

BULLETIN 6

www.credit-suisse.ch/bulletin

PRIVATE VORSORGE
HILF DIR SELBST, SO
HILFT DIR DIE BANK

EURO-SERIE
SCHRITT UM SCHRITT
ZUR WÄHRUNG 2002

E-BUSINESS
TIPPS UND TRICKS FÜR DEN
INTERNET-AUFTRITT

DIE ELTERN DES JUGENDLICHSWAHNS FEIERN DAS

ALTER



BANKANGESTELLTE IM UNRUHESTAND: MIT SCHWUNG UND
BEWEGLICHKEIT WIRD PHYSISCHER MEHRWERT ERARBEITET.
BANK LEU, SENIORENTURNEN, STETTIBACH ZH, 10.55 UHR.

SCHWERPUNKT: «ALTER»



Lachsrosa Seidenunterröcke gegen Angst vor Alter, Zerfall und Tod

Berta war alt. Fotos zeigen eine dicke, grosse Frau in langen schwarzen Kleidern. In ihrem Gesicht mit breiten Backenknochen, behaupteten sinnliche volle Lippen, Berta sei einmal schön gewesen. Berta war nie schön. Aber ihre grau-grünen Augen sorgten für Aufmerksamkeit. Ständig war in diesen Augen Lust, Ablehnung, Trauer und meistens herzliches Lachen auszumachen. An Bertas Augen kam keiner vorbei.

Wenn Berta Wäsche hatte, hingen riesige lachsrosa Seidenunterröcke an der Leine hinter ihrem Haus. Wenn Berta aufstand, duftete ihr Haus schnell einmal nach süsslichem Parfüm. Das Parfüm hiess «Je reviens», und Berta hatte es in Paris gekauft.

Berta lachte über Dinge, die in meinem Kinderleben Tragödien waren und machte mich trotzdem nie klein. Mit Berta war ich das erste Mal im Theater, mit Berta und ihren exotischen Gästen habe ich die erste Nacht meines Lebens durchgefeiert. Unter den Bäumen in ihrem Garten bin ich mit Berta – unendlich aufgeregt und unendlich sicher – durch die

Welt gereist. Berta ist seit über dreissig Jahren tot. Berta hat gelebt wie die Glücklichen der Generation 60plus. Ihr etwas steifnackiger Ehemann war früh gestorben, ihre fünf Kinder erwachsen, und Berta nahm sich im Alter die Freiheit, ihre Vorstellung von Leben nicht nur als Unterrock zu tragen.

Im Gegensatz zur heutigen Generation 60plus war Berta frei vom Zwang, ewig jung zu bleiben. Die jungen Alten im Jahr 2000 haben vor 30 Jahren das Jugendlichkeits-Dogma kreiert und viele von ihnen sitzen jetzt, zu Jugendlichkeit verdammt, auf ihren fetten Renten und zittern vor dem drohenden Alter. Alter heisst für sie physischer und psychischer Zerfall, totale Entwertung in einer juvenilen Welt. Alter heisst Angst vor dem Tod.

Berta hatte trotz körperlicher Beschwerden, trotz drohendem Tod, ihren Spass. Und wenn mir die Angst vor Alter, Zerfall und Tod im Nacken sitzt, sehe ich Bertas lachsrosa Seidenunterröcke an der Leine hängen und bin unendlich aufgeregt und unendlich sicher.

ROSMARIE GERBER, REDAKTION BULLETIN



Leu FundsStar – der Fondsverwaltungsauftrag der Bank Leu

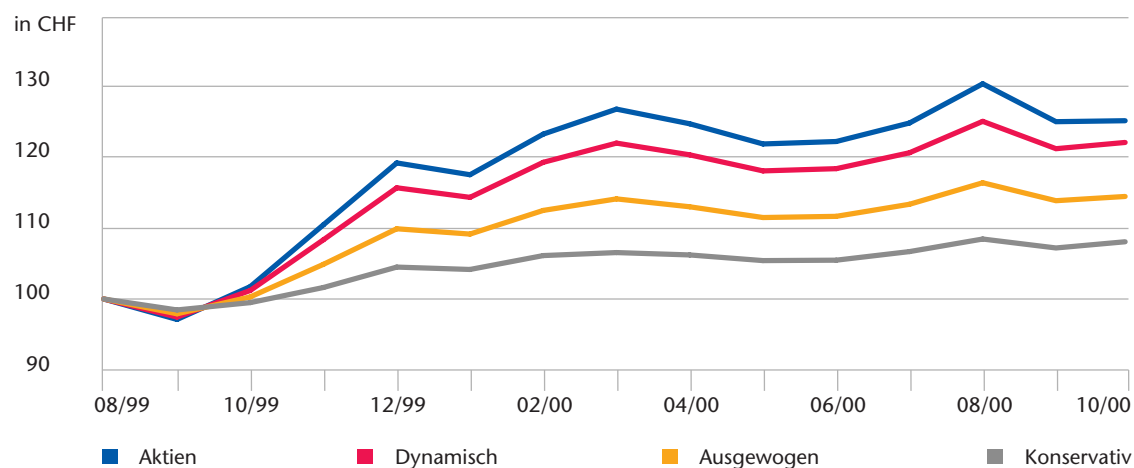
Klassentreffen der weltbesten Fondsmanager

- Professionelle Vermögensverwaltung
- Auswahl aus den weltweit besten Anlagefonds
- Attraktive Konditionen

Mit Leu FundsStar profitieren Sie gleichzeitig von optimaler Diversifikation und überdurchschnittlicher Performance! Sie wählen eine Ihrem Risikoprofil entsprechende Anlagestrategie, welche die Bank Leu mit einer Auswahl der weltweit besten Anlagefonds zusammenstellt. Ihr Vermögen wird danach im Rahmen der bewährten Anlagestrategie der Bank Leu laufend überwacht und den aktuellen Gegebenheiten auf den internationalen Geld- und Kapitalmärkten angepasst.

Weitere Informationen zum cleveren Anlageinstrument der Bank Leu für Anlagen ab CHF 100 000.– finden Sie unter www.leu.com

Performance Leu FundsStar CHF



Interessiert? Wir freuen uns über Ihre Kontaktaufnahme.

Telefon 01 219 21 00
FundsStar.mail@leu.com



SCHWERPUNKT: «ALTER»

- 6 **Gewinner** | Eine Generation im Rentner-Wunderland
- 12 **Verlierer** | Arm, alt und vor der Zeit tot
- 16 **Alter anderswo** | Langlebigkeitsfeiern und Selbstmord
- 20 **Private Vorsorge** | Ticket ins Fünfsterne-Rentnerleben
- 24 **Jedem seinen Tod** | Eine Geschichte von Ruth Schweikert

AKTUELL

- 28 **Bankgeheimnis** | Oswald J. Grübel, CEO Private Banking
- 33 **youtrade** | Mit Nokia im Börsenfieber
- Pan-europäischer Investmentservice** | msn
- Business feminin** | Top-Anlegerinnen im Netz

ECONOMIC RESEARCH

- 34 **Branchen im Jahr 2001** | Schwarzes Gold bremst
- 38 **Steuern** | Europas Werktätige werden zur Kasse gebeten
- 41 **Unsere Prognosen zur Konjunktur**
- 42 **Fette Performance** | Portfolios schlagen Einzelmarkt
- 44 **Euro** | Countdown  **NEUE SERIE** 
- 49 **Unsere Prognosen zu den Finanzmärkten**

E-BUSINESS

- 50 **Finanzportal** | Markus Gisler über Erfolg im Netz
- 54 **Internet-Auftritt** | Marktvorteile und neue Kunden
- 57 **@propos** | Slurp und Statistiken

SERVICE

- 58 **Swisscard AECS** | Künftig nur noch Plastikkarten?

SPONSORING

- 62 **Jazz** | All Blues sorgt für volle Häuser
- 65 **Agenda**

CARTE BLANCHE

- 66 **Ethik vor und für Gewinnsteigerung** | Rolf Aeberli

6

Sun, Fun und immer auf Achse:
Die jungen Alten sind kaum zu bremsen.

28

Oswald J. Grübel: «Noch nie zuvor hatten Kunden
einen besseren Private Banking Service.»

34

Prognosen für 2001: Die Industrie gerät unter
Druck, die Dienstleister prosperieren.

Unternehmen,
Anlegerinnen,
Konsumenten:
Der Euro rollt an.

44

62

Trouble Shooter, Manager und Ansager:
Johannes Vogel, All Blues Konzert GmbH.



DAS ALTER GEHÖRT – QUER DURCH DEN GLOBUS – DEN WITWEN. Männer haben eine beachtlich niedrigere Lebenserwartung, aber bessere Chancen, auch in fortgeschrittenem Alter neue Partnerschaften einzugehen. **DAS FRÜHERE ABLEBEN** der Herren der Schöpfung erklärt der Zürcher Soziologe François Höpflinger unter anderem mit höheren Unfallquoten und Selbstmordraten bis zum vierzigsten Lebensjahr. Gleichzeitig fördern immunbiologische und hormonale Gegebenheiten die Langlebigkeit der Frauen. Die Lebenserwartung beider Geschlechter ist allerdings stark an **REGIONALE UMSTÄNDE** gekoppelt:

DURCHSCHNITTliche LEBENSERWARTUNG 1996

	Männer	Frauen	Verwitwet im Alter 60 +		Frauenanteil bei den 75-Jährigen	
	In Jahren		Männer	Frauen	1996	2025
Schweiz	75	81	12 %	38 %	65 %	59 %
Frankreich	74	82	14 %	46 %	65 %	60 %
Uganda	40	41	11 %	53 %	48 %	62 %
USA	73	79	11 %	42 %	64 %	58 %
Japan	77	83	10 %	44 %	64 %	60 %

GEWINNER: DIE ALTEN

Die Gewinner-Generation 60plus sitzt auf dem grossen Geld, arbeitet nicht mehr, geniesst ausgiebig, lebt ewig und bietet trotzdem wenig Angriffsfläche für den Generationenkrieg.

VON ROSMARIE GERBER, REDAKTION BULLETIN



«Im Durchschnitt», schreibt der Tages-Anzeiger, «sitzt der Teil der Bevölkerung, der gerade die Schwelle des AHV-Alters überschritten hat, **AUF EINEM VERMÖGEN VON 180 000 FRANKEN**, im Kanton Zürich sind es gegen 700 000 Franken. Zwei Millionen Käuferinnen und Käufer über 50, ergänzt eine Studie, durchgeführt von der IHA Hergiswil (LU), bringen 1,3 Milliarden Franken jährlich in Umlauf. Die IHA schreibt über die 50- bis 74-Jährigen: «Sie sind **KONSUM- UND AUSGABENORIENTIERT** und nicht mehr darauf aus, ihren Nachkommen durch eigenen Konsumverzicht ein möglichst grosses Erbe zu hinterlassen. Das bestätigt auch eine Untersuchung der Deutschen Genossenschafts-Hypothekenbank, publiziert im Herbst 1999. Die späten Erben der Generation 50plus, ortet das Papier, seien kurz vor dem Rentenalter dabei, den deutschen Immobilienmarkt aufzumischen. Die jungen Alten, hat das Geldinstitut errechnet, würden **IN DEN NÄCHSTEN 15 JAHREN 70 MILLIARDEN D-MARK** für eigenen Wohnraum in Umlauf bringen. Kein Wunder, dass Bentley juvenile Fans der Luxuskarosse per Inserat warnt: «Don't even think about it, young man. Just turn the page.»

Sie sind über 60, körperlich und geistig fit, stapeln Monat um Monat ihre staatlichen Altersrenten auf ihre stattlichen Pensionskassenzahlungen und sitzen bequem auf satten Vermögen (siehe Kasten). Ein grosser Teil der jungen Rentnerinnen und Rentner haben die Boomjahre voll ausgekostet und die Wirtschaftskrise weitgehend unbeschadet überstanden. Und während diese 15 Prozent der Bevölkerung ihren Ruhestand aus dem Vollen geniessen, fürchten sich die Werktätigen vor der Rentenfrage und dem Kollaps des Gesundheitssystems bei steigender Vergreisung. Bedenken und Ängste werden statistisch gestützt: Im Jahr 2010 wird ein Fünftel der Schweizer Bevölkerung Anspruch auf Ruhestandsgelder erheben können. Gleichzeitig wird die AHV einen Fehlbetrag von 4,7 Milliarden Franken abzudecken haben. Kein Wunder also, dass der sozialdemokratische Chef der eidgenössischen Finanzverwaltung, Peter Siegenthaler, die Wirtschaft wegen der immer früher angesetzten Altersguillotine für Arbeitnehmer und Arbeitnehmerinnen ins Gebet nimmt, derweil sich seine Partei für die Herabsetzung des Rentenalters stark macht. Siegenthaler betont: «Ich bin überzeugt, dass die Zeit kommen wird, wo wir aus rein ökonomischen Überlegungen auf die älteren Arbeitnehmer zurückgreifen müssen.»

Jagd auf Pandabären

Die – vorläufig noch – komfortable Überalterung der Gesellschaft ist kein spezifisch schweizerisches Phänomen. Aber während in den USA die unterschiedlichsten Wirtschaftszweige die konsumfreudigen Senioren fröhlich zur Kasse bitten, wird in Westeuropa diese attraktive Konsumentengruppe gerade erst zaghaft entdeckt. Und medial wird gleichzeitig zum Generationenkrieg gerüstet:

In Italien etwa hat das römische Sozialforschungsinstitut Cnel für das Jahr 2045 einen dreifachen Geldbedarf für die staatlichen Pensionskassen errechnet. Prompt schob sich Giuliano da Empoli, ein 23-jähri-

ger Jurastudent, mit einem 130-seitigen Pamphlet in die Medien und Talkshows. Wer über 40 sei, behauptete da Empoli, sei in Italien so gut geschützt «wie die Pandas im Himalaja». Und blies prompt zur «Jagd auf Italiens Pandabären».

Der italienische Scharfmacher steht nicht allein. Auch der deutsche Sozialwissenschaftler Reimer Gronnemeyer malt in seinem Buch «Die Entfernung vom Wolfsrudel» das Zusammenleben der Generationen in düsteren Farben und konstatiert: «Die Alten werden den Jungen künftig eher als gierige Greise, als unersättliche Parasiten erscheinen.»

Und der britische Wirtschaftsexperte und frühere Herausgeber des Renommierblattes «The Independent», Paul Wallace, prophezeit in seinem Buch «Altersbeben» für dieses Jahrhundert den «längsten und tiefgreifendsten Baissemarkt der Geschichte», weil die neuen Alten ihre Ersparnisse und Anlagen für einen fröhlichen Ruhestand flüssig machen.

Kein Konflikt zwischen Jung und Alt

Während im europäischen Umland die Aggressionen wider die Senioren und Seniorinnen angeheizt werden, erweist sich die Schweiz einmal mehr als Insel der Seligen. «Der Generationenkonflikt», meint der Zürcher Soziologe Professor François Höpflinger, «findet höchstens auf abstrakter Ebene statt. Das Gegenteil ist real: Nachdem immer mehr Rentnerinnen und Rentner autonom leben, hat sich die Beziehung zwischen den Generationen erfreulich entkrampft.» François Höpflinger muss es wissen, er hat als Leiter des Nationalen Forschungsprogramms NFP 32 die Expertengruppe präsidiert, die unlängst Gesundheit, materielles Befinden

und soziale Vernetzung der Senioren in der Schweiz minutiös untersucht hat. Sein Basler Kollege, der Privatdozent Ueli Mäder, urteilt um einiges schärfer: «Wer die Rentner-Generation mit Schmarotzer-Thesen überzieht, betreibt einen künstlichen Umverteilungskampf.»

Beim Umverteilungskampf um den knappen Wohnraum dürfte die Rentner-Generation allerdings eine wesentliche Rolle spielen. 1990 waren gerade vier Prozent der 65- bis 79-Jährigen und weniger als ein Viertel der über 80-Jährigen in einem Alters- und Pflegeheim untergebracht. 1996 lebte in jedem vierten Schweizer Haushalt eine Person im Rentenalter.

Viel Familie und noch mehr Freunde

Während die älteren Herren für Betreuung, Gesellschaft und gemeinsamen Genuss im Alter oft neue Partnerschaften eingehen (siehe Kasten), leben viele ältere Frauen allein, aber nicht einsam. Entgegen allen Unkenrufen spielen die Beziehungen zur Familie. 70 Prozent aller Betagten, belegt die NFP 32-Studie, sehen mindestens einmal in der Woche eines ihrer Kinder und pflegen rege Kontakte zu ihren Enkelkindern. Dabei haben gerade die jungen Alten in gutbürgerlichen Verhältnissen der übernächsten Generation einiges zu bieten: Man treibt gemeinsam Sport, besucht kulturelle Anlässe und verbringt die Ferien in den Alpen oder am Roten Meer.

Aber der Ruhestand wird nicht nur im Familienkreis gefeiert. Die mobilen älteren Herrschaften pflegen ihre sozialen Beziehungen: Zwischen 1979 und 1994 sank in Genf der Anteil der Senioren und Seniorinnen ohne enge Freunde von 37 auf 19 Prozent. Eine Untersuchung in der Stadt Zürich machte 1997 nur gerade zehn



Ueli Mäder

«Wer die Alten mies macht, beschimpft seinen eigenen Schatten.»



Während die Vermögen der jungen Alten stetig wachsen, bleiben sozialer Status und politische Überzeugungen stabil. François Höpflinger: «**EIN ERFÜLLTES ALTER** ist in erster Linie bildungsabhängig, in zweiter Linie von den verfügbaren finanziellen Mitteln geprägt.» Darüber hinaus gibt der Zürcher Soziologe Rentnerinnen und Rentnern aus dem **GEISTES-WISSENSCHAFTLICHEN BEREICH BESSERE CHANCEN**: «Technisches Wissen veraltet schnell, soziale Kompetenzen werden durch Erfahrungen aufgewertet.» Wo sich allerdings die Generation 60plus zu später Weiterbildung versammelt, sitzt immer auch bürgerlicher Wohlstand. 58,4 Prozent der Hörer an der Seniorenuniversität Zürich verfügen über **EINKOMMEN ÜBER 8000 FRANKEN IM MONAT**, 32,8 Prozent der Hörerinnen leben mit Partnern, die mehr als 8000 Franken monatlich einnehmen.



François Höpfinger

«Würden alle Rentner emigrieren,
hätten wir die schönst mögliche
Wirtschaftskrise.»

Prozent der über 70-jährigen Einwohner und Einwohnerinnen aus, die isoliert vor sich hin lebten. Und ein Grossteil dieser zehn Prozent (siehe Seite 13) dürfte ökonomisch zu den Verlierern der Gewinner-Generation gehören. Wer über finanzielle Mittel verfügt, pflegt gemeinsam mit andern seine Hobbys, bildet sich weiter, reist und lässt es sich gut gehen.

Die Senioren sind nicht nur körperlich leistungsfähig, schliesslich haben viele von ihnen Sport getrieben, sie sind auch gut drauf. Das Genfer Centre Interfacultaire de Gérontologie untersuchte die psychische Befindlichkeit bei Genfer und Walliser AHV-Rentnerinnen und stellte fest, dass zwischen 1979 und 1994 depressive Symptome eindeutig zurückgingen. François Höpfinger: «Das war die grosse Überraschung unserer Studie. Das gesundheitliche und das psychische Wohlbefinden der Rentnergeneration ist weitgehend gut. Die psychische Befindlichkeit der Bevölkerung zwischen 20 und 40 ist erheblich schlechter als diejenige der Alten.»

«Parasiten» arbeiten für Gotteslohn

Mit etwa 79 Jahren, relativiert Höpfinger, werde die Sonnenexistenz der neuen Alten allerdings oft durch ernsthafte gesundheitliche Beschwerden gestört. Sozialwissenschaftler Grönnemeyers «unersättliche Parasiten» sind allerdings während der zehn bis zwanzig unbelasteten Jahre ausserhalb der Lohnarbeit nicht nur mit Konsum und Abzockerei befasst. Im Gegenteil: Das Forschungsinstitut für Verbands- und Genossenschaft-Management an der Universität Freiburg hat 20 Millionen Stunden freiwillige Arbeit von Rentnerinnen und Rentnern errechnet und dafür einen jährlichen Gegenwert von 350 Millionen Franken eingesetzt. Die Seniorinnen und Seni-

oren schliessen bei Kommunen, Kirchen und Altersheimen Betreuungslücken, die mit der knappen Personaldecke unserer Zeit sonst kaum zu bewältigen wären. Sie verdingen sich nicht nur als Leih-Opas, sie, mutmassen Fachleute, sind auch durchaus ein Teil der stetig wachsenden Schattenwirtschaft. Da wird eine Buchhaltung gegen geringes Entgelt geführt, dort ein Haus umgebaut oder in einer Galerie ausgeholfen. Die jungen Alten setzen Wissen und Arbeitskraft ein, wo es Spass macht und etwas Geld bringt.

Oder sie sorgen, sorgfältig organisiert, für einen Wissenstransfer von den Teppichetagen der Multinationals in die Hinterzimmer der Klein- und Jungunternehmer. 250 ehemalige Führungskräfte der Wirtschaft haben sich bei Adlatus (Detailbericht Bulletin Online) zusammengeschlossen. Für achtzig bis 120 Franken pro Stunde helfen sie Kleinstunternehmen aus der Klemme und assistieren Gründerinnen und Gründern beim Start. Adlatus rückt mit einem hochkarätigen Team an, wenn personelle und ökonomische Probleme mittlere Betriebe turbulieren. Hansruedi Renfer, Regionalleiter Bern, früher Leiter des Rechtsdienstes der Volksbank: «Adlatus versorgt uns mit interessanten Problemen und bereichert unser Beziehungs-



JÖRG RUEGG, HANSRUEDI RENFER
ADLATUS, WWW.ADLATUS.CH

netz. Aber eines ist klar: Wir nehmen nur Personen auf, die hohe Sachkompetenz haben, körperlich und geistig fit sind.» Sein Kollege Jörg Ruegg aus Zürich, bis vor kurzem als Manager und Unternehmensberater beschäftigt: «Wir sind nicht auf Umsatz aus, wir wollen die Probleme unserer Kunden effizient lösen.»

Die neuen Alten verdienen sich nicht nur bei Beziehungspflege und sozialem Engagement das Himmelreich, sie sichern darüber hinaus als Konsumentinnen und Konsumenten die Arbeitsplätze der Beschäftigten, denen die Angst vor der Rentenfälle den Schlaf stört. Und an der Ladentisch- und Dienstleistungsfront zeigen sie beachtliche Ausdauer und sorgen als Zielgruppe für Verwirrung. Ihr komfortables Befinden verlangt nicht nach vergreisten Produkten. Sie bestätigen Höpfingers These: «Nach vierzig verändert sich die Persönlichkeit nicht mehr wesentlich.» Sie haben Sinn für Luxus und verdrängen jeden Gedanken an physischen Zerfall. Kein Wunder, dass Reisebüros und Autohändler keine spezifischen Werbestrategien für dieses Publikum ausarbeiten. Kein Wunder, dass Marketing-Fachleute und Werber verbissen die Generation 50plus zitieren. «Für uns», sagt die Sprecherin der Kuoni AG, «sind die jungen Rentnerinnen und Rentner gute und sehr geschätzte Kunden.» Und das Marktforschungsinstitut IHA belegt in seiner Studie (siehe Kasten): «Zwischen 45- und 65-Jährige fühlen sich im Durchschnitt um 14 Jahre jünger. Diese Diskrepanz steigt mit zunehmendem Alter und ist am grössten bei Personen mit hohem sozialem Status und guter Bildung.» Die juvenilen Alten, das haben US-Produzenten längst erkannt, verlangen aber trotzdem sanfte Hilfestellung. Paco Underhill, der Erfinder der Science of Shopping, rät jedem, der keinen kommerziellen Selbstmord plane, Produkteinformationen in grösserer Schrift zu drucken und Gelb und Gold zu meiden, weil diese Farben in «alten» Augen mit andern Tönen verschwimmen.



Zwei Millionen Käuferinnen und Käufer der Generation 50plus bringen jährlich 1,3 Milliarden Franken in Umlauf (siehe Kasten Seite 8). 10,3 Prozent der Schweizer Bevölkerung und 16 Prozent der AHV-Rentnerinnen und -Rentner spielen bei diesem Konsum-Happening nicht mit: **SIE SIND ARM**. Eruiert wurden diese Zahlen im Rahmen des Nationalen Forschungsprogrammes 29 unter der Leitung von Professor Robert E. Leu vom Volkswirtschaftlichen Institut der Universität Bern. **ARM SIND VORWEG ALLEIN LEBENDE FRAUEN, IMMIGRANTEN UND IMMIGRANTINNEN**. Aber nur 10,7 Prozent der Betroffenen, die in kläglichen Verhältnissen leben, nehmen Ergänzungsleistungen in Anspruch. Sie sind dürftig informiert und fürchten den Gang zu den Ämtern. Die Studie «Lebensqualität und Armut in der Schweiz» vermerkt 1997 lakonisch: «Der Anteil der Personen, die ihren **GESUNDHEITZUSTAND ALS NICHT BESONDERS GUT** bezeichnen, ist bei Einkommen bis 1600 Franken überdurchschnittlich gross, bei Älteren erwartungsgemäss noch grösser.»

DIE VERLIERER

Über 100 000 Rentnerinnen und Rentner sind arm. Sie sind krank statt agil, einsam statt gesellig und sterben früher als der glückliche Rest ihrer Generation.

**VON ROSMARIE GERBER,
REDAKTION BULLETIN**

«Die Gesellschaft kümmert sich um den Einzelnen nur in dem Mass, in dem er ihr etwas einbringt. Die Jungen wissen das. Ihre Angst in dem Augenblick, in dem sie in das soziale Leben eintreten, entspricht genau der Angst der Alten in dem Augenblick, da sie aus dem sozialen Leben ausgeschlossen werden», schreibt Simone de Beauvoir 1970 in ihrem Essay «La Vieillesse». Simone de Beauvoir beschuldigt die moderne Industriegesellschaft die Würde des Alters grundsätzlich zu ignorieren. Drei Jahrzehnte später greift das Pamphlet der Prix-Goncourt-Trägerin schon deshalb in der Schweiz nicht mehr, weil sich die Alten nicht mehr als Versammlung würdevoller Greisinnen und Greise definieren (siehe Seite 6 ff.). Und Simone de Beauvoir liegt auch falsch, wenn sie den Eintritt ins Erwerbsleben mit sozialer Akzeptanz gleichsetzt.

Einmal unten, immer unten

Die Verlierer und Verliererinnen der Gewinner-Generation 60plus haben auch als Werk­tätige nur spärlich vom wachsenden Wohlstand der Nachkriegsjahre profitiert. Ihre Existenz war schon immer am Rand der Konsum- und Bildungsgesellschaft angesiedelt. Arm und alt sind vorweg allein stehende Frauen, die, durch mangelnde Qualifikation oder unterschiedliche Betreuungspflichten behindert, zu wenig Geld verdienen, um in Pensionskassen inte-

griert zu werden. Dazu kommen Einwanderer und Einwanderinnen, die mit Hilfs- oder Gelegenheitsarbeit auch während ihres Erwerbslebens gerade knapp über die Runden kommen konnten. Immerhin sind, nach einer Studie des Nationalfonds, 117 000 Frauen und Männer der Generation 60plus arm. Und 16 Prozent aller Rentnerinnen und Rentner nehmen weniger als 2100 Franken pro Monat ein und könnten deshalb Ergänzungsleistungen beanspruchen (siehe Kasten Seite 12).

