

bulletin



Seit 1895 das Magazin der Credit Suisse Nummer 3 Sept. 2007

Adrenalin

Fluchthelfer Der gloriose Aufstieg eines Hormons
Achterbahn Im freien Fall mutiert Angst zu Spass

David Blumer Der CEO des Asset Management
Schokolade Süsse Prognose dank bitterer Bohne
Vernetzung Zugang, Zellen, Zukunft
Edmund Phelps Eine Lanze für Entrepreneure

Es gibt einen Weg aus jedem Unrecht.



Kinderhilfe - www.tdh.ch

Der verbrecherische, organisierte Kinderhandel trifft jedes Jahr hunderttausende von Kindern. Sie werden als billige Arbeitskräfte ausgenutzt oder sexuell missbraucht. Terre des hommes kämpft weltweit mit direkter Hilfe und präventiven Massnahmen gegen die schamlose Ausbeutung von Kindern.



Wir kämpfen gegen Kinderarbeit.



Alkohol sei der Retter in der Not, behauptet der deutsche Musiker Herbert Grönemeyer in einem seiner Songs, und tausendfach grölen es die Fans bei seinen Konzerten mit. Wie unrecht sie doch haben oder zumindest hatten. Biologisch gesehen müssten sie singen: Adrenalin ist der Retter in der Not. Denn dieses Stresshormon versetzt den Körper bei Gefahr in höchste Alarmbereitschaft. Allerdings ist es ein Relikt aus einer Zeit, als das Leben der Menschen noch geprägt war von nacktem Überlebenskampf. Schiesst das Adrenalin ins Blut, so schaltet der Körper auf Flucht oder Kampf. Schliesslich gilt es, ein Höchstmass an Schnelligkeit und Kraft bereitzustellen. Heute sind die Bären hierzulande selten, und die Säbelzahntiger wie alle anderen natürlichen Feinde des Menschen ausgestorben oder ausgerottet. Und so fährt einem der Schreck zumeist nutzlos übers Adrenalin in die Glieder. Denn was nützen mir festgeklemmt hinter dem Steuer die erhöhte Blutzufuhr in die Skelettmuskeln und das Mobilisieren der letzten Energiereserven, wenn ein Auto, das ich auf der Autobahn gerade überholen will, plötzlich nach links ausschert? Noch schlimmer ist es auf dem Motorrad. Kaum eine Fahrt vergeht, bei der mir nicht irgendwann das Adrenalin in die Adern schießt. Trotzdem fahre ich immer noch leidenschaftlich Motorrad. Oder vielleicht gerade deshalb? Jedenfalls suchen Millionen von Menschen täglich freiwillig den schnellen Adrenalin-Kick. Wobei sich nur die wenigsten dazu an einem Gummiband in die Tiefe stürzen oder sonst einer Extremsportart frönen. Den schnellen Adrenalin-Kick gibts für die breite Masse auch einfacher. Sei es zu Hause im Sofa beim Anschauen eines Horrorfilms oder beim Pilgern in die Vergnügungsparks, um mit einem Höchstmass an Sicherheit die totale Unsicherheit zu erleben. In der modernen Wohlstandsgesellschaft ist das Erleben des einstigen Retters in der Not zum Milliardengeschäft geworden. Bleibt zu hoffen, dass der moderne Mensch auf die neuen, globalen Gefahren wenn auch nicht mehr mit dem körpereigenen Stresshormon, so doch wenigstens mit geschärftem Verstand reagieren kann.

Ein kleiner, freudiger Anhang in eigener Sache zum Thema Adrenalin: Hoch war die Spannung und damit mein Adrenalingehalt im Blut, als bei der diesjährigen Preisverteilung in München die fünf Anwärter für die Goldmedaille des

Best Corporate Publishing Awards 2007 in München vorgestellt wurden.

Und dann der grosse Augenblick: «Der Gewinner ist – das Bulletin der Credit Suisse.» Mit erhöhtem Pulsschlag und viel Energie schritt ich zur Bühne. Es lebe das Adrenalin!

Daniel Huber, Bulletin-Chefredaktor



Sie denken an
den Verkauf Ihrer
Immobilie?

**Wir auch an
die Akquisition
interessanter
Konzepte.**

Investment Banking • Private Banking • Asset Management

Wir suchen Wohnimmobilien mit zukunftsträchtigen Konzepten.

Demographische und ökologische Veränderungen bestimmen die Wohnbautrends der nächsten Jahre. Als führender Anbieter von indirekten Immobilienprodukten in der Schweiz sucht das Real Estate Asset Management der Credit Suisse deshalb Investitionsmöglichkeiten in innovative Wohnkonzepte für die Bedürfnisse von morgen. Insbesondere denken wir an die Akquisition von Wohnimmobilien mit integrierten Serviceleistungen; Wohnbauten mit Minergie-Standard, Seniorenresidenzen und Seniorenheimen sowie Immobilienanlagen für Gesundheit und Wellness.

Sind Sie Eigentümer solcher Objekte oder planen Sie die Weiterentwicklung von bestehenden Wohnkonzepten? Wir sind ein offener und interessierter Investment-Partner mit langjähriger Erfahrung und Know-how. Sprechen Sie mit uns über Ihre Immobilien und Projekte. Sie erreichen uns unter der Nummer 044 333 44 70 oder per E-Mail info.ansa@credit-suisse.com.

Neue Perspektiven. Für Sie.

CREDIT SUISSE 

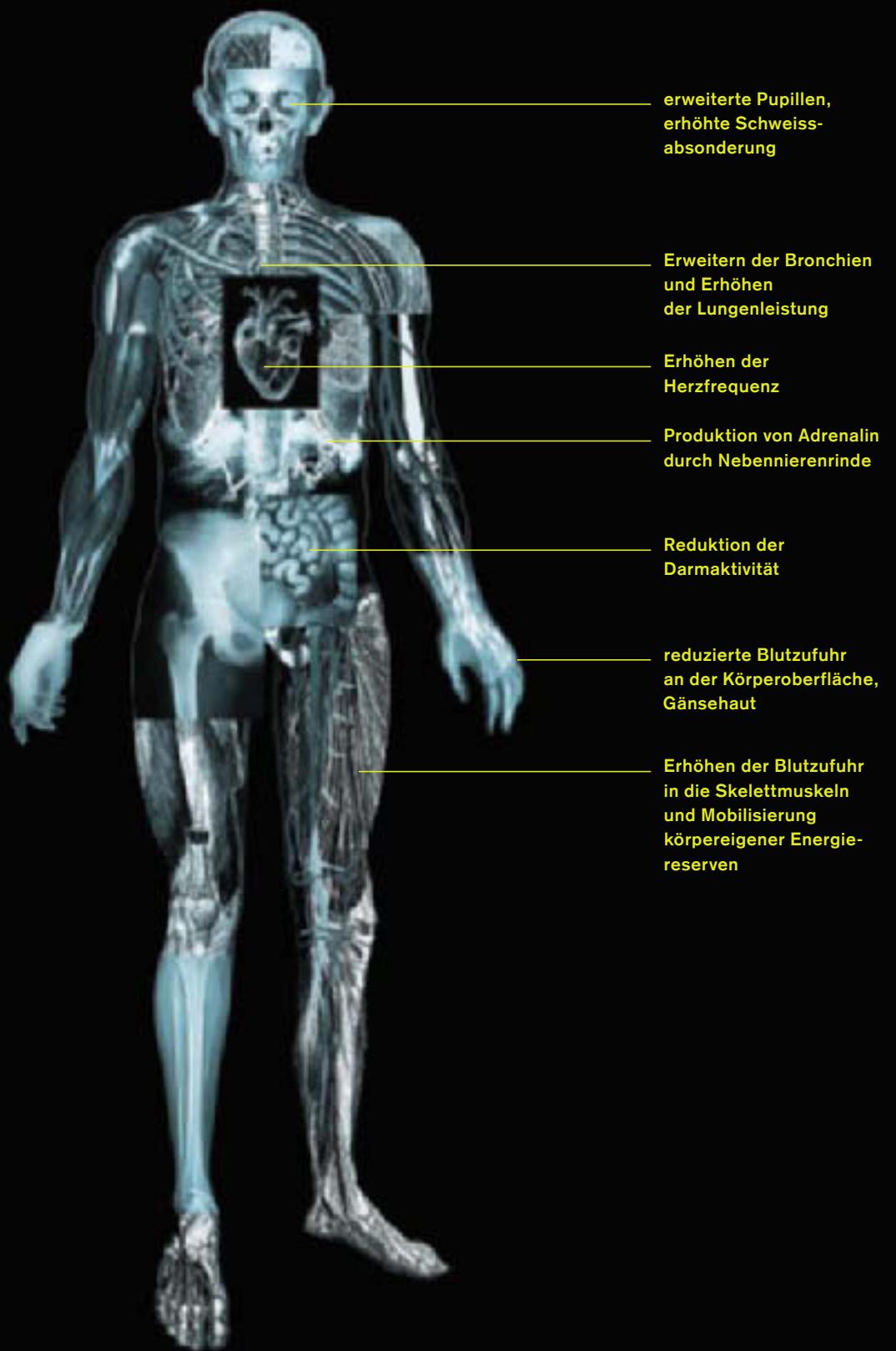


Bulletin 3/07 Die Kingda-Ka-Achterbahn im Freizeitpark Six Flags Great Adventure im Bundesstaat New Jersey (USA) beschleunigt bei ihrer 127 Meter langen Abfahrt auf 206 Stundenkilometer. Sie ist die schnellste, höchste und steilste Achterbahn der Welt.

Adrenalin	06	Fluchthelfer Wo das Hormon seine Spuren hinterlässt
	10	Horrorfilm Wo Schock die Kassen klingeln lässt
	14	Kriegsreporter Wo Gefahr und Spiritualität zur Einheit werden
	18	Achterbahn Wo die Angst zum Spass mutiert
	22	Jaws-Faktor Wo schon der Name die Haare zu Berge stehen lässt
Credit Suisse Business	27	Kurz & bündig Business-News aus dem In- und Ausland
	29	Freizeitkonvent Jeder hat ein Buch in sich
	30	David Blumer Interview mit dem CEO der Asset-Management-Division
	32	Wissenswert Aus dem ABC der Finanzwelt
	33	Gotthardjubiläum Feiern wie die Pioniere
	34	NanoConvention Dialog über die Schlüsseltechnologie des 21. Jahrhunderts
Credit Suisse Invest	35	Highlight
	36	Ausblick Global
	38	Ausblick Schweiz
	40	Prognosen
	42	Investment Focus
Credit Suisse Engagement	43	Kultur in Kürze Klassisches in Zermatt und New York
	45	Festspiele Zürich Genuss in allen Sparten
	46	Film Festival Zürich will Talentschmiede sein
Wirtschaft	48	Wirtschaftsstudie KMU stellen sich Megatrends
	52	Schokoladenindustrie Süsse Prognose dank bitterer Bohne
	54	Bulgarien Chancen und Risiken am Schwarzen Meer
	58	Vernetzung Breiter Zugang, kleine Zellen, grosse Zukunft
	61	Nach-Lese Buchtipps für Wirtschaftsleute
Leader	62	Edmund Phelps Nobelpreisträger bricht Lanze für Entrepreneure
Auf einen Klick	66	@propos Alle Macht den Internetusern
	66	In Focus Online-Forum zum Thema Sicherheit im Internet
Impressum	61	So finden Sie uns

Adré
Adré
Adré
Schock Flucht
Energie
verliebt Kraft
voll drauf

naun
Verteidigung
Glück Puls
Wut Angriff
jetzt erst recht



Beim Urzeitmenschen hat Adrenalin im Kampf gegen das gefährliche Tier eine überlebenswichtige Funktion erfüllt. Heute wird dieses Stresshormon nicht nur in der Medizin eingesetzt, sondern bringt auch in der Freizeit den erwünschten Kick. Wohl hat nicht jeder Mensch den gleichen Schwellenwert, bei dem eine Stressreaktion ausgelöst wird. Doch den grössten Adrenalin-Kick erlebt jeder in derselben Minute.

Im Rausch des Hormons

Text: Regula Gerber

Das erste und grösste natürliche High widerfährt dem Menschen am Tag Null. Während der Geburt produziert der Körper des Babys – verglichen mit der Menge, die normalerweise unter Stress ausgeschüttet wird – das Fünfzehnfache an Adrenalin. Deshalb ist es möglich, dass sich Mutter und Kind trotz der grossen Erschöpfung unmittelbar nach der Geburt betrachten können: Die Adrenalinwirkung verursacht, dass die Pupillen sich vergrössern und die Augen der Mutter und des Kindes weit geöffnet sind. Während eines Adrenalin-Kicks passiert aber nicht nur das; damit der Körper seine Leistung erbringen kann, muss den stark beanspruchten Skelettmuskeln ausreichend Sauerstoff und Nährstoff zugeführt werden. Deshalb steigt die Durchblutung, das Herz pumpt mehr Blut in den Kreislauf. Die Darmtätigkeit hingegen nimmt massiv ab, weil die Verdauung in diesem Zustand nur energieraubend wäre. Um das Nährstoffangebot für Herz und Muskeln trotzdem zu erhöhen, werden aus der Leber Zucker und aus dem Fettgewebe Fettsäure ins Blut abgegeben. Damit mehr Sauerstoff ins Blut gelangen kann, erweitern sich die Luftwege, das Atemvolumen steigt. Die Pupillen erweitern sich und ein verstärktes Schwitzen tritt ein.

Doping à la nature

Die Adrenalausschüttung versetzt den Körper in einen Zustand der höchsten Leistungsfähigkeit. Unter starkem Stress produziert der Sympathikus – ein Teil des vegetativen Nervensystems – Substanzen, welche die Nebennieren aktivieren. Diese aus Rinde und Mark bestehenden Hormondrüsen befinden sich beim Menschen auf den Nieren. Das Adrenalin bildet sich im Nebennierenmark und wird von dort ins Blut ausgeschüttet. Das Hormon wird so zu den verschiedenen Organen transportiert und versorgt diese mit Energie. Vor allem zu Urzeiten war diese Reaktion für einen Kampf oder eine Flucht überlebensnotwendig. Doch trotz allen evolutionären Entwicklungen ist sie bis heute als Instinkt erhalten geblieben.

Erste Hinweise auf die Substanz, die erst später Adrenalin genannt wurde, hat der französische Physiologe Alfred Vulpian 1856

entdeckt. Friedrich Scholz beschrieb im Jahr 1904 die chemische Synthese. Adrenalin war das erste Hormon, dessen Struktur bestimmt und das rein hergestellt werden konnte. Heute wird es auch oft zu medizinischen Zwecken eingesetzt, unter anderem bei einem Herzstillstand. Dort dauert die Wirkung einer Spritze von einem Milligramm während 90 bis 120 Sekunden an. Wie lange hingegen ein natürlich verursachter Adrenalin-Kick bei einem Menschen anhält, darüber sind keine Angaben bekannt.

Eine Dosis Stresshormon

Menschen, die sich von Zeit zu Zeit gerne und gezielt eine Dosis Stresshormon verpassen, haben ein geringes Grundaktivierungsniveau. In der Psychologie werden sie als Sensationseekers bezeichnet. Sie suchen nach Reizen, um das gewünschte Niveau einer Stimulierung halten zu können. Unter «sensationseeking» versteht man ein Persönlichkeitsmerkmal, welches das Suchen nach Abwechslung und neuen Erlebnissen beschreibt, um eine ständige Spannung zu erleben. Es handelt sich dabei um ein physiologisch begründetes Persönlichkeitskonstrukt. Letzteres behauptet auch der amerikanische Neurobiologe David McCobb. Glaubt man ihm, entscheidet ein Eiweiss im Körper darüber, dass dem einen Menschen schon beim Elferraus-spielen das Herz klopft, während der andere erst beim Anblick des Grauens wirkliche Aufregung empfindet.

Medizinisch gesehen dauert der eigentliche Kick also nur einen kurzen Augenblick. Setzt sich der Mensch diesem absichtlich aus, kann Adrenalin durchaus einen etwas längeren dauernden Rausch verursachen – und high machen. Treten aber ständig und vor allem unfreiwillig oft Stresssituationen ein, so kommt es im Körper zu einer permanent erhöhten Adrenalausschüttung. Das kann zu einem überbelasteten Herzen führen, so die Immunfunktion schwächen und damit im Extremfall also auch krank machen.

Garantiert ohne Risiken und Nebenwirkungen ist die Lektüre der nächsten 18 Seiten rund ums Thema Adrenalin. <



Vielleicht gibt es niemand gerne zu, aber das Böse, das Schreckliche fasziniert den Menschen. Solange es ihn nicht betrifft. Gefahrlos gruseln kann man sich immer noch am besten im gemütlichen Kinosessel. Aber: Die Monster, Geister und Zombies auf der Leinwand sagen auch etwas über das echte Leben aus.

Horror pur

Text: Mandana Razavi

Stellen Sie sich vor: An einer Schule, nicht weit von Ihrem Wohnort, kursieren Gerüchte über ein ominöses Video, das jedem, der es sich ansieht, den Tod bringt. Als erwachsener, rational denkender Mensch messen Sie solchem Teenagergerede keine weitere Bedeutung bei – auch nicht als Ihnen das Video in die Hände fällt. Aus Neugier sehen Sie sich das Band an. Während weniger Minuten werden Sie mit verstörenden Filmsequenzen konfrontiert, die weder Zusammenhang noch Sinn ergeben. Bevor Sie Zeit haben, sich Gedanken über den Inhalt des seltsamen Videos zu machen, klingelt Ihr Telefon. Eine Ihnen unbekannte Stimme sagt Ihnen, dass Sie nur noch sieben Tage zu leben haben. Spätestens zu diesem Zeitpunkt werden Sie Anzeichen grösster Irritation zeigen. Kurze Zeit später wird Ihnen bestätigt, dass tatsächlich alle Jugendlichen, die das Video bisher gesehen haben, einen mysteriösen Tod gestorben sind. Sie beginnen sich zu fragen, wie viel Zeit Ihnen noch bleibt. Das Blut rauscht in Ihren Ohren, Ihr Mund wird trocken und der Puls rast – Sie haben Angst ...

Das Böse ist beliebt

Gut zu wissen, dass diese dramatischen Geschehnisse nicht auf wahren Begebenheiten beruhen, sondern dem Drehbuch des Horror-Kultfilms «The Ring» entstammen. Umso erstaunlicher scheint es, dass Menschen bereits vom Zuschauen mit ähnlichen physischen und psychischen Symptomen auf solche Ereignisse reagieren: erhöhte Herzfrequenz, schnelle Atmung, Spannung in jedem Muskel. Beim Anblick solcher Ereignisse – und finden sie auch nur auf der Leinwand statt – empfindet der Mensch Angst. Der Körper schüttet Adrenalin aus. Kinogänger, die dem Horror nichts abgewinnen können, werden an dieser Stelle die Frage aufwerfen, warum man sich solch grausige Szenarien überhaupt ansieht. Diese Frage hat durchaus ihre Berechtigung: Warum sieht man sich an, wie die Protagonistin in «The Ring» verzweifelt versucht, ihr Leben

zu retten, nachdem sie durch das ominöse Video mit einem Fluch belegt wurde? Was reizt einen Menschen daran – modern und abgeklärt wie er heutzutage ist –, den im Film thematisierten Rache-feldzug eines toten Kindes mitzuverfolgen, das absurdweise aus dem Fernseher zu kriechen pflegt? Man würde annehmen, Geister, Flüche und Irrationales gehörten in längst vergangene Epochen. Derlei Geschichten sollten den smarten Grossstädtern des 21. Jahrhunderts nicht mehr als ein müdes Lächeln abringen können. Doch die anhaltende Beliebtheit, welcher sich das Horrorgenre sowohl in der Literatur- als auch der Filmbranche erfreut, spricht für sich.

Vor Angst gestorben

Die Faszination am Grauen hat Tradition. Nicht umsonst finden sich in allen Kulturen «Zeugnisse» des Übernatürlichen. Sagen und Mythen, die sich um verfluchte Orte oder ruhelose Verstorbene ranken, ziehen die Menschen seit Jahrhunderten in ihren Bann, rauben ihnen jedoch zugleich den Schlaf. Frank Wilhelm, Professor für Psychophysiologie an der Universität Basel, ist Experte in Sachen Angst und hat eine Erklärung für dieses ambivalente Phänomen: «Spannung und Aufregung werden von Menschen oft als positiv bewertet, man spricht in diesem Zusammenhang vom so genannten Suspense-Effekt.» Neben dieser Spannung, die die Menschen erfahren, wenn sie sich mit Horrorgeschichten befassen, kommt in diesem Kontext aber auch ein weiterer Faktor zum Tragen: die Angst, die durch eine Konfrontation mit dem Übersinnlichen bei uns hervorgerufen wird. Nichtsdestotrotz weist der Mensch eine Affinität zur Geisterwelt auf. Professor Wilhelm erklärt hierzu weiter: «Die ersten Begegnungen, die Menschen mit Geistern haben, finden im Traum statt, beispielsweise wenn man von einer verstorbenen Person träumt. Wir Menschen verarbeiten Wissen und Erfahrungen metaphorisch in unseren Träumen. Das ist ein kulturunabhängiger Vorgang. Zudem ist bekannt, dass, wenn Menschen glauben, mit >



Schreckliche Flüche sowie die Figur der Yürei (japanisch für dunkler Geist) spielen im J-Horror eine wichtige Rolle. Yüreis sind weibliche Geister von morbider Schönheit: Weiss gekleidet, mit langen schwarzen Haaren, kehren sie aus dem Reich der Toten zurück, um Rache an jenen zu nehmen, die ihnen zu Lebzeiten Leid angetan haben. Oben: Szenen aus «The Grudge». Auch die Hollywood-Versionen der asiatischen Horrorschocker locken das Publikum in die Kinosäle (unten links: Plakat zum Film «The Ring»). Unten rechts: Die Journalistin Rachel Keller (Naomi Watts) versucht ihren Sohn Aidan (David Dorfman) vor dem todbringenden Fluch des mysteriösen Videos zu bewahren.

Flüchen belastet zu sein, es zu starken physischen Konsequenzen kommen kann, die bis hin zu Herzstillstand und Tod führen können.» Wie alles, was den Menschen beschäftigt, finden solch dramatische Vorkommnisse Eingang in die Literatur. In so manchem Volksmärchen sterben die Schurken und Bösewichter aus schierer Angst beim Anblick der auf Vergeltung sinnenden Geister. Mit der Erfindung des Films hält der Horror dann auch Einzug in die Kinos.

Von Vampiren und Psychopathen

Die ersten Horrorfilme wurden bereits zu Beginn des vergangenen Jahrhunderts gedreht. Stoff für Drehbücher gab es zur Genüge: Romane, die sich mit dem Unheimlichen, dem Anderen befassten, wie etwa Mary Shellys «Frankenstein», erfreuten sich bereits lange vor der Erfindung des Kinos grösster Popularität. Die Europäer, genauer gesagt die Deutschen, haben sich zuerst im Kollektiv ge-gruselt: 1920 flimmerte Robert Wienes Stummfilm «Das Kabinett des Dr. Caligari» über die Leinwand. Zwei Jahre später versetzte der Vampir «Nosferatu» das Publikum – noch immer tonlos – in Angst und Schrecken. Tod Brownings «Dracula», der im goldenen Hollywood der Dreissigerjahre eine wahre Welle an Monsterfilmen auslöste, konnte dann schliesslich sprechen, und das sogar mit ungarischem Akzent. Von diesem Zeitpunkt an trieben blindwütige Mumien, aus Leichenteilen konstruierte Untote und laut brüllende Riesenaffen ihr Unwesen in den Kinosälen und sorgten vor allem bei Universal Pictures für volle Kassen. Den ersten richtigen Blockbuster lieferten die Briten: «The Curse of Dracula», in den Hammer Studios produziert, sorgte länderübergreifend für Gänsehaut.

Doch dann wurden diese Gruselkabinettkreaturen plötzlich rar. Man begann den Schrecken auf subtilere Art und Weise auf die Leinwand zu bringen. Das Böse wurde weniger platt dargestellt, hatte auf einmal kein Gesicht mehr und wurde nicht mehr so offensichtlich der «dunklen Seite» zugeordnet. Das Gute siegte kaum mehr über das Böse, ein echtes Happy End sah man selten. Vielmehr befasste man sich thematisch mit den Abgründen der menschlichen Seele. Alfred Hitchcocks «Psycho» aus dem Jahr 1960 markierte klar einen Meilenstein, aber auch Regisseur Roman Polanski («Rosemary's Baby») wusste, dass wahrer Horror keineswegs explizit dargestellt werden muss, um für den Zuschauer fühlbar zu werden. In den Siebzigerjahren schockierte man das Publikum vornehmlich mit Psychopathen und detaillierten Gewaltdarstellungen, bevor man in den Achtzigern dazu überging, die Filmerfolge mit unzähligen Sequels (allein die Reihe «Nightmare on Elmstreet» umfasst acht Filme) bis zur Unerträglichkeit auszukosten. In den Neunzigerjahren kam es mit den messerstechenden Protagonisten von «Scream» sogar zu einer Fortsetzung des Fortsetzungskults. Alles in allem kam in den letzten Jahren nur noch wenig Innovatives zum Bösen aus der Stadt der Engel. Das Fazit, das die Filmfreaks aus fast neunzig Jahren Horrorkino ziehen konnten: Das Böse ist unsterblich. Es empfiehlt sich immer, ein zweites Mal zu schiessen, wenn es einem auf den Fersen ist.

Made in Japan

Bleibt zu fragen, wie lange es die letzten paar lauen Gruselversuche aus Hollywood noch geschafft hätten, beim Publikum die Lust am Grauen aufrecht zu erhalten, wenn es nicht zu einer abrupten Wende im Genre gekommen wäre. Die Wende kam – ähnlich wie in der Wirtschaft – aus Fernost. Gore Verbinski löste 2002 mit der Lancierung des ersten Teils der «Ring»-Serie Euphorie bei den inzwischen

gelangweilten Horrorfans aus. Die verstörende Geschichte um das verfluchte Video traf nicht mehr nur den Nerv von ein paar Teenagern, sie wurde Kult. Zugleich schuf Verbinski einen Trend. Denn bei «The Ring» handelt es sich um die Neuverfilmung des japanischen Horrorschockers «Ringu» von Regisseur Hideo Nakata. Es kam zu einer wahren Remake-Welle asiatischer – vornehmlich japanischer – Filme. Dutzende Filme, darunter «Dark Water», «The Grudge», «Pulse» oder «One Missed Call», bahnten sich so ihren Weg nach Hollywood. Die amerikanische Traumfabrik verwandelte sich kurzerhand in eine äusserst lukrative Recyclinganlage für asiatische Albträume.

Anachronismen und Innovationen

Das Phänomen bekam einen Namen: J-Horror. Was in Hollywood als willkommener Impuls in Sachen Nervenkitzel aufgefasst wurde, hat in Japan eine lange Tradition. Und auch diese Tradition findet ihren Ursprung in der Geschichte des Landes, in Mythologie, Religion und Kultur. Eine wichtige Grundlage für das japanische Horrorkino bildete Tsuruya Nanboku 1825 mit seinem Theaterstück «Yotsuya Kaidan». Mit dem Stück schrieb er die wohl berühmteste Geistergeschichte Japans, die weit über 20 Mal verfilmt wurde. Sie handelt von einer jungen Frau (Oiwa), die als Geist ihren Mann heimsucht und ihn in den Wahnsinn treibt, weil er ihr zu Lebzeiten Unrecht getan hatte. Spätestens hier erahnen Kenner von Filmen wie «The Ring» oder «The Grudge» die Züge einer Figur, die im J-Horror eine zentrale Rolle spielt: die Figur der Yūrei. Yūrei bedeutet auf Japanisch etwa so viel wie dunkler Geist. Es handelt sich um traditionell weiss gekleidete weibliche Geister mit langen schwarzen Haaren. Sie erscheinen, um Rache an jenen zu nehmen, die sie zu Lebzeiten gequält haben.

Der Glaube an Geister ist in Japan tief verankert. Anders als in unserem Kulturkreis wird Unerklärliches oder Übersinnliches weniger in Frage gestellt. Aus dieser Einstellung lässt sich noch ein Merkmal des J-Horrors ableiten: die Affinität zu irrationalen oder unlogischen Inhalten. Doch es gibt weitere Schlüsselmotive, die den J-Horror ausmachen. Jay McRoy, Professor für Englisch und Filmwissenschaften an der Universität von Wisconsin und Herausgeber des Buches «Japanese Horror Cinema», befasst sich seit Jahren mit dem Thema: «Abgesehen von der Figur der Yūrei, spielen im zeitgenössischen japanischen Horrorkino auch moderne Kommunikationsmittel eine zentrale Rolle: Videos, Internet und die allgegenwärtigen Mobiltelefone. Ihnen haftet oft etwas Mystisches an. Die Wichtigkeit dieses Technik-Motivs begründet sich in der Geschichte Japans. Nach dem Zweiten Weltkrieg waren hauptsächlich Innovationen aus diesem Bereich für den erfolgreichen Wiederaufbau des Landes verantwortlich. Die Schlüsselmotive in den Filmen verweisen direkt auf das, womit eine Gesellschaft sich gerade beschäftigt.» Diese Erkenntnis dürfte wohl für alle Horrorfilme – ob aus Asien oder Amerika – zutreffen. Und diese Tatsache sollte nicht nur Gruselfans zu denken geben. Jay McRoy formuliert es so: «Hinter der vielleicht oberflächlich anmutenden Horrorfassade, dienen diese Filme als veritables Messinstrument dafür, welche Persönlichkeiten oder Verhaltensweisen in einer Gesellschaft marginalisiert oder gar verteufelt werden. Ich persönlich bin schon lange zum Schluss gekommen, dass einer der besten Wege, etwas über eine Gesellschaft zu lernen, der ist, deren Monster zu studieren.» Bleibt abzuwarten, was für Monster in den Kinosälen der Zukunft auf das Publikum warten. Dass es sie als Verkörperung des Bösen wohl immer geben wird, weiss man ja jetzt. <



Gilles Peress hat während der iranischen Revolution fotografiert, später in Bosnien und während des Genozids in Ruanda. Jüngst war er in Afghanistan und im Irak. Der Fotograf will an der Geschichte teilhaben und hält Adrenalin für eine brandgefährliche Droge.

Der Wahnsinn ist News

Text: Peter Hossli

Die Klingel ist defekt, ein handgeschriebener Zettel verlangt, ans Fenster zu klopfen. Prompt geht die Türe auf, zwei neugierige und wache Augen gucken heraus, dazu ein weissgrauer Lockenkopf. «Welcome», sagt Gilles Peress, die weiche Stimme belegt mit französischem Akzent. Er führt in den Garten, zündet eine Zigarette an, schlürft an einem Kaffee im Pappbecher, wirkt entspannt. «Das Paradies liegt hier in Brooklyn», sagt Peress, der im New Yorker Stadtteil mit seiner Familie ein schmuckes Backsteinhaus bewohnt. «Da aber das Chaos in meinem Kopf grösser ist als das äussere Chaos, schätze ich das Paradies viel zu wenig.» Deshalb auch zieht es den Fotografen seit 30 Jahren an extreme Orte. Dorthin, wo Kriege tobten und Menschen anderen Menschen Unmenschliches antun. «Ich bin friedlicher, wenn das äussere Chaos grösser ist als das innere», sagt er. «Dann zählt nur noch das wirklich Wichtige.»

