

BULLETIN | 6

WWW.CREDIT-SUISSE.CH/BULLETIN

CHEFÖKONOM BISCHOFBERGER
DAS SIND DIE PROGNOSEN
FÜRS JAHR 2000


GLOBALISIERUNG
AUCH KLEINE FIRMEN
SORGEN FÜR FURORE

NEW YORK MARATHON
DAS GROSSE QUÄLEN
FÜR DEN GUTEN ZWECK

DAS BULLETIN BRINGT IHNEN

GLÜCK

WELTMUSIK:
BALSAM FÜR HERZ
UND BEIN



WÄHREND PAPI BILANZEN STUDIERT UND MAMI MIT MILLIONEN JONGLIERT,
ZIEHT ES KLEIN MORITZ ZU HANDFESTEREM SPIELZEUG.
CREDIT SUISSE - KINDERHORT, ZÜRICH ÜETLIHOF, 22.11., 10.45 UHR.

SCHWERPUNKT: GLÜCK

- 4 SEIN UND HABEN | Glück statistisch ermittelt
- 12 UNGLÜCK | Frei nach Werber Martin Denecke
- 16 ROSA BRILLE | Dreimal Glück ganz unterschiedlich
- 22 DER STAAT GEWINNT IMMER | Glücksspielindustrie
- 26 PLEITEN UND PROPHETEN | Wirtschaftsprognosen
- 30 KLEEBLATT GmbH | Glücksbringer aller Art

AKTUELL

- 35 INDEXFONDS | Gute Renditen, hohe Sicherheit
- DIE HALBE MIETE | Finanzplanung von A bis Z
- 36 ALLES IM NETZ | Börse, Beratung, Investment
- GESCHENKSPARKONTO | Opas Alternative

ECONOMIC RESEARCH

- 38 PROSPERITÄT | Chefökonom zum Jahr 2000
- 42 WOLKEN GELICHTET | Branchenausblick
- 45 UNSERE PROGNOSEN ZUR KONJUNKTUR
- 46 ALLFINANZ | Synergien für neue Risikobereiche
- 49 UNSERE PROGNOSEN ZU DEN FINANZMÄRKTEN

SCHAUPLATZ

- 50 NEW YORK MARATHON | Banker machen Tempo

SERVICE

- 54 KMU GLOBAL | Software-Firma Novasys in Lausanne
- 57 SOPHIA-UMFRAGE | Globalisierung scheidet die Geister

MAGAZIN

- 58 HEISSE TÖNE | Bamako trifft Havanna
- 62 HANDI-SKI-WM 2000 | Die anderen Spitzensportler
- 62 AGENDA
- 64 IKRK-MUSEUM | Dokumentierte Spurensuche

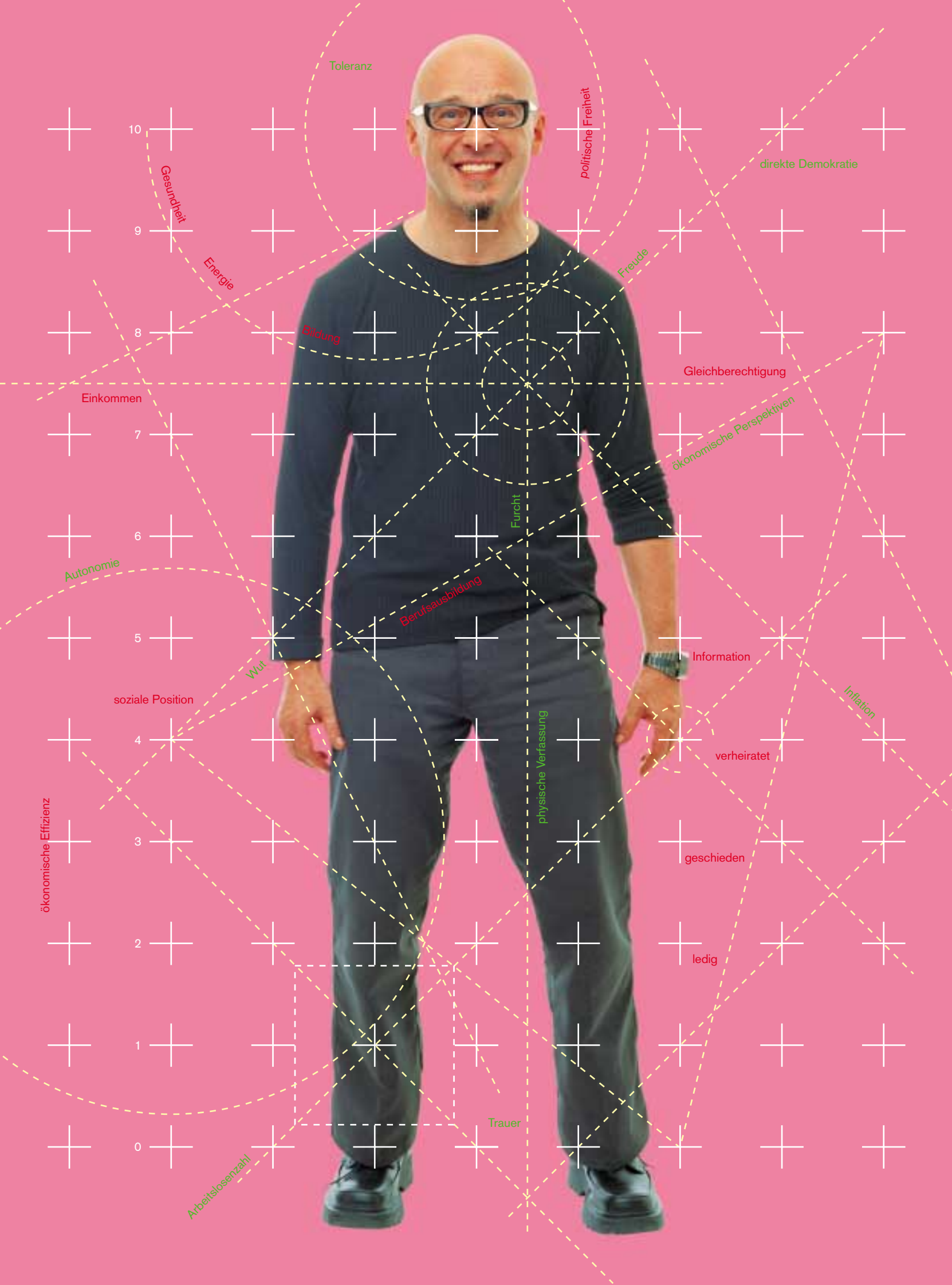
CARTE BLANCHE

- 66 INFORMATIK BRAUCHT VISIONEN | Bruno Bonati



WENN GLAS KLIRRT –
KOMMT GLÜCK AUF.
IHR BULLETIN KENNT
ALLE TRICKS.

INHALT



DAS GLÜCK IST MESSBAR

VON CHRISTIAN PFISTER,
REDAKTION BULLETIN

WAS MACHT UNS GLÜCKLICH?
FÜR WISSENSCHAFTLER IST DAS
KEINE FRAGE DER GEFÜHLE,
SONDERN DER STATISTIK.

Warum eigentlich Hans im Glück? Ist nicht ein gerüttelt Mass an Pech und Einfalt mit im Spiel, wenn die Gebrüder Grimm ihren Hans mit einem kopfgrossen Goldklumpen im Handgepäck auf den Nachhauseweg schicken? Wir erinnern uns, das Märchen ist Allgemeingut: Hans wird der Klumpen, den er von seinem Meister für seinen Fleiss erhalten hat, bald zu schwer; er tauscht die Last mit einem Reiter und erhält dafür ein Pferd. Glücklich macht ihn auch das nicht. Wenig später tauscht er das Pferd mit einer Kuh, und diese wiederum mit einem Schwein. Seine Freude währt nicht lang. Bald bringen ihm seine naiven Tauschhändler noch eine Gans und dann zwei Schleifsteine ein. Vollkommenes Glück stellt sich indes erst ein, als ihm die schweren Steine beim Trinken in einen tiefen Brunnen fallen. Nun steht Hans mit leeren Taschen da. Und die Moral der Geschichte? Die Gebrüder Grimm – ein Privileg der Märchenschreiber – schlagen sie einem unmissverständlich um die Ohren: «So glücklich wie ich», rief Hans aus, «gibt es keinen Menschen unter der Sonne.» Mit leichtem Herzen und frei von aller Last sprang er nun fort, bis er daheim bei seiner Mutter war.»

Hans fand das Glück – sein Erfolgsrezept ist freilich nicht jedermanns Sache. Was ist Glück? Was macht glücklich? Acht von zehn Amerikanern stellen sich einmal wöchentlich diese Fragen. Seit Urzeiten zerbrechen sich die Menschen über Glück und Zufriedenheit den Kopf. Doch wo liegt der Schlüssel zum Glück? Unmöglich, darauf eine abschliessende Antwort zu finden. Alfred Bellebaum, Soziologieprofessor und Leiter des Instituts für Glücksforschung in Deutschland (siehe Interview Seite 7), resümiert süffisant: «Glück ist, was Menschen darunter verstehen.»

Seit der Antike wird zwischen «Glück haben» und «glücklich sein» unterschieden. Glück, im Sinne von glücklich sein, gehört zu den primären Emotionen des Menschen, gleich wie Freude, Trauer, Furcht und Wut. Kein Wunder, dass sich verschiedene Berufsgruppen mit dieser Art Glück beschäftigen. Am einfachsten ist die Aufgabe für die Neurologen. Für sie ist klar: Alles, was Menschen fühlen und denken, ist das Ergebnis komplexer Vorgänge zwischen Hormonen und Nervenzellen im Gehirn. Für die Emotionen zuständig sind «Gemütsmoleküle». Über 100 solcher Stoffe haben

die Wissenschaftler bisher identifiziert. Als «Glücksboten» gelten vor allem Serotonin und Dopamin; zusammen mit Adrenalin und Noradrenalin sorgen sie für gute Stimmung. Insgesamt rechnen die Wissenschaftler mit tausend chemischen Boten, welche das Spektrum menschlicher Gefühle steuern. Die Fähigkeit, Glück zu empfinden, verdankt die Menschheit also der Chemie. Doch das hilft wenig – ausser denen, für die Wohlempfinden aus einem Cocktail von Glücksspielen besteht.

Viel komplexer ist die Frage, wie man das menschliche Chemielabor zum Kochen bringt. Eine Unmenge von Ratgeberbüchern, Seminaren und Therapiemöglichkeiten versprechen dazu Antworten. Dass sich Psychologen mit den menschlichen Freuden und Leiden beschäftigen, liegt auf der Hand. Ihr Beruf ist allerdings vorwiegend auf Unglück fixiert. Kein Wunder, dass 17-mal mehr Fachartikel zu negativen Facetten des menschlichen Gemüts publiziert wurden als zu positiven.

Dass dennoch immer mehr Studien zum Thema «Glück» gemacht werden, dafür haben in den letzten Jahren namhafte Ökonomen gesorgt. Einer von ihnen ist Andrew J. Oswald. Unlängst gab der

Brite in einem Interview zu Papier: «Wir Ökonomen haben die Aufgabe, erstens herauszufinden, was das Glück der Menschen fördert oder schmälert. Zweitens müssen wir nach den Strukturen suchen, welche zur Entfaltung des Glücks beitragen.» Und die Glücksforscher unter den Ökonomen machen sich mit den Sozialpsychologen so ans Werk, wie es sich für die Zunft gehört: Sie arbeiten mit Statistiken – und messen das Glück. Ihre Motivation ist schlicht: Wenn Glück nicht messbar wäre, und die Faktoren, die es beeinflussen, nicht bekannt, so wäre es für die Menschen unmöglich, ein angenehmeres Leben anzustreben. «Ich finde es erstaunlich, wie wenig sich Ökonomen dafür interessieren, wie viel Glück sich eine Volkswirtschaft mit der Verbesserung ihrer ökonomischen Effizienz eigentlich einkauft», sagt Oswald. «Das sind wesentliche Fragen; die Welt könnte etwas besser sein, wenn wir sie mit mehr Nachdruck stellten.»

Die Studien der Glücksforschung zeigen, dass weltweit allgemeingültige Ein-

flüsse auf das menschliche Wohlergehen existieren – ungeachtet der kulturellen Unterschiede zwischen den Nationen oder Volksgruppen. Ruut Veenhoven von der Erasmus-Universität in Rotterdam trägt seit Jahren Daten und Untersuchungen aus aller Welt zu einer Glücksdatenbank zusammen, zur World Database of Happiness. Obwohl sich erst zu rund 50 Ländern verlässliche Aussagen machen lassen, ermöglichen die Daten Ländervergleiche – nicht zum Selbstzweck, wie Veenhoven erklärt, sondern um die Bedingungen zu identifizieren, welche die Lebensfreude positiv beeinflussen.

Westler haben mehr zu lachen

In Sachen Glücksempfinden gibt es grosse Unterschiede unter den Weltgegenden: Menschen in Asien und Afrika etwa sind im Durchschnitt am wenigsten glücklich; jene in der westlichen Welt weisen die grösste Zufriedenheit aus.

Innere und äussere Faktoren spielen dabei eine Rolle. Die Daten der äusseren Umstände, die das Leben prägen, zeigen

unter anderem, dass Menschen glücklicher sind

- je reicher ihre Länder
- je grösser die Autonomie und politische Freiheit im Lande
- je grösser die Gleichberechtigung von Mann und Frau
- je kleiner die Unterschiede unter den sozialen Schichten
- je toleranter ihre Staaten
- je grösser der Zugang zu Bildung und Information
- je kleiner die Arbeitslosenzahlen
- je moderner ihr Staat

«Diese Resultate werden jene überraschen, die die Modernität mit Auswüchsen und Entfremdung gleichsetzen», konstatiert Ruut Veenhoven. «Eine moderne Lebensweise kann zwar Probleme bringen, ihre Vorteile sind aber in den Augen der Menschen grösser.» Wie sehr das Fehlen von politischer Stabilität und ökonomischen Perspektiven das Wohlergehen der Menschen in einem Staat beeinflussen kann, zeigt der amerikanische Psychologe Ed Diener. Er erwähnt in einer seiner Studien die weltweit kleinste je ausgewiesene Lebenszufriedenheit; sie wurde 1962 in der Dominikanischen Republik gemessen. Auf einer Skala von 0 (sehr unzufrieden) bis 10 (total zufrieden) gaben die Dominikanerinnen und Dominikaner durchschnittlich eine Wertung von 1,6 Punkten. Erhoben wurde die Statistik, als der Karibikstaat eine ungewisse Zeit durchlebte: zwischen dem Sturz des Diktators Trujillo und dem Übergang zur Demokratie.

Neben den äusseren Umständen haben individuelle Unterschiede Konsequenzen auf das Lebensglück. Hier zeigt Veenhovens Datenschatz:

- Menschen in sozial vorteilhaften Positionen haben mehr Freude am Leben.
- In den meisten Ländern sind Junge und Alte gleich glücklich, ebenso Frauen und Männer.
- Verheiratete Menschen sind glücklicher als unverheiratete oder geschiedene.
- Menschen sind glücklicher, wenn sie in

SIND SIE SO GLÜCKLICH WIE EIN ISLÄNDER ODER WIE EINE BULGARIN ?

Glücksforscher rund um den Globus vergleichen den Grad an Zufriedenheit in den einzelnen Ländern. So auch der Psychologe Ed Diener von der University of Illinois in den USA. Gemessen an einer Zehnerskala gehören unter den Nationen, zu denen verlässliche Zahlen existieren, die Bulgaren mit 5,03 Punkten zu den unglücklichsten Menschen; Isländer wiederum (8,02 Punkte) bilden mit den Dänen und den Schweizern das Spitzentrio.

Sie, geschätzte BULLETIN-Leserinnen und -Leser, können sich nun selber einschätzen, in welche Weltgegend Sie in Sachen Glück gehören. Hier ein kleiner Selbsttest – bewerten Sie von 0 (trifft überhaupt nicht zu) bis 10 (trifft voll und ganz zu):

- In den meisten Belangen kommt mein jetziges Leben meiner Idealvorstellung nahe.
- Meine Lebensbedingungen sind ausgezeichnet.
- Ich bin mit meinem Leben zufrieden.
- Bisher habe ich die wichtigen Dinge bekommen, die ich in meinem Leben wollte.
- Wenn ich mein Leben nochmals beginnen könnte, würde ich fast nichts anders machen.



INTERVIEW MIT DEM GLÜCKSFORSCHER ALFRED BELLEBAUM

«UNRUHIG IST UNSER HERZ, BIS ES RUHT IN DIR»

Alfred Bellebaum ist Professor für Soziologie an den Universitäten Koblenz und Bonn. 1990 gründete er das Institut für Glücksforschung in Vallendar, Deutschland. Er machte sich als Herausgeber von Büchern zur Glücksforschung einen Namen. Unter anderem: *Ökonomie und Glück*, Opladen 1999; *Staat und Glück. Politische Dimensionen der Wohlfahrt*, Opladen 1998.

CHRISTIAN PFISTER Sie haben vor zehn Jahren das Institut für Glücksforschung gegründet. Wozu?

ALFRED BELLEBAUM Es gibt nichts, was nicht wissenschaftlich erforschbar wäre. Dazu gehört auch das traditionsreiche und seit jeher menschenbewegende Thema «Glück». Oft wird Aristoteles zitiert: «Alle Menschen wollen glücklich sein.» Wissenschaftlich interessieren Fragen wie: Weshalb möchten Menschen glücklich sein? Welche Glücksvorstellungen gibt es in Geschichte und Gegenwart? Was haben Staat und Politik mit Glück zu tun? Systematisches Nachdenken über Glück gibt es schon seit der Antike. In der modernen Welt ist Glücksforschung angesichts vieler belastender Lebensbedingungen besonders gefragt. Wir betreiben Grundlagenforschung und sorgen uns nicht um praktische Lebenshilfe.

C.P. Unterschiedliche Wissenschaften befassen sich mit dem «Glück». Ist da eine Disziplin wichtiger als die andere?

A.B. Nein, denn Philosophie, Theologie, Soziologie, Psychologie, Biologie, Ökonomie können ja nur Erkenntnisse liefern,

die an ihre Disziplin gebunden sind. Während der eine Forscher mit Blick auf Glück primär Hirnforschung betreibt, interessiert sich der andere vor allem für kulturspezifische Glücksvorstellungen. Es lohnt sich also, interdisziplinär zu fragen: Wer weiss was mit welcher Begründung und welchen Folgen über Glück?

C.P. Es gibt unterschiedliche Glücksvorstellungen in Geschichte und Gegenwart. Könnten Sie das an einem Beispiel belegen?

A.B. Für das alte Ägypten ist vermerkt worden: Es gibt kein Glück ohne den anderen, es gibt kein Glück ohne den König, es gibt kein Glück ohne Gott. Eine solche Auffassung dürfte in der modernen Welt nicht mehrheitsfähig sein. Bei uns scheint Erlebnisorientierung die unmittelbarste Form der Suche nach Glück. Spass haben, etwas erleben, gut drauf sein, Abwechslung... sind weitverbreitete Wünsche. Warum auch nicht?

C.P. Glück sei ein Windhauch, heisst es bei Kohelet im Alten Testament. Was ist damit gemeint?

A.B. Das ist eine der unübersehbar vielen anregenden Definitionen von Glück. Bei Kohelet geht es um die von vielen Menschen leidvoll erlebte Erfahrung, dass Glückszustände in der Regel zeitlich begrenzt sind. Das hat unter anderem damit zu tun, dass vieles von dem, was man erreicht hat, bedeutungslos werden kann. Der Besitz von etwas, so der Philosoph Schopenhauer, nimmt den Reiz weg und lässt neue Wünsche aufkommen. Die These, der Mensch sei und bleibe ein unruhiges Lebewesen, hat zum Beispiel Augustinus präzise formuliert: «Unruhig ist unser Herz, bis es ruht in Dir.»

C.P. Was halten Sie davon, wenn Ökonomen das Glück erforschen?

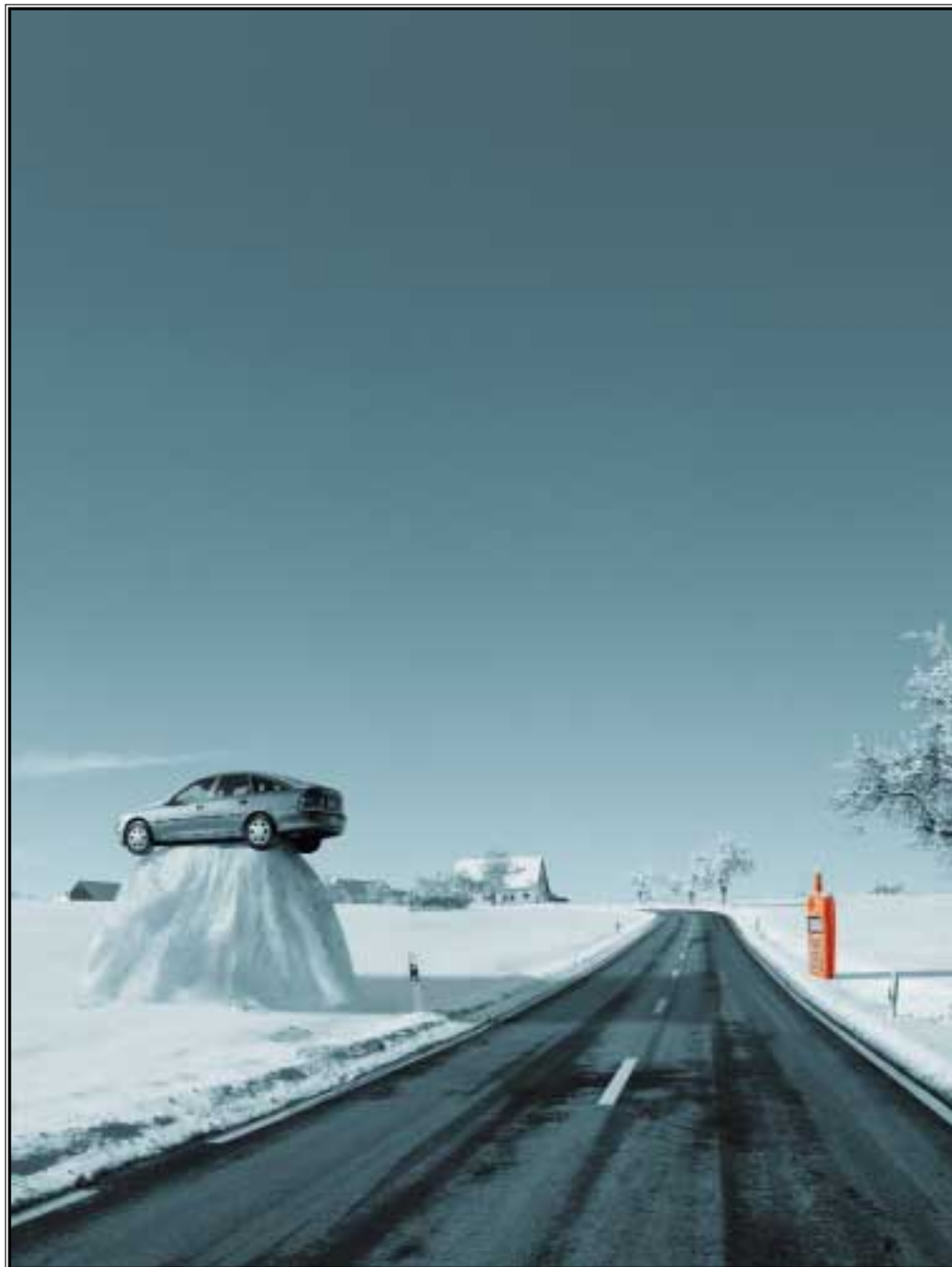
A.B. Viel! Hinweise auf die Bedeutung wirtschaftlicher Verhältnisse für Glück, Zufriedenheit und Wohlbefinden sind nicht neu. Gegenwärtig wird das Thema aber besonders aktuell, weil beispielsweise die berühmt-berüchtigte Globalisierung für viele Menschen nicht folgenlos bleibt und zunehmender materieller Wohlstand nicht unbedingt glücksfördernd ist.

C.P. In der amerikanischen Unabhängigkeitserklärung von 1776 ist vom «Pursuit of Happiness», dem Streben nach Glück, die Rede. Ist das eine romantische Floskel?

A.B. Diese Bestimmung ist einzigartig in der Welt und ein fester Bestandteil der amerikanischen Mentalität. Wenn das Streben nach Glück zu einem Menschenrecht erklärt wird, dann bedeutet das eine erhebliche Aufwertung menschlicher Freiheit. Es ist indes nicht Aufgabe des Staats, Glück zu garantieren, sondern nur, das Streben nach Glück für selbstverständlich zu halten – und zu ermöglichen.

C.P. Haben Sie beim Nachdenken übers Glück etwas für sich selber gewonnen?

A.B. Ja, natürlich! Mir imponieren die vielen Aspekte des Themas. Mich beeindruckt der intellektuelle Aufwand, das Thema in den Griff zu bekommen. Mich erstaunt, was das Gehirn sich an Glücksvorstellungen auszudenken vermag. Ob Glücksforschung dem Glücksforscher mehr Glück verschafft, ist von Mensch zu Mensch verschieden. Früher schrieb ich Bücher unter anderem über die Soziologie des abweichenden Verhaltens oder zu Langeweile und Schweigen. Jetzt ist das Glück dran; ich liebe Variationen.



www.winterthur.com/ch

Manchmal ist es besonders schön, wenn jemand sagt: **Wir sind für Sie da.**

Mit STRADA, der Motorfahrzeugversicherung der WINTERTHUR, kann passieren, was will. Unsere Spezialisten stehen Ihnen das ganze Jahr rund um die Uhr zur Verfügung. Wählen Sie einfach 0800 809 809. Und wir sorgen dafür, dass Sie und Ihr Fahrzeug nicht auf der Strecke bleiben. Am besten, Sie fragen Ihren Berater. Er sagt Ihnen genau, warum Sie jetzt mit STRADA überall und immer sicher unterwegs sind. Er weiss auch, wie Sie Ihr Auto mit der CREDIT SUISSE günstig finanzieren können.

- guter physischer Verfassung sind und voller Energie.
- Menschen mit Berufsausbildung sind glücklicher als solche ohne.
 - Die Höhe des Einkommens beeinflusst das Glück kaum; ausgenommen sind Menschen in armen Ländern, wo der Lohn kaum zum Überleben reicht: Hier ist das Einkommen als Faktor fürs Glück sehr wichtig.

Schweizer sehen durch die Rosa Brille

«Wie zufrieden sind Sie zurzeit alles in allem mit Ihrem Leben?», wurden zwischen 1992 und 1994 in einer repräsentativen Umfrage auch 6000 Schweizerinnen und Schweizer gefragt. Sie bewerteten ebenfalls auf einer Skala von 0 bis 10. Im internationalen Vergleich sind die Eidgenossen mit 8,21 Punkten Weltmeister in

Sachen Glück. 29 Prozent der Befragten gaben eine 10 zu Protokoll; immerhin noch 17 Prozent eine 9 und 27 Prozent eine 8. Insgesamt sind in der Schweiz die Frauen glücklicher als die Männer, Paare zufriedener als Singles, und selbstständig Erwerbende wie auch Hausfrauen punkten höher als andere.

Bruno S. Frey, Ökonomie-Professor an der Universität Zürich, leitete mit seinem Kollegen Alois Stutzer aufgrund der Antworten und der persönlichen Daten der Befragten ab, welche externen Faktoren in der Schweiz diese hohen Glückswerte beeinflussen. Denn, so Frey: «Wichtiger als das allgemeine Niveau des Glücks sind dessen Bestimmungsgründe, die sich mit Hilfe statistischer Analyse ableiten lassen.» Sein Fazit: Den grössten Einfluss hat die Arbeitslosigkeit, an zweiter Stelle kommt

die Gesundheit und an dritter Stelle die Inflation. Zum ersten Mal konnten Wissenschaftler zudem den Zusammenhang von Demokratie und Lebenszufriedenheit der Bürger nachweisen. Die Ergebnisse zeigen: «Je direkter und demokratischer die Mitbestimmungsmöglichkeiten sind, desto zufriedener sind die Leute», betont Frey (siehe Interview S.11).

Dafür sieht der Ökonom vor allem zwei Gründe: Zum einen werden die Politiker durch die aktive Rolle der Bürgerinnen und Bürger besser kontrolliert, und die Regierungsentscheide sind näher bei den Wünschen des Volks; entsprechend zeitigt bessere Regierungsarbeit grösseres Wohlbefinden. Zum anderen fördert die direkte Demokratie die Möglichkeiten, sich in politische Entscheidungen einzuschalten. Frey und Stutzer untersuchten auch den



Peter Lienhart ist Mitglied der Geschäftsleitung der CREDIT SUISSE

HIER ZÄHLT DAS GLÜCK ZUR QUALIFIKATION

Die CREDIT SUISSE hat erneut die Zufriedenheit der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter erhoben. In einem mehrseitigen Fragebogen haben alle in der Bank die Gelegenheit erhalten, zu Führungsverhalten der Vorgesetzten, Stress, Förderung oder Salärsituation zu urteilen. Von den rund 11 000 Fragebogen sind 79 Prozent

ausgefüllt zurückgeschickt worden.

