

BULLETIN 5

WWW.CREDIT-SUISSE.CH/BULLETIN

WTO-RUNDE IN SEATTLE
FAIRNESS BEGINNT VOR
DER EIGENEN HAUSTÜR

DERIVATIVE INSTRUMENTE
WIR SCHENKEN IHNEN
EINE ÜBUNGSLEKTION

AUSSTELLUNG AM PARADEPLATZ
BRINGEN SIE IHREN
SCHUTZENGE MIT

WER DIE UNTERNEHMERISCHE FITNESS LIEBT, LIEBT DIE

KONKURRENZ

**ANLEGERSTUDIE:
LANGER ATEM
BRINGT CASH**



HIER STÄHLEN SICH BANKER FÜR DEN ALLTÄGLICHEN
KONKURRENZKAMPF.
CREDIT SUISSE-FITNESS-CENTER ÜETLIHOF ZÜRICH, 12.25 UHR.

KONKURRENZ TREIBT
BUNTE BLÜTEN –
UND MANCHMAL GAR
BLÄSCHEN. PROST.



SCHWERPUNKT: KONKURRENZ

- 4 GNADENLOS | Das Leben als ewiger Wettkampf
- 10 FINANZPLATZ SCHWEIZ | Das Ausland hat aufgeholt
- 16 IM CLINCH | Christine Beerli kontra Rudolf Strahm
- 18 SCHWEIZER BÖRSE | Antoinette Hunziker ist gerüstet
- 20 EXPORTKAMPF | Nur die Innovativen haben eine Chance
- 24 EIGENSINN ALS STÄRKE | Interview mit Hugo Bütler, NZZ

AKTUELL

- 28 MILLENNIUM | Die Schweizer bleiben cool
- GRATIS-WEB-CHECK | Die Glücksfee hat zugeschlagen
- 30 YOUTRADE PER HANDY | Börsenhandel beginnt im Taxi
- STUDIE | CREDIT SUISSE durchleuchtet Regionen

ECONOMIC RESEARCH

- 32 WTO-RUNDE | Die Liberalisierung schreitet voran
- 36 DERIVATE | Das Bulletin erteilt eine Einführungslektion
- 39 UNSERE PROGNOSEN ZUR KONJUNKTUR
- 40 GOLDMARKT | Es herrscht wieder Zuversicht
- 43 UNSERE PROGNOSEN ZU DEN FINANZMÄRKTEN

SCHAUPLATZ

- 44 SPONSORING | Die CREDIT SUISSE steigt vom Rad

SERVICE

- 48 ANLAGE | Aktienanleger sollten langfristig denken
- 52 YOUTRADE | Die Wall Street ist nur ein Mausklick weit
- 55 3. SÄULE | PRIVILEGIA verhindert Vorsorgelücke

MAGAZIN

- 56 ENGEL | Eine himmlische Ausstellung im Le Point
- 58 MODERNE E-MUSIK | Es muss nicht immer Mozart sein
- 62 AGENDA UND IMPRESSUM
- 64 DESIGN-PREIS | Auch Dienstleistungen brauchen Colanis

CARTE BLANCHE

- 66 KLOTEN IST UNSER TOR ZUR WELT | Martin Wetter

INHALT



KONKURRENZ
KANN
GNADENLOS
SEIN

SEIT DARWIN WISSEN
WIR: OB MENSCH,
OB TIER – DAS LEBEN
IST EIN EINZIGER
KONKURRENZKAMPF.

VON MEILI DSCHEN

Acht Stück Kuchen und zwölf Kinder am Geburtstagsfest? Der Streit ist vorprogrammiert. So funktioniert Konkurrenz: Mehrere Individuen interessieren sich für eine beschränkte Anzahl eines begehrten Guts. Das Lexikon spricht von der «Nutzung begrenzt verfügbarer Ressourcen». Und weil letztlich jede Ressource begrenzt ist, gibt es Konkurrenz nicht nur um den sprichwörtlichen Kuchen, sondern auch um den Geschlechtspartner oder den Lebensraum.

Vor 160 Jahren bereiste der englische Naturforscher Charles Edward Darwin die Galapagos-Inseln vor Ecuador. Die dort einheimischen Finken weckten sein Interesse. Sie hatten offenbar eine gemein-

same Stammform, unterschieden sich aber in der Form ihrer Schnäbel. Darwin fand heraus, warum: Körnerfressende Finken besaßen klobige Schnäbel. Jene, die Pflanzenteile oder Insekten pickten, hatten schmale, spitze Schnäbel. Die Konkurrenz um die Ressource Nahrung hatte die Vögel gezwungen, eigene Nischen zu finden, sich zu spezialisieren und unterschiedliche Ernährungsgewohnheiten zu entwickeln. Körpermerkmale, die dem Vogel einen Konkurrenzvorteil verschafften, wurden weitervererbt.

Darwin kam von den Galapagos-Inseln mit grundlegenden Erkenntnissen nach Hause: Konkurrenz ist die treibende Kraft hinter der biologischen Vielfalt. Konkurrenz ist der wichtigste Faktor im «Daseinskampf». Wer diesen gewinnt, bekommt als Siegespreis den Fortpflanzungserfolg zugesichert. Die Gene werden also mindestens eine Generation weitergetragen. «Survival of the fittest» nannte Darwin diesen Prozess. Mit seinen Schlussfolgerungen legte Darwin die Grundsteine für die moderne Biologie und Anthropologie; seine Evolutionstheorie hat noch heute Gültigkeit.

Vom Harem bleibt keine Spur

Als Beispiel dient die Geschichte von Ingo, dem Dschelada-Mann. Ingo ist zweiundzwanzig Jahre alt – das ist ein beträchtliches Alter für einen Dschelada oder Rotbrustpavian. Früher war er ein Prachtskerl, versehen mit allen Herrschaftsinsignien männlicher Dscheladas. Mit Würde trug er seine löwenmähnenartige Haarpracht zur Schau, seine Eckzähne blitzten bedrohlich, wenn er sich lautstark Autorität verschaffte. Ingo war Gebieter über einen Harem von mehreren Weibchen und Respektsperson im Dschelada-Gehege des Zürcher Zoos. Heute



KONKURRENZ GIBT ES AUCH UM DEN GESCHLECHTS-PARTNER UND DEN LEBENSRAUM.

sind Ingos Eckzähne ausgefallen, seine Löwenmähne ist dünner geworden, ungepflegter. Ingo hat keinen Harem mehr, er ist einsam, wird gemieden und gepiesackt, ja richtiggehend gemobbt.

«Das Leben ist eine einzige Konkurrenzsituation», sagt Robert Zingg, Kurator für Säugetiere und Vögel im Zoologischen Garten Zürich. Nichts Alltäglicheres für Tiere als Konkurrenz. Territorialkämpfe werden ausgefochten, Weibchen erobert und Rangordnungen festgelegt. Und das alles mit dem Ziel, die eigenen Gene weiterzugeben. Das erklärt, warum Löwenmännchen Jungtiere, die nicht von ihnen abstammen, töten oder warum ein Bartgeierjunge sein Geschwisterchen umbringt. «Die Konkurrenz im Tierreich», sagt der Verhaltensökologe Claus Wedekind, «kann gnadenlos sein.»

In ihrer Heimat, dem äthiopischen Hochland, leben die Dscheladas in grossen

Herden, die aus Haremseinheiten bestehen. Ein Harem umfasst vier bis neun Weibchen – unter der Führung eines Männchens. Männchen ohne Harem versuchen entweder, Haremsführer zu verdrängen und deren Harem zu übernehmen. Oder aber sie bilden einen neuen Harem. Dazu bündeln sie mit Weibchen an und spannen diese ihren Männchen nach und nach aus. Dschelada-Männchen leben unter einem permanenten Konkurrenzstress. Haremsführer haben ihre Position höchstens einige Jahre inne, dann werden sie entthront. Und das Spiel beginnt von vorne.

Allerdings ist Konkurrenz durchaus nicht nur mit Aggression gleichzusetzen. Tiere haben zahlreiche nicht aggressive Strategien entwickelt, um Konkurrenz zu entschärfen: Hierarchien und Rituale etwa bei sozial lebenden Tieren wie Wölfen und Menschenaffen oder Kooperationen,

ja sogar Lebensgemeinschaften: Die kleinen Putzerfische beispielsweise, die unbehelligt Raubfische umschwimmen, beweisen, dass es mit dem Fressfeind durchaus ein Auskommen gibt.

Ingos Niedergang hatte damit begonnen, dass der Zürcher Zoo ein neues junges Männchen zur Blutauffrischung hinzukaufte. Der Jüngere begann sukzessive, seinen Machtanspruch auszubauen. Ingo hingegen verlor an Autorität. Man spannte ihm seine Weibchen aus – das letzte verlor er sogar an seinen eigenen Sohn.

Ohne Weibchen fehlt Ingo etwas Fundamentales in seinem Leben: die Gruppe. Über die gegenseitige Fellpflege – in der Fachsprache «groomen» genannt – wird Kontakt hergestellt. Mit «groomen» verbringen die Dscheladas aneinandergeschmelt einen grossen Teil der Zeit. Meistens sind es die Weibchen, die ihre Paschas groomen, während diese sich



ROBERT F. KELLER, TIERGARTENBIOLOGE UND PERSONALCHEF
DER SWISS RE DIVISION EUROPA

«ALS ICH DEN ZOO VERLIESS, DACHTE ICH, BEI DEN MENSCHEN SEI ALLES ANDERS»

Robert F. Keller (53) doktorierte in Tiergartenbiologie und leitete fünf Jahre lang die tiergartenbiologische Abteilung der Uni Zürich. Jetzt arbeitet er bei der Swiss Re in der Geschäftsleitung der Division Europa, im Bereich Human Resources.

MEILI DSCHEN Als Tiergartenbiologe beschäftigten Sie sich mit der Haltung von Tieren in Gefangenschaft. Als Personalchef befassen Sie sich mit der Haltung von Menschen...

ROBERT F. KELLER ...in Bürolandschaften, sagen wir so...

M.D. ...ja. Und hier kümmern Sie sich um das «Gehege» der Menschen, um ihr geistiges und körperliches Wohlbefinden. Wie unterscheiden sich beide Aufgaben?

R.F.K. Sie unterscheiden sich kaum! Die Tiergartenbiologie will erreichen, dass die Tiere im Zoo ein Verhalten zeigen, das dem in der freien Natur möglichst nahe kommt. Beim Menschen wissen wir nicht genau, welches sein natürliches Verhalten ist. Wir sehen aber, wann die «Haltungsbedingungen» nicht «artgerecht» sind. Dann entwickeln die Menschen Verhaltensabnormalitäten, ähnlich wie schlecht gehaltene Zootiere. Es gibt auch bei Büromenschen Stereotypen oder übersteigertes Aggressionsverhalten. Das hat mich schockiert. Als ich den Zoo verliess, dachte ich, bei den Menschen sei alles ganz anders.

M.D. Und dann war es doch nicht anders. Wie ist es beim Konkurrenzfaktor Rangordnung? Menschen machen Karriere. Und Tiere?

R.F.K. Ich habe mich immer gefragt, worauf sich Hierarchien im Tierreich stützen. Hat Hierarchie etwas mit Kompetenz zu tun? Mit Stärke? Meiner Meinung nach ist die Antwort je nach Situation unterschiedlich: Bei den Seeelefanten und einigen Antilopenarten ist Stärke wichtig. Die Menschenaffen hingegen setzen eher auf ein Tier an der Spitze der Hierarchie, das fähig ist, Zusammenhänge zu sehen, Gefahren im Voraus zu erkennen, und Erfahrung und Wissen mitbringt.

M.D. In menschlichen Begriffen würden wir von Führungsqualitäten sprechen.

R.F.K. Ja. Man könnte allerdings auch sagen: die Tiere anerkennen die Kompetenz des Leittiers. Dann sehen wir, was die Tiere uns voraus haben: Sie sind neutraler in ihrer Beurteilung, weil das in ihrer Umgebung lebensnotwendig ist. Wenn die ranghohen Tiere einer Paviangruppe kein Wasserloch finden, dann ist das lebensbedrohlich. Die Entscheidung, wo man Wasser suchen soll, ist öffentlich. Junge Männchen schlagen Richtungen vor, die älteren ranghohen Tiere wählen jene Vorschläge aus, die sie für gut befinden.

M.D. Tiere konkurrieren um Ressourcen, die ihre vitalen Bedürfnisse betreffen. Bei den Menschen geht es häufig um Werte wie Macht, Erfolg oder Gewinn.

R.F.K. Auch diese Art von Konkurrenz ist letztlich aus dem Kampf um Ressourcen entstanden. Statt ums Futter geht es jetzt ums Ansehen. In unserer Überflussgesellschaft brauchen wir nicht mehr ums Exis-

tentielle zu kämpfen. Unsere wichtigste Ressource ist das Geld, das erschliesst uns den Zugang zu anderen Ressourcen.

M.D. Evolutionismus in der Geschäftswelt: Gibt es in einem Unternehmen, frei nach Darwin, ein «survival of the fittest», den Kampf ums Dasein, die natürliche Auslese?

R.F.K. Keine Firma, kein Unternehmer kommt ohne das Leistungsprinzip aus. Das ist eine Art «survival of the fittest». «Fitness» im Darwinschen Sinn ist ein relativer Begriff. Fit ist, wer sich optimal an die Anforderungen in seinem Umfeld angepasst hat.

M.D. Die Verlierer des Daseinskampfs sterben in der Natur aus. Bei den Menschen sollte es ja dank des sozialen Gewissens anders sein.

R.F.K. Im Geschäftsleben stirbt keiner am Daseinskampf. Und ausserdem gibt es, zumindest in der Industriegesellschaft, genug Auffangnetze für die Verlierer. Das grundsätzliche Problem des Menschen ist, dass sich sein Umfeld sehr schnell ändert. Tierarten, die in der Wüste leben, konnten diesen Anpassungsprozess während Jahrmillionen vollziehen. Der Mensch hat hingegen Schwierigkeiten, sich an ein rasant änderndes Umfeld anzupassen, weil er eigentlich ein langsames Wesen ist. Er kann sich vielem anpassen, das aber nur in einem gemütlichen Tempo.

M.D. In Ihrem Büro hängt ein Foto von einem Schimpansen, Rücken an Rücken mit einem Menschen. Was sagt Ihnen dieses Bild?

R.F.K. Das ist ein Sinnbild dafür, dass Mensch und Tier viele Gemeinsamkeiten teilen. Wo sind die Grenzen? Wo die Unterschiede? Sie sind wirklich minim.

genussvoll am Boden fläzen. Ingo wird nur noch selten gegroomt. Ab und zu setzt er sich scheinbar zufällig neben ein unbeschäftigtes Weibchen, das sich dann seiner kurz annimmt. Häufig jedoch sitzt Ingo alleine im Abseits, schaut sehnsüchtig den groomenden Pärchen zu und spielt mit einem Stein zwischen seinen Füssen.

Der Mensch, dieses Tier

Wie halten es die Menschen mit der Konkurrenz? «Der Mensch», sagt Barbara König, Leiterin der Abteilung für Verhaltensbiologie der Universität Zürich, «ist aus biologischer Sicht ein Primate; die Konkurrenz hat als evolutive Kraft auch das Verhalten des Menschen beeinflusst.» Freilich, das menschliche Verhalten ist zu individualisiert, als dass sich an ihm die biologische Konkurrenz eins zu eins ablesen liesse. Längst scheint es beim Mensch nicht mehr um so elementare Dinge wie die Erfüllung vitaler Bedürfnisse oder die Weitergabe der eigenen Gene zu gehen.

In der menschlichen Welt denkt man beim Begriff Konkurrenz sofort an moralisch beladene Aspekte wie Macht. «Beim Menschen hat sich der Machtanspruch verselbstständigt», meint der Biologe Andreas Moser, «sein Führungsanspruch muss nicht mehr unbedingt durch Leistung legitimiert sein. In der Natur hingegen gibt es keinen ungerechtfertigten Sieger.» Und der Zoologe und Menschenaffenkenner Jörg Hess: «Der Mensch hat die Konkurrenz aus ihrem ausgewogenen biologischen Rahmen geschält. Konkurrenz, die zu Krieg und Zerstörung führt, ist eine pathologische Erscheinung.»

Doch zurück zu Ingo. Immer wieder gibt es kleine Reibereien – Zeichen, dass die soziale Struktur im Umbruch ist und Neupositionierungen vorgenommen werden. Der alternde Dschelada wird angepöbelt



KONKURRENZ IST DER WICHTIGSTE FAKTOR IM DASEINSKAMPF.

und gibt entsprechend zurück. Auch unter den andern Männchen ist die Stimmung gereizt. Wenn es Streit gibt, zetern alle wild durcheinander, und der Ausgeschimpfte rettet sich über die Felsen in einen abgelegenen Winkel. Die Weibchen mischen sich nicht in die Männersache ein, nur das älteste, die Grande Dame, wird Ingo gegenüber auch einmal rabiat. Ingo muss sich das gefallen lassen, er schaut ratlos hinauf zu den zahlreichen Besuchern am Dschelada-Gehege, die ihren Spass am munteren Treiben haben und nicht ahnen, was sich da unten abspielt.

Konkurrenz korrigiert

Ist Konkurrenz «gut» oder «schlecht»? Immerhin ist sie für brutale Szenen im Tierreich verantwortlich. Aber als Teil des Ganzen scheint die Konkurrenz durchaus eine sinnvolle Einrichtung der Natur. Konkurrenz fördert die Vielfalt, die

Nischenproduktion, die Lebensfähigkeit. Konkurrenz ist ein Mittel, die Nachhaltigkeit zu wahren, denn sie garantiert, dass die Ressourcen nicht übernutzt werden. Das trifft jedenfalls auf den Bereich der Natur zu. Bei den Menschen ist es anders. «Wir konsumieren heute die Ressourcen, die für die nächste Generation gedacht wären», sagt Zookurator Robert Zingg. Das Wachstum, das wir verursachen, ist zu schnell, da kommt kein evolutives Korrektiv mehr nach. Und niemand weiss, was passiert, wenn die Spezies Mensch die Nahrungsressourcen auf der Erde vertilgt hat.

Ingos Zeit ist wohl bald um. Der Zookurator Robert Zingg, der Ingo schon lange kennt, sagt: «Er baut ab.» Bei den Dscheladas gibt es keinen wohlverdienten Ruhestand für Senioren ausser Konkurrenz. Und das Leben ohne den Rückhalt der Gruppe, unter ständigen Anfeindungen, ist hart.

Noch eine Bemerkung zum Schluss: Nicht zufällig ist der Begriff Konkurrenz in der Biologie wie in der Wirtschaft ein Schlüsselbegriff. Auch wenn wir den Vergleich nicht überstrapazieren wollen – es gibt Schnittstellen: In der Evolutionsbiologie wie in der Ökonomie geht es um die Optimierung von Kosten und Nutzen. In beiden Bereichen spielen Zufälligkeiten eine wichtige Rolle. Und in beiden Bereichen zögert man nicht, Schwächen von anderen auszunützen.

BULLETIN | ONLINE

**WEITERE INFOS UND LINKS
ZUM THEMA «KONKURRENZ»**

**FINDEN SIE UNTER:
WWW.CREDIT-SUISSE.CH/BULLETIN**

Mit dem **Geschäftsbericht** legt Ihr Unternehmen nicht nur öffentliche Rechenschaft ab, sondern es kommuniziert damit in hohem Masse auch seine Identität.

Wussten Sie, dass wir für die Produktion von Geschäftsberichten über ein spezialisiertes Fachwissen verfügen und dass wir in diesem Leistungsbereich unter anderem auch für die grössten Unternehmen der Schweiz aus allen Branchensegmenten tätig sind?

Kompetenz sichert Qualität.



NZZ Fretz AG

Zürcherstrasse 39
Postfach
8952 Schlieren
Telefon 01 258 14 44
Telefax 01 258 18 80
ISDN 01 773 10 31
E-Mail fretz@nzz.ch

Druckvorstufe
Offset
[Digitaldruck](#)
Wertschriften
Rollenoffset

Ein Tochterunternehmen
der AG für die
Neue Zürcher Zeitung

[ISO 9001-zertifiziert 1995](#)
[ISO 14001-zertifiziert 1996](#)



DER FINANZPLATZ SCHWEIZ IST GEFORDERT

DER WETTBEWERB UNTER DEN BANKEN WIRD IMMER HÄRTER.

VON ANDREAS THOMANN, REDAKTION BULLETIN

Über die weltweiten Finanzplätze fegt eine steife Brise. Die Liberalisierung des Kapitalverkehrs, die Einführung des Euro, der Siegeszug des Internets oder die Verschmelzung von Bank und Versicherung haben die Barrieren auf den Finanzmärkten niedergerissen und den internationalen Wettbewerb zwischen den Finanzinstituten erst richtig lanciert. Auch die Schweiz blieb nicht verschont. Im Gegenteil: Der Strukturwandel hat in der Schweiz besonders hart zugeschlagen, verstärkt noch durch eine siebenjährige Stagnation und eine Immobilienkrise mit Preisrückschlägen von rund 30 Prozent. Nach dieser Rosskur zählte die Schweiz Ende 1998 noch 376 selbständige Finanzinstitute, gegenüber 495 im Jahre 1990. Parallel fiel die Anzahl der inländischen Niederlassungen von 4161 auf 3199.

Das Schlimmste ist wohl überstanden für den Schweizer Finanzplatz. Und anders als in vielen anderen Ländern Europas hat die Flurbereinigung in der Schweiz früh

eingesetzt. Doch zu glauben, der Prozess sei nun zu einem Ende gekommen, wäre verfehlt. Die einstmals unangefochtene Bastion des Banking «Made in Switzerland» sieht sich an der Schwelle zum neuen Jahrtausend von einer starken Konkurrenz herausgefordert. Es stellt sich die Frage, wie gut der Schweizer Finanzplatz für dieses Wettrennen vorbereitet ist.

«Sehr gut», meint das Institute for Management Development in Lausanne. In seinem jährlich publizierten World Competitiveness Yearbook liegt der Schweizer Bankenplatz regelmässig im Spitzenquintett. Für die Fitness des hiesigen Banking spricht auch die hohe Anzahl international erfolgreicher Institute, die von der Schweiz aus operieren. Zwei von ihnen, die UBS und die CREDIT SUISSE GROUP, rangieren gar unter den zehn grössten Banken der Welt – eine erstaunliche Tatsache, wenn man das wirtschaftliche Gewicht der Schweiz betrachtet. Ein ähnliches Verhältnis besteht bei den verwalteten Vermögen

von institutionellen und Privatkunden: In Schweizer Depots lagern Wertschriften von nicht weniger als 3000 Milliarden Franken. Davon entfällt gut die Hälfte auf ausländische Kunden. «Der Finanzplatz Schweiz verwaltet fast einen Drittel der weltweiten Offshore-Vermögen – der Gelder also, die ausserhalb der eigenen Landesgrenzen verwaltet werden», rechnet Fritz Stahel vom CREDIT SUISSE-Economic Research vor.

Immer mehr wollen an den Honigtopf

Nur eitel Sonnenschein herrsche dennoch nicht über dem Schweizer Finanzplatz, schränkt der Bankenspezialist Klaus Spremann ein: «Zwar haben sich die Schweizer Banken in den letzten Jahren kontinuierlich verbessert», attestiert der St. Galler Professor. Doch die Konkurrenz habe nicht geschlafen, im Gegenteil: «In vielen Gebieten hat sie die Schweiz eingeholt, in einigen sogar überholt.» Gerade im Private Banking steht die Schweiz zunehmend im



Gegenwind. Keine Bagatelle, denn die hiesigen Banken erwirtschaften mit der Vermögensverwaltung reicher Privatkunden immerhin 45 Prozent ihres Bruttoertrags. Doch nun wollen immer mehr ausländische Institute an diesen Honigtopf. Mittlerweile sitzen die Rivalen nicht mehr nur in den anderen bekannten Offshore-Zentren wie Luxemburg, den Kanalinseln, Gibraltar oder Liechtenstein. «Auch in unseren grossen Nachbarländern ist das Niveau der Vermögensverwaltung deutlich gestiegen», betont Klaus Spremann. Gerade jüngere Anleger würden deshalb dazu übergehen, ihr Geld nicht mehr offshore, sondern onshore, im eigenen Land, anzulegen.

Also doch eher dunkle Wolken, die am Schweizer Finanzhimmel aufziehen. Zumal die Schweiz ausserhalb des Private Banking einen noch schwereren Stand hat. «Das Investment Banking passiert an den grossen Börsenplätzen der Welt, in New York, London und Tokyo. In der Verwaltung institutioneller Vermögen, dem Asset Management, gibt europaweit London den Ton an. Und das Retail Banking ist ohnehin weitgehend eine nationale Domäne», so die Tour d'Horizon von Fritz Stahel. Doch besteht für Stahel kein Grund, die Flinte ins Korn zu werfen: «Die Schweizer Banken müssen das rauhe Klima dazu nützen, sich auf die eigenen Stärken zu besinnen.» Davon gibt es einige:

Angebotspalette: «In keinem anderen Land haben Sie ein vergleichbares Angebot an internationalen Anlagemöglichkeiten», sagt ein selbstbewusster Hans-Ulrich Doerig, Vizepräsident der CREDIT SUISSE GROUP. Tatsächlich haben die Banken in der Schweiz früher als anderswo den direkten Zugang zu ausländischen Börsen gesichert und ein Know-how für Asset Allocations in verschiedenen Referenzwährungen aufgebaut. «Zudem haben die Schweizer Banken früh begonnen, Anlage-, Vorsorge-, Immobilien-, Steuer- und Erbschaftsberatung aus einer Hand anzubieten», fügt Fritz Stahel hinzu. «Das selbe gilt für den Einbezug von Versicherungsprodukten.»



KLAUS SPREMMANN, UNIVERSITÄT ST. GALLEN

«DIE KONKURRENZ HAT
DIE SCHWEIZ AUF
VIELEN GEBIETEN EINGEHOLT.»

VIELE MUSKELN, WENIG FETT

Der Schweizer Finanzplatz ist ein Schwergewicht innerhalb der Schweizer Wirtschaft. Die 376 Finanzinstitute, die von hier aus operieren, beschäftigen rund 107 000 Mitarbeiter. Zwar sind dies nur drei Prozent aller Beschäftigten in der Schweiz, doch erwirtschaften sie gut zehn Prozent des Bruttoinlandsprodukts (BIP) – ein Indiz für die hohe Produktivität im Bankensektor. Ein Vergleich mit dem Ausland unterstreicht das Gewicht des hiesigen Finanzplatzes: In Grossbritannien erreichen die Banken einen Anteil von sieben Prozent am BIP, in den USA sind es fünf Prozent, in Deutschland und Frankreich nur vier Prozent. Die Stärke des Schweizer Bankenplatzes schlägt sich auch in der Handelsbilanz nieder: Im Verkehr mit dem Ausland erarbeiten die Banken einen jährlichen Überschuss von mehr als 20 Milliarden Franken. Darin eingeschlossen sind die Portfolioerträge der Kunden. Und in die Steuerekasse des Bundes fliessen jedes Jahr rund acht Milliarden Franken, die aus dem Finanzsektor stammen.

Servicequalität: «Die Schweizer Banken sind bekannt für eine hohe Servicequalität», nennt Fritz Stahel ein weiteres Argument. Mehrsprachigkeit, geringe Fehlerquoten bei der Abwicklung von Kundenaufträgen oder gezieltes Eingehen auf die Kundenbedürfnisse heissen hier die Trümpfe der Schweiz. Zu einem tadellosen Service gehört heute auch, dass die Banken ihre elektronischen Vertriebskanäle laufend ausbauen. «Im Internet- und Phone-Banking sind die innovativsten Anbieter zwar in den USA», meint Klaus Spremann, «doch die Schweizer Banken gehören in Europa zu den besten.»

Image: Ein Angebot kann noch so breit und hochstehend sein: Um weltweit aus der Masse hervorzuragen, braucht es auch einen guten Markennamen. Einen solchen habe die Schweiz zweifellos, meint Hans-



H.-U. DOERIG, CREDIT SUISSE GROUP

«IM AUSLAND GENIESST
«SWISS BANKING» EINEN
UNVERÄNDERT GUTEN RUF.»



Ulrich Doerig: «Im Ausland steht Swiss Banking nach wie vor für Eigenschaften wie stabil, zuverlässig, erfolgreich, vertrauenswürdig, konservativ und doch modern in der Infrastruktur.»

Globalität: In den letzten zehn Jahren haben die Schweizer Grossbanken ihre Aktivitäten im Ausland stark ausgebaut. Diese globale Präsenz sowie der damit verbundene Know-how-Transfer kommen auch dem Schweizer Finanzplatz zugute, ist Doerig überzeugt.

Kombiniert man diese Stärken mit den besonderen Rahmenbedingungen der Schweiz, so kristallisiert sich mehr als ein Bereich heraus, wo der Schweizer Bankenplatz dem internationalen Sturm trotzen kann.

Das Onshore-Banking wird zulegen

Der Exportschlager der Schweiz wird weiterhin die Vermögensverwaltung bleiben. Weil aber immer mehr Konkurrenten in diesen lukrativen Markt drängen, wird der Offshore-Bankenplatz Schweiz einen schweren Stand haben. Klaus Spremann empfiehlt den Schweizer Banken, vermehrt onshore tätig zu werden, vor allem in den Nachbarländern. «Aufgrund ihrer Effizienz haben die Schweizer Banken gegenüber ihren ausländischen Wettbewerbern einen klaren komparativen Vorteil.»

Hans-Ulrich Doerig sieht aber auch Chancen, das Geschäft am Standort Schweiz zu verstärken. Die Schweiz sei prädestiniert als internationales Dienstleistungszentrum. «Ebenfalls gute Karten haben wir, um internationale Holding-Gesellschaften anzusiedeln. Das hohe Niveau unserer Dienstleistungen, die zentrale Lage, der Lebensstandard, die landschaftlichen Vorzüge sind Argumente, die man international noch besser verkaufen müsste.» Profitieren würden letztlich auch die Banken und Versicherungen

Ein weiteres Potenzial erkennt Klaus Spremann in der Allfinanz – ob auf dem Platz Schweiz oder in den umliegenden

Ländern. «Allfinanzkunden finden sich weniger unter den Millionären, als vielmehr unter den Retailkunden, die ein Vermögen aufbauen und vermehrt für die verschiedenen Lebensphasen eine umfassende Finanzberatung suchen.» Um aber international gute Argumente zu haben, müssten die Bank- und Versicherungsgeschäfte noch stärker integriert werden.

Daneben bieten sich Nischen. «Der Eurobondhandel, den die Schweizer Börse (SWX) lanciert hat, wäre eine davon. Ebenso der Repomarkt», sagt Fritz Stahel.

Das Beispiel der SWX zeigt: Mit dem nötigen Pioniergeist kann man sich rasch neue

Geschäftsfelder erschliessen. Insofern müsste das globale Qualitätsimage des Swiss Banking die Schweizer Finanzdienstleister dazu prädestinieren, auch im Internet einen Sprung zu vollbringen und sich ein grosses Stück an diesem schnell wachsenden Kuchen abzuschneiden.

