

# BULLETIN | 4

[www.credit-suisse.ch/bulletin](http://www.credit-suisse.ch/bulletin)

**BÖRSE**  
KALKÜL SCHÜTZT  
VOR KATER

**FÖDERALISMUS**  
DIE GRÄBEN  
WERDEN TIEFER

**CHEFÖKONOM BISCHOFBERGER**  
SO SETZT DIE SCHWEIZ  
ZUM HÖHENFLUG AN

GESCHENKT WIRD ES OFT, KÄUFLICH IST ES NICHT

# VERTRAUEN



MINUTIÖSES AKTENSTUDIUM: AUFTAKT ZU  
GLOBALER EXPORTTÄTIGKEIT. CREDIT SUISSE,  
HANDELSFINANZIERUNGEN, ZÜRICH, 14.35 UHR.

SCHWERPUNKT: VERTRAUEN



## Mein Schutzengel wirds schon richten

Bums – und vorbei war es mit dem Seelenfrieden. Der Crossair-Flug von Lugano nach Zürich mutierte in meinem Innern zum Drama. Der Sturm packte zu, Luftlöcher trieben ihr Spiel. Es blitzte. Was, wenn mein letztes Stündchen geschlagen hatte?

Wie konnte ich nur so dumm sein und ein tonnen-schweres Fluggerät besteigen, ohne auch nur einen Gedanken daran verschwendet zu haben, dass Fliegen eigentlich ein Wunder und der Mensch über den Wolken nur geduldet ist? Ein flaues Gefühl im Magen, Herzklopfen, Todesphantasien, das hatte ich nun davon.

Jetzt, da ich wieder festen Boden unter den Füßen habe und auf eine durchschnittliche Lebenserwartung hoffen darf, ist mein Glauben in Natur, Mensch und Technik ungebrochen. Dabei ist – genauer betrachtet – der Weg durch den Alltag gespickt mit potenziellen Fallstricken.

Freiwillig begeben sich in die Hände Fremder. Meist gedankenlos, im Gefühl, es möge mich irgendein Schutzengel an der Hand führen. Wie sonst liesse sich beispielsweise erklären, dass ich mich bei meinem Zahnarzt ergeben auf den

Stuhl setze, meine Augen schliesse und dem Dienstleister in Weiss mein Mundwerk feilbiete – immer in der Zuversicht, er werde es schon richten? Ebenso gehe ich wagemutig davon aus, dass mir der Wirt am Mittagstisch mit dem Kartoffelaufwurf keine unliebsamen Bakterienhorden vorsetzt.

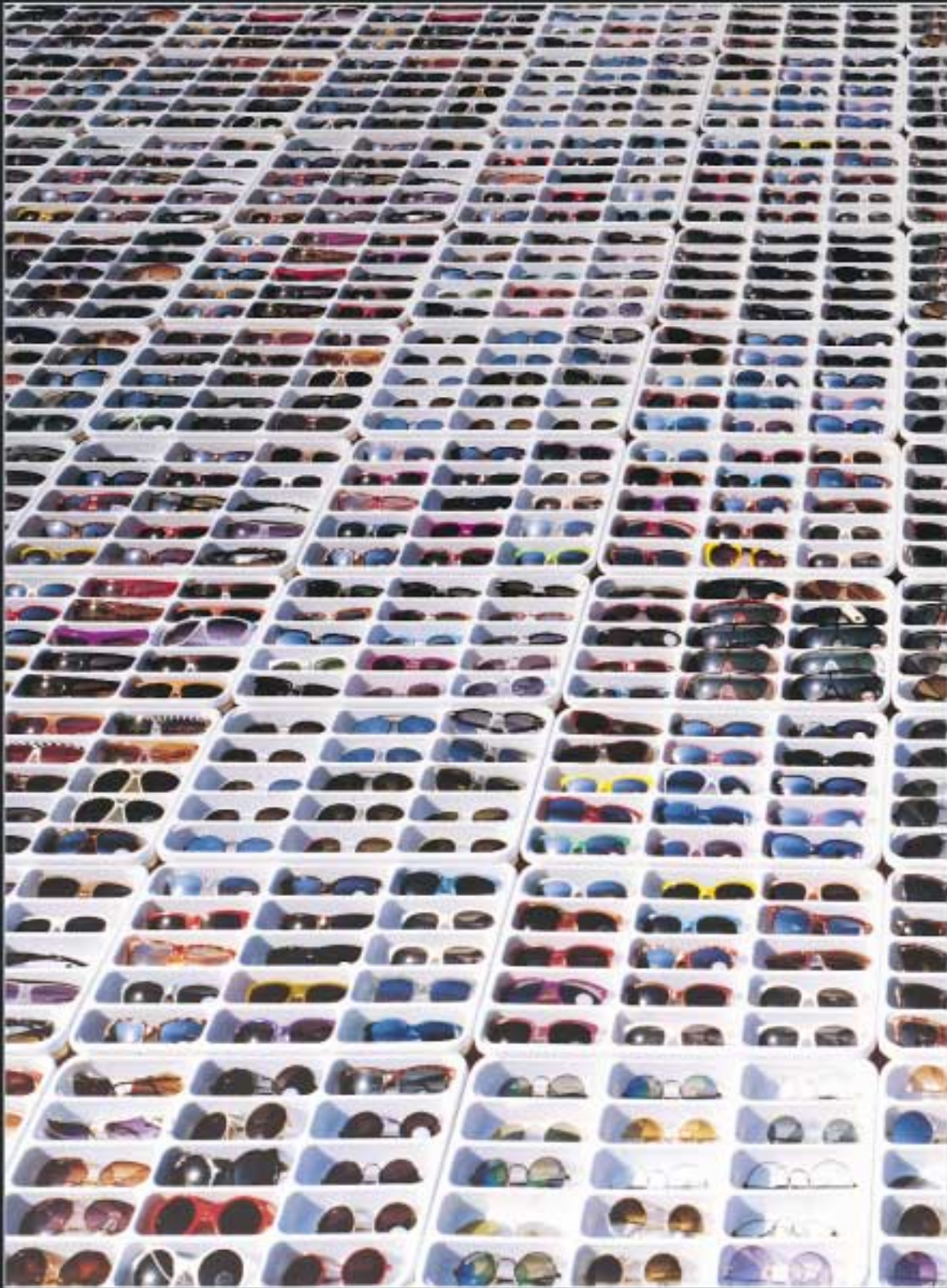
Was bisweilen als Einfalt daherkommt, ist eine Konstante, ohne die mein Leben undenkbar wäre: Vertrauen.

Urvertrauen, Gottvertrauen, blindes Vertrauen – die Spielarten sind mannigfaltig. Nicht nur für Banker ist Vertrauen ein Kapital. Firmen, Politiker, Behörden sind sich bewusst: Vielfach braucht es Jahre, um Vertrauen zu schaffen, aber bisweilen nur den Moment einer Lüge, eines Missgeschicks oder eine Prise Arroganz – und vorbei ist es mit der Herrlichkeit.

Vertrauen will verdient sein. Und das ist gut so. Denn es ist nicht auszudenken, was geschehen würde, wenn sich auf den Meriten ausruhen liesse. Die Lüge, die Gleichgültigkeit, der Machtmissbrauch hätten leichtes Spiel – und die Schutzengel alle Hände voll zu tun.

**CHRISTIAN PFISTER,  
CHEFREDAKTOR BULLETIN**





Wie schaffen es 900 der weltweit brandheissesten Web-Sites,  
zuverlässige Informationen zu bieten?

**SCHWERPUNKT: VERTRAUEN**

- 6 **Vertrauen** | Knappes Gut im Cyberspace
- 12 **Kredite** | Krisenbewältigung und Geburtshilfe
- 17 **Erich Gysling** | Aristokrat im Medienzirkus
- 20 **Kinder, Sex und Wienerschnitzel** | Sieben Porträts
- 26 **Arbeitstiere** | Mit Oranos auf dem rechten Weg

**AKTUELL**

- 31 **Gleichberechtigung** | Wie Frauen Kohle machen
- Glückliches Alter** | Fonds-Auszahlplan
- Ökobank** | Umweltzertifikat für Credit Suisse
- 32 **Börsenrausch** | Anlegen statt traden

**ECONOMIC RESEARCH**

- 36 **Regionen** | Fette Städte, ausgedünnte Landschaft
- 40 **New Economy** | Interview mit Chefökonom Bischofberger
- 44 **Bankenplatz Schweiz** | Im Auge des Zyklons
- 47 **Unsere Prognosen zur Konjunktur**
- 48 **Shareholder Value** | Alle Macht den Aktionären
- 51 **Unsere Prognosen zu den Finanzmärkten**

**E-BUSINESS**

- 52 **Thomas Wellauer** | Her mit den Innovationen
- 57 **@propos** | Internet-Werbung: Sexappeal um jeden Preis

**SERVICE**

- 58 **Internet Banking** | Business im virtuellen Dschungel

**SPONSORING**

- 62 **Olympiade 2000** | Goldesel und Amazonen
- 65 **Agenda und Impressum**

**CARTE BLANCHE**

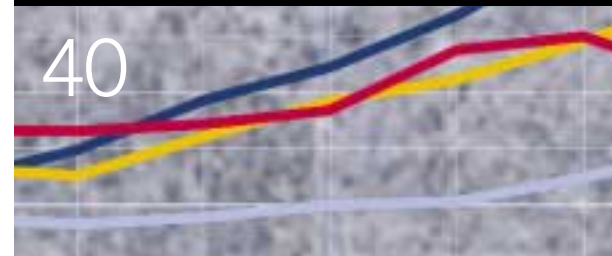
- 66 **Mobile Ressourcen für die Zukunft** | Martin Wetter

26



**Mehr als eine Lebensgemeinschaft:  
Peter Hänggi und sein Blindenführhund**

40



**Standort Schweiz: Risikobereitschaft  
und Wachstum sichern Prosperität**

52



**Thomas Wellauer: «In zehn Jahren ist das  
Internet so integriert wie das Telefon.»**

58



**Wie die Pantoffelhelden von morgen  
die dicken Bankgeschäfte tätigen**

62

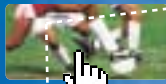


**Den Duft des Erfolgs in den Nüstern: Ross  
und Reiter auf dem Sprung nach Sydney**



07:55

WWW.SPORT.CH



23:45

WWW.CHAT.COM



00:30

WWW.SEX.COM



# NETZ



17:40

WWW.CINEMA.COM



19:30

WWW.WETTER.CH

10:15

WWW.CREDIT-SUISSE.CH



15:08

WWW.HOLIDAYS.CH



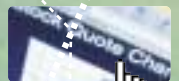
17:45

WWW.WISSEN.COM



12:05

WWW.YOUTRADE.CH



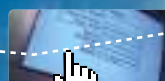
20:05

WWW.FRIENDS.COM



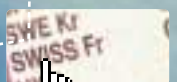
23:00

WWW.ZAHLUNGEN.CH



14:20

WWW.MONEY.CH



Das Internet lockt. Aber viele schrecken zurück vor dem Klick ins Ungewisse. Vertrauen bleibt ein knappes Gut im Cyberspace.

# VERTRAUEN

VON ANDREAS THOMANN,  
REDAKTION BULLETIN

Max gehört zu den Internetsurfern der ersten Stunde; darauf ist er mächtig stolz. Der Samstagseinkauf, die Einzahlungen am Postschalter, das Blättern im Fahrplan: alles passé. Online ist besser, schneller und aktueller, sagt Max. In seinem Freundeskreis konnte er schon viele von seiner Botschaft überzeugen. Und im Chat-Room schmiedet er unter dem Pseudonym E-Max mit seinesgleichen an fantastischen Visionen einer vernetzten Welt.

## Das Netz hat Lücken

Doch kommt es vor, dass das Netz sogar den euphorischen E-Max auf den Boden der Realität zurückholt und ihm das «E» aus seinem Pseudonym löscht. Neulich, da wollte sich der Formel-1-Fan einen Traum verwirklichen: zwei Tickets für den Grand Prix in Monte Carlo im kommenden Jahr für sich und seine Verlobte.

Computer angeworfen, Modem eingestellt, Provider angewählt. «Fünf, maximal zehn Minuten, und ich habe die Dinger», denkt sich Max. Er wählt seine Lieblings-

suchmaschine, tippt «+ Formula + 1 + Tickets» ein, und im Handumdrehen spuckt ihm das System fünfzehn Adressen aus. Die Vorfreude auf den schnellen Deal ist grenzenlos. Doch bald folgt der Netzkater.

## Der Kater lauert überall

Die Adresse Nummer eins führt zu einer Fehlermeldung, die Nummern zwei und fünf bieten nur Pauschalangebote mit teuren Hotels, Nummer drei, vier, sechs und sieben wiederum verkaufen zwar Tickets, doch nur für die laufende Saison. Endlich, Nummer acht bietet den gewünschten Service: übersichtliche Streckenpläne mit eingezeichneten Tribünen und Angabe der Preise für jeden Platz. Max hat sich mit dem Netz wieder versöhnt. Jetzt nur noch die gewünschten Daten eingeben und die Bestellung abschicken. Es erscheint ein Formular:

Zahlung im Voraus, per Kreditkarte. Schon ist Max misstrauisch. Er findet keinen Hinweis auf besondere Sicherheitsvorkehrungen. Wie kann er wissen, ob er die Tickets, die zusammen immerhin 1000 Franken kosten, überhaupt kauft? Den Verkäufer kennt er

nicht. Und plötzlich scheint ihm auch der ganze Internet-Auftritt der Firma nicht mehr besonders professionell. Max kriegt kalte Füsse. Tags darauf tritt er zur nächsten offiziellen Verkaufsstelle und erhält im Nu, was er wünscht. Eine Schmach für den gläubigen Cyberfreak.



## Max hat kein Vertrauen

Gescheitert ist der Deal letztlich an der wichtigsten Voraussetzung für jede Form des Geschäfts: Vertrauen. Vertrauen in die Sicherheit der Übertragung, die sorgfältige Aufbewahrung der Daten, die Echtheit des Angebots, die Lieferbereitschaft der Firma. Kurz: Vertrauen ins Internet.

358 Milliarden Dollar. So hoch schätzt die amerikanische Research-Firma «eMarketer» im Jahr 2003 den europaweiten Umsatz im E-Commerce, dem Handel mit Gütern und Dienstleistungen übers Internet. Das ist mehr als 20 mal so viel wie im letzten Jahr. Noch aber ist der Damm nicht gebrochen, sind die Massen nicht auf das digitale Fussballfeld, das Internet, gestürzt. Erst etwa zehn Prozent der Europäer spielen mit. «Es sind die tech-



nisch Gebildeten oder Interessierten, die sich jeweils rasch auf ein neues Medium einlassen», sagt Stephen Winnall, Forschungs- und Entwicklungs-Chef des Direct Net, des Internet Banking der Credit Suisse. Bevor sich das Gros der Zuschauer von den Tribünen hinunter bewegt, müssen sie sicher sein, dass sie dort unten nicht ausrutschen. «Vertrauen ist das A und O im Internet», bringt es Stephen Winnall auf den Punkt.

Pleiten und Pannen im Netz, von den Medien immer neu serviert, erhalten dadurch eine besondere Brisanz. Armand



Martin, verantwortlich für die IT-Security der Credit Suisse, kann davon ein Lied singen: «Ein Banküberfall in den Dreissigerjahren à la Al Capone erregte zwar auch Aufsehen. Doch die Leute haben weiterhin der Bank vertraut und ihr Geld dort gelassen.»

### Kunden wollen Sicherheit

Anders bei einer Meldung über einen geknackten Sicherheitscode bei einer Internet-Bank. «Im mysteriösen Internet verlangen die Kunden hundertprozentige Sicherheit», so Martin. «Doch die gibt es nicht, weder im Netz noch sonstwo.» Pech für die Firma, bei der es zum Super-Gau kam. Ist das Image einmal angekratzt, sind die sprunghaften Surfer schnell bei der Konkurrenz.

Dass ohne Vertrauen ins Netz Funkstille herrscht, bestätigen auch Studien. Die 1,7 Millionen Schweizer Surfer, die regelmässig Kurs aufs Internet nehmen, sind im Augenblick vor allem auf Informationen aus, weiss die AG für Werbemedienforschung (WEMF). Erst zwölf Prozent gehen online auf Einkaufstour. Immerhin ein Fünftel erledigt per Mausklick den Zahlungsverkehr. Um die Gründe für diese Zurückhaltung zu erfahren,



lotete das Institut für Wirtschafts- und Sozialforschung (WISO) die Surfer-Seele der Schweizer aus. Fazit: Fehlendes Vertrauen ist nicht der einzige, aber ein entscheidender Faktor. Sechzig Prozent nennen die Gefahr von Betrug als grösstes Hindernis, über die Hälfte hat Sicherheitsbedenken. Das sind immerhin die Ränge zwei und vier in dieser Hitliste.

Misstrauen ist nicht immer gerechtfertigt, meint der Internet-Spezialist David Rosenthal in einer Studie zuhanden des Schweizerischen Wissenschaftsrats.

Das Internet-Banking beispielsweise, so Rosenthal, «stellt heute kein besonders hohes Risiko dar, sofern einige grundlegende Vorsichtsmassnahmen wie etwa eine sichere Aufbewahrung der Geheimschlüssel befolgt werden. Per Post versandte Zahlungsaufträge auf Papier kann ein Dieb dagegen relativ einfach fälschen, ohne dass Bank oder Post haften müssen.»

Weltweit operieren heute die meisten seriösen Banken mit dem 128-Bit-SSL-Standard zur Datenverschlüsselung. Er verunmöglicht es Hackern, eine Zahlungsanweisung auf dem Weg zur Bank zu knacken. Der gleiche Standard garantiert auch eine absolut sichere Übertragung der Kreditkartennummer beim Online-Einkauf.

Doch im World Wide Web tummeln sich nicht nur bekannte und seriöse Marken, sondern auch Scharlatane, Rattenfänger oder naive, fahrlässige Firmen, die dem Schlachtruf «rein in den E-Commerce» gefolgt sind, bevor sie eine ausgereifte, professionelle und narrensichere Lösung präsentieren konnten.

### Klicken, wählen, ärgern

Die deutsche Stiftung Warentest machte im letzten Jahr die Probe aufs Exempel und gab bei 150 E-Commerce-Anbietern eine Bestellung auf. Die Ergebnisse publiziert sie unter dem ernüchternden Titel «klicken, wählen, ärgern.» Viele Online-Shops lieferten nur einen



unausgeregten Web-Auftritt, rügen die deutschen Konsumentenschützer, das Bestellen der Waren sei oft umständlich. Und bei immerhin 27 der 150 Internetanbieter sei keine Lieferung erfolgt. «Trotzdem buchten besonders Dreiste munter das Geld ab», so die Untersuchung.

### Grosse habens leichter

Ans Big Business kommen Cyber-Firmen nur, wenn sie sich ein dauerhaftes, solides Image aufbauen. Wer bereits überall auf der Welt mit Niederlassungen aus Beton, Stahl und Glas Präsenz markiert, hat es bestimmt einfacher, aus dem elektronischen Datenmeer zu ragen.

Allein, es reicht nicht, um Vertrauen zu bilden. Ein professionelles, benutzerfreundliches Design, funktionierende Links gehören ebenso dazu wie ein transparenter, verantwortungsvoller Umgang mit Kundendaten. Und über allem thront die Sicherheit der Informationstechnologie.

Diese Hierarchie darf auch von der Logik des raschen Gewinns nicht durchbrochen werden, wenngleich die Versuchung gross ist. Armand Martin illustriert den Clinch, in dem viele Firmen



stecken, mit der Einführung des Direct Net: «Der Zeitdruck, der im Frühjahr 1997 auf der Credit Suisse lastete, war riesig: Die Bank wollte unbedingt als erste in der Schweiz das Banking per Internet anbieten. Dennoch entschloss sich die Geschäftsleitung, den Start um einen Monat hinauszuzögern.» Sicherheitsbedenken sprachen gegen den geplanten Termin.

### Es fehlen Standards

Bekannte, vertrauenswürdige Marken sind gut und recht. Noch lieber wären dem Surfer jedoch Standards, die sämtliche Firmen im Internet zwingen, die Regeln des Fair Play einzuhalten. «Eine solide E-Commerce-Plattform sollte sein wie ein





Fussballfeld, wo für alle Spieler aus der ganzen Welt die gleichen Regeln gelten, vom Offside bis zur roten Karte, und ein international eingesetzter Schiedsrichter wacht über das Einhalten der Regeln», umschreibt Stephen Winnall seine Utopie.

Wie eine neue Spielregel entstehen und sich allmählich durchsetzen kann, zeigt das Beispiel der 128-Bit-SSL-Verschlüsselung. Von der Firma Netscape lanciert, begannen immer mehr Firmen, diesen Standard einzusetzen, zuerst in den USA, schliesslich weltweit. Doch es braucht noch weitere Standards, gerade auch im Banking. Die Schweizer Banken haben einen ersten Schritt getan, indem sie in Sachen Sicherheit im Internet eng zusammenarbeiten. «Doch am liebsten wäre uns kein nationaler, sondern ein Weltstandard», so Stephen Winnall.

### Wilder Westen

Bis dahin ist es ein weiter Weg, im Banking und anderswo. Noch ist das Internet in vielen Bereichen dem gesetzlosen Wilden Westen näher als dem Schweizer Strassenverkehr.

Welches Recht muss angewandt werden, wenn ein holländischer Konsument einen mexikanischen Online-Händler verklagt, weil dieser nicht geliefert hat? Wer haftet, wenn per Internet bewusst falsche Börseninformationen in Umlauf gesetzt werden? Wie setzt sich ein Musiker zur Wehr, dessen Werke als Raubkopien in die ganze Welt vertrieben werden?

Auch E-Max weiss: Der Zeitpunkt ist noch fern, wo er mit geschlossenen Augen durchs Netz wandeln wird, ohne zu straukeln.

[www.credit-suisse.ch/bulletin](http://www.credit-suisse.ch/bulletin)

**Datenschutz: Bulletin Online befragte Experten zur digitalen Schnüffelei und gibt zehn Tipps für sicheres Surfen.**



### DIE DIGITALE UNTERSCHRIFT

**E-Mail ist ein wunderbares Instrument zum Datenaustausch: rasch, unkompliziert, rund um die Uhr verfügbar. Doch wenn es um wichtige Geschäfte geht, ist die elektronische Post zurzeit noch unbrauchbar. Angenommen, Hugo Hagen möchte per E-Mail ein Auto kaufen. Wie kann der Autohändler sicher sein, dass er tatsächlich mit Hugo Hagen einen Vertrag geschlossen hat, und nicht mit jemandem, der sich für Hugo Hagen ausgibt? Technisch ist das Problem schon heute lösbar dank digitalen Zertifikaten. In der Schweiz werden diese seit 1998 von der Swiskey herausgegeben, einer gemeinsamen Zertifizierungsstelle von Banken, Post, Swisscom und Handelskammern. Solche Zertifikate können benutzt werden als digitale Identität, Unterschrift oder Chiffrierungsschlüssel. Unter gewissen Voraussetzungen ist die Verwendung von digitalen Unterschriften in der Schweiz heute schon möglich. «Ein Gesetz dazu wird wohl nicht vor 2002 in Kraft treten», so Stephen Winnalls Einschätzung des politischen Tempos in der Schweiz.**

Doch egal, wie lange es dauert: Früher oder später wird sich der Standard durchsetzen – zu vielfältig sind die Möglichkeiten, die sich daraus ergeben: Bürger können ihre Stimme elektronisch abgeben, Bankkunden ihre Kontoauszüge per E-Mail entgegennehmen, Versicherungskunden 24 Stunden am Tag eine Lebensversicherung abschliessen. Der «E-Society» stünde nichts mehr im Weg.



KAUFEN SIE EINEN QUADRATMETER ZÜRICH.  
ABER DORT, WO SICH NICHT ALLE AUFREGEN, WENN DER LÄRMPEGEL STEIGT.

Foto: A. Venzago WIRZ



**moods**  
im schiffbau

Eine seltene Gelegenheit: Der Jazzclub *moods* verkauft 239 Quadratmeter vom Zürcher Nachtleben. Für 1500 Franken können Sie sich im Schiffbau auf dem Escher-Wyss-Areal verewigen. Auf den Brettern, die den Jazz bedeuten. Weitere Informationen erhalten Sie unter Telefon 01-245 84 84 oder [www.moods.ch](http://www.moods.ch).

*moods im schiffbau* dankt dem CS Bulletin für die Unterstützung.



# VON HACKERN, VIREN UND SCHNÜFFLERN

## Panzerknacker jagen Daten

Im Januar hatten es Hacker geschafft, in das System der US-Firma CD Universe einzudringen und 300 000 Kreditkartendaten von Kunden zu stehlen. Es war der erste Raub von sensiblen Kundendaten im grossen Stil. Solche Meldungen sind abschreckend, obwohl sich der Schaden für die Kunden in Grenzen hält. Bluten muss hier vor allem die E-Commerce-Firma, die der Kreditkartengesellschaft für mögliche Schäden haftet und deren Image Schaden nimmt. «Der Kunde ist für Hacker ein wenig interessantes Angriffsziel», sagt Marie-Luise Moschgath von der ETH Zürich. «Fette Beute wittern Hacker vielmehr bei Unternehmen oder Regierungen.» Gefährlich seien nicht Einzeltäter, sondern organisierte Profihacker.

## Ein Moorhuhn mit Pferdefuss

Moorhühner wurden in der letzten Zeit zur wahren Plage. Das gleichnamige Computerspiel legte nicht nur Firmen lahm, weil die Mitarbeiter der Spielsucht verfielen. Einige der Versionen entpuppten sich auch als trojanische Pferde. Wer eine solche Version aus dem Netz herunterlud, ermöglichte es Eindringlingen, ungehindert auf seiner Festplatte herumzuspionieren und von dort aus Einkäufe zu tätigen oder Zahlungsverkehr zu betreiben. Heikel, denn Firmen können für sich selbst noch so professionelle Sicherheitslösungen ausstüfeln, «der Computer des Kunden ist davon nicht betroffen und bleibt die Schwachstelle», so Armand Martin, IT-Security-Chef bei der Credit Suisse.

**Die Medien bringen fast täglich Meldungen über Netzpannen – und erschüttern das Vertrauen der internationalen Surfgemeinde. Dabei sind längst nicht alle Gefahren gleich gravierend.**

## Verbarrikadierte Läden

Die Kreativität der Hacker scheint grenzenlos, wenn es darum geht, neue Attacken auf Sicherheitssysteme auszuhecken. Anfang Februar wurden mehrere grosse US-Websites wie Amazon, Yahoo, eBay und Buy.com für mehrere Stunden lahmgelegt. Die Fachleute sprechen von sogenannten Denial-of-Service-Angriffen. Die Hacker beschossen aus Hunderten von Rechnern gleichzeitig eine Internet-Firma mit Daten, was deren Webserver blockiert oder sogar abstürzen lässt. «Daten werden zwar weder manipuliert, gestohlen noch gelöscht, doch der Image-Schaden für die Firmen ist dennoch beträchtlich», sagt Marie-Luise Moschgath. Die Crux: Die Hacker-Software ist teilweise kinderleicht zu bedienen.

## Liebe ist ein Virus

Ein wahrer Liebestaumel verbreitete sich diesen Frühling im Netz. Zahlreiche Anwender des E-Mail-Programms Outlook fanden die Nachricht «I Love You» in ihrer Mailbox. Wer das Attachment öffnete, erlebte sein blaues Wunder. Das Virus verschickte sich automatisch an die Mailpartner im Adressbuch des Betroffenen und trieb auch sonst allerlei Schabernack auf der Festplatte.

Computerviren können eine Spur der Zerstörung hinterlassen. Viele Firmen verwenden viel Zeit und Geld, um die infizierten Datenträger wieder zu säubern. Im Vergleich zu den Hacks seien Viren das

kleinere Übel, meint Marie-Luise Moschgath. «Es sind mehr Leute betroffen, doch wer gewisse Verhaltensregeln einhält und seine Daten regelmässig auf einem separaten Datenträger kopiert, erleidet geringe irreversible Schäden. Antivirus-Programme bieten wirksamen Schutz gegen bekannte Viren.»

## Big Brother sitzt im Netz

Als bekannt wurde, dass die Firma RealNetworks.com aufzeichnete, welche Stücke ihre Hörer auf die virtuelle JukeBox legten, ging ein Aufruhr durchs Internet. Dabei machte die Firma nur, was heute schon fast normal ist im Web-Marketing: Sie analysierte das Nutzungsverhalten ihrer Besucher, um massgeschneiderte Pakete per Internet bereitzustellen. Eine löbliche Absicht. Was den Hörern von RealNetworks sauer aufsties, war wohl eher der Umstand, dass sie von der Datensammelerei nichts wussten. Firmen, die so agieren, verstossen in der Schweiz gegen das Datenschutzgesetz. Doch die Technologie ist den Gesetzeshütern voraus. Weil jeder Klick im Internet eine digitale Spur hinterlässt, könnte eine Firma theoretisch im Netz Daten über das Surfverhalten sammeln, diese nach Kundenprofilen gruppieren und weiterverkaufen. «Die seriösen Firmen werden aus eigenem Interesse sorgfältig mit den technologischen Möglichkeiten vorgehen», meint Bruno Baeriswyl, Datenschutzbeauftragter des Kantons Zürich. «Doch um gesetzliche Regelungen wird man nicht herumkommen.»

**Andreas Thomann, Telefon 01 333 80 39  
andreas.thomann@credit-suisse.ch**





TRAU,  
SCHAU,  
WEM

Die Babylonier kannten es schon. Die Römer haben es weiterentwickelt und verfeinert. Die Christen mussten es aus religiösen Gründen bis ins Mittelalter den Juden überlassen: das Kreditgeschäft.

VON RUTH HAFEN,  
REDAKTION BULLETIN

Der Begriff «Kredit» wird abgeleitet von Glauben, Vertrauen. Ist Vertrauen in der heutigen Bankenwelt, in der man alles bis ins kleinste Detail mit Verträgen und Absicherungen aller Art regelt, überhaupt noch angesagt? Für Franz-Josef Groth, Leiter Kreditmanagement der Credit Suisse, ist und bleibt Vertrauen ein zentraler Bestandteil des Kreditgeschäfts. Als er vor Jahren in Beirut eine Tochterbank revidierte, hatte er ein Schlüsselerlebnis: «Es herrschte Krieg, nach Einbruch der Dunkelheit war es sehr gefährlich. Ich erlebte, wie Leute, die bei uns einen Kredit bezogen hatten, das Geld und die Zinsen unter Einsatz ihres Lebens zurückbezahlt haben. Es gab damals keine Kreditverträge. Das Geschäft basierte auf Vertrauen und wurde per Handschlag abgeschlossen. Die Bedeutung des Wortes «credere» (glauben) wurde mir dort so richtig bewusst. Ohne ein Blatt Papier – eigentlich der Idealzustand – haben die Leute die Verpflichtungen erfüllt, die sie gegenüber einem Vertreter der Bank eingegangen waren.»

Vertrauen ist nicht wegzudenken aus einer Beziehung zwischen zwei Menschen, geschäftlich oder privat. Verträge können Vertrauen nicht ersetzen. Schon J. Paul Getty, einer der reichsten Männer des

zwanzigsten Jahrhunderts, lebte und arbeitete nach der Devise: «Wenn man einem Menschen trauen kann, erübrigt sich ein Vertrag. Wenn man ihm nicht trauen kann, ist ein Vertrag nutzlos.» Ein solches Vorgehen kann sich eine Bank heute natürlich nicht mehr leisten. Trotzdem ist Vertrauen ein Grundpfeiler jeder Bankbeziehung.

