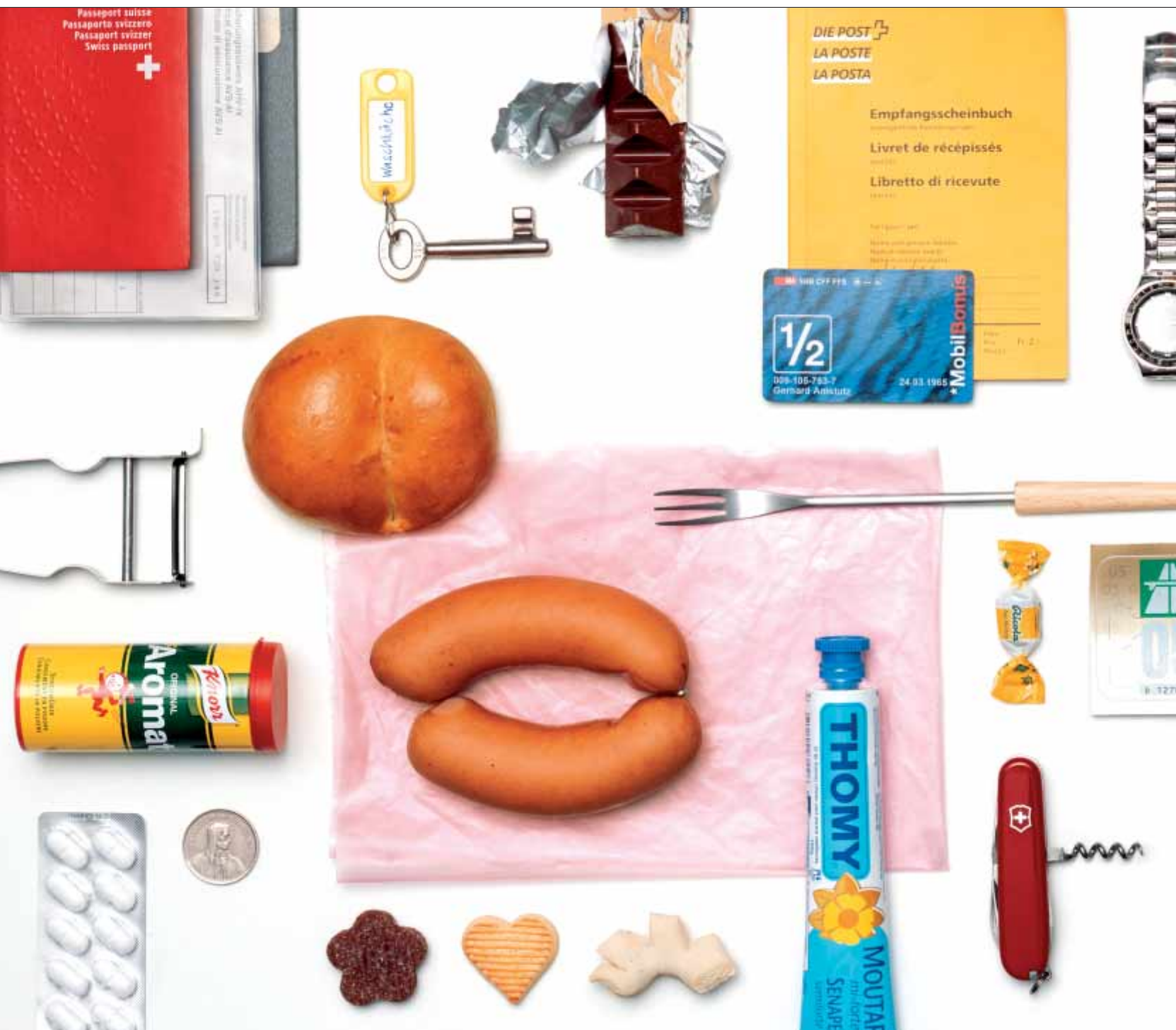


# bulletin

Das Magazin der Credit Suisse · Nummer 5 · Dezember 2005 · 111. Jahrgang

Thema Schweiz: Sorgenbarometer 2005 – Angst vor Arbeitslosigkeit; Erfolg dank Fernweh  
Konjunktur: Das bringt 2006; Nahrungsmittel: Innovationen sorgen für Wachstum





# Wir sehen

Kinderträume wahr werden.

Kinder stecken voller Potenzial. Was auch immer sie sich erträumen: Mit gezielter Förderung und den richtigen Hilfsmitteln können sie im Leben viel erreichen. Wir begeistern uns für Kinder und ihr unerschöpfliches Potenzial. Das inspiriert uns, Software zu entwickeln, die ihre Träume wahr werden lässt.

[www.microsoft.com/switzerland/de/potential](http://www.microsoft.com/switzerland/de/potential)



Your potential. Our passion.™

**Microsoft**





## Innovation durch bessere Rahmenbedingungen

Die Alterung der Gesellschaft wird zu einer massiven Belastung der Systeme sozialer Sicherheit führen. Gegenwärtig sind diese Belastungen erst ansatzweise konkret, aber in den Sorgen der Bevölkerung bereits präsent. So ist die langfristige Sicherung von AHV/IV für 97 Prozent der befragten Schweizer und Schweizerinnen ein wichtiges oder sogar sehr wichtiges politisches Ziel. Dies zeigt die Zusatzbefragung zum neusten Sorgenbarometer der Credit Suisse (siehe Seite 26).

Das wirtschaftspolitische Zauberwort zur Lösung dieser Probleme heisst Innovation. Innovation verspricht Produktivitätssprünge, Wachstum, kurz: ein ökonomisches Schlaraffenland, in dem sich Renten – und andere Umverteilungsprobleme – wie von selbst lösen.

Der Konsens bezüglich der zentralen Rolle der Innovation bröckelt aber merklich, wenn es um konkrete Handlungsoptionen geht. Schnell ertönt der Ruf nach Innovationsförderung und staatlichen Programmen. Doch lässt sich Innovation nicht generalstabsmässig planen, man kann dafür nur optimale Voraussetzungen – sprich Rahmenbedingungen – schaffen.

Gemäss dem Wachstumsbericht des Staatssekretariats für Wirtschaft seco sind es insbesondere drei Faktoren, die die Innovationen in der Schweiz zu behindern scheinen: das mangelnde Angebot an qualifiziertem Personal, die Überregulierung und die Finanzierungsmöglichkeiten. Bezüglich des ersten Punktes ist einerseits eine Einwanderungspolitik gefordert, die diesem Aspekt Rechnung trägt. Anderer-

seits müssen wir Bildung und Forschung – die wirtschaftspolitischen Erfolgsfaktoren des 21. Jahrhunderts – stärker dem Wettbewerb aussetzen. Bildung und Forschung müssen vermehrt von privaten anstelle von staatlichen Regeln und Entscheiden geprägt werden. Ein Weg, den die Schweiz im Infrastrukturbereich – wenn auch nur zögerlich und behutsam – bereits eingeschlagen hat.

Auch die schweizerische Binnenwirtschaft hat sich dem Wettbewerb zu stellen. Nicht zufällig finden sich hohe Produktivität und Bruttowertschöpfung gerade in jenen Industrien, die dem rauen Wind des Wettbewerbs ausgesetzt sind. Eine gesplante Volkswirtschaft mit einem hoch kompetitiven Exportsektor und einem ineffizienten und schwerfälligen Binnenmarktssektor ist nicht zukunftsfähig. Ein Abbau der Regulierung hat diesen Weg zu unterstützen.

Bleibt der Punkt der Finanzierungsmöglichkeiten: Seit kurzem eröffnet die Credit Suisse KMU einen vereinfachten Zugang zu eigenkapitalähnlichen Mitteln. Mit den innovativen Finanzierungen CSA Mezzanine und PREPS (siehe dazu Seite 44) wird dem Bedürfnis vieler Unternehmen nach Wachstumsfinanzierung entsprochen, ohne dadurch ihre Eigentumsverhältnisse zu tangieren.

Um Innovationen zu ermöglichen, müssen die Rahmenbedingungen weiter verbessert werden. Wer sich nicht anpasst, geht unter, sagt ein altes Sprichwort. Es ist an der Zeit, die notwendigen Anpassungen mit allen Kräften voranzutreiben. René Buholzer, Head of Public Affairs

Ihr Bauch sagt «ja». Ihre Vernunft auch.



## NOKIA 8800

Es gibt wenige Momente, in denen kompromisslose Ästhetik und perfektionierte Funktionalität derart harmonisch ins Gleichgewicht kommen. Wenn zeitloses elegantes Design auf modernste Technologie trifft. Ein schlankes, hochwertiges Edelstahlgehäuse. Ein geschmeidiger Öffnungsmechanismus und ein kratzfestes Display mit brillanter Anzeigequalität. Sounds, die exklusiv von Ryuichi Sakamoto komponiert wurden. Das Nokia 8800. Für die Sinne erschaffen.

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

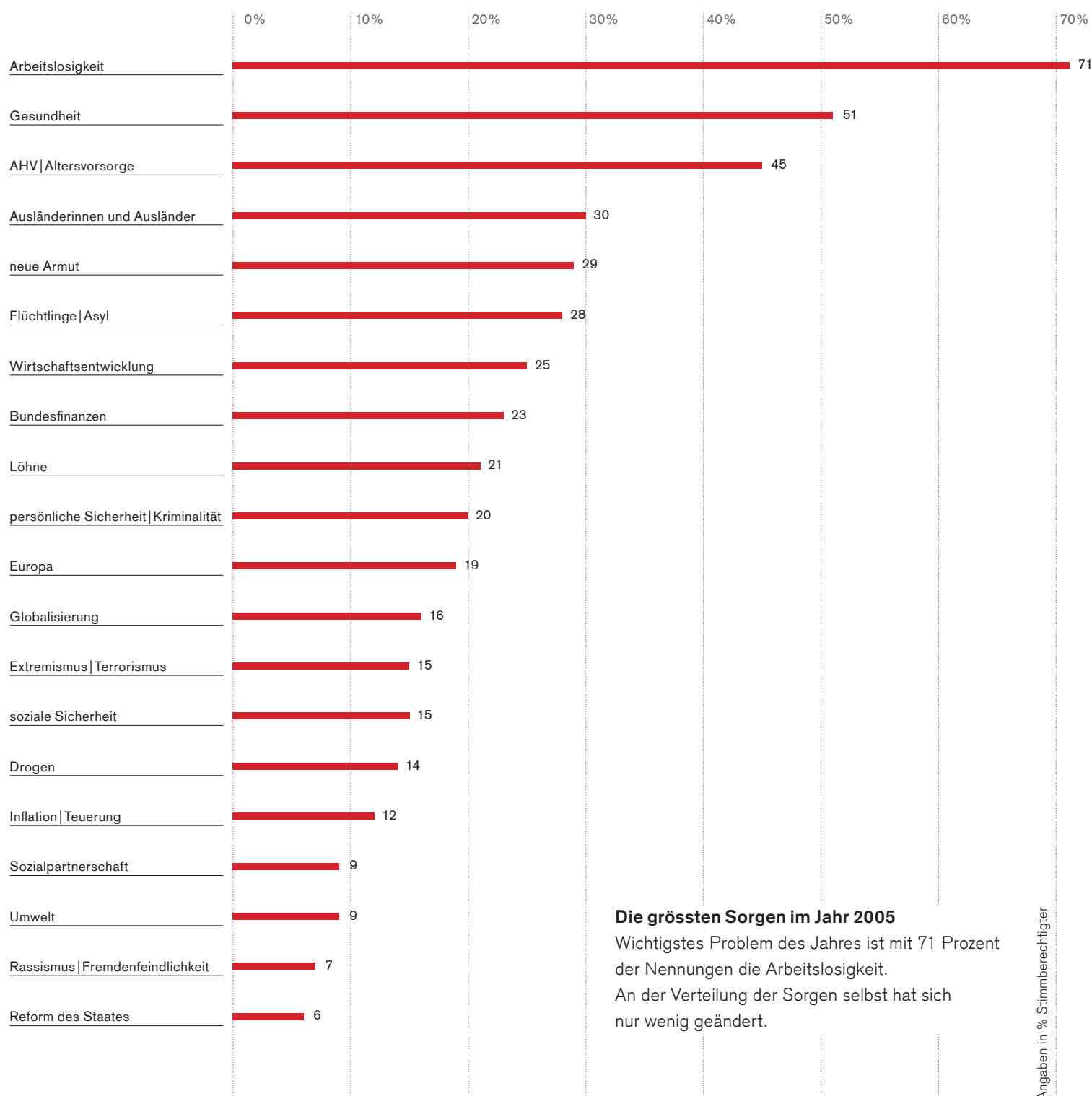
**NOKIA**  
Connecting People

Thema: Schweiz	06	<u>Sorgenbarometer 2005</u> Arbeitslosigkeit raubt den Schweizern den Schlaf
	10	<u>Interview</u> Der Nationalratspräsident 2006 zu den Sorgen der Schweizer
	12	<u>Umfrage</u> Aus dem Alltag einer Meinungsforscherin
	14	<u>Europa</u> Cracks aus Politik und Wirtschaft diskutieren die Rolle der Schweiz
	18	<u>Helvetia</u> Fotograf Gerry Amstutz inszeniert Schweizer Eigenheiten
	26	<u>Schweiz</u> Geschätzt für ihre Sicherheit, aber ungenügend bei der Leistung
	30	<u>Direktinvestitionen</u> Die sechste Schweiz macht Dampf
	32	<u>Fernweh</u> Einmal Ausland retour, bitte!
Credit Suisse Business	38	<u>Wissenswert</u> Aus dem ABC der Finanzwelt
	39	<u>Unternehmen</u> Swiss Venture Club fördert Schweizer KMU
	40	<u>Kurz &amp; bündig</u> Business News aus dem In- und Ausland
	42	<u>Firmenkunden</u> Syndikatskredit sichert Arbeitsplätze
	44	<u>Darlehen</u> Alternative Formen der Unternehmensfinanzierung
Credit Suisse Engagement	46	<u>Sponsoring</u> Die Credit Suisse engagiert sich neu auch international
	48	<u>Fussball</u> Ab an die WM!
	50	<u>Kultur in Kürze</u> Wenn die Kleinen grosse Oper machen
	52	<u>Stiftung</u> Little Dreams Foundation macht Kinderträume wahr
Research Monthly	>	Das Heft im Heft: Finanzbeilage zum Herausnehmen
Wirtschaft	54	<u>Wirtschaft 2006</u> Interview mit Chefökonom Alois Bischofberger
	58	<u>Arbeit</u> So bleibt das Hochlohnland Schweiz wettbewerbsfähig
	62	<u>Anlegen</u> Inflationsgekoppelte Anleihen schützen vor Überraschungen
	64	<u>Branchen</u> Chemie-, Pharma- und Kunststoffindustrie haben Zukunft
	66	<u>Nahrungsmittel</u> Innovationen sorgen für Wachstum
	69	<u>Nach-Lese</u> Buchtipps für Wirtschaftsinteressierte
Leader	70	<u>Nikolaus Gelpke</u> Der junge Mann und das Meer
Auf einen Klick	74	<u>@propos</u> Wolf ist Trumpf
	74	<u>emagazine</u> Online-Forum: Die Welt der Derivate
Impressum	69	So finden Sie uns

Text: Marcus Balogh

# Hauptsache, die Arbeit stimmt ...

Das Sorgenbarometer der Credit Suisse zeigt, wo die Schweizer Stimmberechtigten der Schuh drückt. Ganz oben auf der Liste stehen wie letztes Jahr Arbeitslosigkeit, Gesundheitswesen und Altersvorsorge. Und obwohl die meisten ihre wirtschaftliche Lage als gut beurteilen, schiebt sich die Angst vor der Armut nach vorn.



Seit 1976 lässt die Credit Suisse jährlich die so genannte Sorgenbarometer-Umfrage durchführen. Seit zehn Jahren werden die Fragen in unveränderter Form durch das unabhängige Forschungsinstitut gfs.bern erhoben.

Die lange Zeitspanne der Erhebungen ermöglicht dem Sorgenbarometer nicht nur eine Momentaufnahme der Stimmungslage der Schweizerinnen und Schweizer, sie lässt auch zu, dass die Forscher des gfs.bern längerfristig gültige Trends und Entwicklungen aus den Ergebnissen herauschälen.

