

CREDIT  
SUISSE

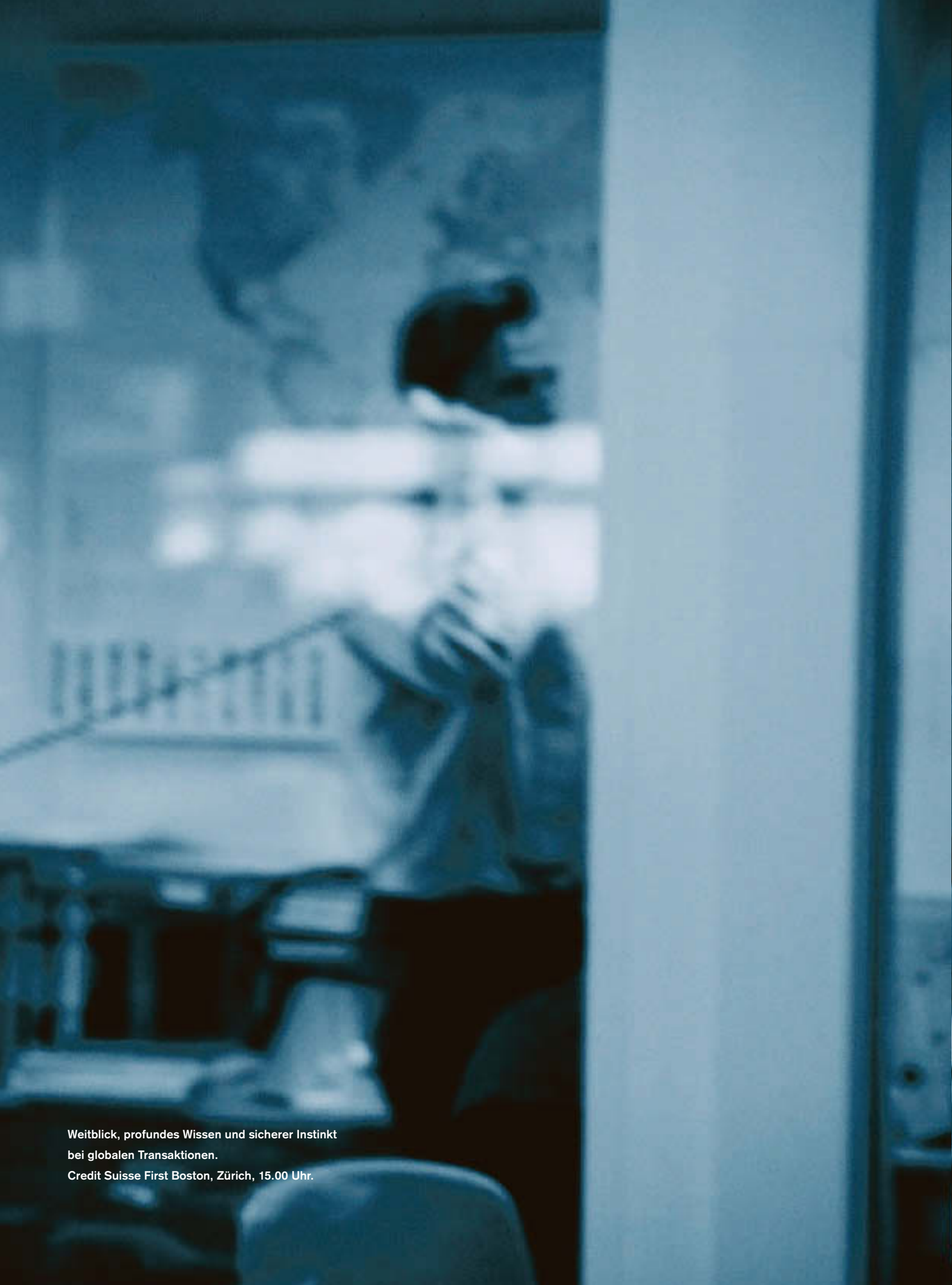
# bulletin 1

Das Magazin der Credit Suisse Financial Services

Alle schauen nach

# Amerika

**Sorgenbarometer** Die Krankenkassen-Migräne |  
**Euro-Serie** EDV, Waren und Preise 2002 | **Sponsoring** Movers tanzen Magie



Weitblick, profundes Wissen und sicherer Instinkt  
bei globalen Transaktionen.  
Credit Suisse First Boston, Zürich, 15.00 Uhr.

Schwerpunkt: «Amerika»



## Selbst Tarzan war Amerikaner

Knapp 500 Jahre nach Kolumbus entdeckte auch ich Amerika. Und daran erinnert mich eine Ohrfeige.

Es war im Juli 1969; ich hatte mich gerade mit einem Nachbarjungen geprügelt. Dessen Vater sah in mir den Bösewicht und langte kräftig hin. Meine Backe brannte, es rollten Tränen. Ein Ereignis, das der Grosszügigkeit des Vergessens anheim gefallen wäre, hätte sich das Ganze nicht an einem Tag ereignet, der Weltgeschichte schrieb. Raumfahrer Neil Armstrong setzte damals als erster Mensch den Fuss auf den Mond. Meine Familie sass vor dem Fernseher und staunte: Futuristische Gestalten, die sich im Zeitlupentempo bewegten, die amerikanische Flagge inmitten dieser endlosen Wüste, aber auch das magische Wort «Apollo» haben sich in meine Erinnerung gegraben. «Mein» Amerika war geboren.

Bald wurde die Vorstellung der USA facettenreicher. Ich hegte keine Zweifel: Amerikanerinnen und Amerikaner sind Menschen, die olympische Medaillen abräumen, gegen die bösen Kommunisten

in den Krieg ziehen, Elvis Presley heissen, Indianer übers Ohr hauen und sich mit hundertprozentiger Sicherheit wie Marilyn Monroe frisieren. Selbst Tarzan war Amerikaner.

Meine älteren Schwestern versorgten mich derweil mit mehr amerikanischer Alltagskultur. Unvergessen etwa das Beben, das die erste Soul-Langspielplatte in unserem Heim auslöste: Aretha Franklin hiess die Göttin aus dem Land der unbeschränkten Möglichkeiten, deren Stimme mir als Dreizehnjährigem ins Herz fuhr.

Viele Grössen des Soul, Blues und Jazz haben seither «mein» Amerika verschönert. Zeugen einer unbändigen kreativen Kraft, die dieses Land mit seinen vielen Völkern gross gemacht hat.

Selbstverständlich hält «mein» verklärtes Amerika der Realität nicht immer stand – zu widersprüchlich präsentiert sich die letzte verbliebene Supermacht. Vieles befremdet, stösst bisweilen gar ab. Dennoch bleibt die Faszination.

Ich staune immer wieder über dieses wunderbare, über dieses schreckliche Amerika.

**Christian Pfister, Leiter Publishing,  
Credit Suisse Financial Services**



# Vom WWF empfohlen: Der BVG Oeko



Die Prevista Anlagestiftung erbringt den Beweis, dass Umweltanlagen besonders attraktiv sind: Die Anlagegruppe BVG Oeko kann für das schlechte Börsenjahr 2000 eine positive Performance ausweisen. Der BVG Oeko investiert ausschliesslich in Aktien und Obligationen von Unternehmen, die im Vergleich zu ihren Branchenkonkurrenten zu den fortschrittlichsten in Sachen Umweltschutz gehören; der WWF garantiert die Einhaltung dieser hohen Ansprüche. Zu Recht erfreut sich der BVG Oeko deshalb einer immer grösseren Beliebtheit. Als wachstumsorientiertes Portefeuille schöpft er die gesetzlichen Limiten von 45 Prozent Aktienanteil voll aus. Die Erträge und Kapitalgewinne sind steuerfrei.

**Bei uns muss Ihr Geld arbeiten.**

In Zusammenarbeit mit



**Prevista**  
Anlagestiftung  
Fondation de placement  
Telefon 01 215 44 88  
Telefax 01 211 44 80  
[www.prevista-anlagestiftung.ch](http://www.prevista-anlagestiftung.ch)

**SCHWERPUNKT: «AMERIKA»**

- 6 **USA** | Kraftpaket und Wirtschaftswunder
- 20 **«Dinosaurier»** | Interview mit Michail Gorbatschow
- 24 **Big Brother bleibt Boss** | Bulletin-Exklusivumfrage
- 28 **Coca-Cola und Co.** | Helvetia nimmt und bleibt sich treu
- 32 **Dollar** | Währung Nummer eins

**AKTUELL**

- 36 **Bares rund um die Uhr** | Cash Automat Plus
- youtrade** | Sinkende Kosten, steigende Umsätze
- Die andere «Selbstverwaltung»** | wincoLink
- 37 **Geschichte und Geschichten** | «Winterthur» seit 1875
- 38 **Sorgenbarometer** | Gesundheitsvorsorge macht krank
- 42 **Gleicher Lohn** | Credit Suisse korrigiert 1000 Saläre
- 43 **Teamwork** | Interview mit Hans-Ulrich Müller

**ECONOMIC RESEARCH**

- 46 **Weltwirtschaft** | Trotz US-Krise Wachstum für Euroland
- 50 **Kredite** | KMU sind Grosskunden
- 53 **Unsere Prognosen zur Konjunktur**
- 54 **Euro 2002** | Fette Kosten oder Neuorganisation
- 57 **Unsere Prognosen zu den Finanzmärkten**

SERIE

**E-BUSINESS**

- 58 **Hanspeter Kurzmeier** | «Mister e-Business» im Gespräch
- 62 **Sicher im Cyberspace** | e-Business-Versicherung
- 64 **youtrade on Palm** | Komfortabel mit Wertschriften handeln
- 65 **@propos** | Cyber-Cyrano schlägt zu

**SERVICE**

- 66 **PayNet** | Banken kooperieren, Kunden profitieren

**SPONSORING**

- 70 **Movers** | Verwirrspiele mit Spiegeln
- 73 **Agenda**

**CARTE BLANCHE**

- 74 **Die Geschichte ist der beste Lehrer** | Erwin W. Heri

6

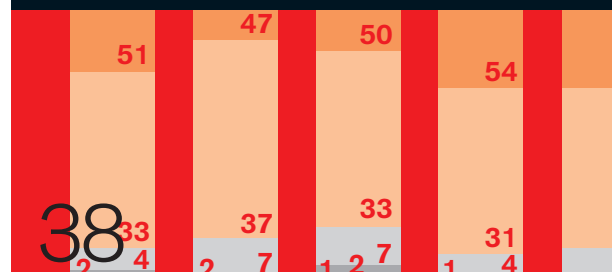


Hightech, Highways, Highlife: Amerika setzt keine Grenzen.

20



«Perestroika»: Michail Gorbatschows Rezept für die Vereinigten Staaten.



Goldene Zeiten: Zwei Drittel der Schweizer sind zufrieden mit ihrer wirtschaftlichen Lage.



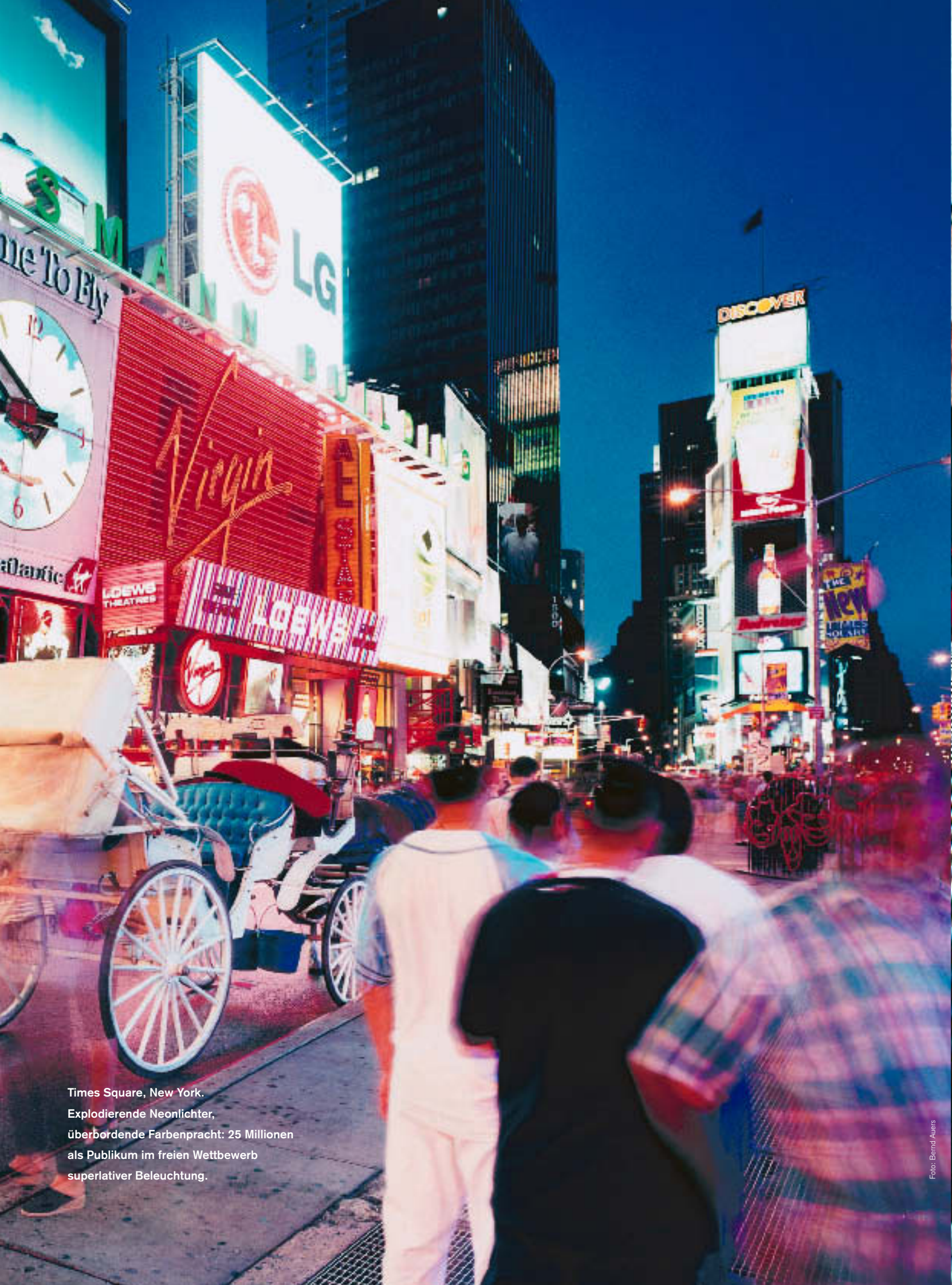
Weltwirtschaft: Konjunkturelles Virus schwächt Wirtschafts-Wunderland Amerika.



70

Rhythmen, Bewegung, Gesellschaftskritik: Die Movers erobern 19 Schweizer Städte.





Times Square, New York.  
Explodierende Neonlichter,  
überbordende Farbenpracht: 25 Millionen  
als Publikum im freien Wettbewerb  
superlativer Beleuchtung.





USA:

Melrose Avenue, Los Angeles.  
Black power im  
bevorzugten Wohnquartier.





New York, Canal Street, Manhattan.  
Beschränkte Lebensqualität,  
kompensiert mit unschuldiger  
Lebensfreude.





# Goliath

Foto: Thomas Schuppisser

Downtown San Francisco,  
Transamerica Building.  
Auf US-Boden geplant, in  
den Himmel gebaut.





Las Vegas, Nevada,  
Casino-Hotel «Excalibur».  
Viel stummes Spiel im Land  
der freien Meinungsäusserung.





# sucht

San Francisco, Zufahrt Golden Gate Bridge.  
Endlose Verbindungsstrassen,  
beschränkte Geschwindigkeiten.



# Sparring

Ramson, Missouri, Route 66.  
Schnelles Essen im Nirgendwo, ein  
kurzer Aufenthalt in schrillum Licht.





# partner

San Francisco, Schulbus.  
Öffentliche Verkehrsmittel und  
öffentliche Schulen sorgen  
für die Vermischung von Rassen  
und Klassen.



# Die USA sind voller Widersprüche. Dennoch geben sie weltweit den Takt an – und provozieren gemischte Gefühle.

Christian Pfister, Redaktion Bulletin

«Häng kein düsteres  
Bild an die Wand.  
Klage und weine nicht.  
Nimm keine negativen  
Vorschläge an. Geh  
uns ruhig mit ständigem  
Optimismus auf die  
Nerven.»

Ralph Waldo Emerson\*

**Briefe** Marc-André Ansermoz verschaffte sich Luft. In einem Leserbrief an die «Basler Zeitung» fragte der Psychologiestudent: «Warum kuschelt jeder Staat vor den USA?» Stein seines Anstosses: «Die selbsternannte Weltpolizei USA verstrickt sich mehr und mehr in Widersprüche.» Denn wo liege – so Ansermoz – der Unterschied zwischen dem Vorgehen der Russen im Tschetschenienkrieg und dem Handeln der Amerikaner im Kosovo? Und wie kann ein Staat sich Menschenrechte und individuelle Freiheit auf die Fahne schreiben und selber einen knüppelharten Strafvollzug mit Todesstrafe dulden? Dass sich die USA dagegen wehren, das Mindestalter für Soldaten auf 18 Jahre anzuheben, führt Ansermoz zum Schluss: «Schizophren, mit 16 alt genug, um fürs Vaterland zu sterben, aber bis 21 zu jung, um Alkohol zu trinken!»

Derlei Widersprüche à l'américaine sind in den letzten Monaten wieder vermehrt

ins Bewusstsein der Öffentlichkeit geraten. Der Kampf ums Präsidentenamt hat eine Vielzahl von Analysen zu Amerika ausgelöst. So unterschiedlich ihre Aussagen und ihre Themen – Einigkeit herrscht, dass dem amerikanischen Traum und seiner Umsetzung in den Alltag nicht einfach beizukommen ist. Zu vielfältig zeigt sich die einzig verbliebene Supermacht, zu erfolgreich ihr Gesellschaftsmodell, um es widerspruchsfrei zu kritisieren.

Die USA scheinen mehr Fragen auszulösen, als Antworten zu geben. Eine davon: «Ist Amerika verrückt?» Sie wurde im Vorfeld der Wahlen von prominenter Seite gestellt: Fredy Gsteiger, Chefredaktor der «Weltwoche», wendete sich damit in einem offenen Brief an seinen Amerikakorrespondenten. Und schob gleich noch die Sorge hinterher: «Haben wir dem Kraftpaket Amerika nichts entgegensetzen als dämliche Kritik?»

«Die meisten Menschen  
sind so glücklich,  
wie sie sein wollen.»

Abraham Lincoln\*\*

**Kraftpaket** Die Vereinigten Staaten haben in den letzten zehn Jahren ein Wirtschaftswunder hervorgezaubert. Das Resultat: Sie betreiben die stärkste Volkswirtschaft, haben eine Arbeitslosenquote in Rekordtiefe und eine bis vor kurzem minime Inflation. Kein Wunder, ist der Dollar die Weltwährung schlechthin; 83 Prozent aller Devisengeschäfte rund um den Globus werden in der amerikanischen Währung abgewickelt. Fast beliebig liessen sich Beispiele aus Schlüsselbereichen der Wirtschaft aufreihen, welche das amerikanische Kraftpaket in schillerndem Licht präsentieren.

Seit 1990 haben ausländische Investoren rund 930 Milliarden Dollar in die amerikanische Wirtschaft gepumpt. Kein anderes Land lockt derzeit mit derartigen Wachstumsversprechen. Und der Sog nach Amerika hält an; im Jahr 2000 ist die Zahl der Übernahmen von amerikanischen Firmen durch europäische Unternehmen erneut um 20 Prozent gestiegen; die Europäer legten bei 453 Deals 224 Milliarden Dollar auf den Tisch. Eine Studie der Wirtschaftsprüfungsgesellschaft KPMG nennt dafür die Gründe: Immer mehr Un-

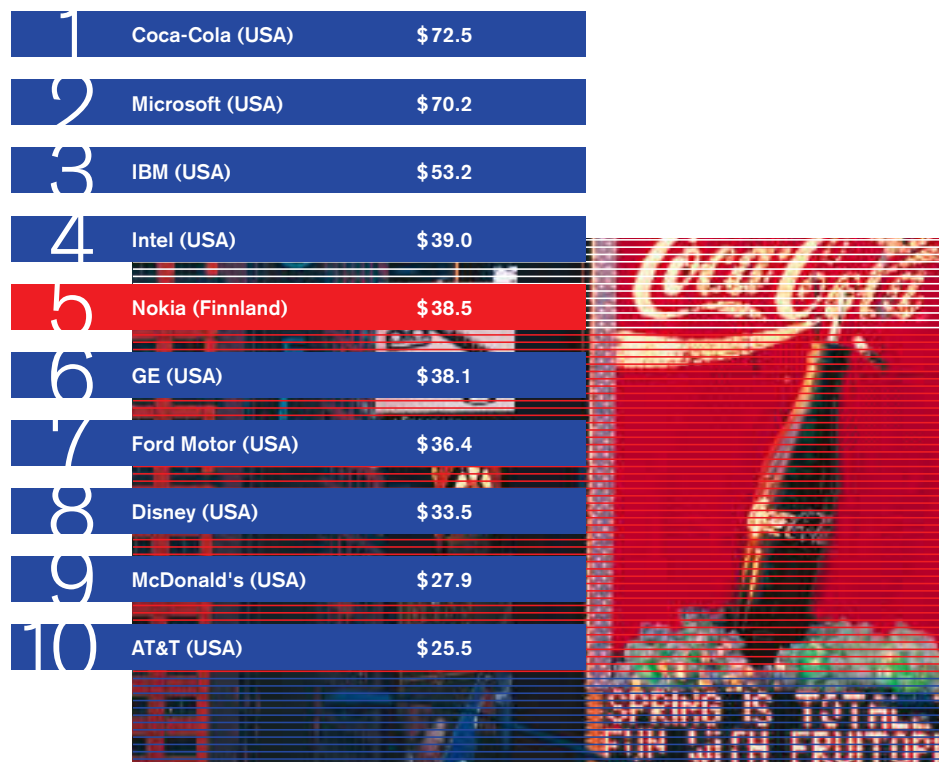
\* Ralph Waldo Emerson, amerikanischer Philosoph und Dichter (1803–1882);

\*\* Abraham Lincoln, 16. Präsident der USA (1809–1865)



## Coca-Cola steckt Microsoft in die Tasche

Nokia aus Finnland steht in der Garde der schwergewichtigen Brands allein auf weiter Flur: Neun von zehn Topmarken kommen aus den USA. Die Marke Coca-Cola ist beispielsweise 72,5 Milliarden Dollar wert.



Quelle: Interbrand

ternehmen betrachten eine Marktpresenz in den USA als unumgänglich, um als global agierende Gesellschaft ernst genommen zu werden.

Im letzten Jahr listete die amerikanische Tageszeitung «USA Today» einige Indikatoren auf, welche die eigene volkswirtschaftliche Fitness aufzeigten (siehe Grafiken): Von den zehn weltweit wertvollsten Brands sind neun «made in the US» – angeführt von Coca-Cola, Microsoft und IBM. Weniger erdrückend sieht das Bild bei den Top-Investment-Banken aus; vier von zehn laufen unter amerikanischer Flagge. Die ersten vier Plätze sind aber auch hier in amerikanischer Hand. Und schneidet das öffentliche Schulsystem der USA im internationalen Vergleich mittelmässig ab, so gehören die Elite-Universitäten zu den eigentlichen Schrittmachern der globalen Managerkultur. Acht der zehn

Top-Business-Schulen sind in den Vereinigten Staaten domiziliert. Und im Zukunftsmarkt Software-Produktion geben die Amerikaner noch unmissverständlicher den Takt an: Nur gerade zwei japanische Anbieter schafften es in den Olymp der erfolgreichsten Software-Firmen; die restlichen acht sind Amerikaner.

Klar auch, dass die USA im Geschäft mit dem Internet und dem Hightech die Nase vorne haben. Mit von der Partie sind Amerikas Anlegerinnen und Anleger: Heute ist, laut dem Nachrichtenmagazin «Spiegel», fast ein Drittel des amerikanischen Börsenkapitals in Hightech-Firmen angelegt, die vor 20 Jahren noch nicht existierten. Viele kleiner Start-ups profitierten von reichlich fliessendem Risikokapital; allein 1999 stieg das eingesetzte Venture Capital um 150 Prozent auf 35,6 Milliarden Dollar.

Noch in den Siebziger- und Achtzigerjahren sah es kaum nach einer amerikanischen Erfolgsstory aus. Pleiten, Rezession, Inflation und Arbeitslosenquoten von zehn Prozent nagten an der Moral. «Die Zukunft, so konstatierten selbst glühende Patrioten, gehörte den Europäern und Japanern mit ihren modernen Produktionsbetrieben, eifrigen Arbeitern und ehrgeizigen Forschern», so der «Spiegel».

Die Krise setzte Energie frei. Einer der Treiber war Ronald Reagan mit seinen Beraterteams. Sie glaubten an den freien Markt und Steuersenkungen. Milliarden flossen in die Forschung; davon profitierte auch die Computerindustrie. Telekommunikation, Finanzindustrie, Software-Produzenten, aber auch die Biotechnologie schufen Millionen neuer Jobs. Jobs, die in anderen Bereichen vernichtet wurden.

Schätzungen besagen, dass durch die Umwälzungen 50 Millionen Arbeitsplätze verloren gingen und 80 Millionen neue entstanden seien. Grossunternehmen wie IBM kappten Zehntausende von Stellen. Derweil tüftelte eine neue Unternehmergeneration in Garagen und Hinterhöfen an den technologischen Grundlagen der «New Economy».

Unter Bill Clinton konnte die Ernte eingefahren werden. «Die Sanierung des Bundeshaushalts, der Pioniergeist der Amerikaner, die Qualität der Forschung an den amerikanischen Spitzenuniversitäten und die oft knallharte Restrukturierung der amerikanischen Unternehmen in den Neunzigerjahren sind Faktoren, welche die Vormachtstellung der USA gesichert haben», sagt Cédric Spahr vom Economic Research der Credit Suisse (siehe Interview auf Seite 32).

In Sachen Wettbewerbsfähigkeit sind die Amerikaner heute unbestrittene Nummer eins. Das attestiert ihnen auch das renommierte International Institute for Management Development in Lausanne: Aufgrund von rund 260 Kriterien zu Internationalisierung, Regierungssystem, Infrastruktur oder Wissenschaft und Technologie untersucht das Institut die Wettbewerbsfähigkeit verschiedener Länder.



## US-Investmentbanken dominieren die Topliga

Die Werte der Transaktionen im Jahr 1999 sprechen eine deutliche Sprache: Spitzenreiter unter den Investmentbanken ist Goldman Sachs aus den USA mit 1,5 Milliarden Dollar.

1	Goldman Sachs (USA)	\$ 1.507
2	Merrill Lynch (USA)	\$ 1.144
3	Morgan Stanley Dean Witter (USA)	\$ 1.069
4	J.P. Morgan (USA)	\$ 600
5	Credit Suisse First Boston (Schweiz)	\$ 470
6	UBS Warburg (Schweiz)	\$ 452
7	Lazard (Frankreich)	\$ 374
8	Salomon Smith Barney (USA)	\$ 372
9	Rothschild (Frankreich)	\$ 358
10	Deutsche Bank (Deutschland)	\$ 344

Quelle: Thomson Financial Securities Data

«Niemand kann ehrlichen Herzens versuchen, einem anderen zu helfen, ohne sich selbst zu helfen.»

Ralph Waldo Emerson\*

**Gewinner/Verlierer** «Amerika ist seit seiner Gründerzeit eine Erfolgsgeschichte», sagt Rudolf Stamm, seit anderthalb Jahren Korrespondent der «Neuen Zürcher Zeitung» in Washington. «Auch wenn in der Erfolgsgeschichte immer wieder düstere Kapitel auftauchen wie etwa die Sklaverei und die noch nicht beseitigte Rassendiskriminierung.» Für den Politbeobachter ist klar: Eine Schlüssel-funktion im amerikanischen Wirtschaftswunder haben die enormen Investitionen in die Forschung und Entwicklung. Ame-

rikanische Universitäten sind Traumdestination für Tausende von Studenten und Forschern aus der ganzen Welt. Das zementiert die amerikanische Vormachtstellung. «Auf diese Weise haben die USA in den letzten zehn Jahren einen Grossteil der Nobelpreise für Physik (19 von 26), Medizin (17 von 24) und Chemie (13 von 22) einheimen können», schreibt «Le Monde Diplomatique». Und 1999 lag das Bruttoinlandprodukt der Vereinigten Staaten mit 8683 Milliarden Dollar sechsmal so hoch wie in Frankreich. «Die New Yorker Börse fungiert als globales Finanzbarometer», so «Le Monde Diplomatique» weiter, «jeder Schluckauf der Wall Street lässt gleich die ganze Weltwirtschaft erzittern.»

Der Strukturwandel verlief in einem atemberaubenden Tempo. Nicht alle konnten mithalten. Die geistige und wirtschaftliche Elite und die Mittel- und Unterschicht

driften auseinander; das verursacht Probleme. «Im Wahlkampf waren sich Bushs wie Gores Lager denn auch einig, dass es dem entgegenzuwirken gilt», betont Amerikakorrespondent Stamm.

Vielen Amerikanern geht es so gut wie nie zuvor. Das durchschnittliche Jahreseinkommen liegt bei 40900 Dollar – ein Rekord. Selbst die Armutsrate ist mit 11,8 Prozent auf dem tiefsten Stand seit 21 Jahren. Amerikanische Firmen lassen sich diesen Erfolg etwas kosten. «Wir zahlen unseren CEOs tausendmal mehr als einem Arbeiter, weil wir in den USA nichts gegen Gewinner haben», zitiert «USA Today» Ted Snyder von der Business School der University of Virginia. «Das fördert das Eingehen von Risiken und zelebriert die Gewinner-Mentalität.» Derweil ein CEO in Westeuropa ein Jahresalär von durchschnittlich 590000 Dollar nach Hause trägt, verdienen ihre amerikanischen Kollegen 1,4 Millionen Dollar im Schnitt.

Doch es gibt eine Kehrseite der Medaille. Das Vermögen der reichsten Familien steigt, während die Mittelklasse im wachsenden Schuldenberg erstickt. 74 Prozent der Amerikanerinnen und Amerikaner erachten es als dringlichste Aufgabe der Regierung, die Kluft zwischen Arm und Reich zu überwinden. «Heute verdienen rund 60 Prozent der Amerikaner real nicht mehr als vor 20 Jahren», schreibt der «Spiegel». Die Kursgewinne aus dem Internet-Boom fliessen in die Taschen der oberen fünf Prozent der Haushalte, auch wenn die «New Economy» täglich 700 neue Millionäre aus dem Hut zaubert.

Nach der Pensionierungswelle der Baby-Boomer-Generation in rund 15 Jahren wird die staatliche Rentenversicherung zahlungsunfähig. Und an der Reform des Gesundheitswesens beißen sich die Politiker die Zähne aus. «41 Millionen Amerikaner können es sich nicht leisten, krank zu werden, weil sie weder eine staatliche noch eine private Krankenversicherung haben», kommentiert «Die Woche». Über steigende Obdachlosigkeit und Misere täuschen auch Statistiken nicht hinweg.



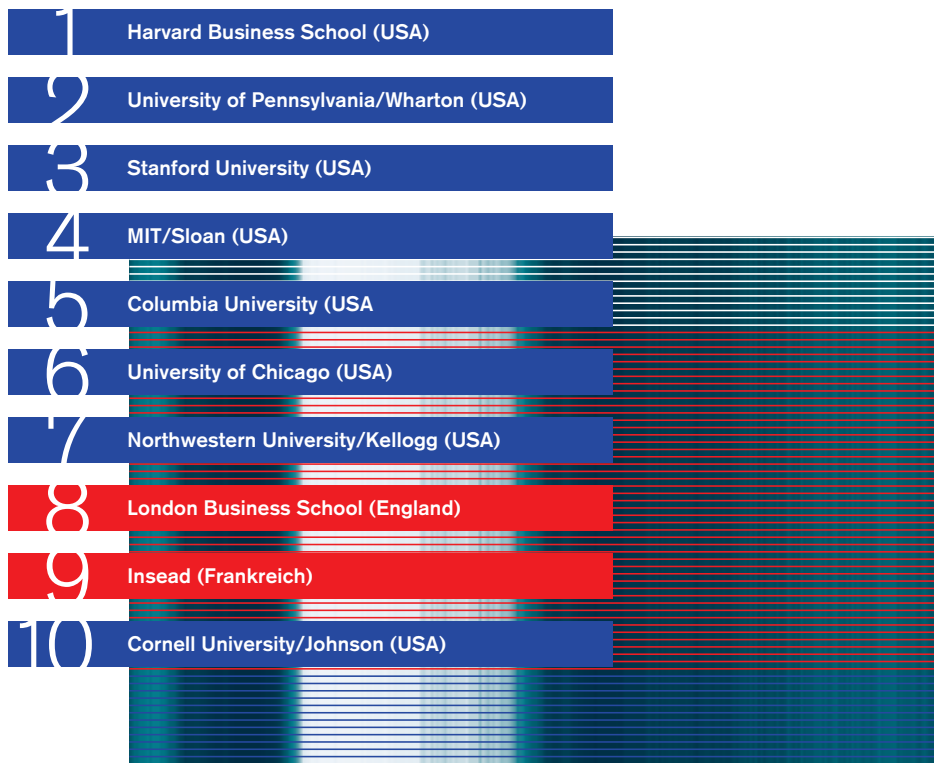


Im «Sylvia's», Harlem, New York.  
An den Wänden hängen Bilder von Aretha  
Franklin und Muhammad Ali; in die Teller  
kommt, was der «Queen of Soul food» beliebt.