«Für Rentner relativ gut gesorgt»


Die Zahlen für die nationale Armutsstudie wurden 1992 erhoben. Kurz danach wurde die Schweiz von der grössten Wirtschaftskrise seit den Dreissigern tüchtig durchgeschüttelt. Schon 1997 – als die Erhebung publik gemacht wurde – meldeten die Praktiker des Sozialwesens sanfte Kritik an, hielten die Zahlen für allzu optimistisch. Die Sozialdienste verschiedener Städte und Kommunen registrierten eine gesteigerte Nachfrage nach Unterstützungsleistungen. Sie sorgten sich dabei nicht in erster Linie um verarmte Alte. Sie sahen sich vielmehr mit einer wachsenden Zahl ausgesteuerter Arbeitslosen und Working Poors konfrontiert. Zur gleichen Zeit fürchtete Hugo Fasel, Nationalrat und Präsident des Christlich-nationalen Gewerkschaftsbundes, die vorzeitige Verdrängung älterer Frauen aus schlecht bezahlten Jobs in Gaststätten, Spitälern und dem Reinigungsgewerbe. Fasel mutmasste die Degradierung der Betroffenen zu Gelegenheitsarbeiterinnen

ohne soziale Absicherung. Er prophezeite eine neue Form von Verelendung im Alter. Robert E. Leu, Leiter des Nationalen Forschungsprogrammes «Lebensqualität und Armut in der Schweiz», Professor am volkswirtschaftlichen Institut der Universität Bern, liess sich von solchen Bedenken aus dem Alltag der Armutsverwalter nicht irremachen: «Für Rentner ist heute relativ gut gesorgt.» Neuere Zahlen, die Leus Studie allfälliger Schönfärberei überführen oder Fasels Szenario bestätigen könnten, liegen bis heute nicht vor.

Ende 1997 bestätigten dagegen die OECD-Armutsquoten der Generation 65plus den Berner Volkswirtschaftler. Während Grossbritannien und die Vereinigten Staaten mit 30,5 und 22,7 Prozent verarmten Alten die Verelendungsliste anführten, schnitten die Niederlande und Schweden mit 4,4 und 6,4 Prozent gut ab. Die Schweiz und Deutschland rangierten im unteren Mittelfeld.

Arme sterben früh

Die gute Position der Schweiz innerhalb der internationalen Armuts-Hitparade ändert wenig an den Problemen einkommensschwacher Rentnerinnen und Rentner. Die Schweiz hat, laut Fischer Almanach 1999, von allen OECD-Staaten das höchste Bruttoinlandprodukt. Aber, so der Basler Soziologe Ueli Mäder: «Die Ungleichheit von Einkommen und Vermögen nimmt auch bei uns zu. Das ärmste Fünftel der Haushalte erzielt 5,2 Prozent des gesamten Einkommens, das oberste Fünftel 44,6



SOZIALE ISOLATION UND Knappe FINANZEN ZERBRÖSELN DEN LEBENSWILLEN ALLEINSTEHENDER FRAUEN DER GENERATION 60 PLUS.

Prozent.» Die Fakten, die Ueli Mäder in seinem Buch «Für eine solidarische Gesellschaft» als Grundlage für die Suche nach neuen gesellschaftlichen Modellen dienen, kommentiert sein Zürcher Kollege trocken. François Höpflinger, Professor an der Universität Zürich und Leiter der Nationalfondsstudie «Das Alter»: «Mit zunehmendem Alter gewinnt die Schichtzugehörigkeit an Gewicht. Die Gesundheit der Unterschicht ist belasteter als die des Mittelstandes und der Oberschicht. Viele leiden an Depressionen und haben kaum die Möglichkeit, ihre Situation zu verbessern. Rentnerinnen und Rentner, denen es wirklich schlecht geht, sterben früher und begehen gelegentlich sogar Selbstmord.»

19 Prozent bleiben arm

Das Leben auf der Schattenseite, das François Höpflinger zeichnet, winkt einem schönen Teil der knappen Million Gastarbeiterinnen und Gastarbeiter, die mit einer Niederlassungsbewilligung in der Schweiz leben. Die Italiener und Spanier, die erste Generation der Einwanderer, rutschen allmählich ins Rentenalter. Sie haben während der Hochkonjunktur die körperlich anstrengende Arbeit in Küchen, Spitälern, Fabriken, Lagerhallen und auf Baustellen übernommen. Nun sind sie alt, zerschlagen von ihren Jobs, überdurchschnittlich oft krank, und denken nicht daran, den Ruhestand in ihrer Heimat zu erleben. Viele von ihnen haben mit ihren Familien in der Schweiz gelebt; 85 Prozent der älteren Immigranten haben Kinder, die in ihrer Nähe wohnen.

Das Institut de Sociologie et d'Anthropologie der Universität Lausanne hat italienische und spanische Einwanderer im Alter zwischen 55 und 64 in den Kantonen Basel-Stadt und Genf nach ihren Zukunftsplänen gefragt. Zwölf Prozent der Betroffenen waren bereits im Vorrentenalter auf Zahlungen der Invalidenversicherung angewiesen. Zwar konstatieren die Wissenschaftler: «Für viele Immigrierte bedeutet das Rentenalter die Befreiung von einer Beschäftigung, die ihnen nur als Mittel zur Sicherung des Lebensunterhaltes diente.» Die Freude der Femdarbeiterinnen und Fremdarbeiter dürfte bald verebben. Die Armutsstudie bringt es auf den Punkt: «Das Armutsrisiko der über 60-jährigen Ausländerinnen und Ausländer ist doppelt so hoch als dasjenige gleichaltriger Schweizer und Schweizerinnen.» Während acht Prozent der einheimischen Rentner ihren Lebensunterhalt nur dürftig bestreiten können, sind genau 19 Prozent der pensionierten Fremdarbeiter und -arbeiterinnen arm.

Kein Geld für Freundschaften

Ihnen fehlt das Bargeld, um ihre Freizeit amüsant zu verbringen. Früh körperlich beeinträchtigt, sind die meisten von ihnen nicht in der Lage, physische Altersschwächen mit Fitness-Training zu kompensieren oder vorübergehend aufzuhalten. Sie wohnen, so Höpflingers Altersstudie, in engen, überbelegten Räumen. Wohl treffen sie ihre Kinder und Enkel mehrmals in der Woche, aber ihre übrigen Beziehungen dünnen sich im Alter bedenklich aus. Sie waren in ihren besten Zeiten kein Teil der modernen Freizeitgesellschaft. Ihre spärliche Bildung hält sie auch im Alter von Begegnungen bei Weiterbildungsveranstaltungen ab. François Höpflinger weiss, wo sich armen Alten Geselligkeit eröffnet: «Für die Unterschicht sind Pensionierten-Vereinigungen ein wichtiger Angelpunkt.» Wer also nicht bei einem Grossbetrieb mit entsprechender Organisation gearbeitet hat, dem bleiben die Serien der verschiedenen Fernsehanstalten und ein Bad in der an-

gesammelten Bitterkeit über ein Leben am Rand der Gesellschaft. Soziale Isolation und knappe Finanzen zerbröseln auch den Lebenswillen alleinstehender Frauen der Generation 60plus. Sie sind geschieden und haben preisgünstige Alt- gegen teurere Neubau-Wohnungen tauschen müssen.

Alleinstehende Frauen verloren

Andere haben – genau wie die Ausländer – bereits ihr Erwerbsleben mit Mac-Jobs bestritten: 26 Prozent der werktätigen Frauen brachten auch im Jahr 1996 einen Nettolohn bis zu 2000 Franken nach Hause. Wer so wenig verdient, hat meistens kein Vermögen und oft keine Pensionskassenansprüche. Und obwohl im Jahr 2000 Alter und Einsamkeit keineswegs mehr miteinander verbunden sind, fehlen diesen Frauen Ansprechpartner. Während ein Teil von ihnen die prekären Verhältnisse mit Gelegenheitsjobs abzufedern versucht, klagen viele Betroffene über Einsamkeit und sind längst schon krank.

Die Altersarmut in der Schweiz ist diskret. Arme Rentnerinnen und Rentner halten sich still von Freizeitaktivitäten fern, sparen beim Essen und meiden den Gang zu Hilfsorganisationen oder Arbeitsstellen. Lina M. hat sich irgendwo im schweizerischen Mittelland bei einer Beratungsstelle der Pro Senectute gemeldet. Unverheiratet und ohne Ausbildung, hat sie Hilfsarbeit verrichtet und ihre kranken Eltern betreut. Seit die Pro Senectute ihren Antrag auf Ergänzungsleistungen eingereicht hat, bleiben ihr nach Bezahlung von Miete und Krankenkasse 1000 Franken im Monat. Davon berappt Lina M. das Essen, die Fahrten mit öffentlichen Verkehrsmitteln, Kleider und Schuhe, Fernsehgebühren, Medikamente, die von der Krankenkasse nicht übernommen werden und die Unterhaltskosten für das Grab ihrer Eltern. Seit vierzig Jahren wohnt sie in der gleichen Wohnung. «I bi nid eso verwöhnt», sagt Lina M., aber wenn sie höre, wie hoch die Renten anderer seien, überkomme sie schon etwa «de Moralischi.» Nein, arm sei sie wirklich nicht.

FONDS ÜBER ALLES UND ALLES ÜBER FONDS.

FONDS'
Die Schweizer Finanzmesse
01
8. – 10. Februar 2001
Kongresshaus Zürich

Egal, ob Sie in Aktien, Obligationen, den
Geldmarkt, Immobilien oder
alternative Anlagen investieren wollen,
wir bieten Ihnen mit unseren
innovativen und erfolgreichen Fonds gute
Aussichten auf langfristig überdurch-
schnittliche Renditen. Interessiert?
Informieren Sie sich detailliert über unsere
Produkte, und erfahren Sie alles über Fonds
an unserem Messestand im Kongressaal A.
Wir freuen uns auf Ihren Besuch.

www.csam.ch/funds

Credit Suisse Asset Management
The reason to invest.™



VEREHRT,
VERLASSEN,
VERGESSEN



Der Westen vergöttert die Jungen und verteufelt die Alten. Im Westen werden Menschen alt, in anderen Kulturen weise.

**RUTH HAFEN,
REDAKTION BULLETIN**

«Wenn in Afrika ein Greis stirbt, verbrennt eine Bibliothek», besagt ein afrikanisches Sprichwort. Das weiss auch Hamady Lam aus dem Senegal: «Alte Menschen sind Gold wert. Für uns sind Grosseltern wie ein Buch. Es enthält unsere Geschichte und Kultur. Darin ist Weisheit, Liebe, Mitleid, Erfahrung.» Da alte Menschen viel mehr Erfahrung haben als junge, können und sollen sie den Jüngeren Ratschläge erteilen. Hamady Lam hatte eine sehr innige Beziehung zu seiner Grossmutter, die ihn praktisch aufzog. Ihr stand er sogar viel näher als seiner leiblichen

Mutter. Grosseltern, findet er, «sind wie grosse Bäume, voller Äste, Blätter und Blumen. Wenn du hinaufsteigst, dann siehst du alles. Wenn es sehr heiss ist, kannst du in ihrem Schatten sitzen, du kannst dich hinter ihnen verstecken, sie beschützen dich.»

Erfahrung und Lebensweisheit alter Menschen sind nicht länger gefragt in unserer Gesellschaft. Vielmehr stellt man alte Menschen gerne als Problem dar: Sie arbeiten nicht mehr, sind unproduktiv und verursachen Kosten, welche die jüngeren Generationen zu tragen haben. Und je

älter sie werden, desto mehr führen sie den Jüngeren das Lebensende vor Augen. Und das ist schwer verdaubar, denn Tod und Verfall sind tabu in einer Gesellschaft, die dem Jugendwahn verfallen ist.

Wenn man sich mit der Stellung der Alten in anderen Kulturen beschäftigt und meint, anderswo hätten alte Menschen ein besseres Los, so ist das sicher auch ein Ausdruck der Enttäuschung darüber, wie alte Menschen in unserem Kulturkreis unter Ausgrenzung zu leiden haben. «Es ist ein uraltes Phänomen, dass man die grossen Ängste und Sehnsüchte am



Fremden festmacht. Das führt einerseits zu Fremdenfeindlichkeit und andererseits zur Idealisierung des Fremden», meint Verena Tobler, Ethnologin und Dozentin an der Hochschule für Soziale Arbeit in Zürich. Tobler nennt dieses Phänomen das «Grass-Is-Greener-Syndrom», die Vorstellung also, das Gras sei grüner auf Nachbarn Wiese, anderswo sei alles besser.

Es wäre naiv, zu meinen, in der Vergangenheit sei in unserer Gesellschaft alles besser gewesen: Die Alten wurden früher keineswegs nur geachtet, geehrt und gehätschelt, wie es heute gerne dargestellt wird. Aber, so Verena Tobler, «sie standen in einer Welt, in der sie persönlich eine grössere Bedeutung hatten, als das heute der Fall ist». In einer Gesellschaft, wo Prestige vorwiegend mit materiellem Besitz verbunden wird und nicht unbedingt mit fortschreitendem Alter und Lebenserfahrung, haben alte Menschen, die nicht mehr am Erwerbsleben teilnehmen, zunehmend einen schweren Stand.

«Ehre deinen Vater und deine Mutter»: Dieses biblische Gebot steht heute nicht mehr im Vordergrund in einer Gesellschaft, in der die Generationen ihren eigenen Interessen nachgehen und vielfach voneinander getrennte Leben führen. In einfachen Kleingesellschaften, wie sie in

Afrika noch heute anzutreffen sind, haben alte Menschen generell noch einen höheren Status, denn sie erfüllen wichtige soziale Rollen.

Ohne Alte geht nichts

Afrika gilt als der Kontinent, wo alte Menschen, und insbesondere alte Männer, mehr als irgendwo sonst respektiert und geschätzt werden. Verena Tobler arbeitete lange für die UNO und verschiedene internationale Hilfswerke. Während ihrer Arbeit hat Verena Tobler den Alltag alter Menschen in Afrika beobachten können: «Im ländlichen Kamerun ist es der Älteste, der das Land verteilt. In vielen Dörfern haben die Alten noch das Sagen, als Würdenträger machen sie Beratungen, übernehmen Steuerungsfunktionen religiöser, wirtschaftlicher und sozialer Art.» Zwischen Westafrika und Europa liegen

Tausende von Kilometern und unzählige kulturelle Unterschiede. Hamady Lam lebt seit fünf Jahren in der Schweiz und ist mit einer Schweizerin verheiratet. Er hat Mühe damit, wie manche Schweizer mit älteren Menschen umgehen. In seiner Heimat ist es selbstverständlich, dass in einer Familie verschiedene Generationen miteinander leben. Schockierend an der Schweiz findet er, dass viele alte Menschen in Altersheimen leben: «Wenn man einen Alten ins Altersheim steckt, weil man keine Zeit für ihn hat, bringt man ihn um. Alte Leute sind doch keine Tiere, die man einsperrt. Sogar mit Hunden geht man in der Stadt spazieren.»

Der Zerfall von traditionellen Werten, den Hamady Lam anprangert, hat aber als Folge der Modernisierung auch in Afrika Fuss gefasst. Problematisch ist dies vor allem, weil die Altersvorsorge vielerorts



Hamady Lam, Senegal

«Grosseltern sind wie grosse Bäume voller Äste, Blätter und Blumen. Sie beschützen dich.»

noch auf dem Ineinandergreifen der Generationen basiert: Erst sorgen die Eltern für die Kinder, später kümmern sich die Kinder um die alten Eltern. Die Mehrheit der alten Menschen der Weltbevölkerung kann nicht auf eine institutionalisierte Altersversorgung wie die AHV zurückgreifen und ist daher auf Kinder angewiesen, die sie unterstützen. Und das funktioniert auch noch meistens. Es kann aber durchaus auch geschehen, dass junge Leute in die Städte abwandern und die Alten zurücklassen. Wenn dann keine Auffangstruktur vorhanden ist, sind die Folgen fatal: «In Kamerun erlebte ich, wie alte Leute nur noch von den Priestern gefüttert wurden, weil die Jungen in die Stadt abwanderten und sich nicht mehr um die Alten kümmerten» erzählt Verena Tobler. Sie weist aber darauf hin, dass solches Verhalten von der Gesellschaft extrem missbilligt werde und daher eher selten sei.

Altersarmut und Vernachlässigung von alten Menschen ist aber auch in Europa ein nicht zu unterschätzendes soziales Problem. Die deutsche Ethnologin Dorle Dracklé beschreibt in ihrem Buch «Alt und zahm?» die Ergebnisse ihrer Feldforschung im Alentejo in Südportugal, einer der ärmsten Gegenden Europas.

Selbstmord ist besser als Armut

Bis vor kurzem gab es dort keine staatliche Fürsorge für ältere Menschen. Vor der Einführung des Rentensystems mussten sich die Landarbeiter, deren Arbeitskraft nachliess, vielfach mit Betteln durchschlagen. «Man hat auf dem Land gearbeitet, bis einen das Alter dazu zwang, die Hacke gegen den Bettelsack zu tauschen» beschreibt Vitorino, ein Nachbar der Ethnologin im Alentejo, die Situation alter Menschen auf dem Land. Der Alentejo weist eine erschreckend hohe Selbstmordrate unter alten Menschen aus. Viele alte Leute können sich nicht damit abfinden, nach lebenslanger harter Arbeit und Autonomie von ihren Kindern abhängig zu

werden und ziehen einen Selbstmord einem Leben in Abhängigkeit und Armut vor.

Ähnlich düstere Szenarien sind auch aus China bekannt. Im Konfuzianismus hat das Alter einen hohen Stellenwert. Wie die Frau dem Mann, der Ungebildete dem Gebildeten, ist der Jüngere dem Älteren untergeordnet. Im Alter geniessen die Chinesen im Idealfall eine gehobene und gesicherte Stellung. Ehrerbietung drückt man auch dadurch aus, dass man dem Namen «lao», «alt» beifügt. Mit der Gründung der Volksrepublik China jedoch war die staatliche Institutionalisierung des Konfuzianismus zu Ende, Ahnenverehrung und Ahnenkult verloren zunehmend an Bedeutung.

Städte sichern Komfort

In den Städten Chinas haben es alte Menschen generell besser als auf dem Land. Dort werden alte Menschen manchmal im Stich gelassen, wenn die Jungen ihr Glück in der Stadt suchen. Ähnlich wie der Alentejo weist auch das ländliche China eine relativ hohe Altersselbstmordrate auf. Mit der Einführung der Ein-Kind-Familie haben zudem lange nicht mehr alle alten Menschen die Gewissheit, dereinst von ihren Kindern versorgt zu werden. Das System der Ein-Kind-Familie hat zwar dazu beigetragen, die Bevölkerungsexplosion einzudämmen, gleichzeitig schafft es aber auch neue soziale Probleme.

Die japanische Gesellschaft hingegen ist auch im dritten Jahrtausend noch sehr traditionsverbunden. Jahrhundertalte Traditionen werden immer noch beachtet, im letzten Jahrhundert kamen sogar noch

neue hinzu. So wurde 1966 der «keiro no hi» der Tag der Altenverehrung, eingeführt. An diesem Tag werden alte Menschen für ihren Beitrag zum wirtschaftlichen Aufbau des Landes öffentlich geehrt und beschenkt. Zudem werden Langlebigkeitsfeiern zum 60., 70., 77. und 88. Geburtstag veranstaltet. Immer noch weit verbreitet ist das Zusammenleben von mehreren Generationen in einem Haushalt, auch wenn der Trend zur Kernfamilie zunimmt.

Japans Kinder opfern sich auf

Viele japanische Kinder sind bereit, ihre Eltern im Alter zu versorgen, vielleicht auch deswegen, weil dasjenige Kind, das die Eltern versorgt, einmal das Haus oder das Grundstück erben wird. Und das ist in Japan, wo Wohnraum ein knappes Gut ist, durchaus erstrebenswert.

Für westliche Gemüter eher skurril mutet das traditionelle Konzept der kindlichen Pietät an. Generationen von Japanern sind mit dem Vorbild der 24 Beispiele kindlicher Pietät aufgewachsen. Es sind Geschichten von pietätvollen Söhnen, die sich mitten im Winter auf das Eis eines gefrorenen Flusses werfen, um es zum Schmelzen zu bringen, damit sie ihrer geliebten Mutter ihre Lieblingsspeise, Karpfen, fangen können. Oder man erzählt von Söhnen, die die Exkremente ihres Vaters kosten, um jede Veränderung seines Gesundheitszustandes verfolgen zu können. Als leuchtende Beispiele galten auch Schwiegertöchter, die ihre zahnlose Schwiegermutter stillen, um ihr die Nahrungsaufnahme zu erleichtern.



Verena Tobler, Ethnologin:

«In Kamerun erlebte ich, wie Alte von Priestern gefüttert wurden, weil die Jungen sie verlassen hatten.»

DIE SELBSTVORSORGER

Die Schweizer verlassen sich nicht länger auf die AHV. Das Volk der Sparer nimmt die Altersvorsorge selbst in die Hand.

VON RUTH HAFEN,
REDAKTION BULLETIN

«Mein Junge! Mein Stolz!», Der Vater hält sein neugeborenes Kind im Arm und fügt strahlend hinzu: «Meine Altersvorsorge!» Das Baby streckt die Zunge heraus und zeigt seinem Erzeuger den Vogel. «Rechnen Sie lieber mit uns. Ihre Sparkassen Privatvorsorge». Diese deutsche TV-Werbung bringt die Sorge vieler Menschen auf den Punkt: Auf die nachkommenden Generationen ist bei der Altersvorsorge nicht wirklich Verlass. Dank der Fortschritte in der Humanmedizin werden die Menschen in den westlichen Industrieländern zunehmend älter. So stehen immer mehr Rentner

immer weniger Erwerbstätigen gegenüber. Die private Vorsorge wird als immer wichtiger empfunden. Der Staat belohnt Sparwillige mit steuerlichen Begünstigungen, und Banken und Versicherungen steigen in das lukrative Geschäft ein.

Die Verunsicherung in der Bevölkerung über die Finanzierbarkeit der staatlichen und beruflichen Vorsorge wächst. Das zeigt eine Befragung, die Demoscope im Frühjahr 1999 durchführte. Nur rund 35 Prozent der Schweizer glauben daran, dass die AHV-Renten langfristig gesichert sind. In die Sicherheit der Pensionskassenbe-

1. SÄULE

AHV

2. SÄULE

Pensionskasse

3. SÄULE

Individuelle Altersvorsorge



züge vertraut immerhin noch gut die Hälfte der Befragten. Die AHV steht unter Druck, weil sie nach dem Prinzip des Umlageverfahrens funktioniert. Die aktive Bevölkerung finanziert aus ihrem Lohn die Altersrenten. Dieses System reagiert empfindlich auf Veränderungen der Altersstruktur. Bei der Einführung der AHV 1948 finanzierten noch zehn Erwerbstätige einen Rentner, heute sind es knapp vier, und im Jahr 2020 werden es noch knapp zwei sein.

Auch die Pensionskassen stehen unter Druck. Im Gegensatz zur AHV funktionieren sie nach dem Kapitaldeckungsverfahren. Jeder Versicherte spart sich sein eigenes Deckungskapital an, das im Rentenalter samt Zinsen als jährliche Rente ausbezahlt wird. Weil die Pensionierten aber zunehmend älter werden, ihre Rente also immer länger beziehen, werden Vorschläge laut, diese Zahlungen in Zukunft zu reduzieren.

Im Ausland hat das schweizerische Drei-Säulen-System der Altersvorsorge nach wie vor Vorbildcharakter. Reformen

in anderen Ländern beabsichtigen, die jeweiligen Systeme dem schweizerischen anzupassen.

Weltbank kritisiert Pensionskassen

Auch eine Studie der Weltbank wertet das Schweizer Vorsorgesystem insgesamt sehr positiv. Während man in der Schweiz vermehrt die Funktionstüchtigkeit der ersten Säule kritisiert, rückt die Weltbank die zweite Säule ins Schussfeld der Kritik: Sie protestiert gegen mangelnde Transparenz, geringe Performance, Benachteiligung von Frauen, Teilzeitbeschäftigten und Arbeitenden mit niedrigen Löhnen.

In den letzten Jahren hat ein wahrer Run auf Produkte der dritten Säule stattgefunden. Die vom Bundesamt für Statistik publizierten Ergebnisse der Einkommens- und Verbrauchserhebung 1998 zeigen, dass die Lebensversicherungsprämien pro Haushalt innert acht Jahren von 76 auf 196 Franken anstiegen. Auch die Anlagefonds der Banken profitieren davon, dass die private Altersvorsorge für viele Men-

schen immer wichtiger wird. Während 1989 in der Schweiz noch weniger als 50 Milliarden in Anlagefonds investiert waren, sind es heute bereits knapp 400 Milliarden.

Laut Berechnungen der Neuen Zürcher Zeitung legen in der Schweiz inzwischen 14 Prozent der Bevölkerung ihr Ersparnis in Anlagefonds an, um sich für die alten Tage ein privates Vorsorgepolster zu sichern. Freiwilliges Sparen steht in jungen Jahren nicht an erster Stelle. Viele geniessen lieber das Leben und geben ihr Geld für Konsumgüter aus. Zudem kommen die meisten Durchschnittsverdiener erst zwischen 30 und 40 in Lohnklassen, die seriöses Sparen ermöglichen. Fakt ist aber auch, dass im Schnitt zehn Prozent der Schweizer arm sind. Laut Bundesamt für Statistik sind überdurchschnittlich viele junge Leute unter 40, vor allem Paare mit Kindern, arm. Für all jene, deren Geld knapp für das Nötigste reicht, ist die AHV die einzige Säule, auf die sie zählen können. Eine zweite oder gar dritte Säule ist für sie eine Illusion.

VORSORGELÜCKEN ERKENNEN



CLAUDIA RIHNER BAUMGARTNER IST FINANZPLANERIN BEI DER CREDIT SUISSE. MIT EINEM BEISPIEL AUS IHREM ARBEITSALLTAG ZEIGT SIE, WIE SICH VORSORGELÜCKEN ERKENNEN UND SCHLIESSEN LASSEN.

Die Eheleute Jacques und Maria Hugentobler, beide 55 Jahre alt, machen sich Gedanken über ihre finanzielle Situation nach der Pensionierung. Im Vordergrund steht die Frage, ob sie eine Vorsorgelücke haben. Sie möchten wissen, wie sie diese schliessen können, um ihren Lebensabend komfortabel und ohne finanzielle Sorgen verbringen zu können.

Jacques Hugentobler verdient im Jahr 90 000 Franken netto. Seine Frau Maria führt den gemeinsamen Haushalt. Die jährlichen Ausgaben veranschlagen sie mit 80 000 Franken. Sie können somit 10 000 Franken pro Jahr zur Seite legen. Mit ihren bisherigen Ersparnissen haben sie eine fondsgebundene Einmaleinlage im Wert von 50 000 Franken getätigt, und

sie besitzen noch Anteile an einem ausgewogenen Strategiefonds, ebenfalls im Wert von 50 000 Franken. Ihr Eigenheim ist schuldenfrei, daneben haben sie noch eine Liquiditätsreserve von drei Monatsbedarfen für unvorhersehbare Ausgaben.

Jacques Hugentobler klärt bei AHV-Ausgleichskasse und Pensionskasse ab, wie hoch seine Rente im Alter 65 sein wird. Seine Frau und er möchten nach der Pensionierung das Leben geniessen, ohne den Gürtel enger zu schnallen. Sie setzen das jährliche Ausgabenbudget gleich hoch an wie vor der Pensionierung, also mit 80 000 Franken. Die AHV-Maximalrente, die das Ehepaar zu erwarten hat, beträgt 37 000 Franken, die Pensionskassenrente 28 000 Franken. Die beiden müssen also 15 000 Franken pro Jahr aus eigenen Mitteln abdecken.

