegen seines absolut unerschwinglichen Preises. Google gab schliesslich 2015 die Version für den Massenmarkt auf, bot sie aber bis 2023 weiterhin für Fachleute an. Doch ohne Erfolg.

Fast 15 Jahre später ist die Zeit für diese Geräte vielleicht gekommen. Im April 2025 stellte Google in aller Kürze die zweite Generation seiner Google Glass vor, ohne jedoch ein Verkaufsdatum oder einen Preis zu nennen. Vor allem Meta scheint jedoch mit der Ankündigung der «Ray-Ban Meta Display» im September einen Schritt voraus zu sein. Im Gegensatz zu den Meta Ray-Ban

verfügen diese über einen kleinen Bildschirm auf einem der beiden Gläser, auf dem Informationen angezeigt werden können. Mark Zuckerberg bezeichnete dieses Tool in Kombination mit dem Gestensteuerungsarmband von Meta als «die erste neuronale Schnittstelle für den Massenmarkt». Mit einem Verkaufspreis von 799 Dollar im Vergleich zu 299 Dollar für die Meta Ray-Ban oder 379 Dollar für die zweite Generation des Basismodells (mit einem besseren Fotosensor und längerer Akkulaufzeit) sind die Display-Brillen noch relativ erschwinglich.

Reicht das nun aus, um den Verkauf anzukurbeln? «Bislang waren Smart-Brillen nicht →





↑
Zu früh, zu teuer? Die Google Glass kam 2012 auf den Markt und entpuppte sich kommerziell als Flop.

so erfolgreich wie erwartet, aber es ist ein sehr spannendes Segment mit grossem Potenzial», prognostiziert Alyssa Cornuz, Portfoliomanagerin bei Robeco. «Ich finde die Idee toll, eine Brille zu tragen, die uns das Leben erleichtert.» Cyril Suter sieht das ganz ähnlich: «Der Markt für Augmented-Reality-Brillen ist vielversprechend und hat ein enormes Potenzial. Man kann eine Parallele zum Bereich der Smartwatches ziehen. Der Markt wird dann wachsen, wenn sich die Leistung der Modelle verbessert und es immer mehr Anwendungen gibt.»

«Smart-Brillen lösen zu Recht eine Debatte über gesammelte Daten und den Schutz der Privatsphäre aus»

Jérôme Malzac, Leiter Innovation und Experte für generative KI bei Micropole

Vielleicht tragen Hobbysportler morgen eine solche Brille (anstelle einer Smartwatch), mit der sie ihre Herzfrequenz live verfol-

Laut dem Marktforschungsunternehmen Grand View Research dürfte der Markt für intelligente Brillen bis 2030 ein Volumen von 8,26 Mrd. Dollar erreichen, gegenüber 1,93 Mrd. im Jahr 2024, was einem jährlichen Wachstum von 27,3 Prozent entspricht. Vor diesem Hintergrund bleibt die Konkurrenz nicht untätig. Samsung und Huawei beobachten den Sektor aufmerksam und haben eigene Projekte in der Pipeline. Snap, die Muttergesellschaft von Snapchat, wird 2026 ihre erste Augmented-Reality-Brille mit KI-Assistent auf den Markt bringen. Diese Produktreihe wird dann die sechste Version der Spectacles oder Specs sein, der vernetzten Brille, die Snap 2016 auf den Markt gebracht hat.

«Meta ist zwar gut positioniert, um diesen Markt zu erobern, aber viele andere Akteure, von denen man weniger hört, machen jedes Jahr technologische Fortschritte, wie beispielsweise XReal, TCL oder Vuzix», erklärt Jérôme Malzac. Nach dem Misserfolg von Apple Vision scheint sich das Unternehmen mit dem Apfel-Logo hingegen zurückzuhalten.

«Smart-Brillen sind ein vielversprechender Sektor, der die Märkte angesichts der Absatzaussichten begeistert», so Pierre-Alexis François. Mittelfristig müsse man noch einige Hürden nehmen, bis diese Brillen für jedermann verfügbar seien.

Auf technologischer Ebene bilden das Gewicht und die Akkulaufzeit nach wie vor die grössten Hindernisse für eine breite Akzeptanz, da die gesamte Technologie in die Brillenfassungen integriert werden muss. «Damit die Menschen bereit sind, eine SmartBrille zu tragen, muss sie relativ bequem und daher leicht sein», räumt Alyssa Cornuz ein. «Außerdem muss die Akkulaufzeit in etwa der eines Smartphones oder einer

Smartwatch entsprechen, also einen ganzen Tag betragen. Davor sind wir heute noch ziemlich weit entfernt.»

Die «Meta Ray-Ban Display» beispielsweise hat eine Akkulaufzeit von nur sechs Stunden bei intensiver Nutzung und ein Gewicht von 69 Gramm gegenüber 44 Gramm bei der klassischen «Ray-Ban Wayfarer». Außerdem bietet die Display nur ein kleines Fenster auf einem einzigen Brillenglas und hat nur wenige Funktionen wie das Lesen von WhatsApp-Nachrichten. Die Zukunft gehört der nächsten Generation mit Brillengläsern, die vollständig in einen für andere unsichtbaren Bildschirm verwandelt werden können und mit KI ausgestattet sind. Meta verfügt über ein solches Modell, den Prototyp Orion, der mit seinen Mikro-LED-Projektoren und optisch hochwertigen Siliziumkarbidgläsern ein Sichtfeld von etwa 70 Grad ermöglicht. Aber diese Meta-Version ist derzeit noch zu teuer und zu schwer für einen Marktplatz.

Eine weitere Hürde sind regulatorische Vorgaben. «Smart-Brillen lösen zu Recht eine Debatte über die gesammelten Daten und den Schutz der Privatsphäre aus, ganz zu schweigen von der Gesichtserkennung, einem heiklen Thema, das derzeit kein Unternehmen angehen möchte», so Jérôme Malzac. Die Absatzaussichten müssen aufgrund einer möglichen Verschärfung der Vorschriften, insbesondere in Europa, mit Vorsicht betrachtet werden. Diese Sorge teilt Alyssa Cornuz allerdings nicht: «Smart-Brillen sind in Sachen Datenschutz nicht viel problematischer als Smartphones, da heute jeder ständig mit seinem Handy filmt. Meiner Meinung nach besteht die grösste Hürde in der Akzeptanz der Menschen.» ▶

VR-Headsets auf dem Tiefpunkt

Erinnern Sie sich? Es war Anfang der 2010er-Jahre. Mit der Einführung des Oculus Rift entdeckte die breite Öffentlichkeit Virtual-Reality (VR)-Headsets. Und Experten kündigten bereits eine grosse Revolution an. Wir würden alle Filme schauen, Videospiele spielen oder sogar arbeiten, während wir unsere Augen hinter unseren VR-Masken versteckten. Doch daraus wurde nichts. «Auch heute noch sind VR-Headsets ein Nischenmarkt, der auf bestimmte berufliche Anwendungen wie Schulungen und Videospiele beschränkt ist», stellt Cyril Suter, Aktienspezialist bei Indosuez Wealth Management, fest. «Und trotz einiger Innovationen sehe ich in den nächsten Jahren keinen explosionsartigen Anstieg der Nachfrage, da diese Geräte nach wie vor teuer und wenig komfortabel und die Anwendungsmöglichkeiten begrenzt sind.» Trotz der Bemühungen von HTC,

Meta (Oculus Rift, dann Quest) und Apple (Apple Vision Pro) sind die Verkaufszahlen für immersive Headsets nie in die Höhe geschossen. Nur zwei Jahre nach der Markteinführung stellte das Unternehmen mit dem Apfel-Logo im Januar 2025 die Produktion des Apple Vision Pro ein, dessen unerschwinglicher Preis (3'500 Dollar in den USA) und der Mangel an Inhalten ihm zum Verhängnis wurden. Das Ende der Geschichte? Jérôme Malzac, Leiter Innovation und Experte für generative KI bei Micropole meint dazu: «Eines der Probleme von VR-Headsets ist, dass die Erstellung von 3D-Umgebungen für Inhalte extrem teuer ist. Aber mit den Fortschritten in der KI wird man diese Umgebungen bald auch automatisch erstellen können. In drei bis fünf Jahren dürfte der Markt für VR-Headsets wieder anziehen, weil dann die Kosten für die Erstellung von Inhalten drastisch sinken werden.»

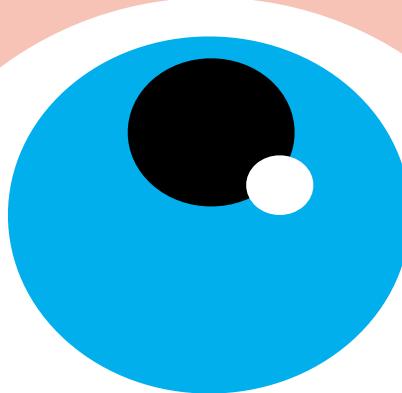


8

Unternehmen, die man im Blick haben sollte

Zahlreiche Firmen sind im Bereich der Augenheilkunde aktiv. Wir stellen ausgewählte Anbieter vor, die mindestens 50 Prozent ihres Umsatzes auf diesem Gebiet erzielen.

BERTRAND BEAUTÉ



Alcon Der Schweizer Riese

Alcon, der Gigant im Bereich Augenoptik, sieht in letzter Zeit alles nur noch verschwommen. In einem unsicheren Umfeld gibt sich das Unternehmen sehr vorsichtig, was seine Aussichten angeht. Im August dieses Jahres senkte Alcon erneut seine Prognosen für 2025 und rechnet nun mit einem Umsatz zwischen 10,3 und 10,4 Mrd. Dollar, gegenüber zuvor 10,4 bis 10,5 Mrd. Dollar. Eine Vorsicht, die den Märkten wenig gefällt: Innerhalb eines Jahres hat die Aktie mehr als 25 Prozent ihres Werts verloren. Für Christoph Wirtz, Aktienmanager bei Rothschild & Co, ist das kein Grund zur Sorge: «Der Markt für Augengesundheit wächst, und Alcon ist gut positioniert, um davon zu profitieren.»

«Der Markt für Augengesundheit wächst, und Alcon ist gut positioniert, um davon zu profitieren»

Christoph Wirtz, Aktienmanager bei Rothschild & Co

und 2029 um 6 Prozent pro Jahr wachsen. Der Bereich Augenpflege hat derzeit ein Volumen von 22 Mrd. Dollar und soll zwischen 2024 und 2029 um durchschnittlich 4 Prozent pro Jahr zulegen. Um seinen Vorsprung zu halten, treibt das Unternehmen kontinuierlich Innovationen und Akquisitionen voran, um an der Spitze zu bleiben. Im September diesen Jahres schloss Alcon die Übernahme des US-amerikanischen Medizintechnikunternehmens LumiThera ab, das eine Lichttherapie zur Behandlung von Patienten mit altersbedingter Makuladegeneration (AMD) in ihrer trockenen Form entwickelt hat. Parallel dazu treibt das Schweizer Unternehmen derzeit die Übernahme der Staar Surgi-

cal Company, des Herstellers der implantierbaren Collamer-Linsen, voran – trotz des Widerstands des Hauptaktionärs Broadwood Partners. Zudem hat die US-amerikanische Food and Drug Administration (FDA) im Mai dieses Jahres Tryptyr zugelassen, eine Augentropfenlösung zur Behandlung trockener Augen. Ein potenziell riesiger Markt, da weltweit 1,6 Milliarden Menschen an diesem Syndrom leiden und es bisher nur wenige wirksame Therapien gibt. Die Mehrheit der Analysten empfiehlt den Kauf der Aktie, die ihrer Meinung nach 2026 wieder ansteigen dürfte.

**GRÜNDUNG: 1945 SITZ: GENF (CH)
BESCHAFTIGTE: 25'600 UMSATZ 2024: USD 9,8 MRD.
→ ALCON**

© BRANDON WADE FOR ALCON, KEystone

←
Gutes Sehen ist in der Schule von entscheidender Bedeutung: 80 Prozent des Unterrichts erfolgen über die Augen. Anlässlich des Weltsehkräfttages 2021 bot die Alcon-Stiftung Schülern kostenlose Vorsorgeuntersuchungen, Augenuntersuchungen und Brillen an. Auf dem Foto erhält die kleine Ramona, Schülerin einer Grundschule im Schulbezirk Fort Worth (USA), eine passende Brille.

Test einer Ray-Ban-Brille.
Die Marke zählt zu
den Kultmodellen von
EssilorLuxottica.
↓



EssilorLuxottica Der Weltmarktführer im Brillengeschäft

Welche Brille tragen Sie auf der Nase? Ray-Ban, Oakley, Giorgio Armani oder Chanel? In jedem Fall ist die Wahrscheinlichkeit gross, dass Ihr Brillengestell aus den Fabriken des französisch-italienischen Unternehmens EssilorLuxottica stammt. Mit einem Portfolio von mehr als 150 Marken ist das Unternehmen der unangefochtene Weltmarktführer bei Brillen und Brillengläsern, noch vor Anbietern

wie Hoya aus Japan oder Zeiss aus Deutschland. Es handelt sich um einen strukturell wachsenden Markt, da die alternde Bevölkerung zu einer steigenden Nachfrage nach Korrekturbrillen führt.

«Der Markt für traditionelle Brillen wächst weiter. Und Essilor ist hier der innovativste Akteur»

Pierre-Alexis François, Portfoliomanager bei Thematics Asset Management

EssilorLuxottica beschränkt sich jedoch nicht nur auf diesen Be-

reich, sondern versucht, durch zahlreiche Innovationen neue Geschäftsfelder zu erschliessen. In Zusammenarbeit mit Meta brachte das Unternehmen 2023 die vernetzte Brille Meta Ray-Ban auf den Markt. Ein unerwarteter Erfolg (s. S. 36). Parallel dazu entwickelte der Konzern die Nuance Audio Glasses, eine Brille, die sowohl die Sehkraft korrigiert als auch als Hörlhilfe dient und im Februar dieses Jahres die Marktzulassung der FDA sowie die CE-Kennzeichnung in Europa erhielt. Mit diesem Produkt will Essilor den Markt für Hörgeräte für leichte bis mittel-

© ESSILORLUXOTTICA / ADOBESTOCK

schwere Hörbeeinträchtigungen revolutionieren, von denen laut WHO weltweit 1,25 Milliarden Menschen betroffen sind. Innovationen, die Investoren begeistern: Innerhalb eines Jahres stieg der Kurs der EssilorLuxottica-Aktie um mehr als 30 Prozent, und die Mehrheit der Analysten empfiehlt weiterhin den Kauf der Aktie.