Chaos hat der 1946 in Frankreich geborene Fotograf öfter gesehen. Nach dem Pariser Frühling dokumentierte er einen langen Streik in einer Kohlengrube, danach die religiöse Zwietracht in Nordirland. Ende der Siebzigerjahre erlebte er hautnah die iranische Revolution. Später wich er in Sarajevo Scharfschützen aus. Aufwühlend dokumentarisch fotografierte er die Massengräber von Srebrenica und Vukovar, erschütternd den Genozid in Ruanda. Am 11. September hielt er an der Südspitze von Manhattan fest, wie der Krieg in seine Stadt gekommen war. Bald darauf fotografierte er ihn in Afghanistan und im Irak, als «eine Fortsetzung der Geschichte», wie er diesen und alle anderen Konflikte beschreibt.

Einen klaren Unterschied zwischen Krieg und Frieden gebe es ohnehin nicht. «Krieg ist nie total Krieg, genau wie Friede nie total Friede ist», erklärt Peress. Die Aussage unterlegt er mit einer Anekdote. Er besuchte 1982 während der Belagerung von Beirut im Spital einen von israelischem Phosphor verbrannten Libanesen. Durchs Fenster hörte er rhythmische «Bap bap bap bap»-Töne. Er schaute raus – und sah ein Paar Tennis spielen.

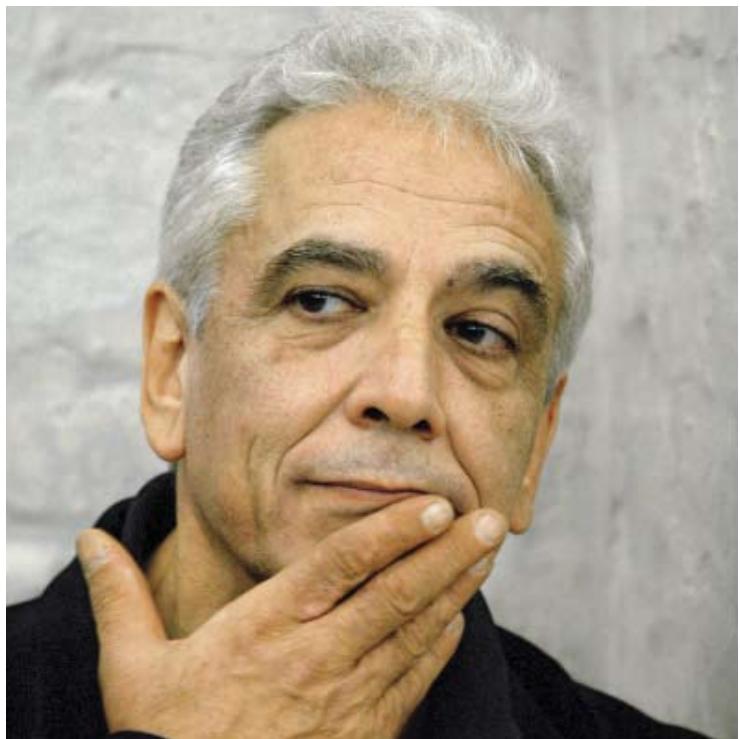
Just zündet er eine zweite Zigarette an. Zärtlich bedankt er sich bei seiner Frau für den Kaffee, den sie ihm gerade gebracht hat. Er erzählt von den Kindern, die er über alles liebe, vom Grund, warum er in den Siebzigerjahren nach New York kam: «Um der französischen Mittelmäßigkeit zu entfliehen». Zur selben Zeit trat

er der legendären Agentur Magnum bei, die jahrelang die Kriegsfotografie prägte.

Peress selbst sieht sich nicht als Kriegsfotograf. Der Journalismus ist für ihn einzig ein taugliches Mittel, um längere Prozesse auszulösen. Ein Künstler sei er ebenfalls nicht, obwohl seine Bilder gesammelt und von angesehenen Museen weltweit ausgestellt werden. «Ich mag Etiketten nicht», sagt Peress und erklärt, warum: «Interessante Arbeit passiert im Niemandsland zwischen Journalismus, Kunst und Film. Meine Arbeit darf sich zudem nie um mich oder meine Person drehen, ich nehme mich nicht sehr ernst.» Würden andere Fotografen mit vorgefertigten Heldenepen in ihren Köpfen in Konfliktzonen ziehen, fokussiere er einzig auf die zivilen Opfer. «Am Anfang des 20. Jahrhunderts waren 90 Prozent der Kriegsopfer Soldaten, 10 Prozent Zivilisten, heute ist das Verhältnis umgekehrt», sagt Peress, der genau das in Fotos, Büchern und mit Ausstellungen zeigen will. «Diese Tatsache zu verneinen, halte ich für moralisch verwerflich.»

Er redet freundlich, fast freundschaftlich, zuweilen blitzt Charme auf, dann Humor. «Ich bin ein Franzose, obwohl an mir nichts französisch ist», sagt er. Sein Grossvater war ein jüdischer Georgier, geprägt von der Sowjetunion, seine Mutter entstammte einer orthodox christlichen Familie aus dem Nahen Osten. Er wuchs in Paris auf, studierte Philosophie und Politikwissenschaft. Wohl deshalb mag er einfache Erklärungen oder schnelle Schlüsse nicht. «Ich muss begreifen», sagt er auf die Frage, warum er mit dem Fotoapparat in Kriegszonen zieht. Weder vertraut er den Worten der Medien noch denen der Regierungen. «Ich muss hingehen und für mich selber sehen.»

Vor allem dann, wenn sich zwischen dem offiziell Gesagten und den grauenhaften Gegebenheiten ein grosser Graben auftut. Nicht mehr hinhören konnte er 1994, als Juristen der Uno sich mit Paragraphen in den Händen stritten, ob die Massaker in Ruanda nun «Akte eines Genozids» oder «echte Genozide» seien. Die lähmende Tatenlosigkeit der europäischen Diplomatie trieb ihn nach Bosnien und Kroatien. «Ich reflektiere Geschichte, weil wir sie nicht ignorieren können, sie wird uns immer einholen», sagt er. Was er durch die Linse sieht, wird oft zum Beweisstück. Seine beklemmenden >



Peress selbst sieht sich nicht Kriegsfotograf, aber auch nicht als Künstler – obwohl seine Bilder gesammelt und von angesehenen Museen weltweit ausgestellt werden.

Bilder der Massengräber auf dem Balkan dienten als visuelle Argumente, um die Etablierung des Internationalen Strafgerichtshofes in Den Haag voranzutreiben.

Ein Haudegen ist Peress nicht. Akribisch nimmt er Risikoanalysen vor. «Eine sorgfältige Prüfung aller Umstände senkt das prozentuale Risiko», sagt Peress, der sich als «Mensch mit niedriger Risikobereitschaft» bezeichnet. Wenn nötig, trägt er eine kugelsichere Weste. Es reist tagsüber, weil Fahrten bei Nacht gefährlicher seien. Er zieht den gepanzerten Wagen herkömmlichen Autos vor. Genau prüft er, wem er vertrauen kann, wo die Front liegt, wer welche Interessen verfolgt. Hat er jede erdenkliche Gefahr ausgeschlossen, lässt er sich gehen. «Dann bin ich in den Händen Gottes und betrete eine andere spirituelle und mentale Sphäre.» Fotografieren könne er nur so, völlig befreit.

Adrenalin fliesse dabei auch, gesteht er. «Ich weiss, dass Adrenalin süchtig macht, wie jedes Suchtmittel ist es mit höchster Vorsicht zu behandeln.» Es dämpfe die Urteilsfähigkeit und verändere den Lebensstil. Kriegsfotografen, die sich hauptsächlich davon treiben und berauschen liessen, verlören rasch den Fokus und vergässen, warum sie fotografieren. In den ersten Kriegstagen würden die unvorsichtigen Adrenalin-Junkies und die Jungen und Unerfahrenen stets zuerst sterben. «Kriegsfotografie ist ein ernsthaftes Unterfangen», sagt Peress, «es darf dabei nie um dich gehen, sondern nur um Dinge, die wichtiger sind als du.» Sich und seiner Arbeit verlangt

er genau das ab – eine hehre Absicht, die einen würdevollen Prozess vorantreibt. Der Frage, was in ihm vorgeht, wenn er Gräuel und Schandtaten sieht, weicht er aus. Sie ist ihm zu persönlich. Nie verdrängt er aber, welchen Situationen er sich aussetzt. «Zuweilen untergräbt die Arbeit meine Ehrfurcht vor der Menschheit.» Nochmals zündet er eine Zigarette an. Er wuchs im Glauben auf, alle Menschen seien per se gut. Selbst die vorübergehend schlechten könne man rasch auf die richtige Bahn bringen. Ruanda trübte diese Sichtweise. 800000 Menschen waren in einem Monat von anderen Menschen mit Messern umgebracht worden. Damals begann Peress zu glauben, 90 Prozent der Menschen seien bösartig. «Gerettet haben mich die 10 Prozent, die Gutes und Schönes tun», sagt er. «Ohne sie wäre ich in eine tiefe Depression gesunken.»

Und ohne die Arbeit, mit der er seine Erlebnisse verarbeitet, ihnen eine Form gibt, wie er sagt. «The Silence» nannte er das Buch über Ruanda – die Stille. Ein Titel, der die Stille nach dem Macheten-Massaker zwischen den Hutus und den Tutsis ausdrückt, dazu das Schweigen der Weltöffentlichkeit sowie die tiefe Stille, die sich während der Verarbeitung der Bilder in ihm ausbreitete. «Als ich durch Ruanda reiste, war nichts mehr zu hören, alle Menschen waren tot, alle Tiere, alles.»

Peress hat Fotos gemacht von jungen Nordiren, die Molotow-cocktails auf gepanzerte Fahrzeuge werfen; andere, die verrottende Leichen zeigen oder jämmerliche Flüchtlingsströme. Er fotografierte Feuerwehrleute, die im Staub des World Trade Centers erfolglos nach Überlebenden suchen. Bewusst ist ihm die komplizierte Beziehung zu den leidenden Menschen, die er mitreissend ablichtet. «Wichtige Arbeit entsteht am Scheideweg zwischen innerer und äusserer Welt», beschreibt Peress eloquent das ungeheure Dilemma der Kriegsfotografen, die vom Schrecken profitieren. «Ich muss immer zuerst genau wissen, wo die Schnittstelle zwischen realer und fiktionaler Wahrnehmung liegt, was in meinem Kopf passiert und was ich sehe, dann kann ich auf beiden Seiten der Kamera stehen.» Möglich sei das mit einer ehrlichen Absicht innerhalb einer authentischen Situation. Das erst setze einen aufrichtigen Prozess in Gang.

Meist fotografiert Peress schwarzweiss, zuweilen unterliegt seinen Bildern eine urtümliche Schönheit. Doch darf Elend ästhetisiert, Grauen in schöner Form dargestellt werden? Ein Konflikt, der viele Kriegsfotografen zermürbt. «Im Vergleich zu anderen sind meine Fotos weniger schön», betont Peress. «Sie sind diffuser und legen das Chaos einer Situation offen.» Zumindest trifft er oft exakt die Schnittstelle zwischen Ordnung und Tumult, zwischen Ruhe und Aufruhr. «Erkennt jemand in den Fotos eine Spur Schönheit, liegt das am Paradox zwischen Leben und Tod, am Paradox der Geschichte und nicht an mir.»

Den dialektischen Wettstreit zwischen Form und Inhalt hält er aber für enorm wichtig. Nur wenn der Zwist zwischen starker Form und starkem Inhalt real sei, könne ein Bild, ein Buch, eine Installation in einem Museum wirklich anregen. Klar, am Schluss gewinne der Inhalt stets den Wettstreit. «Es ist aber armselig, wenn aus Gründen politischer Korrektheit der Inhalt die Form stets überragt und das, was an der Wand hängt, nichts bedeutet und fad ist.»

Partout lehnt Peress die postmoderne Kritik ab, wonach eine adäquate Abbildung der Realität nicht möglich sei. Dass jedes Bild einen Konflikt verzerre, statt ihn näherzubringen. Dass es daher unmoralisch sei, in Kriegen überhaupt zu fotografieren. «Das sind reaktionäre Theorien, erdacht von Leuten im akademischen Elfen-



Srebrenica, the path of life and death. (Srebrenica, der Pfad von Leben und Tod)

beinturm», sagt Peress. «Wenn eine adäquate Abbildung der Realität nicht möglich ist, gibt es keinen Grund, in die Welt hinauszugehen, wie zum Teufel soll man die Welt verändern, wenn man ihr fernbleibt? Die Alternative wäre, nichts zu tun, zu schweigen, daheimzubleiben», sagt Peress. «Die Folgen davon wären für mich total schrecklich, die Komplizenschaft mit dem Bösen unerträglich.»

Dann hat er das Gefühl, seine Fotos würden etwas bewirken, könnten die Welt verändern? Peress ist zu gescheit, um diese Frage einfach mit Ja oder Nein zu beantworten. «Ich bin ein gedul-

diger Mensch», sagt er. Zuwider sind ihm Quartalsergebnisse oder der stete Drang zur sofortigen Befriedigung. Eine Sache allein könnte weder die Welt noch die Wahrnehmung der Welt umkrempeln. «Es ist die Anhäufung vieler kleiner Tipping Points, die uns verändert», sagt Peress. «Herausragende Errungenschaften benötigen viel Zeit und werden nie von einer, sondern mehreren Personen realisiert.» Er selbst partizipiere «demütig» am Lauf der Geschichte. «Bei allem, was man anstrebt, muss man akzeptieren, dass man es vielleicht bis ans Lebensende nicht erreichen kann.» <



Seit dem Bau der ersten Holzkonstruktionen während den kalten russischen Wintern des 15. Jahrhunderts hat sich das Achterbahngeschäft zur milliardenschweren Industrie entwickelt. Weltweit über 2000 Achterbahnen locken jährlich Millionen von Menschen an.

Die Lust auf den kontrollierten Schrecken

Text: Dorothee Enskog

Was bringt Millionen Menschen dazu, freiwillig auf einer Achterbahn zu fahren, die über hundert Meter hoch ist und Spitzengeschwindigkeiten von 200 Stundenkilometern erreicht? «Achterbahnhafenfahrer suchen eine gesicherte Unsicherheit und intensiven Nervenkitzel», meint Andreas Wild, der seit zwanzig Jahren für das Ingenieurbüro Stengel GmbH in München Achterbahnen konstruiert. «Es geht um Unterhaltung, Nervenkitzel und die Gewissheit, dass nichts passieren kann, obwohl die Angst präsent ist.» Die Sicherheit der Fahrgäste hat bei der Planung von Achterbahnen höchste Priorität. Laut Wild haben sich die Branchennormen, die in den Sechzigerjahren in Deutschland eingeführt wurden, mittlerweile in ganz Europa durchgesetzt, obwohl es noch immer keine weltweiten Vorschriften gibt. Nach der Sicherheit sind die Vielfalt der Figuren und die Geschwindigkeitsunterschiede für Achterbahnen von zentraler Bedeutung. «Bis in die Achtzigerjahre bestanden Achterbahnen meistens aus Loopings und Schrauben. In den Neunzigerjahren wurde der Schwerpunkt auf schnellere, höhere, steilere und längere Bahnen verlegt. Heute geht der Trend mehr zu Anlagen, die nacheinander verschiedene Figuren bieten: von einem Looping zu einer Acht, gefolgt von einer Schraube oder einer Inversion», erklärt Wild.

Achterbahnen sind der wichtigste Grund, weshalb Amerikaner und Amerikanerinnen einen Vergnügungspark besuchen. Von den zahlreichen Attraktionen werden Achterbahnen von 46 Prozent der Besucher bevorzugt, wie eine Umfrage der International Association of Amusement Parks and Attractions (IAAPA) ergab. Wer an einem Tag möglichst viele Achterbahnenfahrten unternehmen möchte, dem sei ein Besuch im Freizeitpark von Cedar Point (Bundesstaat Ohio) empfohlen. Der Park, den viele als «Achterbahnhauptstadt der Welt» bezeichnen, betreibt 17 Achterbahnen der Spitzenklasse. Wer da gegen extremen Nervenkitzel sucht und die schnellste, höchste und steilste Achterbahn der Welt testen möchte, der sollte einen Abstecher in den Freizeitpark Six Flags Great Adventure im Bundes-

staat New Jersey unternehmen. Die Kingda Ka beschleunigt auf eine Höchstgeschwindigkeit von 206 Stundenkilometern. Ihre maximale Höhe beträgt 139 Meter, der Höhenunterschied bei der Abfahrt 127 Meter. Die längste Achterbahn der Welt ist die Steel Dragon 2000 in Japan mit einer Länge von 2,5 Kilometern. Bei diesen Rekordhaltern handelt es sich um exklusive Konstruktionen, deren Bau zwischen 20 und 50 Millionen US-Dollar kostet. Selbstverständlich sind nicht alle Achterbahnen derart gross und teuer, wie Bahnkonstrukteur Wild anfügt. Zudem entscheide der Hersteller, wie exklusiv die Konstruktion einer Anlage sei. «Vekoma Rides verkauft sowohl Standardanlagen als auch solche, die nach individuellen Plänen angefertigt werden», erklärt Charlotte van Etten, Account Manager beim führenden niederländischen Achterbahnhersteller. Das Unternehmen hat bis heute 290 Achterbahnen und über 60 weitere Attraktionstypen geliefert. «Der Vekoma Boomerang wurde weltweit in über 45 Parks installiert. Ähnlich verbreitet sind die Vekoma-Modelle Suspended Looping sowie Family und Junior Coaster. Aber wir entwickeln und verbessern unsere Produkte laufend, um den Vorstellungen unserer Kunden zu entsprechen», betont van Etten.

Konstruktion einer neuen Achterbahn

Von der Konzeption bis zur Eröffnung einer neuen Achterbahn vergeht normalerweise ein Jahr. Davon entfallen laut Achterbahnkonstrukteur Wild bis zu sechs Monate auf die technische Entwicklung, der Rest auf die Produktion und Installation der Bahn. «Ein abgeschlossenes Bauingenieurstudium ist eine solide Basis, aber ein guter Konstrukteur muss dreidimensional sehen und denken können, obwohl ein Grossteil der Arbeit heute am PC stattfindet.» Der Freizeitpark unterbreitet zunächst seine Ideen und Visionen und arbeitet anschliessend mit dem Hersteller und den Konstrukteuren zusammen. Zum Schluss legt der Konstrukteur einen detaillier-



Achterbahnen werden von 46 Prozent der Besucher als beliebteste Attraktion in Freizeitparks bezeichnet. Sie haben sich im Laufe der Zeit von eisbedeckten Holzkonstruktionen zu modernsten Stahlachterbahnen entwickelt, die aus Kurven, Schrauben, Spiralen, Inversionen und Abfahrten von über 125 Metern Höhe bestehen und Höchstgeschwindigkeiten von über 200 Stundenkilometern erlauben.

ten Plan vor, aus dem hervorgeht, was technisch machbar ist und was nicht. Das Ingenieurbüro, für das Wild arbeitet, hat in den letzten 42 Jahren über 500 Achterbahnen erstellt. «Leider konnte ich nicht alle persönlich testen, aber ich versuche, meine Ferien stets so zu planen, dass eine Achterbahn dabei ist, die ich noch nicht kenne. Meine Frau ist nicht immer glücklich darüber», ergänzt er. Sein Favorit unter den Anlagen, die er selbst erprobt hat, sei die Expedition GeForce im Holiday Park in Hassloch, eine Autostunde von Frankfurt entfernt.

Erste Vorläufer im russischen Winter

Die Ursprünge der Achterbahn liegen in den russischen Wintern des 15. Jahrhunderts, als man Holzkonstruktionen errichtete, mit Wasser übergoss und über Nacht gefrieren liess. Als Schlitten dienten mit Strohsitzen versehene Eisblöcke, auf denen man die künstlichen Erhebungen hinabfuhr. Die Rampen waren bis zu 25 Meter hoch und über Treppen an der Rückseite der Bauwerke erreichbar. Im Laufe der Zeit entwickelten sich diese Rodelbahnen zur Hauptattraktion der Winterfestspiele in St. Petersburg und Moskau. Danach entstanden die ersten eisfreien Rampen, und an den Schlitten wurden kleine Räder befestigt. Anfang des 19. Jahrhunderts erreichte das Wintervergnügen Paris, wo es als «Montagnes Russes» (russische Berge) bekannt wurde. Die Franzosen setzten auf Räder, Bahnen mit fortlaufenden Rillen und Kabeln, welche die Wagen zum höchsten Punkt zogen. Heute führt die Roller Coaster DataBase insgesamt 2072 Achterbahnen auf, die in Freizeitparks auf der ganzen Welt betrieben werden, davon allein 727 in den USA. Der erste moderne Themenpark, das 1955 eröffnete Disneyland in Kalifornien, weist sogar eine Achterbahn auf, die dem Matterhorn nachempfunden worden ist. Auch 50 Jahre später ist die Walt Disney Company nach wie vor marktführend und besitzt, gemessen an den Besucherzahlen, acht der weltweit grössten Themenparks. Rekordhalter ist der Freizeitpark Magic Kingdom in Disney World, Florida, der im letzten Jahr 16,6 Millionen Besucher verzeichnete, wie Economics Research Associates (ERA) berichtet, ein Beratungsunternehmen, das auf Analysen der Unterhaltungs- und Freizeitindustrie spezialisiert ist.

Laut einer Branchenstudie von PricewaterhouseCoopers (PwC) werden die weltweiten Ausgaben in Freizeit- und Themenparks für 2007 auf 24 Milliarden US-Dollar geschätzt, Tendenz steigend. Die Beliebtheit von Freizeitparks korreliert dabei nur unwesentlich mit der Konjunktur. 28 Prozent der befragten Amerikaner und Amerikanerinnen besuchten 2006 einen Freizeitpark, und die Hälfte von ihnen gab an, in den nächsten zwölf Monaten einen besuchen zu wollen. Freizeitparks zählen regelmässig zu den Top-Attraktionen, die ausländische Touristen an einem Reiseziel erwarten, und über ein Drittel der Feriengäste in den USA besuchen während ihres Aufenthalts einen Freizeitpark. Das erklärt die Agentur Destination Marketing Association International, die sich mit der langfristigen Entwicklung von Tourismusdestinationen befasst. Da die Zahl der Menschen mit Freizeit weltweit ständig wächst und auch das frei verfügbare Einkommen steigt – der Betrag, der übrig bleibt, wenn Grundbedürfnisse wie Nahrung und Wohnung gedeckt sind –, sollte die gesamte Freizeitparkindustrie in den nächsten Jahren weiteres Wachstum verzeichnen. Allein in diesem Jahr werden laut IAAPA weltweit hunderte von neuen Bahnen und Attraktionen eröffnet. Ein weiterer Faktor, den es zu berücksichtigen gilt, ist die alternde Weltbevölkerung. Freizeitparks richten ihr Angebot mehr und mehr

auf die ganze Familie und auf jede Altersgruppe aus statt nur auf Teenager, die den ultimativen Kick suchen.

In den USA gibt es derzeit über 600 Freizeitparks mit mehr als 612 000 Beschäftigten. Nach Auskunft der IAAPA generierten 335 Millionen Besucher mit insgesamt über 1,5 Milliarden Fahrten im vergangenen Jahr Einnahmen von 11,5 Milliarden US-Dollar, wobei diese Zahl als konservative Schätzung zu verstehen ist. «Der US-Markt spielt weiterhin eine bedeutende Rolle, was unter anderem mit seiner kontinentalen Ausdehnung und der Nachfrage nach Familienvergnügen zusammenhängt. Neue Parks entstehen und bisherige Anlagen werden ausgebaut», erklärt Charlotte van Etten. «Aber die am schnellsten wachsenden Märkte befinden sich in Asien und im Nahen Osten, weil dort später mit dem Bau von Freizeitparks begonnen wurde.»

Tatsächlich verzeichnet die Branche ihr kräftigstes Wachstum zurzeit in Asien, insbesondere in China mit seiner schnell wachsenden Mittelklasse und ihrem Verlangen nach Unterhaltung und Nervenkitzel. Die allgemein günstigere Konjunktur, die Eröffnung eines Disneyland in Hongkong im Jahr 2005 sowie neue Parks in China, Indien und weiteren asiatischen Ländern liessen die Ausgaben in den Freizeitparks der Region auf 6,5 Milliarden US-Dollar ansteigen. Dieser Betrag ist mit den Ausgaben auf dem europäischen Themenparkmarkt in Höhe von 4,3 Milliarden US-Dollar vergleichbar. Hier werden mittelgrosse Parks eröffnet, während sich bestehende Anlagen zu Minireisezielen wandeln, die zum Aufenthalt in nahen Hotels einladen und damit höhere Besucherzahlen erzielen (Quelle: PwC).

Weitere Investitionen in reifen Märkten unerlässlich

Mit fortschreitender Reife des Freizeitparkmarktes wurden in den USA seit den Neunzigerjahren nur wenige neue Grossparks gebaut. Stattdessen versucht die Branche, mit verbesserten Anlagen und neuen Bahnen Besucher anzulocken. «Amerikanische und europäische Parks werden weiterhin in neue Attraktionen investieren, um den Ansprüchen der Kunden gerecht zu werden», bestätigt Charlotte van Etten. Parks, die ihr Angebot um familienorientierte Zonen erweitert haben, verzeichnen überdurchschnittlich wachsende Besucherzahlen, erklärt John Robinett, der bei ERA arbeitet. Und die Zukunftsaussichten für den globalen Freizeitparkmarkt bleiben vielversprechend, denn die verbesserte Konjunktur fördert den Tourismus aus dem In- und Ausland. PwC prognostiziert für die Freizeitparkausgaben eine jährliche Wachstumsrate von 4,5 Prozent bis ins Jahr 2010. Dies entspricht einer Zunahme von 22,1 Milliarden US-Dollar im Jahr 2005 auf 27,6 Milliarden US-Dollar im Jahr 2010. Die USA bleiben der grösste Markt, vor allem dank so genannten Destination Parks wie Disneyland, Epcot, Universal Studios und SeaWorld, die sich allesamt in Florida oder Kalifornien befinden. Nach Ansicht von PwC liegt die Zukunft der Branche dennoch in China und Indien. China verfügt bereits über etwa 2000 Freizeitparks, obwohl viele wegen mangelnder Investitionen vor dem Ruin stehen. Demgegenüber ist der indische Freizeitparkmarkt relativ klein. Das Volumen ausländischer Investitionen ist bescheiden, da sich die Eintrittspreise mit durchschnittlich 2,50 US-Dollar im weltweiten Vergleich auf niedrigstem Niveau bewegen. Aber wenn Indiens Wachstum anhält, sollte die Branche davon profitieren. Ausserhalb von Neu-Delhi entsteht der grösste Themenpark Südostasiens. Der «World of Wonder» genannte Park soll nach der Eröffnung 2008 täglich 30 000 Besucher anlocken. <



Kaum etwas lässt den Adrenalinspiegel so in die Höhe schnellen wie das Wort «Hai». Ertönt es am Strand als Warnruf, bricht das Chaos aus: Visionen des menschenfressenden Weissen Hais aus dem gleichnamigen Film beherrschen die Szenerie. Die oft missverstandenen, zähnebewehrten Räuber gehören zu den gefürchtetsten und daher auch zu den faszinierendsten Kreaturen der Erde.

Haarsträubende Haie

Text: Michèle Bodmer

Eine einsame Taucherin treibt an der Atlantikoberfläche und bemüht sich, die Filmmusik des «Weissen Hais» aus ihrem Kopf zu verban- nen, während sie die unverkennbaren Konturen eines halben Dutzends Haie beobachtet, das unter ihr patrouilliert. Technisch ge- sehen hätte sie genügend Blei am Gurt, um mit den anderen abzutauchen, aber Beklemmung und unregelmässige Atmung halten sie an der Oberfläche. Während sie wartet, bis das nahe Beiboot mit den zusätzlichen bleiernen Kilos zurückkehrt, versucht sich Brigitte Jirschik auf das Mantra zu konzentrieren, das ihr der Hai- verhaltensforscher Erich Ritter in seinem Vortrag am Vorabend eintrichterte: «Die Angst vor Haien ist irrational und unbegründet.» Doch Jirschik (33), Biologielehrerin und Hobbytaucherin aus Ös- terreich, ist nicht allein mit ihrer Angst. «Neun von zehn Menschen haben Angst vor Haien», erklärt Ritter, ein promovierter Verhaltens- forschер der Universität Zürich und ein führender Experte der ver- kannten Tiere. «Die Leute fürchten sich vor dem Wasser, dem Dunkel, der Tiefe – all diese Ängste lassen sich auf Haie projizieren, die in diesem fremden Element zu Hause sind. Teilweise handelt es sich um Urängste, die sich im Laufe der menschlichen Evolution in unserer Psyche eingenistet haben, und dennoch bin ich überzeugt, dass vieles davon erlernt ist und von den Medien geschürt wird.»

Die Angst vor Haien war nicht immer so weit verbreitet. «Pazifi- sche Inselvölker hielten Haie für mythische und göttähnliche Wesen, während sie im Westen meist als ‹böse› und ‹gefährlich› angese- hen wurden», erklärt Ritter. «Die Hawaiianer glaubten, Menschen würden als Haie wiedergeboren. Das Christentum verbannte diesen Glauben. Dennoch begegnet man Haien in diesen Regionen noch immer mit Respekt. Leider halten viele im Westen bis heute an der Vorstellung fest, Haie seien Monster.»

Dazu gehört auch Ruthemae Mackey (24), die ihr ganzes Leben auf Grand Bahama verbracht hat. «Ich hatte schon als Kind Todes- angst vor Haien und gehe nie ins Meer, obwohl ich sehr gerne schwimme», sagt die Hotelrezeptionistin. Ritter hat als Hai-Mensch- Interaktionsexperte viele Leute wie Mackey kennengelernt. «Meine Lebensaufgabe ist es, den Hai zu entmystifizieren, den Ängsten des Menschen durch Aufklärung entgegenzuwirken und die Haie hof- fentlich vor dem Aussterben zu retten», so Ritter. Deshalb gründete er vor sieben Jahren die SharkSchool. Auf Grand Cay Island, am nördlichen Ende der bahamaischen Abaco-Kette, bietet die Schule

Kurse an, in denen die Teilnehmer lernen, durch den Kontakt mit Haien ihre Angst zu überwinden und den von Natur aus scheuen und vorsichtigen Tieren richtig zu begegnen. «Ich habe mit einer Frau gearbeitet, die an so heftiger Selachophobie (Angst vor Haien) litt, dass sie beim Schnorcheln wenige Meter vom Ufer entfernt ohnmächtig wurde, obwohl keine Haie in der Nähe waren», erinnert sich Ritter. «Während dieser kontrollierten verhaltenstherapeuti- schen Übung erhöhte sich ihr Puls von 85 auf über 200.» Nach der Intensivwoche bei Ritter konnte die Frau mit normalem Puls unter Haien schnorcheln. Zuerst aber musste sie alles vergessen, was sie je über Haie gesehen, gelesen oder gehört hatte. Weg musste vor allem das Bild vom blutrünstigen Monster aus dem «Weissen Hai».