Alles Chancen, die es möglichst rasch zu nutzen gilt. Wenn nicht, könnte der Schweizer Finanzdampfer in den stürmischen internationalen Gewässern schon bald Schlagseite kriegen.

ANDREAS THOMANN, TELEFON 01 333 80 39

ANDREAS.THOMANN@CREDIT-SUISSE.CH



FRITZ STAHEL, CREDIT SUISSE

«DIE SERVICEQUALITÄT IST EIN TRUMPF DES SCHWEIZER FINANZPLATZES.»

DAS BANKGEHEIMNIS SORGT FÜR VERWIRRUNG

Das Bankgeheimnis sorgt sowohl im In- wie im Ausland immer wieder für Gesprächsstoff – nicht zuletzt auch, weil viele Missverständnisse rund um diese urschweizerische Regelung herrschen:

- Das Bankgeheimnis ist kein Geheimnis der Bank, sondern des Kunden der Bank. Deshalb müsste man eigentlich vom Bankkundengeheimnis sprechen.
- Nicht nur die Schweiz, praktisch alle Länder haben ein Bankgeheimnis. Ähnlich strenge Regelungen wie die Schweiz kennen auch Österreich, Liechtenstein und Luxemburg.
- Das Bankgeheimnis bietet keinen absoluten Schutz der Bankkunden. Liegt ein Fall von Steuerbetrug vor, so ist die Bank auskunftspflichtig. Von Steuerbetrug spricht man, wenn der Steuerpflichtige vorsätzlich falsche oder gefälschte Urkunden verwendet, um die Steuerbehörden zu täuschen. Steuerbetrug wird in der Schweiz strafrechtlich geahndet – im Gegensatz zur Steuerhinterziehung, bei der es zu einem Administrativverfahren kommt. Bei der Steuerhinterziehung ist deshalb die Bank nicht zur Auskunft gezwungen.
- Gegenüber internationalen Justizbehörden kommt das gleiche Prinzip zur Anwendung: Rechtshilfe gibt es nur beim Steuerbetrug, nicht aber bei der Steuerhinterziehung.
- Das Bankgeheimnis ist kein Hindernis im Kampf gegen Geldwäscherei. Die schweizerische Gesetzgebung zur Geldwäscherei zählt vielmehr zu den strengsten der Welt. Seit dem 1. April 1999 fallen nicht mehr nur die Banken, sondern der gesamte Finanzsektor darunter.

Vom weltweiten Marktleader im mobilen Computing

Die Besten haben immer die Nase vorn! Mobil. Und brandneu mit Desktop!

Satellite Serie 4000



Satellite 4070CDT

- Intel® Celeron® Prozessor 366 MHz int., 128 KB Level 2 Cache
- 64 MB SDRAM
- 4.3 GB HD
- Floppy & 24-fach-CD-ROM
- 13,3" (33,7 cm) TFT-Farbdisplay
- Toshiba Bass Enhanced Sound System, Sound Blaster prokompatibel
- Infrarot-Schnittstelle (FIR), seriell, parallel, PS/2™-Maus/Tastatur, Audio-Eingang, ext. Mikrofon, USB, RGB
- 2xPC-Card Typ II oder 1xTyp III, CardBus
- Int. V.90 Daten- & Fax-Modem

Satellite 4090XCDT

- Intel® Celeron® Prozessor 400 MHz, 128 KB Level 2 Cache
- 64 MB SDRAM
- 4.3 GB HD
- Floppy & 24-fach-CD-ROM int. Nutzung mit 24-fach-CD-ROM
- 14,1" (35,8 cm) TFT-Farbdisplay
- Toshiba Bass Enhanced Sound System, Sound Blaster prokompatibel
- Schnittstellen seriell, parallel, PS/2™-Maus/Tastatur, Audio-Eingang, Fast Infrared Port, ext. Monitor, USB, Kopfhörer, ext. Mikro
- 2xPC-Card Typ II oder 1x Typ III, CardBus
- Int. internat. V.90 Daten- & Faxmodem (56 Kbps Daten, 14,4 Kbps Fax)

Mit dem Kauf Ihres Satellite-Notebooks fängt die Freude am mobilen Computing so richtig an:

Erstens verfügen Sie über die modernste Notebook-Technologie der Welt.

Zweitens faszinieren diese Aufsteiger-Modelle mit ihrer Komplett-Ausrüstung. Und drittens lassen sie sich noch zusätzlich erweitern!

Flach, schnell und abgespeckt in Gewicht und Preis: Jetzt bei Ihrem Händler.

A K T I O N bei Ihrem Händler

Brandneu: Fr. **3'790.-**



TOSHIBA

Generalvertretung Schweiz: Computer, Fax, Kopierer
Ozalid AG, Herostrasse 7, 8048 Zürich
Tel. 01 439 72 00, Fax 01 439 72 01
www.ozalid.ch, E-mail: ozcomputer@ozalid.ch

DIE ECKPFEILER DES SCHWEIZER FINANZPLATZES

Seine starke Stellung verdankt der Schweizer Finanzplatz einer Reihe von günstigen Rahmenbedingungen. Ob er künftig weiterhin im Orchester der Weltbesten mitspielen kann, hängt zu einem guten Teil davon ab, wie sich diese Erfolgsfaktoren entwickeln:

Stabilität: Das Konkordanzsystem, der soziale Friede, die zuverlässige Rechtsordnung, gepaart mit der wirtschaftlichen Stabilität schaffen ein hohes Mass an Vertrauen. «Spannungen könnten künftig noch am ehesten von der Europafrage ausgehen, von der Finanzierungslücke bei den Sozialwerken oder von der Asylproblematik», nennt Fritz Stahel vom CREDIT SUISSE-Economic Research die wichtigsten Herausforderungen an die Politik.

Währung: Wer von Stabilität spricht, schliesst natürlich auch den Schweizer Franken mit ein. Ein kritischer Punkt, wie der St.Galler Professor Klaus Spremann anmerkt, denn seit der Einführung des Euro habe der Franken an Attraktivität verloren: «Anlagen in Euro werfen höhere Zinsen ab. Und als Diversifikationsmöglichkeit zum Euro bietet sich der Franken nur beschränkt an, da er de facto an den Euro gekoppelt ist.» Insgesamt, so Spremann, dürfte die Emissionstätigkeit der Schweizer Banken deshalb noch weiter zurückgehen.

Wirtschaftskraft: Für Hans-Ulrich Doerig, Vizepräsident der CREDIT SUISSE GROUP, steht fest: «Ohne eine starke, international orientierte Wirtschaft im

Rücken hätte der Schweizer Finanzplatz niemals seine Bedeutung erlangt. So hieven die gewichtigen multinationalen Unternehmen die Schweiz punkto Börsenkaptalisierung auf den sechsten Rang der Welt.» Ein Zeichen der heimischen Wirtschaftskraft sind auch Vermögen von institutionellen und privaten Schweizer Kunden – immerhin knapp die Hälfte aller in der Schweiz verwalteten Vermögen. Damit hängt das Glück des Schweizer Finanzplatzes auch zu einem guten Teil davon ab, ob die Schweizer Wirtschaft zu einem stabilen Wachstum zurückfindet.

Humankapital: Die Mehrsprachigkeit und ein effizientes Ausbildungssystem, das versierte Anlageprofis hervorbrachte, bildeten lange Zeit einen Grundstein für einen erfolgreichen Schweizer Finanzplatz. Dies sei jedoch nicht mehr genug, meint Hans-Ulrich Doerig. Gerade auf dem Gebiet des modernen Financial Engineering seien die USA der Schweiz davongezogen: «Doch haben unsere Hochschulen mittlerweile diesen Vorsprung der Amerikaner teilweise wettgemacht.»

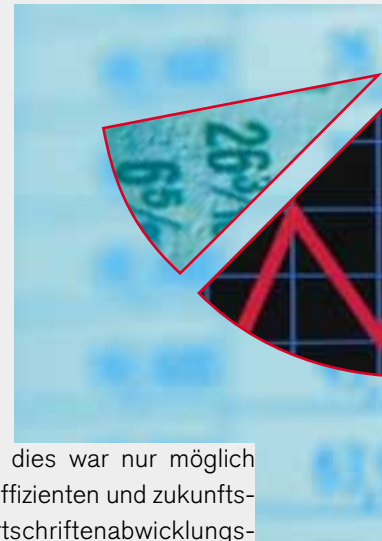
Börse: «Keine Börse der Welt weist einen gleich hohen Grad an Automatisierung auf wie die SWX Swiss Exchange», sagt deren Geschäftsführerin Antoinette Hunziker-Ebnetter (vgl. Porträt, S.18). Für Hunziker ist klar, dass diese technologische Führerschaft die Attraktivität des Schweizer Finanzplatzes erhöht. Zugleich kann die SWX mit Pionierleistungen wie dem Repo-Markt und einer Plattform für den vollautomatisierten Handel von Euro-

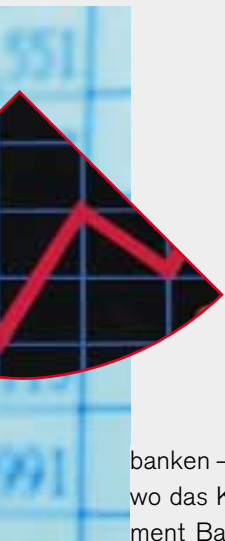
bonds aufwarten; dies war nur möglich dank einem sehr effizienten und zukunftsorientierten Wertschriftenabwicklungssystem. Dazu kommt die Eurex, ein Zusammenschluss der Schweizer und der Deutschen Derivatbörse, die sich volumenmässig bereits weltweit an die erste Stelle gesetzt hat.

Steuern: Die Ertragssteuern der Unternehmen stuft Hans-Ulrich Doerig noch als einigermaßen kompetitiv ein. Einen absoluten Bremsklotz für einen florierenden Schweizer Finanzplatz ortet er jedoch in der Stempelsteuer: «Je stärker die zunehmende Konkurrenz auf den Finanzmärkten auf die Kommissionen drückt, desto stärker fällt diese Transaktionsgebühr ins Gewicht.» Die Börsengeschäfte würden schon jetzt abwandern, bestätigt Antoinette Hunziker-Ebnetter.

Kopfschmerzen bereitet der Schweiz zudem das EU-Projekt, Zinserträge durch eine Meldepflicht oder eine Quellensteuer von 20 Prozent zu erfassen. Damit möchte die EU Steuerschlupflöcher in- und ausserhalb der Union beseitigen, weshalb sie auch die Schweiz im Visier hat. Obwohl die Schweiz seit langem eine Verrechnungssteuer von 35 Prozent kennt, wären die Folgen für das Schweizer Offshore-Geschäft spürbar, betont Fritz Stahel, «denn unsere Verrechnungssteuer ist mit dem EU-Vorschlag nur bedingt kompatibel.»

Regulierung: Positiver schätzt Doerig die Bankengesetzgebung ein, darunter die Liquiditäts- und Eigenmittelvorschriften, aber auch die Zulassung von Universal-





banken – im Gegensatz etwa zu den USA, wo das Kommerzbanking und das Investment Banking von verschiedenen Behörden beaufsichtigt wird. «Die in der Schweiz tätigen Banken sind nur einer Behörde unterstellt, der Eidgenössischen Bankenkommision», ergänzt Doerig.

Bankgeheimnis: «Das Bankgeheimnis ist weiterhin ein wichtiger Erfolgsfaktor im internationalen Wettbewerb», ist Hans-Ulrich Doerig überzeugt. Doch stellt Klaus Spremann einen wachsenden Druck auf das Bankgeheimnis fest, denn die EU eröffne hier eine zweite Front im Kampf gegen die Steuerschlupflöcher. Spremann glaubt nicht an die Realisierbarkeit einer Quellensteuer von 20 Prozent: «Der Teufel wird über die Hintertür kommen, über eine Ausweitung der Geldwäscherei-Bestimmungen. Zuerst werden die schweren Steuerstrafbestände darunter fallen – mit der Zeit aber auch die leichteren Steuerdelikte.» Damit würde das Bankgeheimnis immer mehr ausgehöhlt.

WEINE IL CARATELLO

Zum Kennenlernen

6 grosse Meisterweine aus Italien,
jeder einzigartig und unverwechselbar,
geprägt von starken Persönlichkeiten.

Toscana Mastrojanni Brunello di Montalcino
DOCG
1994
statt 41.–
Fr. 38.50 Fl. ____



Toscana Fontodi Chianti Classico
Riserva
Vigna del Sorbo
DOCG 1995
statt 36.50
Fr. 34.50 Fl. ____



Piemonte Bongiovanni Barolo
DOCG
1995
statt 35.50
Fr. 33.– Fl. ____



Piemonte Pasquero Elia Barbaresco
Sorì Paitin
DOCG 1996
statt 42.–
Fr. 39.– Fl. ____



Veneto Fratelli Tedeschi Amarone Classico
DOCG
1996
statt 27.50
Fr. 25.50 Fl. ____



Friuli Venica & Venica Refosco Bottaz
IGT
1995
statt 27.80
Fr. 25.50 Fl. ____



Bitte senden Sie mir:

☐ das **Probierangebot**, je 2 Flaschen der oben aufgeführten Weine zum Preis von **Fr. 398.–** (statt 438.60) alles inkl.

☐ die oben angegebenen Weine gegen Rechnung. Ich profitiere von folgendem **Mengenrabatt**: 3% ab 36 Fl., 5% ab 72 Fl., 8% ab 120 Fl.

Zustellung **frei Haus** ab 48 Flaschen (auch assortiert); Preise inkl. 7.5% MWSt. Angebot gültig bis 31.11.99. Zwischenverkauf vorbehalten.

Vorname _____

Name _____

Strasse _____

PLZ/Ort _____

Tel. P _____

Tel. G _____

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

Ausfüllen,
kopieren
und faxen:
071
244 63 80



«DER DRUCK AUFS BANKGEHEIMNIS WIRD ZUNEHMEN»

INTERVIEW MIT CHRISTINE BEERLI, STÄNDERÄTIN FDP,
UND RUDOLF STRAHM, NATIONALRAT SPS

INTERVIEW: ANDREAS THOMANN

ANDREAS THOMANN Ist der Schweizer Finanzplatz gerüstet, um seine internationale Stellung behaupten zu können?

CHRISTINE BEERLI Davon bin ich überzeugt. Es gibt nach wie vor eine Reihe von Faktoren, die für den Finanzplatz Schweiz sprechen – allen voran unsere politische und wirtschaftliche Stabilität. Sie macht die Schweiz in den Augen der internationalen Anleger zu einem sicheren Hort.

RUDOLF STRAHM Ich stimme dem zu. Die Schweiz wartet immer noch mit einer Reihe von Trümpfen auf: gutes Personal, eine führende Stellung in der Informatik, Mehrsprachigkeit, eine stabile Währung, um nur die wichtigsten zu nennen. Diese Wettbewerbsvorteile werden nicht von heute auf morgen verschwinden.

C.B. Doch man muss laufend an ihnen arbeiten. Gerade in der Ausbildung können wir noch einen Zacken zulegen. Das Investment Banking ist nicht zuletzt deshalb zu einem guten Teil nach London abgewandert, weil die Banken das entsprechende Personal in der Schweiz nicht rekrutieren konnten.

A.T. Aus vier Schweizer Grossbanken entstanden in den Neunzigerjahren zwei global agierende Finanzdienstleister. Haben diese Restrukturierungen den hiesigen Finanzplatz gestärkt?

R.S. Da habe ich meine Zweifel. Kurzfristig hat man bestimmt den Shareholder gestärkt, weil er eine höhere Eigenkapitalrendite erwarten kann. Allerdings haben

die Grossbanken zu diesem Zweck das weniger rentable Retail Banking zurückgestuft – eine volkswirtschaftlich schädliche Entwicklung, denn damit sinkt die Versorgung unserer KMUs mit Betriebskrediten.

C.B. Ich sehe es nicht so schwarz. Die rasante Entwicklung auf den Weltmärkten ist eine Tatsache, an der man nicht rütteln kann. Die alten monolithischen Universalbanken waren einfach nicht mehr zeitgemäss. Deshalb haben die Grossbanken die einzelnen Geschäfte wie Retail Banking, Private Banking oder Investment Banking in eigene Einheiten ausgegliedert. In die Lücke, die im Retail Banking teilweise entsteht, stossen nun kleinere Institute vor.

A.T. Sind unsere rechtlichen und steuerlichen Rahmenbedingungen günstig, um dem hiesigen Finanzplatz einen Rang unter den Besten der Welt zu ermöglichen?

R.S. Die Schweiz bietet sehr gute Rahmenbedingungen. Steuerlich ist die Schweiz gar der günstigste Standort in Europa, wenn nicht im OECD-Raum. Dies trifft besonders auf die Banken zu, die von enormen Abschreibungsmöglichkeiten profitieren.

C.B. Zweifellos finden Finanzinstitute in der Schweiz ein vorteilhaftes Umfeld für ihre Tätigkeit. Dennoch gibt es einen Schönheitsfehler: den Börsenstempel. Für die Schweizer Börse wird diese Transaktionsgebühr von 0,15 Prozent immer mehr zur Belastung. Wenn wir hier nicht schnell handeln, drohen die Geschäfte immer mehr auf andere Börsenplätze abzuwandern. Damit gingen wiederum Arbeitsplätze verloren. Politisch gesehen ist das eine echte Knacknuss, denn die Steuer brachte in den guten Jahren immerhin zwei bis drei Milliarden Franken in die gebeutelte Bundeskasse. Den Stempel einfach abzuschaffen, ohne einen Ersatz zu finden, ist deshalb undenkbar.

R.S. Ich würde den Ball an den Finanzsektor zurückspielen. Er soll mithelfen, diese zwei Milliarden anderweitig aus diesem Sektor zu beschaffen. Vorschläge existieren. So könnte man eine Depot-Abgabe auf den verwalteten Vermögen erheben. Es liegen mehr als drei Billionen Vermögen in Schweizer Banken, weshalb ein Steuersatz unter einem Promille ausreichen würde. Und im Gegensatz zum Börsenhandel weichen diese Vermögen nicht so schnell an einen anderen Ort aus.

A.T. Bringt das Bankgeheimnis den Banken nach wie vor Wettbewerbsvorteile?

C.B. Das Bankkundsgeheimnis spielt auch heute noch eine wichtige Rolle. Oft wird es jedoch falsch verstanden: Es geht nicht darum, dass wir in der Schweiz alles unsaubere Geld der Welt ansammeln möchten. Daran haben die Banken selber kein

Interesse. Doch das Bankkundsgeheimnis gibt vielen Kunden ein Gefühl, dass ihr Geld sicher angelegt sei.

R.S. Das Bankgeheimnis ist emotional und historisch stark belastet. Als Persönlichkeitsschutz stellt es eine sinnvolle Regelung dar, die wir aufrechterhalten sollten. Hingegen muss die Schweiz die Amtshilfe erweitern und sämtliche Missbräuche unterbinden, seien es Fiskaldelikte, Währungsdelikte oder Geldwäscherei. Sonst wird sie von der EU und der OECD mächtig unter Druck kommen.

C.B. Hier muss ich widersprechen. Wir haben Geldschwäscherei-Normen erlassen, die europaweit zu den strengsten gehören. Auch in Sachen Rechtshilfe sind wir dem Ausland sehr entgegengekommen. Doch kommt es in diesem Punkt immer wieder zu Missverständnissen: Liegt ein Steuerbetrug vor, so gewährt die Schweiz immer Rechtshilfe. Anders ist es bei der einfachen Steuerhinterziehung, und zwar, weil sie auch bei uns kein Strafdelikt ist.

A.T. Würde ein EU-Beitritt der Schweiz dem hiesigen Finanzplatz eher nützen als schaden?

C.B. Nicht einmal die Bankenvertreter sind sich in diesem Punkt einig. Ich glaube, dass die Öffnung und Einbindung langfristig den Banken zum Vorteil gereichen wird – vor allem dann, wenn wir es schaffen, trotz Beitritt ein Hort der Sicherheit zu bleiben. Selbstverständlich wird es noch einige Diskussionen ums Bankkundsgeheimnis geben; wir stehen ja jetzt schon unter Druck. Doch das Schlimmste wäre, wenn wir den Alleingang wählten und dennoch das Bankkundsgeheimnis aufgeben müssten.

R.S. Ich wage die Behauptung, dass nach der Annahme der bilateralen Verträge die international tätigen Banken zu den grössten Gegnern eines EU-Beitritts gehören werden. Denn die Logik des Binnenmarktes erfordert eine Harmonisierung der Steuererfassung. Die EU wird auf

Dauer nicht akzeptieren, dass mitten in Europa ein Kapitalfluchthafen existiert.

C.B. Doch der Druck wird sich mit oder ohne EU-Beitritt erhöhen.

A.T. Sind die international tätigen Schweizer Banken überhaupt noch auf den Standort Schweiz angewiesen?

C.B. Ja, denn die Schweiz bietet den Banken, wie bereits erwähnt, hervorragende Rahmenbedingungen. Dazu gehört ein international anerkanntes Image von Sicherheit und Stabilität. Keine Bank kann quasi «hors sol» agieren. Die Verwurzelung ist vielmehr ein wichtiger Teil des Erfolgsrezepts.

R.S. Die Kantonal- und die Raiffeisenbanken sind weiterhin auf den Standort Schweiz angewiesen, vielleicht sogar mehr denn je. Hingegen sind die Grossbanken durch die neuen globalen Rahmenbedingungen vaterlandslos und ein Stück weit heimatmüde geworden. Sie gehen dorthin, wo es das globale Banking gerade erfordert. Das Einzige, was sie hier halten kann, ist das hochqualifizierte Personal.

BULLETIN | ONLINE

WEITERE INFOS ZUM FINANZPLATZ
SCHWEIZ FINDEN SIE UNTER:
WWW.CREDIT-SUISSE.CH/BULLETIN

IM VIRTUELLEN WETTBEWERB DER BÖRSENPLÄTZE HAT DIE SWX DIE NASE VORN.

VON ANDREAS THOMANN,
REDAKTION BULLETIN

Menschen sind fasziniert vom Wettbewerb. Doch nur noch selten spielt er sich so hautnah ab wie in einem 100-Meter-Lauf. Der wahre Wettbewerb ist unsichtbar geworden im Informationszeitalter, computergesteuert, vollautomatisch, nur noch auf Datenbanken erfasst. Antoinette Hunziker-Ebnetter verkörpert wie kaum jemand diese virtuelle Version der Konkurrenz. Ihre Tartanbahn sind die Finanzmärkte, ihre Konkurrenten agieren global, von New York, London, Frankfurt oder Tokyo aus. Die jugendliche, feingliedrige Frau mit den kräftigen Gesichtszügen leitet ein Unternehmen von 300 Angestellten, genannt Schweizer Börse – oder zeitgemässer SWX Swiss Exchange –, gewissermassen das Nervenzentrum des Schweizer Finanzplatzes. Täglich wechseln hier Tausende von Aktien, Obligationen oder Warrants die Besitzer, werden Millionen-gewinne und -verluste ermittelt.

Am Ring ist es still geworden

Keine Zeichen der Hektik dagegen im Büro von Frau Hunziker. Überall kühles Design, ein aufgeräumter Schreibtisch, grosse Fenster mit Blick auf einen Park. Die Börsenchefin spricht mit ruhiger, fester Stimme. Komplexe Zusammenhänge fasst sie in glasklare Sätze. Und wo auch diese nicht mehr ausreichen, greift sie zum Kugelschreiber, um ein paar Skizzen und Diagramme auf ein Stück Papier zu kritzeln. Allein, das Abstraktum Börse will keine Gestalt annehmen. Daran ändert



IST KAUM AUS DER RUHE
ZU BRINGEN:
ANTOINETTE HUNZIKER-
EBNETER, LEITERIN
DER SWX SWISS EXCHANGE.

auch das Gebäude nichts, ein kantiger Bau mit glänzender Fassade aus grauem Stein. Obwohl erst 1991 fertiggestellt, ist er heute bereits Zeuge einer vergangenen Epoche, denn nur fünf Jahre nach der Einweihung erfolgte die Umstellung auf den elektronischen Handel. Die sechs Ringe, in denen stresserprobte Händler wild gestikulierend Kauf- und Verkaufsaufträge abgaben, verschwanden. Der Hauptring wurde in einen Konferenztisch umfunktio-niert, die kleineren wichen Büroräumen.

Welches Antlitz die Schweizer Börse in ein paar Jahren haben wird, vermag nicht einmal deren Chefin vorauszusagen. Erst

vor kurzem tauchte das Projekt einer pan-europäischen Börse auf, einer gemeinsamen Plattform für den Handel der europäischen Blue Chips, zu der sich die acht führenden Börsen Europas – darunter die SWX – zusammenschliessen würden. «Die Kosteneinsparungen wären enorm», schwärmt Antoinette Hunziker-Ebnetter. Unterdessen haben sich die paneuropäischen Fusionsfantasien etwas gelegt. Wahrscheinlicher scheint im Moment, dass sich die europäischen Partner zu einer virtuellen Börse vernetzen werden. «Doch wäre dies nicht mehr als eine Vorstufe zur gemeinsamen Plattform», erklärt

Hunziker. Existenzängste scheinen sie dabei nicht zu plagen. «Die europäische Superbörse brächte die SWX ja nicht einfach zum Verschwinden: Die Aufträge für Schweizer Blue Chips würden immer noch über die Heimatbörse auf die gemeinsame Plattform geleitet.»

Die SWX setzt technische Massstäbe

Hunzikers Gelassenheit kommt nicht von ungefähr. Die SWX ist technologisch ihren Wettbewerbern eine Nasenlänge voraus. Anfang der Neunzigerjahre setzte sie als erste auf eine vollautomatische Abwick-

Verschwinden gebracht. Die Leute von der Zürcher Selnaustrasse verfolgen deshalb eine Nischenstrategie: «Wir haben einzelne Felder definiert, in denen wir europaweit führend sein möchten», skizziert Hunziker das Vorgehen. Seit diesem Sommer bietet die SWX den vollautomatischen Handel auch für Eurobonds an, für Anleihen also, die ausserhalb des Herkunftslandes der entsprechenden Währung gehandelt werden. «Der Erfolg des elektronischen Handels mit Frankenobligationen ermutigte uns zu diesem Schritt», so die Motivation von Hunziker. Einen wei-

Jahren», erzählt Hunziker, «fragte man die Informatiker noch, wie lange sie brauchen, um ein Projekt zum Laufen zu bringen. Heute dagegen lautet die Devise: Entweder wir habens in einem Jahr, oder wir lassens sein.»

In diesem kompetitiven Betriebsklima wird das persönliche Zeitmanagement zum A und O. «Keine einfache Situation», anerkennt Hunziker: «Wir bieten unseren Mitarbeitern Kurse an, wie sie besser mit der Zeit und den eigenen Energien umgehen können.» Sie selber zähle die Stunden nicht, die sie täglich in und für die Börse verbringe, sagt die Mutter eines siebenjährigen Sohnes. Entscheidend sei für sie die richtige Balance zwischen Beruf und Freizeit. «Ganz bewusst schneide ich ab und zu ein Kuchenstück aus dem Tages-

WETTBEWERB BEFLÜGELT MICH»

lung der Aufträge. «Mit einem Mausklick ist gehandelt, gecleart und gezahlt, und zwar innerhalb von zwei Minuten», erläutert Hunziker den State of the Art moderner Börsentechnologie. Allerdings könnten diese Pionierleistungen wegen einer fiskalischen Besonderheit der Schweiz umsonst gewesen sein: der Stempelsteuer. «Mit dieser Steuer können wir unsere Europastrategien begraben», bringt es Hunziker auf den Punkt. Der Börsenstempel macht der energischen Börsenchefin schon heute das Leben schwer: «Immer mehr Anbieter wickeln ihre Aufträge im Ausland ab, um so der Steuer zu entgehen.»

Die schnelllebige Welt der Finanzmärkte trifft hier mit voller Wucht auf die helvetischen Gesetzesmühlen. Zuwarten liegt für die SWX schlicht nicht drin – zumal der Aktienhandel in der Schweiz ohnehin an seine Wachstumsgrenzen stösst. Fusionen haben in den letzten Jahren manches Schwergewicht auf dem Aktienmarkt zum

teren Coup landete die SWX im vergangenen Juni mit einer Handelsplattform für den vollautomatischen Handel von Repos (sale and repurchase agreements), wertschriftengesicherten Darlehen. «Ein Geschäft mit Zukunft, denn Repos werden dereinst den Geldmarkt ablösen», ist Hunziker überzeugt.

Zur Beweglichkeit gezwungen

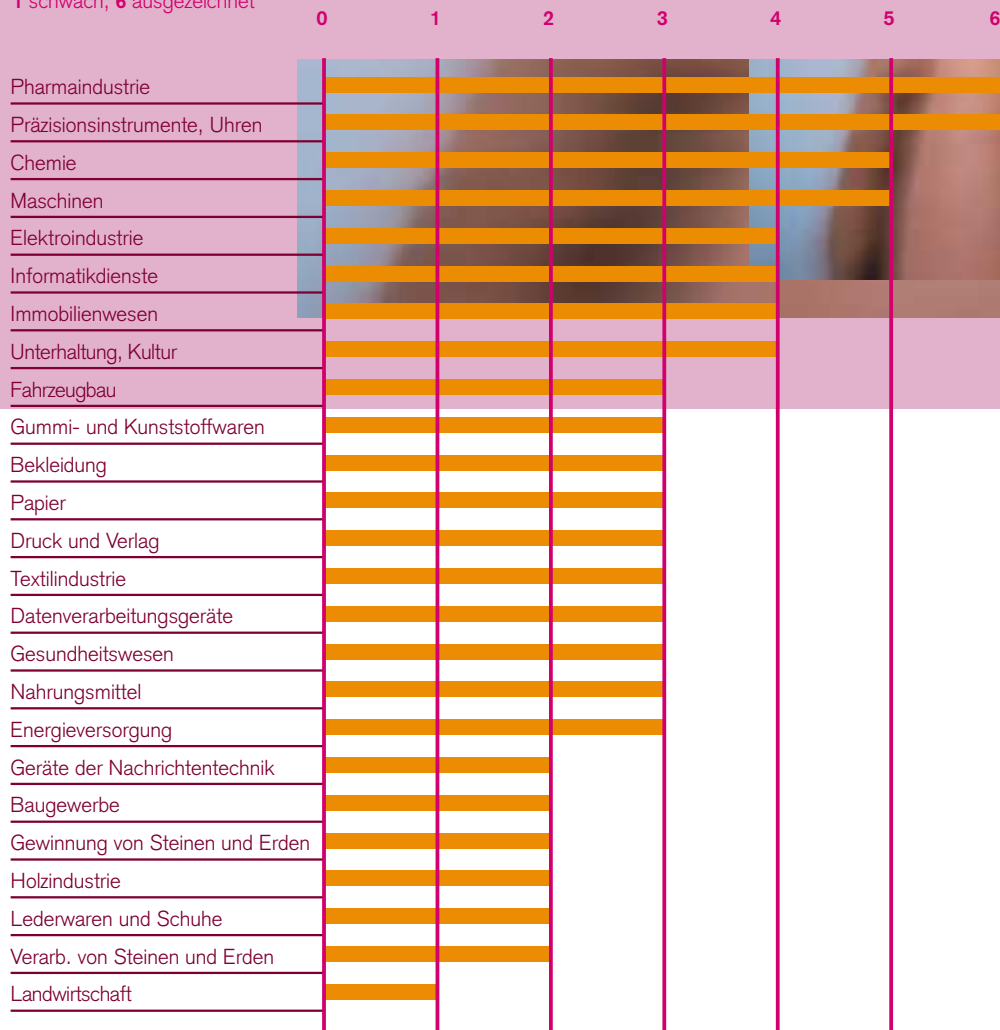
Das grösste Handicap der Schweizer Börse, ihre bescheidene Grösse, hat sich paradoxerweise als wichtigster Schlüssel zu ihrem Erfolg erwiesen. «Als weltweit sechstgrösster Player waren und sind wir stets zur Beweglichkeit gezwungen», umschreibt Hunziker die Situation. Entsprechend schlagkräftig ist die Struktur der SWX: «Anders als unsere Konkurrenten haben wir das technische Know-how bei uns im Hause.» Gemeint sind die 180 Informatiker, der weitaus grössten Berufsgruppe in der SWX. Auf ihnen lastet ein stetig wachsender Zeitdruck. «Vor fünf

ablauf heraus – etwa für ein Konzert.» Den Wettbewerb möchte sie jedoch nicht missen. «Er macht mir Spass, beflügelt mich.»