## Manager tanzen nach der amerikanischen Pfeife

Shareholder Value, Downsizing, Economy of Scale – das Gebetbuch des Managements wird in Amerika geschrieben: Acht der zehn globalen Top-Business-Schools sind in den USA.



Quelle: Financial Times MBA 2000 Rankings

«Halten Sie sich fern von jenen, die versuchen, Ihren Ehrgeiz herabzusetzen. Kleingeister tun das immer, aber die wirklich Grossen geben Ihnen das Gefühl, dass auch Sie selbst gross werden können.»

Mark Twain\*

**Knochen** Ein jeder Goliath hats schwer. Der Antiamerikanismus hat Tradition und entlädt sich immer wieder in unterschiedlicher Weise. Einst klassische Zielscheibe der Linken und der sozialistischen Welt, sind die USA heute der Kritik unterschiedlichster Herkunft ausgesetzt. Nicht überall auf Gegenliebe stösst im globalen Dorf etwa die Dominanz des Englischen.

Und es herrscht die Meinung, die Globalisierung habe vor allem den Vereinigten Staaten in die Hände gespielt; Globalisierung ist vielerorten gleich Amerikanisierung: «Von lästigen staatlichen Auflagen befreites Kapital, das sich als riesiger Investitionsstrom rund um den Globus auf die Suche nach Anlagemöglichkeiten begeben hat» – so der «Spiegel» – «lässt sich mit Vorliebe dort nieder, wo Länder dem amerikanischen Wirtschaftsliberalismus folgen.» Die wirtschaftlichen Verflechtungen mit den USA und die Abhängigkeiten, die sich daraus ergeben, lassen in den Ländern Asiens nicht vergessen, dass Religion und Sitte anderen Gesetzen folgen. Das führt zu Widersprüchen: In Japan etwa ist Amerika Vorbild und Rivale zugleich.

«Kommen Sie mir nicht mit dem «Wall Street Journal», fuhr vor einigen Monaten

David Potter einen Journalisten der «Neuen Zürcher Zeitung» an. Potter ist einer der prominentesten Vertreter der europäischen Computerindustrie und Chef der Symbian-Allianz, die Software für Smartphones entwickelt. Sein Wutausbruch kam nicht von ungefähr, steht Symbian doch im knüppelhaften Verdrängungskampf mit Microsoft, dem amerikanischen Koloss. Potter: «In der Mobilfunkkommunikation sind wir Europäer führend, aber wir haben einen Minderwertigkeitskomplex, weil uns die amerikanischen Medien dauernd erzählen, wie grossartig die amerikanische Wirtschaft ist und dass die Europäer altmodische Leute sind mit Knochen in den Nasen.»

Auch in der Schweiz ist die Freude am amerikanischen Einfluss nicht ungetrübt. Schweizerinnen und Schweizer sind Land und Leuten mehrheitlich negativ oder ambivalent eingestellt, wie eine repräsentative Umfrage des «Bulletins» ergeben hat (siehe Artikel Seite 24). Vorab junge, gut ausgebildete und linke Schweizerinnen und Schweizer stehen dem Land der unbegrenzten Möglichkeiten negativ gegenüber.

«Die Amerikaner wissen um die Resentiments gegenüber ihrer Art, Geschäfte zu machen und zu leben, doch sie nehmen das nicht besonders ernst», sagt NZZ-Korrespondent Rudolf Stamm. «Anti-amerikanismus bringt aber weder den Europäern noch anderen Regionen etwas. Sie müssen selber an Stärke gewinnen und einen eigenen Weg finden, ohne mit Groll auf die Grossmacht im Westen zu spielen.»

«Man muss jedem Hindernis Geduld, Beharrlichkeit und eine sanfte Stimme entgegensetzen.»

Thomas Jefferson\*\*

**Ohren** Henry Kissinger, der ehemalige amerikanische Aussenminister, lud Anfang

\* Mark Twain, amerikanischer Schriftsteller (1835–1910);

\*\* Thomas Jefferson, führender Kopf der Unabhängigkeitsbewegung (1743–1826)



letzten Jahres verschiedene Persönlichkeiten aus Politik und Wirtschaft zum Gedankenaustausch ein. Er wollte mit ihnen die Frage diskutieren, welche Rolle die Vereinigten Staaten im 21. Jahrhundert spielen sollten und was die Welt von den USA erwartet.

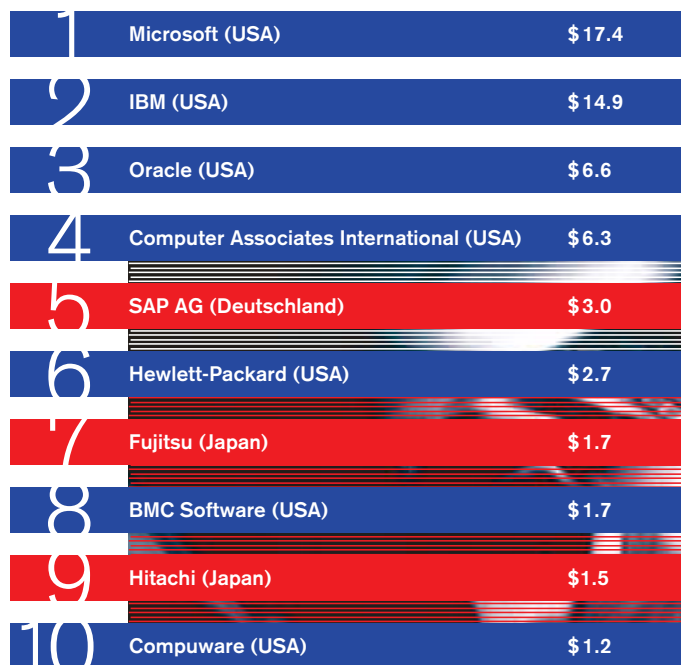
James Wolfensohn, der Präsident der Weltbank, erinnerte die Runde an das Ungleichgewicht von Arm und Reich: «Von den heute sechs Milliarden Menschen auf dieser Welt leben 4,8 Milliarden in Schwellen- und Entwicklungsländern; 3 Milliarden müssen mit weniger als zwei Dollar pro Tag auskommen, 1,2 Milliarden gar mit weniger als einem Dollar.» Dieses Ungleichgewicht zu entschärfen, Wissen und Technologie in die unterentwickelten Regionen zu bringen, ist für Wolfensohn eine Rolle, die ein Leader wie die USA wahrnehmen sollte. «Wir müssen als Leader zeigen, dass Demokratie und ein freies Wirtschaftssystem nicht nur den Privilegierten Vorteile bringt, sondern allen Menschen in demokratischen Gesellschaften», ergänzte Colin Powell, heute US-Aussenminister.

Michail Gorbatschow, der ehemalige Präsident der Sowjetunion, provozierte in der Runde mit der Frage: «Bedeutet Leadership politisches, wirtschaftliches und kulturelles Monopol, Polizeiaktionen, Dominanz und Manipulation?» Newt Gingrich, eine der konservativen Stimmen Amerikas, stellte die Leadership-Rolle der USA nicht in Frage; das Ende des Kalten Krieges bringe aber ein Umdenken mit sich. «Die USA werden lernen müssen, besser zuzuhören, eher ein Partner zu sein als ein Dominator, mehr zu überzeugen als politischen und wirtschaftlichen Druck aufzusetzen.»

Im Dezember letzten Jahres hatte das «Bulletin» Gelegenheit, mit Michail Gorbatschow über seine Sicht der amerikanischen Rolle zu sprechen (siehe Interview auf Seite 22). Das Gespräch inspirierte Gorbatschow dazu, einen offenen Brief an den neuen Präsidenten der USA, George W. Bush, zu schreiben; der Brief wurde Ende Dezember in der «Herald Tribune» und

## Microsoft führt in der Champions League

In Sachen Umsatz für Software stehen Microsoft und IBM unangefochten an der Spitze: Bill Gates machte mit seinem Imperium 1999 einen Umsatz von 17,4 Milliarden Dollar.



Quelle: International Data

der «Washington Post» abgedruckt mit der Überschrift «Mr. Bush, the world doesn't want to be american». Es waren scharfe Worte: «Die US-Aussenpolitik wurde formuliert, als handle es sich um die Politik einer Nation, die den Krieg, den Kalten Krieg, gewonnen habe. Im letzten Jahrzehnt operierten die USA auf einer ideologischen Linie, die identisch war mit der während des Kalten Krieges.»

Der ehemalige Staatschef erklärte, es herrsche auf der Welt nicht mehr Frieden – im Gegenteil: Ungleichheiten seien grösser geworden, Spannungen und Feindseligkeiten hätten zugenommen. «Die Welt ist kompliziert, sie birgt eine Vielfalt von Interessen und Kulturen. Früher oder später, muss die internationale Politik, auch die Amerikas, diese Vielfalt akzeptieren.»

«Liebst du das Leben?  
Dann verschwende  
keine Zeit, denn  
daraus ist das Leben  
gemacht.»

Benjamin Franklin\*

**Atem** «Ist Amerika verrückt?» fragte «Weltwoche»-Chefredaktor Fredy Gsteiger – das «Bulletin» ist die Antwort schuldig geblieben. Nicht so sein USA-Korrespondent Martin Kilian; er schrieb seinem Chefredaktor als Replik: «Ich muss dir gestehen, nach einem Vierteljahrhundert in Amerika stehe ich den Widersprüchen mitunter staunend gegenüber. Amerika ist immer wieder für positive Überraschungen gut. Vital und auch ein bisschen verrückt – so wird es die Welt weiterhin in Atem halten.»

\* Benjamin Franklin, Mitunterzeichner der Unabhängigkeitserklärung (1706–1790)



A close-up portrait of Mikhail Gorbachev, the former leader of the Soviet Union. He is wearing a dark suit, a white shirt, and a patterned tie. The lighting is dramatic, with strong highlights on the left side of his face and deep shadows on the right. The background is dark and out of focus.

«In  
ist  
be

Michail Gorbatschow zeigte sich als Kommunikationsprofi: Nach einem langen Arbeitstag stand er nicht nur dem Bulletin souverän Red und Antwort, sondern nahm sich auch noch für den Fotografen Thomas Schuppisser Zeit.



# Amerika eine Perestroika reits im Gang»

Michail Gorbatschow tritt heute als scharfer Beobachter der amerikanischen Politik auf. Für ihn ist klar: Eine Weltordnung unter dem Diktat der USA darf es nicht geben. Interview: Christian Pfister, Redaktion Bulletin

**CHRISTIAN PFISTER** Wann haben Sie zum ersten Mal von Amerika gehört?

**MICHAIL GORBATSCHOW** Ich erfuhr von Amerika durch die Literatur; ich las als Junge etwa Jack Londons «Kopfloser Reiter», aber auch Bücher von Mark Twain.

**C.P.** War das vor oder nach dem Zweiten Weltkrieg?

**M.G.** Sowohl als auch – ich war zehn Jahre alt, als der Krieg ausbrach. Mein Wissen über Amerika stammte damals einzig aus Büchern; ein anderes Amerika gab es für mich nicht. Ich erinnere mich noch an ein Gedicht von Marschak, das wir in der Schule auswendig lernten: Es hiess «Mister Twister».

**C.P.** Wovon handelte es?

**M.G.** Mister Twister war ein Inhaber von Fabriken und Dampfschiffen, der sich entschloss, eine Weltreise zu machen. Er reiste überallhin, wohnte in verschiedenen Hotels. Doch als er nach Moskau kam, fand sich keine Unterkunft für ihn. Das war unsere Art, dem Kapitalisten eins auszuwischen. (schmunzelt)

**C.P.** Beeinflusste der Krieg Ihre Vorstellung von Amerika?

**M.G.** Es kam der Krieg – die zweite Front, Schmorfleisch in Büchsen, die Amerikaner, die uns humanitäre Hilfe zukommen liessen. Das war das erste Mal, dass ich erfuhr, dass es Amerika auch in der realen Welt gab. Dazu muss man wissen, dass ich in der tiefsten Provinz aufwuchs; wir hatten keine Presse, kein Radio und somit kaum Zugang zu dem, was in der Welt lief.

**C.P.** Wann wurde Amerika für Sie zu mehr als einer Romankulisse und einem Helfer?

**M.G.** Zu begreifen, was Amerika ist, begann ich in der Schule und dann später in der Universität. Hinzu kamen viele amerikanische Filme, die wir damals zu sehen bekamen. Unser Bildungssystem war sehr gut. Wir studierten nicht nur unsere eigene Geschichte systematisch, sondern auch die amerikanische Revolution und Verfassung.

**C.P.** Welche Rolle spielten die Medien?

**M.G.** Alles, was über Amerika oder Europa

nach dem Jahr 1947 geschrieben wurde, war stark ideologisiert. Ich erinnere mich an eine Kolumne auf der Frontseite einer wichtigen Tageszeitung; es war eine Antwort auf eine Rede Churchills – symptomatisch für die Anfänge des Kalten Kriegs: «Churchill rasselt mit dem Säbel» lautete die Überschrift. In der Folge waren keine objektiven Informationen mehr zu Amerika oder Westeuropa zu haben. Zudem fing nach dem Zweiten Weltkrieg Demonstrationen gegen den Kolonialismus an; die ersten Kolonien brachen auseinander.

**C.P. Warum war das wichtig?**

**M.G.** Wir werteten diese Ereignisse als Anzeichen des Zusammenbruchs des kapitalistischen Systems.

**C.P. Das fiel wahrscheinlich in Ihre Studienzeit. Was war Ihre Haltung?**

**M.G.** Ich erinnere mich, als ich in den Fünfzigerjahren an der Universität in Moskau war. Ich ging mit Kollegen zu den Demonstrationen auf den Roten Platz. Dort, wo heute das Tourismusgebäude steht, war früher die amerikanische Botschaft. Wir schrieten, so wie das eben Studenten zu tun pflegen: «Nieder mit dem amerikanischen Imperialismus!»

**C.P. Warum?**

**M.G.** Wir taten es, weil es irgendwie dazugehörte – wir haben uns nicht viel dabei gedacht (schallendes Lachen). Später wurden wir ernsthafter, wir erfuhren mehr und gelangten zu einem besseren Verständnis dessen, was um uns herum geschah. Gleichzeitig realisierten wir, was sich im eigenen Land abspielte.

**C.P. Einer, der Ihr Amerika-Bild in späteren Jahren geprägt hat, war sicherlich Ronald Reagan. Wie hat er auf Sie gewirkt?**

**M.G.** Ich erinnere mich, wie ich mich vor 15 Jahren, im Spätherbst, zum ersten Mal mit Präsident Reagan getroffen habe. Diese Begegnung in Genf war damals die erste zwischen den USA und der Sowjetunion nach einer sechsjährigen Unterbrechung. Die Welt befand sich auf dem

Höhepunkt des atomaren Wettrüstens. Alle hatten das Gefühl, man könne nichts mehr ändern, man könne diesen dämonischen Zug des atomaren Wettrüstens nicht mehr bremsen. Die Spannung war sehr gross. Als ich danach zu meinen Kollegen zurückkehrte, fragten sie mich nach meinem ersten Eindruck. Ich sagte: «Dinosaurier!» Später habe ich erfahren, dass man Reagan auch gefragt hatte, welchen Eindruck er von Gorbatschow hätte. Seine Antwort war: «Dickköpfiger Kommunist!» (lacht laut)

**C.P. Keine Liebe auf den ersten Blick, so scheint's – dennoch war der Ausgang der Verhandlungen ein Meilenstein.**

**M.G.** Ja, während der Verhandlungen haben Präsident Reagan und ich gespürt, eher intuitiv, dass etwas zustande gebracht werden konnte. Auf jeden Fall haben wir beide am frühen Morgen in Genf eine Erklärung unterzeichnet, die später vieles bewirkt hat; wir kamen überein, dass nuklearer Krieg absolut unzulässig ist und es dabei keine Sieger geben könne! Diese Erklärung ist für die Leute, die in der Politik Verantwortung tragen, sehr wichtig. Sie besagte: Wenn es im nuklearen Krieg keine Sieger gibt, dann macht es keinen Sinn, das Wettrüsten weiterzuführen. Das heisst nicht nur, dass das Wettrüsten angehalten werden soll, sondern dass man alle nuklearen Waffen liquidieren sollte. Meiner Meinung nach war die Persönlich-

keit von Präsident Reagan von ausschlaggebender Bedeutung für den Erfolg der Gespräche.

**C.P. Also nichts mit Dinosaurier und kommunistischem Dickschädel?**

**M.G.** Es war natürlich ein Schock für viele, dass die Sowjetunion die Initiative ergriff, den Bestand der Bodenraketen zu reduzieren. Ausgerechnet ich, der «Proletarier» (lacht), schlug vor, den ganzen Waffenbestand zu halbieren. Das überraschte die Öffentlichkeit.

**C.P. Was denken die Menschen in Russland heute über Amerika?**

**M.G.** Als der Kalte Krieg zu Ende war, herrschte in meinem Land Euphorie. Die Leute waren zur Zusammenarbeit bereit. Heute denkt die Mehrheit, Amerika sei ein grosses Land mit vielen Errungenschaften, das aber zu sehr mit sich selber beschäftigt sei.

**C.P. Das tönt nach Ressentiments.**

**M.G.** Die Euphorie ist einem gewissen Antiamerikanismus gewichen. Demgegenüber wächst unter der Bevölkerung das Vertrauen in Europa. Ich betone dies, weil die Einstellung des Volks dem Westen gegenüber die Basis ist für die weitere Zusammenarbeit.

**C.P. Können Sie das erklären?**

**M.G.** Russland begreift sich als Teil Euro-



Michail Gorbatschow

«Ich erfuhr, dass man auch Ronald Reagan gefragt hatte, was er von Gorbatschow für einen Eindruck hätte. Seine Antwort war: «Dickköpfiger Kommunist!»



pas. Ein Beispiel: Wenn die Russen und die Deutschen nicht einen versöhnlichen Schritt aufeinander zu gemacht hätten, wenn es keine Reue und keine Versöhnung gegeben hätte – wäre es nicht zur deutschen Wiedervereinigung gekommen. Europa muss eine Wahl treffen. Es ist viel zu lange den Weg gegangen, den ihm Amerika vorgezeichnet hatte. Es hat mit diesem Umdenken aber Schwierigkeiten. Europa muss eigene Ideen finden und selber verstehen, was es will und worüber es verfügt.

#### C.P. Das wäre ?

**M.G.** Europa ist ein einzigartiger Kontinent mit grossem historischem Potenzial. Es hat die Qual der Wahl: Einerseits will es mit Russland eine Beziehung aufbauen, gleichzeitig aber auch mit Amerika weiterhin auf gutem Fuss stehen.

#### C.P. Wo sollten die Prioritäten liegen ?

**M.G.** Von Prioritäten kann keine Rede sein, denn Europa braucht beide. Man kann doch keine ernsthaften Zukunftsperspektiven erwägen, wenn Russland nicht miteinbezogen wird. Und selbstverständlich bestehen wichtige Verbindungen zu den USA.

**C.P. Amerika hat sich in seinen Grundfesten in den letzten 70 Jahren kaum verändert. Unlängst mutierte das etwas rustikale, amerikanische Wahlsystem gar zur Lachnummer. Wäre es denn möglich, dass den USA eine Art Perestroika bevorsteht ?**

**M.G.** Das geschieht nicht von einem Tag auf den anderen. Zumal die Amerikaner sehr erfolgreich sind und Veränderungen fürchten. In der Sowjetunion haben wir auch zuerst drei Jahre gebraucht, um den Sozialismus zu verbessern. Wir kamen daraufhin zum Schluss, dass wir dieses System ersetzen mussten. Meiner Meinung nach ist in Amerika die Perestroika bereits heute im Gang.

#### C.P. Wie bitte ?

**M.G.** In den USA finden viele Veränderungen statt. Aber auch die politische

Weltkarte ist in Bewegung. Der asiatische Bevölkerungsteil und die pazifische Region erheben sich. Deshalb ist für die Amerikaner die Zusammenarbeit mit Europa und Russland so wichtig. Zwar hat Amerika in vielen Lebensbereichen die Führungsrolle inne. Aber sollten die USA ihre Führerrolle in eine Politik der Dominanz umsetzen wollen, so wird ihnen das nicht gelingen. Die Welt hat die politische Vormachtstellung der USA bereits zurückgewiesen. China und Russland sind dagegen, Indien ebenso. Deshalb habe ich Bill Clinton auch scharf kritisiert, als er verkündete, das 20. Jahrhundert sei das Jahrhundert Amerikas geworden – und mit Gottes Hilfe werde es auch das 21. Jahrhundert werden.

#### C.P. Was ist daran falsch ?

**M.G.** Die USA und die westlichen Länder haben den Ausgang des Kalten Krieges falsch eingeschätzt. Sie meinten, sie wür-

#### MR. PRESIDENT HAT LUST AUF EINEN WITZ

Es ging gegen acht. Dienstagabend, im Zürcher Hotel Savoy herrschte Spannung. Eine Persönlichkeit wie Michail Gorbatschow ist selbst in der Nobelherberge nicht tägliches Brot. «Mister President» kam inkognito und in inoffizieller Mission – zwei Bodyguards und sein persönlicher Berater begleiteten ihn. Er nahm die Aufregung um ihn gelassen, schenkte hier ein Lächeln, dort einen Händedruck. Und dann hatte er Zeit fürs Bulletin. Die Begegnung mit der Weltgeschichte nahm aber nicht ihren vorgesehenen Lauf. Die Fragen des Journalisten mussten noch warten. Michail Gorbatschow verspürte vorerst keine Lust, schnurstracks auf das Frage-Antwort-Spiel einzusteigen. Er erzählte lieber einen Witz: «Ein Arzt, ein Architekt und ein Politiker streiten, wessen Beruf der älteste sei. Der Arzt sagt: Unser Beruf ist bestimmt der älteste, wir haben Eva aus Adams Rippe erschaffen. Der Architekt meint: Das stimmt zwar, aber bevor Adam und Eva erschienen, gab es sieben Tage, in denen die Welt erschaffen wurde; erst dann kamen die Probleme mit Adam und Eva. Schlussendlich kam der Politiker zu Wort: Ihr beide habt Recht – die Welt wurde in sieben Tagen erschaffen, aber was war davor? – Chaos! Und ratet mal, wer das Chaos erschaffen hat?»

den den Sozialismus begraben. Doch die Werte des Sozialismus werden in Europa und in Amerika an Bedeutung gewinnen. Die politische Kultur Amerikas hat eine Regel: Jeder Präsident muss irgendwo einen Krieg führen, sonst ist er kein Präsident. Das amerikanische Volk selber will gar keine Kriege – hier liegt der Widerspruch. Man sollte nicht sich selber und andere in Versuchung führen, indem man vorgibt, Gewalt und Waffen hätten im 21. Jahrhundert eine ausschlaggebende Bedeutung.

#### C.P. Also wird nichts mit der unangefochtenen Supermacht USA im 21. Jahrhundert ?

**M.G.** Die Antwort darauf gab John F. Kennedy schon 1963. Vor Universitätsstudenten sagte er: «Wenn Sie meinen, dass die zukünftige Welt nur für die Amerikaner gut sein wird, dann irren Sie sich. Entweder wird es für alle Frieden geben oder es wird für niemanden eine Welt geben.»

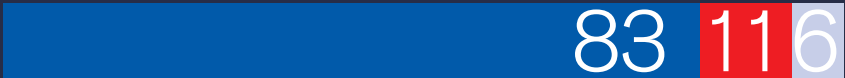


Meinungen über Amerika: Negative Aussagen

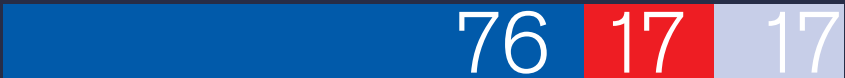
in % Stimmberechtigter



Amerika wird mit vielen Problemen im eigenen Land nicht fertig



Amerika ist eine Wegwerfgesellschaft



Die amerikanische Gesellschaft ist gegenüber Schwarzen rassistisch



Amerika ist eine Ellenbogen-Gesellschaft



Die amerikanische Gesellschaft ist konservativ



Amerika mischt sich in Angelegenheiten, die es nichts angehen



Amerikanerinnen und Amerikaner sind oberflächliche Leute



Die amerikanische Gesellschaft ist prude



Amerika hat zu viel Einfluss auf die Angelegenheiten der Schweiz



Amerika hat keine Tradition, keine Geschichte

- voll und eher zustimmen
- eher nicht und überhaupt nicht zustimmen
- weiss nicht/keine Antwort



# Bill für Bundes-Bern

68 Prozent aller Stimmberechtigten glauben an den amerikanischen Traum. Nur 23 Prozent haben mit den USA nichts am Hut, enthüllt eine Exklusivumfrage des Bulletins. **Rosmarie Gerber, Redaktion Bulletin**

## Meinungen über Amerika: Positive Aussagen

in % Stimmberechtigter



Amerika ist das Land der unbegrenzten Möglichkeiten



Amerika ist unbestritten die Nummer eins auf der Welt



Amerika verfügt über eine intakte Wirtschaft



Amerika hat ein gut funktionierendes Bildungssystem



Noch heute spürt man bei den Amerikanern und Amerikanerinnen den Pioniergeist



Kein anderes Land macht sich für die Demokratie so stark wie Amerika



Kein anderes Land macht sich für die Menschenrechte so stark wie Amerika



In Krisenzeiten können wir uns auf Amerika verlassen

Amerika polarisiert Schweizerinnen und Schweizer: 68 Prozent der weniger privilegierten Bürgerinnen und Bürger schätzen Amerika, 23 Prozent können sich für den grossen Bruder hinter dem grossen Teich nicht begeistern. Während 52 Prozent der Befragten Amerika als Hort der Menschenrechte feiern, sind 50 Prozent der Meinung, Amerika nehme zu viel Einfluss auf helvetische Angelegenheiten. Die Gegnerinnen und Gegner Amerikas finden sich vor allem in den Charm-Regionen: Tessin und Romandie.

Auch wenn sich nur gerade 15 Prozent der Befragten begeistert bei McDonald's drängeln, die Riesenation jenseits des Teiches zeitigt nach wie vor in unserm kleinen Alpenland beachtliche Begeisterung: 77 Prozent der US-Enthusiasten halten Amerika für das Land der unbegrenzten Möglichkeiten, 76 Prozent ganz simpel für die Nummer eins dieser Welt (siehe Grafik). Selbst entdeckt haben allerdings nur 38 Prozent aller Schweizer und Schweizerinnen dieses «Land der unbegrenzten Möglichkeiten», und gerade 16 Prozent haben einen Teil ihres Lebens in den Vereinigten Staaten verbracht.

### USA prägen Konsum und Wirtschaft

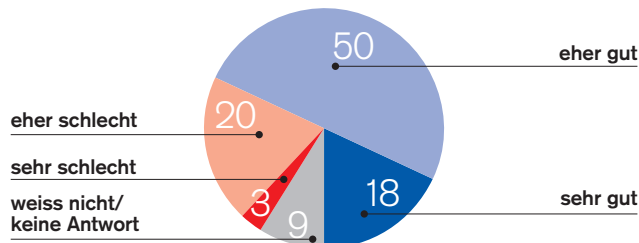
Gerade 30 Prozent aller Befragten halten eine Amerikanisierung der Schweiz für wahrscheinlich. Trotz dieser beachtlichen Zurückhaltung scheint eine Mehrheit der Stimmbürgerinnen und Stimmbürger geneigt, diesem Trend Vorschub zu leisten. Der skandalumwitterte Ex-Präsident, Bill Clinton, geniesst bei 73 Prozent aller Schweizerinnen und Schweizer Sympathien. Und Clintons Groupies kennen keine Grenzen: 56 Prozent würden Bill unbeesehen zum Bundesrat küren.

Auch wenn sich ausgewiesene US-Kenner nicht zur «Bill for President»-Partei gesellen mögen, eine zunehmende Amerikanisierung ist für sie gesetzt. Der Publizist Erich Gysling, USA-Kenner und früherer Chefredaktor bei TV-DRS: «Über die World Trade Organisation WTO wird der wirtschaftliche Druck auf die Schweiz zunehmen. Darüber hinaus sind unsere Sprache und die Essgewohnheiten massgeblich durch die USA geprägt.» «Die glo-

## Unfehlbares, verhasstes Amerika:

«Ganz allgemein gefragt, haben Sie persönlich von Amerika und von den Amerikanerinnen und Amerikanern eine sehr gute, eine eher gute, eine eher schlechte oder eine sehr schlechte Meinung?»

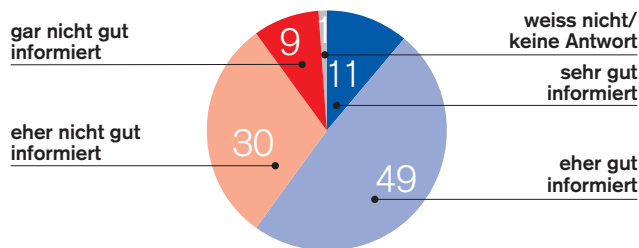
in % Stimmberechtigter



## Unbekanntes, bekanntes Amerika:

«Fühlen Sie sich persönlich über Dinge, die in Amerika geschehen, sehr gut, eher gut, eher nicht gut oder überhaupt nicht gut informiert?»

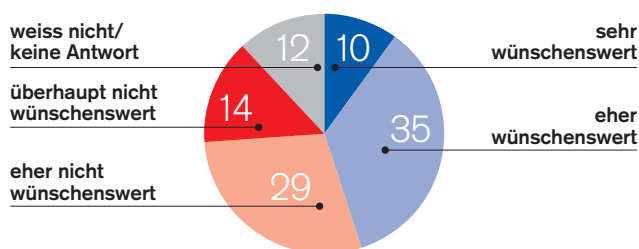
in % Stimmberechtigter



## Supermacht Amerika:

«Halten Sie es im Interesse der Schweiz für sehr wünschenswert, eher wünschenswert, eher nicht wünschenswert oder überhaupt nicht wünschenswert, dass Amerika eine starke Führungsrolle in der Weltpolitik übernimmt/innehat?»

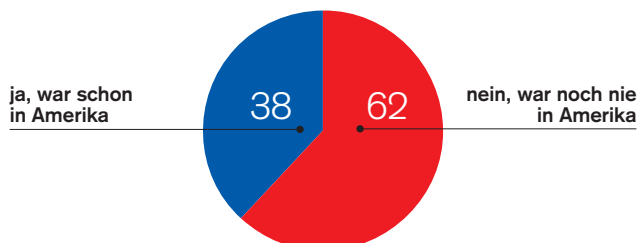
in % Stimmberechtigter



## Reiseziel Amerika:

«Waren Sie schon einmal in Amerika, oder waren Sie noch nie in Amerika?»

in % Stimmberechtigter



balisierte Wirtschaft und der helvetische Konsum kommen ohne die USA nicht mehr aus», doppelt Daniel Girsberger, Präsident der Swiss Friends of the USA, nach. Nur Ignaz Staub, Korrespondent des «Tages-Anzeigers» in Washington, nimmt Distanz: «Im Bereich der Volkskultur dürfte der amerikanische Einfluss rückläufig sein. Nachhaltig beeinflusst die USA derzeit aber Wirtschaft und Management.»

### US-Fans: Ein Rentner-Verein

Um die US-Fangemeinde wirklich glücklich zu machen, müsste Bill Clintons Volkswahl allerdings im Eilverfahren ins Werk gesetzt werden. Das GfS-Forschungsinstitut, das die Bulletin-Befragung durchgeführt hat, macht nämlich eine gewisse Überalterung aus:

35 Prozent der Enthusiasten sind über 70, eine Mehrzahl verfügt über eine beschränkte Bildung. 38 Prozent von ihnen leben in ländlichen Regionen, 37 Prozent zählen sich innenpolitisch zum rechten Lager. Und während 60 Prozent der Befragten der Meinung sind, gut informiert zu sein, geben 31 Prozent der amerikanischen Fangemeinde zu, keine intimen Kenntnisse über die USA zu haben.