Der erste Teil dieses Artikels geht deshalb auf die grössten aktuellen Sorgen und Problemkreise ein, mit denen sich die Schweizerinnen und Schweizer im Moment beschäftigen. Im darauf folgenden Teil nimmt der Artikel die wichtigsten Ergebnisse der Umfrage in einem Langzeitvergleich unter die Lupe. Schliesslich schaut das Bulletin, wie die Befragten ihr wirtschaftliches Umfeld wahrnehmen und welche Auswirkungen die Probleme und ihre Einschätzung auf das Vertrauen der Schweizerinnen und Schweizer gegenüber Wirtschaft und Politik haben.

### Kaum Wechsel in der Führungsriege

Was also sind die wichtigsten Probleme der Schweiz aus der Sicht der Stimmberechtigten? An dieser Fragestellung hat sich seit Anbeginn der Erhebungen des Sorgenbarometers nicht viel verändert. Ebenso wenig wie am Konglomerat der wichtigsten Sorgen.

Die grössten Sorgen machen sich die Befragten über die Arbeitslosigkeit (siehe Grafik nebenstehende Seite). Angesichts einer Arbeitslosenrate von aktuell rund vier Prozent mag das erstaunen. Dies wird jedoch von verschiedenen Faktoren beeinflusst. Neben der eigenen Betroffenheit ist es vor allem die Furcht, dass die Kosten der Arbeitslosigkeit einen Aufschwung bremsen oder gar verhindern könnten. Dazu kommt die in den Medien oft erwähnte Verlagerung der Arbeitsplätze, die Diskussion um die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen und die als wenig rosig empfundenen Wirtschaftsaussichten. Alle Faktoren zusammen verunsichern offenbar die Stimmberechtigten.

Ähnliches gäbe es für die Sorgenbereiche auf den Plätzen zwei, drei und vier zu sagen: Noch ist unser Gesundheitssystem in Ordnung, die Finanzierung der AHV/Altersvorsorge vorläufig gesichert, die Anzahl der Asylsuchenden am Abnehmen. Aber auch hier gilt: Um unser Gesundheitssystem und die Finanzierung der Renten langfristig zu sichern, besteht Handlungsbedarf. Und es scheint, als seien die Befragten nicht davon überzeugt, dass in diesen Bereichen auch wirklich ein zukunftssträchtiger Wandel von den Verantwortlichen eingeleitet wird. (Siehe dazu auch die letzte Grafik auf Seite 9.)

Aus den Top Five der wichtigsten Probleme sticht eines hervor: die Sorge um die neue Armut. 2004 belegte sie noch mit 22 Prozent Nen-

### Datenbasis ruht auf festen Säulen

Seit 1976 lässt die Credit Suisse die Sorgenbarometer-Umfrage unter den stimmberechtigten Schweizerinnen und Schweizern durchführen. Das Sorgenbarometer versteht sich nicht als Monitor der öffentlichen Meinung wie etwa TV oder Zeitungen, sondern spiegelt die Ansichten der stimmberechtigten Bürgerinnen und Bürger wider. Die Erhebung der Daten erfolgt dabei mittels persönlicher Interviews. Dieses Jahr wurden sie zwischen dem 15. August und dem 2. September bei 1000 repräsentativ ausgewählten Personen durchgeführt.

nungen den achten Platz, neu mit 29 Prozent den fünften. Das macht jedoch Sinn. Die Angst vor der eigenen Arbeitslosigkeit und die Angst vor der Verarmung sind wahrscheinlich miteinander gekoppelt. Und je grösser das eine, desto mehr zieht auch das andere an.

### Sorgen folgen Statistik

Wirtschaftsauguren schauen mit verhaltenem Optimismus in die Zukunft. Und allen Unkenrufen zum Trotz waren die letzten vier Jahre wirtschaftlich keinesfalls erschütternd schlecht. Trotzdem steigt die Angst vor der Arbeitslosigkeit seit fünf Jahren kontinuierlich an. Das gfs.bern stellt bei seiner Umfrage dabei relativ klar abgegrenzte Trendgruppen fest. Besonders häufig scheinen sich die einfachen Angestellten der Privatwirtschaft, die Kader der Privatwirtschaft und die mittleren bis hohen Einkommen des Themas anzunehmen, während die ganz hohen Einkommen – egal in welcher Branche – die Arbeitslosigkeit weniger problematisieren. In diese Trendgruppe gehören ausserdem noch selbstständig Erwerbende, Hauseigentümer, Bürgerinnen und Bürger, die regelmässig an den Abstimmungen teilnehmen, und Nichterwerbstätige.

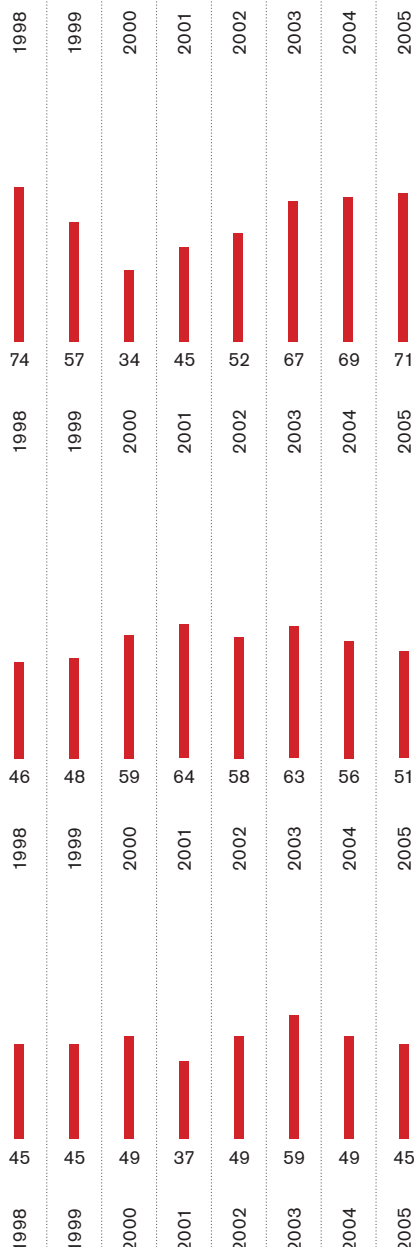
Alles in allem verläuft die seit 2000 ansteigende Kurve aber parallel zur offiziellen Statistik der Arbeitslosenquote. Je negativer die in den Medien oft zitierten Zahlen beleuchtet werden, desto häufiger wird die Arbeitslosigkeit als Thema genannt.

### Gesundheit und Alter im Auf und Ab

Etwas anders sieht die Situation bei den zweit- und dritthäufigst genannten Problemfeldern aus: dem Gesundheitswesen und der AHV/Altersversorgung. Seit der ersten Erhebung des Sorgenbarometers >

Angaben in % Stimmberechtigter

Arbeitslosigkeit	74	57	34	45	52	67	69	71
Gesundheit	46	48	59	64	58	63	56	51
AHV   Altersvorsorge	45	45	49	37	49	59	49	45
Ausländerinnen und Ausländer	24	22	22	22	19	18	24	30
neue Armut	17	18	18	27	22	27	22	29
Flüchtlinge   Asyl	47	56	41	32	43	36	45	28
Wirtschaftsentwicklung	15	11	8	16	17	20	19	25
Bundesfinanzen	17	26	22	19	20	22	26	23
Löhne	12	13	13	19	9	12	12	21
persönliche Sicherheit   Kriminalität	15	18	8	14	19	16	23	20
Europa	40	43	45	34	21	15	18	19
Globalisierung	10	13	11	24	17	15	10	16
Extremismus   Terrorismus	—	—	1	27	8	6	11	15
soziale Sicherheit	15	17	15	13	16	21	22	15
Drogen	22	16	15	11	12	18	11	14
Inflation   Teuerung	8	5	10	10	9	10	15	12
Sozialpartnerschaft	7	5	7	5	5	6	8	9
Umwelt	19	18	25	15	18	14	11	9
Rassismus   Fremdenfeindlichkeit	—	—	15	10	7	11	10	7
Reform des Staates	4	4	5	3	4	4	5	6



## Das Problembewusstsein

### «Neue Armut» rückt stetig nach vorn

Die wichtigsten Themen haben sich nicht verändert. Etwas aus dem Rahmen fällt das Problemfeld «neue Armut». Es hat sich seit 1998 in einer Auf- und Abbewegung auf den fünften Sorgenplatz hochgeschoben.

### Der Arbeitsplatz macht nicht nur Freude

Die Sorge um den Arbeitsplatz sitzt vielen Befragten im Nacken. Seit dem Platzen der New-Economy-Blase hat sich das Thema Arbeitslosigkeit von 34 auf 71 Nennungen pro 100 Befragte hochgearbeitet.

### Prämien belasten kleine Einkommen

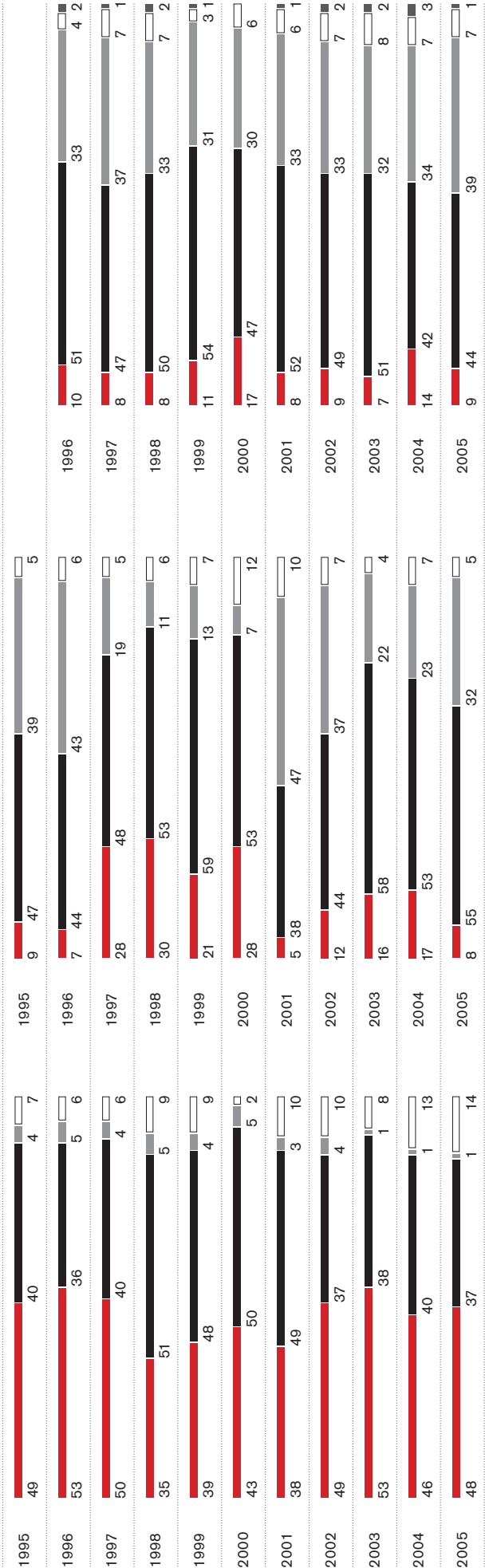
Treibende Kraft für die schlechte Beurteilung sind die steigenden Krankenkassenprämien. Personen, deren wirtschaftliche Situation sich verschlechterte, heben die Sorgen um das Gesundheitswesen besonders hervor.

### Kurioser Optimismus im Sozialbereich

Personen, deren Lage sich wirtschaftlich verschlechtert hat, blicken erstaunlicherweise zuversichtlicher auf die Sozialwerke: Sie nennen die Altersvorsorge eher unterdurchschnittlich oft als auffällige Sorge.



Angaben in % Stimmberechtigter



Trends

Noch gehts der Mehrheit gut

«Was würden Sie sagen, wie es Ihnen wirtschaftlich gesehen im Moment geht?» Die eigene wirtschaftliche Lage wird mehrheitlich als gut bezeichnet. Das an sich positive Ergebnis war aber seit der ersten Erhebung nie so tief wie 2005.

- sehr gut
- gut
- recht
- schlecht
- sehr schlecht

Der Blick nach vorn bleibt skeptisch

«Wie wird sich Ihrer Ansicht nach die allgemeine Wirtschaftslage in den kommenden zwölf Monaten entwickeln?» Seit 2002 hat der Pessimismus leicht abgenommen. Die Stimmungslage lässt sich aber auch nicht gerade als optimistisch bezeichnen.

- verbessert
- gleich geblieben
- verschlechtert
- keine Antwort

Das Vertrauen in die Politik bleibt getrübt

«Wie oft haben Sie das Gefühl, die Politik versage in entscheidenden Dingen?» Rund die Hälfte aller Stimmberechtigten zweifeln stark an den Politikern. Siehe dazu auch das Interview mit dem angehenden Nationalratspräsidenten Claude Janiak (SP) auf Seite 10.

- oft
- selten
- nie
- weiss nicht

ist der allgemeine Trend steigend. Doch gingen die Werte sowohl für das Gesundheitswesen wie für die AHV/Altersversorgung vier Mal wieder zurück – der Verlauf der Kurven ist für die beiden Problemfelder aber nicht absolut identisch. (Siehe Grafiken Seite 8.)

Ähnlichkeit herrscht hingegen wieder bezüglich der Zusammensetzung der jeweiligen Gruppierungen der Beantwortenden: Ältere Menschen, sowie Personen mit tiefer Bildung und tiefen Einkommen stehen den Entwicklungen im Gesundheitswesen und der AHV/Altersversorgung besorgter gegenüber. Hier unterscheiden sich dann auch die Beurteilungen zwischen den einzelnen Sprachregionen stärker als sonst. Die Romandie zeigt sich hier deutlich besorgter als die italienische oder die deutsche Schweiz.

### Wirtschaft schneidet (beinahe) gut ab

Den Sorgen zum Trotz bleiben Schweizerinnen und Schweizer gelassen, wenn es um die Beurteilung ihrer wirtschaftlichen Lage geht. 9 Prozent sagen, es gehe ihnen sehr gut, 44 Prozent fassen ihre Situation mit «gut» zusammen. Trotzdem weist das gfs.bern darauf hin,

dass die Lage vor allem in der Einkommens-Mittelschicht zunehmend kritischer beurteilt wird. Generell ist man skeptisch, ob sich die allgemeine wirtschaftliche Lage in nächster Zeit eindeutig verbessern wird. Doch immerhin: Der generellen Einschätzung zum Trotz wird die Entwicklung der eigenen wirtschaftlichen Lage einen Hauch positiver erwartet als in den drei Jahren zuvor.

### Politik spürt Gegenwind

Der leicht betrübte Blick auf die letzten Jahre und die zurückhaltenden Erwartungen für die Zukunft führen dazu, dass die Leistungsbilanz für Politik und Wirtschaft nicht besonders schmeichelhaft ausfällt. 48 Prozent der Befragten denken, dass die Politik oft versagt. 46 Prozent glauben, das Gleiche passiere in der Wirtschaft. Das entspricht ungefähr dem Vorjahresniveau. Interessant, was das gfs.bern nach einem vertieften Studium der Daten und Zusammenhänge dazu als These formuliert: Zunehmend mehr Menschen sind von der Politik enttäuscht. Sie wenden sich aber nicht ab, sondern eher zu – wenn auch aus einer oppositionellen Haltung. <

## «Die Regierung hat zu lange geschlafen»

Der designierte Nationalratspräsident Claude Janiak kann das schwindende Vertrauen der Schweizer in die Politik gut nachvollziehen. «In zu vielen Fragen treten wir an Ort.» Interview: Andreas Thomann

Bulletin: Herr Janiak, teilen Sie die Sorgen der Schweizer Bevölkerung?

Claude Janiak: Nicht in allen Punkten. Die Arbeitslosigkeit etwa käme bei mir bestimmt nicht an erster Stelle, denn ich bin selbständig erwerbend und somit gewissermassen privilegiert (lacht).

Doch können Sie die Sorgenrangliste nachvollziehen?