Wer mit einer solchen Einstellung durchs Leben schreitet, den kann wenig aus der Ruhe bringen. Nicht einmal die Konkurrenz, die den Börsen zunehmend aus dem Internet erwächst. So findet weltweit ein steigender Anteil des Wertschriftenhandels über sogenannte Electronic Communications Networks (ECN) statt. Die SWX habe vorgesorgt, kontert Hunziker. Seit 1996 sei man fürs Internet kompatibel. Im Übrigen erkennt die SWX-Chefin in den ECN's weniger eine Konkurrenz als vielmehr eine Ergänzung. «Um die Börse zu ersetzen, müssten diese Netzwerke selber zur Börse werden, also ein Liquiditätszentrum mit strikten Regeln und Überwachungsfunktionen. Denn in der einen oder anderen Form wird es immer eine Börse geben.» Zumindest eine Gewissheit im Zeitalter des virtuellen Wettbewerbs.

Wettbewerbsranking der Schweizer Branchen

1 schwach, 6 ausgezeichnet



WELCHE SCHWEIZER BRANCHEN SPIELEN IN DER CHAMPIONS LEAGUE?

In frühen Jahren fand der Wettbewerb hauptsächlich in den Arenen des Sports statt. Die Wettkämpfer messen sich zwar noch immer in den verschiedensten Disziplinen, doch mit Wettbewerbsfähigkeit wird längst fast ausschliesslich ein wirtschaftlicher Zusammenhang assoziiert.

Im Gegensatz zur Wirtschaft ist es im Sport meist kein Problem, den Besten zu bestimmen: Gewöhnlich führen Sekunden, Minuten oder Meter, Tore, Körbe oder Punkte zu einem eindeutigen und unumstrittenen Resultat –

Quelle: Systematische Branchenbewertung CREDIT SUISSE Economic Research

NUR DIE INNOVATIVEN HABEN EINE CHANCE

SCHWEIZER PRODUKTE MÜSSEN AUS DER MASSE HERAUSRAGEN, UM AUF DEM WELTMARKT ZU BESTEHEN.

MARTIN NEFF VOM
ECONOMIC RESEARCH
HAT DER SCHWEIZER
WIRTSCHAFT DEN PULS
GENOMMEN.

mit Ausnahme von Disziplinen wie Kunstturnen oder Eiskunstlauf, die eines Wettkampfrichters bedürfen. In der Wirtschaft fehlen nicht nur die Disziplinen, sondern auch die Regeln. Mit anderen Worten: Oft ist unklar, was überhaupt die Wettbewerbsfähigkeit bestimmt und wie sie gemessen wird. So nimmt man Zuflucht zu Messgrössen, die den Gegenstand nur einigermaßen wiedergeben: In vielen Fällen ist es die Produktivitätsentwicklung, wobei man gewöhnlich die Pro-Kopf-Entwicklung ausweist (Bruttowertschöpfung pro Beschäftigten). Hier zeigt sich bereits ein Problem: Eigentlich müsste man die Produktivität durch die Anzahl geleisteter Arbeitsstunden dividieren, denn diese sind viel relevanter für die Produktivität als die Anzahl Beschäftigte. Allerdings sind sie auch statistisch schwerer erfassbar. Kommt hinzu, dass die Wertschöpfung vor allem in hochentwickelten Volkswirtschaften verzerrt ist, denn sie berücksichtigt Qualitätssteigerungen oder umweltfreundlichere Produkte nur unzureichend. Auch wird der steigende Dienstleistungsan-

VON MARTIN NEFF, ECONOMIC RESEARCH

Die Textilindustrie zählte einst zu den Paradedepferden der Schweizer Wirtschaft. In den letzten zwanzig Jahren hat jedoch ein Aderlass sondergleichen diese Branche erfasst und verdeutlicht, welch tiefgreifenden Wandel die Verschärfung des Wettbewerbs auslösen kann und wie nachhaltig er langfristig gewachsene Strukturen aus den Angeln zu heben vermag. Was heute noch am Markt boomt, kann übermorgen schon «out» sein oder – wie im Fall der Textilbranche – irgendwo anders in der Welt zumindest billiger produziert werden. Obwohl die Textilindustri-

teil eher unterschätzt. Kein Wunder also, dass angesichts der schlechten Grundlagen die gängigen Konzepte zur Wettbewerbsfähigkeit doch recht vage geblieben sind.

Die Bemessungsgrundlage in nebenstehender Grafik hat Parallelen zum Skispringen: Sie baut einerseits auf messbaren Grössen auf, zugleich fliessen aber individuell beurteilte Komponenten mit ein, die man als «Analyst's Opinion» bezeichnen könnte. Erst ein breites Spektrum von Wettbewerbsfaktoren führt zu einer Beurteilung, die der Komplexität des Wettbewerbs Rechnung trägt. Die Gesamtheit der einzelnen Komponenten widerspiegelt die aktuelle Einschätzung der Wettbewerbsfähigkeit von Schweizer Branchen durch die CREDIT SUISSE. So verdankt die Pharmaindustrie ihre gute Note der starken Stellung im internationalen Wettbewerb, den überdurchschnittlichen Produktivitätssteigerungen und der positiven Ertragsentwicklung. Am Schluss rangiert die Landwirtschaft, die sich infolge Abschottung bisher am wenigsten den Erfordernissen des Weltmarktes angepasst hat.

ellen in der Schweiz versuchten, sich dieser Entwicklung zu entziehen, gelang dies nur den wenigsten. Inzwischen ist die Branche einigermassen «gesund geschrumpft». Zusätzlich hat sie sich aber massiv gewandelt. Denn nur in Nischen oder mit exklusiven Produktelinien, eventuell gepaart mit überlegenem verfahrenstechnischem Know-how, lässt sich auf Dauer noch Geld verdienen. Das Schicksal der Schweizer Textilbranche steht stellvertretend für Entwicklungen in anderen Branchen oder Ländern. War noch vor einiger Zeit die Stahlindustrie eine eigentliche Kernindustrie Europas, so wurde sie in ihrer Bedeutung inzwischen von der Elektrotechnik und der Mikroelektronik abgelöst.

Grundsätzlich können sich kompetitive Anbieter auf zwei Wegen von der Konkurrenz abheben. Entweder sind sie billiger – oder sie sind besser. Ein Weg, um billiger zu sein, ist die Fertigung grösserer Serien und damit die Ausnutzung sogenannter Economies of Scale – also sinkender Stückkosten. Auch verfahrenstechnische Optimierungen oder das Outsourcing von Teilen der Wertschöpfungskette sind Varianten, die Kosten zu senken.

CH-Firmen unterliegen im Preiskampf

Nur sind all diese Potenziale irgendwann erschöpft. In diesem Moment zählt der Lohnkostenvorteil, insbesondere in arbeitsintensiven Branchen. In hochentwickelten Volkswirtschaften wie der Schweiz, die über ein hohes Lohnniveau verfügen, haben Branchen kaum Überlebenschancen, in denen der Wettbewerb vornehmlich über den Preis stattfindet.

Wer sich dem reinen Preiskampf möglichst entziehen will, setzt auf Differenzierung. Doch wenn der Kunde einen höheren Preis bezahlen soll als auf dem Massengütermarkt, dann will er dafür einen grösseren Nutzen. Der Unternehmer muss also höhere Qualität, ein exklusiveres Design oder einen besseren Service bieten können. Nur mit solchen Argumen-



«INNOVATIVE FIRMEN WACHSEN SOGAR IN SCHRUMPFENDEN MÄRKTEN.»

ten lassen sich die höheren Produktionskosten am Markt durchsetzen.

Unternehmungen können sich auch von der Konkurrenz differenzieren, indem sie sich ausgesprochene Nischen suchen, das heisst, Produkte und Dienstleistungen anbieten, die man bei keinem unmittelbaren Konkurrenten findet. Diese Strategie verfolgt beispielsweise die thurgauische Stadler Gruppe, ein mittelgrosser

Hersteller von Schienenfahrzeugen. Dank einem innovativen Gelenktriebwagen gelang es dem Unternehmen, um das Fünffache zu wachsen – notabene in einem Markt, der sich seit Mitte der Achtzigerjahre beinahe halbiert hat.

Viele KMU, die sich durch ein hohes Innovationspotenzial auszeichnen und in Forschung und Entwicklung investieren, verfolgen Nischenstrategien. Dieses Ver-

halten findet sich traditionell in der chemischen und der Maschinenindustrie, aber auch in der Elektrotechnik und bei den Präzisionsinstrumenten. Als eigentliche Schlüsseltechnologien der nächsten Jahre gelten die Informations- und Biotechnologie. Dabei ist beim Begriff Biotechnologie nicht automatisch an die Chemie- und Pharmamultis zu denken. Erfolgsgeschichte schreibt zum Beispiel auch die Cytos Biotechnologie AG, ein mittelgrosses Unternehmen im Kanton Zürich, das bereits im vierten Betriebsjahr eine vielversprechende Entwicklungspipeline aufweist, so dass Investoren seinen Wert auf einen zweistelligen Millionenbetrag schätzen.

Doch kann ein Unternehmen in Schönheit beziehungsweise Qualität sterben, wenn es ihm nicht gelingt, den potenziellen

Der Weg zum Weingenuss

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

GUTSCHEIN für 2 Gratis-Ausgaben

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

Name: _____

Vorname: _____

Adresse: _____

PLZ/Ort: _____

Datum _____ Unterschrift: _____

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



Kunden von dessen Mehrnutzen zu überzeugen. Denn im Unterschied zum Preis ist Qualität meist nicht selbstredend. Bei der Differenzierungsstrategie ist das Marketing deshalb von zentraler Bedeutung.

Vertikal oder horizontal integrieren

Unabhängig davon, ob eine Firma die Kostenführerschaft anstrebt oder eine Differenzierungsstrategie verfolgt: In beiden Fällen stellt sich die Frage, welche Aufgaben sie selber übernimmt und welche Leistungen sie einkauft. Verlängert eine Firma ihre Wertschöpfungskette, indem sie vor- und nachgelagerte Bereiche übernimmt, spricht man von vertikaler Integration. Die Verlängerung der Wertschöpfungskette zahlte sich beispielsweise für die Baufirma Eberhard AG in Kloten aus: Sie begann,

den Bauschutt selber zu rezyklieren, um ihn als Strassenbelag auf den eigenen Baustellen wieder einzubringen. Damit konnte die Firma den Einbruch bei Bauleistungspreisen auffangen, sind doch die Baustoffpreise weniger stark gesunken.

Im Gegensatz zur vertikalen stellt die horizontale Integration eine Fusion von Firmen dar, die sich in der Wertschöpfungskette auf derselben Stufe befinden. Grundgedanke solcher Zusammenschlüsse ist erstens eine höhere Marktmacht, die die Wettbewerbsintensität auf den Abnehmermärkten verringert. Auch auf der Beschaffungsseite ist mit Vorteilen zu rechnen, die sich in besseren Konditionen, kürzeren Lieferfristen oder vorteilhafterem Service niederschlagen können. Zweitens lassen sich die Produktionskosten dank

der erzielbaren Economies of Scale und geringerer Kosten für zentrale Dienste wie Marketing, Personalwesen sowie Forschung und Entwicklung senken. Elefantenhochzeiten, die den Wettbewerb innerhalb einer Branche zu beeinflussen vermögen, können definitionsgemäss nur in ohnehin schon hoch konzentrierten Sektoren stattfinden. An Beispielen für diese Strategie fehlt es im internationalen Umfeld wahrlich nicht. In der Schweiz stellt zweifellos die Fusion von Ciba und Sandoz zur Novartis ein typisches Beispiel dar. Novartis hat insbesondere im Pharmabereich ihre Wettbewerbsfähigkeit im internationalen Umfeld wesentlich gestärkt.

MARTIN NEFF, TELEFON 01 333 24 84

MARTIN.NEFF@CREDIT-SUISSE.CH

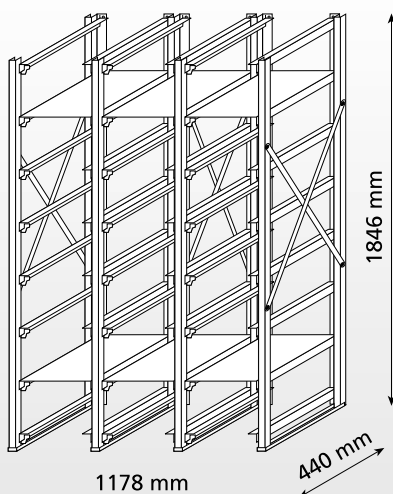
Bringt Ordnung in Ihren Weinkeller und schont Ihren Rücken:

Das universelle

Bordeaux-Kisten- & Weinflaschen-Gestell

für den anspruchsvollen Weinfreund

Basisgestell



- 8 Bordeaux-Kisten übereinander stapelbar
- Zugriff und Einblick in jede einzelne Kiste
- Spezialtablare für Einzelflaschen
- stabiles korrosionsgeschütztes Stahlgestell
- einfachste Montage/Demontage
- beliebig kombinier- und erweiterbar
- **unübertroffen preisgünstig:**

Basisgestell Fr. 750.- inkl. MWST
(3 Gestelleinheiten à Fr. 250.- für total
24 Bordeaux-Kisten; siehe Skizze)



Hans Signer AG

CH-8586 Ennetaach-Erlen TG

Telefon 071 649 11 11

Fax 071 649 11 22



Spezialkonditionen
ab 5 (wie Bild) bzw. 10 Gestelleinheiten.
Verlangen Sie unsere Unterlagen.

☐ Bitte senden Sie mir Unterlagen über Ihr universelles
Bordeaux-Kisten- und Weinflaschen-Gestell.

Name: _____

Vorname: _____

Adresse: _____

PLZ/Ort: _____



«EIGENSINN IST EINE SCHWEIZER STÄRKE»

WIE STEHTS MIT DER KONKURRENZ AUF DER GLOBALEN, NATIONALEN UND MEDIALEN BÜHNE?
HUGO BÜTLER, CHEFREDAKTOR DER «NEUEN ZÜRCHER ZEITUNG», FÜHRT SIE DURCH DIE VORSTELLUNG.

CHRISTIAN PFISTER Nach dem Zusammenbruch des Ostblocks steht der Kapitalismus konkurrenzlos da. Gibt es Alternativen?

HUGO BÜTLER Zur liberalen Marktwirtschaft sehe ich keine Alternativen. Ebenso wichtig wie der Kapitalismus als Wirtschaftsmodell ist das politische Leben. Der Rechtsstaat sichert den Menschen die individuelle Freiheit. Und die Kombination von Marktwirtschaft und liberalem Rechtsstaat baut die Basis für eine prosperierende Gesellschaft.

C.P. Ist der Begriff der «freien Welt» heute noch von Bedeutung?

H.B. Der Drang nach Freiheit verschafft sich in der ganzen Welt Platz. Wir beobachten das immer wieder; Freiheit bewegt die Völker überall. Demokratie ist das Ideal der mündigen Menschen. Der Rechtsstaat bietet dafür die Grundvoraussetzung, denn Freiheit ohne Bindungen brächte Anarchie und Faustrecht. Mit dem Fall der Berliner Mauer ist der Begriff der «freien Welt» natürlich ein wenig verblasst. Heute muss die Diskussion neu



**INTERVIEW: CHRISTIAN PFISTER,
REDAKTION BULLETIN**

ansetzen. Was ist der Zweck eines Staats? Was ist der Sinn der Politik? Wer ist verantwortlich für das Glück der Menschen? Das sind heute zentrale Fragen.

C.P. Staaten verlieren an Bedeutung. Konflikte entbrennen fortan unter Religionen und Kulturen. Einverstanden?

H.B. Ich halte die These für übertrieben, es käme zum Krieg unter den Kulturen und Religionen. In Einzelfällen wie in Afghan-

nistan oder auf dem Balkan spielen Religionen und traditionelle Verhaltensweisen eine Rolle. Ich bin aber optimistisch: Überall überwiegen tendenziell letztlich die Kräfte, die an einer vernünftigen Weltordnung interessiert sind. Kooperieren und Koordinieren heissen hier die zukunftsweisenden Wegmarken. So haben wir heute eine World Trade Organisation, die für wirtschaftliche Rahmenbedingungen sorgt und Grenzen abbaut. Zudem setzen sich die Vereinten Nationen dafür ein, dass weltweit ein allgemeingültiges Menschenrechtsideal respektiert wird – auch wenn dies nicht immer gelingt. Und abgesehen von bestimmten Religionen und Kulturen: Schlechte Kräfte gibt es überall, und überall muss gegen sie angekämpft werden.

C.P. Was bedeuten neue Gegenspieler wie China oder Indien für den Westen?

H.B. Die Vormachtstellung der USA und Europas wird relativiert. Es entwickeln sich neue Kräfte. Wenn sich Weltgegenden nun definitiv aus den Klauen des Kolonialismus lösen, dann bewegt sich die Welt in eine wünschbare Richtung. Viele meinten, als in den Achtzigerjahren die Tigerstaaten aufkamen, die Zukunft liege nur noch in Asien. Die jüngsten Krisen in jenen Ländern offenbarten indes, dass dies eine allzu einfache Sichtweise war. Doch keine Frage: Asien wird sich erholen und weitere Schritte vorankommen – Lateinamerika ebenso. Skeptischer bin ich für Afrika, wo es noch an so vielem mangelt. Das Potenzial der Dritten und Vierten Welt ist jedoch gross. Und wenn wir von einem neuen Kräfteverhältnis sprechen, müssen wir die Demographie berücksichtigen. Ich war unlängst beim chinesischen Botschafter in Bern zum Mittagessen eingeladen. Zugewesen waren die Vertreter Indonesiens, Japans und Indiens. Der Gastgeber sagte mir zu Tische: «Sind Sie sich bewusst, dass Sie mehr als der Hälfte der Menschheit gegenüber sitzen?» Allein das Bevölkerungswachstum in diesen Weltgegenden relativiert vieles. Das darf der Westen nicht unterschätzen.

C.P. Wird in der Schweiz angesichts des internationalen Konkurrenzkampfs intelligent und effizient genug an den Rahmenbedingungen gearbeitet?

H.B. Es wird zu viel Kraft vergeudet, um hergebrachte Positionen zu verteidigen. So machte sich unser Land spät an die Liberalisierung. Der Aufbruch des Telefonmonopols etwa dauerte im Vergleich zu anderen Staaten sehr lange. Eine Fitnesskur ist

angesagt. Bei aller Kritik dürfen wir unsere Stärken aber nicht ausblenden. Eine davon ist der Wettbewerb unter den Gemeinden und Kantonen. Insbesondere im Steuerwesen halte ich diese Konkurrenz für sehr gesund. Hier ist vieles vorweggenommen, was international Schule machen sollte.

C.P. Wie beurteilen Sie die Leistungsfähigkeit der Schweizer Topkader ?

H.B. Wir erleben gerade eine Phase, in der ausländische Investoren ein paar Schweizer Symbolunternehmen gekauft haben. Eigentlich kein allzu gutes Zeugnis für unsere Wirtschaftskapitäne. Andererseits haben wir in Anbetracht unseres kleinen Landes viele weltbekannte Grossunternehmen. Einige Multis, aber auch viele KMUs gehören in bestimmten Nischen global zu den Leadern. In zahlreichen Firmen verstehen es die Unternehmer, traditionelle Stärken mit neuen Herausforderungen zu koppeln.

C.P. Ist die Schweizer Konsensmentalität dabei nicht hinderlich ?

H.B. Die Kunst besteht darin, Konsens zu suchen und zu pflegen, wo es ihn braucht. In der Politik etwa finden sich keine Entscheidungen ohne Mehrheit – und das ist richtig so. In unserer direkten Demokratie wäre ein Gegensatz von Opposition und Regierung unmöglich. In der Wirtschaft gelten andere Spielregeln.

C.P. Eine Auswirkung der Konsensmentalität sind Kartelle und Absprachen. Ist das in Ihrem Sinn ?

H.B. Natürlich nicht. Durch den langen wirtschaftlichen Erfolg der Schweizer Wirtschaft sind wir bequem geworden. Ich vermisse oft einen radikaleren Veränderungswillen. Die Kartellmentalität prägt vielerorten das Geschehen. Es ist eine Illusion



«DER DRANG,
IN DIE EU ZU GEHEN,
SCHEINT IN DER WIRTSCHAFT
EHER ABZUNEHMEN.»

zu glauben, dass unser Staat auf Dauer gegen den internationalen Anpassungsdruck Milliarden einzusetzen vermag, um wie in der Landwirtschaft alte Strukturen zu bewahren.

C.P. Von Ihnen war zu lesen: «Die Schweiz wäre nicht das eigenwillige Land, würden die Bürger ihre grundlegenden Entschlüsse nicht zäh und vorsichtig wie Bergsteiger erwägen.» Ist diese Eigenart noch erfolgversprechend ?

H.B. Bei allen Vorbehalten – ich empfinde den Schweizer Eigensinn als Stärke. Demokratie braucht Geduld und Überzeugungsarbeit. Schliesslich fordert sie ein hohes Verantwortungsbewusstsein. Wir machen nicht einfach das nach, was andere vorspüren. Dieser Eigenwille gibt der Schweiz eine Ausstrahlung. Es herrscht eine skeptische, scharfsinnige Betrachtung der Vorgänge in der Welt. Diese Art sollten wir uns bewahren.

C.P. Eigensinn beweisen die Schweizer in der Frage des EU-Beitritts. Was bedeutet das Abseitsstehen für den Finanzplatz Schweiz ?

H.B. Der Finanzplatz ist bisher erfolgreich aufgetreten – dank guten Dienstleistungen, einer geschickten Geldpolitik, einer soliden Währung und guten Rahmenbedingungen wie etwa in Form guter Arbeitskräfte. Dennoch drängt die Frage: Macht es Sinn, mit einer eigenen Währung zu arbeiten ? Jetzt, da das europäische Geld vereinheitlicht wird, scheint so eine Insel fragwürdig. Mit seiner hohen Leistungsbereitschaft, Zuverlässigkeit, Präzision und bestausgebildeten Berufsleuten hat der Finanzplatz Schweiz aber gute Chancen, konkurrenzfähig zu bleiben. Darauf kommt es an, ob mit oder ohne Schweizer Franken.

C.P. Würde ein EU-Beitritt die Sache erleichtern ?

H.B. Der Drang, in die EU zu gehen, scheint in der Wirtschaft eher abzunehmen. Wirtschaftliche Argumente für einen Beitritt gibt es im Moment kaum: Zu Buche schlagen wenige Arbeitslose, wenig Inflation und eine positive Konjunktur. Sobald es um die Konjunktur wieder schlechter bestellt wäre, würden die Beitrittsbemühungen intensiviert. Doch wir müssen die Frage der EU-Mitgliedschaft von wirtschaftlichen Diskussionen loslösen. Sich in Europa zu integrieren ist vor allem eine politische Aufgabe. Es wird länger dauern – wenn es überhaupt so weit kommt, bis die Schweizerinnen und Schweizer einem EU-Beitritt zustimmen. Die Geschichte der Schweiz in den letzten Jahrzehnten war eine Erfolgsgeschichte des Alleingangs und des Aussenseitertums. Von diesem Selbstbewusstsein nimmt unser Volk nicht so schnell Abschied.

C.P. Dass die Schweiz Weltklasseleistungen hervorbringt, zeigt auch die NZZ. Unlängst wurde Ihr Blatt zu den weltweit fünf besten Tageszeitungen gekürt. Wie lautet Ihr Erfolgsrezept ?



«DIE STARKE
REDAKTIONSARBEIT IST
ONLINE EBENSO GEFRAGT WIE
IN DEN PRINTMEDIEN.»

H.B. Ausschlaggebend für die Auszeichnung der NZZ sind zwei Dinge: das Erbringen einer qualitativ guten Dienstleistung und das Aufarbeiten von Informationen von hoher Qualität. Ein wichtiger Erfolgsfaktor ist die Art, wie die NZZ konzipiert ist – die Kombination von geistiger, publizistischer Leistung und Unternehmensstruktur. Der Zweck unserer Firma ist es, eine gute Zeitung zu machen. Unsere Aktionäre waren immer bereit, einen grossen Teil der Gewinne wieder ins Unternehmen zu investieren. Die Dividende ist nicht oberstes Kriterium, eine kurzfristige Ausschüttungspolitik gibt es bei uns nicht. Dieses langfristige Denken ist auch im heute gepredigten Shareholder Value ein entscheidendes Element. Unsere Aktiengesellschaft mit der Zweckbestimmung ergibt eine Konstanz, die sich bewährt hat. Und vergessen wir nicht: Ohne gute, kritische Leser lässt sich keine starke Zeitung machen – sie sorgen für die beste Qualitätskontrolle.

C.P. Noch nie zuvor war Information so schnell und jedermann zugänglich wie im Internet. Was heisst das für die NZZ?

H.B. Der Wettbewerb in der Medienwelt ist härter geworden. Die Explosion der digitalen Möglichkeiten macht das Informationsgeschäft anforderungsreicher, nervöser, schneller und für die Empfänger oft auch unübersichtlicher. Die NZZ sieht darin nicht bloss Gefahren, sondern auch Chancen. Die starke Redaktionsarbeit, die intellektuelle Topleistung ist online ebenso gefragt wie in den Printmedien. Ohne die Navigationsleistung einer Redaktion, ohne den von einem grossen Team gefertigten Kompass würde der einzelne Mensch im Meer der digital abrufbaren Information untergehen. Wir wären dumm, wenn wir die Schnelligkeit der Informationsverbreitung des Internets nicht auch nutzen würden. Vielleicht bietet sich Zeitungen mit Onlineangeboten die

Möglichkeit, Publikum zurückzuholen, das sie früher an Radio und Fernsehen verloren haben.

C.P. Diesen Sommer trafen sich in Zürich Chefredaktoren von Zeitungen aus der ganzen Welt zu einem Kongress. Der Anlass stand unter dem Motto «Anbruch einer neuen Ära». Woher kommt der Optimismus?

H.B. Es gab Zeiten, da herrschte unter den Verlegern Untergangsstimmung. Heute hat die Branche erkannt, dass digitale Information das gedruckte Wort nicht verdrängt. Wichtig war die Einsicht, dass Zeitungen im elektronischen Bereich aktiv sein müssen – auch wenn damit eine Kannibalisierung einsetzt, sich die Zeitungen also mit ihrem Onlineangebot selber Leser abspenstig machen. Es ist keine Frage von Entweder-oder. Es wird sich in den nächsten zehn Jahren ein intelligentes Nebeneinander entwickeln. Erwartungen und Spekulationen, die Welt werde bald nur noch online sein, sind mit Vorsicht zu geniessen.

C.P. Welchen Konkurrenzvorteil hat die gedruckte Tageszeitung?

H.B. Eine Zeitung kann man überall und in fast allen Lebenslagen nutzen; sie ist handlicher und lesbarer als ein Angebot auf dem Bildschirm. Mit einer Qualitätszeitung erhält der Leser jeden Tag ein intelligent zusammengestelltes Paket aus gewerteten, lesbar aufbereiteten und kommentierten Informationen aus Politik, Wirtschaft, Kultur, Sport und Wissenschaft. Und dafür besteht ein Markt: Die Abonnentenzahlen von Qualitätszeitungen steigen.

C.P. Die NZZ ist auch eine wirtschaftliche Grösse. Gibt es zwischen wirtschaftlichem Kalkül und journalistischer Pflichterfüllung keine Konflikte?

H.B. Spannungen gehören zu unserm Geschäft. Etwa dann, wenn wir Unternehmen und Branchen kritisch unter die Lupe nehmen und diese uns deswegen im Inserategeschäft boykottieren. Das kommt hie und da vor. Wir lassen uns jedoch nicht unter Druck setzen. Jeder Unternehmer ist im Streitfall frei, auf Inserate in der NZZ zu verzichten.

C.P. Tragen gute Journalisten zur Attraktivität eines Standorts bei?

H.B. Ja. Wenn Journalisten gute Arbeit machen, dann hat dies Auswirkungen auf die Bürger, die politischen und wirtschaftlichen Kräfte. Es zeichnet einen Standort aus, wenn sich sein Volk aus aufgeschlossenen, kritischen Menschen zusammensetzt. Es braucht ein kritisches öffentliches Bewusstsein, um eine lebendige Gesellschaft zu haben. Medien stehen dabei in der Verantwortung; sie sind ein wichtiges Element für die Bewusstseinsbildung. Das wirkt auf Politik und Wirtschaft zurück, wo die Verantwortung ernster genommen wird. Und das wiederum strahlt international aus.



MILLENNIUM: DAS SCHWEIZER VOLK BLEIBT COOL

Die Uhr tickt, die Jahrtausendwende naht. Täglich nutzen wir Dienstleistungen, die ohne Computer nicht existieren können. Weltweit bemühen sich deshalb Banken, Versicherungen, Fluggesellschaften und andere Dienstleister, ihre Computersysteme für das Jahr 2000 tauglich zu machen. Damit wollen sie vermeiden, dass sich der zurzeit berühmteste «Käfer», der Millennium-Bug, in den Datennetzen festsetzt.

Monatlich führt die CREDIT SUISSE in der Schweizer Bevölkerung eine Umfrage zum Millennium durch. Die aktuellsten Zahlen zeigen ein wachsendes Bewusstsein der Problematik. Weniger bekannt ist das Problem nach wie vor in den unteren Bildungsschichten. Die Zahl derjenigen, die überhaupt keine Störungen erwarten, ist im Steigen begriffen. Im September erreichte sie bereits 46 Prozent – gegenüber 40 Prozent im August. Vorläufiges Fazit der Umfrage: Das Schweizer Volk bleibt cool in Sachen Millennium. Die aktuellen Zahlen liegen jeden Monat neu auf der Website des Bulletins bereit.

(www.credit-suisse.ch/bulletin).