#### Banken bezogen Prügel

Solange alles gut läuft, ist Vertrauen kein Problem. In den Neunzigerjahren jedoch wurde die Wirtschaft von einer tiefen, lange andauernden Rezession durchgeschüttelt. Für die Banken entwickelte sich die schlechte wirtschaftliche Lage zu einem Kreditdebakel. Rückstellungen in Milliardenhöhe waren die Folge. Öffentlich Prügel bezogen sie zudem vor allem von den KMUs, den kleinen und mittleren Unternehmen, die ihnen vorwarfen, manches Kleinunternehmen durch Kündigungen oder Kürzungen von Krediten an den Rand des finanziellen Ruins getrieben zu haben. Auch die Credit Suisse musste sich massive Vorwürfe gefallen lassen.

Für Hans Geiger, Professor am Institut für schweizerisches Bankwesen der Universität Zürich, war die mangelhafte Prüfung der Bonität einer der Hauptfehler, die während der Hochkonjunktur auf der Ban-

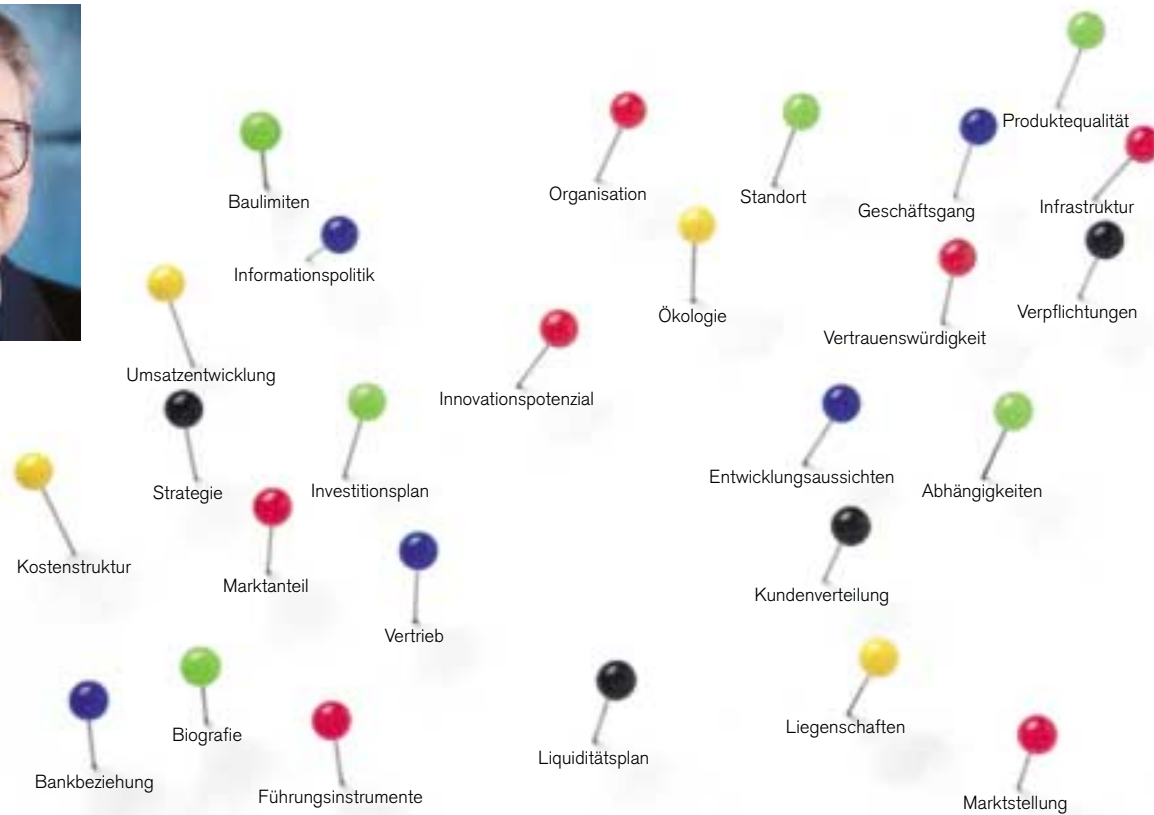
kenseite begangen wurden. Es sei nicht geprüft worden, ob der Kunde das Geld zurückbezahlen könne, sondern man habe sich vielfach auf Immobilien als Sicherung verlassen. «Das Hauptproblem war, dass man nicht den Kunden bewertete, sondern sein Haus.» Schätzungsweise zwei Drittel der kommerziellen Kredite in der Schweiz seien hypothekarisch gedeckt gewesen. Das sollte sich als fatal herausstellen.

In den Achtzigerjahren wütete in Amerika eine Immobilienkrise, die über England auch nach Europa schwappte. Die Schweizer Wirtschaft und die Banken wähten sich in Sicherheit. Man vertrat die Einschätzung, diese Krise sei typisch angelsächsisch und helvetische Gefilde seien dagegen gefeit.

Frei nach Voltaires «Candide» lebte man vertrauensvoll «in der besten aller möglichen Welten», in der die Immobilienpreise immer nur weiter steigen konnten. Doch das genaue Gegenteil geschah. Bruno Bohlhalter, Leiter Credit-Recovery, dem Sanitätstrupp für «kranke Kredite» bei der Credit Suisse, blickt zurück: «In der Hochkonjunktur haben wir alle, die Kunden und die Banken, in einer Euphorie gelebt. In diesem Umfeld wurden auch Finanzierungen gemacht, die man im Nachhinein



«MIT JEMANDEM, DER MEIN VERTRAUEN MISSBRAUCHT HAT, MACHE ICH KEIN GESCHÄFT MEHR.» – BRUNO BOHLHALTER, CREDIT SUISSE.



als völlig unverantwortlich betrachtet.» Das Bild von Banken, die gedanken- und verantwortungslos Umsatz bolzten, drängt sich auf. Franz-Josef Groth meint dazu: «Man war vielleicht manchmal zu sehr damit beschäftigt, Umsatz zu generieren. Das Wörtchen «nein» haben wir zu wenig gebraucht. Risiken wurden verniedlicht.» Da das Kreditwesen ein Kernbereich des Bankgeschäfts ist, besteht für eine Bank ein gewisser Druck, Geld zu verleihen. Hier liegen denn auch die Gefahren eines Incentive-Systems, das vor allem auf Umsatz ausgerichtet ist, denn im Eifer des Gefechts können immer mal wieder Einschätzungsfehler passieren. Für Bruno Bohlhalter gilt denn auch je länger, je mehr, dass «der beste Banker nicht der ist, der den grössten Kredit gibt». Im Nachhinein hat sich das schmerzlich bewahrt.

In Spitzenzeiten waren im Credit-Recovery über 300 Spezialisten mit Sanierungsfällen beschäftigt. Sie retteten, was noch zu retten war.

Zu einfach wäre es, zu behaupten, die ganze Schuld hätte nur bei den Banken gelegen. Es stimmt jedoch, dass sich die grosszügige Kreditvergabe der Banken während der Hochkonjunktur für Kleinunternehmer, die teilweise ein zu geringes betriebswirtschaftliches Wissen besaßen, als ernste Gefahr herausstellte. Einem halb geschenkten Kreditgaul schaut man nicht ins Maul.

### Kummer, Krisen, Konkurse

In den Tiefen der Rezession der Neunzigerjahre jedoch verwandelten sich die Kreditbelastungen für manchen KMU-Patron, dessen Geschäftssubstanz nicht über alle Zweifel erhaben war, in trojanische Pferde, aus deren Bauch Kummer, Krisen und Konkurse sprangen. Resultat dieser Krise war eine massive Erschütterung des Vertrauensverhältnisses zwischen den KMUs und den Banken. Die Kreditströme, die jahrelang geflossen waren, hatten sich in den Augen der Gewerbetreibenden in mickrige Rinnsale ver-

wandelt. Die Banken hatten die Notbremse gezogen und sich auf eine solide Kreditpolitik zurückbesonnen. Auch bei der Credit Suisse hatte man sich die Finger verbrannt.

Dass die Banken ihre Lehren aus der Kreditkrise gezogen haben, stellt auch Hans Geiger fest: «Sie haben wieder gelernt, die Kreditfähigkeit und die Kreditwürdigkeit ihrer Gegenseite zu beurteilen. Es ist nicht so, dass sie vorher nicht gewusst hätten, wie man das macht, aber in der Hochkonjunktur haben sie das vernachlässigt.» Als weitere wichtige Veränderung führt er die Diversifizierung der Kreditportfolios an. Heute betreiben die Grossbanken ein aufwändiges Kreditportfolio-Management. Es wird dabei darauf geachtet, dass nicht zu viele Kredite in dieselbe Branche fließen, sondern dass man Branchen mit unterschiedlichen Konjunkturzyklen berücksichtigt. Das sogenannte «risk adjusted pricing», die risikogerechte Preisgestaltung bei den Zinsen, hebt Geiger als dritten wichtigen Punkt





«WIR SIND AUCH DA, WENN'S  
MAL NICHT SO GUT GEHT.» –  
FRANZ-JOSEF GROTH,  
CREDIT SUISSE.

Technologie

Budgetplan

Eigenfinanzierung

## DRUM PRÜFE, WER SICH BINDET

Heute durchläuft ein Kreditgesuch ein mehrstufiges Verfahren. Der Kundenberater schätzt den Kunden und sein Geschäft aufgrund eines persönlichen Gesprächs und der Unterlagen ein, die dieser ihm vorlegt. Bei der anschliessenden Kreditanalyse prüft der Kreditspezialist die Bonität des Kreditnehmers. Diese setzt sich zusammen aus Kreditwürdigkeit und Kreditfähigkeit. Die Kreditwürdigkeit bezieht sich auf weiche Faktoren wie die Persönlichkeit des Kreditnehmers, das Management des Betriebs, die Branchenzugehörigkeit, Umweltfaktoren. Die Kreditfähigkeit bewertet harte Faktoren wie Produktivität, Profitabilität, Liquidität. Geprüft wird, ob der Kreditnehmer aufgrund seiner aktuellen und künftigen Ertragslage überhaupt imstande ist, den Kredit samt Zinsen zurückzuzahlen.

Der Kreditspezialist legt das Kreditrisiko fest und teilt den Kredit einer Risikoklasse zu, aufgrund derer der Preis bestimmt wird.

Weitere Informationen über Kredite für KMUs finden sich in der Publikation «Kredite für kleine und mittlere Unternehmen. Von der Anfrage bis zur Rückzahlung.» oder unter [www.de.credit-suisse.ch/kreditleitfaden/index.html](http://www.de.credit-suisse.ch/kreditleitfaden/index.html).

hervor: «Die Banken haben das Geschäft lange Zeit zu billig gemacht. Für mich besteht das Problem im Schweizer Kreditgeschäft nicht darin, dass die Zinsen zu hoch, sondern dass sie zu tief sind.» Die Banken arbeiten daran, das Vertrauen der Kunden wieder zurückzugewinnen und zu festigen, auch indem sie die Kreditpolitik den Kunden verständlich kommunizieren.

Für Franz-Josef Groth spielt Vertrauen zwischen Kundenberatern und Kunden eine wichtige Rolle. Zum hundertprozentigen Vertrauen gehört für ihn aber auch hundertprozentige Offenheit: «Das Kreditgeschäft ist eigentlich ein Informationsgeschäft. Ein Beispiel: Wenn ich beim Gesundheitscheck den Doktor anflunkere und ihm nicht die ganze Wahrheit sage, schneide ich mir ins eigene Fleisch. Als Bank erwarten wir totale Offenheit vom Kunden, auch über negative Punkte.» Nur so seien die Banker in der Lage, die Situation des Kunden richtig einzuschätzen und ihm Tipps zu geben, wie er seine Situation verbessern könne. «Wir hatten noch selten

Probleme mit einem Kunden, der rechtzeitig zu uns kam und sagte, er habe Schwierigkeiten. Wir sind auch da, wenns mal nicht so gut geht.»

## Vertrauen ist gut, Analyse besser

Vertrauen spielt im Kreditgeschäft nicht nur auf der zwischenmenschlichen Ebene eine Rolle. Immer wichtiger wird das Vertrauen in das bankeigene Know-how, in das Funktionieren von Kontrollmechanismen, von Frühwarnsystemen. Es gibt heute viele technische Möglichkeiten, das Vertrauen abzusichern: Hypotheken, Versicherungsverträge, Verpfändungen von Wertschriften.

Hans Geiger: «Man kann sehr gut mit jemandem ein Kreditgeschäft betreiben, dem man nicht vertraut.» Für den Bankenvorstand ist die Analyse die Grundlage des Geschäfts, sie kommt vor dem Vertrauen. «Wenn man die Kreditfähigkeit und die Kreditwürdigkeit nicht geprüft hat, sollte man kein Geld geben. Das ist unprofessionell.»

Franz-Josef Groth sieht das anders: Vertrauen ist die Basis, danach erst kommt die Analyse, mit der das Vertrauen gerechtfertigt werden soll. Auch für Bruno Bohlhalter ist Vertrauen die Basis im Kreditgeschäft. «Vertrauen ist für mich absolut zentral. Wenn es missbraucht wird, ist es nicht mehr reparabel. Mit jemandem, der mein Vertrauen missbraucht hat, mache ich kein Geschäft mehr. Wenn sich das mehr Leute ins Stammbuch schreiben würden, gäbe es weniger Schäden. Es gäbe ein bisschen weniger Volumen; ich glaube aber nicht, dass es unter dem Strich weniger Gewinn gäbe.»

Ruth Hafen, Telefon 01 334 15 66  
[ruth.hafen@credit-suisse.ch](mailto:ruth.hafen@credit-suisse.ch)

[www.credit-suisse.ch/bulletin](http://www.credit-suisse.ch/bulletin)

Wenn Länder benotet werden: Ein Interview zum Country Rating. Ausserdem präsentiert Bulletin Online Prognosen zur Entwicklung des Kreditgeschäfts im Internet.

IL CARATELLO

# Concerto

del vino italiano 2000

in St.Gallen, vom  
2. bis 4. September 2000

## Programm-Übersicht

Samstag, Sonntag, Montag,  
2. bis 4. September 2000

nachmittags 14 bis 19 Uhr **Degustationen** mit den Besitzern von 28 Weingütern, im Foyer der **Universität** St.Gallen.

Samstag, 2. Sept., ab 19.30 Uhr **cantina e cucina:** Spitzenköche umrahmen ausgewählte Meisterweine

mit italienischen Kulinarikern in den Restaurants von St.Gallen. Verlangen Sie dazu das Detailprogramm.

Sonntag, 3. Sept., 12.30 bis 14 Uhr **Matinée** mit Peter Waters (Flügel), Franco Ambrosetti (Trompete, Flügelhorn), Daniel Pezzotti (Megabasscello).

In ihrer Sprache der Musik werden die Künstler den Charakter und die Einzigartigkeit der Concerto-Weine zum Ausdruck bringen. Zu jedem Vortrag erhalten Sie den entsprechenden Wein serviert.

## Bitte telefonische Anmeldung!

**Teilnahmebeiträge** pro Person

**Degustation nachmittags** Fr. 25.-\*

**Dauerkarte** Fr. 35.-\*

**cantina e cucina**, 2. Sept.,  
Programm und Preise auf Anfrage

**Matinée**, 3. Sept. Fr. 48.-\*  
inkl. anschliessende Degustation

Preise inkl. MWSt. \* inkl. Warengutschein im Wert von Fr. 15.-

## Die besten Weinbauern Italiens persönlich kennenlernen.

Lachen, feiern und geniessen.  
Neue Freundschaften schliessen,  
fachsimpeln, degustieren und  
den besten Weinproduzenten  
zuhören, welches ihre Erfolgs-  
geheimnisse sind und warum ihr  
Wein genau so ist, wie er ist.

All das können Sie an unserem  
8. Concerto del vino italiano vom  
2. bis 4. September.

Ein Wochenende der Italianità in  
St.Gallen. Lassen Sie es sich nicht  
entgehen, bestellen Sie noch heute  
das detaillierte Programm.

## WEINE IL CARATELLO

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

## Anwesende Weinproduzenten:

### Piemonte

Cascina Bongiovanni  
Antichi Vigneti Cantalupo  
Castellari Bergaglio  
Ciabot Berton  
Aldo Conterno  
Conterno Fantino  
Fratelli Giacosa  
Pasquero Elia  
Rocche Costamagna  
Serra dei Fiori  
Vietti

### Lombardia

Ca' del Bosco  
Conti Sertoli Salis

### Alto Adige

Casòn Hirschprunn

### Veneto

Fratelli Tedeschi

### Friuli

Venica & Venica

### Emilia Romagna

Vallania

### Toscana

Castellare  
Castello di Fonterutoli  
Fontodi  
Avignonesi  
Lombardo  
Belguardo  
Le Pupille  
La Gerla  
Mastrojanni  
Il Poggione

### Marche

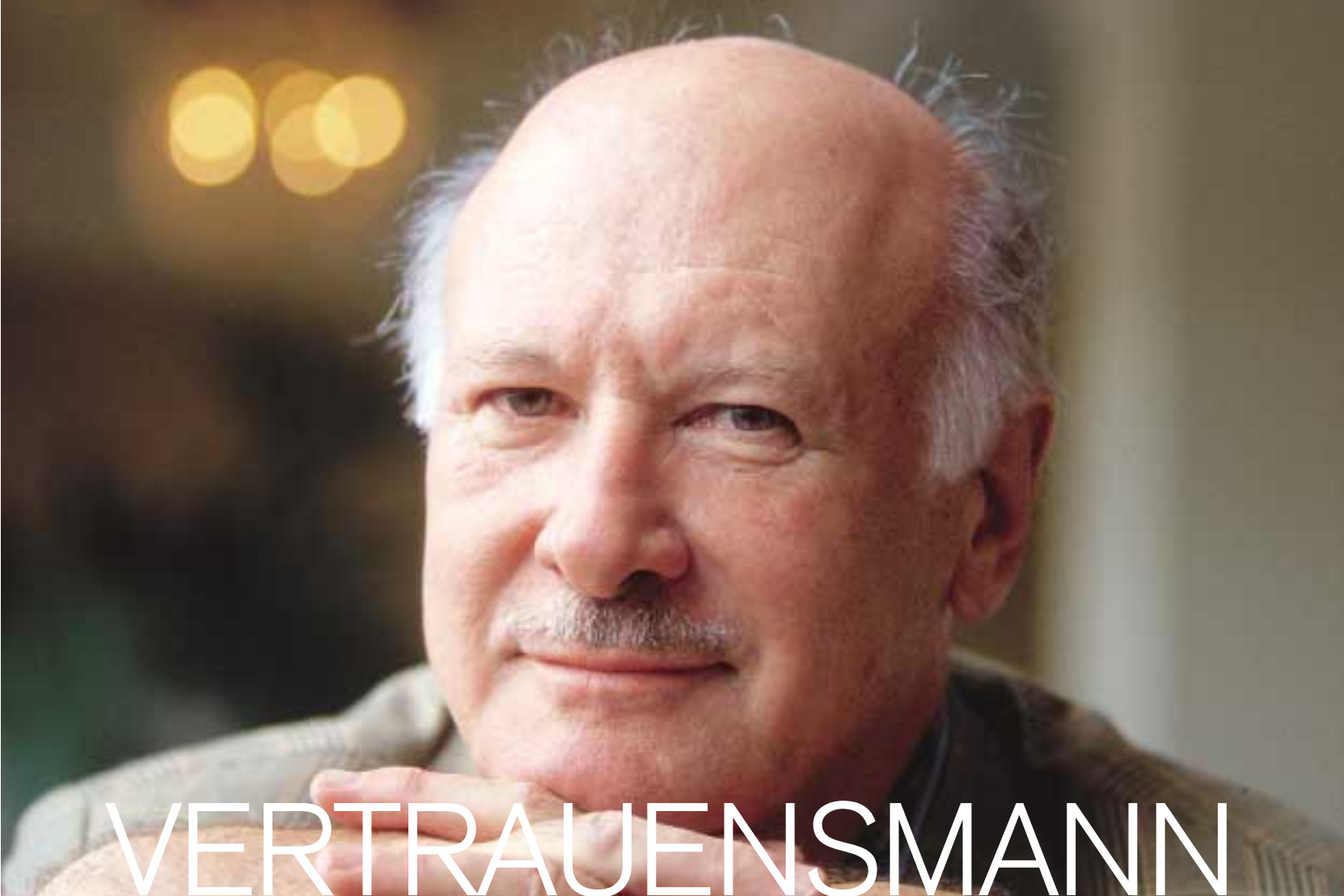
Conte Leopardi

### Sicilia

Abbazia Santa Anastasia

### Sardegna

Santadi



# VERTRAUENSMANN

Er stand der Schweizer TV-Gemeinde für Vertrauen, seine Voten zum Weltgeschehen hatten publizistisches Gewicht: Erich Gysling, «unser» Mann in Washington, Jerusalem oder Moskau.

**INTERVIEW: ROSMARIE GERBER,  
REDAKTION BULLETIN**

**ROSMARIE GERBER** Journalisten haben wenig Sozialprestige. Weshalb würde die halbe Nation ausgerechnet von Ihnen einen Gebrauchtwagen kaufen?

**ERICH GYSLING** Für eine entsprechende Antwort müsste man die Marke dieses Gebrauchtwagens kennen.

**R.G.** Es könnte, sagen Kollegen, sogar ein Trabant für den Preis eines Mercedes sein.

**E.G.** Frau Gerber, wohl kaum. Dieses Bild ist überzeichnet.

**R.G.** Wer Expertenstatus erringen will, beschäftigt sich in der Schweiz ein Leben lang mit einem Bereich. Sie haben verschiedenste Auslandsthemen bearbeitet, haben über Innenpolitik berichtet und sich dem Tiererschutz verschrieben, und die Öffentlichkeit schreibt Ihnen querbeet Expertenstatus zu. Weshalb?

**E.G.** Die Schweiz ist ein kleines Land mit wenig Platz für Spezialistentum. Man muss gewisse Themen besetzen und sich als Generalist trotzdem bewähren. Ich habe mich auf den Nahen Osten und Russland konzentriert.

**R.G.** Und wo ordnen Sie Ihre Berichte über die USA ein?

**E.G.** Mitte der Sechziger- bis in die Achtzigerjahre hatte die Berichterstattung über die USA für mich zentrale Bedeutung. Dort habe ich lange Zeit als Sonderkorrespondent gearbeitet. Damals habe ich ein Buch geschrieben.

**R.G.** Sie haben zweimal die Tagesschau geleitet. Macht die Kurzform Experten?

**E.G.** Ich denke, man kann nur während einer gewissen Zeit die Welt in einminütigen Storys erklären. Ich brauchte immer





**Die PS am PC versichern.**

**[www.webinsurance.ch](http://www.webinsurance.ch)**

**winterthur**

Tätigkeiten, die mehr Vertiefung möglich machen. Jetzt führe ich mit Hugo Bütler von der NZZ eine Sendung gegen den Trend. Wir möchten, dass die Zuseher und Zuseherinnen der «Standpunkte» am Ende der Sendung etwas mehr wissen als zuvor.

**R.G. Ihre «Standpunkte» und die «NZZ-Format»-Beiträge sind wunderbar und anspruchsvoll. Aber sind diese Beiträge auch mehrheitsfähig?**

**E.G.** Nicht unbedingt. Wir produzieren nicht für ein Massenpublikum. Hugo Bütler kümmert sich nicht um Quoten, er setzt auf Substanz.

**R.G. In einem Artikel, der Sie als Chefredaktor von TV-DRS verabschiedet, steht, Sie könnten den schräg schrillen Tönen der heutigen Fernsehwelt nichts abgewinnen. Sind Sie ein Aristokrat, der vom Volk, das an seinen gehobenen Vergnügungen nicht teilhat, verehrt wird?**

**E.G.** Nicht schlecht. Ich hätte nicht gewagt, so weit zu denken. Infotainment ist jedenfalls nicht meine Sache. Deshalb habe ich mich vom öffentlich-rechtlichen Fernsehen frühzeitig zurückgezogen. Meine Haltung war: Ändern kann man den Stil, kann ihn auflockern, aber das sollte nicht auf die Inhalte durchschlagen.

**R.G. Und weshalb haben Sie nicht den Versuch gewagt, eine inakzeptable Entwicklung zu verhindern?**

**E.G.** Eine gute Frage. Aber dieser Trend war nicht mehr zu stoppen. Die Direktion unterstützte den neuen Kurs. Ich hätte wohl kämpfen können, aber mir war klar, dass ich keine Chance hatte, zu gewinnen.

**R.G. Also haben Sie sich in ein gediegenes Interieur zurückgezogen?**

## ERICH GYSLING

**Erich Gysling ist 64 und hat lange Jahre die Tagesschau und die Rundschau des Schweizer Fernsehen DRS geprägt, als Chefredaktor TV-DRS verantwortet. Über zehn Jahre stand er dem Auslandressort der «Weltwoche» vor. Vor der Kremli-mauer oder am Fuss des Capitol Hill stand Gysling für Kompetenz innerhalb der TV-Landschaft. Heute führt er anspruchsvolle Reisende mit seinem Unternehmen «Background-Tours» gegen gutes Geld in das Innenleben ferner Länder ein und profiliert sich – unter anderem – als Moderator und Redaktor der Sendung «NZZ-Standpunkte».**

**E.G.** Fragt sich, wie Sie Rückzug definieren? Ich halte jährlich zwischen 50 und 70 Vorträge, redigiere die «Weltrundschau», reise gegen 90 Tage mit den Background-Tours und wende weitere 40 Tage für die unternehmerische Seite meines Reiseunternehmens auf. Daneben arbeite ich als Redaktor der «Standpunkte», schreibe für die «NZZ», das «St. Galler Tagblatt» und die «Berner Zeitung».

**R.G. Ist es Ihnen immer gelungen, differenziert zu berichten und Einfluss geltend zu machen?**

**E.G.** In der Schweiz übt die Presse selbst im innenpolitischen Bereich kaum Macht aus. Über Jahre wurde behauptet, die TV-Medienlandschaft sei rot-grün dominiert. Hätte das den Tatsachen entsprochen, wäre die politische Landschaft der Schweiz rot-grün dominiert.

**R.G. Sie sprechen rechte Polemik an. Wie sieht Ihre Bilanz im politischen Bereich aus?**

**E.G.** Der Bundesrat, fast das ganze Parlament, fast alle Parteien und die Medien befürworteten die Uno-Vorlage und den EWR. Das Volk hat beide Vorlagen abgelehnt.

**R.G. Das Nachrichtenmagazin «Spiegel» zwingt heute noch Minister zum Rücktritt.**

**Haben die Medien in der Schweiz ihre Rolle als dritte Macht im Staat verloren oder argumentieren sie an der Bevölkerung vorbei?**

**E.G.** Unsere Medien agieren aus dem Nichts. Die Schweiz ist kleinräumig und hat eigentlich keine grossen Probleme zu bewältigen.

**R.G. Haben wir wirklich keine grossen Probleme oder, ganz simpel, keine Konfliktkultur?**

**E.G.** Sicher fehlt uns ein Stück Konfliktkultur. Unsere politische Debatte fügt Nuancen an Nuancen. Ich glaube, die Schweiz versteinert in ihrem Wohlbefinden. Dabei rede ich hier nicht über Visionen. Ich glaube, uns fehlt schlicht die Vorstellung einer Zukunft. Aber vielleicht genügen unserer Gesellschaft kleine Veränderungen. Ich denke beispielsweise, dieses Land hat ein Problem mit Europa. Aber das verdrängt die Mehrheit auf dieser Insel der Seligen.

**R.G. Sie melden massive Vorbehalte gegen eine Mehrheit unserer Bevölkerung an. Was macht Sie trotzdem zum publizistischen Vertrauens-träger schlechthin?**

**E.G.** Ich habe zwar Stellung bezogen, mich aber nie zu Effekthascherei hinreissen, nie von persönlichen Ab- oder Zuneigungen bestimmen lassen.

**R.G. Verboten sich einem guten Journalisten starke Emotionen oder gar Polemik?**

**E.G.** Nicht unbedingt. Aber das hätte wenig mit mir zu tun.



Erich Gysling

«Ich habe zwar Stellung bezogen, aber nie Effekthascherei betrieben. Damit habe ich Vertrauen gewonnen.»

# VERTRAUEN

Ohne Vertrauen ist ihre Arbeit futsch:  
Sieben Porträts aus dem Alltag.

**Marta** Emmenegger, Sexexpertin. Marta weiss Rat, hiess für viele «Blick»-Leserinnen und -Leser die Devise. Sie vertrauten der Sexexpertin ihre intimsten Nöte an.


«Vor 20 Jahren begann ich im «Blick», eine tägliche Kolumne über Probleme mit Liebe und Sex zu schreiben. Das schlug ein wie eine Bombe. Ich konnte mich vor Zuschriften kaum noch retten. So wurde ich als «liebe Marta» landesweit bekannt und unverhofft zu einer Institution, die über den «Blick» hinausging. Ich trat in Radio und Fernsehen auf und gehörte bald zu den so genannten Promis – mit dem Etikett «Sextante». Aber eigentlich ist das Etikett gerechtfertigt: Schliesslich befasse ich mich seit 20 Jahren intensiv mit sexuellen

Fragen und ihren seelischen Zusammenhängen. Mittlerweile wurde daraus ein regelrechtes Selbststudium in Psychologie, das noch lange nicht fertig ist, denn je länger ich mich mit der Sexualität befasse, desto faszinierender finde ich das Thema.

Warum vertrauten mir wildfremde Menschen Dinge über ihr Sexualleben an, die sie nicht einmal ihren engsten Freunden erzählen würden? Geschweige denn einem Arzt? Einmal luden mich die Gynäkologen sogar zu einem Kongress ein, weil sie herausfinden wollten, warum man eher bei mir Rat suchte als bei ihnen.

Erklärt habe ich das mit meiner Volkstümlichkeit. Schwellenangst gab es bei mir nicht. Ich war keine Respektperson im weissen Kittel, mich konnte man ohne Um-

schweife anrufen, und ich wohnte nicht im selben Dorf wie der Ratsuchende. Sicher schuf auch Vertrauen, dass ich Lebenserfahrung hatte. Als ich als «liebe Marta» anfang, war ich 56 Jahre alt. Ich hatte eine geschiedene Ehe hinter mir, drei Kinder grossgezogen und war auch sonst vom Schicksal nicht verwöhnt worden. Die Leser kannten mich, sie wussten, «die ist auch schon drangekommen». Wäre ich eine junge, attraktive Frau gewesen, hätte man mir vielleicht nicht ohne weiteres das Herz geöffnet. Man kann auch andersherum fragen: Wie schaffe ich Vertrauen? Indem ich die Menschen und ihr Problem ernst nehme. Gerade Menschen in heiklen Lebenssituationen will ich nicht das Gefühl vermitteln, «das hättest du anders machen



Marta Emmenegger, Sexexpertin: «Die Leser wussten, «die ist auch schon drangekommen».»





Doris Erbacher, Hebamme: «Ich stehe neben der Gebärenden und sage: «Du schaffst es».»

sollen». Ich will Schuldgefühle wegnehmen. Die Menschen suchen Verständnis bei mir und bekommen es auch, selbst wenn ich es manchmal nicht habe, aber das darf der Ratsuchende natürlich nicht merken. Ich werte nicht, ich ergreife nicht Partei, ich gebe keine absoluten Antworten. Ich sage nicht «du musst», sondern «ich sehe es so und so» oder «ich würde in eine Beratung gehen».

Wie sag ichs meinem Kinde? Der Ton, in dem ich etwas sage, ist mindestens so wichtig wie der Inhalt. Wenn ich meine Kolumne schrieb, wenn ich auf eine Zuschrift antwortete, wenn ich am Telefon war mit Ratsuchenden: Immer versuchte ich, etwas so zu formulieren, dass die Leute die Antwort annehmen konnten. Das konnte ich von Anfang an intuitiv. Manchmal dachte ich dann, hoppla, früher bin ich auch schön dreingefahren. Auch meine Kinder bestätigen mir, dass ich eigentlich ziemlich autoritär war, ich hätte immer gewusst, was schwarz und was weiss sei.