Frauen leben länger

Bei der Berechnung des benötigten freien Kapitals bei der Pensionierung spielt die Lebenserwartung eine wichtige Rolle. Männer können mit 65 damit rechnen, noch 20 Jahre zu leben, Frauen leben im Schnitt noch 24 Jahre. Jacques und Maria möchten auf Nummer sicher gehen und rechnen damit, nach der Pensionierung noch gut 30 Jahre zu leben. Die nebenstehende Tabelle zeigt, dass sie mit 65 Jahren somit 305 000 Franken zur Verfügung haben sollten, damit sie – bei einer angenommenen Verzinsung von fünf Prozent und einer Inflation von zwei Prozent – wie geplant jährlich 15 000 Franken verbrauchen können.

305 000 Franken sind kein Pappentstiel. Aber Hugentoblers können dieses

Ziel erreichen, ohne auf einen Glückstreffer bei der Landeslotterie hoffen zu müssen.

Sie können die jährliche Sparquote von 10 000 Franken in einen Aktiensparplan investieren. Bei einer Rendite von sieben Prozent ergibt das nach zehn Jahren einen Endbetrag von 142 000 Franken. In den nächsten zehn Jahren werden der Strategiefonds und die Einmaleinlage mit einer Rendite von fünf Prozent auf 163 000 Franken anwachsen. Hugentoblers kön-

nen also bei der Pensionierung mit dem benötigten Kapital von 305 000 Franken rechnen.

Herr Hugentobler könnte auch einen Teil der Sparquote in eine Säule 3a einzahlen. Ab 2001 kann er so den maximal zulässigen Jahresbeitrag von 5933 Franken vom steuerbaren Einkommen abziehen. Das ergibt in den kommenden zehn Jahren ein ganz nettes Sümmchen, das er nicht dem Fiskus abliefern muss.

Mit dem Vorsorgerechner der Credit Suisse können Sie Ihr persönliches Vorsorgekapital berechnen:

www.credit-suisse.ch/de/privatkunden/anlegen/privilegia/pri_rechner_5.html

KOMFORTABEL ALT WERDEN

Hugentoblers rechnen damit, nach der Pensionierung noch 30 Jahre zu leben. Um ihren Zusatzbedarf von 15 000 Franken pro Jahr abzudecken, sollten sie mit 65 Jahren 305 000 Franken zur Verfügung haben.

Bedarf pro Jahr	10 000	15 000	20 000
Anzahl Jahre			
20	154 000	231 000	308 000
25	181 000	271 000	361 000
30	203 000	305 000	407 000
35	223 000	335 000	446 000
Annahmen: Verzinsung 5 Prozent, Inflation 2 Prozent, Einzahlungen vorschüssig			

ZINSEN MACHEN MILLIONÄRE

Mit einer monatlichen Einzahlung von 100 Franken in ein Fondssparkonto kann man bei der Pensionierung Millionär sein – wenn man früh genug beginnt. Beispiel: Wenn die Patentante ihrem Patenkind von Geburt an bis zu dessen zwanzigstem Geburtstag jeden Monat 100 Franken einzahlt und das Patenkind das Geld dann bis zur Pensionierung liegen lässt, wachsen die 24 000 Franken dank Zins und Zinseszins auf über eine Million an.

Sparalter	Monatsprämie	Eigene Einzahlung	Betrag mit Alter 65
0–20	100 Fr.	24 000 Fr.	1 100 000 Fr.
20–40	100 Fr.	24 000 Fr.	284 000 Fr.
40–60	100 Fr.	24 000 Fr.	73 500 Fr.
Annahmen: Rendite 7 Prozent, Einzahlungen vorschüssig			

www.credit-suisse.ch/bulletin

Pensionskasse: Kapital oder Rente?

Säule 3a: Bank- oder Versicherungslösung?

Im Bulletin Online finden Sie dazu

zwei Checklisten.



«Heute scheint es Mode zu sein, die AHV schlecht zu machen»

abdeckung, 42 Prozent und die fondsgebundenen Versicherungen sechs Prozent.

R.H. Das ist ein stattlicher Prämienkuchen. Welches Stück davon erhält die Winterthur?

R.H. 1999 hatten wir schätzungsweise einen Marktanteil von 25 Prozent, hinter der Rentenanstalt mit 31 Prozent. Darin sind unsere Bank-Sammelstiftungen in der zweiten Säule nicht enthalten. Rechnen wir diese mit, hat die CS Group den grössten Marktanteil in der Schweiz. Bei der zweiten und dritten Säule haben wir dank unserem Allfinanzansatz eine besonders starke Position.

R.H. Die Schweiz gilt im internationalen Vergleich als überversichert. Ist ein Ende des Wachstums nicht vorprogrammiert?

R.H. Nur die Japaner sind noch besser versichert als die Schweizer. In Japan wächst der Versicherungsmarkt nach wie vor. In der Schweiz rechnen wir für die nächsten Jahre mit einem durchschnittlichen Wachstum von sieben Prozent. Je vermögender die Leute sind, desto grösser sind die Bedürfnisse im Alter. Sie möchten sich und ihre Kinder gut versorgt sehen. Es ist also keine Limite abzusehen.

R.H. Welche Produkte liegen im Trend?

R.H. Das hängt ab von der allgemeinen Situation am Anlagemarkt. Wenn die Börse gut läuft, liegen Produkte wie fondsgebundene Versicherungen im Trend, die den Anlageteil besonders betonen. Klassische Sparversicherungen mit Risikoabdeckung haben Hochkonjunktur, wenn die wirtschaftliche Situation wieder schlechter ist. Immer beliebt sind Rentenversicherungen, die ein lebenslang garantiertes Einkommen gewähren, unabhängig davon, wie lange die Leute leben. Die Bankberater haben erkannt, dass dieses Rentenprodukt die Anlageprodukte der Bank ausgezeichnet ergänzt.

R.H. Sie erwähnten das Stichwort Allfinanz, die Verbindung von Bank- und Versicherungsprodukten. Was steckt dahinter?

R.H. Abgesehen von der Abdeckung der eigentlichen Versicherungsrisiken Tod, Invalidität und Langlebigkeit, sind sich Bank- und Versicherungsprodukte sehr ähnlich. Es geht um Geldanlagen, Sparen, Vermögensbildung. Wichtig für den Kunden ist eine ausgewogene Kombination von Sicherheit und höheren Ertragschancen, verbunden mit entsprechend höheren Risiken. Der Vorteil: Der Anlageberater der Bank hat die Übersicht über die finanzielle Situation. Er kann auch Versicherungsprodukte richtig positionieren und erreicht eine optimale Abdeckung der Bedürfnisse des Kunden. Das setzt aber voraus, dass die Versicherungsprodukte den Versicherungscharakter bewahren. Zudem findet der Kunde alles unter einem Dach, benötigt nur einen Berater.

R.H. Müssen Credit Suisse-Kunden damit rechnen, von Winterthur-Versicherungsmitarbeitern kontaktiert zu werden?

R.H. Nein. Das Bankgeheimnis ist sehr streng. Adressen gehen ohne das Einverständnis des Kunden nirgendwohin. Versicherungskunden sind ebenso geschützt, auch wenn das Bankgeheimnis nicht spielt.

R.H. Wird man sich in Zukunft nicht mehr zwischen Banken und Versicherungen entscheiden müssen bei der privaten Vorsorge?

R.H. Das ist schwierig zu beantworten. Mit der Gründung einer eigenen Lebensversicherungsgesellschaft hat die Credit Suisse vor zehn Jahren begonnen, Bank- und Versicherungsprodukte systematisch zu kombinieren und den Kunden erweiterte Finanzdienstleistungen anzubieten. Ich bin überzeugt, dass die Entwicklung in Richtung Financial Services weitergeht. Dieser Markt hat ein riesiges Potenzial.

INTERVIEW: RUTH HAFEN, REDAKTION BULLETIN

RUTH HAFEN Nur noch ein Drittel der Schweizer vertraut in die AHV. Boomt der private Vorsorgemarkt dementsprechend?

RUEDI HEFTI Heute scheint es Mode zu sein, die AHV schlecht zu machen. Die Schweiz hat ein Drei-Säulen-System, das auch im internationalen Vergleich hervorragend ist. Wichtig ist, dass die AHV als existenzsichernde Volkspension erhalten bleibt, ergänzt durch Pensionskassen und freie Vorsorge. Ich glaube nicht, dass man Angst haben muss, die AHV einmal nicht zu erhalten. Aber die ersten beiden Säulen können die gestiegenen persönlichen Bedürfnisse oft nicht mehr abdecken.

R.H. Warum?

R.H. Die Leute sind heute länger fit, sie möchten auch im Alter noch aktiv sein, den gewohnten Lebensstandard halten. Die Ansprüche in Bezug auf Kranken- und Pflegedienstleistungen steigen. Der zunehmende finanzielle Bedarf muss durch private Vorsorge abgedeckt werden.

R.H. Wie gross ist der Vorsorgemarkt in der Schweiz?

R.H. 1998 hatten die Lebensversicherungen in der Schweiz ein Prämienvolumen von 35 Milliarden Franken. Davon machte das Kollektivgeschäft der zweiten Säule 52 Prozent aus, die dritte Säule, die klassischen Sparversicherungen mit Risiko-

A close-up portrait of Ruth Schweikert, a woman with light blue eyes and a gentle smile. Her hair is dark and slightly wavy. The background is dark and out of focus.

MO

RUTH SCHWEIKERT, AUTORIN DES
ROMANS «AUGEN ZU», SCHREIBT
EXKLUSIV FÜR BULLETIN.

VON RUTH SCHWEIKERT

KASSINS –

Jeder legt sich seine Geschichte zurecht, so gut er kann

Die meisten Gäste hatten sich schon verabschiedet; eine Erkältung war im Anzug, der Babysitter musste abgelöst werden, oder man brauchte ganz einfach seinen Schlaf. André öffnete die Fenster, es roch nach dem ersten Schnee, und Susan und er bliesen den Rauch in die Novembernacht, der sich unmerklich mit dem Dunst vermischte, der seit Tagen über der Stadt lag, sie einhüllte und verbarg. «Du rauchst noch immer nicht vor ihnen», sagte André, «und das mit über dreissig.» Er lachte, und Susan sah die Fältchen um seine grauen Augen sich vertiefen, als legten sich die Jahre ihres Zusammenlebens in Sekundenbruchteilen übereinander wie die Bilder eines Films.

• Susans alte Freundin Simone hatte sich von ihrem Mann getrennt und gesagt, es sei wie mit den Mokassins der Indianer; man müsste einen ganzen Tag in ihnen herumlaufen, um nur eine leise Ahnung von ihrer Beschaffenheit zu bekommen. Susan hatte nicht ganz verstanden, was sie damit meinte. «Du mutest ihnen zwei uneheliche Enkelkinder zu», fuhr André fort, «und knallst ihnen deine verpatzten Abschlussprüfungen vor die Füsse, als wären sie selbst daran schuld. Aber rauchen würdest du nie vor ihnen.» Draussen tauchten die Schatten ihrer Eltern im Licht der Strassenlaternen auf wie aus dem Nichts, die beiden Mütter und die beiden Väter, vier lange und schmale Silhouetten, die sich verkürzten und wieder breiter wurden, zu seltsamen Knollen verwuchsen, um wieder länger zu werden und endlich im Dunkel zu verschwinden. Die Autotüren wurden fast gleichzeitig zugeschlagen, und André machte die Fenster zu.

• Roland sass mit geschlossenen Augen am Tisch und legte den Arm um Veronika, Tom Waits sang Walzing Mathilda, und André räumte die Teller und Schüsseln ab; er hatte selbst gemachte Kürbisgnocchi gekocht, dazu Kalbsgeschnetzeltes, Gemüse und Salat. Die Kinder schliefen auf dem Rücken und mit ausgebreiteten Armen. Die alte Omega von Andrés Vater lag auf Susans Handgelenk, als sei sie dort für immer eingraviert. Andrés Ge-

burtstagsgeschenk. «Freust du dich», fragte André und küsste sie leicht auf die linke Wange, «sie steht dir gut, sie passt zu dir.» Susan sagte ja und dachte plötzlich an New York. An die Feuer-
treppen, die obszön aus den Häusern hingen wie vergessene Gedärme. «Man sollte sich ein wenig mehr verachten als lieben», sagte sie leise. André drehte sich um. «Jetzt hör doch auf! Ich habe dir bloss die Uhr meines Vaters geschenkt», sagte er, «nicht seine ganze Geschichte.» Mitten im Essen hatte Andrés Vater Messer und Gabel weggelegt und diesen Satz gesagt, als sei er ihm zugefallen wie ein fremder, unbekannter Gegenstand. Seine kurzen Haare schimmerten im Kerzenlicht, und es roch nach Bienenwachs.

• «Jeder legt sich seine Geschichte zurecht, so gut er kann», sagte Susan. «Und die Geschichte verheimlicht bloss das, was wirklich geschieht: dass wir täglich altern und absterben.»

Von zwei verschiedenen Kirchtürmen waren jetzt je zwölf Schläge zu hören. «Ich erzähle eine kleine Geschichte», sagte André, «sie ist wahr, ich habe sie aus der Zeitung. Also. Irgendwo auf dieser kleinen Welt hat kürzlich eine achtzigjährige Frau einen Brief erhalten, worin ihr zum 19. Geburtstag gratuliert wird. Der Brief war im Postbüro hinter einen Schrank geraten, wo er unversehrt diese 61 Jahre, einen Weltkrieg und den Kalten Krieg sowie mehrere Generalreinigungen überstand. Nach wochenlangen Nachforschungen, stelle ich mir vor, wurde die Empfängerin endlich gefunden, der Brief von einem Fernsichteam persönlich überbracht. Womöglich fand die alte Frau im banalen Geburtstagsgruss, durch einen Umbau zufällig ans Tageslicht geholt, nachträglich ihre Zukunft vorweggenommen in erschreckend hohem Ausmass; den liebevollen Ehemann, die drei längst erwachsenen Kinder, die gute Gesundheit und die eigene, mühsam erworbene hausfrauliche Tüchtigkeit.»

• André beugte sich vor. «Vielleicht interessiert es euch nicht, aber manchmal komme ich mir vor wie diese Frau, als hätten wir keine

Freiheit, als lebten wir bloss nach diesem verdammten unbekannten Plan, den jemand für uns entworfen hat.» Susan lachte, und André wollte ihr sagen, dass er sie liebe, ihre schönen, starken Zähne, den grossen, geschwungenen Mund, die flachen Brüste, die ihn an die beiden Schwangerschaften erinnerten, dass er sie gerade deswegen liebte, weil sie gezeichnet waren von einer gemeinsamen Geschichte. Susan hasste es, wenn er es ihr sagte, sie träumte von Schönheitsoperationen und machte das Licht aus, wenn sie sich liebten. «Ich glaube, du hast zu viel getrunken», sagte sie, «wir sollten ins Bett.»

• «Vielleicht habe ich ihn zum letzten Mal gesehen», sagte Roland wie traumverloren mit dumpfem Ton, als werfe er einen Stein in einen tiefen Ziehbrunnen. «Wen meinst du?» fragte Susan. «Unseren Vater», sagte er. «Wieso», sagte Susan, «er ist doch gesund. Und du fliegst morgen nach New York. Darauf stossen wir an. Auf erfolgreiche Geschäfte.» Roland würde versuchen, einer grossen US-Firma Zürich als idealen Standort für die geplante europäische Zweigniederlassung anzupreisen. «Was ich euch noch sagen wollte—» Roland schenkte kalifornischen Wein nach, «wir bekommen ein Kind.» «Das sind ja Neuigkeiten», sagte Susan und sah Veronika an. Veronika war erst seit einem halben Jahr Rolands Freundin, und sie wollte für einige Monate nach Bolivien, um Spanisch zu lernen. Sie war klein und fest, doch von einer überwältigenden Ausstrahlung. Sie lächelte halb verlegen, halb stolz, als sei sie bei einer unzüchtigen Handlung erwischt worden. «Willst du mir nicht gratulieren», sagte Roland, «ich werde Vater.» André umarmte Veronika und wünschte ihr alles Gute. Susan murmelte irgendetwas, das sich nach Glückwünschen anhören sollte. Später, als Veronika auf dem Klo war, sah sie Roland an. «Du kennst sie gerade mal ein paar Monate. Ich finde das lächerlich. Wenn ich daran denke, wie du meinen zu dicken Arsch bemängelst, dann tut sie mir jetzt schon Leid. Werdet ihr zusammenziehen?» «Natürlich», sagte Roland, «was hast du denn gedacht?»

• «Komm schlafen», sagte André. Roland und Veronika waren gegangen, Hand in Hand, als schritten sie für eine Lebensversicherung in die Zukunft. Susan und André zogen sich aus, löschten das Licht und legten sich unter die Decke. Sie verharrten schweigend und regungslos, und später hörte Susan, dass André eingeschlafen war. Sie setzte sich auf und fuhr mit den Händen seine Wirbelsäule entlang und dachte an das, was kommen würde.

• Kaum eine Woche später verhüllte das Totenkleid den sehnigen, durchtrainierten Körper ihres Vaters. Er war zweiundsechzig, und jemand hatte ihm eine Rose in die Hände gelegt, die am Tag nach Susans kleinem Geburtstagsfest zum letzten Mal mitge-

holfen hatten, ein Kind auf die Welt zu bringen. Es war eine komplizierte Steissgeburt, und seine kräftigen kurzen Hände, die er stets mit leisem Widerwillen ansah, umfassten den weichen Po und zerrten ihn ans Licht. Dann rannte er aus dem Gebärsaal und übergab sich auf dem Flur. Er dachte an eine Magenverstimmung, fuhr nach Hause und legte sich ins Bett. Die Eltern nannten den kleinen Jungen Severin. Bleich und übernächtigt standen sie am Grab, während das Kind schrie und schrie. Als schreie es für mich, dachte Susan und hoffte, es sei nicht wahr. Die Rose war gelb und duftete nicht bitter. Roland war nicht mehr rechtzeitig zurückgekehrt. Er und Veronika standen zwischen Susan und der Mutter. Veronikas Schwangerschaft war in der einen Woche sichtbar geworden, als wollte das Kind ein trotziges Lebenszeichen senden.

• «Erinnerst du dich», fragte Roland Susan, «was ich an deinem Geburtstag gesagt habe.» «Nein», sagte sie, «Was hast du denn gesagt?» Dass ihr Vater sie an sein Sterbebett gerufen hatte, das zu Hause stand; dass er sie teilhaben liess an seinem Tod, er starb qualvoll, einzig erleichtert durch wirkungslose Morphiumspritzen, empfand sie als sein grösstes Geschenk und als unerhörte Zumutung zugleich. Susan hatte danach im Schuhschrank des Elternhauses die alten, ausgelatschten Mokassins ihres Vaters gefunden und sie angezogen. Sie waren nur wenig zu gross und feucht vom Schnee der letzten Tage, der sich endlich vom Himmel gelöst hatte.

RUTH SCHWEIKERT – AUGEN AUF

Ruth Schweikert ist 35. Sie studierte Theaterwissenschaft in Ulm und arbeitete als Regieassistentin an der Limmat. Sie lebt mit ihrem Partner und vier Söhnen in Zürich. Die Autorin wird von Feuilletonschreibern gerne und oft als literarische Hoffnung gehandelt.

Dass ihr Doppelleben als Mutter und Schreiberin zusammen mit der Erotik ihrer Sprache die Fantasie der Literatur-Zirkusclowns Purzelbäume schlagen lässt, sollte Leserinnen und Leser nicht davon abhalten, ihre Bücher aufzuschlagen. Die Erzählerin Ruth Schweikert bietet wesentlich mehr als literarische Hoffnungen: Sie führt in die Untiefen zwischenmenschlicher Beziehungen und lässt Alltag stattfinden, wo nur Alltag zu finden ist.

Zwei Titel wurden bisher publiziert und haben ihr einige hochkarätige Preise und Stipendien eingebracht: 1964 kam eine Sammlung von Erzählungen «Erdnüsse, Totschlagen» auf den Ladentisch, 1998 der Roman «Augen zu».

**Erdnüsse, Totschlagen, dtv-Taschenbuch 14.– Franken
Augen zu, Ammann Verlag, Zürich, 34.80 Franken**

Vom WWF empfohlen: Der BVG Oeko



Die Prevista Anlagestiftung geht neue Wege: Gemeinsam mit dem WWF lanciert die Prevista die erste Oeko-Anlage, die den BVG Anlage-richtlinien entspricht. Der BVG Oeko investiert ausschliesslich in Aktien und Obligationen von Unternehmen und öffentlichen Körperschaften, die im Vergleich zu ihren Branchenkonkurrenten zu den fortschrittlichsten in Sachen Umweltschutz gehören. Dass Umwelthanlagen attraktiv sind, beweist die Prevista mit der Anlagegruppe Oeko-Invest, die 1999 eine Performance von 47,5 Prozent hervorbrachte. Der BVG Oeko schöpft als wachstumsorientiertes Portefeuille die gesetzlichen Limiten von 45 Prozent Aktienanteil voll aus. Die Erträge und Kapitalgewinne sind steuerfrei. Bei der Prevista Anlagestiftung haben Sie die Gewissheit, dass Ihre persönliche Vorsorge in guten Händen ist.

Ein Gewinn für Sie und die Umwelt.

In Zusammenarbeit mit



Prevista

Anlagestiftung

Fondation de placement

Telefon 01 215 44 88

Telefax 01 211 44 80

www.prevista-anlagestiftung.ch



«POLITISCHE STABILITÄT, DAS
BANKKUNDENGEHEIMNIS
UND UNSERE PROFESSIONALITÄT
MACHEN DAS INTERNATIONALE
PRIVATE BANKING · MADE IN SWITZER-
LAND · WELTWEIT ATTRAKTIV»,
SAGT OSWALD J. GRÜBEL, CEO DER
CREDIT SUISSE PRIVATE BANKING.

INTERVIEW: CHRISTIAN PFISTER,
REDAKTION BULLETIN

CHRISTIAN PFISTER Bisweilen ist zu hören, dass man im Private Banking bei tiefen Risiken sehr viel Geld verdient. Ist Ihr Business so beschaulich, wie es sich anhört?

OSWALD J. GRÜBEL Nirgendwo, auch nicht im Private Banking, lässt sich mit wenig Risiko eine hohe Performance erzielen. Wir schauen das Risikoprofil jedes Kunden an; die Bereitschaft, Risiken einzugehen, variiert. Unsere Kunden sind sehr performancebewusst. Auch im Private Banking bekommen wir nichts geschenkt.

C.P. Sind Ihre Kunden heutzutage eher bereit, höhere Risiken einzugehen?

O.J.G. Ja, wenn wir sagen, dass der Aktienmarkt ein höheres Risiko beinhaltet.

Das lässt sich mit Zahlen belegen: Bei der Credit Suisse Private Banking ist in den letzten drei Jahren der Anteil der Vermögen, die in Aktien investiert worden sind, von 27 Prozent auf 42 Prozent gestiegen.

C.P. Das Internet erlaubt den Kunden den Wertschriftenhandel selber zu betreiben; zudem stehen aktuelle Informationen jederzeit und überall zur Verfügung. Verliert Ihre Beratungsleistung an Bedeutung?

O.J.G. Das Internet hat unseren Kunden und uns sehr geholfen. Nie zuvor stand so viel Wissen frei zur Verfügung. Das verpflichtet: Wir investierten in den letzten Jahren grosse Summen in Internetlösungen und andere Informationstechnologien.

«Wir schaffen mehr Transparenz und sind dadurch Angriffen ausgesetzt», sagt Oswald J. Grübel, CEO der Credit Suisse Private Banking. Für ihn ist klar: An unrechtmässigen Vermögen sind er und seine Teams nicht interessiert.

WIR SIND
NICHT IM
WILDEN
WESTEN »

Die Flut der Finanzinformationen hat mit den neuen Technologien enorm zugenommen. Noch haben Privatkunden nicht alle Finanzinformationen so umfassend zur Verfügung wie wir, auch wenn sie sich stark mit dem Internet beschäftigen. Das Beurteilen von relevanten Informationen aus der Datenflut ist einer unserer Mehrwerte, die wir für unsere Kunden schaffen.

C.P. Das positive Klima der Finanzmärkte hat ein neues Segment von jüngeren Reichen wachsen lassen. Sind diese «nouveaux riches» performancebewusster als traditionelle Private-Banking-Kunden?

O.J.G. Die guten Märkte haben tatsächlich die Zahl der Börsengänge von kleineren und mittleren Unternehmen erhöht. Dadurch wurde viel neuer Reichtum kreiert. Manager sind in relativ jungem Alter zu grossen Vermögen gekommen. Früher

gehörte das Gros unserer Kunden zur Generation 50plus; heute wächst die Kundengruppe der Endzwanziger bis Fünfzigjährigen schnell. Diese Kunden stellen andere Anforderungen an uns; sie müssen anders beraten werden.

C.P. Warum?

O.J.G. Viele dieser Kunden führen eine eigene Firma oder sind in leitender Stellung in einem grossen Unternehmen. Meist bringen sie ein grosses Wissen mit, was die Finanzmärkte anbelangt. Zudem sind sie durch ihre Position oft mit Investmentbankern in Kontakt und erwarten von uns, dass wir sie auch in diesem Bereich des Bankings betreuen.

C.P. Wie haben Sie darauf reagiert?

O.J.G. Wir bauten ein Team auf, das einen Investmentbanking-Hintergrund hat und

entsprechend beraten kann. Wir generierten hier im Vorjahr 50 Millionen Franken Umsatz, in diesem Jahr schon 200 Millionen Franken.

C.P. Dem Private Banking stand weltweit noch nie so viel Vermögen zur Verfügung wie heute: Ende 1999 rund 24,2 Billionen Dollar – mehr als zweieinhalbmals soviel wie vor zehn Jahren. Hat die Goldgräberstimmung schon ihren Höhepunkt erreicht?

O.J.G. Die Situation als Goldgräberstimmung zu beschreiben scheint mir verfehlt. Wir sind nicht im Wilden Westen – das würde auch kein gutes Ende nehmen. Dennoch hat unsere Branche vom enormen volkswirtschaftlichen Wachstum profitiert. Durch die Wertsteigerungen in den Finanzmärkten gibt es heute viel mehr Privatpersonen mit beträchtlichem Vermögen als früher. Ob sich dieser Trend fortsetzt, hängt unter anderem vom Wirtschaftswachstum und von den Finanzmärkten ab.

C.P. Mehr Konkurrenten kämpfen um die Gunst der Private-Banking-Kunden. Ein Grund zur Besorgnis?

O.J.G. Unser Markt wächst stark. Klar, dass da neue Mitspieler auftauchen. Ich finde das positiv. Existierende Private Banks alleine könnten den Markt nicht abdecken. Die Konkurrenz belebt – zu Gunsten der Kunden. Noch nie zuvor hatten Kunden einen besseren Private-Banking-Service als heute zur Verfügung.

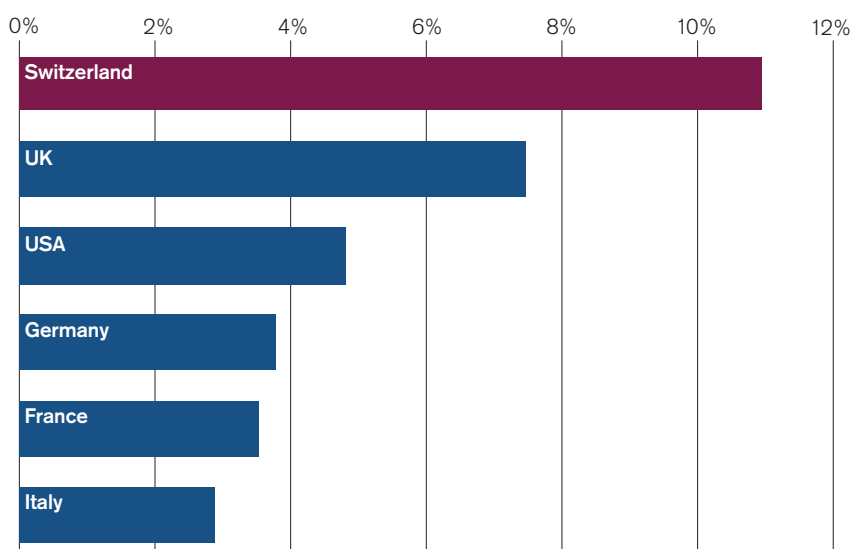
C.P. Wo sehen Sie Ihre Wachstumsmärkte?