«Die Zufriedenheit der Mitarbeitenden ist ein wichtiger Teil unserer Führungskultur», erklärt Peter Lienhart. «Wir wollen bei uns Leute, die sich wohl fühlen und bei der Arbeit Erfüllung finden.» Die Bank tut dies nicht aus Selbstlosigkeit. Das Management ist sich bewusst: Zufriedene Mitarbeiter sorgen für zufriedene Kunden. «Wollen wir am Markt noch erfolgreicher auftreten, müssen wir bei unseren Mitarbeitern anfangen; in jedem Menschen steckt ein grosses Potenzial», sagt Lienhart. Und das gilt es zu nutzen. «Im Bankgeschäft schaffen wir sehr viel Wert in der unmittelbaren Begegnung mit Kunden; sind zufriedene Mitarbeiter am Werk, so hat das direkte Auswirkungen – ebenso, wenn das Gegenteil der Fall ist.» Reine Lippenbekenntnisse? Die CREDIT SUISSE gibt darauf eine klare Antwort: Für Führungsverantwortliche in der Bank fliesst die Zufriedenheit ihrer Mitarbeite-

rinnen und Mitarbeiter in die jährliche Leistungsbeurteilung ein. Die Umfrage hat gezeigt, welche Faktoren das Wohlbefinden der Mitarbeiter am stärksten beeinflussen – hier die vier wichtigsten Punkte, in der Reihenfolge ihrer Bedeutung:

Aufgaben/Selbstständigkeit Dazu gehört: Die eigenen Fähigkeiten voll einsetzen zu können, genügend Freiraum zu haben, um eigene Ideen umzusetzen, notwendige Entscheidungen selber treffen zu dürfen

Vertrauen Das heisst: Vertrauen in die Geschäftsleitung und die Richtigkeit der Strategie, Zufriedenheit mit der Wertschätzung und Anerkennung sowie mit den Investitionen in die Fähigkeiten des Einzelnen, Identifikation mit der Leistungskultur des Unternehmens

Zufriedenheit mit dem Vorgesetzten Beurteilt wurden: Persönlichkeit, Lenkungs-, Durchsetzungs- und Problemlösungsverhalten, die planerischen Fähigkeiten und die Erfolgskontrolle

Lohn Ins Gewicht fallen: leistungsorientierte Bezahlung, ein den Fähigkeiten entsprechender Lohn, attraktive Personalvergünstigungen wie etwa attraktive Hypotheken

Die Mitarbeiterzufriedenheit hat sich zwischen 1997 und 1998 stark verbessert und sich seither nur wenig verändert. Im Vergleich mit anderen Unternehmen in der Schweiz und Europa liegt das Unternehmen damit mit an der Spitze.

WEINE IL CARATELLO

Meisterweine aus Italien

einzigartig, unverwechselbar,
geprägt von starken Persönlichkeiten.

Angebot zum Kennenlernen:

Piemonte **Fratelli Giacosa** Barolo
Vigna Mandorlo
DOCG
1995
Fr. 43.- Fl. ____



Piemonte **Azienda Moccagatta** Barbaresco
Bric Balin
DOCG
1996
Fr. 44.- Fl. ____



Piemonte **Giacomo Conterno** Barbera d'Alba
1996
Fr. 23.50 Fl. ____



Toscana **Poderi Castellare** Chianti Classico
DOCG
1997
Fr. 18.- Fl. ____



Toscana **Antonio Mastrojanni** Brunello
di Montalcino
DOCG
1994
Fr. 41.- Fl. ____



Toscana **Azienda Poliziano** Vino Nobile
di Montepulciano
Vigna Asinone
DOCG 1995
Fr. 35.50 Fl. ____



Zu jedem Wein erhalten Sie das Kurzporträt.

Bitte senden Sie mir:

- ☐ das **Probierangebot**, je 1 Flasche der oben aufgeführten Weine zum Preis von Fr. 205.- (inkl. Porto, Verpackung, MwSt.)
- ☐ die oben angegebenen Weine gegen Rechnung. Ich profitiere von folgendem **Mengenrabatt**: 3% ab 36 Fl., 5% ab 72 Fl., 8% ab 120 Fl. Zustellung **frei Haus** ab Fr. 1000.-, Preise inkl. 7.5% MwSt.
- ☐ die «Collezione 2000» kostenlos (ca. im April erhältlich)

Angebot gültig bis 31.1.2000. Zwischenverkauf vorbehalten.

Vorname _____

Name _____

Strasse _____

PLZ/Ort _____

Tel. P _____

Tel. G _____

Heiligkreuzstrasse 3
CH-9008 St.Gallen
Telefon 071 244 88 55
Telefax 071 244 63 80
www.caratello.ch
info@caratello.ch

Ausfüllen,
kopieren
und faxen:
071
244 63 80

Einfluss des Föderalismus respektive der Gemeindeautonomie – wiederum zeigte sich der Zusammenhang von mehr lokaler Mitbestimmung und grösserer Zufriedenheit.

Freys Aussagen beruhen auf dem Vergleich unter den 26 Kantonen. «Die Einflussmöglichkeiten der Bürger variieren von Kanton zu Kanton», erklärt der Ökonom. Dazu gehört etwa ein Indikator wie die unterschiedliche Anzahl Unterschriften, die es braucht, um eine Initiative zu starten. Zusätzlich bestätigt werden die Zusammenhänge durch die Resultate von Ausländern, die in der Schweiz wohnhaft sind. Obwohl sie allgemein in direktdemokratischen Kantonen eine höhere Lebenszufriedenheit äussern als die Schweizer, liegen ihre Angaben in Kantonen mit überdurchschnittlich hoch entwickelten Mitbestimmungsrechten unter denen ihrer Schweizer Mitbewohner. Die Logik dahinter: Zwar kommen Ausländer in den Genuss von bürgernaher Politik, aber mitbestimmen können sie nicht – was wiederum die Zufriedenheit schmälert.

Die Fähigkeit, sich zu freuen, ist gross

«Don't worry, be happy» schepperte vor Jahren ein Hit über den Äther. Wären Glücksrezepte so einfach, stünden Glücksforscher ohne Arbeit da. Ihr Voratz, mit ihren Forschungen und Messungen zu einer besseren Welt beizutragen, wäre vergebene Liebesmüh. Dennoch scheint der Hit eine Wahrheit zu transportieren. Der Hüter über die World Database of Happiness, Ruut Venhooven, lässt mit einem Resultat aus seinen Statistiken aufhorchen. Rund um den Globus schätzen sich die Menschen eher glücklich ein als unglücklich. «Die menschliche Fähigkeit zur Freude ist gross», schreibt Venhooven in einem Bericht. «Hirnbe-reiche, die positive Gefühle beeinflussen, sind umfangreicher als solche, die unerfreuliche Erfahrungen produzieren.»

«Hans im Glück» hegte da nie die geringsten Zweifel.



Bruno S. Frey
Ökonomie-Professor
an der Universität
in Zürich

JE DEMOKRATISCHER, DESTO GLÜCKLICHER

Bruno S. Frey, Ökonomie-Professor an der Universität in Zürich, fasziniert das Glück. Und das führte ihn zu einem reizvollen Fund. Mit seinem Fachkollegen Alois Stutzer weist er nach: Je direkter die Demokratie, desto glücklicher schätzen sich die Bürgerinnen und Bürger.

CHRISTIAN PFISTER Warum messen Ökonomen das Glück?

BRUNO S. FREY Ziel des Wirtschaftens ist es, die Menschen glücklich zu machen. Daher ist es wichtig zu überprüfen, ob dies auch gelingt.

C.P. Wie?

B.S.F. Anhand von Befragungen. Die Leute schätzen ihren Zustand auf einer Skala von 1 (sehr unzufrieden) bis 10 (sehr zufrieden) ein. Die Schweizer liegen im Durchschnitt bei 8,2 Punkten. Sie gehören damit zu den Allerglücklichsten.

C.P. Wenn ich mich morgens im Tram umsehe, sieht die Sache aber anders aus.

B.S.F. Trotzdem ist dies so. Wir haben 43 Länder verglichen, von denen sichere Daten vorhanden sind. Die ärmsten Länder haben einen Durchschnitt von 5,9; die reichsten von 7,3. Dies widerlegt das Vorurteil, dass Arme glücklicher seien als Reiche.

C.P. In der Schweiz sind Arbeitslosigkeit und Gesundheit die wichtigsten Glücksfaktoren. Wieviel Einfluss hat die Lohntüte?

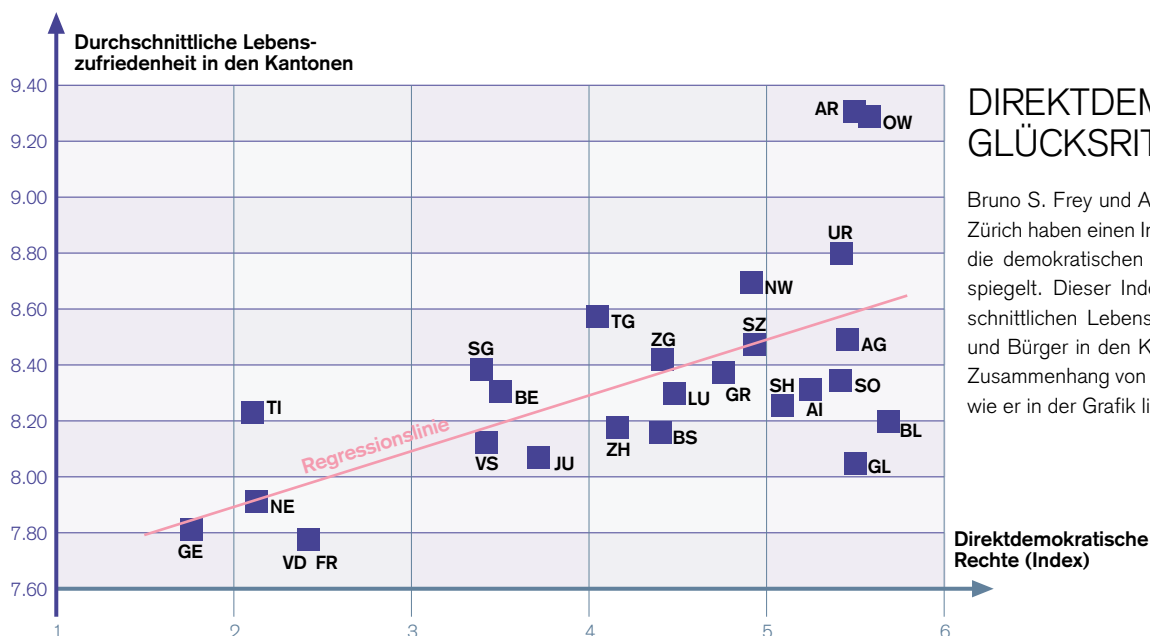
B.S.F. Das Einkommen hat einen Einfluss auf das Glücksempfinden der Schweizer, auch wenn er gegenüber jenem der Arbeitslosigkeit klein ist.

C.P. Sie haben nachgewiesen, dass die Einflussmöglichkeiten auf die Politik und die Institutionen das Glück prägen. Wie lässt sich das messen?

B.S.F. Unsere Umfrageergebnisse zeigen: Unter den Kantonen gibt es grosse Unterschiede in den Möglichkeiten, am politischen Geschehen mitzuwirken. Dies hat entsprechende Auswirkungen auf das politische Ergebnis, was wiederum die Zufriedenheit prägt. Natürlich spielen einige andere Faktoren eine wichtigere Rolle. Dennoch fällt ins Gewicht: Je demokratischer und föderalistischer das System, desto zufriedener sind die Menschen.

C.P. Also müsste man die Demokratie eher noch ausbauen; ein EU-Beitritt verheisst unter diesen Vorzeichen kaum Glück. Einverstanden?


B.S.F. Das kann ich nicht vorhersagen. Es ist umstritten, wie viele Mitbestimmungsrechte wir bei einem EU-Beitritt verlieren würden. Doch es ist oft zu hören, direkte Demokratie sei für die Wirtschaft nicht förderlich. Das Gegenteil ist der Fall. Die Belastung mit Staatsschulden ist umso geringer, je direkter die Demokratie. Es kommt auch zu weniger Fällen von Steuerhinterziehung, weil die Menschen ein besseres Verhältnis zum Staat haben. Ein interessanter Zusammenhang besteht auch darin, dass das Pro-Kopf-Einkommen in direktdemokratischen Kantonen höher liegt.



Quelle: Bruno S. Frey und Alois Stutzer (1999). Happiness, Economy and Institutions. Universität Zürich.

DIREKTDEMOKRATEN SIND GLÜCKSRITTER

Bruno S. Frey und Alois Stutzer von der Universität Zürich haben einen Index von 1 bis 6 entworfen, der die demokratischen Mitbestimmungsmöglichkeiten spiegelt. Dieser Index, kombiniert mit der durchschnittlichen Lebenszufriedenheit der Bürgerinnen und Bürger in den Kantonen, ergibt den einfachen Zusammenhang von Zufriedenheit und Demokratie, wie er in der Grafik links dargestellt ist.



ZU VIEL GLÜCK LOCKT KEINE KÄUFER

«EINE GUTE GESCHICHTE», SO WERBER MARTIN DENECKE,
«BESCHREIBT ALLGEMEIN KEINE ERFOLGSERLEBNISSE.»

MIT SCHWARZEM HUMOR UND
SCHWACHEN EMOTIONEN
SCHREIBT LOWE|GGK GESCHÄFTS-
FÜHRER MARTIN DENECKE
DIE ERFOLGSGESCHICHTE SEINER
AGENTUR.

INTERVIEW: ROSMARIE GERBER, REDAKTION BULLETIN

ROSMARIE GERBER Sie sitzen gerade in der Sonne Südspaniens und lassen sich vom Bulletin der CREDIT SUISSE interviewen. Sind Sie glücklich?

MARTIN DENECKE Auf jeden Fall bin ich glücklich. Bei zwanzig Grad in der Sonne wären Sie das auch.

R.G. Und während Sie privat Glück zelebrieren, sperren Sie und Ihre Kollegen Visionen von Glück bei der Werbung immer strikter aus. Wo bleiben die Hausfrauen, die sich über porentief reine Wäsche freuen; wo die Liebespaare, die mit ihrem neuen Auto für immer und ewig glücklich werden?

M.D. Diese Übertreibungen, für Sie Glücksversprechungen, sind in einer Zeit entstanden, in der es weit weniger Werbung gab. Da reichten ein paar lächelnde Frauen oder Männer, um Autos, Cola oder Zahnpasta populär zu machen. Wer heute nur Strahlemänner oder -frauen vorführt, der bleibt mit seiner Botschaft ganz einfach unbeachtet.

R.G. Glück ist kein Verkaufsargument?

M.D. So radikal lässt sich das nicht formulieren. Wir zeigen vielleicht nicht dieses aufgesetzte Glück, das Sie umschreiben, aber wir zeigen Emotionen.

R.G. Und wie setzen Sie diese Emotionen bei Plakaten, Inseraten und Werbefilmen ein?

M.D. Nehmen Sie Werbung der Firma Orange, die verspricht: «In Zukunft werden wir mehr reden». Hier geht es um reine Emotionen, um das Herstellen von Beziehungen. Die Sachinformationen über Preis und Reichweite werden zwar geliefert, aber klar zweitrangig.

R.G. «Reden» ist vielleicht in einer Welt strikter Sachlichkeit das höchste der Gefühle. Verheissen Sie mir deshalb bei der Werbung für Meridol-Zahnpasta kein strahlendes Lächeln, sondern erklären mir, «regeneriert irritiertes Zahnfleisch»? Ich träume selten von regeneriertem Zahnfleisch.

M.D. Diese Zahnpasta unterscheidet sich von andern, weil sie Zahnfleisch regeneriert. Wir unterstreichen einen Nutzen, den kaum ein anderes Produkt zeitigt.

R.G. Und ein einmalig strahlendes Lächeln, das Erfolg beim andern Geschlecht verspricht, würde keine Käufer und Käuferinnen animieren?

M.D. Der Konsument würde daraus schliessen, Zahnpasta ist Zahnpasta. Aber diese Paste regeneriert Zahnfleisch. Meridol ist

innerhalb von fünf, sechs Jahren von null auf Rang zwei der verkauften Zahnpasta-Marken in der Schweiz vorgerückt. Der Erfolg dieser Kampagne hat auch uns überrascht. Der Begriff «Regeneration» hat praktisch eine neue Kategorie geschaffen.

R.G. Trockene Information bringt Kunden. Und darüber hinaus werden Werbeerfolge mit schrägen Geschichten und schwarzem Humor geschrieben. Weshalb?

M.D. Ja, die meisten Produkte unterscheiden sich nicht wesentlich. Also kreieren wir eine neue Welt nur für diese Produkte. Konsumenten und Konsumentinnen wollen unterhalten werden. Werbung ist überall und immer ein ungeladener Gast, und ein ungeladener Gast muss das Publikum für sich interessieren.

R.G. Und Werbung öffnet sich Türen, wenn sie hämisches Grinsen, im besten Fall schallendes Gelächter zeitigt?

M.D. Werbung ist dann erfolgreich, wenn sie gute Geschichten erzählt. Humor ist dabei nicht verboten. Eine gute Geschichte beschreibt allgemein keine Erfolgserlebnisse.

Wenn ich erzähle, 1995 war ich bei wunderschönem Wetter in Spanien, und alles war perfekt, wird kein Mensch zuhören. Wenn ich dagegen über Regen, Autopannen und alle weiter denkbaren Katastrophen in Spanien lamentiere, wird das Publikum hingerissen sein.

R.G. Gute Werbung setzt also auf Schadenfreude?

M.D. Ja. In England gibt es eine Zigarre, die Hamlet heisst. Ihr Slogan «Happiness is a cigare called Hamlet» wird von einem Protagonisten illustriert, dem in verschiedenen Variationen irgendwelche Missgeschicke zustossen. Und wenn die Lage unglaublich prekär ist, zündet er sich eben eine Hamlet an. Die Botschaft ist klar: Das Leben ist nicht nur Glück. Wir möchten das Publikum unterhalten und verabschieden uns dabei nicht gänzlich von der etwas heileren Welt. Wir interpretieren diese Idylle einfach ein wenig, und wir spielen in einer etwas technischen Welt ganz gerne mit Emotionen.

MARTIN DENECKE – LOWE|GGK

Martin Denecke ist Geschäftsführer der Agenturgruppe LOWE|GGK. LOWE|GGK besetzt Platz 13 im internationalen Agentur Ranking. Martin Deneckes Crew bewirbt unter anderem das Wirtschaftsmagazin Cash, die Bico & Co AG, die Canon (Schweiz), die Schweizerische Käseunion, die Rivella AG, die sunrise communications AG und – nach dem Millennium – auch die CREDIT SUISSE.

Lavaboooh!

INTEGRAL MC BIEL-BIENNE 99 C



Im besten Bäder- und Küchenmarkt der Schweiz



"Hallo Liebling!" Wer Sie jeden Morgen freundlich begrüsst und Ihnen abends gute Nacht wünscht, der sollte nicht nur pflegeleicht, sondern auch formschön sein. Ein Tête-à-tête im Bad? Bei uns, im grössten Badezimmer-Fachmarkt der Schweiz! Weil sich hier die Auswahl jeden Tag ein Stelldichein gibt. Von der Seifenschale bis zum Closomat. Von der kompetenten Beratung bis zur ideenreichen Raumplanung. Für jedes Budget und für jeden Geschmack.

Also – auf in die trendigste Badezimmer-Ausstellung der Schweiz. Damit Sie ja nichts verpassen.

SANITAS
TROESCH
SUISSE

Das führende Haus für Küche und Bad

Badezimmer- und Küchen-Ausstellungen: **Basel**, Münchensteinerstr. 127, 061 337 35 35, **Biel-Bienne**, Dufourstr. 38, 032 344 85 44, **Chur**, Industriestr. 27, 081 286 73 73, **Contone**, Via Cantonale, 091 851 97 60, **Crissier**, Ch. Longemarlaz 6, 021 637 43 70, **Jona**, Jona-Center 2, 055 225 15 55, **Köniz/Bern**, Sägemattstr. 1, 031 970 27 11, **Lugano**, Corso Elvezia 37, 091 912 28 50, **Sierre**, Ile Falcon, 027 455 37 51, **St. Gallen**, Simonstr. 5, 071 282 55 55, **Thun**, C.F.L. Lohnerstr. 28, 033 334 59 59, **Winterthur**, Geschäftshaus Banane, Brunnengasse 6, 052 269 13 69, **Zürich**, Carabauhaus, Hardturmstr. 101, 01 446 10 10, **Badezimmer-Ausstellungen:** **Develier**, Route Cantonale, 032 422 88 62, **Kriens**, Industriestr. 10, 041 349 59 59, **Olten**, Aarburgerstr. 103, 062 287 77 87
Küchen-Ausstellung: **Genève**, Ch. de la Gravière 8, 022 343 88 20

<http://www.sanitastroesch.ch>

R.G. Sie sagen Emotionen, nie Glück. Ist für Sie dieser Begriff völlig abgewetzt?

M.D. Nein, nein – nicht unbedingt. Im Umfeld einer Bank etwa sind Emotionen unerwartet und deshalb angesagt. Aber diese Emotionen müssen authentisch daherkommen. Das absolute Glück vor der Bank würde keinen überzeugen. Bankkunden hingegen, die Gefühle zeigen, weil sie sich – mit Unterstützung der Bank – einen Wunsch erfüllen konnten, sind glaubwürdig. Diese strahlenden Symbolfiguren, die Sie herbeireden möchten, haben keine Glaubwürdigkeit.

R.G. Aber diese Lichtfiguren sind ein Traum, und Träume müssen nicht durch die Motorfahrzeugkontrolle.

M.D. Zu Ihrem Trost: Ein – wachsender – kleiner Teil der Werbung wird noch immer mit Stars bestritten: Cindy Crawford tritt für Omega an, Boris Becker für TAG Heuer.

R.G. Und mit diesen Stars wird Erfolg, Glück, Schönheit und Jugend versprochen?

M.D. Sicher. Das ist die simpelste Tour.

R.G. Ihre Verachtung ist unüberhörbar. So «simpel» würden Sie also nicht um Konsumenten-Gunst buhlen?

M.D. Unter Umständen doch. Die Frankfurter Zeitung FAZ lässt Prominente, zum Beispiel Altkanzler Helmut Schmidt, auftreten. Schmidt ist wirklich da, aber hinter der Zeitung verschwunden. Unten erfährt das Publikum: Hier sitzt Helmut Schmidt und liest die FAZ.

R.G. Sie beschreiben ein kopflastiges Spiel mit Prominenten, keinen Starkult. Kopflastigkeit scheint in Ihrer Branche klar vor Sinnlichkeit zu stehen. Einer Ihrer Kollegen wirbt für das Ferienland Schweiz mit dem Slogan «Wann hat Sie der Tourismus das letzte Mal Ihre Ferien gekostet». Sind süffisante Sprüche an der Grenze der Publikumsbeschimpfung erfolgreich?

M.D. Das ist nicht mehr als ein Wortspiel, das sich eben nicht an Touristen wendet. Wer mit tausend andern Personen in den Ferien ist, wird vor Ort tausend Touristen und einen Feriengast ausmachen. Wer Ferien macht, will etwas besonderes sein und sich von der Masse abheben. Hier wird Qualität statt Massentourismus versprochen.

R.G. Und Sie glauben, eine durchschnittliche Touristenfamilie, die eine Schweizer Pension besucht, kann diesem Wortspiel folgen und fühlt sich animiert?

M.D. Die Schweiz ist ein teures Ferienland. Wir müssen Gäste gehobener Kaufkraftklassen ansprechen. Und zum Stichwort Publikumsbeschimpfung: Wenn Werbung polarisiert, hat man irgend etwas richtig gemacht.



«WENN WERBUNG
POLARISIERT,
IST ETWAS RICHTIG.»

R.G. Ein strahlendes Heidi neben Ziege auf der Alp hätte keinen Buchungs-Boom ausgelöst?

M.D. Ich bin oft in Asien. Dort funktionieren diese Klischees, in Deutschland wären sie fehl am Platz.

R.G. Ihre Agentur bewirbt ein Möbelhaus für den Durchschnittsgeschmack mit dem Satz: «Bei Pfister können Sie sogar Ihren Tisch möblieren». Sie kitzeln graue Zellen statt Heim und Gemütlichkeit zu loben?

M.D. Sie sehen auf diesem Bild einen Tisch mit Gläsern, Tassen und Tellern. Wir sagen damit, bei Pfister können Sie auch Geschirr kaufen, und wir sagen es mit Esprit. Pfister hatte vor einigen Jahren mit einem etwas verstaubten Image zu kämpfen. Wir sind dagegen angegangen und haben prompt einen Preis für effiziente Werbung geholt.

R.G. Und mit Bildern von einem trauten Heim und Glück in der Polstergruppe hätten Sie keinen Erfolg zementieren können?

M.D. Sie haben offensichtlich die Fernsehwerbung für Pfister nicht gesehen. Wir haben zwei Kampagnen kombiniert. Im Fernsehen zeigen wir trautes Heim und Glück, aber auf moderne Art.

R.G. Modern heisst, dass die glückliche Familie gemeinsam ihre Grossmutter umbringt?

M.D. Keineswegs. Sie sehen eine Familie und eine Frau, die sich wohl und frei fühlt. Wir zeigen schönes Wohnen und schönes Leben. Und bezeichnenderweise haben Sie diese – glücklichen – Bilder nicht gesehen.

R.G. Bedauerlich, dass mir die einzige Werbe-Idylle aus Ihrem Haus entgangen ist. Und schade, dass Ihnen, Herr Denecke, das Wort Glück am Ende unseres Gespräches noch immer – beinahe – im Hals stecken bleibt.

M.D. Was Sie wollen, sind übertriebene Gefühle. Wir zeigen Wohlbefinden und bleiben glaubwürdig. Wohlbefinden ist eine persönliche Sache: Gewisse Leute haben Karriereziele, andere wollen ein bestimmtes Auto, und wiederum andere wollen eine Familie gründen. Wenn sie ihr Ziel erreichen, sind sie zufrieden oder, wenn Sie wollen, glücklich. Ihre übersteigerten Glücksvorstellungen sind für mündige Konsumentinnen und Konsumenten nicht auszuhalten, weil ihnen jede Beziehung zur Realität abgeht.

DIE WAHRSAGERIN CHARLOTTE SEEMANN: «ES IST, ALS OB ICH MEIN GLÜCK VERSCHENKE.»

«Que sarà, sarà», singt Doris Day in Alfred Hitchcocks «Der Mann, der zuviel wusste». «What ever will be, will be. The future's not ours to see.» Es ist nicht an uns, in die Zukunft zu blicken. Das findet auch Charlotte Seemann, obwohl die Leute zu ihr kommen, weil sie aus den Sternen oder den Karten etwas über ihre Zukunft erfahren wollen.

«When I was just a little girl», so Doris Day weiter, «I asked my mother, what will I be? Will I be pretty? Will I be rich?» Doch auf einfache Fragen gibt es keine einfachen Antworten. «Die Sterne», sagt Charlotte Seemann, «machen geneigt, aber sie zwingen nicht. Es ist der Mensch, der seine Zukunft selber gestaltet. Jeder ist seines eigenen Glückes Schmied.» So versteht sich die 58-jährige Baslerin mit ihrem «Zentrum für Lebensberatung» als jemand, «die den Menschen hilft, ihre Mitte und damit ihr Glück zu finden.» Mittels Gesprächen, Bachblütentherapie, Astrologie, Mentaltraining – oder Tarotkarten.

«Tarotkarten widerspiegeln unbewusstes Wissen unserer Persönlichkeit», sagt Charlotte Seemann. «Sie machen Unsichtbares in Bildern sichtbar. Wir stellen Fragen zur Zukunft und können aus den Antworten Schlüsse ziehen für den Umgang mit neuen Situationen, anderen Menschen und dem eigenen Ich.» Die Journalistin will es genau wissen. Also bitte ich Frau Seemann, mir in einem verkürzten Verfahren die Karten zu legen.

Ich sitze ihr gegenüber. Zwischen uns brennt eine Kerze, meditative Musik und das leise Plätschern eines Zimmerbrunnens dringen aus dem Nebenzimmer. Irgendwo verströmt ein Duftlämpchen diskretes Aroma. Mit der linken Hand soll ich einen Stapel Karten abheben, Bildseite gegen unten. Dann lässt mich Charlotte

Seemann daraus neun Karten bestimmen, die sie in drei Reihen auf den Tisch legt. Reihum werden sie umgedreht. Bekomme ich eine Antwort auf meine Frage: Was steht mir beruflich bevor?

«Aha», sagt sie bei der ersten Karte, «das sieht nach Erfolg aus». Die Karte zeigt eine Königin. Dann: «Hu, s wird räble!» Es werde mir nicht einfach gemacht, ich würde mich gegen widrige Umstände und mühsame Zeitgenossen durchsetzen und schwierige Entscheidungen treffen müssen. Letztlich aber lohne sich der Weg. Der Erfolg wird mir noch von einer zweiten Karte prognostiziert. «Gute Karten», resümiert Charlotte Seemann. Ich starre auf die abgegriffenen Bildchen mit den rätselhaften Motiven. Zu sehen sind Jungfrauen, Könige, Zwerge, Ritter und andere märchenhafte Gestalten; auch der Sensemann reitet vorbei. Eigenartige Gegenstände wie Pfeile und Kelche sind auszumachen. Ein Tummelfeld der Fantasie. Spiegelbild des Unbewussten? Doch ja, ich kann mit Frau Seemanns Aussagen durchaus etwas anfangen.

Was ist das für eine Person, die Unbekannten gegenüber sitzt, welche etwas über ihr Innenleben erfahren wollen? Eine durch und durch bodenständige. Es gibt nichts Übersinnliches in ihrem «Zentrum für Lebensberatung». Schuhe bitte beim Eingang ausziehen. Büchergestelle mit Literatur im Entrée, darunter eine Sammlung Kristalle. An der Wand verschiedene Diplome. Das Horoskop kommt aus dem Computer auf dem Schreibtisch.

Die Augen sind stark geschminkt und lebendig. Hellblau die Fingernägel. Sie lacht laut und herzlich, spricht schnell und formuliert präzise. Und entpuppt sich als scharfe Beobachterin, in der Lage, sich innert kurzer Zeit ein Bild von einem wild-

fremden Gegenüber zu machen. «Ich habe eine hohe Sensitivität», sagt Charlotte Seemann. «Die ist mir immer im Weg gestanden, bis ich meine Schwäche zum Beruf machte.» Vorher arbeitete sie 20 Jahre als Journalistin und zog zwei Söhne auf. Bei der zweiten Scheidung vor 15 Jahren kam die grosse Krise. Sie nahm Bachblütentropfen, besuchte Selbsterfahrungsgruppen und begann dann selber, Gesprächsgruppen zu leiten. Zahlreiche Ausbildungsgänge folgten, unter anderem beim Schweizerischen Verband für Natürliches Heilen. «Ich verspürte den intensiven Wunsch, den Menschen zu helfen», sagt Charlotte Seemann. «Deshalb habe ich diesen Beruf ergriffen.»