Die Begeisterung wird allerdings von Pierre-Alexis François, Portfoliomanager bei Thematics Asset Management, gedämpft: «Mit Ray-Ban Meta verschafft sich Essilor einen technologischen Vorsprung, der für Investoren attraktiv ist, die auf die Absatzaussichten von vernetzten Brillen setzen. Was die Nuance-Brillen angeht, tritt Essilor hier in Konkurrenz zu reinen Hörgeräteanbietern wie Sonova, deren Produkte im audiologischen Bereich zwar oft ausgereifter, aber nicht so komplementär sind.» Um seine Technologie zu verbessern, hat Essilor im Januar Pulse Audition übernommen, ein französisches Start-up, das neue Lösungen mittels künstlicher Intelligenz für Menschen mit Hörproblemen entwickelt.

Für Pierre-Alexis François hat Essilor in seinem angestammten Geschäftsfeld das grösste Potenzial: «Der Markt für traditionelle Brillen wächst weiter. Und Essilor ist der innovativste Akteur in diesem Segment.» Die 2020 eingeführten Stellest-Gläser, die die Entwicklung von Kurzsichtigkeit bei Kindern verlangsamen, sind sehr erfolgreich. Im September erhielten sie als erste Gläser dieser Art die Marktzulassung durch die FDA.

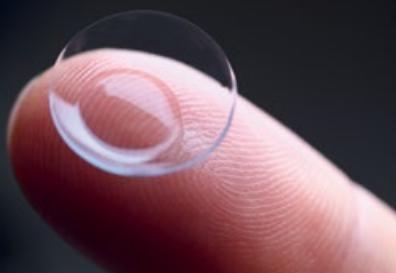
**GRÜNDUNG: 1971 SITZ: CHARENTON-LE-PONT (FR)
BESCHÄFTIGTE: 200'000 UMSATZ 2024: EUR 26,5 MRD.
→ EL**

The CooperCompanies Der US-Kontaktlinsenhersteller

So wie Alcon, der Konkurrent auf dem Kontaktlinsenmarkt, hat auch The CooperCompanies derzeit mit schwierigen Marktbedingungen zu kämpfen. Innerhalb eines Jahres hat die Aktie fast 35 Prozent an Wert verloren. Und das könnte noch nicht alles sein: Am 1. Oktober hat Goldman Sachs die Berichterstattung über The CooperCompanies aufgenommen und sofort eine Verkaufsempfehlung ausgesprochen. Die Bank befürchtet einen Rückgang der Jahresumsatzprognosen.

Für das Jahr 2025 erwartet The CooperCompanies einen Umsatz von fast 4,1 Mrd. Dollar

Das US-Unternehmen hat zwei Geschäftsbereiche: CooperSurgical, das sich der Gesundheit von Frauen widmet und 2024 ein Drittel des Gesamtumsatzes ausmachen wird, und CooperVision, ein Hersteller von Kontaktlinsen, der zwei Drittel des Umsatzes erzielt. In diesem sehr wettbewerbsintensiven Markt konkurriert The CooperCompanies hauptsächlich mit Alcon und dem entsprechenden Geschäftsbereich von Johnson & Johnson. Für 2025 erwartet The CooperCompanies einen Umsatz von fast 4,1 Mrd. Dollar, was einem Anstieg von 4,5 Prozent gegenüber 2024 entspricht und zu gleichen Teilen von seinen beiden Geschäftsbereichen getragen wird (4 bis 5 Prozent Wachstum für CooperVision und 3 bis 3,5 Prozent für CooperSurgical). Das dürfte die Analysten überzeugen. Mit Ausnahme von Goldman Sachs empfiehlt die Mehrheit derjenigen, die den Wert verfolgen, den Kauf.



**GRÜNDUNG: 1958 SITZ: SAN RAMON (USA) BESCHÄFTIGTE: 16'000
UMSATZ 2024: USD 3,9 MRD. → COO**

«Die Zahl der Augenerkrankungen steigt rasant an»

Das Schweizer Start-up Oculis entwickelt vielversprechende Therapien für Augenerkrankungen. Wir haben CEO Riad Sherif in seinem Unternehmen in Lausanne interviewt.

BERTRAND BEAUTE

Es ist allgemein bekannt, dass CEOs in der Regel viel reisen. Riad Sherif bildet da keine Ausnahme. Der Chef von Oculis pendelt zwischen dem Firmensitz in Zug und den drei weiteren Standorten des Unternehmens in Lausanne, Reykjavík (Island) und Newton (USA). Ganz zu schweigen von den verschiedenen Fachkongressen, an denen er weltweit teilnimmt. Im Mai 2025 war er beispielsweise auf dem Retina World Congress in Fort Lauderdale in den USA, um die positiven Ergebnisse der klinischen Studien zu den von Oculis entwickelten Behandlungen vorzustellen. Zwischen zwei Reisen haben wir ihn zu einem Interview in seiner Firma in Lausanne getroffen.



Riad Sherif, CEO von Oculis, vor dem Firmensitz in Lausanne am 25. September 2025

Die Prävalenz von Augenerkrankheiten nimmt weltweit zu. Besteht Gefahr?

Riad Sherif: Tatsächlich nimmt die Verbreitung aller Augenerkrankungen rasant zu, und das hauptsächlich aus drei Gründen: alternde Bevölkerung, Diabetes und Bildschirmarbeit. Doch es gibt auch eine gute Nachricht: Die Augenheilkunde ist ein Bereich, in dem viel Neues entsteht. Es gibt eine sehr umfangreiche Pipeline von Behandlungen, die sich derzeit in der Entwicklung befinden und in den nächsten Jahren auf den Markt kommen werden. Das stimmt mich sehr optimistisch.

In dieser Pipeline finden sich auch die von Oculis entwickelten Lösungen. Was wird OCS-01, Ihr am weitesten entwickeltes Molekül, im Vergleich zu den bereits auf dem Markt befindlichen Lösungen für die Behandlung des diabetischen Makulaödems bringen?

Die derzeitigen Therapien sind für die Patienten sehr belastend. Sie haben nur zwei Möglichkeiten: regelmässige Injektionen ins Auge oder das Einsetzen von Implantaten. Da es sich um invasive Behandlungen handelt, neigen die Patienten dazu, sie zu verschieben. Darüber hinaus verzögern die Wartezeiten für einen Termin ihre Behandlung. Die in den Vereinigten Staaten mit 200'000 Patienten durchgeführte Iris-Studie hat gezeigt, dass 60 Prozent der Menschen mit diabetischem Makulaödem in den zwölf Monaten nach der Diagnose nicht behandelt wurden. Es ist jedoch wichtig, diese Krankheit so früh wie möglich zu behandeln. Andere Studien haben gezeigt, dass Diabetiker die Verschreibungen nicht befolgen: Anstatt die empfohlenen zehn oder elf Injektionen pro Jahr anzunehmen, gehen sie im Durchschnitt nur viermal pro Jahr zum Augenarzt. Ich mache

ihnen keine Vorwürfe, im Gegenteil. Ich habe grosses Verständnis für Diabetiker, denn wenn sie an Augenkomplikationen leiden, kommen diese zu anderen Gesundheitsproblemen hinzu. In diesem Zusammenhang könnte OCS-01 eine ideale Lösung sein.

«Oculis besitzt drei Medikamentenkandidaten, die jeweils einen Markt von mehreren Mrd. Dollar pro Jahr anvisieren»

Sie haben Jahre gebraucht, um alle Hindernisse zu überwinden. Als sie mit ihren Forschungen begannen, arbeiteten etwa zehn Unternehmen an ähnlichen Produkten. Unser Produkt ist derzeit das einzige in Phase III, also der letzten Entwicklungsphase vor der Markteinführung. Alle anderen Projekte wurden aufgegeben.

OCS-01 befindet sich derzeit in der klinischen Phase-III-Studie – der letzten vor einer möglichen Zulassung. Wenn alles gut läuft: Wann könnte es auf den Markt kommen?

Die Ergebnisse der beiden Phase-III-Studien mit 800 Patienten werden im zweiten Quartal des nächsten Jahres bekannt geben. Wenn sie positiv ausfallen, dürfte die Zulassung durch die amerikanische Food and Drug Administration (FDA) dann ein Jahr dauern. OCS-01 könnte also bis 2027 in den Vereinigten Staaten und anschliessend in Europa und anderen Teilen der Welt auf den Markt kommen.

Das Potenzial ist enorm. In den USA wurde bei etwa 1,8 Millionen Menschen ein diabetisches Makulaödem diagnostiziert. Davon werden 900'000 behandelt, aber nur 500'000 sprechen optimal auf die Behandlung an. Mit anderen Worten: 1,3 Millionen amerikanische Patienten werden nach wie vor unzureichend versorgt und könnten von einer Alternative wie OCS-01 profitieren. Weltweit ist das Problem noch grösser.

Neben dem Makulaödem testen wir unser Molekül auch für andere therapeutische Anwendungen. Es ist nämlich ein sehr wirksames Produkt zur Behandlung komplizierter Entzündungen des Auges, insbesondere von postoperativen Entzündungen. →

Ein weiteres Ihrer Produkte hat in diesem Jahr für viel Gesprächsstoff gesorgt: OCS-05, das positive Ergebnisse bei der Behandlung einer seltenen Krankheit, der Optikusneuritis, erzielt hat. Warum haben diese Ergebnisse so grosses Interesse in Wissenschafts- und Finanzkreisen geweckt?

Die Optikusneuritis, eine akute Entzündung des Sehnervs, ist in der Tat eine relativ seltene Erkrankung, von der jährlich 150'000 Patienten betroffen sind. Zwei Drittel von ihnen leiden an Multipler Sklerose. Aber es handelt sich um eine Krankheit, die mir besonders am Herzen liegt, weil sie junge Menschen – im Schnitt nur 32 Jahre alt – betrifft, vor allem Frauen, die nach und nach ihr Augenlicht verlieren, weil es derzeit keine Behandlung gibt. Wenn ich an diese Krankheit denke, stelle ich mir eine junge Mutter vor, die blind wird.

In einer klinischen Phase-II-Studie, deren Ergebnisse im Januar 2025 veröffentlicht wurden, hat unser neuester Medikamentenkandidat namens Privosektor oder OCS-05 hervorragende Ergebnisse gezeigt. Eine Premiere in der Behandlung dieser Krankheit. Nach drei Monaten hatten die Patienten eine deutliche Verbesserung ihrer Sehschärfe erzielt – im Durchschnitt 18 Buchstaben in einem Sehtest, wobei sich die Sehqualität mit einem Gewinn von 15 Buchstaben verdoppelt. Es handelt sich zwar nur um eine erste Studie, die noch bestätigt werden muss, aber diese Ergebnisse sind bereits solide und sehr vielversprechend.

Und es geht noch weiter: Um die Wirksamkeit unseres Medikamentenkandidaten zu bewerten, haben wir drei Kriterien herangezogen: die Verbesserung des Sehvermögens der Patienten, die Dicke der Netzhaut und das Vorhandensein eines Biomar-



Riad Sherif, ein CEO, der Augen heilen will

Auch wenn er heute ein kleines Unternehmen leitet, kennt Riad Sherif die grossen Konzerne aus eigener Erfahrung. Bevor er 2017 zum CEO von Oculis ernannt wurde, arbeitete der 1968 in Algerien geborene Arzt mehr als sieben Jahre bei Sanofi, 14 Jahre bei Novartis und zwei Jahre bei Alcon. Ein Erbe, das er nicht verleugnet.

«Die Zeit, die ich in grossen Konzernen verbracht habe, ist ein Vorteil», betont Riad Sherif. «Diese Unternehmen sind sehr strukturiert, man ist dort von Experten aus allen Bereichen umgeben. Ich bin Sanofi, Novartis und Alcon für die Erfahrungen, die ich dort gesammelt habe, sehr dankbar. Ohne sie wäre ich nicht in der Lage, das zu tun, was ich heute tue.» Als Leiter eines Biotech-Unternehmens geniesst der CEO nun die Flexibilität kleinerer Strukturen: «Wir müssen den Status quo hinter uns lassen und das Risiko eingehen, innovativ zu sein.» Sherif hat ein klares Ziel vor Augen: Er möchte seine kleine Schweizer Firma zu einem der weltweit führenden Anbieter von ophthalmologischen und neuroophthalmologischen Therapien machen.

kers, der für die Zerstörung von Neuronen charakteristisch ist. Unser Produkt hat bei diesen drei Kriterien hervorragende Resultate erzielt. Mit anderen Worten: Es könnte als Neuroprotektivum wirken, was wirklich revolutionär ist. Seit Jahren suchen alle nach einer Behandlung, die die Neuronen schützt, bisher jedoch ohne Erfolg. Und jetzt haben wir etwas, das aussergewöhnliche Ergebnisse gezeigt hat. Das eröffnet immense Perspektiven, nicht nur in der Augenheilkunde, sondern auch in der Neurologie für die Behandlung neurodegenerativer Erkrankungen.

Klinische Studien sind extrem kostspielig. Verfügt Oculis über die nötigen finanziellen Mittel, um die Entwicklung alleine fortzusetzen?