O.J.G. Wir wachsen immer noch stark in der Schweiz. Es gibt in keinem anderen Land auf der Welt so viele gut ausgebildete Personen im Private-Banking-Geschäft wie in der Schweiz. Diese Professionalität, zusammen mit dem Bankkundengeheimnis und der Stabilität des Landes, macht das Internationale Private Banking «Made in Switzerland» für Kunden weltweit attraktiv. 52 Prozent der Vermögen, die in der Schweiz betreut werden, kommen aus dem Ausland. In anderen Ländern ist das

DER FINANZPLATZ IST FÜR DIE SCHWEIZ VON GROSSER BEDEUTUNG

Der Anteil des Finanzplatzes am Brutto-Inlandprodukt ist in der Schweiz am grössten.

Anteil des Finanzplatzes in % des Brutto-Inlandproduktes im internationalen Vergleich





Oswald J. Grübel

Private Banking eher auf den heimischen Markt und seine Kunden konzentriert. Wir haben aber auch ein starkes Wachstum im so genannten Onshore Private Banking. Wir expandieren in Italien, Spanien, Frankreich, Deutschland und Grossbritannien, aber auch in asiatischen Märkten wie Hongkong und Singapur.

«Durch die Wertsteigerungen der Finanzmärkte gibt es heute viel mehr Privatpersonen mit beträchtlichem Vermögen als früher.»

C.P. Führt der politische Druck dazu, dass der Anteil der ausländischen Gelder, die in der Schweiz angelegt sind, das Offshore-Geschäft, schrumpfen wird?

O.J.G. In der Credit Suisse Private Banking sprechen wir nicht von Offshore-Geschäften, sondern vom internationalen Private Banking. Und das ist mehr als Sprachkosmetik: Unser Geschäft mit Vermögen von ausländischen Kunden unterscheidet sich stark von den Offshore-Zentren in der Karibik oder auf den Kanalinseln.

C.P. Inwiefern?

O.J.G. Unsere Gesetze sind viel rigoroser als in diesen Offshore-Plätzen. Wir haben die strengsten Bankengesetze weltweit.

C.P. Schätzungen besagen, dass rund ein Drittel aller «Offshore»-Gelder in der Schweiz verwaltet werden. Was würde der Wegfall des Bankgeheimnisses bewirken?

O.J.G. Ich gehe nicht davon aus, dass das Bankkundengeheimnis verschwinden wird. Schweizer Volk und Regierung teilen diese Meinung. Das Wahren der Privatsphäre wird immer ein Bedürfnis von jedem bleiben. Und zwar nicht, weil man etwas vertuschen will. Die Privatsphäre ist vielmehr ein Menschenrecht. Oder möchten Sie, dass Ihre Bank über Ihre persönlichen finanziellen Verhältnisse andere informiert?

C.P. Ich könnte mir Schöneres vorstellen.

O.J.G. Die Mehrheit in der Schweiz denkt da gleich wie Sie. Und vergessen wir nicht: Es ist bereits heute unmöglich, mit dem Bankgeheimnis Gesetze zu umgehen. Unser Regelwerk wurde kontinuierlich verschärft. Das Wahren der Privatsphäre ist

für die Kunden nur ein Grund unter vielen, ihr Konto in der Schweiz zu haben.

C.P. Die USA versuchen der Steuerflucht ihrer Landsleute einen Riegel zu schieben. Sie führen ein System ein, das auf der Deklarationspflicht für amerikanische Wertpapiere beruht. Wird das Beispiel Schule machen?

O.J.G. Wir werden sehen, ob sich dieses System bewährt; es tritt per Anfang 2001 in Kraft. Wenn die Erfahrungen der Amerikaner positiv sind, kann ich mir vorstellen, dass andere Länder nachziehen.

C.P. Tut das der Credit Suisse Private Banking weh?

O.J.G. Nein, eigentlich nicht. Der Kunde muss entscheiden, in welchem Umfeld er sich bewegen will und wie viel ihm die Vorteile eines hochprofessionellen und effizienten Finanzplatzes wert sind.

C.P. Der Finanzplatz Schweiz hat ein Imageproblem – trotz griffiger Gesetze. Kommuniziert die Schweiz zu wenig gut?

O.J.G. Weil wir die Sache ernster und genauer nehmen als andere Finanzplätze, entdecken wir auch mehr. Wir schaffen mehr Transparenz und sind dadurch Angriffen ausgesetzt. Von anderen Finanzzentren hört man praktisch nichts. Mir ist aber wohler, in einem Umfeld zu arbeiten, wo Transparenz herrscht.

C.P. «Privatsphäre ist für die Menschen so wichtig wie Sauerstoff für die Natur» – warben unlängst Genfer Privatbankiers in einer Anzeige. Wo hört die Privatsphäre auf, wo beginnt das öffentliche Interesse?

Ich denke da vor allem an Vermögen von Potentaten wie Suharto, Milosevic, Abacha.

O.J.G. Die öffentliche Debatte beginnt, wenn ein Rechtshilfegesuch eines Landes eintrifft. Die Schweiz und ihre Banken verhalten sich hier vorbildlich und leisten Rechtshilfe, um die Angelegenheit sorgfältig zu lösen. In anderen Ländern ist das nicht immer der Fall. Die Credit Suisse Private Banking will keine Kunden, die nicht die rechtmässigen Besitzer ihrer Vermögen sind. Die Fälle, die uns leider unlängst beschäftigten, betreffen oft einen Zeitraum, in welchem die heutigen Gesetze und Regeln noch nicht in Kraft waren oder beruhen auf Täuschungen. Heutzutage ist es praktisch unmöglich, dass solche Unfälle passieren – zu sorgfältig ist unsere Arbeitsweise in der Bank. Keine Bank in der Schweiz ist an Geldern interessiert, die unrechtmässig erworben wurden.

C.P. Lehnen Sie Kunden auch ab?

O.J.G. Ja. Wir können und wollen nicht alle akzeptieren. Wir haben klare Anforderungen; es ist unser Entscheid, mit wem wir Geschäfte machen wollen. Schliesslich müssen wir auf unseren Ruf achten. Gesetzliche und regulatorische Vorschriften sind die Basis für unseren Entscheid.

C.P. Spielt dabei die Moral eine Rolle?

O.J.G. Natürlich. So kann es vorkommen, dass ein Kunde alle gesetzlichen und regulatorischen Bedingungen erfüllt und wir ihn aus ethischen Gründen dennoch ablehnen.

Wollen Sie mehr über die Welt des Credit Suisse Private Banking wissen? Kommen Sie zu www.cspb.com

Startup-Firmen

schon von

Anfang an im

Portfolio?

0800 800 208

www.absoluteinvestments.com

absolute

■■■■■■■■ private equity

FRAUEN MACHEN BESSER KASSE

Im Land der unbegrenzten Möglichkeiten kamen Anlegerinnen und Anleger auf den Prüfstand. Das Resultat: Frauen bringen ein Prozent mehr Rendite ins Trockene als Männer. Um diese Chancen sinnvoll zu nutzen, liefert die Credit Suisse als Einstieg auf www.woman.bluewin.ch/investment Informationen über Anlagefonds, private Vorsorge und Eigenheimfinanzierung. Wer bisher die Mehrung des Kapitals den Herren der Schöpfung überlassen hat, wird im Netz sanft in die Geheimnisse dieses Geschäftes eingeführt: Der Budgetrechner im Internet bündelt zu jeder Tages- und Nachtzeit finanzielle Verpflichtungen und Bedürfnisse und kalkuliert diskret, wie viel Geld für Fonds-Sparpläne oder Sparbeträge der Säule 3a verfügbar ist. Und wer sich mit dem errechneten Freibetrag ins Anlagegeschäft stürzen will, kann im Netz schnellstens zu seinem persönlichen Anlageprofil finden.



SCHNELL UND SICHER PER HANDY AN DIE BÖRSE

Kunden von youtrade, dem Online-Broker der Credit Suisse, können nun «mobil», unabhängig von Ort und Zeit, Wertschriften über bestimmte WAP-Handys selber handeln. Dies mit denselben Dienstleistungen, die youtrade über das Internet anbietet.

Die Credit Suisse hat eine eigene Sicherheitslösung für WAP entwickelt, der wie youtrade auf dem Internet eine 128-Bit-Verschlüsselung und eine Server-Zertifikatsüberprü-

fung zugrunde liegt. Ein Passwort, die Vertragsnummer sowie die Zufallszahl (Secure ID) sind weitere Sicherheitselemente.

Vorerst ist das Nokia 6210 das einzige im Handel erhältliche WAP-Handy, das die Sicherheitsansprüche der Credit Suisse erfüllt. Noch in diesem Jahr sollten das Nokia 7110 und das Ericsson R380s mit einem Software Update nachgerüstet werden können. Die Verfügbarkeit neuer Geräte wird laufend auf www.youtrade.com publiziert.



MONEYCENTRAL-PLATTFORM

Die Microsoft Corporation und die Credit Suisse Group haben diesen Herbst eine Zusammenarbeit im Internetbereich vereinbart. Microsoft Network MSN ist das grösste Internet-Netzwerk in Europa. MSN ist in 16 Ländern und elf Sprachen benutzbar. Der neue europäische Internet-Investment-Service der Credit

Suisse wird Teil dieses Internet Portals sein.

Dank der MoneyCentral-Partnerschaft wird die Credit Suisse ihren pan-europäischen Investment-Service auch über MSN ihren Kundinnen und Kunden näher bringen. Über Global Investor Portfolio Account werden im neuen Jahr Anlagen getätigt und

Aktien auf den Markt gebracht werden. Und MSN ist kein Tummelplatz für unbedachte Geschäfte. «MoneyCentral bietet die Möglichkeit, rasch und einfach Finanzinformationen zu erhalten und damit bessere Anlageentscheide zu fällen» betont Steve Ballmer, Präsident und CEO der Microsoft Corporation.



BRANCHEN TROTZEN DEN TURBULENZEN

Wechselkurs, Erdölpreis und Arbeitsmarkt prägen die Branchenkonjunktur im nächsten Jahr. Das Wachstum verlangsamt sich, kommt aber nicht zum Erliegen.

«NASSE FÜSSE, ABER
KEINE ERKÄLTUNG», SO
DER BRANCHENAUSBLICK
VON MARTIN DAEPP,
ECONOMIC RESEARCH.

Trends in wichtigen Schweizer Branchen

Nahrungsmittel
Textil
Bekleidung
Leder und Schuhe
Holz
Papier
Druck und Grafik
Chemie / Pharma
Kunststoff
Steine und Erden
Metallherstellung
Metallerzeugnisse
Maschinen
Elektrotechnik / Elektronik
Elektrizitätswirtschaft
Bau
Grosshandel
Detailhandel (Produktion = realer Umsatz)
Gastgewerbe
Banken (Bilanzsumme)
Versicherungen (Prämienvolumen)

↗ >1% → -1% bis 1% ↘ <-1%

**MARTIN DAEPP,
ECONOMIC RESEARCH**

Die Schweizer Wirtschaft präsentiert sich in einer ausserordentlich guten Verfassung. Von diesem positiven Grundtrend profitieren so gut wie alle Branchen. In jüngerer Zeit sind allerdings drei dunkle Wolken am Horizont, die ihre Schatten auf die Schweizer Branchen werfen: erstens die Wechselkurskonstellation mit einem starken Dollar und einem schwachen Euro, zweitens die potenziell kostentreibende Wirkung der stark angestiegenen Erdölpreise und drittens die zunehmende Austrocknung des schweizerischen Arbeitsmarktes, die ebenfalls die Kosten nach oben treibt.

Diese Faktoren hinterlassen zwar bereits erste Spuren, ihre Hauptwirkung wird sich aber erst in nächster Zeit entfalten und die Entwicklung der einzelnen Branchen stark mitprägen.

Der reale Wechselkurs des Schweizer Frankens hat sich gegenüber dem Währungskorb der 15 wichtigsten Handelspartner per September seit dem Jahresanfang um 1,7 Prozent abgewertet. Spektakulärer fällt hingegen die Veränderung relativ zu den einzelnen Währungsblöcken aus: Der Dollar hat sich gegenüber dem Franken um 12,3 Prozent aufgewertet, während der Euro um 4,5 Prozent an Wert eingebüsst hat.

DIE VORZEICHEN STEHEN GUT

Mit Ausnahme der Elektrizitätswirtschaft werden voraussichtlich sämtliche Schweizer Branchen ihre Erträge im nächsten Jahr konstant halten oder sogar steigern können.

Produktion		Umsatz		Preise		Ertrag	
2000	2001	2000	2001	2000	2001	2000	2001
→	↗	→	↗	→	→	→	↗
→	→	→	→	→	→	→	→
↘	→	→	→	↗	→	→	→
↘	→	↘	→	→	→	↘	→
↗	↗	↗	↗	→	→	↗	↗
↗	→	↗	→	↗	→	↗	→
↗	↗	↗	↗	↗	→	↗	↗
↗	↗	↗	↗	↘	↘	↗	↗
↗	→	↗	→	↗	→	↗	→
↗	↗	↗	↗	→	→	↗	↗
↗	↗	↗	↗	↘	↘	↗	↗
↗	→	↗	↘	↘	↘	↘	↘
↗	↗	↗	↗	↗	↗	↗	↗
→	↗	↗	↗	↗	→	↗	↗
↗	→	↗	→	→	→	↗	→
		↗	↗	↘	↘	↗	↗
		↗	↗	↘	→	↗	↗

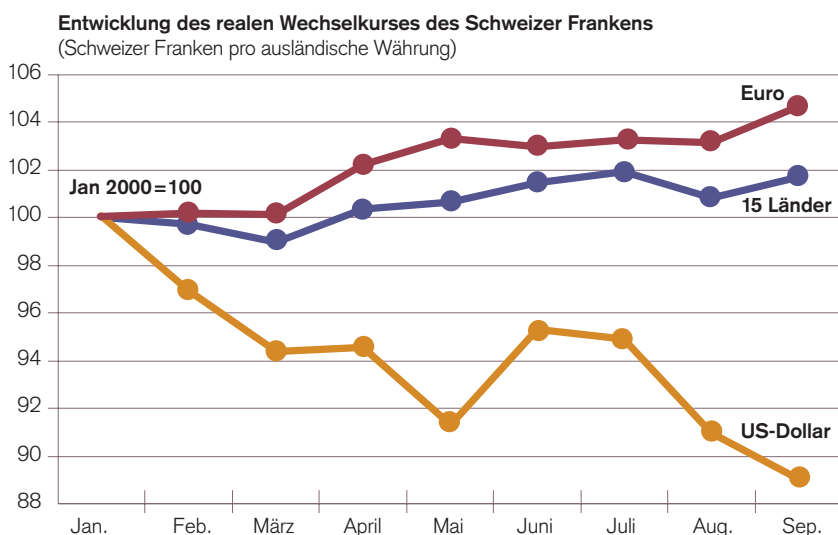
Schwacher Euro erschwert Exporte

In diesem Umfeld sind Branchen gut positioniert, die einen hohen Anteil ihrer Exporte im Dollarraum tätigen und gleichzeitig ihre Vorleistungen (Rohstoffe, Zwischenfabrikate, Dienstleistungen) überwiegend im Inland oder gar im Euroraum beziehen. Schwieriger ist die Lage für Anbieter, die einen wesentlichen Anteil ihrer Erlöse durch Exporte in den Euroraum erzielen. Dasselbe gilt für Wirtschaftszweige, die einen hohen Anteil von Dollar Gütern importieren müssen. Dazu zählen vor allem Branchen, die viele Rohwaren und Halbfabrikate benötigen, wie etwa die Metallerzeugung, die chemische Industrie, die Kunststoffindustrie und die Textilindustrie. Weniger betroffen ist die Nahrungsmittelindustrie, da sich die Dollarpreise der Nahrungsmittelrohwaren derzeit auf einem sehr tiefen Niveau befinden.

Anbieter aus einzelnen Segmenten der chemischen Industrie profitieren hingegen von der Dollarhausse, da sie einen vergleichsweise hohen Umsatzanteil im Dollarraum erwirtschaften. Dies betrifft vor allem die Farbstoffe und Pigmente, die organischen und pharmazeutischen Grundstoffe sowie die pharmazeutischen Erzeugnisse. Vergleichsweise stark in den Dollarraum orientiert sind auch die Hersteller von medizinischen Geräten und Präzisionsinstrumenten, Segmente der Maschinenindus-

WER IN DIE USA EXPORTIERT, HAT GUT LACHEN

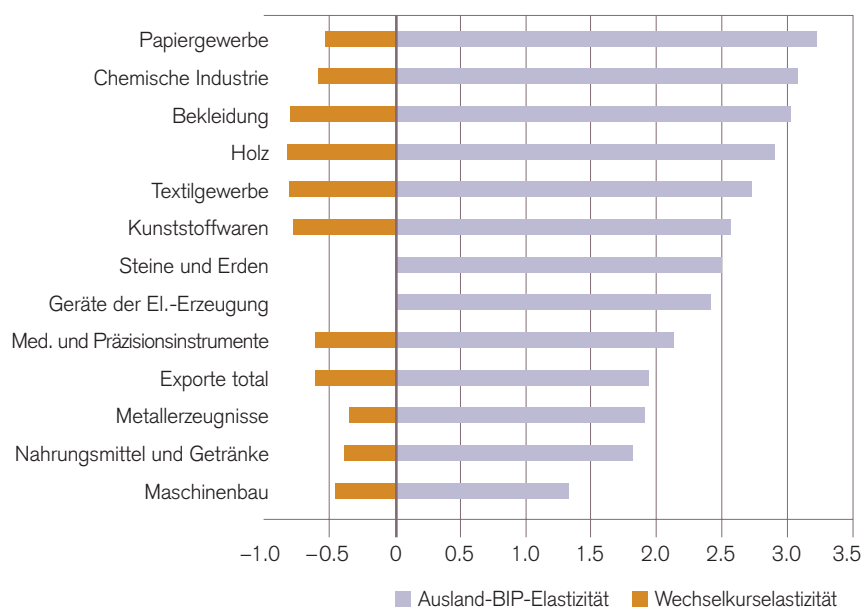
Seit Jahresanfang hat sich der Dollar gegenüber dem Franken um 12,3 Prozent aufgewertet. Dies nützt den Branchen, die vorwiegend in den Dollarraum exportieren. Umgekehrt hat der Euro zum Franken 4,5 Prozent eingebüsst, was die Nachfrage aus diesem Raum drosselt.



HARTER FRANKEN BREMST HOLZAUSFUHR

Erhöht sich der Schweizer Franken real um ein Prozent, gehen die Exporte in die neun wichtigsten Auslandsmärkte um 0,62 Prozent zurück. Überdurchschnittlich stark reagieren dabei die Sektoren Bekleidung, Holz, Textil und Kunststoffwaren. Dagegen erhöhen sich die Exporte um insgesamt 1,94 Prozent, wenn das BIP im Ausland um ein Prozent steigt.

Ausland-BIP- und Wechselkurselastizität der Exportnachfrage



trie und des Fahrzeugbaus. Wesentlich jedoch ist nicht nur, wie sich die Wechselkursrelationen verschieben, sondern vor allem auch wie sich die einzelnen Branchen unter veränderten Wechselkursrelationen behaupten. Schliesslich sprechen die einzelnen Branchen höchst unterschiedlich auf Impulse an, die von einer Veränderung des Wechselkurses oder auch von einem schwächeren Wachstum des BIP im Ausland ausgehen.

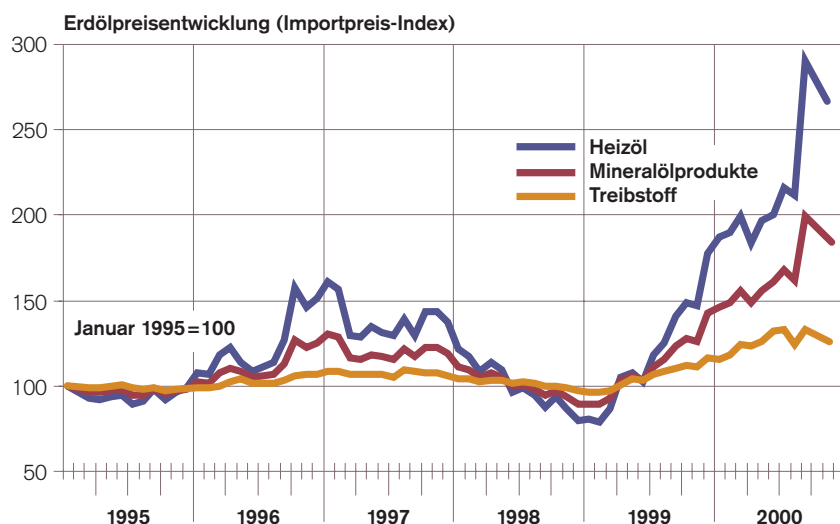
Die Frage lautet: «Wie stark verändern sich die nominalen Exporte, wenn sich der Schweizer Franken real um ein Prozent aufwertet und/oder wenn das BIP des Auslandes real um ein Prozent ansteigt?» Das Credit Suisse Economic Research verglich die Quartalsdaten für die Periode vom ersten Quartal 1988 bis zum dritten Quartal 1999 mit dem handelsgewichteten BIP der neun Länder USA, Japan, Deutschland, Frankreich, Italien, Grossbritannien, Österreich, Niederlande und Spanien. Dabei ergab sich eine Ausland-BIP-Elastizität von 1,94 Prozent und eine Wechselkurselastizität von -0,62 Prozent. Wenn also das Ausland-BIP um ein Prozent ansteigt, ist zu erwarten, dass die Schweizer Exporte unter sonst gleichen Bedingungen um 1,94 Prozent zunehmen. Umgekehrt ist mit einem Rückgang der Exporte um 0,62 Prozent zu rechnen, wenn der Schweizer Franken sich real um ein Prozent aufwertet.

Beim Textilgewerbe und der Herstellung von Bekleidung und Pelzwaren ist zusätzlich noch ein Zeittrend zu beachten. Das Vorzeichen ist bei beiden Branchen negativ. Das heisst, dass die Exporte im Zeitablauf ständig abnehmen, sofern sich sonst nichts ändert. Die Exporte können jedoch anziehen, wenn sich der Schweizer Franken stark abwertet oder wenn das BIP im Ausland kräftig wächst.

Aufgrund der geschätzten Gleichungen ist zu erwarten, dass sich die Aufwertung des Schweizer Francs gegenüber dem Euro bei folgenden Branchen am stärksten negativ bemerkbar machen wird:

TEURES ERDÖL BELASTET INDUSTRIE

Die Industrie hat unter den massiv gestiegenen Erdölpreisen stärker zu leiden als der Dienstleistungssektor. Eine Ausnahme bildet das Gastgewerbe, dem die hohen Heizkosten ebenfalls zu schaffen machen. Insgesamt ist die Schweizer Wirtschaft jedoch weniger stark vom Erdöl abhängig als andere Länder.



- der Bearbeitung und Verarbeitung von Holz,
- der Textil- und der Bekleidungsindustrie
- sowie der Herstellung von Gummi- und Kunststoffwaren.

Eine allfällige Abschwächung der Weltkonjunktur würde hingegen das Wachstum der Exporte der Papierindustrie am meisten beeinträchtigen.

Die Erdölnotierungen haben jüngst stark angezogen und werden in den nächsten Monaten angesichts der niedrigen Lager und des bevorstehenden Winters in der nördlichen Hemisphäre voraussichtlich auf hohem Niveau verharren.

Für die Firmen bewirkt dies in erster Linie steigende Kosten für Vorleistungen – nebst allfälligen negativen Rückkoppelungen via sinkender Kaufkraft der Abnehmer und/oder restriktiverer Geldpolitik auf die Nachfrage. Typischerweise wird es ihnen nicht gelingen, die steigenden Kosten in vollem Umfang durch entsprechende Preiserhöhungen auf die Abnehmer zu über-

wälzen. Dadurch schrumpfen die Margen, und die Wertschöpfung sinkt.

Allerdings wirkt sich günstig aus, dass sich die Unternehmen in der Schweiz auf höherwertige, am Ende der Wertschöpfungskette angesiedelte Güter und Dienstleistungen spezialisiert haben. Aus diesem Grund, und weil die Schweiz im internationalen Vergleich nur unterdurchschnittlich vom Erdöl abhängt, sind die Schweizer Unternehmen dem Erdölpreisanstieg etwas weniger stark ausgesetzt als viele Anbieter in ausländischen Volkswirtschaften.

Arbeitsmarkt treibt Kosten hinauf

Die Knappheit an Arbeitskräften hat sich in letzter Zeit verschärft. Der Mangel betrifft vor allem qualifizierte Beschäftigte, aber auch bei den angelernten und den ungelernten Arbeitskräften mehren sich die Meldungen über Personalmangel.

Der Arbeitskräftemangel ist in den einzelnen Branchen unterschiedlich ausgeprägt. Nicht zu überraschen vermag dabei

die Position der Informatikdienste, deren Mangel an Arbeitskräften schon längst sprichwörtlich ist. Bemerkenswert ist allerdings, dass bei einigen zyklischen Industriebranchen wie der Papierindustrie, den Metallerzeugnissen oder in den Bereichen Maschinenbau, Elektronik und Instrumente der Mangel besonders ausgeprägt ausfällt und in jüngster Zeit noch stark zugenommen hat.

Die Unternehmen in den besonders unter Arbeitskräftemangel leidenden Branchen sind mit Abwerbeversuchen und höheren Fluktuationsraten konfrontiert. Um Know-how-Verluste zu vermeiden, werden sie daher versuchen, durch Lohnanpassungen die Mitarbeiter weiterhin an sich zu binden. Gleichzeitig sind sie bereit, neuen Mitarbeitern relativ hohe Saläre zu offerieren. Von daher ist in diesen Branchen mit einem Lohndruck zu rechnen, der in den nächsten Quartalen grösser ausfallen könnte als die Steigerung der Wertschöpfung. Zwar ist nicht von der Hand zu weisen, dass gerade manche der besonders exponierten Branchen hohe Produktivitätssteigerungen erzielen, die das Lohnkostendruckproblem abfedern; allerdings sind diese Branchen in hohem Masse dem internationalen Wettbewerb ausgesetzt. Dieser führt dazu, dass trotz der Produktivitätsfortschritte die Margen sich nicht verbessern und die Löhne nicht ansteigen, sondern zumindest teilweise in Form von Preiszugeständnissen den Abnehmern zugute kommen.

Fazit: Aus Branchensicht sind in jüngster Zeit einige Wolken am Konjunkturm Himmel aufgezogen. Das an Dynamik verlierende, aber immer noch robuste konjunkturelle Umfeld im In- und Ausland spannt jedoch einen Schirm auf, der zwar nicht in jedem Fall vor nassen Füßen schützt, aber verhindert, dass die Gesamtwirtschaft und auch die einzelnen Branchen bis auf die Haut durchnässt werden.

Martin Daep, Telefon 01 333 37 45
martin.daep@credit-suisse.ch

«MIT EINER NACHHALTIGEN
FINANZPOLITIK MÜSSEN
ZUKÜNFTIGE GENERATIONEN
NICHT DIE STEUERSUPPE
AUSLÖFFELN, DIE WIR IHNEN
EINBRÖCKEN», MEINEN
FRITZ STAHEL UND BALAZS
HARASTA (RECHTS) VOM
ECONOMIC RESEARCH.