Heute hilft sie Menschen mit den unterschiedlichsten Anliegen. Die meisten sind unglücklich im Beruf oder in der Partnerschaft. «Denen sage ich: «Sie sind nicht unglücklich, Sie haben ein Problem, und ein Problem ist eine Aufgabe.» Dann arbeitet man gemeinsam an der Lösung. Letztlich geht es darum, die wahren Bedürfnisse zu erkennen. Tarotkarten oder Horoskope dienen hierzu als Katalysatoren.

Charlotte Seemann hat schon Ehen gekittet, Berufskarrieren umgekrempelt, Pensionierungsschocks gelindert. Sie vermittelt Ideen und Adressen, ist Sozialarbeiterin und Therapeutin in einem und füllt, wie sie sagt, «eine Lücke zwischen Kirche und Psychiater.» Darin geht sie völlig auf. «Ich verbinde Beruf mit Berufung. Diesen Luxus können sich nicht viele leisten.» Ihre eigene Zufriedenheit ist ihr grösstes Berufskapital. «Es ist, als ob ich mein Glück verschenke. Aber das macht nichts, ich habe ja genug davon!» Ja, das Leben meint es gut mit Charlotte Seemann. Nächstes Jahr wird sie Grossmutter – und darauf freut sie sich riesig. Aber die Karten kann sie sich selber nicht legen: «Ich sehe sie so, wie ich will.» Que sarà, sarà.

MEILI DSCHEN



DAS LIEBESPAAR NINA ZANETTI UND MARC DIETIKER: «WIR HABEN GLÜCKSKLEE GESUCHT.»

Sie balgen sich wie junge Tiere. Sie kichern wie Teenager. Die Schmetterlinge im Bauch flattern immer noch, wenn Blicke hin und her gehen. Die Hände suchen sich verstohlen. Jeder gemeinsame Moment ein kleines Fest. Man könnte neidisch werden bei so viel Glück.

Nina Zanetti (27) und Marc Dietiker (24) leben und arbeiten in Glasgow, Schottland, fernab ihrer Schweizer Heimat. Dort haben sie sich auch kennengelernt, im Juli dieses Jahres.

MARC Also, ich erzähle jetzt mal, wie alles angefangen hat. Ich hatte mich für eine Stelle in Glasgow beworben. Nina, meine künftige Vorgesetzte, musste mich deswegen anrufen. Das war unser erster Kontakt.

NINA Ich muss allen Mitarbeitern telefonieren, und meistens sind diese Gespräche unpersönlicher Art. Aber mit ihm hatte ich von Anfang an viel zu reden. Wir sprachen über unsere Hobbys, über das Inlineskaten und das Motorradfahren.

MARC Die Stimme liess keine Aufschlüsse zu. Wer war sie? Wie alt?

NINA Er war aufgestellt und motiviert. Voll Lebensfreude. Das gefiel mir – auf eine professionelle Weise vorerst.

MARC Der 19. Juli war mein erster Arbeitstag in Glasgow. Ich wurde allen vorgestellt, auch den Teamleitern.

NINA Ja, und da habe ich mich spontan für eine Töfffahrt eingeladen.

Die süsse Zeit der Ahnungen und Spekulationen beginnt. Diskret suchen Verliebte nach Bestätigung für die keimenden Empfindungen, analysieren jedes Wort, jede Geste des Gegenübers. Bei Begegnungen kämpfen sie vergeblich gegen Verlegenheitsröte und rasenden Puls.

Kleinigkeiten verursachen euphorische Stimmungen: Wunderbar, nebeneinander im Fahrstuhl zu stehen. Eine zufällige Berührung lässt beide vor Wonne erschauern.

MARC Das erste, was wir gemeinsam unternahmen, war eine Tour mit den Inlineskates. Zu jenem Zeitpunkt kannten wir uns etwa eine Woche.

NINA Die Sonne schien! In Schottland! Wir hatten zum ersten Mal Zeit. Beim Skaten hat es bei mir gefunkt.

MARC Bei mir schon früher.

NINA Richtig eingeschlagen hat es erst am Wochenende drauf. Da waren wir für eine Töfftour verabredet. Der Einfachheit halber schlief ich schon die Nacht zuvor bei ihm. Er sagte, er wolle auf dem Sofa übernachten. Ich könne das Bett haben. Aber er ist über 1,80 gross, und das Sofa ist kurz...

MARC Am nächsten Tag war kein Wetter zum Motorradfahren. Es regnete die ganze Zeit. Wir kehrten deshalb nach kurzer Zeit wieder um, trockneten uns zuhause und genossen den Tag anders.

Fassunglos vor Glück! Der Hafen ist erreicht, der Anker ausgeworfen, die Ungewissheit besiegt und die Sehnsucht in Erfüllung gegangen. Keine Macht der Welt kann gegen dieses Gefühl etwas ausrichten. Die Gesetze der Gravitation sind ausser Kraft gesetzt, ab sofort ist Schweben angesagt. Doch aller Euphorie zum Trotz, der Katzenjammer ist so nahe.

NINA Im Geschäft hatte man ihm irgendwelche Frauengeschichten nachgesagt. Nun war ich unsicher. War ich in eine Falle getappt? Ich wusste nicht, was ich wollte – und noch weniger, was er wollte. Da sagte

ich zu ihm am selben Abend: «Überleg's dir.» Und bin gegangen.

MARC Das hat mich schockiert. Ich wusste genau, was ich wollte, und plötzlich hiess es, überleg's dir? Dass die Gerüchte völlig aus der Luft gegriffen waren, wollte sie mir nicht glauben. Meine Glaubwürdigkeit war bereits angekratzt.

NINA Am nächsten Tag haben wir uns im Büro gesehen...

MARC ... und nicht miteinander gesprochen.

NINA Ich schickte ihm ein E-Mail; ich hätte es mir anders überlegt. Und ich hätte nichts vor am kommenden Wochenende. Ob er mitkommen wolle zum Wandern in den Highlands? Er sagte ja. Da war alles wieder klar. Wir wanderten durch eine märchenhafte Landschaft und durchquerten Wälder, dichtbewachsen mit Klee. Wir suchten Glücksklee, aber wir fanden keinen.

MARC Glücklicherweise waren wir trotzdem.

NINA Ob wir auch zusammengekommen wären, wenn wir in der Schweiz geblieben wären? Ich würde sogar sagen nein. Wir hätten kaum Gelegenheit gehabt, uns zu treffen. Unser Umfeld ist doch ziemlich anders.

MARC Die Situation hätte es wahrscheinlich nicht erlaubt. Schliesslich gehe ich vor allem mit meinen Kollegen in den Ausgang.

NINA Wie es weitergeht? Ich kann das nicht sagen. Nächsten Sommer kehrt er zurück in die Schweiz. Für mich ist klar, dass ich in Schottland bleiben werde. Mir ist bewusst, dass es Veränderungen gibt. Ich stelle mich darauf ein.

MARC Am Gefühl ändert die Distanz ja nichts.

NINA Oh doch, es hat mit der Energie zu tun.

MARC Es könnte ja auch ein Test sein für unsere Beziehung.

NINA Nein, da mach ich nicht mit, sorry. Aber wir können ja nächsten Sommer darüber reden. Geniess es jetzt.

MEILI DSCHEN



CROUPIÈRE STEFANIA CARANDO: «ZU GEFÜHLSAUSBRÜCHEN KOMMT ES SELTEN.»

Betritt ein ahnungsloser Besucher an einem herbstlich-regnerischen Donnerstag Nachmittag das Casino von Campione d'Italia, beschleicht ihn unweigerlich das Gefühl, im falschen Film gelandet zu sein. Der richtige Film, ob aus den Studios von Warner, Bavaria oder Cinecittà, liefert uns eine klare Vorstellung, welches Ambiente ein solcher Tempel des Glücksspiels ausstrahlen sollte: eine Mischung aus Glamour, Leichtsinn und Erotik. Im Casino di Campione, an den Gestaden des Lago di Lugano, scheinen zwar alle Akteure diesen Bildern krampfhaft nachzuleben. Allein, die Realität ist ein schäbiger Abklatsch des Zelluloid. Die Hauptdarsteller in dieser Reality Show sind vor allem männlichen Geschlechts, die meisten etwas angegraut. Und manche Anzüge und Krawatten sehen aus, als ob sie schon ziemlich Staub angesetzt hätten im Kleiderschrank.

«Als ich noch ein Kind war, fuhren oft Luxuslimousinen vor, aus denen Damen und Herren von Welt entstiegen», sinniert Stefania Carando über die glorreichen Zeiten. «Heute trifft sich hier die grosse Masse. Allein aus Mailand verkehren täglich zwei Linienbusse nach Campione.» Die junge Ökonomie-Studentin mit den blondierten Haaren wirkt fast als Fremdkörper in dieser etwas muffigen Spielhölle. Doch die Uniform mit dem schwarzen Gilet, dem weissen Hemd und der schwarzen Fliege trägt sie bereits seit zweieinhalb Jahren. Damals begann sie ihre abendliche Karriere als Croupière für Black Jack, nach einer viermonatigen Ausbildung im Casino. Tagsüber büffelt sie an der Universität in Mailand Marketing und Buchhaltung.

Eine kleine Menschentraube drängt sich um den Black-Jack-Tisch. Das spär-

liche Licht der sonderbaren Lampen mit den langen, orangefarbenen Plastikfransen verstärkt noch die Schatten auf den angespannten, düsteren Mienen. Croupière Carando verteilt mit hoher Kadenz die Karten, zwei auf jedes der sieben Felder. Die Spannung steigt, doch keiner der Spieler will sich etwas anmerken lassen. Der rundliche Herr links aussen malträtiert unentwegt seinen Kaugummi. Ein anderer, mit dem Habitus eines Lokalpolitikers, sitzt breitspurig auf seinem Hocker, den Blick meist vom Spielfeld abgewendet, und schwatzt pausenlos auf seinen Sitznachbarn ein. Als ob es ihn nichts angehe, kramt er ein paar Chips hervor, die er auf sein Feld setzt. Es folgt die dritte Karte, der Spieler kommt auf siebzehn Punkte. Die Bank hat achtzehn, und weg sind die farbigen Plastikrondellen. «Was solls», gibt der Lokalpolitiker mit seiner gelangweilten Mimik zu verstehen und dreht sich wieder seinem Nachbarn zu.

Ein leises Ritual, dieses Spiel um Glück. Niemand, der vor Freude herumtanzt und seine gewonnenen Chips durch die Luft wirft. Auch niemand, der vor lauter Ärger über einen neuerlichen Verlust seine Faust laut auf den grünen Teppich knallen lässt. «Zu Gefühlsausbrüchen kommt es selten», meint Stefania Carando. Die Vorschriften im Casino seien klar: «Wer Stunk macht, fliegt raus.» Ein erfahrener Croupier kann jedoch auch aus den feinen Gebärden und Gesichtsausdrücken ablesen, wie es um die Gemütsverfassung der Gambler steht. «Wer hier arbeitet, könnte problemlos eine Doktorarbeit in Psychologie schreiben», sagt Carando. «Das Casino ist wie eine Welt im Taschenformat: Alle treffen sich hier, vom Arbeiter zum Industriellen, vom Ehrbaren zum Kriminellen.» Carando teilt sie in zwei Kategorien ein: die einen, denen

es mehr ums Spiel geht. «Sie suchen den Kick, den Adrenalinstoss.» Und die anderen, die unbedingt gewinnen wollen und verkrampft auf der Suche sind nach der besten Strategie.

Leider schaffen auch sie es nicht, auf Dauer das Glück auf ihre Seite zu zwingen. So flüchtet manch einer am Spieltisch in den Aberglauben. «Hat jemand gerade eine Glückssträhne und hält zufällig einen Kugelschreiber in der Hand, so wird er fortan immer diesen Kugelschreiber in der Hand halten», erzählt Carando ihre Beobachtungen. «Andere meiden einen Tisch, weil sie dort eine Person erblicken, in deren Präsenz sie früher ein Spiel ums andere verloren haben.»

Da erstaunt es kaum, dass für die meisten Spieler auch der Croupier mehr ist als eine menschliche Maschine, die nach festen Regeln die Karten verteilt und ihr Spiel macht. «Viele gehen nur an einen Tisch, wenn ihnen der Croupier sympathisch ist.» Ein freundliches Lächeln, ein Zwinkern, ein aufmunterndes Wort seitens des Spielmachers lohnt sich allemal. Denn das Glück der Spieler ist auch sein Glück: «Trinkgelder fliessen dann am meisten, wenn eine gute Stimmung am Tisch herrscht.» Wenn nicht, hat der Croupier ein Problem, denn ohne «la mancia», das Trinkgeld, käme er nur auf einen bescheidenen Basislohn.

20 Franken ist der minimale Einsatz pro Spielrunde, 500 Franken das Maximum. An einem Abend kann so ein Durchschnittsverdiener locker sein Ersparnis verprassen. Die ganz grossen Tragödien fanden zwar früher statt, als noch die High Society hier verkehrte. Doch auch heute trägt sich nicht alles so harmlos zu. Der junge Mann im eleganten Anzug jedenfalls, der paranoid von einem Tisch zum andern irrt und dauernd vor sich hinmurmelt, derweil die Roulette-Kugel ihre Kreise dreht, scheint nicht mehr weit vom psychisch-finanziellen Absturz. «Les jeux sont faits.»

ANDREAS THOMANN



WEM WERDEN DIE GEWINNE AUS
DEM GLÜCKSSPIEL ZUFLIESSEN?
MARTIN DAEPP, ECONOMIC RESEARCH:
«DAS LETZTE WORT IST NOCH NICHT
GESPROCHEN.»

BEIM GROSSEN SPIEL
UMS GLÜCK GEHÖRT
DER BUND ZU DEN
SICHEREN GEWINNERN.

FAITES VOS JEUX

VON MARTIN DAEPP, ECONOMIC RESEARCH

Im Glücksspiel vereinen sich zwei Grundmotive, die das Leben des modernen Menschen prägen: der Spieltrieb und das Gewinnstreben. Die Glücksspielbranche hat viele Formen gefunden, um diesen Bedürfnissen nachzukommen und von ihnen zu profitieren.

Allerdings waren selbst die legalen Formen des Glücksspiels stets umstritten. Im Vordergrund der Kritik steht vor allem die potenzielle Verarmung im Falle einer Spielsucht. Die Glücksspielbranche unterliegt deshalb einer ganzen Reihe von Regulierungen, die das Spielangebot in der Schweiz bislang stark eingeschränkt haben. Zwar hat sich in den letzten Jahren das Geschäft mit Geldspielautomaten stark ausgeweitet, bei den Tischspielen ist aber lediglich das Boulespiel mit beschränktem Einsatz möglich. Das Grand Jeu fehlte bislang. Dies soll sich jedoch ändern.

Im März 1993 nahmen Volk und Stände mit deutlichem Mehr einen Verfassungsartikel an, der Spielbanken ausdrücklich zulies. Das Parlament revidierte das Spielbankengesetz und verabschiedete es Ende 1998. Die Referendumsfrist ist inzwischen ungenutzt verstrichen. Gestützt auf das Gesetz hat der Bundesrat diesen Sommer die Spielbanken- und die Glücksspielverordnung in die Vernehmlassung gegeben. Beide stiessen auf harsche Kritik seitens der Glücksspielbranche, so dass sich Bundesrätin Metzler zu einer Überarbeitung der Verordnungen entschloss. Gemäss neuem Zeitplan ist mit einem Inkrafttreten von Spielbankengesetz und den Verordnungen auf den 1. April 2000 zu rechnen.

Der Gesetzgeber hat sich eingehend mit der Frage beschäftigt, wie das organisierte Verbrechen und die Geldwäscherei aus dem Glücksspiel fernzuhalten seien. Mit der Konzessionspflicht und den Vorschriften über den Betrieb der Spielban-

ken stellt er sicher, dass die Behörden jederzeit wissen, wer die Spielbanken betreibt und woher die investierten Mittel kommen. Auch unterstellt er die Spielbanken dem Geldwäschereigesetz.

Um die sozial schädlichen Auswirkungen des Glücksspiels soweit wie möglich einzudämmen, müssen die Betreiber ein Sozialkonzept vorlegen und sich zur Einhaltung und Realisierung der darin geplanten Massnahmen verpflichten. Insbesondere müssen sie frühzeitig gefährdete Spieler erfassen und sie vom Spielbetrieb fernhalten. Ferner ist es den Spielbanken untersagt, aufdringliche Werbung zu machen. Indirekt gelten sie die vom Spielbetrieb verursachten sozialen Kosten auch über die Spielbankenabgabe ab.

Damit kann der Gesetzgeber zwar die angestrebten Ziele erreichen. Doch schränkt er auch den Wettbewerb stark ein – nur wenige potenzielle Anbieter werden die hohen Anforderungen an den Betrieb erfüllen können. Klein ist auch der

Kreis der Betreiber, die schliesslich eine Konzession erhalten. In diesem Umfeld könnten die konzessionierten Spielbanken durch monopolistische Praktiken hohe Gewinne erzielen. Dem Gesetzgeber steht aber die Möglichkeit offen, einen Teil dieser Gewinne abzuschöpfen und damit von den Spielbankenbetreibern hin zur öffentlichen Hand zu verschieben.

Kampf um die Gewinne ist entbrannt

Die Aufteilung der Gewinne aus dem Glücksspiel ist heftig umkämpft. Der Bund möchte aus der Spielbankenabgabe 150 Millionen Franken pro Jahr für die AHV und die IV lösen. Die Einnahmen aus der Abgabe werden für den Bund um so reichlicher ausfallen, je höher die Bruttospiel-erträge der Spielbanken mit einer A-Konzession ausfallen und je höher der Steuersatz ist. Dabei wird er einen Steuersatz bevorzugen, der den Spielbanken zwar eine angemessene Rendite auf dem investierten Kapital belässt, die darüber

GLÜCKSSPIELMARKT SCHWEIZ

Der Glücksspielmarkt Schweiz wird auf gut 1,8 Milliarden Franken pro Jahr geschätzt. Davon werden rund 1,1 Milliarden Franken für Lotterien aufgewendet, 300 Millionen Franken entfallen auf Veranstaltungen wie Wetten und Tombolas und gut 420 Millionen Franken fliessen in die Geldspielautomaten – 250 in Kursälen und 170 in Restaurants.

Es wird erwartet, dass die Spielbanken durch die Zulassung der Grands Jeux mit unbeschränktem Einsatz ihren Umsatz auf 500 Millionen Franken pro Jahr verdoppeln können.

Derzeit bestehen mehr oder weniger ausgearbeitete Pläne für rund 70 Spielbanken. Bei den A-Konzessionen dürfte der Markt je nach Schätzung vier bis acht Casinos mit Umsätzen zwischen 30 und 100 Millionen Franken pro Jahr aufnehmen können. Ausländische Betreibergesellschaften gehen bei ihren Millioneninvestitionen in eine Spielbank davon aus, dass das direkte Einzugsgebiet auf keinen Fall kleiner sein darf als eine Million Einwohner. Neben den wahrscheinlichen Bewilligungen für die bestehenden 24 Kursäle mit Boulespielbewilligung werden voraussichtlich zehn bis zwölf weitere dieser B-Konzessionen verteilt. Die Einnahmen der Kursäle belaufen sich im Durchschnitt auf 15 Millionen Franken.

hinaus anfallenden Erträge aber steuerlich abschöpft. Die Steuererträge des Bundes fallen dann besonders hoch aus, wenn es nur einige wenige, hochrentable Spielbanken mit einer A-Konzession gibt, die deutlich attraktiver sind als die Geschicklichkeitsspielautomaten ausserhalb der Spielbanken und die Spielbanken mit einer B-Konzession, deren Steuersubstrat ja den Kantonen zukommt.

Die Kantone dagegen pochen auf möglichst attraktive Betriebsbedingungen für Spielbanken mit einer B-Konzession. Auch drängen sie auf eine weite Auslegung des Begriffs «Geschicklichkeit» bei der Unterscheidung zwischen Glücks- und Geschicklichkeitsspielautomaten.

Tourismus profitiert vom Glücksspiel

Die potenziellen Kasinobetreiber wiederum kämpfen für einen möglichst tiefen Steuersatz und Auflagen, die ihnen wenig Kosten verursachen und die unternehmerische Freiheit nicht einschränken. Da allfällige Monopolrenten höchstwahrscheinlich steuerlich abgeschöpft werden, dürfte es für die Betreiber vorteilhaft sein, ihre Schäfchen über das Volumen ins Trockene zu bringen. Sie propagieren daher ein dichtes Spielbankennetz. Unterstützt werden sie von den Tourismusorganisationen, die mit Casinos die Attraktivität möglichst vieler Destinationen steigern möchten.

Das Ringen der Interessengruppen ist mit der Kontroverse um die beiden Verordnungsentwürfe des Bundesrates in eine weitere Phase getreten und wird uns auch nach dem Inkrafttreten der neuen Regelungen begleiten. Jenseits der Frage, wer sich vom neu gebackenen Kuchen welches Stück abschneiden darf, bringt die Neuordnung des Glücksspielwesens aber auch einen volkswirtschaftlichen Nutzen – selbst unter Berücksichtigung möglicher sozialer Kosten.

Neben der Tatsache, dass mit den Grand Casinos ein neues Dienstleistungsangebot entsteht, aus dem Spieler aus der Region einen gewissen Nutzen ziehen

DIE NEUE GESETZGEBUNG IN KÜRZE

Zwei Spielbanktypen

Das Gesetz schafft zwei Kategorien von Spielbanken: Spielbanken der Kategorie A bieten ein umfassendes Angebot an Tischspielen (Grands Jeux) an sowie das Spiel mit Glücksspielautomaten. Die attraktiven Glücksspielautomaten mit den höchsten Verlust- und Gewinnrisiken dürfen ausschliesslich in Spielbanken der Kategorie A betrieben werden. Spielbanken der Kategorie B offerieren höchstens drei Tischspiele sowie das Spiel an Glücksspielautomaten mit geringerem Verlust- und Gewinnpotenzial.

Verbot des Glücksspiels ausserhalb der Spielbanken

Ausserhalb der Spielbanken ist das Glücksspiel untersagt. Vorbehalten sind die Vorschriften des Bundesgesetzes über Lotterien und gewerbsmässige Wetten.

Glück versus Geschicklichkeit

Ein wichtiger Unterschied besteht zwischen sogenannten Glücksspielautomaten, die Bundessache sind, und Geschicklichkeitsspielautomaten, deren Betriebszulassung die Kantone regeln. Glücksspielautomaten bieten Spiele an, die im Wesentlichen automatisch ablaufen. Bei den Geschicklichkeitsspielautomaten hängt der Gewinn von der Geschicklichkeit der Spieler ab. Der Bundesrat erlässt nach Anhören der Kantone Vorschriften über die Abgrenzung zwischen Glücks- und Geschicklichkeitsspielen.

Konzessionspflicht

Für die Errichtung und den Betrieb einer Spielbank sind eine Standort- und eine Betriebskonzession erforderlich. Standort- und Betriebskonzessionär müssen nicht identisch sein. Der Entscheid über die Erteilung und Erneuerung einer Konzession ist dem Bundesrat vorbehalten. Es gibt keinen Rechtsanspruch auf Erteilen der Konzession, selbst wenn die Konzessionsvoraussetzungen erfüllt sind. Die Erteilung einer Standortkonzession ist nur möglich, wenn sich sowohl der Standortkanton als auch die Standortgemeinde dafür aussprechen.

Besteuerung der Spielbanken

Die Bruttospielerträge der Spielbanken unterliegen einer Sondersteuer, der Spielbankenabgabe. Den konkreten Steuersatz legt der Bundesrat fest. Er muss zwingend in der Bandbreite von 40 Prozent bis 80 Prozent liegen. Während einer Einführungszeit von vier Jahren kann der Steuersatz für die einzelne Spielbank bis auf 20 Prozent reduziert werden.

Der Bundesrat reduziert die Abgabe für Spielbanken mit Konzession B, soweit der Standortkanton eine gleichartige Abgabe erhebt. Die Reduktion entspricht der kantonalen Abgabe, höchstens aber 40 Prozent des Bruttospielertrages. Bei Vorliegen besonderer im Gesetz definierter Umstände gewährt der Bundesrat den Spielbanken mit Konzession B weitere Abgabereduktionen.

können, stehen vor allem zwei Aspekte im Vordergrund: Einerseits können die neuen Spielbanken diejenigen Schweizer teilweise zurückgewinnen, die bislang in Casinos des grenznahen Auslands ihrem Spiel gefrönt haben. Andererseits wertet ein attraktives Spielbankenangebot die schwei-

zerischen Tourismusdestinationen auf. Die Schweiz lockt folglich mehr Touristen an, diese geben mehr Geld aus, und die Saison verlängert sich.

MARTIN DAEPP, TELEFON 01 333 37 45

MARTIN.DAEPP@CREDIT-SUISSE.CH

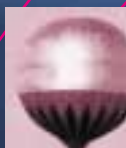
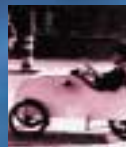
UNGLAUBLICH: JETZT PLATZEN KUNDEN NONSTOP BEI BANKEN HEREIN!

Compaq NonStop™ eBusiness Solutions – zum Beispiel für Banken: Compaq NonStop™ ist die integrale E-Business-Strategie, die aus Banken erfolgreich 24x7-Banken macht. Sie bündelt leistungsfähige und zukunftsichere Technologien, umfassende Service-Leistungen sowie das Know-how führender Solutions-Partner zur E-Business-Lösung für Finanz-Unternehmen. Kein Wunder also, dass hinter dem Online-Banking vieler renommierter Banken die Lösungen von Compaq stehen. Und ganz gleich, ob Sie Wertpapiere oder andere Produkte und Dienstleistungen anbieten: Setzen Sie von Beginn weg auf den richtigen Partner für erfolgreiches 24x7-Business. Damit Sie in Zukunft nie mehr vor Kunden, aber stets vor Überbuchungen sicher sind. Rufen Sie uns jetzt an unter: 0844 844 111.

24x7x COMPAQ

COMPAQ NonStop™

VIELE AUGUREN – SELTEN EIN TREFFER



DIE GESCHICHTE DER ZUKUNFTSFORSCHUNG ZEIGT VOR ALLEM EINES: PROGNOSEN SIND GLÜCKSSACHE.

VON ANDREAS THOMANN,
REDAKTION BULLETIN

«Prognosen sind schwierig, speziell wenn sie die Zukunft betreffen.» Der Ausspruch Mark Twains sitzt noch immer. Wer die Zukunft richtig deuten will, braucht auch heute nichts dringlicher als die Gunst der Göttin Fortuna. Daran haben selbst ausgeklügelte, computergesteuerte Prognosemodelle wenig geändert. Dennoch werden die Zukunftsforscher selten zur Rechenschaft gezogen. Ihr Glück: Nichts vergisst der Mensch schneller, als die Prophezeiungen von gestern.

Eigentlich schade, denn sie bieten nicht selten Unterhaltung erster Güte, wie die Zeitschrift «Facts» bewiesen hat. Beim Stöbern in den Archiven stiess das Blatt auf eine Artikelserie aus dem Jahre 1893. An der Weltausstellung von Chicago feierte man damals gerade die neuesten technischen Errungenschaften. Zu diesem Anlass wurden 74 berühmte Politiker, Schriftsteller und Wissenschaftler befragt, wie die Welt in 100 Jahren aussehen würde. Hätte sich der Lauf der Zeit an die Prognosen der damaligen Weisen gehalten, so würden heute durch Kabel gelenkte Passagierballone durch die Lüfte schweben, die Züge schlichen mit maximal 60 Stundenkilometern durch die Gegend, Briefe und Pakete würden mit der Postkutsche befördert – für eilige Post käme immerhin das Telefon oder der Telegraf zum Einsatz. Und um dem akuten Problem der Dienstbotenknappheit beizu-

kommen, hätte der Staat einen Dienstbotenzivildienst eingeführt.

Plastikmöbel erquicken die Hausfrau

Meist sagen die Visionen vor allem etwas über die Zeit aus, in der sie entstanden. Viel vom Geruch der damaligen Epoche hat auch die schöne neue Plastikwelt, die das Wissenschaftsmagazin «Popular Mechanics» für das Jahr 2000 kommen sah. Sauber machen? Kein Problem. Nur rasch mit einem Schlauch die Zimmerwände, das Sofa und den Esstisch abspritzen, und schon ist das Wohnzimmer blitzblank – die abwaschbaren Möbel und die Teppiche aus Plastik machens möglich. Geschirrspülen? Ein Klacks. Die Plastikteller lösen sich unter heissem Wasser einfach auf. Auf solchen High-Tech-Untersätzen verspeist freilich keiner mehr ein saftiges Steak. Künstliche Lebensmittel aus Sägespänen haben längst die echte Hausmannskost verdrängt.

Samstägliches Autowasch? Alles Seifenschaum von gestern. Der individuelle

Privatverkehr spielt sich längst schon in der Luft ab, seit Hubschrauber zum erschwinglichen Massengut geworden sind. Um in den nächsten Supermarkt zu gehen, müssen die Millenniums-Bürger die Rotoren jedoch gar nicht erst anwerfen. Viel praktischer ist der Einkauf von zu Hause aus, mit interaktivem Fernsehen. Doch halt: Für einmal lagen die kühnen Visionäre aus «Popular Mechanics» nicht einmal so schlecht. Auch hierzulande bieten Grossverteiler wie Migros das Shopping vom Sofa aus an – via Internet.

Weise Voraussicht? Glückstreffer? Nimmt man die Anzahl der Fehlprognosen zum Nennwert, so trifft die zweite Folgerung wohl eher zu. Zu komplex und verworren waren die Wege, die der technisch-wirtschaftliche Fortschritt in diesem Jahrhundert genommen hat. Zu undurchsichtig und manchmal sprunghaft verlief gleichzeitig die gesellschaftlich-politische Entwicklung. Vermessen, unter diesen Umständen ein einigermaßen präzises Bild der Welt in einer fernen Zukunft zu skizzieren.