DIE CREDIT SUISSE MACHT UNTERNEHMEN MUT

Innovative, kleine Unternehmen sind heutzutage ein zentraler Motor für das Wirtschaftswachstum und die Schaffung neuer Arbeitsplätze. Staat, Hochschulen, Industrie und Banken fördern deshalb mehr und mehr die Gründung solcher Firmen. Damit alle am gleichen Strick ziehen, tut ein regelmässiger Gedankenaustausch Not. Aus diesem Grund organisieren der Novartis Venture Fund, die Wirtschaftszeitschrift Bilanz und die CREDIT SUISSE eine Tagung mit dem Titel «Mut zum eigenen Unternehmen». Mit Fachreferaten, Beispielen und Werkstattgesprächen zeigen Persönlich-

JETZT HAT DIE BULLETIN- GLÜCKSFEE ZUGESCHLAGEN

Für einmal hat Redaktionsassistentin Rosmarie Schultheiss (Bild) nicht Buchhaltung, Korrespondenz, Leserbetreuung oder die Disziplin der BULLETIN-Redaktion unter die Lupe genommen. Jetzt spielte sie – auch dies bravourös – die Glücksfée. Rund 100 Firmen hatten am BULLETIN-Wettbewerb teilgenommen, bei dem es einen Web-Check durch die deutsche Internetspezialistin Petra Vogt zu gewinnen gab (vergleiche BULLETIN Nr. 4/99). Die zehn Gewinner werden nun in den nächsten Wochen auf ihre Fitness in Sachen Cyberspace durchleuchtet. Es sind dies:



www.nottaris.ch
www.charles-bucher.ch
www.winzeler.ch
www.media-nova.com
www.groups.ch
www.beau-rivage-hotel.ch
www.imbach.com
www.elsa-swi.com
www.swissderivatives.ch
www.valaisinfo.ch

Wir gratulieren. Und den Teilnehmerinnen und Teilnehmern, die leer ausgegangen sind, bleibt der Trost: Das nächste BULLETIN mit interessanten Beiträgen zum E-Commerce kommt bestimmt. Wetten dass? Davon überzeugen können Sie sich schon in dieser Ausgabe auf Seite 52.

keiten aus Wirtschaft, Politik und dem Hochschulsektor – darunter Bundesrat Pascal Couchepin und Crossair-Chef Moritz Suter –, wie die Förderung von Jungunternehmen aussehen müsste. Die Tagung findet am 10. Dezember im Crossair Conference Center, EuroAirport Basel, statt. Die Teilnahme an der Tagung ist kostenlos. Das detaillierte Programm inklusive Anmeldeformular ist im Internet unter www.mutig.ch abrufbar oder kann bestellt werden bei: Com.factory AG, «Mut zum eigenen Unternehmen», Postfach 217, 4013 Basel. Fax: 061 385 86 11.





POLYSPAN®
Authorized Reseller

communication

...alte Bräuche neu definiert...



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



TELSYS
TELECOM

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

VOM TAXI AUS MIT AKTIEN HANDELN

Der Wertschriftenhandel ist bald nicht mehr auf das Telefon und den PC beschränkt. In Zusammenarbeit mit der Swisscom lanciert die CREDIT SUISSE als erste Bank in der Schweiz das mobile Banking vom Handy aus. Ab dem ersten Quartal 2000 können Natel-Kundinnen und -Kunden der Swisscom ihre Börsentransaktionen standortunabhängig per Handy abwickeln – via youtrade, dem Online-Börsenhandel der CREDIT SUISSE (siehe S. 52). Die WAP-Technologie macht es möglich (Wireless Application Protocol). Die CREDIT SUISSE nimmt damit einmal mehr eine Vorreiterrolle ein. Das Wireless Application Protocol passt die grafisch vereinfachten Homepages den speziellen Gegebenheiten des Handys an – kleiner Bildschirm, keine richtige Tastatur. Die WAP-Technologie wird von allen namhaften Handy-Herstellern unterstützt. Weitere Informationen finden Sie unter www.youtrade.com oder Telefon 0848 80 70 51.

AM PULS DER REGIONEN

Als Retail Bank mit starker Verwurzelung in der Schweizer Wirtschaft ist die CREDIT SUISSE dazu prädestiniert, den Landesregionen ihren ökonomischen Puls zu fühlen. Die Pulsnahme geschieht über unzählige Kundenkontakte, aber auch über wissenschaftliche Studien des Economic Research. Diese Regionalstudien behandeln alle relevanten Aspekte des wirtschaftlichen Lebens: Rahmenbedingungen, Standortqualität, Demographie, Konjunktur, Beschäftigung, Konsum, Branchenanalysen, öffentliche Finanzen, Entwicklungsperspektiven. In diesem Jahr sind bereits zu folgenden Regionen Studien erschienen (in der offiziellen Sprache der jeweiligen Region): Basel, Chur, Solothurn,

Winterthur, Horgen/Einsiedeln, Engadin, Sopraceneri, Sottoceneri, Neuenburg, Oberer Zürichsee/Glarus, Thurgau, Aargau. Die Studien sind in den Geschäftsstellen der betreffenden Region erhältlich, oder über Fax 01 333 37 44. Informationen zum Inhalt der Studien gibt Roland Fischer, CREDIT SUISSE Economic Research, Telefon 01 333 77 36 (roland.fischer@credit-suisse.ch).



WER NACHHALTIG DENKT, ERZIELT HÖHERE RENDITEN

Nachhaltigkeit – auf neu-deutsch «Sustainability» – ist in aller Munde. Die CREDIT SUISSE GROUP steht nicht abseits und betreibt seit Jahren ein erfolgreiches Um-

weltmanagement. Der Effort ist den geneigten Marktbeobachtern nicht entgangen: Als eine von fünf Schweizer Finanzgesellschaften fand die CREDIT SUISSE GROUP Aufnahme in den Dow Jones Sustainability Group Index (DJSGI), den ersten globalen Index für Nachhaltigkeit. Lanciert wurde er im vergangenen September von der Zürcher Vermögensverwaltungsfirma «SAM Sustainabi-

lity Group», zusammen mit Dow Jones Indexes. Der Index umfasst 68 Industriegruppen und 22 Länder, wobei jeweils jene zehn Prozent der Unternehmen Eingang finden, die nach Sustainability Kriterien zu den Branchenführern gehören. Im Index werden sowohl wirtschaftliche als auch soziale und ökologische Kriterien berücksichtigt. Bereits haben fünf Finanzdienstleister eine Lizenz des DJSGI

erworben – mit Recht, denn zwischen Nachhaltigkeit und Rendite besteht kein Widerspruch; Dow Jones hat sogar errechnet, dass die bezüglich Sustainability führenden Unternehmen im DJSGI bei der Performance der letzten fünf Jahre klar über dem Dow Jones Global Index lagen. Weitere Infos gibt es unter www.sustainability-index.com oder via Telefon 01 333 80 33.





www.winterthur.com/ch

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

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

ÜBER DEN WOLKEN MUSS DIE
FREIHEIT GRENZENLOS SEIN.
ÖKONOM CESARE RAVARA GEHT
HIERNIEDEN DER FRAGE NACH,
OB DIE FREIHEIT DANK
DER WTO AUCH IM WELTHANDEL
EINZUG HÄLT.

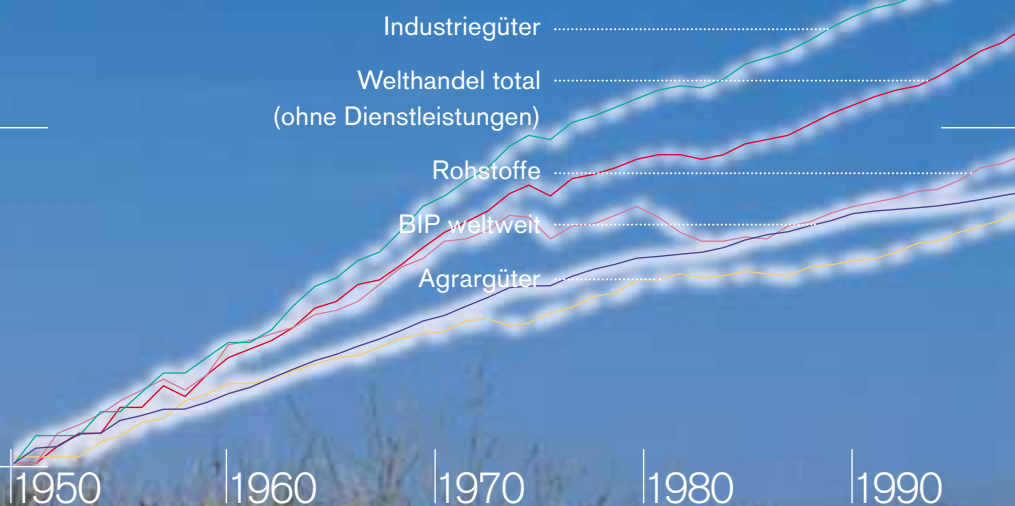
FREIE MÄRKTE SIND KEIN
ALLHEILMITTEL GEGEN ARMUT UND
UMWELTZERSTÖRUNG. DENNOCH:

DER WELTHANDEL HEBT AB

100

10

INDEX 1950=1



HANDEL UND BRUTTOINLANDPRODUKT WELTWEIT 1950–1997

Auch ein Verdienst der WTO: In den letzten 50 Jahren hat sich der Wert der weltweit gehandelten Industrie- und Agrargüter sowie der Rohstoffe verelfacht.

VON CESARE RAVARA, ECONOMIC RESEARCH

Es ist das Verdienst von über 50 Jahre dauernden Liberalisierungsbemühungen, dass die Zolltarife im Warenaustausch zwischen den Mitgliedstaaten der Welthandelsorganisation WTO stark abgebaut werden konnten. In dieser Zeit hat sich der Wert der weltweit gehandelten Industrie- und Agrargüter sowie der Rohstoffe vervelfacht. Im gleichen Zeitraum stieg die weltweite Produktion um etwa das Siebenfache (siehe Grafik auf Seite 32). Dieser Anstieg ist zu einem beträchtlichen Teil den Vereinfachungen zu verdanken, weltweit Güter und Dienstleistungen zu exportieren und zu importieren. Wurden 1950 etwa 7 Prozent der Weltproduktion international gehandelt, so sind es heute rund 25 Prozent.

Laut Schätzungen generieren die liberalisierten Handelsbeziehungen weltweit zusätzliche Wohlstandsgewinne von jährlich etwa 300 Milliarden Schweizer Franken. Davon konnten bisher zu mehr als zwei Dritteln die fortgeschrittenen Volkswirtschaften Westeuropas und Nordamerikas sowie Japan profitieren. Der restliche Teil entfällt auf alle übrigen Länder innerhalb der WTO – auf die Transformations-, Schwellen- und Entwicklungsländer, obwohl diese Ländergruppe mittlerweile rund 80 Prozent der heute 134 WTO-Mitgliedstaaten ausmacht. So sank der Anteil Afrikas an den Weltexporten wegen des Preiszerfalls auf den Agrarmärkten von 6 Prozent im Jahre 1950 auf heute rund 2 Prozent. Daraus ist klar ersichtlich, dass sich die Verringerung des Wohlstandsunterschieds zwischen armen und reichen Ländern vielerorts nicht im erhofften Ausmass eingestellt hat. Diese Verringerung ist eines der primären Ziele der WTO-Bemühungen. Genügend Arbeit und Wohlstand sind nämlich wichtige Voraussetzungen, um Zwangsauswanderung, Kriegen und politischer Instabilität vorzubeugen.

Menschen- und Arbeitsrechte, nachhaltige Wirtschaftsentwicklung und Umweltschutz sind zwar nicht Gegenstand des WTO-Vertragswerks. Dennoch weist es darauf hin, dass Nachhaltigkeit und Rücksicht auf die Umwelt Anliegen der Welthandelsorganisation sind. Der Welthandel ist also nur dann wirklich frei, wenn er auch fair ist. Handel kommt zustande, weil die Produktionsprozesse immer mehr arbeitsteilig sind und die Volkswirtschaften ihre komparativen Vorteile ausnutzen, aber auch weil Einkommensunterschiede bestehen oder die Transport- und Kommunikationsmöglichkeiten ständig verbessert werden. Einkommensunterschiede sind primär ein Spiegelbild der Arbeitsmarkterhältnisse, aber auch der unterschiedlichen Wertschöpfung und Produktivität, die sich aus der Kombination von Arbeit und Kapital ergeben. Es lohnt sich also, arbeitsintensive Güter dort herzustellen, wo die Gesamtkosten der Produktion – unter Berücksichtigung von Produktivitätsaspekten – am günstigsten sind. Davon profitieren die Exporteure, ihre Angestellten, die Importeure und schliesslich die Konsumenten. Zu diesem Prinzip steht die Idee eines liberalen Welthandels. Die Produktionsverlagerungen – auch zwischen den aufstrebenden Ländern – zeugen davon, dass die Herstellungsprozesse

se jeweils dorthin wandern, wo das Kosten/Nutzen-Verhältnis am günstigsten ist. Die Weltwirtschaft ist ein Organismus, in welchem die Menschen, Unternehmen und Volkswirtschaften Lernfortschritte (Innovation, Verbesserung der Professionalität) erzielen und dadurch versuchen, ihren Anteil am Wohlstandskuchen zumindest zu halten. Dieser Prozess verändert laufend die Verteilung der komparativen Vorteile und somit die Märkte und Handelsströme.

Fragen bewegen den Welthandel

Ist es aber fair, dass Handel zustande kommt, wenn in gewissen Ländern Kinderhände ausgenutzt und minimale Arbeitnehmerrechte mit Füßen getreten werden? Ist es sinnvoll, dass Güter um die Welt transportiert werden, weil die Transportkosten zum Teil nicht alle verursachten Umwelt- und Gesundheitskosten decken und somit die Preise oft zu niedrig sind? Solche Güter werden nämlich quersubventioniert – sei es durch eine Beeinträchtigung der Lebensqualität oder durch Massnahmen, für die nicht direkt die Verursacher oder Konsumenten aufkommen müssen. Entspricht es liberalen Prinzipien, wenn sich Länder und die darin tätigen Unternehmen Exportvorteile verschaffen, indem sie Bodenschätze und Meeres-

FAIRNESS BEGINNT VOR DER EIGENEN HAUSTÜR

Ist es fair und entspricht es den Prinzipien eines liberalen Welthandels, wenn Staaten bisweilen versuchen, ihre eigenen Produzenten durch technische oder verdeckte Handelshemmnisse (Neoprotektionismus) vor unbeliebter Importkonkurrenz – und zwar nicht nur der Billigländer – zu schützen? Oder aus politischen und wirtschaftlichen Überlegungen heraus bestimmte Lieferanten bevorzugen und damit den freien Wettbewerb untergraben? Klientelismus beginnt vor der Haustür. Die Streitschlichtungsinstanz der WTO bearbeitet eine Fülle solcher Dispute zwischen den Mitgliedstaaten. Pendent sind gegenwärtig rund 30 Streitfälle, wie etwa der Hormonstreit zwischen den USA und Europa oder der Stahlstreit zwischen den USA und Japan. Bisher wurden 139 solcher Streitigkeiten behandelt, deren Beilegung durch die WTO teilweise bis über ein Jahr in Anspruch nahm.



«DER WELTHANDEL IST NUR DANN WIRKLICH FREI, WENN ER AUCH FAIR IST.»

tiefen ohne Rücksicht auf die Regenerationsfähigkeit von Natur, Mensch und Umwelt ausbeuten? Mit dem Wohlstand steigt die Bereitschaft, sich über Umweltqualität Gedanken zu machen und für diese etwas zu zahlen. Also ist eine Wohlstandsvermehrung, die durch internationale Handelsbeziehungen breiter abgestützt ist, wichtig für einen effizienteren Umgang mit ökologischen Ressourcen.

Sind aber nicht die geringe Umweltsensibilität und die tiefen Arbeitskosten – auch dank Kinderarbeit und geringerem Arbeitnehmerschutz – wichtige komparative Vorteile, ohne die viele Länder noch weniger Chancen hätten, ihren Anteil am Wohlstandskuchen zu vergrössern? Eins

ist sicher: Die fortgeschrittenen Volkswirtschaften haben ihren Reichtum vor allem ihren Exportfähigkeiten, aber auch den ihnen gebotenen Exportmöglichkeiten zu verdanken.

Wie soll es mit der WTO nun weitergehen? Auf der einen Seite hat sie bisher vieles erreicht. Die Zolltarife zwischen den Mitgliedstaaten wurden weitgehend abgebaut. Mehr Wirtschaftsbereiche und Länder konnten ins Vertragswerk aufgenommen werden. 32 Länder kandidieren für einen Beitritt – darunter China, die Russische Föderation, Saudi-Arabien und Taiwan. Auf der anderen Seite bereiten ihr der aufkommende Neoprotektionismus Sorgen, ebenso wie die Tatsache, dass die

vertraglichen Vereinbarungen noch nicht überall umgesetzt wurden und die erhoffte Annäherung von Arm und Reich teilweise ausblieb. Sollen die fortgeschrittenen Volkswirtschaften auf Zölle bei Gütern und Dienstleistungen verzichten, die aus Entwicklungsländern importiert werden, um deren Exportchancen zu verbessern?

Freie Märkte und ein intensiver Handel schaffen zwar wichtige Voraussetzungen für mehr Wohlstand und damit auch eine bessere Wohlfahrt. Sie sind aber kein Allheilmittel gegen Armut, Ungleichverteilung und Umweltzerstörung. Die intensive wirtschaftliche Vernetzung beginnt nicht bei Null, sondern bricht wirtschaftliche, gesellschaftliche und politische Strukturen teilweise auf. Das ist mit Risiken und Anpassungskosten verbunden. Diese können jene Länder am ehesten tragen, die ökonomisch stark sind. Das setzt Einkommen – auch aus Exporten – voraus.

Schlaflos in Seattle

Ende November beginnt im amerikanischen Seattle die nächste Minister-Konferenz der WTO. Dort sollen die Weichen für die Zukunft des Welthandels gestellt werden. Soll sie sich einen Marschhalt gönnen und das bisher Erreichte konsolidieren und die Umsetzung der bisherigen Vereinbarungen vorantreiben? Oder muss sie sich geografisch und thematisch erweitern? Wie will sie ihren Anliegen bezüglich nachhaltiger Wirtschaftsentwicklung unter Berücksichtigung von Mensch und Umwelt gerecht werden? Eine grosse Traktandenliste steht an. Es ist der WTO und allen Befürwortern eines freien Wettbewerbs zu wünschen, dass sie die Herausforderungen annehmen. Freiheit, auch wirtschaftliche, und Verantwortung bereichern das Leben. Und wer Freiheit beansprucht, ist dafür verantwortlich, dass sie ihm erhalten bleibt. Das weiss auch die WTO.

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

DER E-COMMERCE KÜMMERT SICH NICHT UM GRENZEN

Die neueste technologische Herausforderung, mit der sich die WTO zunehmend auseinandersetzt, ist das Internet und der elektronische Handel. Zwar lässt sich eine Bestellung via Telegraf, Telefon oder Telefax auch schon unter den elektronischen Handel einordnen. Das Internet aber eröffnet für die Handelsbeziehungen vollkommen neue Möglichkeiten. Vor allem die USA haben ein grosses Interesse daran, dass die übrigen Länder rasch Anschluss finden an die modernsten Telekommunikationsmöglichkeiten. Schon heute ist das Internet in den USA eine wichtige wirtschaftliche Triebkraft, nicht nur in der Hightech-Branche, sondern als Handelskanal. Jenen, die zu diesem Kanal Zugang haben und diesen für sich nutzen können, eröffnen sich grosse Absatz- und Vergleichsmöglichkeiten. Die Preistransparenz und der Kostendruck auf gewisse Güter und Dienstleistungen werden steigen. Das hat Auswirkungen auf die Branchenstrukturen und Distributionskanäle, auf die Arbeitnehmer und Konsumenten. Gleichzeitig sind aber Handelstransaktionen via Internet schwer zu erfassen, was dem Fiskus verständlicherweise Sorgen bereitet. Soll die WTO den E-Commerce zur Freihandelszone erklären (siehe Kurzinterview S. 35)?



KURZINTERVIEW MIT CARMELO GEMELLI, ECONOMIC RESEARCH

MUSS DIE WTO IM CYBERSPACE DEN POLIZISTEN SPIELEN?

CHRISTIAN PFISTER Die Auswirkungen von Electronic Commerce auf den Welthandel sind enorm. Welche Rolle wird die WTO auf den virtuellen Marktplätzen spielen?

CARMELO GEMELLI Die WTO hat erkannt, dass Electronic Commerce grosses Wachstums- und Wohlstandspotenzial in sich birgt. Es ist deshalb Ziel der WTO, Rahmenbedingungen zu schaffen, welche dieses Potenzial fördern. Die WTO hat diesbezüglich eine Vielzahl von wichtigen Traktanden auf der Agenda. Einerseits geht es um das Ausarbeiten von verbindlichen juristischen, regulatorischen und fiskalischen Standards, damit ein möglichst unverzerrter Electronic Commerce gewährleistet werden kann. Andererseits setzt sich die WTO für den weltweiten Zugang zur entsprechenden Telekommunikationsinfrastruktur ein und fördert Sicherheits- und Datenschutzregulierungen, damit das Wachstum von Electronic Commerce unterstützt und nicht im Keim erstickt wird.

C.P. Drücken sich Firmen und Kunden im Electronic Commerce vor den Steuern?

C.G. Sowohl die Besteuerung von Unternehmensgewinnen als auch die Besteuerung von Konsum mittels Mehrwertsteuer werden durch Electronic Commerce gefährdet. Durch das Internet können Unternehmen ihre Produkte und Dienstleistungen weltweit anbieten, ohne in den Absatzländern einen Steuersitz errichten zu müssen. Konsumenten wiederum können von Unternehmen, die im Ausland residieren, Produkte und Dienstleistungen erwerben und diese durch den Ausländer-

status frei von Mehrwertsteuer beziehen. Durch diese Entwicklungen drohen den Staaten empfindliche Steuereinnahmen, und die klassischen Absatzwege werden benachteiligt, sodass ihre Existenz gefährdet ist. Es gibt zu dieser Problematik lediglich eine Lösung, welche nicht mit horrenden Steuereintreibungskosten und mit wettbewerbsverzerrenden Effekten verbunden ist: Die Steuerhoheiten müssen zu einer neuen Definition für den Standort eines Unternehmens finden, welche die Basis für die Besteuerung bildet.

C.P. Welche globalen Regeln für Geschäfte übers Internet sind sinnvoll?

C.G. Regulatorische Bemühungen sind träge und fokussieren sich mehr auf den


Status quo. Dies führt zu zwei grundsätzlichen Problemen. Erstens ist die technologische Dynamik im Electronic Commerce so ausgeprägt, dass Regulierungen durch technologische Innovationen in diesem Bereich bis zum Inkrafttreten bereits wieder obsolet sein können. Zweitens würden zu konservative Regulierungen das Wachstum von Electronic Commerce hemmen und den Nutzen von Electronic Commerce untergraben. Vertieftes Verständnis für die Technologien und Weitsicht bezüglich der Art und Weise, wie Dienstleistungen und Güter verteilt werden können, sind in diesem Kontext von zentraler Bedeutung. Aufgrund der Tatsache, dass kaum ein Gremium diese Weitsicht und dieses technologische Verständnis in sich trägt, bietet sich Selbstregulierung in den meisten Bereichen wohl als einzige gangbare, wirtschaftlich sinnvolle Lösung an. Nichtsdestotrotz muss durch Regulierungen gewährleistet werden, dass legitime, öffentlich-politische Ziele wie etwa die Besteuerung geschützt werden. Die Aufgabe der WTO ist eine Gratwanderung zwischen Freiheit und Verantwortung.

DER E-COMMERCE RUND UM DEN GLOBUS EXPLODIERT

Experten rechnen fürs Jahr 2003 weltweit mit 350 Millionen Menschen online. Der E-Commerce wird dann über 1,2 Billionen Dollar Umsatz generieren.

(Umsatz in Mrd. USD)





DIRK ROSENBERG VOM
ECONOMIC RESEARCH:
«DERIVATE ERÖFFNEN
EIN UNIVERSUM AN
FINANZPRODUKTEN.»

TANZEN SIE IM TAKT DER DERIVATE

ANLAGEINSTRUMENTE WIE FUTURES
UND OPTIONS WOLLEN BEHERRSCHT
SEIN – HIER EINE ÜBUNGSLEKTION.

VON DIRK ROSENBERG,
ECONOMIC RESEARCH

Derivat kommt aus dem englischen und bedeutet «abgeleitet». Im Kontext der Finanzmärkte wird von derivativen Instrumenten gesprochen, wenn der Preis eines Produkts auf der Kursentwicklung eines anderen Vermögenswerts basiert. Bis anhin war die Beratung in Bezug auf die Möglichkeiten und Risiken derivativer Produkte nur grösseren Investoren zugänglich. Das Bedürfnis nach Beratung ist in letzter Zeit aber insbesondere bei Anle-

gern mit einem geringeren Kapitalstock gewachsen.

Die bekanntesten Vertreter aus der Familie der Derivate sind Optionen und Futures. Diese Instrumente dienen einerseits der Absicherung eines bestehenden Vermögens gegenüber negativen Preisentwicklungen. Andererseits setzen risikofreudige Investoren diese zu Spekulationszwecken ein, um spezifische Markterwartungen auszudrücken.

Long- und Short-Futures

In einem Futures-Kontrakt vereinbaren zwei Parteien, zu welchem Preis wann in der Zukunft was geliefert wird. Das zu liefernde Gut kann eine Aktie respektive ein Aktienkorb, eine Obligation, eine Fremdwährung oder ein Gut wie Weizen oder Holz sein.

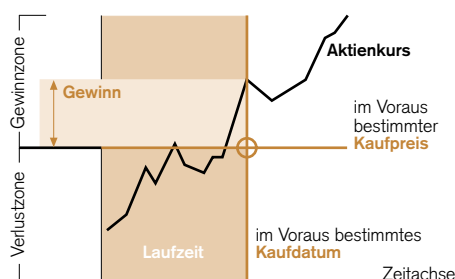
Futures können mittels ihres Zahlungsmusters – der Payoff-Struktur – in Short- und Long-Positionen aufgeteilt werden.

Die Short-Position wird von derjenigen Partei gehalten, welche im Zeitpunkt des Verfalls den Vermögenswert liefern muss, der dem Futures zugrunde liegt: zum Beispiel eine Aktie. Die Gegenpartei dieses Handels hält die Long-Position.

Die Positionen lassen sich auch grafisch darstellen. Hierbei wird deutlich, in welcher Marktsituation welche Partei profitiert respektive verliert. Es lässt sich somit auf einfache Art und Weise das Marktrisiko aufzeigen, das mit diesen Instrumenten einhergeht.

Im nachfolgenden Diagramm ist das Zahlungsmuster der Long-Position eingetragen. Der Halter des Long-Futures trägt das Risiko einer negativen Marktentwicklung des Basisinstruments, beispielsweise einer Aktie. Falls im Zeitpunkt des Verfalls der Aktienpreis unter dem fixierten Lieferpreis liegt, so muss er der Gegenpartei mehr bezahlen, als er dies am Markt für dasselbe Gut tun müsste. Steigt allerdings der Marktpreis des Titels an, so profitiert

LONG-FUTURES (KÄUFER)



er von der Möglichkeit, jenen unter seinem Marktwert zu erwerben. Diesem Muster genau entgegengesetzt verlaufen die Zahlungen für den Halter der Short-Position. Er trägt das Risiko einer positiven Entwicklung des Aktienpreises.

Mittels Futures können Investoren bestehende Positionen, etwa ein Aktienportfolio, gegen sinkende Kurse absichern; dieses Vorgehen heisst «Hedging». Erwartet ein Investor kurzfristige Rückschläge in der Kursentwicklung eines Titels, so kann er sich mittels eines Short-Futures auf diese Aktie gegen Verluste absichern.

Mit dem unter den Lieferpreis fallenden Aktienpreis steigt nämlich der Wert des Futures. Somit werden die Verluste aus dem Halten der Aktie genau kompensiert.

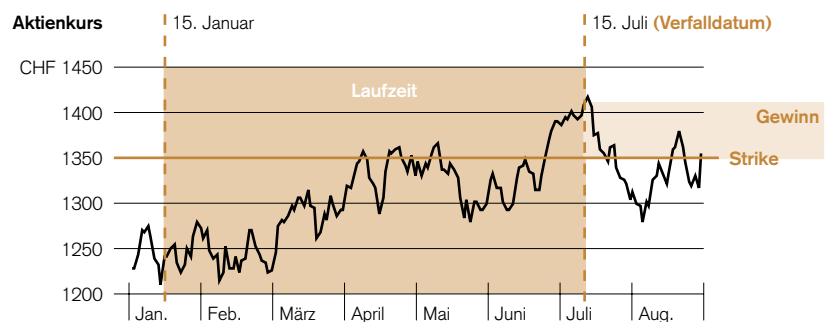
Long- und Short-Optionen

Der Charakter einer Option besteht darin, dass sie dem Käufer das Recht gibt, die Ware, beispielsweise eine Aktie, zu einem im Voraus bestimmten Preis (Strike) zu erwerben oder zu veräussern – hierzu aber nicht verpflichtet ist. Dieses Recht erwirbt er sich durch das Zahlen einer Prämie an

die Gegenpartei. Der Verkäufer der Option, auch Optionssteller genannt, muss hingegen den Titel liefern oder entgegennehmen.

Ob der Käufer der Option die Aktie kaufen oder verkaufen kann, hängt davon ab, ob es sich um eine Call- oder Put-Option handelt. Die Call-Option berechtigt den Käufer, die Aktie zu einem vorgegebenen Preis zu erwerben. Bei einer Put-Option wird dem Halter das Recht verliehen, die Aktie zum Strike-Preis zu veräussern. Wie bei den Futures lassen sich auch die

SO FUNKTIONIERT EINE CALL-OPTION AUF EINE AKTIE



Die Option wurde am 15. Januar bei einem Aktienpreis von 1240 Franken emittiert. Die Laufzeit beträgt sechs Monate, der Strike liegt bei 1350 Franken. Da sich der Aktienkurs am 15. Juli bei 1410 Franken, also oberhalb des Strikes von 1350 Franken, befindet (die Option ist in-the-money), wird der Käufer der Option sein Recht in Anspruch nehmen. Damit erwirbt er einen Aktientitel für 1350 Franken, welcher im Moment einen Marktwert von 1410 Franken aufweist. Befände sich im Verfallszeitpunkt der Aktienkurs bei 1320 Franken (out-of-the-money), so würde er die Option uneingelöst verfallen lassen, wobei er einen Verlust in Höhe des Kaufpreises der Option erlitt.