Gerade betagtere Schweizerinnen und Schweizer seien Amerika in ihrem eigenen Umfeld begegnet, erklärt Erich Gysling: «Für sie sind die USA ein Synonym für die Befreiung Europas vom Nationalsozialismus, für Frieden und den Marshall-Plan, und nicht zuletzt ist Amerika als Bollwerk wider den Kommunismus in Erinnerung.»

### US-Gegner: Ein Jungtürken-Club

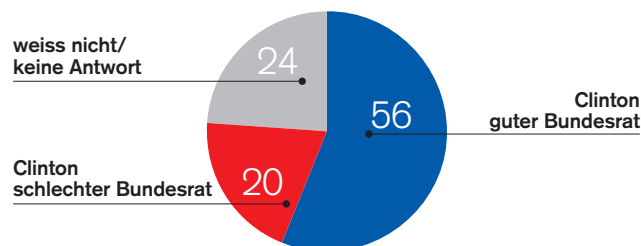
Ein klares Gegenbild bieten die Gegnerinnen und Gegner der USA: 47 Prozent sind zwischen 18 und 29 Jahre alt, und 54 Prozent haben eine gute bis sehr gute Bildung in die Waagschale zu werfen. Viele haben Kaderpositionen in der Privatwirtschaft oder arbeiten im öffentlichen Dienst. Die meisten leben in mittelgrossen Agglomerationen in der Romandie oder dem Tessin. 62 Prozent der US-Gegner zählen sich zur helvetischen Linken. Die helvetischen Gegnerinnen und Gegner der USA



## US-Ex Präsident als Schweizer Bundesrat:

«Nehmen wir einmal an, Bill Clinton würde in der Schweiz zum Bundesrat gewählt. Einmal abgesehen von Sprachschwierigkeiten und dergleichen, meinen Sie persönlich, Bill Clinton wäre ein guter oder ein schlechter Bundesrat?»

in % Stimmberechtigter



werfen der Supermacht vorweg vor, ihre eigenen Probleme nicht in den Griff zu bekommen und Rücksichtslosigkeit und Rassismus zu fördern (siehe Grafik).

Für die strikte Ablehnung der USA durch privilegierte junge Schweizerinnen und Schweizer macht Daniel Girsberger die amerikanische Einmischung in die Debatte um die nachrichtenlosen Vermögen, die Verunglimpfungen durch den republikanischen Senator d'Amato und den Eisenstadt-Bericht verantwortlich.

Erich Gysling lotet tiefer. Die USA habe nicht nur strengere Umweltbestimmungen an der letzten Klima-Konferenz verhindert, sie propagiere gentechnisch veränderte Lebensmittel und setze Transformationsländer, wie Russland oder die Ukraine, unter Liberalisierungsdruck.

Peter Studer, zur Zeit des Kalten Krieges US-Korrespondent des «Tages-Anzeigers» (TA), später Chefredaktor des TA und bei TV-DRS, verweist auf Widersprüche: «Paradox ist, dass sich gerade jüngere Kritiker der USA amerikanischen Lifestyle aneignen. Sie durchsetzen ihre Sprache bedenkenlos mit amerikanischem Slang, bekennen sich zum Wertepluralismus und geniessen den Jugendfetischismus Amerikas.»

### Jeans sind hoch im Kurs

Differenziert argumentieren nicht nur die US-Experten, differenziert reagieren auch die Befragten, selbst wenn es um Konsumgüter und Kulturimporte aus den USA geht. Während sich Jeans bei 69 Prozent grosser Beliebtheit erfreuen, kommt Coca-

Cola gerade bei 31 Prozent der Schweizer gut an. Jazz und Rockmusik bringen 63 Prozent aller Schweizerinnen und Schweizer auf Touren, American Football lockt eine Fangemeinde von gerade 28 Prozent vor die Mattscheibe. 40 Prozent mögen Disneyland, und 49 Prozent sind auf Hollywood-Filme abonniert.

### US-Technik ist führend

Einig sind sich 79 Prozent aller Schweizerinnen und Schweizer darüber, dass Amerika in den Bereichen Raumfahrt, Technologie und Militär weltweit führend ist. Auch die Wirtschaft punktet, aber das Sozialsystem und die Bildungsinstitutionen schneiden schlecht ab, wenn präzise nachgefragt wird. Und die Todesstrafe lehnen 76 Prozent aller Befragten ab.

### Amerika schießt nach Europa

Die Fachleute des GfS-Forschungsinstitutes kommentieren: «Amerika ist für Schweizerinnen und Schweizer nicht nur Vor- und Schreckbild, sondern wird von ihnen einigermaßen differenziert wahrgenommen.» Das Spektakel um die US-Präsidentenwahl, mutmassen die Befragten, werde dem Glauben an die Führungsnation jenseits des grossen Teiches künftig Abbruch tun.

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

Im Bulletin Online finden Sie die komplette Studie des GfS-Forschungsinstituts über das US-Bild der Schweizer.

# KÜNG•SAUNA

Eigene Fabrikation.  
Design geschützt.  
Service in der  
ganzen Schweiz.

Wir bieten umfassende Beratung bei Gestaltung, Konstruktion und Energie-sparen. Die **betriebeigene Fabrikation** von der Privatsauna bis zur Grossanlage ermöglicht individuelles Design und beinahe unbeschränkte Einbaumöglichkeiten. Mit 25-jähriger Erfahrung und überzeugendem Preis/Leistungsverhältnis sind wir Ihr kompetenter Ansprechpartner für Wohlbefinden und garantiertes Saunavergnügen.  
**Homepage: [www.kueng-sauna.ch](http://www.kueng-sauna.ch)**  
**E-mail: [info@kueng-sauna.ch](mailto:info@kueng-sauna.ch)**

Vereinbaren Sie einen Termin für den Besuch unserer permanenten Ausstellung oder verlangen Sie eine kostenlose Beratung durch den Saunapionier. Bitte Coupon ausfüllen und einsenden.



**Coupon für Unterlagen:**

- ☐ Finnland-Sauna
- ☐ Bio-Sauna/BIO-SA
- ☐ Block-Sauna
- ☐ Selbstbau-Sauna
- ☐ Infrarot-Wärmekabinen
- ☐ Dampfbad
- ☐ Whirl-Pool
- ☐ Solarien
- ☐ Fitness-Geräte

Name \_\_\_\_\_  
Strasse \_\_\_\_\_  
PLZ/Ort \_\_\_\_\_  
Telefon \_\_\_\_\_

CS



# Nylons Die Ero zwich

Zwischen 1945 und 1949 entdeckten  
unsere Mütter und Grossmütter die  
Erotik der Nylons und die Kriegshelden  
der US-Army.



# Politik des Freihandels im Alpenland und USA

Rosmarie Gerber, Redaktion Bulletin

«Kraft des mächtigen Hegemonieanspruches des Englischen erscheint jede andere Sprache auf der Welt immer mehr als eine Art Hindernis zu einer perfekt uniformierten und standardisierten Welt. Dadurch droht die verabsolutierte globale Sicht das Lokale in seiner Eigenheit grundsätzlich in Frage zu stellen. «It's all the same.» Solcherart wortgewaltig warnte am 11. Oktober 1997 der Romanist Marco Baschera in der «Neuen Zürcher Zeitung» die dumpf versumpfte helvetische Kulturnation vor Frühenglisch, vor dem Bankrott unserer vier Landessprachen und vor der drohenden Einführung des «amerikanischen» Idioms als Parlaments- und Amtssprache.

Baschera, Französisch- und Italienischlehrer an einem Zürcher Gymnasium und Privatdozent an der örtlichen Alma Mater, ist zu spät aufgestanden. Frühenglisch ist gesetzt und schlimmer noch, die «Cola-colonization» ist schon längst vollzogen. Too late Baschera: Schon nach dem Zweiten Weltkrieg haben sich unsere Mütter und Grossmütter in die Arme der US-Unkultur geschmiegt und alles über Bord geworfen, was ihnen 1939 Mutter Helvetia und Füsilier Wipf auf dem Schiffliabach der Landesausstellung ins Ohr geflüstert haben.

Zwischen 1945 und 1949 fuhren 311 000 GI zur Erholung in die schweizerischen Alpen ein. Und die amerikanischen Soldaten warteten nicht nur mit dem Sexappeal der Sieger auf: Ihre Uniformen wirkten im Gegensatz zum feldgrünen Drillich der helvetischen Gemeinen ausgesprochen casual. Im Gepäck hatten die GI Kaugummi, Jazz und Nylons. Die Kolonialisierung muss im Eilzugtempo stattgefunden haben. Hans Ulrich Jost, Professor für neue Geschichte an der Universität Lausanne, berichtet in seinem Buch «Politik und Wirtschaft im Krieg» trocken: «American Forces Network (der Sender der US-Army) brachte

völlig neue Töne in die helvetischen Stuben.» Und während Schüler, Buchhalter und Bauern mit Chewing Gum und Jazz fraternisierten, entdeckten die Schweizerinnen die Nylons. Die lockten mit weichem hautfarbenem Schimmer und schmiegt sich – im Gegensatz zu den handelsüblichen Strümpfen – faltenlos an jedes Bein. Kein Wunder, dass sich bald auch ein Teil unserer Mütter und Grossmütter zwecks Behändigung dieses Traumes den Soldaten der amerikanischen Armee anschmiegt. Und kein Wunder, dass ob dieser Durchmischung von Freihandel und Kulturaustausch die Amerikanisierung der Schweizer Gesellschaft in aller Stille Fortschritte machte.

Die GI fuhren nach Hause, die meisten Schweizerinnen und die Nylons blieben hier. Aber die guten Beziehungen wurden weiter gepflegt. In den Fünfzigerjahren flirteten die USA erneut, aber auf Distanz, mit den Konsumentinnen und eroberten helvetische Küchen und Wohnzimmer.

Die Schweiz hatte sich ideologisch klar dem freien Westen zugewandt und bei Export und Technologietransfers tüchtig vom Bollwerk der freien Welt, Amerika, profitiert. Die Wirtschaft prosperierte. Die Sorge um den Lebensunterhalt wich dem Bedürfnis nach Komfort.

Die Historikerin Johanna Gisler schreibt in ihrer Dissertation «Leitbilder des Wohnens im sozialen Wandel» über die Fünfziger: «Als besonders empfänglich für den amerikanischen Lebens- und Wohnstil erwies sich die Oberschicht.» Aber auch die Neubau-Kleinwohnungen an der Peripherie der Städte wurden mit Einbauküchen nach amerikanischem Vorbild ausgestattet. Die Mittelstands-Hausfrauen träumten im Sommer über saurer Milch von grossen, ewig summenden, amerikanischen Kühlschränken. Die Frauenzeitschrift «Annabelle» beförderte den Trend und

kitzelte die Begehrlichkeiten ihrer Leserinnen mit Reportagen über schicke US-Reisen und US-Lifestyle. Und wer sich den Flug nach New York oder Kalifornien nicht leisten konnte, katapultierte wenigstens das Sofa mit Sitzgarnitur auf den Müll und stellte eine Couch mit frei stehenden Sesseln in den Living Room.

Helvetisches Interieur wurde auch in den Sechzigern von Amerika geprägt. Der Knoll-Look, Marmor, Teakholz, Chrom und wuchtiges schwarzes Leder, verdüsterte unsere Vorstandsetagen und die Salons wohlbetuchter Bürgerinnen und Bürger.

Die Teenager stürzten sich auf Cola, das seit 1939 in der Schweiz abgefüllt wird, und nervten ihre Eltern mit Auftritten in hautengen Jeans. Und während die Schweizer Erziehungsberechtigten wider die Denim-Unsittlichkeit und die Konsumation amerikanischer Filme wetterten, demonstrierten die Satierten unter ihnen ihre Distanz zur USA durch den Besitz amerikanischer Schlitten.

Die Schweizerinnen, die ihr erstes Fernseherlebnis genossen, legten die Nachkriegs-Schnittmuster von Aenne Burda zum Altpapier. Sie orientierten sich am «amerikanischen» Outfit der Präsidentengattin Jacqueline Kennedy oder kopierten Hollywood-Schönheiten. Auch ihre Töchter blieben nicht unversehrt: Von Zürich bis Altdorf schüttelte Barbie ihr Blondhaar in den Regalen der Spielzeuggeschäfte. Mit höllischer Eleganz, einem unübersehbaren Busen und einem klitzekleinen Set rosaroter Carving Curlers wies die Plastik-Amerikanerin im Taschenformat unzähligen kleinen Schweizerinnen den Weg ins Land der Erwachsenen, propagierte Denver und Dallas einfach.

Nachdem Amerika die helvetischen Bleiben, Dresscode und Lifestyle unserer Mädchen und Frauen besetzt hatte, arbeitete sich die US-Kultur weiter vor. Die Gärten in den Villenquartieren wurden durch einen Swimmingpool bereichert. Man traf sich nicht mehr länger zum Grillabend, sondern zum Barbecue, und die Kader der Wirtschaft tätigten ihre Geschäfte im Steak House.

Und die US-Delikatessen wurden prompt demokratisiert: In den Siebziger- und Achtzigerjahren machte McDonald's die amerikanische Esskultur für alle zugänglich. Gleichzeitig stellten die Computer, in Amerika entwickelt, die Arbeitswelt auf den Kopf und boten peu à peu Möglichkeiten zur privaten Nutzung. Amerika ging ans Netz, und praktisch alle alpenländischen Berufsgruppen zogen mit. Das Internet prägt nicht nur unsern Arbeitsalltag, es ist Bestandteil unseres Privatlebens geworden. Im Netz holen sich Zehnjährige die erste Lektion Frühenglisch, während die Politik Grundsätzliches debattiert. Im Netz werden Blind Dates ausgemacht und Surfbretter geordnet.

Klar, dass helvetische Kulturmenschen die totale Amerikanisierung der Freizeit befürchten. A.K. klagt am 8. August des letzten Jahres in den Leserbriefspalten der «NZZ»: «Immer mehr Menschen ergeben sich nach getaner Arbeit dem teuren Spiel der wohl organisierten Selbst- und Masseninszenierung – statt über Gott und die Welt zu rasonieren, Politik zu betreiben, Bücher zu lesen oder Freundschaften zu pflegen.» Eine neue

## «Amerika hat Erfolg, weil es sittsamer als Europa ist.»

Brille kaufen, A.K. We have no cola-colonization. Im Gegenteil: Es mag sein, dass sich unsere Mütter und Grossmütter die Nylons nicht immer merkantil korrekt erstanden haben. Aber die wenigsten von ihnen sind den USA anheimgefallen.

Sie haben die Nylons eingeheimst, und heute steht jede Trachtenfrau und AUNS-Aktivistin in Nylons fest auf Heimatboden. Wir tragen Jeans und kaufen trotzdem bei Armani und Charles Vögele. Und Barbie hat keine einzige Schweizerin davon abgehalten, für gleiche Rechte auf die Strasse zu gehen.

Wir hören Jazz und Rock und haben weder Bach noch Alpenhörntöne aufgegeben.

In den helvetischen Kühlschränken steht die Cola neben der biologischen Milch. Wer heute Burger isst, geht am nächsten Tag an den Bratwurststand.

Während ein Teil der Schweizerinnen und Schweizer in den Ferien Disneyland geniessen, erwandern sich andere ohne Imageeinbusse das Tessin.

Wenn schweizerische Grosskonzerne englische Kommunikation verordnen, geht dadurch die deutsche Kultursprache noch lange nicht unter.

Und wer Hast, Hektik, Ellbögeleien und den Triumph des Trivialen auf helvetischem Terrain dem grossen Bruder hinter dem grossen Teich in die Schuhe schieben will, entzieht sich feige der Realität im schweizerischen Hier und Jetzt. Seit dem Zweiten Weltkrieg hat sich die Welt auf phänomenale Weise für breite Bevölkerungsschichten eröffnet, und vieles ist bedrohlich zugänglich, bedrohlich unsinnlich und bedrohlich schneller geworden.

Die Warnerinnen und Warner, die uns zurück zu Scholle und heimischer Kultur peitschen wollen, haben durchaus ihr Pendant im «Land der unbegrenzten Möglichkeiten». Richard Pells, Historiker an der University of Texas, erläutert in seinem Buch «Not Like Us», wie Amerika seit dem Ende des Zweiten Weltkrieges von westeuropäischer Hinwendung und Anti Amerikanismus geprägt worden sei. Während die amerikanische Kultur kaum Spuren in Westeuropa setze, argumentiert Pells, werde sie nicht nur von ihren eigenen europäischen Ursprüngen eingeholt, sie werde im Innern wie im Ausland auch nach abendländischen Kriterien beurteilt. Während Richard Pells auf gesetzte Weise seine These vorlegt, verschreiben sich andere Autorinnen und Autoren ungebremsster Polemik. Die Historikerin Gertrude Himmelfarb etwa verschreitet unter dem Titel «One Nation, Two Cultures» die europäische Sexualmoral, spricht Promiskuität. Amerikas Erfolg beruhe darauf, argumentiert Himmelfarb, sittsamer als Europa zu sein, und warnt vehement vor dem zersetzenden Einfluss europäischer Kolonialisierung.



# Hommage à l'homme.

Ehre, wem Ehre gebührt:

Die Da Vinci Rattrapante ist ein mechanischer Chronograph mit ewigem Kalender und ewiger Mondphasenanzeige, bis ins Jahr 2499 fest programmiert. Schleppzeiger zum Stoppen von Zwischenzeiten oder einer zweiten Zeit. Ref. 3754 in 18 Karat Rotgold, CHF 29 500.– (unverbindliche Preisempfehlung).

## IWC

Seit 1868.

Und solange es noch Männer gibt.



«Der Dollar ist heute die wichtigste Verrechnungswährung im internationalen Handel, nicht zuletzt, weil alle Rohwaren und natürlich Erdöl in Dollar gehandelt werden», sagt Cédric Spahr.

A man with short brown hair and glasses, wearing a dark blue suit, white shirt, and red patterned tie, stands with his hands on his hips. He is positioned in front of a large window with a prominent grid pattern, through which bright light is streaming. The overall image has a high-contrast, slightly grainy aesthetic.

# Der Champion aller Klassen



## Was Boxstar Muhammad Ali zu seiner grossen Zeit in die Welt hinausschrie, gilt auch für den US-Dollar: «Ich bin der Grösste.» Cédric Spahr vom Economic Research spricht über das Kraftpaket unter den Währungen. Interview: Christian Pfister, Redaktion Bulletin

### CHRISTIAN PFISTER Warum ist der Dollar weltweit die Währung Nummer eins?

**CÉDRIC SPAHR** Weil sich der US-Dollar am Ende des Zweiten Weltkriegs in einer zerrütteten Welt ganz natürlich als Referenzwährung für die damalige Weltwirtschaft durchgesetzt hat. Der Dollar ist heute die wichtigste Verrechnungswährung im internationalen Handel, nicht zuletzt, weil alle Rohwaren und natürlich Erdöl in Dollar gehandelt werden. Die Grösse, Breite und Attraktivität der amerikanischen Finanzmärkte fällt aber noch mehr ins Gewicht.

### C.P. Muss der Dollar den Euro fürchten?

**C.S.** Der Euro ist trotz schlechteren europäischen Rahmenbedingungen die erste echte Herausforderung für den Dollar seit 50 Jahren. Die Japaner haben nie eine internationale Rolle für den Yen angestrebt, während die Deutschmark eine zu schmale Wirtschaftsbasis hatte, um die Vormachtstellung des Dollars ernsthaft zu gefährden. Der Euro wird sich aber angesichts der strukturellen politischen Schwächen der Europäischen Union wahrscheinlich noch lange mit dem zweiten Platz begnügen müssen.

### C.P. Hätte Europa nicht geradeso den Dollar statt den Euro als Einheitswährung einführen können?

**C.S.** (lacht) Neben dem damit verbundenen Gesichtverlust sollte man nicht aus den Augen verlieren, dass ein Währungsraum mit einer entsprechenden Geldpolitik einhergeht. Die Aufgabe der geldpolitischen Autonomie ist für eine Wirtschaft mit erheblichen Nachteilen verbunden und macht für einen entwickelten Wirtschaftsblock wie die Euro-Zone kaum

Sinn. Die Schaffung des Euro zielte gerade darauf ab, die traditionelle Abhängigkeit Europas von der amerikanischen Geldpolitik zu reduzieren. Dies ist nicht gelungen.

### C.P. Was braucht, damit der Euro dem Dollar die Stirne bieten kann?

**C.S.** An strukturellen Reformen in Europa führt kein Weg vorbei. Sie sind unabdingbar, um sowohl nachhaltiges Wachstum als auch Preisstabilität dank einem intensiveren Wettbewerb zu gewährleisten. Die europäischen Märkte müssen dereguliert und liberalisiert werden, damit neue Branchen, neue Firmen und neue Arbeitsplätze entstehen. Das Steuersystem, das Erziehungswesen und die Altersvorsorge sind auch stark reformbedürftig. Sonst wird die europäische Konjunktur auf Dauer schmalbrüstig bleiben. Was Preisstabilität angeht, hat der steigende Ölpreis 1999 und 2000 der Europäischen Zentralbank (EZB) einen Strich durch die Rechnung gemacht, der fallende Euro das Problem der importierten Inflation zusätzlich verschärft. Die EZB muss noch den Beweis erbringen, dass sie ihre Stabilitätsziele erreichen kann.

### C.P. Wie erklären Sie sich die derzeitige Euro-Schwäche?

**C.S.** Die Einführung einer Einheitswährung in Kontinentaleuropa war ein riskantes Unterfangen, ihr wurde an den Finanzmärkten lange Zeit mit Skepsis begegnet. Die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen der Euro-Zone und die boomende US-Wirtschaft haben zudem einen massiven Kapitalabfluss aus dem Euro-Raum nach sich gezogen. Der scharfe Wachstums-einbruch in den USA und der Crash auf Raten bei den Technologieaktien haben

nun zu einer Erholung des Euro geführt, die von Dauer sein sollte.

### C.P. Wer steuert den Dollar?

**C.S.** Wenn wir die realwirtschaftlichen Faktoren sowie die internationalen Geldflüsse zwischen Finanzmärkten ausklammern, ist es vor allem die amerikanische Politik und in einem kleineren Umfang die Notenbank, indem sie Markterwartungen steuert. Die amerikanischen Regierungen haben zum Beispiel in den letzten 20 Jahren oft den Wechselkurs zwischen Dollar und Yen gezielt beeinflusst, um die japanischen Exportüberschüsse einzudämmen. Seit 1995 hat sich die US-Administration ständig für einen «starken Dollar» ausgesprochen und dadurch der eigenen Währung zusätzlich Auftrieb verliehen.

#### Das Dollar-Lexikon

##### Dollarisierung

Direkte oder indirekte Übernahme des US-Dollars als Ersatz für die nationale Währung; Beispiele: Ecuador, Panama, Argentinien, Hong Kong

##### Dollar-Block

Alle angelsächsischen Länder, die einen eigenen Dollar als Währung führen (Kanada, Australien, Neuseeland)

##### Alan Greenspan

Amerikanischer Notenbankchef seit 1987; gilt als Hauptarchitekt des wirtschaftlichen Aufschwungs der Neunzigerjahre und wird in Finanzmarktkreisen als der Schutengel der US-Börse und folglich des US-Dollars angesehen

##### Federal Reserve System

Die amerikanische Notenbank im Klartext

**C.P. Werden Anlegerinnen und Anleger Anfang 2002, wenn der Euro als Bargeld eingeführt wird, in Hysterie verfallen und in den Dollar flüchten?**

**C.S.** Die Vertrauenskrise hat bereits stattgefunden und dürfte grösstenteils abgeschlossen sein. Die Einführung des Euro-Bargelds dürfte kaum Fluchtbewegungen auslösen. Historisch gesehen führt erst eine anhaltende Hyperinflation zu einer Ablehnung der Nationalwährung in der Bevölkerung. Wir sind weit davon entfernt.

**C.P. Wie würden Sie einem Normalsterblichen erklären, wie die nationalen Zentralbanken die Währung lenken können?**

**C.S.** Die Notenbanken können den Wert einer Währung in einem System flexibler Wechselkurse nur bedingt beeinflussen. Diese Erfahrung hat gerade die Europäische Zentralbank zwischen 1999 und 2000 gemacht. Durch ihre Geldpolitik kann eine Notenbank aber die Attraktivität einer Währung beeinflussen. Es kann über den Zinsmechanismus geschehen – höhere Zinsen machen eine Währung in der Regel attraktiver – oder über die Steuerung der Markterwartungen, eine Kunst, die bislang nur der US-Notenbankchef Alan Greenspan wirklich beherrscht.

**C.P. Ist Alan Greenspan so eine Art Popstar der Finanzmärkte?**

**C.S.** Alan Greenspan versteht die Psychologie der Finanzmärkte, was bei Notenbankern selten ist. Er weiss aus seiner langen Erfahrung sehr genau, wie die Finanzmärkte auf seine Äusserungen reagieren, und spricht kein unüberlegtes Wort aus. Finanzmarktteilnehmer können aus seinen Stellungnahmen klare Erwartungen ableiten. Das grosse Vertrauen, das er daher genießt, erlaubt ihm, bis zu einem gewissen Grade den Markt zu steuern.

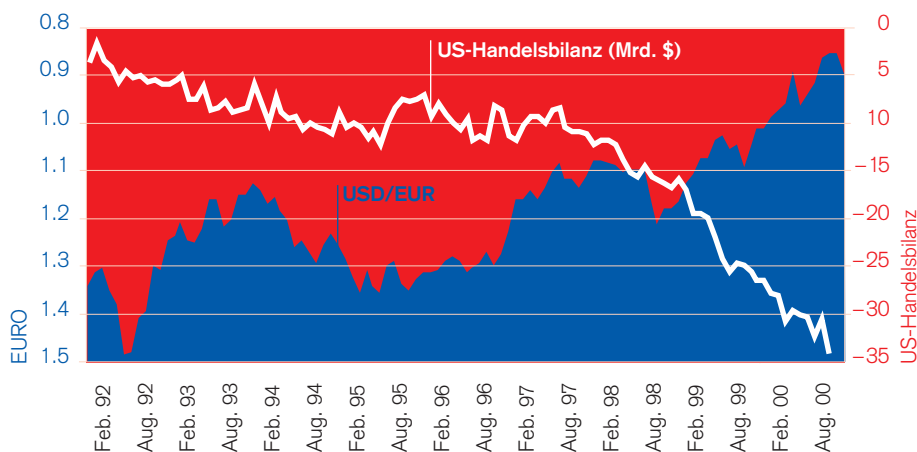
**C.P. Sie sprechen in Ihrer Studie von der «eindrücklichen Schubkraft der US-Binnenkonjunktur». Was muss ich mir darunter vorstellen?**

**C.S.** Es gilt zwei Aspekte zu berücksichtigen. Die US-Wirtschaft hat in den Neun-

## Handelsbilanzdefizit bremst Dollar nicht aus

Der Dollar hat sich seit Anfang der Neunzigerjahre trotz wachsendem Handelsbilanzdefizit deutlich aufgewertet.

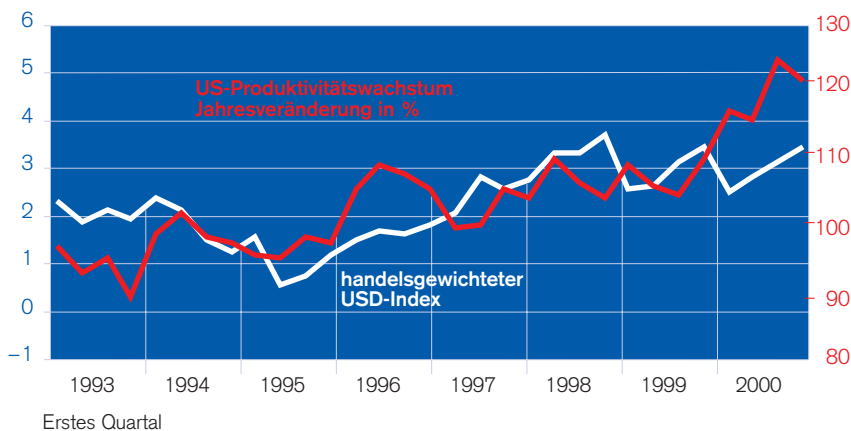
Quelle: Thomson Financial



## Produktivität bringt den Dollar zum Fliegen

Das steigende Produktivitätswachstum der US-Wirtschaft bewirkte ab 1995 eine Aufwertung des Dollars auf handelsgewichteter Basis.

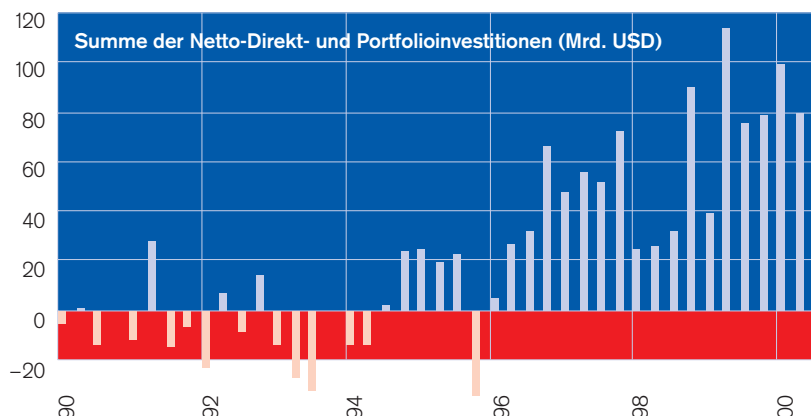
Quelle: Thomson Financial



## Das Kapital fließt in den Wilden Westen

Der massive Zufluss an ausländischem Kapital (Direkt- und Portfolioinvestitionen) in die US-Finanzmärkte hat massgeblich zur Aufwertung des Dollar beigetragen.

Quelle: Bureau of Economic Analysis





zigerjahren stark expandiert, weil der Privatkonsum extrem lebhaft war. Externe Faktoren wie die Asien- oder Russlandkrise haben daher wenig Spuren hinterlassen, gerade weil die USA vom Export, im Gegensatz zu Deutschland oder Italien, nicht so stark abhängig waren. Zweitens haben die liberalen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen der USA eine Welle von Investitionen in Zukunftsbranchen wie Software, Computer oder Informations- und Biotechnologie begünstigt. Dieser Angebotsschock hat neue Märkte entstehen lassen, was die Konjunktur ankurbelte.

#### **C.P. Jetzt kommt Sand ins Getriebe.**

**C.S.** Die amerikanische Wirtschaft hat sich in den letzten Monaten merklich abgekühlt und dürfte ein paar Quartale schwachen Wachstums durchmachen. Ich erwarte aber, dass die US-Konjunktur gegen Ende 2001 wieder an Schwung gewinnt und ihre Expansion fortsetzt.

#### **C.P. Sie schreiben in einer Studie, dass in Zeiten des globalisierten Kapitalismus das Kapital in die Länder fliesst, welche die besten Renditeperspektiven bieten. Warum sind diese Aussichten in den USA so rosig?**

**C.S.** Die Amerikaner verdanken ihre eindrucksvolle wirtschaftliche Dynamik einer Reihe struktureller Reformen, die in den Achtziger- und Neunzigerjahren umgesetzt worden sind. Den Anstoss gaben die Steuerreformen unter Präsident Ronald Reagan. Die Zeit der so genannten «Reaganomics» wurde durch aggressive Steuer-senkungen bei gleichzeitig expandierenden Staatsausgaben gekennzeichnet. Gleichzeitig wurde der amerikanische Finanzsektor tiefgreifend dereguliert. Die Deregulierungen führten zu Übertreibungen. Man erinnere sich zum Beispiel an die Welle feindlicher Übernahmen in der zweiten Hälfte der Achtzigerjahre, die mit so genannten Schrottanleihen («Junk Bonds») finanziert wurden. Diese Massnahmen erhöhten aber zugleich das Angebot an Risikokapital in der amerikanischen Wirtschaft. Unternehmensgründungen, die Entstehung neuer Arbeitsplätze und eine



Cédric Spahr, Economic Research

«Gegen Ende 2001 wird die US-Konjunktur wieder an Schwung gewinnen und ihre Expansion fortsetzen.»

nachhaltige Dynamisierung der wirtschaftlichen Substanz waren die Folge davon.

#### **C.P. Das Ende des Kalten Kriegs beschleunigte den Strukturwandel in der amerikanischen Wirtschaft. Warum?**

**C.S.** Die Kürzung der Rüstungsausgaben setzte erhebliche Ressourcen frei. Kalifornien verlor zum Beispiel massenweise Arbeitsplätze in der Rüstungsindustrie, das freigesetzte Fachwissen und Kapital trug aber nach einer schmerzhaften Übergangsperiode entscheidend zum Erfolg des Silicon Valley bei. Die Sanierung des Bundeshaushalts unter Präsident Clinton, der bekannte Pioniergeist der Amerikaner, die Qualität der Forschung an den amerikanischen Spitzenuniversitäten und die oft knallharte Restrukturierung der amerikanischen Unternehmen in den Neunzigerjahren sind weitere Faktoren, die die Vormachtstellung der amerikanischen Wirtschaft gesichert haben.