Ans Automobil dachte niemand

Im Nachhinein finden sich viele Gründe, die für das Scheitern der Prognose verantwortlich waren. Geradezu erstaunlich mutet es an, wie die Zukunftsexperten immer wieder bestimmte Innovationen unterschätzt haben. Von den 73 Persönlichkeiten, die an der Weltausstellung von Chicago ihre Utopien entwarfen, hat nicht eine einzige auf das Automobil als Massenverkehrsmittel gesetzt, obwohl im Jahre 1893 bereits motorisierte Kutschen durch die Strassen tuckerten.

JOHN INGALLS, SENATOR, 1893:



«IN 100 JAHREN WERDEN
KABELGELENKTE BALLONE
DIE MASSEN BEFÖRDERN.»

WALL STREET KENNT KEINE GNADE FÜR GURUS

Börsengurus haben einen schweren Stand. Kaum einem gelingt es, seinen Status über eine längere Zeit zu wahren – zu turbulent gebärden sich die Finanzmärkte. Dies musste auch Elaine Garzarelli erfahren. Die junge Analystin der amerikanischen Handelsbank Lehman Brothers, so die Zeitschrift «Bilanz», war eine der wenigen, die den Schwarzen Montag von 1987 vorhergesagt hatte. Über Nacht wurde die attraktive Bankerin von den Medien zum Börsenstar hochgejubelt. Allerdings bröckelte der Lack ab, als sich ihre Fehlprognosen häuften. Die von Garzarelli verwalteten Fonds hinkten immer mehr dem Gesamtmarkt hinterher. 1994 fiel die Expertin mit Millionengehalt einer Sparübung ihres Arbeitgebers zum Opfer. Auch mit ihrer eigenen Investment-Firma konnte sie nie mehr an den Ruhm vergangener Tage anknüpfen. Sie verschlief den Boom, der in der zweiten Hälfte der Neunzigerjahre einsetzte, und als sie verspätet doch ins Lager der Optimisten – in der Börsensprache Bullen genannt – wechselte, war ihre Glaubwürdigkeit völlig dahin.

«POPULAR MECHANICS», 1950:



«IM JAHR 2000 WERDEN WIR AUS WASSERLÖSLICHEN WEGWERFTELLERN ESSEN.»

Bei anderen technischen Errungenschaften wiederum brannte den Futurologen die Phantasie durch. In den Sechzigerjahren sahen Atomkraft-Euphoriker das Zeitalter kommen, in dem aus dieser unerschöpflichen Quelle die ganze Welt ihren Strombedarf decken könnte. Die Euphorie ist längst schon der Ernüchterung gewichen, und in vielen Ländern steht der Ausstieg aus der Atomenergie weit oben auf der politischen Agenda. Die Experten hatten die sicherheitstechnischen Probleme der Kernenergie unterschätzt.

Manch eine Zukunftsvision geriet auch deshalb zum Rohrkrepierer, weil der Wunsch allzu sehr Vater der Prognose war. Endlos sprudelnde Atomenergie, individuelles Hubschrauber-Vergnügen, Mond- und Marssiedlungen: Die rosa Brille hat dem einen oder anderen Prognostiker den klaren Blick vernebelt.

Ins andere Extrem verfallen sind die notorischen Schwarzseher, zu denen beileibe nicht nur Weltuntergangsprophetinnen

vom Schlage einer Uriella gehören. Es gibt auch Wissenschaftler von Rang und Namen, die nicht müde werden, vor Katastrophen zu warnen. Einer ihrer prominentesten Vertreter ist der englische Ökonom Thomas Robert Malthus. In seiner Schrift «Essay on the Principle of Population» aus dem Jahre 1798 verkündete Malthus, dass sich die Weltbevölkerung mit der Geschwindigkeit einer geometrischen Reihe vermehre (also 2, 4, 8, 16, 32), die Produktion von Nahrungsmitteln dagegen nur in einer arithmetischen Reihe (2, 4, 6, 8, 10). Die verhängnisvolle Konsequenz: Regelmässige Hungerkatastrophen und Kriege werden die Menschheit geisseln

und dem Bevölkerungswachstum Einhalt gebieten. Glücklicherweise eine der grössten Fehlprognosen der Geschichte. Sechs Milliarden Menschen besiedeln heute die Erde, gegenüber knapp einer Milliarde zu Malthus' Zeiten. Zwar sind Hunger und Unterernährung noch lange nicht überwunden, doch sehen die meisten Experten die Ursachen dafür im Versagen der Politik, nicht aber in der Überbevölkerung.

Malthus hatte zwei wichtige Faktoren übersehen: erstens die menschliche Innovationskraft, die zu einer gigantischen Produktivitätssteigerung in der Landwirtschaft führte, und zweitens die abnehmende Geburtenrate bei zunehmendem Wohlstand. Dennoch sind Malthusianer nicht ausgestorben. Als 1972 der Club of Rome seinen Bericht über die Grenzen des Wachstums veröffentlichte, kroch der Geist des Briten einmal mehr aus der Flasche. Die Autoren rechneten vor, dass bis zur Jahrhundertwende die Ressourcen erschöpft sein würden. Die Zerstörung der Umwelt, gepaart mit der Bevölkerungsexplosion, führe zu einem Kollaps der Weltwirtschaft. Eine rapide steigende Sterberate liesse schliesslich die Weltbevölkerung rasch schrumpfen.

«Unsere Welt wird immer besser»

Einer jedoch wollte schon damals nicht einstimmen in den allgemeinen Chor der Pessimisten: Julian Simon, der im letzten Jahr verstorbene liberale amerikanische Ökonom. Mit einer List forderte er die Unheilsverkünder heraus: Er wettete mit jedem, der wollte, dass die Welt morgen besser sein werde als heute. Einsatz war ein Monatslohn. Der Herausforderer konnte irgendeinen Indikator für mensch-

PAUL EHRLICH, BIOLOGE, 1968:



«DIE BEVÖLKERUNG DER USA WIRD BIS INS JAHR 2000 AUF 22,6 MILLIONEN SCHRUMPFEN.»

liches Wohlergehen auswählen – Einkommen, Kalorienaufnahme pro Tag, Bildungsstand, Lebenserwartung. Auch durfte er einen beliebigen Zeitpunkt in der Zukunft aussuchen. Wenn der Indikator sich verschlechterte, so war die Wette für Simon verloren. Der erste, der das Angebot annahm, war Stanford-Professor Paul Ehrlich – ein Biologe, der in seinen düsteren Prognosen Ende der Sechzigerjahre die Bevölkerung der USA bis ins Jahr 1999 auf 22,6 Millionen schrumpfen sah. Ehrlich wettete, dass der Preis von fünf seltenen Metallen über die Jahre steigen würde. Zehn Jahre später war der Wert aller fünf Metalle auf rund die Hälfte gesunken, die Rohstoffe also nicht knapper, sondern reichlicher geworden. Der Pessimist hatte verloren und übersandte kommentarlos einen Check.

Die wenigen, die sich danach noch auf die Wette einliessen, hatten schlechte Karten. Der akribische Datensammler Simon wies nach, dass sämtliche Ressourcen der Welt im Lauf der Menschheitsgeschichte immer billiger wurden. Kurzfristig schlug das Pendel freilich immer wieder nach oben oder unten aus. Doch über die Jahre hinweg zeigte der Trend abwärts. Nur die menschliche Arbeitskraft wurde immer teurer – ausgerechnet die Ressource also, die sich unaufhaltsam vermehrte. Wie war das möglich? Simon erkannte, dass es den Menschen immer wieder gelang, auf eine Verknappung eines Rohstoffs mit einer Innovation zu reagieren und sich so eine neue Ressource zu erschliessen.

Also doch ein Prophet, der regelmässig ins Schwarze traf? Womöglich. Allerdings beschränkte sich Simon auf langfristige, qualitative Prognosen im Stile von «es wird immer besser.» Und wie jeder seiner Zunft hat auch Simon wenigstens einmal richtig danebengehauen. So gestand er in einem Interview mit der Weltwoche: «Ich glaubte, dass es mit der Landwirtschaft der Sowjetunion aufwärts gehen müsse. Statt dessen verschwand die Sowjetunion.»



**SARA CARNAZZI, CREDIT SUISSE
ECONOMIC RESEARCH,
ÜBER DIE GENAUIGKEIT VON
WIRTSCHAFTSPROGNOSEN**

«UNSER BENCHMARK IST DIE REALITÄT»

ANDREAS THOMANN Obwohl die Modelle zur Vorhersage der Wirtschaftsentwicklung immer ausgefeilter werden, sind auch seriöse Institute vor Fehlprognosen nicht gefeit. Wäre es nicht klüger, künftig ganz auf Prognosen zu verzichten?

SARA CARNAZZI Bestimmt nicht. Denn berücksichtigt man die Komplexität der Wirtschaftswelt, so ist die Trefferquote der meisten Prognosen nicht einmal so schlecht. Zudem wäre weder in der Wirtschaft noch in der Politik eine vernünftige Planung möglich, ohne ein ungefähres Bild der Zukunft zu haben.

A.T. Welche Gründe führen dazu, dass eine Wirtschaftsprognose fehlschlägt?

S.C. Vor allem exogene Störungen, also Faktoren, die im Modell nicht erfasst wurden. Das können Änderungen im Konsumverhalten sein, politische Richtungswechsel usw. Es gibt leider viele solcher Faktoren, die man kaum in Zahlen ausdrücken kann.

A.T. Berechnen Sie im Economic Research die Erfolgsquoten der eigenen Prognosen?

S.C. Wir überprüfen systematisch, wie weit die Prognosen mit der Realität über-

einstimmen. Nur so können wir laufend unsere Modelle verbessern.

A.T. Welches war bisher die grösste Fehlprognose des Economic Research?

S.C. Im Herbst 1994, als die Zinsen anstiegen, waren wir überzeugt, dass es sich um einen Zinsbuckel handelte. Wir sagten deshalb voraus, dass die Zinsen mittelfristig wieder auf das Anfangsniveau zurückgehen würden. Zu unserem Pech verharrten sie danach jedoch stabil auf dem höheren Niveau.

A.T. Und wann landeten Sie Ihren grössten Treffer?

S.C. 1997, ebenfalls im Herbst, prognostizierten wir eine Inflationsrate von null Prozent für das Jahr 1998. Von unseren Konkurrenten wurden wir deshalb beinahe belächelt, doch sollten wir recht bekommen.

A.T. Vergleichen Sie Ihre Prognosen mit der Konkurrenz?

S.C. Selbstverständlich. Doch unser Ziel ist es nicht, einfach besser zu sein als unsere Konkurrenten. Unser Benchmark ist die Realität.



WER DAS SCHICKSAL IN DIE
EIGENEN HÄNDE NIMMT,
SETZT AUCH HEUTE OFT AUF

GLÜCKSBRINGER

VON MEILI DSCHEN

Heute ist mein Glückstag. Heute morgen um punkt sieben Uhr fünfzehn steht nämlich der Kaminfeger der Firma Chämifeger Diem AG mit seinem Transporter vor meiner Haustüre. «Sie bringen Glück», sage ich erfreut, und das freut auch den Kaminfeger. Doch warum er ein Glücksbringer sein soll, kann er nicht sagen: «Das kommt noch von früher. Weiss nicht, wer das erfunden hat.» Im Übrigen trägt er weder ein russiges Kostüm, noch einen Zylinder, noch eine lange Leiter. Nein, er ist in einen grünen Overall gewandet und schiebt ein Ungetüm von Staubsauger vor sich her, mit dem er eine halbe Stunde im Heizkeller rumort. Dann versorgt er sein sperriges Utensil im Auto und weg ist er, unterwegs, um dem nächsten Haus Glück zu bescheren.

Ein profaner Berufsmann. Das war früher anders. Der russgeschwärmte Kaminfeger schien geradewegs dem Höllenschlund entstiegen zu sein. Deswegen sagte man ihm nach, den Teufel und andere böse Geister bannen zu können. Der Russ galt als besonderer Schutz vor Gefahren und Krankheiten, weshalb man einen Kaminfeger anfassen oder von ihm angefasst werden wollte. Doch die moderne Heiztechnologie machte dem Russ ein Ende. Und wie so manch anderes ist auch der Kaminfeger in unserer prosaischen Zeit gründlich entzaubert worden.

Das heisst nicht, dass Glücksbringer heute ausgedient hätten. Glück ist immer noch ein rares Gut. «Alle Menschen wollen glücklich sein», meinte einst Aristoteles – banal, aber wahr. Nur, was heisst eigentlich «glücklich»?

Kaum ein Begriff ist so häufig gedreht und gewendet worden wie das «Glück». Seit dem 12. Jahrhundert kennt man dieses Wort in der deutschen Sprache; es soll etwas mit «Gelingen» zu tun haben, doch die Herkunft ist unklar. Philosophen, Psychologen, Soziologen, Naturwissenschaftler, Mediziner haben sich an der De-

finition von «Glück» die Zähne ausgebissen. Immanuel Kant bemerkte: «Es ist ein Unglück, dass der Begriff von Glückseligkeit ein so unbestimmter Begriff ist, dass, obgleich jeder Mensch zu dieser zu gelangen wünscht, er doch niemals bestimmt und mit sich selbst einstimmig sagen kann, was er eigentlich wünsche und wolle.»

In Deutschland gibt es gar ein Institut für Glücksforschung (siehe Interview auf Seite 7). Es beschäftigt sich mit dem ganzen Spektrum des Glücks und des Glücklichseins und stellt sich Fragen, die letztlich niemand beantworten kann: Ist man glücklich, oder hat man Glück? Macht Geld glücklich? Ist Glück messbar? Eine Frage der Hormone?

«Glück», sagt Buddha, «ist das Erlöschen aller Empfindungen im Nirvana.» Das ist ziemlich radikal. Die alten Griechen waren für eine pragmatischere Ansicht: «Glück ist die Erreichung aller selbstgesteckten Ziele.» Der kürzeste Weg zum Glück ist, sich keine neuen Ziele zu stecken, respektive, keine neuen Bedürfnisse zu generieren. Heute hält man es wohl eher mit Johann Nestroy, der meint: «Am besten ist's halt doch, wenn man gesund ist und recht viel Geld hat, denn was hat schon der Arme von seiner Krankheit?»

Die Jagd nach dem Glück schien in früheren Jahrhunderten viel einfacher zu sein. Man kannte tausend Tricks und Kniffe, sich der Gunst der launischen Fortuna zu versichern. Man ging in die Kirche, zündete ein Kerzlein an und empfahl sich einem Heiligen. Man trug ein Amulett gegen den bösen Blick. Glücksverheissende Vorzeichen gab es zuhauf, man musste sie nur zu deuten wissen: Spinnen am Abend, am Hausfirst nistende Schwalben, das Finden eines Hufeisens oder eines vierblättrigen Kleeblatts, das Nachlaufen fremder Hunde, das Zerschlagen eines Gegenstandes beim Umziehen und noch viel mehr versprachen Glück.

Gleiches galt für das Glücks-

brot, das man einem Brautpaar zur Morgensuppe reichte. Die Glückstage hingegen empfahlen sich für den Bezug eines neuen Hauses, das Säen und Pflanzen, das Kaufen und Verkaufen, das Haare abschneiden, das Anziehen neuer Kleider, das Aderlassen, das Heiraten, das Baden. Glück bringen sollten die Glücksringe, die man im Ersten Weltkrieg in Österreich verkaufte. Sie brachten vor allem neue Gelder für die Kriegskasse.

Wird ein Kind mit einem Stück der Embryonalhaut auf dem Kopf geboren, so nannte man das in früheren Zeiten eine Glückshaube. Ein solches Kind stand unter einem glücklichen Stern und wurde glücklich und reich. So glücksbringend war die Glückshaube, dass man ein Stück davon ins Kleid einnähte. Hebammen brachten sich bisweilen heimlich in den Besitz der Glückshaube und verkauften sie für teures Geld.

Viele der alten Glücksbringer wie der Kaminfeger haben sich als folkloristische Erinnerungen in die Gegenwart gerettet, auch wenn über ihren Ursprung der Schleier des Vergessens niedergegangen ist. Vom Glückskäfer etwa weiss man, dass er dem Volksglauben des slawischen Volkes der Wenden entsprungen ist. Wer ein Käferchen mit der linken Hand fangen konnte und es im Portemonnaie versteckte, dem brachte es Glück.

Unklar hingegen ist die Herkunft des Glückspilzes, der als roter Fliegenpilz auf Glückwunschkarten rund um den Jahreswechsel besonders häufig vorkommt. Das Wort «Glückspilz» tritt erst um 1800 auf. Man vermutet einen unbewiesenen Zusammenhang mit dem englischen «mushroom», was auch Emporkömmling heisst.

Uralt ist der Glaube an die glücksbringende Wirkung des Hufeisens, dieses mythischen Halbmondes aus Eisen. Der Schmied gehört ja zum festen Ensemble des griechischen Göttertheaters, und wenn man seinem Produkt magische Kräfte zuschreibt. An Hauswände



IST IHRE BANK SO FLEXIBEL WIE IHR UNTERNEHMEN?



Mit DIRECT NET bestimmen Sie Ort und Zeit selber.

Internet Banking ist für ein modernes Unternehmen unverzichtbar: Bankgeschäfte können Sie damit rund um die Uhr von Ihrem Computer aus erledigen. Schnell, sicher und unkompliziert. Darüber hinaus gibt Ihnen DIRECT NET der CREDIT SUISSE die Gewissheit, mit Ihrer Online-Lösung auch künftig stets auf aktuellem Stand zu bleiben. Wie jetzt mit der neuen, auf Ihre Bedürfnisse einstellbaren Benutzeroberfläche.

Rufen Sie uns jetzt an.

Tel. 0844 840 830, www.credit-suisse.ch/corporate

CREDIT SUISSE. WAS IST IHR NÄCHSTES ZIEL?

genagelt, schützt das Hufeisen vor bösen Geistern, aber nur, wenn die Öffnung nach oben zeigt, damit das Glück nicht herausläuft.



Über den Glücksklee weiss das «Handbuch des Deutschen Aberglaubens» seitenlang zu berichten. Vierblättriger Klee hilft in fast allen Situationen: Er sorgt für Glück im Spiel, wenn man ihn mit Hummelwachs zusammen in einen Beutel aus Maulwurfshaut steckt. Auch ist er vielseitig einsetzbar in Liebesdingen: Man legt ihn in den Schuh der Person, die man gewinnen will. Wer ein vierblättriges Kleeblatt findet, heiratet bald. Wer eine Dame anbetet, die dem Verehrer kein Gehör schenkt, schmuggelt ihr an Ostern einen Glücksklee in die Tasche. Wer ein Kleeblatt schluckt und dabei an den Liebhaber denkt, kriegt ihn. Und so weiter und so fort. Versuchen Sies einmal. Oder gehen Sie an Weihnachten in die Kirche? Nehmen Sie ein vierblättriges Kleeblatt mit, und Sie erkennen alle Hexen.

Last but not least in der Hitparade der Glücksbringer: das Schwein. Das Borstenvieh ist eines der ältesten Haustiere, und eines, dessen Besitz mit Wohlstand und Wohlergehen verbunden ist. «Schwein haben» ist zum Synonym fürs Glück geworden. Kommt einem Hochzeitszug eine Schweineherde entgegen, ist das ein gutes Omen. Von Schweinen träumen, besonders vor einer Reise, bedeutet Glück. Noch besser: Was man in einem Schweinestall träumt, wird wahr. Klopft man des Nachts an den Stall, so kann man dem Grunzen der Schweine entnehmen, wie sich Liebes- und Eheglück gestalten werden. Ein Schweinsohr in der Tasche bringt Glück beim Spiel. Wer in der Fasnachtszeit Schweinefleisch isst, der schwimmt im kommenden Jahr in Glück und Geld. Blutwurst, nüchtern gegessen, bewirkt Gesundheit übers ganze Jahr. Schweineknochen, im Acker vergraben, machen diesen fruchtbar. Rundum segensreich ist dieses Tier, von der Borste bis zum Rüssel.



Die gotthelfschen Schweinekoben sind verschwunden; heute wird das Schweinefleisch in Grossmästereien industriell produziert. Verschwunden ist gleichfalls die Welt des volkstümlichen Aberglaubens – jedoch nicht der Aberglaube selbst.

Auch das moderne urbane Leben ist voll magischer Momente, geheimer Kräfte, wundersamer Symbole. Der Schweizer Schriftsteller Sergius Golowin beschrieb dies in seinem Buch «Magische Gegenwart – Forschungsfahrten durch modernen Aberglauben». Geschrieben hat er es 1964, doch angejährt ist diese vernünftige Lektüre nicht – vieles ist zeitlos aktuell.

Damals waren offenbar Schmuckstücke mit amulettartigem Charakter en vogue: Frauen trugen Armkettchen, an denen eine «richtige kleine Ausstellung der Glücksbringer der verschiedenen Zeiten und Völker» baumelte. Namentlich «metallene Kleeblätter, Katzen, Schweine, Spielwürfel, Marienkäferchen, Seepferdchen, winzige Buddhas, Kreuzchen, Halbmonde, Tierkreiszeichen usw.»



Männer hingegen begannen sich mit Goldkettchen zu schmücken. Zweifellos, stellten damalige Beobachter fest, ein «südländischer Import» durch die italienischen Fremdarbeiter. «Der Mittelmeermensch», schrieb «Die Tat» 1961, «ist für alle magischen Vorstellungen seit jeher besonders anfällig. Das Ketteli mit der Madonna ist in Italien Landessitte und lässt den lebenswürdigen paganen Untergrund des italienischen Lebens deutlich werden.»

Kein Wunder, witterten findige Geschäftsleute im Glücksbringerboom jener Zeit eine Goldgrube. In den USA widmete sich ein gewisser C.D. Fox der Züchtung und des Vertriebs des vierblättrigen Klees. 30 Millionen Kleeblätter soll er innerhalb von 10 Jahren abgesetzt haben. Mindestens so erfolgreich war Harry Brand, der monatlich 200 000 Hasenfüsse an den Mann brachte.

Die Fifties und Sixties waren die Jahre, in denen die Fans in den Konzerten ihrer Idole reihenweise ohnmächtig umkippten. Beatles-Perücken wurden teuer in den Warenhäusern verkauft. Vier Lehrlinge schrieben an die Pforte des Bamberger Doms: «Elvis Presley, mein Gott». Ein Franzose erwarb Johnny Hallydays Bett, liess es in genau 100 000 Stücklein zersägen, und verkaufte diese als Anhänger mit Kettchen. Und der Wagen, in dem James Dean gestorben war, wurde kunstvoll in 500 000 Metallschnipsel zerlegt, die in wenigen Tagen als Reliquie verschербelt wurden.

Reliquienartige Verehrung genoss auch ein so triviales Ding wie der Teddybär. Dem Bärenkult waren Menschen aller Alters- und Bildungsstufen verfallen. Die putzigen Tierchen traten in epidemischem Ausmass als Glücksbringer auf. In der Wohnung beanspruchten sie einen Ehrenplatz auf dem Sofa, im Auto baumelten sie vom Rückspiegel. Sie wurden als Verlobungsgeschenke überreicht, «oder besser zum Zeichen, dass man miteinander schläft». Teddybären schenkte man nicht einfach so, sondern um zu zeigen, «dass es einem vollkommen ernst war». Ein Teddy besass mehr Verbindlichkeit als ein Ehering.



Warum ist der Mensch des ausgehenden 20. Jahrhunderts immer noch empfänglich für Magisches? Warum klopfen wir auf Holz, vermeiden es, unter Leitern durchzugehen, und freuen uns riesig, wenn wir zufällig ein vierblättriges Kleeblatt finden? Möglicherweise, weil es in der rationalisierten, durchorganisierten, globalisierten Welt keine Refugien mehr für die Phantasie gibt. Oder weil es tröstlich ist, zu denken, dass sich über unseren Köpfen nicht nur das Ozonloch und die Marssonde Voyager befinden, sondern irgendeine höhere Macht. Vielleicht aber auch, weil wir wollen, dass es einen Sinn hat zu sagen: «Viel Glück! Good luck! Bonne chance!»





POLYSPAN®
Authorized Reseller

communication

...alte Bräuche neu definiert...



...über den Einsatz zeitgemässer
Audio-, Dokumenten- und Video-
konferenz-Systemlösungen sollten
Sie vorteilhaft mit uns Kontakt
aufnehmen.



TELSYS
TELECOM

Samstagerstrasse 45
8832 Wollerau
Tel. 01 787 50 00
Fax 01 784 81 09
www.telsysag.ch

IM GLEICHSCHRITT MIT DEM MARKT

Indexfonds sind im Kommen. Bei diesen Anlageinstrumenten handelt es sich um Fonds, die einen Börsenindex abbilden – den Swiss Market Index (SMI), S&P 500, Nikkei-Index usw. Die Zusammensetzung des Fonds wird dabei dem Index so nah wie möglich angeglichen. Der Anleger erreicht annähernd die Rendite des Marktes. Gemessen am Schweizer Aktienmarkt wäre er seit 1926 durchschnittlich auf 10,6 Prozent Rendite pro Jahr gekommen. Die Verwaltungsgebühren sind bei Indexfonds niedriger als bei aktiv

verwalteten Fonds, denn das Fondsmanagement nimmt nur Käufe oder Verkäufe vor, wenn sich der Index verändert oder wenn sich das Fondsvolumen vergrössert.

Die CREDIT SUISSE bietet seit diesem Herbst fünf neue Indexfonds an:

- Credit Suisse IndexMatch (Lux) on DJ Euro Stoxx 50
- Credit Suisse IndexMatch on SMI®

- Credit Suisse IndexMatch (Lux) on FTSE 100
- Credit Suisse IndexMatch (Lux) on S&P 500
- Credit Suisse IndexMatch (Lux) on Nikkei 300

Weitere Informationen erhalten Sie bei Ihrer Kundenberaterin. Für besonders Neugierige empfiehlt sich das Internet, unter www.csam.ch/funds/d/indexmatch/ct_indexmatch_d.htm.

INSURANCE LAB BRINGT TRANSPARENZ

Bislang war es schwierig, Lebensversicherungen der verschiedenen Anbieter miteinander zu vergleichen. Damit hat es nun ein Ende. Im vergangenen November hat die CREDIT SUISSE PRIVATE BANKING das Insurance Lab lanciert, eine interaktive Internet-Datenbank für Lebensversicherungen. Unter der Adresse www.cspb.com/insurancelab finden Interessierte eine Auswahl qualitativ hochstehender Lebensversicherungen folgender Schweizer Anbieter: CREDIT SUISSE Life, Winterthur, Allianz, Basler, Helvetia Patria, National und Zürich. Auf der bedienungsfreundlichen Oberfläche geben die Anwender ihre persönlichen Daten ein. Insurance Lab liefert automatisch eine Liste der besten Versicherungslösungen. Daneben erhält man auch Auskunft über steuerliche Vorteile des jeweiligen Angebotes – ein Klick auf den Punkt «steuerliche Behandlung» genügt. Und wer einmal einen Begriff aus dem Versicherungs-Chinesisch nicht versteht, findet unter der Rubrik «Versicherungen einfach erklärt» bestimmt die richtige Antwort.

KLUGE UNTERNEHMER SCHAUEN VORAUSS

Es naht das Jahresende, und die Bank bittet ihre Firmenkunden um Budget und Prognosen für das nächste Jahr. Gefragt ist hier eine solide Finanzplanung. Mit diesem Führungsinstrument kann das Unternehmen seine finanzielle Situation überprüfen, die Investitionen planen und rechtzeitig Handlungsbedarf erkennen. Sie dient zudem als wichtiges Informationspapier für die Bank und kann die Kreditwürdigkeit und das Kreditrating beeinflussen. Speziell für kleine und mittlere Unternehmen hat die CREDIT SUISSE einen neuen Leitfaden zur Finanzplanung erstellt. Er enthält die drei Bereiche, die zur Finanzplanung gehören: Plan-Erfolgsrechnung (Budget), Plan-Bilanz sowie Liquiditätsplan. Die Broschüre kann zum Preis von zehn Franken mit dem beigelegten Talon (letzte Seite) bestellt werden.





WWW.CSPB.COM: ONLINE BERATUNG, ONLINE INFORMATION

Seit Ende Oktober lässt es sich überall und zu jeder Zeit kostenlos tun; alle Informationen sind zugänglich, und Beratung ist gewährleistet: Über www.cspb.com können sich Kundinnen und Kunden bei CREDIT SUISSE PRIVATE BANKING über Neuemissionen und Derivatprodukte informieren. Sie können zwischendurch Daten und Charts der wichtigen Börsenplätze wie New York, Paris oder Tokio einholen und werden laufend über den Schweizer Markt aufdatiert. Neben reiner Information wird auch Beratung geboten: Unter dem Stichwort «Investment proposal online» lassen sich nicht nur Wünsche und Bedürfnisse im Bereich der Anlagen formulieren, sondern per Mausclick Vorschläge einholen. Eine Überprüfung der Anlagen, neuer Anlagemöglichkeiten oder -konzepte ist auch über die Homepage der CREDIT SUISSE – www.credit-suisse.ch – möglich. Das Fenster «Ihr persönlicher Anlagevorschlag» öffnet den Weg für eine Risikoanalyse und lässt den elektronischen Investment-Manager massgeschneiderte Anlagevorschläge ausarbeiten.

SICHER DURCH DEN BVG- DSCHUNGE



Das BVG-Obligatorium ist seit 1985 in Kraft, aber Auflagen und Nutzungs-Möglichkeiten verlieren sich für viele Unternehmer in der Vielzahl der Reglementierungen. Die WINTERTHUR-COLUMNA

bietet unter dem Titel «Der sichere Weg durchs BVG» Reiseleitung durch unwegsames Gebiet. In elf Kapiteln wird übersichtlich und leicht nachvollziehbar Aufklärung geboten: Unter anderm behandelt werden Finanzierung, Wohneigentumsförderung, Steuerfragen und Anlagevorschriften. Das BVG-Handbuch lässt sich kostenlos – unter www.winterthur.columna.ch – aus dem Internet ausdrucken.