Foto: Thomas Schuppisser

WER BEZAHLT DIE ZECHEN?

Die Menschen werden immer älter. Das hinterlässt auch bei den Staatsfinanzen tiefe Spuren. Es besteht die Gefahr, dass künftige Generationen für die heutige Politik büssen müssen.

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

Herkömmliche Staatsbudgets werden auf ein Jahr erstellt, allenfalls ergänzt durch eine mittelfristige Finanzplanung. Das staatliche Handeln hat jedoch viel längerfristige Auswirkungen auf die öffentlichen Finanzen. Denn alles, wofür der Staat Geld ausgibt, muss eines Tages bezahlt werden. Wenn wir nicht heute zahlen, werden künftige Generationen die Rechnung begleichen müssen. Die Finanzpolitik trifft

die verschiedenen Generationen auf unterschiedliche Weise und kann Ressourcen zu unseren Gunsten oder zu Gunsten unserer Nachkommen umverteilen. Diese Wirkungen werden durch das klassische Staatsbudget nur ungenügend erfasst.

Die Wissenschaft hat daher vor etwa zehn Jahren ein neues Konzept entwickelt: das «Generational Accounting». Im Unterschied zu klassischen Budgetmethoden ist

es auf unendliche Zeit ausgerichtet. Man untersucht, was passiert, wenn die gegenwärtige Finanzpolitik ohne Veränderung ewig beibehalten würde. Die heutige Staatsschuld und der Gegenwartswert aller künftigen Staatsausgaben müssen durch die Steuereinnahmen der heutigen und künftigen Generationen gedeckt sein. Ist das nicht der Fall – müssten also die Steuern erhöht werden – kann nicht von einer nachhaltigen Politik gesprochen werden.

Die EU hat für zwölf ihrer Mitgliedstaaten ein Einnahmen-/Ausgabenprofil für die einzelnen Generationen erstellt (unter einer Generation versteht man in diesem Zusammenhang alle im selben Jahr geborenen Personen). Das unten abgebildete und für Industrieländer typische Generationenkonto zeigt für jede Altersklasse, wie viel Nettosteuern zu zahlen sind. Ein positiver Betrag bedeutet, dass eine Person im Laufe ihres verbleibenden Lebens mehr Steuern entrichtet, als sie an Transfers vom Staat erhält – und umgekehrt. So ist das Konto für Neugeborene leicht negativ. Der Gegenwartswert der Ausbildung und der Altersrente ist also etwas höher als der Gegenwartswert der bezahlten Steuern. Wer dagegen mitten im Er-

werbsleben steht, liefert bis zu seinem Tod dem Staat mehr ab, als er von ihm empfängt. Und im Alter schliesslich überwiegen die erhaltenen Transfers – namentlich Renten und Gesundheitskosten.

Nur Irland hat die Finanzen im Griff

Dieses Generationenkonto wird nun mit der demografischen Entwicklung kombiniert und für alle künftigen Generationen durchgerechnet. Das Resultat ist ernüchternd. Mit Ausnahme Irlands ist die Finanzpolitik in der heutigen Form nirgends nachhaltig. Mit anderen Worten: Würde man die gegenwärtige Finanz- und Wirtschaftspolitik beibehalten, müssten die Nettosteuern der künftigen Generationen massiv angehoben werden. Die Spanier hätten eine doppelt so hohe Steuerlast zu tragen. Mit Frankreich, den Niederlanden, Belgien, Dänemark und Irland kämen nur gerade fünf Länder mit einer Steuererhöhung von weniger als 50 Prozent davon.

Würden sich die heutigen Generationen ebenfalls an der Steuererhöhung beteiligen, wäre die zusätzliche Last weniger gravierend, wie die Grafik auf Seite 40 darstellt. Sie zeigt die Fiskalquote von 1990, die in den Neunzigerjahren verzeichnete Anhebung und die Erhöhung,

welche zusätzlich in Kauf zu nehmen wäre, um die gegenwärtige Politik langfristig tragbar zu machen.

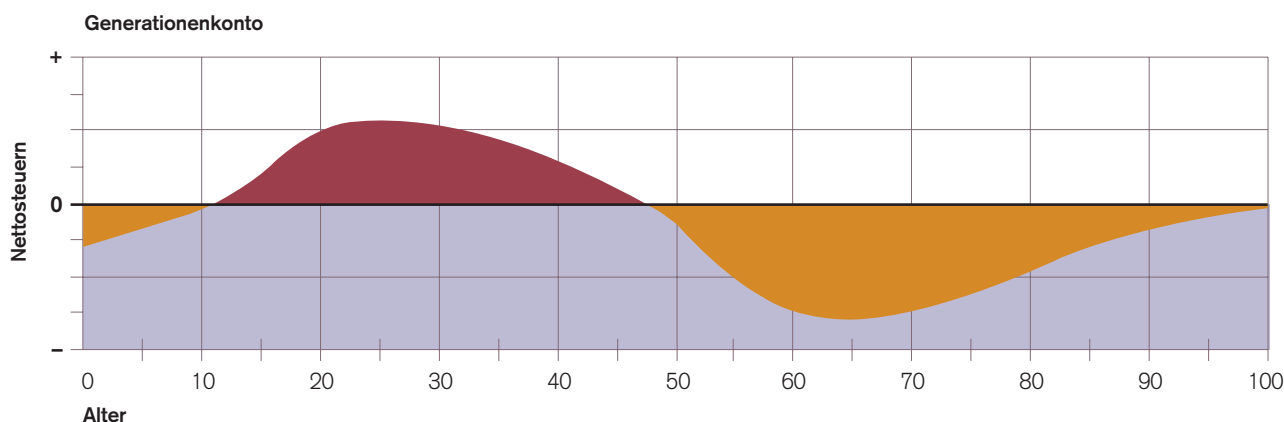
Ein weiterer Anstieg der Fiskalquote ist mit Blick auf die Stellung Europas im globalen Wettbewerb jedoch nicht zu verantworten. Anhand des Generationenkontos lässt sich aufzeigen, wo entsprechende Massnahmen ansetzen müssen. Obwohl für die Schweiz diese Art von Berechnungen fehlt, sieht sie sich vor ganz ähnliche Herausforderungen gestellt. Auch die notwendigen Massnahmen sind vergleichbar.

Primär soll die Fläche der positiven Nettosteuern der aktiven Bevölkerung gestärkt werden (siehe Grafik unten). Das lässt sich erreichen, indem mehr Leute eine Beschäftigung haben und/oder eine höhere Wertschöpfung pro Mitarbeiter generiert wird. Die Beschäftigung kann auf vier Arten gesteigert werden:

- Die Erstausbildung bis zum Berufseinstieg ist in der Schweiz überdurchschnittlich lang. Diese Zeit muss verkürzt werden. Das kann durch einen wie im Ausland früheren Schuleintritt oder eine weniger lange Ausbildungszeit erreicht werden. Dies setzt allerdings voraus, dass parallel dazu die Möglichkei-

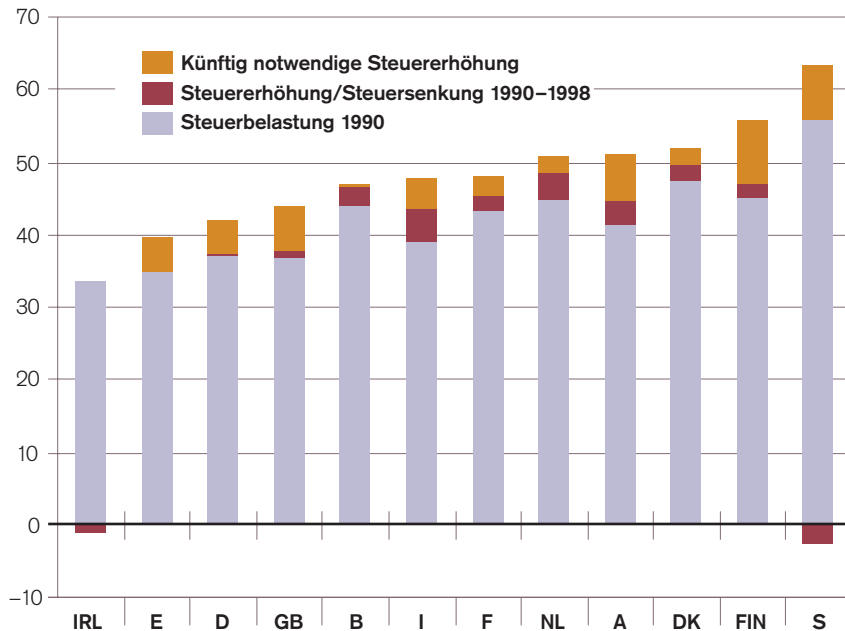
DIE RECHNUNG GEHT JE LÄNGER JE WENIGER AUF

Die aktiv tätigen Jahrgänge liefern dem Staat im Lauf ihres verbleibenden Lebens mehr Steuern ab, als sie von ihm Transfers, zum Beispiel in Form von Renten, erhalten (**positive Nettosteuern**). Bei den Neugeborenen und vor allem der älteren Bevölkerung ist es gerade umgekehrt (**negative Nettosteuern**). Das kann nicht gut gehen, wenn die Bevölkerung immer älter wird.



DIE LETZTEN BEISST DER FISKUS

Berücksichtigt man die demographische Entwicklung, betreibt in Europa nur gerade Irland eine nachhaltige Finanzpolitik. Würden andere Länder ihre gegenwärtige Politik beibehalten, müssten künftige Generationen massiv mehr Steuern zahlen. Nur Frankreich, die Niederlande, Belgien und Dänemark kämen mit einer Steuererhöhung von weniger als 50 Prozent davon.



Entwicklung der Fiskalquote in ausgewählten EU-Ländern (in % des BIP)

Quelle: OECD, Revenue Statistics 1965/98; EU-Kommission, European Economy, No 6 (1999)

ten für eine (lebenslange) Weiterbildung verstärkt und auch genutzt werden.

- Bei der Frauenerwerbsbeteiligung besteht noch ein unausgeschöpftes Potenzial. Die Unternehmen sollten die Rahmenbedingungen für Teilzeitarbeit weiter verbessern. Zudem ist das Angebot an Tagesschulen zu vergrössern. Für die Aufwendungen zur (externen) Kinderbetreuung sind die steuerlichen Abzugsmöglichkeiten zu verbessern.
- Die Mitarbeit älterer Personen kann gefördert werden. Wer sich später aus dem Erwerbsleben zurückziehen möchte, soll dafür nicht bestraft werden. Das heisst nicht, dass vorzeitige Pensionierungen nicht mehr möglich sein sollen. Länder mit grosszügigen Lösungen schränken diese allerdings zunehmend wieder ein und/oder erhöhen das (niedrige) gesetzliche Rentenalter.
- Die skizzierten Massnahmen reichen nicht aus, um die längerfristig rückläu-

fige Schweizer Erwerbsbevölkerung zu kompensieren. Nebst einer Steigerung der Produktivität sind daher auch künftig genügend ausländische Arbeitskräfte nötig. Mit den bilateralen Abkommen Schweiz-EU zeichnen sich hier schrittweise Erleichterungen ab.

Neben der Beschäftigung soll auch die Wertschöpfung erhöht werden. Die Schweiz hat im internationalen Vergleich unterdurchschnittliche Produktivitätszuwächse, die gesteigert werden müssen. Für die Verbesserung der wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen wurde in den Neunzigerjahren schon einiges unternommen. Noch bleibt aber vieles zu tun.

Die staatlich unterstützte Forschung ist schwergewichtig auf zukunftssträchtige Branchen auszurichten. Der Technologie- und Wissenstransfer von der Forschung in die Praxis muss rascher als bisher erfolgen. Ausserdem ist die Modernisierung

der staatlichen Verwaltung – New Public Management – weiter voranzutreiben. Ein zeitgemässeres Steuersystem und ein neuer Finanzausgleich drängen sich auf. Die Reformen im Bereich der Wettbewerbspolitik (Deregulierung, Binnenmarkt, Kartelle, Subventionsabbau) sind entschlossen umzusetzen oder weiterzuführen.

Hochschulen international vernetzen

Zur Steigerung der Produktivität brauchen wir nicht zuletzt einen flexiblen Arbeitsmarkt sowie gut ausgebildete Mitarbeiter. Hier tut sich einiges. Die Fachhochschulen müssen sich konsequent fokussieren. Die Schaffung von Ausbildungsschwerpunkten in zukunftssträchtigen Sparten (Informationstechnologie, Kommunikationstechnologie, Biotechnologie, Umwelttechnologie, Medizinaltechnik usw.) ist sehr wichtig. Im Rahmen der Idee «Hochschule Schweiz» müssen auch die Universitäten einen klaren Fokus aufweisen und eine internationale Vernetzung sicherstellen. Auslandssemester und -praktika sind gezielt zu fördern. Und schliesslich hilft mehr Wettbewerb auch im Bildungssektor, längerfristig die Qualität zu verbessern.

All diese Massnahmen tragen dazu bei, die mit dem Generationenkonto veranschaulichte Finanzpolitik nachhaltiger zu machen und Steuererhöhungen für die künftigen Generationen in Grenzen zu halten. Darüber hinaus sind beim Staatshaushalt in spezifischen Bereichen gezielte Reformen nötig, nicht zuletzt im Gesundheitswesen, wo der medizinisch-technologische Fortschritt künftig enorme Kostenfolgen zeitigen wird. Oder im Bereich der Altersvorsorge: Während die EU-Länder ihre klassischen Rentensysteme durch das Kapitaldeckungsverfahren ergänzen müssen, ist die Schweiz diesbezüglich gut positioniert. Trotzdem werden wir auch hierzulande nicht darum herum kommen, die private Vorsorge weiter zu stärken.

Fritz Stahel, Telefon 01 333 32 84
fritz.stahel@credit-suisse.ch

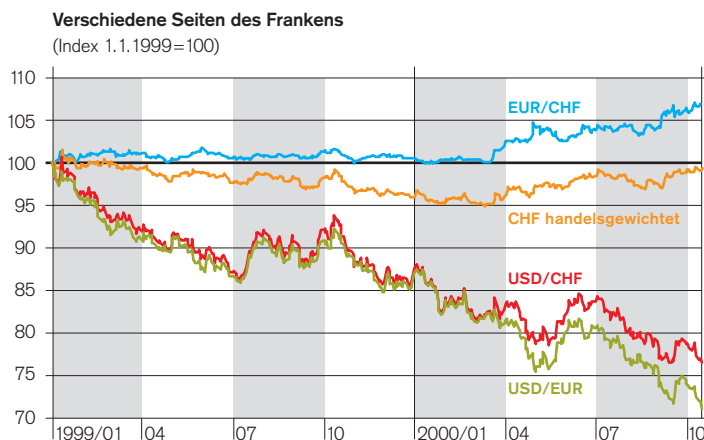
UNSERE PROGNOSEN ZUR KONJUNKTUR

DER AKTUELLE CHART:

SCHMERZGRENZE ERREICHT?

Die Aufwertung des Frankens zum Euro seit dem Frühjahr erinnert an frühere Phasen der Frankenstärke. Die Schweizerische Nationalbank (SNB) gab damals mit einer Zinssenkung Gegensteuer. Der handelsgewichtete Franken hat sich aber seit 1999 nur wenig verteuert, weshalb die SNB derzeit nicht unter Zugzwang steht. Steigt der Dollar weiter und sinkt der Euro deutlich unter die Marke von 1.50 Franken, dürfte die SNB mit einer Zinssenkung reagieren.

CREDIT SUISSE



SCHWEIZER KONJUNKTURDATEN:

ÖLSPUREN BEIM WACHSTUM

Das Wachstum der Schweizer Wirtschaft wird sich in den nächsten Quartalen etwas verlangsamen, jedoch nicht zum Stillstand kommen. Am Arbeitsmarkt ist damit keine wesentliche Entspannung absehbar. Die Teuerung wird vorübergehend deutlich zulegen, sich aber gegen Ende 2001 ebenso kräftig zurückbilden.

CREDIT SUISSE

	6.00	7.00	8.00	9.00	10.00
Inflation	1.9	2	1.3	2.3	1.9
Waren	3.7	3.8	3	5.3	3.7
Dienstleistungen	0.5	0.7	0	-0.1	0.2
Inland	0.7	0.8	0.6	0.5	0.5
Ausland	5.3	5.7	3.3	7.1	4.8
Detailhandelsumsätze (real)	-3.5	-4	1.6	1.5	
Handelsbilanzsaldo (Mrd. CHF)	-0.09	-0.23	-0.66	0.91	-0.26
Güterexporte (Mrd. CHF)	10.4	10.4	9.4	11.4	11.5
Güterimporte (Mrd. CHF)	10.5	10.6	10.1	10.5	11.8
Arbeitslosenquote	1.8	1.8	1.8	1.7	1.7
Deutschschweiz	1.5	1.4	1.4	1.4	1.4
Romandie und Tessin	2.7	2.7	2.7	2.7	2.7

BIP-WACHSTUM:

2001: KONJUNKTUR FLAUT AB

Höhere Ölpreise und die Anhebung der Leitzinsen haben in den letzten zwölf Monaten deutliche Bremsspuren in der Weltwirtschaft hinterlassen. Die USA und Europa verzeichnen eine abnehmende Wachstumsrate. Die Schweizer Wirtschaft wird dadurch beeinträchtigt. In Japan ist die Konjunkturerholung noch unsicher, einigen Schwellenländern droht der Rückfall in die Rezession.

CREDIT SUISSE

	Durchschnitt 1990/1999	1999	Prognosen 2000 2001	
Schweiz	0.9	1.5	3.3	2.5
Deutschland	3.0	1.5	3.2	3.0
Frankreich	1.7	2.9	3.4	3.3
Italien	1.3	1.4	3.0	3.1
Grossbritannien	1.9	2.1	3.0	2.7
USA	3.1	4.2	5.0	3.6
Japan	1.7	0.3	1.6	1.8

INFLATION:

INFLATIONSGEFAHR BLEIBT

Die hohen Erdölpreise haben die Inflationsrate in den USA und Europa in die Höhe getrieben. Neuste Daten deuten jedoch auf Entspannung hin. Gefahr droht von den Erzeugerpreisen, die sich auf die Konsumentenpreise niederschlagen könnten. Ende nächsten Jahres können wieder tiefere Inflationsraten erwartet werden.

CREDIT SUISSE

	Durchschnitt 1990/1999	1999	Prognosen 2000 2001	
Schweiz	2.3	0.8	1.8	1.8
Deutschland	2.5	0.6	1.8	1.7
Frankreich	1.9	0.6	1.6	1.5
Italien	4.0	1.7	2.5	2.2
Grossbritannien	3.9	2.3	2.2	2.3
USA	3.0	2.2	3.1	2.6
Japan	1.2	-0.3	-0.6	0.2

ARBEITSLOSENQUOTE:

ARBEITSÄMTER ATMEN AUF

In den USA, Grossbritannien und der Schweiz ist nahezu Vollbeschäftigung erreicht. Der knappe Arbeitsmarkt führt zu Lohn- und Druck, der sich bisher jedoch in Grenzen hielt. In der Euro-Zone gehören die Zeiten mit einer zweistelligen Arbeitslosenrate der Vergangenheit an. Trotz des abgeschwächten Wachstums im nächsten Jahr werden die Arbeitslosenzahlen weiter zurückgehen.

CREDIT SUISSE

	Durchschnitt 1990/1999	1999	Prognosen 2000 2001	
Schweiz	3.4	2.7	2.0	1.9
Deutschland	9.5	10.5	9.6	8.6
Frankreich	11.2	11.0	9.7	8.3
Italien	10.9	11.9	10.6	9.5
Grossbritannien	7.3	4.3	3.8	3.6
USA	5.7	4.2	4.0	4.2
Japan	3.1	4.8	4.7	4.5

URS WÄLCHLI, ROGER M. KUNZ
UND KARSTEN DÖHNERT
(VON LINKS) VOM ECONOMIC
RESEARCH WISSEN: «KAUM
JEMAND KENNT HEUTE DIE TOP-
AKTIEN VON MORGEN.»



Foto: Thomas Schuppisser

DIVERSIFIKATION SCHONT DIE NERVEN

Wer auf den SMI setzt, fährt gut. Wer noch weitere Märkte ins Portefeuille nimmt, fährt besser.

**KARSTEN DÖHNERT,
ROGER M. KUNZ UND
URS WÄLCHLI**

Hätte ein Anleger 1986 für 1000 Dollar Microsoft-Aktien gekauft, dann wäre sein Vermögen bei kontinuierlicher Wiederanlage aller Ausschüttungen auf zirka 350 000 Dollar angewachsen (Stand Ende Oktober 2000). Das entspricht einer durchschnittlichen jährlichen Performance von rund 49 Prozent. Auf dem Höhepunkt der

Technologie-Hausse Ende 1999 betrug der Wert sogar mehr als 600 000 Dollar. Die vergangene Kursentwicklung von Microsoft zeigt eindrücklich, dass man mit der Strategie «alles auf eine Karte setzen» phänomenale Renditen erzielen kann. Wer dagegen auf eine diversifizierte Anlagestrategie setzt, muss sich zwangsläufig mit der geringeren Markttrendite zufriedengeben. 1000 Dollar, die über denselben Zeitraum in den S&P 500, den Aktienindex der 500 grössten amerikanischen

Gesellschaften, investiert wurden, wären «lediglich» auf 9000 Dollar angewachsen. Warum soll man im Lichte solcher Tatsachen seine Anlagen diversifizieren?

Das Microsoft-Beispiel ist aber nicht typisch. Wer hatte 1986 schon die Voraussicht oder das Glück, aus den vielen tausend Aktien, die zur Auswahl standen, ausgerechnet die damals unbekannte Microsoft auszuwählen? Die Chance, die richtige Aktie zu erwischen, ist ungleich geringer als das Risiko, ein nicht einmal

mittelmässiges oder sogar Verlust bringendes Engagement einzugehen. Zahlreich sind die Gesellschaften, die seit 1986 Konkurs gingen oder für die Anleger mit hohen Verlusten endeten.

Im Übrigen ist beispielsweise die durchschnittliche jährliche Rendite des schweizerischen Aktienmarkts von 1926 bis 1999 mit rund 8,6 Prozent durchaus respektabel: Eine bestimmte Summe würde sich damit innerhalb von 20 Jahren mehr als verfünffachen.

Hongkong hielt Anleger auf Trab

Wie Diversifikation funktioniert, illustriert die nebenstehende Grafik. Die roten Punkte zeigen die Rendite/Risiko-Kombinationen ausgewählter Aktienmärkte in Franken. Hongkong erwies sich in den vergangenen 27 Jahren als der riskanteste Markt, während niederländische Aktien mit über 14 Prozent die höchste Rendite erreichten. Die Schweiz erzielte mit jährlich rund 11 Prozent ebenfalls eine sehr gute Rendite und weist zudem das geringste Risiko auf.

Welche optimalen Rendite/Risiko-Kombinationen ergeben sich aus den zwölf ausgewählten Ländern? Diese so genannte Effizienzgrenze (rote Linie in der Abbildung) lässt sich aus den in der Vergangenheit realisierten Renditen, Risiken und Korrelationen der einzelnen Länder berechnen. In der Praxis interessiert jedoch die Zukunft, sodass man auf Schätzungen dieser Kennzahlen angewiesen ist. Die abgebildete Effizienzgrenze stellt deshalb ein nur theoretisch erreichbares Optimum dar.

Bereits mit relativ einfachen Diversifikationsstrategien können attraktive Rendite/Risiko-Verhältnisse erreicht werden. Als erstes Beispiel dienen die Eigenschaften eines gleichgewichteten Länder-Portfolios (Portfolio A). Alle Aktienmärkte sind darin mit dem gleichen Anteil von je einem Zwölftel vertreten. Portfolio A weist eine ähnliche Performance wie der Schweizer Aktienmarkt auf. Alle übrigen Märkte werden in Bezug auf die Rendite oder das Ri-

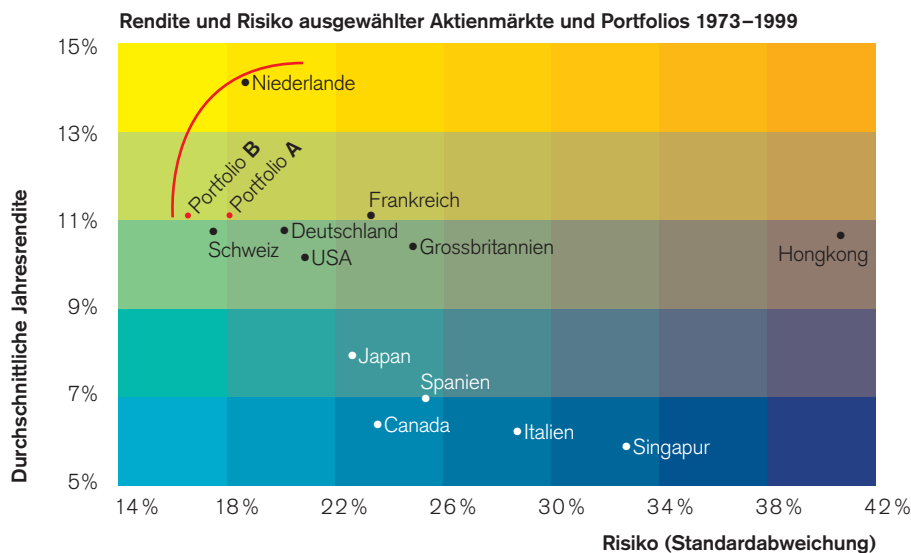
siko, oder meistens beides, klar geschlagen. Einzig der niederländische Aktienmarkt schneidet auch im Vergleich zum diversifizierten, gleich gewichteten Länder-Portfolio besser ab. Genau wie bei der Microsoft-Aktie ist jedoch zu vermuten, dass dies 1973 für die wenigsten Anleger vorauszu sehen war und entsprechend die Ausnahme von der Regel darstellt.

Portfolios schlagen Einzelmarkt

Das zweite Beispiel-Portfolio (Portfolio B) orientiert sich an den Gewichtungen der Credit Suisse-Portfoliofonds. Es setzt sich mit 40 Prozent schwergewichtig aus Schweizer Aktien zusammen. Die weiteren Anteile sind 25 Prozent USA, 9 Prozent Japan, 8 Prozent Grossbritannien, je 4 Prozent Deutschland und Frankreich, je 3 Prozent Niederlande und Kanada sowie je 2 Prozent Hongkong und Singapur. Portfolio B weist bei ähnlicher Rendite ein noch geringeres Risiko auf als Portfolio A und liegt nahe am theoretisch möglichen Optimum. Beide Beispiele zeigen, dass man mit diversifizierten Portfolios im Vergleich zu Einzelmarkt-Anlagen in aller Regel ein geringeres Risiko und/oder eine

DIE MISCHUNG MACHT DEN UNTERSCHIED

Die beiden diversifizierten Portfolios (A und B) haben in aller Regel das bessere Rendite/Risiko-Profil als die Börsenindizes einzelner Länder.



höhere Rendite erreicht. Dies belegt eindrücklich den Nutzen der Diversifikation. Noch bessere Ergebnisse ergeben sich, wenn man weitere Anlagekategorien wie Private Equity, Obligationen oder Immobilien einbezieht. Von Profis zusammengestellte Portfolios ermöglichen den Anlegern, international sowie in verschiedene Branchen und Anlagekategorien diversifiziert zu investieren.