#### **C.P. Die Rahmenbedingungen der Euro-Zone waren in den letzten Jahren fast ausnahmslos schlechter als jene der USA. Wo haperts?**

**C.S.** Die grosse Mehrheit der europäischen Länder setzt immer noch auf ein Wohlfahrtsstaatsmodell sozialdemokratischer Prägung. Die Europäer vertrauen aus historischen Gründen mehr dem Staat als dem Individuum. In den USA ist das Verhältnis genau umgekehrt. Mit der wachsenden Komplexität einer modernen Wirtschaft ist es zusehends illusorisch zu glauben, dass ein Zentralstaat in der Lage ist, bessere Entscheide als die einzelnen Wirtschaftsakteure zu treffen. Solange die Staaten der Euro-Zone an solchen Irrlehren

festhalten, werden die Rahmenbedingungen in Europa schlechter als in den USA bleiben.

#### **C.P. In jüngster Zeit haben europäische Unternehmen im grossen Stil amerikanische Firmen geschluckt. Was heisst das für den Dollar?**

**C.S.** Solche Übernahmen oder Fusionen haben die Nachfrage nach dem Dollar erhöht und dadurch zur Finanzierung des Leistungsbilanzdefizits der Vereinigten Staaten einen wichtigen Beitrag geleistet.

#### **C.P. Die ganze Welt schaut auf Amerika, wenn – wie unlängst – die Federal Reserve Bank die Leitzinsen senkt. Wie wirkt sich das auf Europa aus?**

**C.S.** Die amerikanische Notenbank hat mit einer Zinssenkung auf eine Verschlechterung der Konjunkturlage reagiert, was in den kommenden Monaten zu einer Abschwächung des Dollars führen wird. Die Aufwertung des Euro wird die europäischen Exporte in die USA etwas belasten, erleichtert dagegen die Arbeit der Europäischen Zentralbank. Die Auswirkung ist dennoch wichtiger für die europäischen Finanzmärkte als für den Mann auf der Strasse.

«Der Euro auf der Suche nach seiner Identität» heisst das Economic Briefing, das sich auch dem Verhältnis Europas zu den USA annimmt. Bestellen Sie es mit dem beigelegten Talon; sie finden ihn am Schluss des Bulletin.

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

Verblasst der Glanz des Dollars? Schlägt die Stunde des Euro? Tipps für Anleger.

## Cash Automat Plus – Einnahmen postwendend verbucht

Quer durch die Schweiz installiert die Credit Suisse den Cash Automat Plus als Alternative zur konventionellen Schalter- und Nachttresor-Einzahlung. Der Cash Automat Plus bringt Geldautomat, Nachttresor und Verbuchungsmaschine auf einen Nenner. Bis zum Herbst dieses Jahres wird der räumlich gesicherte neue Cash Automat Plus an 65 Standorten Kundinnen und Kunden vom Zwang der Schalteröffnungszeiten befreien.

Der Cash Automat Plus zahlt nicht nur Gelder aus, er schluckt Tageseinnahmen in Noten und verbucht sie – bis zu

einer Höhe von 75 000 Franken und maximal 400 Noten – postwendend und kostenlos.

EC-Karten, Kontokarten oder Cash-Deposit-Karten machen eine schnelle Verbuchung des Bargeldes möglich. Ein Bildschirm führt Kundinnen und Kunden auf einfache Weise von Transaktion zu Transaktion.

Und Sicherheit ist nicht nur örtlich gewährleistet, auch der Zugriff auf ihr Konto ist nur bevollmächtigten Benutzern und Benutzerinnen möglich. Die

Cash-Deposit-Karte beispielsweise gewährleistet Einzahlungen, schliesst aber Auszahlungen und Kontoabfragen aus.

Mit Fremdkarten lassen sich bis zu 1000 Franken, über den Credit Suisse-Pin bis zu 5000 Franken pro Tag beziehen. Wer regelmässig einen festgesetzten Betrag beanspruchen möchte, kann mit einmaliger Eingabe im Eilverfahren sein Bargeld beziehen. Kundinnen und Kunden, die den Cash Automat Plus nutzen möchten, erhalten alle nötigen Angaben bei ihren Kundenberatern oder beim Cash Service.



## youtrade: Geld sparen

**Wer bei youtrade mit kleinen Beträgen handelt, spart Geld. Neu verrechnet der Online-Broker der Credit Suisse 25 Franken für Wertschriften-transaktionen bis 3000 Franken (SWX); 18 Dollar bezahlt man für eine Transaktion bis 2000 Dollar (USA), und 18 Euro für einen Auftrag bis 2000 Euro (XETRA).**



Mit wincoLink stellt die Winterthur-Columna ihren Unternehmenskunden einen elek-

tronischen Service zur Verfügung, der Zeit, Nerven und Papier spart. Die Online-Plattform bietet Pensions-

## wincoLink: Papierkram ade

kassenverantwortlichen drei verschiedene Möglichkeiten: In der Version «print», die sich für Firmen mit

wenigen Mutationen eignet, können Formulare am PC ausgefüllt und per Post versandt werden. Firmen mit häufigen Mutationen können mit wincoLink «direct» die Meldungen online übermitteln; Passwort und Datenverschlüsselung garantieren sicheren Datentransfer. wincoLink «pro» erlaubt den direkten Zugriff zu allen

Vertragsinformationen, auch auf Mitarbeiterebene. Mutationen können selbständig ausgeführt werden. Die Datensicherheit ist wie beim Direct Banking durch eine 128-bit-Verschlüsselung gewährleistet. Auf [www.wincolink.ch](http://www.wincolink.ch) kann Wissenswertes rund um berufliche Vorsorge und soziale Sicherheit heruntergeladen werden.





## 125 Jahre «Winterthur»

Ein neues Buch zur «Winterthur» rollt die Entwicklung von der ersten reinen Unfallversicherung zum globalen Finanzdienstleister auf. Ruth Hafen, Redaktion Bulletin

«Tigurinia» hätte sie heissen sollen oder auch «Winkelried». Schliesslich siegte die etwas umständliche, aber helvetisch-solide Bezeichnung «Schweizerische Unfallversicherungs-Aktiengesellschaft in Winterthur». Am 1. Juli 1875 wurde die «Winterthur», die erste reine Unfallversicherung der Schweiz, geboren. Zum 125-Jahr-Jubiläum hat der Chefhistoriker der Credit Suisse Group, Joseph Jung, die Geschichte der «Winterthur» aufgearbeitet.

Drei Jahre nach ihrer Gründung schlug eine grosse Stunde für die «Winterthur»: Die Einführung des Fabrikgesetzes 1878 beschränkte die tägliche Arbeitszeit auf elf Stunden und verpflichtete die Unternehmer unter anderem, ihre Arbeiter gegen Betriebsunfälle zu versichern. Die «Winterthur» hatte als Unfallversicherung auf das richtige Pferd gesetzt und setzte ihren Geschäften einen globaleren Horizont als die «Schweizerische National-Vorsichts-

kasse», welche, so ein Zeitgenosse, «ein ganz verfehltes Unternehmen» war. Diese pflegte als Hauptgeschäft die Aussteuerversicherungen, was sich langfristig als Sackgasse erweisen sollte.

Der 470-seitige Band, den Jung und seine Crew hier vorlegen, ist gut gegliedert. In akribischer Kleinarbeit zeichnet der Historiker ein umfassendes Bild der «Winterthur». Zitate von Beteiligten – vom derzeitigen CEO Thomas Wellauer bis zur Kaffeefrau – illustrieren die 125-jährige Geschichte.

Zudem lockert eine Fülle von Bildern und Grafiken das Faktendickicht auf. Alte Werbeplakate, Emailschilder, aber auch die neusten Werbekampagnen veranschaulichen den öffentlichen Auftritt der Versicherung im Verlauf der Jahre.

### Sicher durch alle Krisen

Der erste Teil, «Ereignisse und Entwicklungen», behandelt den Versicherungsplatz Schweiz im

Auch architektonisch ist die «Winterthur» gut im Bild: renovierter Hauptsitz in Winterthur (links), Geschäftsstelle in Paris.

19. und 20. Jahrhundert im Allgemeinen und zeigt die Entwicklung der «Winterthur» im nationalen und internationalen Umfeld auf. Dabei werden Krisensituationen – wie etwa die schwierigen Anfangsjahre oder die Position der «Winterthur» während der NS-Zeit – keinesfalls unter den Teppich gekehrt.

«Märkte und Chancen», der zweite Teil, thematisiert die internationale Expansion der «Winterthur», von der Aufnahme der Geschäftstätigkeit in Winterthur mit sechs Mitarbeitern zum Versicherungskonzern mit globaler Ausbreitung. Unter dem Titel «Risiko und Sicherheit» werden so genannte «Man-made Risks» sowie die Häufung von industriell herbeigeführten Klimakatastrophen und die Weiterentwicklung des Risk Management behandelt. Ein weiterer Schwerpunkt beleuchtet die Entwicklung der «Winterthur» zum Allfinanz-Dienstleister und ihre Einbindung in die Credit Suisse Group.

### Flirten verboten

Im dritten Teil stehen «Menschen und Mittel» im Zentrum. Jung konkretisiert die tief grei-

fenden Veränderungen in der Arbeitswelt: Vom 1912 mittels Direktionszirkular ausgesprochenen Flirtverbot am Arbeitsplatz bis zur 1998 ins Leben gerufenen Kinderkrippe «Chäferfäscht» sind die Beispiele zahlreich und unterhaltsam. Ein Ausflug in die Welt der Versicherungsmathematik sowie in den Bereich Marketing und Kommunikation thematisiert



Daktylobüro der «Winterthur» in Brüssel. Fotografie um 1924.

die modernen Arbeitsmittel einer Versicherung.

Der letzte Teil, «Perspektiven», wirft einen Blick in die Zukunft. Verschiedene Gastautoren legen ihre Visionen dar. Neben Iso Camartin und Urs Frauchiger sind darunter auch internationale Persönlichkeiten wie Václav Klaus, Shimon Peres und Neil Postman.

«Die Winterthur. Eine Versicherungsgeschichte.» Von Joseph Jung, Zürich. NZZ-Verlag, 2000. 470 Seiten, Fr. 58.–. Erhältlich in allen Buchhandlungen oder über Telefon 01 258 15 05.



Prospekt der «Schweizerischen Unfallversicherungs-Aktiengesellschaft in Winterthur» aus dem Jahre 1876.

Sozialwissenschaftlerin Petra Leuenberger:  
«Die Entwicklung der Krankenkassenprämien  
und der Gesundheitsvorsorge ist nicht abzu-  
sehen. Das alarmiert.»

# Schweizer Albtraum 2000: Krankenkassen und AHV

Angaben in % Stimmberechtigter

**Gesundheit**

AHV

Europa

Flüchtlinge

Arbeitslosigkeit

Umwelt

Steuern/Finanzen

Neue Armut

Rassismus

Kriminalität

Soziale Sicherheit

Drogen

Löhne

Globalisierung

Verkehr

(Kern-) Energie

Teuerung

Wirtschaftsentwicklung allg.

Landwirtschaft

Armee

Gentechnik

Gleichstellung

Sozialpartnerschaft



Petra Leuenberger, Projektleiterin beim GfS-Forschungsinstitut, bringt das neuste Sorgenbarometer der Credit Suisse auf den Punkt. Interview: Rosmarie Gerber, Redaktion Bulletin

**ROSMARIE GERBER** Leiden Sie unter Migräne, wenn Sie an Ihre nächste Krankenkassenrechnung denken?

**PETRA LEUENBERGER** Es hält sich in Grenzen. Genauer, mich überkommt kein Kopfweh, wenn ich an die Krankenkasse denke.

**R.G.** Daraus schliesse ich, dass Sie zu den Grossverdienerinnen gehören.

**P.L.** Nicht unbedingt. Aber die Krankenkassenrechnung ist für mich verkräftbar.

**R.G.** Im Gegensatz zu Ihnen sorgen sich nach Sorgenbarometer 59 Prozent der Schweizerinnen und Schweizer krank, wenn sie an unsere Gesundheitsvorsorge denken. Sind wir ein Volk von Hypochondern?

**P.L.** Nein, schliesslich haben wir nicht nur nach dem finanziellen Aufwand für die Krankenkassenprämien, sondern auch nach der Gesundheitsvorsorge als solcher gefragt.

**R.G.** Und der ökonomische Aspekt?

**P.L.** Die Prämien erhöhungen der Kassen tragen sicher zum Problembewusstsein bei. Aber auch die Leistungsfragen, die Qualität der ärztlichen Versorgung ist ein öffentliches Thema und macht besorgt.

**R.G.** Aber die Gesundheit der Schweizerinnen und Schweizer war bis ins hohe Alter noch nie so intakt wie heute.

**P.L.** Sie haben recht. Aber denken Sie an die Arbeitszeiten des Pflegepersonals, der Mediziner und Medizinerinnen; denken Sie an Fehlleistungen des ärztlichen Personals.

**R.G.** Prägen eigentlich reale Probleme oder öffentliche Debatten die Fieberkurve des Sorgenbarometers?

**P.L.** Beide Aspekte spielen mit.

**R.G.** Dominiert die politische Diskussion oder die Stimmungsmache der Medien?

**P.L.** Das ist nicht auseinander zu halten. Aber ich unterstreiche: Das ist keine Momentaufnahme. Die Problematisierung der Gesundheitsvorsorge gipfelt bei 59 Prozent. Aber der Trend zeichnete sich schon in den Vorjahren ab. Die Entwicklung im Bereich Prämien und Gesundheitsversorgung ist nicht abzusehen. Das alarmiert.

**R.G.** Und wie schnell wird aus Besorgnis politische Aktion?

**P.L.** Wenn Sie Leserbriefe bereits als politische Reaktion einstufen, haben wir den roten Bereich dieser Skala für Krankenkassen und Gesundheitsversorgung bereits erreicht.

**R.G.** Und wenn ich die Schmerzgrenze beim Gang auf die Strasse, bei der Unterstützung von Parteien, die sich dieses Thema auf die Fahne setzen, ziehe?

**P.L.** Das ist nicht der Fall. Die Leute gehen – noch – nicht auf die Strasse. Das hängt auch damit zusammen, dass die Interessen im Gesundheitsbereich widersprüchlich und schwer zu bündeln sind.

**R.G.** Aber die Resultate des Sorgenbarometers könnten für die PR-Agentur jeder beliebigen Partei interessant sein?

## Das schmerzt die Schweiz

	2000	1999	1998	1997	1996	1995
	59	48	46	52	46	32
	49	45	45	39	36	40
	45	43	40	39	34	48
	41	56	47	30	25	31
	34	57	74	81	75	70
	25	18	19	19	20	31
	22	26	17	22	19	26
	18	18	17	19	21	–
	15	22	24	21	22	30
	15	18	15	13	13	14
	15	17	15	15	18	22
	15	16	22	28	30	34
	13	13	12	14	13	–
	11	13	10	9	8	–
	11	7	12	8	7	12
	11	7	4	5	4	10
	10	5	8	10	12	15
	8	11	15	20	19	19
	7	7	7	8	13	13
	7	7	4	4	6	8
	7	7	7	8	11	–
	7	7	7	3	5	10
	7	5	7	7	8	–

Quelle: GfS-Forschungsinstitut

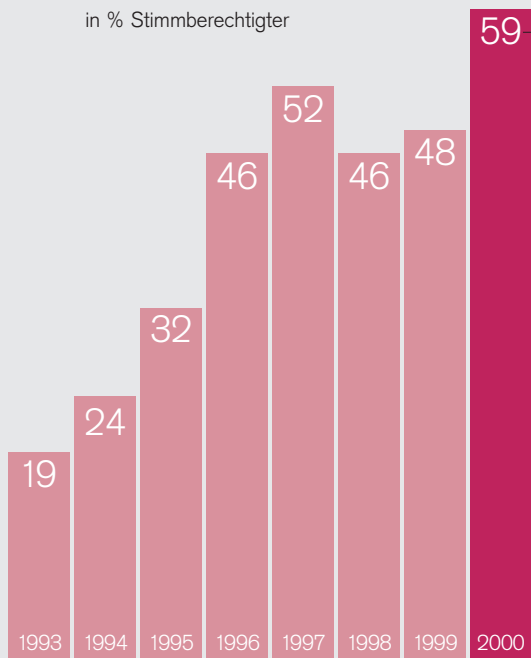
# Gesundheitsvorsorge 1993 bis 2000

## Prämien bestimmen Fieberkurve

Im Jahr 2000 wurden Schweizerinnen und Schweizer vom Gedanken an Krankenkassen und ärztliche Versorgung massiv belastet. Aber seit 1993 macht die Gesundheitsvorsorge die Stimmbürger krank. Die Sorgen steigen jeweils an, wenn die Krankenkassenprämien das Haushaltsbudget mit höheren Kosten belasten.

Quelle: GfS-Forschungsinstitut, Sorgenbarometer, Stand Oktober 2000  
(N = jeweils ca. 1000)

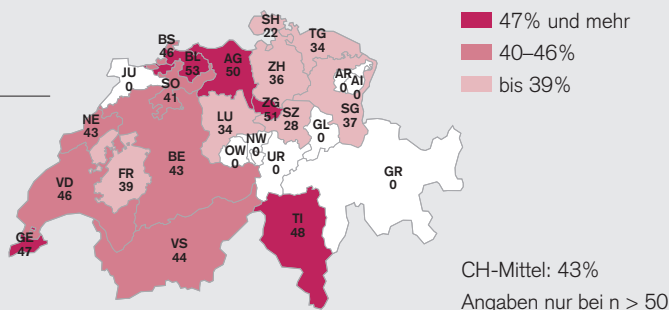
in % Stimmberechtigter



## Romandie und Tessin krank vor Sorgen

Seit 1995 belastet die Sorge um Krankenkassenkosten und ärztliche Versorgung die Romands und Tessiner. Die Karte zeigt die durchschnittliche Befindlichkeit dieser Regionen.

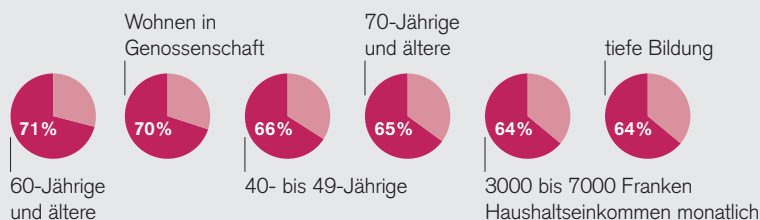
Quelle: GfS-Forschungsinstitut, Sorgenbarometer, Pool 95/00, Stand 6. Welle Stichprobe: 6085



## Senioren und Mittelständler sehen schwarz

Schweizerinnen und Schweizer, die mit kleinen und mittleren Gehältern ihren Unterhalt bestreiten und die Vierziger überschritten haben, tun sich mehr als schwer mit der Gesundheitsvorsorge.

Quelle: GfS-Forschungsinstitut, «Sorgenbarometer 2000» (N = 1013)



P.L. Sicher.

**R.G. Zurück zum Sorgenbarometer. Das Tessin und die Westschweizer Kantone sowie Baselland sind nicht nur besorgt, sondern schon beinahe skandalisiert. Wie erklären Sie sich diese Grundstimmung?**

P.L. Im Tessin und den Westschweizer Kantonen sind die Prämienbelastungen hoch und die Einkommen tiefer. Für den Kanton Baselland haben wir noch keine Erklärung.

**R.G. Sie haben im Bereich der AHV und der Gesundheitsvorsorge in Erwähnung gebracht, dass untere Einkommensklassen stärker besorgt sind als besser Betuchte. Gleichzeitig machen Sie auch massive Probleme bei Mieterinnen und Mietern von Genossenschaftswohnungen aus. Heisst das, dass auch dem Mittelstand langsam graue Haare wachsen?**

P.L. Die Credit Suisse-Befragung richtet sich nur an Schweizer Bürgerinnen und Bürger. Damit erfassen wir einen Teil der

untersten Einkommen nicht. Die schlecht qualifizierte ausländische Wohnbevölkerung würde möglicherweise andere Schwerpunkte setzen. Obwohl auch Schweizerinnen und Schweizer materiell schlecht gestellt sind, trifft es zu; wir erfassen wahrscheinlich vorweg den untern Mittelstand.

**R.G. Also steuern wir auf eine Zweidrittels-Gesellschaft zu?**

P.L. Ja. Unsere Resultate sind ein Indiz dafür. Es wäre denkbar, dass Altersvorsorge und staatliche Bildung immer mehr in Frage gestellt und so für einen Teil der Bevölkerung schwer zugänglich würden.

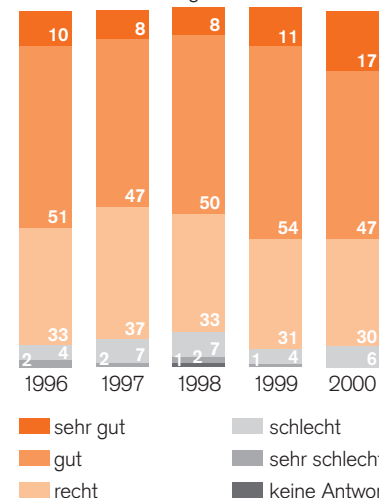
**R.G. Nehmen wir die Altersvorsorge, um die sich 49 Prozent der Bevölkerung grämen. Besonders schwer nehmen diese Themen Befragte mit kleinen Löhnen und ältere Menschen an der Rentengrenze. Aber gerade jetzt ist die Generation 60plus so begütert wie nie zuvor. Ist die Besorgnis dieser Frauen und Männer ernst zu nehmen?**

P.L. Ich denke positiver. Es könnte auch sein, dass ältere und begüterte Leute Solidarität zeigen. Ich könnte mir vorstellen, dass die Rentnergeneration sich eben um die Zukunft ihrer Kinder und Grosskinder

## Geld macht glücklich

Ein Fünfjahres-Rekord: 64 Prozent der Schweizerinnen und Schweizer halten ihre wirtschaftliche Lage für gut bis sehr gut.

in % Stimmberechtigter





Sorgen macht. Betroffenheit kann nicht nur durch individuelle Probleme gezeigt werden.

**R.G.** Wäre ich eine engagierte Oma, würde ich mir vorweg Gedanken um die Bildung meiner Enkelinnen machen. Bildung führt zu höheren Einkommen, die schliesslich Altersvorsorge und Gesundheitsvorsorge sichern. Weshalb rangiert Bildung nicht ganz oben auf Ihrer Sorgenskala?

**P.L.** Die Privatisierung der Bildung, beispielsweise, ist kaum öffentlich lanciert und auch die Parteien zeigen Zurückhaltung.

**R.G.** Bildung ist international. Wer gut verdient, sorgt sich um Europa. Würden Sie hier kommerzielle Interessen oder eine grundsätzliche Zuwendung zu Europa unterstellen?

**P.L.** Stabile 33 Prozent der Bevölkerung haben Vertrauen in die EU, das beweist vorweg, dass in der Schweiz kein Haider-Effekt auszumachen ist. Wer ein positives Verhältnis zur EU hat, fürchtet die Konkurrenz im europäischen Raum nicht.

**R.G.** 17 Prozent der Bevölkerung erwarten im laufenden Jahr eine Verbesserung ihrer wirtschaftlichen Verhältnisse. 47 Prozent sagen, es geht mir gut, meine Situation wird stabil bleiben. 64 Prozent leben demnach komfortabel. Weshalb sorgen sich diese zwei Drittel?

**P.L.** Schweizerinnen und Schweizer sind keine Egomanen und sichtlich in der Lage, gesellschaftliche Probleme auszumachen.

**R.G.** Und dieses sympathische Volk, mit hoher Prosperität gesegnet, schwelgt im Vertrauen in den Bundesrat, die Polizei und die Armee. Weshalb?

**P.L.** Ich denke, die Kommunikation dieser Institutionen hat sich gewandelt.

**R.G.** Mit dieser Erklärung mag ich mich schwer zufrieden geben. Rückt die Schweizer Gesellschaft nach rechts?

**P.L.** Nein, dieser Trend lässt sich nicht ausmachen.

**R.G.** Während die Vorbehalte gegenüber den Arbeitnehmerorganisationen markant ge-

wachsen sind und das Vertrauen gesunken ist, können sich die Arbeitgeber über ein bisschen mehr Akzeptanz und viel weniger Misstrauen freuen. Und auch diese Resultate sind kein Indiz für Rechtsdrill?

**P.L.** Nein. Andere Untersuchungen in diesem Zusammenhang zeigen, dass der Anteil Rechtsstehender nicht zugenommen hat.

Was sich aber ändern kann, ist der Auftritt von Organisationen oder das Umfeld. In Zeiten der Konjunktur geniessen tendenziell Arbeitgeber-, in jenen der Rezession Arbeitnehmerorganisationen, Gewerkschaften, mehr Vertrauen.

**R.G.** Und die wachsenden Sympathien für die Schweizer Armee, die schon längst wirtschaftlichen Karrieren nicht mehr Pate steht?

**P.L.** Ich unterstelle, dass die Sympathien für Adolf Ogi einen Vertrauenszuwachs gezeitigt haben.

**R.G.** Gehen wir zu den Banken über. Die Zahl der Skeptiker und Skeptikerinnen ist von 27 auf 21 Prozent gefallen, 55 Prozent der Befragten zeigen Vertrauen. Ist auch dieser Stimmungswandel verbesserter PR und Kommunikation zuzuschreiben?

**P.L.** Das ist nicht auszuschliessen. Und zu bedenken ist auch: Ein nationaler Skandal hat nicht stattgefunden, öffentliche Vorwürfe sind beschränkt erhoben worden und die Banken sind im Bewusstsein der Bevölkerung wichtige Arbeitgeber.

Petra Leuenberger ist Sozialwissenschaftlerin und Projektleiterin im Geschäftsbereich Politik und Staat beim GfS-Forschungsinstitut, Bern. Sie arbeitete an verschiedenen Nationalfondsprojekten und war Assistentin und Lehrbeauftragte für deutsche Linguistik an der Universität Basel.

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

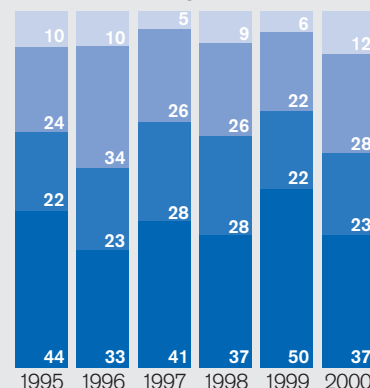
Helvetiens tägliche Sorgen lassen Sie nicht los? Bulletin Online weiss, was Ihre Nerven strapaziert und Ihren Zorn hochtreibt.

## Vertrauen...

### ...in die Arbeitnehmerorganisationen

Gewerkschaften und Arbeitnehmerverbände sehen alt aus: Statt 50 Prozent der Stimmbürger, vertrauen nur noch 37 Prozent ihrer Durchschlagskraft.

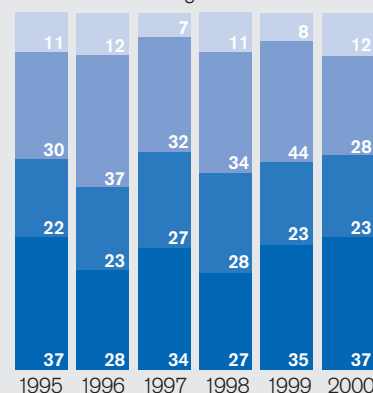
in % Stimmberechtigter



### ...in die Arbeitgeberorganisationen

Mehr Lohn macht gute Stimmung. Die Vertreter der Arbeitgeber können für das Jahr 2000 weniger Skepsis und mehr Vertrauen bilanzieren.

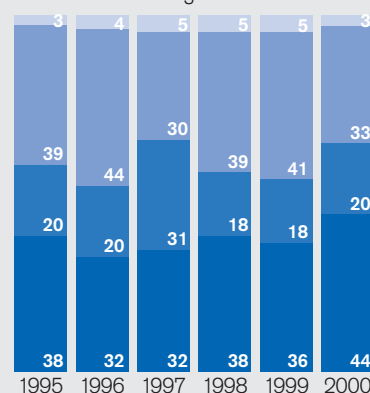
in % Stimmberechtigter



### ...in die Armee

Massiv höhern Applaus hat sich die Landesverteidigung geholt, die Fans der Miliz haben acht Prozent zugelegt.

in % Stimmberechtigter



keine Antwort      weder/noch  
kein Vertrauen      Vertrauen

# Endlich gleicher

Die Arbeitgeberin Credit Suisse sagt der Lohndiskriminierung in ihren eigenen Reihen den Kampf an. Ein hehres Ziel, doch zuweilen ein Kampf auf verlorenem Posten.

Bettina Junker, Redaktorin, Credit Suisse Financial Services

Frauen ziehen den Kürzeren. Jedenfalls in Salärsachen. Kürzer treten müssen sie da nämlich im Vergleich zu ihren männlichen Kollegen noch immer, selbst wenn sie gleichwertige Arbeit verrichten.

Die Credit Suisse, die erklärermassen die besten Leute auf dem Arbeitsmarkt für sich verpflichten will, hat sich in den letzten zwei Jahren konkreter der Herausforderung gestellt. Zumal sie sich öffentlich zu funktionsgerechten Salären bekennt. Damit gibt sie sich nämlich gleich selber den Tarif durch: Unterschiedliche Saläre zwischen Männern und Frauen kommen nicht mehr in die Lohntüte.

## «Wir haben 1000 Frauensaläre korrigiert»

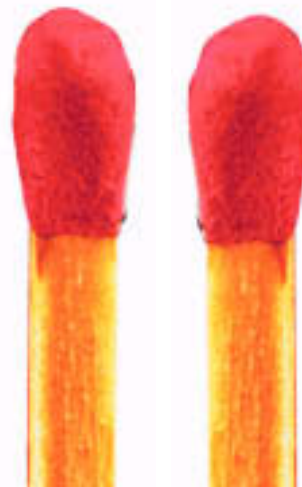
Vor neun Jahren bereits begann sie, über die geschlechtsspezifischen Unterschiede im Unternehmen Buch zu führen. Seit zwei Jahren bringt die Arbeitsgruppe «funktionsgerechte Frauengehälter FGFG» richtig Bewegung in die Sache. Mehrere Analyseteams haben sich mit dem Segen der Geschäftsleitung an die Arbeit gemacht, jedes einzelne Frauensalär in der Credit Suisse auf den Prüfstand zu stellen. Falls es sich nicht innerhalb einer eigens festgelegten Bandbreite bewegt oder der entsprechenden Funktion nicht gerecht wird, wird es nach oben korrigiert. «Wir durchleuchten jedes einzelne Dossier, und wenn das Salär unkorrekt ist, appellieren wir an den Linienvorgesetzten», so Hans Kappeler, Leiter HR-Consulting der Credit

Suisse Banking und Initialzündung des ehrgeizigen Projekts. 1999 haben Kappelers Analyseteams über 400 Frauensaläre auf diese Weise korrigiert; im letzten Jahr waren es bereits an die 1000.

## Aus Fleiss- wird Sisyphusarbeit

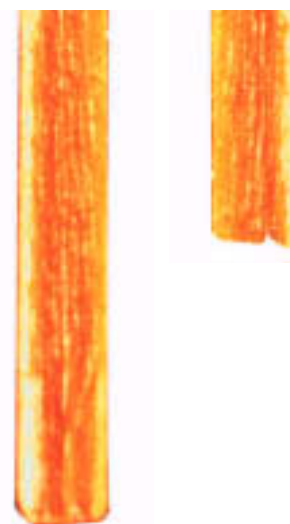
Was sich nach Fleissarbeit von Hans Kappelers Team anhört, erscheint zuweilen als Kampf auf verlorenem Posten. Denn wenn bei Neueinstellungen nicht stets gleiche und funktionsgerechte Saläre ausgehandelt werden, gähnt nach jeder Neueinstellung einer weiblichen Mitarbeiterin ein neuer Salärgraben. Dies nicht etwa, weil sich die Bank Frauen gegenüber knauserig zeigen würde. «Frauen verlangen für die gleichen Leistungen einfach weniger», beklagt Kappeler. Während der Mann im Einstellungsgespräch bestens über seinen Marktwert Bescheid wisse und oftmals zum Salär auch noch gleich einen Bonus zugesprochen haben wolle, erzählt der HR-Profi, freue sich die Frau, den Job überhaupt zu bekommen. «Wenn die Frauen nicht an Selbstvertrauen zulegen und fordernder auftreten, verkommt unsere Ausgleichaktion zur Sisyphusarbeit», so sein Fazit.