CREDIT SUISSE HOLT WIEDER GOLD



Für ihren Auftritt im Internet hat die CREDIT SUISSE zum zweiten Mal Gold geholt. Wie schon im Vorjahr verlieh die Londoner Lafferty Information and Research Group dem Schweizer Institut den Titel «Beste Website» in der Kategorie «europäische Grossbanken». «Die CREDIT SUISSE gehört zu den grossen Banken in Europa, die sich mit besonders viel Pioniergeist und Einsatz dem Internet verschrieben haben», kommentierte Lafferty. Die Juroren aus London unterstrichen die

Informationsfülle, welche die Bank allen finanzinteressierten Surfern offeriert: tägliche News zum Marktgeschehen, Economic Research und interaktive Möglichkeiten zur Finanzplanung und -kalkulation. Die CREDIT SUISSE nimmt die Lorbeeren gerne entgegen und hofft, den obersten Podestplatz noch eine Weile zu verteidigen.

VOM GÖTTIBATZEN ZUM STARTKAPITAL



Wenn Patinnen, Paten oder Grosseltern zu Weihnachten und bei Geburtstagen das Spielzeug-Überangebot im Kinderzimmer nicht vergrössern wollen, bietet CREDIT SUISSE Alternativen zum Geschenk-«Notstand». Auf dem GESCHENK-SPARKONTO werden Göttibatzen zum Startkapital für eine Ausbildung, eine Reise, die Fahrprüfung oder die erste Wohnungseinrichtung. Die Höhe der Einzahlungen bestimmt der Schenkende. Bis zum 18. Altersjahr des Beschenkten wird das Kapital zum Vorzugssatz verzinst. Das alte Göttisparheft hat ausgedient:

Zum 18. Geburtstag der Begünstigten erhalten Paten oder Grosseltern eine exklusive Geschenkkurkunde. Mit der Übergabe dieser Urkunde werden die Beschenkten ermächtigt, das GESCHENK-SPARKONTO zu ihren Gunsten zu saldieren.

Kundenberaterinnen und -berater der CREDIT SUISSE werden gerne breiter informieren. Und wer den Gang zum Schalter scheut, findet zusätzliche Details im Internet unter <http://www.credit-suisse.ch/sparen>

Stock- Shopping jetzt auch in New York.

**GRATIS
KURS
DATEN**

Jetzt sind Sie bei www.youtrade.com auch online mit der Wall Street verbunden. Sie handeln Aktien der NYSE-kotierten Unternehmen, aus dem S&P 500 Index sowie dem NASDAQ Composite Index: sicher und sekundenschnell. Zudem erhalten Sie gratis News, Analysen und Empfehlungen. Um mit www.youtrade.com zu traden, müssen Sie weder Ihre Bank wechseln noch CREDIT SUISSE-Kunde sein. Mehr Informationen unter www.youtrade.com, über Telefon 0800 800 550 oder Fax 0800 800 554.

www.youtrade.com
The Trader's Choice

IM JAHR 2000 VERSPRICHT EIN
AUFGEHELLTES WELTWIRTSCHAFTSKLIMA
PROSPERITÄT.

VIELES WIRD GUT

**VON ALOIS BISCHOFBERGER,
CHEFÖKONOM**

Während vor einem Jahr weltweit eine der schwersten Finanzkrisen der Nachkriegszeit am Ausklingen war, ist für 2000 Optimismus angesagt: Die Finanzmärkte werden sich grundsätzlich positiv entwickeln.

Im Oktober 1998 führte die Asienkrise zu Kurseinbrüchen auf den Aktienmärkten der Industrieländer. Der interne Staats-

bankrott Russlands, das Moratorium an der Auslandschuld und die Freigabe des Rubel-Wechselkurses bewirkten auf den internationalen Finanzmärkten eine Flucht in Qualität und Sicherheit. Der drohende Zusammenbruch des Hedge Fund Long-Term Capital Management (LTCM) führte zu einer Vertrauenskrise, Liquidität wurde stark nachgefragt. Die Stabilität des internationalen Finanzsystems stand im Herbst 1998 auf Messers Schneide. Klare Zinssignale und eine deutliche Lockerung der Geldpo-

litik durch das amerikanische Federal Reserve Board und andere Zentralbanken haben die drohende Gefahr abgewendet.

Die grössten Risiken waren entschärft, aber die Weltwirtschaft blieb labil. Japan, zahlreiche Emerging Markets Asiens und Lateinamerikas waren von Rezession und Stagnation betroffen oder bedroht. In Deutschland, Italien und Spanien schrumpften die Zuwachsraten des Bruttoinlandproduktes. Starke Wachstumsimpulse gingen dagegen von Nordamerika aus.

Europa gewinnt an Dynamik

Die USA, Grossbritannien und die Europäische Währungsunion betreiben eine antizipierende Geldpolitik und werden diese straffen, bevor eine sich beschleunigende Teuerungsspirale einsetzt. Überall ist das Zinstal erreicht, ja durchschritten. Zinserhöhungen durch die Zentralbanken brauchen für die Finanzmärkte nicht negativ zu sein. Wenn die Investoren überzeugt



CHEFÖKONOM ALOIS
BISCHOFBERGER
PROGNOSTIZIERT EUROPA
UND DER SCHWEIZ EIN
FREUNDLICHES JAHR 2000.



sind, dass Inflationsimpulse dadurch im Keim erstickt werden, werden sie positiv reagieren und keine höhere Inflationsprämie in die Kapitalmarktrenditen einbauen. Die langfristigen Zinsen werden deshalb nicht zwangsläufig steigen.

Damit werden sich die Teuerungsraten in Grenzen halten: Im Durchschnitt der 20 wichtigsten Industriestaaten ist ein Anstieg von 1,4 Prozent im Jahr 1999 auf 1,8 Prozent im Jahr 2000 zu erwarten.

Der Zinsanstieg wird das aufgehellte Weltwirtschaftsklima nicht trüben. Eine Umkehrung der Zinsertragskurve – kurzfristige Zinsen, die über den langfristigen Renditen liegen – steht nicht bevor.

Und die Aktienmärkte? Europa wird konjunkturell an Dynamik gewinnen und die Vereinigten Staaten werden an Schwung verlieren. Damit steigt die Nachfrage nach Anlagen in der europäischen Einheitswährung, dem Euro. Die Zinsängste werden

nachlassen. Bei einem Wachstum der Weltwirtschaft von gut drei Prozent wird es zu keiner Überbeanspruchung des weltweiten Kapitalangebotes kommen.

Nach dem Jahreswechsel wäre eine Abkoppelung der europäischen Aktienmärkte von der hoch bewerteten Wall Street möglich. Die CREDIT SUISSE rechnet im nächsten Jahr mit steigenden Kursen in der EU und macht geringere Potenziale in den Vereinigten Staaten aus. Die Anlagepolitik der CREDIT SUISSE favorisiert Deutschland und Frankreich, weil dort die allgemeine Konjunktur, die Exportentwicklung und die Unternehmensgewinne für freundliche Börsen sorgen sollten.

FRÜHLINGSERWACHEN IM WINTER

Der Schweizer Aktienmarkt hat offenbar die lang anhaltende Konsolidierungsphase hinter sich. Erstmals seit Januar 1999 ist in Ansätzen wieder ein nach oben gerichteter Kurstrend erkennbar, begleitet von einem gemässigten Optimismus der Anleger. Bedenkt man, dass sich diese Entwicklung gegen ein widriges Zinsumfeld durchgesetzt hat, besteht Grund, mit Zuversicht in die Zukunft zu blicken. Das gute Abschneiden der Elektrotechnik- und Elektronikbranche und vor allem des zinsensensitiven Finanzmarktes untermauert dies. Im ersten Quartal 2000 dürfte bei den Geldmarktsätzen dank dem Wegfall der Millenniumsprämie kurzfristig eine Entspannung eintreten und als weitere Kursstütze wirken. Indes drückt das erwartete geldpolitische Bremsmanöver der Schweizerischen Nationalbank den Kurs. Wegen der zurückhaltenderen Liquiditätsversorgung muss der Rückhalt für höhere Börsenkurse von der Gewinnseite der Gesellschaften kommen. Die jüngsten Gewinnausschüttungen sind diesbezüglich vielversprechend. Sogar die zeitweise in Missgunst geratene Pharmabranche zeigt durchwegs wieder Anzeichen einer Besserung.

Aber es besteht noch kein Grund zur Euphorie. Zwar sind die wirtschaftlichen Voraussetzungen gut. Auch dürfte die Konjunkturerholung Europas und Asiens sowie das verbleibende Restrukturierungspotenzial dafür sorgen, dass die Unternehmen weiterhin über Gewinnsteigerungsmöglichkeiten verfügen. Zu Jahresbeginn werden die Gewinne jedoch noch begrenzt sein. Zur Verstärkung werden dazu konjunkturelle Impulse aus den für die Schweiz wichtigen Nachbarländern benötigt: Die CREDIT SUISSE zählt darauf im nächsten Jahr. Sie rechnet mit einer ungebrochenen Beliebtheit der Elektronik- und Elektrotechnikbranche. Die globale Wirtschaftsentwicklung spricht weiterhin für zyklische Werte, insbesondere für Werte aus dem Grundstoffsektor. Als weitere Nutzniesser sehen wir den Detailhandel; die Attraktivität von Luxusgüterherstellern nimmt zu. Schliesslich setzt die CREDIT SUISSE auf Technologie- und Kommunikationsunternehmen.

Exportboom stimuliert Nachfrage

1998 sanken die Wachstumsraten des realen Bruttoinlandsproduktes (BIP) von Quartal zu Quartal. Das erste Halbjahr 1999 brachte eine Stabilisierung des BIP-Zuwachses bei rund einem Prozent. Gleichzeitig stimulierte der Exportboom die inländische Nachfrage. Die Unternehmen erwarteten höhere Produktion, Umsätze und Erträge und steigerten die Investitionen in ihre Betriebe 1998 um 8,6 Prozent. Eine überraschende Erholung des Arbeitsmarktes zeitigte schnell eine optimistische Einschätzung der Arbeitsplatzsicherheit und lockte die privaten Verbraucher aus der Reserve. Mit 2,3 Prozent lag die reale Zuwachsrate des privaten Konsums um einen Punkt über dem Durchschnitt der letzten zwanzig Jahre.

Die Asienkrise, die realwirtschaftlichen Folgen der Finanzmarkturbulenzen sowie die markante Wachstumsverlangsamung in den Kernländern der EU bremsten aber dann die Exporte und die gesamtwirtschaftliche Wachstumsrate. Die Zuwachsrate der Ausfuhren halbierte sich 1998 auf 4,6 Prozent und sank im ersten Halbjahr



«DIE CREDIT SUISSE
RECHNET IM JAHR 2000
MIT STEIGENDEN KURSEN.»



«DIE GELDMARKTZINSEN WERDEN SICH NACH DEM MILLENNIUM ZURÜCKBILDEN.»

1999 auf 1,8 Prozent. Im gleichen Zeitraum expandierte der Konsum privater Haushalte um zwei Prozent. Der gebremste Zuwachs der Ausrüstungsinvestitionen im zweiten Quartal wurde durch zusätzliche Bauinvestitionen kompensiert.

Konjunktur kommt in Schwung

Firmenbefragungen und der von der CREDIT SUISSE monatlich erhobene Swiss Purchasing Managers' Index sprechen für ein Wiedererstarren der Konjunktur. Im ersten Halbjahr 1999 stieg die Beschäftigung um ein Prozent. Die Arbeitslosenquote ging zurück und wird weiter sinken. Die noch bestehende Arbeitslosigkeit ist vorwiegend strukturell bedingt und vor allem mit falschen oder fehlenden Qualifikationen der Betroffenen zu erklären. Die Exportindustrie wird von der steigenden internationalen Nachfrage nach Konsum- und Investitionsgütern profitieren. Der Wechselkurs wird keine Exportbremse sein. Gegenüber dem Euro, der für die Ausfuhr der massgeblichen Währung, wird sich der Schweizer Franken mit grosser Wahrscheinlichkeit in einem engen Band von 1.58 bis 1.63 Franken bewegen. Aus dem Zusammenspiel dieser Faktoren ergibt sich im laufenden Jahr eine Beschleunigung des Exportzuwachses von 2,7 auf 4,5 Prozent im Jahr 2000.

Im Lauf des nächsten Jahres werden Ausrüstungsinvestitionen wegen der Wachstumsbeschleunigung an Gewicht gewinnen. Die CREDIT SUISSE prognostiziert deshalb eine Wachstumsrate der realen Ausrüstungsinvestitionen von 5,1 Prozent im Jahr 2000, verglichen mit 3,5 Prozent im laufenden Jahr. Die Zeiten der Nullinflation sind vorbei. Wir gehen davon aus, dass die mittlere Inflationsrate in diesem Jahr auf 0,8 und im Jahr 2000 auf

1,1 Prozent steigt. Weiterhin sind hausgemachte Teuerungsfaktoren am Werk. Bei zahlreichen Dienstleistungen ist der Wettbewerb noch wenig ausgeprägt, im Gegensatz zur Entwicklung bei international handelbaren Gütern. Das durchschnittliche Mietzinsniveau steigt trotz rekordtiefer Hypothekarzinsen und hoher Leerstandsquoten. Wieder sinkende Leerstände und steigende Zinsen können diesen Trend verstärken. Dagegen sind bei Nahrungsmitteln, im Telekommunikations- und Elektronikbereich sowie bei der Elektrizität rückläufige Preise zu erwarten.

Massvoller Zinsanstieg

Das Zinstal ist durchschritten. Die langfristigen Zinsen steigen seit Mai 1999. Aber auch die Geldmarktsätze haben angezogen. Das gilt in erster Linie für Laufzeiten, die über den Jahresresultat hinausgehen. Das heutige Zinsniveau schliesst eine Millenniumsprämie ein. Das heisst, dass sich die Geldmarktzinsen nach dem Jahrtausendwechsel nochmals zurückbilden dürften. Es ist aber unwahrscheinlich, dass die früheren Tiefpunkte erreicht werden. Wir rechnen mit einem Rückgang des 3-Monats-Satzes auf rund 1,8 Prozent, gefolgt von einem massvollen Anstieg im Lauf des Jahres 2000.

Bausektor legt um 2,6 Prozent zu

Bei den Bauinvestitionen ist eine konjunkturelle Beschleunigung absehbar. Wir veranschlagen ihre Wachstumsrate in diesem Jahr auf ein Prozent, im Jahr 2000 auf 2,6 Prozent. Der private Bau wird von der Nachfrage nach Eigenheimen, von Wohnungsumbauten und -renovationen und von vermehrter Dynamik bei kommerziell genutzten Gebäuden begünstigt sein. Letzteres gilt trotz der immer noch hohen

Leerstände bei industriell-gewerblichen Liegenschaften und Bürobauten. In sehr vielen Fällen ist es nämlich günstiger, Neubauten an attraktiven Standorten zu erstellen, als Umbauten an bestehenden, leerstehenden Liegenschaften vorzunehmen.

Im öffentlichen Bereich wird der Hochbau weiter unter dem Zwang zum Sparen stehen. Im Tiefbau besteht eine relativ stabile Sockelnachfrage aus dem Unterhalt des Nationalstrassennetzes und den grossen Infrastrukturprojekten wie NEAT und Bahn 2000. Trotz der Zunahme der Bauproduktion bleibt die Branche aber einem hohen Restrukturierungsdruck ausgesetzt.

Höhere Einkommen, mehr Konsum

Wenn sich die Erwartungen für den Außenhandel und für die Investitionstätigkeit erfüllen, steht einer positiven Entwicklung des privaten Konsums – mit einem Anteil von 60 Prozent die wichtigste Komponente des BIP – nichts im Weg. Dass sich die Konsumentenstimmung auf dem höchsten Stand seit 1989 befindet, ist ein gutes Omen. Offensichtlich gewichten die privaten Haushalte die verbesserten Arbeitsmarkt- und Einkommensperspektiven sowie die erzielten Kaufkraftgewinne höher als negative Meldungen aus der Industrie und die Volatilität auf den Finanzmärkten. Was die Einkommensperspektive betrifft, so dürften die günstigeren Konjunkturerwartungen, die steigende Beschäftigung und die Engpässe auf dem Arbeitsmarkt im Jahr 2000 zu einem Anstieg der nominalen Einkommenssumme um rund 2,5 Prozent führen. Bei einer mittleren Inflationsrate von 1,1 Prozent, einer gleichbleibenden Steuerbelastung und einer im Vergleich zu früheren Jahren unterdurchschnittlichen Erhöhung der Krankenkassenprämien bedeutet dies eine Zunahme der realen Einkommen von rund 1,5 Prozent.

A. BISCHOFBERGER, TELEFON 01 333 61 26
ALOIS.BISCHOFBERGER@CREDIT-SUISSE.CH

MARTIN NEFF, ECONOMIC
RESEARCH, IST SICH SICHER:
«GUTE AUSSICHTEN HABEN
BRANCHEN MIT STARKER
EXPORTORIENTIERUNG.»



BRANCHENAUSBLICK 2000

IN VIELEN BRANCHEN HABEN SICH
DIE WOLKEN VERZOGEN. DOCH
ZUM JUBELN BESTEHT KEIN ANLASS.

VON MARTIN NEFF,
ECONOMIC RESEARCH

Die Ampel steht auf Grün: Die Schweizer Wirtschaft sollte im kommenden Jahr den leichten Wachstumseinbruch überwinden und wieder zulegen. Zwei Prozent beträgt das von der CREDIT SUISSE prognostizierte Wachstum der gesamten Wertschöpfung im Jahr 2000. Dabei werden aber je nach Branche sehr unterschiedliche Zuwachsraten resultieren. Und an einigen Branchen wird der Aufschwung ganz vorbei gehen.

Die Neunzigerjahre waren geprägt durch ein schwaches Wachstum und einen Wettbewerb, der infolge Liberalisierung und Globalisierung an Intensität gewann. Hinzu kam ein zunehmender Preisdruck und eine weit verbreitete Ertragsschwäche. In verschiedenen Branchen hat diese Periode Spuren hinterlassen – vornehmlich im binnenorientierten Sektor. Ob Bauwirtschaft oder die baunahe Branche der Steine und Erden, Detailhandel oder Zulieferer

der Maschinenindustrie und des Fahrzeugbaus, alle durchliefen einen schmerzlichen Schrumpfungsprozess, der in der Bauwirtschaft am nachhaltigsten ausfiel. Ebenso zählte die Tourismusindustrie zu den Verlierern. Die Umsätze kommen schon seit Beginn der Neunzigerjahre nicht mehr richtig vom Fleck. Dazu gesellen sich klimatische Faktoren, allen voran einige schneearme Winter. Die Aussichten für das kommende Jahr sind für die genannten Branchen zwar deutlich besser als in der Vergangenheit, aber noch besteht kein Grund zum Jubeln.

Der Bau erlebt ein Strohfeuer

Die Bauwirtschaft hat ihren schwindelerregenden Fall der Neunzigerjahre mit einem Personalabbau um nahezu die Hälfte zwar beendet und schreibt 2000 vor-aussichtlich sogar schwarze Zahlen. Eine nachhaltige Erholung zeichnet sich aber nicht ab. Die grossen Infrastrukturprojekte haben ihre Impulswirkung bereits verpufft und wirken nun «lediglich» stabilisierend, ähnlich wie der öffentliche Unterhalt. Der private Bau hat sich derzeit zwar erholt – er wird im kommenden Jahr auch zulegen, aber zu keinem anhaltenden Höhenflug ansetzen. Sowohl die Wohnungsnachfrage als auch die Nachfrage nach kommerziellen Nutzflächen verläuft insgesamt harzig und wird sich auf einem längerfristig deutlich tieferen Niveau einpendeln als in der Vergangenheit. Solange aber die Nachfrage nicht markant zulegt, bleiben die strukturellen Probleme der Branche ungelöst. Die Überkapazitäten werden auch im Jahr 2000 wegen der weiterhin tiefen Eintrittsbarrieren bestehen und eine nachhaltige Ertragswende verhindern, selbst wenn sich die Preise – wie von der CREDIT SUISSE erwartet – im besten Fall stabilisieren.

Der frühe Schnee in diesem Jahr weckte berechtigte Hoffnungen in einer ebenfalls gebeutelten Branche – dem Tourismus. Gerade in mittleren Lagen ist die Branche dringend auf das weisse Gold angewiesen. Nun rechnen Hoteliers und

Anbieter von Ferienwohnungen mit einem leichten Anstieg der Übernachtungszahlen. Trotzdem: Nicht alle Probleme der Branche lassen sich klimatisch lösen. Es geht darum, ein verloren gegangenes Image neu aufzubauen, und das braucht Zeit. Bis dahin kann die Branche froh sein, wenn sie die Marktanteilsverluste im internationalen Vergleich einigermaßen verkraftet. Zwischen 1990 und 1998 lag das Wachstum der Schweizer Hotellerie jährlich fast zwei Prozent unter dem weltweiten Wachstum der Branche. Mit anderen Worten: Die Schweiz verlor deutlich Terrain an alternative Destinationen, und zwar nicht nur ausländische Touristen, sondern auch Schweizer. Zwischen «Surfen auf Hawaii versus Pflotsch in Adelsboden» mag das Klima den Ausschlag geben. Dass aber andere Länder mit ähn-

lichen Infrastrukturen wie die Schweiz zulegen konnten – oder zumindest weniger Marktanteile verloren –, liegt eher am Verlust eines Images, das früher unter «zwar teuer aber gut» durchging. Heute hat sich das Verhältnis zwischen Qualität und Preis wieder etwas verbessert, doch der Weg ist steinig und die Konkurrenz faktisch überall.

Konsumenten kommen in Stimmung

Auch der Einzelhandel hat noch nicht Tritt gefasst. Immerhin, die Schweizer konsumieren wieder mehr und tätigen Ersatzkäufe von langlebigen Konsumgütern. Dazu trug die Verbesserung am Arbeitsmarkt bei. Die Arbeitsplätze sind wieder sicherer geworden, und die Konsumenten planen langfristiger. Die Konsumentenstimmung hat sich deutlich gebessert,

ÜBERALL GIBT ES CHAMPIONS UND TIEFFLIEGER

Selbstverständlich gibt es in allen Branchen löbliche Ausnahmen – und schwarze Schafe. Nicht in jeder Wachstumsbranche profitieren alle Firmen oder Subbranchen im gleichen Ausmass. Ebenso wenig sehen alle Hoteliers oder Bauschaffenden bereits den Pleitegeier über ihren Köpfen kreisen. Selbst die Exportmeister Chemie und Pharma haben Schattenseiten und kämpfen mit Schwierigkeiten, namentlich bei umgeformten Kunststoffen, Farbstoffen oder auch in der Agrochemie. Im Elektrotechnikbereich profitieren vor allem energieerzeugungsnahe Produkte, während die Elektronikbranche noch immer von der Entwicklung im Wachstumsmarkt Telekommunikation profitiert. Fast allen Branchen gemein ist der unaufhaltsame Druck auf die Produzentenpreise. Dieser macht auch vor den Banken und Versicherungen nicht mehr halt, ebenso wenig vor anderen ehemals abgeschotteten Branchen. So dürften die Preise für Elektrizität durch die Marktliberalisierung bald noch mehr unter Druck kommen und eine ähnliche Entwicklung erfahren wie die Telekommunikationstarife, wenn auch nicht im gleichen Ausmass.



«DER AUFSCHWUNG
WIRD AN EINIGEN
BRANCHEN VORBEI GEHEN.»

doch Euphorie ist fehl am Platz. Denn nur nachhaltiges Wachstum bringt auch nachhaltig steigende Konsumausgaben und damit steigende Umsätze im Einzelhandel.

Die Schweizer Branchenlandschaft besteht glücklicherweise nicht allein aus strukturellen Sorgenkindern. In einigen Branchen sind die Aussichten für das kommende Jahr intakt bis rosig. Zwei Tatsachen fallen dabei ins Auge:

Erstens steigt generell die Branchenperformance mit der Höhe der Exportquote. Je mehr eine Branche im Ausland absetzt, desto besser sind auch die Perspektiven im kommenden Jahr. Dies gilt für die Exportparadeponen Chemie und Pharma ebenso wie für die Maschinenindustrie oder die Elektrotechnik- und Elektronikbranche. Da der Aufschwung im kommenden Jahr zu einem gehörigen Teil exportgetragen sein dürfte, werden die

erwähnten Branchen überdurchschnittlich profitieren. Allerdings war gerade die Maschinenindustrie in den letzten Quartalen stark beeinträchtigt. Zugewogen haben der Branche nicht nur die träge europäische Konjunktur und der damit verbundene Einbruch im Schlüsselmarkt Deutschland. Auch die Asienkrise führte zu Ausfällen – besonders bei den Textilmaschinen. Und die Unsicherheiten in Russland haben zu einer Zurückhaltung der Investoren geführt.

Zweitens bestehen einigermassen verlässliche Zeichen, dass die europäische Konjunktur wieder auf Touren kommt. Davon profitieren derzeit und wahrscheinlich auch im kommenden Jahr die klassisch zyklischen Branchen, also die Papierindustrie, die Kunststoffbranche und die Holzindustrie. Diese Branchen reagieren früh auf sich ändernde konjunkturelle Rahmenbedingungen.

Trotz Lichtblicken bleiben die Branchenspektiven für das Jahr 2000 etwas getrübt. Denn der Kostensenkungs- und Restrukturierungsaufwand, der längst nicht mehr nur in der Industrie besteht, wird die Unternehmen weiterhin zum Schwitzen bringen. Doch nur wer die Kosten im Griff hat, wird auch langfristig erfolgreich am globalen Markt agieren.

MARTIN NEFF, 01 333 24 84

MARTIN.NEFF@CREDIT.SUISSE.CH

BULLETIN | ONLINE

WEITERE INFOS UND LINKS ZUM
«BRANCHENAUSBLICK 2000»

FINDEN SIE UNTER:

WWW.CREDIT-SUISSE.CH/BULLETIN

TRENDS IN WICHTIGEN SCHWEIZER BRANCHEN

	Produktion		Umsatz		Preise		Ertrag	
	1999	2000	1999	2000	1999	2000	1999	2000
15 Nahrungsmittel	↑	→	↗	→	↘	↘	↗	→
17 Textil	↘	→	↘	→	↘	→	↘	→
18 Bekleidung	↗	↗	↗	↗	↗	→	↗	↗
19 Leder und Schuhe	↘	↘	↘	↘	↘	→	↘	↘
20 Holz	→	↗	→	↗	→	↗	→	↗
21 Papier	↘	↗	↘	↗	→	↗	↘	↗
22 Druck und Grafik	↗	↗	→	→	↘	↘	→	→
24 Chemie / Pharma	↗	↗	→	↗	↘	↘	↘	↗
25 Kunststoff	↗	↗	↗	↗	→	↗	↗	↗
26 Steine und Erden	↗	↗	↗	→	→	↘	↗	→
27 Metallherstellung	↘	→	↘	→	↘	↗	↘	↗
28 Metallerzeugnisse	↗	↗	→	↗	→	→	↗	↗
29 Maschinen	↘	↗	↘	↗	→	→	↘	↗
31/32 Elektrotechnik / Elektronik	↗	↗	→	↗	↘	↘	→	↗
40 Elektrizitätswirtschaft	↗	→	↗	→	↘	↘	↗	↘
45 Bau	→	↗	↘	↗	↘	→	↘	↗
51 Grosshandel			↘	↗	→	→	↘	↗
52 Detailhandel			↗	↗	→	→	↗	↗
55 Gastgewerbe	→	↗	→	↗	→	→	→	↗
65 Banken (Bilanzsumme)			↗	↗	↘	↘	↗	↗
66 Versicherungen (Prämienvolumen)			↗	↗	↘	↘	↗	↗

Quelle: CREDIT SUISSE

UNSERE PROGNOSEN ZUR KONJUNKTUR

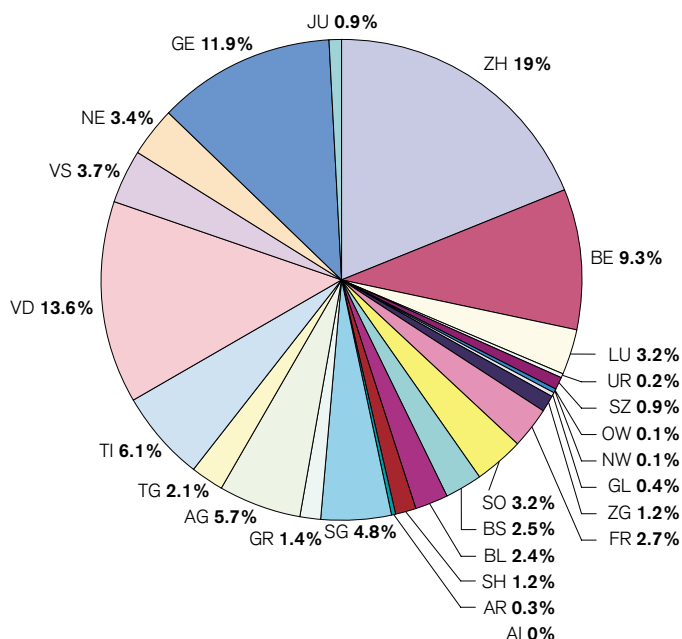
DER AKTUELLE CHART:

ROMANDS STELLEN ÜBER EIN DRITTEL

Der drastische Rückgang der Arbeitslosenzahlen liess die Schweizer Bevölkerung aufatmen. Mittlerweile melden sich immer mehr Stimmen, die über einen ausgetrockneten Arbeitsmarkt klagen. Die Grafik zeigt, wie sich die Arbeitslosen auf die Schweizer Regionen verteilen. Fazit: Mehr als die Hälfte der Stellensuchenden wohnen im Kanton Zürich und in der Westschweiz.