Medien schüren Angst vor Haien

Haien rückten 1975 ins Bewusstsein der Öffentlichkeit, als «Der Weisse Hai» in die Kinos kam. Der Film handelt von einem riesigen Killerhai, der ein verträumtes Küstenstädtchen in Angst und Schrecken versetzt. Bei der Verfilmung des Romans von Peter Benchley gelang es Steven Spielberg, Spannung und Nervenkitzel zu erzeu- gen, indem er möglichst wenig von der Kreatur zeigte und stattdes- sen mit unserer Urangst spielte, wonach in den Tiefen des Meeres der Schrecken lauert. Diese Taktik war aber auch darum nötig, weil der für Nahaufnahmen gebaute mechanische Hai fast nie funkto- nierte. Die unheimliche, mit einem Oscar prämierte Filmmusik sug- gerierte die Bedrohung durch den Hai, ohne dass er zu sehen war. Noch heute ist der Einfluss des «Weissen Hais» innerhalb und aus- serhalb des Kinos spürbar. Damals löste er Hysterie, ja einen wahren Rachezug gegen Haie aus. Heute gibt es viele Beweise, die den Mythos vom Hai als blindwütiger Killermaschine Lügen strafen, doch den übeln Ruf, den er seit diesem Film hat, wird er nicht los.

Obwohl «Der Weisse Hai» ein massgeblicher Faktor für die Hai- phobie war, wurde diese auch durch andere Ereignisse geschürt. Haiunfälle wurden bereits Ende des 19. Jahrhunderts aufgezeichnet, rückten jedoch erst 1916 in den Mittelpunkt des Interesses, erklärt Ritter, der in Verbindung mit Haien nie von Attacken spricht. Lieber verwendet er das Wort «Unfall». Im Sommer 1916 kam es vor der Küste New Jerseys innert zwölf Tagen zu vier tödlichen Haiunfällen. Zum ersten Mal berichteten die Massenmedien über solche Ereig- nisse und lösten damit eine Massenpanik aus. «Der Hass auf >



Oben: (links) Die meisten Haiarten scheinen in der Nähe einer Futterquelle einer bestimmten Hierarchie zu folgen. In solchen Situationen kommt es unter fressenden Tieren oft zu Stößen und leichten Bissen, mit denen die Hierarchie festgelegt wird. Dieses Festlegen der Rangfolge wird oft als «feeding frenzy» (Futterrausch) missverstanden. (Rechts) Einer von Erich Ritters Doktoranden demonstriert in Militärkleidung, wie man sich in der Gegenwart von Haien verhält. In tieferem Wasser empfiehlt Ritter, Beine und Füsse möglichst nicht zu bewegen, da dies unter Umständen die Neugier der Haie weckt. Man sollte sich durch langsame Armbewegungen an der Oberfläche halten, ohne auf das Wasser zu schlagen.

Unten: (Links) Erich Ritter beobachtet Haie für die Erforschung der Mensch-Hai-Interaktionen. (Mitte) Ein karibischer Riffhai gleitet durch die Untiefen vor Walker's Cay Island auf den Bahamas. (Rechts) Diesen Anblick eines Weissen Hais erwarten viele Abenteuertouristen, wenn sie in Südafrika oder Kalifornien einen Käfigtauchgang buchen. «Zu den negativen Aspekten dieser Art von Tourismus gehört, dass die Faszination gegenüber und die Furcht vor Haien aus Profitgier ausgenützt werden. Die Touristen lernen vor dem Tauchgang nichts über Haie und sind allein am Adrenalinschub interessiert», sagt Ritter. «Leute, die nach einem hirnlosen Kick suchen, sind in meinen Kursen fehl am Platz. Mein Ziel ist es, Menschen zu schulen, um den Schutz der Haie fördern zu können und den Teilnehmern zu helfen, ihre Ängste loszuwerden.»

und die Angst vor Haien, die die sensationsgierige Berichterstattung auslöste, haben sich nie wieder gelegt.» Sie liessen später zwar nach, keimten aber nach dem Untergang des amerikanischen Kriegsschiffs «USS Indianapolis» erneut auf. Als das Schiff torpediert wurde, gingen 900 von 1196 Männern über Bord; drei Tage später wurden rund 300 gerettet. «Alle glaubten, die meisten Opfer seien von Haien getötet worden, aber heute geht man davon aus, dass sie ertranken oder sich andere tödliche Verletzungen zugezogen hatten, als das Schiff sank», fügt Ritter hinzu. «Trotzdem hat sich der Vorfall ins Gedächtnis der nachfolgenden Generationen gebrannt.»

Im Dezember 1957 wurden einige Menschen in Südafrika von Haien getötet. Die tragischen Ereignisse wurden von der Presse als «Schwarzer Dezember» aufgebauscht und lösten eine weitere Welle von Haimorden aus. Als 1975 «Der Weisse Hai» in die Kinos kam, hinterliess der Film einen nachhaltigen Eindruck. In den späten Neunzigern führte Erich Ritter an einem Strand in Miami ein Experiment durch, das zeigt, wie der Film die Angst vor Haien verstärkt. Es war ein sonniger Tag, hunderte von Menschen tummelten sich im Wasser. Eine Band spielte karibische Musik, die Stimmung wurde immer besser. Dann spielte die Band die Titelmelodie des «Weissen Hais». Bald war es mit dem Frieden vorbei. Badende verliessen das Wasser, andere suchten vom Ufer aus das Meer nach Haien ab. Als die Band wieder beschwingte Melodien spielte, stellte sich die entspannte Atmosphäre bald wieder ein. Das ist eines von vielen Beispielen für den von Ritter geprägten «Jaws»-Effekt.

Jirschik, die im Juli einen Kurs an der SharkSchool belegt hatte, liefert ein weiteres Beispiel. «Ich habe Angst vor Haien, seit ich den Film gesehen habe.» Obwohl diese Angst vor Haien sie seit dem 13. Lebensjahr begleitet, war sie zugleich immer fasziniert von den Tieren. Erich Ritter hat für dieses Phänomen aus Angst und Faszination einen eigenen Begriff geprägt: «Angstination». Laut Jirschik war es dieses zwiespältige Gefühl, das sie zu einem Aufenthalt bei Ritter – den sie als «Papst» der Haiforschung bezeichnet – bewogen hatte.

Schwimme mit den Haien, besiege deine Angst

In den letzten 20 Jahren hatte Erich Ritter (48) über 7000 Begegnungen mit verschiedenen Haiarten auf der ganzen Welt. Er studiert ihre Körpersprache, weil er glaubt, dass fehlendes Verständnis für das Verhalten der Tiere wesentlich zur Angst vor ihnen beiträgt. «Es ist wichtig, ihre Verhaltensweisen zu kennen und richtig zu interpretieren. Und wir müssen dieses Verhalten relativieren. Der Hai ist das am häufigsten vorkommende Raubtier unseres Planeten, und obwohl sich jedes Jahr 14 Milliarden Besucher im Meer vergnügen, ereignen sich nicht einmal 100 Unfälle. Davon sind drei bis fünf tödlich», erklärt er. «Allein in New York werden jedes Jahr über 1000 Personen ins Krankenhaus eingeliefert, weil sie von anderen Menschen gebissen wurden. Die Chance, in der U-Bahn von jemandem in den Po gebissen zu werden, ist grösser, als die, einem Hai zu begegnen.»

Ungeachtet der statistischen Daten ist der Irrglauben, Haie seien aggressiv, weit verbreitet. «Ich habe nie einen aggressiven Hai erlebt, und ich habe auch nie einen Beweis für aggressive Haie gesehen», sagt Ritter. Viele der Haimythen gehen auf eine 1958 von der US-Marine gebildete Expertenkommission zurück, die zehn Jahre später wegen mangelnder Forschungsergebnisse wieder aufgelöst wurde. Die Experten hatten sich nie ins Wasser begeben, um die Haie zu beobachten. «Einige der grössten Mythen wurden >

Zehn Regeln für das Baden im Meer

In den Medien wird immer wieder über die Verhaltensregeln im Umgang mit Haien berichtet, die nach Auffassung von Erich Ritter jedoch meistens falsch sind. Er ist überzeugt, dass eine öffentliche Informationskampagne helfen kann, das Risiko von Haiunfällen mit Verletzungsfolgen zu minimieren. Die Empfehlungen basieren auf Analysen von Haiunfällen mit tödlichen Folgen sowie auf Interviews mit Überlebenden. Zur Unterstützung der Opfer von Haiunfällen und deren Familien hat Ritter ein Haiunfall-Hilfswerk ins Leben gerufen: das Shark Accident Victim Network (SAVN).

Quelle: Erich Ritter, Shark Accident Victim Network (www.savn.org)

Rat	Begründung
1 Schwimme, surfe oder tauche niemals allein.	Haie nähern sich eher einzelnen Individuen. Wenn du verletzt wirst, kann dir niemand helfen.
2 Schwimme nicht nachts.	Es gilt als erwiesen, dass sich Haie nach Sonnenuntergang der Uferzone (Insel oder Küste) nähern. Es ist schwierig, sich gegen etwas zu verteidigen, das man nicht sieht.
3 Schwimme nicht in schlammigem oder trübem Wasser.	Manche Haiarten jagen in schlammigem oder trübem Wasser, andere könnten aufgrund von Stress beißen oder (sehr selten) nach einem ihnen unbekannten Objekt schnappen, um herauszufinden, was es ist. Es ist schwierig, sich gegen etwas zu verteidigen, das man nicht sieht.
4 Schwimme nicht in die Nähe einer Flussmündung.	Wenn Süßwasserplankton abstirbt, zieht es Fische aller Art an. Gewisse Fischarten halten sich an Flussmündungen auf, weil die Strömung tote Tiere flussabwärts treibt. Diese Nahrungsquellen ziehen auch Haie an.
5 Vorsicht beim Wellenreiten.	Die Wahrscheinlichkeit, dass sich Haie in Brechern aufhalten, ist gross, weil das Wasser dort mehr Sauerstoff enthält. Haie könnten wegen der eingeschränkten Sicht und dem plötzlichen Auftauchen von Menschen unruhig werden.
6 Schwimme nicht in die Nähe von Sandbänken oder Landungsstegen/-brücken.	Erhebungen aller Art ziehen viele Meerestiere an und können darum auch Orte sein, wo Haie ihr Futter suchen.
7 Vorsicht beim Durchqueren von Kanälen zwischen Sandbänken oder an steil abfallenden Stellen.	Dies sind oft Futterplätze für Haie. Außerdem herrscht dort oft eine stärkere Strömung, die kräftigere Schwimbewegungen erfordert, was die Aufmerksamkeit der Tiere eher wecken kann.
8 Meide Gegenden, in denen Fischfang betrieben wird oder Fischabfälle ins Meer gekippt werden.	Diese Orte ziehen Raubtiere, also auch Haie, an.
9 Vermeide ausgiebiges Planschen oder schnelle, abrupte Bewegungen.	Es suggeriert verletzte Tiere im Wasser. Aus diesem Grund sollte man nicht mit Hunden oder Pferden schwimmen gehen.
10 Wenn dich ein Hai packt, versuche, an seine Kiemen zu kommen.	Wenn sich Haie gegenseitig verletzen möchten, zielen sie auf diese Körperregion, weil dies den Gegner zwingt, sich zurückzuziehen. Fasse dem Tier nicht ins Auge oder hau ihm nicht auf die Nase: Das sind Reaktionen, die der Hai nicht versteht und die ihn nur dazu veranlassen könnten, von Neuem zuzubeissen.

durch dieses Wissenschaftlergremium verbreitet», erzählt Ritter. «Beispielsweise empfahlen sie, man solle zum Schutz vor Haien auf die Wasseroberfläche schlagen. Dabei wissen wir heute, dass die dadurch entstehenden Geräusche Haie anlocken. Das hätte man damals auch herausgefunden, wäre die Theorie überprüft worden. Auch haben wir nachgewiesen, dass Surfer von Haien nicht irrtümlich für Seehunde gehalten werden und dass ein allfälliger Biss aus Neugier erfolgt. Haie greifen Menschen nicht an, weil sie Hunger haben; die Theorie vom Schurkenhai ist absoluter Unsinn. Die Tiere sind intelligent und werden nicht von Menschenblut angelockt. Und ja, auch im Mittelmeer gibt es Haie.»

Um althergebrachte Erklärungen für Haiangriffe zu widerlegen, analysiert Ritter Haiunfälle auf der ganzen Welt. Die gesammelten Ergebnisse fliessen in das Global Shark Attack File (GSAF, www.sharkattackfile.net) ein. «Die Rekonstruktion von Haiunfällen fördert das Verständnis, wann und warum Haie Menschen angreifen. Und sie hilft, die Wahrscheinlichkeit solcher Vorkommnisse zu verringern», erklärt er. «Meine langjährige Forschungstätigkeit bestärkt mich in der Überzeugung, dass es keine gefährlichen Haie gibt, sondern nur gefährliche Situationen.»

Ritter hat einen Konzeptkatalog entwickelt, den er allen Strandbesuchern zugänglich machen will, damit sie potenzielle Gefahrensituationen erkennen und vermeiden (Box Seite 25). Die US Navy unterstützt dieses Konzept ebenso wie sein ADORE-SANE-Konzept, das beschreibt, wie sich Hai und Mensch gegenseitig beeinflussen. «Tourismusbehörden in den Küstenregionen der Welt sollten das Konzept übernehmen und Sicherheit vor Profit stellen.» So sollten Strände tagelang gesperrt werden, wenn mehrere der von Ritter aufgelisteten Faktoren zusammen auftreten. «Ist das der Fall, steigen die Chancen eines Angriffs», sagt Ritter. Obwohl Haie Menschen angreifen können – wie Ritter aus eigener Erfahrung weiß,

seit ihn 2002 ein Bullenhai in die Wade biss –, wird ihre Motivation oft missverstanden. Die meisten Vorfälle, die Ritter und seine Kollegen für das GSAF analysieren, geschehen wohl, weil sich ein Hai bedroht fühlt oder einen Menschen als Konkurrenten um Nahrung wahrnimmt. Haie sind zudem neugierig und erkunden unbekannte oder unvertraute Gegenstände gerne mit dem Maul. In den meisten Fällen kommt es dabei nur zu oberflächlichen Wunden, weil es sich um Testbisse handelt. «Die eigentliche Verletzung entsteht nicht beim Zubeissen, sondern wenn der Angegriffene zurückweicht. Das war auch in meinem Fall so: Ich hatte die Wahl, zu ertrinken oder ohne Wadenbein weiterzuleben. Mein Entscheid war naheliegend», meint er und grinst. «Nach der jahrelangen Analyse von Haiunfällen kann ich behaupten, dass Haie nie grundlos zubeissen. Es ist immer das bewusste oder unbewusste Verhalten des Menschen, das ein Tier zu einer Reaktion verleitet. Mein Unfall wäre vermeidbar gewesen, hätte mein ‹Spotter› mich gewarnt. Dann hätte ich mich rechtzeitig umdrehen und den Hai wegstoßen können.»

Nach zehn Jahren mit ähnlichen Experimenten wird hauptsächlich über diesen einen missglückten Vorfall berichtet. «Selbst meine Kritiker aus akademischen Kreisen rissen den Unfall aus dem Zusammenhang, um ihre These zu zementieren, wonach die Interaktion zwischen Mensch und Hai für das Studium der Tiere überflüssig sei. Das ist ein grosser Irrtum. Nützliche Informationen über das Verhalten von Haien können wir nur gewinnen, wenn wir sie in freier Wildbahn beobachten.»

Brigitte Jirschik ist ganz dieser Meinung. «Am Ende der Woche war ich vom Charisma dieser Wesen so eingenommen, dass alle meine Ängste verflogen waren. Nun möchte ich das, was ich gelernt habe, meinen Biologiestudenten weitervermitteln. Jüngere Generationen sollen ihre Ängste verlieren und erkennen, wie wichtig es ist, die Haie zu schützen.» <

Schutz der Haie ist Schutz der Meere

Für jeden Hai, der einen Menschen beißt, werden jährlich rund 200 000 Haie getötet. Das macht total rund 200 Millionen. Das massenhafte Abschlachten hat sich bereits negativ auf die weltweiten Haipopulationen ausgewirkt.

Die meisten Haie sterben beim so genannten Finning. Dabei werden ihnen die Flossen abgeschnitten und die Körper, oft noch lebend, ins Meer zurückgeworfen. «Viele Fischereibetriebe behaupten, dass sie den ganzen Hai verwerten, einschliesslich Fleisch, Knorpeln und sogar Kieferknochen, die zur Dekoration verkauft werden. Aber ich habe diese grausame Praktik auf vielen Schiffen weltweit beobachtet», sagt Haiforscher Erich Ritter. «Je stärker die asiatische Wirtschaft wächst, desto mehr Finning wird es geben», prophezeit er. «Der Boom erhöht die Nachfrage nach Haifischflossensuppe, die bei besonderen Anlässen als Zeichen von Wohlstand und Prestige serviert wird.»

Laut der Humane Society of the US (www.hsus.org) zeigen weltweite Zolldaten, dass über 100 Länder im Haiflossenhandel

mitmischen, die meisten als Produzenten. Als grösste Abnehmer figurieren China, Hongkong, Singapur, Taiwan, Malaysia und Thailand. Grosse Kontingente an Haiflossen gehen auch in die USA und in die EU, an dort ansässige asiatische Abnehmer.

«Je nach Haiart dauert es zwischen 10 und 25 Jahre bis zur Geschlechtsreife. Die Tragzeit liegt zwischen 9 und 22 Monaten. Dies wird in den nächsten 20 bis 30 Jahren zur Zerstörung ganzer Ökosysteme führen, da die Superräuber der Weltmeere aussterben werden.» Der Weisse Hai ist hochgradig gefährdet. Obwohl geschützt, ist er auf der WWF-Liste der zehn am stärksten vom Aussterben bedrohten Tierarten. mb

Weitere Informationen zum Thema Haischutz und zu Spendenbeiträgen finden Sie unter www.shark-world.org oder www.sharks.org.



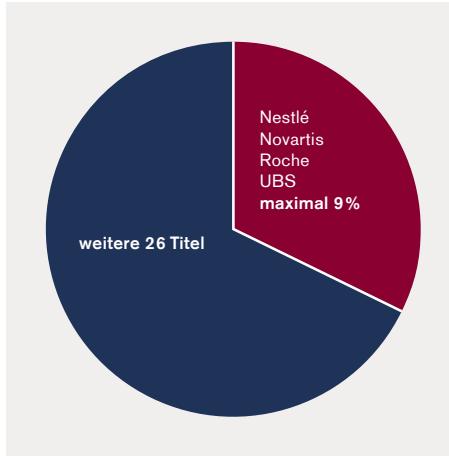
Die Sportfischerei dezimiert Haibestände. Meistens werden fortpflanzungsfähige Tiere gefangen. Das Fleisch von grossen Haie wie diesem Hammerhai, ausgestellt vor einem Laden in Florida, ist ungenießbar.

Credit Suisse Business

Beratung für jede Lebensphase



Neuer Aktienindex



Private Equity Genf



Bewegende Momente im Leben

Das Studium ist erfolgreich abgeschlossen, der Tag der Diplomfeier ist endlich da: Nun heisst es «Studium ade!». Damit der Einstieg ins Berufsleben wunschgemäss gelingt, liefert die Credit Suisse auf der Homepage www.credit-suisse.com/lebensphasen praktische Tipps. Ein romantischer Heiratsantrag führt zum ersehnten Ja-Wort – der erste Vorsorgeplan wird fällig. Auch dazu oder zu weiteren entscheidenden Fragen bietet die Credit Suisse ihre Dienste an. Dank einem bedürfnisgerecht abgestützten Beratungsansatz kann immer die passende Finanzlösung gefunden werden. Man kann sich auf der Homepage orientieren oder besser noch an einem der schweizweit durchgeführten Vorsorge- und Pensionierungsseminare teilnehmen. Dort wird anschaulich aufgezeigt, wie sich die Finanzlösungen jeweils den individuellen Lebenssituationen anpassen. Vorsorge sieht für Familien natürlich ganz anders aus als für Singles, sollte aber in jedem Fall umsichtig und rechtzeitig geplant werden. Im Seminar gibt es auch mehr über das Vorsorgesystem der Schweiz sowie die Gestaltungsmöglichkeiten der persönlichen Vorsorge zu erfahren. Auf dem Internetportal www.credit-suisse.com/lebensphasen findet man die Veranstaltungsdaten und die Möglichkeit, sich online anzumelden. schi

SLI – der neue Schweizer Aktienindex

«Swiss Made» ist wieder heiss begehrt. Die Nachfrage nach qualitativ hochstehenden Produkten ist in den letzten Jahren dank dem globalen Konjunkturaufschwung stetig gewachsen. Die Kurse von Schweizer Aktien bewegen sich in Rekordsphären. Die Schweizer Börse hat darauf reagiert und am 2. Juli mit dem Swiss Leader Index (SLI) einen neuen Aktienindex lanciert. Der SLI setzt sich aus den 30 liquidesten und grössten Titeln zusammen, die an der Börse in Zürich gehandelt werden. Dank seiner ausbalancierten Sektor- und Titelgewinnung ist der SLI breiter abgestützt als der SMI. Zudem besteht für den Index gutes Entwicklungspotenzial, da der SLI auch institutionellen Investoren aus der EU und den USA offen steht, die aus rechtlichen Gründen nicht in den SMI investieren dürfen. Konkret darf das Indexgewicht der vier grössten Titel – Nestlé, Novartis, Roche und UBS – im SLI maximal neun Prozent betragen, während beim SMI gewisse Titel mehr als zehn Prozent ausmachen. Der Anteil der restlichen Werte ist beim SLI auf 4,5 Prozent begrenzt. Privatinvestoren können bereits jetzt von den Vorteilen des SLI profitieren – etwa mit verschiedenen Produkten der Credit Suisse auf den neuen Index. schi

Weitere Investitions-Chancen findet man unter www.credit-suisse.com/perspektiven

Investieren in KMU der Emerging Markets

In vielen Entwicklungs- und Transitionsländern zeichnen kleine und mittelgrosse Betriebe verantwortlich für einen bedeutenden Anteil neu geschaffener Arbeitsplätze, für die Einfuhr neuer Technologien und eine Vielzahl von Wirtschaftsaktivitäten – und spielen somit eine Schlüsselrolle für die Entwicklung dieser Länder. Oft ist ihr Gediehen durch den beschränkten Zugang zu Finanzierungsmöglichkeiten jedoch eingeschränkt, gleichzeitig besteht ein Mangel an Anlageinstrumenten, die Investoren den Zugang zu diesen Unternehmen erleichtern.

Je mehr die Renditemöglichkeiten an den traditionellen Märkten zurückgehen, desto attraktiver werden jedoch Investitionen in diese Betriebe. Das Geneva Private Capital Symposium, durchgeführt am 24. und 25. September 2007, widmet sich daher ausführlich diesem Thema. An der unter anderem von der Credit Suisse als Hauptsponsorin unterstützten Veranstaltung erstellen Experten aus Wirtschaft und Politik einen Business Case für diese Form der Investitionen. Sie zeigen Faktoren auf, die Finanzversorgung und -nachfrage bestimmen und leuchten das Risikomanagement und die Renditemöglichkeiten von Investitionen in KMU in Entwicklungs- und Transitionsländern aus. ba www.geneva-private-capital-symposium.com

New York**Zentralasien**

Credit Suisse eröffnet eine Geschäftsstelle in Kasachstan

Im Rahmen ihrer Wachstumsstrategie hat die Credit Suisse kürzlich eine Geschäftsstelle in Kasachstan eröffnet. Die neue Niederlassung befindet sich in Almaty, der grössten Stadt des Landes.

Die Geschäftsstelle gibt der Credit Suisse Gelegenheit, die Dienstleistungen der integrierten Bank auch den Kunden in Kasachstan, einem der dynamischsten Märkte Zentralasiens, anzubieten. Darüber hinaus stärkt diese Einrichtung die Präsenz der Bank im Land und widerspiegelt ihr Engagement in der gesamten Region.

Fawzi Kyriakos-Saad, CEO des Bereichs Emerging Markets Europe, Middle East and Africa (EMEA) der Credit Suisse, erklärte: «Die Credit Suisse freut sich, eine Geschäftsstelle in Almaty zu eröffnen. Damit unterstreichen wir das Engagement zugunsten unserer Kunden in Kasachstan. Wir sind begeistert von den Wachstumschancen und vom Investitionspotenzial des Landes, und die Niederlassung in Almaty erlaubt uns, unser Wachstum in der Region voranzutreiben.»

Die Credit Suisse spielte beim Aufbau der kasachischen Kapitalmärkte eine führende Rolle und war massgeblich an den Börsengängen von Kazakhmys, KazMunaiGaz und Halyk Bank beteiligt. mb

Marktführer im Handel mit Emissionsrechten

Mit einer Investition von 44 Millionen Euro erwirbt die Credit Suisse eine 9,9-Prozent-Beteiligung an EcoSecurities Group plc. Das Unternehmen erarbeitet und vermarktet Emissionszertifikate aus Projekten zur Reduktion von Treibhausgasemissionen. EcoSecurities entwickelt und begleitet solche Projekte durch den Clean Development Mechanism (CDM) des Kyoto-Protokolls und arbeitet weltweit sowohl mit Projektentwicklern als auch mit Käufern von Emissionszertifikaten zusammen. Im Rahmen des CDM können Industrieländer ihre Kohlenstoff- und weitere Treibhausgasemissionen durch die Förderung von Projekten zur Emissionsreduktion in Entwicklungsländern kompensieren.

Paul Ezekiel – als Leiter des Bereichs Global Carbon Trading der Credit Suisse ist er für diesen Emissionshandel zuständig – meinte dazu: «Mit dieser strategischen Partnerschaft sind unsere Unternehmen ideal positioniert, um die Bedürfnisse von Unternehmen und Behörden im Hinblick auf die Reduktion von Kohlenstoffemissionen und die Einhaltung von Umweltvorschriften zu erfüllen und gleichzeitig den Anlegern finanzielle Chancen im Zusammenhang mit dem weltweiten Klimawandel anzubieten.»

Der Bereich Carbon Trading liefert Unternehmen und Anlegern Strategien für den Handel mit Emissionszertifikaten im Rahmen des Emissionsrechtehandelssystems der Europäischen Union. Über diesen Geschäftsbereich wickelt die Credit Suisse den Handel mit Emissionszertifikaten für ihre Emerging-Markets-Geschäftseinheiten in Nord- und Lateinamerika, Asien, Europa, Afrika und im Mittleren Osten ab. mb

Private Banking Freizeitkonvent in Luzern

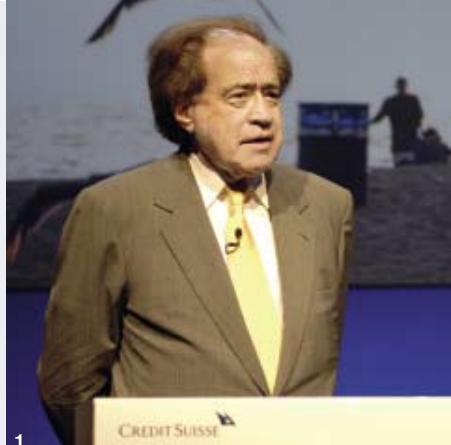
Wurzeln, Flügel und Bücher in der Seele

Text: Andreas Schiendorfer

Vor einem Jahr befasste sich die Credit Suisse in Horgen intensiv mit dem Thema «Gesundheit». In Luzern stand nun «Freizeit» auf dem Programm. Dabei besteht ein Zusammenhang: Wer seine Freizeit optimal nutzt, nützt auch seiner Gesundheit.

«Jeder hat ein Buch in sich, eine Geschichte zu erzählen», erklärte Paulo Coelho. Für sein erstes Buch «Der Alchimist» habe er 41 Jahre und 10 Tage benötigt. 41 Jahre, um es in seiner Seele zu entdecken, 10 Tage dann, um es in etwas Physisches zu übersetzen. Weil er so lange brauchte, um seinen Lebenstraum zu konkretisieren, ist Coelho heute kaum mehr auf Freizeit im herkömmlichen Sinne angewiesen. Glücklich ist er vor allem dann, wenn sich ihm eine neue Herausforderung stellt.

Den Gästen der Credit Suisse jedoch lieferte der Freizeitkonvent so manche Anregung, beim Bridgespielen etwa oder beim Weindegustieren. Nicht zuletzt wurden sie alle bestens unterhalten, verbrachten auf Einladung von Urs Dickenmann, Head Private Banking Switzerland, vergnügliche Stunden im KKL. Und unvergessliche. Geblieben lauschten sie den Ausführungen des Filmproduzenten Arthur Cohn, dessen kompromisslose Qualitätsfilme die Menschen immer wieder bewegen und in Hollywood mit – bis jetzt – sechs Oscars belohnt wurden. Sein Geheimnis? Wurzeln und Flügel. Wurzeln in Basel und in der Familie als Basis für seine gewinnende Weltoffenheit. <



1 Drei Freizeittipps des bekennenden Stadtmenschen Arthur Cohn: 1. Wandern und Skifahren im Engadin, 2. den Sand des «Ellenbogen» auf Sylt geniessen, 3. die mystische Spiritualität Jerusalems ergründen. Vor kurzem ist übrigens die lebenswerte Biografie «Arthur Cohn. Der Mann mit den Träumen» erschienen. **2** Der brasiliianische Schriftsteller Paulo Coelho ist gerne bei der Credit Suisse zu Gast: Referierte er 2006 in Zürich über «Global Warming», so stand am Freizeitkonvent sein Leben im Mittelpunkt. **3** Begeisterndes World Orchestra for Peace. **4** Urs Dickenmann (links), Head Private Banking Switzerland Credit Suisse, zusammen mit Moderatorin Mona Vetsch und Charles Kaye, Direktor World Orchestra for Peace.

Credit Suisse Asset Management CEO David Blumer im Gespräch

«Der Weg an den Verhandlungstisch führt über die Performance»

Interview: Daniel Huber

Die Strategie der integrierten globalen Bank greift auch im Asset Management. Bereits heute werden Mandate gewonnen, bei deren Ausschreibung man vor zwei Jahren noch chancenlos gewesen wäre, sagt David Blumer. Jetzt kommt der nächste Schritt.

Bulletin: Wann hatten Sie Ihren letzten Adrenalinschub?

David Blumer: Da kommt mir spontan der Gigathlon Mitte Juli 2007 in den Sinn.

Wie sieht das im Geschäftsleben aus? Gibt es da für Sie noch Adrenalinschübe?

Selbstverständlich. Wenn wir mit grossen Projekten in die entscheidende Phase treten und sie dann erfolgreich abschliessen, verspüre ich immer noch einen Adrenalinschub.

Wann geht ein vermögender Privatkunde zum Private Banking und wann zum Asset Management?

In der Regel spricht ein Privatkunde zuerst mit seinem Berater im Private Banking. Handelt es sich um einen sehr vermögenden Kunden oder um eine anspruchsvolle Transaktion, die ein vertieftes Expertenwissen erfordert, involviert der Berater das Asset Management. Unsere Spezialisten erarbeiten dann eine optimale Lösung.

Was wäre so eine spezifische Transaktion?

Vor kurzem haben wir zum Beispiel mit einem Kunden, der über das Private Banking zu uns gekommen ist, den Kauf eines grossen Immobilien-Portfolios abgewickelt. Die Investmentbank hat dabei die Finanzierung

strukturiert – ein gutes Beispiel also, wie die integrierte Bank funktioniert.

Wäre das vor der Umstrukturierung zur integrierten globalen Bank nicht auch schon so gewesen?