Dass die Frauen ob der lohnmassigen Ungleichbehandlung nicht auf die Barrikaden steigen, mag anfänglich verwundern. Aber wenn eine Bankmitarbeiterin ihren Lohn mit demjenigen ihrer Kolleginnen in anderen Branchen vergleicht, steht sie



immer noch gut da. Zwar ist die Fluktuationsrate – ein Indikator für den Unzufriedenheitsgrad – bei Frauen höher. Doch dies nicht etwa der geringeren Saläre wegen, sondern aus Familiengründen. «Die meisten Frauen», so Kappeler, «ziehen sich irgendwann aus dem Erwerbsleben zurück, um sich familiären Aufgaben zu widmen.» So geraten sie ins Hintertreffen, denn sie tun dies häufig zwischen 28 und 35, einem Alter, in dem ihre männlichen Kollegen fleissig an ihrer Laufbahn basteln und mit einer Drittausbildung oder einem Auslandseinsatz nochmals eine Karriere-Rakete zünden – und ihren Marktwert hochschrauben.

All diesen Widernissen zum Trotz: Die Arbeitsgruppe FGFG der Credit Suisse bleibt am Ball. Sie hat ihre Instrumente im Laufe der zwei Jahre sogar wesentlich verfeinert. Somit wird das ganze Lohnwesen transparenter. «Und das ist einer der wichtigsten Schritte, dass es auch gerechter wird», schliesst Kappeler.



Den Kürzeren ziehen macht Frauen keinen Spass. Schon gar nicht beim Lohn. Deshalb macht sich die Credit Suisse stark für funktionsgerechte Frauensaläre.





Hans-Ulrich Müller, Managing Director, ist als Leiter Privatkunden für die Regionen Aarau, Basel, Bern, Biel, Luzern und Solothurn zuständig. 1993 bestand er als stellvertretender Projektleiter des Schliessens zwischen Volksbank und Kreditanstalt seine Feuerprobe in Sachen Teamarbeit.

# 900 Beschäftigte, ein Orchester

Credit Suisse Manager Hans-Ulrich Müllers Credo:  
«Vorgesetzte müssen Mitarbeitern vermitteln, dass sie  
stark genug sind, um auf den Gipfel zu kommen.»

Interview: Rosmarie Gerber, Redaktion Bulletin

**ROSMARIE GERBER Teamarbeit verlangt flache Strukturen und Autonomie. Banken und Grossunternehmen setzen vorweg auf hierarchische Organisation. Weshalb machen Sie nun Teamarbeit zu Ihrem Thema?**

**HANS-ULRICH MÜLLER** Wir müssen unterscheiden zwischen der Hierarchie als Organisationsform und der Art und Weise, wie man mit Menschen umgeht. Unsere Bank funktioniert dann am besten, wenn die Beschäftigten einem Ziel wirklich nachleben. Dafür ist Teamkultur unabdingbar.

**R.G. Wie können sich agile Mitarbeiter im unteren Bereich der Hierarchie profilieren?**

**H.-U.M.** Sie berühren ein Problem grosser

Organisationen. Wer sich auf der untersten Stufe der Hierarchie befindet, hat sicher gewisse Schwierigkeiten, sich bemerkbar zu machen. Unser Ziel besteht ganz klar darin, dass Kompetenzen und Entscheidungen möglichst nahe beieinander sind. Das funktioniert zurzeit aber noch nicht so, wie ich mir das wünschen würde.

**R.G. Das heisst, dass eine gute Idee aus der untersten Hierarchieebene kaum eine Chance hat, auf Ihrem Schreibtisch zu landen?**

**H.-U.M.** Das ist ein wunder Punkt. Ich tue einiges dafür, dass dies im Marktgebiet Mittelland häufiger geschieht.

**R.G. Können Sie konkreter werden?**

**H.-U.M.** Ich rede mit meinen Leuten. Eine meiner häufigsten Fragen lautet: «Was kann ich für Sie tun»? Wenn ich Ansätze für Veränderungen sehe, gehe ich das an. Mir ist sehr daran gelegen, dass sich meine Leute entfalten können. Ich versuche ihnen zu dienen.

**R.G. Sie sagen dienen und meinen führen?**

**H.-U.M.** Dienen und führen decken sich zeitweilig. Eine gute Entscheidung bezieht die Perspektive, das Wissen und die Erfahrung aller Beteiligten mit ein. Dadurch erweitert sich mein Horizont.

**R.G. Also sind Sie wahrscheinlich ein kluger Vorgesetzter, aber unter keinen Umständen der Diener Ihrer Belegschaft?**

**H.-U.M.** Diener bin ich insofern, als es mich stets interessiert, dass sich die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter wohl fühlen.

Sie sollen das Gefühl bekommen, dass man sie braucht und akzeptiert. Menschen haben ein gutes Gefühl für ihre Möglichkeiten der Einflussnahme und für ihre Rolle. Wer organisiert, hat den Auftrag, die Möglichkeiten der Teammitglieder in ihrem Sinne auszuschöpfen. Das ist meine Definition eines Teamchefs. Setze ich mir ein Ziel, ist es meine Aufgabe, meinen Untergebenen zu demonstrieren: Keiner kann uns aufhalten.

**R.G. Aber Sie kanalisieren Ideen und Möglichkeiten der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ?**

**H.-U.M.** Ich arbeite in einem engem Umfeld, in dem Vertrauen vorherrscht. Gelegentlich wird signalisiert, ich sei ein Schrittmacher, der die Schlaglöcher auf der Strasse ignoriere. Es ist jedoch die Rolle der Teammitglieder, sich um die Schlaglöcher zu kümmern, sie abzufedern und wenn nötig auszubessern. Wir leben eine Kultur, in der jeder sein Selbstwertgefühl hat und ohne Theater seinen Teil des Jobs erfüllt. Das ist Teamwork.

**R.G. Wie können Sie sicher sein, dass eine Reparaturarbeiterin nicht völlig frustriert ist ?**

**H.-U.M.** Ich tue alles, um in einem solchen Fall davon zu erfahren. Genau deshalb halte ich den Kontakt zur Basis. Deshalb frage ich täglich: « Was kann ich für Sie tun » ?

**R.G. Und Ihre Frage ist keine Floskel ?**

**H.-U.M.** Ich nehme meine Mitarbeiter ernst. Ein Beispiel: Beim Zusammenführen der Volksbank und der Kreditanstalt stand die Stimmung nicht zum Besten. Hier in Bern in der Schalterhalle habe ich 35 Leute zusammengezogen, die Probleme aufgelistet und Arbeitsgruppen gebildet. Die Betroffenen haben realisiert, dass ihre Fragen ernst genommen wurden.

**R.G. Dennoch existieren Fraktionen. Die beiden Betriebskulturen sind nicht in einer neuen Identität aufgegangen.**

**H.-U.M.** Was Menschen geprägt hat, kann und soll man nicht einfach auslöschen. Ich würde aber behaupten, dass in der Zwischenzeit eine neue Kultur der Credit

Suisse entstanden ist. Ich lebe und erlebe diese Kultur.

**R.G. Nun zieht mit der Winterthur eine weitere Kultur unter dem Dach der Credit Suisse Financial Services ein. Es gilt, auch eine andere Branche einzugemeinden. Ist das möglich ?**

**H.-U.M.** Eine Herausforderung: Vorgesetzte müssen demonstrieren, dass die Bereiche zusammengeführt werden können und dass die Zusammenführung begründet ist. Es ist wie bei einer Bergwanderung: Wer im Tal steht, muss einen Grund haben, auf den Gipfel zu steigen. Vorgesetzte müssen ihren Mitarbeitern vermitteln, dass sie stark genug sind, um über die Felswände zum Gipfel zu kommen.

**R.G. Braucht es eine Leader-Figur, die Arbeitnehmer in die Steilwände hetzt ?**

**H.-U.M.** Ich habe die Aufgabe, den Einzelnen zu erklären, welche Vorteile der Weg zum Gipfel bringt. Ich bin ein Motivator, kein Antreiber. Es braucht Organisationsformen mit Führungsrollen, aber diese Formen sind lediglich Mittel zum Zweck. Ich bleibe dabei: Ich bin da für meine Leute.

**R.G. Was tun Sie, wenn ein Mitarbeiter Ihre Arbeit vehement kritisiert ?**

**H.-U.M.** Kritiken dieser Art haben mich sehr oft weitergebracht. Ich begrüsse es, wenn mir jemand offen seine Meinung sagt.

**R.G. Aber wütend sind Sie auch ?**

**H.-U.M.** Allenfalls bin ich wütend auf mich. Natürlich brauchen wir alle Streicheleinheiten. Aber ich habe Respekt vor dem Mut eines Kritikers.

**R.G. Nun sagen Sie es selbst: Es braucht offenbar Mut, den Boss zu kritisieren. Müssen Kritiker um den Job fürchten ?**

**H.-U.M.** Keiner, der sich kritisch äussert, muss im Marktgebiet Mittelland um seinen Job fürchten. Kritik braucht Mut, weil man sich dabei einem Gegenüber öffnet. Ich selbst kritisiere nur Leute, die ich schätze. Als ich diese Bank übernommen habe, spielte die Musik eigentlich immer vorn. Langsam, denke ich, sind unsere 900 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu einem Orchester geworden. Die Beteiligten müssen nicht nur Leistung erbringen, sondern auch vertrauenswürdig und kritikfähig sein. Ethik ist mir wichtig.

**R.G. Kann Ihre Ethik belegt werden ?**

**H.-U.M.** Ich denke, die Beweise müssen nicht gefordert werden – sie werden uns täglich geliefert.

## HUMAN RESOURCES MANAGEMENT FORUM

**Der Handels- und Industrieverein des Kantons Bern animiert alljährlich mit seinem Forum «Human Resources Management» Unternehmerinnen und Unternehmer zur Nachdenklichkeit und stellt den Zeitgeist auf den Prüfstand. Und die offene Debatte mit prominenten Referentinnen und Referenten in Bundesbern findet Anklang: 700 Teilnehmerinnen und Teilnehmer drängten Ende Januar zur Veranstaltung «Teamwork/Teamfähigkeit: Notwendigkeit oder Leerformel?»**

**Organisiert werden die Veranstaltungen von der bernischen Personal- und Unternehmensberatung Meichle + Partner AG/carrière féminine. Die Beratungsfirma erarbeitet für Unternehmen aller Grössen in sämtlichen Hierarchiebereichen strategische und operationelle Konzepte. Meichle sucht vor allem Fach- und Führungskräfte oder stellt – beispielsweise – die bernische Belegschaft für die Neuansiedlung des amerikanischen Multis Frito-Lay/PepsiCo zusammen.**

**Die Referate der Veranstaltung «Teamwork/Teamfähigkeit» sind über [www.bzonline.ch](http://www.bzonline.ch) einzusehen. Weitere Informationen sind bei Meichle + Partner AG/carrière féminine, Tel. 031 333 80 80 oder über [www.meichle.ch](http://www.meichle.ch), abrufbar. Eine Sonderbeilage der Berner Zeitung kann telefonisch oder über [meichle@meichle.ch](mailto:meichle@meichle.ch) bestellt werden.**



# Aids in Afrika: Hoffnung für Waisenkinder



Stellen Sie sich vor: Heim- und mittellose Waisenkinder rotten sich zusammen. Sie hungern, sie dursten, sie frieren. Das Weinen haben sie bereits verlernt. Sie kämpfen um ihr Überleben. Statt Liebe kennen sie nur Angst und Hass, statt Respekt nur Verachtung.

Dieses schreckliche Szenario ist in Afrika Realität geworden. Rund 10 Millionen Kinder sind heute auf sich gestellt, denn die Aids-epidemie hat die erwachsene Bevölkerung ganzer Dörfer hinweggerafft. Allein in der Region KwaZulu-Natal (Südafrika) leben etwa 250 000 Aidswaisen!

## **Ziel: In Würde erwachsen werden**

«Gibst du einem armen Mann einen Fisch, hat er für einen Tag zu essen. Lehrst du ihn fischen, hat er das Leben lang zu essen», heisst ein chinesisches Sprichwort. Diese Haltung steht auch hinter dem Kenosis-Projekt in der Region KwaZulu-Natal, das von der Stiftung AIDS & KIND gefördert wird. Denn Waisenkinder, die dort ein Heim finden, sollen ihr Leben später selbstständig gestalten können. Damit sie autonome Erwachsene werden, sollen die Kinder aber vorläufig noch Kinder bleiben dürfen. Deshalb brauchen sie Geborgenheit und Liebe.

## **Ein afrikanisches Dorf für Aidswaisen**

Das kleine Dorf von Kenosis bei Pietermaritzburg wurde im letzten Sommer eingeweiht. Die neuen Häuser sind bescheiden, aber freundlich, sauber und mit allen notwendigen Einrichtungen versehen. Die Investitionen für ein Haus sind vergleichsweise tief.

Im Kinderdorf von Kenosis spielen und lachen bereits die ersten fünf Kinder. Ihre Pflegemutter ist Thandekile Hlongwane. Sie wurde für diese Aufgabe speziell ausgebildet. Weitere einheimische Pflegemütter werden zurzeit noch geschult. Zudem soll später auch eine Krippe eröffnet werden, wo sich auch Kinder von alleinstehenden Landarbeiterinnen wohl fühlen können.

## **Kenosis – ein Modell zum Kopieren**

Um gegen die Aidskatastrophe in Afrika zu kämpfen, wurden verschiedene Strategien entwickelt. Zum Beispiel Präventionsprojekte, Interventionen in Kinderheimen und Spitälern oder Ausbildungsprogramme für Medizinmänner. Kenosis ist ein Modellprojekt mit langfristigen Zielsetzungen. Ein nachhaltiges Integrationsmodell, das für alle betroffenen Regionen der Dritten Welt adaptiert werden kann. Der Schneeballeffekt hat bereits begonnen und die Einsicht setzt sich durch: Kenosis ist keine Wohltätigkeitsaktion für eine verlorene Generation, sondern ein hoffnungsvoller Ansatz, der Schule machen wird.

## **Die Zukunft von Kenosis sichern**

Die Sammelaktion für Kenosis ist erfolgreich angelaufen. SpenderInnen und GönnerInnen vertrauen der Projektorganisation, weil diese volle Transparenz bietet.

Wer Einblick in die Planungs- und Abwicklungsunterlagen haben will, bekommt sie. Dokumentation und Filmmaterial sind vorhanden. Überweisen Sie uns einen Unterstützungsbeitrag auf das Konto PC 80-667-0. Die schweizerische Stiftung AIDS & KIND bürgt dafür, dass die für Kenosis einbezahlten Spendengelder zu 100 Prozent ins Kinderdorf nach KwaZulu-Natal fliessen.

**AIDS  
&  
KIND**

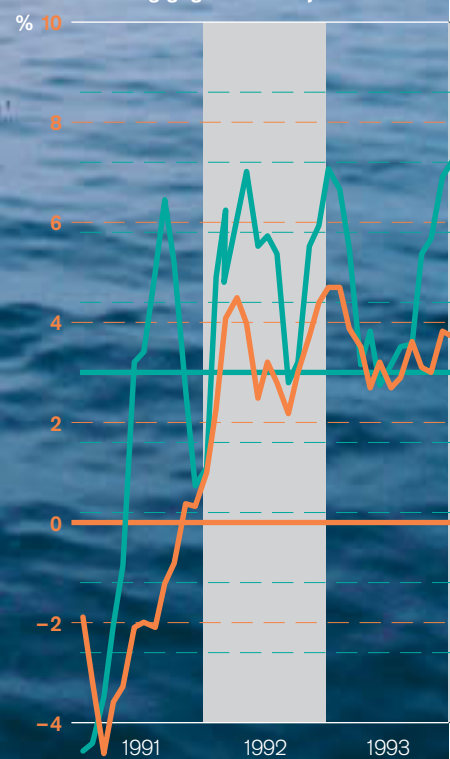
Schweizerische Stiftung für Direkthilfe  
an betroffene Kinder  
Seefeldstrasse 219, CH-8008 Zürich,  
Tel. 01 422 57 57, Fax 01 422 62 92,  
info@aidsundkind.ch, www.aidsundkind.ch

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

«Die Stabilität der europäischen  
Konjunktur ist ein Lichtblick für die  
Schweizer Wirtschaft», versichert  
Walter Metzler, Economic Research.



Industrieproduktion  
Veränderung gegenüber Vorjahr



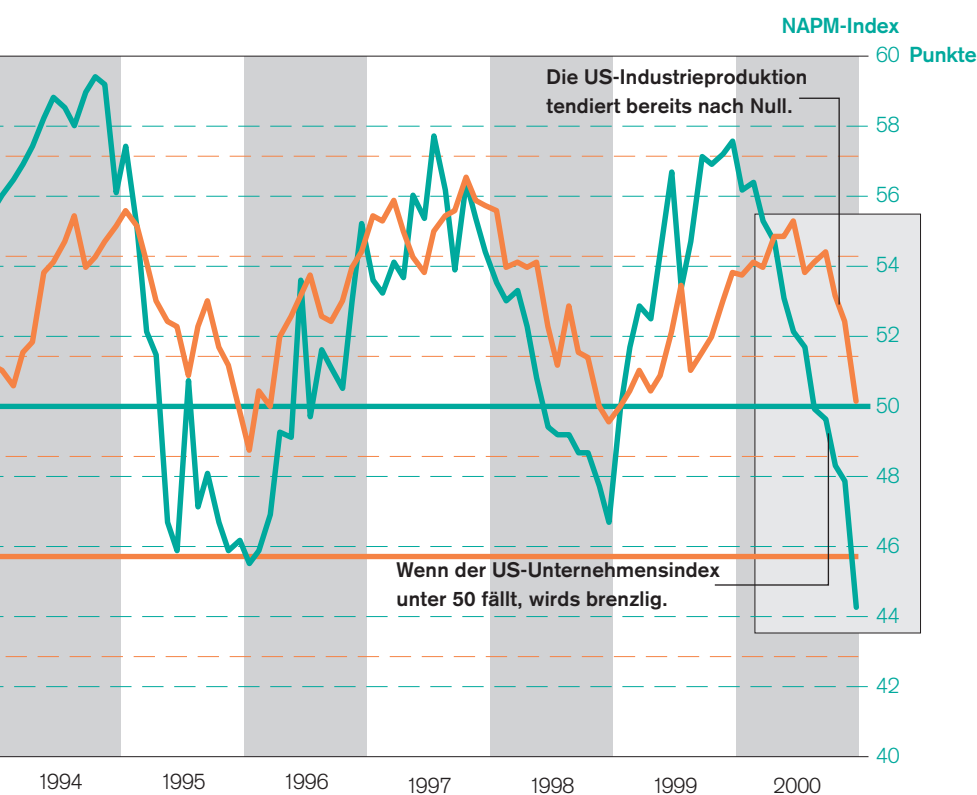


# Ein kalter Wind weht durch die Weltwirtschaft

Die US-Wirtschaft hat sich merklich abgekühlt. Nun fragen sich die anderen Weltregionen, ob sie bald von einer konjunkturellen Grippe geschüttelt werden. **Walter Metzler, Economic Research**

## USA: Die Industrie befürchtet eine Rezession

In der amerikanischen Industrie herrscht schlechte Stimmung. Der Index der Einkaufsmanager NAPM verspricht vorläufig auch keine Verbesserung. Die Industrieproduktion wird in den nächsten Monaten rückläufig sein.



Quelle: NAPM National Association of Purchasing Managers; Federal Reserve Board

Die amerikanische Konjunktur scheint sich im freien Fall zu befinden. Unternehmen und Konsumenten beurteilen die Zukunft beinahe so pessimistisch wie in der letzten Rezession vor zehn Jahren. Dieser Stimmungsumschwung hat sich auch auf den Kapitalmärkten niedergeschlagen. Zum Jahreswechsel sind die Zinsen auf dem Kapitalmarkt abrupt auf dasselbe Niveau wie zur Zeit der Asien- und Russlandkrise gesunken.

## Ist Greenspan ein Wunderdoktor?

Die US-Notenbank hat auf diesen abrupten Druckabfall im Motor der Weltwirtschaft sehr rasch mit zwei Zinssenkungen um je 0,5 Prozentpunkte reagiert. Die Reaktion war ambivalent: Erleichterung und wieder aufkeimende Zuversicht mischten sich mit Befürchtungen, die Notenbank wisse um verborgene Risiken, die das Schlimmste ahnen liessen.

Zinssenkungen wirken erst mit zeitlicher Verzögerung auf die Konjunktur. Sie erleichtern aber die Finanzierungskosten der Unternehmen und Hypothekarschuldner. Zudem beleben sie im Allgemeinen

die Börse. In den USA ist dieser Wirkungskanal inzwischen für die Stimmung und damit das Kaufverhalten der Konsumenten wichtig. Die US-Zentralbank unter Alan Greenspan wird deshalb die Zinssätze noch weiter reduzieren, um das Vertrauen der Konsumenten wieder zu stabilisieren.

Die neue Administration hat rasch auf den konjunkturellen Einbruch reagiert und ihre umstrittenen Pläne zu weit gehenden Steuersenkungen als willkommenes Mittel zur Wirtschaftsstimulierung ins Spiel gebracht. Auch wenn Bush seine Absichten kaum wie geplant verwirklichen kann, erhöht die gegenwärtige Wachstumschwäche die Erfolgchancen seiner Vorhaben nachdrücklich. Ausschlaggebend wird sein, die Gunst der Stunde auszunutzen und im parlamentarischen Prozess ein

hohes Tempo anzuschlagen. Dabei werden auch Kompromisse bei den Ausgabenwünschen der Demokraten unvermeidlich sein. Gelingt Bush dieses Kunststück, kann er die «Rettung» der Wirtschaft auf sein Konto verbuchen und sich einen nachhaltigen politischen Popularitätsbonus sichern.

Selbst wenn die definitiven Entscheidungen nicht bald fallen, kann die begründete Aussicht auf bessere Einkommen die Konsumenten wieder ausgabenfreudiger werden lassen, vor allem bei der Anschaffung langlebiger Güter.

#### Öl und Dollar sinken rechtzeitig

Neben Zins- und Steuersenkungen erhält die US-Wirtschaft weitere Unterstützung von den nachlassenden Energiepreisen und dem nachgebenden Dollar. Schliess-

lich darf nicht übersehen werden, dass sich die US-Wirtschaft technologisch bedingt in einem grundsätzlich hohen Wachstumstrend befindet. Arbeitsplatzverluste in den traditionellen Industriebranchen können durch zusätzliche Stellen in den neuen Technologie- und Dienstleistungssektoren ausgeglichen werden. Die hohe Anpassungsfähigkeit der US-Unternehmen wird sich auch unter schwierigeren Marktbedingungen bestätigen.

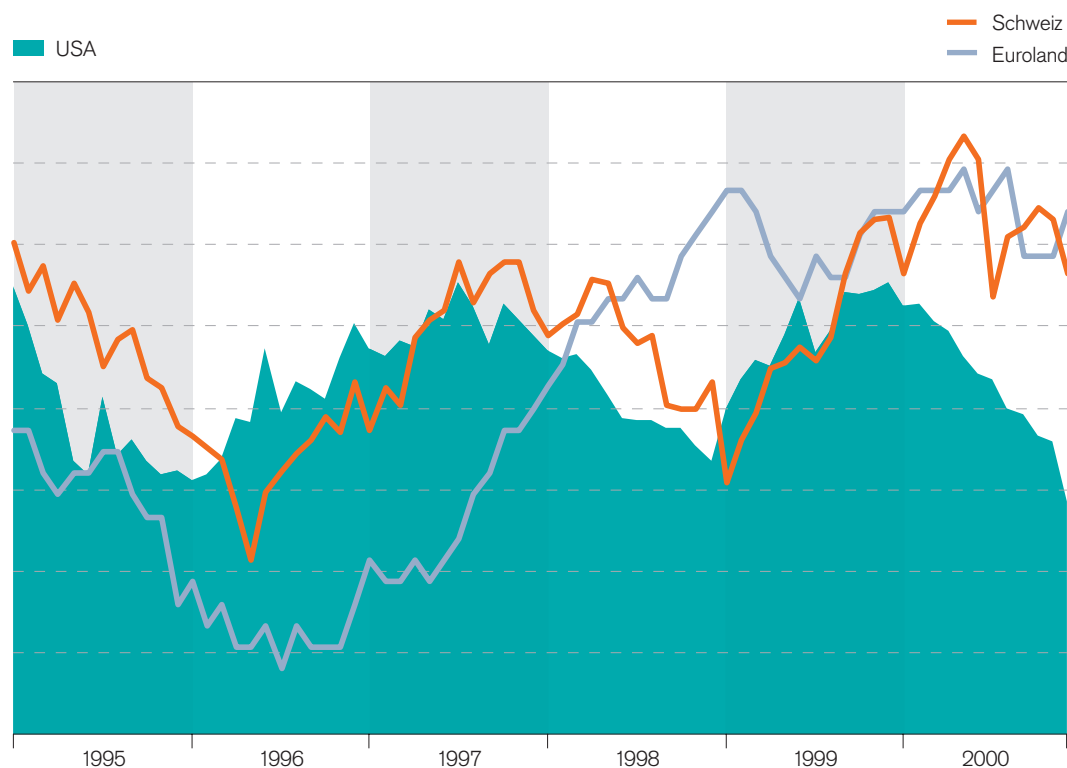
Insgesamt kann erwartet werden, dass die US-Wirtschaft sich bereits in der zweiten Hälfte 2001 wieder fängt und in alter Frische wächst.

#### Europa emanzipiert sich

Die negativen Impulse aus den Vereinigten Staaten werden an der Wirtschaft Europas nicht spurlos vorbeigehen. Die Konjunktur

## Geschäftsklima: Europa ist noch zuversichtlich

In den **USA** ist die Stimmung im verarbeitenden Gewerbe auf den tiefsten Punkt seit April 1991 gefallen. **Europäische Unternehmen** hingegen beurteilen die konjunkturelle Lage weiterhin als sehr gut. Und die **Schweizer Industrie** verzeichnet ein abgeschwächtes, aber kontinuierliches Wachstum.



Quelle: NAPM National Association of Purchasing Managers; Europäische Kommission; Credit Suisse Economic Research





Walter Metzler, Economic Research

«In der Schweiz bleibt der Konsum trotz des allgemein rauheren Wirtschaftsklimas auf Expansionskurs.»

in Euroland hat aber inzwischen genügend Eigendynamik gewonnen, um nicht aus der Bahn geworfen zu werden. Diese Faktoren sprechen für ein robustes Wachstum in Euroland:

- Die Arbeitslosigkeit ist so tief wie seit Jahren nicht mehr. Die Konsumstimulierung ist gut.
- Die Steuern sinken in den nächsten drei Jahren um je 0,5 Prozent des Sozialprodukts.
- In Europa spielt das Börsengeschehen bei den privaten Haushalten eine geringere Rolle als in den USA. Rückschläge wiegen deshalb weniger schwer für das Konsumverhalten.
- Die europäischen Unternehmen werden ihre Investitionen in neue Technologien verstärken, um international wettbewerbsfähig zu bleiben.
- Die Staaten stehen nicht mehr unter dem harten Sparzwang wie vor der Einführung des Euro.
- Die Ausfuhren in die USA machen nur rund 2,5 Prozent des Sozialprodukts aus.

#### **EZB bleibt konservativ**

Der Rückgang des Ölpreises wirkt sich auch in Europa stimulierend aus. Dagegen dämpft die Aufwertung des Euro das Exportgeschäft mit den USA. Solange die USA wachstumsmässig hinter Euroland zurückbleiben, wird der Euro weiter an Statur gewinnen. Damit verbessert sich der Teuerungsverlauf, war das Aufflammen der Inflation doch wesentlich auf die Energie- und Importpreise zurückzuführen. Die Europäische Zentralbank (EZB) kann

in diesem Umfeld Zinssenkungen ins Auge fassen. Das im Vergleich zu den USA robustere Wachstum zwingt sie aber nicht zur Eile. Auch die noch junge Erholung des Euro wird die EZB mit Lockerungsschritten noch bis in den Sommer zuwarten lassen.

#### **Japan bereitet Sorgen**

Keinen positiven Beitrag zur Weltwirtschaft leistet seit vielen Jahren die einstige Vorzeigewirtschaft Japan. Eine Trendwende ist nicht abzusehen. Das Ausmass der Deflation wird von den offiziellen Statistiken unterschätzt; sie verleitet die durch die ungewohnt hohe Arbeitslosigkeit verunsicherten Konsumenten zum Abwarten. Für den hoch verschuldeten Staat erhöht die Deflation die reale Schuldenbelastung zusätzlich. Trotz historisch tiefen Zinssätzen schreckt sie Privatpersonen von der Kreditaufnahme ab.

Die lebhaften Investitionen in die neuen Technologien und das billigere Rohöl sind die einzigen Lichtblicke für das stark vom Öl abhängige Japan. Diese positiven Impulse sind allein aber zu schwach. Not tut damit ein mutiger Befreiungsschlag im Bereich der Reform- oder Wechselkurspolitik. Die Aussichten darauf sind allerdings gering.

#### **Die Schweiz ist gut aufgehoben**

Die Schweizer Wirtschaft reagiert sensibel auf Schwankungen in der Weltwirtschaft, weil die Exporte über 40 Prozent des Sozialprodukts ausmachen. Im Vergleich zu Euroland ist auch die Ausrichtung auf

die USA mit rund fünf Prozent der gesamten Wertschöpfung etwa doppelt so hoch. Die Schweizer Wirtschaft wird also von der Abkühlung an den amerikanischen Absatzmärkten berührt, da sich auch der Wechselkurs zum Dollar ungünstig entwickelt hat.

Entscheidend für die schweizerische Konjunktur sind jedoch die Tendenzen in Euroland, wohin rund zwei Drittel der Exporte gehen. Die Schweiz profitiert dieses Jahr von der höheren Stabilität der europäischen Konjunktur. Darüber hinaus stützen die gute Lage auf dem Arbeitsmarkt und die Steuersenkungen in den Kantonen und Gemeinden die Einkommen. Der Konsum bleibt damit auf Expansionskurs.

#### **SNB behält ruhige Hand**

Ähnlich wie die EZB steht die Schweizerische Nationalbank (SNB) damit nicht unter unmittelbarem Handlungsdruck. Erst nachdem sich zeigt, dass sich der inflationäre Druck in Grenzen hält und die Wirtschaft auf einen gemässigten Expansionspfad einschwenkt, wird die SNB die Zinsen senken. Dies nicht zuletzt auch deshalb, um eine Aufwertung des Francs gegenüber dem Euro zu vermeiden.

Die detaillierten Prognosen zur internationalen und zur Schweizer Konjunktur sowie zu den Finanzmärkten finden Sie auf den Seiten 53 und 57.

Walter Metzler, Telefon 01 333 32 83  
walter.metzler@credit-suisse.ch



«KMU müssen ihr Finanzmanagement besser in den Griff bekommen, um dem Wettbewerbsdruck standzuhalten», raten Cesare Ravara (vorn) und Patrik Weibel vom Economic Research.

# Benutzen, nicht besitzen



# KMU sind ein wichtiges Kundensegment der Banken, profitieren aber auch von anderen Formen der Fremdfinanzierung.

Cesare Ravara und Patrik Weibel, Economic Research

Die Schweiz ist das Land der vielen Banken und der kleinen Unternehmen. 90 Prozent aller Betriebe beschäftigen weniger als zehn Mitarbeitende. 99,7 Prozent der über 300 000 Firmen sind kleine und mittlere Unternehmungen (KMU) mit weniger als 250 Beschäftigten. Sie spielen eine wichtige Rolle im Export, als Zulieferer und Dienstleistungserbringer. KMU beschäftigen 70 Prozent aller Erwerbstätigen in der Schweiz (siehe Grafik unten). Viele von ihnen leisten einen erheblichen Beitrag zur Entwicklung und Verbreitung neuer Technologien. Und sie engagieren sich für die Entstehung neuer Berufsbilder und die dazu nötigen Fertigkeiten.

## KMU beanspruchen Löwenanteil

Die KMU sind die grösste Gruppe im Firmenkundengeschäft der Schweizer Universalbanken und finanzieren sich im Schnitt schätzungsweise zu 50 Prozent mit Bankkrediten. Von den insgesamt knapp 200 Milliarden Franken, die Schweizer Banken nichtfinanziellen Unternehmen in Form von Krediten gewähren, beanspruchen die KMU stättliche 180 Milliarden.