CREDIT SUISSE

Anteil der registrierten Arbeitslosen in % im Oktober 1999



SCHWEIZER KONJUNKTURDATEN:

AUSSENHANDEL KOMMT IN SCHWUNG

Der schweizerische Aussenhandel hat sich zuletzt belebt. Der Warenaustausch mit den Industrieländern konnte jedoch nicht mit dem Anstieg der Exporte und Importe der übrigen Wirtschaftsräume Schritt halten – insbesondere der asiatischen Schwellenländer und der GUS-Staaten.

CREDIT SUISSE

	6.99	7.99	8.99	9.99	10.99
Inflation	0.60	0.7	0.9	1.2	1.2
Waren	0.20	0.7	0.9	1.5	1.6
Dienstleistungen	0.85	0.8	1	1	0.9
Inland	0.57	0.8	0.9	0.9	0.9
Ausland	0.30	0.8	1.2	2.1	2.3
Detailhandelsumsätze (real)	4.90	1.4	–	–	–
Handelsbilanzsaldo (Mrd. CHF)	0.12	0.09	0.46	0.35	-0.01
Güterexporte (Mrd. CHF)	10.05	9.54	8.04	10.38	11.28
Güterimporte (Mrd. CHF)	9.93	9.63	8.52	10.03	11.29
Arbeitslosenquote	2.60	2.5	2.4	2.3	2.3
Deutschschweiz	2.10	2	2	1.9	1.9
Romandie	3.70	3.7	3.6	3.5	3.5
Tessin	3.70	3.7	3.6	3.5	3.5

BIP-WACHSTUM:

FRANKREICH MACHT DAMPF

Im kommenden Jahr sollte sich die Konjunktur im Euroland erholen. Der Aufschwung in Frankreich dürfte das Wachstum in Deutschland und Italien beschleunigen. Die Erholung in Europa sollte sich auch positiv auf die Schweizer Wirtschaft auswirken. In den USA ist trotz einer moderaten Abkühlung der BIP-Zuwachsraten mit einem weiteren Hochkonjunkturjahr zu rechnen.

CREDIT SUISSE

	Durchschnitt 1990/1997	1998	Prognosen 1999	2000
Schweiz	0.2	2.1	1.1	2.0
Deutschland	3.0	2.0	1.5	2.5
Frankreich	1.2	3.2	2.5	2.8
Italien	1.1	1.4	1.2	2.1
Grossbritannien	2.0	2.1	1.0	2.7
USA	2.5	3.9	3.9	3.1
Japan	2.0	-2.8	1.1	1.4

INFLATION:

DAS FED BLICKT VORAUSS

Obwohl der Arbeitsmarkt in den USA beinahe ausgetrocknet ist, stieg die Teuerungsrate im vergangenen Quartal nur moderat. Dennoch hob das Fed den Leitzins auf das Vorkrisenniveau vom Herbst 1998 an. Damit will es verhindern, dass sich der Inflationsdruck ausbaut. In Europa und in der Schweiz wird die Inflation auch im kommenden Jahr tief bleiben.

CREDIT SUISSE

	Durchschnitt 1990/1997	1998	Prognosen 1999	2000
Schweiz	2.4	0.0	0.8	1.1
Deutschland	3.0	1.0	0.7	1.3
Frankreich	2.0	0.7	0.7	1.1
Italien	4.4	1.7	1.8	1.8
Grossbritannien	3.2	2.6	1.8	2.0
USA	3.0	1.5	2.2	2.6
Japan	1.2	0.6	-0.1	0.3

ARBEITSLOSENQUOTE:

MEHR ARBEIT IN EUROPA

Das starke Konjunkturwachstum in den USA hält die Arbeitslosenquote auf einem rekordtiefen Stand. Doch dürfte das abflauende Wachstum die Zahl der Arbeitssuchenden leicht steigen lassen. Auch in Japan ist mit einer moderat höheren Arbeitslosenrate zu rechnen. Einzig in Europa sinkt die Arbeitslosigkeit langsam, ein Trend, der sich im nächsten Jahr fortsetzen dürfte.

CREDIT SUISSE

	Durchschnitt 1990/1997	1998	Prognosen 1999	2000
Schweiz	3.4	3.9	2.7	2.4
Deutschland	9.6	11.1	10.5	10.1
Frankreich	11.1	11.8	11.2	10.6
Italien	11.4	12.3	11.6	11.4
Grossbritannien	8.0	4.8	4.4	4.6
USA	6.1	4.6	4.3	4.5
Japan	2.7	4.1	4.8	5.5

CESARE RAVARA, ALLFINANZ-
FACHMANN DES ECONOMIC
RESEARCH: «DIE ÖKONOMIE
BEFASST SICH AUCH MIT DEM
MANAGEMENT KATASTROPHALER
RISIKEN.»



NEUER UMGANG MIT RISIKEN

CESARE RAVARA: «ALLFINANZ ERÖFFNET NEUE
SPIELRÄUME FÜR UNTERNEHMER UND ANLEGER.»

INTERVIEW: ROSMARIE GERBER
REDAKTION BULLETIN

ROSMARIE GERBER: Die Allfinanz bündelt Bank- und Versicherungsleistungen. Wie weit können Synergien zur Abdeckung neuer Risikobereiche genutzt werden?

CESARE RAVARA: Unternehmerische Leistungen und ihre Nutzung sind immer mit Risiken verbunden. Sie ergeben sich beim Eingang des Rohmaterials und erstrecken sich von der Lagerung bis zum Produktionsprozess sowie zum Verkauf der Produkte. Finanziell belasten diese Risiken Bilanz und Erfolgsrechnung. Um sich vor den Folgen zu schützen, können traditio-

nelle Policen abgeschlossen, Rückstellungen gebildet oder das Eigenkapital durch Reserven gestärkt werden. Für schwer abschätzbare Risiken ist die Absicherung über Policen oder Eigenkapital-Polster ungeeignet oder zu teuer.

RG: Das heisst konkret?

CR: Es könnten zum Beispiel neue Produkte für den internationalen Markt entwickelt werden, die keinen Erfolg haben. Im Bereich des Konsumentenschutzes entstehen massive Haftpflichtrisiken, Ver-

waltungsrate können immer mehr zur Kasse gebeten werden. Politische Unruhen und wirtschaftliche Umwälzungen, Naturkatastrophen und menschliches Versagen beeinflussen den Geschäftserfolg der Unternehmen. Die Verantwortlichen müssen sich also überlegen, wieweit sie diese Risiken vermindern können.

RG: Erweiterte Märkte bedeuten erweiterte Risiken. Und genau dieses klassische Unternehmerrisiko soll nun abgetreten werden?

CR: Wenn ein Unternehmer nicht angemessen versichert ist, nicht über ausreichend Eigenkapital oder Reserven verfügt, gleichen solche Risiken einem Hasardspiel. Sie können in den Bankrott führen. Hier setzt der alternative Risikotransfer (ART) mit einer integrierten Betrachtung der Finanz-, Geschäfts- und Betriebsrisiken an. Damit wird eine wirksame und kostengünstige Abdeckung des Risiko-Portefeuilles angestrebt.

RG: Aber jede Bank nimmt sorgfältige Bonitätsprüfungen vor, und Versicherungen analysieren die Höhe eines potenziellen Schadens und berechnen die Wahrscheinlichkeit eines Schadenfalles. Welche Neuerung bietet alternativer Risikotransfer ART?

CR: Bei hohen Risiken können Kredite nicht gewährt werden, sobald die angemessenen Zinsen die vom Gesetzgeber festgelegte Obergrenze übersteigen würden. Und gewisse schwer kalkulierbare Risiken können nur zu unbezahlbaren Prämien versichert werden. Gelingt es dagegen, ein Portefeuille durch Bank-, Versicherungs- und Kapitalmarktinstrumente kosteneffizient zu steuern, gewinnt ein Unternehmen an Bonität und Kreditwürdigkeit. Unter anderem lassen sich hohe Risiken verbrieften und kommen als handelbare Wertpapiere auf den Markt. Für den Umgang mit Risiken, die nicht über traditionelle Versicherungspolice gedeckt werden können, wurde der «alternative Risikotransfer» ART kreiert. Im breiten Spektrum der Allfinanz werden so Versi-

cherungsleistungen und Bankleistungen kombiniert.

RG: Ist diese Form des Risikotransfers auch für kleine und mittlere Unternehmen denkbar oder beschränkt sich dieses Angebot ausschliesslich auf multinationale Konzerne?

CR: Im Moment spielt ART vorwiegend bei multinationalen Unternehmungen, weil sehr hohe Prämien anfallen. Noch bestehen wenig Erfahrungswerte. Aber sobald ausreichend Daten verfügbar sind, könnten diese Instrumente für mittelgrosse Unternehmen angewendet werden.

RG: Fördert diese erweiterte Deckung unternehmerische Innovation?

CR: Grosskonzerne sind eingestiegen: Sie gestalten über ART ihr Risikomanagement umfassender und erreichen ihr Unternehmensziel kostengünstiger. Sie binden weniger Kapital und erweitern so ihren Handlungsspielraum.

RG: Und welche gesamtwirtschaftlichen Auswirkungen zeitigt der alternative Risikotransfer?

CR: Je mehr Unternehmen durch ein umfassendes Risikomanagement ihre Leistungen kostengünstiger erbringen und erweitern können, desto höher ist der gesamtwirtschaftliche Nutzen. Werden zudem traditionell nicht versicherbare Grossrisiken verbrieft, die von Naturkatastrophen ausgelöst werden, steigt die Deckungskapazität für die Wirtschaft. Anlegerinnen und Anleger profitieren von entsprechenden Wertpapieren, weil sie nicht von allgemeinen Entwicklungen in gewissen Branchen abhängig sind.

RG: Während gewisse Entwicklungen auf dem Kapitalmarkt absehbar sind, sind Entwicklungen im Bereich des alternativen Risikotransfers absolut nicht festzumachen. Wer kann schon abschätzen, wann ein Erdbeben ganze Produktionsräume eines Unternehmens in Südamerika verschüttet?

SO WERDEN HÖCHSTE RISIKEN TRAGBAR

Ein mittleres Unternehmen hat den Auftrag erhalten, eine neue Anlage zu entwickeln und innert zwei Jahren in ein Drittland zu liefern. Vereinbart wird ein Festpreis bei gestaffelter Bezahlung; die letzte Rate wird 180 Tage nach erfolgreicher Inbetriebnahme fällig. Festgeschrieben werden darüber hinaus eine hohe Konventionalstrafe bei Lieferverzug, massive Garantieverpflichtungen und Serviceleistungen.

Die Entwicklungskosten können sich nur auszahlen, sofern die neu entwickelte Anlage zusätzliche Abnehmer findet. Während der Entwicklungs- und Produktionszeit verändern sich die Preise für Rohstoffe, Halb- und Fertigfabrikate. Wechselkurs-Schwankungen, unerwartete technische oder personelle Schwierigkeiten können den Ablauf der Arbeiten behindern. Politische und rechtliche Turbulenzen oder Katastrophen können die Erfüllung des Auftrages und die Weitervermarktung der Anlage gefährden.

Während für die Betriebsrisiken traditionelle Versicherungslösungen und für die Finanzrisiken Derivate zur Verfügung stehen, gelten viele der umschriebenen Risiken als traditionell nicht versicherbar. Zwei Instrumente des alternativen Risikotransfers können das traditionelle Risikomanagement teilweise ersetzen, teilweise ergänzen. Bei Finite-Risk-Lösungen findet der Risikoausgleich innerhalb der gleichen Unternehmung während einer festen Vertragsdauer statt. Im Mehrsparten-Mehrjahresprogramm werden versicherbare und nicht versicherbare Risiken eines Unternehmens kombiniert und so Diversifikationsgewinne erreicht.

CR: Richtig. Bleibt Ihr Erdrutsch aus, können sich Anleger und Anlegerinnen überdurchschnittliche Renditen ausrechnen.

RG: So oder so – verbrieft Risiken sind für Anleger ein gewagtes Spiel.

CR: Ja, sie sind auch mit hohen Renditenerwartungen verbunden. Wir diskutieren über eine Wette auf Eintreten oder Ausbleiben eines Risikos. Und natürlich können Sie erstaunt sein, weil wir uns hier mit gewissen Finanzinstrumenten im Katastrophenbereich bewegen. Aber wir haben keinen Einfluss auf diese Risiken. Die Ökonomie befasst sich mit Fragen der Wirtschaftlichkeit, das heisst mit der Optimierung von Ressourcen, und dazu gehört auch das Management von Risiken katastrophalen Ausmasses.

RG: Wie breit ist das Spektrum von Anlegern, die sich für dieses Instrument erwärmen können?

CR: Privatinvestoren werden sich eher zurückhalten. Aber institutionelle Anleger werden sicher interessiert sein.

RG: Also auch ein attraktives Angebot für Pensionskassen?

CR: Institutionelle Anleger könnten in diesem Bereich aktiv werden, weil ein neues Diversifikationsinstrument zur Verfügung steht.

RG: Ihre Allfinanz-Studie stellt in fortgeschrittenen Volkswirtschaften eine zunehmende Marktsättigung im Versicherungsbereich fest und ortet neue Potenziale in Asien, Lateinamerika und Osteuropa. In welchen Bevölkerungssegmenten sollen die Unternehmen akquirieren?

CR: Die schmale Schicht der sehr vermögenden Bevölkerung in diesen Gebieten nutzt mit hoher Wahrscheinlichkeit bereits anspruchsvolle Finanzdienstleistungen, die teilweise Allfinanz-Charakter haben. Materielles und immaterielles Vermögen ruft nach Versicherungsschutz und andern Finanzdienstleistungen. Wir rech-

nen mit einer aufstrebenden Mittelschicht, die zu Kapital kommen wird.

RG: Sie setzen also ernsthaft auf den Mittelstand in Russland?

CR: Ja, das hört sich heute lächerlich an. Aber die Perspektive ist langfristig. Gerade in Osteuropa und Lateinamerika wird der Gedanke der privaten Vorsorge attraktiv sein. Und beachten Sie Asien: Dort haben unzählige Mittelständler ihr Vermögen in Aktien gesteckt und sich unlängst ruiniert. Ihr blindes Vertrauen in den Aktienmarkt ist gestört. Damit dürften ausgewogene Vorsorgelösungen an Attraktivität gewinnen.

RG: Sollte demnach die CREDIT SUISSE GROUP in Asien vermehrt aktiv werden?

CR: Über Akquisitionen von Banken und/oder Versicherungen liessen sich eingespielte Kanäle nutzen. Diese Expansionsstrategien sind für international diversifizierte Finanzinstitute und Allfinanz-Gesellschaften attraktiv.

RG: Wenden wir uns der Schweiz zu. Können Sie den Nutzen von Allfinanzleistungen für Kundinnen und Kunden konkretisieren, die potenziellen Nutzniesser umschreiben?

CR: Sicher sind die potenziellen Nutzer von Allfinanz-Dienstleistungen kaum private Haushalte mit einem Durchschnittseinkommen von bis zu 5000 Franken monatlich. Bis zu einem Vermögen von 20000 Franken würde ich – mit dieser Vorgabe – ganz persönlich Liquidität vorziehen. Bei höhern Beträgen werden Allfinanz-Angebote attraktiv. Mit entsprechender Beratung können künftige Sicher-

SPAREN, FINANZIEREN, VERSICHERN

Allfinanz: Nicht neu, aber mit Zukunft» ist das Credit Suisse Economic Briefing 12 übertitelt. Die Economic Research Abteilung gewährt Einblick in Vergangenheit und Zukunft der Allfinanz; erklärt den Markt und stellt die Akteure vor. Eingehend wird aufgezeigt, was das Zusammengehen zwischen Versicherung und Banken für Anleger und den Kapitalmarkt bedeuten kann. Das neue Economic Briefing können Sie mit dem beigefügten Talon bestellen.

heitsbedürfnisse, Einkommens- und Vermögensverhältnisse sowie ein allfälliger Fremdmittelbedarf berücksichtigt werden. Und genau diese Beratung ist ein Trumpf der Allfinanz-Idee.

RG: Und in welchen Bereichen können Zugewinne verbucht werden?

CR: Im Bereich der privaten Vorsorge ist bei der bestehenden Einkommensverteilung und den getätigten Investitionen in die erste und die zweite Säule die Wachstumsrate meiner Ansicht nach beschränkt. Mögliche Reformen der Gesundheits- und Rentensysteme könnten später neue Marktpotenziale eröffnen, sofern die Gesundheits- und Altersvorsorge in höherem Mass den Bürgerinnen und Bürgern überantwortet werden sollte. Und Synergien zwischen Versicherer und Bank werden bestimmt Einsparungen bringen.

RG: Wieweit profitiere ich als Kundin davon?

CR: Kluge Unternehmen werden einen Teil der Einsparungen an ihre Kunden weitergeben. Und im allgemeinen Verdrängungsmarkt werden nicht nur die Preise sinken. Neue Dienstleistungen werden die Bedürfnisse der Kundinnen und Kunden wecken und Marktpotenziale eröffnen.

CESARE RAVARA, TELEFON 01 333 59 12
CESARE.RAVARA@CREDIT-SUISSE.CH

BULLETIN | ONLINE

WEITERE INFOS ZUR ALLFINANZ
FINDEN SIE UNTER:
WWW.CREDIT-SUISSE.CH/BULLETIN

UNSERE PROGNOSEN ZU DEN FINANZMÄRKTEN

GELDMARKT:

KEINE WEITEREN ZINSRUNDEN

Sowohl die amerikanische als auch die europäische Notenbank haben ihren Leitzins im November angehoben. Damit sollten weitere Zinserhöhungen ausbleiben. In Grossbritannien wird die Teuerung vorerst noch sinken, mit dem zu erwartenden starken Wachstum im Jahr 2000 aber wieder anziehen. Somit werden hier weitere Zinsschritte erwartet.

CREDIT SUISSE

	Ende 98	11.99	Prognosen	
			3 Mte.	12 Mte.
Schweiz	1.41	1.86	1.8	2.2
EU-11	3.24	3.45	3.2	3.2
Grossbritannien	6.26	5.90	5.9	6.4
USA	5.07	6.11	5.8	5.8
Japan	0.54	0.32	0.2	0.5

OBLIGATIONENMARKT:

MILLENNIUM DRÜCKT AUF ZINSEN

Vor dem Jahrtausendwechsel ist mit einem Rückgang der Zinsen für erstklassige Staatsobligationen zu rechnen, da sie als sicher gelten. Im neuen Jahr sollten die Renditen infolge des robusten Wachstums in den Industrienationen wieder auf das frühere Niveau ansteigen.

CREDIT SUISSE

	Ende 98	11.99	Prognosen	
			3 Mte.	12 Mte.
Schweiz	2.49	3.46	3.4	3.4
Deutschland	3.87	5.20	5.1	4.9
Grossbritannien	4.36	5.29	5.6	5.7
USA	4.65	6.08	5.9	5.8
Japan	1.88	1.89	2.1	2.7

WECHSELKURSE:

DOLLAR BÜSST ETWAS EIN

Die anhaltend starke US-Konjunktur sorgte 1999 für einen starken Dollar gegenüber Euro und Franken. Im kommenden Jahr allerdings dürfte das erstarkende Europa den Dollar etwas schwächen. Der erwartete Aufschwung in Japan wird auch weiterhin Kapital ins Land fliessen lassen. Die erhöhte Nachfrage nach der japanischen Valuta wird den Yen aufwerten.

CREDIT SUISSE

	Ende 98	11.99	Prognosen	
			3 Mte.	12 Mte.
CHF/EUR*	1.61	1.60	1.59	1.62
CHF/GBP	2.28	2.55	2.48	2.57
CHF/USD	1.37	1.58	1.51	1.45
CHF/JPY	1.22	1.55	1.44	1.45
Gold USD/Unze	288	297	300	330
Gold CHF/kg	12765	15141	14605	15346

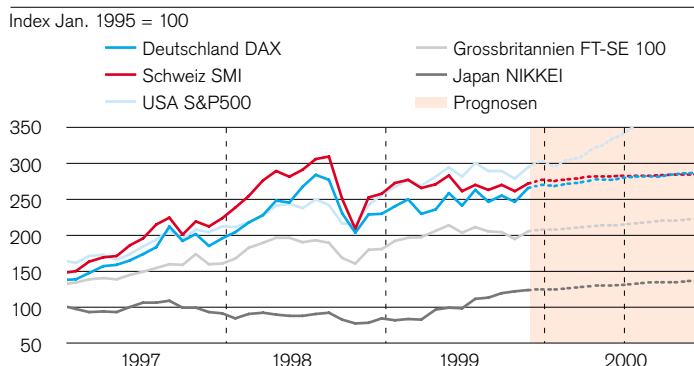
* Umrechnungskurse: DEM / EUR 1.956; FRF / EUR 6.559; ITL / EUR 1936

INTERNATIONALE BÖRSEN:

EUROPA SCHREITET VORAN

Das sich beschleunigende Wirtschaftswachstum in Europa wird voraussichtlich zu einer grösseren Gewinndynamik der Unternehmen führen. Für den amerikanischen Aktienmarkt ist jedoch genau die gegenteilige Entwicklung zu erwarten. Dementsprechend dürfte die Performance an den europäischen Aktienbörsen höher sein als in den USA.

CREDIT SUISSE



SCHWEIZER BÖRSE:

SCHWEIZER MARKT ERHOLT SICH

Die Wachstumsbeschleunigung in Europa und der Schweiz wird allen voran den zyklischen Auftrieb verleihen. Aber auch die anderen Sektoren sollten von der erwarteten positiven Vorgabe aus Frankfurt, Paris und London profitieren. Am Schweizer Aktienmarkt ist mit einer Erholung zu rechnen, auch wenn die Gewinnerwartung hinter derjenigen Europas zurückbleibt.

CREDIT SUISSE

	Ende 1998	11.99	KGV 1999	Prognosen Gewinnwachstum		Div.-Rendite 1999	12 Mte.
				1999	2000		
SPI Gesamt	4497	4850	20.3	24.1	10.4	1.58	
Industrie	6178	6506	24.2	7.6	13.9	1.07	
Maschinen	2061	2479	13.9	44.6	11.0	2.46	••
Chemie & Pharma	11765	11909	27.0	23.9	7.5	1.02	••
Bau	2680	3529	19.3	15.3	7.4	1.28	••
Nahrung	5448	5320	25.4	0.7	12.0	1.60	•••
Elektro	2775	4247	19.1	6.3	17.4	2.20	•
Dienstleistungen	3058	3423	16.9	37.8	8.1	1.98	
Banken	3100	3675	15.7	91.3	-1.5	2.47	••
Versicherungen	5817	5355	17.2	14.2	13.8	1.63	••
Detailhandel	972	1162	14.1	17.9	23.2	2.55	•••
Transport	1752	1665	11.3	-8.5	12.7	1.23	••

Gegenüber dem Sektor
 • unterdurchschnittliche Performance
 •• Marktpformance
 ••• überdurchschnittliche Performance



NEW YORK

74 CREDIT SUISSE-MITARBEITER LIEFEN DEN NEW YORK MARATHON

Im stillen Kämmerlein schmiedete ein Häufchen Aufrechter im letzten Dezember den verrückten Plan; kurz darauf hatten sie rund 70 weitere für ihre Idee gewonnen. Darunter fand sich vom Dickeren zum Dünneren, vom Älteren zum Jüngeren, vom Rennfreak zum Sportmuffel so ziemlich alles. Und alle krempelten sie gemeinsam die Ärmel hoch, schnürten die Turn-

schuhe und rannten mit Pulsmesser und viel Optimismus los. Unter dem gestrengen Auge von Laufexperten, Sportärzten und Ernährungsfachleuten begannen sie so mit einem systematischen Aufbautraining. Vor Augen hatten sie alle ein und dasselbe Ziel: den 7. November 1999 nämlich, das Datum des jährlichen Marathons im Big Apple.



N – UND SAMMELTEN DAMIT GELD FÜRS SCHÄCHENTAL.

Einen Extra-Drive gab Ihnen auch, dass sie die Schwitzerei nicht nur für sich selber, sondern auch für einen guten Zweck unternahmen. Yvonne Antonioli, die die Individualkunden-Module wie Cash Service in Zürich leitet, hat sich dabei besonders ins Zeug gelegt: «Uns kam plötzlich die Sponsoring-Idee», erzählt sie nach vollbrachter Tat. «Jeder Läufer sollte sich auf

die Suche nach Sponsoren machen und sich seine Leistung von diesen honorieren lassen – und zwar in barer Münze.» Und die Idee schlug ein. Insgesamt brachten die Läufer so rund 55 000 Franken zusammen. Die CREDIT SUISSE-Geschäftsleitung rundete den Betrag grosszügig auf 100 000 Franken auf. Das Geld soll nun der Schächentaler Gemeinde Bürglen

zugute kommen, die im Frühling dieses Jahres von starken Unwettern heimgesucht worden ist.

Der persönliche Wert dieses einmaligen Erlebnisses der 74 Läuferinnen und Läufer lässt sich allerdings nicht mit Münzen aufwiegen. Die Bilder sprechen für sich.

TEXT: BETTINA JUNKER



Der Weg zum Weingenuss

Wenn Sie Vinum für 1 Jahr abonnieren
(10 Ausgaben), erhalten Sie 2 Ausgaben gratis.
(Sie bezahlen 10 und erhalten 12)



GUTSCHEIN für 2 Gratis-Ausgaben

- ☐ Ich bestelle ein Jahresabonnement Vinum
(10 Ausgaben) für Fr. 112.- (zusätzlich erhalte ich
2 Ausgaben gratis).
- ☐ Schnupper-Angebot
Ich wünsche vorerst ein Kurz-Abo (3 Ausgaben
für Fr. 25.-) statt Fr. 37.50 im Einzelverkauf.

Name: _____

Vorname: _____

Adresse: _____

PLZ/Ort: _____

Datum: _____ Unterschrift: _____

Bitte ausschneiden und einsenden an: Vinum Leserservice, Postfach 8030 Zürich





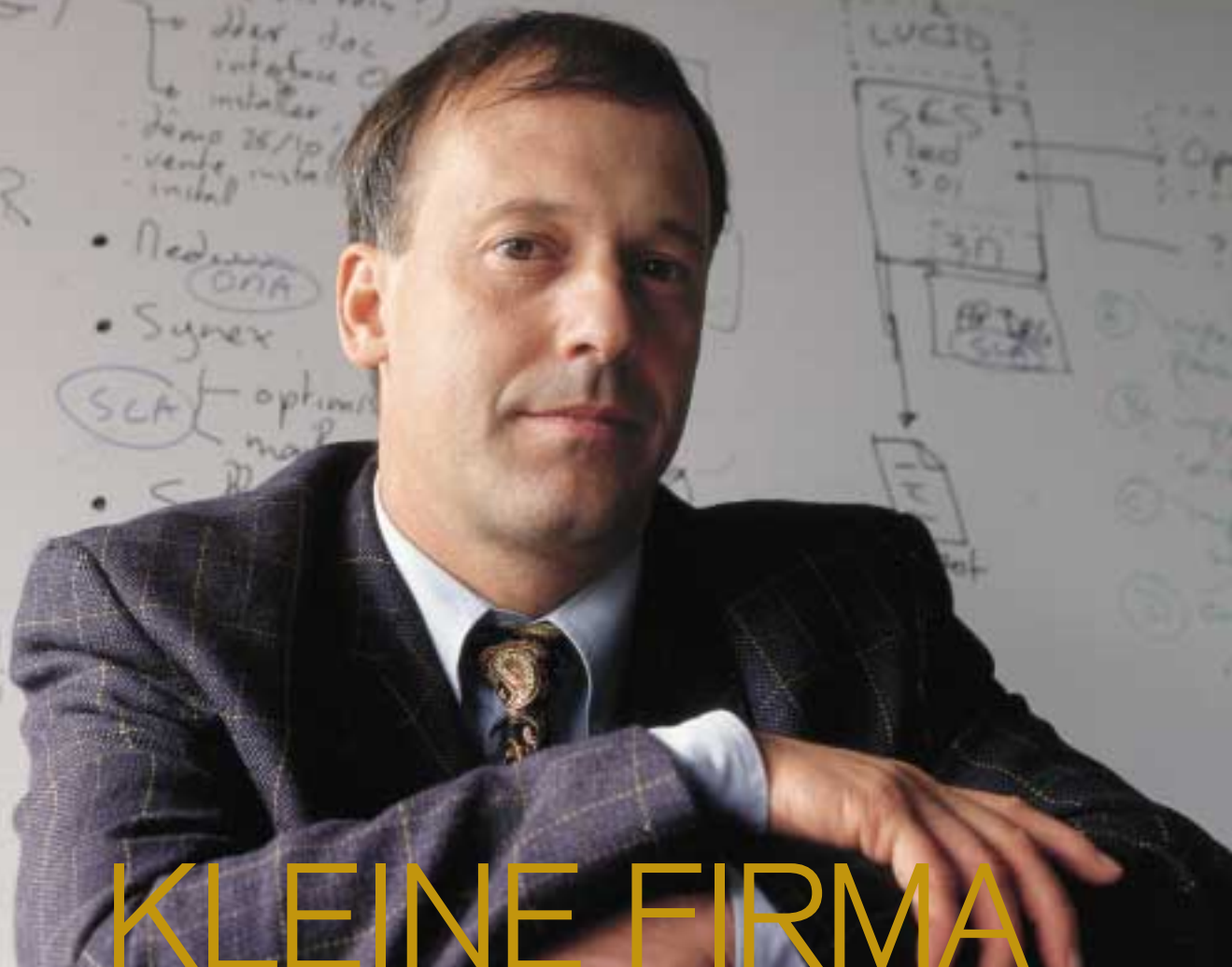
MARATHON DER SKURRILITÄTEN UND SUPERLATIVE

Spleeniges, Skurriles, Schräges – alles gabs zu sehen an diesem Lauf der Läufe: Zwei als Blues Brothers Verkleidete in Vollmontur, ein Japaner im Giraffenkostüm mit zwei Meter langem Hals, eine Läuferin in goldenem Glitzerfummel, eine andere im Uncle-Sam-Dress. Im Zeitalter der permanenten Erreichbarkeit kann selbstverständlich auch folgende Story nicht erstaunen, die nach dem Marathon rumgeboten wurde. Bei Kilometer 18 habe plötzlich das Handy einer Läuferin gepiepst. Sie habe angehalten: «Ja, Mami, es geht mir gut. Nein, Mami, ich übertreibe nicht. Ich kann jetzt nicht, ich erzähl Dir später alles, Mami. Tschüss.» Was ist schon dabei. Schliesslich sind auch Walkmen bei Marathonläufen an der Tagesordnung. Und Diktiergeräthchen, die den Sportlern dazu dienen, ihre Gedanken und Eindrücke auf Band zu bannen. Ob wohl auch all die Stöhner, Seufzer, Schimpfworte und anderen Zeugnisse menschlicher Erschöpfung drauf sind? Einen Rekord der besonders bewundernswerten Art lieferte Zoe Koplowitz. Sie ist Multiple-Sklerose-Patientin, lief den Marathon bereits zum 13. Mal und benötigt jeweils 30 Stunden bis ins Ziel.