Bei meiner Arbeit habe ich mindestens so viel gelernt wie die Ratsuchenden. Menschlich, und ich habe gelernt, mich und meine Tätigkeit zu überdenken. Wirklich, meine Arbeit als «liebe Marta» war der grösste Glücksfall in meinem Leben. Ich hätte nie gedacht, dass ich das dem «Blick» zu verdanken hätte.»

Meili Dschen

**Doris** Erbacher, Hebamme. In aussergewöhnlichen Momenten leisten Menschen Aussergewöhnliches. Hebamme Doris Erbacher weiss dazu einiges zu erzählen.

«Vor der ersten Geburt hat eine Frau Angst, weil sie nicht weiss, was auf sie zukommt. Vor der zweiten hat sie Angst, weil sie es weiss. Bei der Geburt ist sie den Schmerzen und den Anstrengungen völlig ausgeliefert. Dann braucht sie eine Person, der sie absolut vertrauen kann, die sie körperlich und seelisch unterstützt. Das bin ich, die Hebamme. Ich stehe neben der Gebärenden, mache ihr Mut, helfe beim Atmen, sage «du schaffst es».

Die Psyche spielt eine unglaubliche Rolle. Ich erinnere mich an eine Frau, bei der die Geburt harzig verlief. An dem Tag hatte ich frei, sie fragte nach mir. Als man ihr sagte, die Doris komme gleich, da ging es mit der Geburt wie der Blitz. Als ich eintraf, war das Kind schon da.

Besonders viel Hilfe braucht die Gebärende gegen den Schluss. Jede Frau sagt irgendwann einmal «jetzt kann ich nicht mehr». Dann weiss ich, dass sie kurz vor dem Ziel ist. So teile ich es ihr aber nicht mit, denn eine Stunde ist für sie eine Ewigkeit. Nein, ich sage «jetzt braucht es nur noch zwei Handvoll Wehen», und bis sie ausgerechnet hat, wie viele das sind, ist es schon fast vorüber. Auch nach der


Geburt bleibe ich bei der Mutter. Ich höre ihr einfach zu, berate sie beim Stillen und beantworte all die Fragen, die jetzt auftauchen. Wenn das Kleine schreit und die Mutter unsicher ist, gebe ich ihr Selbstvertrauen, sage ihr, dass sie es richtig macht. Vielleicht nehme ich ihr auch einmal das Kleine ab, denn die Mutter hat jetzt keine einfache Zeit – Hormone und die Psyche machen ihr zu schaffen.

Was zeichnet eine Hebamme aus? Sicher die Geduld. Das Durchsetzungsvermögen. Die Intuition. Sie kann nicht alles wissen, sie muss auch ihrem Gefühl vertrauen. Vor allem aber hat sie Engagement. Wir sind immer für die Gebärenden da. Wir leben die ganze Geburt mit. Deshalb haben unsere Hebammen hier im Storchenäschtl keinen «nine-to-five»-Job.

Vor 17 Jahren gründete ich das Geburtshaus Storchenäschtl in Lenzburg, weil mich am Spitalbetrieb störte, dass die Frauen keine konstante Betreuung haben. Bei uns gibt es keinen Schichtwechsel, da sagt keine Hebamme mitten in der Geburt «adieu, machen Sies gut, jetzt kommt meine Ablösung». Eine Frau soll frei von Zeitdruck gebären können, mit der Familie an der Seite. Die Geburt ist das nachhaltigste, das wichtigste Erlebnis im Leben einer Frau. Dass sie sie in einer ruhigen, sicheren Atmosphäre erfahren kann, ist man ihr schuldig.

3500 Kinder sind inzwischen im Storchenäschtl auf die Welt gekommen. Viele Frauen kommen immer wieder, um hier zu gebären. Eine Wöchnerin ist sogar aus Dänemark angereist, weil sie ihre drei ersten Kinder hier geboren hat. Wenn eine Hebamme richtig arbeitet, wird die Frau sie nie vergessen. Wenn sie schlecht arbeitet, auch nicht, aber so etwas möchte ich nicht erleben. Es gibt nichts Kostbareres, als wenn eine Frau mit mir gebären möchte. Das Vertrauen, das ist das Schönste.»

Meili Dschen



Hans Schiess, Fluglotse: «Zum Glück hat nicht jeder Fehlentscheid fatale Folgen.»



**Koni** Rohner betreibt seit vierzehn Jahren als Kolumnist beim «Beobachter» Psychologie für jedermann. Er steht seiner Lesergemeinde brieflich zur Seite, unterrichtet am Lehrerseminar und arbeitet ein, zwei Tage pro Woche als Therapeut.

«Wenn jemand eine Therapie beendet, bedanke ich mich für das Vertrauen, das er mir geschenkt hat. Er hat mich ausgewählt, während längerer Zeit auf meine Begleitung gezählt und meine Dienste bezahlt. Er hat meiner Professionalität und meiner Reife vertraut.

Auch ich muss den Motiven meiner Klientinnen und Klienten vertrauen können. Sehen wir uns ein erstes Mal, frage ich nach ihren Erwartungen. Stehen sich unsere Vorstellungen diametral entgegen, lehne ich eine Behandlung ab.

Natürlich bildet sich in einer Therapie eine asymmetrische Beziehung. Der eine gibt sich preis, der andere nicht. Aber der Therapeut sondert keine Devisen ab. Würde ich eine Klientin oder einen Klienten in eine Richtung steuern, wäre das ein fataler Fehler. Wenn Sie so wollen, ein Vertrauensmissbrauch. Aber das Gegenteil ist der Fall: Ich verrichte Hebammendienste. Ich bringe etwas zur Welt, was ohnehin schon da ist. Und diese Arbeit ist anstrengend, schliesslich stehe ich im Dienst der Entwicklung einer Zweitperson.

Ein Therapeut, der sich in die Angelegenheiten seiner Klienten verstricken lässt, handelt unprofessionell. Ich übe niemals Macht aus, das wäre gänzlich undenkbar.



Koni Rohner, Psychologe: «Mit 51 Jahren traue ich mir definitiv zu, das Richtige zu erzählen.»

**Hans** Schiess, Flugverkehrsleiter. Wer als Pilot im dichten Flugverkehr über Zürich-Kloten kreist und zum Anflug ansetzt, dessen Schicksal hängt an Menschen wie Hans Schiess.

«Mehrere Stunden täglich sitze ich vor dem Radarbildschirm, das Mikrofon vor dem Mund und die Hand am Knopf, der die Verbindung zum Cockpit einige Tausend Meter über mir herstellt. Wenn ich spreche, müssen die Piloten in mich absolutes Vertrauen haben. Sie dürfen nicht eine Sekunde an meinen Worten zweifeln. Ich darf mir keinen Lapsus leisten. Keinen Versprecher und kein Missverständnis. Bedingungsloses Vertrauen ist auf allen Seiten gefordert: Ich muss mich darauf verlassen können, dass die Piloten meine Anweisungen aufs Wort befolgen. Und wir alle vertrauen dabei dem Computer.

Unsere Arbeit scheint im Grunde simpel: Wir bringen Flugzeuge aneinander vorbei. Nur ist das in der Luft nicht so einfach wie auf der Strasse. Die dritte Dimension macht alles komplizierter. So kompliziert, dass selbst der Computer nur bedingt mithalten kann. Bis jetzt hat noch keine Maschine die Kombinationsfähigkeit des menschlichen Gehirns. Die Informationen aufnehmen, verarbeiten und gewichten, daraus Flugverläufe planen, voraussehen und innert Sekundenschnelle veränderten Gegebenheiten anpassen – das alles passiert nur im Kopf.

Heute gehen über der Nordschweiz zahlreiche heftige Gewitter nieder. Ich schwitze, aber nicht wegen der Hitze, sondern

weil unsere Arbeit jetzt besonders hart ist. Gewitterzellen blockieren den Anflugweg zum Flughafen. Jetzt heisst es, anfliegende Flugzeuge in einen Warteraum zu dirigieren und eines nach dem anderen herunterzuschicken. Die Wartezeit für Abflüge beträgt bereits ein bis zwei Stunden.

Kaltblütigkeit ist gefordert. Im vertikalen Abstand von 1000 Fuss, das sind 333 Meter, kreisen mehrere Flugzeuge über demselben Ort und warten auf eine Gelegenheit zum Anfliegen. Kommen sich auf dem Bildschirm zwei Flugzeuge nahe, steigt mein Stresspegel. Mein Blick bleibt auf den Radar geheftet, während mich der Pilot über Funk und gleichzeitig meine Mitarbeiter über eine interne Verbindung informieren. Ich muss eine Prioritätenliste im Kopf erstellen und schnellstens entscheiden. Passiert mir ein Fehler – was vorkommen kann, denn schliesslich sind Fluglotsen auch nur Menschen –, muss ich den sofort korrigieren. Zum Glück hat nicht jeder Fehlentscheid fatale Folgen.

Die Konzentration und der Stress sind anstrengend. Andererseits muss jeder Flugverkehrsleiter auch ein Flair haben für Hektik und einen erhöhten Adrenalin Spiegel. Solch ein Job wirkt sich natürlich auch auf das Privatleben aus. Ich fälle manchmal zu Hause blitzschnelle Entscheide – was die Familie nicht immer schätzt. Kürzlich etwa beschwerte sich mein Sohn, er sei im Fall kein Flugzeug.»

Meili Dschen

Wer zu mir kommt, sucht eine Veränderung, schnelle Ratschläge wird er nicht bekommen. Weil ich verschiedene Engagements pflege, kann ich es mir leisten, mit wenigen Klienten zu arbeiten, jemanden wegzuschicken, der mich als Feigenblatt missbraucht.

Über die Kolumne beim «Beobachter» bin ich zu einer Art Psychologielehrer der Nation mutiert. Immerhin kann ich mit fast einer halben Million Leserinnen und Lesern rechnen. Beim Start als Schreiber vor vierzehn Jahren haben einige Kollegen und Kolleginnen über mein boulevardeskes Engagement die Nase gerümpft. Inzwischen haben sich die Wertvorstellungen der akademischen Welt dem Medienzeitalter angeglichen.

Mir machen die Leserkontakte nach wie vor Spass. Mit 51 Jahren traue ich mir auch definitiv zu, das Richtige zu erzählen. Und meine Art scheint durchaus anzukommen. Ich habe praktisch jeden Tag einen Brief von Ratsuchenden persönlich zu beantworten. Aber auch bei der «Beobachter»-Gemeinde warte ich nicht mit Patentlösungen auf. Meine Klienten, meine Leserinnen und Leser vertrauen mir. Ich mir auch.

Eigentlich wünsche ich mir eine Welt, in der keiner Macht über andere hat, in der Vertrauen dominiert. Darüber hinaus bin ich ein berufsmässiger Optimist: Ich glaube, sogar die Zuschauerzahlen bei Big Brother lassen sich mit zwischenmenschlichem Engagement erklären.»

Rosmarie Gerber



Pascal Aebischer, Geschäftsstellenleiter: «Wir müssen professionelle mit sozialer Kompetenz verbinden.»

**Pascal** Aebischer ist Familienvater, Offizier, Bergsteiger und Geschäftsstellenleiter der Credit Suisse in Murten.

«Jede Beziehung, sei sie geschäftlich oder privat, braucht gegenseitiges Vertrauen. Wenn ein Kunde oder eine Kundin einen Kredit beantragt, müssen viele persönliche Details offen gelegt werden. Bereits der erste Kontakt ist eine Sache des Vertrauens. Mir liegt viel daran, mit dieser Vorleistung sorgfältig umzugehen. Natürlich haben wir uns bei jeder Entscheidung an unsere Geschäfts- und Kreditpolitik zu halten. Aber innerhalb dieser Leitplanken bleibt ein Spielraum. Lehnen wir ein Kreditbegehren ab, heisst das nicht, das wir unserm Gegenüber nicht vertrauen. In solchen Situationen ist ein offenes Gespräch wichtig. Auch nach einer negativen Entscheidung muss man sich in die Augen sehen können.

In einer kleinen Stadt wie Murten ist diese Offenheit zentral. Ich arbeite seit 1997 hier. In Murten ist es leicht, Beziehungen zu pflegen, sich privat und geschäftlich zu integrieren. Meine Mitarbeiterinnen, Mitarbeiter und ich wissen, wie einige unserer Kunden ihre Freizeit verbringen, wie sie leben. Das erleichtert uns, persönliche Bedürfnisse abzuschätzen. Aber wir verhandeln mit mündigen Frauen und Männern, die Kompetenz verlangen. Persönliche Beziehungen sind hilfreich. Vertrauen holen wir uns hauptsächlich mit guten Dienstleistungen und umfassender Beratung. Zufriedene Kundinnen und Kunden reden über ihre posi-

ven Erfahrungen. Das ist wichtig, weil wir, die Grossbanken, derzeit nicht den besten Ruf geniessen.

Wenn die Rede geht, die Grossbanken machen die Kleinen, gemeint sind vorweg die Gewerbler, kaputt, macht mir das zu schaffen. Dieses Bild ist schwer auszumerzen. Dabei stellen wir uns selbstverständlich die Frage, ob ein Betrieb in irgendeiner Form wieder fit gemacht werden kann. Haben wir ein kleines Unternehmen schliesslich über Wasser gehalten und im Markt integriert, zeitigen wir keine positiven Schlagzeilen. Und darüber kann ich nicht öffentlich referieren. Ich bin an das Bankgeheimnis gebunden.

Es ist nicht nur der Image- und Vertrauensverlust aus den Krisenjahren, der ins Gewicht fällt. Die Grossbanken haben fusioniert und tausende von Stellen abgebaut. Das hat die Öffentlichkeit beunruhigt. Ich glaube, keiner kann behaupten, dass die Credit Suisse im Jahr Zweitau- send das bessere Image hat als vor fünfzehn Jahren. Vertrauen geht schneller verloren, als es aufgebaut ist. Eine Gegenstrategie kann ich nur im kleinen Rahmen umsetzen. Für mich ist ganz klar: Jede und jeder von uns muss sich mit unsern Produkten und mit der Credit Suisse voll und ganz identifizieren. Wir müssen professionelle mit sozialer Kompetenz verbinden und im Alltag leben. Nur auf diese Weise kann Vertrauen breit verankert werden.»

Rosmarie Gerber



**Rolf** Heusser war massgeblich am Nationalfondsprojekt beteiligt, das die ersten breiten Daten zum Thema Aids in der Schweiz präsentiert. Der Oberarzt am Institut für Sozial- und Präventivmedizin der Universität Zürich:

«Aids hat die Sexualität verändert. Vertrauen hat in Partnerschaften und bei flüchtigen Begegnungen Gewicht gewonnen.

Das Nationalfondsprojekt war eine Langzeitstudie. Die Probandinnen und Probanden wurden durch die Aids-Beratungsstellen befragt. Trotz des Tabubereichs entwickelte sich Vertrauen zwischen den Beteiligten. Die Resultate dieser Studie haben uns solide Aufklärungsarbeit ermöglicht.

Heute sind die Aidszahlen in der Schweiz zurückgegangen. Aids ist eine Krankheit, aber Aids ist nicht heilbar. Und noch immer stecken sich in der Schweiz zwei bis drei Leute täglich an. Gleichzeitig explodiert Aids in der Dritten Welt.

Ich gebe Präventionsunterricht an Schülern mit verschiedensten Altersklassen. Ich missioniere nicht, ich bekehre keinen, und vor allem stigmatisiere ich keine Person, was immer sie tut. Ich hole mir das Vertrauen der Jugendlichen mit Fakten und animiere zu tabufreier Diskussion. Nein, dieses Publikum akzeptiert nicht einfach meinen Titel oder meine Funktion. Die

Schülerinnen und Schüler haben ein feines Gefühl für Glaubwürdigkeit, sie wollen überzeugt werden.

Bei meiner Arbeit funktioniere ich nicht als Lusttöter und schon gar nicht als Killer erotischen Urvertrauens. Und Jugendliche können mit unsern Informationen umgehen. Sie lernen, wie man, mit und trotz Aids, Genuss in der Sexualität findet. Drei Viertel dieser Altersgruppen schützen sich heute bei einer neuen Partnerschaft oder Gelegenheitskontakten mit Kondomen.

Nur 50 bis 55 Prozent der Männer und Frauen zwischen 40 und 55 verwenden dagegen bei Gelegenheitssex Kondome. Versagt haben wir bei dieser Altersgruppe nicht, aber der Erfolg unserer Kampagne war, zugegeben, nicht durchschlagend.

Ich glaube, unsere spielerischen Spots und Inserate haben nicht nur über die Grenzen hinaus Aufsehen erregt, die Aidskampagne hat Tabus aufgelöst. Sexualität darf und muss diskutiert werden. Offenheit ist gefragt, fehlendes Vertrauen kann tödlich sein.

Erfolg hatten wir aber auch, weil alle Beteiligten am gleichen Strick gezogen haben. Die Politik, die Betroffenen und die Bevölkerung hatten eingesehen, dass es hier um eine gefährliche Krankheit geht.

Die positive Entwicklung in der Schweiz und der westlichen Welt gibt aber auch

Grund zur Sorge. Die Gelder für die Prävention werden beschnitten, eine gewisse Nachlässigkeit setzt ein. In San Francisco steigen die Zahlen der Aidserkrankten bereits wieder an. Das beunruhigt mich: Safer Sex muss zum Dauerthema werden, weil jedes Jahr neue Männer und Frauen in die Sexualität hineinwachsen. Safer Sex muss zum Dauerthema werden, weil ältere Männer und Frauen wieder und wieder mit den Fakten konfrontiert werden müssen; weil wir gewisse Zielgruppen noch nicht ausreichend erreicht haben.

Bei der Stop-Aids-Kampagne hat der Staat nicht nur koordiniert, er hat auch Kreativität ermöglicht. Aber wenn Sexualität im Spiel ist, spielen immer auch Emotionen, und alle sind betroffen. Vielleicht ist unser Erfolg deshalb weit weniger durchschlagend, wenn es um Ernährungsgewohnheiten, Alkohol und Tabak geht. Aber ich denke, der Kampf gegen Aids hat uns einiges gelehrt.

Wir, die Präventionsfachleute, wollen verhindern, dass unsinnig Lebensjahre preisgegeben werden. Ich persönlich bin von der Gesundheitsidee überzeugt. Auch ohne Qualm, Alkohol, auch mit Safer Sex kann man sich seelisch, sozial und physisch wohl fühlen.»

Rosmarie Gerber



Rolf Heusser, Oberarzt: «Sexualität muss diskutiert werden, fehlendes Vertrauen kann tödlich sein.»





Rosmarie Ladu, Wirtin: «Vor Geld muss man keinen Bückling machen, so bewahrt man Vertrauen.»



**Rosmarie** Ladu, Köchin und Wirtin der Oberen Flühgasse, bringt mit wahrschaf-tem Braten und frischer Rösti die Hoch-finanz auf Tuchfühlung mit den Arbeitern vom Bau, die Intelligenz zum Gedanken- austausch mit Vorstadt-Gewerblern.

«Eine Beiz kann nur zur Heimat werden, wenn man sich gegenseitig vertraut. Mein Mann Pietro und ich arbeiten seit 35 Jah- ren zusammen, Anna und Hanni, die bei- den Serviertöchter, gehören seit praktisch 20 Jahren zu uns.

Die Flühgasse war schon immer eine Beiz für alle Leute. Mein Vater war Vieh- händler und meine Mutter führte die Beiz. Und wir waren nicht reich. In den frühen Fünfzigern waren wir ein Ausflugsziel im Grünen. Weil viel gebaut worden ist, ka- men während der Woche die Handwerker

zum Mittagessen, und ich musste von der Schule nach Hause springen, um die Tel- ler hin und her zu tragen. Es war klar, dass man nicht die Madame spielen konnte. Ein Teil unserer Gäste gehört – heute wie da- mals – fast ein bisschen zur Familie. Wenn es denen schlecht ging, waren sie eben auch an Weihnachten da. Meine Mutter wuss- te alles über ihre Gäste, hat sich aber kein Urteil erlaubt. Und mein Vater hat uns beigebracht, dass man vor Geld keinen Bückling machen müsse. Ich glaube, auf diese Weise bewahrt man sich gegensei- tigen Respekt und Vertrauen.

Die letzten beiden Schuljahre war ich in Menzingen, im Internat. In dieser Zeit träumte ich davon, Stewardess oder Vete- rinärin zu werden. Dann ging ich nach Hause, weil meine Mutter kein Personal hatte. Ich machte Kochkurse und half

überall. Bei meinem Vater habe ich gelernt, eine ganz präzise Fleischkontrolle zu ma- chen. Heute kehrt jeweils um neun Uhr der Express-Pöstler bei uns ein, Männer und Frauen aus der Gärtnerei oder Bau- arbeiter kommen zum Znüni. Am Morgen trinken die Leute nur noch selten, der Leis- tungsdruck verbietet den Alkohol. Kurz darauf kommen die ersten Gäste zum Aperitif und dann zum Mittagessen. Den Frühdienst mache ich regelmässig selbst. Dabei arbeiten Pietro und ich Hand in Hand. Ohne diese Zusammenarbeit könnten wir dem Ansturm am Mittag und am Abend gar nicht standhalten. Also, ich muss schon sagen, Pietro macht sich für einen Chü- belimurer (gelernter Maurer) wirklich gut.

Fleisch und Gemüse beziehen wir seit Jahren von den gleichen Lieferanten. Man kontrolliert die Ware, aber eigentlich kann man einander längst vertrauen. Wir wollen die guten Stücke, aber wir feilschen nicht. Qualität hat einfach ihren Preis. Man macht keine guten Geschäfte, wenn man gute Ware «vernüttele».

Natürlich kennen wir die meisten unse- rer Gäste und machen uns Gedanken, wenn Leute kaum mehr kommen. Man fragt sich, geht es denen nicht gut oder hat man etwas falsch gemacht, hat man ihr Vertrauen enttäuscht.

Anna und Hanni wissen, ob jemand eine dunkle Rösti will oder eine helle. Über solche Kleinigkeiten freuen sich unsere Gäste. Das ist ein Teil des Heimatgefühls, das den Leuten im Beruf und im Privat- leben immer mehr abhanden kommt.

Gelegentlich vergessen sich Leute ein wenig, wenn sie sich beim Essen ent- spannen. Deshalb setze ich manchmal be- stimmte Gäste nebeneinander. So erge- ben sich in einer vertrauten Umgebung Gespräche und hin und wieder richtige Freundschaften. Wir mögen unsere Gäste, Marketing betreiben wir nicht. Wir sind einfach da und machen unsere Sache so gut wir nur können.»

Rosmarie Gerber

PETER HÄNGGI UND  
ORANOS SIND INNIG  
VERBUNDEN.

EIN





«Blindes Vertrauen» ist mehr als eine platte Redewendung. Für Peter Hänggi ist es alltäglich.

**VON RUTH HAFEN,  
REDAKTION BULLETIN**

«Oranos, zebra!» Auf das Hörzeichen hin sucht der Hund den nächsten Fussgängerstreifen und führt seinen Herrn zielstrebig darauf zu. Sie müssen die Strasse überqueren, um zur Traminsele zu gelangen. Beide warten an der Ampel, der Hund sitzt ruhig da, fast wie in Bronze gegossen. Ein akustisches Signal zeigt die Grünphase an. Sie überqueren die Strasse, die Hand des Mannes am Führgeschirr des Hundes.

#### **Der grosse Blonde...**

Peter Hänggi ist 34 Jahre alt. Ein hoch gewachsener, sportlicher Mann mit dunkelblondem Haar, der mit beiden Beinen im Leben steht. Er wurde mit dem Röhrenblick geboren, einer Augenkrankheit, die sein Gesichtsfeld stark einschränkt. «Als Bub habe ich gerne Fussball gespielt, bin Velo gefahren. Mit 16 hatte ich einen grossen Krankheitsschub. Beim Velofah-

ren konnte ich den Strassenrand nicht mehr erkennen.» Sein Sehvermögen hatte sich rapid verschlechtert. Peter Hänggi hätte gerne einen handwerklichen Beruf erlernt, um dann in die Gipserfirma seines Vaters einzusteigen. Doch das war wegen seiner Sehbehinderung nicht möglich. Er machte das KV, das erschien ihm am aussichtsreichsten. Schlimmer als das Aufgeben des Berufswunsches war für ihn, dass sich seine Kollegen von ihm zurückzogen, weil sie mit seiner Behinderung nicht umgehen konnten. «Ich musste lernen, anders zu leben, mich neu orientieren. Das war hart.» In der Familie wurde nie viel über seine Krankheit gesprochen, und er nahm sein Leben selber in die Hand. Peter Hänggi ist nicht einer, der stehen bleibt. Heute bildet er sich während drei Tagen in der Woche zum Informatiker weiter.

#### **...mit dem Labrador**

Oranos, ein stämmiger Labrador mit hellem Fell, wurde 1990 in der Schule für

Blindenführhunde in Allschwil geboren und dort zum Führhund ausgebildet. Mit seinen 37 Kilogramm Körpergewicht und einer Schulterhöhe von 68 Zentimetern ist er eine stattliche Erscheinung. Fressen würde er alles, was ihm vor die Schnauze kommt – wenn man ihn liesse. Seit 1992 führt er Peter Hänggi durchs Leben. Er ist ein sehr zuverlässiger, feinfühler, aber manchmal auch sehr eigensinniger Hund.

«Oranos, bissoguett!» Seine Dickköpfigkeit ist bisweilen ziemlich mühsam. Es gibt Tage, da ist er überhaupt nicht motiviert. «Im Führgeschirr ist er manchmal sehr eigenwillig. Er entscheidet dann einfach selber. Führtechnisch gesehen macht er es zwar richtig, aber es entspricht nicht dem, was ich will.» So landete Peter Hänggi im Hochsommer einmal vollbekleidet im Fluss, weil Oranos sich für ein Bad entschieden hatte. So eigensinnig und rüpelhaft Oranos sich manchmal bei der Arbeit verhalten mag, so sensibel kann er nach Feierabend sein: «Wenn er merkt, dass es

# FALL FÜR ZWEI



mir schlecht geht, dann kommt er zu mir, stösst mich mit der Schnauze in die Seite, tröstet mich. Das schätze ich wahnsinnig an ihm.»

Heute sind sie ein gutes Team. Aber zu Beginn war die Beziehung zwischen Peter Hänggi und Oranos nicht problemlos. Peter Hänggi hatte keine Erfahrung mit Hunden. Hinzu kam, dass Oranos ein eher zurückhaltender Hund ist, der sich nicht gleich jedem an den Hals wirft. «Er war sehr auf den Ausbilder fixiert, das ist ja normal. Aber er wollte mich in den ersten zwei Monaten kaum führen. Für mich war es schwierig, ihm zu zeigen, dass ich jetzt der Meister bin und er mir gehorchen muss.» Zusammen mit dem Ausbilder konnte

Vertrauen braucht Selbstvertrauen, Gelassenheit: «Man darf sich nicht versteifen, man muss einfach das Führgeschirr schön locker in der Hand halten und dem Hund nachgehen.» Das funktioniert nur, wenn der Hund das tun kann, wofür er ausgebildet wurde. Wenn er aber mit «tempo» zur Eile angetrieben wird, kann es vorkommen, dass er Fehler macht, Hindernisse nicht anzeigt. Bei einer Frontalkollision mit einer Baubaracke bezahlt es der Hundeführer dann auch mal mit einem blauen Fleck.

Vertrauen ist die wichtigste Komponente in der Beziehung zwischen Führhundehalter und Führhund. Peter Hänggi erinnert sich an ein Schlüsselerlebnis: Im Welschland

Aufgabe, «banca», einen Sitzplatz zu finden und diesen anzuzeigen, indem er seinen Kopf darauf legt. Peter Hänggi fährt von Montag bis Mittwoch mit dem Tram zur Schule. Sein Führhund ist immer dabei. Auch wenn Peter Hänggi abends mit seiner Frau ausgeht, nimmt er den Hund mit.

«Passare, Oranos!» Auf dem Nachhauseweg versperrt ein Velo auf dem Trottoir den Weg. Geradeaus sieht Peter Hänggi noch ein wenig, aber Hindernisse kann er nicht mehr ausmachen. Der Hund bleibt stehen, bis Peter Hänggi sich über die Situation im Klaren ist und ihm den Befehl gibt, das Hindernis zu umgehen.

### Brücke zur Welt

Oranos ist müde. Seine Arbeit erfordert höchste Konzentration. Mit zehn Jahren ist er nicht mehr der Jüngste, aber immer noch recht gut in Form. Seine stärksten Zeiten sind vorbei, das weiss Peter Hänggi.

Als sich Oranos vor einigen Jahren eine Vergiftung zuzog und beinahe gestorben wäre, musste er sich mit der Möglichkeit auseinander setzen, seinen Partner zu verlieren. «Wenn die Qualität der Arbeit nachlässt, leiden wir beide. Dann muss ich ihn in den Ruhestand schicken. Mich nach einem neuen Hund umsehen. Das ist hart.» Oranos ist mehr als ein Arbeitsinstrument, ein Mittel zum Zweck, ein Haustier. Er ist Peter Hänggis Brücke zur Welt der Sehenden.

Ruth Hafen, Telefon 01 334 15 66

[ruth.hafen@credit-suisse.ch](mailto:ruth.hafen@credit-suisse.ch)



Hänggi die Probleme lösen, aber «ein paar Mal hat er schon noch versucht, seinen Kopf durchzusetzen».

### Oranos macht Tempo

Peter Hänggi hatte Mühe, sich einem Hund anzuvertrauen. Früher war er mit dem Langstock unterwegs. Wenn er sich unsicher fühlte, fragte er sich durch. Mit dem Hund veränderte sich seine Situation vollständig. «Am Anfang hatte ich manchmal Angst, dass er mich irgendwo hineinlaufen lässt. Ich musste noch lernen, dem Hund voll zu vertrauen.» Peter Hänggi hat seine Lektion gelernt. Heute weiss er, dass er sich auf Oranos verlassen kann, wenn dieser ihn selbstsicher und zielstrebig führt. Er geniesst die Sicherheit und die Geschwindigkeit, mit der er sich dank Oranos in der Stadt fortbewegt.

war er einmal auf der falschen Seite aus dem Zug gestiegen. «Ich habe es erst gemerkt, als ich im Schotter stand.» Er wollte dann über die Geleise auf den Perron gelangen. Jemand warnte ihn vor einem herannahenden Zug. Gleichzeitig fuhr der Zug hinter ihm an. «Ich hatte keine Chance, da herauszukommen. Ich wusste nicht, was ich tun sollte. Aber Oranos blieb total ruhig. Er vertraute mir, sass zwischen meine Beine. Wir warteten wie festgefroren, bis beide Züge durch waren. Der Hund hatte absolutes Vertrauen in mich und ich in ihn. Das war ein Wahnsinns-erlebnis.»

«Taxiporta, Oranos!» Der Hund führt Peter Hänggi zur Tramtür. Im Tram ist es seine



# LEHRJAHRE

Drogenhunde, Hirtenhunde, Jagdhunde, Lawinenhunde, Polizeihunde, Wachhunde. Berufstätige Hunde gibt es viele. Sozial engagiert ist nur der Blindenführhund.