Nicht in dieser Konsequenz. Die neue Organisation hat viel gebracht – und wird noch viel mehr bringen. Ich bin überzeugt, dass wir das Potenzial dieser Strategie noch nicht ausgeschöpft haben. Verfolgen wir sie weiterhin konsequent, werden wir unseren Kunden innovativer und umfassendere Lösungen als je zuvor anbieten können.

Im vergangenen Jahr war immer wieder die Rede vom Umbau des Asset Management. Wenn Sie heute zwei Jahre zurückschauen, was sind für Sie die grössten Unterschiede zur damaligen Struktur?

Wir haben das einst stark fragmentierte Asset Management-Geschäft in einer zentralen Organisation zusammengeführt. Jetzt müssen wir als Team noch stärker zusammenwachsen. Das braucht Zeit. Bereits heute gewinnen wir allerdings aufgrund der neuen Struktur und der damit verbundenen, grösseren Möglichkeiten Mandate, bei deren Ausschreibung wir vor zwei Jahren chancenlos gewesen wären. Diese positive Dynamik empfinde ich als enorm motivierend.

Wo sehen Sie rein geografisch das grösste Potenzial?

Asien und der Mittlere Osten sind heute vielversprechende Wachstumsmärkte. Interessant sind auch Osteuropa und Lateinamerika, wobei wir in Brasilien mit dem Kauf von Hedging-Griffo bereits einen wichtigen Schritt gemacht haben.

Hat Hedging-Griffo Vorbildcharakter für Ihre Expansionsstrategie in neue Märkte?

Das kann man so nicht sagen, denn die Ausgangslage ist in jedem Markt völlig unterschiedlich. Je nachdem ist organisches Wachstum, eine Kooperation oder ein Zukauf sinnvoller. Für uns ist es zudem nicht nur wichtig, vor Ort präsent zu sein, sondern vielmehr auch die lokal vorhandenen Kompetenzen global zu erschliessen.

Gibt es im globalen Asset-Management-Geschäft regional unterschiedliche Präferenzen der Kunden?

Der Weg an den Verhandlungstisch führt auf der ganzen Welt zuerst einmal über gute Performance. Nur wenn Sie diese Hürde genommen haben und in der Lage sind, mit massgeschneiderten Anlagelösungen zusätzlichen Mehrwert zu schaffen, gewinnen Sie das Vertrauen der Kunden – und letztlich den Zuschlag. So sind wir zum Beispiel in einem asiatischen Land strategischer Berater der staatlichen Pensionskasse geworden, deren Vermögen einen dreistelligen Milliardenbetrag umfasst und der Jahr für Jahr zweistellig anwächst. Diese Mittel sind heute primär im eigenen Land investiert.



David Blumer bündelte die Schlagkraft von über den Globus verstreuten «Einzelteilen» unter dem neuen Asset-Management-Dach. Synergien auf der Kostenseite und Wachstumsimpulse im Geschäft sorgen für Dynamik.

Zur Person

David Blumer ist Chief Executive Officer der Asset-Management-Division der Credit Suisse und Mitglied des Executive Board der Credit Suisse. Er ist seit 1993 bei der Credit Suisse Group und arbeitete in verschiedenen Funktionen in Zürich, London und New York. Vor der Übernahme seiner jetzigen Position war er innerhalb des Private Banking unter anderem für den Aufbau der industrielweit führenden Alternative Investment Platform verantwortlich. 2004 hat David Blumer die Leitung von Trading and Sales übernommen, seit dem 1. Januar 2006 steht er der Asset-Management-Division der Credit Suisse vor.

Klar erwartet dieser Kunde von uns eine entsprechende Performance der investierten Gelder. Darüber hinaus wünscht er aber auch explizit Beratung bei der globalen Anlagestrategie sowie Unterstützung bei der Wahl von externen Managern, beim Risiko-Management, beim Reporting oder auch bei der Weiterbildung seiner Mitarbeiter. Somit sind wir nicht mehr nur ein klassischer Asset Manager, sondern ein umfassender, lösungsorientierter Partner. Plötzlich stossen wir in Kundenfelder vor, die uns in der Vergangenheit ohne diesen ganzheitlichen Ansatz gar nie offen standen.

Das Asset Management bringt immer wieder eigentliche Stars hervor. Wie stark ist der Erfolg in diesem Geschäft an einzelne Personen gebunden?

Das hängt davon ab, wie es an den Märkten gerade läuft. Ein Boom-Markt fördert die Star-Kultur. Wenn es an den Märkten aber einmal nicht so gut läuft, spricht man plötzlich wieder von Teams. Die Wahrheit liegt für mich irgendwo dazwischen. Wir brauchen starke Persönlichkeiten, keine Frage. Allerdings nicht nur, um neue Assets zu generieren, sondern auch, um vielversprechende Talente anzuziehen. Dennoch zelebrieren wir keine Star-Kultur, vielmehr setzen wir auf starke Teams.

Schauen wir noch etwas in die Zukunft. Wo sehen Sie in den nächsten Jahren die grossen Investment-Trends? Der Trend geht klar in Richtung «Core-Satellite», also in eine Unterteilung in Kern-Investitionen, zum Beispiel den Exchange Traded Fund «XMTCH on SMI», dessen Performance mit dem Markt gekoppelt ist, und verschiedene aktiv gemanagte Fonds wie den «Swiss Select» oder den «Small Cap Germany», die den Markt klar outperformen können. Viel stärker gefragt sind ferner auch diejenigen Partner, die lösungsorientiert agieren, da das regulatorische Umfeld in den verschiedenen Ländern zunehmend komplexer wird. Als weiterer grosser Trend gewinnt sicherlich auch die globale Kompetenz an Bedeutung. Der wichtigste Erfolgsfaktor sind und bleiben aber unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. <



Wissenswert Finanzmarktbegriffe

Swap

Vereinbarung zwischen zwei Parteien, die den Austausch künftiger Zahlungsströme umfasst.

Das Wort «Swap» steht im Englischen für (Aus-) Tausch oder Wechsel. Doch auch nach der Übersetzung lässt der Begriff noch so manche Deutungsmöglichkeit zu. Obwohl er sich beispielsweise ausgezeichnet als Titel für ein neues Brettspiel eignen würde, hat er in der Wirtschaft eine feste Bedeutung: Spricht man in diesem Kontext von einem Swap, so handelt es sich um eine individuelle Vereinbarung zwischen zwei Parteien, die den Austausch künftiger Zahlungsströme (Cash Flows) umfasst. Die Vereinbarung definiert dabei Daten und Laufzeit sowie sämtliche vorgängig fixierten Bedingungen darüber, wie sich die Zahlungen zu berechnen haben. Ein solcher Swap-Vertrag kann sich dabei entweder nur auf den Austausch einer Serie von unterschiedlich gestalteten Zinszahlungen (Zins-Swap) beziehen oder aber auf den Austausch von Zinszahlungen und Nominalbeträgen in verschiedenen Währungen (Währungs-Swap). mr

Schatzanweisung

Mittelfristiges Geldmarktpapier zur Überbrückung von Liquiditätsengpässen

Natürlich kriegen die meisten Menschen ab und zu einmal eine Schatzanweisung – zumindest diejenigen, die sich eine solche von ihrem Partner oder ihrer Partnerin gefallen lassen. Da gibt es aber noch die Schatzanweisung der Schweizerischen Eidgenossenschaft. Hier handelt es sich um einen vom Bund ausgegebenen Schatzschein, der eine kurz- und mittelfristige Schuldverpflichtung des Staates in wechselähnlicher Form erlaubt. Die Schatzanweisung des Bundes, eines Kantons oder einer Gemeinde kann eine Laufzeit von drei Monaten bis zu vier Jahren haben, zumeist aber sind es ein bis zwei Jahre. Alle diese Schuldverpflichtungen werden generell Reskriptionen genannt und dienen in der Regel der vorübergehenden Mittelbeschaffung der öffentlichen Hand. Übersteigt die Restlaufzeit drei Monate nicht, sind Schatzanweisungen bei der Schweizerischen Nationalbank diskontierbar. Als Synonym für Schatzanweisung wird oftmals auch Schatzwechsel gebraucht – woran man sieht, dass die Finanzsprache wirklich nur bedingt ins Privatleben übertragen werden sollte. rg

SPI

Schweizer Aktienindex

Diese S-Begriffstrilogie wird mit einer der in der Schweiz bekanntesten Abkürzung aus der Börsenwelt abgeschlossen: SPI steht für Swiss Performance Index, den umfassendsten Schweizer Aktienindex. Er enthält alle 397 an der Schweizer Börse kotierten schweizerischen Unternehmen, die er entsprechend ihrer Kapitalisierung gewichtet. Er ist dividendenkorrigiert, was heißtt, dass bei der Entwicklung des Index Dividendenzahlungen mitberücksichtigt werden. Der SPI gilt deshalb als Gesamtmarktindex für den schweizerischen Aktienmarkt. Berechnet und publiziert wird der Index von der SWX Swiss Exchange, der Schweizer Börse, seit Juni 1987. Damals wurde der Indexstand auf 1000 Punkte festgelegt, aktuell liegt er bei etwa 7000. Die Schweizer Indexfamilie bestand bislang aus dem SPI und dem Swiss Market Index SMI. Im Juli 2007 wurde sie um das neue Mitglied SLI Swiss Leader Index erweitert. Letzterem gehören fix 30 der liquidiesten und grössten Titel an, die künstlich gewichtet werden. Damit soll verhindert werden, dass wenige grosse Titel, sogenannte Blue Chips, den Index zu stark dominieren, wie das beim SMI geschah. rg

125 Jahre Gotthardbahn

Der Gotthard feiert, also lebt er, lebt die Schweiz

Text: Andreas Schiendorfer

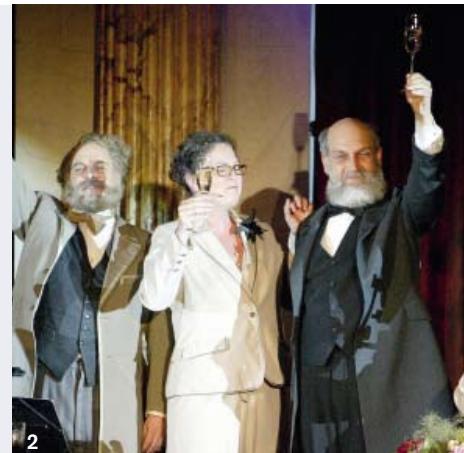
Am 22. Mai 1882 wurde im Hotel Schweizerhof in Luzern die Gotthardbahn offiziell eröffnet. Für die Schweiz ist der Gotthard überlebenswichtig. Deshalb feierte die Credit Suisse das 125-Jahr-Jubiläum am gleichen Tag am gleichen Ort in gleicher Manier.

Alfred Escher war Mitte des 19. Jahrhunderts der mächtigste Mann der Schweiz. Während rund dreier Jahrzehnte stellte er im jungen Bundesstaat die Weichen, nicht für sein eigenes Wohlergehen, sondern für die Zukunft von Zürich und der Schweiz. Eine aus heutiger Sicht bescheidene Kostenüberschreitung beim Bau der Gotthardbahn ermöglichte es seinen Gegnern, ihn 1878 ins Abseits zu stellen. In der Folge geriet er weitgehend in Vergessenheit.

Eine Jubiläumsserie erhellt nun Eschers Verdienste: 2005 ETH/Eidgenössisches Polytechnikum (1855), 2006 Credit Suisse/Schweizerische Kreditanstalt (1856), 2007 Swiss Life/Schweizerische Rentenanstalt (1857), Gotthardbahn (1882).

Aus Anlass des Gotthardbahnjubiläums wurde am 22. Mai im Hauptbahnhof Zürich eine Lokomotive auf den Namen Alfred Escher getauft; in Luzern organisierte die Credit Suisse ein glanzvolles Jubiläumsfest im Hotel Schweizerhof mit anschliessendem Feuerwerk. Das Jubiläums-OK Gottardo feiert gar das ganze Jahr. Der grösste Publikumsanlass findet am 8./9. September in Erstfeld und Biasca statt. <

Informationen unter www.sbb.ch/gottardo.



1 Im Hauptbahnhof Zürich fand die Taufe der Lokomotive Alfred Escher statt. Für den früheren Bundesrat Flavio Cotti, Präsident des Advisory Board der Credit Suisse, und Gerold Bührer, Präsident Economiesuisse, offensichtlich eine vorzügliche Idee. **2** 125 Jahre nach dem Eröffnungsfest werden die Leistungen von Alfred Escher (rechts) und des Tunnelbauers Louis Lavre (links), der 1879 bei einer Tunnelbegehung verstarb, endlich gewürdigt.

3 Beste Laune herrschte beim Jubiläumsfest im Hotel Schweizerhof in Luzern. Hier zwei Verwaltungsratspräsidenten im Gespräch: Walter B. Kielholz, Credit Suisse (links), und Thierry Lalive d'Epiney, SBB. **4** Ein Feuerwerk nach historischem Vorbild.

NanoConvention in Bern

Den Dialog rund um die Nanotechnologie fördern

Text: Dorjee Kokasang

Im Rahmen der zweiten NanoConvention trafen sich Ende Juni im Kursaal Bern rund 300 Teilnehmende, um über die Schlüsseltechnologien des 21. Jahrhunderts und deren Auswirkungen auf Wissenschaft, Wirtschaft, Gesundheit, Umwelt und Gesellschaft zu diskutieren. Organisiert wurde der Anlass von der Empa, die Credit Suisse trat als Hauptsponsor auf.

Bundesrat Pascal Couchebin hob in seiner Rede zur Eröffnung der zweiten NanoConvention hervor, dass die Empa mit der Schaffung dieser Plattform des interdisziplinären Dialogs einen wichtigen Beitrag zur Überbrückung des Spannungsfelds zwischen Nano-Hype und Schwarzmalerei geschaffen habe. Weiter sei die Veranstaltung enorm wichtig, um sowohl die immensen Chancen als auch potenzielle Risiken der Nanotechnologie zu beleuchten und eine sachliche Diskussion darüber in Gang zu bringen.

Kooperation von Wissenschaft und Banken

Arthur Vayloyan, Mitglied des Private Banking Management Committee der Credit Suisse, betonte in seiner Rede, dass die Nanotechnologie nie zum Selbstzweck werden dürfe, sondern zum Nutzen der Gesellschaft eingesetzt werden müsse. Als «Bewährungsprobe» böten sich die grossen Herausforderungen der Zukunft an, zum Beispiel die Wasserversorgung einer ständig wachsenden Weltbevölkerung. «Wasser ist zwar vorhanden, ist aber meist entweder Salzwasser oder ist verschmutzt», so Vayloyan. US-Forscher hätten vor kurzem eine Technologie entwickelt, bei der Kohlenstoffnanoröhrchen zur Entsalzung

von Meerwasser eingesetzt werden. Um Entwicklungen wie diese möglichst schnell in die Praxis umzusetzen, «müssen Banken, Versicherungen, Industrie, Politik und die Wissenschaften zusammenspannen», sagte Vayloyan. «Wenn es uns gelingt, das Wissen aus der Forschung in die Wirtschaft zu überführen – und die Geldgeber dabei auch noch profitieren –, dann haben wir eine Triple-win-Situation.» Ganz generell gelte es, die Chancen und Risiken der Nanotechnologie kritisch zu bewerten, um Kunden und Investoren gleichermaßen fundiert beraten zu können.

Index macht Nano-Unternehmen sichtbar

Um potenziellen Investoren den Zugang zur Nanotechnologie zu erleichtern, hat die Credit Suisse einen speziellen Nanotech-Index lanciert, der 20 global tätige Firmen umfasst. Giles Keating, Leiter des Global Research Private Banking und Asset Management, stellte ein spezielles Bewertungsmodell vor, mit dem sich Nanotechnologie-Unternehmen, die oft weder über historische Daten noch über marktreife Produkte verfügen, über unterschiedliche Industrien hinweg systematisch, objektiv und reproduzierbar bewerten lassen. <



Bundesrat Pascal Couchebin sprach sich bei seiner Eröffnungsrede an der zweiten NanoConvention in Bern für eine sachliche Diskussion rund ums Thema Nanotechnologie aus.

Credit Suisse Invest

Highlights September 2007

Die Weltwirtschaft dürfte trotz des volatileren Umfeldes weiter robust wachsen, solange die Finanzmarktturbulenzen nicht die Konsum- und Investitionsstimmung beeinträchtigen.

Die internationalen Zentralbanken führen Extra-Liquidität zu, um die Kreditmärkte zu stabilisieren und ein Überschwappen der Finanzmarktturbulenzen auf die Realwirtschaft zu verhindern. Zinstrend jedoch mittelfristig wieder leicht nach oben gerichtet.

Der Bullenmarkt hat bei **Aktien** zwar grundsätzlich weiter Bestand, allerdings könnten die Korrekturen ausgeprägter als in den vergangenen 4 Jahren sein.

Die US Dollarrisiken sind gestiegen, Carry-Trades dürften in den nächsten 3 Monaten abflauen.

Die Rohstoffmärkte trotzen den Finanzmarktturbulenzen: Gold und Agrarrohstoffe im Aufwind, Öl mit Gewinnnahmen nach dem jüngsten Rally.

36_Ausblick Global

Höhere Volatilitäten

Robuste Weltwirtschaft trotz Finanzmarktturbulenzen. Aktien auf 12 Monate mit Potenzial

38_Ausblick Schweiz

Intaktes Wachstum

Nachhaltiges und breit abgestütztes Wachstum. Spare in der Zeit ...

40_Prognosen

Finanzmarkttrends

Prognosen zu Konjunktur, Zinsen, Aktien, Währungen, Rohstoffen.

42_Investment Focus

Aktuell: Total Return

Wie man sich gegen weitere Kurschwankungen wappnet.



Ausblick Global

Angesichts der bereits kräftigen konjunkturellen Wiederbeschleunigung im 2. Quartal und robuster vorausseilender Konjunkturindikatoren dürfte die globale Wirtschaft auch in diesem Jahr wieder mit rund 5% wachsen. Dank der grosszügigen Liquiditätsversorgung der internationalen Zentralbanken sollten die aktuellen Finanzmarktturbulenzen diesen Ausblick kaum dämpfen. Gleichwohl rechnen wir mit höherer Volatilität an den Finanzmärkten, die sich kurzfristig auch noch negativ auf die globalen Aktienmärkte auswirken könnte. Vor dem Hintergrund einer robusten Weltwirtschaft dürften die Aktienmärkte ihren Aufwärtstrend jedoch wieder aufnehmen.

Konjunktur

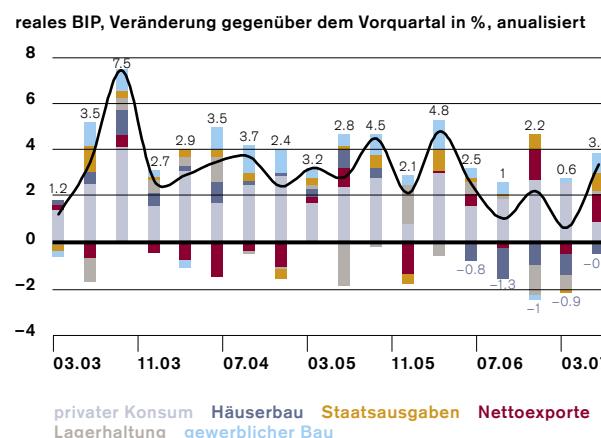
Robuste Weltwirtschaft trotz Finanzmarktturbulenzen

Die Weltwirtschaft dürfte trotz des volatileren Umfeldes weiter robust wachsen. Sie hat sich im 2. Quartal 2007 erwartungsgemäss kräftig beschleunigt. Auch die vorausseilenden Konjunkturindikatoren deuten nur auf eine milde Abschwächung im globalen Wachstum hin, die aus volkswirtschaftlicher Sicht sogar wünschenswert ist, um einer Überhitzung des Wachstums und damit auch möglichen Inflationsgefahren entgegenzutreten.

In den USA ist die Abkühlung beim privaten Konsum eingetreten, aber dank einem robusten Arbeitsmarkt bleiben die Aussichten für einen stärkeren Wachstumsbeitrag des Konsums intakt. Auch in der Eurozone hat das Wachstum ein Zwischenhoch erreicht. Ein sich stetig verbessernder Arbeitsmarkt und eine investitionsfördernde hohe Kapazitätsauslastung weisen aber auch hier den Weg zu anhaltendem Wachstum. ah

Das US-Wirtschaftswachstum hat sich im 2. Quartal kräftig beschleunigt. Die Schwäche des privaten Konsums dürfte eher temporärer Natur sein.

Quelle: Credit Suisse, Bloomberg

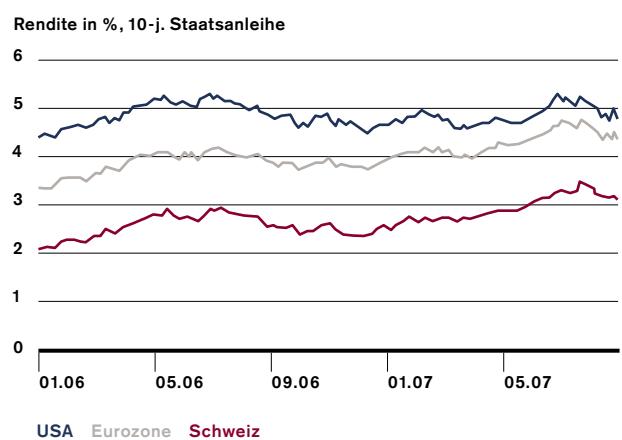


Zinsen & Obligationen

Unsicherheit stoppt mittelfristigen Zinstrend

Die globale Konjunkturbeschleunigung, die z. B. in Europa zu weiteren Zinserhöhungen geführt hat, ging auch mit steigenden Kapitalmarktzinsen einher. Auch in den USA hatten sich zwischenzeitlich die Zinssenkungserwartungen verflüchtigt. Vor dem Hintergrund der erwarteten leichten Abschwächung des Wachstums und der durch die Finanzmarktsicherheiten ausgelösten Suche nach eher sicheren Finanzanlagen haben sich die Kapitalmarktzinsen jedoch wieder kräftig zurückgebildet. Die internationalen Zentralbanken haben mit der Zuführung von Extra-Liquidität zur Beruhigung an den Finanzmärkten beigetragen. Vor dem Hintergrund der robusten längerfristigen Wachstumsperspektiven und der latenten Inflationsgefahren gehen wir jedoch nicht von Zinsenkungen aus, sodass der Zinstrend mittelfristig wieder leicht nach oben gerichtet sein sollte. ah

Die Kapitalmarktzinsen verzeichneten im 2. Quartal erwartungsgemäss einen kräftigen Anstieg, der durch die Finanzmarktturbulenzen jedoch wieder zurückgeführt wurde. Quelle: Credit Suisse, Bloomberg



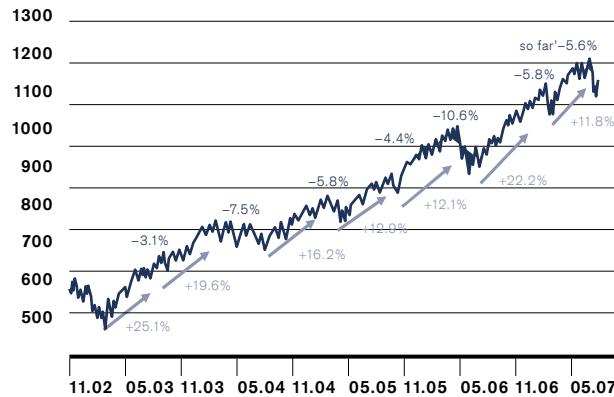
Aktienmarkt

Über 12 Monate Potenzial, kurzfristig hohe Volatilität

Wir sehen die aktuelle Schwäche an den Aktienbörsen als Korrektur im Rahmen einer Hause, nicht als grundlegende Trendwende. Die Rahmenbedingungen wie eine robuste Weltwirtschaft, günstige bis faire Aktienbewertungen und solides Gewinnwachstum der Unternehmen machen Aktien weiterhin attraktiv. Allerdings könnte die aktuelle Korrektur ausgeprägter ausfallen als entsprechende Phasen in den letzten vier Jahren. Der Übergang von einem ultra-tiefen Zinsumfeld zu wieder normaleren Niveaus ist für die Kreditmärkte ein schmerzhafter Prozess. Die aktuellen Unsicherheiten im US-Subprime-Segment scheint dabei eine erste Warnung vor weiterreichenden Problemen im Kreditmarkt zu sein, die sich in den kommenden Wochen und Monaten negativ auf den Aktienmarkt auswirken könnten. Danach sollten Aktien jedoch ihren Aufwärtstrend wieder aufnehmen. az

Der Bullenmarkt hat zwar Bestand, aber der zunehmende Engpass an den Kreditmärkten könnte eine ausgeprägte Korrektur auslösen, als sie in den vier ersten Jahren der Hause zu beobachten war. Quelle: Datastream, Credit Suisse

MSCI World Index



Währungen

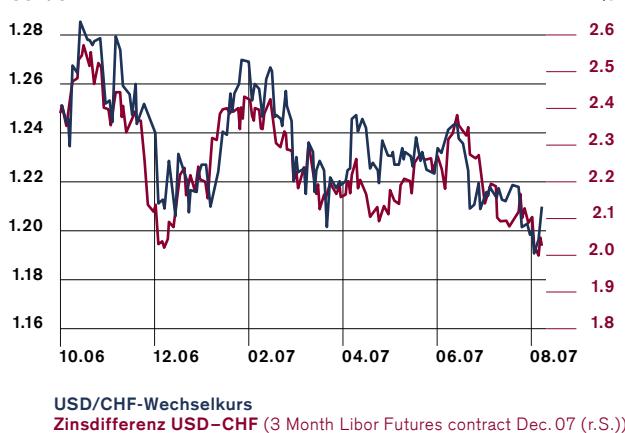
Dollarrisiken sind gestiegen

Der US-Dollar (USD) ist im August aus seiner Handelsspanne zum Schweizer Franken von 1.20–1.25 nach unten ausgebrochen. Sorgen über die Schwäche auf dem amerikanischen Immobilienmarkt und mögliche negative Auswirkungen auf den US-Konsum haben zu Zinssenkungserwartungen für die US-Notenbank geführt. In der Schweiz hingegen dürfte sich der Zinserhöhungsprozess fortsetzen, wodurch der Zinsvorteil des USD schwindet.

Wir erwarten, dass der USD auf 3 Monate schwach bleibt. Im Falle einer weiteren Auflösungswelle von Carry Trades könnte USD/CHF kurzfristig bis auf 1.15 fallen. Auf 12-Monatssicht erwarten wir aber weiterhin keine Zinssenkung in den USA. Ein Ende des Zinserhöhungszyklus in der Schweiz dürfte den USD zum CHF auf 12 Monate unterstützen. mh

Die Erosion des Zinsvorteils des US-Dollar hat sich beschleunigt. Eine weitere Auflösung von Carry Trades könnte den Franken stärken. Quelle: Bloomberg, Credit Suisse

USD/CHF



Rohstoffe

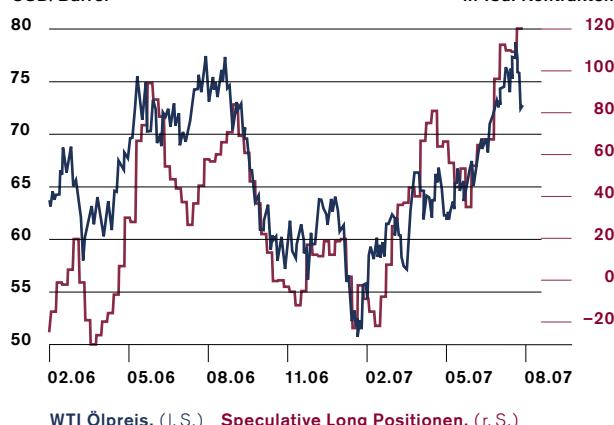
Steigende Risiken an den Rohstoffmärkten

Trotz der Turbulenzen an den Aktienmärkten konnten Rohstoffindizes im Juli eine positive Performance erzielen. Hauptgrund dafür war der Anstieg des Ölpreises auf Werte von zeitweise über USD 77 pro Fass. Wir rechnen zwar mit einer Fortsetzung des Aufwärtstrends, aber auch mit steigenden Risiken. Hauptrisiko sind dabei vor allem die Ölpreise. Die hohen Preise dürften sich negativ auf die Ölnachfrage auswirken. Nach dem Rally der letzten Monate ist in nächster Zeit zudem mit Gewinnmitnahmen spekulativer Marktteilnehmer zu rechnen, was zu tieferen Preisen führen dürfte (vgl. Abb. 1). Dies sollte allerdings durch einen Anstieg der Preise für Gold und Agrarrohstoffe mehr als kompensiert werden. Gold profitiert derzeit von einer steigenden Schmucknachfrage, während bei den Agrarrohstoffen der steigende Bedarf aus China die Hauptrolle spielt. tm

Spekulative Marktteilnehmer haben am Ölmarkt grosse Positionen aufgebaut. Nach dem Anstieg des Ölpreises erwarten wir hier verstärkt Gewinnmitnahmen.

Quelle: Bloomberg, Credit Suisse

USD/Barrel



Ausblick Schweiz

Der Wachstumsausblick für die Schweizer Wirtschaft bleibt intakt. Dank der beherzten Liquiditätsunterstützung durch die Schweizerische Nationalbank (SNB) dürfte ein Überschwappen der Marktturbulenzen auf die Konsum- und Investitionsstimmung verhindert werden. Gleichwohl scheint der Schweizer Franken seine Rolle als sicherer Hafen zurückerober zu haben und langfristig aufgrund seiner tiefen Bewertung Aufwertungspotential gegenüber dem Euro zu haben. Auch der Schweizer Aktienmarkt hat Kurspotential: die Ertragsdynamik ist stark, die Bewertung attraktiv und die Konjunkturaussichten intakt.

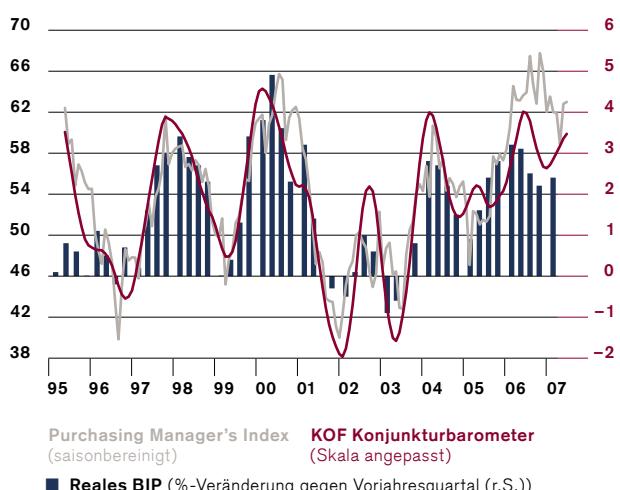
Konjunktur

Nachhaltig und breit abgestützt

Das vierte Jahr des konjunkturellen Auftriebs ist durch niedrige Inflation, kräftige Beschäftigungsgewinne und, wie der Purchasing Managers' Index und das KOF-Konjunkturbarometer zeigen, weiterhin günstige Wachstumsperspektiven geprägt. Der Aufschwung profitiert vom breit abgestützten globalen Wachstum und der Aufhellung der Konsumentenstimmung. Dagegen verlieren die Bauinvestitionen auf hohem Niveau an Schwung. Die jüngsten Finanzmarktturbulenzen dürften den schweizerischen Konjunkturmotor nicht spürbar belasten. Im kommenden Jahr sollte sich die Wachstumsdynamik etwas abschwächen. Angesichts der überdurchschnittlich hohen Kapazitätsauslastung und der Engpässe auf dem Arbeitsmarkt für Hochqualifizierte ist eine Beruhigung unserer Konjunktur eine willkommene Entwicklung. ab

Konjunktur läuft rund.