Die Hälfte des Kreditvolumens an KMU dürfte von Gross- und etwa ein Drittel von Kantonalbanken stammen. Während Grossbanken und viele Kantonalbanken auch Grossunternehmungen als Kunden haben, setzt sich das Firmenkundenportefeuille der Regionalbanken und Sparkassen sowie der Raiffeisenbanken fast ausschliesslich aus KMU zusammen. Je nach regionaler und lokaler Verankerung können sich Banken auf unterschiedliche Art und Weise ein Bild über die Bonität ihrer Kreditnehmer machen: Das reicht vom Rating anhand quantitativer und qualitativer Methoden bis zur Auflage, Mitglied der Bankgenossenschaft zu sein. Hypo-

thekarforderungen machen mit drei Vierteln den Löwenanteil des ganzen Kreditvolumens aus (siehe Grafik Seite 52). Das lässt sich dadurch erklären, dass private Haushalte wegen der Möglichkeit, die Hypothekarzinsen vom Einkommen abzuziehen, ihre Hypotheken nur langsam amortisieren. Die zweitgrösste statistisch ausgewiesene Gruppe, die der «übrigen Kredite», umfasst Investitionskredite und Betriebskredite für Firmen und dient den KMU zur laufenden Finanzierung ihrer betrieblichen Tätigkeit. Die Limiten dieser Kredite werden in der Höhe von 32 Milliarden Franken, also durchschnittlich nur zu 50 Prozent, ausgeschöpft.

Eine besondere Art der Fremdfinanzierung ist das Leasing. Im Gegensatz zu einem kreditfinanzierten Investitionsgut steht beim Leasing die Nutzung und nicht

das Eigentum im Vordergrund (pay-as-you-use). Mit den erwirtschafteten Erträgen werden die Nutzungsgebühren finanziert (pay-as-you-earn). Die Nutzungsdauer kann in Abhängigkeit vom technologischen Fortschritt und von den Entwicklungen auf den Absatzmärkten bestimmt werden und ist unabhängig von der technisch möglichen Lebensdauer oder von Wiederverkaufsmöglichkeiten.

## Leasing holt auf

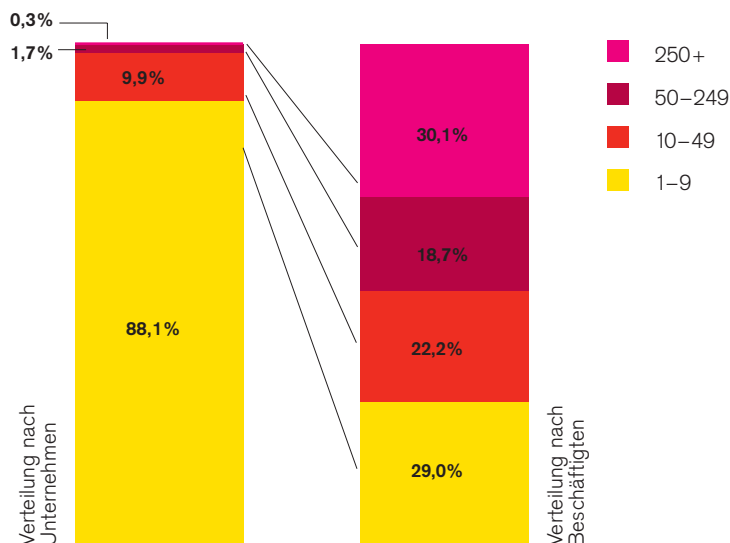
1999 wurden neue Leasingverträge im Wert von schätzungsweise zwölf Milliarden Franken abgeschlossen. Davon dürften Verträge im Wert von etwa neun Milliarden auf Unternehmen, drei Milliarden auf private Haushalte entfallen.

Das Autoleasing war ein grosser Treiber des schweizerischen Leasingmarktes der Neunzigerjahre. 1983 betrug der Anteil geleaster Autos am Total der erstandenen Autos zirka drei Prozent, heute liegt er bei etwa einem Drittel. Wie das Kreditgeschäft litt das Investitionsgüterleasing wegen seiner Abhängigkeit von den Investitionen unter der Rezession der Neunzigerjahre. Das Autoleasing war davon

## Die Kleinen beherrschen den Arbeitsmarkt

Der schweizerische Arbeitsmarkt ist stark abhängig von Klein- und Kleinstunternehmen. Betriebe mit bis zu 49 Mitarbeitenden beschäftigen rund die Hälfte der Erwerbstätigen.

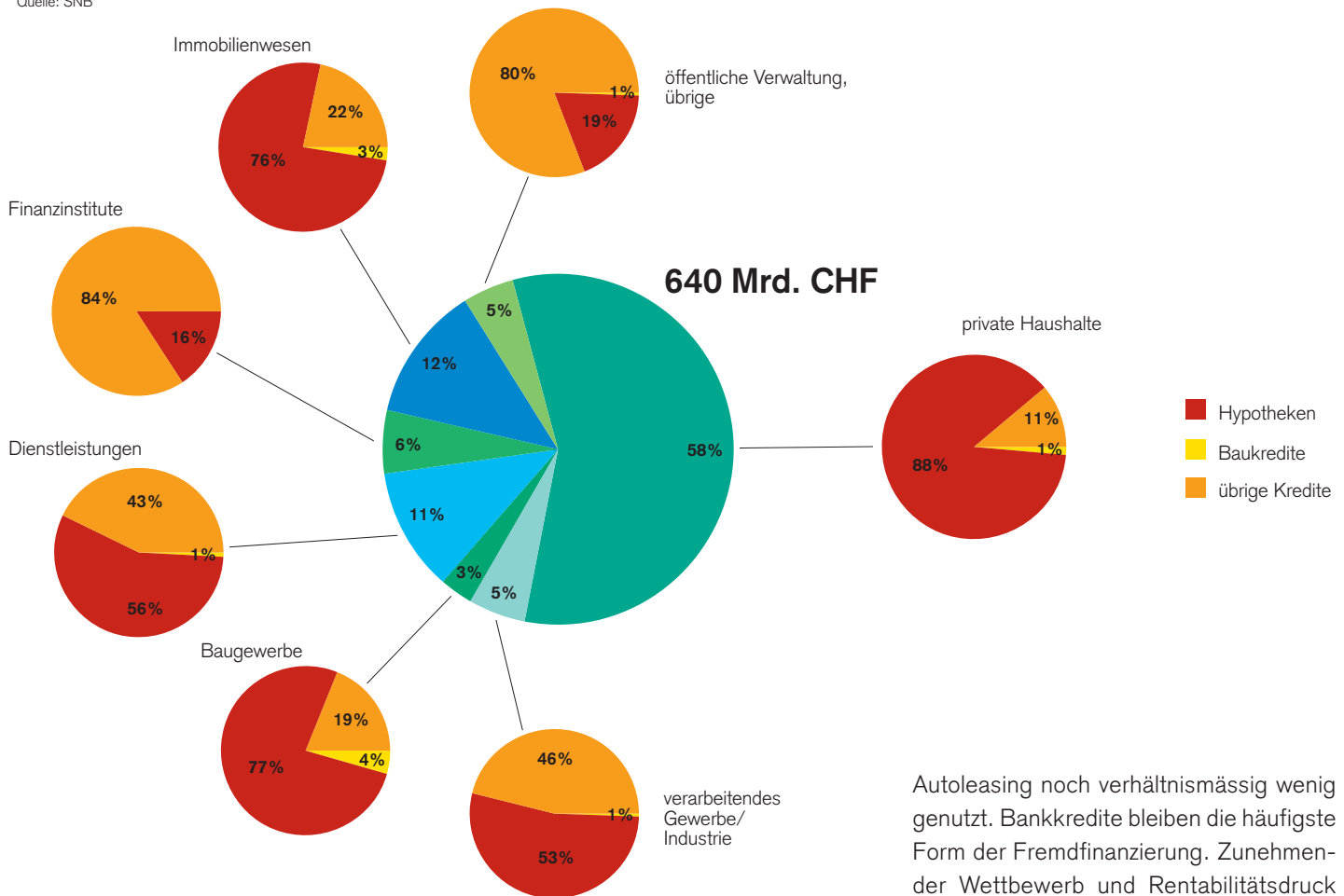
Quelle: Bundesamt für Statistik



## Hypotheken haben die Nase vorn

Für Schweizer Privathaushalte sind Hypotheken die wichtigste Kreditform, auch weil die Zinsen von der Steuer abgezogen werden können. Zudem spielen die hohen Immobilienpreise eine grosse Rolle.

Quelle: SNB



weniger stark betroffen. Dank der anziehenden Investitionstätigkeit hat sich nun das Wachstum des Investitionsgüterleasings beschleunigt und übertrifft heute jenes des Autoleasings.

### Anbieter erweitern Produktpalette

Die Leasinggesellschaften erweiterten in den letzten Jahren, nicht zuletzt wegen des wirtschaftlichen Druckes, ihre Angebotspalette mit flexiblen Leasingprodukten wie zum Beispiel dem Flottenmanagement. Es entstand aus dem Bedürfnis der Kunden, verschiedene Dienstleistungen wie Versicherung, Reparatur, Wartung in das Leasing zu integrieren, und entspricht dem Outsourcing eines nicht zum Kerngeschäft gehörenden Bereiches einer Unternehmung. Auch bei Computern, Büro-

geräten, Industrieanlagen und Maschinen kann sich das Leasing lohnen. Die Vorteile liegen auf der Hand: Kein unnötiger Aufwand mehr für Dinge, die nicht zum Kerngeschäft gehören. Die Kosten sind von vornherein klar und können bei der finanziellen Planung problemlos einkalkuliert werden.

Der Zinssatz liegt beim Leasing häufig tiefer als bei einer entsprechenden Kreditfinanzierung, weil der Leasinggegenstand dem Leasinggeber als Deckung dient. Zudem belastet Leasing die Bilanz nicht. Somit bleiben auch die Bilanzrelationen und Kennzahlen (Verschuldungsgrad, Liquiditätsgrade) unverändert, weil das geleaste Gut keine Investition darstellt.

In der Schweiz wird das Investitionsgüter-Leasing im Gegensatz zum privaten

Autoleasing noch verhältnismässig wenig genutzt. Bankkredite bleiben die häufigste Form der Fremdfinanzierung. Zunehmender Wettbewerb und Rentabilitätsdruck zwingen jedoch die KMU, ihr Finanzmanagement vermehrt unter die Lupe zu nehmen und für ihren Betrieb die jeweils beste Finanzierungsform zu suchen. Durch Leasing wird die Bankkreditfinanzierung teilweise ergänzt, teilweise substituiert.

Die Banken sollten daran interessiert sein, dass ihre Firmenkunden die jeweils effizienteste Finanzierung finden, weil sich dies schlussendlich positiv auf die Finanzlast und die Bonität der Firmen niederschlägt. Zudem können die Banken so eine Verbesserung ihrer Kreditportfoliorisiken erreichen.

**Mitte März 2001 erscheint das Economic Briefing Nr. 22, das sich dem Zinsdifferenzgeschäft der Banken widmet.**

Cesare Ravara, Telefon 01 333 59 12  
 cesare.ravara@credit-suisse.ch

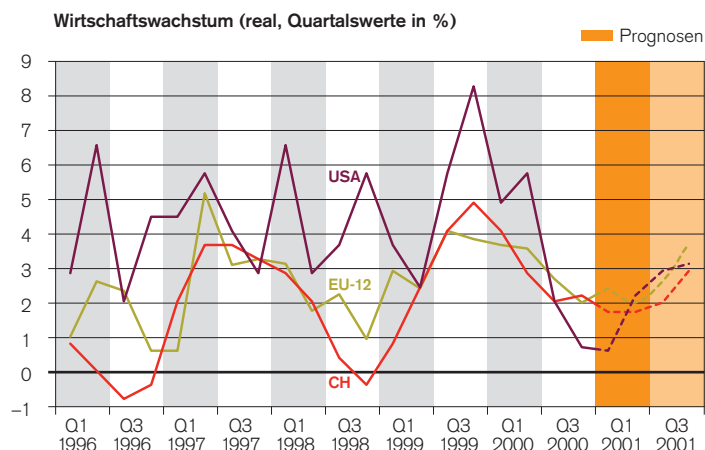


# Unsere Prognosen zur Konjunktur

DER AKTUELLE CHART:

## Ist das globale Wachstum in Gefahr?

Die US-Wirtschaft hat sich markant abgekühlt. Gründe dafür sind die Zinserhöhungen Anfang 2000, der Anstieg der Ölpreise und die Aufwertung des Dollars. Eine Rezession droht aber nicht, weil sowohl die Geld- als auch die Fiskalpolitik gelockert werden. Die Konjunktur in Euroland hat genug Eigendynamik, um die abgeschwächten Impulse der Exporte zu verkraften. Die gute Lage am Arbeitsmarkt und die Steuerersparnisse fördern den Konsum. Zudem bleiben die Investitionen dynamisch. Dies stützt auch die Schweizer Wirtschaft.



SCHWEIZER KONJUNKTURDATEN:

## Leichte Zinssenkungen erwartet

Das Schweizer Wirtschaftswachstum wird sich in diesem Jahr auf 2,1 Prozent abschwächen. Es wird jedoch von einer robusten Inlandsnachfrage getragen. Wegen der erwarteten Verlangsamung des Wachstums in den USA und Europa werden die Exporte an Dynamik verlieren. Die Inflation wird hauptsächlich infolge binnenwirtschaftlicher Faktoren (z. B. Mieten) vorübergehend ansteigen, sich aber in der zweiten Jahreshälfte zurückbilden. Das eröffnet der Schweizerischen Nationalbank ab Sommer Spielraum für Zinssenkungen.

	8.00	9.00	10.00	11.00	12.00
<b>Inflation</b>	1.1	1.4	1.3	1.9	1.5
Waren	3	5.3	3.7	3.5	2.4
Dienstleistungen	0	-0.1	0.2	0.7	0.8
Inland	0.6	0.5	0.5	1.1	1
Ausland	3.3	7.1	4.8	4.3	3.1
<b>Detailhandelsumsätze (real)</b>	1.6	1.5	-2.4	-3.3	
<b>Handelsbilanzsaldo (Mrd. CHF)</b>	-0.66	0.91	-0.26	-0.12	
Güterexporte (Mrd. CHF)	9.4	11.4	11.5	11.9	
Güterimporte (Mrd. CHF)	10.1	10.5	11.8	12	
<b>Arbeitslosenquote</b>	1.8	1.7	1.7	1.8	1.9
Deutschschweiz	1.4	1.4	1.4	1.4	1.5
Romandie und Tessin	2.7	2.7	2.7	2.8	3

BIP-WACHSTUM:

## Weltwirtschaft setzt 2001 zur Landung an

Mit deutlich weniger Schwung überschreitet die Weltwirtschaft die Schwelle zum neuen Jahrtausend. Die markante Abschwächung der US-Konjunktur wird auch die wirtschaftliche Expansion im Euroraum leicht bremsen. Stärker als der Euroraum sind Japan und auch die Schweizer Wirtschaft von der nachlassenden Exportnachfrage betroffen.

	Durchschnitt 1990/1999	1999	Prognosen 2000	2001
Schweiz	0.9	1.5	3.3	2.1
Deutschland	3.0	1.5	2.8	2.5
Frankreich	1.7	2.9	3.3	3.0
Italien	1.3	1.4	2.8	2.5
Grossbritannien	1.9	2.1	3.1	2.6
USA	3.1	4.2	5.0	2.0
Japan	1.7	0.3	1.6	1.0

INFLATION:

## Kurze Verschnaufpause für Zentralbanken

Mit den im Jahresvergleich rückläufigen Ölpreisen und der nachlassenden konjunkturellen Dynamik entspannt sich auch die Inflationssituation. Die offizielle Inflationsrate flaut ab. Dem gegenüber stehen jedoch mässig steigende Kernraten (ohne volatile Komponenten wie Energie und Nahrungsmittel) sowohl in Euroland als auch in der Schweiz. Zusammen mit der 2002 wieder schwungvolleren Konjunktur dürfte so die Verschnaufpause für Zentralbanken nur von kurzer Dauer sein.

	Durchschnitt 1990/1999	1999	Prognosen 2000	2001
Schweiz	2.3	0.8	1.6	1.5
Deutschland	2.5	0.6	1.9	1.8
Frankreich	1.9	0.6	1.7	1.6
Italien	4.0	1.7	2.6	2.2
Grossbritannien	3.9	2.3	2.1	2.2
USA	3.0	2.2	2.2	2.5
Japan	1.2	-0.3	-0.6	-0.2

ARBEITSLOSENQUOTE:

## Arbeitslosigkeit sinkt in der Schweiz weiter

Die eingetretene Verlangsamung des Wachstums in den USA wird am Arbeitsmarkt nicht spurlos vorübergehen und tendenziell zu einer höheren Arbeitslosenrate führen. In der Währungsunion dagegen wird der positive Trend zu weniger Arbeitslosigkeit, insbesondere in Deutschland, beibehalten. Das robuste Wachstum in der Schweiz dürfte in diesem Jahr eine weitere Senkung der Arbeitslosigkeit zur Folge haben.

	Durchschnitt 1990/1999	1999	Prognosen 2000	2001
Schweiz	3.4	2.7	2.0	1.8
Deutschland	9.5	10.5	9.6	8.7
Frankreich	11.2	11.0	9.7	8.6
Italien	10.9	11.9	10.6	10.1
Grossbritannien	7.3	4.3	3.7	3.6
USA	5.7	4.2	4.0	4.4
Japan	3.1	4.8	4.7	4.7

Quelle aller Charts: Credit Suisse



Serie EURO

«Wer das Jahr 2002 eurofit beginnen will»,  
betont Stefan Fässler vom Economic  
Research, «muss jetzt in allen Unterneh-  
mensbereichen umfassend planen.»

# Euro im Schweizerland – Vorbereitung statt Chaos



## Die Schweiz ist keine Währungsinsel. Datenverarbeitung, Produkte, Preise und Konten müssen ab Januar 2002 eurotauglich sein. **Stefan Fässler, Economic Research**

Man könnte fälschlicherweise meinen, dass die Schweiz als Währungsinsel inmitten des Eurolandes nicht von der Einführung des Euro betroffen ist. Aber um die 60 Prozent unserer Exporte gehen in die Europäische Union EU und fast 80 Prozent der Importe stammen von dort. Das zeigt, dass die Schweizer Wirtschaft sehr eng mit der EU und auch mit dem Euroland verbunden ist. Nicht alle Wirtschaftssektoren müssen sich gleichermaßen auf das Eurozeitalter vorbereiten. Der Betroffenheitsgrad hängt von der wirtschaftlichen Verflechtung mit dem Ausland ab und davon, ob sich eine Unternehmung oder ein Geschäft in einer Grenz- oder Tourismusregion befindet. Sicher ist, dass sich eine fundierte Analyse aufdrängt, damit die erforderlichen Anpassungen sauber geplant und termingerecht vollzogen werden können.

### Der Countdown läuft

Alle Unternehmen im Euroland sind durch den Wegfall der nationalen Währungen betroffen und müssen spätestens auf den 1.1.2002 auf Euro umstellen und ihre Strategie den neuen Gegebenheiten anpassen. Auch Schweizer Firmen haben Probleme zu bewältigen. Sofern sie als Zulieferer für ausländische Unternehmen, als Importeure, Exporteure oder als Muttergesellschaft ausländischer Töchter in der EU engagiert sind, müssen sie sorgfältig abklären, welche Anpassungen und Veränderungen in die Wege zu leiten sind.

### 1. Erste Meilensteine definieren

Bei der Vorbereitung müssen Bereiche wie Buchhaltung, Einkauf, Verkauf, Marketing, EDV analysiert und mögliche Lösungen erarbeitet werden. Ein Projektteam erstellt einen Umstellungsplan, in welchem Meilensteine festgesetzt werden, damit die knappe Zeit optimal genutzt werden kann. Erfahrungen haben gezeigt,

dass der Zeitaufwand für ein mittleres Unternehmen etwa ein Jahr beträgt. Ausserdem sollte mit Kunden, Geschäftspartnern und der Hausbank Kontakt aufgenommen werden, damit eine reibungslose Umstellung gewährleistet ist. Für Tochterunternehmen im Euroland ist zusätzlich zu beachten, dass diese ihr Gesellschaftskapital auf Euro umstellen müssen.

### 2. EDV-Systeme überprüfen

In der Durchführungsphase muss auf die genaue Einhaltung des Zeitplans geachtet werden. Bei Buchhaltungsprogrammen und EDV-Systemen sollte abgeklärt werden, ob nicht eine Neuanschaffung der Anpassung der alten Systeme und Programme vorzuziehen wäre. Kommen neue Programme oder EDV-Anlagen zum Einsatz, ist der Ausbildung der Mitarbeiter genügend Zeit beizumessen. Zudem sind unter Umständen Verträge neu zu verhandeln und Weisungen anzupassen. Preislisten, Rechnungsformulare und Briefpapier mit Kontoangaben müssen neu gedruckt werden.

### 3. Systeme und Programme testen

Am Ende steht die Testphase, in welcher neue Systeme und Programme geprüft und letzte Fehler behoben werden. Während des ganzen Projekts kommt der Kommunikation grosse Bedeutung zu. Vor allem die Mitarbeitenden müssen über das Vorgehen und mögliche Änderungen rechtzeitig informiert werden.

### 300 Millionen Konsumenten

Bei der Einführung des Euro und den damit verbundenen Umstellungen wird oft vergessen, dass die Umsetzung im Unternehmen nicht nur eine technisch-organisatorische ist, sondern auch grosse strategische Auswirkungen hat. Mit der Einführung der europäischen Einheitswährung entsteht ein Wirtschaftsraum

mit nahezu 300 Millionen Konsumenten. Sämtliche Preise werden auf Euro lauten, was die Preistransparenz wesentlich erhöht. Preisdifferenzierungen, die nicht mit höheren Transportkosten oder mit Qualitätsunterschieden begründet werden können, werden kaum mehr möglich sein. Aus diesem Grund lohnt es sich, beim Einkauf die Preise genau zu vergleichen und sich eventuell nach neuen Lieferanten umzusehen, die vielleicht bis anhin wegen grosser Wechselkursschwankungen nicht berücksichtigt wurden. Aus dem gleichen Grund muss sich ein schweizerisches Unternehmen überlegen, wie es seine Preise im neuen Umfeld gestalten will, denn auch seine Abnehmer werden die Preise genau vergleichen.

### Neue Verpackungen stehen an

Bei Massengütern mit Signalpreisen geht mit der Umrechnung in Euro die Signalwirkung in den meisten Fällen verloren. Ein Aufrunden auf den nächsten Signalpreis ist gesetzlich nicht erlaubt, während ein Abrunden die teilweise ohnehin schon geringen Margen schmälern kann (Euro-Serie 1, Bulletin 6/00). Zumindest gegen Ende der Übergangszeit sollten die Preise doppelt ausgezeichnet werden, selbst wenn die Gesetzgeber der meisten Länder diese Auflage nicht machen.

### KLARE UMRECHNUNG

**Preise in (nationalen) IN-Währungen müssen zum Fixkurs umgerechnet werden.**

FIXKURSE: 1 EURO =		
Belgien	40.3399	BEF
Deutschland	1.95583	DEM
Finnland	5.94573	FIM
Frankreich	6.55957	FRF
Griechenland	340.750	GRD
Irland	.787564	IEP
Italien	1936.27	ITL
Luxemburg	40.3399	LUF
Niederlande	2.20371	NLG
Österreich	13.7603	ATS
Portugal	200.482	PTE
Spanien	166.386	ESP

## SIGNALPREIS-KARUSSELL

Für den Übergang von D-Mark Preisen zu Euro-Preisen wird das Preisauszeichnungs-Karussell von A nach D gedreht: Der Signalpreis in DEM steht oben, während der Preis in Euro unten aufgeführt ist (B), bei der nächsten Runde steht der Signalpreis in Euro oben, während der Preis in DEM unten erscheint (C). Ist die Doppelwährungsphase zu Ende, werden die Preise nur noch in Euro angegeben.



## Produktion auf EU-Kurs bringen

Wer auf die Wirkung von Signalpreisen angewiesen ist, muss sich überlegen, ob möglicherweise die Verpackungsgrößen angepasst werden müssen, weil einfaches Auf- oder Abrunden in der Regel nicht möglich ist. Dieser Schritt hat weit reichende Folgen, denn die Produktion muss angepasst werden, falls sich die Verpackungseinheiten ändern. Solche Massnahmen müssen vom Marketing begleitet werden, damit die Kunden wissen, dass sie für einen eventuell höheren Preis auch mehr bekommen.

## Preise und schwankende Wechselkurse

Auch für Unternehmen in der Schweiz, die in Grenz- oder Tourismusregionen tätig sind, stellt sich die Frage nach der Preisgestaltung (siehe CH-Preise für Euro-Kunden). Es ist davon auszugehen, dass Touristen aus dem Euroland so wenig Euro wie möglich in Schweizer Franken wechseln wollen. Für den Einzelhandel bedeutet das, dass Preise auch in Euro ausgezeichnet werden und dass Kassensysteme für verschiedene Währungen tauglich sind.

## CH-PREISE FÜR EURO-KUNDSCHAFT

Der Wechselkurs CHF/EUR ist weiterhin Schwankungen unterworfen. Eine Umrechnung mit einem Fixkurs wie bei den IN-Währungen ist nicht möglich. Hier die Szenarien von der Preisauszeichnung bis zur Zahlung.

PREISAUSZEICHNUNG	ABRECHNUNG	ZAHLUNG
CHF	CHF	CHF
CHF und EUR indikativ	CHF und Total in EUR	CHF oder EUR
CHF und EUR verbindlich	EUR	EUR (Karten, Schecks, Bargeld)

Die Euro-Preise können als Indikatorpreise verstanden werden, wobei dann das Total zum Tageskurs in Schweizer Franken umgerechnet wird. Bewegt sich der Wechselkurs in sehr engen Bandbreiten, kann auch über längere Zeit mit einem festen Kurs gerechnet werden. Kreditkartenterminals müssen in der Lage sein, zwei oder mehrere Währungen zu verarbeiten, etwa falls Hotelübernachtungen in Euro bezahlt werden sollten.

Ein Vorteil der Einheitswährung liegt auch darin, dass Kursschwankungen zwischen den IN-Währungen seit der Fixierung zum Euro am 1.1.1999 nicht mehr existieren. Mit diesem Schritt sind die nationalen Währungen zu Untereinheiten des Euro geworden. Dieser Umstand reduziert Absicherungskosten und erhöht die Planbarkeit von Zahlungseingängen und -ausgängen. Durch den Wegfall von

dreizehn Währungen (12 IN-Währungen und ECU) kann die Zahl der Bankbeziehungen gestrafft werden. Es ist zu prüfen, ob nicht ein Euro-Konto in der Schweiz und eines in Deutschland genügt. Die Kosten für Zahlungen werden eher sinken und der Zahlungsverkehr in Europa standardisiert.

## Euro-Fitness ist Chefsache

Dass ein Geschäft oder eine Unternehmung Euro-fit ist, liegt in der Verantwortung des Chefs. Es ist eine umfassende Planung nötig, denn in der Regel sind alle Unternehmensbereiche davon betroffen. Um weiterhin im europäischen Wettbewerb bestehen zu können, kommt man nicht umhin, sich mit dem Euro zu befassen und die dafür notwendigen Schritte einzuleiten.

Stefan Fässler, Telefon 01 333 13 71  
stefan.faessler@credit-suisse.ch

## DAS BULLETIN FÜHRT SIE INS EUROLAND

Was die Einführung des Euro bargeldes und das definitive Verschwinden der nationalen Währungen im Detail für die Unternehmen und Einwohner der Schweiz bedeutet, darüber halten wir Sie mit einer Serie im Bulletin auf dem Laufenden. Die nächsten Folgen der Serie:

- Umstellung der Fremdwährungskonten und damit verbundene Neuerungen im Zahlungsverkehr
- Praktische Fragen rund um den Austausch der nationalen Noten und Münzen gegen Euro

Insbesondere soll aufgezeigt werden, was sich im Verkehr mit Ihrer Bank, der Credit Suisse, konkret ändert. Auch über entsprechende Entwicklungen im Euroland informieren wir.

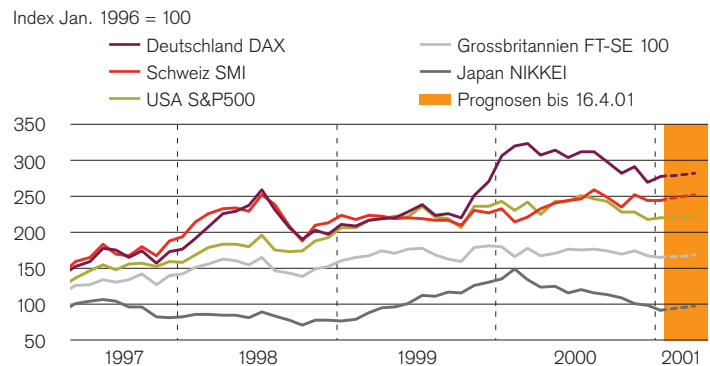


# Unsere Prognosen zu den Finanzmärkten

## INTERNATIONALE BÖRSEN:

### USA senkt Zinsen

Die amerikanische Notenbank hat mit ihren ersten Zinssenkungen dem wachsenden Unbehagen der Börsianer ein vorläufiges Ende bereitet. Das Ausmass der konjunkturellen Abschwächung in den Industrieländern ist noch nicht klar ersichtlich; die Kurskorrekturen vieler Titel dürften aber diese Risiken bereits gebührend berücksichtigt haben. Solide Wachstumswerte aus den Technologie- und Telekommunikationssektoren sind in dieser Hinsicht wieder kaufenswert.



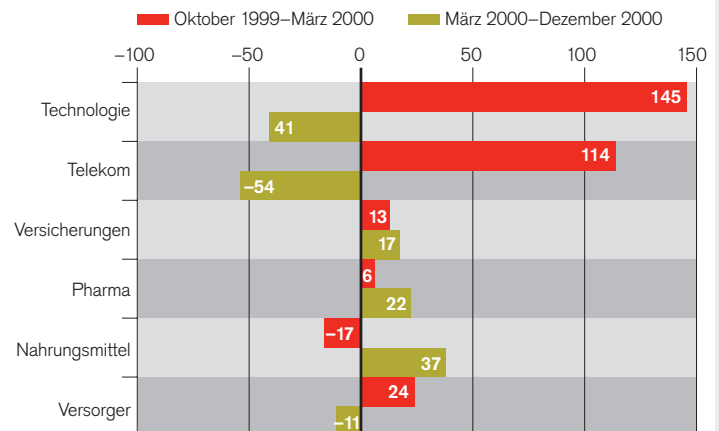
## EUROPÄISCHE BÖRSEN:

### Aktienmärkte beruhigen sich

Die drastischen Kurskorrekturen an der Nasdaq vom vergangenen März haben dem Höhenflug der TMT-Werte (Technologie/Medien/Telekom) weltweit ein abruptes Ende bereitet. Waren TMT-Titel vorher ein absoluter Renner, so suchten die Anleger anschliessend Zuflucht in defensiven Sektoren wie Versicherungen, Pharma oder Nahrungsmittel. Die Branchenperformance in Europa reflektiert diese Umschichtungen. Die frühe Zinssenkung des Fed am Anfang dieses Jahres hat mittlerweile zur Beruhigung der Aktienmärkte beigetragen, zumal weitere Zinsschritte zu erwarten sind. So zeigt der Nasdaq seit Jahresbeginn aufstrebende Tendenz. Von den Zinssenkungen profitieren namentlich die Finanzwerte, denen weiterhin Potenzial zugetraut wird.

#### Europa: Branchenperformance im Vergleich (in CHF)

Berechnungsgrundlage: DJ Europe Stoxx



## GELDMARKT:

### Europäische Zentralbank erhält mehr Spielraum

Wegen der markanten wirtschaftlichen Abschwächung in den USA hat das Fed Anfang Januar den Leitzins um 50 Basispunkte (Bp) gesenkt. Um die wirtschaftliche Entwicklung abzufedern, dürfte es bereits im ersten Quartal mit einem weiteren Zinsschritt von 50 Bp reagieren. Die EZB wird ihre Geldpolitik eher zögerlich lockern. Zu erwarten ist lediglich ein Zinsschritt von 25 Bp im ersten Halbjahr.

	Ende 00	24.01.01	Prognosen 3 Mte.	12 Mte.
Schweiz	3.37	3.44	3.3–3.4	3.0–3.2
USA	6.40	5.61	5.1–5.3	5.3–5.5
EU-12	4.85	4.76	4.6–4.8	4.6–4.7
Grossbritannien	5.90	5.83	5.6–5.8	5.6–5.7
Japan	0.55	0.47	0.5–0.6	0.5–0.6

## OBLIGATIONENMARKT:

### Zinsniveau bleibt gedrückt

Die langfristigen Zinssätze dürften angesichts der erhöhten konjunkturellen Unsicherheit noch einige Zeit auf ihrem niedrigen Niveau verharren. Mit den Zinssenkungen des Fed und der damit wieder aufkeimenden konjunkturellen Zuversicht ist ab Mitte Jahr ein moderater Anstieg der langen Sätze absehbar. Angesichts der insgesamt gedämpften weltwirtschaftlichen Dynamik bleibt das Zinsniveau aber gedrückt.