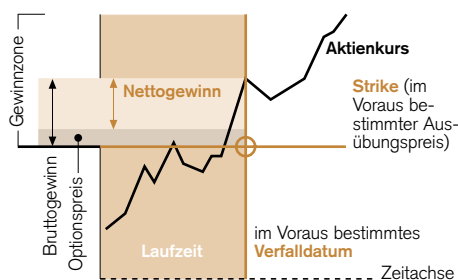
SO LASSEN SICH OPTIONEN EINSETZEN

- **Optionen eröffnen Marktteilnehmern vielfältige Möglichkeiten. So können bestehende Aktienpositionen durch den Kauf von Put-Optionen gegen sinkende Kurse abgesichert werden, ohne das positive Kurspotenzial preiszugeben.**
- **Ein Kunde, der seine Gesamtrendite optimieren möchte, kann Call-Optionen auf seine im Depot gelagerten Aktienbestände verkaufen. Er erhält die entsprechende Optionsprämie, geht aber das Risiko ein, die Aktie zum Strike liefern zu müssen, falls sich der Markt gegen seine Erwartungen entwickelt.**
- **Optionen können auch spekulativen Zwecken dienen. Dabei geht der Käufer respektive Verkäufer der Option von einem zumindest kurzfristigen Trend aus. Das Risiko beim Optionskäufer ist hierbei auf die bezahlte Prämie beschränkt. Beim Verkauf von Optionen hingegen ist das Risiko höher.**

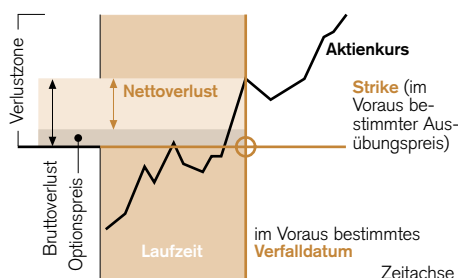
Optionen in Short- und Long-Positionen mit den entsprechenden Payoff-Diagrammen aufteilen.

Die Payoff-Struktur und somit auch das Risiko für den Käufer der beschriebenen Call-Option ist in der oberen Abbildung ersichtlich. Befindet sich im Verfalldatum der Aktienkurs oberhalb des Ausübungspreises der Option, so kann der Halter der

KÄUFER EINER CALL-OPTION



VERKÄUFER EINER CALL-OPTION



Call-Option die Aktie günstiger erwerben als am Aktienmarkt. Er erwirtschaftet somit einen Gewinn, welcher der Differenz aus dem momentanen Aktienkurs und dem Strike minus der Prämie entspricht. Der Call-Optionsverkäufer, im unteren Diagramm, muss bei dieser Marktkonstellation hingegen einen Verlust hinnehmen.

Strukturierte Produkte locken

Bei den oben beschriebenen Instrumenten handelt es sich um Grundprodukte; sie lassen sich untereinander oder zusammen mit Basiswerten zu neuartigen Anlagevehikeln, sogenannten strukturierten Produkten, zusammenfügen. Die so entwickelten Kompositionen sind bekannt unter exotischen Namen wie CPU, GROI, PIP und vielen mehr.

Anhand der Payoff-Struktur eines CPU lässt sich das mögliche Innenleben eines strukturierten Produktes erklären. CPU steht für «Capital Protected Unit» respektive «Kapitalgeschützte Einheit». Dieses Produkt besteht aus einer Anlage und einer Call-Option. Mittels des Anlageteils wird sichergestellt, dass ein gewünschter Vermögensstock erhalten bleibt. Der Optionsteil ermöglicht es dem Investor, an der positiven Entwicklung eines Basiswerts, zum Beispiel eines Aktientitels, zu partizipieren – ohne aber Kursverluste dieses Titels tragen zu müssen.

Dies zeigt das Beispiel eines Anlegers mit einem Vermögen von 10 000 Franken: Nehmen wir an, die Bedingung des Investors sei, dass sein Kapital nach einem Jahr immer noch gleich hoch sein muss. Somit werden die 10 000 Franken mit dem Einjahreszinssatz abdiskontiert. Unter der Annahme, der Zinssatz über den Einjahreshorizont sei 2,5 Prozent, ergibt sich ein diskontierter Wert von 9 756 Franken. Dieser Betrag wird für ein Jahr in Festgeld angelegt und ergibt am Ende der Laufzeit wieder 10 000 Franken. Die Differenz aus den 10 000 und 9 756 Franken wird in Optionen investiert. Es stehen also 244 Franken zur Verfügung, mit denen Optionen erworben werden können. Befinden sich nach diesem Jahr die Basiswerte der

Optionen oberhalb des Strikes, verdient der Investor zusätzlich an deren positiven Verlauf. Andernfalls ist sein Vermögen zumindest nicht geschrumpft.

Die Payoff-Struktur sieht folgendermassen aus: Am Ende der Laufzeit ist dem Anleger im Minimum der Zins aus der Anlage und somit der Vermögenserhalt garantiert. Befindet sich die Option zudem in-the-money, wird ein Mehrertrag erzielt.

Diese Produkte eignen sich durch ihren Kapitalschutz insbesondere für konservative Investoren. Obwohl ihnen der gewünschte Vermögenserhalt garantiert ist, müssen Anleger nicht auf Chancen in riskanteren Märkten verzichten.

Ab ins neue Universum

Mittels der Kombination derivativer Instrumente lässt sich ein Universum an neuen Finanzprodukten erschliessen. Je nach Payoff-Struktur werden Basiswerte und -instrumente zu neuen Produkten kombiniert. Allerdings gehen für die Anleger mit dem Einsatz dieser zum Teil sehr komplexen Strategien immer auch Risiken einher. Die Verwendung von Derivaten sollte darum nur nach einer adäquaten Beratung erfolgen.

DIRK ROSENBERG, TELEFON 01 333 32 83
DIRK.ROSENBERG@CREDIT-SUISSE.CH

DAS INVESTMENT CENTER GEHT IHNEN ZUR HAND

Die CREDIT SUISSE kommt dem wachsenden Bedürfnis der privaten Investoren entgegen. Seit bald einem Jahr berät das Investment Center (IC) Kundinnen und Kunden über die Möglichkeiten und Risiken derivativer Produkte. Die Spezialisten der CREDIT SUISSE vertreiben neben den im Artikel beschriebenen Produkten weitere Derivate, so auch Zertifikate. Zertifikate sind gehandelte Papiere, welche sich aus einzelnen Aktientiteln zusammensetzen. So bildet zum Beispiel ein SMI-Zertifikat den Schweizer Markt Index nach. Neben den Zertifikaten, welche auf einem Aktienindex beruhen, gibt es noch solche für spezifische Regionen und Branchen. Bedingt durch ein breites Marktwissen, Real-time-Daten zum Marktgeschehen sowie der Möglichkeit der sofortigen Marktplatzierung ist es dem Anleger von Montag bis Freitag von 8 bis 20 Uhr möglich, sein Portfolio im Investment Center seinen Präferenzen anzupassen. Telefonnummer 01 657 30 46.

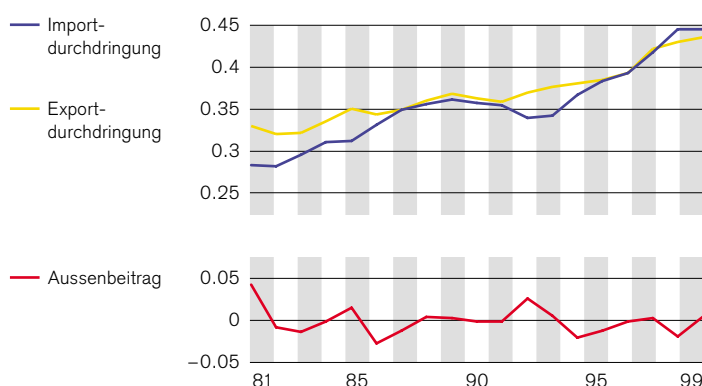
UNSERE PROGNOSEN ZUR KONJUNKTUR

DER AKTUELLE CHART:

DIE GLOBALISIERUNG ZEIGT WIRKUNG

Sowohl die Export- als auch die Importdurchdringung hat in den beiden letzten Jahrzehnten deutlich zugenommen. Motor dieser Entwicklung ist einerseits die gestiegene Auslagerung von Teilproduktionsstätten der Industrie, andererseits der vermehrte Import von Konsumgütern. Auf diesem hohen Niveau der Export- und Importdurchdringung werden unterschiedliche Konjunkturverläufe einzelner Weltregionen zu stärkeren Schwankungen des Aussenbeitrages führen.

CREDIT SUISSE



SCHWEIZER KONJUNKTURDATEN:

KONSUMENTEN STÜTZEN KONJUNKTUR

Angesichts einer positiven Entwicklung am Arbeitsmarkt, niedriger Inflationsraten und schwacher Exporte avanciert der private Konsum zur Hauptstütze der anstehenden Belebung der Schweizer Konjunktur. Allerdings hat sich die konjunkturelle Dynamik im Jahresverlauf etwas abgeschwächt. Die Frage lautet nun: Wird sich die Auslandsnachfrage beleben, bevor sich die Binnenkonjunktur noch stärker abschwächt, die Konsumentenstimmung kippt und die Geschäftserwartungen der Unternehmer abflauen? Wir erwarten, dass die Auslandsnachfrage zum Jahresende spürbar anzieht.

CREDIT SUISSE

	1998	6.99	7.99	8.99
Inflation	0.0	0.60	0.70	0.90
Waren	-0.3	0.20	0.70	0.90
Dienstleistungen	0.3	0.85	0.80	1.00
Inland	0.3	0.57	0.80	0.90
Ausland	-0.7	0.30	0.80	1.20
Detailhandelsumsätze (real)	1.4	4.90	1.40	-
Handelsbilanzsaldo (Mrd. CHF)	2.24	0.12	0.09	0.46
Güterexporte (Mrd. CHF)	109.11	10.05	9.54	8.06
Güterimporte (Mrd. CHF)	106.87	9.93	9.63	8.52
Arbeitslosenquote	3.9	2.60	2.5	2.40
Deutschschweiz	3.2	2.10	2.00	2.00
Romandie	5.3	3.70	3.70	3.60
Tessin	6.3	3.70	3.70	3.60

BIP-WACHSTUM:

US-DYNAMIK LÄSST NACH

Für nächstes Jahr ist mit einer nachlassenden Dynamik der US-Konjunktur zu rechnen. Der nach wie vor starke Dienstleistungssektor dürfte jedoch eine stärkere Abkühlung verhindern. Dank guten Zahlen aus Frankreich dürfte sich die europäische Wirtschaft Anfang 2000 beleben. Der Strukturwandel in Japan sollte sich nächstes Jahr in einer anziehenden Konjunktur niederschlagen.

CREDIT SUISSE

	Durchschnitt 1990/1997	1998	Prognosen 1999	2000
Schweiz	0.2	2.1	1.1	2.0
Deutschland	3.0	2.0	1.5	2.4
Frankreich	1.2	3.2	2.1	2.7
Italien	1.1	1.4	1.2	2.3
Grossbritannien	2.0	2.1	1.0	2.0
USA	2.5	3.9	3.9	3.4
Japan	2.0	-2.8	0.2	0.9

INFLATION:

TEUERUNG UNTER KONTROLLE

Die gestiegenen Rohstoffpreise dürften in der Schweiz die Inflationsrate anheben – allerdings nur während der letzten Monate dieses Jahres und des ersten Quartals 2000. In Europa wird die Teuerung trotz stärkerem Wachstum unter Kontrolle bleiben. Auch in den USA ist kaum mit einer höheren Inflation zu rechnen.

CREDIT SUISSE

	Durchschnitt 1990/1997	1998	Prognosen 1999	2000
Schweiz	2.4	0.0	0.8	1.0
Deutschland	3.0	1.0	0.8	1.3
Frankreich	2.0	0.7	0.8	1.2
Italien	4.4	1.7	1.5	1.8
Grossbritannien	3.2	2.6	1.8	2.0
USA	3.0	1.5	2.1	2.4
Japan	1.2	0.6	-0.1	0.4


ARBEITSLOSENQUOTE:

EUROPA BRAUCHT REFORMEN

Der überraschend starke Rückgang der Arbeitslosigkeit in Frankreich lässt auf ein Nachziehen der restlichen grossen EU-11-Länder hoffen. Vor allem in Deutschland und Italien sind jedoch Arbeitsmarktreformen nach wie vor nötig. In den USA dürfte sich die Zahl der Arbeitslosen mit der Verlangsamung des Wirtschaftswachstums leicht erhöhen.

CREDIT SUISSE

	Durchschnitt 1990/1997	1998	Prognosen 1999	2000
Schweiz	3.4	3.9	2.7	2.4
Deutschland	9.6	11.1	10.8	10.4
Frankreich	11.1	11.8	11.3	10.9
Italien	11.4	12.3	12.2	11.9
Grossbritannien	8.0	4.8	5.2	5.3
USA	6.1	4.6	4.8	5.0
Japan	2.7	4.1	5.2	6.0

A close-up photograph of a man with dark hair and round glasses, wearing a dark suit jacket over a white shirt. He is holding a large, rectangular gold bar horizontally in front of his chest. The background is a plain, light-colored wall.

CÉDRIC LEWY,
ECONOMIC RESEARCH:
«DIE NOTENINSTITUTE
BESTIMMEN DIE STIMMUNG
AM GOLDMARKT.»

NEUE ZUVERSICHT AUF DEM GOLDMARKT

DIE ZENTRALBANKEN GEHEN NUR
VORSICHTIG AN DIE RESERVEN.
DAVON PROFITIERT DER GOLDPREIS.

**VON CÉDRIC LEWY,
ECONOMIC RESEARCH**

Als die Bank of England Anfang Mai ankündigte, dass sie ihre Goldreserven um mehr als die Hälfte abbauen will, verlor der Goldpreis innerhalb von zwei Tagen vier Prozent. Als sich aber fünfzehn europäische Zentralbanken Ende September verpflichteten, maximal 2000 Tonnen in den

nächsten fünf Jahren zu verkaufen, legte der Kilopreis des Goldes innerhalb eines Tages um mehr als 700 Franken auf 14000 Franken zu. Die Beispiele zeigen die zentrale Rolle der Noteninstitute im Goldmarkt. Obwohl ihre Goldverkäufe letztes Jahr nur elf Prozent des Gesamt-

angebots ausmachten, müssen sie besonders unter die Lupe genommen werden. Die Noteninstitute bestimmen nämlich massgeblich die Stimmung am Goldmarkt.

Die Goldverkäufe der Noteninstitute sind das Ergebnis eines langen Prozesses,

welcher bereits sieben Jahrhunderte vor Christus angefangen hat. Damals wurden die ersten Goldmünzen in der Südtürkei geprägt. Aufgrund der Abnutzung und der schlechten Prägetechnik wurden sie mit der Zeit durch stoffwertlose Noten ersetzt. Sie bestanden aus Depotscheinen von Banken oder Goldschmieden, bis die Staaten ein Notenmonopol einrichteten.

Zwar wurde Gold nicht mehr als Zahlungsmittel eingesetzt. Es spielte aber noch bis in die Siebzigerjahre unseres Jahrhunderts als Recheneinheit im Geld- und Wechselkurswesen eine zentrale Rolle. Heute ist die Anbindung des Notenumlaufs an die Goldreserven aufgehoben, sodass das gelbe Metall wie jede andere Fremdwährung nur noch eine Zentralbankreserve darstellt.

Die Zentralbank steht unter Druck

In Zeiten von Budgetdefizit und hoher Staatsverschuldung, wie wir sie seit einigen Jahren in Europa erleben, nimmt der Druck auf die Zentralbanken zu, die Reserven effizienter zu bewirtschaften. Die Behauptung, wonach Gold im Gegensatz zu Staatsobligationen keine Zinserträge abwirft, trifft heutzutage nicht mehr zu. Die Schweizerische Nationalbank (SNB) hat beispielsweise vor zwei Jahren zum ersten Mal einen Teil ihrer Goldreserven ausgeliehen und erzielte 1998 eine Rendite von durchschnittlich 1,9 Prozent; dieses Jahr sind aufgrund der gestiegenen Gold-Leasing-Raten höhere Zinserträge zu erwarten.

Gegen einen Abstoss der Goldreserven sprechen verschiedene Faktoren. Eine internationale Umfrage des World Gold Council aus dem Jahr 1999 zeigt: 76 Prozent der Amerikaner und 71 Prozent der Deutschen sind der Meinung, dass die Höhe der Goldreserven die Stärke einer Währung mitbestimme. Diese Meinung teilen die Finanzmärkte jedoch nicht: Die Ankündigung der Goldverkäufe durch die Bank of England löste keine bedeutende Abwertung des Pfunds aus.

Gold ist ausserdem die «Reserve of last resort». Goldreserven begründen ihren Wert einzig durch ihren Metallgehalt und stellen im Gegensatz zu Währungsreserven mehr als nur ein Anrecht auf ausländisches Volksvermögen dar. Wenn es also zu weltweiten Verwerfungen kommen sollte, wird Gold als Zahlungsmittel anerkannt werden. Das kann bei Devisen unter extremen Umständen nicht garantiert werden.

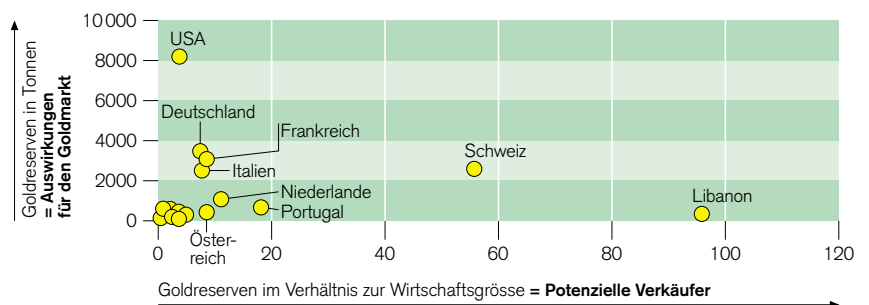
Seit 1993 haben acht Zentralbanken jeweils mehr als 50 Tonnen Gold auf den Markt gebracht. Neben den Zentralbanken könnten auch die internationalen Organisationen, insbesondere der Internationale Währungsfonds (IWF), als Verkäufer am Markt auftreten. Zur Finanzierung eines Schuldenentlastungsprogramms zugun-

ten der ärmsten Länder der Welt hatten sich die G7-Länder eigentlich schon auf einen Goldverkauf geeinigt. Es zeichnete sich jedoch ab, dass sich der amerikanische Kongress gegen eine solche Massnahme einsetzen würde. Da die USA ein Vetorecht bei Grundsatzentscheiden des IWF besitzen, sind Goldverkäufe aus dessen Traktandenliste gefallen. Aus der Grafik (siehe unten) kristallisieren sich drei Gruppen von Zentralbanken heraus, bei denen ein Entschluss zum Goldverkauf bedeutende Auswirkungen für den Goldmarkt hätte: die USA, die EWU-Länder und die Schweiz.

Die USA

Mit Goldreserven in der Höhe von mehr als 8000 Tonnen hätte ein Verkaufs-

DIE GOLDRESERVEN DER LÄNDER AUF EINEN BLICK



Die CREDIT SUISSE hat die Goldreserven ins Verhältnis zur Wirtschaftsgrösse gesetzt. So lassen sich die Verkaufskandidaten eruieren. Um die Konsequenzen eines Verkaufsentscheids für den Goldmarkt abzuschätzen, müssen die absoluten Goldmengen, welche auf den Markt gebracht werden könnten, berücksichtigt werden. Die Ergebnisse werden in der Grafik zusammengefasst. Auf der horizontalen Achse werden die potenziellen Verkäufer abgebildet und auf der vertikalen Achse die für den Goldmarkt relevantesten Zentralbanken.

Die libanesische Zentralbank nimmt zum Beispiel mit grossem Vorsprung Platz eins bei den potenziellen Verkäufern ein. Aufgrund der relativ kleinen Volkswirtschaft sind die Goldreserven als sehr hoch zu bewerten. Die absoluten Goldbestände sind aber mit 287 Tonnen im internationalen Vergleich eher gering. Selbst wenn sich die Zentralbank zum Verkauf ihrer gesamten Goldreserven entschliessen sollte, würde der Goldmarkt das Zusatzangebot relativ gut verkraften.

EIN GOLDIGER TIPP FÜR ANLEGER

Nicht nur Rentabilitätsüberlegungen spielen bei einer Investition in Gold eine Rolle. Mit seiner sehr kleinen Korrelation zur Aktienmarktentwicklung ist Gold ein gutes Diversifikationsinstrument. Eine Goldanlage ist also nicht isoliert, sondern als Bestandteil einer ganzheitlichen Anlagestrategie zu beurteilen. Eine Beimischung von Gold in einem Portefeuille erlaubt eine Senkung des Risikos.

entscheid – selbst wenn nur ein kleiner Anteil der Reserven betroffen wäre – verheerende Folgen für den Goldpreis. Dieses Szenario schliesst der Economic Research der CREDIT SUISSE aber aus. Erstens haben die USA keine übermässig hohen Goldreserven, wenn man sie im Verhältnis zur Wirtschaftsgrösse setzt (siehe Grafik Seite 41). Zweitens ist der US-Dollar die bedeutendste Reservewährung weltweit. Für die amerikanische Zentralbank kommt diese Devisenreserve aber nicht in Frage. Somit ist der Diversifikationseffekt des Goldes für die US-Notenbank noch wichtiger als für andere Zentralbanken.

Ferner weisen die USA zurzeit deutliche Budgetüberschüsse aus, und diese dürften sich in den kommenden Jahren halten. Das hat zur Folge, dass die Goldverkäufe in den USA keine hohe Dringlichkeit aufweisen. Ausserdem haben die Debatten um die Goldverkäufe des IWF im amerikanischen Kongress gezeigt, dass die politische Bereitschaft eindeutig nicht gegeben ist. Die CREDIT SUISSE erwartet darum nicht, dass die amerikanische Zentralbank als Verkäuferin auf dem Markt auftritt.

«NEUER GLANZ FÜR GOLD...» – EIN LESESTOFF, DER LOHNT

«Neuer Glanz für Gold...» heisst eine neue Broschüre des CREDIT SUISSE Economic Research. Darin thematisieren Spezialisten der Bank neben dem Goldangebot und der Goldnachfrage auch die Motive für eine Goldinvestition. Sie untersuchen beispielsweise die Funktion des Goldes als «sicherer Hafen», den Inflationsschutz und das Diversifikationspotenzial einer Goldanlage. Dieses Economic Briefing können Sie mit dem am Schluss dieses BULLETIN beigefügten Talon bestellen. Viel Vergnügen!

Die Schweiz

Die Schweiz besitzt im Verhältnis zur Wirtschaftsgrösse nach dem Libanon die grössten Goldreserven. Es bestehen zwar noch Unklarheiten über die aktuelle Rechtslage bezüglich der Befugnis der Schweizerischen Nationalbank (SNB), ihre Goldreserven zu verkaufen, und über die Verwendung der Erlöse. Dennoch ist klar, dass die Goldreserven um zirka 1300 Tonnen abgebaut werden sollen. Das ist eigentlich auch die einzig relevante Frage für den Goldmarkt. Im aktuellen Goldpreis sind die erwarteten Verkäufe der SNB zum Teil vorweggenommen. Hans Meyer, Präsident der SNB, rechnet damit, dass ab dem ersten Quartal des nächsten Jahres mit dem Reserveabbau begonnen werden kann. Die Goldverkäufe werden sich wegen der begrenzten Aufnahmefähigkeit des Goldmarktes über mehrere Jahre hinziehen. Eine Rangliste der grössten Goldbesitzer im Verhältnis zu deren Bruttoinlandprodukt zeigt: Selbst mit einer Halbierung des Goldbestands bliebe die Schweiz auf ihrem zweiten Platz. Eine Abschwächung des Frankens als Folge der Goldverkäufe erwartet die CREDIT SUISSE also nicht.

Die EWU-Länder

Am meisten gefährden den Goldmarkt die EWU-Länder. Obwohl mehrere Zentralbankvertreter einen Goldverkauf ausgeschlossen haben, fordern die Politiker immer wieder den Einsatz der Goldreserven, um das Budget zu finanzieren oder die Staatsschulden abzubauen. Dies ist selbstverständlich auf die unterschiedliche Interessenlage der Politiker und der Zentralbankvertreter zurückzuführen.

Die Europäische Zentralbank hat festgelegt, dass sie 15 Prozent ihrer Reserven in Form von Gold halten will. Im August lag der Anteil der Goldreserven an den gesamten Reserven der Europäischen Zentralbanken bei fast 30 Prozent. Obwohl diese Reserven sehr hoch sind, haben sich die Zentralbanken der EWU-Länder verpflichtet, innerhalb der nächsten fünf Jahre keine weiteren Goldverkäufe vorzunehmen. Da die EZB ein Vetorecht über einen Goldreservenabbau der Zentralbanken besitzt, wird das Moratorium eingehalten. Somit sind keine Goldverkäufe aus dem EWU-Raum zu erwarten.

Gold weckt Fantasien

Der Goldpreis war seit mehreren Jahren der ständigen Belastung neuer Zentralbankverkäufe ausgesetzt. Fünfzehn europäische Noteninstitute beschlossen Ende September, innerhalb der nächsten fünf Jahre nicht mehr als 2000 Tonnen auf den Markt zu bringen. Daraufhin legten die Goldpreise kräftig zu. Für eine dauerhafte Erholung des Goldpreises spricht auch die zunehmende Nachfrage aus den asiatischen Ländern. Zudem führten die tiefen Goldpreise dazu, dass in den letzten Monaten weniger in die Förderung von Gold investiert wurde. Das wird mittelfristig das Angebot belasten und dürfte den Goldpreis in den kommenden Monaten auf dem hohen Niveau von 14 000 Franken pro Kilo stabilisieren.

CÉDRIC LEWY, TELEFON 01 333 57 89

CEDRIC-PIERRE.LEWY@CREDIT-SUISSE.CH

UNSERE PROGNOSEN ZU DEN FINANZMÄRKTEN

GELDMARKT:

ÄNGSTE SIND UNBEGRÜNDET

Die Ängste vor Zinserhöhungen in Europa sind angesichts der niedrigen Teuerungsraten übertrieben. Mit einer Leitzinserhöhung der europäischen Zentralbank ist frühestens im ersten Quartal nächsten Jahres zu rechnen. Auch in den USA sehen wir keinen weiteren Handlungsbedarf für eine Zinserhöhung vor Jahresende – solange die Produktivität nicht über den Erwartungen liegt.

CREDIT SUISSE

	Ende 98	9.99	Prognosen	
			3 Mte.	12 Mte.
Schweiz	1.41	1.92	1.3	1.7
EU-11	3.24	3.09	2.6	2.8
Grossbritannien	6.26	5.56	5.7	6.3
USA	5.07	6.08	5.8	5.8
Japan	0.54	0.24	0.2	0.5

OBLIGATIONENMARKT:

STAATSANLEIHEN LEGEN ZU

Vor dem Millennium dürften die Staatsanleihen aus Sicherheitsüberlegungen von Portfolioumschichtungen profitieren. Der Inflationsanstieg in der Schweiz aufgrund des Basiseffektes dürfte sich auf die Obligationenrenditen niederschlagen und die Zinsdifferenz zwischen deutschen und schweizerischen Staatsobligationen wieder verringern.

CREDIT SUISSE

	Ende 98	9.99	Prognosen	
			3 Mte.	12 Mte.
Schweiz	2.49	3.25	3.0	3.2
Deutschland	3.87	5.13	4.8	4.9
Grossbritannien	4.36	5.61	5.6	6.0
USA	4.65	5.89	5.7	5.8
Japan	1.88	1.72	2.1	2.5

WECHSELKURSE:

EURO WIRD ETWAS STÄRKER

Bevor das erwartete Wirtschaftswachstum in Europa nicht durch reale Zahlen bestätigt wird, dürfte sich der Dollar zum Euro weiterhin auf dem momentanen Niveau seitwärts bewegen. Da Deutschland früher als die Schweiz mit einer Beschleunigung des Wachstums rechnen kann, erwarten wir, dass der Franken gegenüber dem Euro langfristig geringfügig an Wert einbüßen wird.

CREDIT SUISSE

	Ende 98	9.99	Prognosen	
			3 Mte.	12 Mte.
CHF/EUR*	1.61	1.60	1.60	1.62
CHF/GBP	2.28	2.47	2.54	2.61
CHF/USD	1.37	1.50	1.52	1.47
CHF/JPY	1.22	1.41	1.45	1.47
Gold USD/Unze	288	301	290	290
Gold CHF/kg	12 765	14 522	14 207	14 204

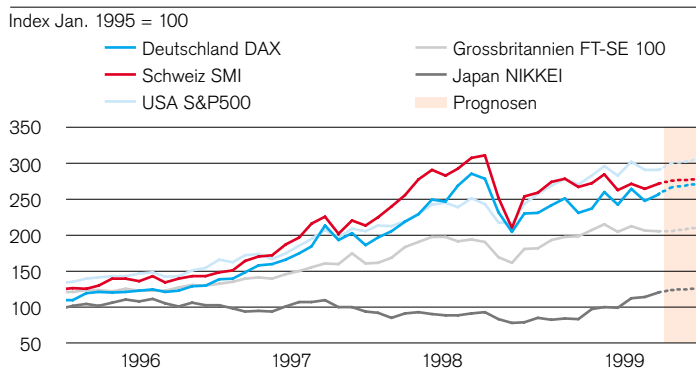
* Umrechnungskurse: DEM / EUR 1.956; FRF / EUR 6.559; ITL / EUR 1936

INTERNATIONALE BÖRSEN:

ASIEN UND EUROPA STÜTZEN ZYKLIKER

Bedingt durch das Millenniumproblem erwarten wir gegen Jahresende etwas schwächere Aktienmärkte. Durch die Inflationsängste in den USA und die besseren Wirtschaftsindikatoren in Europa bleibt das Zinsumfeld nächstes Jahr unsicher, was sich negativ auf die zinssensitiven Finanzwerte auswirken wird. Dank der wirtschaftlichen Erholung in Asien und Europa stehen die Aussichten gut für wachstumsstarke Technologiewerte und zyklische Konsumtitel.

CREDIT SUISSE



SCHWEIZER BÖRSE:

SCHWERGEWICHTE BELASTEN SMI

Die grossen Gewichte des SMI haben es derzeit schwer. Die Pharma- und Chemiebranche leiden unter den Negativschlagzeilen, die Finanzwerte unter der Unsicherheit des globalen Zinsumfeldes. Dagegen dürfte der Detailhandel und die Nahrungsmittelbranche von der freundlichen Konsumentenstimmung profitieren. Die Dynamik der Asiennachfrage wird weiterhin für einen positiven Trend in der Elektrotechnik und Elektronikbranche sorgen.

CREDIT SUISSE

	Ende 1998	9.99	KGV 1999	Prognosen Gewinnwachstum		Div.-Rendite 1999	12 Mte.
				1999	2000		
SPI Gesamt	4 497	4 570	20.3	24.1	10.4	1.58	
Industrie	6 178	6 173	24.2	7.6	13.9	1.07	
Maschinen	2 061	2 393	13.9	44.6	11.0	2.46	••
Chemie & Pharma	11 765	11 151	27.0	23.9	7.5	1.02	••
Bau	2 680	3 476	19.3	15.3	7.4	1.28	••
Nahrung	5 448	5 205	25.4	0.7	12.0	1.60	•••
Elektro	2 775	4 065	19.1	6.3	17.4	2.20	•
Dienstleistungen	3 058	3 189	16.9	37.8	8.1	1.98	
Banken	3 100	3 471	15.7	91.3	-1.5	2.47	••
Versicherungen	5 817	4 987	17.2	14.2	13.8	1.63	••
Detailhandel	972	1 154	14.1	17.9	23.2	2.55	•••
Transport	1 752	1 684	11.3	-8.5	12.7	1.23	••

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

EIN SPONSOR STEIGT VOM RAD

DIE CREDIT
DEN RADSP
BLEIBT AM S

DIE CREDIT SUISSE VERLÄSST
DEN RADSPORT – DOCH SIE
BLEIBT AM SPONSORING-BALL.