Quelle: Credit Suisse, KOF



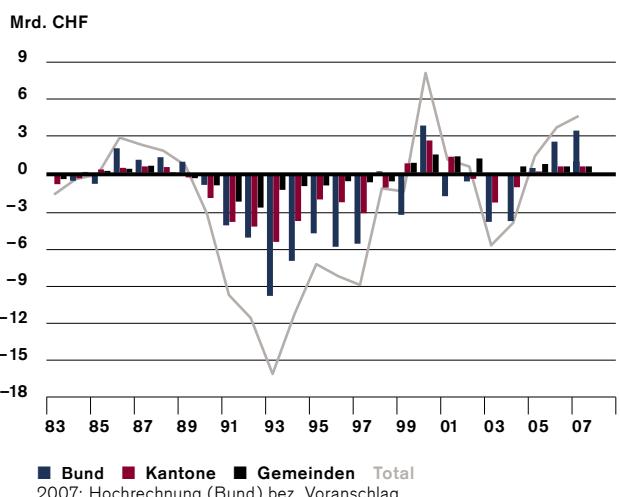
Zinsen & Obligationen

Spare in der Zeit ...

Im Gegensatz zu manchen anderen entwickelten Volkswirtschaften gelingt es der Schweiz, in konjunkturell guten Zeiten Überschüsse im Staatshaushalt zu erwirtschaften. Die Budgets von Bund, Kantonen und Gemeinden weisen 2007 zum dritten Mal in Folge schwarze Zahlen auf und der Ausblick auf das kommende Jahr erscheint positiv. Entsprechend sinkt die Staatsverschuldung, die sich in Richtung 50% des Bruttoinlandproduktes zurückbildet. Das ist eine im internationalen Vergleich tiefe Quote. Diese Entwicklung ist nicht zuletzt im Hinblick auf die demografischen Veränderungen, die auf die Schweiz zukommen und mit zusätzlichen Ansprüchen an die öffentliche Hand verbunden sind, begründenswert. Eine langfristig orientierte, auf Ausgabendisziplin und den weiteren Schuldenabbau ausgerichtete Finanzpolitik bleibt wichtig, um für kommende schwierigere Zeiten gewappnet zu sein. ab

Budgetsaldi im Plus.

Quelle: EFV

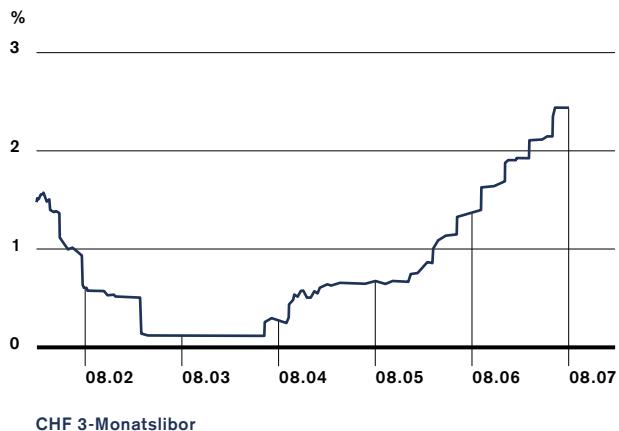


Zinsen und Obligationen

Zinserhöhungszyklus noch nicht ganz abgeschlossen

Vor dem Hintergrund der anhaltend guten Wachstumsperspektiven für die Schweiz halten wir den Zinserhöhungszyklus für noch nicht ganz abgeschlossen. Obgleich sich die Teuerung trotz steigender Tendenz in moderaten Bahnen bewegen dürfte und sich der Franken jüngst etwas erholt hat, hat sich die Währung gegenüber dem Euro im letzten Jahr nominal um rund 5% abgeschwächt. Dadurch bestehen durchaus noch latente Inflationsrisiken. Auch die Schweizerische Nationalbank (SNB) hat zur Beruhigung der Finanzmarktsituation zusätzliche Liquidität zur Verfügung gestellt. Solange die Unsicherheiten an den Finanzmärkten aber keine gravierenden Auswirkungen auf die Konsum- oder Investitionsstimmung haben, dürfte die SNB nicht zu Zinssenkungen greifen. ah

Anlässlich ihrer geldpolitischen Lagebeurteilung hat die SNB die Zinsen erneut um 0.25% angehoben. Der Zinskorridor dürfte auch weiter leicht nach oben gerichtet sein. Quelle: Bloomberg, Credit Suisse

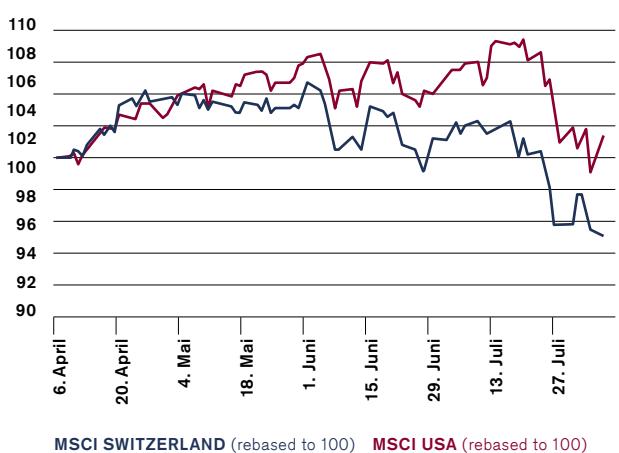


Aktienmarkt

Schweizer Aktien scheinen zunehmend attraktiv

Wir beurteilen die Schweiz aufgrund der starken Ertragsdynamik, einer attraktiven Bewertung und einer günstigen Konjunkturlage positiv. Das P/E des SMI (Basis: EPS nächste 12M) liegt weiterhin rund eine Standardabweichung unter dem 10-Jahresdurchschnitt. Dies signalisiert eine attraktive Bewertung, während das Gewinnwachstum über dem europäischen Durchschnitt liegen dürfte. Nach den jüngsten Abgaben verfügen ausgewählte Aktien nun über beträchtliches Potenzial. Indes sind die attraktiven Fundamentaldaten vorübergehend in den Hintergrund getreten, als die Risikobereitschaft durch die Probleme im US-Kreditmarkt negativ beeinträchtigt wurde. Nach den jüngsten Abgaben verfügen ausgewählte Aktien nun aber über beträchtliches Potenzial. az

Der Schweizer Markt blieb deutlich hinter der US-Benchmark zurück. Wir halten dies für ungerechtfertigt und ermitteln Kurspotenzial in ausgewählten Aktien. Quelle: Bloomberg, Credit Suisse



Währungen

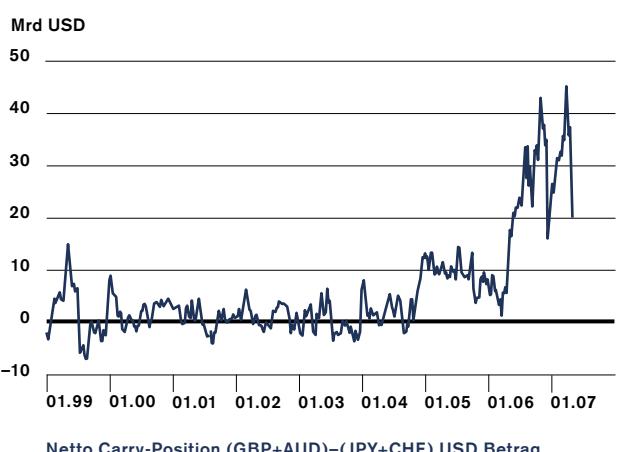
Das Ende der Carry Trades im Franken?

Der Schweizerfranken hat seine Rolle als sicherer Hafen im Sturm zurückerobern. Die jüngste Aufwertung des Frankens zeigt deutlich, dass er in Zeiten turbulenter Entwicklungen auf den Finanzmärkten weiterhin als sicherer Hafen gilt. Wir führen dies auf den hohen Leistungsbilanzüberschuss zurück.

Wir erwarten auf 3 Monate eine erhöhte Volatilität auf den Finanzmärkten, was das Potenzial für einen erneuten Schwächeanfall des Frankens zum EUR begrenzt. Zudem ist der Zinserhöhungsprozess der Schweizerischen Nationalbank (SNB) in vollem Gange, weshalb wir auf 12 Monate – wenn Carry Trades aufgelöst werden – mit einer Aufwertung des Frankens rechnen. Dies erscheint allein aus Bewertungsgründen gerechtfertigt. mh

Der Schweizerfranken wurde als Finanzierungswährung für Zinsarbitragegeschäfte (Carry Trades) genutzt.

Quelle: Bloomberg, Credit Suisse



Überblick Prognosen 13. August 2007

Aktien & Rohstoffe: Ausgewählte Indices

Quelle: Bloomberg, Credit Suisse

Auswahl	Kurs	YTD	Ausblick 3M	Fairer Wert 31.12.07
S&P 500	1'453	2.4%	→	1'575
SMI	8'632	-1.8%	→	10'100
FTSE-100	6'241	0.3%	↓	6'600
Euro Stoxx 50	4'234	2.8%	→	4'600
Nikkei 225	16'845	-2.2%	↓	18'000
Gold	669	5.1%	↗	
Öl	72	17.9%	↓	
Dow Jones AIG Commodity Index	328	4.40%	↗	

Devisen (Wechselkurse)

Quelle: Bloomberg, Credit Suisse

	13.8.2007	3M	12M
USD/CHF	1.21	↓	1.17–1.21
EUR/CHF	1.64	→	1.58–1.62
JPY/CHF	1.02	→	1.02–1.06
EUR/USD	1.36	→	1.32–1.36
USD/JPY	118	→	113–117
EUR/JPY	161	→	152–156
EUR/GBP	0.68	→	0.69–0.71
GBP/USD	2.01	↗	1.89–1.93
EUR/SEK	9.32	→	8.95–9.15
EUR/NOK	7.98	↓	7.60–7.80
AUD/USD	0.84	→	0.83–0.87
NZD/USD	0.74	→	0.70–0.74
USD/CAD	1.05	→	1.08–1.12

Schweizer Wirtschaft (Veränderung gegenüber Vorjahr in %)

Quelle: Credit Suisse

	2006	2007E	2008E
Bruttoinlandprodukt (real)	2.7	2.2	1.9
Privater Konsum	1.9	2.1	1.7
Öffentlicher Konsum	-0.5	0.3	1.1
Ausrüstungsinvestitionen	6.9	5.3	3.0
Bauinvestitionen	0.1	0.0	-1.9
Exporte	9.9	5.7	3.8
Importe	9.9	5.0	3.6
Beschäftigung	1.1	1.2	0.6
Arbeitslosenquote	3.3	2.8	2.8

Reales BIP-Wachstum in %

Quelle: Bloomberg, Credit Suisse

	2006	2007E	2008E
CH	2.7	2.2	1.9
EWU	2.7	2.5	2.1
USA	3.4	2.4	3.1
GB	2.8	2.8	2.8
Japan	2.2	1.7	2.7

Inflation in %

Quelle: Bloomberg, Credit Suisse

	2006	2007E	2008E
CH	1.1	0.5	1.1
EWU	2.2	1.9	2.2
USA	3.2	2.1	2.3
GB	2.3	2.4	2.0
Japan	0.3	0.2	0.4

Kurzfristzinsen 3M-Libor

Quelle: Bloomberg, Credit Suisse

	13.8.2007	3M	12M
CHF	2.75	→	3.2–3.4
EUR	4.51	→	4.6–4.8
USD	5.56	→	5.3–5.5
GBP	6.39	→	5.9–6.1
JPY	0.93	→	1.0–1.2

Rendite 10-j. Staatsanleihen

Quelle: Bloomberg, Credit Suisse

	13.8.2007	3M	12M
CHF	3.10	→	3.3–3.5
EUR	4.37	→	4.6–4.8
USD	4.76	→	5.1–5.3
GBP	5.23	→	5.4–5.6
JPY	1.71	→	2.0–2.2

Wichtige Information

Die Informationen und Meinungen in diesem Bericht wurden von Credit Suisse per angegebenem Datum erstellt und können sich ohne vorherige Mitteilung ändern. Der Bericht wurde einzig zu Informationszwecken publiziert und ist weder ein Angebot noch eine Aufforderung seitens oder im Auftrag von Credit Suisse zum Kauf oder Verkauf von Wertpapieren oder ähnlichen Finanzinstrumenten oder zur Teilnahme an einer spezifischen Handelsstrategie in irgend-einer Rechtsordnung. Der Bericht wurde ohne Berücksichtigung der Zielsetzungen, der finanziellen Situation oder der Bedürfnisse eines bestimmten Anlegers erstellt. Der Bericht enthält keinerlei Empfehlungen rechtlicher Natur oder hinsichtlich Investitionen, Rechnungslegung oder Steuern. Er stellt auch in keiner Art und Weise eine auf die persönlichen Umstände eines Anlegers zugeschnittene oder für diesen angemessene Investition oder Strategie oder eine andere an einen bestimmten Anleger gerichtete Empfehlung dar. Verweise auf frühere Entwicklungen sind nicht unbedingt massgebend für künftige Ergebnisse.

Die Informationen stammen aus oder basieren auf Quellen, die Credit Suisse als zuverlässig erachtet. Dennoch kann keine Gewähr für die Richtigkeit oder Vollständigkeit der Informationen geleistet werden. Credit Suisse lehnt jede Haftung für Verluste aus der Verwendung dieses Berichts ab.

WEDER DER VORLIEGENDE BERICHT NOCH KOPIEN DAVON DÜRFEN IN DIE VEREINIGTEN STAATEN VERSANDT, DORTHIN MITGENOMMEN ODER AN US-PERSONEN ABGEGEBEN WERDEN. Örtliche Gesetze oder Vorschriften können die Verteilung von Research-Berichten in bestimmten Rechtsordnungen einschränken.

Dieser Bericht wird von der Schweizer Bank Credit Suisse verteilt, die der Zulassung und Regulierung durch die Eidgenössische Bankenkommission untersteht.

Das vorliegende Dokument darf ohne schriftliche Genehmigung der Credit Suisse weder ganz noch auszugsweise vervielfältigt werden. © 2007 CREDIT SUISSE

Impressum Invest:

Herausgeber Credit Suisse, Postfach 2, 8070 Zürich **Redaktion** Alois Bischofberger (ab), Dr. Anja Hochberg (ah), Marcus Hettinger (mh), Tobias

Merath (tm), Adrian Zürcher (az) **Marketing** Veronica Zimnic **E-Mail** redaktion.bulletin@credit-suisse.com **Internet** www.credit-suisse.com/infocus

Inserate Yvonne Philipp, Roosweidstrasse 7a, 8832 Wollerau, Telefon 044 683 15 90, Fax 044 683 15 91, E-Mail philipp@philipp-kommunikation.ch **Druck** NZZ Fretz AG **Nachdruck** gestattet mit dem Hinweis «Aus dem Bulletin der Credit Suisse»



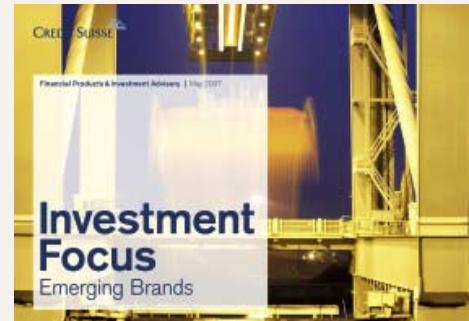
HÖCHSTPUNKT

Unter www.fuw.ch finden Sie alle Informationen, die das tägliche Börsengeschehen massgebend beeinflussen – übersichtlich und kompakt. Neben Aktienkursen und News bietet Ihnen unsere neue Website ausführliche Informationen zu Neuemissionen und Zertifikaten sowie eine Agenda mit den wichtigsten Wirtschaftsterminen der laufenden Woche. Machen auch Sie www.fuw.ch zu Ihrem neuen Investment-Cockpit. Mehr Informationen sowie Abo-Angebote finden Sie ebenfalls auf www.fuw.ch.



Ohne geht's nicht.

Investment Focus



Aktuell

Total Return

Seit nunmehr über vier Jahren entwickeln sich die Aktienmärkte weltweit sehr positiv. Wir gehen zwar davon aus, dass langfristig mit einer positiven Entwicklung der Aktienmärkte gerechnet werden kann. Die Unsicherheit an den Finanzmärkten wird aber weiter zunehmen und die Anleger müssen mit kurzfristig erheblichen Wertschwankungen ihrer Investments rechnen.

Aus diesem Grund haben wir das Thema «Total Return» ins Leben gerufen. Damit offerieren wir den Anlegern die Möglichkeit, sich im heutigen Marktumfeld sicher zu positionieren und weiterhin stabile Erträge zu erwirtschaften. Ziel von Total Return ist es, Kursgewinne auch bei negativen Marktentwicklungen zu erhalten, sowie mittelfristig eine positive Rendite zu erzielen.

Die Idee

Innovation

Die Globalisierung und die rapide Steigerung der Konkurrenz haben Unternehmen dazu veranlasst, sich neu auf Produkte, Dienstleistungen und Innovation mit höherer Wertschöpfung auszurichten. Innovation gehört zu einem wichtigen Erfolgsfaktor für ökonomisches Wachstum.

Erfahren Sie im Investment Focus «Innovation», wie Sie bei der Umsetzung der Ideen von Morgen dabei sein können und wie Sie von interessanten Investitionsmöglichkeiten profitieren können.

Der Aufsteiger

Emerging Brands

Kannten Sie den heute grössten Automobilhersteller Toyota auch schon vor 70 Jahren? Wahrscheinlich nicht und so gibt es auch heute Unternehmen mit enormem Wachstumspotenzial.

Das steigende Durchschnittsvermögen in den Schwellenländern kurbelt die Nachfrage nach lokalen Marken an und die Unternehmen werden durch ihre Welthandelsoffenheit unterstützt um auch global konkurrenzfähig zu agieren.

Investieren Sie in Toyota von Morgen. Alles dazu im Investment Focus «Emerging Brands».

Das Investment Focus ist eine thematische Publikation basierend auf Ideen der Credit Suisse Research Abteilung. Neben den wichtigsten Fakten zu attraktiven Investmentthemen wird diese Broschüre durch die Vorstellung von passenden Anlagelösungen abgerundet.

Die Credit Suisse bietet eine breite Palette an Anlagelösungen wie Strukturierte Produkte, Alternative Anlagen, Foreign Exchange Produkte und Mutual Funds zu diesen und weiteren Themen an.

Für weitere Informationen wenden Sie sich bitte an Ihren persönlichen Kundenberater oder an untenstehenden Kontakt.

Kontakt **Maria Dolores Lamas, Managing Director, Head of Financial Products & Investment Advisory**

Telefon: +41 44 333 31 22

E-Mail: structured.investments@credit-suisse.com

Internet: www.credit-suisse.com/structuredproducts

Intranet: <http://buffet.csintra.net/focus>

Credit Suisse Engagement

Young Kickers Foundation



Omega European Masters



Der Nachwuchs erzielt Tor um Tor

Soll niemand behaupten, der Schweizer Fussball habe ein ernsthaftes Stürmerproblem. An den sieben Turnierwochenenden der Credit Suisse Mini Champs 2007 erzielten jedenfalls die Spielerinnen und Spieler der Jahrgänge 1998 bis 2001 zusammen beinahe 2500 Tore. Dies erfreute die zahlreichen Zuschauer in Basel, Bern, Genf (Bild oben Mitte), Lugano, Luzern, St. Gallen und Zürich, und dies erfreute auch den früheren CEO von Swiss Olympic, Marco Blatter. Die Credit Suisse zahlt nämlich für jedes erzielte Tor 20 Franken in die von Blatter präsidierte Young Kickers Foundation (YKF) ein. Dies ergibt zusammen, leicht aufgerundet, die stolze Summe von 5040 Franken.

Auch der Erlös der Play Football Switzerland Golf Charity kommt der YKF zu Gute. Eine Bilanz kann hier noch nicht gezogen werden, da das Finalturnier erst noch stattfindet: am 17./18. September in Crans-Montana. An den vier Qualifikationsturnieren bewiesen jedoch Spitzfussballer wie Ramon Vega (Bild oben links) sowie andere prominente Sportler viel Ballgefühl im Umgang mit dem kleinen Weissen.

Mit grösseren und kleineren Aktionen sind in der Zwischenzeit fast eine halbe Million Franken in die Young Kickers Foundation geflossen. Dies macht natürlich nur dann Sinn, wenn das Geld auch wieder eingesetzt wird, um den Breitenfussball wirkungsvoll zu unterstützen. Dazu zwei Beispiele: Am 16. April übergab Peter Gilliéron, Generalsekretär des Schweizerischen Fussballverbandes und Mitglied der YKF-Vergabungskommission, dem FC Breitenrain 7300 Franken zur Materialanschaffung für seine beliebten Fussball-Schnupperkurse, und am 16. Juni konnte Jürg Stahl, Goalgetter des FC Nationalrats und ebenfalls Mitglied der YKF-Vergabungskommission, dem FC Schattdorf einen Check in der Höhe von 40 000 Franken überreichen. Damit leistete die Young Kickers Foundation einen Beitrag an die Sanierung der Fussballplätze, die durch das Hochwasser im August 2005 arg in Mitleidenschaft gezogen worden waren. schi

Die Young Kickers Foundation ist der unabhängigen gemeinnützigen Stiftung Symphasis angegliedert. Auf deren Homepage www.symphasis.ch findet man weitere Informationen über die Young Kickers Foundation und insbesondere die Vergaberichtlinien.

Höhepunkte des Schweizer Golfjahres

Wer wird Nachfolger von Bradley Dredge? Der 33-jährige Waliser gewann 2006 das Omega European Masters in Crans-Montana, etwas überraschend vielleicht, dank seiner Ausgeglichenheit aber dennoch hochverdient mit acht Schlägen Vorsprung auf den Italiener Francesco Molinari und den Deutschen Marcel Siem. Beim Credit Suisse Golf Pro-Am hatte Dredge mit seinem Team jedoch «nur» den 12. Platz belegt. Hier schwang der Ire Damien McGrane obenaus. Wie seit 1987 ist die Credit Suisse auch dieses Jahr Hauptsponsorin des Omega European Masters, das vom 6. bis 9. September stattfindet.

Auch die beiden nächstwichtigen Golfanlässe in der Schweiz werden von der Credit Suisse unterstützt. Bei der Credit Suisse Challenge beim Golfclub Wylihof in Luterbach gewann Ende Juni der routinierte Engländer Peter Baker (unser Bild) vor dem Schotten Andrew McArthur und einem weiteren Engländer, Robert Dinwiddie. Das 11. PGA Seniors Open in Bad Ragaz fand vom 10. bis 12. August und damit nach Redaktionsschluss statt. schi

Golfinformationen findet man über den Link [> Sponsoring > Sport > Golf.](http://www.credit-suisse.com/responsibility)

Credit Suisse Agenda 3/07**Fussball**

**7. September, Wien
Schweiz – Chile**

**11. September, Klagenfurt
Schweiz – Japan**

**13. Oktober, Zürich
Schweiz – Österreich**

**17. Oktober, Basel
Schweiz – USA**
www.credit-suisse.com/fussball

Golf

**6.–9. September, Crans-Montana
Omega European Masters**
www.omegaeuropeanmasters.com

Kunst

**Noch bis 16. September, Lugano
Georg Baselitz**

Museo d'Arte Moderna
www.mdam.ch

**Noch bis 19. November, Martigny
Marc Chagall**
 Fondation Pierre Gianadda
www.gianadda.ch

**21. September – 6. Januar 2008, Bern
Horn Please. Erzählen in der
zeitgenössischen indischen Kunst**
 Kunstmuseum
www.kunstmuseumbern.ch

Diverses

**29. August – 25. November, Zürich
Frauenzunft und Männerwelt**
 Zunfthaus zur Meisen
www.zunfthaus-zur-meisen.ch

**Noch bis 8. September, Einsiedeln
Das Einsiedler Welttheater**
 Klosterplatz
www.welttheater2007.ch

Weitere Informationen finden Sie unter
[> Wir über uns >
Sponsoring > Eventkalender.](http://www.credit-suisse.com)

Zermatt Festival**New York Philharmonic****In Zermatt auf den
musikalischen
Spuren Pablo Casals'**

Der weltberühmte Cellist und Komponist Pablo Casals (1876–1973) wünschte, mit seinem katalanischen Namen Pau angesprochen zu werden, weil dies «Frieden» bedeutet. Nach der Machtergreifung Francisco in Spanien emigrierte er nach Puerto Rico. Doch immer wieder kam er nach Europa zurück, insbesondere nach Zermatt, wo er in den Fünfziger- und Sechzigerjahren hochkarätige Sommerkonzerte gab und Meisterkurse durchführte. Diese Tradition ist vor einigen Jahren wieder aufgenommen worden. «Das Zermatt Festival findet an drei Wochenenden vom 31. August bis 16. September statt. Es lebt von der einmaligen Atmosphäre inmitten einer grandiosen Bergwelt, wo persönliche Begegnungen zwischen Gästen und Künstlern noch möglich sind, gleichzeitig aber auch von einer überdurchschnittlichen Qualität», erklärt dazu Patrick Wyer, Head Credit Suisse Zermatt und Stiftungsrat der 2004 gegründeten gemeinnützigen Stiftung Zermatt. «Es ist uns gelungen, Kammermusiker und neu auch Bläser der Berliner Philharmoniker für uns zu gewinnen.» Neben dem Zermatt Festival Chamber Orchestra treten das Scherroun Ensemble Berlin sowie das Orchestre de Chambre de Lausanne auf. schi

**Erstes bedeutendes
Kulturengagement
in den Vereinigten
Staaten**

Ab dem 1. September ist die Credit Suisse für drei Jahre «Global Sponsor of the New York Philharmonic». Eine ideale Verbindung zweier traditionsreicher Institutionen, die sich den gleichen Werten Qualität, Integrität und Innovation verpflichtet fühlen, wie Paul B. Guenther, Chairman des New York Philharmonic, und Brady Dougan, Chief Executive Officer der Credit Suisse, bei der Bekanntgabe des ersten bedeutenden Kulturengagements der Bank in den Vereinigten Staaten betonten. Damit hat die Credit Suisse ihr internationales Kulturengagement weiter ausgebaut, nachdem in den letzten beiden Jahren Partnerschaften mit den Salzburger Festspielen, dem Bolshoi Theater in Moskau sowie dem Shanghai Museum eingegangen worden waren.

Dies geht jedoch nicht zu Lasten des Engagements in der Schweiz, denn allein im Bereich der klassischen Musik bleibt die Credit Suisse dem Lucerne Festival, dem Festival d'Opéra d'Avenches, dem Opernhaus Zürich, dem Tonhalle-Orchester Zürich, dem Orchestre de la Suisse Romande, den St. Galler Festspielen, dem Classic Open Air Solothurn, dem Festival Michel Soigny, dem Zermatt Festival und neu dem Kammerorchester Basel verbunden. schi

Zürcher Festspiele 2007

Die Kulturstadt Zürich lebt auch im Sommer

Text: Andreas Schiendorfer

Die Zürcher Festspiele boten höchsten Kulturgenuss in den Sparten Konzert, Oper, Tanz, Theater und Kunst. Heinz Holliger erhielt den Festspielpreis.

1997 initiierte Alexander Pereira, Intendant des Opernhauses Zürich, die Zürcher Festspiele als hochstehenden interdisziplinären Kulturanlass. Mittlerweile nehmen 50 000 Besucher dieses attraktive Angebot wahr, wie Festspielpräsident Peter F. Weibel, Verwaltungsrat der Credit Suisse, mit Befriedigung feststellt.

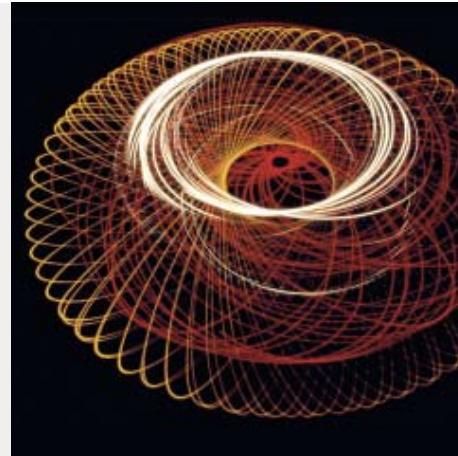
Ein Höhepunkt war dieses Jahr die erstmalige Verleihung des Zürcher Festspielpreises, ermöglicht durch die Bär-Kaelin Stiftung. Geehrt wurde Heinz Holliger, der als Oboist, Komponist und Dirigent einen über die Landesgrenzen hinaus reichenden hervorragenden Ruf geniesst. Das Preisgeld von 50 000 Franken will Holliger einsetzen, um dem Werk des Schweizer Komponisten Erich Schmid (1907–2000) die nötige Beachtung zu verschaffen.

Den thematischen Schwerpunkt bildete das Werk von Robert Schumann. So führte das Opernhaus Schumanns «Szenen aus Goethes Faust» unter der musikalischen Leitung von Franz Welser-Möst in einer Inszenierung von Hermann Nitsch auf. Dabei glänzten Simon Keenlyside als Faust und Malin Hartelius als Gretchen.

Der grosse Reiz der Zürcher Festspiele besteht in der Zusammenarbeit der vier grossen Kulturinstitute – Kunsthause, Schau-



Links: Dr. Faust (Simon Keenlyside) und Gretchen (Malin Hartelius) in der von der Credit Suisse ermöglichten Aufführung «Szenen aus Goethes Faust». Rechts: Retrospektive Peter Fischli und David Weiss im Kunsthause («Surlli», 1989) und Ausstellung «Schätze der Liao» im Museum Rietberg (Krone der Prinzessin Chen).



spielhaus, Tonhalle und Opernhaus – mit verschiedenen anderen Kulturträgern, wie etwa dem Museum Rietberg. Mittlerweile ist es gelungen, einer breiten Öffentlichkeit im In- und Ausland zu veranschaulichen,

dass die Kulturstadt Zürich auch im Sommer einiges zu bieten hat, umso mehr als ja unmittelbar danach jeweils das von der Credit Suisse unterstützte Festival Live at Sunset im Landesmuseum folgt. <

Zurich Film Festival

Zürich ist Europas Zentrum in der Förderung des Nachwuchsfilms

Interview: Andreas Schiendorfer

Das von der Credit Suisse als Hauptsponsorin unterstützte Zurich Film Festival findet vom 27. September bis zum 7. Oktober 2007 statt. Das Angebot ist erneut ausgebaut worden. Wir unterhielten uns mit Festivaldirektor Karl Spoerri.

Bulletin: Gibt man bei Google das Stichwort «Film-Nachwuchsförderung» ein, so findet man an erster Stelle ein Interview mit Nadja Schildknecht über das Zurich Film Festival 2006. Wo genau steht denn, Herr Spoerri, das Zurich Film Festival in dieser Hinsicht tatsächlich?
 Karl Spoerri: Zürich spielt in der Welt des Films schon seit langem eine sehr wichtige Rolle. Als Antoine Monot jr., Nadja Schildknecht und ich beschlossen, das Zurich Film Festival zu gründen, entschieden wir uns für einen Bereich, der inhaltlich zu uns passte und in dem wir eine Chance sahen, nach einer gewissen Anlaufzeit eine führende Rolle einzunehmen: den Nachwuchsfilm, die Nachwuchsförderung. Wir orientieren uns an den beiden grossen Festivals in diesem Bereich, dem Sundance Film Festival und dem Tribeca Film Festival. In Europa gibt es nichts Vergleichbares, was Nachwuchsförderung und Red Carpet – sprich Glamour – so geschickt verknüpft. Diese Lücke wollen wir schliessen. Das Zurich Film Festival soll das wichtigste Nachwuchsfilmfestival Europas werden.