In der Schweizerischen Schule für Blindenführhunde in Allschwil werden jährlich bis zu 20 Hunde zu Blindenführhunden ausgebildet. Der intensive Kontakt der Welpen mit den Betreuern soll helfen, das Vertrauen in den Menschen aufzubauen. Bereits im zarten Alter von sechs Wochen macht man mit ihnen erste Ausflüge in die Stadt. Die Hundebabys müssen sich zum ersten Mal mit Lärm und Verkehr auseinander setzen. In der Freizeit fördert das Spiel mit den Artgenossen Sicherheit und Selbstbewusstsein der kleinen Kerle. Etwa nach 52 Tagen findet der erste Eignungstest statt. Ein Ausbilder prüft das Verhalten der Welpen: Wie schnell erholen sich die kleinen Racker nach einem schreckhaften Erlebnis? Verziehen sie sich mit eingeklemmtem Schwanz zitternd in eine Ecke und bleiben dort, oder treibt sie die Neugierde bereits nach wenigen Sekunden wieder auf Entdeckertour?

Mit zehn Wochen werden die jungen Hunde dann für rund eineinhalb Jahre in eine Patenfamilie gegeben und erhalten eine solide Grunderziehung. Sie lernen mit dem Strassenverkehr und den öffentlichen Ver-

kehrsmitteln umzugehen, sich im Strassengraben zu versäubern, und sie machen erste Erfahrungen mit dem Führgeschirr.

Nach 18–20 Monaten in der Patenfamilie kehrt der Hund für die Fachausbildung in das Zentrum nach Allschwil zurück. Er trainiert das Anzeigen oder Umgehen von Hindernissen am Boden, auf der Seite oder in der Höhe. Zudem lernt er insgesamt 30 Hörzeichen, mit denen der Sehbehinderte dem Hund seinen Willen mitteilt: Geradeausgehen, Richtung wechseln, Billettschalter, Bancomat, Fussgängerstreifen, Ausgang, Sitzplatz oder Treppe finden. Die Hörzeichen sind grösstenteils dem Italienischen entlehnt, zum Beispiel *sini* für *sinistra* (links), *destra* (rechts), *fuori* (Ausgang), *porta* (Tür), *scala* (Treppe). Die vokalreiche Aussprache schmeichelt dem Hundeohr offensichtlich.

Weil Hunde soziale Wesen sind und sich gerne im Rudel aufhalten, werden sie nach der Arbeit nicht isoliert in Zwingern gehalten. Die Hundeunterkünfte in Allschwil gleichen eher einer Jugendherberge: Die Hunde sind jeweils zu zweit untergebracht, jeder hat seinen Schlafplatz mit seinem

Spielzeug. Abends läuft noch das Radio, und um zehn wird das Licht gelöscht.

Nach sechs bis neun Monaten Ausbildung tritt der Führhund in spe zur Abschlussprüfung an: Ein Experte der Eidgenössischen Invalidenversicherung testet zusammen mit dem Ausbilder die Fertigkeiten, die sich der Hund in der Ausbildung angeeignet hat. Nach bestandener Praxistest in der rauen Wirklichkeit kann der frischgebackene Führhund bei seiner zukünftigen Meisterin oder seinem zukünftigen Herrn platziert werden.

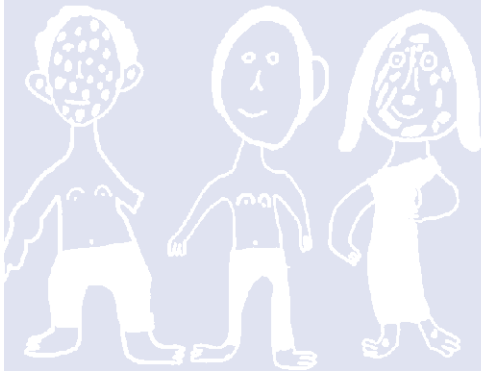
**Familien, die an einer Patenschaft interessiert sind, erhalten weitere Auskünfte bei der Stiftung Schweizerische Schule für Blindenführhunde, Markstallstrasse 6, CH-4123 Allschwil, Tel. 061 487 95 95.**

**Sehenswert zum Thema ist der 1997 im Auftrag von SF DRS entstandene Dokumentarfilm von Kurt Gloor: «Piloten für die Dunkelheit. Eine Liebeserklärung an Blindenführhunde.»**



## Wir helfen aidsbetroffenen Kindern

**AIDS & KIND. Eine Stiftung, die betroffenen Kindern und ihren Angehörigen in der ganzen Schweiz unbürokratisch hilft. Eine Organisation, die im Ausland sinnvolle Projekte zur Unterstützung von Aidswaisen fördert. Fachleute, die sich für die Prävention bei Jugendlichen engagieren. Und Menschen, die sich für die Integration der Betroffenen einsetzen.**



**AIDS  
&  
KIND**

Schweizerische Stiftung für Direkthilfe  
an betroffene Kinder

Seefeldstrasse 219, CH-8008 Zürich,  
Telefon 01 422 57 57, Fax 01 422 62 92  
info@aidsundkind.ch  
www.aidsundkind.ch

**Spendenkonto: PC 80-667-0**

**SPIELEN  
MIT LICHT.**



**Ja, schicken Sie mir die aktuelle Broschüre «Dekoration und Sonnenschutz»:**

|         |         |
|---------|---------|
| Name    | Adresse |
| PLZ/Ort | Telefon |

Einsenden an: VELUX (SCHWEIZ) AG, Industriestrasse 7, CH-4632 Trimbach  
Telefon 062/289 44 44, Telefax 062/293 16 80, Internet www.VELUX.ch

**VELUX®**  
DACHFLÄCHENFENSTER

Faltrollos, Lamellen- und Stoffrollos, Verdunkelungsrollos... und vieles mehr. Das breite Angebot an Farben und Mustern eröffnet Ihnen eine Welt voller Gestaltungsmöglichkeiten. Einfach zu bestellen und einfach zu montieren. VELUX Dekoration und Sonnenschutz schafft in jedem Dachraum eine unübertreffliche Harmonie.

**MEHR ALS NUR EIN FENSTER**



## FRAU UND FINANZ

Noch können finanzinteressierte Frauen Plätze für die Credit Suisse-Weiterbildungsseminare buchen. Anmeldungen lassen sich über [www.credit-suisse.ch/bulletin](http://www.credit-suisse.ch/bulletin) oder Telefon 0800 800 898 tätigen.

Die Anlässe finden an folgenden Abenden statt:

**6.9. Horgen,**  
Credit Suisse  
Communication Center,  
Bockenweg 4,  
18.15 Uhr

**6.9. Dübendorf,**  
Auditorium  
Credit Suisse/Bank Leu,  
Zürichstrasse 137,  
18.15 Uhr

**25.9. Steckborn,**  
Bernina-Nähmaschinen-  
fabrik, Seestrasse,  
18.30 Uhr

**20.10. Luzern,**  
Restaurant Schützenhaus,  
Horwerstrasse 93,  
18.00 Uhr

**24. und 25.10. Dübendorf,**  
Auditorium  
Credit Suisse/Bank Leu,  
Zürichstrasse 137,  
18.15 Uhr

**7. und 8.11. Dübendorf,**  
Auditorium  
Credit Suisse/Bank Leu,  
Zürichstrasse 137,  
18.15 Uhr

**29.11. Genf,**  
Hôtel du Rhône,  
Quai Turrettini,  
17.00 Uhr

## MEHR RENDITE. UND MEHR VOM LEBEN.

Möchten Sie Ihr Vermögen gewinnbringend anlegen und gleichzeitig gut davon leben? Machen Sie sich Gedanken über das Rentenalter oder die Ausbildungsfinanzierung Ihrer Kinder? Die Credit Suisse hat für diese Situationen den Fonds-Auszahlplan konzipiert, der eine rentable Anlage mit der Auszahlung eines Zusatzeinkommens kombiniert.

Sie investieren ihr Vermögen in Fonds und bestimmen, welchen Betrag Sie bei welcher Laufzeit regelmässig beziehen möchten. Sie investieren in Wertschriften und bezahlen keine Depotgebühren. Die Auszahlungen erfolgen gratis und unterliegen nicht der Einkommenssteuer.

**Folgendes Beispiel zeigt, wie sehr Sie auf Dauer profitieren können:**

|                   | <b>Szenario<br/>Fonds-Auszahlplan</b> | <b>Szenario<br/>Sparkonto</b> |
|-------------------|---------------------------------------|-------------------------------|
| Starteinlage      | CHF 100 000.–                         | CHF 100 000.–                 |
| Auszahlungsbetrag | CHF 1000.–<br>pro Monat               | CHF 1000.–<br>pro Monat       |
| Erwartete Rendite | 8 %                                   | 3 %                           |
| Dauer             | 13,4 Jahre                            | 9,6 Jahre                     |

Mit dem Fonds-Auszahlplan können Sie fast vier Jahre länger eine monatliche Rente von 1000 Franken beziehen.

Möchten Sie mehr zum  
Fonds-Auszahlplan erfahren?  
Rufen Sie  
Nummer 0800 801 180 an.



## BEGLAUBIGT GRÜN INS JAHR 2000

Investorinnen und Investoren mit Sinn für nachhaltige Anlagen können sich freuen: Die Credit Suisse Group (CSG) hat sich grün bewährt und im Jahr 2000 das Umweltzertifikat ISO 14001 bestätigt erhalten. Die Zertifizierungsgesellschaft SGS-ICS überprüfte das weltweite Bankgeschäft sowie die entsprechenden Standorte. Unter die Lupe genommen wurde auch

das Versicherungsgeschäft in der Schweiz. Als Ergebnis der Prüfungen hat die SGS-ICS die CSG diesen Sommer mit dem grünen Zertifikat ausgezeichnet, das drei Jahre gültig ist. Die CSG ist damit weltweit führend unter den Finanzinstituten. Weitere Informationen erhalten Sie über Telefon 01 333 73 33 oder per Mail-Adresse: [eco.csg@csg.ch](mailto:eco.csg@csg.ch)



# GEGEN DEN BÖRSEN- KATER

Trunkene Anlegerinnen und Anleger verwechseln die Börse mit einer Lotterie mit Dauer-Haupttreffern. Beratung und Kalkül beugen dem Trader-Kater vor.





## VON MARIO BASSI UND ROSMARIE GERBER

Mitten in der Sommerflaute rüttelt Helvetiens publizistische Mutter Theresa, der «Beobachter», ihre Lesergemeinde auf und titelt: «Eine Nation im Börsenrausch». Das Massenblatt liegt nicht falsch: Seit den Neunzigerjahren sind die Zinsen der Sparkonten von knapp fünf auf rund ein Prozent gesunken. Gleichzeitig schreiben schnelle Gewinne an der Börse fette Schlagzeilen und reizen Gier und Spieltrieb des Publikums. Immer mehr Kleinanleger und -anlegerinnen wollen ihre Ersparnisse mit fetten Gewinnen auf dem Aktienmarkt subito vervielfachen.

1998 wiesen die Schweizer Banken Wertschriftendepots mit Aktien und Fonds über 881 Milliarden Franken aus. Die Statistik der Nationalbank schreibt 310 Milliarden davon «inländischen, unselbständigen Erwerbstätigen und Nichterwerbstätigen» zu. Ein Jahr später war der Gesamtwert auf 1069 Milliarden Franken gestiegen, 413 Milliarden davon wurden Privatpersonen zugeordnet.

### Nicht für die Karibik buchen

Blinde Vertrauen auf euphorische Berichte lässt beschränkte Mittel allerdings kaum zu grossen Vermögen anwachsen. Wer Erspartes massgeschneidert anlegen möchte, sollte sich vorweg Gedanken über den Verwendungszweck seines Vermögens machen. Anlagen müssen geplant werden wie Ferienreisen. Wer von europäischen Metropolen fasziniert ist, wird kaum einen Flug in die Karibik buchen. Die Destinationen pekuniärer Reisen sind auf ähnliche Weise individuell festzumachen: Während gewisse Arbeitnehmer auf zusätzliche Mittel für einen vorzeitigen Ruhestand setzen, steht für andere der Kauf eines Eigenheimes oder die Finanzierung einer Ausbildung für die Kinder im Vordergrund. Die Sparziele bestimmen den Anlagehorizont: Während der Hauskauf meistens drängt, lassen Ausbildungs-

kosten und frühe Pensionierung einen breiteren Rahmen offen. Wer seine Bedürfnisse so weit bestimmt hat, sollte über die Bücher gehen: Das derzeitige Vermögen, die laufenden Einnahmen und Ausgaben bestimmen und schliesslich die monatliche Sparquote festlegen. Etwa ein Drittel der Schweizer Wohnbevölkerung ist privat – in unterschiedlichster Form – am Börsengeschäft beteiligt. Wer seine Anlagestrategien sorgfältig abwägt, wird Euphorie und Panik in Grenzen halten.

Aber jede Kapitalanlage, jeder Markt und jede Branche, ist gewissen Risiken ausgesetzt. Die höheren Gewinnerwartungen der Aktien werden mit grösseren Wertschwankungen gegenüber Geldmarkt und Obligationen erkaufte. Ein breit diversifiziertes Portefeuille mit langfristigen Anlagen vermeidet grosse Kursschwankungen.

### Fröhlich alt werden

Wer innerhalb von zwei Jahren in den eigenen vier Wänden residieren möchte, sollte nicht auf Technologie-Aktien setzen. Wer dagegen in zwanzig Jahren Bares zur Verfügung haben will, tut gut daran, einen Teil seines Vermögens in Technologie-Fonds anzulegen. Allerdings spielt nicht nur das Kalkül eine Rolle. Wer trotz solider Finanzplanung bei jeder Kursschwankung einem Nervenzusammenbruch nahe kommt, sollte sich ein Hightech-Engagement zweimal überlegen.

Sind Ziel, Budget und Zeithorizont klar, wird die Anlagestrategie definiert, werden Chancen und Risiken in Einklang gebracht. Mit zusätzlichen 400 000 Franken, beispielsweise, könnte sich eine 47-jährige Buchhalterin in zehn Jahren vorzeitig von ihrem Arbeitsalltag verabschieden. 150 000 Franken kann sie sofort investieren, 600 Franken kann sie monatlich von ihrem Einkommen für die Vermögensbildung aufwenden. Sie muss durchschnittlich sieben Prozent Gewinn pro Jahr erwirtschaften, wenn sie in zehn Jahren 400 000 Franken zur Verfügung haben will. Sorgfältig abgewogen, lässt sich prä-

zise das Dossier zusammensetzen, das mit geringen Schwankungen eine Jahresrendite von sieben Prozent erbringt.

Ob die Gelder einem Fonds zugeführt oder besser Direktanlagen getätigt werden, ist von der finanziellen Situation der Anleger abhängig zu machen. Ein beachtliches Vermögen lässt breiteren Spielraum. Vorsicht ist auf jeden Fall bei Direktanlagen in die eskalierenden Technologie-Titel geboten: Mit Themenfonds können die Risiken in einem schwer kalkulierbaren neuen Geschäftsbereich eingegrenzt werden.

### Heisse Tipps meiden

Anlegerinnen und Anleger mit definierter Strategie können mit der Erfüllung ihrer Sparziele innerhalb der gesetzten Frist rechnen. Wer sich von heissen Tipps verführen lässt, hat reelle Chancen, mit dicken Verlusten mitten im finanziellen Niemandsland zu erwachen. Und die fiebrigen Kleinanleger können das Geschäft an der Börse tüchtig turbulieren. Der «Beobachter» zitiert Roger Kunz, Economic Research der Credit Suisse: «Möglicherweise nähern wir uns einer so genannten Dienstmädchenphase.» Die Neuanleger, unterstellt Kunz, könnten mit dilettantischen Investitionen eine Hausse und einen spätern Kurssturz verursachen. Und schlimmer noch: Erste Anzeichen solcher Verzerrungen des Marktes würden professionelle Trader zum Rückzug animieren.

Trotzdem können Privatpersonen mit einem kleinen Teil ihres Vermögens, geschicktem Timing und guter Titelwahl an der Börse zusätzliche Gewinne erzielen. Und wer nicht selbständig agieren will, wird bei jeder Bank Beraterinnen und Berater finden, die über Hintergrundwissen verfügen. Dabei spielt wiederum das Beispiel der Ferienreise: Wer nach New York will, wird die Angebote verschiedener Reisebüros vergleichen, hinterfragen und schliesslich buchen.

Mario Bassi, Telefon 01 333 77 64  
mario.bassi@credit-suisse.ch



"Of course, faith is a risk – but one  
I would never risk living without."  
*Archbishop Desmond M. Tutu*

The experts in total risk management.

**winterthur**  
INTERNATIONAL

a CREDIT SUISSE GROUP company. *Enter the age of bancassurance. Risk a click: [winterthur-int.com](http://winterthur-int.com)*



«Wer zockt, sollte nicht seine Substanz ins Spiel werfen», rät Mario A. Bassi, Investment-Spezialist der Credit Suisse.

## INTERVIEW: ROSMARIE GERBER, REDAKTION BULLETIN

**ROSMARIE GERBER** Die Medien beschwören umfassendes Börsenfieber und Crash-Ängste. Steht ein Schwarzer Freitag ins Haus?

**MARIO A. BASSI** Wer an der Börse investiert, will Geld verdienen. Professionelle Anleger agieren langfristig. Die Börse wird sich allein durch die Nachfrage nach Wertpapieren weiterentwickeln. Die Leute werden immer älter, ihre finanziellen Bedürfnisse müssen langfristiger gedeckt werden. Kein Wunder, dass auch die AHV seit 1997 an der Börse präsent ist. Und auch die Institutionen der zweiten und dritten Säule legen ihre Gelder in Aktien an.

**R.G.** Also setzen Sie auf die Stärke der institutionellen Anleger und nehmen Crash-Prophetieungen als skandalträchtige Fiktion?

**M.A.B.** Ein Crash schmerzt lediglich, wenn Anlegerinnen und Anleger ihre Hausaufgaben nicht gemacht haben. Wer für kurzfristige Sparziele hohe Risiken eingeht, dem spielt ein Crash übel mit.

**R.G.** Aber zur Debatte stehen unbedarfte Traderinnen und Trader, die mit dem Geld aus ihrem Sparstrumpf spekulieren. Können diese Desperados eine Katastrophe verursachen?

**M.A.B.** Ein Crash wird meistens durch Ereignisse von aussen verursacht: Denken Sie beispielsweise an den Golfkrieg. Bei solchen Ereignissen können unbedarft hektische Trader den Trend bedenklich verstärken. In Südostasien, an dessen Börsen oft eine extreme Zocker-Mentali-

tät herrscht, bemüht sich derzeit die thailändische Börse darum, aus Zockern Anleger zu machen. Das ist auch unser Anliegen. Zocker produzieren Hektik, keine langfristigen Gewinne.

**R.G.** Wir sind ständig mit Meldungen von fantastischen Börsengewinnen konfrontiert. Kommt Ihre Botschaft in diesem Rahmen bei den CS-Kundinnen und -Kunden an?

**M.A.B.** Beispielsweise in Deutschland wurden in der jüngsten Vergangenheit Kampagnen für einzelne Aktien gestartet. So unter dem Motto: «Setz auf dieses Papier und wir machen dich reich.» Diesen Trend halten wir für ungesund. Wir sind keine Missionare. Wir haben sicher nichts gegen Trader. Aber wir sagen ganz klar: Wer zockt, sollte nicht seine finanzielle Substanz ins Spiel einwerfen. An unsern Anlageseminaren votieren wir darum auch für die sorgfältige Entwicklung einer bedürfnisorientierten Strategie.

**R.G.** Gegen 40 Prozent der Schweizer Wohnbevölkerung versteuern ein Jahreseinkommen bis zu 39 000 Franken. Wenn bei diesen Vorgaben überhaupt ein Sparbatzen übrig bleibt, würden Sie dann vor einem Gang zur Börse warnen?

**M.A.B.** Ich würde auf jeden Fall sagen, Finger weg von Trader-Aktionen. Wer wenig Geld übrig hat, sollte nicht versuchen, schlauer als der Markt zu sein. Aber für Kundinnen und Kunden, die 200 Franken monatlich zur Seite legen können, gibt es

Fonds-Sparpläne. Das sind keine spektakulären Angelegenheiten, aber in zehn, zwanzig Jahren kommt, nicht zuletzt dank dem Zinseszins, einiges zusammen.

**R.G.** Wie viel Geld sollte flüssig bleiben, bevor jemand überhaupt Anlagen anvisiert?

**M.A.B.** Ich halte nicht viel von Faustregeln, die persönlichen Verhältnisse disziplinieren zu sehr. Aber wenn Sie darauf bestehen, wir gehen von etwa drei Monatsgehältern aus, die liquid bleiben müssten.

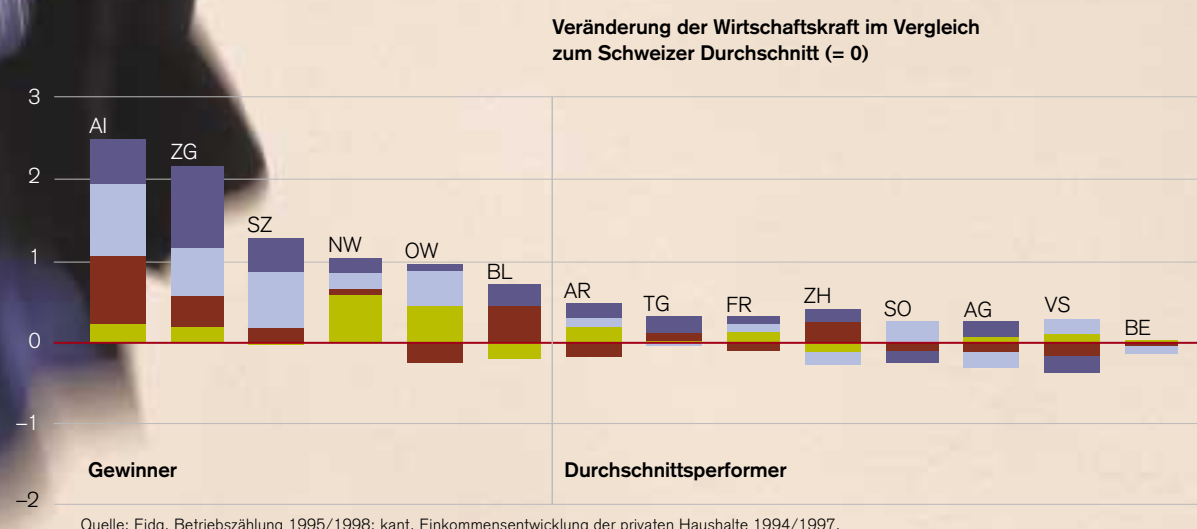
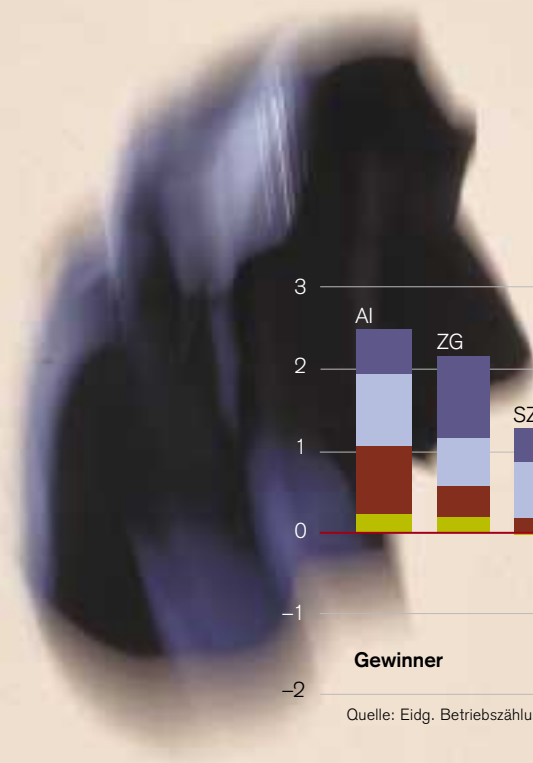
**R.G.** Als Investment-Spezialist sind Sie professionell mit Geldvermehrung beschäftigt. Nun warnen Sie vor heissen Geldvermehrungsaktionen, obwohl die Bank auch damit Geld macht. Wollen Sie ganz simpel Traderinnen und Trader davon abhalten, das grosse Geld ohne Rat der Banken zu machen?

**M.A.B.** Die Bank verdient auch an den Tradern, schliesslich gehen die Kommissionsgebühren an uns. Aber wir nehmen Verantwortung wahr und propagieren deshalb eine Diversifizierung der Vermögen, raten zu einer bedürfnisorientierten Strategie, die, unter anderem, mit Fonds umgesetzt werden kann. Wenn Kunden glücklich sind, bleiben sie uns langfristig erhalten.

**R.G.** Also macht Geld glücklich?

**M.A.B.** Geld ist nur Mittel zum Zweck, aber realisierte Sparziele – ein Hauskauf oder ein abgesicherter Ruhestand – können glücklich machen.





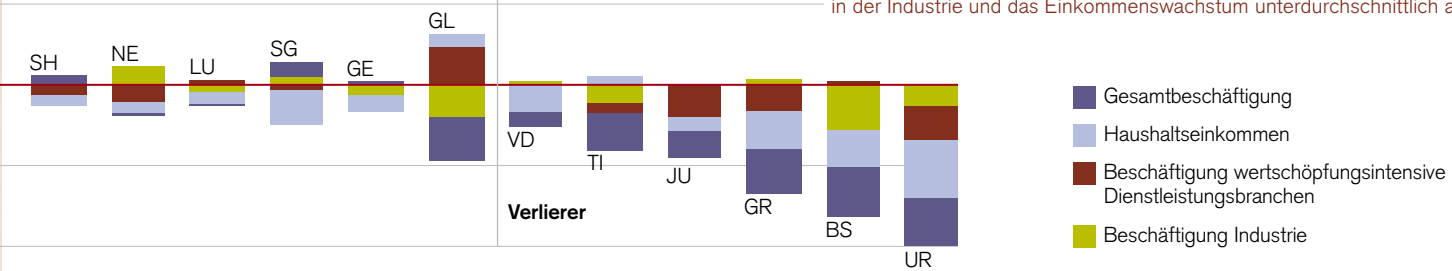
# DIE KANTONE DRIFTEN



«GUT LACHEN HAT VOR ALLEM,  
WER IM UMFELD EINER  
GROSSEN METROPOLE LEBT»,  
SO ROLAND FISCHER VOM  
ECONOMIC RESEARCH.

## APPENZELL, ZUG UND SCHWYZ STROTZEN VOR DYNAMIK

Die Credit Suisse ermittelte anhand eines gewichteten Indikators die Gewinner und Verlierer des Strukturwandels in der zweiten Hälfte der Neunzigerjahre. In der Grafik sind die Kantone in der Rangfolge ihres Indikatorwerts abgebildet. Weist in einem Kanton ein bestimmter Faktor (zum Beispiel das Haushaltseinkommen) einen positiven Wert auf (Position oberhalb der Null-Linie), so lag die entsprechende Wachstumsrate über dem Schweizer Durchschnitt. Negative Werte deuten entsprechend auf ein tieferes Wachstum hin, verglichen mit dem Schweizer Mittel. So wuchsen im Kanton Zürich die Beschäftigung in wertschöpfungsintensiven Dienstleistungsbranchen und die Gesamtbeschäftigung stärker als im Schweizer Durchschnitt. Hingegen fielen die Wachstumsraten der Beschäftigung in der Industrie und das Einkommenswachstum unterdurchschnittlich aus.



# AUSEINANDER

Die grossen Ballungszentren legten zu, die peripheren Landesteile gerieten ins Hintertreffen – so das Verdikt von fünf Jahren Strukturwandel.

## ROLAND FISCHER, ECONOMIC RESEARCH

Der Strukturwandel nahm in den Neunzigerjahren seinen Lauf – und brachte das regionale Gleichgewicht gehörig durcheinander. Vor allem Zentren und Metropolen übernahmen immer mehr die Rolle von Triebkräften des Wirtschaftswachstums. Grund: Die wertschöpfungsintensiven Dienstleistungsbranchen, die stark von den Fortschritten der Informationstechnologie profitieren, siedeln sich bevorzugt in grossen Zentren an. Auf den ersten Blick erscheint das ein Widerspruch, führt doch die elektronische Vernetzung von Arbeitsvorgängen dazu, dass die Produktion

von Gütern und Dienstleistungen immer weniger von Standorten abhängt.

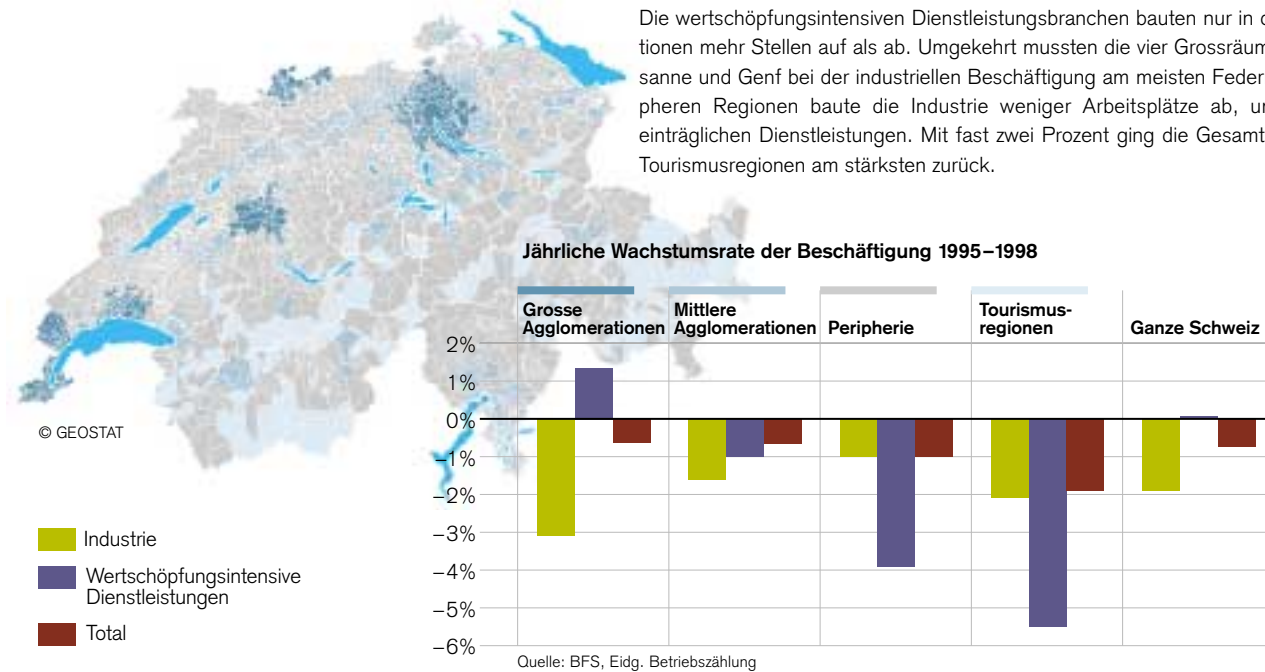
Erfahrungen zeigen jedoch, dass die moderne Informations- und Kommunikationstechnologie ein hohes Ausmass an Teamwork, Kreativität und Fachwissen erfordert. Genügend grosse Arbeitsmärkte für entsprechend qualifiziertes Personal sind häufig nur in den Zentren vorhanden, sodass eine Dezentralisierung bislang nur bei standardisierten Abläufen stattgefunden hat. Zudem ist es in Ballungsräumen billiger, die Kommunikationsinfrastruktur bereitzustellen, denn durch die Netzgrösse sinken die durchschnittlichen Kosten.

Es erstaunt deshalb nicht, dass zwischen 1995 und 1998 der Strukturwandel

in den grossen Agglomerationen der Schweiz viel ausgeprägter war als etwa in den peripheren Landesteilen (siehe Chart, S. 38). So verzeichneten die Grossagglomerationen als einzige einen Zuwachs an Arbeitskräften bei den wertschöpfungsintensiven Dienstleistungen. Sie waren jedoch von einem überdurchschnittlichen Rückgang in der Industrie betroffen. In den peripheren Regionen hingegen sank die industrielle Beschäftigung weit weniger stark. Dagegen war der Rückgang bei den wertschöpfungsintensiven Dienstleistungen umso höher. Besonders betroffen waren die touristischen Regionen, wo auch die Gesamtbeschäftigung am stärksten schrumpfte.