**VON ANDREAS THOMANN,
REDAKTION BULLETIN**



Die Nachricht entfachte einigen Wirbel in der Schweizer Medienlandschaft. «Alle Brücken abgebrochen», titelte etwa die NZZ am 3. September auf der Frontseite ihres Sport-Bundes. Gemeint waren die Brücken zwischen der CREDIT SUISSE und dem Profi-Radsport. Am Vortag hatte die Bank bekannt gegeben, dass sie ihre Engagements in dieser Disziplin beenden werde. Damit verlässt ein Schwergewicht die Landstrassen, denn die CREDIT SUISSE war nicht nur langjähriger Hauptsponsor der beiden grossen Landesrundfahrten «Tour de Suisse» und «Tour de Romandie», auch das Nationalteam muss sich fürs nächste Jahr nach einem neuen starken Partner umschauen. Ausgenommen vom Rückzug ist einzig die Nachwuchsförderung. Neben der CREDIT SUISSE verabschiedete sich auch die Winterthur, eine weitere Tochter der CREDIT SUISSE GROUP, aus dem Radsport (vgl. Interview, S. 46).

Der Kurswechsel gibt der CREDIT SUISSE Gelegenheit, sich im Sponsoring neue Ziele zu setzen. «Kurzfristig werden wir unsere beiden Standbeine im Sport, Fussball und Reiten, verstärken», erklärt Urs Wyss, Sponsoring-Chef bei der CREDIT SUISSE. «Mittelfristig kann es aber durchaus sein, dass wir in neue Gebiete vorstossen.» Nicht zur Diskussion steht hingegen, die Sponsoring-Ausgaben generell zurückzufahren. Denn für die meisten Beteiligten ist klar: Unternehmen erwirtschaften einen guten Return, wenn sie einen Teil ihrer Marketing-Gelder für Sport, Kultur, Umwelt oder soziale Zwecke einsetzen. Der weltweite Zuwachs der Sponsoring-Ausgaben beweist es.

Sponsoring appelliert an die Gefühle

Gerhard Wührer, Professor für Marketing an der Johannes-Kepler-Universität Linz, hat eine einfache Erklärung: «Sponsoring bietet eine ideale Ergänzung zur klassischen Werbung und Kommunikation.»

Denn im Sponsoring, so Wührer, kämen auch die Emotionen ins Spiel: «Das Unternehmen richtet sich nicht einfach mit Werbebotschaften an die Kunden. Vielmehr bietet es ihnen eine konstruierte Erlebniswelt.» Wie dies in der Praxis funktioniert, illustriert Sponsoring-Chef Urs Wyss: «Nehmen Sie den Match zwischen der Schweiz und Estland im Jahre 1993, als sich eine Schweizer Auswahl erstmals seit 28 Jahren für eine Fussball-Weltmeisterschaft qualifizierte. Das war für einen Gast ein unvergessliches, nicht austauschbares Erlebnis.» Wührer ist überzeugt: «Unternehmen, die ein solches Erlebnis ermöglichen oder daran teilhaben, erreichen Zielgruppen, an die sie mit den klassischen Methoden nicht herankämen. Mehr noch: Wird ein Konsument in einer nicht kommerziellen Situation angesprochen, so bleibt eine Botschaft wesentlich stärker in seiner Erinnerung haften.»



URS WYSS, LEITER SPONSORING
DER CREDIT SUISSE

«ANLÄSSE GEBEN

EINER FIRMA PROFIL.»

Ein weiteres Plus verbucht das Sponsoring gegenüber den herkömmlichen Werbekampagnen, weil es viel langfristiger ausgerichtet ist, weiss Gerhard Wührer. Dadurch erfahre das Image der Firma eine stärkere Beeinflussung. Gerade für Finanzdienstleister ein wichtiges Argument, glaubt Urs Wyss: «Bank- und Versicherungsprodukte werden je länger, desto austauschbarer. Umso stärker ist eine Firma wie die CREDIT SUISSE darauf angewiesen, mit gesponserten Anlässen das eigene Profil zu verstärken.»

Dass sich Sponsoren einen Nutzen ihres Engagements versprechen, ist nicht neu. Gerhard Wührer weist darauf hin, dass schon die früheren Mäzene oft ganz handfeste gesellschaftliche Interessen verfolgt haben. «Ihre Taten sollten ihnen gesell-

SPORT-HIGHLIGHTS 2000

FUSSBALL

Alles dreht sich ums runde Leder – auch bei der CREDIT SUISSE.

Mit gut einem Drittel des Budgets ist Fussball das wichtigste Standbein der Bank im Sportsponsoring. Davon fliesst die Hälfte in die Nachwuchsförderung.

– CREDIT SUISSE HALLEN

MASTERS, 15.–16. Januar 2000, St. Gallen

– FIFA Youth Cup, 1.–4. Juni 2000, Zürich

REITEN

Im Pferdesport ist die Schweiz Weltklasse – und das nicht erst seit gestern. Tradition hat auch das Engagement der CREDIT SUISSE für diese Sportart.

– CSI Zürich, 3.–6. Februar 2000

– CSIO Luzern, 1.–4. Juni 2000

TRIATHLON/DUATHLON/SKI NORDISCH/ORIENTIERUNGSLAUF

Die CREDIT SUISSE liebt den Ausdauersport. Denn dort ist es gleich wie im Banking: Nur die Zähne kommen ganz nach vorne.

– CREDIT SUISSE OL-Cup,

21. Januar 2000, Solothurn

– Engadin Skimarathon,

12. März 2000, Maloja–S'chanf

– Powerman (Duathlon),

21. Mai 2000, Zofingen

– CREDIT SUISSE CIRCUIT

(Triathlon), ab Juni 2000 in der ganzen Schweiz

CREDIT SUISSE SPORT GALA 99

Am 3. Dezember 1999 ist es wieder so weit: In Bern werden die besten Sportlerinnen und Sportler der Schweiz auserkoren.



«DAS THEMA DOPING HINTERLIESS AUCH BEI UNS SPUREN.»

HANS UELI KELLER, LEITER MARKETING UND KOMMUNIKATION,
ZUM AUSSTIEG DER CREDIT SUISSE AUS DEM PROFI-RADSPORT.

ANDREAS THOMANN Die Tour de Suisse war das erste grosse Sponsoring-Engagement der CREDIT SUISSE und überdauerte immerhin 22 Jahre. Hinterlässt die Trennung einer so langjährigen Beziehung für Sie keinen bitteren Nachgeschmack?

HANS UELI KELLER Eitel Sonnenschein löst so ein Entscheid bestimmt nicht aus. Der Sponsor ist ja nicht bloss ein Geldgeber; in dieser Zeit haben wir viele Freundschaften aufgebaut. Wenn wir heute die Verträge nicht mehr verlängern, so bestimmt nicht, weil unsere Sympathien für den Radsport erloschen sind.

A.T. Welche Gründe gaben schliesslich den Ausschlag zu diesem Schritt?

H.U.K. Jedes Engagement hat einen Lebenszyklus. Sponsor und Veranstalter lernen sich kennen, entwickeln das Sportereignis miteinander weiter, bis sie den höchsten Grad an gegenseitigem Nutzen erreicht haben. Oft ist nach fünf oder sechs Jahren der Zenit überschritten, man orientiert sich neu. In diesem Fall hat die Partnerschaft über 20 Jahre gedauert – nicht zuletzt, weil wir jedes Jahr noch etwas besser machen konnten. Und trotzdem traten gewisse Abnützungerscheinungen auf. Seit dem Doping-Skandal der Festina-Equipe an der letztjährigen Tour de France kam ein weiteres Problem dazu. Die laufend neuen Skandale hinterliessen auch bei uns Spuren.

A.T. Was für Spuren?

H.U.K. Immer mehr Kunden haben uns gefragt, ob es denn richtig sei, dass wir den Profi-Radsport unterstützen. Wir haben

auch Umfragen in der Bevölkerung durchgeführt. Unter anderem wollten wir wissen, in welcher Disziplin die Befragten am meisten Doping-Vergehen vermuten. Dabei landete der Profi-Radsport mit Abstand an erster Stelle.

A.T. Seit wann stand der Entscheid fest?

H.U.K. Definitiv haben wir erst in diesem Sommer entschieden. Doch die Diskussionen haben wir schon länger geführt. Deshalb sind wir auch dazu übergegangen, Einjahresverträge zu machen, statt der sonst üblichen Dreijahresverträge, um mehr Handlungsfreiraum zu bekommen.

A.T. Hätte man nicht schon früher handeln sollen, zum Beispiel nach der letztjährigen Tour de France?

H.U.K. Das glaube ich nicht. Es ist nicht so, dass wir aussteigen mussten, weil dieses Engagement uns nur Nachteile eingebracht hätte. Wir haben diesen Sommer eine hervorragende Tour de Suisse erlebt. Die Zuschauer und unsere geladenen Gäste kamen punkto Spannung und Faszination voll auf ihre Rechnung. Doch wollten wir uns trennen, solange das Ereignis noch gut war.

A.T. Der Radsport steckt in einer schweren Krise. Dennoch sind Zülle und Co. hierzulande nach wie vor populär. Wird das Image der Bank durch den Ausstieg aus dem Radsport nun einen Dämpfer erleiden?

H.U.K. Ich bin überzeugt, dass man diesen Entscheid weitherum verstanden und akzeptiert hat. Und dass man auf der anderen Seite auch den Aufwand wert-

schätzt, den unser Unternehmen in über 20 Jahren für diesen Sport erbracht hat.

A.T. Doch könnte der Eindruck entstehen, dass die CREDIT SUISSE eine Sportart just dann im Stich lässt, wenn sie am meisten auf Hilfe angewiesen ist.

H.U.K. Die Organisatoren von Tour de Suisse und Tour de Romandie haben uns bestätigt, dass sie Ersatz finden werden. Als wir in den letzten Jahren nur noch Einjahresverträge abschlossen, gingen auch wir das Risiko ein, dass unsere Partner mit einem anderen Sponsor einig werden.

A.T. Doping ist ja nicht nur im Radsport ein Thema. Kann eine Firma sich überhaupt noch mit gutem Gewissen im Spitzensport engagieren?

H.U.K. Spitzensport hat in unserer Gesellschaft einen hohen Stellenwert. Die sportliche Auseinandersetzung löst Begeisterung aus, fasziniert. Da hat sich seit den Zeiten des Alten Roms nichts verändert. Auch darf man nicht vergessen, dass es Doping-Missbräuche leider nicht nur im Spitzensport gibt. In allem möglichen Lebensbereichen versuchen Menschen, unter Zuhilfenahme von irgendwelchen Mitteln zu Höchstleistungen zu kommen.

A.T. Also muss man mit dem Doping leben?

H.U.K. Bestimmt nicht. Wir haben uns stets für die Gesundheit der Athleten eingesetzt und werden dies auch weiterhin tun – indem wir mit den Verbänden und Organisatoren permanent das Gespräch suchen und ihre Massnahmen im Kampf gegen das Doping voll unterstützen.

schaftliches Prestige einbringen oder immerhin ihren Ruhm gegenüber der Nachwelt sichern.» Geändert habe sich jedoch die Professionalität, mit der ein Unternehmen heute seine Ziele erreiche. «Noch vor zwanzig Jahren hat ein Sponsor einfach das Geld hingestreckt und gesagt: «Nun macht mal was Schönes.» Heute dagegen, stellt Wührer fest, betrachten Firmen das Sponsoring als einen Prozess, den sie laufend auf seine Effizienz überprüfen und gegebenenfalls optimieren. Dabei leistet einmal mehr die Informatik wichtige Dienste, fügt Urs Wyss an. «So wissen wir heute viel besser, wie eine Massnahme auf das Image der Firma, auf die Kundenbindung oder auf die Akquisition neuer Kunden wirkt.» Das Instrumentarium der Bank reicht dabei von regelmässigen Befragungen der Kunden, der Kundenberater, über Marktforschungen bis hin zu Media-Auswertungen.



GERHARD WÜHRER,
PROFESSOR FÜR MARKETING

«EIN SPONSOR BIETET ERLEBNISWELTEN.»

Einen besonders effizienten Einsatz ihrer Mittel erreicht die Firma, wenn sie ein Event gleich selber von A bis Z durchkonzipiert. Gerhard Wührer erkennt hier einen Trend. An der CREDIT SUISSE ist er nicht spurlos vorübergegangen. Vor drei Jahren riefen die Sponsoring-Strategen zusammen mit der Sporthilfe die CREDIT SUISSE SPORT-GALA ins Leben; ein Event, bei dem die Sportlerinnen und Sportler des Jahres gekürt werden. «Mittlerweile bringen wir es bereits auf eine Live-Stunde Präsenzzeit im Fernsehen», lautet die positive Bilanz von Urs Wyss. Den Gedanken hat man deshalb weitergeführt: Seit letztem Jahr veranstaltet die CREDIT SUISSE mit prominenten Schweizer Künstlern wie Andreas Vollenweider, Nina Corti oder demnächst Betty Legler

Tourneen durch 20 bis 40 Schweizer Städte. Für Urs Wyss liegen die Vorteile auf der Hand: «Das Unternehmen kann ein Event, das es selber designt, viel besser auf seine Ziele abstimmen, sei es punkto Auswahl der Termine, der Orte oder des Zielpublikums.»

In der Oper hats die Werbung schwer

In dieses Bild der Professionalisierung passt auch, dass Firmen vermehrt an Anlässen für Produkte werben. «Natürlich sind uns hier Grenzen gesetzt», gibt Urs Wyss zu bedenken. «Ein Konzert am Abend, an das der Besucher um halb acht kommt und gegen elf Uhr wieder nach Hause geht, ist kaum geeignet, um die Vorzüge einer Hypothek anzupreisen.» Die besten Erfahrungen haben die Leute von Urs Wyss bei Veranstaltungen gemacht, die sich über eine längere Zeitspanne hinziehen – sei es ein Springreiten oder ein Musikfestival. «Die Leute müssen relaxt und aufnahmebereit sein, sonst kann es leicht zu einer Abwehrhaltung kommen.» Die ultimative Kommerzialisierungswelle dürfte also ausbleiben. Überhaupt rechnet Urs Wyss nicht mit einer Zunahme

des Sponsorings in den klassischen Bereichen wie Kultur oder Sport.

Einen regelrechten Sprung erwartet der Sponsoring-Chef dagegen im Mediensponsoring: «Einerseits nimmt das Angebot an Fernsehstationen laufend zu. Andererseits hat das Bundesamt für Kommunikation seine Vorschriften punkto TV-Sponsoring etwas gelockert.» Damit entsteht mehr Raum für Unternehmen, Sendungen selber zu produzieren. Für Wyss eine attraktive Variante, «denn mit einem kalkulierbaren Einsatz erreicht man relativ breite Schichten.» Und vielleicht ebenso wichtig: In der relaxten Umgebung zu Hause auf dem Sofa dürfte die Aufnahmefähigkeit der Zuschauer für kommerzielle Botschaften wohl einiges höher sein als in der Oper oder im Fussballstadion.

KULTUR-HIGHLIGHTS 2000

JAZZ

Die CREDIT SUISSE steht voll auf Jazz, einem der Schwerpunkte im Kultursponsoring. Cool!

- Al di Meola/Dino Saluzzi-Duo, 12. Januar 2000, Zürich
- Barbara Hendricks sings Gershwin – featuring Geoff Keezer, 5. Mai 2000, Zürich

SCHWEIZER TOURNEE

Seit letztem Jahr ist die CREDIT SUISSE permanent «on tour» – mit bekannten Schweizer Künstlern.

- Mummenschanz, 18. März–15. Juli 2000 in der ganzen Schweiz.

KLASSISCHE MUSIK

Wenn sich die CREDIT SUISSE für die klassische Musik engagiert, dann nicht nur, weil sie die erste Geige spielen möchte.


- Festival d'Opéra, Aida, 6.–16. Juli 2000, Avenches
- Musikfestival Davos, 29. Juli–13. August 2000, Davos

KINO/DESIGN/MODE

Die CREDIT SUISSE setzt auf Kinovergnügen, auf Design «Made in Switzerland» und auf die Modestädte Zürich, Luzern und Genf.

- CREDIT SUISSE PRIX BOLERO (Mode), 5. Juni 2000, Zürich
- CINE NIGHTS, 7.–10. Juni 2000, Zürich
- CREDIT SUISSE GWAND Fashion Events, 8./9. September 2000, Luzern

Weitere Infos erhalten Sie über claudia.jenni@credit-suisse.ch (Sport) oder pius.knuesel@credit-suisse.ch (Kultur).

A portrait of Roger M. Kunz, a man with glasses and a suit, looking slightly to the side. The background features stylized financial charts with green and red lines and numbers.

«WER LANGFRISTIG
INVESTIERT, DEN BRINGT
AUCH EIN CRASH
NICHT AUS DER RUHE»,
WEISS ROGER M. KUNZ,
ECONOMIC RESEARCH.

DER NÄCHSTE BÖRSENCRASH KOMMT BESTIMMT

AKTIENANLEGER BRAUCHEN EINEN
LANGEN ATEM. EINE NEUE STUDIE
DER CREDIT SUISSE ZEIGT, WARUM.

VON ROGER M. KUNZ, ECONOMIC RESEARCH

Es hat sich herumgesprochen: Mit Aktien lässt sich langfristig eine höhere Rendite erzielen als mit anderen Anlageformen. Wer beispielsweise 1926 einen Betrag von 100 Franken in Schweizer Aktien anlegte, kam bis Ende 1998 auf ein Vermögen von 43 040 (Tabelle unten). Hätte er auf Obligationen gesetzt, so besäße er heute vergleichsweise bescheidene 2 679 Franken. Noch weniger lukrativ wäre ein Sparkonto gewesen. Eine Anlage in Gold hätte nicht einmal der allgemeinen Preisentwicklung folgen können – der Anleger hätte real einen Verlust verbucht.

Die höhere Performance der Aktien musste sich der Anleger jedoch mit einem erheblichen Schwankungsrisiko erkaufen. Dies zeigt ein Vergleich der jährlichen Maximal- und Minimalwerte. Den grössten Wertverlust innerhalb eines Jahres erlitten Aktienanleger 1974 mit 33,1 Prozent. Die Erdölkrise der Siebzigerjahre reduzierte die Wachstumsaussichten und Börsenkurse weltweit drastisch. Elf Jahre später konnten sich die Aktionäre in der Schweiz hingegen über einen fulminanten Kursprung von 61,4 Prozent freuen. Bei Obligationen fällt die Spannweite dagegen äusserst bescheiden aus. Zwischen 1926 und 1998 war das Risiko von Aktien über fünfmal höher als dasjenige von Obligationen. Praktisch risikolos ist erwartungsgemäss das Sparkonto, das nie negative Werte aufweist.

Anhand der verfügbaren Jahresenddaten ergeben sich insgesamt fünf Perioden mit Kursverlusten der Aktien von mehr als 18 Prozent (siehe Grafik, S. 50). Der Kurseinbruch vom (Zwischen-)Höchststand Anfang 1929 bis zum Tiefststand Ende 1935 betrug maximal 41,3 Prozent. Erst nach einer fast 13-jährigen Achterbahnfahrt wurde das alte Kursniveau wieder erreicht. Noch grösser war der Kursverlust vom 1.1.1973 bis zum 31.12.1974. In nur

zwei Jahren sank der Wert schweizerischer Aktien um 46,5 Prozent – und es dauerte sieben Jahre, bis der Stand von Anfang 1973 übertroffen wurde. Der drittgrösste Crash fand in den Sechzigerjahren statt. Die jüngsten Kurseinbrüche der Jahre 1987 und 1990 waren vergleichsweise gering und wurden jeweils innerhalb von weniger als drei Jahren wieder wettgemacht.

Kluge Anleger investieren gestaffelt

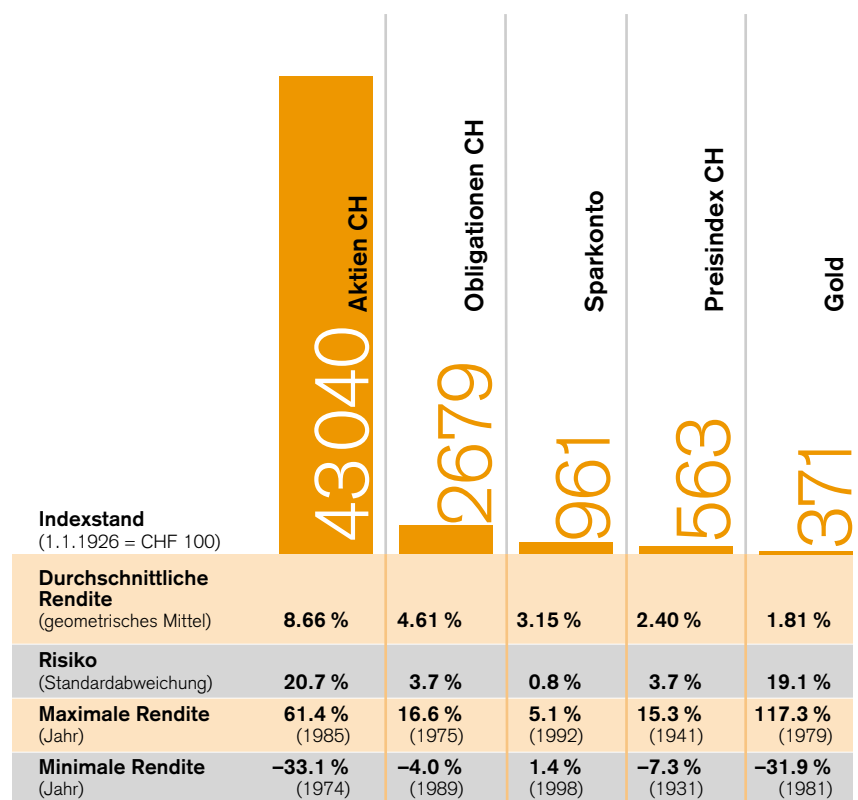
Bei solchen Kursausschlägen wird das Timing sehr wichtig. Dies zeigt etwa der Crash von 1962 bis 1966: Stieg ein Anleger auf dem Tiefststand ein, so erzielte er bis Ende 1998 eine Rendite von 11,2 Prozent. Dagegen hätte für ihn bloss eine Rendite von 8,2 Prozent resultiert, wenn er beim Höchststand eingestiegen wäre. Die relativ geringe Differenz täuscht: Bei

einer Investition von 100 Franken beträgt das Endvermögen im ersten Fall 2999 Franken – das sind 60 Prozent mehr als die 1875 Franken, die bei einer Anlage im ungünstigsten Zeitpunkt herauschauen! Der Grund für dieses Ergebnis liegt in der Macht des Zinseszinses: Eine kleine Renditedifferenz über eine lange Zeitperiode kumuliert sich zu beträchtlichen Vermögensunterschieden.

Um nicht das gesamte Vermögen in einem möglicherweise sehr ungünstigen Zeitpunkt an die Börse zu bringen, kann ein Anleger sein Engagement verteilen – beispielsweise über vier Jahre. Bei den fünf untersuchten Kurseinbrüchen schneidet der Anleger mit dieser Strategie gegenüber dem «Worst case» um durchschnittlich 17,7 Prozent besser ab. Dieses risikoreduzierende Vorgehen hat aber auch

AKTIEN SIND RENTABLER, ABER AUCH RISKANTER

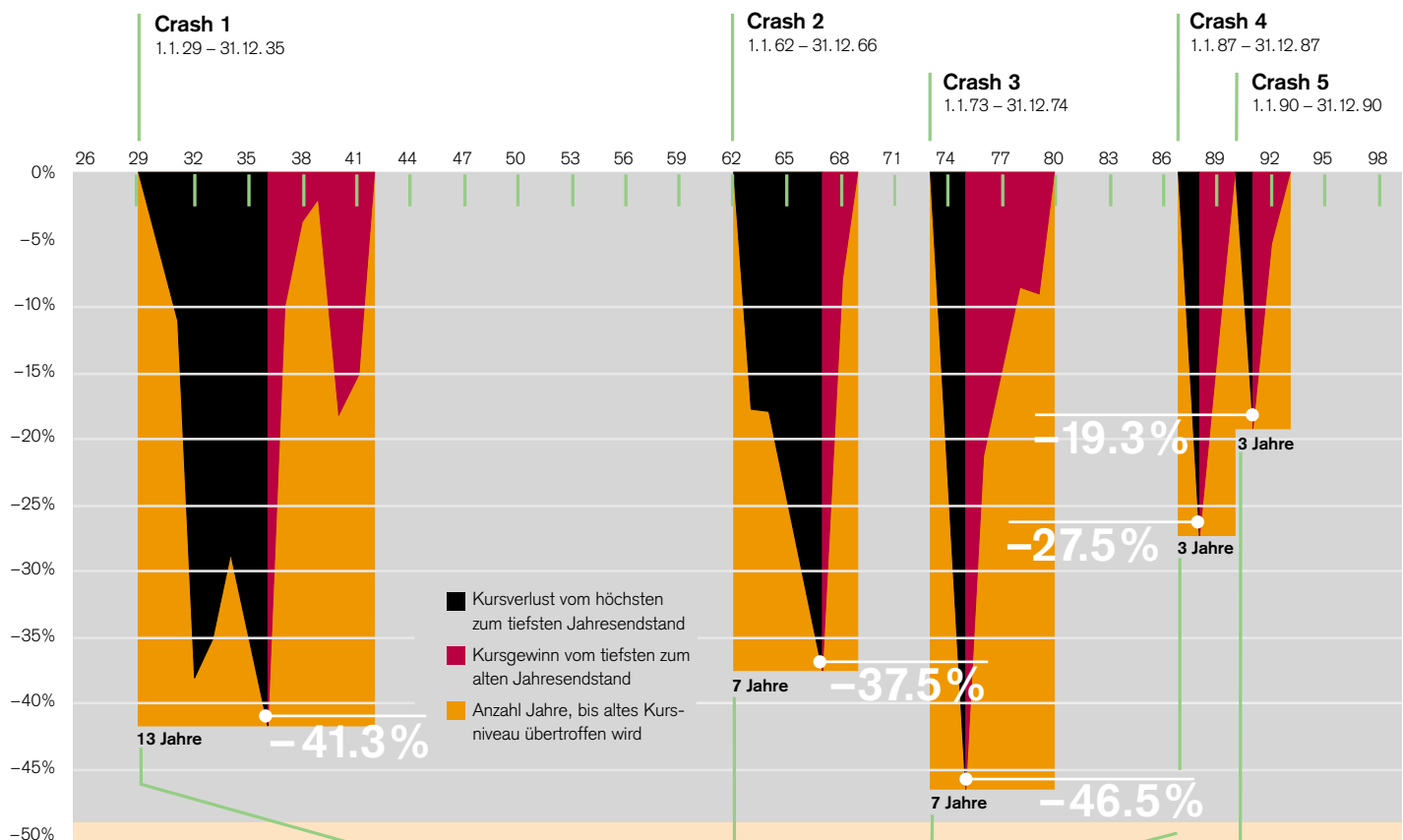
Zwischen 1926 und 1998 wurden Anleger mit Aktien sechzehnmal so reich wie mit Obligationen.



DAS RICHTIGE TIMING SCHAFFT DEN UNTERSCHIED

WER 1990 STATT ZU JAHRESBEGINN AM JAHRESENDE INVESTIERTE, HATTE ENDE 1998 EIN UM 24 PROZENT HÖHERES VERMÖGEN.

Grosse Kurseinbrüche schweizerischer Aktien



	Crash 1	Crash 2	Crash 3	Crash 4	Crash 5	Durchschnitt
Durchschnittsrendite p. a. bis Ende 1998						
Kauf zum Tiefst*	10.0 %	11.2 %	13.5 %	17.9 %	22.4 %	15.0 %
Kauf zum (Zwischen-)Höchst**	8.1 %	8.2 %	9.7 %	13.3 %	16.8 %	11.2 %
Vermögensstand Ende 1998						
CHF 100 zum Tiefst investiert*	39 461	2 999	2 098	615	503	
CHF 100 zum Höchst investiert**	23 159	1 875	1 122	446	406	
Auf 4 Jahre verteilt je CHF 25 investiert*** (zeitliche Diversifikation)	27 842	2 222	1 513	491	425	

*Jahresende 1935, 1966, 1974, 1987, 1990 **Jahresanfang 1929, 1962, 1973, 1987, 1990 ***Jeweils beginnend mit Höchststand (siehe **)

seinen Preis: Wenn die Börse in den nachfolgenden vier Jahren stark ansteigt, wäre es besser gewesen, sofort das ganze Kapital in Aktien zu investieren.

Geld muss nicht unter die Matratze

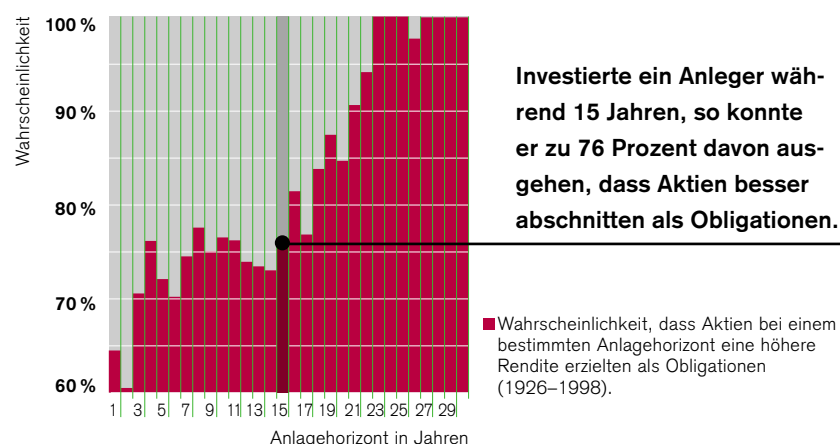
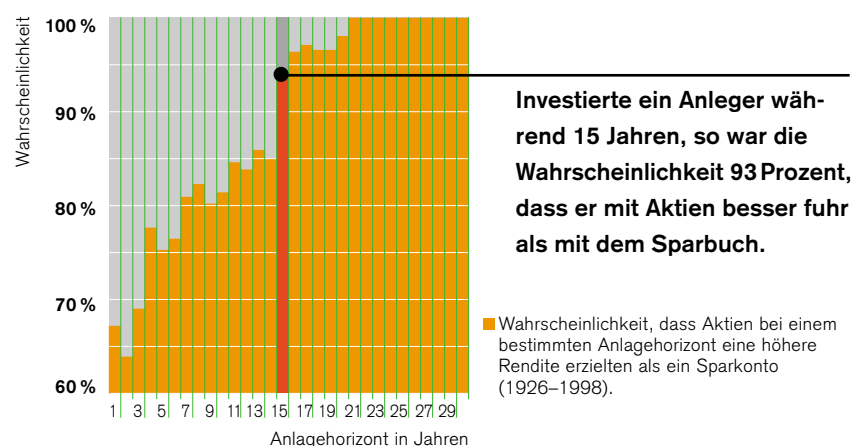
Anleger mit einem kurzfristigeren Anlagehorizont, die wegen der hohen Wertschwankungen keine Aktien kaufen möchten, müssen ihr Geld deswegen nicht unter der Matratze verstecken. Einfachere und weniger riskante Möglichkeiten, Kapital zu parkieren und erst noch einen Ertrag zu erwirtschaften, stellen der Obligationenmarkt oder ein Sparkonto dar.