Weil Sie die Besucherzahlen mehr als verdoppeln konnten?

Tatsächlich zählten wir letztes Jahr 18000 bezahlte Eintritte, nachdem es im ersten Jahr erst 8000 gewesen waren. Und diesen

Herbst sollen es mindestens 25 000 Zuschauer sein. Diese Zahlen sind wichtig, weil wir auch ein Publikumsfestival sein wollen. Der Zuspruch ist erfreulich hoch, denn mit Debütfilmen unbekannter Regisseure ist es nicht selbstverständlich, dass man immer ausverkaufte Kinos hat... Den Erfolg unseres Festivals messen wir aber in erster Linie an der Qualität des Programms und daran, welche Perspektiven wir den Teilnehmern bieten können.

Und der Erfolg stimmt auch unter diesen Kriterien?

Wir sind der Überzeugung, dass wir uns mit den Zürcher Wettbewerbsfilmen nicht zu verstecken brauchen. Keinen der gezeigten Filme mussten wir im Nachhinein als Fehleinschätzung deklarieren, und einige waren wirklich von aussergewöhnlicher Qualität. Bereits jetzt sind wir sicher, dass dies auch für das Programm 2007 gelten wird. Wenn wir einen objektiveren Massstab suchen, so können wir uns in erster Linie auf das Interesse der Medien und der Branche abstützen. Die Zahl der akkreditierten Medien- und Branchenschaffenden ist innerhalb Jahresfrist von 150 auf 500 gestiegen.

Und wie waren die Reaktionen der Profis?

Im ersten Jahr begegneten uns viele mit kaum verhüllter Skepsis. Wir mussten eini-

ges an harscher Kritik einstecken. Das war nicht ganz einfach für uns, weil wir mit viel Idealismus und mit wenig Geld und Erfahrung an diese Aufgabe herangetreten waren. Im zweiten Jahr wurde allgemein anerkannt, dass wir bereits viele organisatorische Verbesserungen erzielt hatten. Dementsprechend positiv war das Echo. Einen guten Monat vor der dritten Durchführung bin ich sicher, dass wir nochmals einen grossen Schritt nach vorne machen werden.

Inwiefern? Gibt es weitere Wettbewerbskategorien?

2006 haben wir nicht nur den besten Debütspielfilm mit einem «Golden Auge» ausgezeichnet, sondern auch den besten Nachwuchsspielfilm und den besten Nachwuchsdokumentarfilm. Dafür können die jungen Regisseure auch ihren zweiten oder dritten Film einreichen. Nun vergrössert sich der internationale Wettbewerb von 17 auf total 24 Filme, darunter zahlreiche internationale Premieren. Wir wollen jedem Film eine optimale Plattform bieten: Jeder erhält eine Premiere und wird sechsmal gezeigt. So haben alle Zuschauer die Chance, das ganze Programm anzuschauen.

Geht dies zu Lasten des bis jetzt sehr umfangreichen Rahmenprogramms?

Nein, das übrige Programm wird weitergeführt und sogar mit neuen Elementen ergänzt. Dies bedingt, dass wir das Festival auf elf Tage und zwei Wochenenden verlängern und noch mehr Kinos miteinbeziehen. Hier sind wir sehr dankbar, dass wir mit der Kitag einen verlässlichen Partner haben,



Haben mit viel Enthusiasmus in zwei Jahren bereits viel erreicht (von links): Karl Spoerri, Direktor des Zurich Film Festivals, Antoine Monot jr., Programmverantwortlicher, sowie Nadja Schildknecht, Verantwortliche für Kommunikation und PR.

der das Wachstum des Festivals überhaupt erst ermöglicht.

Besonders erwähnenswert ist ...

Ganz sicher die Zurich Master Class im Theater am Neumarkt für 25 junge Filmschaffende, die die Möglichkeit erhalten, mit renommierten Grössen der Branche Werkstattgespräche durchzuführen. Letztes Jahr konnten wir dafür Stephen Frears, Christian Frei und Ueli Steiger gewinnen. Und auch dieses Jahr soll unser Ehrengast, den wir mit einem «Goldenene Auge» und einer Filmreihe «A Tribute to» ehren, hier mitmachen. Wiederum im Theater am Neumarkt finden die Zurich Talks statt. Speziell hervorheben möchte ich onedotzero.ch. Mit diesem Digitalfilmfestival hat 2004 alles begonnen.

Sie sprachen auch von Neuerungen im Rahmenprogramm.

Die Reihe «Neue Welt Sicht» widmet sich ausschliesslich dem russischen Film. Hier von versprechen wir uns viel, da der russische Film in den vergangenen Jahren beachtliche Fortschritte gemacht hat. <

Das Programm des Zurich Film Festivals sowie die Zusammensetzung der Jury waren bei Redaktionsschluss noch nicht in allen Details bekannt. Die aktuellen Informationen findet man unter www.zurichfilmfestival.org.



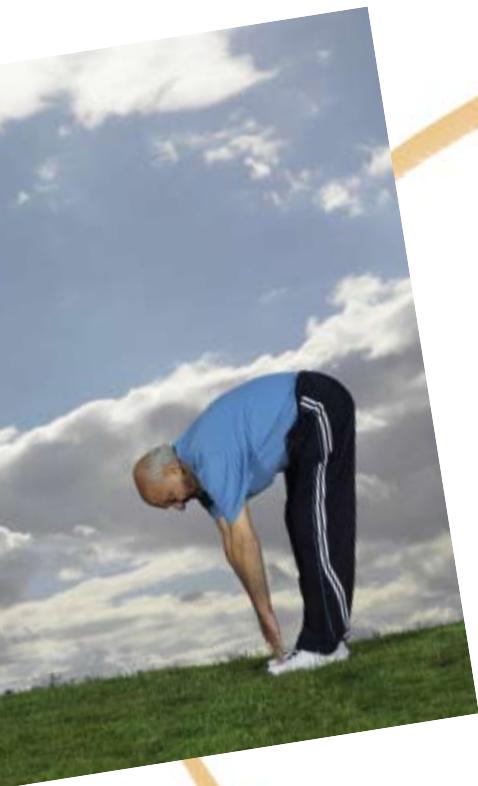
Modus 274/7

Der Zeit voraus.

Modus ist seit 12 Jahren der Beweis dafür, dass Tradition und Moderne keine Widersprüche sind.

www.wilkhahn.com

KMU mit Zukunft



Die Credit Suisse betrachtet die Megatrends gezielt aus dem Blickwinkel der kleinen und mittleren Unternehmen (KMU). Welche Megatrends sind für die KMU relevant? Welche Chancen und Risiken ergeben sich hieraus? Sind sich die KMU der Konsequenzen der demografischen Alterung genügend bewusst? Haben sie Massnahmen getroffen?

Text: Claude Maurer, Economic Research

Die Bewertung der Chancen und Risiken der Megatrends überlassen wir den Spezialisten, den KMU. Im Rahmen des «Forum Zukunft KMU» wollte die Credit Suisse wissen, wie sie die sechs Megatrends Wissensgesellschaft, Globalisierung, Wertewandel, Ressourcenknappheit, technologischer Fortschritt und Demografie einschätzen. Dazu befragte das Economic Research der Credit Suisse knapp 1500 Unternehmen aus unterschiedlichen Branchen. Die Demografie ist das Schwerpunktthema der diesjährigen Umfrage. Einerseits geht es um das aus der Alterung resultierende Marktpotenzial und andererseits um die Einflüsse auf den Arbeitsmarkt.

Das «Forum Zukunft KMU» wurde Ende Januar 2007 mit dem Ziel lanciert, als strategischer Partner der KMU Gedanken anzustossen und einen Diskussionsbeitrag im Hinblick auf die Megatrends zu leisten. So wohl Kunden als auch Nichtkunden haben an der Umfrage teilgenommen.

Zukunft birgt mehrheitlich Chancen

Die Zukunft birgt für die KMU mehr Chancen als Risiken. 48 Prozent der KMU bewerten die Auswirkungen der Megatrends auf ihr Geschäft insgesamt als Chance. Für knapp 29 Prozent überwiegen die Risiken. Dies ergibt per Saldo (Chancen minus Risiken) einen Überhang an optimistischen Antworten von 19 Prozent.

Der Megatrend hin zur Wissensgesellschaft, der technologische Fortschritt sowie der Wertewandel werden klar als positive Entwicklungen eingeschätzt. Schwach positiv fällt das Urteil zur Demografie aus. Dagegen werden hinsichtlich der Globalisierung und der Ressourcenknappheit mehrheitlich Risiken geortet.

Vom Alter profitieren nicht alle KMU

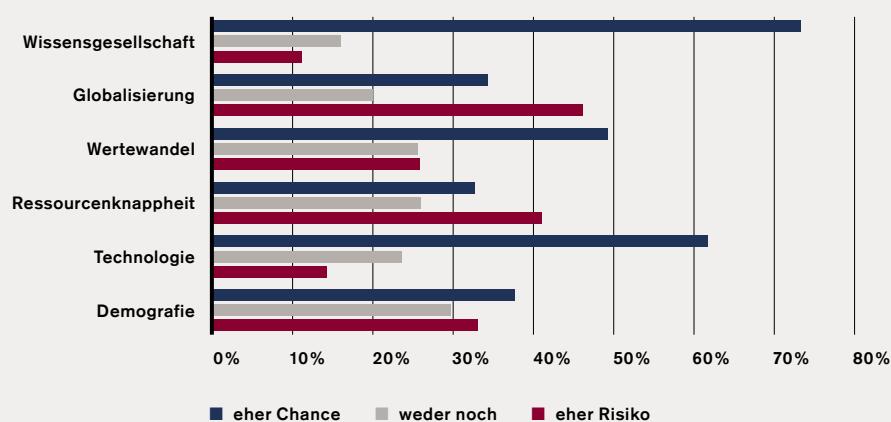
Die Balance zwischen den Generationen gerät unter Druck. Es gibt immer weniger Kinder, und die Lebenserwartung steigt. In 30 Jahren wird bereits jeder vierte Einwoh-

ner unseres Landes über 65 Jahre alt sein. Die Ansichten der KMU zur demografischen Herausforderung sind gemäss Umfrage gespalten; positive und negative Antworten halten sich etwa die Waage.

Die zukünftigen knapp zwei Millionen Senioren sind meist gesund, entsprechend aktiv und vermögend. Sie werden dadurch zu einer interessanten Kundengruppe. Gemäss Umfrage der Credit Suisse sind nur 35 Prozent der KMU im Hinblick auf die demografischen Veränderungen schon aktiv geworden oder planen dies zu tun. Und nicht einmal jedes vierte KMU hat tatsächlich >

Wie die KMU Chancen und Risiken einschätzen

Die Schweizer KMU fassen die sechs wichtigsten Megatrends mehrheitlich als Chance für sich auf. Quelle: Credit Suisse Economic Research, KMU-Umfrage



eine Massnahme umgesetzt, um Senioren als Kunden zu halten oder zu gewinnen. Hierzu werden hauptsächlich bestehende Produkte und Dienstleistungen angepasst oder die spezifischen Bedürfnisse älterer Menschen bei der Neuentwicklung stärker als bislang berücksichtigt. Als dritthäufigste Massnahme wird die seniorengerechte Werbung und Kommunikation genannt. Diejenigen KMU, die keine Massnahmen geplant haben, begründen dies mehrheitlich damit, dass sie keinen Anstieg des Kundenalters erwarten. Vermutlich sind dies KMU, welche ein explizit jugendliches Zielpublikum anstreben. Nahe liegend ist jedoch auch, dass gewisse Unternehmen die Bevölkerungsszenarien bisher zu wenig wahrhaben (wollen). Denn die Alterung ist bereits aktuell: Laut Umfrage hat sich der Kundestamm der Über-65-Jährigen bei einem Drittel der KMU schon spürbar vergrössert.

Arbeitende Rentnerinnen und Rentner

Auch aus der Perspektive des Arbeitsmarktes ändert sich in den kommenden Jahrzehnten einiges. Während sich die Baby-boom-Generation allmählich aus dem Arbeitsleben zurückzieht, rücken die geburtenschwachen Jahrgänge nach. Die Erwerbsbevölkerung dürfte laut Bundesamt für Statistik ab 2019 abnehmen. Insbesondere jüngere Mitarbeitende werden immer schwieriger zu finden sein. Die Unternehmen sind deshalb verstärkt darauf angewiesen, ihre älteren Mitarbeitenden länger zu beschäftigen.

Die Umfrage hat gezeigt, dass mehr als ein Viertel der KMU in den letzten Jahren einen merklichen Anstieg des Anteils der über 55-jährigen Mitarbeitenden festge-

stellt hat oder dies in den nächsten fünf Jahren erwartet. Im Baugewerbe und in der Industrie ist der stärkste Anstieg auszumachen, während sich die persönlichen und unternehmensbezogenen Dienstleistungen sowie der Tourismus und die Unterhaltung davon am wenigsten betroffen zeigen.

Alternde Belegschaft bei den KMU

73 Prozent beziehungsweise hochgerechnet 213 000 KMU erwarten in der nahen Zukunft keine wesentliche Alterung der Belegschaft. Dies erstaunt angesichts der Demografieszenarien. Offenbar reicht es heute aus, der Alterung des Personals durch die Anstellung junger Arbeitskräfte entgegenzuwirken. Jedes zweite KMU setzt auf diese Massnahme. Die Altersstruktur der KMU dürfte sich jedoch in zehn Jahren dermassen verändern, dass weitere Massnahmen notwendig werden. Altersteilzeit sowie die stärkere Berücksichtigung der Bedürfnisse älterer Mitarbeitenden werden an Bedeutung gewinnen. Bereits heute beschäftigen 28 Prozent beziehungsweise hochgerechnet rund 100 000 KMU regelmässig oder gelegentlich Personen im AHV-Alter. Eine systematische Analyse und eine Projektion der innerbetrieblichen Altersstruktur ist sicherlich ein guter Ansatzpunkt für eine Standortbestimmung.

Die KMU, welche bereits heute Mitarbeitende im AHV-Alter beschäftigen, tun dies in den unterschiedlichsten Funktionen. Jeweils ein Fünftel der KMU gibt an, dass ihre Mitarbeiter im Rentenalter a) Personen mit regulärem Arbeitsverhältnis sind, b) ihr Fachwissen an nachrückende Arbeitskräfte weitergeben, c) als Inhaber fungieren,

d) ausgewählte Stammkunden weiterbetreuen oder e) andere Funktionen wie Aushilfätigkeiten im Betrieb übernehmen. Weiter hat die Umfrage ergeben, dass die Investitionsgüterindustrie mit fast 40 Prozent den höchsten Anteil an KMU hat, die Personen im Rentenalter beschäftigen. Ebenfalls überdurchschnittlich ist der Anteil im Gewerbe und in der übrigen Industrie sowie im Handel und Verkehr mit 31 beziehungsweise 30 Prozent der befragten Unternehmen.

Nachfolgeregelung wird dringend

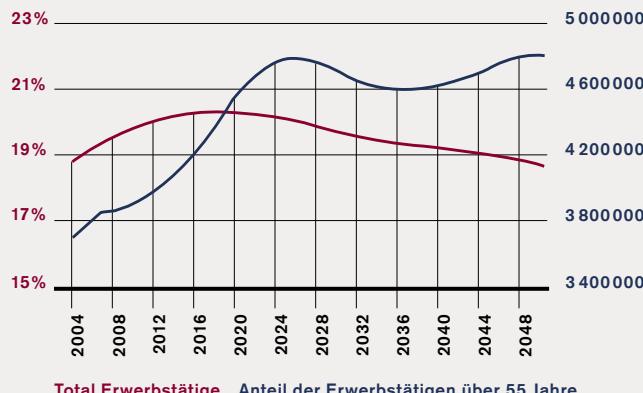
Zwei Drittel der Unternehmer in der Schweiz stehen mitten in der zweiten Lebenshälfte und müssen sich Gedanken über ihre Nachfolge machen. In 64 Prozent beziehungsweise in hochgerechnet beinahe 185 000 Schweizer KMU ist laut Umfrage die Nachfolgeregelung in den kommenden zehn Jahren ein Thema. Die Schweizer Unternehmenslandschaft steht somit vor grösseren Umwälzungen. Derzeit thematisiert werden die Nachfolgeregelungen allerdings nur in jedem dritten KMU.

Nicht in allen Branchen ist die Thematik gleichermaßen dringlich. Den grössten Anteil an KMU, in denen aktuelle Nachfolgeregelungen anstehen, finden sich im Bau- und Gewerbe (50 Prozent) sowie in Gewerbe und Industrie (40 Prozent). Allerdings werden Nachfolgeregelungen in beinahe jedem zweiten KMU, bei denen dies noch kein Thema ist, in den nächsten zehn Jahren aktuell. In den kommenden zehn Jahren werden Nachfolgeregelungen am häufigsten im Gesundheits- und Sozialwesen sowie in der Industrie und im Gewerbe anstehen. <

Die Erwerbsbevölkerung bis 2050

Der Anteil der Erwerbstätigen über 55 Jahre nimmt laufend zu. Von dieser Entwicklung sind auch die KMU gefordert.

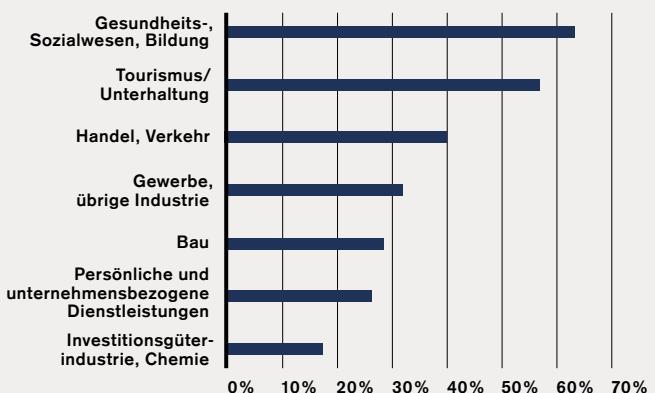
Quelle: Bundesamt für Statistik (BFS)



Die älteren Mitarbeiter schätzen lernen

Zu wenige KMU haben Massnahmen ergriffen, um ältere Mitarbeiter und deren Erfahrungsschatz an sich zu binden.

Quelle: Credit Suisse Economic Research, KMU-Umfrage



KMU als wichtige Partner

Die Credit Suisse hat in den letzten Jahren grosse Anstrengungen unternommen, um ihre Position als eine führende Firmenkundenbank der Schweiz zu festigen. Dies gelingt ihr, weil sie die Interessen der Kunden ins Zentrum rückt. Initiativen wie das «Forum Zukunft KMU» sind ein Beispiel dafür.

«Die KMU sind das Rückgrat der Schweizer Wirtschaft. Sie stellen über 99 Prozent der Unternehmen und bieten rund zwei Drittel der Arbeitsplätze an, umgerechnet rund 1,8 Millionen Vollzeitstellen. Wenn es den KMU gut geht, geht es der Schweiz gut. Deshalb ist es uns ein Anliegen, die KMU in ihrer Tätigkeit zu unterstützen», betont Hans Baumgartner, Leiter Firmenkunden Schweiz/KMU. Das «Forum Zukunft KMU» bietet dazu eine sehr gute Möglichkeit. Neben einer partnerschaftlichen und individuellen Beratung, innovativen Lösungen und einem einwandfreien Service gehört nämlich auch das Vermitteln von Hintergrundwissen zu den Aufgaben einer führenden Firmenkundenbank. Und eine Studie über die Auswirkungen der Megatrends auf die KMU hat gemäss Baumgartner bislang gefehlt.

An regionalen Workshops mit Kunden werden nun die Erkenntnisse der Studie diskutiert, damit in der Praxis entsprechende Massnahmen getroffen werden können. Den Auftakt machte Ende Juni ein sehr gut besuchter Informationsabend im Kommunikationszentrum Bocken oberhalb von Horgen.

Weltoffene Deutschschweiz

Martin Neff, der mit seinem Team vom Economic Research die Studie erstellt hat, lieferte den Anwesenden einen Überblick und machte auf einige Besonderheiten aufmerksam. So konnte das allgemein verbreitete Bild «Verschlossene Deutschschweiz – weltoffene Westschweiz» nicht bestätigt werden; in der Romandie sehen beispielsweise erstaunlich viele Unternehmer in der Globalisierung ein Risiko.

Eindrücklich wies Neff auf die Auswirkungen der Demografie hin: «Die Senioren sind die Kunden der Zukunft. Da gibt es zwei Millionen Kunden mit hoher Kaufkraft, aber nicht einmal ein Drittel der KMU hat dies wirklich realisiert und darauf reagiert.»

Und während man noch 2003 die Über-55-Jährigen geradezu in die Frühpensionierung drängte, findet nun ein Umdenken statt. Die Erfahrung wird höher gewichtet, und aufgrund der demografischen Entwicklung sollten möglichst viele Mitarbeiter motiviert werden, über das Pensionsalter im



Ihre Präsentation der Studie «Forum Zukunft KMU» stiess bei den Kunden auf grosses Interesse (von links): Martin Neff, Credit Suisse, Leiter Research Schweiz, Hans Baumgartner, Credit Suisse, Leiter Firmenkunden Schweiz/KMU, Achim Feige, Zukunftsforcher.

Unternehmen zu bleiben. Dies ist aber eine eher wissenschaftliche Erkenntnis. Neff: «Viele KMU packen diese Herausforderung nicht energisch genug an.»

Die Alten werden immer jünger

Der bekannte Zukunftsforcher Achim Feige stellte die in der Schweiz gewonnenen Erkenntnisse in einen grösseren Zusammenhang. Dabei erwies er sich nicht nur als eloquenter Unterhalter, sondern regte mit manch einer faktengestützten Aussage zum Nachdenken an. Dass in den meisten europäischen Ländern die Reproduktionsquote zu tief ist, ist allgemein bekannt. Was tun? In der Schweiz versucht man, die Familie zu stärken und den Beruf der Hausfrau aufzuwerten. Dagegen gibt es nichts einzuwen-

den, nur: Länder mit Doppelverdienermodell und hoher Erwerbsbeteiligung der Frauen – Island, Dänemark, Frankreich, Schweden – weisen höhere Geburtenraten auf!

Zum Megatrend Demografie regte Feige an, die 40-Jährigen von 1940 und heute zu vergleichen: «Man nennt das Down-aging. Wir werden beim Älterwerden immer jünger und fitter. Es ist nicht so, dass wir im Alter arm sind und dahinsiechen...»

Letztlich machte Feige neugierig auf sein demnächst bei Orell Füssli erscheinendes Buch «Brand Future: Praktisches Markenwissen für die Marktführer von morgen».

Die Studie «Forum Zukunft KMU» findet man auf www.credit-suisse.com/firmenkunden oder www.credit-suisse.com/shop Handbücher. schi

Weniger wird mehr

Selbst in einer so traditionsreichen Branche wie der **Schokoladenindustrie** ist Innovationskraft gefragt. Es gilt, auf aktuelle Trends mit neuen, zumeist hochwertigeren Produkten zu reagieren, die nicht zuletzt auch höhere Preise rechtfertigen.



Text: Olivier P. Müller, Fundamental Analysis

Im Konsumgütersektor zeichnen sich derzeit drei wichtige Trends ab. Im Zuge des globalen Wirtschaftswachstums und des damit verbundenen höheren verfügbaren Einkommens der Konsumenten kam es generell zu einer gesteigerten Nachfrage nach Premiumprodukten und erschwinglichen Luxusprodukten. Die Gründe für diesen Trend dürften in erster Linie in der konstanten Erhöhung der Einkommen, den günstigen demografischen Trends und den anspruchsvolleren Kundengruppen liegen. Ein zusätzlicher Faktor für diese Entwicklung ist aber auch die Querfinanzierung der Premiumprodukte. Erreicht wird sie durch eine

Umpositionierung («trading-down») jener Produktkategorien, bei denen der Luxusaspekt weniger wichtig ist oder die Marke eine untergeordnete Rolle spielt. Entsprechend sind Massenprodukte, die weder Handelsmarken sind noch Premiumprodukte anzubieten haben, im derzeitigen Umfeld strategisch eher schlecht aufgestellt («stuck-in-the-middle»). Zum Zweiten gewinnt der Trend zur «Convenience», d.h. zur Annehmlichkeit und Individualisierung, in der heutigen Gesellschaft immer mehr an Bedeutung. Auch dieser Trend kam insbesondere aufgrund veränderter Lebensgewohnheiten, gestiegenem Lebensstandard und demo-

grafischer Entwicklungen auf. Die alternde Bevölkerung, kultureller Wandel und Zivilisationskrankheiten wie Übergewicht, hoher Cholesterinspiegel oder Herz-Kreislauf-Krankheiten haben in den letzten Jahren schliesslich die Diskussion um «Health & Wellness» lanciert, womit auch der Trend zur Produktion von gesundheitsfördernden Lebensmitteln deutlich an Bedeutung gewonnen hat.

Trend-Schokolade: Luxuriös und gesund

Vieles deutet darauf hin, dass die beiden Trends «Premiumprodukte» und «Health & Wellness» sich auch im Bereich Schokolade

zunehmend durchsetzen werden. Denn die Konsumenten fragen auch bei Schokolade nach Premiumprodukten, da sie dank steigendem verfügbarem Einkommen und zunehmender Sophistizierung gewillt sind, mehr Geld für erschwingliche Luxusprodukte auszugeben. Dies führt wiederum dazu, dass die Preis-Elastizität der Nachfrage in diesen Segmenten und Produktgruppen entsprechend tief ist.

Die Premium-Schokoladenindustrie wird mindestens indirekt vom «Health & Wellness»-Trend profitieren können. Denn in einem Umfeld des Wirtschaftswachstums und des Wohlstandes sind die Konsumenten trotz erhöhtem Gesundheitsbewusstsein nicht willens, ganz auf Genussprodukte zu verzichten. Das Umdenken in Sachen Ernährung begünstigt besonders den Verkauf von dunkler Schokolade mit hohem Kakaoanteil, da diese von vielen Konsumenten als gesünder angesehen wird. So ist der Pro-Kopf-Verbrauch an Schokolade in der Schweiz in den letzten sechs Jahren mit 11,3–11,9 Kilogramm zwar ungefähr gleich geblieben, der Preis pro Kilogramm Schokolade (Halb- und Fertigprodukte) hingegen ist leicht, um 1,3 Prozent pro Jahr, gestiegen. Dieser Wert liegt sogar etwas über der Teuerungsrate der Nahrungsmittel (1,1 Prozent), und dies, obwohl die Teuerung für Nahrungsmittel in den Jahren 2005 und 2006 insgesamt schwächer geworden ist.

Es ist anzunehmen, dass die beiden Trends zu «Premiumprodukten» und «Health & Wellness» mittelfristig dazu führen, dass die Konsumenten weniger Schokolade essen, der Betrag ihres Budgets für Schokolade aber ungefähr gleich bleibt. Anders ausgedrückt: Die Konsumenten geben pro Einheit Schokolade mehr Geld aus. Unter zusätzlicher Berücksichtigung der tiefen Preis-Elastizität der Nachfrage in diesem Segment kann man also davon ausgehen, dass direkte oder indirekte Anbieter von Premium-Schokolade Umsatzzuwächse verzeichnen werden. Diese Umsatzzuwächse sind sowohl auf Mengen- als auch auf Preis- und Mix-Erhöhungen zurückzuführen.

Single-origin Chocolate

Hinsichtlich der Schokoladensorten ist klar ein Trend, weg von Milch- oder weisser Schokolade hin zu dunkler Schokolade mit hohem Kakaoanteil sowie Schokolade aus Herkunftskakao, festzustellen. Diese Produktkategorien sind aufwendiger und teurer zu produzieren und verursachen deutlich hö-

here Rohstoffkosten, da für dunkle Schokolade nur erstklassige Kakaoobohnen verwendet werden können. Für die Herstellung von Schokolade aus Herkunftskakaobohnen («single-origin chocolate») werden beispielsweise nur hochwertige Bohnen aus einzelnen, kleinen Anbaugebieten wie Kuba, Ecuador oder Madagaskar benutzt. Diese wiederum werden nur in kleinen Mengen angebaut, das Angebot ist also entsprechend knapp. Da allein die Schweizer Schokoladenhersteller einen guten Teil dieser hochwertigen Single-origin-Bohnen nachfragen, dürften die Preise für solche Bohnen weiterhin nachhaltig steigen.

Mit Premiumprodukten gut im Geschäft

Die Preise für landwirtschaftliche Rohstoffe sind in den letzten Jahren stetig gestiegen, so dass davon ausgegangen werden kann, dass diese Preise anspruchsvoll bleiben werden. Auch die Rohstoffe, die zur Herstellung von Schokolade verwendet werden, wie etwa Kakaoobohnen, Kakaobutter, Zucker, Haselnüsse, Mandeln und insbesondere auch Milch, sind in letzter Zeit deutlich gestiegen.

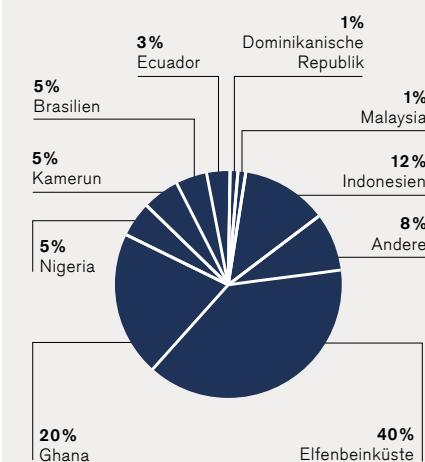
Die Möglichkeiten der Unternehmen im Konsumgütersektor, die höheren Rohstoffpreise mittels Preiserhöhungen auf die Konsumenten überzuwälzen, sind beschränkt. Bereits seit einiger Zeit ist festzustellen, dass sich Preiserhöhungen oftmals nur noch durch Innovationen rechtfertigen lassen und dass sie somit häufig den Anbietern von Premiumprodukten vorbehalten sind.

Die Aussichten für Anbieter von Premium-Schokolade sind in diesem Marktumfeld insgesamt gut: Die Traditionsmarken Tobler und Suchard gehören dem US-Nahrungsmittelgiganten Kraft Food, Nestlé (Marke Cailier), Barry Callebaut und Lindt & Sprüngli sind an der Schweizer Börse kotiert. Einer der Hauptnutzniesser der Trends zu «Premiumprodukten» und «Health & Wellness» ist sicherlich Lindt & Sprüngli. So verfügt der Konzern nicht nur über ein erfolgreiches und fokussiertes Geschäftsmodell, sondern insbesondere auch über ein gutes Portfolio an Premium-Schokolade-Produkten. Dank der hohen Innovationskraft und der Expansion in neue Märkte wird es Lindt & Sprüngli weiterhin gelingen, ein überdurchschnittliches Umsatzwachstum zu erzielen und die Margen zu verbessern. Zudem bewegen sich die Produkte der Traditionsfirma auf der Preisskala stetig nach oben. Sie profitieren dabei von der äusserst starken, weltweit bekannten Einheitsmarke des Unternehmens.