## DIE BESTEN JOBS ENTSTANDEN IN DER CITY

Die wertschöpfungsintensiven Dienstleistungsbranchen bauten nur in den Grossagglomerationen mehr Stellen auf als ab. Umgekehrt mussten die vier Grossräume Zürich, Bern, Lausanne und Genf bei der industriellen Beschäftigung am meisten Federn lassen. In den peripheren Regionen baute die Industrie weniger Arbeitsplätze ab, umso mehr dafür die einträglichen Dienstleistungen. Mit fast zwei Prozent ging die Gesamtbeschäftigung in den Tourismusregionen am stärksten zurück.



Die zunehmende Mobilität der Arbeitskräfte ist ein anderer wichtiger Faktor für das regionale Wirtschaftswachstum. Der Ausbau von Eisenbahn- und Strassennetzen sowie die Förderung des öffentlichen Verkehrs bewirken, dass die durchschnittliche Distanz zwischen Wohn- und Arbeitsort immer grösser wird.

### Metropolen schaffen starke Satelliten

Davon profitieren vor allem steuergünstige Gemeinden und Kantone im weiteren Umfeld der grossen Zentren. Die Zentren selbst verlieren hingegen an Attraktivität als Wohnort. So schrumpfte in den grossen und mittleren Schweizer Städten zwischen 1994 und 1998 die Bevölkerung durchschnittlich um 0,4 Prozent pro Jahr, während sie in den Wohngemeinden im Umfeld dieser Zentren durchschnittlich um 0,8 Prozent wuchs. Noch deutlicher sind die Unterschiede beim Einkommenswachstum, wo die grossen und mittleren Zentren zwischen 1994 und 1997 einen jährlichen Rückgang von 0,3 Prozent, die Wohngemeinden im Umland hingegen

durchschnittlich einen jährlichen Zuwachs von 1,1 Prozent verzeichneten. Tiefere Wachstumsraten wiesen wiederum Gemeinden in peripheren Lagen sowie die Tourismusregionen auf.

Die kleinräumige Struktur des Föderalismus bewirkt, dass die verschiedenen Landesteile in unterschiedlichem Ausmass betroffen sind von der zunehmenden Mobilität der Arbeitnehmer und der Kon-

zentration der Wirtschaftskraft in den grossen Zentren (siehe Chart, S.36/37). Kantone im Umland grosser und mittlerer Zentren profitierten zwischen 1995 und 1998 am stärksten vom Strukturwandel.

Am meisten gewannen die kleineren Kantone der Zentralschweiz und der Ostschweiz an Wirtschaftskraft. Aber auch Freiburg scheint von seiner Lage zwischen den Ballungsräumen Bern und Lausanne

### DIE STÄRKEREN HELFEN DEN SCHWÄCHEREN

**Der neue Finanzausgleich zwischen Bund und Kantonen soll dereinst das bisherige Ausgleichssystem ersetzen. Hier die wichtigsten Vorschläge:**

- Umverteilung von Mitteln von den einnahmenstarken zu den einnahmeschwachen Kantonen
- Geografisch-topografischer Belastungsausgleich zugunsten von Kantonen mit hohen Pro-Kopf-Lasten für die Verkehrsinfrastruktur und den Schutz vor Naturgewalten (tendenziell Gebirgskantone)
- Soziodemografischer Belastungsausgleich zugunsten von Kantonen mit übermässigen Lasten aufgrund der soziodemografischen Zusammensetzung ihrer Bevölkerung (tendenziell Zentrums Kantone)
- Aufgabenentflechtung und neue Zusammenarbeitsformen zwischen Bund und Kantonen
- Institutionalisierte interkantonale Zusammenarbeit mit Lastenausgleich



zu profitieren, obwohl in der Westschweiz die Entwicklung weit weniger dynamisch ausfällt als etwa im Grossraum Zürich. Der Kanton Zürich selbst liegt im oberen Mittelfeld der Kantone. Weniger gut als das Schweizer Mittel entwickelten sich die klassischen Landwirtschaftskantone (Bern, Waadt, Luzern, St. Gallen), die Stadtkantone Genf und Basel, die Bergkantone Uri, Glarus und Jura sowie die Tourismuskantone (Wallis, Graubünden und Tessin). Die Industriekantone Aargau, Solothurn, Schaffhausen und Neuenburg liegen ebenfalls leicht unter dem Schweizer Durchschnitt.

### Die Steuergräben vertiefen sich

Die unterschiedliche Entwicklung in der Wirtschaftskraft der Kantone ist für den Föderalismus von zentraler Bedeutung. Aufgrund der kleinräumigen Abgrenzung der meisten Kantone können regional unterschiedliche Wachstumstrends deren Ausgangslage im nationalen wie auch im internationalen Standort- und Steuerwettbewerb massgeblich beeinflussen. So konnten in den vergangenen Jahren Kantone, die von einer starken Zunahme der Wohnbevölkerung und der Steuereinnahmen profitierten, die Verschuldung und die Steuerbelastung kontinuierlich senken. Periphere Kantone oder Kantone, die durch den Strukturwandel in der Industrie besonders stark vom Beschäftigungsabbau betroffen waren, sahen sich hingegen trotz anziehender Schweizer Konjunktur mit stagnierenden oder sogar rückläufigen Steuererträgen konfrontiert.

Die divergierenden Trends zwischen Zentrum und Peripherie haben zur Folge, dass sich die schon heute grossen Unterschiede in der Finanzkraft der Kantone weiter vergrössern werden. Insbesondere Kantone abseits der grossen Zentren dürften zunehmend Mühe bekunden, die ihnen übertragenen öffentlichen Aufgaben ohne zusätzliche finanzielle Unterstützung zu erfüllen. Wachsende Distanzen zwischen Arbeitsort und Wohnort bewirken

ausserdem, dass in den Grossagglomerationen die Zahler und die Nutzniesser von öffentlichen Gütern und Dienstleistungen immer weniger übereinstimmen. Leidtragende dieser Entwicklung sind die Städte. Zentrums Kantone wie Basel-Stadt, Genf und Zürich tragen die Hauptlast der Kosten für Infrastruktur und Sicherheit, während die hohen Steuereinnahmen in den steuergünstigeren zentrumsnahen «Agglomerationskantonen» wie Schwyz, Zug oder Basel-Land anfallen.

### Der Föderalismus gerät unter Druck

Es erstaunt deshalb nicht, dass das föderalistische System der Schweiz mit seinem ausgeprägten Steuerwettbewerb durch diese Trends auf eine harte Probe gestellt wird und zunehmend Kritik ausgesetzt ist. Zwar können dem Steuerwettbewerb durchaus positive Eigenschaften zugesprochen werden: Die Mobilität der Steuerzahler und die damit verbundene Abwanderungsgefahr bewirken, dass Steuern nicht übermässig stark erhöht und öffentliche Mittel effizienter eingesetzt werden. Die divergierenden Entwicklungsperspektiven der Kantone führen jedoch zu ungleichen Voraussetzungen für den Steuerwettbewerb, die zunehmend als stossend empfunden werden. Der Steuerwettbewerb an und für sich ist nicht unfair; doch die Nachteile, die sich aus unterschiedlichen geografischen und demografischen Voraussetzungen ergeben, sollten gemildert werden.

Es stellt sich somit die Frage nach Reformen für das föderalistische System

der Schweiz. Unter den aktuellen Vorschlägen befindet sich der neue Finanzausgleich zwischen Bund und Kantonen, der das heutige, über Jahre hinweg gewachsene Ausgleichssystem durch neue Strukturen ersetzen soll. Er hat zum Ziel, Disparitäten zwischen den Kantonen abzubauen und Sonderlasten wie etwa Zentrumsleistungen besser auf die Nutzniesser zu verteilen (siehe Box, S. 38).

Längerfristig dürften jedoch die oben angesprochenen Probleme kaum durch die Umverteilung von Steuereinnahmen zwischen den Kantonen zu lösen sein, zumal Konkordate und Vereinbarungen zwischen Regierungen erhebliche Demokratiedefizite aufweisen können. Diskussionen um tiefer greifende Reformen wie etwa die Schaffung von Grossregionen, die mehrere Kantone umfassen und einen Teil ihrer Aufgaben übernehmen, werden deshalb noch zunehmen. Ungeachtet der weiteren Reformschritte gilt es zu beachten, dass der Steuerwettbewerb und die mit ihm verbundenen Wohlfahrtsgewinne für die regionalen Volkswirtschaften langfristig nur dann aufrecht erhalten werden können, wenn «Gleiche mit Gleichen» konkurrieren.

Roland Fischer, Telefon 01 333 77 36  
roland.fischer@credit-suisse.ch

[www.credit-suisse.ch/bulletin](http://www.credit-suisse.ch/bulletin)

**Spieglein, Spieglein an der Wand, wer sind die dynamischsten Kantone im ganzen Land? Bulletin Online liefert die Rangliste.**

### WOHIN STEUERT HELVETIA?

**Im Zentrum der Föderalismusdebatte in der Schweiz steht auch die Bildung von Grossregionen. Mit Fragen wie «Soll die Schweiz nur noch aus Grosskantonen bestehen?», «Wie sind Grossregionen zu beurteilen?» oder «Wie dezentral muss der Föderalismus ausgestaltet sein?», beschäftigt sich ein neues Buch, welches Beiträge namhafter Autoren aus Wissenschaft, Politik und Kultur umfasst: Gregory Neugebauer (Hrsg.), «Föderalismus in Bewegung – wohin steuert Helvetia?», Verlag Franz Ebner und Verlag Huber, Mai 2000.**



# «UNSER LAND BRAUCHT V

Alois Bischofberger, Chefökonom der Credit Suisse, will in der Schweiz eine Wachstumsdiskussion in Gang setzen.

**INTERVIEW: CHRISTIAN PFISTER,  
REDAKTION BULLETIN**

**CHRISTIAN PFISTER** Bis Ende der Achtzigerjahre wuchs die Schweizer Wirtschaft im Gleichschritt mit ihren Konkurrenten. In den Neunzigerjahren geriet sie ausser Tritt. Sie sprechen von einer traumatischen Erfahrung für die Eidgenossen. Warum?

**ALOIS BISCHOFBERGER** Zwischen 1990 und 1997 wies die Schweiz kein Wirtschaftswachstum aus. Das hatte negative Folgen: Denken wir nur an den Anstieg der Arbeitslosigkeit, aber auch an die entsprechend gedämpfte Konsumentenstimmung. Es kam zu einer Verschlechterung des Staatshaushalts und zu einer Verdop-

pelung der Staatsverschuldung. Zudem erlebten wir einen Preiszerfall auf dem Immobilienmarkt und eine Rezession in der Bauwirtschaft. All das versetzte der Schweiz einen psychologischen Dämpfer.

**C.P.** Wie hat es unsere Volkswirtschaft geschafft, wieder Anschluss zu finden?

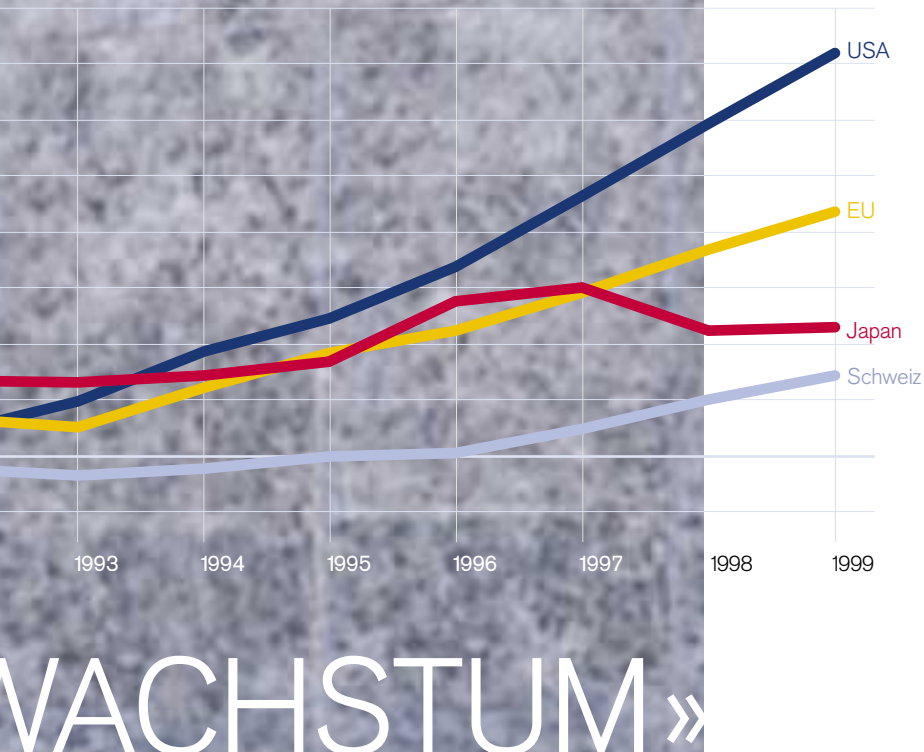
**A.B.** Die Exporte zogen schon 1997 wieder stark an – nicht zuletzt, weil der Schweizer Franken gegenüber den wichtigsten Währungen schwächer wurde. Noch Mitte der Neunzigerjahre war er überbewertet. Vor allem half die international bessere Konjunktur. Es zeigte sich, wie exportabhängig die Schweiz immer noch ist: Die Exporte waren die treibende Kraft, sie wiesen zweistellige Zuwachsraten auf. Das führte zu einer Beschleunigung

der Investitionen der Unternehmen in neue, leistungsfähige Maschinen und Anlagen. Zudem hat der private Konsum positiv reagiert. Und die Bauwirtschaft registrierte eine verbesserte Investitionstätigkeit.

**C.P.** In Amerika entpuppte sich die «New Economy» als wichtiger Wirtschaftsfaktor. Wie sieht das in der Schweiz aus?

**A.B.** Die New Economy ist in der Schweiz noch nicht so spürbar wie in den USA. Aber wir haben gute Voraussetzungen, um hier eine herausragende Rolle zu spielen. Wir verfügen über eine ausgezeichnete Infrastruktur in der Telekommunikation und engagieren uns stark in Forschung und Entwicklung. Doch wir haben diese Voraussetzungen bisher zu wenig genutzt. Das ist auch eine Frage der Mentalität.

## WIRTSCHAFTSWACHSTUM, REAL

**C.P. Inwiefern ?**

**A.B.** Wir pflegten in der Schweiz eine Mentalität der Sicherheit; die Wirtschaft förderte eher traditionelle Branchen. Mit der «New Economy» sind jedoch nicht nur die Telekommunikation, die Mikroelektronik oder Investitionen in die Informationstechnologie verbunden; ein Erfolgsfaktor ist die Risikobereitschaft. Und die ist in der Schweiz am Wachsen. Denn in all den Jahren der wirtschaftlichen Stagnation wurde klar, dass nur neue Wege aus der Baisse führen. Da sehe ich einen Mentalitätswandel, der positiv und sehr wichtig ist, schliesslich wird die «New Economy» an Gewicht zulegen.

**C.P. Sie attestieren der Schweiz eine starke internationale Wettbewerbsfähigkeit. Dennoch kritisieren Sie, dass sie ihr hervorragendes Potenzial zu wenig konsequent nutzt. Wo wird gesündigt ?**

**A.B.** Ein Indiz für das unangetastete Potenzial ist die Wachstumsdiskrepanz,

die sich zwischen der Schweiz und den anderen Industrieländern aufgetan hat. Verschiedene Faktoren führten dazu. Zum Beispiel der Schweizer Arbeitsmarkt; er ist zwar flexibel, wie uns eine Studie der OECD bestätigt – gerade im europäischen Vergleich. Das darf aber nicht drüber hinwegtäuschen, dass wir einen Mangel an Spezialisten haben. Unser Arbeitsmarkt ist sehr eng. Es braucht wenig Wirtschaftswachstum, und schon haben wir wieder Vollbeschäftigung. Hier leidet die Wirtschaft an den Fehlern, welche die Fremdarbeiterpolitik verschuldet hat.

**C.P. Was heisst das konkret ?**

**A.B.** Es ist nicht genügend gelungen, hervorragend ausgebildete Spezialisten ins Land zu bringen, obwohl eine derart wissensorientierte Volkswirtschaft wie die Schweiz sie braucht. Dieses Manko bremst unsere Wachstumschancen; wir können wegen mangelndem Know-how unser Potenzial nicht ausschöpfen.

**C.P. Ein Beispiel ?**

**A.B.** Schweizer Unternehmen sind innovativ und setzen auf Forschung. Nur tun sie das vermehrt im Ausland. Unter anderem eben darum, weil die geeigneten Arbeitskräfte nicht vorhanden sind.

**C.P. Gibt es noch andere Potenziale, das Wachstum anzukurbeln ?**

**A.B.** Ja, zum Beispiel im Bildungswesen. Die Studienzeit ist gerade im Vergleich mit Amerika und anderen dynamischen Volkswirtschaften sehr lang. Wer bei uns sein Studium abschliesst, ist im Schnitt rund zwei bis drei Jahre älter als Abgänger in den USA. Kommen Hochschulabsolventen spät auf den Arbeitsmarkt, so ist auch das Potenzial an Arbeitskräften geringer. Wir sollten von der langen Erstausbildungszeit wegkommen und das ständige Lernen in den Vordergrund stellen. Zudem hat die Schweiz zu wenig gemacht, um den Frauen den Wiedereinstieg zu erleichtern. Die Zahl der Frauen mit guten Ausbildungen steigt; sie sollten der Wirtschaft nicht verloren gehen. Zu erwähnen ist auch unsere Wettbewerbspolitik.

**C.P. Wo ist der Zusammenhang ?**

**A.B.** Trotz neuem Kartellgesetz gibt es in der Schweiz immer noch zahlreiche Absprachen. Auch darum ist das Preisniveau im internationalen Vergleich sehr hoch. Überhöhte Preise sind die Folge von mangelndem Wettbewerb in der Binnenwirtschaft. Das ist ein Standortnachteil.

**C.P. Wann werden die Preise sinken ?**

**A.B.** In der Landwirtschaft haben die Deregulierungen bereits gegriffen. Eine Hürde hat auch der Telekommunikationsmarkt genommen – entsprechend sanken die Preise. Ich glaube aber nicht, dass ein massives Absinken des Preisniveaus innert kürzester Zeit zu erwarten ist. Und das ist auch besser so. Denn eine Deflation, ein rückläufiges Preisniveau, schafft einer Volkswirtschaft Probleme. Japan ist ein Beispiel dafür. Sinken die Preise stetig,



## DIE SCHWEIZER FORSCHUNG STICHT

Die Schweiz schneidet bei forschungsrelevanten Indikatoren vorzüglich ab. Ihr Engagement für Forschung und Entwicklung (F&E) zeigt sich an Spitzenplätzen im Rating.

| Position von 47 Ländern | Ausgaben<br>pro Kopf<br>für F&E | Ausgaben<br>F&E pro Kopf<br>in % BIP | Erwerbs-<br>tätige in F&E<br>pro Kopf | Nobelpreise<br>pro Kopf | laufende<br>Patente<br>pro Kopf |
|-------------------------|---------------------------------|--------------------------------------|---------------------------------------|-------------------------|---------------------------------|
| <b>Schweiz</b>          | <b>1</b>                        | <b>4</b>                             | <b>1</b>                              | <b>2</b>                | <b>1</b>                        |
| Japan                   | 2                               | 2                                    | 3                                     | 19                      | 7                               |
| Schweden                | 3                               | 1                                    | 2                                     | 1                       | 3                               |
| USA                     | 4                               | 6                                    | 9                                     | 5                       | 11                              |
| Dänemark                | 6                               | 11                                   | 7                                     | 4                       | 10                              |
| Deutschland             | 7                               | 7                                    | 6                                     | 7                       | 15                              |
| Niederlande             | 10                              | 10                                   | 12                                    | 9                       | 6                               |
| Grossbritannien         | 15                              | 13                                   | 14                                    | 3                       | —                               |

Quelle: The World Competitiveness Yearbook 1999

warten die Konsumenten bei Kaufentscheiden zu – in der Hoffnung, noch günstiger wegzukommen. Es ist gut, wenn eine Anpassung über längere Zeit erfolgt.

### C.P. In Sachen Wettbewerbsfähigkeit schwingen die USA oben auf. Was machen die Amerikaner besser als der Rest der Welt?

**A.B.** Die grundsätzlich liberale Politik ist in den USA eine wichtige Rahmenbedingung. Beispielsweise im Arbeitsmarkt: Forschung und Entwicklung ist in hohem Masse abhängig von Forschern aus Asien und aus dem pazifischen Raum. Amerika zeigt da eine grosse Aufnahmebereitschaft. Und seine Forschung ist Spitze. Es macht sich auch bezahlt, dass Amerika mit der Deregulierung und Privatisierung früh angefangen hat. Das geht zurück auf die erste Reagan-Amtszeit in den frühen Achtzigerjahren.

### C.P. Was waren die Konsequenzen?

**A.B.** Das veranlasste die Unternehmen, riesige Umstrukturierungen vorzunehmen. Amerikanische Unternehmen gingen vermehrt auf die Weltmärkte. Es entstand ein Umfeld von Wettbewerb und Innovation. Zudem ist die grössere Mobilität der Ame-

rikanerinnen und Amerikaner ein Plus; diese Flexibilität hat mit der Geschichte des Landes zu tun. In Europa sind offenbar die kulturellen Unterschiede zu gross, um eine Flexibilität in grösserem Ausmass zu ermöglichen.

### C.P. Wird in der Schweiz zu wenig investiert?

**A.B.** Anfang der Neunzigerjahre war die Situation unbefriedigend. Schweizer Firmen investierten zwar eifrig in Forschung und Entwicklung, allerdings vermehrt im Ausland. Und die Direktinvestitionen ausländischer Unternehmen in der Schweiz stagnierten. Dank besserer Konjunktur, den bilateralen Verträgen und Reformen bei der Besteuerung von Holdinggesellschaften sieht die Sache heute wieder besser aus. Allerdings zeigt die Enge des Arbeitsmarkts, dass wir anhaltend hohe Kapitalinvestitionen brauchen.

### C.P. Seit Jahrzehnten plagt die Schweiz eine Wachstumsschwäche. Was ist die Folge?

**A.B.** Ein Land, das wirtschaftlich nicht wächst, bekommt Schwierigkeiten. Ich denke da natürlich insbesondere an die Finanzierung der Sozialwerke. Aber auch für Investitionen in Bildung oder neue Tech-

nologien fehlen Gelder. Viele Fragen, bei denen wir uns heute den Kopf zerbrechen, würden durch ein Wachsen der Wirtschaft entschärft. Darum brauchen wir eine wachstumsorientierte Wirtschaftspolitik.

### C.P. Sie fordern für die Schweiz in der Legislaturperiode von 2003 bis 2007 ein Wirtschaftswachstum, das den EU-Durchschnitt übertrifft. Warum?

**A.B.** Die Schweiz braucht in der Wirtschaftspolitik ein Ziel. Innerhalb der nächsten Legislaturperiode müssten Initiativen angepackt werden. Mir geht es vor allem darum, dass wir in der Schweiz eine «Wachstumsdebatte» führen. Wir brauchen eine Strategie, an der sich Parteien, Wirtschaftsverbände, Unternehmen, Gewerkschaften sowie Bürgerinnen und Bürger beteiligen.

### C.P. Lukas Mühlemann löste Anfang Jahr mit seinen Thesen zum Standort Schweiz heftige Reaktionen aus. Schlagen Sie mit Ihren Vorschlägen (siehe Massnahmen rechts) jetzt nicht in die gleiche Kerbe?

**A.B.** Ich beurteile den Reformbedarf ähnlich wie Herr Mühlemann. Ich tue das aufgrund der Fakten, die wir jetzt in unserer Studie zusammengetragen haben. Sie zeigen etwa, dass der international orientierte Teil der Schweizer Wirtschaft sich schnell anpasst. Unsere Binnenwirtschaft hingegen ist weniger flexibel, weil der Druck zur Anpassung nicht so gross war.

### C.P. Die vehemente öffentliche Kritik an Lukas Mühlemanns Vorschlägen provoziert dennoch die Frage: Wie viele Reformen und Initiativen erträgt unser Land?

**A.B.** Die Schweizerinnen und Schweizer können sehr viel verdauen, wenn sie Sinn, Zweck und Konsequenzen der Reformen verstehen. Früher herrschte vielerorts die Angst, dass jeglicher Strukturwandel Arbeitsplätze vernichten würde. Jetzt erleben wir aber das Gegenteil: Liberalisierung und Deregulierung bieten Chancen

für viele neue Unternehmen, die Arbeitsplätze schaffen.

#### C.P. Verträge unser politisches System diese Dynamik ?

**A.B.** Die direkte Demokratie stellt hohe Ansprüche an die Bürgerinnen und Bürger. Sie haben immer wieder ein gesundes Urteilsvermögen bewiesen. Das Problem liegt für mich im Tempo der Veränderun-

gen. Referenden, Initiativen, Abstimmungen – der politische Entscheidungsprozess ist langwierig. Die Initiative «für eine Regelung der Zuwanderung», über die wir am 24. September abstimmen werden, kam vor Jahren, in der tiefsten Rezession, zustande. Zur Abstimmung gelangt sie jetzt in einer Periode der Hochkonjunktur und des Mangels an Arbeitskräften. Langsamkeit kann zwar bedeuten, dass man


Fehler nicht macht, für die die Schnelleren bezahlen müssen. Fehlendes Tempo führt aber zunehmend dazu, dass wir Wachstums- und Entwicklungspotenziale zu wenig nutzen. Das müssen wir verhindern.

**Sie können die Studie «Die Schweiz im internationalen Wettbewerb» mit dem beigelegten Talon bestellen, den Sie am Schluss des Bulletin finden.**

## SO SETZT DIE SCHWEIZ ZUM HÖHENFLUG AN

Chefökonom Alois Bischofbergers Ziel ist es, während der Legislaturperiode 2003 bis 2007 ein Wirtschaftswachstum zu erzielen, das den Durchschnitt der EU-Länder deutlich übertrifft. Er identifizierte in den Bereichen Wettbewerbs-, Arbeitsmarktpolitik, Technologie- und Bildungspolitik sowie Finanz- und Steuerpolitik wachstumsfördernde Massnahmen.

| MASSNAHMEN  | WIRKUNG   |
|---|---|
| <b>Wettbewerbspolitik</b>   |   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Privatisierung von Staatsbetrieben</li> <li>• Deregulierung</li> <li>• Konzentration des Staates auf Kernkompetenzen</li> <li>• Wettbewerb im Gesundheitswesen</li> <li>• Entschlossene Fortführung der Reformen (Binnenmarkt, Kartelle)</li> <li>• Importliberalisierung</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Verstärkte Innovationskraft</li> <li>• Tiefere Kosten und höhere Kaufkraft</li> <li>• Qualitative Beschäftigungseffekte</li> </ul>   |
| <b>Arbeitsmarktpolitik</b>  |   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Marktbezogene Fremdarbeiterpolitik</li> <li>• Verkürzung der Erstausbildung, aber stetige Weiterbildung</li> <li>• Reduktion der fiskalischen Belastung des Faktors Arbeit</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Wachstumshemmende Enge des Arbeitsmarktes beseitigt</li> <li>• Arbeitspotenzial optimal genutzt</li> <li>• Höhere Produktivität</li> <li>• Mehr Innovation</li> </ul>  |
| <b>Technologie- und Bildungspolitik</b>   |   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Reform der Berufsbildung</li> <li>• «Hochschule Schweiz» international vernetzen<br/>(z. B. in Automation, Informatik, Umwelttechnologie, neuen Materialien, Biotechnologie, Medizinaltechnik)</li> <li>• Fokussierte Bildungsinstitutionen</li> <li>• Schwergewicht auf zukunftssträchtigen Branchen<br/>(z. B. Informations- und Kommunikationstechnologien)</li> <li>• Rascher Wissens- und Technologie-Transfer</li> <li>• Förderung Auslandssemester/-praktika</li> <li>• Bildungsgutscheine</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Höhere Produktivität</li> <li>• Mehr Innovation</li> <li>• Dynamischer Forschungsstandort</li> <li>• Schnelle industrielle Verwertung wissenschaftlicher Durchbrüche</li> <li>• Qualitative Beschäftigungseffekte</li> </ul> |
| <b>Finanz- und Steuerpolitik</b>  |   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Privatisierungen und New Public Management</li> <li>• Rückführung der Staatsquote auf den Stand 1990</li> <li>• Neues Steuersystem und neuer Finanzausgleich</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Verbesserte Leistungsanreize</li> <li>• Günstigere Finanzierung privater Investitionen</li> <li>• Breiteres Angebot an Risikokapital erleichtert Unternehmungsgründungen</li> </ul>  |



DIE RUHE VOR DEM NÄCHSTEN STURM ÜBER DEM BANKENPLATZ GENIESSEN  
BALAZS HARASTA UND  
FRITZ STAHEL (LINKS),  
ECONOMIC RESEARCH .

Foto: Thomas Schuppiesser

# KEIN STEIN BLEIBT

Seit 1990 ist die Zahl der Finanzinstitute um einen Viertel geschrumpft. Mobilere Kunden und elektronische Neuerungen werden den Bankenplatz Schweiz weiter in Bewegung halten.

**VON BALAZS HARASTA  
UND FRITZ STAHEL,  
ECONOMIC RESEARCH**

Vor etwa zehn Jahren begann in der Schweizer Bankenlandschaft ein Strukturereinigungsprozess, wie man ihn vorher nicht gekannt hat. Die Zahl der Finanzinstitute hat sich um einen Viertel von 495 Ende 1990 auf 372 im vergangenen Jahr

reduziert. Und die Filialen verringerten sich um etwa 30 Prozent von 4161 auf 2873. Dabei war vor allem die Gruppe der Regionalbanken und Sparkassen betroffen. Die Bankendichte liegt allerdings immer noch über dem internationalen Durchschnitt. Die Zahl der im Inland beschäftigten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter nahm bis Ende 1997 um etwa zehn Prozent ab, doch der Trend scheint gebrochen: Der Personalbestand erhöhte sich in den letzten beiden Jahren wieder leicht (siehe

Grafik Seite 45). Dass die Grossbanken mittlerweile gut zwei Drittel der Bilanzsumme beanspruchen, liegt in erster Linie an deren Expansion im Ausland. Wie die Tabelle auf Seite 46 zeigt, haben sich die Marktanteile im Inland gemäss SNB-Statistik nicht wesentlich verschoben. Der skizzierte Strukturwandel hatte verschiedene Ursachen, die alle mehr oder weniger gleichzeitig auftraten:

- Als Folge der Rezession Anfang der Neunzigerjahre konnten viele KMUs ihren



Kreditverpflichtungen nicht mehr nachkommen.

- Die Immobilienkrise sorgte für einen drastischen Preisrückgang der Liegenschaften und eine Verschärfung der Risikosituation im Hypothekarbereich.
- Nachdem die Kartellkommission die Aufhebung wichtiger Absprachen zwischen den Banken verfügt hatte, verschärften sich Wettbewerb und Margendruck.

Mit Massnahmen wie Kosten senken oder teilen, bestehende Kundenpotenziale besser ausschöpfen, Differenzierung durch Servicequalität oder Vorstoss in ergänzende Geschäftsbereiche haben die Banken auf die Erosion der Margen reagiert und sich neu strukturiert.