	Ende 00	24.01.01	Prognosen 3 Mte.	12 Mte.
Schweiz	3.46	3.48	3.4–3.5	3.6–3.8
USA	5.11	5.31	4.8–5.0	5.0–5.2
Deutschland	4.87	4.87	4.8–5.0	5.0–5.2
Grossbritannien	4.88	4.96	4.8–5.0	5.1–5.3
Japan	1.65	1.46	1.5–1.7	1.8–2.0

## WECHSELKURSE:


### Euro holt gegenüber Dollar auf

Die rasche Abkühlung der Wirtschaft hat an den amerikanischen Finanzmärkten erhebliche Turbulenzen ausgelöst und zu einem Rückzug der Anleger aus dem Dollar geführt. Selbst wenn die Konjunktur in Euroland in den kommenden Monaten auch Bremseffekte verspüren wird, dürfte die Schliessung der Wachstumslücke zwischen den USA und Europa eine Aufwertung des Euro gegenüber dem Dollar bis auf Parität begünstigen.

	Ende 00	24.01.01	Prognosen 3 Mte.	12 Mte.
CHF/USD	1.60	1.66	1.56–1.63	1.56–1.59
CHF/EUR*	1.60	1.53	1.56–1.58	1.54–1.56
CHF/GBP	2.59	2.41	2.40–2.48	2.20–2.28
CHF/JPY	1.56	1.40	1.30–1.32	1.32–1.34

\*Umrechnungskurse: DEM/EUR 1.956; FRF/EUR 6.560; ITL/EUR 1936

Quelle aller Charts: Credit Suisse

A close-up, high-contrast portrait of Hanspeter Kurzmeyer. He is wearing round-rimmed glasses and has a serious expression. The lighting is dramatic, with strong highlights on his forehead and nose, and deep shadows on the right side of his face. The background is dark and out of focus.

Das horrende Tempo im  
Cyberspace bereitet ihm  
keine Bauchschmerzen:  
Hanspeter Kurzmeyer,  
«Mister e-Business» der  
Credit Suisse.

# «Wir verschmelzen Old mit New Economy»

Die Geschäftseinheit e-Business boomt. Für deren Leiter, Hanspeter Kurzmeyer, steht dennoch fest: «Die Credit Suisse wird sich nicht komplett ins Internet absetzen.»



Interview: Andreas Thomann,  
Redaktion Bulletin Online

**ANDREAS THOMANN** Herr Kurzmeyer, Sie arbeiten täglich an der Internet-Zukunft: Wie lange muss ich noch warten, bis ich mich mit dem virtuellen Anlageberater von Angesicht zu Angesicht über meine Vorsorgelücke unterhalten kann?

**HANSPETER KURZMEYER** Das ist absolut keine Utopie, im Moment jedoch noch zu teuer und technologisch nicht ausgereift. Ich könnte mir gut vorstellen, unseren Kunden dereinst einen virtuellen Diener zur Verfügung zu stellen, der ihm einen Weg durch die Informationsflut bahnt. Allerdings wird man weder in diesem noch im nächsten Jahr bei der Credit Suisse solche «Virtual Banker» antreffen.

**A.T. Zurück zur Gegenwart: Welche Internet-Anwendungen haben denn heute die höchsten Einschaltquoten?**

**H.P.K.** Momentan sind die Top-Seiten das DirectNet (E-Banking) und youtrade (Online-Brokerage), ebenso spezielle Applikationen: Checklisten rund um den Hauskauf auf yourhome etwa, oder der Investment Adviser, mit welchem der Kunde sein Risiko- und Anlageverhalten bestimmen und simulieren kann (siehe Box, S. 60).

**A.T. An den Börsen ist die New Economy getaucht. Doch im Banking scheint die Internet-Revolution nicht zu stoppen. So baut Ihre Geschäftseinheit e-Business in Horgen bei Zürich fast täglich Stellen auf. Verwandelt sich die Credit Suisse zusehends in eine virtuelle Bank?**

**H.P.K.** Ich persönlich glaube nicht an eine rein virtuelle Bank. Was uns stark macht, ist das Zusammenspiel zwischen Old und New Economy, die Verbindung des Traditionellen mit dem, was wir hier im e-Business aufbauen. Diese Strategie hatten wir vor drei Jahren festgelegt, und sie gilt noch heute.

**A.T. Ihre Business Unit baut nicht nur kräftig Stellen auf. Sie lancieren auch ein Produkt**

**nach dem anderen: Direct Net, youtrade, yourhome. Welche Innovationen folgen in diesem Jahr?**

**H.P.K.** In den ersten drei Jahren haben wir uns hauptsächlich an die Privatkunden gerichtet. Nun bauen wir das Angebot für Firmenkunden, das Business-to-Business, zu einem Kerngeschäft aus. Mit Bankdienstleistungen wie Zahlungsverkehr, Abwicklung von Devisen- und Kreditgeschäften wollen wir den Firmen die Arbeit erleichtern. Kooperation ist dabei sehr wichtig: Der Bereich e-Business arbeitet zusammen mit dem Banking, der Winterthur Life & Pensions, der Winterthur Insurance und den Firmenkunden selbst. Die andere Herausforderung ist der Ausbau der Finanzportale in ausgewählten europäischen Ländern. Diese sollen die Credit Suisse bei ihrer Strategie unterstützen, wohlhabende Retailkunden in Europa zu akquirieren.

**A.T. In ihrem letzten Ranking hat die Firma Forrester Research die Credit Suisse zur besten Internet-Bank Europas erkoren. Und auf Rang zwei liegt die andere Schweizer Grossbank, die UBS. Was macht das Internet Banking «Made in Switzerland» so erfolgreich?**

**H.P.K.** Meines Erachtens hat das zwei Gründe: Erstens sind sowohl die Credit Suisse als auch die UBS in Sachen Grösse und Innovationskraft zwei der global führenden Finanzinstitute. Zudem müssen sich beide in einem internationalen Markt unter verschärften Wettbewerbsbedingungen behaupten. Insofern ist es nicht weiter verwunderlich, dass beide Schweizer Finanzinstitute zu den Spitzenreitern gehören. Zweitens ist die Schweiz zusammen mit den skandinavischen Ländern weltweit führend, was die Verbreitung des Internets anbelangt. Dass die Schweizer Finanzinstitute dieser stark wachsenden Internetgemeinde entsprechende, medien-gerechte Dienstleistungen zur Verfügung stellen, ist für mich ein betriebliches «Must»!

**A.T. Erfolg macht ehrgeizig. Welche Ziele haben Sie sich gesetzt?**

**H.P.K.** Wir visieren innerhalb der nächsten drei Jahre die Marke von einer Million Online-Kundinnen und -Kunden an. Im E-Banking geht es darum, möglichst vielen bisherigen Kunden das Internet näher zu bringen. Im E-Brokerage möchten wir vor allem neue Kunden gewinnen, und zwar in ganz Europa.

**A.T. Und wann, denken Sie, werden 95 Prozent Ihrer Kunden per Internet ihre finanziellen Angelegenheiten erledigen?**

**H.P.K.** Das ist keine realistische Zielsetzung für die nächsten fünf bis zehn Jahre. In der Schweiz verfolgen wir immer noch einen Multichannel-Ansatz: Der Kunde entscheidet selbst, welche Geschäfte er übers Internet, den Automaten, das Telefon oder den persönlichen Berater abwickelt. Wichtig ist das Zusammenspiel zwischen den Vertriebskanälen. Für komplexe Geschäfte möchten wir die persönliche Beratung sogar ausbauen.

**A.T. Wie lockt die Credit Suisse diejenigen Kunden ins Netz, die von E-Banking bisher nichts wissen wollten?**

**H.P.K.** Bis jetzt haben wir vor allem Leute angesprochen, die ein Flair für Technologie haben, mit einem PC umgehen können und das Internet gezielt nutzen wollen. Um auch einen breiteren Kundenkreis auf das Netz zu holen, müssen wir mehr Hilfestellung bieten, die Technologie weiter vereinfachen. Und nicht zuletzt müssen wir die Leute von der Sicherheit des E-Bankings überzeugen.

**A.T. Sie könnten ja diesen Kunden gratis einen PC nach Hause liefern und installieren.**

**H.P.K.** Wir müssen alle Varianten überprüfen. Bei Ihrem Vorschlag stellt sich allerdings die Kosten-/Nutzen-Frage.

**A.T. Wird die Breitband-Technologie dem Internet-Banking nochmals einen Populäritätsschub versetzen?**

**H.P.K.** Davon bin ich überzeugt. Breitband-Technologie heisst so viel wie «Daten-Autobahnen», also mehr Geschwindigkeit. Künftig werden wir mehr Bilder und Animationen durchs Netz schicken können, aber auch mehr interaktive Angebote bieten – wie etwa Online-Beratung.

**A.T. Das Internet beflügelt Allianzen. Seit Anfang Jahr geht die Credit Suisse mit dem Software-Giganten Microsoft gemeinsame Wege. Was hat diese beiden ungleichen Partner zusammengeführt?**

**H.P.K.** Die Credit Suisse wird als bevorzugter Finanzdienstleister auf MoneyCentral präsent sein, der Finanzseite des Portals Microsoft Networks (MSN). MSN hat sich zum Ziel gesetzt, auf seiner Site mit einer soliden Finanzberatung aufzuwarten. Deshalb die Allianz mit der international bekannten Marke «Credit Suisse». Die



«Gut möglich, dass dereinst ein virtueller Diener unsere Kunden durchs Netz führt.»

Credit Suisse ihrerseits erschliesst sich über das grösste europäische Internet-Portal ein neues, attraktives Publikum.

**A.T. Ein weiteres virtuelles Netz hat die Credit Suisse mit Bluewin und Tamedia geknüpft. Geplant ist das Börsenportal Moneycab, das unter der Leitung von Ex-Cash-Chefredaktor Markus Gisler ab Frühling auf Sendung geht (siehe Bulletin 6/2000). Weshalb dieses Engagement?**

**H.P.K.** Drei so starke Partner sind eine sehr gute Basis für ein gemeinsames Geschäftsmodell. Moneycab ist ein unabhän-

giger Anbieter, der sich vorab mit journalistischem Inhalt profilieren will – die Credit Suisse hat keinen direkten Einfluss auf redaktionelle Belange. Insofern ist Moneycab für uns primär eine Investition.

**A.T. «Content Is King» – mit attraktiven Informationen lockt man im World Wide Web Kunden an. Bauen Sie mit dem neuen Börsenportal keinen Konkurrenten zu den eigenen Plattformen auf?**

**H.P.K.** In gewisser Weise schon, das ist jedoch beabsichtigt und gewollt. Moneycab will sich vorab mit journalistischem Inhalt und unabhängiger Finanzinformation positionieren. Es liegt an uns, mit einem attraktiven Angebot diese Kunden auf unsere Sites zu holen.

## DIE ONLINE-HIGHLIGHTS DER CREDIT SUISSE

Die Schweizer mögen das Internet-Banking. Ende 2000 hatte die Credit Suisse bereits über 260 000 Kundinnen und Kunden, verteilt auf das E-Banking-Angebot DirectNet und den Online-Broker youtrade. Und jeden Monat kommen rund 10 000 Kunden hinzu. DirectNet und youtrade sind auch die beliebtesten Destinationen unter den Surfern. Daneben haben sich aber auch ein paar andere Angebote einen Platz an der Sonne erobert:

- Wohnobjekt auf der Karte – [www.yourhome.ch](http://www.yourhome.ch)

Die Schweiz als Land- oder Strassenkarte oder als Luftbild ist ein Renner. Hier lässt sich jede Ecke der Schweiz finden, sogar inklusive nächstgelegener Poststelle und Schule.

- Checklisten zum Wohnen – [www.yourhome.ch](http://www.yourhome.ch)

Damit bei der Beurteilung eines Wohnobjekts, bei Neubau, Umbau und Renovation, beim Umzug oder Abschluss von Versicherungen nichts vergessen geht, wird hier aufgelistet, was man im Auge behalten sollte.

- Investment Adviser – [www.credit-suisse.ch](http://www.credit-suisse.ch)

Interaktivität zieht die Leute an. Der Investment Adviser ermittelt durch Tests und Spiele das Anlage- und Risikoverhalten und liefert einen persönlichen Anlagevorschlag.

- Leasing-Offerte erstellen – [www.credit-suisse.ch](http://www.credit-suisse.ch)

Wie viel kostet eine bestimmte Leasingvariante? Wenn alle Angaben korrekt eingegeben werden, wird hier eine verbindliche Offerte erstellt.

**A.T. Das Internet reisst nicht nur Branchengrenzen nieder. Seit letztem Herbst peilt die Credit Suisse via Web auch die wohlhabenden Privatkunden in Europa an. Hat das Internet den Schritt ins Ausland erleichtert?**

**H.P.K.** Nur teilweise. Das Internet ist zwar ein internationales Massenmedium. Entscheidend sind aber die nationalen Märkte, denn jedes Land hat noch starke regulatorische Bestimmungen. Auch müssen die Angebote nach lokalen Bedürfnissen konfektioniert werden. Das macht die Expansion nicht ganz einfach – trotz Internet.

**A.T. Steigende Innovationsraten, Allianzen, neue Geschäftsfelder, Auslandsexpansion: Wer sich in einem so dynamischen Business bewegt, läuft auch Gefahr, Fehler zu begehen. Bereitet Ihnen dieser Umstand Bauchschmerzen?**

**H.P.K.** Ganz und gar nicht. Zumal der Job als e-Business-Leiter der interessanteste ist, den ich je hatte.





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

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

# Schutz vor Viren, Hackern, Mitarbeitern

Viele Schweizer Betriebe fürchten einen Internetauftritt. Die neue E-Business-Versicherung der «Winterthur» verspricht Schutz vor den Gefahren aus dem Cyberspace.

Ruth Hafen, Redaktion Bulletin

Ähnlich wie Grippewellen verbreiten sich alle paar Monate neue Viren, Internetwürmer und anderlei virtuelles Getier mit rasender Geschwindigkeit. Sie verunsichern die Internetgemeinschaft und bescheren der Geschäftswelt empfindliche Umsatzeinbussen.

Diese allgemeine Verunsicherung ruft nun auch die Versicherer auf den Plan. Von Experten wird E-Commerce als eines der grossen Risiken des neuen Jahrhunderts angesehen. Mummert & Partner, eine Hamburger Unternehmensberatung, prophezeit dem E-Business eine Wachstumsexplosion; das Institut der deutschen Wirtschaft erwartet für das Jahr 2002 allein für Deutschland elektronische Handelsumsätze von 94 Milliarden D-Mark. 1998 waren es noch 2,6 Milliarden D-Mark. Auch in der Schweiz stieg der elektronische Handel zwischen 1998 und 1999 sprunghaft an. Er erreichte einen Umsatz von rund einer halben Milliarde.

Die Verlockung, Geschäfte vermehrt auch über das Internet abzuwickeln oder neue Kunden auf virtuellem Weg anzu-

werben, wird auch für Schweizer Unternehmen immer grösser. Eine Studie der AG für Werbemedienforschung (Wemf) zur Internetnutzung in der Deutschschweiz ergab, dass die Zahl der Einkäufer via Netz stetig zunimmt. Von den rund 1,6 Millionen Internetnutzern hatten 1999 erst 43 Prozent schon einmal über das Internet eingekauft, 2000 waren es 54 Prozent.

## Mangelnde Sicherheit verunsichert

Andererseits brachte eine Untersuchung von PricewaterhouseCoopers zutage, dass gut die Hälfte der Schweizer KMU das Internet überhaupt nicht für ihre Geschäfte nutzt. Als Hauptgrund wurde die ungenügende Sicherheit im Netz genannt.

Herkömmliche Betriebsversicherungen schützen physisches Eigentum. Betriebsunterbrüche sind dann versichert, wenn der Schaden durch äussere Einflüsse zustande gekommen ist. Schäden aus dem Cyberspace wurden bisher von keiner Police gedeckt. David Rosenthal, Lehrbeauftragter für Informatik- und Telekommunikationsrecht an der Universität Basel: «Der Einsatz und die Abhängigkeit von neuen Internet- und Informationstechniken hat vielen Unternehmen völlig neue Angriffsflächen und Risiken beschert. Mit Technik, Organisation und Verträgen wird zwar versucht, das Risiko so tief wie möglich zu halten. Doch ein Rest bleibt. Die Versicherungsgesellschaften machten um solche «E-Business-Risiken» bisher einen grossen Umweg.»

Sind E-Business-Versicherungen wirklich die Lösung aller Probleme? Oder bleibt diese neue Versicherungsform eine exoti-



Schutzimpfung gegen Internetschäden: die E-Business-Versicherung der «Winterthur».

sche Blüte im Policensumpf? David Rosenthal sieht grundsätzlich eine Zukunft für Versicherungen gegen Schäden aus dem Internet. Er fragt sich allerdings auch, «ob Haftpflichtfälle im Zusammenhang mit Internetaktivitäten nicht in einiger Zeit Teil der üblichen Haftpflichtversicherungen werden».

Die «Winterthur» jedenfalls hat als eine der ersten Schweizer Versicherungen auf die neuen Anforderungen, die der E-Commerce stellt, reagiert und im Oktober 2000 ein neues Produkt lanciert: die E-Business-Versicherung, ein Baustein von WinProfessional. Das Angebot richtet sich spezifisch an kleine und mittlere Unternehmen (KMU) mit bis zu 50 Mitarbeitenden. Ein riesiges Marktpotenzial schlummert hier, beschäftigen doch 90 Prozent aller Schweizer Betriebe weniger als zehn Mitarbeitende. Die Versicherung besteht aus vier Bausteinen: Hacker und Viren, Missbrauch durch Mitarbeiter, widerrechtliche Publikationen sowie Rechtsstreitigkeiten (siehe Box).

Die angepeilte Zielgruppe definiert Markus Andres, als Projektleiter WinProfessional auch für die E-Business-Versicherung zu-



Markus Andres, Projektleiter WinProfessional

«Die meisten Schäden werden durch die eigenen Mitarbeiter verursacht.»



## DAS BIETET DIE E-BUSINESS-VERSICHERUNG DER «WINTERTHUR»

Der Versicherungsschutz umfasst vier Deckungsbausteine in jeweils drei Leistungsvarianten (pro Ereignis und Jahr): Minimum 20 000 Fr., Standard 30 000 Fr., Maximum 50 000 Fr. Für widerrechtliche Publikationen sind die Deckungsbeträge jeweils zehnmal höher.

	VERSICHERTES RISIKO	VERSICHERTE LEISTUNG
HACKER UND VIREN	Eigene Daten bei Veränderung von Daten durch Einwirkung von Dritten (Hacker, Viren)	Kosten für die Wiederherstellung von Daten und Software sowie Ertragsausfälle (Betriebsunterbruch)
MISSBRAUCH DURCH MITARBEITER	Eigene Daten sowie Daten Dritter bei strafbarem Missbrauch und Manipulation durch Mitarbeiter	Eigene Vermögensschäden sowie Vermögensschäden Dritter (Kosten für die Wiederherstellung von Daten und Software, Ertragsausfälle)
RECHTSSTREITIGKEITEN	Streitigkeiten über mit dem Internet getätigte Geschäfte und über die dafür benötigte Hard- und Software	Rechtsberatung, Rechtskosten (Anwaltskosten, Gutachten, Prozessentschädigung)
WIDERRECHTLICHE PUBLIKATIONEN	Ansprüche, die aufgrund europäischer Haftpflichtbestimmungen erhoben werden wegen: <ul style="list-style-type: none"><li>• Ehr- und Persönlichkeitsverletzungen</li><li>• Datenschutzverletzungen</li><li>• Urheberrechtsverletzungen</li><li>• unlauterem Wettbewerb</li><li>• Marken-, Firmen- und Namenrechtsverletzungen</li></ul>	Entschädigung von Ansprüchen Dritter (Schadenersatz), Abwehr unberechtigter Ansprüche

## SICHERHEITSANFORDERUNGEN, DIE EINGEHALTEN WERDEN MÜSSEN

Die «Winterthur» erwartet von ihren Versicherungsnehmern, dass sie gewisse Vorschriften bei der Datensicherung beachten: Dazu gehören wöchentliche Vollsicherungen und die Verwendung der jeweils aktuellsten Virenschanner-Programme. Bei der Einhaltung der Sicherheitsanforderungen werden die Kunden aber auch unterstützt: Mit der CD-ROM «Risk Manager» kann der Kunde selbst eine ganzheitliche Risikoanalyse seines Unternehmens vornehmen. Auf dem Internet ist eine Risikocheckliste erhältlich, und schliesslich wird regelmässig ein Newsletter zum Thema IT-Sicherheit versandt. In Zusammenarbeit mit AXUS secure network bietet die «Winterthur» gegen Entgelt einen IT-Sicherheitscheck an.

Weitere Informationen finden Sie auf [www.winterthur.com/ch](http://www.winterthur.com/ch) oder unter 0800 809 809 (24-Stunden-Telefon).

## WAS RISKIEREN SIE?

Mit dem «Risk Manager» können Sie es herausfinden. Bulletin verlost auf [www.credit-suisse.ch/bulletin](http://www.credit-suisse.ch/bulletin) 25 «Risk Manager».

ständig: «Es sind nicht stark auf E-Commerce ausgerichtete Firmen, sondern Firmen, die gerne einen Webauftritt hätten, weil sie das als zusätzliche Absatzchance zu ihrem angestammten Geschäftsbereich sehen.» Nicht von der E-Business-Versicherung profitieren können Finanzdienstleister, die Informatikbranche und das Verlagswesen. Grosse Unternehmen hätten, so Andres, spezielle Risikosituationen, denen man mit einer Universallösung, wie sie für KMU angeboten wird, nicht gerecht werden könne. In solchen Fällen würden massgeschneiderte

Lösungen erarbeitet, versichert er. Das führe aber zu höheren Prämien.

Die Palette der Kunden, die bei der «Winterthur» eine Versicherung gegen Internetschäden abschliessen, geht von der Elektroinstallationsfirma bis zum Food-Kurier. Alle wollen ihr Geschäft gegen Hacker und Viren sowie gegen widerrechtliche Publikationen schützen. Dabei ist das eigene Personal der grösste Risikofaktor, das weiss auch Markus Andres: «Am meisten wird der Betrieb durch Fehlm Manipulationen von eigenen Mitarbeitenden gestört, Daten werden irrtümlich

gelöscht oder nicht regelmässig gespeichert.» Mitarbeiter öffnen verhängnisvolle Attachments und laden gedankenlos Material vom Netz herunter. Schätzungen zufolge sind so schon etwa 70 Prozent aller Betriebe Opfer der eigenen Mitarbeiter geworden. Der Mensch bleibt das grösste aller Risiken.

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

In Bulletin Online erfahren Sie alles über die grössten Pleiten und Pannen aus dem Cyberspace.



Auf [www.youtrade.com](http://www.youtrade.com) können Sie Palm oder Visor für den Internet-Zugang konfigurieren.

**René Maier, Redaktion Bulletin Online**

Die Credit Suisse bietet als erste Bank den Wertschriftenhandel über Palm-Handhelds an. Und dies mit den gleichen, lückenlosen Sicherheitsstandards, die die Kunden vom Online-Broker youtrade gewohnt sind.

Die starke Verbreitung von Handys und anderen mobilen Geräten wie persönliche digitale Assistenten (PDA) von der Firma Palm verspricht dem Mobile Commerce ein grosses Potenzial. In drei Jahren, so schätzt die Boston Consulting Group (BCG) in einer aktuellen Studie, werden 200 bis 300 Millionen Konsumenten M-Commerce-Anwendungen nutzen. Mobile-Banking und -Brokerage, lokalisierte Services und regionale Informationen gelten als die zukünftigen «Killer-Applikationen». Die BCG stellt in der Studie jedoch fest, dass sowohl Konsumenten als auch die Industrie unsicher sind, ob und wann M-Commerce die Konsumentenbedürfnisse befriedigen und das riesige Potenzial ausschöpfen kann.

#### «Mobile» Konsumenten sind frustriert

Viele M-Commerce-Konsumenten sind laut BCG frustriert. Fast ein Drittel der Erstnutzer in Europa gaben M-Commerce bereits nach einigen Versuchen auf. Zu kompliziert, zu langsam und unübersicht-

# youtrade on Palm: Bequemer mobil handeln

lich empfanden sie bisher die Geräte und die Anwendungen. Im Weiteren glauben über 30 Prozent der Befragten, dass das mobile Netzwerk weniger sicher für die Übertragung vertraulicher Daten ist als das herkömmliche Internet. Dieses Argument trifft aber weder auf youtrade on WAP noch auf youtrade on Palm zu. Die eingesetzten Sicherheitsstandards, die auf einer Java SSL 3.0 Implementation sowie einer 128-bit-Verschlüsselung basieren, entsprechen jenen der Desktop-Version von youtrade. «Wir wollen uns im Mobile-Banking als Vorreiter etablieren», sagt Manuel Thomet, zuständiger Produktmanager für youtrade on Palm. Neue, bedienungsfreundliche Geräte sind neben neuen Funktionalitäten und Diensten ein wichtiges Argument, um Kunden für den Online-Aktienhandel zu gewinnen.

#### Grosser Bildschirm bringt Komfort

«Die Geräte von Palm sind beliebt und weit verbreitet», so Thomet. Die Vorteile der Palm-Handhelds gegenüber einem WAP-Handy sind augenscheinlich: Auf dem grösseren Display der Handhelds lassen sich die Inhalte wesentlich besser darstellen, insbesondere auch Charts und Grafiken. «Daten können zudem einfacher als bei WAP auf dem Gerät temporär

zwischengespeichert werden», sagt Jakob Magun von der Firma Ergon Informatik AG, welche youtrade on Palm als eine der weltweit ersten kommerziellen Applikationen dieser Art entwickelt hat. Zur verbesserten Bedienerfreundlichkeit trägt zudem die Memo-Funktion bei. Das Memo kann auf dem Palm gewechselt, aktualisiert und verwaltet werden.

Die Credit Suisse hat mit youtrade on Palm/Visor einen strategischen Wettbewerbsvorteil für mindestens ein Jahr errungen, da die Anwendung in diesem Zeitraum von der Konkurrenz nicht kopiert werden darf. Jakob Magun denkt, dass sich dieser Vorsprung noch verstärken wird: «Im nächsten halben Jahr kommt eine Flut von Geräten auf den Markt, welche die Integration von PDAs und Mobiltelefonie vorantreiben; ein gutes Beispiel ist das Visorphone. Diese Integration wird zusammen mit höheren Übertragungsraten die Benutzung von youtrade on Palm weiter vereinfachen und verbessern.»

Alle technischen Informationen und Anleitungen zur Installation sowie die benötigte Software zu youtrade on Palm finden Sie auf [www.youtrade.com](http://www.youtrade.com).

**Manuel Thomet, Telefon 01 335 71 73**

**E-Mail: [manuel.thomet@csg.ch](mailto:manuel.thomet@csg.ch)**



**Manuel Thomet, zuständiger Produktmanager  
für youtrade on Palm**

**«Wir wollen uns im Mobile-Banking  
als Vorreiter etablieren.»**



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

## E-Business: Die grössten Pannen im Internet

Noch verzichten viele Schweizer Unternehmen aus Sicherheitsgründen auf einen Internet-Auftritt. Wo liegen die Risiken und Gefahren im Cyberspace? Wie können sich Unternehmen davor schützen? Das Bulletin Online ging den Pleiten und Pannen im Cyberspace auf die Spur.



Fehlermeldungen nach Viren-Attacken: Was für die einen verhängnisvolles Chaos ist, inspiriert Künstler ([www.jodi.org](http://www.jodi.org)).

## Recherche im Internet: Was ist wo im Datenmeer?

Das Internet ist eine unermessliche Datenbank. Nur nützt sie nichts, wenn man sich im Online-Dschungel nicht zurechtfindet. Suchmaschinen helfen zwar dabei, Themen und Begriffe einzugrenzen. Oft ist der Weg aber weit, bis man auf sachkundige Informationen stösst. Das Bulletin Online zeigt, wie man im Web gekonnt recherchiert.

## Ausserdem im Bulletin Online:

- **Sorgenbarometer:** Was bewegt die Schweiz? Im Internet gibts die komplette Studie.
- **Dollar versus Euro:** Lockt der Euro die Anleger vom Dollar weg?
- **Internet Marketing:** So holen Sie Surfer auf Ihre Website.



## WORTE DER LIEBE, GEFRIERGETROCKNET

Dass unsere Politiker und CEOs ihre wohlklingenden Reden nicht selbst verfassen, weiss heute jeder. Erwarten wir doch gar nicht. Aber haben Sie sich mal überlegt, dass der zartschmelzende Liebesbrief, den Ihnen Ihr Liebster kürzlich geschickt hat, vielleicht auch nicht aus seiner eigenen Feder stammt?

Mann möchte seine neue Flamme mit schönen Worten beeindrucken? Für sowas gibt es heute das Netz der unbegrenzten Möglichkeiten. Dort loggt man sich ein auf [carazza.de](http://carazza.de) oder [liebste.de](http://liebste.de). Er gibt den Kosenamen seiner Angebeteten und ein paar passende Stichworte ein, dann wählt er die Stilrichtung (vielleicht «schüchtern»? Oder doch eher «südtalienisch» temperamentvoll?), Gestaltung und musikalische Untermalung aus. Fertig ist das romantische Gesamtkunstwerk: Engelchens blondes Haar weht im Wind, ihre blauen Augen strahlen mit der Sonne um die Wette, und die Liebe wird ewig währen. Cyber-Cyrano sei Dank! Geht einfach, schnell und erst noch gratis.

Für ein breites Grinsen sind diese Instant-Œuvres allemal gut. Wahrhaft selig machend sind die gefriergetrockneten Worte der Liebe allerdings nicht. Als Romantikerin im Herzen und Vertreterin der schreibenden Zunft postuliere ich: Echte Minne verlangt nach echten Liebesbriefen. Dies bedeutet nun nicht, dass ich meine Liebesschwüre allesamt mit Füllfederhalter auf Büttenpapier verewige. Genauso innig ist eine per E-Mail übermittelte Botschaft der Liebe – wenn sie mit heissen Ohren und klopfendem Herzen geschrieben und mit glänzenden Augen und einem debilen Lächeln gelesen wird. Denselben schönen Effekt haben nachmittägliche Treffen mit dem Liebsten in einem einsamen Chat-room. Nur in einem einzigen Fall mag selbst ich auf einen der cleveren Liebesbrief-Generatoren zurückgreifen. Dann nämlich, wenn es darum gehen sollte, einen allzu unerträglichen Verehrer in die Wüste zu schicken. So gnadenlos unmissverständlich wie der Computer krieg ich das selbst nämlich niemals hin.

Bettina Bucher, Editor, Credit Suisse Financial Services  
[bettina.bucher@credit-suisse.ch](mailto:bettina.bucher@credit-suisse.ch)

# Per Mauseclick fordern, k



«Unsere Lösung wird sich international durchsetzen», unterstreicht Damian Zech, Projektleiter PayNet Competence Center bei Credit Suisse Financial Services.

Die meisten der rund 700 Millionen Rechnungen, die jährlich in der Schweiz gestellt werden, gehen den bewährten Weg: Sie werden geschrieben, ausgedruckt und per Post übermittelt. Auf diese Weise kann allein die Rechnungsstellung bis zu 15 Franken kosten. Electronic Bill Presentment and Payment EBPP, umgesetzt mit PayNet, senkt auf elektronischem Weg die Kosten und verspricht eine Vereinfachung des gesamten Rechnungs- und Zahlungsverkehrs. Und PayNet soll schnell zur Norm werden. Eine Marktanalyse der E-Business-Beratungsfirmen Killen & Associates und Ovum behauptet, schon im Jahr 2005 seien 70 Prozent der grossen Firmen in Europa in der Lage, ihre Rechnungen elektronisch auszuliefern.

## Schweizer EBPP-Offensive

Auf dem globalen Markt tummeln sich bereits eine ganze Reihe von Firmen, die bislang reine «Bill Presentment»-Lösungen anbieten. Ein direkter Zugriff auf das Konto der Kundinnen und Kunden ist in der Regel nicht möglich. Und die Bill-Presentment-Anbieter bedrängen die Banken. Online-Firmen und Anbieter wie die US-amerikanische Checkfree oder e-BX aus Singapur unterlaufen eine der Kernkompetenzen der Finanzinstitute. Gleichzeitig sehen sich die Schweizer Banken immer öfter mit der Erwartung konfrontiert, den Zahlungsverkehr gratis abzuwickeln. Das Interesse, kostengünstigere

# kontrollieren und berappen

Sie konkurrenzieren sich täglich und kooperieren, wenn Innovationen angesagt sind. Die Schweizer Banken warten mit PayNet, dem ersten funktionsfähigen EBPP-System, in Europa auf. **Urs Fitze**

Verfahren zu entwickeln, ist deshalb grösser als in den Nachbarstaaten, wo Bankgebühren im Zahlungsverkehr als Norm genommen werden. Mit PayNet bieten die Schweizer Banken das erste funktionsfähige EBPP-System für den europäischen Markt an. PayNet schliesst den elektroni-

schen Kreislauf zwischen Rechnungspräsentation und automatisierter Zahlung.