Im Februar dieses Jahres haben wir 100 Mio. Dollar aufgebracht und im August eine Kreditfazilität von BlackRock in Höhe von weiteren 100 Mio. Franken erhalten. Wir sind also gut finanziert, ausreichend, um alle unsere Projekte

mindestens bis Ende 2027 voranzutreiben, ohne die Kreditlinie in Anspruch nehmen zu müssen. Was eine mögliche Vermarktung von OCS-01 angeht, möchten wir dies in den USA selbst tun. Wir werden uns auf diesen konsolidierten Markt konzentrieren und wahrscheinlich Partnerschaften für den Rest der Welt suchen.

«Unser Aktienkurs spiegelt nicht unser ganzes Potenzial»

Die Ursprünge von Oculis liegen in Island, Ihr Hauptsitz befindet sich in der Schweiz, und Sie haben sich entschieden, sich auf die USA zu konzentrieren, wo Sie an der Börse kotiert sind. Warum diese Streuung?

OCS-01 wurde in Island entwickelt, wo wir ein Formulierungslabor unterhalten, um Wirkstoffe in eine anwendbare Arzneiform zu bringen. Anschliessend wurde Oculis in seiner Entwicklung vom

Novartis Venture Fund und anderen Investmentfonds unterstützt, was zur Ansiedlung des Unternehmens in der Schweiz führte. Es hat Vorteile, hier zu sein: Wir befinden uns im Herzen des Health Valley in einem Land, das über profunde Kompetenzen in der pharmazeutischen Forschung verfügt. Und schliesslich sind die USA der grösste Markt für Pharmazeutika. Für ein Biotech-Unternehmen ist es ganz natürlich, an der Nasdaq kotiert zu sein. Es ist der grösste und liquideste Markt der Welt. Dort muss man sein, um die Chance zu haben, möglichst viele Investoren zu finden.

Ist Oculis Ihrer Meinung nach derzeit gut bewertet?

Wenn Sie diese Frage einem beliebigen CEO eines börsenkotierten Unternehmens stellen, wird er Ihnen antworten, dass sein Unternehmen besser bewertet sein sollte (lacht). Im Ernst: Ich glaube, dass unser Aktienkurs noch nicht sein volles Potenzial widerspiegelt. Der Markt hat OCS-05 noch nicht vollständig in

unsere Bewertung integriert. Der Grund dafür ist einfach: Bislang sind alle Medikamentenkandidaten für den Neuroprotektionsbereich gescheitert. Es ist unsere Aufgabe, den Markt und die Investoren aufzuklären, um sie vom Potenzial von OCS-05 zu überzeugen. Ich bin sehr optimistisch.

Aber alle Ihre Produkte befinden sich noch in der klinischen Testphase. Es besteht also potenziell das Risiko, dass OCS-05, aber auch Ihre anderen Medikamentenkandidaten scheitern...

Das ist richtig, aber ich halte das Risiko in unserem Fall für überschaubar. Wenn man OCS-02 hinzunimmt, das für das Syndrom des trockenen Auges in die Phase II/III eintreten wird, verfügt Oculis über drei Medikamentenkandidaten, die jeweils Märkte mit einem Volumen von mehreren Mrd. Dollar pro Jahr anvisieren. Es reicht aus, wenn nur eines dieser Produkte auf den Markt kommt, damit das Unternehmen rentabel ist und einen Umsatz von mehr als einer Mrd. Dollar erzielt. Angesichts der hervorragenden Ergebnisse, die wir erzielt haben, bin ich sehr zuversichtlich.

Das Syndrom des trockenen Auges betrifft weltweit jeden dritten Menschen. Was bietet OCS-02 hier mehr, verglichen mit schon bestehenden Behandlungen?

Derzeit brechen 90 Prozent dieser Patienten ihre Behandlung nach weniger als einem Jahr ab, weil sie nicht zufrieden sind. Wir haben einen Gatest entwickelt, mit dem sich feststellen lässt, welche Personen sehr positiv auf unser Produkt ansprechen werden. Das ist Präzisionsmedizin, die die Behandlung verbessert und die Gesundheitskosten senkt, indem unnötige Verschreibungen vermieden werden. ▶

Oculis Den Blick nach oben gerichtet

In diesem Jahr gibt es für das Zuger Unternehmen Oculis eine gute Nachricht nach der anderen. Im Januar konnte man positive klinische Ergebnisse für OCS-05 (Privosektor) zur Behandlung der akuten Optikusneuritis präsentieren. Die Nachricht sorgte in der wissenschaftlichen Community für grosses Aufsehen: Denn dieses Produkt könnte eine neuroprotektive Wirkung haben, den Heiligen Gral der Neurologie, und damit möglicherweise den Weg für die Behandlung neurodegenerativer Erkrankungen ebnen.

Alle Analysten, die Oculis verfolgen, empfehlen den Kauf der Aktie

Das Unternehmen nutzte diese Ankündigung und sammelte im Februar im Rahmen einer überzeichneten Kapitalerhöhung 100 Mio. Dollar ein, eine der grössten Finanzierungsrunden für ein Schweizer Start-up in diesem Jahr. Und Anfang Oktober gab Oculis nach einem positiven Treffen mit der amerikanischen Food and Drug Administration (FDA) bekannt, dass die Arbeit an OCS-05 in einem Zulassungsprogramm für neuroophthalmologische Indikationen vorangetrieben wird. Neben OCS-05 umfasst die Pipeline von Oculis zwei weitere Medikamentenkandidaten, die sich derzeit in der Entwicklung befinden: OCS-01 zur Behandlung von diabetischem Makulaödem und Entzündungen nach Kataraktoperationen sowie OCS-02 zur Behandlung des trockenen Auges. Alle Analysten, die den Wert beobachten, empfehlen den Kauf der Aktie.

**GRÜNDUNG: 2016 SITZ: ZUG (CH)
BESCHAFTIGTE: <100 UMSATZ 2024: CHF 1 MIO. → OCS**

<p>Simulation des Sehvermögens einer Person, die an altersbedingter Makuladegeneration (AMD) leidet.</p>		<p>feuchter AMD müssen alle ein bis drei Monate Injektionen ins Auge erhalten. Dieser Eingriff erfordert sehr häufige Termine beim Augenarzt und veranlasst viele Patienten dazu, ihre Behandlung abzubrechen.</p>		<p>Warby Parker Partner von Google</p>	<p>des Atlantiks noch wenig bekannt, verzeichnet jedoch ein rasantes Wachstum.</p>	
<p>Ocular Therapeutix Der Netzhautspezialist</p>		<p>neration (feuchte und trockene AMD) und diabetischer Retinopathie revolutionieren wollen. Weltweit leiden laut Unternehmensangaben etwa 410 Millionen Menschen an einer Netzhauterkrankung. Derzeit ist die Behandlung dieser Patienten jedoch alles andere als optimal: 90 Prozent der Menschen mit</p>		<p>Parallel dazu hat Ocular ein weiteres Molekül in der Entwicklung, Paxtrava, das sich derzeit in der klinischen Phase-II-Studie zur Behandlung von Glaukom und okulärem Bluthochdruck befindet. Die Mehrheit der Analysten ist vom Potenzial von Ocular überzeugt und empfiehlt den Kauf der Aktie, deren Kurs bei positiven klinischen Studien und einer Marktzulassung durch die FDA in die Höhe schnellen könnte.</p>	<p>GRÜNDUNG: 2006 SITZ: BEDFORD (USA) BESCHÄFTIGTE: 300 UMSATZ 2024: USD 63,723 MIO. → OCUL</p>	<p>was einem Anstieg von 14 bis 15 Prozent entspricht. Um dieses Wachstum sicherzustellen, setzt Warby Parker sowohl auf den Online-Verkauf als auch auf den Ausbau seines Filialnetzes in Kanada und den USA, wo das Unternehmen jüngst die Marke von 300 Geschäften überschritten hat. Dort verkauft es die eigenen Brillen, aber auch Kontaktlinsen und Augenprodukte, die von anderen Firmen entwickelt wurden. Die Hälfte der Analysten, die den Wert verfolgen, empfehlen den Kauf der Aktie. Die anderen empfehlen, sie zu behalten.</p>
<p>Wie das Schweizer Juwel Oculis (s. S. 47) gehört Ocular Therapeutix zu den Biotech-Unternehmen, die die Behandlung von Netzhauterkrankungen wie altersbedingter Makuladege-</p>		<p>neration (feuchte und trockene AMD) und diabetischer Retinopathie revolutionieren wollen. Weltweit leiden laut Unternehmensangaben etwa 410 Millionen Menschen an einer Netzhauterkrankung. Derzeit ist die Behandlung dieser Patienten jedoch alles andere als optimal: 90 Prozent der Menschen mit</p>		<p>GRÜNDUNG: 2010 SITZ: NEW YORK (USA) BESCHÄFTIGTE: 3'800 UMSATZ 2024: USD 771,3 MIO. → WRBY</p>	<p>2024 erzielte Warby Parker einen Umsatz von 771,3 Mio. Dollar – ein Plus von 15,2 Prozent gegenüber dem Vorjahr</p>	



	<p>Ein Werk von Menicon in China, in dem Linsen produziert werden. Fotografiert im Juli 2025.</p>
<h3>Menicon</h3> <p>Der japanische Kontaktlinsenhersteller</p>	<p>Fast 75 Jahre später ist Menicon zu einem multinationalen Unternehmen geworden, das seine Kontaktlinsen fast überall auf der Welt verkauft, insbesondere in Europa, den Vereinigten Staaten, China und Australien. Wie seine Konkurrenten Alcon, Johnson & Johnson oder CooperVision kann das Unternehmen darauf zählen, dass die Zunahme von Refraktionsfehlern (Kurzsichtigkeit, Weitsichtigkeit, Alterssichtigkeit und Astigmatismus) in den nächsten Jahren zu einem Umsatzanstieg führen wird. Prognosen zufolge werden im Jahr 2050 weltweit 4,9 Milliarden Menschen kurzsichtig sein, gegenüber 2,6 Milliarden im Jahr 2020. Von den fünf Analysten, die den Wert beobachteten, empfehlen drei den Kauf der Aktie, die beiden anderen plädieren für Halten.</p>
<h3>Das Unternehmen profitiert vom Anstieg der Refraktionsstörungen</h3>	<p>Dank seiner eigenen Forschungen entwickelte der junge Mann 1951 selbst die erste japanische Kontaktlinse und gründete eine Firma, um sie zu vermarkten.</p>
<p>GRÜNDUNG: 1951 SITZ: NAGOYA (JP) BESCHÄFTIGTE: 4'500 UMSATZ 2025 (GESCHÄFTSJAHR): JPY 121,4 MRD. → 7780</p>	<p>GRÜNDUNG: 1853 SITZ: VAUGHAN (CA) BESCHÄFTIGTE: 13'500 UMSATZ 2024: USD 4,791 MRD. → BLCO</p>
<p>© MENICON</p>	<p>© MENICON</p>

Smart rechnen. Elektrisch fahren.



Profitieren Sie während der Ford Business Weeks von einem attraktiven 0% Leasing auf alle Ford Pro™ E-Modelle.

Mehr erfahren



Effektiver Jahreszins aufgrund von Bearbeitungskosten zwischen 0.04% und 0.07% je nach Modell.
Ford E-Transit Custom® Van Trend, 136 PS / 100 kW. Verbrauch: 23.1 kWh/100km, CO₂-Emissionen: 0 g/km. Berechnungsbeispiel bei einem Balkaufpreis von Fr. 43'238.- inkl. MwSt. (unverbindliche Preisempfehlung); monatliche Leasinggebühr Fr. 280.-, Laufzeit 60 Monate, Sonderzahlung zu Beginn Fr. 11'690.-, effektiver Jahreszins 0.05%, max. Fahrleistung 10'000 km/Jahr, exkl. Vollkaskoversicherung.
Ford E-Transit® Courier Kastenwagen Trend, 136 PS / 100 kW. Verbrauch: 17.5 kWh/100km, CO₂-Emissionen: 0 g/km. Berechnungsbeispiel bei einem Balkaufpreis von Fr. 29'120.- inkl. MwSt. (unverbindliche Preisempfehlung); monatliche Leasinggebühr Fr. 260.-, Laufzeit 60 Monate, Sonderzahlung zu Beginn Fr. 7'424.-, effektiver Jahreszins 0.07%, max. Fahrleistung 10'000 km/Jahr, exkl. Vollkaskoversicherung.
Ford Ranger® PHEV XLT Doppelcabine, 2.3l Ecoboost, 281 PS/207 kW, 10-Gang Automatikgetriebe, e-4WD. Verbrauch: 6.5 l/100 km + 12.9 kWh/100km, CO₂-Emissionen: 148 g/km. Berechnungsbeispiel bei einem Balkaufpreis von Fr. 52'650.- inkl. MwSt. (unverbindliche Preisempfehlung); monatliche Leasinggebühr Fr. 270.-, Laufzeit 60 Monate, Sonderzahlung zu Beginn Fr. 11'880.-, effektiver Jahreszins 0.04%, max. Fahrleistung 10'000 km/Jahr, exkl. Vollkaskoversicherung.
Finanzierung über Ford Credit by Santander Consumer Schweiz AG. Eine Leasingvergabe wird nicht gewährt, falls sie zur Überschuldung der Konsumentin oder des Konsumenten führt. Angebot gültig nur für Flottenkunden, bei teilnehmenden Ford Partnern bis auf Widerruf, spätestens bis 31.12.2025. Irrtum und Änderungen vorbehalten.



PORTRÄT

Pop Mart: kometenhafter Aufstieg mit Labubu

Der Erfolg der kleinen pelzigen Figur hat den Umsatz des chinesischen Konzerns in die Höhe schnellen lassen und seinen Aktienwert in weniger als einem Jahr verdreifacht. Um diesen Schwung aufrechtzuerhalten, muss das Unternehmen nun seine Einnahmequellen diversifizieren.

JULIE ZAUGG, LONDON



© DAVID KRISTANTO

47 MRD.

Dollar beträgt die Marktkapitalisierung, die Pop Mart Ende September erreicht hat. Sie übertrifft den Gesamtwert der drei Spielzeughersteller Mattel, Hasbro und Sanrio.