GALLONENWEISE GATORADE: KLEINE MARATHONSTATISTIK

- 29 995 Läufer aus insgesamt 114 Ländern
 - 10 000 internationale Läufer
 - 2 000 000 Zuschauer vor Ort
 - 70 000 TV-Zuschauer
 - 1750 medizinische Betreuer
 - 200 000 Becher Mineralwasser
 - 22 000 Gallonen Gatorade
 - 80 Prozent der Läufer waren über 30 Jahre alt; ein einziger sogar über 90
 - –2 °C: gemessene Tiefsttemperatur an einem 7. November in New York; 26 °C: Wärmerekord
 - 11 353 284 US-Dollar gaben die Läufer, Gäste, Sponsoren, Medien usw. am Marathon in New York aus.
- Dazu kommen geschätzte 13 400 000 US-Dollar an nationalen und internationalen Transportausgaben hinzu.

SEINE SOFTWARE
MACHT AUCH IM
AUSLAND FURORE:
JEAN-CLAUDE
MOULY, CHEF DER
FIRMA NOVASYSS SA.



KLEINE FIRMA MACHT GROSSE SPRÜNGE

DIE SOFTWARE-FIRMA NOVASYSS
BEWEIST: AUCH EINE KMU
KANN SICH IM GLOBALEN
WETTBEWERB BEHAUPTEN.

VON ANDREAS THOMANN,
REDAKTION BULLETIN



Der feste Händedruck verrät den ehemaligen Spitzensportler. Jean-Claude Mouly, Geschäftsführer der jungen Software-Firma Novasys in Lausanne, war vor Jahren Genfer Meister im Judo. Und davor crawlte er für die Schweizer Schwimm-Nachwuchsmannschaft. Mit diesem Palmares aufzutumpfen käme ihm jedoch nicht in den Sinn. Jean-Claude Mouly bevorzugt das Understatement. Ein unscheinbarer Kittel, eine etwas schief sitzende Krawatte, das Haar vorne schon etwas schüttern und leicht zerzaust – so tritt der in Genf aufgewachsene Franzose in Erscheinung. Und wie der Chef, so auch die Firma. Novasys logiert im dritten Stock eines gräulichen Geschäftsgebäudes Marke «Siebzigerjahre». Wer eintritt, sucht vergebens nach Marmor, Design oder moderner Kunst. Wären nicht einzelne Räume etwas arg mit Computern vollgestopft und würden die Schränke nicht mit Kabeln und anderem Zubehör überquellen, man wänte sich in einer öffentlichen Verwaltung.

Doch eben – alles nur Understatement. Novasys ist eine feine Adresse unter den Schweizer Informatik-Produzenten. Kunden wie Hewlett Packard, Swisscom oder die Schweizerische Nationalbank haben hier schon angeklopft. Egal, wie unterschiedlich oder komplex ihre Wünsche

auch waren, Novasys konnte bisher sämtliche Informatik-Nüsse knacken (siehe Firmenporträt unten). Kein schlechter Leistungsausweis für eine KMU, die erst vor zwei Jahren das Licht der Welt erblickte. Allerdings begann Novasys mit ihren Aktivitäten nicht bei Null. Die Firma entstand als Spin-off des Computergiganten Unysis. Ende 1996 entschied Unysis, die Software-Entwicklung abzustossen und sich auf das Kerngeschäft zu konzentrieren, die Herstellung von Computern. Damit hätte das Unternehmen auch in der Romandie die Segel gestrichen.

Der Absprung hat sich gelohnt

«Dommage», fand der damalige Romandie-Chef bei Unysis, Jean-Claude Mouly: «Wir waren ein gutes Team, hatten gute Produkte und zufriedene Kunden.» Mouly beschloss, das Romandie-Geschäft von Unysis in eine eigene Firma zu überführen. Die Idee von Novasys war geboren. Es begann die komplizierte Abnabelung vom Mutterhaus. «284 lange Verhandlungstage waren nötig, bis wir loslegen konnten», blickt Mouly zurück.

Der Sprung in die Unabhängigkeit hat sich gelohnt. «Novasys hat schon vom ersten Jahr an ein positives Ergebnis erwirtschaftet. Und wir konnten eine Reihe

neuer Kunden akquirieren», so Mouly. Einfach war die Sache trotzdem nicht. Die grösste Herausforderung bestand darin, jederzeit die Liquidität zu sichern. «Wir mussten von Beginn weg 15 Löhne auszahlen», erklärt Mouly. «Zudem flossen die Einnahmen nicht schön regelmässig ins Unternehmen. Gewisse Projekte wiesen eine lange Entwicklungszeit auf.» Daher die Wichtigkeit einer guten Bankverbindung, wie Mouly unterstreicht. «Eine KMU ist heutzutage auf Kreditlimiten angewiesen.»

Entscheidend wird der gute Draht zur Bank, wenn sich eine KMU wie Novasys auf Expansionskurs befindet. Von Anfang an legte das Unternehmen ein flottes Wachstum hin. Der Personalbestand kletterte von 15 auf 35 Angestellte. Neue Geschäftsbereiche wie das Internet und Intranet kamen dazu, in anderen verstärkte man sich. Vor allem aber richteten Jean-Claude Mouly und seine Equipe ihren Blick von Anfang an über die Landesgrenzen hinweg. Den ersten Coup landete Novasys bei der Union de Médecins en France, einem Verband von 5000 Ärzten, für den die Firma ein Programm zur Verarbeitung medizinischer Daten entwickelte. Zurzeit verhandelt Mouly mit weiteren elf französischen Verbänden, die am Produkt

NOVASYS STELLT SICH VOR

Die Lausanner Software-Firma Novasys SA ist am 15. Juli 1997 als Spin-off des amerikanischen Computergiganten Unysis entstanden. Gestartet mit einem 15-köpfigen Team, beschäftigt das Unternehmen mittlerweile 35 Personen. Ende 1998 übernahm Novasys die französische Firma ADSM in Annecy, spezialisiert in der medizinischen Informatik. Im April dieses Jahres verstärkte sich Novasys im Internet-/Intranet-Bereich durch die Integration der in Lausanne

domizilierten Firma Mandanet. Novasys zählt heute rund 200 Kunden, darunter mehrere Grossfirmen, Spitäler und öffentliche Verwaltungen. Ihnen bietet das Unternehmen eine breite Palette an Software-Lösungen, die sich auf die folgenden vier Geschäftsbereiche verteilen:

– **Geografische Informationssysteme:** Mit diesem Bereich erwirtschaftet Novasys rund die Hälfte des Umsatzes. Gestützt auf standardisierte Software-Produkte

wie das Satellitenpositionssystem GPS entwickelt Novasys spezifische Lösungen. Einer der letzten Aufträge kam von der Telekommunikationsfirma Orange. Novasys gestaltete für die 300 Angestellten im Call Center das Intranet. Will ein Kunde fortan wissen, welche Abdeckung die Mobilfunkantennen von Orange in seinem Wohn- oder Arbeitsort gewähren, so muss ein Call Agent nur noch die Adresse in den Computer eingeben – innerhalb von →

interessiert sind. Und Ende 1998 fasste Novasys auch physisch in Frankreich Fuss, als sie die Software-Firma ADSM in Annecy übernahm, eine im medizinischen Bereich spezialisierte KMU.

Durch diese Akquisition mauserte sich Novasys definitiv zur international agierenden KMU. Damit hielt sie Einzug in einen exklusiven Klub, denn die Schweizer KMUs sind zum grossen Teil binnenorientiert. Gemäss der letzten Betriebszählung des Bundesamtes für Statistik im Jahre 1995 setzten nur gerade 14 Prozent aller KMUs einen Teil ihrer Produkte im Ausland ab. Und nur drei Prozent exportieren mehr als zwei Drittel ihrer Verkäufe. «Nun, da die Wirtschaftskrise überwunden ist, werden jedoch wieder mehr KMUs sich international ausrichten», glaubt Christian Gut, Chef Handels- und Exportfinanzierung der CREDIT SUISSE. Bei der CREDIT SUISSE steuern die KMUs immerhin einen Drittel zum Geschäftsertrag mit den internationalen Firmenkunden bei. Ihnen bietet die Bank eine Palette von Absicherungsinstrumenten, wie Akkreditive, Dokumentarinkassi oder Bankgarantien. Daneben stellen die Handelsfinanzierungs-Experten auch ihr Know-how im internationalen Geschäft zur Verfügung. «Denn naturgemäss mangelt es vielen KMUs an Erfahrung, wie

man sich auf den Weltmärkten bewegen muss», fügt Gut an (siehe Box oben).

Im Ausland herrschen andere Regeln


Lehrgeld musste auch Novasys zahlen bei ihren ersten Gehversuchen in Frankreich, räumt Jean-Claude Mouly ein: «Der französische Markt kennt andere Gesetze. Die Entscheidungswege bei den französischen Spitälern, unseren dortigen Kunden, sind noch länger als in der Schweiz, weshalb der Verkauf nicht richtig vorankommt. Auch die Bedürfnisse sind nicht die gleichen.» So ist es bisher nicht gelungen, von Frankreich aus sowohl den hiesigen wie den dortigen Markt abzudecken und dadurch die geringeren Produktionskosten in Frankreich auszunützen. Gar völliger Stillstand herrscht auf einem anderen internationalen Schauplatz von Novasys: Vor gut einem Jahr erhielt

die Firma den Zuschlag für ein Projekt zur Lokalisierung und Verwaltung von Fahrzeugen an den olympischen Spielen 2000 in Sidney. Seither hat sich jedoch nichts bewegt.

Solcherlei Widrigkeiten können Jean-Claude Mouly nicht von seinen Plänen abbringen. Der Hobbysegler steuert sein Schiff zielstrebig auf Auslandkurs. Das grösste Potenzial sieht er im Internetbereich: «Hier bieten wir standardisierte Produkte, für die in Helsinki genauso ein Bedürfnis besteht wie in Rom.» Ruhepausen gönnt sich der Jungunternehmer nicht. «In diesem schnelllebigen Business liegt ein Treten an Ort nicht drin.» Kunststück, dass bei solch wechselhaften Verhältnissen nicht einmal der Kapitän voraussagen kann, in welchen nationalen und internationalen Gewässern sich seine KMU künftig bewegen wird.

DIE CREDIT SUISSE LEISTET INTERNATIONALE STARTHILFE

Wer Fragen hat zum Aussenhandel, ist bei der CREDIT SUISSE an der richtigen Adresse. An acht Trade Finance Service Centers in den Städten Genf, Lausanne, Bern, Basel, St.Gallen, Zug, Lugano oder Zürich erhalten KMUs Auskunft über die verschiedenen Möglichkeiten, die Risiken im Handel mit dem Ausland abzusichern. Informationen gibt es auch über die Gratis-Hotline 0800 880 885. Zudem organisiert die Bank regelmässig Einführungs-Seminare zum Thema «Trade Finance» (Auskunft gibt Ihnen Herr Stefan Surber, Telefon 01 332 29 99).



zwei Sekunden flimmert eine detaillierte Strassenkarte über seinen Bildschirm, samt Angaben zur Abdeckung an den verschiedenen Orten.

– **Gesundheit:** Vorab für Spitäler konzipiert Novasys Informatiklösungen, welche die Administration mit der medizinisch-technischen Seite vernetzen. So hat die Firma eine Software von Grund auf neu entwickelt, mit der die verschiedenen Behandlungen, Analysen und Rezepte eines Patienten in einem Dossier

festgehalten werden. Verlässt der Patient das Spital, so wird das Entlassungsdokument noch am gleichen Tag automatisch an den Hausarzt weitergeleitet. Mittlerweile sind sämtliche Spitäler der Haute-Savoie mit dieser Software ausgerüstet.

– **Systemintegration:** Darunter fallen unterschiedliche, massgeschneiderte Software-Lösungen, die in keine der anderen Kategorien passen. Eine solche brauchte beispielsweise die Firma «Les

Blanchisseries Générales LBG SA», eine Grosswäscherei mit Standorten in Yverdon und Montreux, wo Tag für Tag rund 22 Tonnen Spitalwäsche durch die Waschtrommeln befördert werden. Novasys programmierte eine Software, die die Buchhaltung, die Bestellungen und die Fakturierung mit den Waschanlagen koppelt.

– **Internet/Intranet/Multimedia:** Es ist der am stärksten wachsende Bereich, denn bei immer mehr Aufträgen muss Novasys das Inter-

net oder Intranet in die Lösung integrieren. Neben spezifischen Lösungen wartet die Firma auch mit Standardprodukten auf. Zu einem wahren Renner könnte sich das Tool I-Set entwickeln, ein Baukasten, mit dem sich ein Kunde seine eigene Internet-Homepage zusammenstellen kann – und zwar ohne jegliche Informatikkenntnisse. Mit der De-Luxe-Variante kann er sich im Internet einen regelrechten Marktplatz für den E-Commerce einrichten.



INTERVIEW MIT MARIE-HÉLÈNE MIAUTON, LEITERIN DES MEINUNGSFORSCHUNGSINSTITUTS M.I.S.TREND.

«DIE ROMANDS HABEN MEHR ANGST VOR DER GLOBALISIERUNG»

ANDREAS THOMANN Die diesjährige SOPHIA-Umfrage hat die Einstellung der Schweizerinnen und Schweizer zur Globalisierung unter die Lupe genommen. Welches ist für Sie die wichtigste Erkenntnis?

MARIE-HÉLÈNE MIAUTON Das weit verbreitete Gefühl in der Bevölkerung, die Globalisierung sei ein unausweichliches Phänomen. Am meisten überrascht hat mich jedoch das Vertrauen der befragten Opinion Leader in die Zukunft. Zwei Drittel von ihnen sind der Meinung, in einer spannenden Epoche zu leben – 1997 waren es nur 35 Prozent. Leider ist die Bevölkerung weniger enthusiastisch. Optimisten und Pessimisten halten sich hier die Waage.

A.T. Aus welchen Teilen der Gesellschaft setzen sich diese beiden Lager zusammen?

M.-H.M. Konkrete Aussagen liefert die Studie nur für die Opinion Leaders: Etwas überspitzt formuliert sind die Wirtschaftsführer, die politische Rechte und die Deutschschweizer viel optimistischer als die Politiker, Linken und Romands.

A.T. Insgesamt zeugen die Resultate aber von einer grossen Skepsis. Dies sogar in ökonomischer Hinsicht: 41 Prozent der Bevölkerung glaubt, dass die Schweiz eher schlecht vorbereitet ist auf die globale Herausforderung, und nur 33 Prozent sind vom Gegenteil überzeugt. Eigentlich erstaunlich.

M.-H.M. Tatsächlich, zumal die Schweiz in Studien zur internationalen Wettbewerbsfähigkeit regelmässig Spitzenplätze belegt. Doch weder die Politiker noch die Medien machen grosse Schlagzeilen aus diesen Ergebnissen. Die Bevölkerung bleibt ungenügend informiert. Umso stär-

ker ist sie beeindruckt von all den Meldungen über Fusionen, Entlassungen oder Arbeitslosigkeit.

A.T. Im kulturellen Bereich haben die Leute noch grössere Vorbehalte. Eine Mehrheit der befragten Opinion Leaders befürchtet eine Amerikanisierung der Gesellschaft. Wovor genau haben sie Angst?

M.-H.M. Sie fürchten sich vor einer Uniformisierung der Lebensgewohnheiten – ob kulinarisch, kulturell oder sozial. Dennoch heben viele auch die guten Seiten des «American Way of Life» hervor. Diese Leute sind überzeugt, dass man nur unsere Werte pflegen muss, um gewissen Auswüchsen zu widerstehen, die von jenseits des Atlantiks hierher gelangen.

A.T. Eine Mehrheit der Befragten erwartet auch, dass die Globalisierung zu einer ungleicheren Gesellschaft führen wird. Ebenso bereitet ihnen eine Zunahme der Kriminalität Sorgen. Bei so viel Pessimismus erstaunt das eingangs erwähnte Ver-

trauen, das die Opinion Leaders in die Zukunft haben.

M.-H.M. Der Befund erstaunt in der Tat. Die Opinion Leader gewichten jedoch die positiven Aspekte stärker: Die Globalisierung bläst ja auch frische Luft in unser System, führt zu einer aussergewöhnlichen Öffnung auf dem Planeten, ermöglicht die Konfrontation mit anderen Kulturen. Und dieses unausweichliche Phänomen, genannt Globalisierung, zwingt die Schweiz, ihre Strukturen und Mentalitäten anzupassen – eine Veränderung, welche die Leader schon lange wünschen.

A.T. Letztes Jahr befasste sich die SOPHIA-Umfrage mit dem nationalen Zusammenhalt in der Schweiz. Besteht ein Zusammenhang zwischen dem «Röstigraben» und der Einstellung zur Globalisierung?

M.-H.M. Die letztjährige Studie hat gezeigt, dass die Schweizer weiterhin an die verbindenden Kräfte in unserem Land glauben. Die Globalisierung hat somit nicht zu einem Auseinanderdriften geführt.

SOPHIA NIMMT DIE GLOBALISIERUNG INS VISIER

Zum neunten Mal untersucht das Institut M.I.S. Trend die Einstellung der Schweizer Bevölkerung zu aktuellen Fragen. Die CREDIT SUISSE unterstützt seit 1998 diese Umfrage, die den griechischen Namen für Weisheit trägt: Sophia. Dieses Jahr hatte SOPHIA die Globalisierung im Visier. Mittels Fragebogen wurden im April die Meinungen von 353 Entscheidungsträgern aus Wirtschaft, Verwaltung, Bildung, Forschung, Kultur und Politik eingeholt. Zusätzlich befragten die Meinungsforscher eine repräsentative Stichprobe aus der Bevölkerung. Marie-Hélène Miauton, Leiterin von M.I.S. Trend, stellte die Resultate am vergangenen 28. September vor, im Rahmen von «Perspectives», einem Anlass der CREDIT SUISSE für die Firmenkunden der Roman- die. Die Studie SOPHIA kann man auf Deutsch oder Französisch bestellen bei: M.I.S. Trend SA, Pont Bessièrès 3, 1005 Lausanne, Telefon 021 320 95 03.



DIE EISBRECHER

DAS BULLETIN HILFT IHNEN DURCH DEN WINTER – MIT MUSIK FÜR BEIN UND HERZ.

VON MARIANNE BERNA

Es waren die goldenen Fünfziger. Wer angeben wollte, ging mit einer taubenblauen Swissairtasche in die Badi, am Nierentisch nippte man Martini. Zum «Lunch» im «Tea Room» gab es Riz Casimir und zum Dessert an Weihnachten eine Ananas. Man fühlte sich wahnsinnig kosmopolitisch. Und aus dem Deckel des tragbaren Grammophons schluchzte Harry Belafonte «Banana Boat» und «Island in the Sun» – der Soundtrack der neuen Weltbürger. Die ersten Stückchen Weltmusik.

Seit Menschengedenken essen wir Kartoffeln, die eigentlich aus Peru stammen, Jahrzehnte schon telefonieren wir mit Johannesburg, und nun holen wir uns auch noch Infor-

mationen aus der ganzen Welt innert Sekunden auf den Bildschirm. Die Unterhose wurde in Ägypten hergestellt, die Computersoftware hat man in Indien programmiert. Das Gefühl, der Duft all dieser Weltgegenden aber bleibt unsern Nasen, Herzen und Köpfen vollkommen fremd.

Es brauchte die moderne Unterhaltungselektronik, um dem Medium weltweit, wirklich weltweit neue Dimensionen zu verschaffen, das wie kein anderes Düfte, Gefühle, Ideen transportieren kann. Die Musik erfuhr mit Radio, Grammophon und all ihren modernen Abkömmlingen nicht nur eine nie geahnte Verbreitung, sondern auch fundamentalste Umbrüche. Klar – für Musikerinnen wie Komponisten ist es etwas komplett anderes, ob

sie ein Lied am Jahrmarkt oder in der Kirche vortragen, oder ob sie übers Radio Millionen erreichen. Ganz wichtig ist auch die Tatsache, dass mittels eines Mikrophons eine Stimme zu höchstem Ruhm gelangen kann, die ohne ein solches kein Mensch auch nur vernähme, weil sie nämlich zu schwach wäre, um überhaupt gehört zu werden. Das heisst, Stimmtechnik und «Können» im klassischen Sinn sind praktisch hinfällig. Und schliesslich die Umwälzung, die sich als wesentlichste erwiesen hat – nämlich die gegenseitige Beeinflussung von Stilen, die sich auf direktem Weg nie begegnet wären.

Natürlich haben Menschen immer migriert und dabei ihre Musiken miteinander vermisch. Schottisch und Polka

sind jedenfalls nicht allein auf Schweizer Mist gewachsen – das hört man ja schon den Namen dieser Gattungen an. Und es ist Allgemeinwissen, dass die amerikanischen Populärmusikstile, von Dixie bis Samba, im Wesentlichen aus den afrikanischen hervorgegangen sind, die den eingeschleppten Sklaven absolut nicht abzugewöhnen waren. Die elektronischen Medien haben solche uralten Prozesse aber tausendfach verstärkt, beschleunigt und auf ihre Weise beeinflusst.

Nehmen wir zum Beispiel die Rumba. Das heisst, Rumba nennt sich dieser Stil vor allem in Afrika. Im «Ursprungsland», auf der Insel Kuba, würde man es wohl eher Sonennen, von dem die Rumba nur eine relativ unbedeutende

Unterart darstellt. «Ursprungsland» deshalb in Anführungszeichen, weil die Urbevölkerung Kubas schon hundert Jahre nach Kolumbus vollkommen ausgerottet war und alle kubanische Musik deshalb sowieso von Immigranten abstammt. Im Falle Kubas kamen die Immigranten zum grössten Teil aus Afrika, der Rest stammte aus Europa, vor allem Spanien. Die Spanier waren jedoch die Herren und hatten deshalb einen überproportionalen Einfluss darauf, was in Kuba musikalisch über die Bühne ging.

Aber natürlich setzte die grosse Mehrheit afrikastämmiger Sklaven ihre sehr vitalen und komplexen Ideen von Musik im Wesentlichen durch. Tatsächlich gibt es in Kuba wie auch in Haiti oder Brasilien kulturelle Inseln, vor allem religiöse Kulte, in denen die afrikanischen Zeremonien inklusive Sprachen komplett erhalten so fortbestehen, wie sie in Afrika selbst längst ausgestorben sind.

Aus afrikanischen und spanischen Elementen entwickelte sich also in Kuba – unter vielen, vielen andern – der Son, respektive die Rumba. Als im damals noch relativ frisch kolonisierten Afrika zu Beginn des Jahrhunderts die ersten



Grammophone auftauchten, stürzte sich die neue Elite unter den «Eingeborenen» sogleich auf diese zivilisatorische Errungenschaft. Denn Musik, das ist für Afrika der Motor des Lebens schlechthin. Und zur Lieblingsmusik dieser frisch grammophonbewehrten Afrikaner wurde die Rumba – von Dar-es-Salaam bis Dakar. Irgendwie war der kubanische Sound «neu» und exotisch genug, um elitentauglich zu sein. Gleichzeitig hörte Afrika darin natürlich seine eigenen Wurzeln, die ihm den Zugang zum Exotischen erleichterte. Von den Dreissigerjahren an tanzten so ganze Generationen von Afrikanerinnen und Afrikanern zu den Klängen kubanischer Orchester, die übrigens auch häufig und gern durch Afrika tourten und dort riesige Erfolge feierten. Erst mit erwachenden Unabhängigkeitsgelüsten trauten sich die Afrikaner auch an diese Rumba heran. Erste elektrische Instrumente fanden ihren Weg Anfang der Fünfzigerjahre nach Afrika, wo hochtalentierten Musikern alsbald begannen, aus ihren angestammten Traditionen



und dem alten Mischling Rumba eine moderne Popmusik zu kreieren. Zuerst sang man noch auf Spanisch, aber schon bald zog mehr und mehr Lokales ins Rumba-Schema ein; später auch weitere Einflüsse wie Rock, Jazz oder im stark orientalisch geprägten Ostafrika indische Musik. Heute präsentiert sich Afrikas Populärmusik als unübersehbares Mosaik, das über grosse Strecken direkt vom kubanischen Son abstammt. Der aber wurde fast überall so typisch «eingemeindet», dass er nur noch für Kenner zu identifizieren ist; die unmittelbare Herkunft hingegen ist oft klar hörbar.

Ähnliches spielte sich später mit dem Calypso ab, der vor allem an der so genannten Goldküste Spuren hinterliess. Dann kamen Soul und Funk (nach James Browns Afrikatournee 1968), der Reggae kehrte aus Jamaika zurück, der Zouk von den französischen Antillen, und zurzeit rappt die Jugend Afrikas, was das Zeug hält – und häufig in



den besten alten Stammes-traditionen.

Im Falle der Rumba haben es die Afrikanerinnen und Afrikaner zu einer derartigen Meisterschaft gebracht und so tolle eigene Spielarten entwickelt, dass sie inzwischen schon wieder nach Amerika geholt werden. Der hochberühmte Latinostar Juan Luis Guerra aus der Dominikanischen Republik zum Beispiel engagierte schon vor fünf Jahren den kongolesischen Meistergitarreiro Diblo Dibala, der ihm auch prompt gleich mehrere Megahits komponierte und mit seinen unschlagbaren Gitarrenriffs versah. Die allerschönste Blüte aber trieb das transatlantische Liebespiel vor einem Jahr. Da brachte Kubas hochgeehrte Veteranenband, das Orquesta Aragón, nämlich einen Rumba-Song auf Wolof heraus! Wolof ist die Hauptsprache im westafrikanischen Senegal, wo die Rumba vor Jahrzehnten noch beliebter war als im übrigen Afrika und seit einigen Jahren ein richtiges Revival feiert.

Hauptakteure des Revivals: die Gruppe Africando, bestehend aus einigen gestandenen senegalesischen Sängern zusammen mit Salseros aus dem übrigen Westafrika und aus New York. Im Repertoire ein paar kubanische Klassiker



MARIANNE BERNA IST
MUSIKJOURNALISTIN UND ARBEITET
UNTER ANDEREM FÜR RADIO DRS

«MUSIK, DIE DEN
SKLAVEN ABSOLUT NICHT
ABZUGEWÖHNEN WAR.»



wie «El Carretero», vorwiegend aber neue Stücke in diesem typisch senegalesischen Rumba-Swing, wie ihn die Musiker im Dakar der Sechziger und Siebziger zur Perfektion entwickelten. Daraus machten sie wenig später den sogenannten Mbalach, heute die senegalesische Popmusik schlechthin. Dass Africando als Band und «Yaye Boy» als Song nicht nur in Westafrika und in Weltmusikreisen zum Riesenhit wurde, sondern auch bei den «richtigen» Salseros, also in Lateinamerika und bei den Latinos der USA, ist an sich schon ziemlich bemerkenswert. Was mal aus Afrika kam, in Kuba neu generiert wurde, nach Afrika heimkehrte und dort abermals neue Blüten trieb, das kam nun wieder zurück nach Amerika. Aber die Krone setzte diesem Hin und Her das kubanische Orquesta Aragón auf, als es «Yaye Boy» nun im original westafrikanischen Wolof in sein Repertoire aufnahm.

Die Geschichte der Musik – und die Geschichte der Menschheit – ist voll von derart fantastischen Storys. Bis vor kurzem allerdings hat sich eigentlich höchstens die Musikethnologie dafür interessiert. Tatsächlich braucht es offenbar eine ganz persönliche Erfahrung, eine Art Schlüssel, um unsere Ohren für andere Musikwelten zu öffnen.

Für viele wird eine Reise in ein Entwicklungsland zu diesem Schlüssel. Irgendwann landet man mehr oder weniger zufällig in der Karibik, in Zimbabwe oder auf den Kapverdischen Inseln, wo die Sound Systems Tag und Nacht Salsa-, Mbira- oder Coladera-Musik in die Landschaft hinausblasen. Und wenn es vor Ort nicht gleich Klick macht, so fährt die Liebe oft nachträglich umso heftiger ein. Andere finden, nach Jahrzehnten, einfach die westliche Popmusik langweilig, Jazz aber zu kopflastig und klassische europäische Musik zu wenig aktuell und landen so in irgendeiner Ecke der musikalischen Welt respektive der Weltmusik. Denn es ist schon wahr: Verglichen mit dem Rest des Planeten, von Indien über Afrika bis Lateinamerika, ist die westliche Musik, vor allem im rhythmischen Bereich, von imposanter Primitivität. Eins, zwei, drei, vier, und alle zusammen im gleichen Takt – man fragt sich schon, warum wir Europäer auf diesem Niveau verharren, das ein bisschen weiter südlich oder östlich bereits Kleinkinder weit

hinter sich lassen. Mit dem Wesen der Polyrhythmie tun sich ganz neue Dimensionen auf – sowohl musikalisch als auch bewusstseinsmässig, gesellschaftlich und sowieso körperlich. Jedes Mitglied spielt seinen eigenen Rhythmus, oft sogar mit diversen Körperteilen mehrere Rhythmen gleichzeitig, und fügt sich damit nicht nur ins Ganze ein, sondern treibt es eben durch diesen persönlichen Beitrag erst richtig mit an. «Die Intelligenz des Körpers» nannte das mein erster Tanz- und Perkussionslehrer, der Kongolese Lucky Zebila. Richtig – der Körper spielt ja auch viele Rhythmen gleichzeitig und macht daraus ein harmonisches Ganzes.