Auf alle Fälle. Viele junge Leute, die in der Ausbildung stecken, wissen nicht, wie es beruflich weitergehen soll. Das ist eine Realität. Gleichzeitig kriegen Arbeitnehmer über 50 grosse Probleme, sobald sie ihre Stelle verlieren. Ich erlebe das als Anwalt immer wieder. Diese Menschen werden dann oft in einen Status als IV-Rentner überführt. Damit bürdet die Wirtschaft die Kosten einfach der Gesellschaft auf, womit sie sich letztlich wieder selbst belastet.

Wird somit die Arbeitslosigkeit ihren Spitzenplatz im Sorgenbarometer auch in den nächsten Jahren behalten?

Ich hoffe es nicht. Immerhin stelle ich in den Unternehmen ein gewisses Umdenken fest,

gerade auch was ältere Mitarbeiter betrifft. Die Wirtschaft hat begriffen, dass sie nicht einfach auf deren Know-how verzichten kann. Glücklicherweise nimmt man allmählich auch Abstand vom übertriebenen Leistungsdenken und besinnt sich in der Personalpolitik auf eine nachhaltigere Kultur.

Sehen Sie auch bei der Sorge Nummer zwei, der Gesundheit, einen Lichtblick?

Nicht wirklich. Über die explodierenden Gesundheitskosten spricht man schon seit 20 Jahren. Doch der Bundesrat hat es bisher verpasst, sinnvolle Lösungen zu präsentieren. Gleichzeitig spricht alles von Familienpolitik. Dabei leiden besonders die mittelständischen Familien unter den steigenden Krankenkassenprämien, zumal die Löhne weitgehend stagnieren.

Sind es diese Geldsorgen, die auch das Thema «Neue Armut» in der Sorgenrangliste nach oben wandern liessen?

Zweifellos. Viele Familien schaffen es finanziell mehr schlecht als recht bis ans Monatsende. Da reicht es, wenn etwas Unvorhergesehenes passiert, beispielsweise eine Scheidung, und

das ganze Gefüge fällt in sich zusammen. Natürlich könnte man einwenden, dass sich die Leute halt nicht trennen sollten. Doch es ist nun mal eine Realität.

Nicht nur aktuelle Probleme machen den Schweizerinnen und Schweizern Sorgen, sondern auch solche, die erst in der Zukunft auftreten werden, wie etwa die Altersvorsorge. Sind Sie überrascht?

Nein, denn das Thema ist ein Dauerbrenner in der öffentlichen Debatte. Inzwischen glauben viele 20-Jährige, dass sie ihre AHV niemals erhalten werden. Ich bin jedoch der Meinung, dass die Sorge nicht berechtigt ist.

Das heisst, die Sorgenrangliste wird auch stark von den Medien gesteuert?

Und von der Politik. Es kommt sehr darauf an, welches Thema auf der politischen Agenda steht und wie es abgehandelt wird. Oft schüren die Politiker unnötig Ängste. Das trifft auf das Thema Altersvorsorge ebenso zu wie auf das Thema Ausländer, das ja in Ihrer Rangliste ebenfalls aufgestiegen ist. Das führt letztlich zu einer verzerrten Wahrnehmung. Wie sonst

ist es möglich, dass in Städten wie Basel, wo wir viele Ausländer haben, die Vorbehalte gegenüber Ausländern viel kleiner sind als in den meisten ländlichen Gebieten?

Also ist die Ausländerfrage ein künstliches Problem?

Das zu denken, wäre zu blauäugig. Natürlich gibt es Probleme. Und die Politik ist in diesem Bereich zu lange untätig geblieben, einschliesslich der linken Parteien, die lange Zeit Berührungsgängste zum Thema hatten. Inzwischen ist man sich auch dort bewusst, dass Ausländer nicht nur Rechte, sondern auch Pflichten haben, zum Beispiel die Pflicht, die lokale Sprache zu lernen. Nur so kann die Integration gelingen.

Glaubt man den Ökonomen, so steuern wir auf einen Aufschwung zu. Die Bevölkerung rechnet dagegen mit keiner Verbesserung in den nächsten zwölf Monaten. Sind die Schweizer einfach zu pessimistisch?

Ich will von niemandem behaupten, er sei zu pessimistisch. Das muss jeder selbst beurteilen. Insgesamt stimmt es allerdings schon, dass die Schweizer etwas zur Schwarzmalerei neigen. In letzter Zeit spürt man in vielen Debatten eine Angst vor der Zukunft. Am deutlichsten vielleicht in der Europafrage.

Stichwort Europa: In der Sorgenrangliste kommt das Thema erst an elfter Stelle. Steht das nicht etwas im Widerspruch zu den hitzigen Europa-debatten?

Über Europa wird immer nur dann diskutiert, wenn es eine Abstimmung gibt. Dann allerdings heftig, denn jede Frage wird gleich zu einer EU-Beitrittsfrage hochstilisiert. Ist die Abstimmung jedoch einmal vorbei, verschwindet das Thema ganz schnell aus der öffentlichen Debatte. Daran ist auch der Bundesrat nicht unschuldig: Seit vier Jahren warten wir nun auf einen Vorschlag, wie es in Sachen Europa weitergehen soll. Dabei bräuchten wir dringend Antworten auf die Frage, was ein EU-Beitritt bewirken würde, etwa in so sensiblen Bereichen wie der direkten Demokratie, der Mehrwertsteuer oder des Schweizer Franks.

Entsprechend gering ist das Vertrauen der Bevölkerung in die Politik. Im Sorgenbarometer waren 48 Prozent der Befragten der Meinung, die Politik versage oft. Machen die Politiker ihren Job schlecht?

Es liegt in der Natur unserer Demokratie, dass gewisse Prozesse relativ träge ablaufen. Bei

uns gibt es nun mal keinen Superminister, der eine spektakuläre Lösung aus dem Hut zaubern kann.

Somit ist das System schuld?

Nein. Unser politisches System ist zwar nicht das schnellste, doch es lässt Reformen durchaus zu. Es sind eher die Politiker, die oftmals den Willen zur Veränderung vermissen lassen. Nehmen Sie das Binnenmarktgesetz: Dieselben Leute, die jeweils am lautesten mehr Wettbewerb fordern, werfen ihre liberalen Grundsätze ganz schnell über Bord, sobald es um den Schutz ihrer Klientel geht. Das schlechte Image kommt aber auch von Politikern, die selbst nicht müde werden, ein schlechtes Bild der Politik zu zeichnen und den Staat am liebsten auf eine Rolle als Nachtwächter zurückdrängen möchten.

Immerhin schneidet auch die Wirtschaft in der Umfrage nicht viel besser ab. Was läuft hier falsch?

Die Diskussion um die Abzocker hat der Wirtschaft bestimmt geschadet. Denn die Leute werden nie begreifen, warum ein CEO hundertmal mehr verdienen soll als ein einfacher Angestellter. Interessant ist, dass solche Exzesse viel weniger häufig vorkommen, wenn der Firmenchef mit seinem persönlichen Kapital an der Firma beteiligt ist. Hinzu kommt, dass sich die Wirtschaft zu wenig um die Politik kümmert. Früher gab es immer wieder Leute aus der Wirtschaft, die im Nationalrat sassen und dort eine führende Rolle spielten. Nur über die Politik zu schimpfen, sich aber nicht daran zu beteiligen, ist etwas einfach.

Was möchten Sie in Ihrer Amtszeit als Nationalratspräsident erreichen?

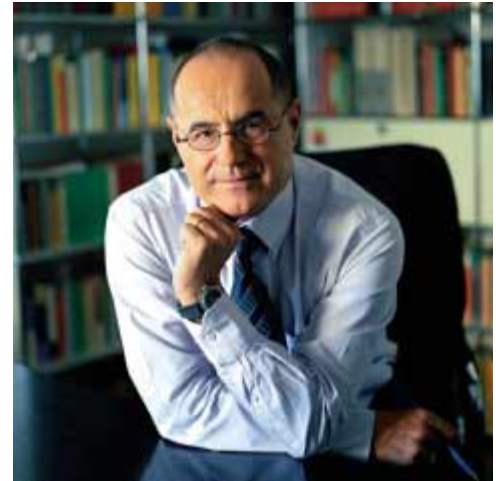
Nun, ein Nationalratspräsident muss ja vor allem ein Jahr lang das Maul halten (lacht). Spass beiseite. Mir ist es ein Anliegen, das Bild der Politiker in der Öffentlichkeit zu verbessern. Denn Politikverdrossenheit nützt letztlich niemandem. Im Parlament sitzen grösstenteils anständige Leute.

Die jedoch ganz spezifische Interessen vertreten.

Dagegen ist nichts einzuwenden, solange diese Interessen offen gelegt werden. Wir haben nun mal ein Milizsystem, an dem ich übrigens unbedingt festhalten möchte, auch wenn Milizpolitiker wie ich wohl inzwischen in der Minderheit sind.

Somit wird man Sie auch als Nationalratspräsident ab und zu hier in Ihrer Anwaltskanzlei antreffen?

Sicher. Wenn das nicht mehr möglich wäre, würde ich keine Politik mehr machen. <



Claude Janiak: «Die Wirtschaft hat begriffen, dass sie nicht einfach auf die älteren Mitarbeiter verzichten kann.»

Zur Person

Der 57-Jährige Claude Janiak nennt Willy Brandt als sein politisches Vorbild. «Er war letztlich der Grund, warum ich mich 1971 der Sozialdemokratischen Partei anschloss.» Im gleichen Jahr schloss Janiak sein Rechtstudium an der Universität Basel ab. Seit 1978 ist Janiak als Anwalt tätig mit den Spezialgebieten Arbeitsrecht, Familienrecht und Erbrecht. Im Nationalrat sitzt der Baselbieter seit 1999. Claude Janiak gilt als klarer Verfechter der europäischen Integration. Eine Position, die auch mit seiner Herkunft zu tun habe, sagt der Sohn eines polnischen Einwanderers.





Interviewerin Gaby Bless war bereits zum fünften Mal fürs Sorgenbarometer unterwegs:  
«Das Thema ist persönlich und löst Emotionen aus.»

Text: Daniel Huber Fotos: Pia Zanetti

# Den Sorgen der Schweizer auf der Spur

Welche Arbeit sich hinter dem Begriff «repräsentative Umfrage» versteckt, zeigt das Beispiel von Gaby Bless. Sie hat in diesem Jahr bereits zum fünften Mal für das Sorgenbarometer des Bulletin Schweizer und Schweizerinnen befragt.

Auf einer Beliebtheitsskala von 1 – gar nicht gerne – bis 10 – sehr gerne – gibt die Interviewerin Gaby Bless der Sorgenbarometer-Befragung eine 8. «Die Leute machen bei diesem Thema gerne mit», sagt Gaby Bless. «Wir alle machen uns Sorgen. Das Thema ist sehr persönlich und löst Emotionen aus.» Andererseits verleite es aber auch zu Ausschweifungen. Dann gelte es mit diplomatischem Geschick freundlich zur nächsten Frage überzuleiten. Rund 30 Minuten dauert im Durchschnitt ein Sorgenbarometer-Interview, das nicht etwa per

Telefon, sondern von Angesicht zu Angesicht geführt wird. Für Gaby Bless war es bereits das fünfte Mal, dass sie diesen Spätsommer im Dienste des Sorgenbarometers unterwegs war und insgesamt drei Tranchen an zehn Stimmberechtigten befragt hat. Dabei gibt ein Zufallsgenerator vor, in welcher Ortschaft die zehn Personen einer Gruppe wohnhaft sein müssen. Daneben gilt es je fünf Männer und Frauen sowie drei eher jüngere, vier mittelalterliche und drei ältere Personen zu finden.

Der schwierigste Teil eines Interviews ist die Kontaktaufnahme. «Anfangs kostete mich das enorme Überwindung. Mittlerweile ist es kein Problem mehr», sagt Gaby Bless. Ihr Rezept: «Wer mit einem Lachen auf die Leute zugeht, hat gute Chancen, ein Lachen zurückzubekommen.» Danach mache sie als Erstes klar, dass sie nichts verkaufen wolle, sondern im Auftrag des renommierten Forschungsinstituts gfs.bern unterwegs sei, das zum Glück erstaunlich vielen ein Begriff sei. Darauf fühlten sich viele sogar geehrt, dass ihre Meinung gefragt sei.

Je nachdem, ob es sich beim ausgewählten Ort um ein kleines Dorf oder eine Stadt handelt, verfolgt Gaby Bless unterschiedliche Strategien der Kontaktaufnahme. In kleinen Ortschaften versucht sie es eher in Cafés, spricht die Leute in ihren Gärten an oder geht teilweise auch von Tür zu Tür. In grösseren Ortschaften postiert sie sich häufig vor Einkaufshäusern, wobei gewisse Zentren solche Befragungen explizit verbieten oder nur zahlenmässig beschränkt zulassen. Immer sehr erfolgversprechend seien Besuche in Schwimmbädern. «Da haben die Leute Zeit», sagt Gaby Bless. «Das Gleiche gilt auch für Spaziergänger auf der Seepromenade in Luzern.» Dagegen durchwegs ein sehr schwieriges Befragungspflaster sei Zürich.

Während der Ort der Befragung vom Meinungsforschungsinstitut zwingend vorgegeben wird, kann Gaby Bless das Wann innerhalb einer Frist von drei bis vier Wochen selbst wählen. Das gibt ihr die notwendige Flexibilität, um auch im Fahrradgeschäft ihres Bruders auszuhelfen, wo sie die angelieferten neuen Modelle zusammenschraubt und das Finish ausführt. «Bei meiner Arbeit als Interviewerin gefällt mir vor allem der Kontakt mit den Leuten, und es bringt mich auch persönlich weiter», erzählt Gaby Bless. «Als Wirtin war ich es gewohnt, dass die Leute auf mich zukommen. Plötzlich musste ich auf die Leute zugehen.»

Die 48-jährige Gaby Bless ist in ihrem Leben schon vielen Tätigkeiten nachgegangen. Die gelernte Metzgerin arbeitete als Köchin, Diätköchin, Telefonistin, Programmiererin, besuchte erfolgreich eine Handelsschule und war danach acht Jahre lang Wirtin. Daneben ist sie auch noch Mutter von zwei erwachsenen Töchtern.

Erstaunlich hoch präsentiert sich die Ansprech-Erfolgsquote von Gaby Bless. So mache im Durchschnitt jede zweite Person beim Interview mit. Unangenehme Erlebnisse blieben die Ausnahme. Einmal sei aber die Stimmung so aggressiv geworden, dass sie das Interview abkürzte und frühzeitig beendete. Gaby Bless: «Irgendwie habe ich da bei der befragten Person einen wunden Punkt angesprochen.» Ab und zu komme es vor, dass sich Leute einen Spass daraus machten, ihr irgendwelche unsinnigen Antworten zu geben und so ihre Zeit zu vergeuden. Doch solche Interviews landeten kurzerhand im Papierkorb.

Für eine Meinungsforschungs-Interviewerin sei es insbesondere bei Stimmungsbarometern im Vorfeld von nationalen Abstimmungen entscheidend, möglichst neutral zu bleiben. Das gelte auch für die Betonung. Gaby Bless: «Ich muss die Fragen wie eine Märchenerzählerin vorbringen.» Natürlich habe sie eine Meinung, aber die müsse sie klar zurücknehmen. So würden im Sinne eines unverfänglichen Einstiegs bei allen Befragungen auch zuerst Standardfragen zur Person, zur wirtschaftlichen Situation, zur politischen Einstellung, zum Medienverhalten und so weiter gestellt und erst am Schluss folgten die entscheidenden Fragen. Grundsätzlich ist Gaby Bless von der Aussagekraft ihrer Befragungen überzeugt und steht hinter ihrer Arbeit. Sie empfindet es als spannend, hinter die Kulissen zu sehen und Hintergründe zu erfahren, in gewisser Weise ein Teil des politischen Systems zu sein. Dagegen würde sie Marketing-Befragungen oder Telefonverkauf nie machen. <

## Fünf Stimmen aus der repräsentativen Masse von 1014 Befragten



Martin Meyer: «**Meine grösste Sorge ist die Arbeitslosigkeit.**»

Bruno Gallati: «**Meine grösste Sorge ist Europa.**»



Monique Kopp: «**Meine grösste Sorge ist der Extremismus und der Terrorismus.**»

Willi Burkart: «**Meine grösste Sorge ist die neue Armut.**»



Gabriela Blaser: «**Meine grösste Sorge ist die Inflation und die Teuerung.**»

Interview: Daniel Huber Foto: Oliver Lang

# Wohin steuert die Schweiz im Herzen Europas?

Seit Jahrzehnten ist die Schweizer Aussen- und Innenpolitik geprägt vom Ringen um eine massgeschneiderte, eigenständige Lösung für die Schweiz innerhalb des vereinten Europas. Das Bulletin hat Meinungs- und Entscheidungsträger aus Politik, Wissenschaft und Wirtschaft in der Schweiz, aber auch in Brüssel um ihre Meinung gefragt.