+238%

So stark stieg der Aktienkurs von Pop Mart in den ersten acht Monaten dieses Jahres.

150'000

Dollar war der Preis, den eine lebensgroße Labubu-Puppe im Juni bei einer Auktion in China erzielte.

Das rosafarbene, mit Fell umrandete Ausgabegerät thront mitten in der Spielzeugabteilung von Selfridges, dem berühmten Luxuskaufhaus im Herzen Londons. Um eine der darin enthaltenen Pop-Mart-Figuren zu kaufen, muss man nur die gewünschte Serie auf einem Touchscreen auswählen, eine Kreditkarte vorlegen und dann die Schachtel entnehmen, die ein mechanischer Arm in den Schlitz des Automaten gelegt hat. Jeder Kauf ist eine Überraschung: Man weiß nie, welche Figur sich in der geheimnisvollen Schachtel befindet.

Ein Paar nähert sich. «Haben Sie noch Labubu?», fragt die junge Frau. «Nein, die sind alle ausverkauft», antwortet eine Verkäuferin. «Aber Sie können an einer Onlineverlosung teilnehmen.» Der Partner der jungen Frau entscheidet sich daraufhin für eine Figur aus der Serie Naruto Ninkai Taisen, die von einem japanischen Manga inspiriert ist. Und die 26-jährige Sarah erzählt: «Ich sammle Labubu seit Anfang des Jahres. Heute Morgen habe ich eine Figur im offiziellen Pop-Mart-Shop gefunden. Ich kaufe sie auch auf Wiederverkaufportalen, manchmal zum dreifachen oder vierfachen des ursprünglichen Preises.» Besonders gefällt ihr, wie sie sagt, Labubu an ihrer Tasche befestigt zu können. «Das macht sie zu einem Modeaccessoire», erklärt sie. «Die Leute sprechen mich auf der Strasse darauf an.»

Die Labubu, plüschige Schlüsselanhänger, die wie Elfen mit Hasenohren und einem verschmitzten Grinsen aussehen, gibt es seit 2015. Sie verbreiteten sich ab 2019, aber so richtig populär wurden sie erst in diesem Jahr. «Eines der Mitglieder der K-Pop-Gruppe Blackpink zeigte sich Anfang des Jahres mit einer dieser Puppen, was sie in Asien sofort zu einem viralen Phänomen machte», sagt William Ma, Investmentdirektor der chinesischen Finanzgruppe Grow. Andere Stars, darunter Rihanna, Kim Kardashian und David Beckham, folgten diesem Trend und machten die Labubu auch im Westen bekannt.

Die vom Hongkonger Künstler Kasing Lung entworfenen Figuren sind ständig ausverkauft. In den USA, in Grossbritannien und Australien stehen Fans regelmäßig die ganze Nacht vor den Pop-Mart-Geschäften Schlange, um neu eingetroffene Plüscher zu ergattern. Im Mai mussten die britischen Filialen der Gruppe den Verkauf von →

Ein Labubu-Figurenautomat in einem Selfridges-Shop im Zentrum von London



Labubu einstellen, nachdem sich Kunden vor einem Londoner Geschäft um die wenigen zum Verkauf stehenden Exemplare gestritten hatten.

Auf Wiederverkaufsplattformen können die am schwersten zu findenden Modelle bis zu 10'000 Dollar erzielen. «Der Eindruck, Labubu seien eine Seltenheit, wird von der Marke durch eine restriktive Lagerverwaltung gepflegt. Das hat diese Figuren noch attraktiver gemacht», meint Chris Pereira, Gründer der Agentur iMpact, die Pop Mart im Vorfeld seiner Expansion ins Ausland beraten hat.

Die Begeisterung spiegelt sich in den Verkaufszahlen des chinesischen Unternehmens wider. In den ersten sechs Monaten des Jahres 2025 stieg der Umsatz um 204 Prozent auf 13,88 Mrd. Yuan (rund 1,5 Mrd. Franken, Stand Ende September). CEO Wang Ning geht davon aus, dass der Umsatz für das gesamte Jahr 30 Mrd. Yuan (etwa 3,3 Mrd. Franken) erreichen könnte, gegenüber 13 Mrd. Yuan (1,4 Mrd. Franken) im Jahr 2024.

Pop Mart hat ausser den kleinen, schelmischen Figuren durchaus noch mehr zu bieten. Das Unternehmen wurde 2010 gegründet

und begann zunächst mit dem Verkauf von Spielzeug und anderen Kuriositäten zu niedrigen Preisen, bevor es sich ab 2016 auf Figuren für Erwachsene konzentrierte. «In China gibt es einen ganzen Markt dafür, der hauptsächlich von Mitgliedern der Generation Z und von Frauen getragen wird», betont Ashley Dudarenok, Expertin für Konsum in China.

Diese Sammlergruppe schätzt besonders das Konzept der Überraschungsbox. «Es gibt da diesen Überraschungseffekt, eine gewisse Vorfreude. Man weiss nie, welche Figur man bekommt», fügt sie hinzu. «Das regt zu wiederholten Käufen an.» Um die Spannung zu erhöhen, nimmt Pop Mart einige extrem seltene Stücke in seine Kollektionen auf – sogenannte Chasers, Secrets oder Chase Figures –, die sich durch eine besondere Farbkombination oder ein originelles Accessoire auszeichnen. Neben Labubu hat das in Peking ansässige Unternehmen mehr als 100 weitere Figuren im Angebot, darunter Molly, ein Mädchen mit schmollendem Mund, Skullpanda, eine

Ashley Dudarenok, Expertin für Konsumverhalten in China

«Es gibt da diesen Überraschungseffekt, eine gewisse Vorfreude. Man weiss nie, welche Figur man bekommt»

Ashley Dudarenok, Expertin für Konsumverhalten in China

Links: Ein riesiger Roboter in Form einer Labubu-Figur im Changjiahu-Shopping-Park in Chongqing, China (26. August 2025)

Rechts: Überraschungsboxen mit einer Molly-Puppe, einer weiteren Kultfigur von Pop Mart, hier in einem Laden der Marke in Bangkok (21. April 2024)



© ZUMA PRESS, ALAMY / LI HONGBO, AFP

Astronautin, oder Crybaby, ein Baby, das ständig weint. Vor Kurzem hat es Serien auf den Markt gebracht, die auf Figuren von Disney, Harry Potter und den Glücksbärchis basieren.

Ursprünglich verkauft Pop Mart seine Kreationen hauptsächlich über Automaten. «Das Unternehmen hat sie in Einkaufszentren und Hotellobbies aufgestellt, wodurch man eine grosse Anzahl von Kunden erreichen konnte, ohne die Kosten für ein physisches Geschäft tragen zu müssen», erklärt Chris Pereira. Es folgten Pop-Mart-Geschäfte zunächst in China, dann ab 2020 auch im Ausland. Im selben Jahr ging das Unternehmen an die Hongkonger Börse. Die Marke besitzt mittlerweile mehr als 5'700 Geschäfte in mehr als 20 Ländern. «Sie sind mit ihrer gepflegten Einrichtung, ihrer Fähigkeit, eine ganze Welt nachzubilden, und der Aufregung, die durch die Warteschlangen vor den Läden entsteht, ein wesentlicher Bestandteil des Einkaufserlebnisses», betont William Ma.

Die Kehrseite dieses Erfolgs ist, dass der Markt seit einigen Monaten mit gefälschten Labubu-Figuren namens «Lafufu» überschwemmt wird. Sie werden in China hergestellt, exportiert und in asiatischen, europäischen und

amerikanischen Hauptstädten zu einem niedrigeren Preis verkauft, ohne dass sie jemals ausverkauft sind.

Fälschungen

Weniger als 200 Meter von Selfridges in London entfernt steht ein Stapel Kartons mit fast perfekten Imitationen der kleinen Figur am Eingang eines Ladens, der Souvenirs und E-Zigaretten verkauft. Sie kosten 13 Pfund pro Stück, fünf Pfund weniger als das Original. «Sie können zwei für 20 Pfund haben», bietet der Verkäufer an. Als chinesisches Unternehmen ist Pop Mart zudem den Vorgaben der Pekinger Regierung unterworfen. «Die chinesischen Behörden haben den Verkauf von Wundertümchen an Kinder unter acht Jahren verboten. Erlaubt ist die Abgabe an Minderjährige nur mit Zustimmung ihrer →

Der Illustrator Kasing Lung (l.) und der Sänger Hins Cheung, beide aus Hongkong, posieren bei einer Werbeveranstaltung für Labubu am Flughafen der Megacity (22. September 2025).

↓

DIE MEINUNG DES ANALYSTEN

«Eine spekulative Investition»

Die Umsätze von Pop Mart sind seit Jahresbeginn sprunghaft angestiegen, insbesondere im Ausland. Im asiatisch-pazifischen Raum (ohne China) stiegen sie um 258 Prozent und in Nord- und Südamerika um mehr als 1'000 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. «Dieses robuste Wachstum hat zu einer Ausweitung der Margen des Konzerns geführt, da die Vertriebs- und Lohnkosten weitgehend fix sind», erklärt Jeff Zhang, Analyst bei Morningstar. Mit 70 Prozent ist die Bruttomarge des Unternehmens im Vergleich zu seinen Mitbewerbern besonders hoch. Im ersten Halbjahr dieses Jahres stieg der den Aktionären des Unternehmens zurechenbare Nettogewinn um 397 Prozent auf 4,57 Mrd. Yuan (umgerechnet etwa 509 Mio. Franken). Eine kürzliche Korrektur an der Börse und Zweifel an der Fähigkeit des Unternehmens, ein solches Wachstum aufrechtzuerhalten, insbesondere wenn es ihm nicht gelingt, seine Abhängigkeit vom Erfolg der Labubu zu überwinden, machen Pop Mart jedoch zu einem riskanten Unterfangen für Anleger. «Diese Aktie eignet sich eher für spekulativen Anleger, die die Trends in diesem Sektor genau verfolgen», sagt der Analyst. Langfristige Anleger sollten lieber abwarten, bis die Aktie an Wert verloren hat, um dann zu einem niedrigeren Kurs zu kaufen.» → 9992

Eltern, da man die Behörden befürchten, dass dies zu zwanghaftem Kaufverhalten führen könnte», sagt Ashley Dudarenok. Hinzu kommen Befürchtungen, der Erfolg der Marke könne sich als wenig nachhaltig erweisen. «Für Pop Mart wird es extrem schwer, den Umsatz auf dem jetzigen Niveau zu halten», meint Chris Pereira.

Um dies zu erreichen, sind neue Formen der Monetarisierung gefragt. «Dazu muss Pop Mart langfristige Partnerschaften mit amerikanischen, koreanischen oder japanischen Inhabern von geistigem Eigentum eingehen, um seine Figuren über Filme, Vergnügungsparks, Videospiele oder Kleidung zu vermarkten», erklärt er. Eine solche Diversifizierung ist bereits im Gange. Erst kürzlich hat Pop Mart ein Handyspiel namens Dream Home auf den Markt gebracht. Außerdem gründete das Unternehmen ein Animationsstudio, das eine Serie über Labubu produzieren wird. Im September 2023 hatte das Unternehmen bereits eine immersive Erlebniswelt namens Popland mit riesigen Statuen seiner Figuren in einem Park im

Zentrum von Peking eröffnet. Ultimatives Ziel sei es, sich zu einer Lifestylemarke zu entwickeln, inspiriert von Giganten wie Disney oder Sanrio, ergänzt William Ma. Nicht alle Investoren sind davon überzeugt, dass dies auch gelingen wird. Ende August fiel die Pop-Mart-Aktie und verlor dann innerhalb von nur drei Wochen etwa 25 Prozent ihres Wertes. Durch diesen Einbruch gingen 13 Mrd. Dollar an Marktkapitalisierung verloren.

«Aus Angst, dass die Nachfrage nach Pop-Mart-Produkten nachlassen könnte, haben sich einige Aktionäre entschieden, ihre Gewinne mitzunehmen», erklärt Jeff Zhang zu dem Kursverlust. Er beobachtet das Unternehmen bei Morningstar. Manche Aktionäre seien auch durch den Rückgang des Wiederverkaufswerts einiger älterer Labubu-Serien auf den Sekundärmarkten abgeschreckt worden, fügt er hinzu. Diese Volatilität an der Börse könnte auch auf Leerverkäufer zurückzuführen sein, die nach der Veröffentlichung besonders vielversprechender Halbjahresergebnisse Ende August versuchen, ihre Positionen zu decken. Die meisten Analysten sehen darin jedoch eine notwendige Korrektur, die die mittelfristigen Wachstumsaussichten des Konzerns nicht beeinträchtigt. ▶

«Für Pop Mart wird es extrem schwer, den Umsatz auf dem jetzigen Niveau zu halten»

Chris Pereira, Gründer der Agentur iMpact

Eröffnung des ersten Pop-Mart-Geschäfts Spaniens in Barcelona, in der Nähe der Plaça de Catalunya, am 30. November 2024. Die chinesische Marke setzt ihre Offensive in den grossen Städten Europas fort.
↓



China regt zum Träumen an

Der Erfolg von Labubu zeugt vom Wandel, den die Bezeichnung «Made in China» inzwischen vollzogen hat. «Früher wurde China nur als Quelle für billige Massenprodukte angesehen, heute ist es ein Ursprungsland von Marken, die auch im Westen zum Träumen anregen», bemerkt Ashley Dudarenok, Spezialistin für den chinesischen Markt. Die Konsumgüterkette Miniso, die Fast-Fashion-Gruppe Urban Revivo, die Luckin-Coffee-Cafés, die Xiaomi-Smartphones und die Elektrofahrzeuge von BYD sind allesamt Teil dieses Phänomens. «In der Regel beginnt die Expansion in Südostasien und setzt sich dann in Japan und Südkorea fort», erklärt die Expertin. «Europa und die USA, die kulturell weiter entfernte Märkte sind, werden erst in einem zweiten Schritt erschlossen.» Ihrer Ansicht nach wird es nicht lange dauern, bis die erste chinesische Luxusmarke mit globaler Anziehungskraft auf den Markt kommt. ▶

© POP MART



IMMOBILIEN IM FOKUS.