Barry Callebaut hingegen ist der international grösste vertikal integrierte Anbieter von Schokolade im Business-to-Business-Segment. Der Konzern hat sich zu einem führenden Anbieter von Outsourcing-Lösungen für die Nahrungsmittelindustrie entwickelt. Es spricht also einiges dafür, dass Barry Callebaut sich mittelfristig ausschliesslich auf das Industriesegment (Business-to-Business) fokussieren und sich in der Konsequenz von seinen Marken trennen wird. <

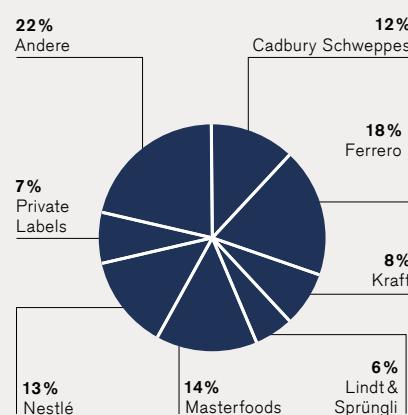
Weltkakaoproduktion

Premium-Kakaobohnen stammen oft aus Ecuador, Kuba oder Madagaskar.
Quelle: International Cocoa Organisation



Marktanteile in Europa

Lindt & Sprüngli erzielt mit Premium-Schokolade sehr gutes Wachstum.
Quelle: AC Nielsen (gleitender Durchschnitt 52 Wochen bis Ende Mai 2007), Credit Suisse



Beitritt bestätigt Fortschritt



Nach dem EU-Beitritt dürfte Bulgarien von erhöhtem Anlegerinteresse, Produktionsverlagerungen und zusätzlicher finanzieller Unterstützung profitieren. Das kleine Land am Schwarzen Meer könnte zum Ziel strategischer Investitionen werden.

Text: Adrian Zürcher, Equity Strategist

Seit dem Fall des Eisernen Vorhangs 1989 hat Bulgarien einen tief greifenden Wandel vollzogen und ist von einer zentralistisch regierten Planwirtschaft zu einem marktwirtschaftlichen System übergegangen. Wie jeder Übergang dieser Art erstreckt sich der Prozess auf alle Bereiche des gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Lebens. In seinen Anfangsjahren verlief der Wandel der politischen und wirtschaftlichen Strukturen denn auch entsprechend stockend. Heute, 17 Jahre nach dem Ende des Kommunismus, haben die Integration in die Weltwirtschaft sowie die Fortschritte infolge der Durchführung struktureller Reformen jedoch zu einer wirtschaftlichen Stabilität beigetragen, die weitere Investitionen in die Wirtschaft und die Aktienmärkte des Landes fördern könnte.

Bulgariens Übergang von einer geplanten zu einer offenen Wirtschaftsform hatte das Ziel, das Land am Schwarzen Meer und seine 7,7 Millionen Einwohner in die internationale Gemeinschaft und in das Welt-handelssystem zu integrieren. Der Beitritt zur Europäischen Union (EU) am 1. Januar 2007 kam einer Bestätigung der Fortschritte gleich, die das Land bislang erzielen konnte. Gleichzeitig sind nun aber die Zukunftsperspektiven Bulgariens an die Integration in den Kreis der EU-Mitgliedstaaten gebunden.

Beitritt als Wachstumstreiber

Die Robustheit der bulgarischen Wirtschaft spiegelt sich in der starken Performance des einheimischen Aktienmarktes (SOFIX) wider, der seit Anfang 2003 um 740 Prozent zugelegt hat. Studien belegen, dass die Erweiterung der EU mit einer sehr positiven Marktentwicklung einherging: In den ersten beiden Jahren nach dem EU-Beitritt stiegen die Aktienindizes der neuen Mitgliedstaaten um durchschnittlich 75 Prozent, und die Länder profitierten von höheren Handelsvolumen und finanzieller Unterstützung. Obwohl Bulgarien schon vor dem Beitritt in den Ge-

nuss beträchtlicher EU-Finanzspritzen kam, gewährleistet die Vollmitgliedschaft nun mehr einen stetigen Kapitalzufluss zur Verbesserung der inländischen Infrastruktur. Bis 2013 werden die EU-Zahlungen insgesamt 11 Milliarden Euro erreichen – eine beträchtliche Summe für eine 25-Milliarden-Euro-Wirtschaft.

Steigende ausländische Direktinvestitionen (Foreign Direct Investments, FDI), verbesserte Geschäftsbedingungen, eine kräftige Inlandsnachfrage und sinkende Zinsen haben bereits zu einem stabilen Wirtschaftswachstum geführt. Das reale BIP stieg 2006 um 6,1 Prozent, nachdem die Wirtschaft im Vorjahr sogar um 6,2 Prozent zugelegt hatte. Massgeblichen Anteil am BIP 2006 hatten der private Konsum und die Investitionen, die um 7,1 beziehungsweise 17,6 Prozent stiegen. Die robuste Wachstumsdynamik sollte weiterhin für einen starken Zufluss an ausländischen Direktinvestitionen sorgen.

Ein wichtiger Vorteil von Bulgariens EU-Beitritt liegt zweifellos in der erwarteten Verlagerung von Produktionsanlagen aus Westeuropa. Westliche Unternehmen dürften vor allem von den gut qualifizierten Arbeitskräften des Landes und dem niedrigs-

ten Lohnniveau im EU-Raum angezogen werden – der durchschnittliche Jahresverdienst von 1635 Euro (2006) liegt 13-mal tiefer als der EU-Durchschnitt. Die Aussichten in Bezug auf die Arbeitskosten sind günstig, denn die Angleichung der Löhne an das EU-Niveau wird noch Jahre wenn nicht gar Jahrzehnte dauern.

Weiterhin kräftiges BIP-Wachstum

Mit einem jährlichen Wachstum von durchschnittlich fünf Prozent zwischen 2000 und 2006 zeichnet sich Bulgariens reales BIP-Wachstum durch eine ausserordentliche Dynamik aus und übertrifft seit 2001 sowohl die Eurozone als auch Länder wie Ungarn und die Republik Tschechien. Angetrieben wurde das Wachstum durch steigende Exporte, einen Kreditboom, die niedrigsten Steuern im EU-Raum (maximaler Einkommenssteuersatz: 24 Prozent; Unternehmenssteuersatz: 10 Prozent für 2007; keine Unternehmenssteuern in über 100 Gemeinden mit hoher Arbeitslosigkeit) sowie durch ausländische Investitionen. Diese sind die bei weitem dynamischste Wachstumskomponente, was sich in der anhaltenden Modernisierung der bulgarischen Wirtschaft und des Export- >

Arbeitslosigkeit – Jahresende

Massive Investitionen führen zu einem bemerkenswerten Rückgang der Arbeitslosenrate. Quelle: Arbeitsagentur, Republik Bulgarien



**Arthur Vayloyan**

Leiter Investment Services and Products
in der Division Private Banking

Neue Perspektiven für Bulgarien

Arthur Vayloyan, Leiter Investment Services and Products der Division Private Banking, leitete den dritten «Interactive Fieldtrip» der Credit Suisse. Der Anlass vermittelte rund 25 Investoren aus Europa und Asien einen vertieften Einblick in die heutige Situation Bulgariens.

Weshalb führt die Credit Suisse Fieldtrips für Kunden durch?

Wir möchten den Teilnehmern eine umfassende Erfahrung bieten, die über das übliche Mass hinausgeht. Unser Ziel ist es, vertiefte und wertvolle Einblicke zu vermitteln.

Wie fällt das Feedback der Teilnehmer aus?

Sie wissen es sehr zu schätzen, abends mit den Analysten der Credit Suisse verschiedene Themen zu diskutieren und am darauf folgenden Tag offene Fragen zu klären, beispielsweise im Gespräch mit dem Finanzminister. Eine Erfahrung, die mit Geld nicht zu kaufen ist.

Welche Aktivitäten hatten Sie rund um diesen Fieldtrip geplant?

Der Anlass selbst gehörte zu einer Reihe von Aktivitäten, darunter die Entwicklung eines neuen Produkts – ein Zertifikat an grossen osteuropäischen Industrieunternehmen mit engen Beziehungen zu Bulgarien. Außerdem verfassten die Analysten in Zürich und New York mehrere Research-Artikel, während die Private-Banking-Bereiche der Regionen Asien/Pazifik und EMEA ihre Kundenbeziehungen spielen lassen konnten. Die interaktiven Fieldtrips geben uns die einmalige Chance, sowohl die Expertise unserer integrierten Bank als auch unsere globale Präsenz auf eine extrem effiziente und kundenorientierte Weise zu nutzen. **ba**

sektors niederschlägt. Die Investitionsquote stieg von rund 15 Prozent des BIP im Jahr 2000 auf 25 Prozent in diesem Jahr.

Direktinvestitionen gleichen Defizit aus

Ausgabefreudige Konsumenten und steigende Anlageinvestitionen tragen zur Erhöhung des bulgarischen Leistungsbilanzdefizits bei – aus makroökonomischer Sicht ein wunder Punkt. Als der Zugang zu billigen Krediten den privaten Konsum in die Höhe getrieben hatte, erreichte das Leistungsbilanzdefizit 2006 den achtjährigen Höchststand von 3,87 Milliarden Euro oder 15,9 Prozent des BIP, während es 2005 noch 11,8 Prozent des BIP betrug. Dennoch ist ein hohes Leistungsbilanzdefizit nicht a priori ein schlechtes Zeichen: Aufstrebende Länder können kurzfristig ein solches Defizit aufweisen, wenn es dazu dient, die Volkswirtschaft mit Industrie- und Dienstleistungskapazitäten auszustatten, die Wettbewerbsfähigkeit des Landes langfristig zu verbessern und eine Exportplattform aufzubauen.

Die Bulgarische Nationalbank (BNB) rechnet angesichts der verbesserten Wettbewerbsfähigkeit von bulgarischen Produkten und anhaltend hoher Investitionen in den wichtigsten Exportindustrien – was die Exporte im kommenden Jahr befähigen sollte – mit einer Abnahme der negativen Auswirkungen bei den Nettoexporten.

Der starke Zufluss an ausländischen Direktinvestitionen (FDI) hält weiterhin an. 2006 erreichten sie den Höchststand von 4 Milliarden Euro oder 16,6 Prozent des BIP und betrugen damit 104 Prozent des letztjährigen Leistungsbilanzdefizits.

Angekurbelt wurden die ausländischen Direktinvestitionen vom Vertrauen ausländi-

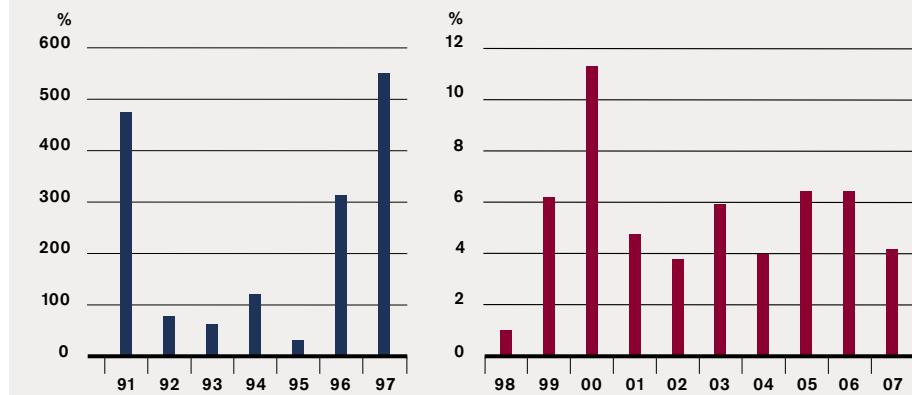
scher Investoren wie auch von den Aussichten auf die EU-Mitgliedschaft. Ausländer investierten vermehrt in bulgarische Immobilien und Fabriken, dabei floss die überwiegende Mehrheit der FDI in so genannte Greenfield-Projekte. Von Greenfield-Investitionen spricht man, wenn ein Unternehmen von Grund auf neue Produktionsanlagen oder Niederlassungen errichtet. Greenfield-Investitionen gehören in Entwicklungs- und Schwellenländern zu den wichtigsten Wachstumstreibern, da sie neue Produktionskapazitäten und Arbeitsplätze schaffen, den Transfer von Technologie und Know-how fördern und Verbindungen zum Weltmarkt ermöglichen. Die wirtschaftlichen Fortschritte im Zuge der massiven ausländischen Direktinvestitionen lassen sich übrigens auch am bemerkenswerten Rückgang der bulgarischen Arbeitslosenrate von 19 Prozent im März 2000 auf 8,4 Prozent Ende April 2007 ablesen.

Maastricht liegt in greifbarer Nähe

Nachdem im Jahr 2005 ein Haushaltssüberschuss von 2,4 Prozent des BIP resultierte, vereinbarte die Regierung mit dem IMF für 2006 als fiskalpolitisches Ziel einen Überschuss von drei Prozent des BIP. Tatsächlich betrug der Haushaltssüberschuss im letzten Jahr 3,6 Prozent. Damit gehört Bulgarien gemäss Eurostat-Daten beim Haushaltssüberschuss, gemessen am BIP, aber immer noch zu den führenden EU-Ländern. Als offizielles fiskalpolitisches Ziel für 2007 gilt ein konsolidierter Haushaltssüberschuss von zwei Prozent, was sowohl mit einem gedrosselten inländischen Nachfrageanstieg einhergehen soll wie auch mit einem Abbau des Leistungsbilanzdefizits.

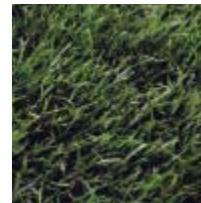
Inflation – Jahresende

Eine 1997 eingeführte Währungsbehörde hat die Inflation unter Kontrolle gebracht. Quelle: Nationales Institut für Statistik, Republik Bulgarien



Gemeinsam für eine bessere Umwelt

Mit Marmoleum-Bodenbelägen schützen Sie die Umwelt doppelt



marmoleum®
Panda® Kollektion

forbo
FLOORING SYSTEMS

In Kooperation mit



Schaffung einer besseren Umwelt – dieses Ziel verfolgen wir zusammen mit dem WWF. Unsere Linoleum-Bodenbeläge der Marmoleum-Kollektion gehören zu den umweltfreundlichsten überhaupt. Damit noch nicht genug. Pro verkauften Quadratmeter unserer Panda® Kollektion überweisen wir € 0.50 an den WWF zur Förderung umweltgerechter Massnahmen. Damit tragen auch Sie zum Erhalt unserer einzigartigen Umwelt bei.

www.forbo.ch

creating better environments

Nachdem die Inflationsrate Anfang 1997 den Rekordwert von 2000 Prozent erreicht hatte, führte Bulgarien am 1. Juli 1997 ein so genanntes Currency Board (Währungsbehörde) ein. Das Board hat den Wechselkurs der inländischen Währung einseitig am Euro fixiert, ausserdem wird die herausgebene Geldmenge zu 100 Prozent durch die ausländische Währung gedeckt. Seit Einführung des neuen Systems ist Bulgariens Inflationsrate auf 4,1 Prozent zurückgegangen (Stand: März 2007).

Längerfristig hängt die Inflationsrate allerdings auch von der Entwicklung der Erdgaspreise ab, da Bulgarien 97 Prozent seines Erdgasbedarfs durch russische Importe deckt. Anfang 2007 unterzeichnete die Regierung ein bis 2030 gültiges Abkommen mit Gazprom, Russlands staatlich kontrolliertem Energiekonzern, das eine Kooperation der beiden Länder auf dem Gassektor vorsieht. Dennoch muss Bulgarien den Gaspreis zwischen 2007 und 2012 sukzessive erhöhen, was einer Preissteigerung von insgesamt 40 Prozent entspricht. Dies dürfte den Inflationsdruck im weiteren Verlauf des Jahres leicht erhöhen.

Nichtsdestotrotz hat sich die Lage in Bezug auf die Inflation verbessert, und Bulgarien hat ein dreijähriges Programm verabschiedet, das auf eine Erhöhung des Lebensstandards auf EU-Niveau und eine gleichzeitige Reduzierung der Inflationsrate auf 3 Prozent (2008) und 2,9 Prozent (2009) abzielt.

Alles in allem liegt Bulgarien bereits im Bereich vieler Maastricht-Kriterien, so etwa der Staatsverschuldung in Prozent des BIP, die mit 25,6 Prozent weit unter dem Referenzwert von 60 Prozent liegt. Auch das Inflationsziel scheint mittlerweile in Reichweite zu liegen, und die bulgarische Regierung plant, 2010 der Eurozone beizutreten.

Möglichkeiten eines Engagements

Bulgarien bietet lukrative Anlagechancen für die Zukunft, doch sind Anlagen in Einzeltiteln nach wie vor mit höheren Risiken verbunden als in etablierten Märkten. Aus Gründen der Diversifikation könnten deshalb strukturierte Produkte oder indirekte Engagements über Unternehmen aus west-europäischen Ländern ratsam sein. Am besten liessen sich Bulgariens günstige Wachstumsperspektiven durch eine Kombination der oben genannten Strategien nutzen. <

Verbindung total



Dank neuer Technologien nimmt die globale Verbreitung und **Vernetzung** von Breitbandinternet und Mobilfunk kräftig zu. Unternehmen, die die Zeichen der Zeit frühzeitig erkennen, profitieren von enormen neuen Marktpotenzialen.

Text: Uwe Neumann, Fundamental Analysis Telecom and Technology

Heute haben über 1,1 Milliarden Menschen einen Zugang zum Internet. 300 Millionen davon gehen bereits über Breitbandschlüsse online und die Zahlen steigen jeden Monat weiter. Mit rund 60 Millionen Breitbandnutzern liegen die USA noch vorne, aber China schickt sich an, die Supermacht bald zu überholen. Mit 56 Millionen Nutzern liegt das Land der aufgehenden Sonne in absoluten Zahlen nur noch knapp dahinter.

Bis zu den Olympischen Spielen 2008 in Peking will die chinesische Regierung jeden Haushalt der Hauptstadt mit einem Breitbandanschluss ausstatten. Zwar liegen Europa, Nordamerika und Hightechstaaten wie Südkorea in Bezug auf die Marktdurchdringung von Breitbandanschlüssen in ihrer Bevölkerung noch weit vorne (USA 53 Prozent, Europa 38, Korea 80 gegenüber China mit 14 Prozent), aber angesichts der grossen Wachstumsraten und des politischen Willens der Regierung dürfte China in der Breitbandinternetsgemeinde bald den Vorsitz einnehmen.

Schnelle Lösungen für flotten Zugang

Aufgrund von fehlender Festnetzinfrastruktur liegen zwar viele Schwellenländer, wie zum Beispiel Indien oder Afrika, noch abgeschlagen zurück, aber auch hier tun sich Lösungen für den schnelleren Zugang zum Internet auf. Mobile Übertragungstechnologien wie UMTS und WiMax sollen Abhilfe schaffen. Als Vorbild dient zum Beispiel Osteuropa, wo Mobilfunknetze schneller als Festnetze ausgebaut wurden und wo nahezu zehn Prozent aller Breitbandnutzer Internetdienste über ihr Mobiltelefon in Anspruch nehmen. Mobilfunknetze sind in der Tat billiger und schneller aufzubauen als Kabel- und Telefonnetzwerke, darum dürfte ihnen auch die Zukunft gehören. Mit insgesamt

1,5 Milliarden Nutzern hat der Mobilfunk weltweit mehr Anhänger gefunden als das Internet.

Seit der diesjährigen Mobilfunkmesse 3GSM in Barcelona im Februar sind so genannte Femtocells (Mikrofunkzellen) ein Thema für die Branche geworden. Mit diesen Indoor-Funkzellen können die Mobilfunknetzwerke entlastet werden, während gleichzeitig die Übertragungskapazität via Mobilfunk in geschlossenen Räumen erhöht wird. Die Mini-Basisstation wird an den Breitband-Festnetzanschluss angeschlossen und kann mit dem mobilen Endgerät kommunizieren. Das mobile Endgerät belastet dadurch nicht das Mobilfunknetz, der Datenaustausch wird via IP-Transportnetz durchgeführt. Im Umkreis von etwa 30 Metern kann somit über die eigene GSM-Basisstation telefoniert oder mit hoher Datenübertragungsgeschwindigkeit mobil im Internet gesurft werden, und das zu Festnetzpreisen.

Dem Markt für Femtocells wird eine grosse Zukunft vorausgesagt. Beispielsweise wollen der Netzwerkspezialist Netgear und Ubiquisys, ein Entwickler von 3G-Mini-Basisstationen, noch in diesem Jahr gemeinsam ein Produkt auf den Markt bringen, das als Zugangsportal für Daten- und Telekommunikationsleistungen sowohl im privaten Haushalt wie auch in Firmengebäuden dienen soll. Industrieschätzungen gehen davon aus, dass in den nächsten fünf Jahren bis zu 36 Millionen solcher Geräte verkauft werden dürfen, was wohl als sehr konservative Schätzung betrachtet werden darf. Denn der Privatkunde zahlt theoretisch nur noch einen Mobilfunkanschluss und einen Breitband-Internetanschluss. Er spart die normalerweise noch anfallenden Sprachgebühren eines Festnetzanschlusses sowie die höheren Ge-

bühren von Mobilfunkanrufern zuhause ein, und das mit einem relativ geringen einmaligen Investment (die Mini-Basisstationen sollen nicht mehr als 200 US-Dollar kosten). Eine ähnlich positive Marktentwicklung wird den WiMax-Basisstationen bescheinigt, die ähnliche Dienste leisten, allerdings aufgrund ihrer höheren Übertragungsleistung wesentlich teurer sind. Sie eignen sich daher zum Beispiel für den Ausbau von neuen Stadt- >

Femtocells sind so genannte Indoor-Mini-Basisstationen, die Mobiltelefone im Umkreis von etwa 30 Metern mit einem Breitband-Festnetzanschluss verbinden können. Mit einer Femtocell kann ein durchschnittlicher Haushalt versorgt werden. Die Mini-Basisstation erkennt verschiedene Übertragungstechniken wie GSM und UMTS sowie WLAN und DSL.

WiMax steht für «Worldwide Interoperability for Microwave Access». Mit dieser Technik werden breitbandige Zugänge zum Beispiel zum Internet via Funknetz angeboten.

RFID steht für «Radio Frequency Identification», was auf Deutsch so viel wie Identifizierung über Radiowellen bedeutet. RFID ist ein Verfahren zur automatischen Lokalisierung und Identifizierung von Gegenständen und Lebewesen sowie zur automatischen Erfassung und Speicherung von Daten.

funknetzen und konkurrieren damit eher mit den herkömmlichen Mobilfunknetzwerken. Eine weitere neue Technologie, die das globale Kommunikationsnetzwerk verdichten wird, sind die Funkchips, die über Radiowellen Daten automatisch erfassen, speichern und weitergeben können. Man spricht hier vom RFID-Markt. Meldungen von Verfalldaten von Lebensmitteln, Staubsauger, die vom mit RFID bestückten Teppich gesteuert werden, oder Feldroboter, die durch Funkchips rechtzeitig über Schädlingsbefall informiert werden, sind nur ein paar Beispiele für Anwendungen, die entweder schon existieren oder uns in Zukunft noch beschäftigen werden.

Vernetzung erschliesst neue Märkte

Bis 2010 dürften solche Kommunikationstechnologien stärker zu einem grossen globalen Netzwerk zusammenwachsen. Wir befinden uns in einer Phase, in der dieser «Vernetzungsvorgang» weltweit beschleunigt wird. Eine solche Vernetzung erschliesst völlig neue Märkte und ermöglicht mehr als nur mobiles Surfen im Internet. Im weitesten Sinne könnte man von einer «Googleisierung» von Konsummärkten und von einer «Mobilisierung von Prozessen» reden. Was heisst das? Mit der zunehmenden Konnektivität können sich einerseits lokale Märkte mit wenig Aufwand neu bilden, sie können andererseits aber auch von globalen Anbietern auf lokale Bedürfnisse zugeschnitten besser bedient werden. Das bedeutet generell, dass Markteintrittsbarrieren in vielen Fällen gesenkt werden können, was zu einer stärkeren Fragmentierung von Konsummärkten führt. Weg vom Massenprodukt hin zum Nischenprodukt ist die Devise. Ein augenscheinliches Beispiel dafür ist YouTube. Die Bereitstellung von «Home-made»-Videos oder -Sendungen auf einer Breitband-Internetplattform in der Qualität von Fernsehbildern ermöglicht es jedem, zum «Fernseh-Videostar» zu werden. Lokale Communities können sich bilden, die dem herkömmlichen Fernsehen völlig abschwören. Lokale Internetsendungen wie zum Beispiel die Übertragung eines Verbandsliga-Fussballspiels, das aufgrund der fehlenden Massentauglichkeit in den üblichen Fernsehkanälen nicht gezeigt würde, könnten zum Strassenfeger einer Region werden. Dementsprechend dürfte sich der Werbemarkt sowie die Art und der Inhalt von Produktplatzierungen über dieses neue Medium neu ausrichten. Der «Mobilisierung» von Prozessen

sind fast keine Grenzen gesetzt. Von mobilfunkgesteuerten unbemannten Einsatzfahrzeugen, die bei gefährlichen Arbeiten eingesetzt werden können, über die automatische Überwachung der Gesundheit eines Menschen oder den ferngesteuerten Feldroboter, der den Agrarmarkt zum Hightechsektor macht, bis zum «Handy-Portemonnaie», welches das Bezahlen von Fahrkarten ermöglicht, ist so ziemlich alles denkbar.

Mögliche Gewinner in vielen Sektoren

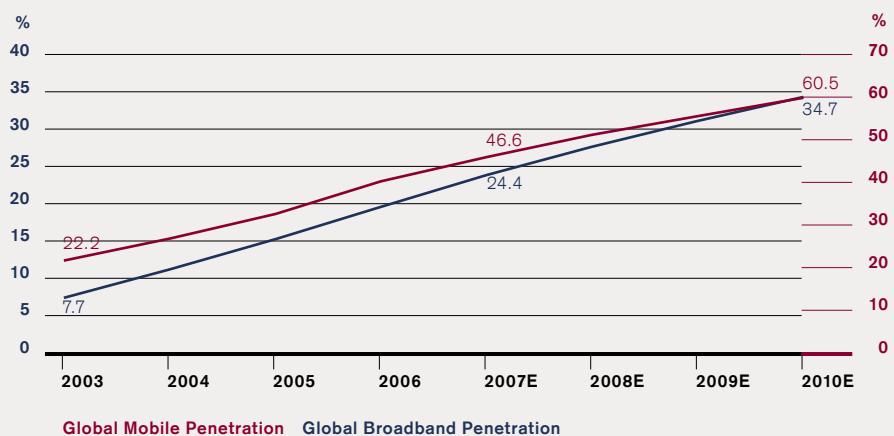
Dieser tiefgreifende Veränderungsprozess bietet vielfältige Chancen. Unternehmen, die ihn aktiv in ihrer Strategie umsetzen, werden gewinnen – diejenigen, die ihn ignorieren, verlieren. Unternehmen, die Werbung über Mobilfunk oder Bezahlsysteme via Funkchips entwickeln, sind aufmerksam zu beobachten. Doch befinden sie sich grössten-

teils noch am Anfang ihrer Entwicklung und werden noch kaum von der breiten Öffentlichkeit wahrgenommen. Die zu erwartende, starke Zunahme des Datenaustausches in den diversen Netzwerken dürfte sich bei Unternehmen, die sich mit der Ausrüstung, Verwaltung, Steuerung und Absicherung von Netzwerken und deren Diensten beschäftigen, am ehesten auszahlen. Zu nennen sind hierbei die Telekomdienstleister, die eventuell vor einem Comeback stehen, Telekom-ausrüster, die Netzwerktechnik liefern, Unternehmen, die Daten- und Rechenzentren betreiben, sowie Unternehmen, die Sicherheitssoftware für den Mobilfunk anbieten oder die sich im Markt von «content delivery» und digitaler Werbung oder im E-Commerce bewegen. <

Mobilfunk- und Breitbandanteil

Die Anteile an Breitbandanschlüssen und Mobilfunkteilnehmern nehmen stetig zu.

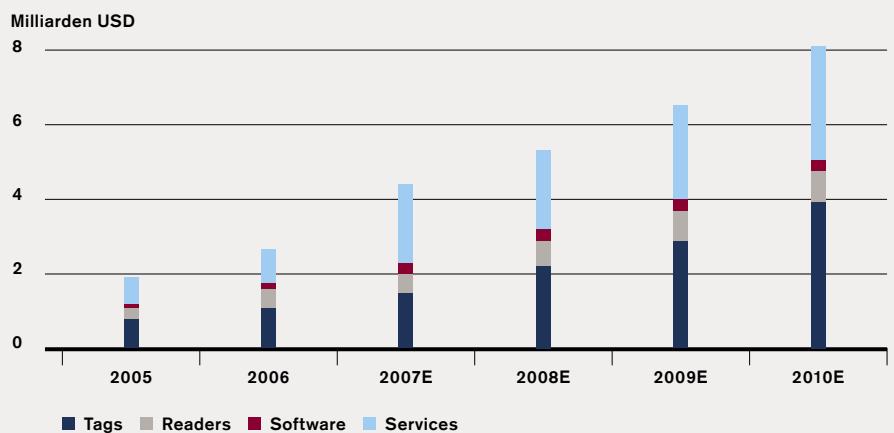
Quelle: Credit Suisse



Weltweite Ausgaben für RFID-Produkte nach Kategorien

Die neue Technologie wird schon bald den Alltag der breiten Masse revolutionieren.

Quelle: Robert W. Baird & Co.



Mind Set!