Bulletin: Wie beurteilen Sie die Lage der Schweiz in Europa heute: gänzlich isoliert, trotz EU-Nichtmitgliedschaft integriert oder kann sie sich gar glücklich schätzen, ausserhalb der EU verblieben zu sein?

**Daniel Gros:** Ich nehme die Variante «trotz EU-Nichtmitgliedschaft integriert». Aber lediglich als «Policy Taker» – also Richtlinien-Empfänger – und nicht als aktiv gestaltende Kraft.

**Urs Bucher:** Die Schweiz ist auch ohne EU-Mitgliedschaft in hohem Masse in Europa integriert. Es bestehen enge Verflechtungen mit unseren europäischen Nachbarstaaten sowohl wirtschaftlich als auch politisch, demografisch und kulturell. Diese engen Beziehungen widerspiegeln sich heute im dichten bilateralen Vertragswerk zwischen unserem Land und der EU.

**Rosmarie Zapfl:** Dank den bilateralen Verträgen ist die Schweiz in Europa nicht total isoliert. Zudem ist die Schweiz als Mitglied des Euro-  
parates stark in die europäische Politik eingebunden. Sie kann dort auch sehr viel bewirken, vor allem im Zusammenhang mit Demokratie, Rechtsstaatlichkeit und Menschenrechten.

Eine Mitgliedschaft in der EU würde der Schweiz neben Vorteilen sicher auch Nachteile bringen. Vor allem wäre sie dann gefordert, solidarisch zu sein. Andererseits könnte sie sich in vielen Belangen jedoch besser auf die Nachbarstaaten verlassen als beim heutigen Status.

**Andreas Schwab:** Die Schweiz liegt im Herzen Europas und sie ist mit der Europäischen Union in vielerlei Hinsicht eng verknüpft, so eng, dass nach meiner festen Überzeugung ihr Schicksal an der «Schicksalsgemeinschaft» Europa hängt: Illegale Migration, Waffenschmuggel, internationaler Terrorismus sowie die Globalisierung machen auch an den Grenzen der Schweiz nicht Halt – egal ob als Mitglied oder als Nichtmitglied der Europäischen Union. Um auf Ihre Frage zu antworten: Ich glaube, dass die Schweiz froh sein kann, dass es die EU gibt. Dadurch ist auch die Schweiz in einer dauerhaft stabilen Lage.

**Walter Kielholz:** Ich sehe die Situation nicht sehr dramatisch. Die Schweiz ist nicht gänzlich isoliert. Allerdings ist in vielen Bereichen der Verwaltung und Politik die Intensität der internationalen Kontakte bei weitem nicht so hoch wie bei einem vergleichbar grossen EU-Mitgliedsland. Das hat langfristig sicher negative Auswirkungen. So könnte es zu einer Art «Provinzialisierung» unserer Politiker und Spitzenbeamten kommen, die nicht von den Vorzügen grosser Teams profitieren können. Diese negativen Auswirkungen gelten aber nicht für den privaten Sektor. Dort mache ich die Erfahrung, dass bei internationalen Kontakten kaum jemand auf die Idee kommt, Schweizer Firmen nicht bei den Europäern mit einzuschliessen. Das hängt aber auch damit zusammen, dass alle Schweizer Grossunternehmen beträchtliche Teile ihrer Aktivitäten in Europa haben und somit dort auch immer zu den grossen Arbeitgebern, Steuerzahlern und so weiter gehören. Auch nehmen in vielen Organisationen Vertreter Schweizer Unternehmen Führungsaufgaben wahr. Allerdings sind es wiederum häufig EU- oder US-Staatsbürger, welche die Schweizer Firmen in Spitzenpositionen vertreten.

Gemäss der alljährlich durchgeführten, repräsentativen Sorgenbarometer-Umfrage bereitet die Europafrage den Schweizer Stimmberechtigten immer weniger Sorgen. Wurde Europa im Jahr 2000 noch von 45 Prozent als Problem genannt, sind es mittlerweile nur noch 19 Prozent. Ist das als Anfang einer anhaltenden, politischen Entkrampfung zu deuten oder lediglich als Ruhe vor dem Sturm?

**Kielholz:** Wenn ich zurückblicke auf die Zeit nach der unseligen EWR-Abstimmung, war es die Strategie des Bundesrates, die wirtschaftlichen Folgen dieses Neins mit bilateralen Verträgen aufzufangen und gleichzeitig mit kleinen Schritten der Bevölkerung die Angst vor den einzelnen Politikfeldern zu nehmen. Diese Strategie war erfolgreich und die wichtige Stellung der EU-Frage im Sorgenbarometer hat sich sukzessive >



**Walter Kielholz**

ist seit dem 1. Januar 2003 Verwaltungsratspräsident der Credit Suisse Group. Davor war er sechs Jahre lang CEO beim Rückversicherer Swiss Re.

**Andreas Schwab**

ist einer der deutschen Vertreter im Europäischen Parlament sowie in der Delegation für die Beziehungen zur Schweiz und zu anderen Drittstaaten.

**Daniel Gros**

ist promovierter Ökonom und Direktor am Centre for European Policy Studies (CEPS), einem unabhängigen Brüsseler Forschungsinstitut für Europapolitik.

**Rosmarie Zapfl**

ist CVP-Nationalrätin des Kantons Zürich. Sie ist Mitglied der aussenpolitischen Kommission des Nationalrats sowie der Delegation beim Europarat.

**Urs Bucher**

ist im Range eines Botschafters Leiter des Schweizer Integrationsbüros EDA/EVD in Bern und als solcher oberster Europabeamter des Bundes.

## «In vielen Bereichen der Verwaltung und Politik ist die Intensität der internationalen Kontakte bei weitem nicht so hoch wie bei einem vergleichbar grossen EU-Mitgliedsland.»

Walter Kielholz, Verwaltungsratspräsident der Credit Suisse Group

reduziert. Ich bin der Ansicht, dass sich dies auch weiter so entwickeln wird. Insbesondere die Aufhebung der Grenzkontrollen und eine hoffentlich weitgehend konfliktfreie Realisierung der Personenfreizügigkeit werden dabei behilflich sein. Man wird Europa weniger und weniger als Problem wahrnehmen. Rückschläge sind dann zu erwarten, wenn Konflikte innerhalb der EU ein unschönes Bild abgeben.

**Zapfl:** Der Abschluss der bilateralen Verträge hat dem Schweizervolk vor Augen geführt, dass ein Zusammengehen mit der EU nicht nur Nachteile, sondern auch Vorteile mit sich bringt.

**Bucher:** Vielleicht deutet dies wirklich auf eine Beruhigung der Diskussion hin. Die Schweizer sind pragmatische Leute und wissen, wie wichtig die Partnerin EU für die Schweiz ist. Mit dem bilateralen Weg verfolgen wir eine Interessenpolitik in Europa, die sowohl zu guten Lösungen mit der EU führt als auch innenpolitisch mitgetragen wird und vom Volk verschiedentlich in Abstimmungen deutlich bestätigt wurde. Ich glaube schon, dass für diese bilaterale Europapolitik des Bundesrats nun eine solide Vertrauensgrundlage besteht. Auch die Debatte über die längerfristige Ausrichtung der Europapolitik soll nun auf einer sachlichen Ebene erfolgen. Der vom Bundesrat für Mitte 2006 geplante Bericht über die Vor- und Nachteile der verschiedenen europapolitischen Optionen der Schweiz soll dazu beitragen.

**Schwab:** Die Abstimmungen über das Schengen-Abkommen oder das Freizügigkeitsabkommen haben gezeigt, dass eine breite Mehrheit der Schweizer sich ihrer «Mittellage» in der EU sehr wohl bewusst ist. Man kann diese Situation gut oder schlecht finden, aber man kann sie nicht ändern. Ob man aus diesem Verständnis eine «politische Entkrampfung» ableiten darf, ist schwer zu sagen, weil sich eben immer wieder neue Fragen ergeben, auf die man konstruktive Antworten finden muss. Ich könnte mir vorstellen, dass die Eidgenossen die Entstehung bestimmter Dinge in der EU beeinflussen würden, anstatt die ohne ihre Beteiligung getroffenen Regelungen dann einfach in der Schweiz zu übernehmen. Darüber wäre eine politische Debatte sicherlich wünschenswert.

**Gros:** Ich bin kein Experte der Schweizer Seele. Aber eine gewisse Entkrampfung ist schon festzustellen. Dies kann sich aber ändern, wenn die EU wieder zu neuen Integrationsschritten bereit ist.

Die Schweizer Bevölkerung hat sich verschiedentlich für den bilateralen Weg ausgesprochen. Dieser ist allerdings noch nicht gesichert und in den nächsten Jahren gilt es das Erreichte noch zu festigen. Wie – falls überhaupt – könnte die Schweiz darüber hinaus von einem EU-Beitritt profitieren?

**Schwab:** Nun, die Frage einer Vollmitgliedschaft stellt sich ja derzeit überhaupt nicht, insofern können nur hypothetische Überlegungen angestellt werden. Aber – wie schon angedeutet – in manchen Bereichen

ist die Schweiz inzwischen gezwungen, Regelungen zu übernehmen, an denen sie selbst nicht mitgewirkt hat. Man nennt das scherzhaft auch «democracy by fax». Als direkter Nachbar der Schweiz könnte ich mir manchmal vorstellen, dass wir – Deutsche und Schweizer – gemeinsam in der EU mehr bewegen könnten, als dies heute der Fall ist.

**Bucher:** Die Vor- und Nachteile eines EU-Beitritts werden Teil des erwähnten europapolitischen Berichts sein. Dem will ich hier nicht vorgreifen. Grundsätzlich kann man aber sicher Folgendes sagen: Politisch besteht der Vorteil eines Beitritts darin, dass die Schweiz ein vollwertiges Mitentscheidungsrecht in der EU erhalten würde. Und auf wirtschaftlicher Ebene hätte sie einen uneingeschränkten Zugang zum EU-Binnenmarkt. Das heisst, Diskriminierungen, wie sie heute noch zum Teil bestehen, wären ausgeschlossen. Neben diesen Vorteilen müssen aber auch andere Auswirkungen eines Beitritts geprüft werden: die Auswirkungen auf den Föderalismus etwa, auf die Volksrechte sowie die Kosten einer Mitgliedschaft.

**Gros:** Wirtschaftlich wäre der Gewinn marginal. Aber die Schweiz könnte dann die EU-Politik in ihrem Sinn beeinflussen.

**Kielholz:** Zurzeit ist in der Tat schwer zu sagen, was ein EU-Beitritt für die Schweiz noch bringen würde. Aber momentan stellt sich die Frage gar nicht, da zuerst die bilateralen Verträge in Kraft gesetzt und implementiert werden müssen. Dann folgt eine lange Phase, in der Erfahrungen mit den Realitäten dieses Vertragswerkes gesammelt werden müssen. Erst danach gilt es, die Lage allenfalls neu zu beurteilen.

**Zapfl:** Vor allem im Bereich der Sicherheit könnte die Schweiz profitieren. Auch wenn die Bedrohung aus dem Osten weggefallen ist, befinden wir uns mitten im Abwehrdispositiv der Nato. Neutralität hin oder her. Die politischen Verhältnisse sind keinesfalls stabil. Auf dem Balkan gibt es Konfliktherde, der Nahe Osten ist ein Pulverfass, die Entwicklung in Russland ist schwer abzuschätzen. Das Risiko des Terrorismus ist nicht zu unterschätzen. Anzunehmen, die Schweiz bleibe aufgrund ihrer Neutralität von vornherein verschont, ist naiv.

Wäre umgekehrt der Beitritt der Schweiz vorteilhaft für die EU? Falls ja, inwiefern?

**Kielholz:** Ein grosser Netto-Beitragszahler wird wohl immer willkommen sein. Ob die Schweiz Mitglied ist oder nicht, ist ansonsten für die EU schlicht nicht relevant.

**Gros:** Die Schweiz wäre ein grosser Vorteil für die EU. Eine Stimme der Besonnenheit und einer vernünftigen Wirtschaftspolitik ist mehr denn je vonnöten.

**Bucher:** Die Schweiz könnte ihre Erfahrung als föderalistischer, mehrsprachiger Staat einbringen. Auch was Bürgernähe und Volksrechte betrifft, die stärkere Beteiligung der Bürgerinnen und Bürger an den

## «Die EU bleibt die Gretchenfrage für die Schweiz. Daran kommt sie nicht vorbei.»

Daniel Gros, Direktor am Centre for European Studies in Brüssel

politischen Prozessen, könnte die EU von den Schweizer Erfahrungen profitieren.

**Zapfl:** Die Schweiz ist noch immer ein Land, das in den EU-Staaten geschätzt wird. Mit der Erweiterung der EU werden wir aber immer mehr «Fremde». Die Schweiz könnte in der EU politisch sicher gute Arbeit leisten. Dies beweisen andere kleine Staaten wie Österreich oder Luxemburg.

**Schwab:** Wie gesagt: Die Frage stellt sich derzeit nicht. Sicherlich wäre die Schweiz ein sehr wirtschaftsstarkes Land, das in der EU auch neue Impulse bringen könnte – auch im Bereich der demokratischen Kultur.

### Ist die Schweiz in ihrer Aussenpolitik zu sehr auf die EU fokussiert?

**Zapfl:** Die EU ist immerhin der grösste Handelspartner der Schweiz. Die Schweiz darf jedoch nicht einseitig auf die EU fokussiert sein und ist es auch nicht.

**Schwab:** Ich würde das nicht behaupten, aber man kann es drehen, wie man will – die Schweiz ist eben auf gute und enge Beziehungen zur EU angewiesen, und insofern ist es richtig, die EU nicht zu vernachlässigen.

**Bucher:** Schauen Sie auf die Karte oder konsultieren Sie die Statistiken unserer Aussenwirtschaftsbeziehungen. Dann wird Ihnen rasch klar: Die EU ist die wichtigste Partnerin der Schweiz und wird es auch bleiben. Dies schliesst aber keineswegs eine Intensivierung unserer Beziehungen mit anderen Teilen dieser Welt aus, mit den USA oder mit Asien zum Beispiel. Entsprechend laufen zurzeit ja auch die Abklärungen über mögliche Verhandlungen von Freihandelsabkommen mit den USA und mit Japan. Mit insgesamt 15 Staaten hat die Schweiz im Rahmen der EFTA bereits Freihandelsabkommen abgeschlossen. Auch im multilateralen Bereich, beispielsweise in der WTO und der Uno, tritt die Schweiz aktiv und mit einigem Gewicht auf.

**Kielholz:** Ich glaube nicht, dass die Schweizer Aussenpolitik zu sehr auf die EU fokussiert ist. Dass wir unsere Aussenwirtschaftspolitik und die entsprechende Reisediplomatie auch auf die boomenden Volkswirtschaften Asiens, die USA, den mittleren Osten sowie Russland – und nicht unbedingt Nordkorea – fokussieren sollten, ist, nehme ich an, erkannt. Die Proportionen scheinen zu stimmen.

**Gros:** Die EU bleibt die Gretchenfrage für die Schweiz. Daran kommt sie nicht vorbei.

### Wie wird die Europapolitik der Schweiz im Ausland wahrgenommen: als isolationistischer Egoismus oder als schlaue Interessenpolitik?