### Technik vereinfacht Beziehungen

Auch heute stehen die Finanzinstitute vor tiefgreifenden Veränderungen oder sind bereits damit konfrontiert. Die rasante technologische Entwicklung lässt neue Geschäftsfelder entstehen und ermöglicht es dem Kunden, einfacher und bequemer mit seiner Bank in Verbindung zu treten. Begriffe wie e-banking, phone banking und seit neuestem m-banking (Abwicklung der Bankgeschäfte über das Handy) sind dabei allgegenwärtig. Über Internet können die Finanzinstitute völlig neue Dienste offerieren. Die Credit Suisse bietet zum Beispiel mit yourhome (siehe S. 58–61) ein umfassendes Werkzeug zur Wohnungs- und Immobilienplanung via Internet an.

Doch nicht nur die Schnittstelle zwischen Bank und Kunden verändert und verbessert sich. Die Informatik erlaubt es auch, Abläufe erheblich zu vereinfachen. So können Börsen- oder Zahlungsaufträge schneller abgewickelt werden. Die Fehlerquellen der manuellen Bearbeitung werden verringert, es fallen weniger Kosten an. Die neuen Technologien ermöglichen es neuen Anbietern, auf dem Markt aktiv zu werden. Die wachsende Zahl von Online-Brokern ist ein gutes Beispiel dafür. Der technologische Fortschritt wird

die Konkurrenzsituation weiter verschärfen. Gleichzeitig wandeln sich die Kundenbedürfnisse. Blieb man früher einem Finanzinstitut ein Leben lang treu, ist man heute wesentlich mobiler.

### Kunden bleiben nicht mehr treu

Während die Loyalität sinkt, steigt der Wunsch nach höherer Performance, weil immer breitere Kreise an den steigenden Börsenkursen teilhaben wollen. Das früher so sehr geschätzte Sparbuch wird zunehmend durch andere Formen der Geldanlage konkurrenziert. Besonders

Anlagefonds erleben einen regelrechten Boom. Letztes Jahr flossen den in der Schweiz zugelassenen Fonds netto 64 Milliarden Franken zu – rund neunmal so viel wie 1990. Vor diesem Hintergrund verliert das klassische Bankgeschäft, also die Annahme von Einlagen und die Vergabe von Krediten, weiter an Bedeutung.

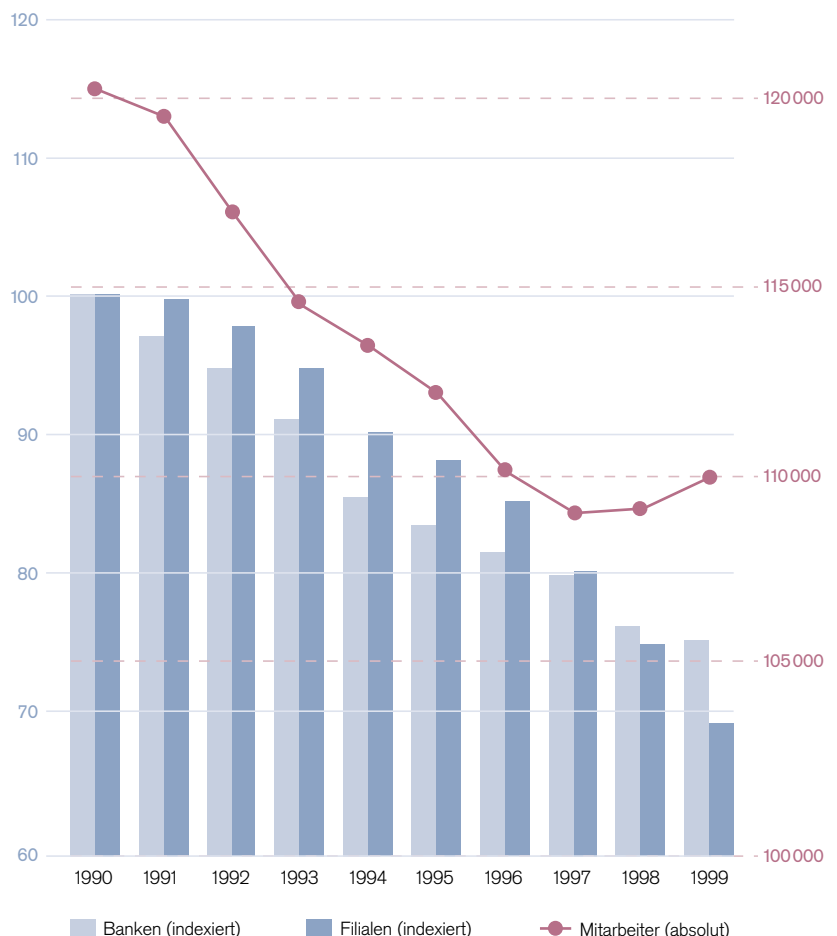
Die Kundinnen und Kunden werden nicht nur anspruchsvoller; sie sind auch besser informiert. Sie wollen nicht nur zwischen den Angeboten der eigenen Bank auswählen können, sondern möchten das beste Produkt auf dem Markt überhaupt.

## STERBEN DIE BANKEN AUS?

Während Ende 1990 in der Schweiz noch 495 Geldinstitute mit 4161 Filialen um das Wohl ihrer Kundinnen und Kunden besorgt waren, deckten im vergangenen Jahr 372 Banken mit 2873 Filialen die Bedürfnisse des Publikums ab. Die Zahl der Beschäftigten schrumpfte bis 1997 um etwa zehn Prozent.

Anz. Banken/Filialen (1990=100)

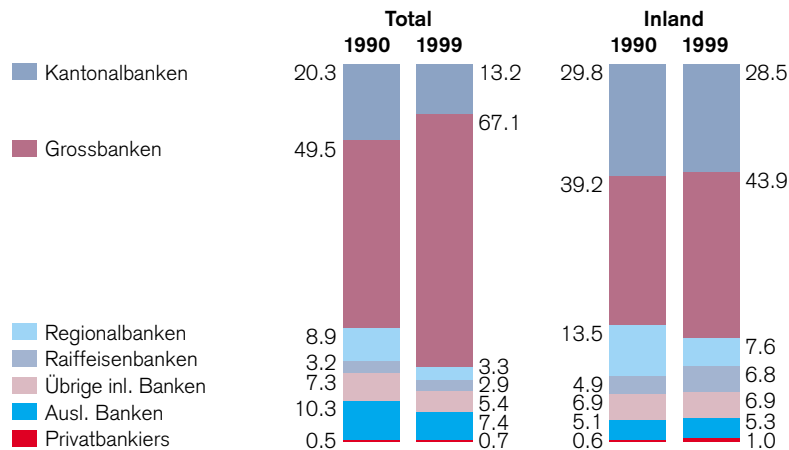
Anz. Mitarbeiter



Quelle: SNB. Die Banken in der Schweiz

## DIE GROSSEN WERDEN GRÖßER

Zwischen 1990 und 1999 haben die Schweizer Grossbanken vor allem international stark expandiert und beanspruchen heute gut zwei Drittel der Bilanzsumme (Total der Aktiven im In- und Ausland).



Quelle: SNB. Die Banken in der Schweiz

So bieten immer mehr Finanzinstitute auch Fremdprodukte an. Zudem schätzen es die Kunden, auf eine umfassende Beratung zurückgreifen zu können. Sie möchten nicht nur über Bankprodukte, sondern über alle Finanzangelegenheiten (Vorsorge, Versicherungen, Immobilien, Steuern, Erbschaft) beraten werden. Das Wealth Management gewinnt daher immer mehr an Bedeutung.

### Internationaler Druck nimmt zu

Die Tätigkeit der Banken in der Schweiz wird zunehmend auch durch internationale Entwicklungen beeinflusst. Mit der Globalisierung der Finanzmärkte und entsprechenden Liberalisierungsschritten gewinnen andere Bankenplätze an Bedeutung. Der Euro wirkt als Katalysator für die Schaffung eines einheitlichen Finanzraumes in der EU und verändert nicht zuletzt die europäische Börsenlandschaft grundlegend.

Im Kampf gegen die Geldwäscherei wird international zunehmend kooperiert. Es entsteht ein immer engmaschigeres Netz von Abwehrmassnahmen. Die Schweizer Bankinstitute leisten hier seit langem einen wichtigen Beitrag. Neuer-

dings zeichnet sich ebenfalls im steuerlichen Bereich weltweit eine wachsende Zusammenarbeit ab. Bei Steuerbetrug gewährt die Schweiz schon heute internationale Rechtshilfe. Die Steuerhinterziehung möchten OECD und Europäische Union

mit einem international verstärkten Informationsaustausch eindämmen. Für die Schweiz steht das Bankkundengeheimnis jedoch nicht zur Disposition. Eine griffige Quellensteuerregelung kann den gleichen Zweck erfüllen.

Die umfassenden Anpassungen der Neunzigerjahre und eine deutlich verbesserte Konjunktur lassen für den Strukturbereinigungsprozess eine kurze Verschnaufpause erwarten. Der Aufbau elektronischer Vertriebskanäle verschlingt allerdings enorme Summen. Gleichzeitig verteuert das veränderte Kundenverhalten die Refinanzierung. Zudem besteht die Gefahr, dass die Banken im Kampf um Marktanteile mit der Zeit wieder zu hohe Risiken eingehen. Und früher oder später wird sich auch das wirtschaftliche Umfeld verhärten. Vor diesem Hintergrund sind im laufenden Jahrzehnt weitere Strukturanpassungen unumgänglich. Dabei sind kleinere Finanzinstitute besonders gefordert. Aus Kostengründen steigt die kritische Grösse.

Fritz Stahel, Telefon 01 333 32 84

fritz.stahel@credit-suisse.ch

### POSTBANK ANTE PORTAS?

Seit der organisatorischen Trennung von Swisscom und Post müssen beide Einheiten auf eigenen Füßen stehen; interne Quersubventionierungen sind nicht mehr möglich. Aus betriebswirtschaftlichen Überlegungen ist daher verständlich, dass die Post – nebst einer Senkung der Kosten – nach neuen Einnahmequellen Ausschau hält. Zu diesem Zweck hat die Postfinance in den letzten Jahren um ihren traditionellen Zahlungsverkehr herum das Angebot an Finanzdienstleistungen zielstrebig ausgebaut. Nun soll gar eine Postbank daraus werden, die nicht nur Kundengelder entgegennimmt, sondern auch Kredite gewährt.

Auch in einem Land mit bereits hoher Bankendichte ist das Auftreten eines neuen Konkurrenten nicht a priori fragwürdig. Dennoch: Führung als eigenständiges Institut, Verzicht auf eine Staatsgarantie und Unterstellung unter die Spielregeln des Bankengesetzes ist das Minimum, was zur Vermeidung von Wettbewerbsverzerrungen gefordert werden muss. Problematisch ist nicht zuletzt die umfassende Starthilfe in Form von Eigenkapital aus der Bundeskasse. Konkrete Vorschläge werden im Herbst erwartet. Das Parlament wird sich vor allem die Frage stellen müssen, ob auch auf rein privater Basis wirklich jemand bereit wäre, so massiv neu ins Retail Banking einzusteigen.

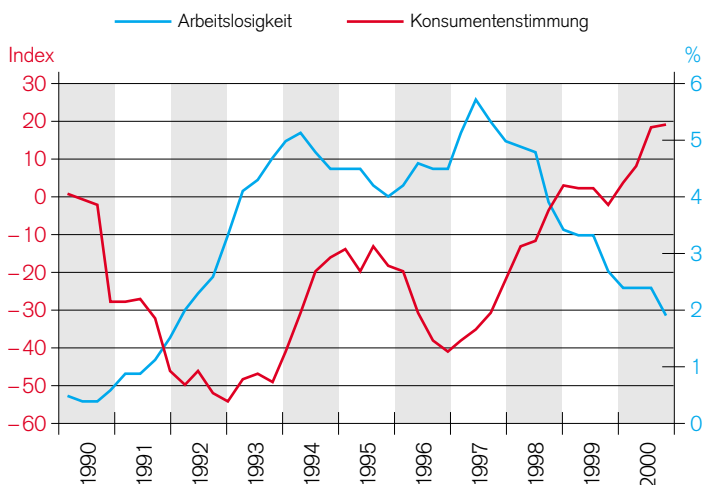
# UNSERE PROGNOSEN ZUR KONJUNKTUR

## DER AKTUELLE CHART:

### KONSUM ZIEHT AN

Die private Konsumlust ist kaum gebrochen. Der Schweizer Export profitiert immer noch von der markanten US-Dollar-Stärke. In den vergangenen Jahren wurden nur Kapazitäten in den Produktionsanlagen und nicht beim Personal aufgebaut. So erstaunt es nicht, dass die neuerliche Nachfrage nach Arbeitskräften auf einen leer gefegten Arbeitsmarkt trifft. Die Arbeitslosigkeit liegt, je nach Branche oder Region, bereits jetzt teilweise bei einem Prozent.

CREDIT SUISSE



## SCHWEIZER KONJUNKTURDATEN:

### SCHWEIZER WIRTSCHAFT IST GESUND

Der Schweizer Wirtschaft geht es sehr gut. Mit einem BIP-Wachstum von mindestens drei Prozent wird 2000 das stärkste Konjunkturjahr seit 1990 sein. Sowohl die inländische Nachfrage als auch die Exporte sind sehr robust. Der private Konsum zeigt keine Ermüdungserscheinungen. Auch die Bautätigkeit löst sich zusehends aus ihrer langjährigen Stagnation.

CREDIT SUISSE

|                               | 2.00 | 3.00  | 4.00  | 5.00 | 6.00 |
|-------------------------------|------|-------|-------|------|------|
| Inflation                     | 1.6  | 1.5   | 1.4   | 1.6  | 1.9  |
| Waren                         | 3    | 3.1   | 2.8   | 3    | 3.7  |
| Dienstleistungen              | 0.6  | 0.3   | 0.4   | 0.5  | 0.5  |
| Inland                        | 0.8  | 0.5   | 0.6   | 0.8  | 0.7  |
| Ausland                       | 4.4  | 4.7   | 4     | 4.2  | 5.3  |
| Detailhandelsumsätze (real)   | 2.7  | -3.1  | 1.4   | 5    |      |
| Handelsbilanzsaldo (Mrd. CHF) | 0.03 | -0.38 | -0.22 | 0.16 | 0.05 |
| Güterexporte (Mrd. CHF)       | 10.4 | 11.3  | 9.2   | 11.6 | 10.3 |
| Güterimporte (Mrd. CHF)       | 10.3 | 11.7  | 9.5   | 11.4 | 10.3 |
| Arbeitslosenquote             | 2.4  | 2.3   | 2.1   | 1.9  | 1.8  |
| Deutschschweiz                | 1.9  | 1.8   | 1.7   | 1.6  | 1.5  |
| Romandie und Tessin           | 3.8  | 3.4   | 3.1   | 2.9  | 2.7  |

## BIP-WACHSTUM:

### EUROZONE IM AUFWIND

Die wirtschaftlichen Aussichten für Europa waren seit zehn Jahren nicht mehr so gut wie heute. Schwacher Euro und kräftiges Wirtschaftswachstum in den USA beleben die Wirtschaft der Eurozone. Exporte sind eine wichtige konjunkturelle Triebfeder. Dieses Jahr lässt eine BIP-Zuwachsrate für die Eurozone von 3,5 Prozent erwarten. Das nächste Jahr wird leicht schwächer verlaufen.

CREDIT SUISSE

|                 | Durchschnitt<br>1990/1999 | 1999 | Prognosen |      |
|-----------------|---------------------------|------|-----------|------|
|                 |                           |      | 2000      | 2001 |
| Schweiz         | 0.9                       | 1.7  | 3.3       | 2.8  |
| Deutschland     | 3.0                       | 1.4  | 3.2       | 3.4  |
| Frankreich      | 1.7                       | 2.6  | 3.9       | 3.6  |
| Italien         | 1.3                       | 1.2  | 3.0       | 3.2  |
| Grossbritannien | 1.9                       | 1.9  | 3.1       | 2.9  |
| USA             | 3.1                       | 4.1  | 4.6       | 3.5  |
| Japan           | 1.7                       | 0.6  | 1.0       | 1.5  |

## INFLATION:

### INFLATIONSANGST STEIGT

Da die Inflationsraten in den Industrieländern wieder gestiegen sind und der Erdölpreis auf 30 US-Dollar pro Barrel erhöht wurde, kann ein inflationsfreies Wirtschaftswachstum nicht erwartet werden. In den USA geht der Druck vom angespannten Arbeitsmarkt aus. Im Euroland wird die Kerninflation wegen der Produktivitätsfortschritte und der restriktiven Geldpolitik nicht hochschnellen.

CREDIT SUISSE

|                 | Durchschnitt<br>1990/1999 | 1999 | Prognosen |      |
|-----------------|---------------------------|------|-----------|------|
|                 |                           |      | 2000      | 2001 |
| Schweiz         | 2.3                       | 0.7  | 1.6       | 1.8  |
| Deutschland     | 2.5                       | 0.6  | 1.9       | 2.0  |
| Frankreich      | 1.9                       | 0.5  | 1.7       | 1.5  |
| Italien         | 4.0                       | 1.7  | 2.4       | 2.1  |
| Grossbritannien | 3.9                       | 2.3  | 2.4       | 2.6  |
| USA             | 3.0                       | 2.2  | 3.1       | 2.6  |
| Japan           | 1.2                       | -0.3 | -0.1      | 0.3  |

## ARBEITSLOSENQUOTE:

### USA: ANGESPANNT LAGE

Die Lage am US-Arbeitsmarkt ist angespannt. Obwohl im April die Arbeitslosenquote erstmals seit 1970 die Vier-Prozent-Grenze leicht unterschritten hat, wurden im Mai nach vierjährigem Unterbruch im privaten Sektor Stellen abgebaut. Die hohe Nachfrage nach Arbeitskräften beschleunigte das Lohnwachstum. Entsprechend zog auch die Inflation an.

CREDIT SUISSE

|                 | Durchschnitt<br>1990/1999 | 1999 | Prognosen |      |
|-----------------|---------------------------|------|-----------|------|
|                 |                           |      | 2000      | 2001 |
| Schweiz         | 3.4                       | 2.7  | 1.9       | 1.9  |
| Deutschland     | 9.5                       | 10.5 | 9.6       | 9.0  |
| Frankreich      | 11.2                      | 11.0 | 9.6       | 8.4  |
| Italien         | 10.9                      | 11.9 | 10.7      | 9.9  |
| Grossbritannien | 7.3                       | 4.3  | 4.5       | 4.5  |
| USA             | 5.7                       | 4.2  | 4.1       | 4.2  |
| Japan           | 3.1                       | 4.8  | 4.9       | 5.5  |



«DIE VORBEHALTE GEGENÜBER  
DEM SHAREHOLDER VALUE  
SIND UNBERECHTIGT», MEINEN  
ADRIANO LUCATELLI (LINKS)  
UND ROGER M. KUNZ VOM  
ECONOMIC RESEARCH.



Foto: Thomas Schuppiesser

# DIE MÄR VOM BÖSEN WOLF

Der «Shareholder Value» ist in Europa zum Schimpfwort verkommen. In den USA geht man damit unverkrampfter um.

**VON ROGER M. KUNZ  
UND ADRIANO LUCATELLI,  
ECONOMIC RESEARCH**

Wer den Shareholder Value propagiert, ist ein rücksichtsloser Egoist, der kurzfristige und kurzsichtige Gewinnmaximierung über die langfristigen Bedürfnisse der Gemeinschaft stellt. Diese weit verbreitete Ansicht wird dem Konzept des Shareholder Value nicht gerecht. Der richtig verstandene Shareholder-Value-Ansatz sieht nicht über die Forderungen anderer Anspruchsgruppen einer Unternehmung hinweg.

Der Begriff «Shareholder Value» stammt ursprünglich aus der amerikanischen Management-Literatur. Sein «Vater» ist Alfred Rappaport. Das Shareholder-Value-Konzept basiert auf einer Reihe von grundsätzlichen Überlegungen: Unternehmen werden aufgrund aller zukünftigen Erträge bewertet. Diese werden anhand von risikogerechten Marktrenditen in heutige Werte umgerechnet. So genannte Werttreiber werden identifiziert, und schliesslich wird die Maximierung des Aktionärsvermögens, der Shareholder Value, als einziges Unternehmensziel postuliert.

Im Gegensatz zu den USA, wo der Ausdruck Shareholder Value mit positiven Vorstellungen in Verbindung gebracht wird, bestehen in Europa weit verbreitete Vorbehalte gegenüber diesem Konzept. Die zentrale Ausrichtung auf die Aktionäre ist der Stein des Anstosses.

## **Stakeholder Value als Alternative?**

Der so genannte «Stakeholder-Value»-Ansatz wird als Alternative vorgeschlagen. Dieser soll die Bedürfnisse sämtlicher Anspruchsgruppen einer Unternehmung berücksichtigen. Die Unternehmung wird als

Zusammenschluss verschiedenster Interessengruppen (Eigen- und Fremdkapitalgeber, Mitarbeiter, Kunden, Staat) betrachtet. All diesen Gruppierungen soll bei der Zielbildung und Erfolgsmessung des Unternehmens ein Mitspracherecht eingeräumt werden.

Diese Idee ist mit zahlreichen Problemen verknüpft. Da letztlich alle irgendwie von Unternehmensentscheiden betroffen sein können, kommt es zu einem unüberblickbaren Forderungskatalog. Ziele, die unklar sind oder zueinander im Widerspruch stehen, können nicht eindeutig definiert, geschweige denn angestrebt werden. Der Konflikt zwischen Umweltschutz und der Erhaltung von Arbeitsplätzen in einer Firma, die die Umwelt mit Schadstoffen belastet, ist ein Beispiel dafür.

Offen bleibt auch die Frage, woraus sich Ansprüche ableiten lassen, die über gesetzliche Vorschriften und vertragliche Vereinbarungen hinausgehen. Entweder würde das Management aufgrund seines Informationsvorteils und seiner Verfügungsmacht über das Unternehmen zur obersten Entscheidungsinstanz, oder das Unternehmen verlöre seine Handlungsfähigkeit. Die faktische Aushöhlung des Eigentums- und Verfügungsrechts der Aktionäre untergräbt die marktwirtschaftliche Ordnung. Mangels finanzieller Anreize würde kaum jemand mehr Risikokapital zur Verfügung stellen.

### Aktionäre brauchen Mitarbeiter

Der alleinigen Ausrichtung auf die Interessen der Aktionäre wird vorgeworfen, sie führe zu einem kurzfristigen Gewinnstreben, das vor allem zulasten der Arbeitnehmer gehe. Gerade das Beispiel USA zeigt aber, dass eine gute Aktienperformance nicht durch einen Abbau von Arbeitsplätzen erkaufte werden muss (siehe Grafik). Seit 1980 hat sich der Dow-Jones-Index mehr als verzehnfacht. Gleichzeitig ist die Beschäftigung Jahr für Jahr gestiegen.

Dieses Ergebnis ist nicht zufällig. Wenn die Aktienkurse eines Unternehmens nach

der Ankündigung eines Stellenabbaus steigen, so liegt das daran, dass das Management die bestehenden oder sich abzeichnenden Probleme lösen will. Die noch viel unerfreulichere Alternative wäre, das gesamte Unternehmen und damit deutlich mehr Arbeitsplätze zu gefährden. Wenn ein Stellenabbau an sich die Aktionäre reicher machte, müssten sie logischerweise alle Angestellten entlassen. Damit ist der Unsinn dieser Überlegung offensichtlich: Die Aktionäre sind auf die Mitarbeiter angewiesen, denn ohne sie können sie gar keinen Mehrwert erzielen.

Es mag paradox erscheinen: Gerade die formal uneingeschränkte Verfügungsmacht der Aktionäre führt dazu, dass alle Interessen automatisch mitberücksichtigt werden. Das Shareholder-Value-Konzept ist aufgrund der Betrachtung aller zukünf-

tigen Erträge langfristig ausgerichtet, und nicht ausschliesslich auf kurzfristige Gewinne. Nur erfolgreiche Unternehmen können hohe Löhne, sichere und attraktive Arbeitsplätze, zufriedene Kunden und Lieferanten, niedrige Umweltbelastung gewährleisten. Erfolg haben schliesslich nur diejenigen Unternehmen, die sich laufend den Wünschen des Marktes anpassen.

**Das Economic Briefing Nr. 17, «Shareholder Value – Viel mehr als ein Schlagwort» kann mit beiliegendem Talon bestellt werden.**

Roger M. Kunz, Telefon 01 333 58 85

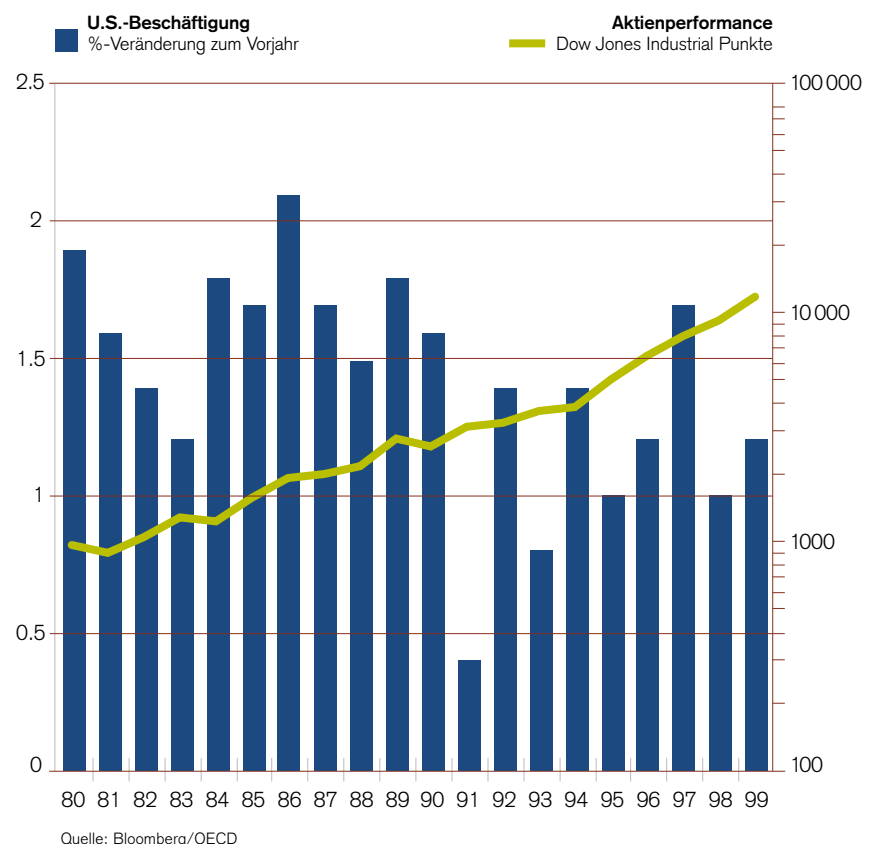
roger.m.kunz@credit-suisse.ch

Adriano Lucatelli, Telefon 01 333 23 07

adriano.lucatelli@csg.ch

## AKTIONÄRE PROFITIEREN NICHT VON JOBKILLERN

Eine gute Aktienperformance muss nicht mittels Arbeitsplatzabbau erkaufte werden. Mit dem Dow-Jones-Index ist in den USA auch die Beschäftigung stetig gestiegen.



# Aktiv an den Finanzmärkten teilnehmen.

Und was ist Ihr Ziel?

Der richtige Partner gibt Ihnen die Gelassenheit zu wissen, dass Ihr Geld rentabel angelegt ist.

Einer, der Ihre Ziele kennt und auch das richtige Angebot hat, um diese zu erreichen.

Der Lösungen kennt, um Sie und Ihre Familie finanziell abzusichern. Der sich um Ihr Geld kümmert, als wäre es sein eigenes.

Der in allen Weltmärkten zuhause ist. Der Tag und Nacht Ihre [Anlagefonds](#) und [Vorsorgeprodukte](#) überwacht und wenn nötig handelt. Damit Sie sich heute und auch in Zukunft um Wichtigeres kümmern können.

Wenn Sie Ihr Ziel schneller und einfacher erreichen wollen, rufen Sie an: 0800 80 11 80.



# UNSERE PROGNOSEN ZU DEN FINANZMÄRKTEN

## GELDMARKT:

### EZB UND FED ERHÖHEN ZINSEN

Die aktuelle Inflation und das starke BIP-Wachstum in den USA lassen eine weitere Zinserhöhung des Federal Reserve um 50 Basispunkte erwarten. Im Euroland zeichnet sich in den nächsten zwölf Monaten eine Zinserhöhung der Europäischen Zentralbank (EZB) um 25 Basispunkte ab. Motiviert wird dies durch die gute Wirtschaftsdynamik.

CREDIT SUISSE

|                 | Ende 99 | 7.00 | Prognosen |         |
|-----------------|---------|------|-----------|---------|
|                 |         |      | 3 Mte.    | 12 Mte. |
| Schweiz         | 2.11    | 3.45 | 3.5       | 3.8     |
| EU-11           | 3.34    | 4.63 | 4.8       | 4.8     |
| Grossbritannien | 6.09    | 6.19 | 6.3       | 6.3     |
| USA             | 6.18    | 6.74 | 7.0       | 7.3     |
| Japan           | 0.49    | 0.20 | 0.2       | 0.6     |

## OBLIGATIONENMARKT:

### VOLATILE RENDITEN

Aufgrund der noch nicht abgeschlossenen Zinserhöhungsrunde in den USA und in der Eurozone ist mit einer Belastung der Bondmärkte zu rechnen. Das nächste Quartal lässt anziehende Obligationenzinsen erwarten. Im Jahreshorizont werden der Zinserhöhungszyklus abgeschlossen und die Inflationsängste abgeflaut sein. Die Bondrenditen werden wieder tiefer tendieren.

CREDIT SUISSE

|                 | Ende 99 | 7.00 | Prognosen |         |
|-----------------|---------|------|-----------|---------|
|                 |         |      | 3 Mte.    | 12 Mte. |
| Schweiz         | 3.51    | 3.80 | 4.1       | 4.3     |
| Deutschland     | 5.34    | 5.25 | 5.3       | 5.1     |
| Grossbritannien | 5.48    | 5.14 | 5.1       | 5.1     |
| USA             | 6.43    | 6.00 | 6.0       | 5.8     |
| Japan           | 1.69    | 1.77 | 2.1       | 2.8     |

## WECHSELKURSE:

### FRANKEN LEBT AUF

Der Zinsschritt der Schweizerischen Nationalbank (SNB) Ende März liess den Franken aufleben. Es wurde klar, dass sich die SNB von der EZB löst. Dies wertete den Franken gegenüber dem Euro auf. Längerfristig zeichnet sich eine geringfügige Abwertung der Schweizer Währung ab, weil die Inflationsentwicklung in der Schweiz etwas ungünstiger verlaufen dürfte als im Euroland.

CREDIT SUISSE

|          | Ende 99 | 7.00 | Prognosen |         |
|----------|---------|------|-----------|---------|
|          |         |      | 3 Mte.    | 12 Mte. |
| CHF/EUR* | 1.60    | 1.55 | 1.56      | 1.58    |
| CHF/GBP  | 2.59    | 2.53 | 2.48      | 2.36    |
| CHF/USD  | 1.60    | 1.67 | 1.63      | 1.50    |
| CHF/JPY  | 1.56    | 1.53 | 1.48      | 1.42    |

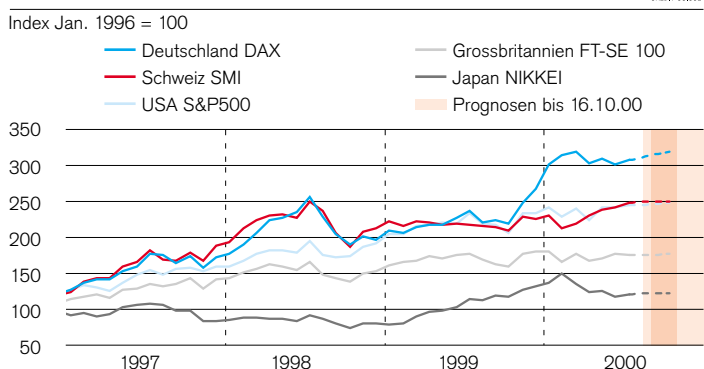
\* Umrechnungskurse: DEM/EUR 1.956; FRF/EUR 6.559; ITL/EUR 1936

## INTERNATIONALE BÖRSEN:

### ZINSÄNGSTE BELASTEN DEN MARKT

Zinserhöhungen der EZB und des Fed schürten Zinsängste und Sorgen über mögliche Gewinneinbussen infolge der zu erwartenden Konjunkturverlangsamung. Korrekturen der Technologie-, Media- und Telekommunikationswerte in Übersee lösten Gewinnmitnahmen in der Eurozone aus. Vorübergehende Korrekturphasen sind nicht auszuschliessen. Asiens Börsen bröckelten unter den schlechten US-Vorgaben. Im Jahreshorizont werden sich die Märkte festigen.