Die Novavest Real Estate AG verfügt über ein breites Portfolio von Schweizer Immobilien mit Fokus Wohnen. Ausgerichtet auf die Bedürfnisse von Jung und Alt und professionell bewirtschaftet. So schaffen wir attraktiven Raum für Mieter und solide Werte für Aktionäre.



Erfahren Sie mehr
novavest.ch/vorteile

NOVAVEST
Real Estate AG

GLÜCKSSPIEL

Online-Wetten: Jackpot für Investoren

Glücksspiel-Apps haben dank der Liberalisierung des amerikanischen Markts enorm an Popularität gewonnen. Jetzt gibt es neue Modelle, die vom Optionsmarkt inspiriert sind.

JULIE ZAUGG



© ALEX MABAM

GLÜCKSSPIEL

W

ird Russland 2025 in ein NATO-Land einmarschieren? Wer wird in dieser Saison die englische Premier League gewinnen? Wird Taylor Swift noch vor ihrer Hochzeit schwanger? Dies sind nur einige der Fragen, auf die Nutzer der Plattform Polymarket wetten können. Insgesamt schätzen sie die Wahrscheinlichkeit, dass Moskau einen neuen Krieg beginnt, auf 6 Prozent, 41 Prozent glauben, dass Liverpool in diesem Jahr den englischen Fussball dominieren wird, und eine überwältigende Mehrheit von 86 Prozent ist der Meinung, dass Taylor Swift mit der Familiengründung noch warten wird.

«Europa dominiert den Markt, Grossbritannien ragt dabei heraus»

Ivor Jones, Analyst bei Peel Hunt

In den letzten zehn Jahren hat das Online-Glücksspiel einen spektakulären Aufschwung erlebt. Laut dem Unternehmen H2 Gambling Capital ist die Branche von 37,5 Mrd. Dollar im Jahr 2015 auf 81 Mrd. Dollar im Jahr 2023 gewachsen, was einem jährlichen Plus von 9,6 Prozent entspricht. «Europa, wo dieses Segment am weitesten entwickelt ist, dominiert den Markt. Eine herausragende Stellung nimmt dabei Grossbritannien ein – ein Land, in dem die Betreiber seit Anfang der 2000er-Jahre reguliert sind», erklärt Ivor Jones, der bei Peel Hunt für den Glücksspielsektor zuständig ist. Seit einigen Jahren jedoch habe sich die Branche globalisiert, «mit dem Aufkommen von neuen Wachstumszentren

wie den Vereinigten Staaten und Brasilien», bemerkt David Brohan, Analyst bei Goodbody. Die Zeit der Corona-Pandemie, in der Casinos viele Monate lang geschlossen bleiben mussten, und die Verbreitung von Smartphones haben das Wachstum des Online-Glücksspiels begünstigt. Was die Branche jedoch wirklich nach oben gebracht hat, ist ihre Legalisierung in den USA.

«2018 hat der Oberste Gerichtshof der USA ein Gesetz zum Verbot von Sportwetten wieder aufgehoben», erklärt Barry Jonas, der den Sektor bei Truist Securities beobachtet. «Seitdem haben 38 Bundesstaaten regionale Gesetze eingeführt, die solche Wetten erlauben.» Virtuelle Casinos sind in sieben Bundesstaaten legal. Diese Umwälzung hat eine Branche hervorgebracht, die Ende 2024 einen Wert von 13,7 Mrd. Dollar hatte und laut einer Schätzung von Goldman Sachs in wenigen Jahren 45 Mrd. Dollar erreichen könnte. «Damit wären die USA der weltweit grösste Markt für Online-Wetten», stellt Barry Jonas fest.

Der Sektor wird von FanDuel, das sich im Besitz des irisch-amerikanischen Unternehmens Flutter befindet, und der amerikanischen Firma DraftKings dominiert. Sie beherrschen laut Jonas 70 Prozent des US-Markts. Die Überlegenheit ihrer Apps, die mit Boni und Werbeaktionen promotet werden, hat es ihnen ermöglicht, sich insbesondere bei einem jungen Publikum durchzusetzen, das nur selten ein Casino in der realen Welt besucht hat. Beide Unternehmen erzielten nach Angaben des Analysten in den vergangenen Jahren ein solides Umsatzwachstum, ihre Aussichten seien gut. Grosse Casino-Konzerne wie Caesars Entertainment, MGM und →



↑
Der ehemalige American-Football-Spieler Rob Gronkowski, genannt «Gronk», vor der New Yorker Börse am Montag, den 29. Januar 2024, anlässlich der Promotion des Börsengangs für den Online-Wettanbieter Flutter Entertainment.

nur begrenzt online präsent, der zweite nur über ein Joint Venture mit dem britischen Unternehmen Entain, und der dritte ist überhaupt nicht präsent», berichtet Jonas. Die Plattformen, die sich durchgesetzt haben, punkteten allesamt mit Innovationen. «Sie haben beispielsweise Kombiwetten eingeführt, mit denen man gleichzeitig auf verschiedene Aspekte eines Spiels wetten kann», wie etwa auf die Anzahl der Eckbälle oder der Pässe jedes einzelnen Spielers, erklärt David Brohan. In einigen Fällen können die Nutzerinnen und Nutzer das Spiel direkt in der App verfolgen und in Echtzeit wetten – ganz einfach mit einem Klick auf den Bildschirm. Mit der

Las Vegas Sands haben es hingegen nicht geschafft, wirklich in diesen Markt vorzudringen. «Die ersten beiden sind

Einführung von Ranglisten der besten Spieler oder Abzeichen, die das Erreichen eines bestimmten Levels anzeigen, kommt auch ein spielerischer Aspekt hinzu. Die Einführung von Wetten auf Fantasy-Ligen und E-Sport hat das Angebot zusätzlich erweitert.

Neben Sportwetten bieten FanDuel und DraftKings virtuelle Casinos mit Virtual-Reality- oder Augmented-Reality-Funktionen an, die die Atmosphäre von Las Vegas und das Gefühl der Interaktion mit einem echten Croupier aufkommen lassen. «Einige dieser Inhalte werden von externen Firmen wie dem britischen Unternehmen Playtech, dem amerikanischen Unternehmen Genius Sports oder dem schwedischen Anbieter Evolution AB bereitgestellt. Sie alle haben vom unglaublichen Wachstum der Branche, insbesondere in den Vereinigten

© FLUTTER, FANDUEL / ABACA PRESS, ALAMY

Staaten, profitiert», erklärt Ivor Jones. In letzter Zeit hat diese Dynamik neue Modelle hervorgebracht, darunter zum Beispiel Prognosemärkte. Im Gegensatz zu klassischen Wetten, bei denen man gegen einen Betreiber wettet, funktionieren diese Plattformen wie Finanzmärkte: Die Teilnehmenden tauschen untereinander Verträge aus, deren Preis die Wahrscheinlichkeit eines zukünftigen Ereignisses widerspiegelt. «Anstatt gegen die Bank zu wetten, wetten die Spieler untereinander», erklärt Koleman Strumpf, Ökonom an der Wake Forest University und Spezialist auf diesem Gebiet. «Im Falle einer Wahl zwischen zwei Kandidaten können sie Aktien erwerben, die diese binäre Wahl symbolisieren. Wenn sie die Aktien des Gewinners gekauft haben, gewinnen sie deren Gesamtwert. Wenn sie sich für die Aktien des Verlierers entschieden haben,

verlieren sie alles.» Jede Aktie ist in der Regel einen Dollar wert. Diese Titel können auch vor dem entscheidenden Ereignis wieder verkauft werden. «Wenn ich die Aktien eines Kandidaten mehrere Monate vor der Wahl für 50 Cent kaufe und sie anschliessend auf 80 Cent steigen, kann ich sie vor der Wahl wieder verkaufen und die Differenz von 30 Cent einstreichen», erklärt der Professor. In dieser Hinsicht weisen Prognosemärkte viele Parallelen zum Optionsmarkt auf und werden in den USA von der Commodity Futures Trading Commission (CFTC) reguliert.

«Donald Trump Jr. wurde von Kalshi als Berater engagiert, und der Junior investierte in Polymarket»

Les Bernal, Direktor der Organisation Stop Predatory Gambling

Die Prognosemärkte entstanden Anfang der 2000er-Jahre unter der Ägide der englischen Betfair Exchange, die zu FanDuel gehört, sie sind aber erst in den letzten Monaten dank der 2018 be-

Diese Plakate von Polymarket, dem weltweit grössten Prognosemarkt, wurden im Juli 2024 in den Straßen von New York aufgehängt.
↓



UNTERNEHMENSTECKBRIEFE

FLUTTER

Die weltweite Nummer eins

Als einziger wirklich globaler Akteur besitzt die irisch-amerikanische Gruppe führende Marken wie Betfair, FanDuel, Paddy Power und PokerStars. Sie ist in insgesamt 19 Ländern vertreten, darunter in den USA, im Vereinigten Königreich und in Australien. Ihre Ergebnisse litten 2025 während des amerikanischen College-Basketballturniers, bei dem die von den Wettenden favorisierten Teams alle zwölf Spiele gewonnen – eine statistische Ausnahme. Das könnte die Gruppe 2025 rund 180 Mio. Dollar kosten. Mittelfristig wird das Unternehmen von seiner globalen Präsenz profitieren. «Das schützt es im Falle einer Verschärfung der Gesetzgebung in einem bestimmten Land», meint Barry Jonas, Analyst bei Truist Securities. Er hat eine Kaufempfehlung ausgesprochen.

GRÜNDUNG: 2016
SITZ: DUBLIN UND NEW YORK (IR, US)
BESCHAFTIGTE: 27'300
UMSATZ 2024: USD 14,05 MRD.
→ FLTR

PLAYTECH

Der Anbieter von Inhalten

Das britische Unternehmen ist der grösste Anbieter von Software für Online-Casinos und Sportwettanbieter. Zu seinen Kunden zählen William Hill, Ladbrokes, Bet365, Caliply und Sisal. Ende April verkaufte Playtech die italienische Plattform Snaitech an Flutter. Dadurch flossen 1,8 Mrd. Euro an die Aktionäre zurück, und die Aktie brach ein. Analysten schätzen jedoch die Wachstumsaussichten des Unternehmens als gut ein und begrüssen seine Entscheidung, sich ausschliesslich auf den B2B-Bereich zu konzentrieren. Die Aktie ist laut Jefferies, der eine Kaufempfehlung ausgesprochen hat, derzeit unterbewertet.

GRÜNDUNG: 1999
SITZ: DOUGLAS (GB)
BESCHAFTIGTE: 7'400
UMSATZ 2024: EUR 1,79 MRD.
→ PTEC



Auch DraftKings erwägt offenbar, solche Verträge anzubieten. Die Unternehmen möchten von einer boomenden Branche profitieren und neue Märkte erschliessen. «Da die Prognosemärkte in den Vereinigten Staaten von der CFTC reguliert werden, unterliegen sie nicht den lokalen Gesetzen», erinnert Ivor Jones. «Dadurch erhalten sie Zugang zu Bundesstaaten wie Kalifornien und Texas, wo Glücksspiele derzeit verboten sind.» Diese Plattformen unterliegen zudem nicht den regionalen Steuern, die für Online-Wettanbieter und Kasinos gelten. «Diese Steuern betragen im Bundesstaat New York 50 Prozent», sagt Koleman Strumpf.

Bleibt die heikle Frage, wie es diese Plattformen mit dem Gesetz halten. Polymarket wurde zwischen 2022 und September 2025 vom US-Markt verbannt, nachdem es beschuldigt worden war, ohne Genehmigung eine Plattform für den Handel mit Derivaten zu betreiben. Kalshi wiederum ist in Rechtsstreitigkeiten mit sieben Bundesstaaten verwickelt. Doch der Amtsantritt von Donald Trump hat das Blatt zugunsten dieser Plattformen gewendet. «Der neue Präsident hat einen seiner Vertrauten an die Spitze der

CFTC berufen», bemerkt Les Bernal, Direktor der Organisation Stop Predatory Gambling.

«Außerdem wurde sein Sohn Donald Trump Jr. von Kalshi als Berater engagiert, und der Junior investierte zudem in Polymarket.» Die erste Plattform arbeitet weiterhin ungehindert. Die zweite Firma erhielt Anfang September dank der Übernahme von QCX, einer bei der CFTC registrierten Börse, die Genehmigung, auf dem US-Markt wieder tätig zu werden. Positive Signale, die das Interesse von FanDuel und DraftKings an diesem neuen Wettmodell erklären. Global ziehen jedoch dunkle Wolken über der Branche auf. «Im Vereinigten Königreich wurde die Gesetzgebung verschärft, um die Werbung für Online-Casinos zu beschränken und Kontrollen der Zahlungsfähigkeit der Spieler zu verlangen», sagt David Brohan. «Australien und die Niederlande haben beschlossen, Wettplattformen stärker zu besteuern.» Und das indische Parlament verabschiedete kürzlich ein Gesetz, das alle Online-Glücksspiele verbietet. In fast ganz Asien und im Nahen Osten sind sie bereits verboten. «Das schränkt die Expansionsmöglichkeiten für global tätige Plattformen wie Flutter oder Entain ein», erklärt Ivor Jones. ▾

DRAFTKINGS

Der amerikanische Gigant
2024 verzeichnete das Unternehmen DraftKings ein Umsatzplus von 30 Prozent, nachdem es im Vorjahr bereits um 64 Prozent gewachsen war. Der auf den US-Markt fokussierte Anbieter profitierte von der dortigen Liberalisierung seit 2018. «Das Wachstum begann jedoch nachzulassen, sodass sich das Unternehmen nun auf die Verbesserung seiner Margen konzentrieren muss», erklärt Barry Jonas, Analyst bei Truist Securities. «Einige kleinere Akteure wie BetMGM, ESPN Bet oder Fanatics haben ebenfalls begonnen, Marktanteile zu gewinnen.» Die Aussichten bleiben dennoch aufgrund der Grösse des nordamerikanischen Markts vielversprechend, so der Analyst. Er hat eine Kaufempfehlung ausgesprochen.