**Zapfl:** Als Interessenpolitik.

**Bucher:** Die Schweizer gelten als erfolgreiche und nicht immer einfache Interessenpolitiker. Wir sind aber ebenso solide wie solidarische Partner in Europa – das müssen wir immer aufs Neue unterstreichen. Die Schweiz engagiert sich in der militärischen wie zivilen Friedensförderung auf dem Balkan und bietet als traditionelles Asylland einen sicheren Hafen für die Opfer der europäischen Krisen. Sie unterstützt den Transitionsprozess in den Staaten Mittel- und Osteuropas seit Ende des Kalten Kriegs mit substanziellen Mitteln und will diese Unterstützung weiterführen. Und mit dem Bau der NEAT leistet das Transitland Schweiz einen wichtigen und umweltverträglichen Beitrag zum guten Funktionieren des EU-Binnenmarkts.

**Gros:** Eher als gute Interessenpolitik, was ich nicht unbedingt als schlau – also kurzfristig denkend – bezeichnen würde, sondern als die Politik einer Elite, die gerne an Europa teilnehmen würde, aber nicht kann.

**Schwab:** Das kommt darauf an, wen sie fragen. Ich würde sagen, dass die Eidgenossenschaft insgesamt ihre Interessen sehr geschickt vertritt. Das wird in anderen Teilen der EU aber auch anders gesehen.

**Kielholz:** Zuerst einmal müssen wir uns bewusst sein, dass die Europapolitik der Schweiz im Ausland nur ganz, ganz wenige Leute interessiert. Dass wir insbesondere im europäischen Ausland den Ruf von scharf rechnenden «Egoisten» haben, ist sicher zum Teil richtig. Doch wird uns dies vielerorts gar nicht einmal so negativ ausgelegt. Schliesslich vertreten auch innerhalb der EU die Länder rigoros ihre Interessen. Entsprechend fallen wir diesbezüglich gar nicht besonders auf.

### Ordnen Sie folgende Länder in der Reihenfolge ihres EU-Beitritts: Bulgarien, Kroatien, Rumänien, Schweiz, Serbien und Montenegro, Türkei, Ukraine.

**Schwab:** Bulgarien und Rumänien 2007, Kroatien 2010, Serbien und Montenegro 2012, Schweiz 2025. Mit der Türkei – und irgendwann auch mit der Ukraine – werden wir im Rahmen des langen Verhandlungsprozesses noch bessere Lösungen als eine Vollmitgliedschaft finden.

**Gros:** Bulgarien, Rumänien, Kroatien, Serbien und Montenegro, Türkei, Ukraine, Schweiz.

**Zapfl:** Bulgarien, Kroatien, Rumänien, Schweiz, Serbien und Montenegro, Türkei, Ukraine.

**Kielholz:** Bulgarien, Rumänien, Kroatien, Serbien und Montenegro, Türkei, Ukraine, grosses Fragezeichen für die Schweiz.

**Bucher:** Bulgarien und Rumänien werden 2007 oder 2008 beitreten, bei den anderen Ländern ist das offen. Nur was die Schweiz betrifft, kann ich Ihnen genau sagen, wann sie beitrifft: Genau dann nämlich, wenn die Schweizerinnen und Schweizer davon überzeugt sind, dass unser Land seine materiellen, aber auch ideellen Interessen besser innerhalb der EU als ausserhalb verfolgen kann. <



# Sagen Sie mir drei Dinge, wofür die Schweiz für Sie persönlich steht.\*



\*Bereits zum zweiten Mal hat das Bulletin das gfs.bern beauftragt, Schweizerinnen und Schweizer über ihr Verhältnis zu ihrem Land zu befragen (Resultate siehe Seite 26). Ein zentrales Element der repräsentativen Umfrage war die Bitte: Sagen Sie mir drei Dinge, wofür die Schweiz für Sie persönlich steht. Darauf baten wir den renommierten Zürcher Fotografen **Gerry Amstutz** (Kürzel: Gee Ly) um seine persönliche Interpretation der zehn meistgenannten Begriffe.















Für 14%: Sauberkeit

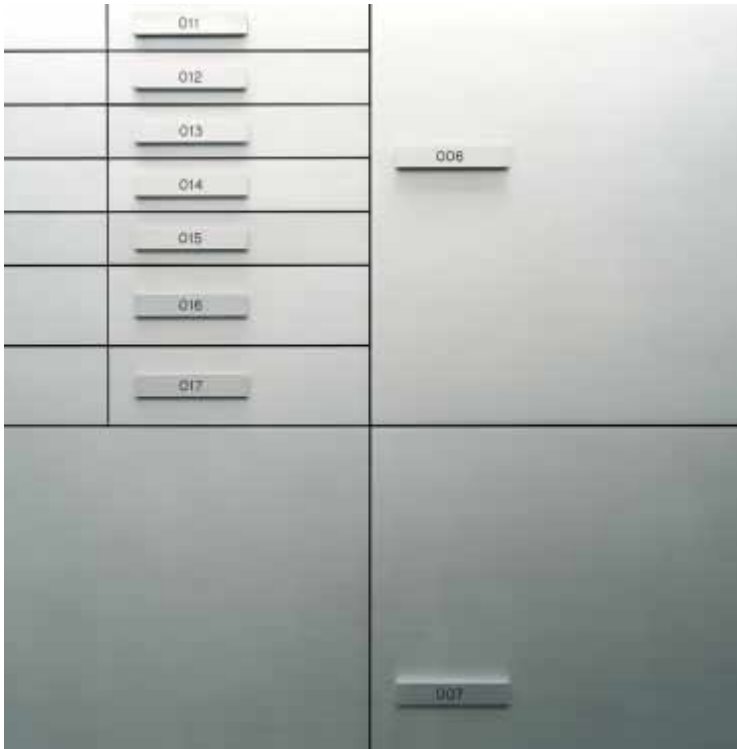


Für 13%: Wohlstand, Geld, Luxus









Text: Daniel Huber

# Die Schweiz soll mehr leisten

Die vom gfs.bern durchgeführte Zusatzbefragung zum Sorgenbarometer der Credit Suisse beschäftigt sich zum zweiten Mal mit dem Verhältnis der Schweizerinnen und Schweizer zu ihrem Land. Im Vergleich zum Vorjahr ist ein Zuwachs der Identifikation, aber auch eine grössere Erwartungshaltung auszumachen.

Vor einem Jahr brachte die erstmals durchgeführte Schweiz-Befragung Überraschendes zutage. So waren es nicht etwa die Institutionen oder die prosperierende Wirtschaft, welche die Identität der Schweiz prägten, sondern das Bild einer sicheren und friedfertigen Schweiz. Gleichzeitig machte die Studie verschiedene Kräfte aus, die für einen Grossteil der Bevölkerung als Bedrohung ihrer Schweizer Identität wahrgenommen wurden, allen voran die Globalisierung, der Individualismus oder auch die politische Polarisierung.

Durch die Durchführung der gleichen Umfrage ein Jahr später ergibt sich die Möglichkeit, die 2004 aufgestellten Thesen anhand der neuen Resultate zu bestätigen oder zu entkräften. Von einem Trend im wissenschaftlichen Sinne kann aufgrund von zwei Datenerhebungen aber noch nicht gesprochen werden. Ein allfälliger Trend muss sich in zwei aufeinander folgenden Jahren bestätigen. Gleichwohl bringen die Ergebnisse der diesjährigen Umfrage richtungsweisende Erkenntnisse über das Verhältnis der Schweizer Wohnbevölkerung zu ihrem Land. Allen voran ist das Land Schweiz als Identifikationssymbol mit 30 Prozent Erstnennungen wieder wichtiger geworden als die Wohngemeinde mit 27 Prozent (siehe Grafik Seite 27). Nimmt man aber die Summe der ersten und zweiten Nennungen, so ist der Wohnkanton gar noch mit einem Prozent Vorsprung (40 Prozent) vor dem Land platziert. Praktisch keine Identifikation verspüren die Befragten offenbar mit der Welt oder mit Europa.

## Schweiz steht erneut für Sicherheit und Frieden

Doch was genau verbirgt sich hinter dem Begriff «Schweiz»? Wofür steht er? Worauf sind die Bürgerinnen und Bürger dieses als Zweckgemeinschaft gegründeten Staates im Jahr 2005 besonders stolz? Antwort: Auch in diesem Jahr sind für 28 Prozent der Befragten Sicherheit und Frieden die grosse Klammer, welche die Nation vereinen. Dahinter sind aber neu die Neutralität mit 27 Prozent (2004: 19 Prozent) und «Freiheit/Meinungsfreiheit» mit 19 Prozent (11 Prozent) auf den Plätzen zwei und drei platziert. Vom zweiten auf den vierten Platz zurückgefallen ist «Demokratie/Mitspracherecht».

Erneut sind es also nicht die Institutionen, mit denen sich die Bevölkerung vor allem identifizierte, sondern Leistungen der Schweiz, die für die persönliche Lebensführung der Bewohnerinnen und Bewohner wichtig sind. Dass trotz dem Fall der Mauer und dem Uno-Beitritt der institutionelle Faktor Neutralität stärker gewichtet wird als die direkte Demokratie, erklärt sich Lukas Golder, Projektleiter der Umfrage beim gfs.bern, so: «Die Neutralität ist wohl in erster Linie als stärkere Gewichtung der Sicherheitsaspekte zu deuten.»

Auf die Frage «Sind Sie stolz, Schweizer/Schweizerin zu sein?» bekannten sich in diesem Jahr gleichwohl 78 Prozent zu einem «eher stolz» oder gar «sehr stolz». Im Vorjahr waren es noch 73 Prozent. Somit hat

auch in dieser Beziehung die Identifikationskraft des Landes an sich nochmals zugelegt. Doch mit dem gewachsenen Stolz nimmt auch die Erwartungshaltung an den Staat zu. So finden wie im vergangenen Jahr 81 Prozent, dass die Steuern «viel zu hoch» oder «eher zu hoch» seien. Deutlich zugenommen haben zudem die Anteile der Schweizerinnen und Schweizer, die der Meinung sind, dass der Staat sowohl für sie persönlich als auch für die Allgemeinheit viel zu wenig leiste (siehe Seite 28). Auf der anderen Seite wächst in gleicher Masse die Ansicht, man leiste persönlich «viel zu viel» für den Staat. Für Lukas Golder deuten diese Entwicklungen auf gestiegene, rein nutzenorientierte Ansprüche hin, die der Staat trotz zu hoher Steuern nicht zufrieden stellen könne.

## Gefährdung durch Einwanderung und internationale Öffnung

Zu dieser verstärkt nutzenorientierten Sicht der Schweiz passt auch die wachsende Befürchtung, die Identifikation mit der Schweiz sei gefährdet. War es vor einem Jahr mit 49 Prozent noch eine knappe Minderheit, die diese sehr oder eher gefährdet sah, sind es in diesem Jahr bereits 59 Prozent (siehe Seite 28). Wird in einem zweiten Schritt nach den Ursachen gefragt, die das «Schweizsein» «sehr gefährden», so haben die meistgenannten Faktoren Einwanderung, internationale Öffnung, Egoismus, Reformstau sowie Polarisierung allesamt zugelegt. Der gestiegene Wert für die Gefährdung durch den Reformstau ist aber zu relativieren. Der Anteil der Bevölkerung, der sich mit der Behauptung, das politische System der Schweiz brauche gründliche Reformen, «eher» oder «voll einverstanden» erklärt, ist seit 1997 sogar leicht rückgängig (von 61 auf aktuell 60 Prozent).

## Sicherung von AHV/IV ist wichtigstes Ziel

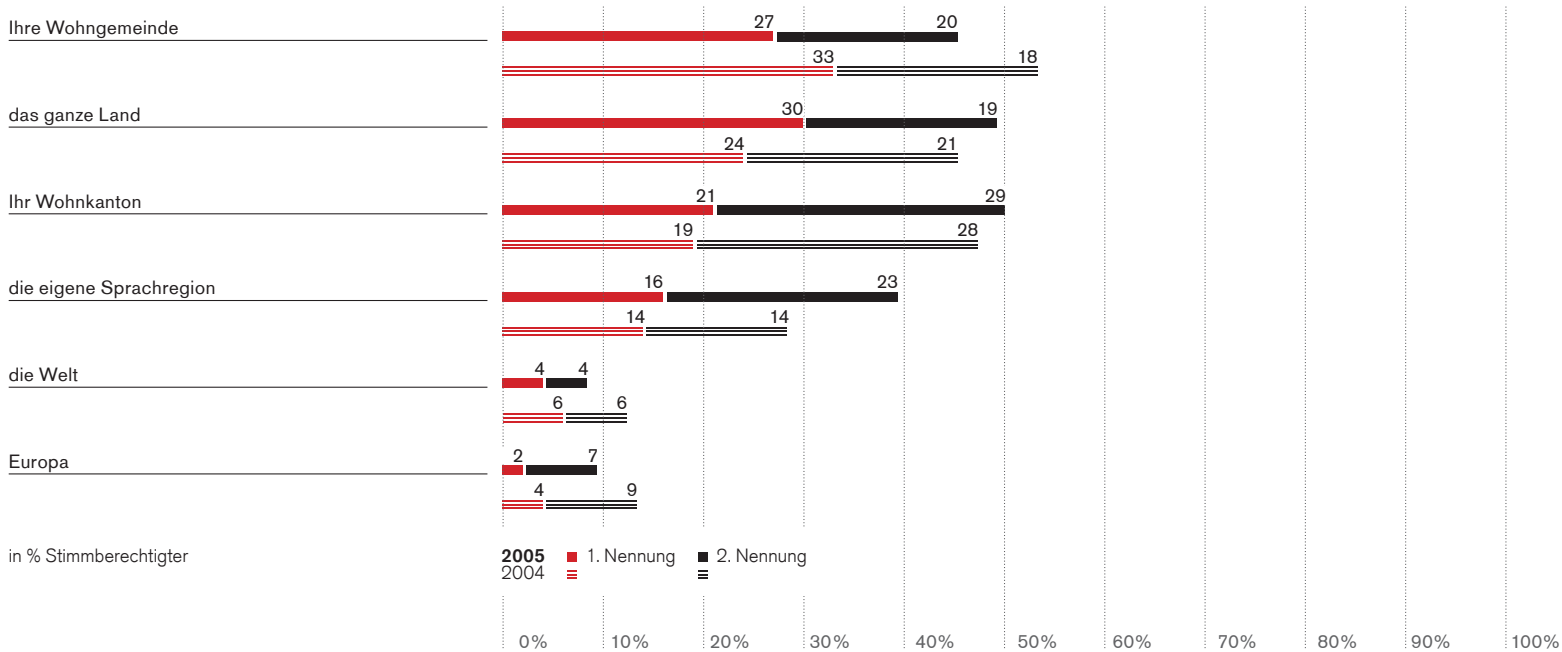
Gleichwohl ist bezogen auf einzelne, konkrete politische Ziele ein wachsender Reformdruck auszumachen. Besonders ausgeprägt ist das bei der langfristigen finanziellen Sicherstellung der AHV und IV der Fall. Dort ist die Anzahl der Stimmen, welche die Erreichung dieses Ziels als sehr und eher wichtig einstufen, von 86 auf 97 Prozent angestiegen (siehe Grafik Seite 29). Deutlich an Gewicht zugelegt haben zudem der Ausgabenzuwachs beim Bund (87 auf 93 Prozent) sowie die Reduktion der Bürokratie (81 auf 90 Prozent). <