Manche Leute geraten übers Spirituelle zur Weltmusik. Zentralasiatische Ober- und Gesänge zum Beispiel können einen schon ganz schön verrückt machen. Dass heutzutage Stimmen wie die des ebenfalls dahingegangenen Sufi-Meisters Nusrat Fateh Ali Khan im Westen ebenso viel Verehrung geniessen wie im heimatlichen Pakistan, wundert nur die, die Nusrat noch nie gehört haben.

Ein riesiger Markt ist die Weltmusik trotz riesigem Publikum nur sehr bedingt. Zwar

steht ausser Zweifel, dass damit Geld verdient wird, sehr viel Geld. Schon das Heimpublikum jedes einzelnen Sounds konsumiert, gerade in den Entwicklungsländern, in der Regel massenhaft Musik. Dazu kommen auch mehr denn je Phänomene wie das der Rumba in Afrika bis hin zum Punkt, wo zum Beispiel Jamaikas zweitstärkste Devisenquelle die Reggaemusik ist, die in die ganze Welt exportiert wird. Das grosse Problem bei all diesen Umsätzen ist die Piraterie. Gerade in den Entwicklungsländern gibt es praktisch keine Urheberrechte, und wenn es welche gibt, setzt sie niemand durch. Damit haben die Piraten freie Bahn, sich am Schaffen der Musikerinnen und Musiker, an der Mühe der Produktionsfirmen gratis dumm und dämlich zu verdienen. Wenn Alpha Blondy von seinem neuen Album in Westafrika 1000 lizenzierte Alben verkauft, so gehen gleichzeitig 100 000 Raubkopien über die Ladentische, und von denen sehen weder Blondy noch seine Plattenfirma auch nur einen Rappen. Mit dem Niedergang der Staatswirtschaften im Osten hat sich das Problem noch verschlimmert, sodass grosse und kleine Plattenfirmen heute an allen Fronten

BULLETIN | ONLINE

**WEITERE INFOS ZUR
WELTMUSIK FINDEN SIE
UNTER: WWW.CREDIT-SUISSE.CH/BULLETIN**

gegen diesen gemeinen Diebstahl zu kämpfen haben. Und was die Zukunft bringt, steht noch ziemlich in den Sternen. Im Moment steht das Problem der Verbreitung von Musik im Internet zuallervorderst auf der Pendenzenliste, denn da ist schon jetzt die institutionalisierte Gratisverteilung im Gange – Stichwort MP3.

Globalisierung – das ist heute das abgegriffenste Wort überhaupt. Impliziert wird doch die Offenlegung sämtlicher Fragen der ganzen Welt; die «Information» wird mir schon in Terabyte nachge-

schmissen. Vergessen ist die Tatsache, dass ich damit gar nicht viel anfangen kann. Wirklich begreifbar kann das «globale Dorf» erst werden, wenn es sinnliche Dimension bekommt. Der Soundtrack des Hitfilms von Indien, das Lied der Befreiungskämpfer gegen die Apartheid, die Anfeuerungs gesänge der Frauen beim senegalesischen Ringkampf oder die Outlaw-Romantik, mit der mexikanische und kolumbianische Bands lokale Drogenbosse verherlichen – die sprechen mehr als Terabyte.

DIESE PLATTENLÄDEN ÖFFNEN DIE TÜR ZUR WELTMUSIK

- Tropicana, Hohlstr. 52, 8004 Zürich, 01 242 95 61
- Haissam Music, arabische Musik, Fabrikstr. 21, 8005 Zürich, 01 273 73 03
- Comedia, Bücher und CDs, Katharinengasse 20, 9004 St. Gallen, 071 245 80 08
- Be-Bop, Spitalgasse 36, 3001 Bern, 031 381 84 23
- Afrikana, rue de Berne 20, 1201 Genf, 022 731 74 82
- Musik-Forum Kantor, Weggisgasse 28, 6004 Luzern, 041 410 34 80
- FNAC, 54 rue du Sauvage, Mulhouse, 0033 89 56 33 54

DREI ADRESSEN FÜR WÜHLMÄUSE

- Comedia Bücher und CDs, Katharinengasse 20, 9004 St. Gallen, 071 245 80 08
- World Music Network, 6 Abbeville Mews, 88 Clapham Park Road, London SW4 7BX, UK, post@worldmusic.net
- www.Worldmusicland.com

Die CREDIT SUISSE bringt immer wieder grosse Künstlerinnen und Künstler der Weltmusik auf Schweizer Bühnen. Hier die «Musts» für Ihre Agenda:

Credit Suisse World Series: Sapho, 15. 4. 2000, Zürich;
Habib Koité, 13. 5. 2000, Zürich

Weltmusikwelt: Ensemble Sivan Perwer, 10. 2. 2000, Zürich;
Madamax, 29. 2. 2000, Zürich; Alim Qasimov, 22. 3. 2000, Zürich;
Barden der Steppe, 4. Mai 2000, Zürich; Camane und Ana Sofia Varela, 22. 5. 2000, Zürich

MARIANNE BERNAS HÖRTIPS MACHEN SÜCHTIG

Auf der Fahrt in die Ferien:

«Afro-Latino», Putumayo. **Sammelalbum randvoll von Hits aus den afrikanischen Rumbaszenen.**

Für Momente der Einkehr:

Nusrat Fateh Ali Khan & Michael Brook «Night Song» (Pakistan 1996). **Ein Teil von Nusrats Genie lag in seinem Talent, religiösen Sufi-Qawwal mit westlichen Produktionsmethoden zu kombinieren.**

An Tagen, an denen man nicht recht weiss...:

Cesaria Evora «Café Atlantico» (Kapverdische Inseln 1999). **Noch nie hat jemand gleichzeitig so unschuldig und so abgebrüht gesungen wie «Cize», und ihr Sound zwischen Portugal, Brasilien, Afrika und Kuba geht runter wie Honig.**

Zur Erhellung des Alltags, etwa fürs Bügeln:

Kali «Débranché» (französische Antillen 1995). **Kali singt Reggae auf französisch, spielt Banjo und strotzt vor Charme, Geist und Musikalität.**

Für besondere Tage:

Sam Mangwana «Galo Negro» (Kongo-Angola 1997). **Voll ausgereifter Veteran der berühmtesten Bands, auf diesem Album einmal mehr Singer-Songwriter der feinen Töne – nicht wie sonst als Grossmeister der Tanzpisten-Stimmung. Herrliches Akkordeon!**

Auf dem Weg zur Arbeit:

Alpha Blondy «the best of» (Elfenbeinküste). **Seit 1983 Afrikas bester Reggaeman – mit einer Perlenkette seiner besten Songs. Unwiderstehlich.**

Zur Verdauung nach einem delikaten Essen:

Sierra Maestra «Tibiri Tabara» (Kuba 1997). **Aktueller kubanischer Son in Reinstkultur. Live eine der besten Bands der Welt, auf Platte nie genug gehört.**

Für frohe Gesellschaft:

Viva la Musica & Papa Wemba «Nouvelle Ecriture» (DR Kongo, 1997). **Dieser Sound hat die Kongolesen durch 35 Jahre der korruptesten Diktatur überleben lassen, und Wemba ist sein Gigant. Hier in der bedeutend saftigeren afrikanischen Variante (er spielt auch CDs «auf europäisch» ein).**

An einem exotischen, erotischen Abend (auch allein): Rachid Taha «Diwân» (Algerien-Frankreich 1998). **Der francoalgerische Secondo leistet seinen musikalischen Ahnen eine superbe Hommage.**

Für Stunden zu zweit:

Habib Koité «Ma Ya», Contre-Jour CJ003 (Mali 1998). **Steht fest in der reichen Tradition Malis, fügt aber neue Dimensionen hinzu. Tolle Gitarre, schöne Songs, kleine, feine Band.**

AGENDA

CREDIT SUISSE VERANSTALTUNGEN SPORT

JANUAR

- 27.–4.2. Behinderten-Ski-WM,
Handi 2000, Ski alpin und
nordisch, Crans Montana/
Anzère
21. CREDIT SUISSE OL-Cup,
Orientierungslauf, Bern

FEBRUAR

- 3.–6. CSI Zürich, Springreiten,
Zürich (Hallenstadion)

CREDIT SUISSE VERANSTALTUNGEN KULTUR

JANUAR

12. Jazz Recital, Al Di Meola –
Dino Saluzzi Duo, Zürich
13. Jazz Classics Ticino,
Al Di Meola – Dino Saluzzi
Duo, Lugano
18. Jazz Classics Luzern,
Count Basie Orchestra, Luzern
20. Jazz Classics Lausanne,
Diana Krall Quartet, Lausanne
21. Jazz Classics Zürich,
Diana Krall Quartet, Zürich

FEBRUAR

1. Körper + Kleid, Modeschau
der Klasse für Mode & Design
der HGK Basel, Basel
10. Weltmusikwelt, Ensemble
Sivan Perwer, Zürich
11. Jazz Classics Lausanne,
Brad Mehldau Trio/Thierry
Lang Trio, Lausanne
14. Jazz Classics Ticino,
Brad Mehldau Trio, Bellinzona

«WIR SIND KEINE ARMEN BEHINDERTEN, SONDERN SPITZENATHLETEN»

Aus dem Schattendasein der Bemitleideten, die sich durch körperliche Betätigung ihre Leiden mildern, ist der Behindertensport herausgetreten. «Wir sind keine armen Behinderten, die Sport treiben, sondern Spitzenathleten, die sich professionell vorbereiten», betont der Walliser Jacques Blanc, mehrfacher Olympiasieger und Weltmeister im alpinen Skisport. Jacques

Blanc war auch der Trainer des Querschnittgelähmten Wendi Eberle, der 1994 an den Paralympics in Lillehammer Gold in der Abfahrt und 1996 an der WM in Lech Silber im Slalom holte. Der Mann von Flumserberg hat für die kommende Weltmeisterschaft wieder grosse Ziele: «Eine Medaille muss drinliegen», fordert der bald 44-Jährige von sich. Nachdem er



an den Paralympics in Nagano 1998 in der Abfahrt schwer gestürzt war und seine Medailenträume begraben musste, will er unbedingt nochmals aufs Podest. Angst vor weiteren gravierenden Stürzen bei Tempi bis zu 100 km/h hat Wendi Eberle nicht. «Vom Alter her könnte man meinen, ich hätte im Spitzensport nichts mehr zu suchen», sagt der ehemalige Landwirt in Bezug auf seine Teilnahme an den Weltmeisterschaften «Handi-Ski 2000». Doch für ihn als Paraplegiker sind Spitzenleistungen nach wie vor möglich, denn er sitzt auf

einem Ski mit Federbein, steuert die Schwünge mit dem Oberkörper und verteilt so die körperlichen Belastungen. Entscheidend ist dabei das Gefühl für das Gerät.

«Ich fühle mich eigentlich wie 25», sagt Eberle, der im Winter eisern vier bis fünf halbe Tage selbständig trainiert. Seit September kommt er zudem alle zwei Wochen für ein viertägiges Trainingslager mit seinem Team zusammen. Mit Skifahren, Konditionstraining und Theorie hat der «Arbeitstag» gut und gerne 12 Stunden. Oft stehen auch die gesellschaftlichen Aspekte im Vordergrund. Zum Beispiel dann, wenn Wendi Eberle und sein Team in den Trainingslagern auf das alpine Nationalteam mit Skicracks wie Michael von Grünigen treffen. «Wir bewundern uns gegenseitig und lernen voneinander», schwärmt Eberle. Überhaupt fühlt er sich voll integriert im alpinen Skisport.

Die sechsten Ski-Weltmeisterschaften für Behinderte finden vom 27. Januar bis 4. Februar 2000 in Anzère und Crans Montana statt. Die alpinen Disziplinen (acht Rennen) werden in Anzère ausgetragen, die nordischen (16 Wettbewerbe) in Crans Montana. Informationen erteilt das Organisationskomitee Handi-Ski 2000, Avenue Ritz 31, case postale 2085, 1951 Sion 2 Nord, Telefon 027 321 20 00.

Die Jubiläumsstiftung der CREDIT SUISSE GROUP unterstützt diesen Anlass.

Doch woher nimmt er die Kraft, solche Leistungen zu vollbringen? «Das ist eine Willenssache und eine Frage der Ziele, die ich mir setze. Ich wäre erledigt, hätte ich den Sport nicht. Bewegung ist das A und O», sagt er. Wendi Eberle sieht vor allem das Positive im Leben. Indem er auf die Leute zugeht und sich als ganz normaler Mensch gibt, wird er von der Gesellschaft auch spontan aufgenommen. Dann vergisst er den Rollstuhl. «In meinen Augen kann man alles, und sonst gibts immer noch Leute, die einem helfen», ist er über-

zeugt. Von der «Handi-Ski-WM 2000» verspricht er sich eine sensationelle Sache, zumal sie in der Schweiz stattfindet. Und wenn Wendi Eberle eine Medaille holt oder sogar siegt, erlebt er vielleicht die gleichen Glücksgefühle wie 1994. Damals wurde er nämlich von über 3000 Leuten empfangen, als er nach Hause kam. «Das hat mich wirklich tief bewegt, ich fühlte mich vollkommen als Sieger, auch im Rollstuhl.»

TEXT: RENÉ MAIER

IMPRESSUM

Herausgeber

CREDIT SUISSE, Postfach 100, 8070 Zürich
Telefon 01 333 11 11, Fax 01 332 55 55

Redaktion

Christian Pfister (Leitung), Andreas Thomann, Rosmarie Gerber;
Bulletin-online: Lukas Egli, Thomas Hauser, Thomas Ströhla,
Daniele Carrozza
Redaktionssekretariat: Rosmarie Schultheiss, Telefon 01 333 73 94,
Fax 01 333 64 04, E-Mail-Adresse: bulletin@credit-suisse.ch,
Internet: www.credit-suisse.ch/bulletin

Gestaltung

www.arnolddesign.ch: Urs Arnold, Karin Bolliger, Adrian Goepel,
Lukas Huggenberg, Annegret Jucker, Alice Kälin, Muriel Lässer,
Esther Rieser, Bea Freihofer-Neresheimer (Assistenz)

Fotos

Pia Zanetti (Titel, S. 9–21, 29, 54–56, 58, 59 unten), Isabelle Truninger (S. 4), Thomas Schuppisser (S. 22, 42–46), Mathias Hofstetter (S. 3), Robert Huber, Lookat (S. 50–53), Akwa Betote (S. 59, 60), Olivier Vogelsang (S. 64), Iris Ritter (S. 62, 63), Esther Rieser (S. 2, 67), PhotoDisc (S. 26, 30–33, 35, 36), Keystone Press AG (S. 39–41)

Inserate

Caviezel.Senn, Walter Caviezel, Riedstrasse 9, Postfach, 8824 Schönenberg,
Telefon 01 788 23 00, Fax 01 788 23 10, E-Mail caviezel.senn@bluewin.ch

Litho/Druck

NZZ Fretz AG / Zollikofer AG

Redaktionskommission

Daniel Mollet (Unternehmenskommunikation), Ruth Stadelmann (Media Relations), Fritz Stahel (Economic Research), Samuel Holzach (Marketing Services)

Erscheint im 106. Jahrgang (6 ¥ pro Jahr in deutscher und französischer Sprache). Nachdruck nur gestattet mit dem Hinweis «Aus dem BULLETIN der CREDIT SUISSE».

Adressänderungen

Adressänderungen bitte schriftlich und unter Beilage des Original-Zustellcouverts an Ihre CREDIT SUISSE-Geschäftsstelle oder an:
CREDIT SUISSE, CISF 14, Postfach 100, 8070 Zürich





AUF SPURENSUCHE IM MUSEUM

DAS IMRK ZEIGT DIE VIELEN ASPEKTE DER KRIEGSHILFE IN EINEM NEUEN RAUM.

TEXT: CHANTAL-ANNE JACOT

Nach elfjähriger Existenz wird das Internationale Museum vom Roten Kreuz und Roten Halbmond in Genf von Grund auf erneuert. Neuer Direktor, neue Räume, neuer Ansatz. Das Museum bat die Jubiläumsstiftung der CREDIT SUISSE GROUP um Unterstützung und überzeugte unter

anderem durch seine bedeutende Rolle im humanitären Bereich.

Mit seinem intensiven Blick und seiner Sprachgewandtheit besitzt Roger Mayou, seit einem Jahr Direktor des IMRK, das Auftreten eines Mannes, der sich durchzusetzen weiss. Nach dem Studium der Lite-

ratur und Kunst und einer Diplomarbeit über Body Art wird Mayou 1980 stellvertretender Konservator am Museum für Kunst und Geschichte von Fribourg. Ab 1989 bietet ihm eine grosse Bank einen Posten als künstlerischer Berater an. In dieser Zeit ist er nebenbei Dozent und Referent am Institut Français d'Art in Paris und Genf. Sehr bald genießt er grosse Anerkennung als Kulturmanager.

Mayou bringt frischen Wind

1998 sucht der Stiftungsrat des IMRK einen Direktor, der sich professionell mit der Ver-

waltung des Museums befasst, und findet ihn in der charismatischen Persönlichkeit von Roger Mayou.

Nach seinem Amtsantritt will Mayou frischen Wind in das IMRK bringen und denkt an die Schaffung eines neuen Ausstellungsraumes mit verschiedenen Modulen, einem Informationsbereich und einem Multimedia-Café.

Zur Realisierung seiner neuen Ideen braucht er einen bedeutenden Sponsor, der ihn finanziell unterstützt. Er wendet sich an die Jubiläumsstiftung der CREDIT SUISSE GROUP und legt ein Projekt

vor, das auf Hoffnung und Nachdenken beruht und die urteilsfreie Antwort des Roten Kreuzes auf unsere komplexe Welt aufzeigt. Seine Pläne überzeugen, er erhält die Zustimmung, die gewünschte Unterstützung und die Summe von einer Million Franken.

«Jeder ist für alles Kommende verantwortlich», schrieb Dostojewski. Mit diesem Satz, der die Universalität der Menschheit anspricht, werden die Besucher des IMRK empfangen. In einer durch Technologie, politische, soziale und kulturelle Umwälzungen hektisch gewordenen Welt ist der Mensch sowohl zum Besten als auch zum Schlimmsten fähig. In einem neuen Bereich, dem elften, will das IMRK die Aktualität zeigen, wobei es sich jedoch eher auf die Seite der Opfer als auf diejenige der Institution stellt. Vergeblich sucht man nach grausamen, schrecklichen Bildern. Es wird nach Einsicht getrachtet, nicht nach Spektakulärem oder Voyeurismus. Mayou betont, dass er den Besucher nicht nur durch ein realitätsnahes Museum führen will, sondern an den Ort des Geschehens. Darin liegt das Neue, das es von anderen unterscheidet.

Die fünf Facetten der Hilfe

Mit der einfachen Überschrift «Espace 11 – Aujourd'hui» macht sich dieser neue, aus fünf Modulen bestehende Raum das Spiel des Lichts, das Material und die Bilder zunutze: im Katastrophenfall die Erste Hilfe «Bewältigen», den sozialen Beistand «Ver-

bessern», die Unterstützung für Minenopfer «Rehabilitieren», die Aktionen zugunsten von Gefangenen «Schützen» und die durch den Krieg auseinandergerissenen Familien «Zusammenführen» sind die zentralen Schlüsselthemen. Vor der Schaffung dieses Bereichs hat Mayou zur Visualisierung der möglichen Darstellungsformen einen Wettbewerb ausgeschrieben, aus dem die Zürcher Architekten Alexandra Gübeli und Yves Milani als Sieger hervorgegangen sind. Sie haben die fünf Interventionsbereiche auf originelle Weise erfasst und verbinden Schlichtheit, Transparenz, Klarheit und Farben erfolgreich miteinander. Mayou wollte die besondere Bearbeitung der Oberflächen, der Lichtverhältnisse und der Hell dunkelkontraste und der Schatten dazu einsetzen, in jedem Besucher das Verlangen zu wecken, besser zu sehen und zu verstehen. Er soll sich auf den Standpunkt des Opfers stellen und sich innerlich fragen: «Was tut die Institution für mich?»

Beim Besuch des IMRK und des neuen Raums werden viele Menschen das Bedürfnis verspüren, sich hinzusetzen, um in Ruhe nachzudenken. In einem «Informationsbereich» können sie einen Bildschirm betrachten, auf dem pausenlos die letzten Neuigkeiten des IKRK und der Schauplätze gesendet werden. Diese werden von der Webpage vorbereitet, die den humanitären Organisationen der Stiftung Reuters vorbehalten ist. Als moderne und anpassungs-

fähige Institution bietet das IMRK der Jugend, also der Hälfte der Besucher, die Möglichkeit, im «Café Dunant» eine Pause einzuschalten und ihr Wissen multimedial, interaktiv und spielerisch zu vertiefen.

Verrückte Aufgabe gelöst

Mayou bezeichnet sich selbst als autoritären, spitzfindigen und anspruchsvollen Menschen. Er ist stolz, mit einem zwölf Mitarbeiter starken Team zusammenzuarbeiten, zu dem auch Philippe Mathez gehört, Konservator und ursprünglich Ethnologe. In knapp einem Jahr hat sich Mayou auch mit erfahrenen Frauen und Männern umgeben, die mit dem Terrain vertraut sind und dank denen er eine fast verrückte Aufgabe erfüllt hat: «Ausstellungsraum 11 – Heute»!

Fragt man ihn, welche Linie das IMRK in Zukunft einschlagen wird, gibt Mayou einem

vielversprechenden Wunsch Ausdruck: Er möchte aus diesem Museum ein wissenschaftliches Instrument machen, das das universelle Erbe des Roten Kreuzes verwahrt, jedoch in keinem Fall einer Vitrine gleichen soll. Die Öffentlichkeit soll wissen, wie das Rote Kreuz mit Hilfe von Delegierten, Ärzten, Krankenpflegerinnen usw. in Konflikten tätig ist.

Roger Mayou sagt treffend: «Es scheint uns wichtig, die Idee des Roten Kreuzes vor Augen zu haben, wo sich doch die Notwendigkeit humanitärer Aktionen aufdrängt wie nie zuvor.» Besuchen auch Sie das IMRK und seien Sie unbesorgt, Sie werden nicht mit grausamen Bildern von menschlichem Leid konfrontiert. Ganz im Gegenteil, Sie werden vielen Menschen begegnen, die ohne Tränen und Klagerufe Zeugnis ablegen.

HUMANITÄRE STIFTUNG DER CREDIT SUISSE GROUP

Die Jubiläumstiftung der CREDIT SUISSE GROUP wurde 1981 anlässlich des 125. Jahrestages der Schweizerischen Kreditanstalt gegründet und verfügt über ein Kapital von zehn Millionen Franken. 1998 schloss sie sich mit der 1969 ins Leben gerufenen Jubiläumstiftung der Schweizerischen Volksbank zusammen. Die Jubiläumstiftung verwaltet heute ein Kapital von zirka 50 Millionen Franken. Gemäss Statuten setzt sie sich für die soziale Wohlfahrt, aber auch für die Förderung von Kultur und Wissenschaft ein.

**Internationales Museum vom Roten Kreuz
und Roten Halbmond, Avenue de la Paix 17, 1202 Genf
Homepage: www.micr.org
Tel. 022 748 95 11, Fax 022 748 95 28
10–17 Uhr. Dienstags geschlossen**

«DIE BANKINFORMATIK BRAUCHT IHRE ZUKUNFTSVISION – EINE MISCHUNG VON KONSISTENZ UND BEWEGLICHKEIT.»

BRUNO BONATI,
MITGLIED DER GESCHÄFTSLEITUNG
DER CREDIT SUISSE



Das Retail Banking hat sich zu einer Branche gewandelt, die vor allem Informationen verarbeitet. Der Erfolg einer Bank hängt deshalb mehr denn je von der Qualität ihrer EDV ab. Laufende Veränderungen der Geschäftsstrukturen, aber auch Akquisitionen haben bei der CREDIT SUISSE dazu geführt, dass die Architektur komplexer geworden ist. Die Vielfalt der technischen Möglichkeiten ist heute enorm, zudem verändern sich die Kundenbedürfnisse immer schneller.

Welches sind in diesem schnelllebigen Umfeld die Leitwerte, nach denen dieses komplexe, für die Bank enorm wichtige System weiterentwickelt werden soll? Eine anspruchsvolle Frage.

Die Informatik hat über Jahre einen Reichtum an Funktionalitäten hinterlassen. Diese Investitionen gilt es zu schützen und möglichst lang wertgenerierend zu erhalten. Andererseits verlangt das Business von der IT unnachgiebig immer schnellere und weiter reichende Funktionalitäten. Um diesen Ansprüchen zu genügen, setzt uns weniger das Geld die Grenzen – zu schaffen macht uns vielmehr die beschränkte

Zahl von Spezialisten, die sich auf dem IT-Markt finden lassen. Mit diesem Problem stehen wir nicht alleine da: In Europa sind nur sieben von zehn erwünschten Informatikern auf dem Markt verfügbar; wegen Ressourcenknappheit werden viele Vorhaben nicht umgesetzt.

Die starke Abhängigkeit der Bank von der Informatik verlangt bei der Erneuerung der Systeme eine Risikominimierung. Notwendige Renovationsarbeiten am IT-System bilden eine Herausforderung, die mit einem Bild verglichen werden kann: Unser Job ist es, einen Wettkämpfer zu operieren, ohne dass dieser die Tartanbahn verlassen darf oder sein Tempo reduziert.

Um unsere Investitionen zu schützen, müssen unsere Teams die jetzigen Systeme zukunftsfähig anpassen: Programme und Technik sind so zu gestalten, dass sie mit neuen Technologien und Funktionen optimal korrespondieren. Dabei reduzieren wir die Komplexität, damit ein schneller und geordneter Weiterausbau der heutigen Informatik möglich ist.

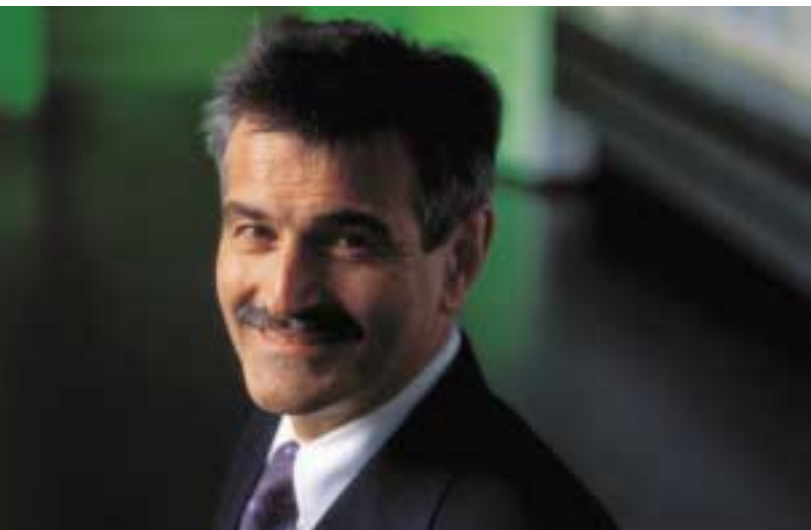
Anders sieht die Sache im Umgang mit unseren Kunden aus: Bezüglich dem kundenorientierten Einsatz neuer Technologie ist Risikofreudigkeit gefragt. Wenn es darum geht, was die Kundinnen und Kunden künftig von einer Bank erwarten, dann präsentieren sich heute viele Möglichkeiten. Wird das Internet-Banking künftig über

Mobiltelefone erfolgen oder über elektronische Agenden? Wird sich auf dem Internet ein Zahlungsverkehrssystem etablieren? Wenn ja, ist es e-cash oder ist es die Anwendung der Kreditkarte oder eines der andern 100 möglichen Systeme? Wann und wie wird der Fernseher als Endgerät von unseren Kunden als Oberfläche für das Bankengeschäft benutzt? Über welche Telekommunikationskanäle – Telefonleitung, Elektroleitung oder Kabelfernsehen – wird der Benutzer künftig von zu Hause mit der Bank kommunizieren?

Niemand kennt auf diese Fragen eine sichere Antwort. Dennoch: Strategische Fragen lassen sich nicht auf die lange Bank schieben. Entscheide müssen gefällt werden. So muss auch unser Unternehmen in Technologien und Allianzen investieren, die sich vielleicht in einigen Monaten als Sackgasse erweisen. Es braucht den Mut, Richtungen einzuschlagen, ohne genau zu wissen, wo das Ziel ist.

Die Herausforderung der Informationsstrategie liegt im Spannungsfeld zwischen Risikominimierung und Risikofreudigkeit – zwischen einem Schritt-für-Schritt-Vorgehen auf sicherem Pfad und gleichzeitig einem fächerartigen Vorgehen mit unsicheren Optionen. Dazu gesellt sich die Herausforderung, intern vielen Hunderten von Informatikern die Sicherheit zu geben, auf dem richtigen Pfad zu sein, und diese Sicherheit auch den Kollegen auf der Geschäftsseite zu vermitteln.

Soll die Bank als Ganzes morgen handlungsfähig sein, braucht die IT ihre eigene Zukunftsvision, ihre eigene strategische Fähigkeit, welche eine Mischung von Konsistenz und Beweglichkeit, situativer Anpassungsfähigkeit und Weitblick darstellt.





WAS FÜR BÖRSENHÄNDLER DIE ASIENKRISE, SIND FÜR HORTLEITER
DIE KLEINEN WIRBELWINDE: EIN ANGRIFF AUF NERVENKOSTÜM.
CREDIT SUISSE - KINDERHORT, ZÜRICH ÜETLIHOF, 22.11., 11.05 UHR.

Credit Suisse lässt Sie beruhigt das neue Millennium feiern.

Der **Millennium-Wechsel** wird von uns genauso ernst genommen wie alle Fragen, die Ihre finanziellen Anliegen betreffen. Profitieren Sie vom Know-how und der Weitsicht eines weltweit führenden Unternehmens. Nehmen Sie mit uns Kontakt auf unter Telefon **00800 8003 0000** oder **www.cspb.com**



MCCANN-ERICKSON