Karsten Döhnert, Telefon 01 334 61 00

E-Mail karsten.doehnert@credit-suisse.ch

Sollen Anleger nach Ländern oder Branchen diversifizieren? Eine Antwort gibt das Economic Briefing Nr. 20, «Diversifikation – Strategie für eine erfolgreiche Kapitalanlage». Die Studie kann mit beiliegendem Talon bestellt werden.

www.credit-suisse.ch/bulletin

Aktien versus Obligationen. Schweiz versus Ausland. Branchen versus Märkte.

Bulletin Online gibt Diversifikations-Tipps.

« FIRMEN, DIE DIE UMSTELLUNG AUF DEN
EURO VERTAGT HABEN, KOMMEN UNTER
DRUCK », WARNT STEFAN FÄSSLER VOM
ECONOMIC RESEARCH. MIT UNSERER
EUROSERIE WIRD SIE DER EXPERTE
SICHER INS EINHEITSWÄHRUNGS-LAND
FÜHREN.





DIE ZEIT LÄUFT, DER EURO ROLLT AN

Unternehmungen, Banken, Anlegerinnen, Konsumenten und Reisende stehen in den Startlöchern. Ab Januar 2002 rollt der Euro bar in der Europäischen Währungsunion.

**VON STEFAN FÄSSLER,
ECONOMIC RESEARCH**

Während der letzten Monate beherrschten die Schwäche des Euro und das «Nein» der Dänen zum Beitritt zur Europäischen Währungsunion (EWU) die Nachrichten über die europäische Einheitswährung. Darob darf nicht vergessen werden, dass der Euro erst als Buchgeld existiert und am 1.1.2002 auch als Bargeld eingeführt wird, womit die nationalen Währungen – IN-Währungen – verschwinden werden. Die Vorbereitungen dazu sind im Gange und machen zusehends Fortschritte. So sind schon ein erheblicher Teil der 14 Mil-

liarden Banknoten gedruckt und einige Tonnen Münzen geprägt worden. Mit der Bargeldeinführung geht die dreijährige Übergangsfrist zu Ende, und die nationalen Währungen verlieren endgültig ihre Funktion als Zahlungsmittel.

Drachme mutiert zum Euro

Vorgängig wird Anfang 2001 die griechische Drachme zur zwölften IN-Währung. Das heisst, der Kurs zum Euro wird unwiderruflich fixiert (340.750 GRD pro EUR). Ab diesem Zeitpunkt werden griechische Staatsanleihen nur noch in Euro ausgegeben sowie auf Drachmen lautende Obligationen oder Aktien umgeschrieben und in Euro gehandelt. Ebenso wird der Devisenhandel nur noch in Euro abgewickelt werden. Griechenland wird nach nur einjähriger

Übergangsfrist den Euro ebenfalls auf den 1.1.2002 als Bargeld einführen.

Banken – intensive Vorbereitungen

Für den Finanzsektor gehört der Euro nun seit bald zwei Jahren zum Alltag. So wird der Geldverkehr unter den Banken, der Handel mit Devisen, Aktien oder Obligationen nicht mehr in IN-Währungen, sondern ausschliesslich in Euro abgewickelt. Ende 2000 wird auch die griechische Drachme als IN-Währung integriert. Um dies zu bewerkstelligen, kann auf die Erfahrungen und Abläufe der Euroeinführung 1998/99 zurückgegriffen werden, sodass keine Probleme entstehen sollten. Kunden, die Konten oder Wertpapiere in griechischen Drachmen haben, werden über das Vorgehen informiert.



ENDGÜLTIGER ABSCHIED DER LANDESWÄHRUNGEN

Der nachstehende Fahrplan enthält die wichtigsten Fixpunkte der Bargeldeinführung. Da es in gewissen Bereichen keine einheitlichen europäischen Regelungen gibt, können die Angaben je nach Land differieren.

Ab 1. 9. 2001

Banken werden von den nationalen Zentralbanken mit Eurobargeld beliefert (Frontloading).

Ab 17. 12. 2001

Konsumenten können bei den Banken Starter-Kits mit Münzen beziehen.

31. 12. 2001

Ende der dreijährigen Übergangsfrist. Unternehmen müssen bis zu diesem Zeitpunkt eurotauglich sein.

1. 1. 2002

Der Euro wird als Bargeld eingeführt. Euro und nationale Währungen sind parallel in Umlauf (Doppelwährungsphase).

28. 2. 2002

Ende der Doppelwährungsphase. Der Euro ist alleiniges gesetzliches Zahlungsmittel im Euroland.

Ab 1. 3. 2002

Nationale Währungen können meistens nur noch bei den Zentralbanken getauscht werden.

Die bisher notwendigen Umrechnungen von IN-Währungen zu Fixkursen in Euro und umgekehrt werden noch bis Ende 2001 von den Banken vorgenommen. Ab dem 1.1.2002 kann dieser Service nicht mehr geboten werden, denn von diesem Zeitpunkt an existieren die IN-Währungen rechtlich nicht mehr. Das heisst, die Unternehmen müssen darauf sensibilisiert werden, mögliche Probleme zu erkennen und die notwendigen Anpassungen vorzunehmen. Das betrifft insbesondere die Konten und den Zahlungsverkehr.

Für die Banken im Euroland steht der physische Bargeldumtausch bei den zu planenden Massnahmen an vorderster Stelle. Grosse Mengen von Eurobargeld müssen ausgegeben und die nationalen Währungen eingezogen werden. Für die Finanzinstitute in der Schweiz ist dies etwas weniger brisant, aber dennoch nicht zu unterschätzen.

Unternehmen – die Zeit läuft

Vor allem kleine und mittlere Unternehmen haben das Thema Euro vor sich hergeschoben und noch keine entsprechenden Schritte im Hinblick auf die Bargeldeinführung und die definitive Umstellung auf den Euro unternommen. Für diese Firmen wird die Zeit langsam knapp. Ein solches Vorhaben ist nicht von heute auf morgen zu bewerkstelligen. Es braucht eine Planungs-, eine Durchführungs- und eine Testphase. Dies alles bindet Ressourcen: Zeit, Geld und Personal.

Unternehmen sind auf zwei Arten von der Bargeldeinführung betroffen. Zum einen gilt es, die technische Umstellung erfolgreich zu meistern. Zum anderen müssen strategische Faktoren, die mit der Einheitswährung verbunden sind, berücksichtigt werden.

Im technischen Bereich geht es darum, sicherzustellen, dass auf den 1.1.2002 genügend Bargeld in der richtigen Stückelung in Euro vorhanden ist. Dies betrifft vor allem den Detailhandel in Grenzgebieten und die Tourismusbranche. Die Buch-

haltungssoftware muss in der Lage sein, Euro zu verarbeiten, damit Rechnungen in Euro gestellt sowie Ein- und Ausgänge in Euro verbucht werden können. Allfällig vorhandene Konten in IN-Währungen müssen saldiert und der Saldo auf ein Eurokonto übertragen werden, damit ein reibungsloser Zahlungsverkehr gewährleistet ist. Wenn Preislisten nicht schon heute zwei Währungen aufführen, sind sie frühzeitig neu zu drucken. Im Euroland domizilierte Tochtergesellschaften müssen zudem spätestens auf Ende 2001 ihr Gesellschaftskapital auf Euro umstellen.

In strategischer Hinsicht sind vor allem die Preisgestaltung und die durch die erhöhte Preistransparenz verschärfte Wettbewerbssituation von Bedeutung. Gerade bei so genannten Signalpreisen muss der Umrechnung grosse Beachtung beigegeben werden. So wird aus einem D-Mark-Preis von 6.99, bei exakter Umrechnung, ein Europreis von 3.57. Rundet der Produzent auf 2.99 Euro ab, geht ein netter Betrag verloren, wird auf 3.99 Euro aufgerundet, dürfte die Signalwirkung vorweg unzufriedene Konsumenten auf den Platz rufen. Neben der Umrechnung an sich muss die Preisgestaltung als Ganzes überdacht werden. Ab dem 1.1.2002 gibt es im Euroland nur noch Europepreise, was eine Preisdifferenzierung, die nicht mit Qualitätsunterschieden oder höheren Transportkosten begründet werden kann, erschwert. Nicht zu vergessen bei der ganzen Umstellung sind die Mitarbeiter. Diese müssen über die Änderungen informiert und möglicherweise ausgebildet werden.

Private – einfach reisen wie noch nie

Privatleute sind als Touristen und Anleger von der Einheitswährung betroffen. Das Reisen in Europa wird wesentlich vereinfacht. Fast überall kann mit ein und derselben Währung bezahlt werden. Es gilt jedoch, sich mit den neuen Preisen vertraut zu machen, denn ab 2002 werden alle Preise nur noch in Euro angegeben

sein. Wer nach Italien reist, wird künftig nicht mehr so leicht zum Millionär. Das Ferien- und Reisegeld, welches vom letzten Urlaub übrig geblieben ist, kann im Jahr 2001 noch aufgebraucht oder später in Euro getauscht werden (siehe Box Seite 46).

Anlegerinnen und Anleger sollten sich überlegen, ob sie ein Eurokonto eröffnen wollen, damit anfallende Dividenden oder Zinszahlungen von europäischen Wertpapieren nicht mehr getauscht werden müssen. Auch die Wiederanlage von fälligen Obligationen in Euro wird so erleichtert. Da der Handel mit Aktien schon seit Anfang 1999 in Euro abgewickelt wird, ergeben sich in dieser Hinsicht keine grossen Änderungen. Zahlreiche Unternehmen müssen allerdings ihr Gesellschaftskapital noch auf Euro umstellen. Die betroffenen Anleger werden von den Gesellschaften und den Banken entsprechend informiert.

300 Millionen denken in Euro

Mit der Schaffung der Einheitswährung hat Europa einen weiteren wichtigen Schritt zur Vollendung des gemeinsamen Binnenmarktes vollzogen. Wie sich der Euro entwickeln wird, muss die Zukunft

zeigen. Die Vorteile einer Einheitswährung werden aber mit der Einführung des Bargeldes noch deutlicher sichtbar werden. Rund 300 Millionen Konsumenten denken und rechnen in Euro; Güterhandel und Kapitalverkehr werden innerhalb der EWU nur noch in der neuen Währung abgewickelt. Dies ermöglicht es, Preise genau zu vergleichen, und Wechselkursschwankungen innerhalb der EWU-Länder existieren nicht mehr. Obwohl die Schweiz weder Mitglied der EWU noch der EU ist, werden die Auswirkungen auch hier spürbar sein. Vor allem exportierende und importierende Unternehmen sowie Firmen in Grenz- und Tourismusregionen werden vom Euro betroffen sein.

Stefan Fässler, Telefon 01 333 13 71

stefan.faessler@credit-suisse.ch

www.credit-suisse.ch/bulletin

Sind Sie Leiter eines KMU? Und bereitet Ihnen die Euroeinführung Kopfschmerzen? Die Eurocheckliste von Bulletin Online macht auch Sie gesund und eurofit.

WEGWEISER INS EUROLAND

Was die Einführung des Euro bargeldes und das definitive Verschwinden der nationalen Währungen im Detail für die Unternehmen und Einwohner der Schweiz bedeutet, darüber halten wir Sie mit einer Serie im Bulletin auf dem Laufenden. Aus heutiger Sicht geht es vor allem um drei Themenblöcke:

- **Strategische Vorbereitung und technische Umstellungen bei den Unternehmen**
- **Umstellung der Fremdwährungskonten und damit verbundene Neuerungen im Zahlungsverkehr**
- **Praktische Fragen rund um den Austausch der nationalen Noten und Münzen gegen Euro**

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

Wer vorausdenkt, hat gut lachen.
Bringen Sie jetzt Ihre Finanzen für später unter Dach und Fach.
Wir zeigen Ihnen wie.



Wie gehen Sie mit Ihrem Geld nach der Pensionierung
möglichst geschickt um? Profitieren Sie jetzt von
einer umfassenden Finanzplanung. Neue interessante
Lösungen für Budgetierung und Anlage unter Berücksichtigung
steuer- und erbrechtlicher Rahmenbedingungen
machen Sie unabhängig von vagen Prognosen.
Das Leben hat Ihnen so in jedem Fall mehr zu bieten.
Nehmen Sie Ihre Chancen wahr. Die Vorsorge- und
Finanzberater der Winterthur zeigen Ihnen wie.

Kompetente Ansprechpartner finden Sie in jeder
Winterthur Geschäftsstelle. Wir sind für Sie da. 052 261 50 50
oder www.winterthur.com/ch

UNSERE PROGNOSEN ZU DEN FINANZMÄRKTEN

GELDMARKT:

NOCH KEINE ENTWARNUNG

Die Europäische Zentralbank (EZB) wird um eine weitere Zinserhöhung kaum herumkommen, da Teuerung und Geldmengenwachstum (M3) über ihren Zielwerten liegen. In den USA bleibt die Kerninflation hoch. Im Jahreshorizont zeichnet sich eine weitere Zinserhöhung ab, auch als Gegengewicht zur wahrscheinlichen Lockerung der Fiskalpolitik unter der neuen politischen Führung.

CREDIT SUISSE

	Ende 99	21.11.00	Prognosen 3 Mte.	12 Mte.
Schweiz	2.11	3.5	3.6–3.8	3.5–3.6
USA	6.18	6.8	6.8–6.9	7.0–7.2
EU-11	3.34	5.1	5.2–5.4	4.9–5.2
Grossbritannien	6.09	6.1	6.0–6.2	5.8–6.0
Japan	0.49	0.6	0.4–0.6	0.5–0.6

OBLIGATIONENMARKT:

DIE RENDITEN SINKEN

Die abschwächende Konjunkturdynamik sowie die guten Aussichten der Staatshaushalte haben sich positiv in den Rentenmärkten niedergeschlagen. Der Inflationsdruck bleibt bestehen. Wir rechnen mit fallenden Energiepreisen ab Mitte nächsten Jahres und mit einer entsprechenden Beruhigung der Teuerung. Die Renditen dürften innert Jahresfrist leicht fallen.

CREDIT SUISSE

	Ende 99	21.11.00	Prognosen 3 Mte.	12 Mte.
Schweiz	3.51	3.8	4.0–4.1	3.6–3.8
USA	6.43	5.7	5.6–5.8	6.0–6.2
Deutschland	5.34	5.2	5.2–5.4	5.0–5.2
Grossbritannien	5.48	5.1	5.2–5.4	5.0–5.2
Japan	1.69	1.7	1.9–2.1	2.2–2.4

WECHSELKURSE:

FRANKEN BLEIBT FEST

Die Intervention der Notenbanken der G7-Gruppe und die Konjunkturabschwächung in den USA haben der Talfahrt des Euro vorläufig ein Ende gesetzt. Gegenüber dem Schweizer Franken hat sich die europäische Einheitswährung etwas gefangen. Die Flucht in den Franken nach der jüngsten Nahostkrise ist beendet und der CHF/EUR-Wechselkurs dürfte sich bei 1.52–1.54 einpendeln.

CREDIT SUISSE

	Ende 99	21.11.00	Prognosen 3 Mte.	12 Mte.
CHF/USD	1.60	1.80	1.71–1.75	1.56–1.63
CHF/EUR*	1.60	1.52	1.51–1.54	1.53–1.55
CHF/GBP	2.59	2.56	2.52–2.57	2.40–2.46
CHF/JPY	1.56	1.64	1.53–1.56	1.49–1.54

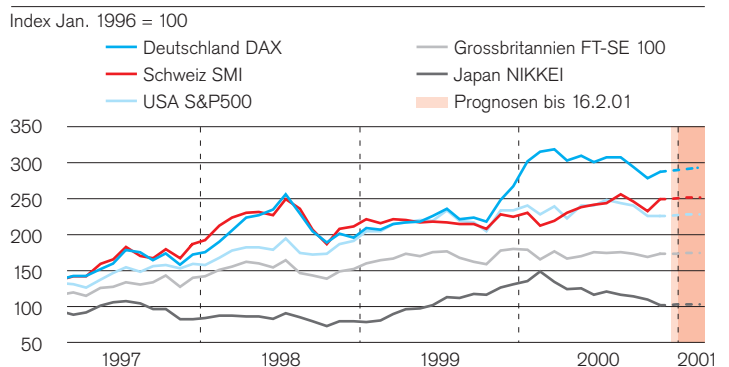
*Umrechnungskurse: DEM/EUR 1.956; FRF/EUR 6.560; ITL/EUR 1936

INTERNATIONALE BÖRSEN:

TECHNOLOGIEAKTIEN LASSEN FEDERN

Das verlangsamte Wachstum, das sich in den Industrieländern abzeichnet, führt bei vielen Unternehmen zu verringerten Gewinnprognosen. Die Anpassung der Gewinnsschätzungen an diese neue Realität hat vor allem die hoch bewerteten Technologieaktien in Mitleidenschaft gezogen. Die anhaltenden Konjunkturrisiken begünstigen defensive Sektoren und Industrieländer mit robustem Wachstum, was eindeutig für Europa und die USA als Kernanlageregionen spricht.

CREDIT SUISSE



EUROPÄISCHE BÖRSEN:

BANKEN LOCKEN INVESTOREN

Die Konjunkturindikatoren deuten für Euroland auf ein schwächeres Wachstum im nächsten Jahr hin. Mit der Senkung der Einkommenssteuern und einem weiteren Beschäftigungsanstieg sollte die Dynamik im Euroraum weiter intakt bleiben. Mit der Stärkung des Euro gewinnt der europäische Aktienmarkt weiter an Attraktivität. Favorisiert wird der Banken- und Pharmasektor, während der Telekomsektor an Performance einbüsst.

CREDIT SUISSE

	Ende 1999	21.11.00	Prognosen KGW 2000 E	Gewinnwachstum 2000 E	2001 E	Div.-Rendite 2000 E	12 Mte.
DJ Europe Stoxx Index	379	377	23.2	18.3	13.3	2.1	
Banken	367	410	15.5	17.8	12.8	2.6	++
Energie	343	387	16.8	70.9	-1.1	2.3	+
Financial Services	303	356	18.0	14.9	12.1	2.3	+
Industrie	335	357	21.7	13.2	17.7	2.0	-
Medien	486	453	64.1	-9.0	24.9	1.2	0
Pharma	396	517	33.1	18.8	13.9	1.2	+
Technologie	894	795	59.0	62.1	33.7	0.5	0
Telekommunikation	788	550	40.6	3.6	16.4	1.4	--
Versicherungen	394	470	24.4	13.1	16.0	1.5	-
Versorger	284	316	20.3	-18.5	10.0	2.7	0
Zyklische Konsumgüter	210	179	25.8	25.7	23.8	1.7	-

-- = Schwache Performance
- = Unterdurchschnittliche Performance
0 = Neutral
+ = Überdurchschnittliche Performance
++ = Sehr gute Performance
E hinter der Jahreszahl steht für «Erwartet»

E-BUSINESS

INTERVIEW: ANDREAS THOMANN,
REDAKTION BULLETIN

ANDREAS THOMANN Herr Gisler, Sie haben mit Cash eine der grössten Erfolgsgeschichten der jüngsten Schweizer Mediengeschichte geschrieben (siehe Box S. 52). Nun sind Sie von Bord dieses Luxusliners gegangen, um zu neuen Internet-Ufern aufzubrechen. Weshalb?

MARKUS GISLER Nach elf Jahren Cash hatte ich das Gefühl, die Arbeit sei vollbracht. Das Blatt ist hervorragend etabliert, hat eine ideale Struktur und kommt seit letztem Frühling in einem neuen Look daher. Freilich ist eine Zeitung nie fertig gebaut. Doch lockte es mich, in einem völlig anderen Gebiet bei Null zu beginnen.

A.T. Werden Sie Ihr Erfolgsrezept vom Print ins Netz übertragen können?

M.G. Das Internet stellt andere Anforderungen. Dennoch bleiben mindestens zwei Dinge gleich: Auch im neuen Medium muss der Journalist immer an den Adressaten denken. Er muss erforschen und spüren, was der User eigentlich will, wie die Botschaft am besten ankommt. Das andere ist die Motivation. Es ist wichtig, in ein junges Unternehmen einen Teamgeist hineinzubringen.

A.T. Bereits haben in der Schweiz zahlreiche Finanzportale ihre Tore geöffnet. Wie wollen Sie sich von der Konkurrenz abheben?

Foto: Rainer Wolfberger



MARKUS GISLER: «DAS INTERNET IST EIN GIGANTISCHES, MULTIMEDIALES LEXIKON.»

«WIR SCHAUFEN

Markus Gisler hat als Chefredaktor von Cash das Internet als neues Medium entdeckt. Nun hat er vom Print ins World Wide Web gewechselt und hat ein Finanzportal geschaffen, das im kommenden Frühling online geht.

M.G. Wir möchten mehr Wert auf Inhalte, auf guten Journalismus legen. Auf unserer Website soll man nicht nur möglichst bequem die Börsenkurse abfragen können.

A.T. Das Projekt gründet auf einer Allianz zwischen Tamedia, Bluewin und der Credit Suisse. Weshalb diese Verbindung?

M.G. Sowohl Bluewin als auch Tamedia hatten im Sinn, ein interaktives Finanzportal zu bauen. Bluewin hat auch bereits einen Finance-Channel aufgeschaltet, allerdings noch mit bescheidenem Angebot. Die Credit Suisse realisierte ihrerseits, dass ohne Content wenig Besucher auf eine Site kommen, nicht einmal auf eine Banksite. Nun wusste die Credit Suisse, dass sie diesen Content nicht selbst erstellen konnte. Die eigenen Informationen wären niemals glaubwürdig gewesen. Deshalb war sie an einem unabhängigen Partner interessiert, bei dem sie den Content einkaufen kann.

A.T. Wie wird sich das Portal finanzieren?

M.G. Die sichtbarste, wenn auch nicht die grösste Einnahmequelle sind so genannte Werbebanner, die andere Firmen auf unserer Site schalten. Einnahmen fliessen auch durch Kommissionsgelder: Wenn wir einen Kunden an eine Online-Bank weitervermitteln, ob UBS Tradepac, youtrade oder Consors, kriegen wir dafür eine Entschädigung. Eine weitere Quelle möchten wir uns mit dem Verkauf von

Content erschliessen. Wir werden deshalb unseren Inhalt auch anderen Sites anbieten.

A.T. Befürchten Sie nicht, dass Sie Surfer verärgern, die immer wieder auf Texte und Analysen der Marke «Gisler» stossen?

M.G. Da hege ich keine grossen Befürchtungen. Angenommen, es gäbe in der Schweiz tausend Websites, die unseren Inhalt kaufen wollen, so wäre das ein Zeichen für eine grosse Nachfrage. Es würden schnell andere ins Geschäft einsteigen und ihrerseits Inhalte anbieten. Die Sache würde sich schliesslich einpendeln.

A.T. Was kann speziell die Credit Suisse ins Projekt einbringen?

M.G. Die Credit Suisse betreibt enorm viel Research. Dieses Rohmaterial muss man aber erst noch aufbereiten. Es ist sinnlos, einen zehnteiligen Forschungsbericht unbearbeitet ins Netz zu stellen. Das liest niemand. Die Frage lautet: Wie kann man solchen Inhalt in einer Form zusammenfassen, dass er auf dem Web konsumierbar wird? Das ist unser Job.

A.T. Das Portal hat sich die inhaltliche Unabhängigkeit auf die Fahnen geschrieben. Ist das realistisch bei einer so starken Beteiligung eines Finanzdienstleisters?

M.G. Ich persönlich sehe darin überhaupt kein Problem. Doch bin ich mir bewusst, dass andere diesen Punkt thematisieren werden. Ihnen werden wir beweisen müs-

sen, dass wir unabhängig sind. Das liegt auch im Interesse der anderen beiden Partner: Tamedia funktioniert als Verlag nur, wenn seine Produkte unabhängig bleiben. Auch Bluewin ist eine Art elektronischer Verlag. Somit werden beide Partner auf absolute Unabhängigkeit pochen. Und als Wirtschaftsjournalist, der für eine offene, kritische Meinung bekannt ist, fühle ich mich durchaus als Garant für die Unabhängigkeit dieses Portals.

A.T. Sie werden also auch mit Lukas Mühlemann hart ins Gericht gehen, falls er eine Strategie verfolgt, die Sie nicht überzeugt?

M.G. Wir werden loben, was es zu loben gibt, und kritisieren, was es zu kritisieren gibt.

A.T. Noch steckt das Internet in den Kinderschuhen. Vielerorts werden die Möglichkeiten des Mediums nicht voll ausgeschöpft, Surfer müssen sich oft durch elektronische Printtexte kämpfen. Wie werden Inhalte dereinst für das Netz aufbereitet werden?

M.G. Tatsächlich werden heute noch vielerorts Printtexte unverändert ins Netz «geschaufelt». Das ist bestimmt nicht der geeignete Weg. Das Internet fasziniert ja gerade deshalb, weil es die verschiedensten Medien miteinander verknüpft. Sie können Video, Fernsehen, Radio integrieren. Und Sie können mit Texten flexibel umgehen. Angenommen, jemand schreibt einen grösseren Artikel über die Wand-

LN KEINE TEXTE INS NETZ»

on «Cash» die Schweizer Medienlandschaft mitgeprägt. Web gewechselt: Seit letztem Sommer ist er Geschäftsführer eines ühling die Anleger mit Facts und Tipps beliefern wird.

lung im Bankgeschäft, so kann er einen kurzen Extrakt im Netz publizieren und gleichzeitig den ganzen Artikel hineinstellen. Das Internet ist nichts anderes als ein gigantisches, multimediales Lexikon.



«Wir werden nicht als verlängerter Verkaufsarm der Credit Suisse agieren.»

A.T. Doch auch das Internet kann nicht alles. Welche Finanzinformationen werde ich auch künftig lieber im Cash lesen?

M.G. Man muss sich von der Vorstellung lösen, das Internet ersetze die Zeitung. Das Fernsehen löste damals auch nicht das Radio ab, das Radio nicht die Zeitung. Es wurden nie so viele Zeitungen gelesen wie heute. Jedes Medium hat seine Vorteile. Das Internet ist viel schneller als eine Tageszeitung. Und es bietet eine andere Form von Lesen. Viele Leute sitzen tagsüber ohnehin am Computer. So können sie sich zwischendurch schnell einklicken, dabei kriegen sie erst noch keine schmutzigen Finger.

A.T. Surfer sind eine ungeduldige Spezies, immer auf der Jagd nach top-aktuellen Häppchen. Haben vertiefte Informationen im Netz überhaupt eine Chance?

M.G. So viel oder so wenig wie im Print. Wie lange haben Sie denn heute Morgen Ihre Tageszeitung gelesen? Fünf Minuten?

Zehn Minuten? Bei den meisten arbeitstätigen Menschen ist es selten mehr. Das heisst, sie blättern die Zeitung durch, lesen die Schlagzeilen und halten sich vielleicht bei dem einen oder andern Artikel etwas länger auf. Im Internet ist es genauso: Es gibt vieles, das ich flüchtig anschau. Und plötzlich stosse ich auf etwas, das mich interessiert.

A.T. Welches ist im Web der kritische Erfolgsfaktor: Schnelligkeit oder Professionalität?

M.G. Eher die Professionalität. Natürlich bildet Aktualität die Grundlage. Doch hat man im Internet seine Chance schnell verspielt. Wenn ein User zum ersten Mal kommt und nichts Vernünftiges findet, so wird er vielleicht nie wiederkommen.

A.T. Das Internet hat auch Rückwirkungen auf den Print. Wie stellen Sie sich die Zeitung der Zukunft vor?

M.G. Ich glaube nicht, dass sich die Zeitung sehr verändern wird. Die Internet-Benutzung hingegen wird in zehn oder 20 Jahren eine ganz andere sein. Und es wird mehr Werbegeld ins Web fließen. Für Zeitungen, die bereits heute mehr schlecht als recht rentieren, werden die Zeiten somit härter. Die grossen Regionalblätter werden aber bestimmt überleben.