GRÜNDUNG: 2012
SITZ: BOSTON (US)
BESCHAFTIGTE: 5'100
UMSATZ 2024: USD 4,76 MRD.
→ DKNG

ENTAIN

Das englische Unternehmen erobert die Welt
Entain ist mit seinen Tochtergesellschaften Ladbrokes, Coral und bwin gut auf dem britischen Markt positioniert. Die USA, wo Entain ein Joint Venture mit MGM unterhält, Australien und Brasilien sind laut David Brohan, Analyst bei Goodbody, weitere Schlüsselmärkte. «Durch Akquisitionen in Polen, Kroatien und Italien konnte das Unternehmen zudem Marktanteile in diesen Ländern gewinnen, in denen Online-Glücksspiele noch wenig verbreitet sind.» Brohan begrüßt die jüngste Fokussierung auf die rentabelsten Geschäftsbereiche «nach einer zweijährigen Phase, in der sich das Unternehmen verzettelt hatte, insbesondere durch die Gründung einer eigenen E-Sport-Sparte». Er gab eine Kaufempfehlung ab.

GRÜNDUNG: 2004
SITZ: DOUGLAS (UK)
BESCHAFTIGTE: 24'000
UMSATZ 2024: GBP 5,1 MRD.
→ ENT

© RICHARD LEINE, ALAMY

The best investment in your business might be in yourself.

Planning your next strategic investment? Make it real. Become your company's most valuable asset with IMD.



IMD / Real learning
Real impact

Krispy Kreme

EINE MARKE
EINE GESCHICHTE

Der Ruf des goldenen Donuts

Dank eines gut funktionierenden Franchisesystems haben die Donuts von Krispy Kreme zunächst den Süden der Vereinigten Staaten und dann die angelsächsische Welt erobert, bis sie schliesslich auch in der Schweiz frittiert wurden. BLANDINE GUIGNIER

«H

ot now» – das rote Schild, das am Strassenrand aufleuchtet, wenn die Donuts frisch gebacken sind, ist allen Amerikanern bekannt. «Eine Marke wie Krispy Kreme hat eine besondere Anziehungskraft, sie weckt Nostalgie und Vertrautheit», erklärte der Archivar John Fleckner vom National Museum of American History 1997, als die erste automatische Maschine des Unternehmens ins Museum kam. Diese sehr amerikanische Bekanntheit hat nun den Atlantik überquert: In Frankreich und der Schweiz wurden 2023 Filialen eröffnet – und bald auch in Deutschland.

Werden die Donuts von Krispy Kreme die traditionellen «Berliner» vom Sockel stossen? Immerhin trumpfen die Amerikaner mit dem «Original Glazed» auf, dem bekanntesten Donut von Krispy Kreme mit einem Loch in der Mitte und überzogen mit einer transparenten, nach Vanille duftenden Zuckerglasur. Die Donut-Rezeptur hat jedenfalls viele Anhänger. «Wenn

man Fett und Zucker zusammenbringt, schmeckt das zwangsläufig gut, und dazu kommt noch der Spassfaktor der bunten Glasuren mit verschiedenen Geschmacksrichtungen», erklärt Stéphane Brandt, Eigentümer der Westschweizer Lebensmittelkette American Market, ein ausgewiesener Kenner amerikanischer Produkte. Er betont, dass die Krispy-Kunden daran interessiert seien, vor Ort hergestellte und frisch aus dem Öl kommende Donuts zu kaufen, im Gegensatz zu anderen Ketten, die tiefgefrorene und aufgewärmte Kringel anbieten.

«Wenn man Fett und Zucker zusammenbringt, schmeckt das zwangsläufig gut»

Stéphane Brandt, Inhaber der Kette American Market

Das Konzept der Fabrik-Boutique macht Krispy Kreme seit seiner Gründung in den 1930er-Jahren so erfolgreich. In dem Familienunternehmen in Kentucky arbeitete damals auch der junge Vernon Rudolph in der Herstellung und im Verkauf von Donuts mit, die nach dem geheimen Rezept eines französischen Kochs aus New Orleans zubereitet werden. Er träumte



jedoch von einem eigenen Geschäft. Man erzählt sich, dass er 1937 mit seinem Bruder nach North Carolina gezogen sei, mit 25 Dollar in der Tasche – und mit Backutensilien im Kofferraum seines Pontiac. In Winston-Salem eröffnete Vernon Rudolph zunächst eine Produktion für den Grosshandel. Aber da viele Anwohner, angelockt vom Duft, ihn zu jeder Tages- und Nachtzeit nach Donuts fragten, schlug er kurzerhand ein Fenster ein, damit jeder direkt die süßen Ringe kaufen konnte.

Nachdem er mehrere solcher Fabrikläden in Eigenregie eröffnet hatte, beschloss Rudolph, Geschäftspartnerschaften oder Franchiseverträge abzuschliessen. Die neuen Betreiber durften den Namen Krispy Kreme sowie das berühmte Rezept verwenden. Um eine einheitliche Qualität zu gewährleisten, gründete er 1947 die Krispy Kreme Corporation mit einem Mix Department, das eine standardi-

© ADOBE STOCK

durchlebte das Unternehmen allerdings chaotische Jahre. Krispy Kreme gehörte eine Zeit lang zum US-Mischkonzern Beatrice Food Company, der erfolglos versuchte, neue Produkte wie Sandwiches zu vermarkten. Schliesslich kaufte eine Gruppe von Franchisenehmern das Unternehmen, das sich wieder auf das Kerngeschäft warme Donuts mit Kaffee konzentrierte.

Die Franchisenehmer beschlossen auch, Krispy Kreme vom Südosten der USA nach New York (1996) und Kalifornien (1999) zu verlagern. Zu dieser Zeit produzierte Krispy Kreme laut dem «Smithsonian Magazine» 1,1 Milliarden der insgesamt zehn Milliarden Donuts, die jährlich in den USA hergestellt wurden. In Anlehnung an seinen Konkurrenten Dunkin' Donuts, der heute in 37 Ländern vertreten ist und fünfmal so viele Donuts verkauft, begann das Unternehmen, sich im Ausland zu etablieren, und eröffnete 2001 eine Filiale in Kanada. Um dieses Wachstum zu finanzieren, ging man im Jahr 2000 erstmals an die Börse (Nasdaq) und wechselte 2001 an die New York Stock Exchange. 2016 übernahm die in Luxemburg ansässige Investmentgruppe JAB Holding das Unternehmen und nahm es wieder von der Börse. Fünf Jahre darauf kehrte Krispy Kreme unter dem Namen DNUT an die Börse zurück.

Nach einer profitablen Pandemie- und Postpandemie-Phase kam das Wachstum zum Stillstand und sank von 1,69 Mrd. Dollar Nettoumsatz im Jahr 2023 auf 1,67 Mrd. Dollar 2024. Im Juni dieses Jahres kam dann die

Ankündigung, dass man die kurzlebige Partnerschaft mit McDonald's in den USA beenden werde. Mit einem Quartalsumsatz von zuletzt 379,8 Mio. Dollar (-13,5 Prozent) ist klar: Krispy Kreme muss sparen. Die Expansion in 40 Länder mit rund 21000 Mitarbeitenden soll daher vor allem über Franchisefilialen fortgesetzt werden. Das Unternehmen könnte auch eigene Läden in seinen Hochburgen, etwa im angelsächsischen Raum, in Japan und Mexiko, in Franchisefilialen umwandeln.

«Das Marketing wird sich weniger auf Innovation ausrichten und sich stattdessen auf das Originalprodukt Glazed konzentrieren. Die Gründe dafür sind einfach: Es ist das meistverkaufte Produkt, bietet die höchste Marge und wird in der Regel im Dutzend verkauft», betont der Fast-Food-Analyst Pedro Goulart auf der Plattform Seeking Alpha. Wie vor 90 Jahren setzt Krispy Kreme erneut auf das Rezept von Vernon Rudolph, um sich am Markt zu behaupten. ▲

MEILENSTEINE

1930

Gründung des Unternehmens in Kentucky

1997

Die erste automatische Maschine von Krispy Kreme wird im National Museum of American History in Washington ausgestellt

2023

Eröffnung von Fabrikläden in Frankreich und in der Schweiz



Nautica Technologies

Unterwasserroboter machen klar Schiff

BESCHÄFTIGTE

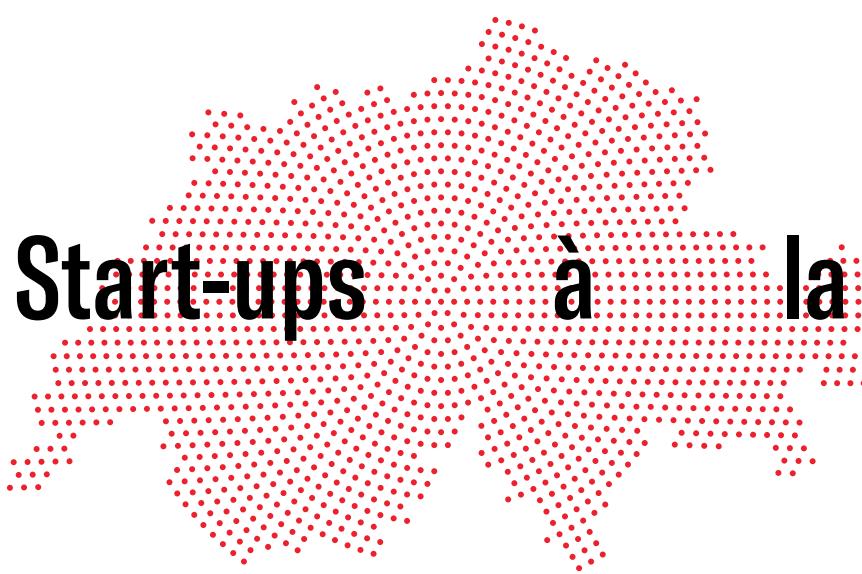
10

SITZ
ZÜRICH

GRÜNDUNG
2024

der ETH Zürich und der EPFL, geht dieses Problem mit einer Flotte kleiner autonomer Unterwasserroboter an. Die Roboter arbeiten im Schwarm, ohne menschliches Zutun. Sie bürsten die Oberflächen und sorgen für eine regelmässige Reinigung, während sie gleichzeitig wichtige Daten über den Zustand des Schiffes übermitteln. Das Ergebnis: geringere Wartungskosten und weniger Umweltverschmutzung. Auf giftige Farben kann verzichtet werden.

Im Juli dieses Jahres hat Nautica Technologies vier Mio. Dollar von Investoren aus den Bereichen Robotik und Schifffahrt eingesammelt. Mit den Geldern dieser ersten Finanzierungsrounde will das Unternehmen seine Technologie stärker vermarkten, seine Tests auf operative Flotten ausweiten und seine Teams verstärken. «Wir bauen eine Zukunft, in der sich Schiffe selbst warten – regelmässig, autonom und nachhaltig», so CEO und Mitbegründer Cédric Portmann.



Start-ups à la Suisse



Sartiq

KI ersetzt Modefotografie

BESCHÄFTIGTE

7

SITZ
LUGANO

GRÜNDUNG
2024

Das Start-up aus dem Tessin revolutioniert die Modebranche, indem es die Kosten für Fotoshootings nach eigenen Angaben um bis zu 65 Prozent senkt und gleichzeitig eine beispiellose Individualisierung ermöglicht. Die dafür entwickelte KI-Technologie verwandelt einfache Produktfotos in perfekte, bis ins Detail markentreue Aufnahmen mit virtuellen Models. Die Kunden können aus

Tausenden von verschiedenen Modelprofilen, Posen und Locations auswählen. Das innovative Verfahren senkt nicht nur die Produktionskosten, es punktet auch mit schneller Umsetzung: Hunderte von Bildern lassen sich in wenigen Minuten statt in Wochen erstellen.

Das Unternehmen hat anlässlich seiner ersten Finanzierungsrounde zu Beginn des Herbstes sein Image überarbeitet und sich von Shootify in Sartiq umbenannt. Mit 2,1 Mio. Franken und dem positiven Feedback seiner ersten Kunden

(Guess und Gas Jeans) hofft das Start-up nun, sich als Partner der Modebranche und nicht mehr nur des Online-Handels zu etablieren: «Wir werden unsere Plattform weiterentwickeln, um sie zu einer umfassenden Content-Engine für die Modebranche zu machen», erklärt CEO und Mitgründer Luca Ambrosini. «Unser Ziel ist es, den gesamten kreativen Zyklus – von der einfachen Skizze bis zur weltweiten Kampagne – mit einem System zu begleiten, das lernfähig ist und sich an die Identität einer jeden Marke anpassen kann.»

3A Easy

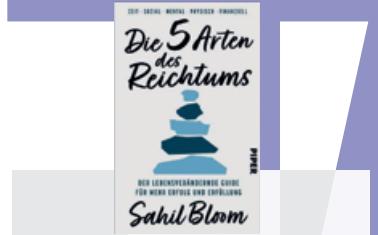
MEHR FÜR DIE 3A WENIGER FÜR DIE STEUERN

Säule 3a optimieren? Easy.
Wählen Sie eine unserer vordefinierten Strategien, von solidem Sparen bis zu ambitioniertem Investieren – unsere Profis kümmern sich um den Rest.



swissquote.com/3a-easy

Swissquote



L E S E N

Die 5 Arten des Reichtums

Ein transformativer Leitfaden
zur Gestaltung eines Traumlebens

VON SAHIL BLOOM / WILLIAM COLLINS

Dieses Buch hinterfragt, was Reichtum wirklich bedeutet. Folgt man dem Autor – einem ehemaligen Spitzensportler, der in Stanford studiert hat und für seinen Newsletter «The Curiosity Chronicle» bekannt ist –, dann lässt sich Wohlstand nicht auf Geld reduzieren. Er basiert vielmehr auf den fünf Dimensionen Zeit, Soziales, Geistiges, Körperliches und Finanzielles. Jeder Bereich muss in sich ausgewogen sein, um jeweils Erfüllung zu finden.