#### **Kooperation trotz Wettbewerb**

Die Innovation im Netz wird durch beträchtlichen Pragmatismus der Geldinstitute ermöglicht. «Bezogen auf den ge-

samten Zahlungsverkehr ist unser Marktanteil für eine eigene Lösung zu klein», begründet Rolf Neukom, Product Manager PayNet bei der UBS, das gemeinsame Vorgehen. Für Damian Zech, Projektleiter PayNet Competence Center bei Credit Suisse Financial Services, «macht ein

## Online-Dienstleistungszentrum als Cash-Cow

Mit einem Online-Dienstleistungszentrum will der Internet-Provider SwissOnline neue Marktanteile besetzen. Mitte Jahr wird er seine Kundinnen und Kunden mit PayNet heiss machen. **Urs Fitze**



Mit 160 000 Privat- und 1100 Firmenkunden zählt SwissOnline zu den Grossen unter den Internet-Providern. Nur Bluewin und Sunrise mit 600 000 respektive 240 000 Kunden warten mit mehr abonnierten Internetnutzerinnen und -nutzern auf. Obwohl Gratis- und Mehrfachabonnenten zunehmen, werden diese Zahlen als Erfolgsindikator gewertet. SwissOnline bot 1995 als erste Schweizer Firma gegen eine Gebühr einen Zugang ins Internet an. Aggressives Marketing und happige Gratis-Angebote brachten die Pioniere in Bedrängnis. 1998 wurde der Provider von

Cablecom übernommen. Mitte 1999 stieg schliesslich auch SwissOnline ins Gratis-Geschäft ein. Eineinhalb Jahre später surfen rund 40 Prozent der privaten SwissOnline-Kunden kostenlos im Internet. Das bleibt nicht ohne Folgen. «Mit reinen Provider-Diensten lässt sich kaum mehr Geld verdienen», sagt SwissOnline-Finanzchef Pius Schuler. «Wir müssen unsere Wertschöpfung in andern Geschäftsbereichen erzielen.»

#### **Superschnell mit Breitband**

Heute setzt SwissOnline unter anderm auf leistungsfähige Breitband-Angebote via Kabelleitung. Über hispeed(r) und das TV-Kabelnetz der Muttergesellschaft lassen sich bis Mitte 2002 rund 1,45 Millionen Cablecom-Kunden erreichen: Rund 15 Prozent davon will SwissOnline als Abon-



EBPP-System nur Sinn, wenn der Rechnungssteller über einen Kanal all seine Rechnungsempfänger erreichen kann. Deshalb wird PayNet von den Schweizer Banken getragen und soll sich künftig als Standard für die elektronische Rechnungsabwicklung in der Schweiz etablieren. Ich bin überzeugt, dass sich unsere Lösung international durchsetzen wird.» Bankinterne Kostensenkungen seien trotz defizitärem Zahlungsverkehr nicht im Vordergrund gestanden. PayNet lasse sich mit der Einführung des ec-Bancomat-Systems 1985 vergleichen, meint Zech. «Auch damals erarbeiteten die Banken gemeinsam die Infrastruktur, mit dem Ziel, den Zahlungsverkehr für alle Beteiligten zu standardisieren und damit zu vereinfachen.»

Neue Möglichkeiten, Kundinnen und Kunden anderer Geldinstitute Avancen zu machen, bietet PayNet kaum. Auch Adrian Sem, bei Postfinance verantwortlich für PayNet, setzt auf technologisches Zu-

sammengehen mit den Geldinstituten: «Der Wettbewerb spielt über ein differenziertes Gesamtangebot.» Die Konkurrenz unter den Banken werde über zusätzliche Dienstleistungen zum Tragen kommen, sagt Damian Zech. Die Credit Suisse ([www.credit-suisse/paynet](http://www.credit-suisse/paynet)) etwa arbeitet mit einem Team von PayNet-Spezialisten, das Firmenkunden bei ihren ersten Schritten begleitet. Im Visier des PayNet-Marketings stehen bei allen Instituten derzeit vor allem

## SO FUNKTIONIERT PAYNET

Die Rechnung für den Flug Zürich–New York wird von der Airline am Bildschirm vorgelegt. Der Kunde oder die Kundin bezahlen online. Sie setzen lediglich ihre Kontonummer und den Zahlungstermin ein. Allerdings müssen Rechnungssteller und -empfänger bei ihrem Finanzinstitut für PayNet angemeldet sein, um von der schnellen, einfachen Transaktion zu profitieren. Firmen können nicht nur Zeit und Kosten sparen, sondern über «Cross Selling», auf der Rechnung eingeblendete Links und Sonderangebote, zusätzliche Wertschöpfung zeitigen.

die grossen Rechnungssteller. Die private Kundschaft und kleine und mittlere Unternehmen sollen ab Sommer dieses Jahres angesprochen werden. Zech erwartet bis ins Jahr 2005 einen PayNet-Marktanteil im Zahlungsverkehr von über 20 Prozent. Das wären rund 150 Millionen elektronisch gestellte und bezahlte Rechnungen.

Damian Zech, Telefon 0800 888 820  
[paynet@credit-suisse.ch](mailto:paynet@credit-suisse.ch)



Pius Schuler

«Mit sauberen Businessplänen lässt sich real Geld verdienen.»

nenten gewinnen. Wohl fallen mit 49 bis 65 Franken recht hohe monatliche Gebühren für den ultraschnellen Internetzugang an, und der Investitionsbedarf ist alles andere als klein. Zudem müssen auch technische Probleme bewältigt werden. Doch SwissOnline zeigt sich optimistisch. Pius Schuler: «Wir hatten nach der Übernahme einige interne Schwierigkeiten zu überwinden. Doch diese Zeiten sind vorbei. Wir fahren wieder in ruhigen Gewässern.»

### Branche surft über unruhige Gewässer

Die gesamte Online-Branche surft zurzeit allerdings über alles andere als ruhige

Gewässer. Konsumentinnen und Konsumenten setzen immer mehr auf kostenlose Leistungen. Und euphorische Erwartungen, über Werbebanner auf Eingangsportalen die Umsätze anzukurbeln und die Verluste durch die fehlenden Providergebühren auszugleichen, haben sich bislang nicht erfüllt. «Damit müssen wir leben. Ein Zurück wird es mit Sicherheit nicht geben. Da machen die privaten Kundinnen und Kunden nicht mehr mit», meint Pius Schuler. Auch die gewaltigen Kurstaucher der New-Technology-Titel erschüttern Pius Schuler nicht: «Real lässt sich nur mit einem kontinuierlichen Wachstum und sauberen Businessplänen Geld verdienen.»

### Dienstleistungszentrum bringt Geld

Und weil private Netzbenutzerinnen und -benutzer nicht weiter zur Kasse gebeten werden können, setzt SwissOnline auf E-Business- und E-Commerce-Lösungen. Im November 2000 hat der Provider Swissguide [www.swissguide.ch](http://www.swissguide.ch), ein online-

Firmenverzeichnis, lanciert. Swissguide bietet Links ins Handelsregister, detaillierte Angaben zu unterschiedlichsten Unternehmungen und Zugriff auf deren – von SwissOnline gestaltete – Homepage. Neben der Gestaltung der Homepage schlagen auch die Gebühren für die Links zu Buche. Die Portalseite funktioniert heute bereits als Online-Dienstleistungszentrum für monatlich rund 1,4 Millionen Besucher. User werden mit News und Shoppingmöglichkeiten animiert und SwissOnline mit beachtlichen Einnahmen versorgt: Schliesslich zahlen die Telefonnetzbetreiber für jede Minute im Netz. Ab Juli soll das SwissOnline-Dienstleistungszentrum um eine Attraktion bereichert werden: Wer Swissguide frequentiert, wird auch PayNet nutzen können. Pius Schuler: «PayNet ist eine ausgezeichnete Lösung für den elektronischen Zahlungsverkehr. Wie weit die versprochenen Einsparungsmöglichkeiten für Kundinnen und Kunden tatsächlich zum Spielen kommen, bleibt vorläufig offen.»

# Mit Fleetmanagement zu mehr Unternehmenserfolg.

Und was ist Ihr Ziel?

Professionelles Kosten- und Risikomanagement durch  
die Spezialisten der CREDIT SUISSE heisst Senken

Ihrer Betriebskosten, Entlasten Ihrer Administration und  
neutraler Support bei der Fahrzeugwahl. Kombiniert mit  
mehr Effizienz, höherer Transparenz und optimierter Kommunikation.

Beste Voraussetzungen, um Firmenfahrzeuge  
günstiger fahren zu lassen. Fleetmanagement der CREDIT SUISSE  
offeriert individuelle Service-Module im Baukastenprinzip  
und gewährt Ihnen eine umfassende Mobilitäts-Garantie.

Der erste Schritt zu mehr Unternehmenserfolg: Ihr Anruf auf  
**Tel. 01 334 86 66, Fax 01 334 86 60.** Ein Klick auf  
[www.credit-suisse.ch/fleetmanagement](http://www.credit-suisse.ch/fleetmanagement). Oder wenden  
Sie sich an Ihre Beraterin/Ihren Berater der CREDIT SUISSE.





# Tanz zwischen Illusion und Wirk



Auf ihrer Jubiläumstournee «vis-à-vis» wird die Zürcher Dance Company «MOVERS» sich und ihrem Publikum einen Spiegel vorhalten.

Christa Schudel





# lichkeit



Magie fürs Auge,  
Theater ohne Worte:  
Die MOVERS tanzen  
nicht um den heissen Brei.  
Sie machen ihre Botschaft  
auch wortlos klar.

«Spieglein, Spieglein an der Wand...» Würde der allwissende Spiegel nach der besten Tanzgruppe im Land gefragt, er geriebe in getrübbte Verlegenheit. Auf die Frage nach der «einfallreichsten» oder «eigenwilligsten» Tanzerei wäre seine Antwort glasklar: die MOVERS. Das

Zürcher Tanzensemble gilt seit seiner Gründung als Publikumsmagnet und selbst die schönsten Kunstkritiker sind des Lobes voll, denn die MOVERS verstehen es, ihre Zuschauer immer wieder zu verblüffen und mit ihren ästhetisch getanzten Bildern in ihren Bann zu ziehen. Wer sich für einen MOVERS-Abend entschliesst, lässt sich auf viel Gefühl und ein herrliches Verwirrspiel der Sinne ein. Die MOVERS stehen nicht nur für Bewegung in höchster Perfektion, sondern auch für ein höchst bewegtes Publikum.

Für genussreiche Konfusion wird auch ihr neuestes und elftes Programm «vis-à-vis» sorgen, das am 21. März in Zürich Premiere feiern wird. Eine Inszenierung ganz nach moverscher Manier – und trotzdem anders. Denn zu ihrem 15. Geburtstag warten die MOVERS gleich mit zwei «internen» Nouveautés

auf: Einerseits tanzen sie erstmals mit Livemusik an – und es darf erwartet werden, dass das Neuenburger Ensemble Rayé mit seinen massgeschneiderten «vis-à-vis»-Kompositionen mehr als nur Akzente setzen wird. Nicht nur neu, sondern auch einzigartig wird aber das Bühnenbild sein: Ein überdimensionales Spiegelkaleidoskop sorgt für effektvolle optische Turbulenzen. Es vervielfacht die fünf Tänzerinnen und Tänzer ins Unendliche. MOVERS hoch x – das verspricht mehr als nur mathematisch interessant zu werden. Aber natürlich dient der verwinkelte Spiegel nicht nur dem visuellen Prickeln. «vis-à-vis» handelt von der Konfrontation mit sich selbst und den andern. Von der Schwierigkeit, Auge in Auge vor dem Ich zu stehen. Es sind Geschichten, die der Alltag schreibt; die Grenzen zwischen Realem und

Surrealem werden verwischt. Und es ist ein Stück Gesellschaftskritik – auch das eine MOVERS-Tradition.

## Ohne Worte viel erzählen

Aber wir greifen der Geschichte vor. Denn wer MOVERS sagt, muss auch Bruno Steiner sagen. Ausgebildet in Pantomime, Clownerie und modernem Tanz, suchte er nach «seiner» Symbiose verschiedener Kunstrichtungen. Er arbeitete als Theaterpädagoge, Mime, Seminarleiter und feilte konsequent an seiner eigenen Passion: dem Bewegungstheater. Mit der Gründung der MOVERS vor 15 Jahren legte er gleichzeitig den Grundstein für eine neue Art von Tanztheater. Alle zehn bisherigen MOVERS-Produktionen tragen die unverkennbare Handschrift Bruno Steiners, des Choreographen, künstlerischen Leiters und geis-

tigen Vaters der MOVERS. «Magie fürs Auge», nennt er das, was er auf die Bühne zaubert, oder «Theater ohne Worte». Mögen Steiners Inszenierungen wortlos sein – nichts sagend sind sie beileibe nicht. Im Gegenteil: Die MOVERS erzählen Geschichten, und ihre getanzten Botschaften sind mitunter ungemütlich deutlich. In «vice versa» aus dem Jahre 1996 tanzten die MOVERS hart an der Grenze zwischen Norm und Verrücktheit entlang und thematisierten den ganz alltäglichen Wahn- und Irrsinn.

Aber keine Angst: Das Publikum wird nicht von Schwermut erschlagen. Die MOVERS tanzen traditionellerweise auch Leichtigkeit und Lebensfreude vor. Mehr noch: Es darf geschmunzelt werden, denn zum Gütezeichen dieser Tanzcompany gehören auch Witz und augenzwinkernder Schalk. Subtiler Humor also auch diesen Frühling in «vis-à-vis»? Der Tanz-«Architekt» lässt sich nicht gerne ins offene Skript gucken. Nur so viel verrät Bruno Steiner: «Es ist eine Liebesgeschichte – im weitesten Sinne. Und es ist die Suche nach dem verloren gegangenen Licht.» Wobei Steiner das Wort «Licht» in vielen Facetten gelten und strahlen lässt: Energie, Hoffnung, Glaube, Glück, Wärme – und immer wieder Liebe. Der Weg zum Licht ist steinig, gespickt mit vielen irreführenden Abzwei-

gungen. «Ganz so, wie im realen Leben eben», sagt Steiner. «Die Suche nach dem Licht ist unendlich, und wer es findet, der kann es nicht besitzen.»

### Der Schein trügt

Seine Idee, das Geschehen auf der Bühne von Spiegeln mehrfach zurückwerfen zu lassen, ist blendend – und ebenso heimtückisch. Denn der künstlerische Geniestreicher stellt alle Beteiligten vor eine grosse Herausforderung: sich selbst als Choreographen und Dramaturgen, aber auch die Bühnenbildner, die Beleuchter und insbesondere natürlich die fünf Tänzerinnen und Tänzer. «Bei soviel Reflektion und gebrochenem Licht lässt sich nicht mangeln.» Die Präsenz der Künstler und die Transparenz der Darbietung ist tatsächlich noch totaler als in der Rundum-Zirkusarena, denn das Spiegelkabinett zeigt dem Publikum nicht nur vorne und hinten, sondern auch oben und unten und alle anderen erdenklichen Perspektiven.

Die Fünf, die sich im Spiegelkabinett präsentieren werden, sind von Bruno Steiner sorgfältig ausgewählt worden. Ein wichtiges Kriterium war dabei ihre unterschiedliche Tanzausbildung. Der Mix machts, ist der Choreograph überzeugt. Und so tragen Ruta Baublyté, Monica Schneider, Laurence Yadi, Roberto Morales Zúñiga und Samuel Meystre mit ihrem

individuellen künstlerischen Rucksack zur ausdrucksstarken Spannung auf der Bühne bei.

### Helvetische Weltmusik

Dasselbe gilt für die fünf Musiker, die die neuste MOVERS-Produktion «vis-à-vis» vertont haben. L'Ensemble Rayé aus Neuenburg ist bekannt für seine «etwas andere» Musik. Der verspielte Haufen erstklassiger Multi-Instrumentalisten sprengt gern die Grenzen zwischen Tanzmusik und moderner Kammermusik. Die Zeitschrift «Passagen» frohlockte: «Die Gruppe spielt eine menschenfreundliche, herzerwärmende Musik, die an Fellini-Filme, Folklore, Zirkusmusik und unser aller Kindheit erinnert.» Gegründet wurde das Westschweizer Ensemble 1987 von Cédric Vuille

und Jean-20 Huguenin, ehemalige Mitglieder von «Débile Menthol», einer rotzfrechen Westschweizer Rockband mit internationaler Durchschlagskraft. Die Sturm-und-Drang-Jahre sind passé, doch die Spielfreude ist geblieben. «Sie sind erstklassige Sammler, Tüftler und Techniker», so Bruno Steiner, «und passen hervorragend zu den MOVERS.» Erstmals zusammen mit Live-Musik aufzutreten ist für ihn eine spannende Herausforderung. «Tonkonserven haben immer etwas Seelenloses. Mit den Musikern wird jede Vorführung anders, denn die Künstler müssen sich immer wieder neu aufeinander einlassen.» «vis-à-vis» verspricht ein spannendes Abenteuer zu werden. In jeder Hin- und Ansicht.

### MOVERS «VIS-À-VIS»-TOURNEEDATEN

März	21.–25.	Zürich, ewz Unterwerk Selnau
	27.	Neuchâtel, Théâtre Régional
	28.	Genf, Bâtiment des Forces Motrices
	30.	Aarau, Saalbau
	31.	Chur, Stadttheater
April	3.	Zug, Casino
	4.	Schaffhausen, Stadttheater
	6.	Visp, La Poste
	7.	Morges, Beausobre
	20.	Thun, Schadausaal
	24.	Arbon, Seeparksaal
	25.	Winterthur, Stadttheater
	26.	Basel, Musical Theater
	27./28.	Bern, Dampfzentrale
	4.	Chiasso, Teatro Municipale
Mai	5.	Luzern, KKL
	10.	Biel, Kongresshaus
	17.	Altdorf, Tellspielhaus
	18.	Savièse, Le Baladin

Tickets können bestellt werden unter Telefon 0848 800 800 oder bei [www.ticketcorner.ch](http://www.ticketcorner.ch). Für MOVERS-Fans: Bulletin verlost 50 Tickets für die von der Credit Suisse mitproduzierte und mitorganierte «vis-à-vis»-Tournée. Die Details finden Sie unter [www.credit-suisse.ch/bulletin](http://www.credit-suisse.ch/bulletin) oder auf dem beiliegenden Talon.



Choreograph Bruno Steiner: «vis-à-vis» ist die Suche nach dem verloren gegangenen Licht.»

# Agenda

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

**BIEL**

**7.3. Andreas Vollenweider & Abdullah Ibrahim, Kongresshaus GENÈVE**

**5.4. Ray Brown-Monty Alexander-Russell Malone Trio, Victoria Hall LAUSANNE**

**10.3. «An Evening With Two Pianos»: Kenny Barron, Mulgrew Miller, Benny Green & Eric Reed, Théâtre Municipal LUGANO**

**6.3. Andreas Vollenweider & Abdullah Ibrahim, La Cittadella LÜTERKOFEN**

**7.4. Nacht-OL-Schweizermeisterschaften, OL LUZERN**

**9.3. «An Evening With Two Pianos»: Kenny Barron, Mulgrew Miller, Benny Green & Eric Reed, Kultur- und Kongresszentrum ZÜRICH**

**2.3. An Evening with Andreas Vollenweider & Abdullah Ibrahim, Tonhalle**

**3.4. Ray Brown-Monty Alexander-Russell Malone Trio, Tonhalle**

**21.4. George Gruntz & Thierry Lang & Swiss Guests, Tonhalle**

## Die Loipe lockt

Der Engadin Skimarathon findet traditions-  
gemäss am zweiten Märzsonntag statt.

Tausende von Langläufern werden auch dieses Jahr wieder ihren inneren Schweinehund auf dem 42,2 Kilometer langen Weg zwischen Maloja und S-chanf zur Strecke bringen. Für den Frauenlauf, der dieses Jahr zum zweiten Mal stattfindet, werden über 1000 Läuferinnen erwartet, die die 17 Kilometer von Samedan nach S-chanf unter die Latten nehmen. Auch das Rahmenprogramm bietet einiges: Am Credit Suisse Mungga-Lauf setzen sich Prominente für die Nachwuchsförderung im Langlaufsport ein.

**Frauenlauf 4.3., Samedan; Mungga-Lauf 9.3., Sils;**

**33. Engadin Skimarathon 11.3., Maloja. Infos unter 081 850 55 55 oder [www.engadin-skimarathon.ch](http://www.engadin-skimarathon.ch).**



## Körper und Kleid

«Eigentlich wollten wir...» haben die Studenten der Abteilung Modedesign der Hochschule für Kunst und Gestaltung (HKG) Basel zum Motto der diesjährigen Diplom-  
ausstellung und Modeschau gemacht.

Dass die HKG eine Talentschmiede für kreative Jungdesigner ist, die mehr im Sinn haben, als Stoffe um Körper zu drapieren, beweist auch die Tatsache, dass der begehrte Moët & Chandon Fashion School Award an der Gwand 2000 an die Basler ging. Ausstellung und Modeschau werden den modeinteressierten Zuschauern vorführen, was die Diplomanden eigentlich wollten.

**Körper und Kleid. Diplomausstellung 6.–17.2., Kaserne Basel; Modeschau 30.3., Reithalle Basel. Infos und Vorverkauf: 061 691 12 12.**

## 50 Tickets zu gewinnen

Die Schweizer Fussball-Nationalmannschaft muss gegen den Fussballzweig Luxembourg gewinnen, will sie noch eine Chance für die WM-Qualifikation haben. Enzo Trossero und seine Mannen brauchen neben fussballerischem Können und Spielglück auch die anfeuernde Unterstützung des heimischen Publikums. Für Fussballfans verlost Bulletin daher für das Spiel **Schweiz – Luxembourg** 25-mal zwei Tickets. An der Verlosung teilnehmen können Sie mit dem beigelegten Talon.

**Schweiz – Luxembourg, Hardturm-Stadion Zürich, 28.3.**



## Chaplins Welt

Charlie Chaplin ist und bleibt ein Dauerbrenner. Als Regisseur, Drehbuchschreiber und Hauptdarsteller von unzähligen cinematografischen Schmuckstücken hat er die Filmgeschichte geprägt. Auch sein kompositorisches Schaffen ist beachtlich. Die Chaplinwelt in Winterthur erinnert an die Zeit, als die Bilder zwar schon laufen, aber noch nicht sprechen konnten und die Musik noch nicht aus der Büchse kam. Die Filmmusik von Modern Times, einer bittersüssen Satire auf die industrialisierte Gesellschaft, wird vom Musikkollegium Winterthur aufgeführt.

**Charlie Chaplin's Modern Times. Live Orchestral Screening. Stadttheater Winterthur, 31.3. Vorverkauf: 0848 800 800.**



MODERN TIMES™ © 2000 Roy Export Company Establishment

## IMPRESSUM

**Herausgeber** Credit Suisse Financial Services, 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, Yong Zhou, **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.bulletin.credit-suisse.ch](http://www.bulletin.credit-suisse.ch) **Gestaltung** [www.arnolddesign.ch](http://www.arnolddesign.ch): Urs Arnold, Annegret Jucker, Adrian Goepel, Sonja Greb, Muriel Lässer, Esther Rieser, Isabel Welti, Bea Freihofer-Neresheimer (Assistenz) **Inserate** Yvonne Philipp, Strasshus, 8820 Wädenswil, Telefon 01 683 15 90, Fax 01 683 15 91, E-Mail [yvonne.philipp@bluewin.ch](mailto:yvonne.philipp@bluewin.ch) **Litho/Druck** NZZ Fretz AG / Zollikofer AG **Redaktionskommission** Andreas Jäggi (Leiter Unternehmenskommunikation Credit Suisse Financial Services), Matthias Friedli (Media Relations), Fritz Stahel (Economic Research), Samuel Holzach (Leiter Privatkunden Basel), Markus Simon (E-Business) **Erscheint im 107. Jahrgang** (6× pro Jahr in deutscher und französischer Sprache). **Nachdruck** nur gestattet mit dem Hinweis «Aus dem Bulletin der Credit Suisse Financial Services». **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



# CARTE BLANCHE: ERWIN W. HERI

## Déjà Vu

Erwin W. Heri,  
Chief Financial Officer,  
Credit Suisse Financial Services



Als jüngerer Analyst hatte ich verschiedentlich die Gelegenheit, mit meinem grossväterlichen Freund André Kostolany, dem grossen Finanzexperten, die Ereignisse an den Finanzmärkten zu diskutieren. Ich fand diese Diskussionen ausserordentlich befruchtend, und zwar nicht deswegen, weil man daraus irgendwelche heissen Tipps hätte verwenden können – die hatte er nämlich entgegen anders lautender Vermutungen nie wirklich gegeben, dazu war er schlichtweg zu intelligent. Mich faszinierte vielmehr sein tief schürfendes historisches Wissen, sein reicher Fundus an Erfahrungen. Mehr als einmal hat er mir zu bedenken gegeben: «Mein lieber Freund, das haben wir in den letzten 50 Jahren doch schon ein paar Mal gesehen.»

Inzwischen analysiere ich die Finanzmärkte seit über 20 Jahren und stelle ein ähnliches Phänomen fest. Wenn immer wir Übertreibungen an den Finanzmärkten erleben, gibt es unzählige «Gurus», die einem klar machen wollen, dass «... wir jetzt halt in einer anderen Welt leben und die fundamentalanalytischen Ansätze der Finanzmarkttheorie jetzt nicht mehr gelten».

Dass sich die Finanzmarktpreise – und ich rede hier von den Aktienkursen, vom Goldpreis, den Währungen, den Zinsen usw. – nicht in schön sinusförmigen Kurven bewegen, ist bekannt. Ebenso, dass sie dabei gelegentlich gewaltige Bocksprünge vollbringen. Die theoretische Finanzmarktanalyse liefert einen ganzen Strauss interessanter Erklärungsansätze für das erratische Verhalten solcher Kurse und für die Funktionsweise der Märkte.

In diesen Theorien finden sich auch interessante Ansätze zur Erklärung von so genannten «Bubbles» – offensichtlichen Preisverirrungen, die einen bestimmten Kurs weit von einem fundamental gerechtfertigten Niveau «wegschleudern».

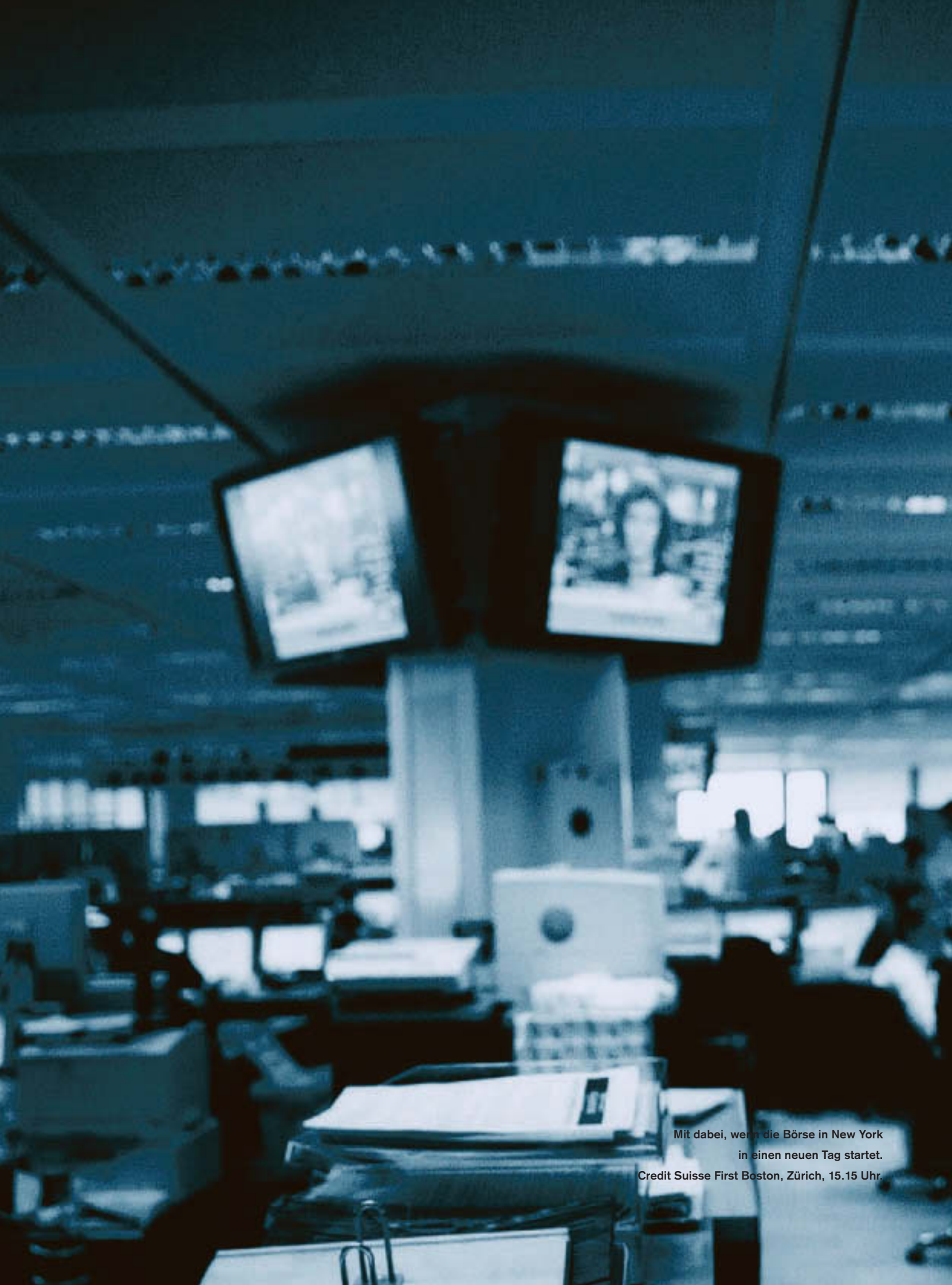
Solche Situationen laufen dann immer nach dem gleichen Muster ab: Man findet die eine Gruppe von Analysten, die einem weismachen will, dass sich die Welt verändert habe und die gängigen Theorien nicht mehr gültig seien. Die andere Gruppe sagt, die Finanzmärkte seien eh ein rational nicht erfassbares Gebilde; da könnten halt auch irrationale Preise entstehen. Beides ist falsch. Und wenn der neue Bundespräsident Leuenberger in einem Interview mit der NZZ zum Jahreswechsel bemerkt «... für mich ist die Börse ein nach irrationalen Kriterien funktionierendes Casino», dann stimmt das nicht nur nachdenklich. Man würde sich eigentlich wünschen, dass sich ein Bundespräsident

bezüglich eines Wirtschaftssektors, der einen relevanten Beitrag zum Sozialprodukt liefert, etwas kompetenter äussert. Aber das ist ein anderes Thema.

Einmal mehr haben wir vor rund einem Jahr einen solchen «Bubble» am Aktienmarkt gesehen. Viele Technologietitel haben Bewertungsniveaus angenommen, die manchem Beobachter absurd erschienen. Viele haben sich auch entsprechend geäussert. Aber ein unbändiger Optimismus hat die Aktienbewertungen in immer höhere Sphären katapultiert, bis halt die Blase geplatzt ist. Auch hier haben uns nicht wenige Beobachter einbläuen wollen, dass bei der neuen Technologie ein Preis/Gewinn-Verhältnis von über 100 zu den «Rules of the Game» gehören. Haben wir nicht das Gleiche schon für den japanischen Aktienmarkt gehört, als der Nikkei bei 40 000 stand – oder für die Analyse der Währungen, als der Dollar im Jahre 1985 in Richtung drei Franken davonmarschierte?

In jedem dieser Fälle haben wir eine Korrektur in Richtung fundamental gerechtfertigter Niveaus gesehen. Ähnlich einem Gummiband wirken die Fundamentalvariablen immer auf die Finanzmarktpreise ein und erzwingen über kurz oder lang immer wieder eine Korrektur unge-rechtfertigter Übertreibungen. Das war immer so und wird auch immer so bleiben. Und einige von uns werden auch bei der nächsten Übertreibung unseren jüngeren Kollegen wieder sagen: «... mein lieber Freund, das haben wir in den letzten 50 Jahren doch schon ein paar Mal gesehen». Manchmal hilft es eben auch an den modernen Finanzmärkten, wenn wir ein wenig die Historie zu Rate ziehen.





Mit dabei, wenn die Börse in New York  
in einen neuen Tag startet.  
Credit Suisse First Boston, Zürich, 15.15 Uhr.



«Es ist Zeit, dass ich meinen Erfolg  
geniessen kann.»



Es ist Zeit für eine umfassende Finanzberatung. Sie erreichen uns unter 0800 858 808.