A.T. Die Zukunft wird somit nicht rein elektronisch sein.

M.G. Keineswegs. Auch wenn die Vision einer elektronischen Zeitung bald Realität sein könnte. Im Fachjargon spricht man von «Ink Paper». Das sind sehr dünne Folien, die man sogar falten und in die Westentasche nehmen kann. Auf diesen Folien können Sie eine beliebige Zeitung laden und sich so Ihren allmorgendlichen Informations-Mix zusammenstellen.

A.T. Und welche Sprache werden wir in der Zeitung der Zukunft antreffen? Viele Beobachter glauben, dass die knappen Sätze des Internet auch die Printtexte beeinflussen.

M.G. Die Sprache wird sich ändern, wie sie sich schon immer geändert hat. Lesen Sie doch mal einen Text aus der Zeit vor dem Zweiten Weltkrieg. Ein Redaktor, der heute solche schwülstigen Sätze schreibe, würde glatt gefeuert.

DER «CASH»-GRÜNDER LANDET IM FINANZNETZ

Markus Gisler ist einer der bekanntesten Wirtschaftsjournalisten der Schweiz. Sein Name war bisher untrennbar verbunden mit der Zeitung «Cash», die er in den elf Jahren als Chefredaktor zu einer erfolgreichen Marke ausgebaut hat. Nun wechselt Markus Gisler den Arbeitgeber und das Medium. Seit Juli ist er operativer Leiter der Finanzfachmarkt AG, einem Joint Venture von Bluewin, Tamedia und Credit Suisse Group. Die drei Partner sind zu je einem Drittel am Aktienkapital beteiligt. Das Unternehmen wird ab Frühjahr 2001 auf dem Internet ein Finanzportal betreiben mit aktuellen Wirtschafts- und Finanzinformationen sowie Analyse- und Beratungsinstrumenten aus allen wichtigen Anlagebereichen. In einer zweiten Phase werden User über das Portal Online-Börsentransaktionen abwickeln können. Die Plattform funktioniert als unabhängiger Anbieter von Finanzinformationen und steht auch Finanzdienstleistern ausserhalb der Credit Suisse Group offen.

www.credit-suisse.ch/bulletin

Das Angebot an Anlagetipps auf dem Web wächst täglich. Bulletin Online hat sich einen Weg durch den Info-Dschungel gebahnt und präsentiert eine Übersicht.

Aktiv an den Finanzmärkten teilnehmen.

Und was ist Ihr Ziel?

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

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

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

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

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

E-INTELLIGENT IST, WER TREND

E-Business fordert die Unternehmen heraus. Das Internet zwingt si

VON RENÉ MAIER,
REDAKTION BULLETIN ONLINE

Mit E-Business hat sich der Innovations-Rhythmus für viele Unternehmen markant erhöht. Doch das Geschäft über das Internet verläuft nicht in linearen Bahnen. Wo man in drei, sechs oder neun Monaten steht, lässt sich kaum voraussagen. Entsprechend scheuten sich bisher viele Firmen, das Thema E-Business konkret an die Hand zu nehmen und die Abenteuerreise in den Cyberspace anzutreten. Paco Hauser, E-Business-Leiter bei KPMG,

macht all jenen Mut, die noch zögern: «Die Unternehmen müssen ihre E-Business-Aktivitäten vorantreiben, denn die Voraussetzungen in der Schweiz sind gut.»

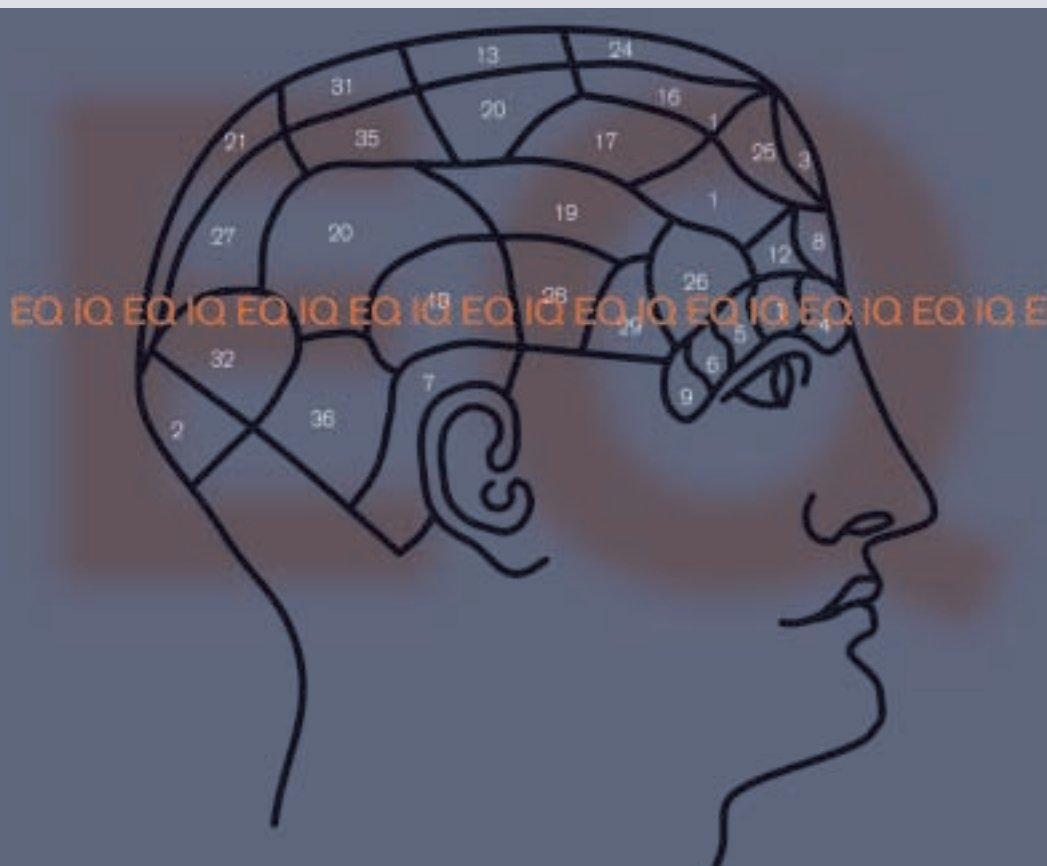
Trotz des hohen Tempos im Cyberspace will ein Internet-Auftritt gut überlegt sein. Die unabdingbare Voraussetzung für eine erfolgreiche Präsenz im World Wide Web ist ein Internet-Konzept, das von der Vision bis zur Kontrolle des Internet-Auftritts durchdacht ist. Es umfasst die Analyse des Marktes, die Strategie des Unternehmens, die Umsetzung, Werbemaßnahmen und das Controlling. Im Mittelpunkt steht dabei die Frage, wie die Internet-Aktivitäten in ein

Unternehmen eingegliedert werden können
(siehe Box gegenüber).

Die E-Revolution hat erst begonnen

Das Wirtschaftsprüfungs- und Beratungsunternehmen KPMG hat zusammen mit der Universität Fribourg die Internet-Aktivitäten von Schweizer Unternehmen untersucht. Demnach werden rund vier Prozent der Umsätze im Jahr 2000 mit E-Business erzielt. 47 Prozent nutzen Internet-Technologien, 25 Prozent unterhalten eine eigene Website. Sie stehen allerdings in unterschiedlichen Phasen eines Internet-Auftritts:

- neun Prozent nutzen das Medium Internet nur zur Publikation von Informationen
 - 57 Prozent ermöglichen Kommunikation mit interaktiven Elementen, zum Beispiel mit E-Mail-Rückmeldung
 - 26 Prozent bewegen sich bereits auf der dritten Stufe und lassen Geschäftstransaktionen wie Online-Offerten, Bestellungen und zum Teil auch Zahlungen über das Netz laufen
 - acht Prozent befinden sich in der vierten Phase, der vollständigen Integration der Online-Lösungen in die bestehenden Unternehmensinstrumente und die Systemlandschaft. Sie haben ihre Business-Prozesse automatisiert und werten Kundendaten über das Internet gezielt aus, um schliesslich mit personalisiertem One-to-One-Marketing die spezifischen Bedürfnisse eines Kunden oder eines Kundensegmentes zu befriedigen.
- Nur zwei Prozent der Schweizer Unternehmen betreiben also voll integriertes E-Business. Dabei hätten, so Paco Hau-



S IM E-BUSINESS SETZT

e, die Geschäftsabläufe neu zu überdenken.

ser, gerade die traditionellen Firmen die besten Karten im E-Business: «Sie müssen sich aber von der Idee lösen, alle Kompetenzen im eigenen Haus zu behalten», betont Hauser. Erfolgversprechend ist, wenn eine bestandene Marke, eine vorhandene Kundenbasis und flüssige Mittel mit einer agilen, innovativen und flexiblen Handlungsweise kombiniert werden können. Ein Unternehmen sollte sich im E-Business auf seine Kernkompetenzen konzentrieren, was wiederum den Aufbau von neuen Wertschöpfungsnetzen und Kooperationen erfordert.

Diese Entwicklung widerspiegelt sich im Marktplatz-Boom auf dem Internet. Marktplätze für gewisse Konsumenten-Gruppen, Produkte oder Branchen werden zu Schnittstellen zwischen dem Internet-Kunden und dem produzierenden Betrieb. Sie übernehmen immer mehr die Funktion des Zwischenhändlers. «E-Business ermöglicht, statt in der Reihenfolge der Angebotskette parallel im Netzwerkverbund zu arbeiten», sagt Paco Hauser.

Das Internet ist Chefsache

Für einen Grossteil der Schweizer Unternehmen empfiehlt es sich also zu überlegen, ob und in welcher Form sie ihren Internet-Auftritt realisieren wollen. Die Einführung

TIPPS FÜR EINEN ERFOLGREICHEN INTERNET-AUFTRITT

- Ein Unternehmen eignet sich besonders für E-Business, wenn es Prospekte oder Kataloge publiziert, einen eigenen Direktverkauf betreibt, einen Ausendienst oder Filialen unterhält und in vielen Bereichen EDV einsetzt.
- Produkte und Dienstleistungen bieten sich für einen Absatz über Internet an, wenn sie digital, überregional, erklärungsbedürftig, differenziert oder einmalig sind und vor dem Kauf nicht getestet werden müssen.
- Die Konkurrenz auf dem Internet sollte genauestens analysiert werden, damit ein Auftritt differenziert gestaltet werden kann.
- Das Know-how, das für einen Internet-Auftritt im eigenen Unternehmen nicht vorhanden ist, sollte von externen Spezialisten abgedeckt werden.
- Die Kosten für einen Internet-Auftritt variieren je nach Integrationsstufe stark. Es empfiehlt sich, mehrere Offerten einzuholen.
- Die Systemanbindung und die Software machen einen grossen Teil der Kosten für E-Business aus. Eine ausbaubare IT-Architektur sowie standardisierte Software verhindern böse Überraschungen. Die Kosten für Beratungsleistungen und Marketing können auch erheblich ins Gewicht fallen.
- Dem Sicherheitsproblem im Internet kann mittlerweile durch zuverlässige, standardisierte Lösungen begegnet werden.
- Partnerschaften und Kooperationen spielen im E-Business eine wichtige Rolle und sollten genauestens abgeklärt werden.

(Quelle: «Internet-Konzept», siehe Box unten)

von Internet-Technologien verlangt ein gutes Grundverständnis für E-Business und ein umfassendes und gut organisiertes Projektmanagement. Die Geschäftsleitung steht in der Pflicht, muss doch die Unternehmens- und Marketingstrategie sowie

der Marketing-Mix den neuen Gegebenheiten angepasst werden. Firmen, die auf dem Internet Chancen oder drohende Gefahren sehen, sollten sich von den Herausforderungen, die sich mit einem Internet-Auftritt stellen, nicht abschrecken lassen.

René Maier, Telefon 01 333 63 49

E-Mail: rene.maier@credit-suisse.ch



«Internet-Konzept – ein Leitfaden für erfolgreiche Geschäfte im Internet» bietet sich für alle an, die einen Internet-Auftritt planen und erfolgreich umsetzen wollen. Mittels Checklisten kann ein eigenes Konzept erstellt werden.

Amanda Schenker/Alexander Meier: «Internet-Konzept – Leitfaden für erfolgreiche Geschäfte im Internet», 240 Seiten mit CD-ROM, SmartBooks Publishing AG. Credit Suisse-Sonderangebot für Kunden zum Preis von 60 Franken (statt 78 Franken), inklusive Porto. Bestellung mit beiliegendem Talon.

www.credit-suisse.ch/bulletin

Im Bulletin Online erfahren Sie, wie Schweizer Unternehmen dem Thema E-Business begegnen.



CHARLES IMBACHER:
«MIT EINEM EINZIGEN AUFTRAG IST
DIE WEBSITE BEREITS AMORTISIERT.»

«Das Internet ist ein kosteneffizientes Instrument»

Interview mit Charles Imbacher,
Managing Director Worldspan International

RENÉ MAIER Worldspan ist seit Anfang 2000 online. Hat sich für Ihr Unternehmen ein Internet-Auftritt aufgedrängt?

CHARLES IMBACHER Wir waren uns bewusst, dass wir einen Internet-Auftritt realisieren müssen. Richtig angestossen hat uns aber erst ein Kunde aus der IT-Branche. Er suchte auf dem WWW Agenturen, die Events organisieren. Der Kunde war erstaunt, Worldspan nicht zu finden und empfahl uns dringend, online zu gehen. Will man moderne Firmen als Kunden gewinnen, ist ein guter Internet-Auftritt unabdingbar.

R.M. Worin liegen für Sie die grundsätzlichen Vorteile des Mediums Internet im Vergleich zu weiteren, im Unternehmen eingesetzten Medien?

C.I. Das Internet ist topaktuell und jederzeit für uns und die Kunden verfügbar. Durch Interaktionsmöglichkeiten und Verknüpfungen hat es eine Dimension mehr als gedruckte Produkte. Verglichen mit einer Firmenbroschüre ist es zudem ein kosteneffizientes Instrument.

R.M. Hatten Sie eine Vision für Ihren Internet-Auftritt?

C.I. Die Vision war, in einem ersten Schritt einen professionellen, sympathischen Internet-Auftritt mit Informationscharakter und interaktiven Möglichkeiten zu realisieren. Das Ziel des zweiten Schrittes ist es, bis im dritten Quartal 2001 Business-to-Business-Kommunikation (B2B) über das Internet abzuwickeln. Wenn man mit einigen Hauptkunden das Geschäft auf das Internet lenken kann, ist der Zeitpunkt gekommen, eine gute Site zu machen.

R.M. War der Beschluss und die Planung des Internet-Auftritts eine Angelegenheit der Geschäftsleitung?

C.I. Ja, absolut. Wir liessen uns von einer Agentur in Berlin beraten und veranstalteten einen Workshop, aus dem ein Grobkonzept hervorging. Danach erarbeitete eine Task Force mit drei Leuten ein Detailkonzept und holte Offerten für eine Homepage ein. Ich empfehle, eine externe Internet-Agentur beizuziehen, damit das Projekt zeitlich nicht verzögert wird. Sinnvoll scheint mir zudem, eine Internet-Agentur zu engagieren, die der Grösse des eigenen Unternehmens entspricht.

R.M. Wie wichtig ist ein Internet-Konzept?

C.I. Ein Internet-Konzept ist sehr wichtig, damit man nicht plötzlich wieder von neuem beginnen muss. Uns wurde sehr

schnell klar, dass wir das Konzept von der einfachen Homepage bis und mit E-Commerce zu Ende denken müssen.

R.M. Wie haben Sie den Markt analysiert?

C.I. Wir versuchten, die Zukunft des Unternehmens zu antizipieren und abzuschätzen, wo Worldspan, unsere Konkurrenten und Kunden im «Lebenszyklus» stehen. Es nützt nichts, technisch hochstehende Sites zu haben, die der User nur mit grossem Zeitaufwand oder gar nicht abrufen kann.

R.M. Wie hoch sind die Kosten für Ihren Internet-Auftritt?

C.I. Unser Internet-Auftritt hat ohne interne Aufwände 25 000 Franken gekostet. Der Unterhalt der Site beläuft sich jährlich auf 6000 bis 8000 Franken. Ein einziger Zusatzauftrag via Homepage zahlt die ganze Investition bereits zurück. Für den Auftritt mit E-Commerce rechnen wir mit Kosten von ungefähr 35 000 Franken.

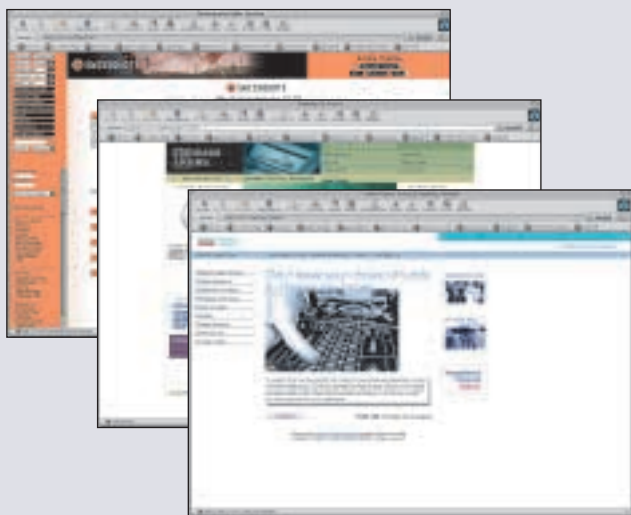
R.M. Konnten Sie durch das Internet bisher Einsparungen beziehungsweise Mehreinnahmen erzielen?

C.I. Kosteneinsparungen ergeben sich einerseits durch zusätzliche Produktivität beim Personal, weil nun zum Beispiel Projektauskünfte über das Internet laufen. Andererseits können wir bei den Druckerzeugnissen sparen. Ein Mehrwert entsteht, indem wir neue Kunden über das Internet akquirieren und gegenüber der Konkurrenz Marktvorteile schaffen.

WORLDSPAN INTERNATIONAL:

Worldspan International plant und realisiert weltweit Verkaufsförderungs-, Incentive- und Event-Aktivitäten. Worldspan beschäftigt 20 fest angestellte Mitarbeitende und rund 25 Freelancer. Der Umsatz beläuft sich in diesem Jahr auf etwa 15 Millionen Franken.

Wer sich unter www.credit-suisse.ch/bulletin einklickt, kriegt ein buntes Menü vorgesetzt aus News, Fakten, Analysen und Interviews zu Wirtschaft, Gesellschaft, Kultur und Sport. Bon appétit.



FINANZPORTALE: VON HEISSEN TIPPS UND KÜHLEN ANALYSEN

Anleger habens leichter denn je: Das Internet liefert ihnen die Finanzinformationen taufrisch in den PC oder aufs WAP-Handy. Doch bei der Fülle an Tipps, Analysen und Prognosen riskiert manch einer, sich samt Computermäus im Netz zu verheddern. Bulletin Online hat die wichtigsten Finanzportale aufgestöbert und nach Stärken und Schwächen abgeklöpft.

EURO ANTE PORTAS: WIE FIT IST IHR UNTERNEHMEN?

Am 1. Januar 2002 kommt der Euro als Bargeld in Umlauf. Die Vorbereitungen laufen auf Hochtouren – auch in der Schweiz. «Die neue Währung bietet gerade hiesigen KMUs neue Chancen», meint Marcel Godat, Finanzchef der Migros Basel. Für all jene Firmen, die den Euro auf die lange Bank geschoben haben, liefert Bulletin Online eine Euro-Checkliste.

AUSSERDEM IM BULLETIN ONLINE:

- **Adlatus:** Über sechzig, und noch immer voll in Fahrt: Ex-Kaderleute beraten Jungunternehmer.
- **B2B Marktplätze:** Eine Linkliste von A wie Automobile bis V wie Verpackung.
- **Diversifikation:** Die Globalisierung gleicht die Märkte an. Wie kann der Anleger darauf reagieren?
- **Internet-Konzept:** Schweizer Firmen machen vor, wie die E-Revolution zu packen ist.

@propos

SO GUT WIE ER SCHLÜRFT KEINER

Slurp hat wieder ganze Arbeit geleistet. 134-mal hat er sich auf der Website blicken lassen und dabei 147 Treffer gelandet. Damit war er noch produktiver als Scooter, Gulliver und Konsorten. Nur ArchitektSpider und AbachoBot haben öfter zugeschlagen.

Die Namen könnten einem Comicstrip entnommen sein. Doch Slurp ist kein softdrinkschlürfendes Monster, AbachoBot kein Hightech-Indianer. Die vermeintlichen Comic-Helden entpuppen sich in Wahrheit als Computerprogramme, die permanent das Internet nach neuen Informationen durchwühlen und die Ergebnisse ihrer Weltreise den Internet-Suchmaschinen melden.

Auf Slurps Spuren stösst, wer sich durch das Statistikprogramm «Webtrends» arbeitet – eine schier unerschöpfliche Informationsquelle über die Benützung einer Website. Jeden Montagmorgen serviert Webtrends dem Online-Journalisten die komplette Leserumfrage quasi auf dem Silbertablett. Vollautomatisch, vollelektronisch – und meistens ganz schön ernüchternd. Zum Beispiel, wenn der vermeintliche Knüller über die Topverdiener in der Chefetage nur gerade 85 Leser im World Wide Web gefunden hat. Oder wenn oben auf der Hitliste nicht die aktuellen Storys stehen, sondern die angegrauten aus dem Archiv.

So wird die Lektüre der Webstatistik zum allwöchentlichen Spiessrutenlauf durch Hits, Impressions und Sessions. Ein Ritual, das dem Online-Redaktor vor Augen führt, wie unnütz sein Wirken ist in der weltweit vernetzten Informationsflut. Ein Lehrstück aber auch darüber, wie man trotz hypergenauen Auswertungen am Ende oft nur eines versteht: Bahnhof. So konnte bis heute niemand erklären, warum eine Schweizer Website mehr Fans in Virginia, USA, hat als im Kanton Aargau.

Die Wege des Internets sind eben unergründlich – dafür liefert es laufend neue Belege: Noch nie publizierte Bulletin Online eine Reportage über Palmenstrände. Dennoch strandeten zwei Leser auf der Site, als sie in der Suchmaschine den Begriff «Strände» eingaben. Ob sie Kollege «Slurp» in die Irre geführt hat?

Andreas Thomann, Redaktion Bulletin Online
andreas.thomann@credit-suisse.ch

KREDITKARTEN

URS BAUMANN, CEO DER
SWISSCARD AECS:
«SERVICE UND SONDER-
LEISTUNGEN PUNKTEN
IM KREDITKARTEN-
VERDRÄNGUNGSMARKT.»



15 Milliarden Franken sind im Jahr 2000 in der Schweiz über Kreditkarten berappt worden. Und das Plastikgeld soll künftig jedes Jahr zehn bis fünfzehn weitere Prozente des Bargeldumlaufes übernehmen.

GEHEN ANS BARE

VON URS FITZE

«Der Wettbewerb im Kreditkartenmarkt spielt nicht mehr in erster Linie zwischen den Marken, sondern zwischen den Banken als lizenzierte Herausgeber verschiedener Kreditkarten», sagt Urs Baumann, CEO der Swisscard AECS, einem Joint Venture zwischen der Credit Suisse und American Express. Denn das grösste Wachstums- und Wertschöpfungspotenzial liegt nicht bei den früher favorisierten, für die Banken weniger profitablen Debit- (etwa EC-Karten), sondern bei den Kreditkarten. Davon sind heute in der Schweiz 2,8 Millionen Stück im Umlauf. Das ist fast ein Drittel mehr als 1997. Damals bot die Credit Suisse nur die Eurocard an und sah sich mit einem Marktanteil von sechs Prozent im hinteren Mittelfeld platziert.

UBS an der Spitze

Mit dem im März 1998 geschlossenen, exklusiven Joint Venture mit American Express und den im Januar 1999 lancierten Visa-Karten bietet die Credit Suisse heute als einzige Bank die ganze Palette der drei wichtigsten Kreditkarten an. Auch die Konkurrenz hat sich formiert: UBS und Viseca (eine Kooperation der Kantonal-, Raiffeisen- und Regionalbanken sowie der Finanzinstitute von Migros und Coop) offerieren gleichermassen Visa und Eurocard. Den grössten Marktanteil bei den

Kreditkarten hält mit einem Drittel die UBS, während Viseca und Credit Suisse mit je einem Viertel praktisch gleichauf liegen. An vierter Stelle liegt die Corner Bank mit 15 Prozent Marktanteil.

Karte sorgt für Gratis-Blumen

Allein die Credit Suisse führt heute 24 verschiedene Produkte. Silber-, Gold- oder gar Platin Karten machen nur noch zum Teil das Image aus. Denn alle Banken tragen sich schwer mit der Profilierung der Kreditkarten. Den meisten Kunden ist es letztlich gleichgültig, wer ihnen die Karte ausgestellt hat. Sie wollen vorweg, dass ihre Karte in möglichst vielen Geschäften akzeptiert wird. Darüber hinaus spielt der Wettbewerb über Bonus-Angebote, Service- und Sonderleistungen. Die Credit Suisse verlangt etwa von ihren Kunden bei Transaktionen durch Unbefugte keinen Selbstbehalt.

Der UBS KeyClub animiert mit der modernen Variante der Rabattmarken: Je nach Umsatz gewinnen Kundinnen und Kunden Gratis-Blumen oder holen sich sogar einen Freiflug. «Das erhöht das Interesse der Kreditkartenbenutzer, auch davon Gebrauch zu machen», sagt Felix Oeschger, Presseverantwortlicher beim UBS Card Center. Die Banken setzen mit ihren Zusatzleistungen nicht nur auf höhere Kreditkartenumsätze, sondern auch auf eine engere Bindung des Kunden an ihr

Institut. Darüber hinaus sollen die Boni den Kundinnen und Kunden den Kontenwechsel zur Konkurrenz schmackhaft machen. Allerdings sind die Leistungsunterschiede marginal, räumt Viseca-Geschäftsführer Hans J. Willi ein.

Plastikgeld ist für alles gut

Die Zahl der Kartenbesitzerinnen und -besitzer ist in der Schweiz kaum noch zu steigern, aber die Umsätze pro Karte könnten beachtlich erhöht werden. Gegen 15 Milliarden dürften im Jahr 2000 über Kreditkarten verrechnet werden. Und die Branche rechnet mit jährlichen Zuwachsraten zwischen 10 und 15 Prozent. Aber die Schweizer Bevölkerung scheint auf Barzahlung abonniert: Noch immer begleiten 50 Prozent ihre Rechnungen am Postschalter. Deshalb tun die Finanzinstitute viel, um die Akzeptanz des Plastikgeldes zu steigern. Künftig sollen nicht nur Brot und Butter im Supermarkt, sondern auch die Steuerrechnung und die Krankenkassenprämien per Karte beglichen werden können.

Timm Degenhardt, Telefon 01 384 61 11
tim.r.degenhardt@swisscard-aecs.ch



Man redet nicht über Geld? Frau schon.