---

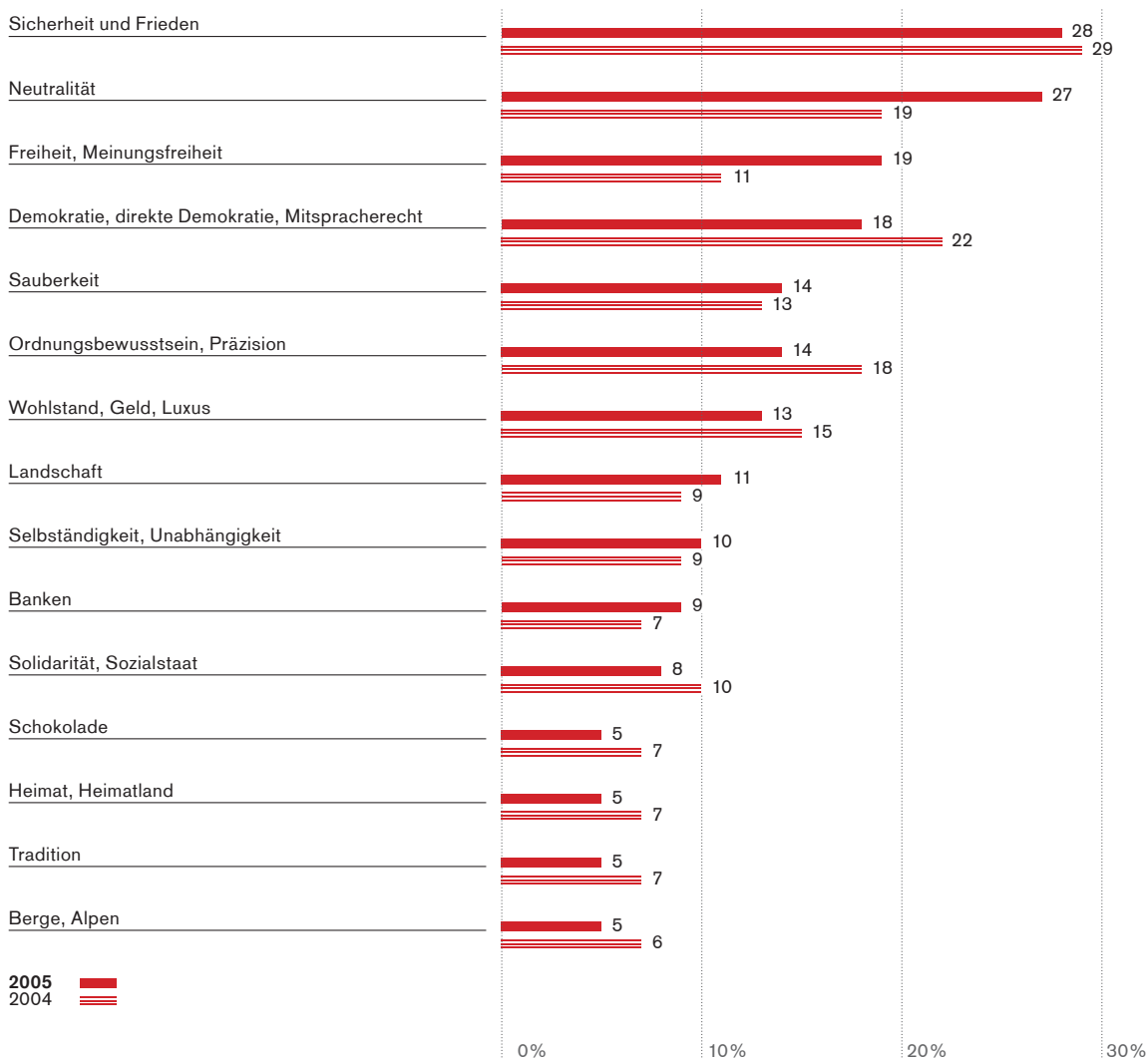
Die vollständige Studie der Credit Suisse zum Thema Schweiz ist abrufbar innerhalb der Berichterstattung zum Sorgenbarometer im emagazine unter [www.credit-suisse.com/emagazine](http://www.credit-suisse.com/emagazine).

**Räumliches Zugehörigkeitsgefühl (1. und 2. Nennung)**

«Welcher dieser geografischen Einheiten auf dieser Liste fühlen Sie sich in 1. Linie und in 2. Linie zugehörig?»

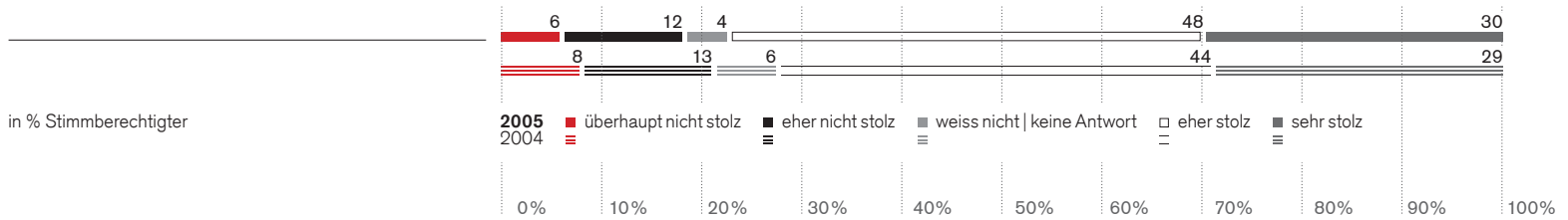
**Drei Dinge, wofür die Schweiz steht**

«Sagen Sie mir bitte drei Dinge, wofür die Schweiz für Sie persönlich steht.»



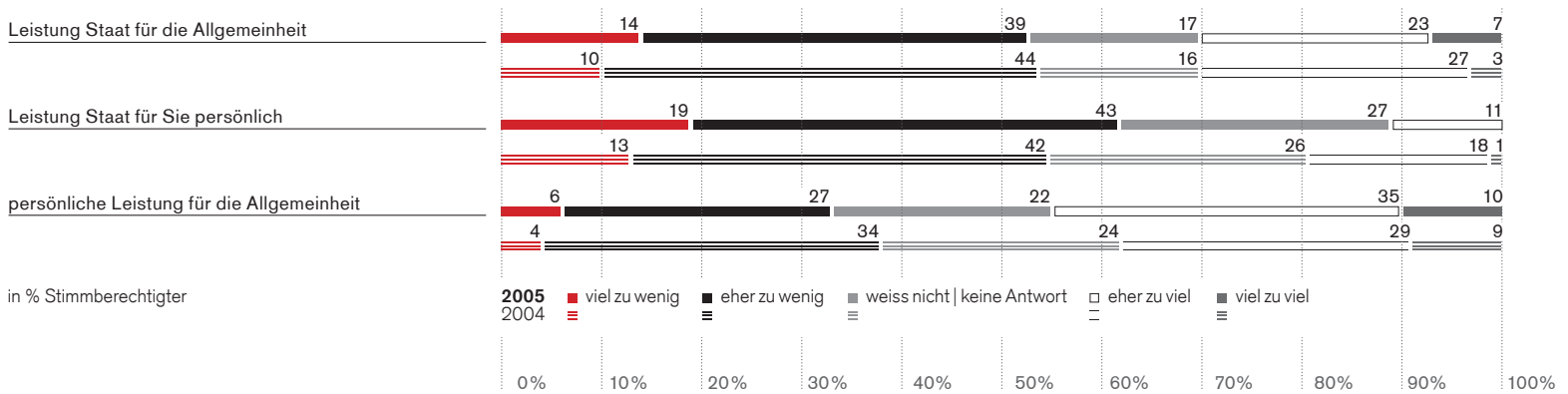
## Stolz, Schweizer/Schweizerin zu sein

«Sind Sie stolz, Schweizer/Schweizerin zu sein? Würden Sie sagen, Sie sind sehr stolz, eher stolz, eher nicht stolz oder überhaupt nicht stolz?»



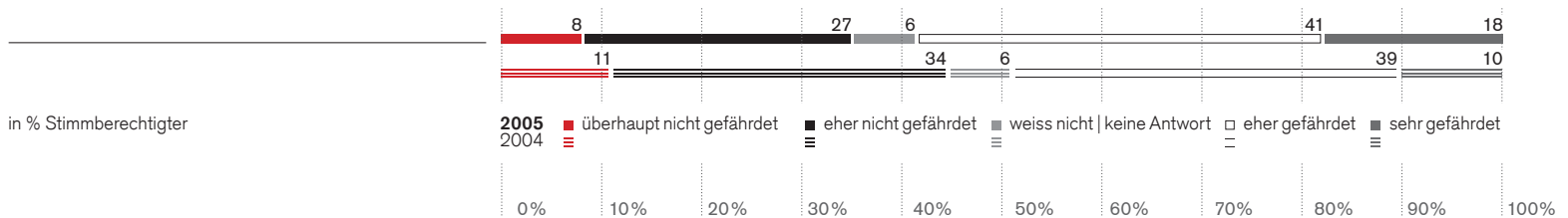
## Wahrnehmung der Leistung von Staat, Allgemeinheit und Individuum

«Leistet der Staat für die Allgemeinheit viel zu viel, eher zu viel, eher zu wenig oder viel zu wenig?» | «Leistet der Staat für Sie persönlich viel zu viel, eher zu viel, eher zu wenig oder viel zu wenig?» | «Leisten Sie persönlich – von den Steuern einmal abgesehen – aus Ihrer Sicht viel zu viel, eher zu viel, eher zu wenig oder viel zu wenig für die Allgemeinheit?»



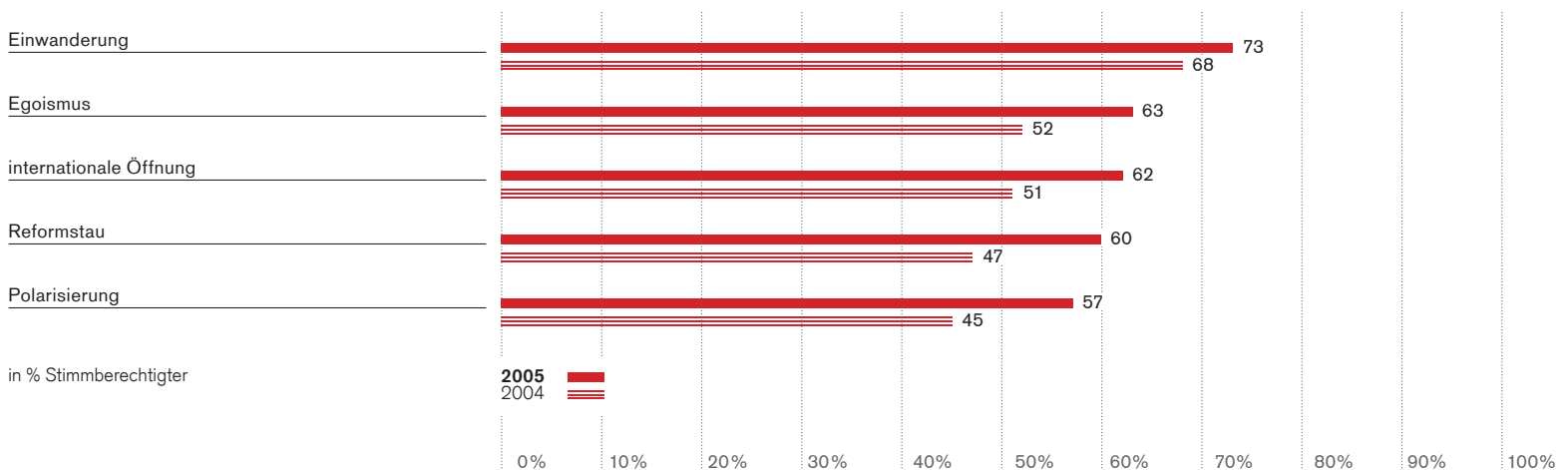
## Gefährdung

«Ist das, was für Sie persönlich Schweizer/Schweizerin sein heisst, heute sehr gefährdet, eher gefährdet, eher nicht gefährdet oder überhaupt nicht gefährdet?»



## Argumente zur Gefährdung der Schweizer Identität

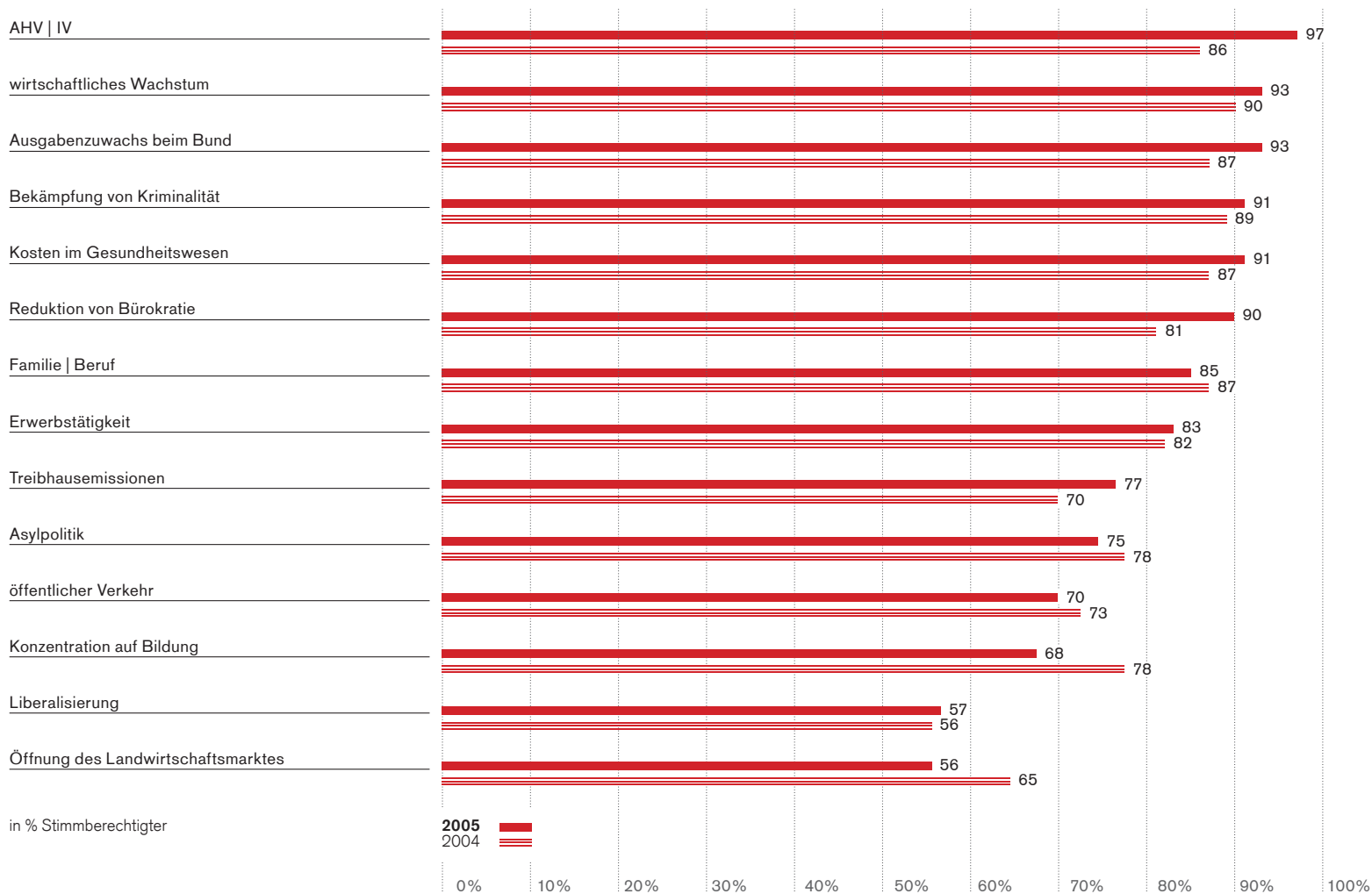
«Man hört verschiedene Argumente, wieso die Schweizer Identität gefährdet werden könnte. Sagen Sie mir, ob Sie durch folgende möglichen Ursachen die Schweizer Identität sehr gefährdet, eher, eher nicht oder überhaupt nicht gefährdet sehen.» (sehr und eher gefährdet)