Das Buch ist nicht nur ein theoretischer Essay. Der Autor bietet auch praktische Hilfen wie Fragebögen, um die eigene Situation einzuschätzen und konkrete Fortschritte zu erzielen. Der Leitfaden enthält viele persönliche Anekdoten, die die Anregungen lebendiger und motivierender machen. Die Ratsschläge eignen sich allerdings vor allem für diejenigen, die bereits finanziell abgesichert sind und nach mehr Sinn suchen. «Die 5 Arten des Reichtums» bietet somit einen inspirierenden Rahmen, um den Erfolgsbegriff zu überdenken, der für Leser geeignet ist, die bereits auf der Suche nach Optimierung sind (auch auf English und Französisch erhältlich).

PRINTAUSGABE: CHF 21.–
DIGITALE AUSGABE: CHF 10,30

FREIZEIT



H Ö R E N

The Indicator from Planet Money

Zehn Minuten, um die Wirtschaft zu verstehen

Dieser amerikanische Podcast, der von NPR (National Public Radio) produziert wird, ist ein Ableger der berühmten Sendung «Planet Money», die 2008 ins Leben gerufen wurde, um die Wirtschaft anhand von leicht verständlichen Geschichten zu erklären. Während sich das ursprüngliche Programm 20 Minuten lang mit einem Thema befasst, ist der Podcast deutlich kürzer: In weniger als zehn Minuten gibt er einen Überblick über ein aktuelles wirtschaftliches oder soziales Thema. Von Montag bis Freitag verwandelt jede Folge ein abstraktes Phänomen in eine konkrete Geschichte: Inflation, Beschäftigung, Innovation oder Geldpolitik werden anhand einfacher Beispiele verständlich gemacht. Die Stärke des Podcasts liegt in seiner Klarheit und Prägnanz, und der fröhliche Ton des Kommentators schafft eine spannende Atmosphäre, die von der ersten Sekunde an aufmerksam zuhören lässt.

WWW.NPR.ORG/PODCASTS/510325/
THE-INDICATOR-FROM-PLANET-MONEY



F O L G E N

Ian Cassel @IANCASSEL
Finding great companies early @MicroCapClub // CIO @IntelligentCM

X (TWITTER) 645 FOLLOWING 276'800 FOLLOWERS

Ian Cassel ist ein Investor, der sich auf Microcaps spezialisiert hat, also kleine börsenkotierte Unternehmen, die von Grossinvestoren kaum beachtet werden. Er gründete 2011 die Community MicroCapClub.com und leitet seit 2018 den Fonds Intelligent Fanatics Capital Management. Er will wenig bekannte Unternehmen mit einem nachhaltigen

G E N

Wachstumspotenzial und leidenschaftlichen Führungskräften (sogenannte Intelligent Fanatics) entdecken. Ian Cassel teilt Ideen, die Pragmatismus, Disziplin und Risikotoleranz verbinden. Er erinnert daran, dass es sich bei Microcaps um ein volatiles Universum handelt, das jedoch manchmal sehr hohe Renditen bieten kann.



H E R U N T E R L A D E N

Magic Earth

Die europäische
Alternative zu
Google Maps

Haben Sie es satt, verfolgt zu werden? Diese GPS-Navigations-App setzt auf Datenschutz, da keine persönlichen Daten gesammelt oder weiterverkauft werden. Auf der Basis von OpenStreetMap bietet sie eine präzise Navigation für Auto, Fahrrad oder bei Spaziergängen und integriert öffentliche Verkehrsmittel in vielen Städten, auch in der Schweiz. Magic Earth wurde von der Firma Magic Lane (NL) entwickelt und gilt zunehmend als glaubwürdige europäische Alternative zu Navigations-Apps aus den USA.

APP STORE, GOOGLE PLAY,
KOSTENLOSE TESTVERSION
FÜR EINEN MONAT, DANACH 1
FRANKEN PRO JAHR

LIQUIDITÄT OHNE LIQUIDIERUNG

Mit einem Lombardkredit können Sie einen Kredit erhalten, der durch Ihre Wertpapiere besichert ist – bis zum 31. März 2026*.

*Siehe Angebotsbedingungen.

swissquote.com/lombard



Swissquote



P A N D A

Grande classico

Mit dem Modell «Grande» wird der berühmte Panda grösser und zu einem vollwertigen Kleinwagen. Wir haben ihn getestet. RAPHAËL LEUBA

MOTOR
3-ZYLINDER-TURBOMOTOR
MIT 1'199 CM³ UND
ELEKTROMOTOR

**LEISTUNG UND
DREHMOMENT**
81 KW (110 PS) UND 205 NM

GETRIEBE
6-GANG-AUTOMATIK

FAHRLEISTUNG
11,2 S VON 0 AUF 100 KM/H,
HÖCHSTGESCHWINDIGKEIT:
160 KM/H

PREIS
POP AB CHF 18'990.–
(TESTWAGEN CHF 24'690.–)

Man erkennt ihn gleich an seiner kubischen Form: Der Panda der vierten Generation greift die Stilmerkmale des allerersten Modells (1980–2003) auf – was ihn ungemein beliebt macht. Dank neuer Technologien ist das sympathische Tierchen aber inzwischen auch gross geworden. Mit seinen Abmessungen – 3,99 Meter lang und 1,76 Meter breit – ähnelt es den vielseitigen Kleinwagen des B-Segments wie dem Toyota Yaris und dem VW Polo.

Die Ausstattung hat sich in gleicher Masse verbessert, sodass man ihm nun definitiv Komfort und Fahrvergnügen attestieren kann. Zumindest gilt das für diese Hybridversion – es gibt auch eine rein elektrische Alternative –, die die Kraft ihres 74-Kilowatt (kW)-Turbo-motors (101 PS bei 5'500 Umdrehungen pro Minute) mit einer 21-kW-Elektromotoren kombiniert. Obwohl es sich um einen sogenannten Mild-Hybrid (48 Volt Spannung) handelt, ist es machbar, einige hundert Meter bei niedriger Geschwindigkeit mit der Kraft der Elektronen zurückzulegen, die von einer kleinen 0,9-kWh-Lithium-Ionen-Batterie geliefert werden. Diese technische Entscheidung zielt zwar nicht so sehr auf Verbrauchsrekorde in der Stadt ab, bietet jedoch ein Plus an Spritzigkeit auf allen Arten von Strassen und hält den Verbrauch des

aufgeladenen Motors für bleifreies Benzin in einem vernünftigen Rahmen. Zu rechnen ist mit 5,5 bis 6,5 Litern auf 100 Kilometer.

Was den Komfort angeht, schneidet der Grande Panda, abgesehen von unerwünschten Neustarts des 3-Zylinders im Stadtverkehr, mit Bravour ab. Wir schätzen seine Laufruhe auf der Autobahn, seine Beschleunigungsfähigkeit, die gut gestalteten Sitze und die benutzerfreundlichen Bedienelemente. So lassen sich die aufdringlichen Assistenzsysteme mit einem Fingerdruck deaktivieren. Ein kleiner Kritikpunkt ist jedoch die optionale Klimaanlage, die bei 38 Grad Außentemperatur zwar kühlen kann, aber Schwierigkeiten hat, die eingestellte Temperatur zu regulieren. Die Materialien wirken robust, und Details wie das Ablagefach aus Bambusfaser im Frontbereich oder die durchscheinende gelbe (digitale) Instrumententafel sorgen für einen Hauch von Fantasie. Das macht den Grande Panda weniger streng als den Citroën C3, seinen nächsten Verwandten innerhalb der Stellantis-Gruppe.

Wie die beiden letzten Panda-Generationen verfügt auch der «Grande» über hintere Türen, die den Zugang zu einer Dreisitzerbank erleichtern. Darüber hinaus erspart das für diese Kategorie fast unglaubliche Kofferraumvolumen (412 Liter) das allzu häufige Umklappen der Rückenlehnen. Zur Serienausstattung der Top-Ausführung La Prima gehören unter anderem beheizbare Sitze, ein Audiosystem mit sechs Lautsprechern, ein Navigationssystem, eine Rückfahrkamera, ein Geschwindigkeitsbegrenzer/-regler (passiv), Original-Voll-LED-Scheinwerfer und Fahrerassistenzsysteme. Angesichts dieser grosszügigen Ausstattung und der überzeugenden Qualität ist der Preis von 24'000 Franken für unser Testmodell keineswegs übertrieben. ▀

SETZEN SIE AUF ORANGE FÜR IHRE HYPOTHEK

Nutzen Sie unseren Online-Rechner
und profitieren Sie von einem
der attraktivsten Hypothekarzinsen
der Schweiz!



swissquote.com/mortgage

 Swissquote

KROATIEN

FESTUNGEN, INSELN UND LEGENDEN



Abseits der türkisfarbenen Strände zeigt Kroatien sein anderes Gesicht: viel Landschaft mit mittelalterlichen Gemäuern, alten Klöstern und stolzen Städten. Vier Stationen einer Reise, die Geschichte und Gegenwart miteinander verbindet. AGNÈS VANNOUVONG

Geprägt von osmanischer und venezianischer Herrschaft und Kultur hat Kroatien sein Erbe bewahrt und wirkt wie eine Filmkulisse. Hier trifft man auf Burgen und einst wehrhafte Häfen, Lavendelfelder und Berge, in denen man Ski fahren kann. Kroatien ist weder Italien noch Griechenland. Es ist ganz es

selbst, stolz und gastfreudlich. Nach den Jugoslawienkriegen, die bis 2001 andauerten, wurde Kroatien 2013 EU-Mitglied und trat 2023 der Eurozone bei. Das immer schon beliebte Touristenziel besticht durch sein Licht, seine Landschaften und seine Geschichte. Jede Festung nimmt die Besucher mit auf eine spannende Zeitreise.



DUBROVNIK

Hotspot der Stadtmauern und der Serien

Die Altstadt von Dubrovnik, ein architektonisches Juwel an der Adria, strahlt eine unbeschreibliche Schönheit aus und blickt auf eine jahrhundertelange Geschichte zurück.

Die ehemalige Republik Ragusa ist heute untrennbar mit King's Landing, der Hauptstadt von Westeros in der Fernsehserie Game of Thrones, verbunden. Fans spielen dort auf bestimmten Plätzen Szenen nach, manchmal auch nackt – sehr zum Leidwesen der Anwohner. Aber die wahre Geschichte steht der Fiktion in nichts nach.

Von 1358 bis 1808 war Ragusa eine einzigartige oligarchische Republik. Ihr Herrscher, der für nur einen Monat gewählter Rektor, lebte zurückgezogen in seinem Palast und hatte lediglich eine symbolische Rolle zu erfüllen. Die wahre Macht lag beim Senat und den Adelsfamilien – ein System, das an den schwachen König von Westeros und seinen engen Rat erinnert. Genau wie die Stadt Braavos in der Serie glänzte auch Ragusa durch seine Künste und seine Literatur und war ein Rivale der grossen Städte des Mittelmeerraums.

Im September zeigt sich das heutige Dubrovnik in ockerfarbenes Licht getaucht. Man betritt die Stadt durch Tore der Festungsmauern aus dem 14. Jahrhundert, sie dienten auch als Drehort der Kultserie. Am Abend schlendert man am Domizil des Rektors, dem Sponza-Palast, vorbei, weiter

zur Statue des Heiligen Blasius und zur Orlando-Säule mit dem Ritter Roland, einer symbolträchtigen Figur. Die Serienfans besuchen nach ihrem Dubrovnik-Trip auch Šibenik, Trogir und Split, weitere geschichtsträchtige Städte Kroatiens (Split hat antike Wurzeln), die als Kulisse für Game of Thrones dienten.



Der Besuch lohnt sich: die Barockkirche St. Blasius in der Altstadt



Das Franziskanerkloster auf Lopud

LOPUD

Asketische Stille und moderne Eleganz

50 Minuten mit dem Boot von Dubrovnik entfernt bietet die Insel Lopud, die einst zur Republik gehörte, einen auffälligen Kontrast zur Touristenhochburg. Auf Lopud mit seinen Zypressen, Zitronenbäumen und seinen mittelalterlichen Ruinen fliesst die Zeit dahin. Grillen singen, der Wind rauscht. Hier wurde ein ehemaliges Franziskanerkloster aus dem 15. Jahrhundert zu einem Luxushotel umgebaut, das von

Heilkräutergärten umgeben ist (Lopud 1483). Das von Baronin Francesca Thyssen-Bornemisza restaurierte Kloster grenzt an den «Your Black Horizon Art Pavilion» von Olafur Eliasson und David Adjaye. Diese Symbiose aus Kunst und Architektur wurde 2005 auf der Biennale in Venedig präsentiert. In der Nähe des Hotels, inmitten unberührter Natur, steht eine Kapelle, die den Seeleuten gewidmet ist.



Aus der Vogelperspektive erkennt man die gewaltige Stadtmauer von Ston, die als die längste Europas gilt.

© SIEGFRIED SCHNEIDER, ROMAN BABAKIN, ADDOE STOCK / RNDMS, iSTOCK / DALIBOR BRIEK, ALAMY

STON

Salinen und Europas «Chinesische Mauer»

Ein Zwischenstopp an der Adriaküste bietet sich an – und Ston ist das ideale Ziel. Der ruhige Ort wird von langen Mauern aus dem 14. Jahrhundert geschützt. Heute sind noch mehr als fünf Kilometer von diesem Bauwerk erhalten. Ursprünglich waren es sieben Kilometer, was sie zur längsten Mauer Europas machen würde. Diese Befestigungsanlagen schützen die Salinen, die seit dem Mittelalter ohne Unterbrechung



betrieben werden. Das Salz, das «weisse Gold», machte einst Ragusa reich. Auch heute noch glitzern die Becken in der Sonne, und von den Stadtmauern aus blickt man weit über die geometrisch angelegten Salinen und die grüne Hügellandschaft. Beim Schlendern durch die bezaubernde Altstadt stösst man auf ein altes Fort, das Franziskanerkloster mit gotischem Kreuzgang und die Kirche St. Nikolaus aus dem 14. Jahrhundert.