Für den ersten Schritt in die finanzielle Unabhängigkeit gehen Frauen am besten ins Internet. Im Woman Channel von Bluewin erfahren Sie unter www.woman.bluewin.ch/investment alles, was Sie schon immer über Finanzen wissen wollten: von den Anlagefonds über die Eigenheimfinanzierung bis hin zur Altersvorsorge. Schauen Sie rein, wenn Sie mehr aus Ihrem Vermögen machen möchten. Oder reden Sie mit uns: 0800 80 11 80.

www.woman.bluewin.ch/investment





**EVA FISCHER, MANAGING DIRECTOR
DER GENOSSENSCHAFT «TOP
INTERNATIONAL HOTELS» IN STÄFA:
«VIELE UNSERER MITGLIEDER
KÖNNEN SICH IN IHRER KATEGORIE
IM SPITZENFELD BEHAUPTEN».**

Spitze im Dreistern-Hotel-Land

VON URS FITZE

1968 wurde die Schweizer Niederlassung der «TOP International Hotels» in Stäfa gegründet. Eva Fischer amtiert seither als Managing Director in Stäfa und sorgt dafür, dass ihr «zweites Baby» blüht und gedeiht. Die «TOP International Hotels» sind genossenschaftlich organisiert und vertreten 70 Hotels in der Schweiz und weitere 160 in ganz Europa mit gemeinsamen Marketing-Aktivitäten, einem computerisierten Reservationssystem, Internet-Auftritt (www.tophotels.ch), Kundenbindungsprogramm, Partnerschaften und weiteren Dienstleistungen.

Genossenschaft gegen Best Western

Der Jahresumsatz der Genossenschaft liegt bei zwölf Millionen Franken. Gegründet worden ist das Unternehmen, um Hotels der Drei-, Vier- und Fünfstern-Kategorie eine Plattform anzubieten, mit der sie gegen grosse Hotelketten wie Best Western bestehen können. Unter den Mitgliedern finden sich keine klingen-

den Namen aus der Luxusklasse der Schweizer Herbergen. «TOP International Hotels» repräsentiert den Mittelbau der Schweizer Hotellerie, dessen Ruf lange Jahre durch veraltete Infrastruktur, schlechten Service und überhöhte Preise gelitten hatte. «Das hat sich stark verbessert», unterstreicht Eva Fischer. «Viele unserer Mitglieder haben erheblich in ihre Infrastruktur investiert und können sich heute in ihrer Kategorie im Spitzenfeld behaupten.»

Gemeinsam auftreten

Umworben werden zwei Gästegruppen, deren Profil sich nur schwer vergleichen lässt: In den Städten werden eher Businessleute und Kurzaufenthalter angesprochen, in den Bergen sind es vorwiegend Touristen mit längeren Verweilzeiten. TOP International Hotels ist keine Hotelkette im klassischen Sinn. «Die Individualität der Mitglieder wird nicht angetastet», sagt Eva Fischer. Neben Corporate Identity und dem Markennamen stehen Gemeinsamkeiten im Ein- und Verkauf im Vorder-

grund. Das hat sich bei Swisscard AECS bewährt. «Wir haben sehr gute Konditionen aushandeln können.» Damit sind die Zeiten vorbei, in denen hohe Kommissionen für American Express-Karten die einen oder andern Hoteliers nach Konkurrenzkarten fragen liessen. American Express offeriert seinen Kunden für jeden Franken Umsatz «Membership Reward»-Punkte, die unter anderem auch als Gratis-Übernachtungen in einem der TOP International Hotels eingesetzt werden können – ein Angebot, das, so Eva Fischer, rege Nachfrage zeitigt. Sehr zufrieden ist sie mit dem Service der American Express: «Dass ein Hotelkunde, der am Sonntagabend sein Portemonnaie verliert, schon am nächsten Morgen um neun Uhr eine Ersatzkarte hat, das gibt es nur bei American Express.»



VON CHRISTA SCHUDEL

Er hat den Jazz nicht erfunden – aber vielleicht die Art, wie er unter die Menschen zu bringen ist. Johannes Vogel, Gründer und Geschäftsleiter der Konzertagentur All Blues, ist ein Glücksfall für die Schweizer Jazzliebhaber und jene, die es noch werden möchten.

All Blues ist keine laute Bigband. All Blues ist ein stiller One-Man-Act ohne Trara. Johannes Vogel ist einer, der das Rampenlicht eigentlich scheut. Der 37-jährige Winterthurer arbeitet gerne hinter den Kulissen. Er hat es geschafft, sich in nur sechs Jahren kontinuierlich an die Spitze der Konzertveranstalter hochzuarbeiten. Er sorgt für die «good news» in der Schweizer Jazzszene. Wenn Vogel ruft, kommen sie alle: die Crème de la crème, die Weltklasse des Jazz.

Und nicht nur die. Johannes Vogel zieht mit seinen Konzerten und Events die Massen an. Um die 50 000 Menschen besuchen jährlich die rund 50 Konzerte der All Blues GmbH. Das ist erstaunlich genug, denn Jazz war und ist keine Musik für die Massen. Jazz

gilt als elitär, als eine Kunstform, die ihre besten Zeiten hinter sich hat. «Ich bin überzeugt, dass es sehr viele Leute gibt, die Jazz mögen, und damit meine ich den klassischen, den Mainstreamjazz, nicht etwa den Free- oder Avantgardejazz», sagt Vogel. Doch Jazzliebhaber, fährt er fort, seien häufig die typischen CD-Käufer. Sie geniessen ihre Musik zu Hause – oder aber im erlauchten Kreis eines Jazz-Clubs. Aber Jazz ist eine lebensbejahende Musik, ein Ausdruck ansteckender Lebensfreude, und die gehört nicht in eine «geschlossene Gesellschaft».

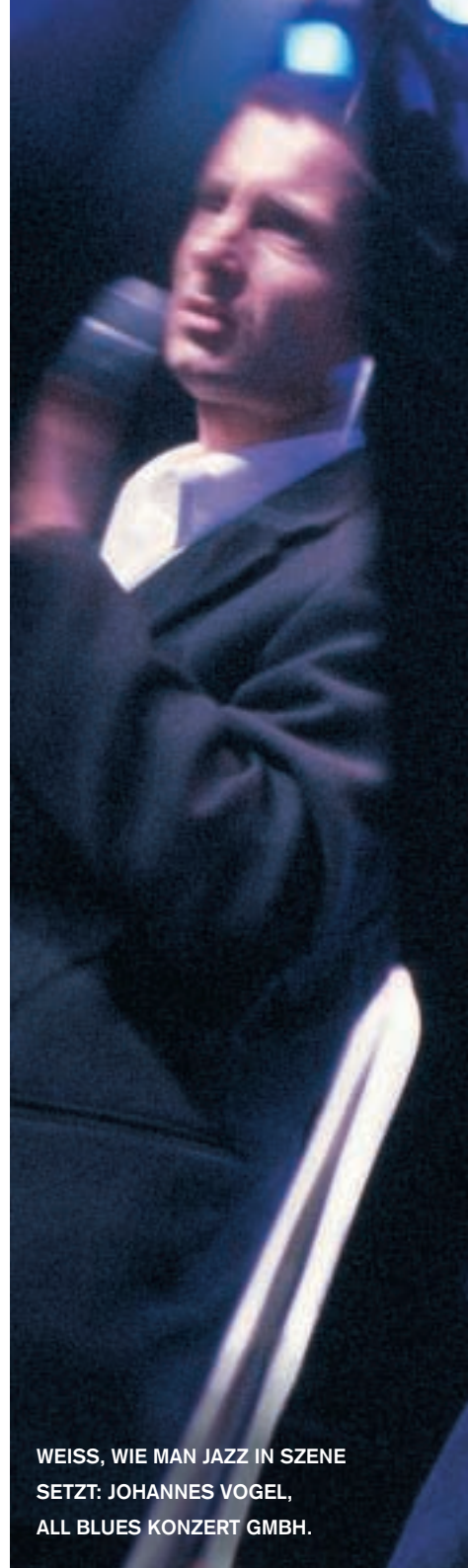
Junge Musik in alten Sälen

Von Beginn weg war es Vogels Idee, diese Musik in die grossen Schweizer Säle zu bringen – zum Beispiel in die Victoria Hall in Genf, das Zürcher Kongresshaus oder in die ehrwürdige Tonhalle Zürich. Dort spielten Charlie Haden, Max Roach, aber auch Herbie Hancock, Wayne Shorter und der verstorbene Meisterpianist Michel Petrucciani. «Der Saal hat eine einmalige Akustik für unverstärkten Jazz», schwärmt Vogel. Vielleicht sind es gerade diese unorthodoxen Orte,

die nicht nur eingefleischte Jazzfreaks anlocken und für meist ausverkaufte Häuser sorgen.

Für Nachschub sorgen

Dennoch: Der Jazz braucht Clubs, denn dort wird er geboren. Das weiss auch Vogel. Das goldene Zeitalter der ursprünglich afroamerikanischen Musik ist vorbei, und die «Grossen Alten», die unvergleichlichen Legenden des Jazz, werden immer rarer. Für All Blues ergeben sich aus dieser traurigen Tatsache zwei Verpflichtungen: Einerseits sollen die jung gebliebenen Jazzlegenden, wie etwa Dave Brubeck, Sonny Rollins oder Hank Jones so lange und so regelmässig wie möglich präsentiert werden. Aber nicht zu lange. Nicht alle Stars merken selber, wann sie endgültig von der Bühne abtreten sollten. Diese subtile Verantwortung zu übernehmen gehört auch zu den Aufgaben von Johannes Vogel. Andererseits will All Blues für Nachschub sorgen. Die Konzertreihe «Jazz.00 – The Next Generation» ist Nachwuchsförderung für die Zukunft des Jazz und soll «jene Sterne zum Leuchten bringen, die das Potenzial



WEISS, WIE MAN JAZZ IN SZENE
SETZT: JOHANNES VOGEL,
ALL BLUES KONZERT GMBH.

Johannes Vogel, Shooting Star unter den Konzertveranstaltern, beweist, dass Jazz auch ein breites Publikum begeistern kann.

ALL BLUES AUS DER M



haben, dereinst selber die grossen Säle zu füllen». Ob künftige Legenden darunter sind, bleibt fraglich. Vogel: «Es gibt hervorragende junge Musiker. Ihnen vorzuwerfen, sie kopierten lediglich die «Alten», ist müssig, denn sie können nichts dafür, dass sie nicht in die goldene Jazzära der 50er- und 60er-Jahre hineingeboren wurden.» Jazz kann nicht neu erfunden werden – nur neu interpretiert. Persönlichkeit ist gefragt und Charisma. Oder, wie das alte, klassische Rezept für guten Jazz heisst: You have to tell a story.

Jene von Johannes Vogel ist eine Erfolgsstory. Damals, als junger Kantischüler in Schaffhausen, schlug sein Herz noch im Takt des Rock'n'Roll. In seiner Freizeit spielte er Klavier in einer Rock-Band und organisierte die ersten Konzerte. Jazz kannte er nur vom Hörensagen. Wie die meisten brauchte auch er eine gewisse Reife, um den Jazz lieben zu lernen. «Klick» machte es, als ihm jemand «Kind of Blue» von Miles Davis vorspielte. Er kaufte sich das legendäre Album, auf dem auch der Song «All Blues» ist. Ein zukunftsweisender Song für Johannes

Vogel, der seine Konzertagentur danach benannte. Der Name ist nicht Programm und sorgte deshalb schon oft für Verwirrung, denn Blues gehört kaum ins Repertoire von All Blues.

«Jazz» als Allerwelts-Label

Schade? Vielleicht. Aber wahrscheinlich gehört gerade diese klare Linie zum Erfolgsrezept von All Blues. «Der Name Jazz wird schon genügend strapaziert – überstrapaziert», ist Vogel überzeugt, und er verweist auf namhafte Jazzfestivals, die unter dem Label «Jazz» alle möglichen Musikstile präsentieren. Und das mit Erfolg. Denn Jazz, und alles was zu dessen Dunstkreis gehört, wird momentan als Lifestyle vermarktet – Autos, Duftnoten, Kugelschreiber tragen heute jenen Namen, von dem niemand so recht weiss, worin er ursprünglich wurzelte. Diesen Musikstil einzugrenzen ist tatsächlich schwierig, denn Jazz ist Musik, die selber immer wieder Grenzen sprengt. Auch Vogel wagt gerne Experimente. «Aber eigentlich biete ich reinen Jazz an – und das, was ein bisschen links und rechts davon liegt.» Ohne Zweifel: Was

HOLT DEN JAZZ OTTENKISTE

einst als bescheidene, idealistische Idee begann und 1994 von Johannes Vogel, seiner Frau und einem Kollegen gegründet wurde, hat sich zu einem Spitzenunternehmen in der Musikbranche gemausert. Die All Blues Konzert GmbH hat in Sachen Jazz das Sagen. Selbst «Good News», der «Big Brother» der Konzertveranstalter, zollt ihm Respekt und überlässt ihm das Jazzfeld.

50 Konzerte pro Jahr und einige Mandate, wie «Jazz at the Opera», das Munot Open-air, das musikalische Manage-

ment für den renommierten Zürcher Jazzclub «Widder» und seit drei Jahren die künstlerische Leitung des Zürcher Jazzno jazz-Festivals. Die Medien haben ihn mit Fug und Recht auch schon den «Mister Jazz» genannt. Wer aber glaubt, das erfolgreiche Unternehmen müsse an nobler Businessadresse irgendwo in Zürich domiziliert sein, irrt. Vogel lenkt die Fäden von einem kleinen Büro im Dachstock seines Winterthurer Hauses aus. Und zwar alleine. Diese Arbeitsweise entspricht

Der Pianist und Komponist Dave Brubeck, der mit «Take Five» zu Weltruhm gelangte, ist mit seinen achtzig Jahren eine der noch lebenden Jazzlegenden. Für seine drei Schweizer Konzerte verlost das Bulletin je fünf mal zwei Tickets: 25.4.01, Lugano, Palazzo dei Congressi; 27.4.01, Luzern, Kultur- und Kongresszentrum; 28.4.01, Biel, Kongresshaus. Alle Details finden Sie unter www.credit-suisse.ch/bulletin oder auf dem beiliegenden Talon. Einsendeschluss: 15.2.01.

seinem Geschäftscredo: Immer schön auf dem Teppich bleiben – trotz Erfolg. Ausserdem profitieren zwei wichtige Personen von seiner häufigen Anwesenheit im Haus: seine beiden Söhne Tim und Leo. Klar, dass die beiden Knirpse schon im zarten Alter von drei und fünf Jahren nicht nur Kasperlikassetten, sondern gerne auch was Funkiges hören.

Vogels Erfolgsrezept? «Wir haben eine Nische ausgemacht. Klassik, Rock, Pop, Schlager: Jede Musikrichtung hatte ihre Konzertveranstalter, nur der Jazz nicht. Er galt von je her als unkommerziell.» Aber in eine Bresche zu springen genügt noch nicht. Zum Erfolg von All Blues gehört auch hartnäckige Kontinuität, klares Profil und Qualität. Johannes Vogel scheint für Gutes einen guten Riecher zu haben: «Ich organisiere nichts, was mir selber nicht gefällt.»

Vogel ist ein Profi mit klaren Bedingungen und ohne Schnickschnack. Seine Betreuung ist rein professionell. Vogels Glück, dass es im Jazz wenig Divas gibt. Und wenn sie Macken haben, dann müssen sie sich selber darum kümmern. Vielleicht liegt darin auch die Erklärung, warum All

Blues einen der ganz Grossen noch nicht in die Schweiz gebracht hat: Keith Jarrett – einen exzellenten Musiker, aber auch einen, der gerne über rote Teppiche schreitet und seine Macken hofiert haben möchte. Trotzdem bleibt Vogel dran. Einmal wirds schon klappen.

Jazz ohne Haftung

Vogel ist alles andere als ein Chaot. Er liebt exakte Planung und klare Strukturen. Eigentlich seltsam, dass sich ein Perfektionist dem Jazz verschrieben hat. Denn Jazz ist Improvisation pur. «Jedes Konzert birgt immer auch ein gewisses Risiko. Das kann mitunter für flatternde Nerven beim Veranstalter sorgen».

Jazz ist spontane Kommunikation zwischen Solisten, Band und Publikum. Was dabei geboren wird, ist nicht planbar. Wer Lifejazz mag, lässt sich auf ein Abenteuer ein. All Blues ist im doppelten Sinne eine «Gesellschaft mit beschränkter Haftung». Vogel: «Ich kann keine Erfolgsgarantien abgeben. Mein Job ist es, interessante Konstellationen zu schaffen, wie zum Beispiel Andreas Vollenweider und Abdullah Ibrahim im kommenden März – ein äusserst spannendes Experiment.»

EINE KLEINE AUSWAHL DER ALL-BLUES-VERANSTALTUNGEN 2001:

JANUAR

12. «Passatori»: Richard Galliano & I Solisti dell'Orchestra della Toscana, Bâtiment des Forces Motrices, Genf
13. «Passatori»: Richard Galliano & I Solisti dell'Orchestra della Toscana, Tonhalle Zürich

MÄRZ

2. «An Evening with Andreas Vollenweider & Abdullah Ibrahim», Tonhalle Zürich
6. «An Evening with Andreas Vollenweider & Abdullah Ibrahim», La Cittadella, Lugano
7. «An Evening with Andreas Vollenweider & Abdullah Ibrahim», Kongresshaus Biel
9. «An Evening with Two Pianos»: Kenny Barron, Mulgrew Miller, Benny Green & Eric Reed, Kultur- und Kongresszentrum Luzern,
10. «An Evening with Two Pianos»: Kenny Barron, Mulgrew Miller, Benny Green & Eric Reed, Théâtre Municipal Lausanne

APRIL

3. Ray Brown – Monty Alexander – Russell Malone Trio, Tonhalle Zürich
5. Ray Brown – Monty Alexander – Russell Malone Trio, Victoria Hall, Genf
21. George Gruntz & Thierry Lang, Tonhalle, Zürich
25. Dave Brubeck Quartet, Palazzo dei Congressi, Lugano
27. Dave Brubeck Quartet, Kultur- und Kongresszentrum, Luzern
28. Dave Brubeck Quartet, Kongresshaus, Biel

MAI

13. «Playing Solo and Trio»: Brad Mehldau, Kultur- und Kongresszentrum, Luzern

AGENDA

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

ZÜRICH

13.1. Jazz Recitals: «Passatori»:
Richard Galliano & I Solisti
Dell'Orchestra Della Toscana,
Tonhalle

SPITZENSPORT GEPAART MIT AKROBATIK



Der erste «Winter»-CSI im letzten Februar war ein voller Erfolg. Für die Ausgabe 2001 der grössten Schweizer Indoor-Pferdesport-Veranstaltung haben die weltbesten Springreiter zugesagt. Neben dem Credit Suisse-Team, das an den Olympischen Spielen in Sydney Silber holte, werden internationale Stars aus der Springreiterszene für erstklassige sportliche Leistungen sorgen. Neben hochkarätigem Spitzensport werden zudem künstlerische Facetten aus dem Pferdesport, wie zum Beispiel Voltige, Akrobatik auf dem Pferderücken, für Abwechslung sorgen.

**CSI Zürich, 1.–4. Februar 2001,
Hallenstadion. Informationen und
Vorverkauf: 01 723 13 13.**

LEIDENSCHAFT, LIEBE UND MACHTINTRIGEN

Das Jahr 2001 steht musikalisch unter dem Stern Giuseppe Verdis. Beinahe auf den Tag genau 100 Jahre nach seinem Tod am 27. Januar 1901 bringt das Zürcher Opernhaus eine Neuproduktion seiner Oper «Don Carlo» zur Aufführung. Die Oper hat Friedrich Schillers Drama «Don Carlos» zur Vorlage, das sich um historische Begebenheiten am spanischen Königshof zur Zeit Philipp II. rankt. Giuseppe Verdi unterzog dieses Werk nach der Uraufführung 1867 diversen Überarbeitungen und befasste sich schliesslich beinahe zwanzig Jahre mit dieser Oper. Etwas weniger lang brauchte das renommierte Regie- und Ausstattungsteam Werner Düggelin und Raimund Bauer für die Neuinszenierung. Die musikalische Leitung hat Opernhaus-Chefdirigent Franz Welser-Möst. In der Rolle des Don Carlo wird der argentinische Tenor und Frauenschwarm José Cura (Bild), von den Medien auch gerne als «Tenor des 21. Jahrhunderts» bezeichnet, zu bewundern sein.

**Don Carlo, Premiere am 20.1.01,
Zürich, Opernhaus. Informationen
über weitere Aufführungsdaten
und Vorverkauf 01 268 66 66**



PFERDESTÄRKEN UND PELZMÄNTEL

Der White Turf, einer der Höhepunkte im internationalen Pferdesport, ist auch eines der unbestrittenen gesellschaftlichen Glanzlichter der Engadiner Wintersaison. Dieser exklusive Anlass lockt jedes Jahr rund 25 000 Besucher aus dem In- und Ausland ins Engadin. Neben schönen Pferden und sportlichen Höchstleistungen auf dem St. Moritzersee kann man zur Abwechslung auch den internationalen Jetset bewundern, der sich dort zum Sehen und Gesehenwerden ein Stelldichein gibt. Neben der Hautevolée mit Pelzmantel und Champagnerglas ist das Skijöring, eine der urchigsten Wintersportarten, unbestrittener Publikums-magnet des White Turf. Mit bis zu sechzig Stundenkilometern preschen die Vollblutpferde mit ihren Fahrern im Schlepptau über das Eis. Und als Krönung wird am dritten Rennsonntag das beste Gespann mit der Credit Suisse Private Banking Skijöring Trophy zum «König des Engadins» gekürt.

White Turf, 4., 11. und 18. Februar 2001, St. Moritz.

IMPRESSUM

Herausgeber

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

Redaktion

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

Gestaltung

www.arnolddesign.ch: Urs Arnold, Adrian Goepel, Sonja Greb,
Annegret Jucker, Alice Kälin, Muriel Lässer, Esther Rieser, Isabel Welti,
Bea Freihofer-Neresheimer (Assistenz)

Inserate

Yvonne Philipp, Strasshus, 8820 Wädenswil, Telefon 01 683 15 90,
Fax 01 683 15 91, E-Mail yvonne.philipp@bluewin.ch

Litho/Druck

NZZ Fretz AG / Zollikofer AG

Redaktionskommission

Martin Nellen (Unternehmenskommunikation), Matthias Friedli
(Media Relations), Fritz Stahel (Economic Research), Samuel Holzach
(Marketing Services), Mario Cramer (E-Business)

Erscheint im 106. Jahrgang (6× pro Jahr in deutscher und französischer Sprache). Nachdruck nur gestattet mit dem Hinweis «Aus dem Bulletin der Credit Suisse».

Adressänderungen

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

«ETHISCH EINWANDFREIES HANDELN ZAHLT SICH AUS»

ROLF AEBERLI,
MITGLIED DER GESCHÄFTSLEITUNG
CREDIT SUISSE



Als ich unlängst im «Business Week» blätterte, bin ich an einer Umfrage hängengeblieben, die mich nachdenklich stimmte: Fast drei Viertel der Befragten in den USA sind der Ansicht, dass die grossen Unternehmen inzwischen zu viel Macht über den Alltag gewonnen haben. Und rund zwei Drittel glauben, dass die mächtigen Firmen nur ihren Profit im Kopf haben und sich keinen Deut um die Qualität, Sicherheit und Konsumentenfreundlichkeit ihrer Produkte scheren. Diese Kritik erstaunt umso mehr, als sich die USA im besten wirtschaftlichen Umfeld seit 30 Jahren befinden und die Arbeitslosigkeit auf ein Rekordtief gesunken ist.

Ein beachtlicher Teil der Bevölkerung hat anscheinend den Eindruck, dass die global tätigen Konzerne zunehmend eigenmächtig handeln, ungehindert über Ressourcen verfügen, Arbeitskräfte und Standorte nach eigenem Gutdünken verschieben, ohne dabei einer staatlichen oder demokratischen Kontrolle unterworfen zu sein.

Globalisierung empfinden viele Menschen offensichtlich als Bedrohung. Sie stellen die globale Machtentfaltung immer direkter in Frage. Und sie organisieren sich. Global, wie die grossen Unternehmen.

Diese Ängste müssen wir ernst nehmen, denn es sind wachsende Ängste. Sie stellen nicht zuletzt zahlreiche Errungenschaften einer liberalen Bürgergesellschaft in Frage. Hierzu zählt vor allem die Freiheit des Individuums, eigenverantwortlich zu handeln und das Leben nach eigenen Vorstellungen zu gestalten, sofern damit dasselbe Recht der Mitbürger respektiert wird.

Nur in einem liberalen Umfeld können Unternehmen nachhaltig erfolgreich sein. Dann erwirtschaften sie nicht nur Gewinne, sondern können auch ihre soziale Verantwortung wahrnehmen. Nicht zufällig wird heute differenzierter über den «Shareholder Value» geredet. Die Maximierung des Shareholder Values verlangt immer mehr die Berücksichtigung der Anliegen aller mit dem Unternehmen verbundenen Personen. Nur finanzkräftige, gesunde Unternehmen gewährleisten sichere und attraktive Arbeitsplätze, zufriedene Kunden, regelmässige Steuerzahlungen, niedrige Umweltbelastungen und hohe Löhne.

Es mag paradox erscheinen, aber gerade die Konzentration auf eine nachhaltige Steigerung des Unternehmenswertes führt dazu, dass die Unternehmensführung alle anderen Interessen mit berücksichtigen muss.

Dieser Erkenntnis folgen immer mehr Firmen mit konkreten Schritten – und das weltweit. Unternehmen gehen, vielfach in Zusammenarbeit mit internationalen Organisationen und Expertenteams, in die

Offensive. So haben sich im Juli fünfzig global tätige Konzerne, darunter auch die Credit Suisse Group, in der Aktion «Global Compact» zusammengeschlossen, die sich verpflichtet, ihr Handeln nach sozial- und umweltverträglichen Kriterien auszurichten. Das gleiche Ziel haben auch 450 Unternehmen in Europa, die am zweiten November-Wochenende in Brüssel eine «Europäische Charta zur sozialen Verantwortung von Unternehmen» unterzeichneten. Oder ein weiteres Beispiel, das die Bankbranche direkt betrifft, und wo wir selbstredend auch mittun, sind die globalen Richtlinien zur Bekämpfung der Geldwäscherei, auf die sich Ende Oktober elf Banken und Transparency International (TI), eine weltweit tätige Anti-Korruptionsorganisation, geeinigt haben.

Für die Mitarbeitenden der Credit Suisse steckt deshalb der Code of Conduct, der Verhaltenskodex, mit seinen sechs ethischen Grundwerten den Handlungsrahmen ab. Integrität, Verantwortungsbewusstsein, Fairness, Compliance, Transparenz und Diskretion stellen wir über die Gewinnerzielung.

All das tun die Firmen natürlich nicht aus reinem Altruismus, sondern aus der Überzeugung, dass sich geschäftsethisch einwandfreies Handeln auszahlt. Denn Firmen, mit denen sich die Mitarbeitenden identifizieren können und wo der Slogan «Feel good about your company!» gelebte Wirklichkeit ist, haben eindeutig weniger Rekrutierungsprobleme, klagen seltener über hohe Fluktuation, können die talentiertesten Fachkräfte langfristig an sich binden und kennen Loyalitätsprobleme nur vom Hörensagen. Und das ist letztlich die ideale Voraussetzung, um erfolgreich zu wirtschaften und die Erwartungen möglichst vieler «Stakeholders» zu erfüllen.





EIN TIEF GEBEUGTER NACKEN IM TÄGLICHEN TRAINING
SICHERT DEN AUFRECHTEN GANG DER JUNGEN ALTEN.
BANK LEU, SENIORENTURNEN, STETTBACH ZH, 11.15 UHR.

Wollen Sie Ihre Wochenendpläne im Februar nicht lieber auf Eis legen?

Unbestrittener Publikumsmagnet des White Turf ist das Skikjöring. Es findet auf der ganzen Welt nur an einem einzigen Ort statt: in St. Moritz, an den Internationalen Pferderennen. Skikjöring ist der Sport der Wagemutigen. Zwölf unerschrockene Skifahrer kämpfen im Schlepptau von feurigen Pferden an allen drei Rennsonntagen um die Credit Suisse Private Banking Skikjöring Trophy. Bestellen Sie Tickets unter **0848 800 800**.