Auf kurze Sicht stehen die Chancen nicht schlecht, dass diese Anlageformen sogar besser abschneiden als Aktien. Dies zeigt ein Performancevergleich für die Periode von 1926 bis 1998 (siehe Grafik rechts). Für jeden möglichen ganzjährigen Anlagehorizont wurde untersucht, ob Aktien gegenüber Obligationen oder Sparkonti eine höhere Rendite abwarfen. Resultat: Die Wahrscheinlichkeit, mit Aktien eine höhere Rendite zu erzielen, beträgt für kurze Perioden bis zu drei Jahren nur rund 65 Prozent und steigt mit zunehmendem Anlagehorizont an. Im Zehnjahresbereich beträgt die Wahrscheinlichkeit gut 75 Prozent im Vergleich zu Obligationen und über 80 Prozent im Vergleich zum Sparkonto. Erst bei einem Anlagehorizont von mehr als 20 Jahren konnte man ziemlich sicher sein, mit Aktien besser zu fahren. Um eine hundertprozentige Sicherheit zu erreichen, musste sich der Aktienanleger für 27 Jahre binden. Der dargestellte Vergleich lässt zudem die viel höhere Volatilität von Aktien ausser Acht. Es kann somit im Extremfall erstaunlich lange dauern, bis das Risiko durch eine angemessene Rendite entschädigt wird. Aber bei einem genügend langen Anlagehorizont kann man dem nächsten Börsencrash gelassen entgegnen.

ROGER M. KUNZ, TELEFON 01 333 58 85
ROGER.M.KUNZ@CREDIT-SUISSE.CH

AKTIENANLEGER DENKEN BESSER LANGFRISTIG

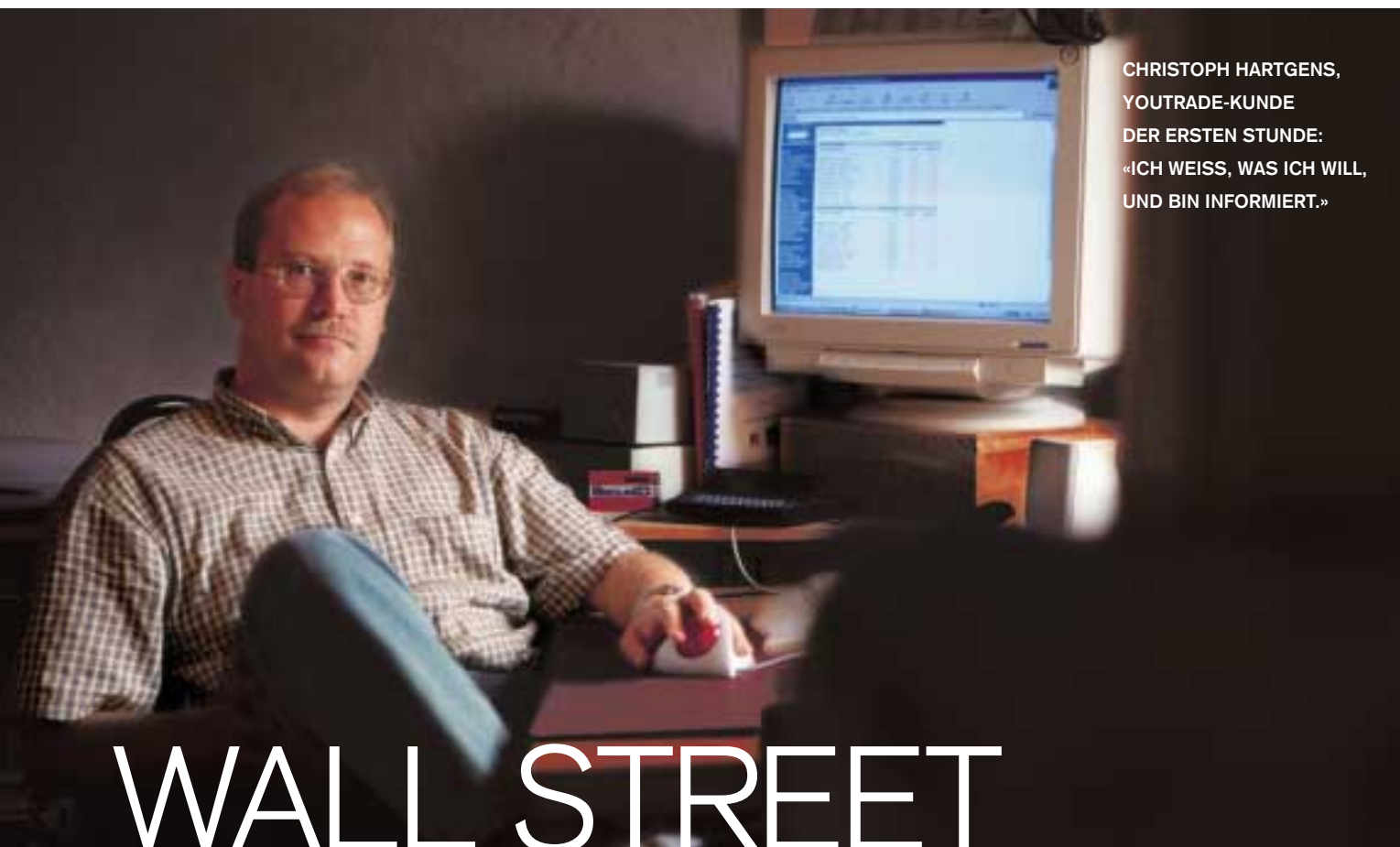
Erst ab einem Horizont von 27 Jahren waren Aktien garantiert rentabler als Obligationen.



DREI TIPPS FÜR EINE ERFOLGREICHE GELDANLAGE

1. Nur Personen, die grosse kurzfristige Wertveränderungen verkraften können und einen langfristigen Anlagehorizont haben, sollten sich stark am Aktienmarkt engagieren. Solche Investoren wurden in der Vergangenheit für ihre Geduld und die eingegangenen Risiken in aller Regel mit höheren Erträgen belohnt.
2. Aktien bringen nicht unbedingt das schnelle Geld: Obwohl Aktien in den letzten zehn Jahren eine ausserordentlich gute Performance aufwiesen, zeigt ein Blick weiter zurück, dass auch längere Durststrecken durchzustehen waren. Erst bei einem Anlagehorizont von rund 20 Jahren konnte man ziemlich sicher sein, mit einem reinen Aktienportfolio besser abzuschneiden als mit risikoärmeren Anlagen.
3. Empfehlenswert ist nicht nur eine Verteilung der Anlagen auf verschiedene Aktien und Anlagekategorien, sondern auch eine zeitliche Diversifikation. Um nicht das gesamte Vermögen in einem ungünstigen Zeitpunkt zu investieren, kann es ein Anleger über einen längeren Zeitraum gestaffelt an die Börse bringen.

Die vollständige Studie «Aktien als langfristige Kapitalanlage» aus der Reihe «Economic Briefings» können Sie mit dem auf der letzten Seite beigelegten Talon bestellen.



CHRISTOPH HARTGENS,
YOU TRADE-KUNDE
DER ERSTEN STUNDE:
«ICH WEISS, WAS ICH WILL,
UND BIN INFORMIERT.»

WALL STREET PER MAUSKLI CK

DAS INTERNET BOOMT, AKTIENANLAGEN
WERDEN BELIEBTER – UND
ONLINE-BROKER HABEN AUFSCHWUNG.

VON PASQUALE FERRARA

Christoph Hartgens kommt sich vor wie in seiner Zeit als Börsenhändler, aber er sitzt zu Hause vor seinem Computer. Übers Internet hat er die Seite von youtrade angesteuert, dem Online-Broker der CREDIT SUISSE. Passwort und Code eingeben, und schon kann er via Mausclick Wertschriften kaufen oder verkaufen – innert Sekunden. Den grössten Teil seiner Anlagegeschäfte wickelt er zwar ganz normal über seinen Kundenberater ab. Doch wenn

Hartgens, der jetzt als selbständiger Bankenberater tätig ist, Zeit und auch ein paar Ideen hat, ist youtrade genau das Richtige. «Ich weiss, was ich will, bin informiert und kenne die Risiken. Mehr brauche ich nicht», sagt er.

Wer keinen Berater will, geht aufs Netz

Genau bei diesen Kunden erfreut sich der Aktienhandel via Internet wachsender Beliebtheit. Sie fahren damit nicht nur

schneller, sondern auch billiger: Gebühren bei Transaktionen sind bei den Online-Brokern um einiges günstiger als über den Kundenberater.

In der Schweiz hat die CREDIT SUISSE diesen Frühling mit youtrade das Online-Geschäft mit Wertschriften im grossen Stil lanciert. Andere Banken haben nachgezogen. Denn der Trend scheint klar: Wer keinen Berater will oder braucht, wechselt zur billigeren Internetvariante. In den USA

wird bereits etwa ein Sechstel aller Börsentransaktionen via Internet getätigt.

Die traditionellen Bankenkanäle kommen damit unter Druck. Doch so schnell werden sie nicht überflüssig. Alfred Castberg, Chef von youtrade, bringt dazu einen Vergleich: «Kunden können sich in einem Fachgeschäft beraten lassen oder in einem Supermarkt einkaufen. youtrade entspricht dem Supermarkt.»

Viele scheinen in der Schweiz auf diesen Kanal gewartet zu haben. Die Bilanz von youtrade darf sich jedenfalls sehen lassen. Rund 12 000 Leute bekundeten Interesse an youtrade; 6000 von ihnen schlossen in den ersten fünf Monaten einen Vertrag ab. «Beim Jahresziel sind wir auf gutem Weg», bilanziert Alfred Castberg.

Doch wer sind die youtrade-Kunden? «Das Spektrum reicht vom Zwanzigjährigen bis zum Achtzigjährigen», sagt Castberg. Der typische youtrade-Kunde aber

- ist männlich, keine zehn Prozent der Nutzer sind Frauen,
- zwischen 30 und 39 Jahre alt,
- besitzt eine höhere Bildung,
- und tätigt im Schnitt ein- bis zweimal pro Woche eine Transaktion.

Mit youtrade nach New York surfen

Vor allem der geringe Frauenanteil sei auffallend, meint Castberg. Zum Vergleich: In den USA sind 40 Prozent der Brokerage-Kunden weiblich. Positiv überrascht habe die Tatsache, dass die Hälfte der youtrade-Kunden neu zur CREDIT SUISSE gestossen sind, betont Castberg.

So weit die Bilanz. «Doch das ist erst der Anfang. Wir arbeiten laufend an Verbesserungen», gibt sich Castberg optimistisch. Die dringendste Neuerung sei der Zugang zu weiteren Börsenplätzen. Ab Oktober können sich youtrade-Kunden auch die wichtigsten amerikanischen Börsen erschliessen; im nächsten Frühjahr soll der Handel mit deutschen Aktien dazukommen. Nur noch eine Frage der Zeit sei schliesslich die Aufschaltung der Eurex. «Dann wird es erst richtig interessant»,

kommentiert youtrade-Kunde Christoph Hartgens. Gerade Anleger mit den nötigen Kenntnissen fühlen sich nämlich ungern an Landesgrenzen gebunden.

youtrade wartet inzwischen mit anderen Neuerungen auf. Ausser den Real-Time-Kursen flimmern seit kurzem auch ausgewählte Wirtschaftsnachrichten über den Bildschirm. Ergänzt wird das Infopaket durch Berichte aus der Research-Abteilung der CREDIT SUISSE sowie durch Marktempfehlungen.

Mit Zusatzdienstleistungen versuchen weltweit die Online-Händler, weitere Kunden zu gewinnen, denn die Konkurrenz wird härter. Trendsetter bleiben die USA. Der dortige Marktführer Charles Schwab weist beispielsweise sechs Millionen Kun-

den aus und versucht nun auch in der Schweiz, besser Fuss zu fassen.

US-Anleger agieren selbständiger

Die Erfahrungen in den USA lassen sich aber nicht unbedingt auf die Schweiz übertragen. «Das ganze Börsengeschäft ist in der Schweiz viel kleiner», sagt Teodoro Cocca, Internet-Banking-Experte am Institut für Bankwesen der Universität Zürich. Die Anlegermentalität sei in den USA zudem eine andere. «Die Bereitschaft, seine Finanzgeschäfte selber zu tätigen, ist in den USA viel höher als bei uns», meint Cocca. Anlagefonds und Sparkonti würden in der Schweiz darum weiterhin wichtig bleiben. Ausserdem werde die Börsenstruktur in der Schweiz stark von den

YOUTRADE IN KÜRZE

Was ist youtrade?

Mit youtrade kann man direkt via Internet oder auch per Telefon am Börsengeschehen teilnehmen, das heisst Wertschriften kaufen oder verkaufen.

Was bietet youtrade?

youtrade-Kunden haben Zugang zur Schweizer Börse und neu auch zu den wichtigsten US-Börsen. Den Kunden werden die Realtime-Kurse der Schweizer Börse und leicht verzögert Börsendaten aus den USA übermittelt. Zum Dienstleistungsangebot zählen auch ausgewählte News, Analysen und Empfehlungen. Börseninformationen kann man sich zudem per E-Mail oder per SMS auf das persönliche Handy übermitteln lassen. youtrade erlaubt auch die Aufnahme eines Lombardkredits.

Was kostet youtrade?

Die Mindestgebühr beträgt 40 Franken und gilt für Transaktionen mit einer Summe von bis zu 8000 Franken. Die Gebühren steigen gemäss der Handelssumme. Ab 150 000 Franken zahlt man eine Gebühr von 375 Franken. Als Administrationsgebühr wird 0,22 Prozent des durchschnittlichen Depotwertes erhoben oder mindestens 50 Franken pro Jahr.

Was setzt youtrade voraus?

Erforderlich ist eine Einlage von mindestens 1000 Franken. youtrade-Kunden sollten mit den Gepflogenheiten des Börsengeschäftes vertraut sein. Es gibt keine persönliche Beratung durch die Bank.

Wie komme ich zu youtrade?

Erster Schritt ist die Bestellung eines Eröffnungsantrages für youtrade. Man sollte über einen Internetzugang verfügen und sicherstellen, dass der eigene Computer die nötigen technischen Voraussetzungen erfüllt. CREDIT SUISSE verschickt dann die Vertragsnummer, das Passwort und eine SecurID-Karte. Dieser dreifache Sicherheitscode soll das Konto vor dem Zugriff Unbefugter schützen. Weitere Informationen erhalten Sie über www.youtrade.com oder Telefon 0848 80 70 51.

Grossbanken dominiert; in den USA sei der Zugang zur Börse viel offener. Aus diesen Schweizer Eigenarten zieht Cocca den Schluss: «Ausländische Online-Anbieter werden es in der Schweiz nicht so einfach haben.»

Dennoch kann man von den USA lernen. Dort hat man festgestellt, dass die Kunden der Online-Broker nicht mehr ausschliesslich die typischen «Early Adapters» sind, sondern dass ganz «normale» Anleger beginnen, via Internet ihre Finanzgeschäfte zu tätigen. Ein Trend, den Cocca auch für die Schweiz voraussieht: «Es werden in Zukunft vermehrt traditionelle, konservative Private-Banking-Kunden auf den Online-Kanal umsteigen», sagt Cocca, «und zwar unabhängig vom Alter.»

Mit anderen Worten: Die Banken werben sich mit günstigen Online-Angeboten via Internet ihre eigenen Kunden ab. «Kannibalisierung» heisst das Gespenst, das zurzeit in der Finanzwelt herumgeht. Die Angst sei berechtigt, meint Bankenspezialist Cocca, aber den Banken bleibe keine andere Wahl, denn die Entwicklung sei nicht aufzuhalten: «Wenn Sie den Kunden kein Online-Geschäft anbieten, dann wechseln diese zur Konkurrenz.»

Das sieht auch Alfred Castelberg nicht anders. «Microsoft-Chef Bill Gates hat Recht, wenn er sagt, dass wir in Zukunft keine Banken, aber Bankdienstleistungen brauchen.» An neuen Formen der Dienstleistung wird gearbeitet. Nicht nur Bankschalter werden durch neue Kanäle ersetzt, auch der PC ist nicht unbedingt mehr notwendig. Das Bank- und Börsengeschäft etwa via Natel ist schon bald Wirklichkeit (siehe Beitrag auf S. 30).

BULLETIN | ONLINE

WEITERE INFOS UND LINKS ZUM
ONLINE-BÖRSENHANDEL UND
YOU TRADE FINDEN SIE UNTER:
WWW.CREDIT-SUISSE.CH/BULLETIN
UND WWW.YOUBROKER.COM



ALFRED CASTELBERG,
PROJEKTLER «YOU TRADE»,
ÜBER DEN WERTSCHRIFTEN-
HANDEL IM INTERNET UND
DIE ZUKUNFT DER
ELEKTRONISCHEN BANK.

«DAS BEDÜRFNIS EXISTIERTE SCHON LANGE»

PASQUALE FERRARA Herr Castelberg, haben Sie kein schlechtes Gewissen? Als ehemaliger Private Banker machen Sie mit dem Discount Broker «youtrade» Ihren Kollegen Konkurrenz.

ALFRED CASTELBERG Ich habe kein schlechtes Gewissen. youtrade deckt ein Bedürfnis ab, das viele Kunden schon lange hatten: den Wunsch nach einer schnellen, effizienten und kostengünstigen Möglichkeit, den Wertschriftenhandel abzuwickeln. Wenn wir diesem Bedürfnis nicht nachkommen, tut es ein anderer.

P.F. Seit wann tragen Sie sich mit der Idee, einen Discount Broker auf die Beine zu stellen?

A.C. Zum ersten Mal diskutierten wir das bereits 1994. Ich war damals bei der Volksbank tätig. Auf dem Tisch lag der Vorschlag, die Volksbank zum Discount Broker der CREDIT SUISSE zu machen. Die Idee wurde aber verworfen. Die Zeit war noch nicht reif, vor allem das Internet hatte noch bei weitem nicht die Verbreitung von heute.

P.F. Erst der Aufschwung des Internets hat also die Idee wieder aufs Tapet gebracht.

A.C. Ja. Ende 1998 kam die Anfrage, ob ich das Projekt übernehmen wolle. Am 2. Dezember starteten wir mit einem

schlagkräftigen Team. Bereits am 12. April kamen wir mit youtrade auf den Markt. Wir wollten der erste Schweizer Discount Broker im Internet sein. Das haben wir auch erreicht.

P.F. youtrade ist ein Gemeinschaftswerk von CREDIT SUISSE und CREDIT SUISSE PRIVATE BANKING. Warum?

A.C. Wir wollten vom Know-how beider Banken profitieren. Der CREDIT SUISSE PRIVATE BANKING untersteht das Wertschriftengeschäft. Die CREDIT SUISSE ihrerseits verfügt mit DIRECT NET über ein bewährtes Internet-Tool. Nur dank dieser Zusammenarbeit war es möglich, so schnell auf dem Markt zu sein.

P.F. Warum hat man aber eine eigene Marke geschaffen, statt die Dienstleistung einfach über DIRECT NET zu lancieren?

A.C. Wir waren der Meinung, dass wir unsere Kunden mit einem separaten Kanal optimal betreuen können. Aus diesem Grund haben wir einen eigenständigen Produktnamen gewählt und eine separate Bankstelle für youtrade-Kunden eröffnet. Selbstverständlich betonen wir auch die Zugehörigkeit zur CREDIT SUISSE. Der Kunde weiss, dass hinter youtrade eine starke «Mutter» für Vertrauenswürdigkeit, Sicherheit und Glaubwürdigkeit entsteht.

PLANEN SIE HEUTE

PRIVILEGIA BIETET EINE INTELLIGENTE VORSORGE.

AUTOR: RONALD BIEHLER*

Im 3-Säulen-System der Sozialversicherungen zeichnen sich drastische Veränderungen ab. Die Finanzierung der AHV ist ein konstantes Thema. Nun ist die erste Revision des BVG im Gang. Folgeschwere Änderungen werden diskutiert: Erhöhung des Rentenalters auf 65 Jahre für die Frauen, Einführung einer Witwerrente, Senkung des Umwandlungssatzes von 7,2 auf 6,65 Prozent und der Mindestverzinsung von 4 auf 3 Prozent.

Die Reduktion des Umwandlungssatzes sowie eine Senkung des Zinssatzes würden eine Kürzung der Pensionskassenrenten bedingen – im Extremfall bis zu 25 Prozent. Diese Lücke in der Altersvorsorge müsste dann wieder mit privaten Mitteln gedeckt werden.

Die CREDIT SUISSE PRIVILEGIA-Vorsorgestiftung 3. Säule trägt dem Kundenwunsch nach weiterer Diversifikation im Wertschriftensparen Rechnung. Seit 1. Oktober 1999 bietet die CREDIT SUISSE-Anlagestiftung eine dritte Anlagegruppe, den MIXTA-BVG Maxi, der die gesetzlich möglichen Investitionen in Aktien voll ausschöpft. Das Wertschriftensparen umfasst die Anlagegruppen: Mixta-BVG Defensiv, Mixta-BVG und Mixta-BVG Maxi.

Erträge lassen sich reinvestieren

Ergänzend wird die Zeichnung von Fraktionen möglich. Kundinnen und Kunden können somit ihr gesamtes Vorsorgekapital der Säule 3a in Wertschriften anlegen. Eine weitere attraktive Ergänzung ist die Einföhrung der Thesaurierung. Das heisst: Die aufgelaufenen Erträge werden

laufend reinvestiert. Damit werden die umständlichen Anlageinstruktionen für die Wiederanlage hinfällig.

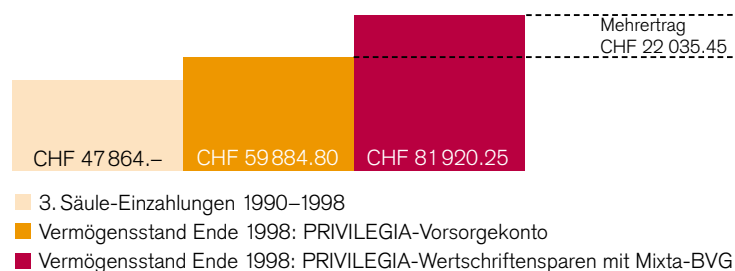
Dass das Wertschriftensparen in der Säule 3a eine lukrative Anlage darstellt, hat ein Test des K-Tips-Spezial vom Mai 1999 aufgezeigt. Die Anlagegruppe Mixta-BVG erzielte das beste Resultat. Besonders eindrücklich zeigte dieser Test die Differenz zwischen dem Kontosparen und dem Wertschriftensparen. So erzielte eine Investition in die Anlagegruppe Mixta-BVG einen Mehrertrag gegenüber dem Kontosparen von 22 035 Franken – und das in nur acht Jahren (siehe Grafik unten).

Die Risikostreuung sorgt dafür, dass das Vorsorgekapital langfristig sicher angelegt und zu einer Rendite verzinst ist, die über dem Ertrag aus Vorsorgekonti liegt.

Wer seine steuerbegünstigte Vorsorge 3a mit einer Aufbesserung der Rendite durch das erweiterte Angebot des Wertschriftensparens optimiert, steht auf solidem Boden. Dafür können Kundinnen und Kunden auch ihre Freizügigkeitsgelder aus der 2. Säule einsetzen. Damit dürfen sie beruhigt der politischen Diskussion über die erste Revision des BVG folgen – aus der Gewissheit heraus: «Ich habe gut vorgesorgt.»

WERTSCHRIFTEN HABEN DIE NASE VORN

Die Grafik zeigt die Vermögensentwicklung des PRIVILEGIA-Vorsorgekontos im Vergleich zum Wertschriftensparen (Mixta-BVG). Von 1990 bis 1998 wurde jeweils zu Jahresbeginn der maximal erlaubte Betrag für die 3. Säule einbezahlt und automatisch in Mixta-BVG investiert. Total wurden CHF 47 864.– einbezahlt.




Quelle: K-Tip-Spezial Mai 1999 (Mixta-BVG war Testsieger mit 10.98 Prozent Performance)



* Ronald Biehler ist Geschäftsführer CREDIT SUISSE PRIVILEGIA-Vorsorgestiftung 3. Säule

GÖNNEN SIE SICH MEHR ERTRAG!

Durch frühzeitiges, regelmässiges Sparen lässt sich am besten vom Zinseszinsseffekt profitieren. Wird während 30 Jahren pro Monat nur 100 Franken auf die Seite gelegt, also total 36 000 Franken, kann bei einer angenommenen Durchschnittsrendite von neun Prozent (Steuern nicht eingerechnet) ein Vorsorgekapital von rund 180 000 Franken erreicht werden. Infos zum Wertschriftensparen erhalten Sie von Ihrem Kundenberater und im Internet unter www.credit-suisse.ch/vorsorge.



AUSSTELLUNGSMACHER
JOHN SCHOCH: «MEIN
LIEBLINGSBILD IST DER
ENGEL IN MIR SELBST.»

«EIN ENGEL FLÜSTERT MIR DIE IDEEN EIN»

INTERVIEW:
CHRISTIAN PFISTER,
REDAKTION BULLETIN

JOHN SCHOCH MACHT DEN HAUPTSITZ
DER CREDIT SUISSE ZU EINER OASE
DER NEUGIERIGEN. SEIN NEUSTER WURF:
DIE AUSSTELLUNG «ENGEL SIND ÜBERALL».

CHRISTIAN PFISTER Wann stand
Ihnen Ihr Schutzengel letztmals
zur Seite?

JOHN SCHOCH Das war vor
19 Jahren, als ich einen schweren
Unfall mit einer Motorsäge hatte.
Damals hing mein Leben an einem
Faden. Die Säge surrte millimeternah
an meiner Halsschlagader vorbei –
ein Flügelschlag nur, aber ein
schutzengelhafter. Kurz darauf kam
ich vom Tes-

sin nach Zürich zur CREDIT
SUISSE und baute in meiner Freizeit
die Galerie Le Point auf.

C.P. Was können Menschen von
Engeln lernen?

J.S. Das Fliegen leider nicht,
aber sie lehren uns, eine Vision zu
haben vom Paradies. Menschen,
speziell die jungen, brauchen solche
Visionen – und Unternehmen ebenso.

C.P. Faszinieren Engel die Menschen,
weil sie fliegen können?

J.S. Der Wunsch zu fliegen ist
sicherlich ein wichtiger Grund für
deren Anziehungskraft. Das Fliegen
ist ein Traum des Menschen. Ikarus
war der bekannteste Fall, Engel
imitieren zu wollen. Beinahe wäre
es ihm ja gelungen, doch er verlor
den Bezug zur Realität – und stürzte
ab. Engel hingegen lassen sich

nicht einschränken. Überall ist die
Faszination des Fliegens präsent.
Denn wer möchte nicht mal abheben?
Schaffen tuns aus eigener Kraft
neben den Engeln aber nur Vögel
und Insekten.

C.P. Erwarten Sie zur Vernissage
der Ausstellung auch einen
Abgesandten des Himmels?

J.S. Ich glaube kaum, aber
wer weiss. Der eine oder

andere Besucher bringt vielleicht seinen Schutzengel mit. So gesehen werden hoffentlich viele präsent sein.

C.P. Was hat eine Bank mit Engeln zu schaffen?

J.S. Auf den ersten Blick lassen sich Engel mit der Bank nicht direkt verbinden. Mich hat das Thema aber schon seit längerem gereizt. Jeder kennt Engel, träumt von Engeln und hat ein Bild von Engeln. Und trotzdem wissen wir wenig über sie. Oder kennen Sie etwa die Hierarchie im Engelreich oder die Aufgaben der Erzengel, Eroten und Putti? Es reizt auch die Frage, wie andere Kulturen ihre Himmelsboten darstellen. Eine Ausstellung kann darauf spannende Antworten geben. Das Thema Engel setzt eine Le Point-Tradition fort, nämlich Unbekanntes bekannt zu machen.

C.P. Warum macht die CREDIT SUISSE eigene Ausstellungen?

J.S. Wir leben damit einen Teil unserer Unternehmenskultur. Unternehmen sind ein Mikrokosmos unserer Gesellschaft. Da gibt es eine grosse Bandbreite unterschiedlicher Menschen, die sich nicht nur auf Managementfunktionen oder den Shareholder Value reduzieren lassen, sondern auch ideelle Werte vertreten. Vielfach haben in der Kultur Familien, Mäzene oder Stiftungen die Aufgabe übernommen, solche ideellen Werte aus der Vergangenheit in die Gegenwart zu retten. Für mich ist es eine

Frage der sozialen und kulturellen Notwendigkeit, dass Grossfirmen gegenüber den Mitarbeitenden, der Gesellschaft und insbesondere der Jugend hier Verantwortung übernehmen.

C.P. Reisen die Besucher der Galerie Le Point speziell für die Ausstellungen an, oder handelt es sich um Bankkunden, die am Paradeplatz das Geschäftliche mit dem Genuss verbinden?

J.S. Wir machen wenig Werbung für die Ausstellungen. Die meisten Besucher sind Passanten. Das macht die Sache so faszinierend. Le Point-Ausstellungen sind für Kenner zu einer Marke geworden, weil sie keinem Auftrag folgen. Bei uns müssen auch nicht unbedingt die Originalkunstwerke stehen. Thematisch nahmen wir uns stets die Freiheit, Unkonventionelles zu zeigen. Ich denke, die Besucher geniessen dies. Ich hoffe, wir konnten mit unserer Themenwahl die Leute hier und da überraschen.

C.P. Was wird in der Ausstellung «Engel sind überall» zu sehen sein?

J.S. Wir zeigen Engelsdarstellungen in ihrer Breite, Objekte von teils unvorstellbarem Wert – aus der Antike, dem Mittelalter und der Neuzeit. Engel gehören seit dem vierten Jahrhundert in die christliche Kultur. Da gibt es besonders viele Darstellungen: Stundenbücher, Tafelbilder zum Beispiel. Viele Werke gehören Privaten, kommen

normalerweise gar nicht an die Öffentlichkeit. Und als Kontrapunkt präsentieren wir Werke aus anderen Kulturen – etwa aus Persien, Afrika, aber auch von den Inkas bis hin zum Buddhismus.

C.P. Welches ist Ihr Lieblingsbild?

J.S. Mein Lieblingsbild ist nicht in der Ausstellung zu sehen, obschon Preziosen ausgestellt sind, die ich gerne besitzen würde. Mein Lieblingsbild ist der Engel in mir selbst; beschreiben kann ich ihn nicht.

C.P. Welches ist das wertvollste Bild der Ausstellung?