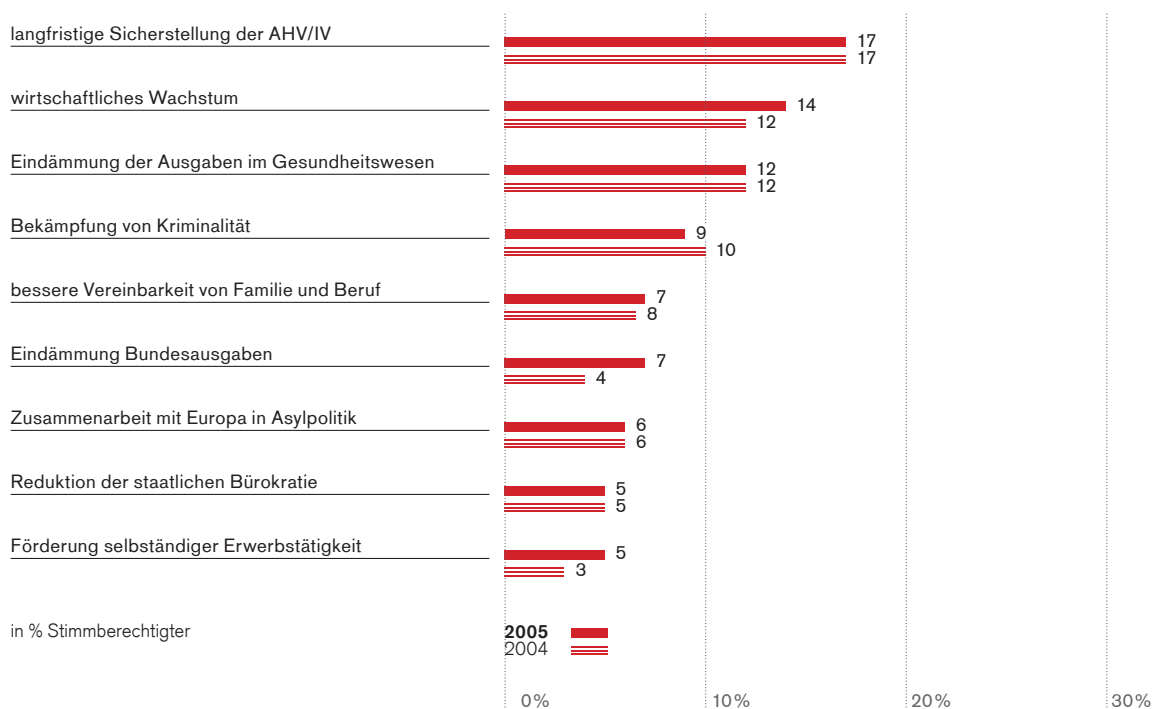
### Aktuelle politische Ziele in der Schweiz

«Wir haben hier einige aktuelle politische Ziele in der Schweiz ausgewählt. Beurteilen Sie bitte spontan, ob für Sie die Erreichung dieser Ziele sehr wichtig, eher wichtig, eher unwichtig oder sehr unwichtig ist.» (sehr und eher wichtig)



### Wichtigstes Ziel

«Wenn Sie sich jetzt noch einmal alle Ziele vor Augen führen: Welches davon wäre für Sie persönlich das wichtigste von all diesen Zielen?»



Text: Andreas Thomann

# Ein Streifzug durch die sechste Schweiz

Die Schweizer Wirtschaft beschäftigt 1,8 Millionen Arbeitnehmer. Im Ausland. Nirgendwo zeigen sich die heimischen Unternehmen dynamischer als jenseits der Landesgrenzen.

Kein anderes Land auf der Welt besitzt die Fähigkeit, sich dermassen zu vervielfältigen wie die Schweiz. Neben der real existierenden Schweiz zwischen Bodensee und Genfersee gibt es auf dieser Erdkugel eine Vielzahl von Ablegern, die ebenfalls die Marke «Schweiz» für sich in Anspruch nehmen: Allein in Deutschland kennt man eine sächsische, eine fränkische und eine mecklenburgische Schweiz, in Südamerika findet man eine argentinische Schweiz, und Libanon galt vor dem blutigen Bürgerkrieg als die Schweiz des Nahen Ostens. Mal ist es die gebirgige Landschaft, mal die Kleinheit des Landes, mal die politische Stabilität, die einen Landstrich «verschweizern» lässt. Ausser dem Namen erinnert jedoch meist nur wenig an das Original.

Viel authentischer ist da schon die fünfte Schweiz, die Schweiz der 623'000 Auslandschweizer. Neben dieser über den ganzen Erdball verstreuten Gemeinschaft von Personen mit Schweizer Pass existiert eine nicht minder kosmopolitische Schweiz, auch bekannt als «sechste Schweiz». Der Begriff tauchte erstmals im gleichnamigen Buch des Basler Wirtschaftsprofessors Silvio Borner auf. Als sechste Schweiz bezeichnete Borner denjenigen Teil der Schweizer Wirtschaft, der sich im Ausland befindet. Obwohl mittlerweile über 20 Jahre seit dem Erscheinen des Buches verstrichen sind, hat sich die Wortschöpfung noch nicht durchgesetzt. Was erstaunt, wenn man die Dimensionen anschaut: Nicht weniger als 1,8 Millionen Mitarbeiter beschäftigt die Schweizer Wirtschaft heute im Ausland – das sind immerhin halb so viele, wie auf Schweizer Boden beschäftigt sind. Und die sechste Schweiz gebärdet sich weitaus dynamischer als die Wirtschaft am Standort Schweiz selbst. Dafür sorgen jährliche Direktinvestitionen in zweistelliger Milliardenhöhe, die den ausländischen Kapitalbestand der Schweizer Wirtschaft bis Ende 2003 auf 423 Milliarden Franken anwachsen liessen. 2004 kamen weitere 32 Milliarden Franken an Direktinvestitionen hinzu.

## Roche erobert die Westküste, Novartis die Ostküste

Die Schweizer Unternehmen markieren Präsenz, gerade auch dort, wo das Wirtschaftsleben besonders stark pulsiert. Zum Beispiel in der Bay Area rund um San Francisco, eine der Hochburgen der amerikanischen Biotechnologie. Über 800 Biotechunternehmen sind hier angesiedelt, unter ihnen auch die Firma Genentech, weltweit die Nummer zwei der Branche und seit 1990 im Besitz von Roche. Der Schweizer Pharmamulti hat sich in der Bay Area aber noch ein zweites Standbein aufgebaut, in Form eines 28 Hektaren grossen Campus unweit von Palo Alto, auf dem rund 1000 Mitarbeiter an Substanzen gegen so unterschiedliche Krankheiten wie Alzheimer, Hepatitis C oder Schizophrenie forschen. Was für Roche die Westküste, ist für Gegenspieler Novartis die Ostküste, genauer gesagt die Stadt Cambridge im Bundesstaat Massachusetts. Dort, im andern grossen Biotechrevier der

USA, stampft der Basler Konzern seit 2002 mit einer Investitionssumme von insgesamt vier Milliarden Dollar ein Forschungszentrum aus dem Boden, das punkto Anspruch und Grösse dem Pendant in Palo Alto in nichts nachstehen soll.

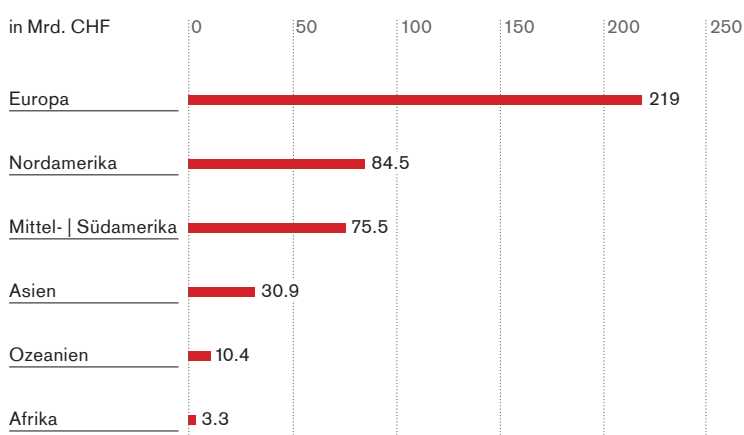
Beide Pharmakonzerne verfolgen mit diesen Investitionen das gleiche Ziel: Sie ziehen dorthin, wo sehr viel Fachwissen verfügbar ist dank Spitzenuniversitäten wie Stanford, Harvard oder dem MIT, aber auch dank einem dichten Netzwerk von Unternehmen derselben Branche. Hinter dieser Art von Direktinvestitionen steckt somit eine ganz andere Motivation als hinter den klassischen Produktionsverlagerungen in Billiglohnländer, wo vor allem die günstigeren Produktionskosten ausschlaggebend sind. Daneben dürfte aber auch die Attraktivität des riesigen US-Markts die Pharmagelder zum Fließen gebracht haben. Denn gerade die grossen Märkte können nicht mit Exporten allein erschlossen werden, sondern erfordern eine Präsenz vor Ort. Nicht von ungefähr erweisen sich die USA seit Jahren als grösster «Staubsauger» für Schweizer Investitionsgelder. Rund 20 Prozent der Schweizer Direktinvestitionen flossen im Jahr 2004 dorthin. Als Wirtschaftsregion stellt dagegen die EU mit einem Anteil von 40 Prozent die wichtigste Destination für Schweizer Direktinvestitionen dar. Vergleichsweise bescheidene 7 Prozent entfielen 2004 auf die Schwellenländer.

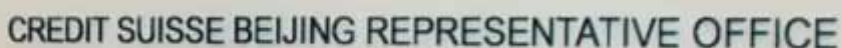
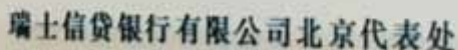
Diese Relationen könnten sich jedoch schon bald verschieben. Gemäss einer Studie der Bank Julius Bär hat China im Jahr 2003 die USA

## Die wichtigsten Schweizer Stützpunkte

Noch fliessen die meisten Schweizer Direktinvestitionen in westliche Industrieländer. Doch die Emerging Markets in Asien und Osteuropa holen auf. Quelle: Schweizerische Nationalbank

Kapitalbestand der Schweizer Direktinvestitionen im Ausland (2003)



Im Gleichschritt mit der wirtschaftlichen Entwicklung gewinnt auch Chinas Finanzplatz an Bedeutung. Längst haben sich die Schweizer Grossbanken in Stellung gebracht.

als grössten Empfänger von Direktinvestitionen abgelöst. Insgesamt 560 Milliarden Dollar flossen 2004 ins Reich der Mitte. Auch wenn der Schweizer Anteil daran nur bescheidene 2,8 Milliarden Dollar ausmacht, ist der Schweizer Kapitalbestand in China laut Julius Bär seit 1993 um den Faktor 30 gewachsen – schneller als irgendwo sonst auf der Welt. Dabei steht die Entwicklung erst am Anfang, gerade auch im Finanzsektor, der sich in einem dramatischen Umbruch von einer abgekapselten, sozialistischen Vergangenheit in eine liberale Zukunft befindet.

#### China lockt mit seinem Riesenpotenzial

Früher als die meisten Mitbewerber hat sich auch die Credit Suisse in Stellung gebracht. «1955 war die Credit Suisse eine der ersten ausländischen Banken überhaupt, die mit China Beziehungen aufgebaut hatten», sagt Urs Buchmann, Chief Representative der Credit Suisse in Peking. 30 Jahre mussten danach verstreichen, bis die Schweizer Grossbank in Peking ihre erste Niederlassung eröffnete. Seither hat sich die Entwicklung jedoch beschleunigt, sowohl bei der Handelsfinanzierung – dem klassischen Chinageschäft – wie auch im Investment Banking. «Immer mehr Schweizer Firmen, darunter auch viele KMU, drängen nach China», sagt Andreas Kühnis, Leiter Finanzinstitute und Firmenkunden Ostasien. «Bei der Credit Suisse suchen sie Unterstützung, um ihre Aktivitäten in und mit China zu entwickeln.»

In welche Grössenordnung das Chinageschäft vorstossen kann, erlebte man am vergangenen 27. Oktober. Acht Milliarden US-Dollar wurden umgesetzt, als die ehemals staatliche China Construction

Bank, die drittgrösste Bank Chinas, an die Hongkonger Börse gebracht wurde. Beim weltweit grössten Börsengang seit vier Jahren waren neben der amerikanischen Morgan Stanley auch die Investment Banker der Credit Suisse beteiligt. Damit avancierte die Credit Suisse zur grössten IPO-Bank Chinas. Eine ähnliche Stellung möchte sie auch im Wealth Management einnehmen, wo das Potenzial gemäss Chinaspezialist Urs Buchmann mindestens ebenso gross ist: «China verfügt über ein privates Sparkapital von rund 1000 Milliarden Dollar. Dazu kommt ein ebenso grosser Betrag an institutionellen Ersparnissen.» Noch ist der Credit Suisse in diesem Markt weitgehend die Rolle eines Zuschauers beschieden, denn China zögert mit der Marktöffnung im Anlagegeschäft. Ein Zustand, der typisch ist für die graduelle Deregulierung, welche das Reich der Mitte im Finanzbereich verfolgt. Denn so gross das Potenzial in China, so engmaschig und kompliziert bleibt das regulatorische Umfeld. Urs Buchmann warnt deshalb vor übertriebener Euphorie.

Doch egal, wie hoch letztlich das Tempo der Expansion sein wird: Die sechste Schweiz wird sich auch in China nur schwer aufhalten lassen. <

#### Wandert die Schweizer Wirtschaft aus?

Eine Expertendiskussion über die Vor- und Nachteile der Schweizer Direktinvestitionen. [www.credit-suisse.com/emagazine](http://www.credit-suisse.com/emagazine) (Rubrik «Schweizer Wirtschaft»)



«Bin ich Europäer, Australier, Schweizer? Was macht mich aus, was gehört wohin?» Mit 18 verliess **Simon Froehling** die Schweiz als Schüler. Zurückgekehrt ist der heute 27-Jährige als Schriftsteller.



Text: Marcus Balogh, Ruth Hafen, Rebecca Schraner Fotos: Thomas Eugster

# Einmal Ausland retour

Die beste Bildung, meinte Johann Wolfgang von Goethe, findet ein gescheiter Mensch auf Reisen.  
Vier Porträts von vier Neugierigen, die das nur bestätigen können.

Was verbindet die Flamencotänzerin mit dem Zimmermann? Den Spitzenkoch mit dem Schriftsteller? Neugier, Mut und Durchhaltevermögen – und das Wissen: Ohne in die Ferne zu schweifen, wäre das Gute heute nicht so nah. Simon Froehling, Brigitta Luisa Merki, André Jaeger und Roland Aeschlimann erzählen, wie sie fortgegangen sind, um zurückzukehren.

## Simon Froehling, Schriftsteller

Der Autor Simon Froehling taugt nicht zur Schubladisierung. 27 Jahre ist er alt, hat jedoch bereits mehrere Preise für seine Werke erhalten. Er kommt, in szeniger Kleidung, quirlig und neugierig, zum Interview und Fototermin ins Theater an der Winkelwiese. Jung sieht er aus. Nur seine Augen passen nicht ganz in das Bild der unbefleckten Neugier.

Beim Lesen seiner Texte wird klar, dass Vorurteile seines Alters wegen fehl am Platz sind. Ob er häufig unterschätzt werde, wollen wir denn auch wissen. «Ich glaube schon. Viele denken wohl: Ja ja, der beginnt ja jetzt erst einmal mit Schreiben. Aber das hat auch Vorteile. Es macht mir Spass, die Leute zu überraschen.»

Als Kind wollte Simon Froehling Zirkusartist werden. Die artistische Umsetzung sah dann allerdings so aus: Statt auf dem Rücken eines Pferdes Salti zu üben, kletterte er auf einen «Grossvaterschrank» und schrieb in ein selbstgemachtes Buch aus zusammengefalteten und gehefteten A4-Blättern einen Zirkusroman.

Mit 18 hat es Simon Froehling aus der Schweiz getrieben. Erste Station: Brisbane, Australien. Hier hat er seine Matura nachgeholt. Und seine erste Kurzgeschichte veröffentlicht. «Der Zirkusroman ist meine erste Schreiberinnerung. Danach kamen Tagebuchaufzeichnungen. Eigentlich ein therapeutischer Akt. Irgendwann geht das Schreiben jedoch über die Selbstreflexion hinaus. Das Therapeutische wird bedeutungslos, der Text selbst zum Mittelpunkt. Und man merkt: Das ist es, was mich antreibt, was ich tun möchte.»