CREDIT SUISSE



## EUROPÄISCHE BÖRSEN:

### DEFENSIVE SEKTOREN FAVORISIEREN

Die Binnennachfrage in Europa zieht an, und Strukturreformen werden nun in Angriff genommen. Der Finanzsektor sollte von dieser Konstellation profitieren können. Gegen Jahresende könnten bei zyklischen Werten zur Angst vor Zinserhöhungen Zweifel an den Gewinnprognosen hinzukommen. Defensive Titel, zum Beispiel aus der Pharma- oder Versorgerbranche, stehen daher im Vordergrund.

CREDIT SUISSE

|                       | Ende 1999 | 7.00 | Prognosen  |                        |        |                     |         |
|-----------------------|-----------|------|------------|------------------------|--------|---------------------|---------|
|                       |           |      | KGW 2000 E | Gewinn-wachstum 2000 E | 2001 E | Div.-Rendite 2000 E | 12 Mte. |
| DJ Europe Stoxx Index | 379       | 395  | 24.7       | 17.2                   | 13.3   | 2.0                 |         |
| Banken                | 367       | 369  | 13.5       | 12.8                   | 12.8   | 2.8                 | ...     |
| Energie               | 343       | 355  | 17.4       | 57.4                   | 0.5    | 2.5                 | ..      |
| Financial Services    | 303       | 329  | 16.1       | 12.0                   | 10.5   | 2.3                 | ...     |
| Industrie             | 335       | 324  | 19.8       | -0.7                   | 15.7   | 1.9                 | .       |
| Medien                | 486       | 540  | 67.8       | -8.8                   | 37.0   | 1.2                 | .       |
| Pharma                | 396       | 442  | 26.4       | 18.0                   | 13.9   | 1.3                 | ...     |
| Technologie           | 894       | 1134 | 54.6       | 57.9                   | 32.1   | 0.4                 | ...     |
| Telekommunikation     | 788       | 762  | 43.0       | 13.4                   | 14.5   | 1.1                 | .       |
| Versicherungen        | 394       | 435  | 21.4       | 16.2                   | 16.1   | 1.5                 | ...     |
| Versorger             | 284       | 297  | 18.3       | -7.2                   | 9.1    | 3.0                 | ...     |
| Zyklische Konsumgüter | 300       | 296  | 23.0       | 25.7                   | 21.5   | 1.6                 | ...     |

Gegenüber dem Sektor  
 • unterdurchschnittliche Performance  
 .. Marktpformance  
 ... überdurchschnittliche Performance  
 E hinter der Jahreszahl steht für «Expected»

# E-BUSINESS



THOMAS WELLAUER: «IN ZEHN JAHREN IST  
DAS INTERNET SO INTEGRIERT WIE DAS TELEFON.»

**INTERVIEW: CHRISTIAN PFISTER,  
REDAKTION BULLETIN**

**CHRISTIAN PFISTER** Wann wurde Ihnen bewusst, dass das Internet eine Revolution auslösen wird?

**THOMAS WELLAUER** Was das Internet vermag, erlebte ich, als ich vor einigen Jahren erstmals selber durchs Netz surfte. Im Nu hatte ich Zugang zu einer immensen Fülle an Informationen. Das faszinierte mich, war aber noch nicht das eigentliche Aha-Erlebnis. Dies folgte, als innerhalb kurzer Zeit zwei Menschen, die mir nahestehen und sich nicht speziell für neue Technologien interessieren, anfangen, mit dem Netz zu arbeiten: meine Frau und mein Vater. Meine Frau tätigte plötzlich Einkäufe übers Netz; und mein Vater, der über siebzig Jahre alt ist, begann, mir E-Mails zu schicken und seine Reisen übers Netz zu buchen. Die zwei zeigten mir das Potenzial des neuen Mediums – und dessen atemberaubend schnelle Verbreitung.

**C.P.** Welches sind die grössten Gefahren, die auf das E-Business der Credit Suisse Group lauern?

**T.W.** Wir gehörten zu jenen in der Branche, die früh neue Produkte und Geschäftsmodelle im Netz etablierten. Zu den «First Movers» zu gehören war ein unternehmerischer Entscheid. Und jeder unternehmerische Entscheid birgt Risiken. Wenn sich das Umfeld massiv ändert, entstehen

## «JETZT IST DIE PI

Die Beobachterrolle liegt Thomas W  
E-Business möchte mit seinen Team

Chancen, sich als Unternehmen im Markt zu differenzieren. Die Gefahr ist allerdings gross, dass man auf die falsche Karte setzt. Doch im Falle des E-Business, das in der Credit Suisse Group seit Anfang Juli in einer eigenen Geschäftseinheit zusammengefasst ist, sind für mich die Risiken kalkulierbar.

**C.P. Warum sind Sie so sicher?**

**T.W.** Ob sich die Internet-Technologie durchsetzen wird, war noch vor kurzer Zeit ein Thema. Heute bestehen keine Zweifel mehr – die Frage ist nur noch, wie man die Technologie einsetzt.

**C.P. Sie rechnen also nicht damit, Lehrgeld zu bezahlen?**

**T.W.** Dass auch wir Fehler machen, ist für mich klar. Das ist immer so, wenn man zu den Vorreitern gehört. Da kann es passieren, dass wir in Technologien investieren, die sich nicht durchsetzen werden, oder unsere Gelder nicht effizient genug einsetzen. Diese Risiken sind aber überschaubar.

**C.P. Wäre denn Abwarten und Tee trinken nicht die bessere Taktik?**

**T.W.** E-Business bedeutet für mich mehr als die Anwendung einer neuen Technologie. Es ist eine neue Art und Weise, wie sich das Verhältnis zum Kunden gestalten wird. Es wäre eine Illusion zu meinen, wir könnten uns zurücklehnen und mal

schauen, was passiert, um dann ins Business einzusteigen – in der Ansicht, jetzt habe man die Sache erlickt und sei vor Irrtümern gefeit. Das funktioniert unmöglich; eine Anlaufzeit braucht es immer. Wer früh unterwegs ist, zahlt zwar Lehrgeld. Aber das Risiko, überholt und abgehängt zu werden, ist viel grösser als das Risiko von Fehlinvestitionen.

**C.P. Experten gehen davon aus, dass unter den Internet-Firmen bald das grosse Sterben einsetzen wird. Warum wird dieses Schicksal das Credit Suisse e-Business nicht ereilen?**

**T.W.** Die Gefahr, von der Bildfläche zu verschwinden, droht vor allem den so genannten «dot-com-Firmen». Wie viele aus dem Rennen geworfen werden, kann ich nicht abschätzen. Wer aber wie die Credit Suisse Group eine ausgezeichnete Kundenbasis, eine starke Marke und vielerlei Möglichkeiten zur persönlichen Beziehung zu den Konsumenten im Handgepäck hat, der kann die Reise in die Zukunft mit viel Selbstvertrauen angehen. Wir haben weltweit rund 16 Millionen Kundinnen und Kunden – das ist unser Kapital.

**C.P. Was wird künftig in der Beziehung zum Kunden Erfolg bringen?**

**T.W.** Es gibt ein paar grundsätzliche Dinge, die auch das E-Business nicht verrückt. Erstens: Die persönliche Beziehung zur Kundschaft bleibt ein Erfolgsfaktor. Kundinnen und Kunden, die keine persönliche

Bezugsperson in einem Unternehmen haben wollen, werden in der Minderheit bleiben – virtuelle Welten hin oder her. Zweitens: Eine Institution muss vertrauenswürdig sein. Hier kommt die Marke, der Brand, ins Spiel. Eine Marke steht nicht nur für Produkte oder Dienstleistungen, immer mehr transportiert sie auch Werte, für die eine Firma einsteht. Diese Bedeutung wird zunehmen. Drittens: Unsere Marktforschungen haben klar gezeigt, dass unsere Kundinnen und Kunden weiterhin grössten Wert auf gute Beratung legen. Zwar wollen sie immer mehr vergleichen – auch mit Konkurrenzprodukten. Beratung ist und bleibt jedoch zentral.

**C.P. Ist das gut oder schlecht?**

**T.W.** Der Konsument wird im Internet dazu erzogen, dass er seine Bedürfnisse sofort befriedigen kann. Er gewöhnt sich daran, dass er rund um die Uhr eine Leistung einfordern kann. Ich erachte dies als riesige Chance. Wer sich darauf einzustellen vermag, was nicht einfach ist, verschafft sich Wettbewerbsvorteile.

**C.P. Seit Anfang Juli sind die Aktivitäten rund ums E-Business in einer eigenen Geschäftseinheit gebündelt. Was bringt das?**

**T.W.** Ursprünglich verfolgte jede Geschäftseinheit der Gruppe ihr eigenes E-Business. Das hatte sich bewährt; wir schafften dadurch in hoher Kadenz innovative und erfolgreiche Lösungen. Jetzt ist die Pionierphase vorbei. Es geht nicht mehr darum, da und dort etwas Spezielles zu liefern. Nun muss unser Ziel heissen, das ganze Unternehmen e-fähig zu machen.

**C.P. Wie soll das gehen?**

**T.W.** Drei Punkte entscheiden. Zum einen brauchen wir eine gemeinsame Architektur unserer Informationstechnologie; das ist eine riesige Herausforderung. Zum andern wollen wir effizienter werden; wir wollen den Rhythmus unserer Innovationen erhöhen. Indem wir alle unser Können rund ums E-Business bündeln, stellen wir sicher,

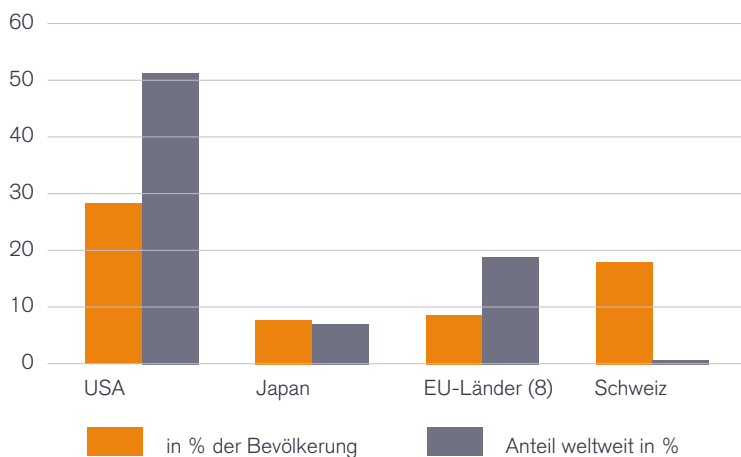
# ONIERPHASE VORBEI»

ellauer nicht. Der CEO der Credit Suisse  
s im Cyberspace die Nase vorn halten.



## SCHWEIZER SURFER SIND IN FAHRT

Im Hinblick auf die Nutzung der modernen Informations- und Kommunikationstechnologien kann sich die Schweiz sehen lassen. Die Internet-Gemeinde ist bereits gross und wächst schnell.



Quelle: Computer Industry Almanac

dass wir an den richtigen Themen und mit genügend Durchschlagskraft arbeiten. Zudem fällt so der Austausch von Know-how und Ideen leichter. Und drittens: Ich bin überzeugt, dass nur eine Unternehmenskultur, welche die Internet-Technologie und die Netz-Philosophie verinnerlicht hat, eine Firma wirklich nach vorne bringt. Deshalb ist eine wichtige Funktion des Credit Suisse e-Business, das Unternehmen e-fähig zu machen.

**C.P. Im Finanzdienstleistungssektor fliesst viel Geld ins Netz. Konkurrenzunternehmen kündigten Investitionen in Milliardenhöhe an. Wie viel setzen Sie für Ihre E-Business-Aktivitäten ein ?**

**T.W.** Unsere Philosophie weicht von derjenigen vieler Konkurrenten ab. Wir betrachten unser E-Business als integralen Teil unseres Geschäfts. Es ist daher praktisch unmöglich, die Beträge herauszulösen, die einzig in diese Tätigkeiten fliessen. Wir haben in den letzten Jahren kräftig in unsere Informationstechnologie investiert. Es ist müssig herauszudestillieren, was dabei die Aufwendungen für E-Business waren. Viele dieser Investitionen müssten eh erfolgen, um technologisch zu genügen.

Doch eins ist klar: Es geht auch bei uns um viel Geld. Dazu nur zwei Beispiele: In unsere Initiative «Personal Financial Services Europa» investierten wir einen dreistelligen Millionenbetrag und in unsere elektronische Plattform für eine neue Generation von Lebensversicherungen 300 Millionen Franken.

**C.P. Welche Rolle soll die Credit Suisse Group im Cyberspace spielen ?**

**T.W.** In allen Industrien entsteht die grösste Wertschöpfung an der Schnittstelle zum Kunden. Wir werden uns also weiterhin

auf Beratung und Kundenservice konzentrieren. Wenn es für den Kunden sinnvoll ist, bieten wir deshalb auch Produkte unserer Konkurrenz an. In erster Linie stellen wir aber die Produkte selber her. Erstens ist so die Profitabilität höher, zweitens wollen wir unsere Markenqualität und Innovationskraft auch mit eigenen Produkteleistungen festigen. Das stärkt unsere Glaubwürdigkeit. Wir stellen deshalb State-of-the-art-Produkte her und demonstrieren so, dass wir wissen, wovon wir sprechen.

**C.P. Der Management-Guru Peter Drucker hat unlängst geschrieben, dass wohl keine Branche im letzten Jahrhundert so wenig Innovationen hervorgebracht hat wie die Finanzdienstleister. Starten Sie mit einem Innovationshandicap in den Kampf um die Web-Klienten ?**

**T.W.** Es stimmt, Banken wie Versicherungen waren sehr lange wohlbehütet. Unser Markt war stark reguliert. Das schafft natürlich kein Klima, das Innovationen fördert. Das zeigt sich auch daran, dass wir die einzige Industrie sind, die keine Forschung und Entwicklung im eigentlichen Sinn betreibt. Es gibt Bereiche – denken Sie nur an die Chemie –, wo das Budget für Forschung und Entwicklung rund 15 Prozent des Umsatzes ausmacht. Das sind substanzielle Beträge. Banken und

## CREDIT SUISSE e-BUSINESS SCHAFFT JOBS IM CYBERSPACE

Die Credit Suisse Group gehörte in der Schweiz zu den Pionieren im Internet-Banking. Auf Juli dieses Jahres hat sie nun ihre internetbasierten Dienstleistungen in der neuen Geschäftseinheit Credit Suisse e-Business zusammengefasst. Diese sorgt bereits für «Good News». So baut sie mit Blue Window und der TA-Media ein gemeinsames Finanzportal im Internet auf. Das Portal ist ab Januar 2001 verfügbar; es soll News, Finanzinformationen, Beratung, Community-Funktionen und die Abwicklung von Börsengeschäften aus einer Hand abwickeln. Zudem wird die Credit Suisse e-Business in den nächsten Jahren 1000 neue Arbeitsplätze in Horgen ZH schaffen.

Versicherungen sind massiv gefordert, eine Innovations- und Risikokultur zu fördern. Ich betrachte einen Teil unseres Engagements im E-Business als unser Forschungs- und Entwicklungsbudget.

**C.P. Sie sprechen von einer neuen Kultur. Was heisst das für das Innenleben Ihres Unternehmens?**

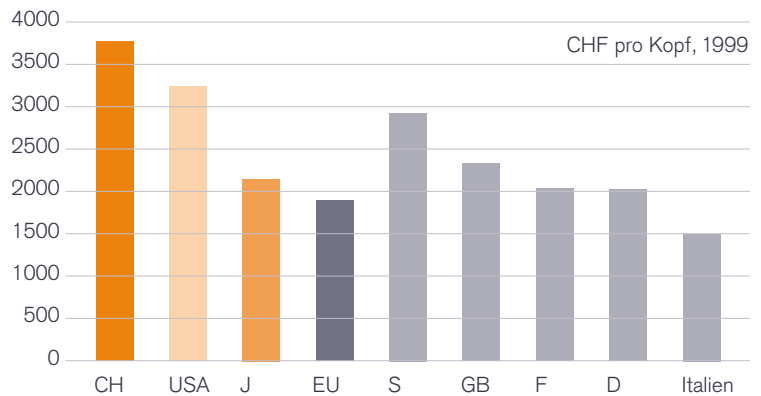
**T.W.** Wir müssen alle unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter teilhaben lassen an dem, was die Internet-Revolution bringt. Wir engagieren uns schon heute stark in der Aus- und Weiterbildung. Aber ich sehe Möglichkeiten, mehr zu machen. Das Internet bringt eine Veränderung der Denkweise. Das ist eine enorme Herausforderung – nicht nur für Unternehmen.

**C.P. Sondern?**

**T.W.** Es ist für unsere Volkswirtschaft entscheidend, dass unsere Kinder im Umgang mit den neuen Medien gut ausgebildet werden. Und da sehe ich Probleme. Die Schweiz war noch nie bereit, rasch auf neue Technologien zu reagieren. Ich bin Ingenieur und habe immer wieder gespürt: Unser Land ist im Vergleich zur angelsächsischen Welt eher technologiefeindlich eingestellt. Das können wir uns nicht leisten. Jetzt muss die Bildungspolitik sicherstellen, dass den neuen Entwicklungen Rechnung getragen wird.

## EIDGENOSSEN BEWEISEN KAUFLOST

Die Schweiz stellt sich der «New Economy». Die Ausgaben für Informations- und Kommunikationstechnologien je Einwohner liegen über jenen der Vereinigten Staaten und des E-Landes Schweden.



Quelle: European Informations Technology Observatory 2000

**C.P. Werden Ihre Kinder, wenn sie gross sind, ein anderes Kundenverhalten zeigen als Klienten heute?**

**T.W.** Meine Kinder werden in zehn bis fünfzehn Jahren erwachsen. Eine Prognose fällt über eine so lange Zeitspanne schwer. Doch betrachten wir die jungen Leute, die jetzt in die Arbeitswelt kommen. Sie zeigen, in welche Richtung es gehen könnte. Im Vergleich zu früher haben junge Menschen höhere Ansprüche an die Werthaltung eines Unternehmens. Das Gleiche lässt sich für Kundinnen und Kunden sagen. Heutzutage sind sie an-

spruchsvoller und informierter; sie verlangen mehr in Bezug auf Preis, Leistung und Qualität. Kunden wollen mehr vergleichen. Ob sich diese Entwicklung noch akzentuieren wird, kann ich heute nicht sagen.

**C.P. Noch widersteht die Mehrheit der Menschen den Verlockungen des E-Business. Wie sieht das in zehn Jahren aus?**

**T.W.** In zehn Jahren wird das Internet so in unseren Alltag integriert sein wie das Telefon. Alle werden es nutzen, niemand wird es mehr speziell beachten. Die Bedienung des Internets wird kinderleicht. Gleichzeitig werden komplexe Anwendungsmöglichkeiten zur Verfügung stehen, sodass wir übers Internet fast alles machen können. Die Logik ist immer die gleiche: Neue Technologien werden in ihrer Wirkung kurzfristig meist überschätzt und langfristig meist unterschätzt. Das ist auch jetzt nicht anders. Noch vor zwei Jahren wurden uns atemberaubende Wachstumsraten verheissen. Jetzt fällt der Blick nüchterner aus. Langfristig aber ist das Internet schlicht und einfach die schlagkräftigste Technologie. Und die beste Technologie hat sich schon immer durchgesetzt.



# 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**, Carabhaus, 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>

Wer sich unter [www.credit-suisse.ch/bulletin](http://www.credit-suisse.ch/bulletin) einklickt, erhält eine geballte Ladung an News, Fakten, Analysen und Interviews zu Wirtschaft, Gesellschaft, Kultur und Sport.

## DER GROSSE BRUDER SCHAUT DIR ZU

George Orwell hat zwar nicht vorausgesehen, dass dereinst ein Netz die Welt überspannen wird. Doch seine düstere Utopie der überwachten Gesellschaft ist näher gerückt, seit Surfer ahnungslos ihre digitalen Spuren im World Wide Web hinterlassen. Bulletin Online befragte Experten zum Thema Datenschutz.



## DIE SCHWEIZ LÄSST IHRE MUSKELN SPIELEN

Die Exportindustrie brachte die Wende: Seit die Schweizer Wirtschafts-Lokomotive wieder Dampf macht, kommen auch die anderen Sektoren in Schwung. Doch wie wettbewerbsfähig ist die Schweizer Wirtschaft wirklich? Bulletin Online präsentiert einen internationalen Vergleich.

## WALL STREET LIEGT IN BÜMPLIZ

Im letzten Frühling brachte [www.yourtrade.com](http://www.yourtrade.com) das Online-Trading in die Schweiz. Seither sind es schon 21 000 Börsianer, die sich vom Sofa aus in die Wall Street, Nasdaq oder SWX klicken. Welche Gruppen nutzen das Angebot? Wie versiert gehen die Anleger mit der Heimbörse um? Und wie rentabel ist das Geschäft mit den tiefen Gebühren? Bulletin Online sprach mit dem yourtrade-Chef.

## AUSSERDEM IM BULLETIN ONLINE:

- **Bankgeheimnis:** Für die einen ein alter Zopf, für die andern ein Tabu
- **Kantone im Härte-test:** Wer hat die Nase vorn im Kampf um den besten Standort?
- **Country Rating:** Analysten entscheiden über die Kreditwürdigkeit von Ländern
- **Pferderennen:** Wenn das Wettfieber grassiert, ist Heilung hoffnungslos

## @propos

### INTERNET-WERBUNG STINKT NICHT

Ein junger Typ steigt mit entgeistertem Blick aus dem Lift, Blut an der Nase, Blut an den Fingern, Blut an der Lifttür; die Blondine im Lift blickt ihm grimmig-befriedigt nach. Eine Hand streckt ein Plakat ins Bild mit dem Spruch: «Sag's lieber per E-Mail.»

Je schriller, desto besser: Dieses Motto vieler Dot-Com-Firmen hat sich auch der E-Mail-Service GMX auf die Werbefahne geschrieben. Denn im grenzenlosen Ozean des Web fällt man auf, oder man geht unter. Feine Ironie? Nein danke.

Wer nichts ahnend durch das deutsche Internet-Magazin «Online Today» stöbert, dem werden die schrägen Gags gleich seitenweise um die Ohren geschlagen. «Die günstigsten Linienflüge in alle Welt online», prahlt die Firma [tiss.com](http://tiss.com). Um ihrer Behauptung Gewicht zu verleihen, bildet sie sechs Stewardessen von hinten ab, den Oberkörper zum Servier-Boy gebeugt, damit sich dem Betrachter der mit uniformiertem Mini beschürzte Po entgegenstreckt, mal rot, mal grün, mal blau. Darunter stehen jeweils die Flugdestination und der Preis.

Doch wer glaubt, der werberische Tiefpunkt sei erreicht, wird ein paar Seiten weiter eines Besseren belehrt. Die Firma [tipp24.de](http://tipp24.de), der «Internet-Annahme-Service für Lotto und Oddset», hält es mit der Weisheit «Werbung stinkt nicht» und bildet eine Bahnhof-toilette ab, daneben die Botschaft: «Gehen Sie eigentlich für jeden Scheiss extra aus dem Haus?»

Ob die Marktschreier aus dem Cyberspace ihr Publikum erreichen? Die Antwort weiss nur der Marlboro-Cowboy auf der letzten Seite der Online-Gazette. Unbeeindruckt von seinen überdrehten Nachbarn kauert er immer noch neben seinem Pferd im Gras, vor ihm plätschert das Bächlein. Statt Webadresse nur die Warnung vom EU-Gesundheitsminister. Marlboro wirds wohl auch in fünfzig Jahren noch geben. Und [tipp24.de](http://tipp24.de)?

von Andreas Thomann, Redaktor Bulletin Online  
[andreas.thomann@credit-suisse.ch](mailto:andreas.thomann@credit-suisse.ch)



# DAS INTERNET BRINGT DIE BANK INS HAUS



[www.yourhome.ch](http://www.yourhome.ch)

# Fast fünfzig Prozent der Wertschriften-Transaktionen der Credit Suisse werden heute bereits online abgewickelt. Den Weg zur Bank können sich die Kunden aber nicht nur beim Anlegen sparen.

VON CHRISTA HUBER

E-Business macht täglich Schlagzeilen. Das neue Medium, darüber sind sich die Experten einig, wird den Geldinstituten über kurz oder lang eine Revolution beschern. Das Internet greift in die Wertschöpfungskette der Banken ein und stellt bislang hochprofitable Geschäftsprozesse in Frage. Die Beratungsfirma Andersen Consulting schätzt die Zahl der Internet-Banking-Benutzer in der Schweiz auf eine halbe Million. Die UBS und die Credit Suisse, so Andersen, zählten mit je sieben Prozent ihres Kundenstammes im Internet zu den «führenden Anbietern».

Noch lassen sich allerdings viele Bankkundinnen und -kunden bei Fragen zum Zahlen, Sparen, Finanzieren, Vorsorgen und Anlegen am liebsten von einer Fachperson beraten. Die Credit Suisse berücksichtigt diese Gewohnheiten. «Unsere Kunden wünschen ganz klar ein Multichannel-Angebot», betont Hanspeter

Credit Suisse-Kunden. Dabei deckt dieser voll ausgebaute Vertriebskanal der Credit Suisse alle Bedürfnisse ab, die üblicherweise einen Gang zur Bank notwendig machen. Diese Erkenntnis wird von Kundinnen und Kunden zunehmend verinnerlicht werden. Andersen Consulting prognostiziert dem Internet Banking jährliche Wachstumsraten von 30 Prozent, während die Credit Suisse von 100 Prozent ausgeht. Als europäische Protagonisten profilieren sich skandinavische Bankkundinnen und -kunden: 20 bis 30 Prozent der Dänen, Schweden und Norweger tätigen schon heute ihre Geldgeschäfte übers Internet.

## Später Start bei Raiffeisen

Der Zukunftsmusik aus dem Cyberspace haben sich auch die kleinern Schweizer Geldinstitute nicht verschlossen. Die meisten Kantonalbanken haben gemeinsam

am 8. Februar dieses Jahres: «Das erklärt die überraschend starke Präsenz der Schweizer Bankzweige im Internet.» Schwerer als die Regionalbanken tun sich die Institute der Raiffeisen: Ihr Internet-Banking wird erst für das Jahr 2001 geplant.

Anders die beiden Schweizer Grossbanken: Sämtliche Produkte und Dienstleistungen stehen heute den Kundinnen und Kunden jederzeit online zur Verfügung. Und wer die Web-Seiten der Credit Suisse besucht, muss durchaus nicht auf persönliche Beratung verzichten. «Danke, ich will mich nur mal umsehen.» Mit diesem Satz pflegt man üblicherweise allzu eifrige Verkäuferinnen und Verkäufer abzuwimmeln. Sie sollen dann zur Stelle sein, wenn man sie wirklich braucht.



www.credit-suisse.ch

Kurzmeier, Leiter E-Banking und E-Insurance. «Je nach Bedürfnis suchen sie ihren Berater in der Filiale auf, treten telefonisch oder online mit uns in Kontakt.» Den Weg übers Internet wählen, so Kurzmeier, erst gegen zehn Prozent der

Internet-Lösungen entwickelt. Und gegen 90 Regionalbanken, die zum RBA-Verband gehören, haben den grössten Teil ihrer Informationstechnologie in das gemeinsame Rechenzentrum RBA-Service AG ausgelagert. Die NZZ kommentierte

Genau nach diesem Prinzip funktioniert das Geschäft der Credit Suisse im Internet. Es bietet dem Kunden die Möglichkeit, das Angebot zuerst in aller Ruhe zu studieren. Falls er dabei zum Schluss kommt, dass er zu einem bestimmten

Produkt noch mehr Informationen möchte oder persönliche Beratung braucht, kann er beides per Kontaktformular anfordern. Wenn ihn dagegen ein Produkt auf Anhieb überzeugt, lassen sich die nötigen Formulare entweder herunterladen oder per E-Mail bestellen.

### Keine Katze im Sack kaufen

Niemand kauft gerne die Katze im Sack. Man muss kein Profi sein, um sich im Internet-Angebot der Credit Suisse zurechtzufinden. Die Informationen zu den einzelnen Produkten sind leicht verständlich, und auch die Kosten bleiben nicht im Dunkeln. Berechnungsmodelle zeigen in Sekundenbruchteilen auf, wie teuer beispielsweise ein Privatkonto zu stehen kommt oder wie sich Vorsorgelücken schliessen lassen. Kunden, die ins Anlagegeschäft einsteigen wollen, hilft der Investment Manager weiter. Er analysiert die Risiko-

bereitschaft, erstellt ein Anlageprofil und basierend darauf einen Anlagevorschlag. Allzu Leichtsinne lässt er nicht ins Unglück rennen, sondern bremst und fordert sie zu einer zweiten Risikoanalyse auf. Unrealistischen Träumen vom eigenen Heim bereitet das Berechnungsmodell für Online-Hypotheken ein rasches Ende. Ohne Rücksicht auf Illusionen oder fingierte Angaben wird aufgezeigt, wie teuer Zinsen, Amortisation und Unterhalt einer Liegenschaft zu stehen kommen und ob dieser Betrag in einem vernünftigen Verhältnis zum Einkommen steht. Kunden, die nicht nach den Sternen greifen, bietet «yourhome» dagegen konkrete Unterstützung.

### Wegweiser zum eigenen Heim

Der Erwerb von Wohneigentum ist im Leben der meisten Kunden ein einmaliger und grosser Schritt. Die Finanzierung ist dabei ein wichtiger Aspekt. Das Ziel ist ein

eigenes Heim, das den persönlichen Bedürfnissen optimal entspricht. Dabei können natürlich der Steuerfuss und die Lebensqualität des gewählten Wohnorts durchaus eine Rolle spielen. Das richtige Objekt in der richtigen Umgebung zum richtigen Preis zu finden, ist gar nicht so einfach. «yourhome» begleitet den Kunden von der Planung bis zum Umzug und hilft ihm, strukturiert vorzugehen. Die Möglichkeiten des Internets werden genutzt, um nützliche Adress- und Checklisten sowie Links zu kompetenten Partnern zur Verfügung zu stellen. Selbstverständlich wird nicht vorausgesetzt, dass alle Kunden ihr Eigenheim-Projekt bis hin zum Antrag der Online-Hypothek alleine durchziehen. Zu Fragen der Finanzierung können sie sich jederzeit persönlich beraten lassen. Routinierten Internet-Usern bietet «yourhome» alles, was sie von diesem Medium erwarten. Im persönlichen Folder, der ihnen nach der Registrierung zur Verfügung steht, können sie ihre favorisierten Links und die persönlichen Daten abspeichern. Eine Status-Box hält sie über den Stand der Finanzierung auf dem Laufenden. Ist der Antrag einmal komplett, geht es sehr schnell. Schon 24 Stunden später erfährt der Kunde online, wie der definitive Finanzierungsentscheid ausgefallen ist. Soviel zu den Profis – doch auch Kunden, die sich noch etwas weniger leichtfüssig durchs Internet bewegen, sollten sich nicht abschrecken lassen. Sie können «yourhome» als Wegweiser und Gedächtnisstütze nutzen.