Wie wir die Zukunft entschlüsseln



Von **John Naisbitt**

Gebundene Auflage

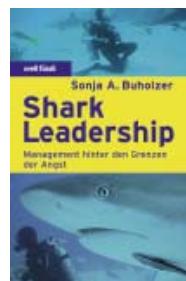
320 Seiten

ISBN 978-3-446-41000-8

Mehr als zwei Jahre lang stand «Megatrends» auf der Bestsellerliste der «New York Times». Das 1982 veröffentlichte Buch wurde in 57 Ländern veröffentlicht, erreichte eine Millionenauflage und machte den Begriff «Globalisierung» weltweit bekannt. Mittlerweile hat Zukunftsforscher John Naisbitt acht Bücher publiziert, so etwa «Megatrends 2000» (1990) und «Megatrends Asien» (1996). Der Schlüssel zum Tor der Zukunft waren und sind für ihn die Regionalzeitungen, bei denen sich gewisse Entwicklungsmuster besser abzeichnen als in den nationalen Medien. Das Konzept wurde kopiert, doch andere zogen andere Schlüsse aus den gleichen Informationen. Warum? Es liegt, so Naisbitt, an den Denkmustern, die sich jedem Menschen im Lauf der Jahrzehnte einprägen. In «Mind Set!» trägt er die elf für ihn wichtigsten zusammen. Damit wird klar, worauf seine im zweiten Teil des Buches aufgeführten «Bilder der Zukunft» gründen. Darunter sind so provokative wie «Von Landesgrenzen zu Wirtschaftsgrenzen» oder «Europa – Niedergang mit vereinten Kräften?». Das Buch ist in einfacher Sprache gehalten und liest sich dank anschaulicher Beispiele leicht. Allerdings verliert man mitunter die Übersicht, mit welchem Mindset man sich gerade beschäftigt. Anregend ist indes allein schon die Überlegung, welches Mindset das wichtigste von allen ist. Für Naisbitt: «Nutzen Sie die Kraft, die darin liegt, nicht recht haben zu müssen.» Nur dann ist es möglich, sich alles vorzustellen, alles vorzuschlagen – visionär zu sein. Andere finden die banale Erkenntnis «Während vieles sich verändert, bleibt das meiste bestehen» besonders bedenkenswert. Oft wäre es auch nicht schlecht, man beherzigte den Rat: «Fügen Sie nichts hinzu, ohne etwas wegzulassen.» schi

Shark Leadership

Management hinter den Grenzen der Angst



Von **Sonja A. Buholzer**

Gebundene Auflage

224 Seiten

ISBN 3-280-05183-5

Gemeinsamkeiten zwischen Managern und Haien? Klar: Beide sind sie blutrünstig und eine stete Gefahr für ihre Umwelt. Doch mit solchen Klischees tut man natürlich beiden unrecht. Und so ist die Frage nach den Gemeinsamkeiten nicht so ohne Weiteres zu beantworten. Bei der Lektüre dieses Buches erschliessen sich dem Leser aber sofort neue Welten. Dank ihrer außergewöhnlichen Anpassungsfähigkeit hat die Spezies der Haie seit 420 Millionen Jahren überlebt. Können Haie darum als Vorbilder für Manager dienen? Tatsächlich lassen sich auch Erkenntnisse aus der Haiforschung auf das heutige Management übertragen. Beim Tauchen mit Haien geht es darum, eigene Ängste zu überwinden, sich auf seine Intuition und sein Team zu verlassen. Fähigkeiten, die sowohl für einen erfolgreichen Tauchgang als auch für die berufliche Karriere vonnöten sind. Nicht umsonst spricht man auch in der Wirtschaft vom so genannten Haifischbecken. Die bekannte Wirtschafts- und Politberaterin Sonja A. Buholzer schildert in ihrem Buch «Shark Leadership» ihren Tauchgang mit den Haien und erarbeitet mit der Unterstützung des bekannten Schweizer Haiverhaltensforschers Erich Ritter die SHARK-Philosophie für Manager. Der Leser bekommt im ersten Teil des Buches einen spannenden Einblick in die Vorbereitungen und den Tauchgang mit den Haien. Im zweiten Teil werden die Ergebnisse in praktischen Tipps (SHARK Skills) zusammengefasst. Durch die spannende und fesselnde Erzählweise ist das Buch sowohl für ambitionierte Manager als auch für alle jene, die sich für die Herrscher der Meere interessieren, geeignet. – Siehe auch den Artikel «Der „Jaws“-Effekt» auf Seite 23 dieses Bulletins. sds

Die besprochenen Bücher finden Sie bei www.buch.ch.

Impressum: Herausgeber Credit Suisse, Postfach 2, 8070 Zürich, Telefon 044 333 11 11, Fax 044 332 55 55 **Redaktion** Daniel Huber (dhu) (Head of Publications), Marcus Balogh (ba), Michèle Bodmer (mb), Dorothee Enskog (de), Regula Gerber (rg), Mandana Razavi (mr) (Volontariat), Andreas Schiendorfer (schi), Andreas Thomann (ath) **E-Mail** redaktion.bulletin@credit-suisse.com
Mitarbeit an dieser Ausgabe Peter Hossli, Sebastian Schiendorfer (sds) **Internet** www.credit-suisse.com/infocus **Marketing** Veronica Zimnic (vz) **Korrektorat** text control, Zürich **Übersetzungen** Credit Suisse Sprachendienst **Gestaltung** www.arnolddesign.ch: Daniel Peterhans, Monika Häfiger, Arno Bandli, Michele Iseppi, Petra Feusi (Projektmanagement) **Inserate** Yvonne Philipp, Roosweidstrasse 7a, 8832 Wollerau, Telefon 044 683 15 90, Fax 044 683 15 91, E-Mail philipp@philipp-kommunikation.ch **Begläubigte WEMF-Auflage 2006** 125039 **Druck** NZZ Fretz AG/Zollikofer AG
Redaktionskommission René Buholzer (Head of Public Policy), Othmar Cueni (Head of Business School Private Banking Institute), Monika Dunant (Head of Communications Private Banking), Tanya Fritsche (Online Banking Services), Maria Lamas (Financial Products & Investment Advisory), Andrés Luther (Head of Group Communications), Charles Naylor (Head of Corporate Communications), Fritz Stahel (Credit Suisse Economic Research), Christian Vonesch (Head of Private & Business Banking Aarau) **Erscheint im 113. Jahrgang** (5x pro Jahr in deutscher, französischer, italienischer und englischer Sprache). Nachdruck von Texten gestattet mit dem Hinweis «Aus dem Bulletin der Credit Suisse». **Adressänderungen** bitte schriftlich und unter Beilage des Original-Zustellcouverts an Ihre Credit Suisse Geschäftsstelle oder an: Credit Suisse, ULAZ 12, Postfach 100, 8070 Zürich.

Diese Publikation dient nur zu Informationszwecken. Sie bedeutet kein Angebot und keine Aufforderung seitens der Credit Suisse zum Kauf oder Verkauf von Wertschriften. Hinweise auf die frühere Performance garantieren nicht notwendigerweise positive Entwicklungen in der Zukunft. Die Analysen und Schlussfolgerungen in dieser Publikation wurden durch die Credit Suisse erarbeitet und könnten vor ihrer Weitergabe an die Kunden von Credit Suisse bereits für Transaktionen von Gesellschaften der Credit Suisse Group verwendet worden sein. Die in diesem Dokument vertretenen Ansichten sind diejenigen der Credit Suisse zum Zeitpunkt der Drucklegung. (Änderungen bleiben vorbehalten.) Credit Suisse ist eine Schweizer Bank.



«Kein Fortschritt ohne Risiko!»

Interview: Marcus Balogh

Nationalökonom Edmund Phelps – für seine Arbeit über die Beziehung zwischen Arbeitslosigkeit und Inflation mit dem Nobelpreis geehrt – bricht eine Lanze fürs Unternehmertum.

Bulletin: Waren Sie überrascht, den Wirtschaftsnobelpreis zu erhalten?

Edmund Phelps: Ich hoffe, das hört sich nicht überheblich an, aber es gab schon eine Zeit, da ich dachte, man werde mich wohl eines Tages berücksichtigen. In den letzten Jahren habe ich allerdings nicht mehr damit gerechnet. Als ich im Herbst erfuhr, dass ich den Wirtschaftsnobelpreis erhalten sollte, war ich also doch recht überrascht.

Fast ein Jahr ist seither vergangen.

Wie hat sich in dieser Zeit Ihr Leben verändert?

Viel geändert hat sich nicht. Vielleicht werde ich häufiger zu Fernsehshows eingeladen, und die Interviewer stellen immer schwierigere und unmöglichere Fragen.

Zum Beispiel?

Wie man Unternehmer heranzüchtet.

Eine schwierige Frage, aber gewiss auch eine relevante, oder nicht?

Ich könnte reich werden, wenn ich eine Antwort auf diese Frage wüsste – aber leider habe ich dafür kein Patentrezept. Höchstens eine Vermutung – die ohne statistisches Beweismaterial auskommen muss. Ich glaube, dass die klassische Vorstellung über das, worum es im Leben geht – Abenteuer, Horizonterweiterung, Entdeckung der eigenen Begabungen –, heute so gut wie nicht mehr existiert. Das ist bedauerlich. Denn alle diese Aspekte haben eines gemeinsam: Sie verlangen Risikobereitschaft. Und das wiederum ist ein wichtiger Bestandteil des Persönlichkeitsprofils eines Unternehmers.

Was hat die Risikobereitschaft abgelöst?

Heute sind die Leute geradezu besessen vom Thema Sicherheit. Sie erwarten von Politikern, dass sie alles in ihrer Macht Stehende tun, um jede Unsicherheit zu beseitigen. Aber ohne Ungewissheit verliert vieles an Spannung, an Reiz. Wenn alles im Leben vorausbestimmt und abgesichert sein muss, wie soll man dann eine Faszination fürs Neue oder Unbekannte entwickeln?

Ist das nur ein Eindruck, oder erleben Sie das auch an Ihren Studenten?

Beides. Die Studenten von heute besitzen ein viel breiteres Wissen als wir damals. Geschichte, Mathematik und Psychologie – ich hatte vergleichsweise wenig Ahnung. Aber ich glaube, wir waren motivierter und empfänglicher für Inspirationen – hungrig auf mehr. Ich bin sicher, dass unter meinen Kommilitonen mehr Visionäre waren, während heute mehr Studenten einen ganz konkreten Masterplan haben, in dem genau festgelegt ist, was sie tun und erreichen wollen.

Bedeutet das nicht einfach, dass heutige Studenten zielbewusster sind?

Und wird in der Geschäftswelt nicht genau das gefordert?

Vielleicht ist der Fokus heute stärker – aber es fehlt an Kreativität, an der Fähigkeit, neue Ideen zu entwickeln und aus bewährten Denkmustern auszubrechen. Es gibt keinen Fortschritt ohne Risiko und keinen Wissenssprung, wenn man nicht in der Lage ist, den Rahmen des konventionellen Denkens

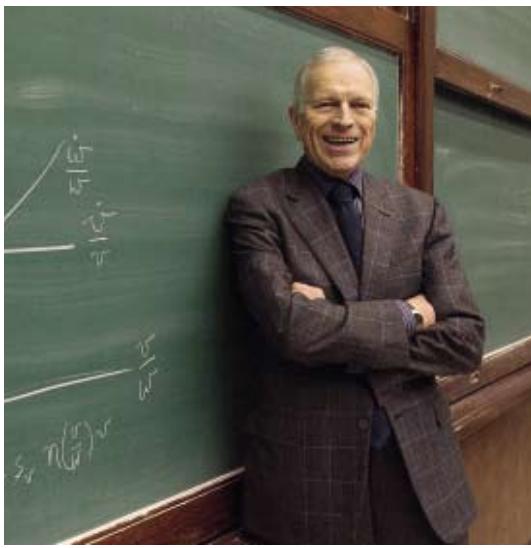
zu verlassen. Wir brauchen Pioniere, um die Stagnation zu überwinden.

Aber könnte es nicht auch Vorteile haben, Nachahmer statt Pionier zu sein?

Tatsächlich findet sich in Wirtschaftsbüchern eine Theorie, wonach die Einsparungen im Forschungs- und Entwicklungsbereich von nachahmenden Ländern mögliche Produktivitätseinbussen gegenüber Pionierländern mehr als wettmachen. In meinen Augen ist das falsch. Wenn ein Land imitiert und kopiert, während das Pionierland weiterhin auf technologischen Fortschritt setzt, dann verkleinert sich der Abstand zwischen den beiden zwar, aber nur bis zu einem gewissen Grad. Die Lücke zwischen dem Nachahmerland und dem Pionierland wird bestehen bleiben.

Warum ist das so schlecht?

Nehmen wir China und die USA. Historisch gesehen wächst die chinesische Wirtschaft extrem schnell, trotzdem wird China noch etliche Jahre benötigen, um die Lücke auch nur teilweise schließen zu können. Die entscheidende Frage lautet: Was geschieht, wenn China so weit wie möglich zum Westen – insbesondere zu den USA – aufgeschlossen hat und in einem solchen Moment nicht auf einheimische Innovationen zählen kann? In diesem Fall würde das Produktivitätswachstum auf ein normales Niveau absinken. Und in ähnlicher Weise würde auch das Lohnwachstum zurückgehen. Das geschah in den Siebziger- und Achtzigerjahren in Europa – eine ungünstige Entwicklung. >



Der Ökonom, Philosoph und Professor Edmund Phelps, 74, promovierte 1959 an der Yale University. Im Alter von 28 Jahren wurde Phelps mit seiner Arbeit zu den «golden Regeln der Akkumulation» international bekannt. Später beschäftigte er sich mit dem Zusammenhang zwischen Inflation und Arbeitslosigkeit. Für diese wegweisenden Studien, die in den späten Sechzigerjahren die gängige Meinung der Fachwelt auf den Kopf stellten, wurde er 2006 mit dem Nobelpreis für Wirtschaftswissenschaften ausgezeichnet. Ende der Siebzigerjahre lernte Phelps an der Stanford University den Philosophen John Rawls kennen, einen führenden Vertreter der Gerechtigkeitstheorie. Diese Bekanntschaft veranlasste Phelps, sein Interessengebiet zu erweitern und sich mit Fragen der wirtschaftlichen Gerechtigkeit auseinanderzusetzen. Neben jüngeren Forschungen zum Thema Kapitalismus hat der Inhaber des McVickar-Lehrstuhls für politische Ökonomie an der Columbia University auch die Ursachen von Arbeitslosigkeit und Niedriglöhnen unter benachteiligten Arbeitern untersucht. Sein neuestes populärwissenschaftliches Buch mit dem Titel «Rewarding Work» führt diese Interessengebiete zusammen.

Aber was ist daran so schlecht?

Die Beziehung zwischen Vermögen und Löhnen gerät in ein – sagen wir kritisches – Verhältnis. Wenn Arbeitnehmer relativ zu ihrem Lohn vermögender werden, mindert dies ihr Interesse, den Arbeitsplatz zu behalten und beruflich voranzukommen. Auch mindert es das Interesse, ins Arbeitsleben einzutreten oder später im Leben weiterzuarbeiten, anstatt vorzeitig in den Ruhestand zu gehen.

Entschuldigung, wenn ich das so direkt formuliere: Behaupten Sie, dass die Arbeitslosigkeit in einzelnen Ländern auf die Tatsache zurückzuführen ist, dass die Arbeitnehmer zu wohlhabend geworden sind? Und dass wir, wenn sie bereit wären, für weniger Lohn zu arbeiten, kein Arbeitslosenproblem hätten?

Das ist eine etwas eigenwillige Interpretation. Was ich damit sagen wollte, ist, dass es in Europa in den Dreissiger-, den späten Vierziger- und den frühen Fünfzigerjahren ein bestimmtes Verhältnis zwischen Vermögen und Löhnen gab, das von einer hohen Arbeitslosenquote mitbestimmt war. Darauf folgten die Jahre des Wirtschaftswunders in Deutschland, Italien und Frankreich. In jener Zeit stiegen die Löhne deutlich an – aber Vermögen ist träge und wächst deshalb nicht im gleichen Umfang. Erst Mitte der Siebzigerjahre begann das Vermögen gegenüber den Löhnen wieder aufzuholen.

Was geschah dann?

Das Wachstum liess nach. Zunächst war das kein Problem, da die Arbeitslosigkeit nach wie vor niedrig war. Als die Löhne jedoch nicht mehr anstiegen und damit das Vermögen aufzuholen begann, wirkte sich das negativ auf die Moral der Arbeitskräfte aus. Das Interesse, ins Arbeitsleben einzutreten, sank, während das Interesse, vorzeitig in den Ruhestand zu gehen, stieg. Verstehen Sie mich richtig, es geht hier nicht um Moral oder um die Frage, was richtig oder falsch ist. Es geht darum, zu beobachten, was geschieht. Und was geschieht, ist, dass diese Entwicklung die Unternehmer- beziehungsweise die Arbeitskosten steigen lässt – mit dem Ergebnis, dass die Beschäftigungsmöglichkeiten im Verhältnis zur Zahl der Arbeitskräfte sinken. Das wiederum führt zum Ansteigen der Arbeitslosigkeit.

Und das geschah ab den Siebzigerjahren in Europa?

Genau – auch wenn es natürlich noch weitere Faktoren zu berücksichtigen gibt.

Aber die wirtschaftlichen Aussichten für Europa sind im Moment doch gar nicht so schlecht, oder?

Laut Amar Bhidé, einem Kollegen an der Columbia University, manifestiert sich der wirtschaftliche Erfolg eines Landes darin, dass es eine ausreichende Zahl von Unternehmen gibt, die ein sprunghaftes Wachstum erzielen – und ich stimme ihm zu. Bei europäischen Unternehmen kann ich diesen Trend nicht erkennen.

Können wir etwas gegen diese Situation unternehmen?

In Europa fehlt es an der Dynamik, die sich aus einem weit verbreiteten Unternehmertum ergibt. Es mangelt auch an einem kosmopolitischen und pragmatischen Finanzsektor sowie an gut informierten und kühnen Konsumenten und Managern.

Um wie viel besser ist denn die Situation in den USA?

Ich befürchte, dass die amerikanische Wirtschaft dem Charakter der kontinentalen Volkswirtschaften immer ähnlicher wird.

Wird China – oder womöglich Indien – auch dort enden?

China – wie jedes Land, das diesen Prozess durchläuft – ist dagegen nicht gefeit. Sobald sich das Wachstum verlangsamt – egal ob das in den nächsten 5 oder in den nächsten 20 Jahren geschieht –, beginnt das Vermögen aufzuholen, und in China werden soziale Probleme auftreten, wie sie bisher stets mit wirtschaftlicher Stagnation verbunden waren.

Das sind sehr düstere Aussichten.

Das finde ich nicht. Es gibt kein allgemeingültiges Gesetz, wonach die Geschichte hier enden muss. Die Kardinalfrage lautet: Kann sich China zu einem Land entwickeln, das in beträchtlichem Umfang eigene Innovationen fördert? Ich sehe keinen Grund, warum das nicht gelingen sollte. Sofern sich China seinen institutionellen Herausforderungen stellt. In dieser Hinsicht unterscheidet es sich kaum von Europa oder den USA.

Welche Herausforderungen wären das?

Zunächst einmal wird ein Bildungssystem benötigt, das den Menschen zu einem breiten, umfassenden Horizont verhilft. Zudem müssen die politischen und wirtschaftlichen Institutionen verbessert werden – zum Beispiel, um der Tendenz zur Überregulierung entgegenzutreten. Außerdem gibt es meiner Ansicht nach zu viele interessenbehafte Institute im Finanzsektor.

Was meinen Sie mit interessen-behafteten Finanzinstituten?

Ich glaube, die Machtkonzentration im Finanzdienstleistungssektor ist zu gross, und der Stellenwert von Beziehungen zu hoch. Einige Leute im Finanzsektor beklagen den Mangel an jungen Unternehmern. Die Risikoscheu der Finanzinstitute macht es für einen Aussenstehenden jedoch schwierig, mit neuen Ideen etwas aufzubauen.

Wie liberal stellen Sie sich eine moderne Gesellschaft denn vor?

Ich rede nicht vom Wildwest-Kapitalismus. Wenn ich Überregulierung erwähne, meine ich zum Beispiel die Anzahl erforderlicher Genehmigungen, die ein Unternehmer für die Gründung einer neuen Firma benötigt. Oder Sozialversicherungsvorschriften für Kleinbetriebe mit 15 Angestellten. Vielleicht sollte eine Erhöhung dieser Zahl auf 30 oder 100 Mitarbeiter erwogen werden.

Aber was halten Sie denn von Vorschriften wie dem Sarbanes-Oxley-Act?

Ich bin kein Anhänger von Sarbanes-Oxley. Was für eine Unternehmenskultur fördert ein System, in dem der CEO mit einer Anklage wegen vernachlässigter Sorgfaltspflicht rechnen muss, nur weil er in einer schwierigen Situation voller Risiken und Ungewissheiten seiner Intuition folgte? Und wie soll ein Unternehmer in der Lage sein, Risiken einzugehen, seiner Intuition zu folgen und den Sprung ins Ungewisse zu wagen, wenn jede seiner Entscheidungen zu einem späteren Zeitpunkt vor Gericht erklärt werden muss? Wir sollten nach einer Kultur streben, die Risikobereitschaft belohnt und Ungewissheit nicht länger mit Gefahr gleichgesetzt – eine Kultur, in der Innovation, Bildung und Vision geschätzt werden. Nur dann haben wir eine Chance, die aktuellen Probleme auch nachhaltig zu lösen. <

Nobelpreis: Kurzfristig und langfristig

Edmund Phelps erhielt den Wirtschaftsnobelpreis 2006 für seine Arbeit über die Beziehung zwischen den kurzfristigen und langfristigen Effekten einer Wirtschaftspolitik, die versucht, Arbeitslosigkeit und Inflationsrate in einem «gesunden» Verhältnis zu halten. In den Fünfziger- und Sechzigerjahren setzte sich die Wirtschaftstheorie durch, wonach zwischen den beiden Faktoren Inflation und Arbeitslosigkeit ein stabiles Verhältnis bestehe – die so genannte Phillips-Kurve. Gemäss der Theorie muss eine Volkswirtschaft – beziehungsweise die Regierung und die Zentralbank des Landes – bereit sein, einen einmaligen Anstieg der Inflationsrate in Kauf zu nehmen, um die Arbeitslosigkeit zu reduzieren.

Phelps stellte diese Theorie durch eine fundamentalere Analyse infrage. Er baute in die Analyse der Entstehung von Preisen und Löhnen den psychologischen Faktor Erwartungen ein und formulierte die Hypothese der erwartungserweiterten Phillips-Kurve.

In seiner Erklärung zur Verleihung des Nobelpreises teilte das Komitee mit: «Deshalb kann die langfristige Arbeitslosenquote nicht durch Inflation beeinflusst werden, sondern allein durch einen intakten Arbeitsmarkt. Daraus folgt, dass die Stabilisierungspolitik nur kurzfristige Schwankungen der

Arbeitslosigkeit zu dämpfen vermag. Phelps zeigte, wie die Möglichkeiten einer zukünftigen Stabilisierungspolitik von den heutigen politischen Entscheidungen abhängen: Eine niedrige Inflationsrate führt demzufolge zu der Erwartung, die Teuerung werde auch in Zukunft gering sein. Dies beeinflusst die künftigen Entscheidungen der Politik.»

Interessanterweise nannte das Nobelpreiskomitee auch Arbeiten von Edmund Phelps, die sich mit der erwünschten Rate der Kapitalbildung befassten. Durch den Verzicht auf Konsum zugunsten von Investitionen, zum Beispiel in Bildung und Forschung, kann die heutige Generation das Wohl der künftigen Generationen verbessern. Phelps' Arbeit beleuchtete die Möglichkeit von Verteilungskonflikten zwischen den Generationen und wies darauf hin, dass alle Generationen unter gewissen Bedingungen von einer veränderten Sparquote profitieren könnten. Zudem leistete Phelps Pionierarbeit bei der Analyse der Bedeutung von Humankapital für die Diffusion neuer Technologien und damit für wirtschaftliches Wachstum.

In den letzten beiden Jahrzehnten widmete Edmund Phelps einen beträchtlichen Teil seiner Zeit der Suche nach Wegen, um die Langzeitarbeitslosigkeit zu reduzieren. **ba**

KLAFS
MY SAUNA AND SPA

DESIGN, QUALITÄT,
KOMPETENZ UND SERVICE
VOM MARKLEADER.



Sauna / Sanarium



Dampfbad



Whirlpool

Klafs Saunabau AG

Oberneuhofstrasse 11
CH-6342 Baar
Telefon 041 760 22 42
Telefax 041 760 25 35
baar@klafs.ch, www.klafs.ch

Weitere Geschäftsstellen in:
Bern, Brig VS, Chur GR, Clarens VD,
Diethikon ZH.

Weitere Informationen erhalten
Sie in unserem kostenlosen
120seitigen Übersichtskatalog.

Name _____

Vorname _____

Strasse _____

PLZ/Ort _____

Telefon _____

E-Mail _____

@propos

People-Power im Internet

Ende 2006 sorgte eine Ausgabe des «Time Magazine» für jede Menge Aufruhr. Im Heft erklärten die Redakteure «Sie» zur «Person des Jahres» und erhitzten damit die Gemüter von Online-Medien und Bloggern – eben genau derjenigen, denen diese Ehrung galt. Zyniker behaupteten, den Redakteuren mangelte es schlicht an würdigen Kandidaten, die man ins Rampenlicht hätte stellen können. Solche Aussagen zeigen jedoch, dass einfach nie weiter als bis zur Titelseite geblättert wurde.

Das Heft widmete sich dem «neuen Web», das von Silicon Valley «Web 2.0» genannt wird. Dabei handelt es sich nicht etwa um die neue Version einer alten Software, sondern um eine Revolution der Art und Weise, wie wir das Internet nutzen. Denn bei Web 2.0 übernehmen User die

Kontrolle: Jeder kann seine persönliche Sicht der Dinge in Form von Worten, Fotos und Videos posten. «Time»-Reporter Lev Grossmann formuliert es am treffendsten: «Es geht um ein völlig neues Gefühl der Gemeinschaft und engen Zusammenarbeit. Das «neue Web» umfasst die kosmische Enzyklopädie Wikipedia, das Volksnetzwerk YouTube und die Online-Metropole MySpace. Das «Volk» entzieht den Einflussreichen erstmals wieder die Macht, man hilft sich ohne Gegenleistung. Dies verändert nicht nur die Welt, sondern auch die Art und Weise, wie die Welt sich ändert.» Laut Hitwise – einer Firma, die 25 Millionen User beobachtet – zeichnete sich dieser Trend zum «Volksmedium» schon 2005 ab. Das mag für echte Computerfreaks stimmen, aber vielen von uns (mich einge-

schlossen), die auf Mainstream-Medien zurückgreifen, offenbart sich diese Migration erst jetzt. Mit all ihren Vor- und Nachteilen; Grossman bringt es auch hier auf den Punkt: «Web 2.0 macht sich die Dummheit und Klugheit der Massen zu Nutze. Einige Kommentare bei YouTube lassen uns schon wegen der Rechtschreibung um die Zukunft der Menschheit bangen – von Obszönitäten und blankem Hass mal ganz abgesehen. Aber genau das macht es so interessant. Web 2.0 ist ein gewaltiges soziales Experiment und wie jedes Experiment einen Versuch wert.»

Nun liegt es wohl an uns zu entscheiden, ob wir lediglich Nachrichten konsumieren, die nur unseren eigenen Ansichten entsprechen, oder ob wir uns ein Bild von der echten Welt verschaffen wollen.

michele.bodmer@credit-suisse.com



credit-suisse.com/infocus

Online-Forum: Sicherheit im Internet

Das Internet hat sich längst zu einem globalen Tummelplatz für mehrere hundert Millionen Surfer entwickelt. Aus dem realen Leben weiss man: Wo sich viele Menschen ansammeln, sind die Betrüger, Diebe und Hochstapler nicht weit. Leider hat sich diese Erkenntnis in der virtuellen Welt noch nicht überall durchgesetzt. Immer wieder stösst man auf User, die sich im Internet erstaunlich leichtsinnig verhalten. So käme es wohl den wenigsten in den Sinn, ihr Haus zu verlassen, ohne es vorher abzuschliessen. Im Internet surfen jedoch immer noch viele ohne Firewall oder Virenschutz. Genauso würden die wenigsten User einem Unbekannten, den sie auf der Strasse treffen, ihren Bankomat-Code anvertrauen. Im Internet legen sie jedoch oftmals nicht halb so viel Misstrauen an den Tag, wenn sie ein Phishing-Mail erhalten.

Umso wichtiger ist es, die User für solcherlei Gefahren zu sensibilisieren. Auch die Credit Suisse möchte hier ihren Beitrag leisten, schliesslich ist das Internet in den letzten zehn Jahren für die Banken zu einem wichtigen Vertriebskanal geworden. Und

eine möglichst hohe Sicherheit im Online-Banking erreicht man nur dann, wenn auch der PC des Endbenutzers so gut wie möglich abgesichert ist. Grund genug für In Focus, das Online-Magazin der Credit Suisse, ein Forum zum Thema Internetsicherheit zu organisieren. Ausgewiesene Experten beantworten alle möglichen Fragen – von Viren, Spam oder Hackern bis Phishing.

Das Vorgehen ist einfach: Unter www.credit-suisse.com/sicherheit geben Sie Ihre Frage ein. Die Fragen werden zeitlich verzögert beantwortet. Sobald die Antwort eingetroffen ist, werden die Fragesteller per E-Mail benachrichtigt. Gleichzeitig werden Frage und Antwort im Internet veröffentlicht (ohne Angabe der E-Mail-Adresse).

Das Forum startet am 3. September und ist während dreier Wochen online. [ath](#)

Im Forum erfahren Sie alles über Hacker, Phishing, Spam oder Viren.



Sie finden mehr unter www.credit-suisse.com/infocus.

Das Online-Magazin der Credit Suisse

In Focus

www.credit-suisse.com/infocus

«In Focus» informiert über aktuelle Trends in Wirtschaft, Finanz, Gesellschaft, Kultur und Sport – mit fundierten Analysen, Interviews und Reportagen. Abonnieren Sie unseren kostenlosen Newsletter, und Sie sind immer up to date. Der Newsletter erscheint wöchentlich auf Deutsch, Englisch und Französisch.



Wirtschaft Unser Redaktionsteam porträtiert regelmässig innovative Unternehmen, führt Interviews mit ausgewiesenen Wirtschaftsexperten und stellt aktuelle Studien des Credit Suisse Research vor.



Finanz Analysten der Credit Suisse liefern Einschätzungen der wichtigsten Firmen, Branchen und Märkte, geben Tipps für ein optimales Wealth Management und informieren über neue Produkte.



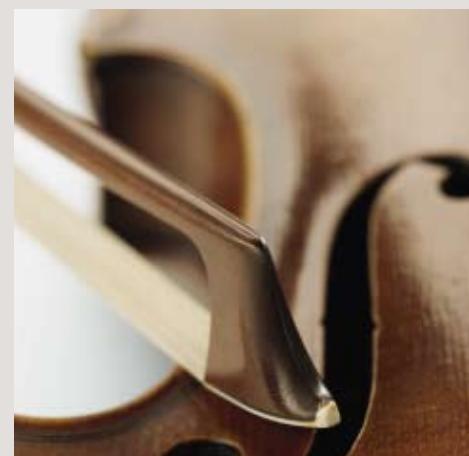
Kultur Die Kulturberichterstattung von «In Focus» ist ebenso facettenreich wie das Engagement der Credit Suisse. Die Palette reicht von Kunst über Kino und klassische Musik bis hin zu Jazz und Pop.



Fussball Die Credit Suisse ist seit knapp 13 Jahren Hauptsponsor der Schweizer Fussballnationalmannschaft – und «In Focus» seit gut drei Jahren die offizielle Informationsplattform zum Spiel mit dem runden Leder.



Formel 1 «In Focus» wirft einen Blick hinter die Kulissen des Rennsports: Rennanalysen, Audio-Interviews, Bildergalerien und Reportagen rund ums BMW Sauber F1 Team halten Motorsportfans auf dem Laufenden.



Wettbewerbe Ein Notebook? Ein Konzertbesuch? Ein Fussballticket? Oder ein exklusiver Abstecher in den Formel-1-Paddock? «In Focus» verlost regelmäßig attraktive Preise. Vorbeischauen lohnt sich.



Sie denken an
Lebenswerk.

**Wir auch an
Nachfolge-
planung.**

**Beste Privatbank
für Unternehmer
im Schweizer
Markt.**

Auszeichnung von
Euromoney 2007.

Sie möchten Ihr Lebenswerk in verantwortungsvolle Hände legen. Die Credit Suisse begleitet Sie vor, während und nach der Übergabe an die nächste Generation. Mit umfassender Beratung in allen Belangen der Nachfolge zur langfristigen Erhaltung Ihrer Familien- und Unternehmenswerte.

www.credit-suisse.com

Neue Perspektiven. Für Sie.

CREDIT SUISSE