J.S. Ich will nicht werten – das ist das Privileg der Engel. Jede Darstellung ist wertvoll und einzigartig. Schauen Sie sich nur eine Kinderzeichnung mit einem Engel an – das kann ein fantastisches Werk sein. Es braucht alle Engel, auch Luzifer als Vertreter des Bösen.

C.P. Wie hat sich die Darstellung von Engeln über die Jahrhunderte entwickelt?

J.S. Grosse Veränderungen hat es gar nicht gegeben.

Klar, wenn eine Niki de Saint Phalle einen Engel darstellt, ist die Anmutung und Technik neuzeitlich. Aber letztlich bleibt auch Saint Phalles Engel ein Schutzengel, der auf einer Tradition beruht. Denn Zukunft braucht Herkunft.

C.P. Welches waren bisher die Höhepunkte im Le Point?

J.S. Wir zeigten über 30 Ausstellungen. Diese gegeneinander auszuspielen macht keinen Sinn. Alle hatten ihre Berechtigung und eine eigenständige Aussage. Dennoch ist klar: Das Le Point hat in den letzten 18 Jahren einige Höhepunkte erlebt. Für mich war das nicht immer eine Frage des Besucheraufmarschs. «Pictorialismus in der Photographie» beispielsweise lockte nicht Massen in die Ausstellung. Dennoch war es in Europa eine einzigartige Schau. Andere wiederum, etwa «Michelangelo und die Sixtina», waren mit über 30 000 Besuchern publikumsmässig ein Höhepunkt.

C.P. Wie kommen Sie zu Ihren Ausstellungsideen?

J.S. Ein Engel flüstert sie mir jeweils ein.



ERST ENGEL, DANN BAUARBEITER

Die letzte Ausstellung in der Galerie Le Point vor dem Umbau des CREDIT SUISSE-Hauptsitzes am Zürcher Paradeplatz widmet sich den Abgesandten des Himmels. Unter dem Motto «Engel sind überall» sind Darstellungen aus unterschiedlichen Epochen, Stilrichtungen und Kulturen zu sehen. Die Ausstellung ist werktags ab dem 27. Oktober 1999 bis 28. Januar 2000 jeweils während den Schalteröffnungszeiten geöffnet. Ein lesenswerter Katalog begleitet die Ausstellung.

KRACH ODER KUNST?

KATZENMUSIK? WEIT GEFEHLT: DAS BULLETIN GIBT IHNEN EINE EINSTIEGSHILFE IN DIE ZEITGENÖSSISCHE E-MUSIK.

VON MATTHIAS MÜLLER*

In der Musik hat der Begriff der Klassik eine besondere Wandlung vollzogen. Ursprünglich auf die Werke der Wiener Klassik von Haydn, Mozart und Beethoven beschränkt, wird heute unter Klassik umgangssprachlich die Musikrichtung verstanden, die aus der akademischen Tradition gewachsen ist und sich von der Unterhaltungs- und Volksmusik abheben will. Allgemein bezeichnet Klassik eine Sache besonderen Ranges. Die Bezeichnung Klassik ist dementsprechend nicht auf die Musik beschränkt. Wir sprechen von Klassikern des Filmes, Klassikern der Literatur, aber auch Klassikern

unter den Weinen oder Klassikern der Skiabfahrten. Problematisch ist zudem: Klassisch ist eine Sache nicht, sondern sie wird es erst mit der Zeit. Etwas Neues kann nicht klassisch sein, denn erst seine nachhaltige Bedeutung lässt etwas zum Klassiker werden. In diesem Sinne hat sich die Klassik in einen Widerspruch verstrickt. Die neu entstehende klassische Musik kann eigentlich gar nicht klassisch sein.

Der «klassischen» Musik wird nun noch das Etikett E-Musik (ernste Musik) angehängt – in Abgrenzung zu unterhaltender U-Musik. Damit ist diese Musik doppelt stigmatisiert. Heute komponierte klassische E-Musik muss klassisch und ernst sein. Diese Bürde haben sich die Musiker zum Teil selber aufgeladen, indem sie sich vom Unterhaltenden und Populären abheben und Bedeutendes schaffen wollten. Wenn nun Konzerte ernster als theoretische Vorlesungen werden und der Unterhaltungswert jenem einer Sitzung über Bilanzen

gleichet, dann wird der Anlass für ein Publikum öde.

Die Ehe mit dem Ernsten und dem Klassischen mag mit ein Grund sein, dass das Verhältnis zwischen Komponisten und Publikum heutzutage sehr distanziert ist. Das Publikum versteht die lebenden Künstler nicht und schenkt seine Aufmerksamkeit lieber verstorbenen Komponisten, die, wenn sie heute leben würden, sicher auch andere Musik komponieren würden.

Die Situation ist für Musiker, Publikum und Veranstalter unbefriedigend. Niemand ist alleine schuld an dieser Situation. Es braucht Anstrengungen aller, etwas in Bewegung zu setzen. Komponisten dürfen sich nicht in Gettos verschanzen und das Publikum darf nicht die Augen vor allem Fremden und Unbekannten verschliessen.

Wie kann man den Zugang zu heute komponierter Musik finden? Braucht es dazu Wissen? Die Antwort lautet Ja und Nein. Nein, weil wir in erster Linie offen sein müssen für Neues. Das bedingt, dass

wir uns von festen Vorstellungen lösen, Erwartungen abbauen und in einem gewissen Sinn sogar vergessen müssen. Wenn ich in ein Konzert gehe, dann erwarte ich etwas. Ich weiss, wie sich die Musiker verhalten und wie die Musik in etwa klingen wird. Tritt diese Erwartung nicht ein, dann bin ich enttäuscht. So erlebe ich die neuartigen Klänge nicht als interessante Erweiterung des mir Bekannten, sondern als Enttäuschung über die unerfüllte Erwartung. Zugegeben: Der Genuss wird uns heute auch nicht einfach gemacht. Die Säle, in denen klassische Musik gespielt wird, sind mehrheitlich aus dem letzten Jahrhundert oder nach dessen Vorbild nachgebaut. Die Klangkörper, die Instrumente und das Auftreten der Musiker entsprechen der Form vergangener Zeiten und lassen eine Atmosphäre entstehen, die nicht empfänglich macht für Neues. Die erste Vorbedingung für den Zugang zu zeitgenössischer Musik ist, dass ich offen und ohne Vor-

* MATTHIAS MÜLLER IST DOZENT FÜR KLARINETTE AN DER HOCHSCHULE MUSIK UND THEATER ZÜRICH. ER IST KOMPONIST UND UNTER ANDEREM MITGLIED DES COLLEGIUM NOVUM ZÜRICH SOWIE KÜNSTLERISCHER LEITER DES MUSIK FORUM ZUG.

Zeit entwickelt sie ihre Tiefe und Stärke. Je differenzierter ich Wein trinke, desto mehr kann ich ihn schätzen. Wein ist nicht einfach Wein, sondern das Trinken eines guten Weines wird zum bewussten Erleben hoher Kunst.

Wie erwerbe ich dieses Verständnis in Bezug auf die Musik? Das Wichtigste ist, Werke zu vergleichen, ein eigenes Urteil zu bilden und sich mit sogenannten Expertenmeinungen zu beschäftigen. Je mehr ich neue Musik gehört habe, desto besser kann ich sie einordnen und beurteilen. Dabei ist es nicht

Urteile ans Neue herantrete. Dazu braucht es kein Vorwissen, sondern eine offene Einstellung.

Trotzdem kann Wissen und Erfahrung den Kunstgenuss ermöglichen und erhöhen. Um ein einfaches Bild zu wählen: Kunst ist vergleichbar mit dem Trinken guten Weines. Ein guter Wein ist kein Zuckersirup. Gute Kunst soll nicht den nächstliegenden Bedürfnissen uneingeschränkt entgegenzutreten, um möglichst viele Leute zu beglücken. Es wird schliesslich auch mehr Coke als Bordeaux getrunken! Ein guter Wein ist nicht beim ersten Nippen am besten. Zusammen mit dem Essen entwickelt er sich und wird immer besser. Gute Kunst ist nicht beim ersten Eindruck am besten – erst im Laufe der

entscheidend, dass ich nur Erstklassiges höre. Es ist sogar hilfreich, wenn ich hohe Qualität im Unterschied zu Schlechterem absetzen kann. Der Vergleich zum Wein ist auch hier möglich. Je mehr ich bewusst trinke und vergleichen kann, desto differenzierter wird mein Qualitätsurteil. Und mein Urteil ist ja letztlich gefragt. Natürlich sind Expertenmeinungen wichtig, weil sie durch lange Erfahrung eine bewusste Differenzierung und Beurteilung erreicht haben. Wie die Geschichte der Musikkritik zeigt, sind jedoch auch Spezialisten von Fehlbeurteilungen nicht gefeit. Die unvoreingenommene

Publikumsreaktion ist deshalb ein ebenso wichtiges Korrektiv für die Kunst wie Expertenansichten.

Um Zusammenhänge zu erkennen, bietet es sich in der Kunst an, zwei Dimensionen zu unterscheiden: Zusammenhänge zu anderen Kunstformen der Zeit und in Entwicklungslinien der Musikgeschichte. Kunstströmungen lassen sich immer in verschiedenen Formen und in verschiedener Verkörperung erfahren. Das

Verlassen des Primates eines Tones, wie es in der Tonalität der Fall war, steht in Verbindung mit dem Verlassen der realistischen Abbildung in der Malerei. Die Musik von Schönberg und die Kunst von Kandinsky können in Abhängigkeit gesehen werden, zumal ein Briefwechsel ihre gegenseitige Beeinflussung bestätigt. Der Drang zur Freiheit bis zur Zulassung des Zufalles in den Sechzigerjahren haftet der Fluxusbewegung ebenso an wie einem John Cage oder dem Free Jazz. Die Erfahrung von Kunst einer Zeit in ihren verschiedenen Ausformungen vertieft das Verständnis.

Die andere Beziehungsdimension in der Kunst ist die Geschichte. Künstlergenera-



«DER GENUSS MODERNER
E-MUSIK WIRD UNS HEUTE
NICHT EINFACH GEMACHT.»

NEUE MUSIK HÖRT SICH AM BESTEN IM KONZERT – GUTE GELEGENHEIT BIETEN

- **Festival Archipel, Genf, 21. März bis 2. April 2000, Telefon 022/329 42 42**
Ein vielseitiges Programm, das neben den Klassikern der Avantgarde immer wieder originelle Spezialitäten bietet.
- **ECHT!ZEIT: tage für live-elektronische musik basel 1999, 10.–13. November, Telefon 061/264 57 62**
Aufregende Konzerte mit vielen Uraufführungen am Puls unserer Zeit.
- **Collegium Novum Zürich, Tonhalle Zürich, 3. Oktober, Werke von Maderna, Nono, Dallapiccola**
Erstklassiges Kammerensemble, das jährlich unter einem Thema (dieses Jahr Italien) mehrmals musiziert und sowohl einen Überblick über das 20. Jahrhundert gibt als auch neuste Strömungen integriert.

tionen stehen immer in einem ambivalenten Verhältnis zu einander. Einerseits ist die ältere Generation Lehrer und Vorbild, andererseits versucht sich die kommende Generation mittels Ablehnung Freiraum für Neues zu schaffen. In der Kunstgeschichte gibt es sowohl Kontinuitäten wie Brüche. Um bei der Musik zu bleiben: Von Schönberg führt eine Linie über Webern in den Serialismus eines Boulez oder Stockhausen; die Erforschung neuer komplexer Klangformen zu elektronischer Musik, die durch die Computertechnik heute einen neuen Schub erfährt. Zudem ist es bereichernd, Kunstwerke im weiteren Kontext zu betrachten. Das sollte uns bei zeitgenössischer Musik letztlich leicht fallen, da uns der Zeitgeist von heute vertrauter ist als jener von der aufklärerischen Klassik.

Die Kenntnis der persönlichen Lebensgeschichte eines Schöpfers verhilft selbstverständlich auch, eine Kunst zu verstehen. Ein Grund, sich

mit lebenden Künstlern auseinanderzusetzen. Dort liegt auch einer der grössten Spannungspunkte der Kunst verborgen: Was bringt sie Neues und wie entwickelt sie sich weiter? Ob Börsenkurs, Fussballmeisterschaft, Mode oder neue Kunsttrends: Die grösste Spannung liegt in der Zukunft.



BALD AUF SCHWEIZER TOURNEE:
ANNE-SOPHIE MUTTER SPIELT
ZEITGENÖSSISCHES VON
KRZYSZTOF PENDERECKI.

GEWINNEN SIE EIN RENDEZ-VOUS MIT ANNE-SOPHIE MUTTER

Die weltbekannte Violonistin Anne-Sophie Mutter lädt gemeinsam mit der CREDIT SUISSE PRIVATE BANKING zu einem interessanten Hörvergnügen mit dem Curtis Symphony Orchestra aus Philadelphia unter der Leitung von André Previn. Neben Werken von Mozart bringt sie auf einer kleinen Schweizer Tournee ein Werk zur Aufführung, das ihr der polnische Komponist Krzysztof Penderecki gewidmet hat. Daten: Basel (19.11.), Montreux (20.11.), Bern (21.11.) und Lugano (22.11.) BULLETIN-Leserinnen und -Leser können je fünf Mal zwei Karten pro Konzert für die vier Aufführungen der Stargeigerin gewinnen. Schicken Sie uns den Talon auf der letzten Seite dieses BULLETINS spätestens bis 2. November ein – und Sie nehmen an einer Verlosung teil (über den Wettbewerb wird keine Korrespondenz geführt).

BULLETIN | ONLINE

INFOS UND LINKS ZUR
«MODERNEN E-MUSIK»
FINDEN SIE UNTER:
WWW.CREDIT-SUISSE.CH/BULLETIN

Stock- Shopping jetzt auch in New York.

**GRATIS
KURS
DATEN**

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

www.youtrade.com
The Trader's Choice

AGENDA

Aus dem Kultur- und Sportengagement von CREDIT SUISSE und CREDIT SUISSE PRIVATE BANKING

ZÜRICH

21.10. CREDIT SUISSE World Series, Femi Kuti, Zürich

LAUSANNE

26.10. Jazz Classics, The Dave Brubeck Quartet, Lausanne

LAUSANNE

27.–30.10. Onze Plus, Jazzfestival, Lausanne

CANCUN, MEXICO

31.10. ITU World Cup, Triathlon, Cancun, Mexico

NOOSA, AUSTRALIEN

7.11. ITU World Cup, Triathlon, Noosa, Australien

ZÜRICH

13.11. Jazz Recitals, Dee Dee Bridgewater Duo, feat. Thierry Eliez, Zürich

ZÜRICH

17.11. Weltmusik, Stella Rambisai Chiweshe, Zürich

ZÜRICH

25.11. CREDIT SUISSE World Series, Orchestre National des Barbès, Zürich

BERN

3.12. CREDIT SUISSE SPORT GALA Auszeichnung der Sportlerinnen und Sportler des Jahres



HUMANAUTIN IM ANFLUG

Betty Legler steht der Sinn nach Experimenten: Die Sängerin und Pianistin wird mit ihrem neuen Programm «Humanaut» im November auf Tournee gehen. Dabei führt sie – auf den ersten Blick – zwei Gegenspieler zusammen: Popmusik und Klassik. Zum musikalischen Stelldichein bittet die Glarner Rocklady ihre eigene Band und das Kammerorchester Sinfonietta de Lausanne; und für die «rhythmisch-sphärischen» Klänge des Ambient Techno zeichnen auf der Bühne die

«Groove Master» verantwortlich, als DJ und Sounddesigner. Das Ganze soll nicht ein nettes Nebeneinander bringen, sondern ein musikalisch spannendes Miteinander – im Szenenslang «Crossover» genannt. «Ich sehe keinen Sinn darin, die Streicher wie Zuckerguss über meine bestehenden Songs laufen zu lassen und ein bisschen Hollywood zu inszenieren», betont Betty Legler. Deshalb hat die Musikerin neue Songs geschrieben, die «der Verschiedenartigkeit des künstlerischen Ausdrucks Rechnung tragen sollen». Zwei Stunden nehmen Legler und Co. die Zuhörerinnen und Zuhörer auf die Reise und führen vor, was es mit dem «Humanauten» auf sich hat. «Wie der Astronaut zu den Sternen fliegt und das Weltall erforscht, so reist ein Humanaut durch die Menschheit und zu den Menschen hin.»

Halt bei den Erdenbürgern macht Betty Legler mit ihrem Projekt in: Luzern (3.11.), Bern (8.11.), Basel (10.11.), Zürich (12.11.) und Lausanne (15.11.). Vorverkauf über Ticketcorner 0848 800 800; Infos unter: www.credit-suisse.ch/sponsoring und www.humanaut.ch



GOSPEL PROJECT '99

Was steckt eigentlich hinter «The Moor Train Fellows», «3F» oder «Church Mountain Gospel Choir»? Richtig, nichts weniger als die Namen von Gospel-Chören aus dem Kanton Bern. Diese und andere bekannte Chöre aus der Region haben

eine CD mit zwanzig Songs eingespielt. Ohr- und Herzwärmer wie «Sometimes I feel like a motherless child», «Shine your light on me» oder «Swing low, sweet chariot» sind da unter anderen zu hören. Sponsoren wie die CREDIT SUISSE

sind für die Produktionskosten eingestanden. Deshalb gehen die Einnahmen aus dem Verkauf der CD und Musikkassette vollumfänglich zugunsten der Pro Infirmis, die sich für behinderte Menschen einsetzt.

Sie können die CD bestellen bei:
Pro Infirmis Kanton Bern,
Schwarztorstr. 32, 3000 Bern 14,
Telefon 031/387 55 65,
Fax 031/382 01 55. Bezugspreis:
Fr. 25.– für die CD, Fr. 20.– für
die Kassette (zuzüglich Versandkosten).

DIE MEISTER DES DICKICHTS

Achtung, fertig, los – heisst am 7. November 1999 für die Teilnehmerinnen und Teilnehmer an der Team-OL-Meisterschaften in Dintikon AG. Zu rechnen ist mit

einem Grossansturm: Rund 450 Dreiermannschaften werden zum Wettkampf im Rietenbergwald zwischen See- und Bünztal erwartet. Und derweil sich die Cracks die schnellste Route durchs Dickicht bahnen, erfahren die Zuschauer mit Hilfe von Funkposten, wie es um den Rennverlauf steht. Alle Besucher können auch am einfachen Schulhaus-Orientierungslauf teilnehmen –

Anmeldung am Lauftag genügt. Ein Unterhaltungsprogramm mit Zauberer, Rock 'n' Roll-Club sowie Ballonwettbewerb sorgt für die gesellige Note am Grosskampftag.



IMPRESSUM

Herausgeber

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

Redaktion

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

Gestaltung

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

Fotos

Pia Zanetti (Titel, S. 4, 7, 11, 12, 16, 18, 24–27, 28 o. r., 34, 35, 45, 46,
 48, 52, 54, 56, 59), Thomas Schuppisser (S. 20–22, 32, 36, 40),
 Esther Rieser (S. 2, 67), PhotoDisc (S. 6, 10–12, 14, 15, 28, 30, 44),
 Keystone Press AG (S. 8)

Inserate

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

Litho/Druck

NZZ Fretz AG / Zollikofer AG

Redaktionskommission

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

Erscheint im 105. Jahrgang (6¥ pro Jahr in deutscher und französischer Sprache). Nachdruck nur gestattet mit dem Hinweis «Aus dem BULLETIN der CREDIT SUISSE».

Adressänderungen

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

MOBILES GLÜCK

DIE KOMBINIERTE MOBILITÄT VON ZÜRI MOBIL IST EIN GUTES BEISPIEL FÜR DIENSTLEISTUNGSDESIGN.



**TEXT: LUKAS EGLI,
BULLETIN-ONLINE**

Rot leuchten sie in Zürich an jeder Ecke und waren wohl schon manchem Individualitäts-Fundi ein Dorn im Auge – nicht etwa der Farbe wegen. Wie auf einem Familienfoto brav nebeneinander platziert: Smart und Punto, die Kleinen, Astra und Previa, die Ausgewachsenen, bisweilen steht auch ein Hiace bei ihnen. Auf ihren Kotflügeln prangt ein stilisierter Regenbogen und ein bescheidener Schrift-

zug: züri mobil. Mobil ist Zürich mit seinem grosszügigen Netz von öffentlichem Verkehr alleweil – wird die Stadt doch als Modellfall in Sachen öffentlichem Verkehr gehandelt. Seit 1995 geht Zürich einen Schritt weiter und bietet ein Car-sharing an.

Das Unfassbare gestalten

Anlässlich der Preisverleihung von Design Preis Schweiz (DPS) 1997 wurde züri mobil

in der Sparte Dienstleistungsdesign mit einer Anerkennung gewürdigt. Dass Dienstleister Produkte anbieten, daran hat man sich mittlerweile gewöhnt – obwohl man sich ein Produkt gemeinhin als etwas physisch Fassbares vorstellt. Dass aber Dienstleistungen gestaltet werden? Beim Studieren der Designkriterien der Neunzigerjahre leuchtet auch diese Sparte ein: Design soll die Lebens-

qualität erhöhen, Originalität ausstrahlen, der Umweltverträglichkeit dienen, dem Zeitgeist entsprechen ...

Die sauber glänzenden Mittelstandswagen sind optisches Manifest eines komplexen und pionierhaften Service, auch wenn die Idee des Autoteilens nicht neu ist. Wie bei den Autoteilet-Genossenschaften (ATG), die in den Achtzigerjahren in Ölkreisen entstanden sind, geht es bei züri mobil darum, fahrbaren Untersatz nicht zu besitzen, sondern zu benützen – ganz im Sinne des öffentlichen Verkehrs. Doch im Gegensatz zu den AT-Kleinstgenossenschaften erfreut sich der Vierundzwanzig-Stunden-Service züri mobil einer regen Nachfrage. Um fünfzig Prozent wächst die Teilnehmerzahl jährlich; gegenwärtig sind es 6000 Abonnenten. Durch die Zusammenarbeit mit Mobility, dem nationalen Schwesterbetrieb, stehen ihnen an über 700 Standorten 1200 Autos zur Verfügung, 500 allein in der Stadt Zürich. Lebensqualität? Keine Frage.

Dass Gestaltung nicht nur ein visueller Vorgang ist, betont Birgit Mager, Jurorin bei DPS und Professorin für Service Design an der Fachhochschule Köln: «Dienstleistungen wie züri mobil werden in unserer Gesellschaft immer wichtiger, sie zu entwerfen komplexer.» Im Zeitalter von Marktforschung, Strategieplanung und Computerisierung schreibe niemand mehr «Service inbegriffen» auf seine Auslage. Der Service

werde zum Kern des Angebotes, werde verkauft und müsse entsprechend durchdacht sein. Magers Studentinnen und Studenten pauken denn auch Organisation und Logistik neben den gestalterischen Fächern: «Die sinnliche Kommunikation, die Möglichkeiten der Individualisierung schienen uns bei züri mobil 1997 nicht ausgeschöpft, weshalb wir den Service nur mit einer Anerkennung bedachten», erzählt Birgit Mager. Gerade immaterielle Produkte bedürften einer starken und emotionalen Sprache, um im Kopf des Kunden Identifikation zu schaffen. Bei der Originalität scheint es zu hapern.

Kombinieren ist angesagt

Doch hinter den Kulissen war der Dienst 1997 schon reifer, als man dies in Prospekten zugab. Jürg Rüegger, der züri mobil für die Zürcher Verkehrsbetriebe (VBZ) im Wesentlichen entwickelt hat, verfolgt eine grosse Idee: «Die Hälfte aller Zürcher besitzt kein Auto, fährt aber gelegentlich eines. Eigentlich gibt es kaum «reine» Automobilen oder öV-Benützer. Statt dessen herrscht ein Bedürfnis nach Kombinationsmöglichkeiten», ist Rüegger überzeugt. Die Aufgabe der Stadt müsse sein, diese zu erleichtern.

Während der Woche zur Arbeit, am Samstagmorgen zum Grosseinkauf, über das Wochenende in die Berge: Für jeden Zweck soll der Kunde ohne Vorinvestition eine

Lösung erhalten – die städtischen Verkehrsbetriebe als Generalmobilunternehmer. Das züri mobil-Abo ist denn auch gekoppelt mit einem öV-Abo. Wie im Auto kann ein züri mobil-Abonnent auch im Tram oder Bus einen Mitfahrer mitnehmen. Fürs Auto gilt: Der Benutzer reserviert eine Viertelstunde voraus und kann mit 93-prozentiger Sicherheit einen Wagen besteigen.

um ihnen stolz den neusten Stand der urbanen Mobilität zu zeigen. Doch in der Umsetzung täten sie sich meist schwer, bemerkt er lakonisch. Auch ausserhalb Europas ist die kombinierte Mobilität ein Thema. Der Mobilitätsexperte Conrad Wagner, der das Zürcher Konzept für Mobility adaptiert hat, arbeitet seit Januar in den USA, um an der Westküste die Sha-

DESIGN PREIS SCHWEIZ

Der Design Preis Schweiz wird alle zwei Jahre verliehen. Die Preisverleihung findet am 5. November 1999 im Konzertsaal Solothurn statt. Die ausgezeichneten Beiträge sind bis zum 9. Januar 2000 im Kunstmuseum Solothurn zu sehen.

Der Design Preis Schweiz wird 1999 zum fünften Mal verliehen. Ausgezeichnet werden Unternehmen und Designer aus aller Welt in den Kategorien Industrial Design, Möbel, Textilien, Service. Zudem werden der Willy-Guhl-Preis für Studierende und ein Preis für Verdienste ums Design in der Schweiz vergeben. Die CREDIT SUISSE ist einer der Hauptsponsoren und hat das Patronat für den Dienstleistungsdesign-Preis übernommen.

In Diskussion sind weitere Kooperationen mit Taxi- und Kurierdiensten, um das Netz noch enger zu knüpfen. Bis Ende Jahr 2000 wollen züri mobil und ihre Partner Mobility und Europcar an jeder VBZ-Haltestelle in Zürich einen Wagen stehen und die Agglomerationsgemeinden erschlossen haben. Umweltverträglich, ohne Zweifel.

Die Idee solcher Mobilitätspakete stösst auch im Ausland auf Aufmerksamkeit. Regelmässig empfängt Rüegger Gäste aus Nachbarländern,

ring-Idee «Made in Zurich» zu verkaufen. Ausgerechnet im Land der unbeschränkten Möglichkeiten, wo das Car-sharing wohl nicht gerade in offene Arme fällt. Conrad Wagner lacht: Da es in den USA einen verhältnismässig bescheidenen öffentlichen Verkehr gebe, sei Sharing die einzige Entwicklungsmöglichkeit, die bliebe. Schon im Dezember dieses Jahres startet Seattle, die boomende Stadt der USA, mit einem ersten Mobilitätspaket ... Der Zeitgeist stellt sich ein.

«DAS TOR ZUR WELT MUSS OFFEN BLEIBEN!»

MARTIN WETTER,
MITGLIED DER GESCHÄFTSLEITUNG
DER CREDIT SUISSE

auch am 28. November 1999, wenn es zu einer wichtigen Weichenstellung kommt für den Flughafen Zürich und damit für den Wirtschaftsstandort Schweiz.

Nachdem im Juni 1995 das Zürcher Volk einem weiteren Ausbau der Infrastrukturanlagen mit einer Zweidrittel-Mehrheit zugestimmt hat, geht es nun um den Zusammenschluss und die Verselbstständigung der Betreibergesellschaften des Flughafens. Will Zürich auch in Zukunft eine wichtige Rolle im Wettbewerb der europäischen Flughäfen spielen, braucht es den Zusammenschluss der Flughafen-gesellschaft und der Flughafen-Immobilien-Gesellschaft (FIG). Die heutige schwerfällige Struktur behindert die Wettbewerbsfähigkeit der bedeutendsten Luftverkehrsdrehscheibe der Schweiz. Damit wird die enorme volks- und verkehrswirtschaftliche Bedeutung des Flughafens Zürich gefährdet. Die Annahme der Abstimmungsvorlage bringt eine Verselbstständigung des Flughafens. Die neue Gesellschaft beseitigt Doppelspurigkeiten und strukturelle Mängel. Zudem können die Verantwortlichen in Zukunft rasch und ideenreich auf Marktentwicklungen reagieren. Damit ist sichergestellt, dass die Dienstleistungen

für die Flughafenbenützer kundenorientiert und effizient erbracht werden. Und die öffentliche Hand hat in der neuen Gesellschaft eine starke Stellung; so kann sie die Interessen der Öffentlichkeit und der Flughafenanwohner vertreten.

Gerade der Finanzplatz Schweiz ist auf einen gut funktionierenden internationalen Flughafen angewiesen. Die Erreichbarkeit Zürichs spielt für die Geschäfte mit ausländischen Partnern eine zentrale Rolle. Für mich und meine Teams im Kommerz- und Handelsgeschäft wiederum ist es unabdingbar, unsere ausländische Kundschaft vor Ort besuchen zu können. Was diese Reisetätigkeit auslöst, zeigt unser Beispiel: Das Reisebüro für Geschäftsreisen der CREDIT SUISSE GROUP buchte allein 1998 mehr als 8300 Tickets ab Zürich im Wert von 13 Millionen Franken – für Reisen über insgesamt 26,4 Millionen Flugkilometer.

In den vergangenen Jahren wurde sowohl von privater wie auch von staatlicher Seite viel zugunsten eines attraktiven Wirtschaftsstandorts getan. Diese Bemühungen werden jedoch versanden, wenn unser Flughafen nicht über moderne Betriebsstrukturen verfügt. Ich persönlich sehe unser Tor zur Welt als Motor eines wirtschaftlich starken Zürichs und einer kompetitiven Schweiz. Hoffentlich gehen möglichst viele Bürgerinnen und Bürger an die Urnen, damit es zu einer breit abgestützten Lösung kommt. Das Zürcher Stimmvolk entscheidet am 28. November 1999 über die Frage, ob es dieses wichtige Tor offenhalten will. Für mich gibts darauf nur eine Antwort.



Ist die CREDIT SUISSE GROUP ein Schweizer Unternehmen? Die Frage ist müssig, schliesslich ist unser Unternehmen auf der ganzen Welt zu Hause. Entsprechend international setzt sich unser Management zusammen – auch wenn die Fäden in Zürich zusammenlaufen. Mehr als jeden zweiten Franken verdienen die in der Schweiz tätigen Einheiten der CREDIT SUISSE GROUP mit ausländischer Kundschaft. Ich persönlich schätze diese Internationalität und Weltgewandtheit sehr; sie ist Teil einer Lebensqualität, die ich beim Arbeiten, aber auch privat nicht missen möchte.

Im Geschäft mit unseren Kunden wird mir täglich vor Augen geführt: Weltoffenheit ist in Zeiten fortschreitender Globalisierung für die Schweiz eine Charaktereigenschaft, die es zu pflegen gilt. So





WO AUFGESTAUTE ARBEITSENERGIE SICH
GEFAHRLOS ENTLADEN KANN.

CREDIT SUISSE-FITNESS-CENTER ÜETLIHOF, ZÜRICH, 12.35 UHR.

Wie treffen Sie Ihre Anlage- entschei- dungen?

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



McCANN-ERICKSON