ANREISE

Zwei Stunden Flug von Genf oder Zürich mit Swiss oder Easyjet.

ÜBERNACHTEN

IN DUBROVNIK
Hilton Imperial

Eines der ältesten Hotels der Stadt mit Dekor im Stil von Wes Anderson. Komfortable Zimmer mit Ausblick auf die Stadt und die Adria, ausgezeichnetes Frühstück, Swimmingpool und Konferenzraum.

AUF HVAR
Little Green Bay

Hübsche Zimmer mit Terrasse und Blick auf eine ruhige Bucht. Die No-Stress-Philosophie dieses «Nicht-Hotels» legt Wert auf einen persönlichen Empfang. Die Küche der talentierten Chefköchin Sarah garantiert einen rundum entspannten Aufenthalt. Auch Paddleboards und Kajaks stehen zur Verfügung.

Plage cache'e Glamping

Probieren Sie Glamping in einem 5-Sterne-Zelt, mit Barfuß-Luxus und Privatstrand. Es gibt einen Biogarten und frische Eier. Olga und Veljko vermieten auch eine Villa mit Blick auf die Natur. Ruhe, Schönheit, Grillen, Zirpen und Sternenhimmel.

WO KANN MAN ESSEN?

IN DUBROVNIK
Restaurant 360

Eine Speisekarte mit vorzugsweise lokalen Produkten. Hervorragendes Degustationsmenü, aussergewöhnlicher Weinkeller. Romantisches Abendessen vor der Kulisse der Stadtmauern. Wenn es den perfekten Genuss geben sollte, dann findet man ihn in diesem Paradies mit einem Michelin-Stern.

AUF DEN PAKLENI-INSELN
(15 Minuten mit dem Boot von Hvar entfernt)

Laganini Lounge Bar & Fish House Mediterrane Küche, Fischkarte, ausgezeichnetes Ceviche, cooles Sushi, tolle Cocktails. DJ-Set, Meerblick, seit 1970 ein Treffpunkt für Stammgäste.

HVAR
Wehrhafte Festung und Dolce Vita



Die Hafenstadt Hvar ist bekannt für ihre Stadtmauern aus dem 13. Jahrhundert.

Die Fahrt vom Hafen von Sućuraj aus erfolgt mit dem Katamaran oder der Fähre. Dann geht es weiter auf der von Napoleon angelegten Strasse, die sich über den Kamm der Insel schlängelt und atemberaubende Ausblicke bietet. Es lohnt sich. Die Anreise über Split ist zwar einfacher, aber weniger malerisch.

Die Stadt Hvar auf der gleichnamigen Insel verbindet Glamour und Kulturerbe. Ihre V-förmige Bucht bildet einen natürlichen Schutz vor dem Wind. Sie bewahrt die Seele eines Ortes, an dem sich alte Gemäuer und Dolce Vita ergänzen. Die spanische Festung, die im 16. Jahrhundert unter venezianischer Herrschaft umgebaut wurde, thront als Wahrzeichen über der Stadt. Von hier hat man einen herrlichen Blick auf die Pakleni-Inseln. In der Altstadt zeugen der St.-Stephans-Platz, die Kathedrale und das Arsenal vom kulturellen Reichtum der Insel. Am Ende des Tages geht es zum Fort Napoleon, um den wunderschönen Sonnenuntergang zu geniessen, während in der Luft ein Hauch von Lavendel liegt.

In Stari Grad, einer der ältesten Städte Europas, deren Umgebung zum UNESCO-Weltkulturerbe gehört, sollten Sie sich die Festung des berühmten Dichters Petar Hektorović nicht entgehen lassen.

Diese mittelalterliche Residenz verfügt über einen üppigen Garten mit Taubenschlag und einem grossen Teich, in dem noch immer Fische leben – ganz wie zu Zeiten des Dichters (der Fisch symbolisiert Christus, die Taube den Heiligen Geist). Weiter entfernt liegt das Dorf Jelsa, das mit seinem Hafen und seinen Patrizierhäusern bezaubert. Man nimmt hier gerne einen Kaffee oder ein Glas Wein.

Nach einer Nacht im charmannten Hotel Little Green Bay wacht man mit einem Blick auf das Meer auf... Das Frühstück mit frischem Ingwer-Zitronen-Sellerie-Saft macht munter. Nach einer Paddeltour ist ein kleiner Jogginglauf zur Bucht von Zastupac angesagt.



Zwischen Besichtigungen mittelalterlicher Stätten bieten die Strände auf der Insel Hvar willkommene Momente der Entspannung.

© JANDRAS CSOMOS, ISTOCK / PLAGE CACHE'E GLAMPING

Hector Saxe

PARIS

Wo Eleganz auf Strategie trifft



Mit Ihrer ersten Bestellung erwartet Sie ein Geschenk – einfach den QR-Code scannen



www.astuce.ch

Backgammon

Poker

Casino

Schachspiel

Würfelteller

Vertikaler Platten-spieler

Der Plattenspieler Miniot Wheel 3 zeichnet sich gleich durch mehrere Innovationen aus. Er verzichtet auf herkömmliche Magnetzellen zugunsten eines optischen Systems in Verbindung mit einer elliptischen Diamantnadel. Das vertikale Modell spielt Schallplatten von unten ab und kann auf einem Ständer, auf einer flachen Unterlage oder an der Wand montiert werden. Mit seinem ultra-minimalistischen Design ist das Gerät zugleich ein originales dekoratives Objekt.

miniot.com
2710.–



Matte mit Stil

Dehnübungen oder Liegestütze sehen auf der Trainingsmatte von Louis Vuitton viel stilvoller aus. Der beige farbene Stoff mit Ton-in-Ton-Mustern setzt auf Eleganz und wird durch dezente, aber unverkennbare Embleme akzentuiert, die für den Pariser Kofferhersteller charakteristisch sind: Details aus naturbelassenem Rindsleder, Riemen und Adresshalter aus Monogramm-Stoff. Er fühlt sich weich an, ist rutschfest und vereint so Komfort und Sicherheit. Im Yogastudio wird die Matte alle Blicke auf sich ziehen.

louisvuitton.com
1615.–

Extrafeine Bergdecke

Gstaad, Courchevel, Zermatt, Verbier oder Megève: Die Bergdecke des Genfer Hauses Viñas ist von den Alpenplakaten der 1950er-Jahre inspiriert. Die in Genf entworfene und in Biella, Italien, gewebte schicke Textilie besteht aus Cashwool-Merino Wolle, einer extrafeinen Faser, die für ihre Weichheit und Widerstandsfähigkeit bekannt ist. Zwei weitere Kollektionen ergänzen das Sortiment: Eine ist Städten gewidmet und umfasst Modelle mit Motiven aus Genf, Paris, New York oder London, die andere wurde in diesem Herbst lanciert und ist eine Hommage an die Schweiz mit Motiven, die von der Poya, dem Militärdesign oder den Schweizer Kühen inspiriert sind.

vinas-geneve.com
590.–



Zürcher Chai-Variante

Der Sticky Chai ist ein wohltuender Drink par excellence und eine Neuinterpretation des traditionellen indischen Getränks aus schwarzem Tee, Milch, Zucker und Gewürzen. Verfeinert mit biologischem Agavensirup und lokal hergestellt, enthält die Zürcher Version mit neuen Rezepten wieder Süss- noch Konservierungsstoffe und ist in verschiedenen Geschmacksrichtungen erhältlich, darunter Chili Choc mit Kakao und Habanero-Chili. Einen Esslöffel Chai, ein Drittel Wasser und zwei Drittel Milch zum Kochen bringen und drei bis vier Minuten ziehen lassen – dann nur noch geniessen.

chaiwalla.ch
15,90

Gaming für unterwegs

Das kalifornische Unternehmen Belkin steigt mit einer Reisetasche für die Nintendo Switch 2 in die Welt der Videospiele ein. Die abrieb- und wasserfeste Hülle mit gebürstetem Samtfutter schützt die Konsole. Die Tasche verfügt über eine Klappe zur Aufbewahrung von Spielen sowie ein Fach, in dem ein AirTag verstaut werden kann. Der Clou ist ein herausnehmbarer Akku mit 10'000 Milliampere-stunden, mit dem die Switch 2 bis zu 1,5 Mal aufgeladen werden kann. Die Tasche ist für den Tischmodus konzipiert und lässt sich dank ihres Griffes oder ihrer Handschlaufe auch während des Ladevorgangs leicht transportieren.

belkin.com
56,90



Mini-Drohne der neuen Generation

Das chinesische Unternehmen DJI bringt die Mini 5 Pro auf den Markt, eine kompakte Kameradrohne, die mit modernster Technologie ausgestattet ist. Sie verfügt über einen 50-MP-Sensor, der auch bei schlechten Lichtverhältnissen detaillierte Bilder aufnehmen kann. Die Gondel lässt sich um bis zu 225 Grad drehen und ermöglicht so vertikale Aufnahmen. Sie filmt in 4K HDR mit bis zu 120 Bildern pro Sekunde und besitzt die Funktion ActiveTrack 360°, um Motive automatisch zu verfolgen. Für Flüge bei Nacht und Nebel verfügt die Drohne über ein omnidirektionales Hinderniserkennungssystem mit LiDAR – einer Art Laserradar, das die Umgebung in Echtzeit in 3D kartografiert. Die angegebene Flugzeit beträgt 36 Minuten.

dji.com
799.–



NEUES
AUS
DEM
LABOR

Wasserstoff einfacher speichern

Die Speicherung und der Transport von Wasserstoff erfordern sehr niedrige Temperaturen und extrem hohen Druck. Ein Team der EPFL hat ein einfaches chemisches Verfahren entwickelt, um diese Hindernisse zu umgehen.

JULIE ZAUGG

Wasserstoff wird oft als grüner Kraftstoff der Zukunft bezeichnet. Er hat jedoch einen grossen Nachteil: Die Speicherung und der Transport sind komplex. «Um Wasserstoff zu verflüssigen – und damit nutzbar zu machen –, muss er auf eine Temperatur von -253 Grad abgekühlt werden», erklärt Andreas Züttel, Direktor des Labors für Materialien für erneuerbare Energien der EPFL. «Außerdem erfordert seine Komprimierung extrem hohe Drücke.» Um dieses Dilemma zu lösen, hat das Team des Schweizer Chemikers mehrere innovative Speichermethoden entwickelt. «Wenn man Wasserstoff mit Metallen reagieren lässt, entstehen aus diesen Verbindungen Metallhydride», sagt Züttel. «Dadurch kann Wasserstoff bei Raumtemperatur in fester Form mit einer doppelt so hohen Dichte wie in flüssiger Form gespeichert werden.» Jede Einheit von 100 Kilogramm Metallhydriden kann 2,5 Kilogramm Wasserstoff enthalten.

Mit diesem Verfahren lässt sich ausserdem ein hoher Reinheitsgrad des Wasserstoffs erzielen. Hinzu kommt, dass der beinahe emissionsfreie Energieträger ohne einen zwischengeschalteten Dekompressionsschritt genutzt werden kann. Damit verbunden sind allerdings auch einige Nachteile, die eine Markteinführung bremsen könnten: Die Metalle sind schwer und die Kosten des Verfahrens derzeit noch unerschwinglich. Vor Kurzem hat Züttels Labor an der EPFL in Zusammenarbeit mit der Universität Kyoto eine wasserstoffreiche Flüssigkeit entwickelt, die aus zwei einfachen Chemikalien besteht: Ammoniakboran und Tetrabutylammoniumborhydrid. Mischt man diese, so entsteht ein spezielles Lösungsmittel (DES), mit dem Wasserstoff bei Raumtemperatur in flüssiger Form gespeichert werden kann. Erst bei Temperaturen unter -50 Grad beginnt

es, eine glasartige Form anzunehmen und sich zu verfestigen. Diese Lösung könnte bis zu 6,9 Kilogramm Wasserstoff pro 100 Kilogramm enthalten, teilte die EPFL Mitte Juli mit. Um die wertvolle Energiequelle zurückzugewinnen, muss die Flüssigkeit lediglich auf 60 Grad erhitzt werden.

Die neuen Methoden haben Andreas Züttel zufolge das Potenzial, die Speicherung und den Transport von Wasserstoff «einfacher und sicherer» zu machen – ohne extreme Temperaturen und Hochdrucktanks. Anwendungsmöglichkeiten gibt es zuhauf: «Die Energieversorgung von Einfamilienhäusern oder abgelegenen Gebieten ist einer der vielversprechendsten Märkte für solche Lösungen», so Züttel. «Auch wasserstoffbetriebene Fahrzeuge könnten davon profitieren.» Nach Angaben des Forschers liefern 200 Kilogramm Metallhydride genauso viel Antriebsenergie wie eine tonnenschwere Elektrobatterie.

Zahlreiche chemische Verfahren wie die Hydrierung von Fetten in der Lebensmittelindustrie erfordern ebenfalls eine stabile Versorgung mit Wasserstoff. «Die Chemie- und Halbleiterindustrie interessiert sich für unsere Speicherverfahren, weil sie damit sehr reinen Wasserstoff gewinnen kann», erklärt Züttel. Ein Teil seiner Forschungsarbeiten werden unter dem Dach des 2017 von ihm mitgegründeten Spin-offs GRZ Technologies vermarktet. Das Unternehmen bietet Wasserstoffspeicherlösungen an, die bis zu 4,5 Megawatt Energie pro Stunde erzeugen.

Die Schweizer sind zwar derzeit Vorreiter bei diesen neuen Lösungen, aber auch China zeigt sich interessiert. «Einige meiner ehemaligen Studenten haben dort Start-ups gegründet, die auf denselben Verfahren basieren», verrät Züttel. ▀



BENCI BROTHERS



Cartier