### Internet-Banking für Anleger

Schon 47 Prozent aller Wertschriften-Transaktionen der Credit Suisse werden heute online abgewickelt. Diese Zahl macht deutlich, dass das Internet-Banking dem Bedürfnis von Anlegern besonders entgegenkommt. Auf ihrem Konto und ihrem Depot bewegt sich so viel, dass ihnen mit einem monatlichen Kontoauszug und einem jährlichen Anlageverzeichnis nicht gedient ist. Anstatt eine eigene



[www.credit-suisse.ch/bulletin](http://www.credit-suisse.ch/bulletin)



[www.credit-suisse.ch/corporate](http://www.credit-suisse.ch/corporate)

### ZAHLEN UND FAKTEN

- **Sämtliche Produkte und Dienstleistungen der Credit Suisse sind unter der Adresse [www.credit-suisse.ch](http://www.credit-suisse.ch) zugänglich.**
- **Rund zehn Prozent der Credit Suisse-Kunden tätigen ihre Bankgeschäfte heute online. Bei den Wertschriften werden bereits 47 Prozent aller Transaktionen online abgewickelt.**
- **Das Direct Net wurde im April 1997 eingeführt. Heute nutzen es über 200 000 Kunden. ([www.credit-suisse.ch/directnet/](http://www.credit-suisse.ch/directnet/))**
- **50 Prozent der bisher rund 20 000 Benutzer von «yourtrade» sind Neukunden. ([www.yourtrade.ch](http://www.yourtrade.ch))**
- **«yourhome» lässt sich direkt unter der Adresse [www.yourhome.ch](http://www.yourhome.ch) aufrufen.**
- **Die Credit Suisse rechnet im Internet-Geschäft in den nächsten zwölf bis achtzehn Monaten mit einer Zuwachsrate von 100 Prozent. Durch neue Endgeräte wie TV, Mobiles und Screenphones wird das Internet als Vertriebskanal weiter an Bedeutung gewinnen.**



Buchhaltung zu führen, behalten sie ihre Finanzen via Direct Net im Auge. Natürlich bedeutet Internet-Banking weit mehr als nur den persönlichen Zugriff auf Konto und Depot. Mit Direct Net kann der Kunde auch jede Art von Zahlungsauftrag im In- und Ausland online erledigen, Kurse abfragen und Wertschriftengeschäfte tätigen.

Das richtige Instrument für den fortgeschrittenen Anleger ist «youtrade». Mit einer Ersteinlage von 1000 Franken ist er im Geschäft und kann selbständig sämtliche an den gängigen Börsenplätzen gehandelten Wertschriften kaufen oder verkaufen. Alle Kursdaten stehen realtime und gratis zur Verfügung. Interessant sind nicht nur die günstigen Transaktionskosten, sondern auch die Möglichkeit, immer am Ball zu bleiben. Da selbst der ambitionierteste Anleger nicht pausenlos am Bildschirm sitzt, lässt er sich Informationen wie Tageskurse oder Kurslimiten per E-Mail oder SMS übermitteln und wickelt die Aufträge wenn nötig telefonisch ab.

#### Hilfe im virtuellen Dschungel

Wem die virtuelle Welt zu abstrakt wird, fordert Hilfe an. Der Rückruf einer Fachperson aus Fleisch und Blut kann in «yourhome» schon heute per Knopfdruck verlangt werden. «Unsere Vertriebskanäle werden noch viel mehr miteinander verschmelzen», umschreibt Hanspeter Kurzmeyer die künftige Entwicklung. «Der «Call-me-button» ist nur ein erster Schritt in diese Richtung.» Verschiedene Wege führen nicht nur nach Rom, sondern auch zur Credit Suisse. Je flexibler sie der Kunde nutzt, desto mehr kann er davon profitieren.

Mario Crameri, Telefon 01 657 32 20  
mario.crameri@credit-suisse.ch

[www.credit-suisse.ch/bulletin](http://www.credit-suisse.ch/bulletin)

**Letztes Jahr lancierte die Credit Suisse youtrade – den ersten Online-Broker der Schweiz. Bulletin Online zieht Bilanz.**



**URS ARNOLD, GESCHÄFTSFÜHRER DER ARNOLD DESIGN AG UND HEIDI ARNOLD, TEXTILKÜNSTLERIN UND BUCHHALTERIN.**

## «Geht ein Geschäft schief, bin ich der Tropf»

**VON ROSMARIE GERBER, REDAKTION BULLETIN**

Begeisterung über schnelle, kostengünstigere Börsengeschäfte, Ärger über Zeitverlust und aufwendige Manipulationen: Urs Arnold, Geschäftsführer der Arnold Design AG, und seine Buchhalterin, die Textilkünstlerin Heidi Arnold, machen unterschiedliche Erfahrungen mit Internet Banking.

Mit viel Sinn für Qualität und neue Technologie gestaltet die Arnold Design AG in Uerikon Druckerzeugnisse unterschiedlichster Unternehmen. Die Designer im idyllischen Dorf am Zürichsee haben den optischen Auftritt des «Bulletins» zu verantworten.

Der Credit Suisse geschäftlich verbunden, mag die Buchhalterin des KMU-Betriebes nicht nur in Begeisterung über den Zahlungsverkehr im Internet ausbrechen. Heidi Arnold: «Je nach Tageszeit dauert es schon eine Weile, bis das Internet aufgestartet ist. Danach muss jede einzelne Zahlung mit allen Angaben samt Referenznummern, ellenlange Nummern, eingegeben werden. Zwar weiss ich, dass Zahlungsvorlagen abgelegt und wieder abgerufen werden können. Aber praktisch nutze ich diese Möglichkeit nicht, weil ich die Zeit nicht habe, um die richtige Vorgehensweise zu suchen. Wir arbeiten mit verschiedenen Banken. Jede Bank hat ihren eigenen Code, der oft wenig mit der Alltagssprache korrespondiert – das zeitigt konstante Unsicherheit.»

Ihre Zahlungen würden sich schneller erledigen lassen, klagt Heidi Arnold, wenn das Programm direkter und simpler führen würde: «Der Computer zeigt beispielsweise Einzelbuchungen an. Der Begriff Sammelbuchung könnte angeklickt werden, ist aber nicht auf den ersten Blick als Alternative auszumachen. Also mache ich – bei der Arbeit unter Zeitdruck – oft Einzelbuchungen und bekomme später einen Stoss einzelner Belege.»

Dabei sei die Credit Suisse im Vergleich mit andern Banken noch benutzerfreundlich. Schneller seien vorweg die Zahlungen an ausländische Adressaten im Netz: «Der Papierkrieg der «Vor-Internet-Banking-Zeit» fällt weg.» Erfreulich laufe auch die sofortige Kontrolle über die verschiedenen Konten zu jeder beliebigen Zeit, und «ich kann die Buchungsdaten eingeben, und die Zahlung erfolgt korrekt, egal wie lange vorher meine Anweisung erfolgt ist».

Während sich Heidi Arnold mit dem Zeitstau beim Erledigen Ihrer Zahlungen schwer tut, freut sich ihr Ehemann Urs über den schnellen Netz-Deal an der Börse. Urs Arnold: «Die Transaktionen werden in Windeseile getätigt, die Bestätigung erfolgt umgehend, und ich spare zwei Drittel der üblichen Kommissionen. Ausserdem kann ich die Performance eines Papiers eins zu eins im Netz verfolgen und bin nicht auf widersprüchliche Zeitungsmeldungen angewiesen. Geht ein Geschäft schief, bin ich der Tropf. Für mich ist das Börsengeschäft im Netz massgeschneidert.»





# MEDAILLENTRÄUME

Als Springpferde nach Sydney,  
als Goldesel zurück?

## VON MEILI DSCHEN

Sie sind Stars. Sie bekommen Fanpost. Sie reisen nicht ohne Begleitung ihrer persönlichen Betreuer, ihrer Vertrauensärzte, ihrer Fahrer. Sie werden gehütet wie Augäpfel, denn ihr Marktwert übersteigt Millionen. Sie haben Allüren, wie alle Stars.

Sie – sind die besten Springpferde der Schweiz. Zusammen mit der Reiterin Lesley McNaught und den Reitern Urs Fäh, Markus Fuchs, Beat Mändli und Willi Melliger bilden sie das olympische Team. Ihnen fällt bald die Aufgabe zu, die Schweiz an den Olympischen Spielen in Sydney würdig zu vertreten. Wer sind diese olympischen Hoffnungs-

träger, und wie bereiten sie sich auf wichtige Wettkämpfe vor? Der Nationenpreis am CSIO in Luzern bot Gelegenheit, mehr über das geheime Leben der tierischen Stars zu erfahren.

### Der Kämpfer

Pozitano, der elfjährige Rheinländer Wallach, hat die Farbe von dunkler Schokoladencreme. Sein Reiter Beat Mändli rühmt dessen starken Charakter: «Er setzt sich gerne durch. Wenn er auf meiner Seite ist, kämpft er auch mit mir.» Mändli, der 30-jährige schlaksige Ostschweizer mit dem jugendlichen Gesicht, kennt seine Pappenheimer. Pozitano wolle immer im Mittelpunkt stehen. Morgens, wenn Mändli

den Stall betritt, begrüsst er Pozitano vor allen anderen und reitet ihn als ersten. Das hält den Star bei Laune, «sonst zeigt er mir die kalte Schulter».

Pozitano hat alles, was ein Springpferd braucht. Neben den körperlichen Voraussetzungen, der Technik und der Kraft besitzt er die richtige Einstellung. Spitzensport passiert bei Mensch und Tier im Kopf. «Er hat das Talent und den Willen», sagt Mändli, «er ist aber auch sehr vorsichtig. Beides ist gleich wichtig beim Springen.»

Sprungvermögen und Vorsicht attestiert der 36-jährige Urs Fäh auch Oxytetra, einem neunjährigen Wallach. Er kennt die Macken seines Vierbeiners. Oxytetra sei dominant,

eifrig und manchmal dickköpfig bis zur Rüpelhaftigkeit:

«Er möchte vieles selber machen, und wenn er nicht einverstanden ist mit mir, wird er wütend.» So sehr wolle der Wallach hie und da seinen edlen dunkelbraunen Kopf durchsetzen, dass der Reiter ihm entsprechend Paroli bieten müsse.

### Die Amazone

Lesley McNaught, mit 34 Jahren die erfolgreichste Amazone der Welt, hat trotz vielen Jahren in der Schweiz ihren britischen Akzent ebenso wenig abgelegt wie ihr britisches Understatement. Auf die Frage nach den Besonderheiten ihres Dulf meint sie erstaunt: «Er ist ein



**Pozitano, Wallach**  
**Beat Mändli, Reiter**

- **Rasse:** Rheinländer
- **Farbe:** dunkelbraun
- **Jahrgang:** 1989
- **Besitzer:** Paul Bücheler, Amriswil, und Stephan Stamm, Binningen
- **Frisst gerne:** Polo-Pfefferminzbonbons, Rüebli,
- **Liebt:** Aufmerksamkeit, Turniere
- **Liebt nicht:** wenn man ihn nicht beachtet



**Dulf, Wallach**  
**Lesley McNaught, Amazone**

- **Rasse:** Hannoveraner
- **Farbe:** Fuchs
- **Jahrgang:** 1988
- **Besitzer:** Arthur Schmid, Romanshorn
- **Frisst gerne:** alles
- **Liebt:** auf der Weide sein mit anderen Pferden
- **Liebt nicht:** gezöpfelte Mähne



**Calvaro, Wallach**  
**Willi Melliger, Reiter**

- **Rasse:** Holsteiner
- **Farbe:** Schimmel
- **Jahrgang:** 1986
- **Besitzer:** Hans und Christina Liebherr, Bulle
- **Frisst gerne:** alles
- **Liebt:** seine Ruhe
- **Liebt nicht:** Unruhe und klickende Fotokameras

einfaches, ein ganz normales Pferd.» Dulf sei umgänglich, ausgeglichen. Er habe viel Charakter und eine ausgeprägte Wettkampfmentalität: «Er ist ein Athlet. Er will einfach Sport machen.»

### Der Routinier

Dulf, ein mächtiger, gutmütig wirkender Hannoveraner Fuchswallach mit Jahrgang 1988, streckt derweil neugierig seinen breiten Kopf aus der Boxe und lässt sich streicheln und tätscheln. Huldi-

gungen nimmt der Star mit Gelassenheit entgegen. Ein Routinier, dem Lesley McNaught nichts mehr beibringen muss.

«Ein Springpferd muss von sich aus über das Hindernis wollen», sagt Markus Fuchs. Erst dieser Ehrgeiz mache aus einem Pferd einen Champion und sei wichtiger als alle anderen Eigenschaften zusammen. Tinka's Boy, der fuchsfarbene zehnjährige holländi-

sche Hengst, lässt in dieser Hinsicht keine Wünsche offen. Fuchs, ein alter Hase im Springsport, ist 45 Jahre alt, 30 davon verbrachte er im Sattel an Turnieren. Seinen Champion beschreibt er als «leichttrittig, unkompliziert, mit tollen Bewegungen und einem guten Charakter. Er hat keine Angst, einen starken Willen, und er geht mit dem Kopf durch die Wand». Als Hengst unter Wallachen gehört Tinka's Boy einer Minderheit an. Es hat Vor- und Nachteile, ihm seine Männlichkeit zu belassen. Schön, dass sein Erbgut für die Zucht erhalten bleibt; allerdings kann sich das Temperament der Hengste nachteilig auswirken, wenn Stuten in der Nähe sind. Das sei jedoch, versichert Markus Fuchs, bei Tinka's Boy kein Problem. Er beschnuppere höchstens

leidenschaftlich gerne fremde Rossbollen, was eben in der Natur der Hengste liege.

### Hengste leben keusch

In England, wo der rotgoldenen schimmernde Beau herkommt, gibt es bereits Nachkommen von Tinka's Boy. In der Schweiz allerdings darf der Hengst den Stuten nicht zu nahe kommen. «Das hat Zeit bis nach der Karriere», sagt Markus Fuchs. Die Stuten könnten Tinka's Boy im Moment zu sehr ablenken. So bleibt dem Pferd der Sex versagt – zugunsten des Sports.

Calvaro schliesslich ist das Pferd, auf das die Bezeichnung «Star» am meisten zutrifft. Er ist nicht nur ein Shooting Star des Spring-sports, sondern auch Medienstar und Publikumsliebbling.

### Der Star

Das Publikum raunt bewundernd, wenn er auftritt, verfolgt gebannt seine Bewegungen und klatscht frenetisch nach erbrachter Leistung. Calvaros Popularität ist unerreicht: Sein Bekanntheitsgrad in der Schweiz soll 80 Prozent betragen.

Was macht diesen Schimmel zu einer Legende? Equipenchef Martin Walther gerät ins Schwärmen: «Es ist seine Erscheinung, sein Gehabe. Calvaro ist ein sehr schönes, ausdrucksvolles Pferd, eine imposante Erscheinung.» Er ist so gross, dass er eine Doppelboxe beansprucht. Da steht er nun und döst vor sich hin, ein porzellanweisser, zartbesaiteter Riese. Ungeheuer

### VOR GROSSEN AUFTRITTEN BEREITET SICH JEDER STAR NACH SEINEM EIGENEN RITUAL VOR

**Pozitano bekommt anderthalb Stunden vor dem Wettkampf eine Magnetdecke übergeworfen und muss sich ausruhen. Die Pflegerin schmust noch ein Weilchen mit ihm, damit seine Psyche ins Lot kommt. Tinka's Boys Mähne wird sorgfältig eingeflochten. «Hauptsache, es sind nicht 13 Zöpfchen» lacht die Pflegerin. Danach gibt es eine Rückenmassage. Der sensible Calvaro braucht absolute Ruhe und darf unter keinen Umständen gestört werden. Während ihm die Pflegerin die Mähne flechtet, meditiert er im Halbschlaf. Und Dulf geht, so seine englische Pflegerin, «lunching», dann für 40 Minuten «walking». Zöpfchen bekommt Dulf keine, denn er mag das nicht.**



aufmerksam und sensibel sei Calvaro, sagt Willi Melliger, der 47-jährige Veteran mit dem melancholischen Blick. Auf der Weltrangliste der Springreiter figuriert Melliger auf dem ersten Rang. Mit Calvaro holte er vor vier Jahren in Atlanta bereits olympisches Silber.

Ein umherflatterndes Stück Papier, das Klicken einer Fotokamera, hektische Bewegungen können den Schimmel irritieren. Andererseits «macht ihn seine Sensibilität zu diesem Ausnahmepferd, das er ist», meint Melliger. Oder war, denn mit 14 Jahren ist der Holsteiner Wallach im gesetzten Alter, das Ende der sportlichen Karriere absehbar. Schonung und haushälterischer Umgang mit den Kräften sind die Prinzipien, nach denen Calvaro trainiert wird.

So unterschiedlich die Persönlichkeiten der Vierbeiner sein mögen, so ähnlich ist ihr Tagesablauf und ihr Trainings-



**Tinka's Boy, Hengst  
Markus Fuchs, Reiter**

- **Rasse:** Holländer
- **Farbe:** Fuchs
- **Jahrgang:** 1989
- **Besitzerin:** Stefanie Wagishauser, Bulle
- **Frisst gerne:** Rüebli
- **Liebt:** Stuten, Schnuppern an Rossbollen
- **Liebt nicht:** keine besonderen Abneigungen

programm. Für die meisten Pferde findet das Springtraining nur unmittelbar vor einem Wettkampf statt. Jeder Sprung über ein Hindernis verschleisst Kräfte und belastet die Gelenke. Man mutet dem Pferd die unnatürlichen Bewegungen nicht mehr als nötig zu.

Sonst aber gleicht der Trainingsplan der Pferde jenem menschlicher Spitzensportler:



**Oxytetra, Wallach  
Urs Fäh, Reiter**

- **Rasse:** Belgier
- **Farbe:** braun
- **Jahrgang:** 1991
- **Besitzer:** Arthur Schmid, Romanshorn
- **Frisst gerne:** alles
- **Liebt:** Bewegung auf der Weide
- **Liebt nicht:** wenn er sich unterordnen muss

Kondition, Kraft und Beweglichkeit werden trainiert. Das Training ist vielfältig. Wo Wasser in der Nähe ist, gehen sie auch gerne schwimmen. Auch an Bewegung und Beschäftigung im Paddock und im Gelände mangelt es nicht.

Die Stars sollen nicht nur körperlich fit, sondern auch seelisch im Gleichgewicht bleiben. Lange Spaziergänge, viel Aufmerksamkeit und Zuwendung helfen dabei.

### **Bonbons für Pferde**

Eine ausgewogene Ernährung ist für Athleten ein weiterer Schlüssel zum Erfolg. Kraftfutter, Hafer, Heu, Wasser, kübelweise Rüebli: Die Stars sind nicht heikel, sie fressen, was ihnen vor die Nüstern kommt. An die 13, 14 Kilogramm vertilgt ein solches

Pferd im Tag. Dazu kommen die Belohnerli: Zuckerwürfel, Äpfel und andere Leckereien. Für Pozitano gibt es, wenn er aus dem Parcours kommt, ein Pfefferminzbonbon.

Zum Erfolg im Reitsport gehört aber mehr als die körperliche und seelische Fitness. «Sich in ein Pferd hinein-fühlen», sagt Equipenchef Martin Walther, «das ist das Erfolgsrezept für ein harmonisierendes Paar.»

Trotzdem, Pferdeflüsterer mit magischer Intuition sind die Reiter nicht. Dafür ist der Leistungssport zu pragmatisch. «Nicht nur auf den Einzelnen, sondern auf das Team schauen, leistungs- und zukunftsorientiert entscheiden, Betroffene zu Beteiligten machen», ist Martin Walthers Unternehmensphilosophie.

### **Erfolg gebucht**

Er hat damit Erfolg: Neben Deutschland gehört die Schweiz zu den aussichtsreichsten Medaillenanwärtern an der Olympiade. Ross und Reiter werden sich, sobald die Quarantänefrist abgelaufen ist, nach Sydney einschiffen. Mit den Erwartungen wächst auch die Angst vor Enttäuschungen. «Erwartungen machen erst Enttäuschungen», sagt Martin Walther, der als väterlicher Betreuer versucht, den Druck von seinem Team zu nehmen. «Um Erfolg zu haben, muss man mit dem Misserfolg umgehen können. Pferde sind keine Maschinen, sondern Lebewesen, die auch einmal einen schlechten Tag haben können.»

### **AUF TUCHFÜHLUNG MIT FUCHS UND SEINEN PFERDEN**

**Welcher Pferdenarr hat nicht schon davon geträumt, einmal auf einem Turnierpferd zu reiten? Der Springreiter Markus Fuchs lädt zehn Personen ein, einen Morgen mit ihm und seinen Pferden zu verbringen. Neben einer Stallbesichtigung erklärt Markus Fuchs auch Training und Turniervorbereitungen. Fortgeschrittene Reiter erhalten die Möglichkeit, sich in den Sattel eines der Top-Pferde zu schwingen. Ein gemeinsames Mittagessen rundet das abwechslungsreiche Programm ab.**

**Datum:** 17. Oktober 2000

**Ort:** Stall Ahorn, St. Gallerstrasse 139, St. Josefen, 9030 Abtwil

**Zeit:** 9.00–15.00 Uhr

**Das Bulletin verlost zehn Mal einen Morgen mit Markus Fuchs. Alle Details finden Sie unter [www.credit-suisse.ch/bulletin](http://www.credit-suisse.ch/bulletin) oder auf dem beiliegenden Talon. Einsendeschluss: 30.9.**



## AGENDA

Aus dem Kultur- und Sportengagement von Credit Suisse und Credit Suisse Private Banking

### AVENCHES

15.–17.9. Swiss Equidays (Pferdesport)

### BERN

13.10. Extravaganza, Queen of Switzerland, Kornhaus

14.10. Extravaganza, Fashion- & Hair-Show, Kornhaus

### CRANS-MONTANA

6.9. Credit Suisse Private Banking Gold Pro-Am (Golf)

7.–10.9. Canon European Masters (Golf)

### LUZERN

16.9. Credit Suisse Group Young Artist Award, KKL

### MARTIGNY

21.6.–26.11. Vincent van Gogh, Ausstellung, Fondation Pierre Gianadda

### ZÜRICH

5.9.–16.9. Theater-Variété. Ursus & Nadeschkin, Miller's Studio

26.9.–30.9. Kurt Weill, «Street Scene», szenische Oper



## VERWANDLUNG ZUM ERSTEN

Metamorphosen sind das Leitmotiv der diesjährigen Internationalen Musikfestwochen in Luzern. Das Programm liest sich wie ein Who Is Who der klassischen Musik: Neben den Jubilaren Pierre Boulez (75) und Isaac Stern (80) sowie der Klarinetistin Sabine Meyer als Artiste Étoile werden unzählige weitere Stars des internationalen klassischen Firmaments die Luzerner Nächte erhellen. Eine kleine Auswahl gefällt? Claudio Abbado, Martha Argerich, Kurt Masur, Zubin Mehta, András Schiff. Stars wie Sand am Meer – an den Gestaden des Vierwaldstättersees.

**Internationale Musikfestwochen Luzern 2000, 17.8.–16.9., Kultur- und Kongresszentrum Luzern KKL sowie diverse andere Aufführungsorte. Informationen: [www.lucernemusic.ch](http://www.lucernemusic.ch). Vorverkauf: Internationale Musikfestwochen Luzern, Tel. 041 226 44 80 oder [ticketbox@lucernemusic.ch](mailto:ticketbox@lucernemusic.ch).**

## AB AN DIE WM

Die Fussball-EM ist vorbei, aber ehe die ersten Entzugserscheinungen auftreten, beginnen die Qualifikationsspiele für die WM 2002 in Japan/Südkorea. Zusammen in der Gruppe mit der Schweiz sind Jugoslawien, Luxemburg, Russland, Slowenien und die Färöer-Inseln. Auf dass die Nationalelf unter Enzo Trossero einen soliden Grundstein für die WM-Qualifikation lege.

**2.9. Schweiz – Russland, Hardturm-Stadion, 20.15 Uhr**

**7.10. Schweiz – Färöer-Inseln, Hardturm-Stadion, 17.30 Uhr**



## SPONSORING

## VERWANDLUNG ZUM ZWEITEN



An den GWAND Fashion Events in Luzern werden auch dieses Jahr hässliche graue Entlein von nationalen und internationalen Designern in hippe, extravagante, schillernde Modeschwäne verwandelt. Das Motto «The Truth Is Tomorrow» soll die Schweizer Modemacher anspornen, Utopien, Träume und Witz in ihren Kreationen zum Ausdruck zu bringen – ohne Rücksicht auf den modischen Alltag. Heuer findet der Fashion Event erstmals an drei Abenden statt. Am ersten Abend gehts gleich um die Wurst: Fünf der besten europäischen Modefachschulen bewerben sich um den mit 10 000 Franken dotierten Moët & Chandon Fashion School Award. Der darauf folgende Abend steht ganz im Zeichen des Schweizer Designs. Acht der vielversprechendsten Schweizer Designer und Designerinnen zeigen ihre neuen Kollektionen und hoffen, damit den Credit Suisse Fashion Award in der Höhe von 20 000 Franken einzuheimen. Der dritte Abend ist ausschliesslich Kreationen aus dem Ausland gewidmet.

**Credit Suisse GWAND Fashion Events 2000, 19.–21.10., Luzern, Lumag-Halle. Informationen: [www.gwand.ch](http://www.gwand.ch). Vorverkauf: TicketCorner 0848 800 800.**

## IMPRESSUM

### Herausgeber

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

### Redaktion

Christian Pfister (Leitung), Rosmarie Gerber, Ruth Hafen  
Bulletin Online: Andreas Thomann, Thomas Hauser, René Maier, Thomas Ströhla, Ursulina Wyss (Volontärin)  
Redaktionssekretariat: Sandra Häberli, Telefon 01 333 73 94, Fax 01 333 64 04, E-Mail-Adresse: [bulletin@credit-suisse.ch](mailto:bulletin@credit-suisse.ch), Internet: [www.credit-suisse.ch/bulletin](http://www.credit-suisse.ch/bulletin)

### Gestaltung

[www.arnolddesign.ch](http://www.arnolddesign.ch): Urs Arnold, Karin Bolliger, Adrian Goepel, Sonja Greb, Lukas Huggenberg, Annegret Jucker, Alice Kälin, Muriel Lässer, Isabel Welti, Bea Freihofer-Neresheimer (Assistenz)

### 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](mailto:caviezel.senn@bluewin.ch)

### Litho/Druck

NZZ Fretz AG / Zollikofer AG

### Redaktionskommission

Martin Nellen (Unternehmenskommunikation), Matthias Friedli (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



## OPTIMISMUS IST ANGESAGT!

MARTIN WETTER,  
MITGLIED DER GESCHÄFTSLEITUNG  
CREDIT SUISSE



Liest und hört man von der öffentlichen Meinung, entstand in der Vergangenheit der Eindruck, dass sich in unserem Land wenig bewege, Innovationen fehlten, ja überhaupt das Stadium der Sklerose erreicht sei.

Etwas überrascht hat man daher die konjunkturelle Erholung zur Kenntnis genommen. Entgegen allen Unkenrufen hat sich die Schweizer Wirtschaft in den Neunzigerjahren einer radikalen und schmerzhaften Fitnesskur unterzogen. Gleichzeitig hat sich auf staatlicher Seite – wenn auch langsamer – einiges bewegt.

Taktgeber des weltweiten Liberalisierungsprozesses sind die markanten Entwicklungen in der Kommunikationstechnologie und die real gesunkenen Transportkosten. Folgerichtig wurden in der Schweiz bei der Liberalisierung der Kommunikation, aber auch bei der Unternehmensbesteuerung entscheidende Fortschritte erzielt. Die Geschwindigkeit der Veränderungen verursacht einer direkten

Demokratie jedoch je länger je mehr grosse Probleme. Immer häufiger stecken Gesetzesanpassungen und Entscheidungen noch in den Mühlen der Vernehmlassungen und verwaltungsinternen Diskussionen, wenn die Realität die Theorie schon eingeholt hat.

Wie stark das Faktische sein kann, beweist einmal mehr das Zusammenspannen der Schweizer Börse mit Trade Point in London zu virt-x. Mit dem Handel der Schweizer Bluechips auf dieser neuen Plattform wird die Stempelsteuer definitiv ad absurdum geführt. Bundesrat Kaspar Villiger wird nicht darum herumkommen, mittels eines dringlichen Bundesbeschlusses zumindest die institutionellen Anleger von dieser Steuer zu entlasten.

Andernfalls drohen letztlich rund 80 Prozent des heutigen Umsatzes an der Schweizer Börse nach London zu verschwinden. Dadurch würden vor allem zahlreiche Arbeitsplätze in den Banken gefährdet. Diese Entwicklung zeigt auf, dass heute mobile Ressourcen wie Kapital und Wissen starke Auswirkungen auf die Entwicklung der einzelnen Märkte haben.

Bei der Diskussion um den Wirtschaftsstandort Schweiz muss darauf hingewie-

sen werden, dass mobile Ressourcen Voraussetzungen vorfinden müssen, die für sie attraktiv sind und in ihrer Gesamtheit zum Verbleiben animieren.

Welches sind diese Voraussetzungen? Erstens, eine stabile Rechtsordnung und eine berechenbare Politik, die ihre Entscheidungsfindung noch weiter beschleunigt. So könnte man sich durchaus weniger Vernehmlassungen vorstellen. Zweitens, eine hervorragende Kommunikations- und Verkehrsinfrastruktur. Hinzu kommen im Weiteren für die mobilen Arbeitskräfte attraktive Wohn- und Lebensbedingungen sowie für qualifizierte ausländische Arbeitskräfte gute internationale Schulen.

Für den Standort Schweiz ist diese Einsicht zwingend, da die mobilen Ressourcen das Überleben des Standortes erst ermöglichen. Wandern diese ins Ausland ab, würden auch keine lokalen Dienstleistungen mehr nachgefragt. Immer wieder vergessen geht in der politischen Diskussion, dass die mobilen Faktoren das steuerbare Einkommen markant erhöhen und damit zur Finanzierung der staatlichen Aufgaben beitragen.

Betrachte ich die jüngste Entwicklung, so ist mir um das Gedeihen des Wirtschaftsstandortes Schweiz nicht bang. Es gilt nun, den eingeschlagenen Kurs, der sich in der Rezession unter Druck etabliert hat, auch in Zeiten einer guten Konjunktur durchzuhalten. Andernfalls könnte sich die Rezession ähnlich rasch zurückmelden wie es die Hochkonjunktur im vergangenen Jahr getan hat. Die jüngsten Wirtschaftstrends stimmen jedoch optimistisch.





GEDANKENAUSTAUSCH AM VERHANDLUNGSTISCH SICHERT  
KOMPLEXE GESCHÄFTE IN TADSCHIKISTAN.  
CREDIT SUISSE, HANDELSFINANZIERUNGEN, ZÜRICH, 15.17 UHR.

# Wie treffen Sie Ihre Anlage- entschei- dungen?

**Finanzberatung** der Credit Suisse Private Banking heisst: Ihr persönlicher Berater setzt das Know-how der gesamten Credit Suisse Group ein, um Ihre individuellen Ziele zu erreichen. Geniessen Sie es, ein weltweit führendes Unternehmen für Sie arbeiten zu lassen. Nehmen Sie mit uns Kontakt auf unter Telefon **00800 8003 0000** oder **[www.cspb.com](http://www.cspb.com)**



MCCANN-ERICKSON