Nach der Matur verlässt er Australien und zieht nach London. Von dort aus geht es nach Kairo. Er unterrichtet Englisch, schreibt Artikel für ein Magazin, Lyrik und Prosa für die Schublade. Hat ihn diese Zeit geprägt? «Auf jeden Fall. Die Schweiz war eng und klein. Auf der anderen Seite ist man in zwei Stunden mitten in einer anderen Kultur. Australien hingegen ist weit und ausufernd. Doch egal, wie viele Stunden du fährst, du bleibst – irgendwie – immer am gleichen Ort. Fortbewegung ohne Bewegung. Kairo hingegen – Kairo ist unvorstellbar anders. Ein anderer Kulturkreis, eine andere Sprache, eine andere Religion. Plötzlich hat dein Weltbild keine Gültigkeit mehr.»

In Kairo genießt er als Ausländer ein beinahe unanständiges Mass an Freiheit, gleichzeitig aber wird er nie ganz akzeptiert. Schwierig, damit umzugehen. Genauso schwierig wie mit dem schier unüberwindbaren Graben zwischen Reich und Arm. Mit den Konfliktsituationen, die immer und immer wieder zu Korrekturen an der Sicht der Dinge führen. «Du beginnst dich zu hinterfragen. Bin ich Europäer, Australier, Schweizer? Was macht mich aus, was gehört wohin?»

Nach rund vier Jahren kehrt er in die Schweiz zurück. Selbstständiger und freier, wie er sagt. «Man liest immer wieder: Reisen öffnet. Das tut es gewiss. Gleichzeitig schliesst es aber auch. In dem Sinne, dass einem schneller bewusst wird, was man möchte, was man gut und weniger gut findet. Wohin die eigene Reise gehen soll, was man auf dem Weg toleriert und wo dabei die Grenzen sind.»

Hat ihm die Rückkehr Mühe gemacht? «Meine Mutter ist Australierin und solange ich in der Schweiz war, habe ich gedacht, eigentlich bist du das auch. In Australien wurde mir klar: Du bist weder das eine noch das andere. Aber in diesem Gefühl kann man sich natürlich nicht niederlassen. Deshalb bin ich froh, dass ich mich in der Zwischenzeit mit der Frage ausgesöhnt habe. Heimat ist hier, in der Schweiz. Das bindet mich nicht an diesen Ort. Ich würde gern für eine längere Zeit nach Kairo zurück. Ich kann mir auch gut vorstellen, in Berlin zu leben. Ich mag Basel, gewisse Landstriche in der Schweiz sind berauschend. Aber daheim bin ich hier, in Zürich. Es hat etwas Befriedigendes, die Frage nach Heimat so beantworten zu können. Ohne eingeeengt zu sein, es nicht als Last zu empfinden. Vielleicht merkt man erst, wenn man weg ist, wo man wirklich zu Hause ist.»

## Brigitta Luisa Merki, Flamencotänzerin und Choreografin

Man müsse sich treffen, sagte der Anrufer. So bald wie möglich, am Bahnhof Baden. Doch, es sei dringend, und sie müsse persönlich erscheinen. Am Bahnhof dann, in einer diskreten Ecke des Restaurants, wartete eine Delegation der Schweizerischen Gesellschaft für Theaterkultur. Sie eröffnete Brigitta Luisa Merki, dass man ihr den Hans-Reinhart-Ring für das Jahr 2004 verleihe. Den Reinhart-Ring, die höchste Auszeichnung im Schweizer Theaterleben, aus heiterem Himmel! «Ich habe zuerst überhaupt nicht verstanden, worum es geht», erinnert sich die Tänzerin – und wundert sich heute noch, wenn sie an die letzten Dezembertage des Jahres 2003 zurückdenkt.

2004, Jahr des Reinhart-Rings, aber auch von 20 Jahren Flamencos en route, Brigitta Luisas Tanzcompagnie. Sie hatte diese gegründet, bevor die Flamencowelle unter dem Einfluss von Carlos Sauras >



«Ich treibe den Bruch bewusst voran.» **Brigitta Luisa Merki** fordert mit ihren Choreografien für die Tanzcompagnie Flamencos en route gerne die Tradition heraus und erneuert sie. Für ihr Schaffen wurde ihr 2004 mit dem Hans-Reinhart-Ring die höchste Auszeichnung im Schweizer Theaterleben verliehen.



«Dem Gast zu dienen, ist nicht Pflicht, sondern Kür – das habe ich in Asien eindrucksvoll vorgeführt bekommen.» **André Jaeger** verwöhnt die Gäste in seinem Schaffhauser Restaurant Fischerzunft mit seiner «Cuisine du bonheur».

Filmen «Bodas de sangre» und «Carmen» Europa überflutete und plötzlich alle Flamencos waren. Theater, Tanz: Schon als kleines Mädchen wollte sie Tänzerin werden, kurvte auf ihren Rollschuhen im selbstgebastelten Kostüm durch die Quartierstrassen, tanzte der Familie ihre neu erdachten Kunstfiguren vor. Später, im Gymi, Spanisch im Freifach, die Theatergruppe, der Spanischlehrer Fritz Zorn, der Stücke schrieb für seine Schüler. Das mit dem Tanz hatte sich irgendwo verloren, das Theater rückte in den Vordergrund. Doch dann der erste Flamencokurs bei Susana, der legendären Susana. Die Begegnung mit der Flamencotänzerin und ihrem Mann, dem Pianisten Antonio Robledo, war prägend, war wegweisend.

Der Weg, den Susana ihr wies, führte Brigitta Luisa erst einmal nach Spanien. Sechs Monate in Madrid, die ersten Sporen abverdienen. Privatstunden, heute kaum mehr bezahlbar in einem Umfeld, wo die Masse es macht, waren üblich. «Die Leute waren beeindruckt, dass jemand aus dem Ausland kam und von ihnen lernen wollte. Sie waren geehrt und fühlten sich ernst genommen.» Tanzschritte wurden vom Lehrer an die Schülerin weitergegeben wie gut gehütete Familienrezepte. Zurück zu Hause das erste Programm mit einem Schauspieler und einem Pianisten. Texte von Federico García Lorca und Miguel Hernández. Texte auf Deutsch? Klaviermusik? «Also bitte, das ist doch kein Flamenco!», riefen die Puristen. «Ich war am Anfang», erinnert sich Brigitta Luisa, «ich musste das einfach machen. Ich habe mich nie gefragt, ob das jetzt «puro» sei oder nicht». Später haben das auch andere gemacht, sogar in Spanien, sogar «richtige» Flamencos. Aber 1983 war das noch unerhört.

Unerhört, dass eine blonde Schweizerin ins Klischee der glutäugigen Dunkelhaarigen eindringt? Unerhört nicht, ungewöhnlich vielleicht. Sie habe Leute getroffen, die sich die blonden Haare schwarz gefärbt hätten, um wie Spanier auszusehen und im Tablaó anheuern zu können. Aber sie wollte und konnte das nie. «Mein Weg war ein anderer. Flamenco ist eine Kunstform und als solche längst aufgebro-

chen. In diesem Umfeld bewege ich mich. Ich treibe diesen Bruch auch bewusst voran», sagt die Choreografin. 2005 tut sie dies auch mit «El círculo mágico», einer Produktion, die das klassische Eos Guitar Quartet, Flamencos en route und Carmen Linares, die Königin des Flamencogesangs, vereint. Das genreübergreifende Projekt zieht seine magischen Kreise bis nach Spanien, wo ihm die grösste Tageszeitung, «El País», gleich zwei Seiten widmete.

Flamenco als nationalspanisches Phänomen ist passé; bei Flamencos en route versammeln sich manchmal bis zu acht Nationen. Keiner ihrer spanischen Tänzerinnen käme es jedoch in den Sinn, Brigitta Luisa in Frage zu stellen, weil sie selbst keine Spanierin sei. «Sie wissen, dass sie in meiner Compagnie Interpretationen kennen lernen, die so in Spanien kaum möglich wären.» Den Bruch vorantreiben, um aus einer andern Perspektive Neues zu entdecken. Sich von den Wurzeln entfernen, um sie aus der Weite besser zu erkennen. In die Fremde ziehen und Grenzen überschreiten, um zurückkehren zu können und das Eigene besser wahrzunehmen. Vielleicht ist das die Kunst von Brigitta Luisa Merki und den Flamencos en route.

### **André Jaeger, Spitzenkoch**

André Jaeger ist leidenschaftlicher Gourmet, passionierter Gastronom und immens erfolgreich: Sein idyllisch gelegenes Hotel-Restaurant Fischerzunft in Schaffhausen wird seit zehn Jahren von der Restaurantfibel «Gault Millau» mit 19 von 20 möglichen Punkten bewertet.

Trotzdem gehen André Jaeger jegliche Starallüren ab. Er empfängt uns in schlichter, weisser Kochjacke, ist aufmerksamer Zuhörer wie gewitzter Erzähler und man beginnt zu verstehen, was Gastrokritiker über seine Speisen schreiben: Harmonisch seien sie, nie aufdringlich, nie grossspurig. Und dann gebe Jaeger seinen Kunstwerken erst noch ein kleines Augenzwinkern mit auf den Weg. Es äussert sich in raffinierten, unerwarteten Kombinationen – Rumtopf von Herbstpilzen mit Croustillant von Hirschkpfeffer etwa – und in den perfekt arrangierten, ausgefallenen Garnituren.

Berühmt geworden ist der Küchenmagier durch seine Cuisine du bonheur – die Küche der Glückseligkeit. Der Name stammt von ihm selbst und ist auf seine Gäste gemünzt. Verwöhnen wolle er sie, sie umsorgen und ihnen möglichst jeden Wunsch erfüllen. «Dem Gast zu dienen, ist nicht Pflicht, sondern Kür – das habe ich in Asien eindrucksvoll vorgeführt bekommen.»

Asien ist ein wichtiges Stichwort. André Jaeger ist quasi Gründer der euro-asiatischen Küche. Die Geschichte dahinter ist kurios. Nach seiner Ausbildung an der Hotelfachschule in Lausanne tritt Jaeger eine Stelle als Food and Beverage Manager im legendären Hotel Peninsula in Hongkong an. Er führt mehrere hundert Angestellte, arbeitet eng mit den Köchen bei der Zusammenstellung der Speisen zusammen. Vier Jahre bleibt er dort – dann bittet ihn die Familie zurück nach Schaffhausen, um die «Fischerzunft» zu übernehmen. André Jaeger ist hin und her gerissen, entscheidet sich schliesslich für die Schweiz. Er bezahlt einen hohen Preis: Statt wie im «Peninsula» mit beflissenen Mitarbeitern Neues zu wagen, kämpft er mit einer widerspenstigen Küchencrew, die an Altem haften bleibt. Forelle blau statt Jakobsmuscheln auf Wasabimousse.

Einen ersten Blick auf einen möglichen Silberstreifen am Horizont erhascht er nach drei Jahren. Am Ende eines weiteren frustrierenden Arbeitstages bereitet er sich und seiner aus Hongkong stammenden - >





«Ich zog einfach los – wohin die Reise genau gehen sollte, wusste ich noch nicht.» Seine Walz führte **Roland Aeschlimann** schliesslich fünf Jahre lang um die Welt.

den Frau Doreen eine Schale Fried Rice zu – klebriger Reis, Zwiebeln, Schinkenwürfel, klein geschnittenes frisches Gemüse, ein paar wenige asiatische Gewürze, zwei Eier. «Und dann standen wir da, mit unseren dampfenden Schüsseln in der Hand, dachten voller Wehmut an die Gerüche und Geschmäcker Asiens – und plötzlich war es da: Asien und Europa! Nicht als geschmacklicher Gegensatz, nicht als Entweder-oder. Beide zusammen sollten sich gegenseitig zu einem einzigen, völlig eigenständigen Neuen inspirieren.»

Bis morgens um vier komponierten er und seine Frau neue Gerichte. Und Schritt für Schritt begann André Jaeger die Ideen in die Gestaltung seiner Menüs einfließen zu lassen – auch wenn die Forelle blau noch lange auf der Speisekarte blieb.

Jaeger erzählt, wie gross damals der Widerstand gegen das «neumodische Zeugs» war. Wie wichtig es war, von Freunden wie Max Kehl immer wieder in seinen Bemühungen bestätigt zu werden. Und wie er plötzlich links und rechts kopiert wurde, als der «Gault Millau» die «Fischerzunft» entdeckte und ihr 1995 das erste Mal 19 Punkte verlieh. Ob ihn das stört, wenn andere abkupfern, was er kunstvoll komponiert? «Nicht wirklich, denn im Gegensatz zu den kulinarischen Freibeutern entwickle ich mich ja eigenständig weiter und entdecke immer wieder Neues. Und ich finde immer wieder neue Antworten auf die ewig gleichen Fragen: Was macht gute Küche aus und wie mache ich meine Gäste glücklich?»

Von Asien, so sagt er, profitiere er dabei immer noch. Auf der einen Seite ist ihm die asiatische Küche mit ihren unzähligen Gewürzen immer noch Fundus für neue Ideen. Und dann habe er im «Peninsula» erlebt, wie weit einen der Wille zur Perfektion bringen kann. «Ich glaube, wenn man Erfolg haben will, kommt es nicht gross drauf an, was man macht, sondern darauf, dass man bereit ist, sein Bestes zu geben. Jeden Tag von Neuem.»

### **Roland Aeschlimann, Zimmermann**

Nur wenige Holzhäuser säumen den Bahnhof von Wiggen. Das 590-Seelen-Dorf liegt im luzernischen Entlebuch, nahe der Grenze

zum Kanton Bern. Hier lebt Roland Aeschlimann, 27-jährig, von Beruf Zimmermann. Ende der Neunzigerjahre zog es ihn in die Welt hinaus, fünf Jahre dauerte seine Reise rund um den Globus. Es war eine aussergewöhnliche Reise, der junge Handwerker war auf der Walz.

April 1999. In traditioneller Kluft, bestehend aus Weste, Hose, Hut, Staude (weisse Hemd) und schwarzer Ehrbarkeit (Krawatte), zieht Roland Aeschlimann los. Hab und Gut transportiert er auf dem Rücken im Charlottenburger. «Ich zog einfach los – wohin die Reise genau gehen sollte, wusste ich noch nicht.» Ein erfahrener Geselle begleitet Aeschlimann «vor die Stadt». Der Zimmermann wandert erst mal Richtung Norden, nach Deutschland. Und er wandert ziemlich weit. Von Sylt aus, wo er lernt, wie man aus Schilf die typischen Reetdächer norddeutscher Häuser konstruiert, geht es nach Skandinavien, dann in die baltischen Staaten, nach Polen und Österreich, schliesslich nach Brest in Frankreich. Immer weiter.

Bei der Wanderschaft der Zimmerleute gilt es Gesetze zu beachten. So darf man sich nie länger als ein halbes Jahr am selben Ort aufhalten und nicht mehr als vier Monate am Stück reisen.

In Brest steht er am Meer und weiss: «Ich will nach Kanada.» Mit dem Schiff überquert er den Ozean und landet erstmals in der Karibik. Dort sitzt er lange fest, hat kaum noch Geld und bekommt Heimweh. Soll er zurückkehren? Drei Jahre und ein Tag, die Mindestreisezeit für eine Walz, sind um. Aber dann schafft er es doch noch, ein schwedisches Segelboot nimmt ihn mit als Schiffskoch. Die letzte Etappe von New York nach Kanada verdient er sich als Matrose. «Als ich in Kanada ankam, war mein Guthaben auf fünf Franken geschrumpft.» Das beunruhigt Aeschlimann jedoch keineswegs. «Ich wurde von den Kanadiern so freundlich aufgenommen, dass ich nicht zweifelte, sehr bald Arbeit zu finden.» Tatsächlich: Sein Traum geht gleichentags in Erfüllung. Bei einem Blockhausbauer erlernt er dessen Handwerk.

Heute ist ihm dieses Wissen von Nutzen. Mit einem Kollegen baut er Blockhäuser in der ganzen Schweiz. Aber eigentlich sei es nicht das Wichtigste, was er gelernt habe. Seine Einstellung zum Leben sei heute anders. «Ich habe gemerkt, dass nicht alles planbar ist; alles ist im Fluss, kann sich immer wieder ändern. Und wenn ich heute warten muss, nehme ich das viel ruhiger.» Geduld war während der Wanderschaft eben oftmals nötig. Denn Gesellen reisen wenn möglich zu Fuss oder per Anhalter. Öffentliche Verkehrsmittel sind verpönt.

Er habe auch viel mehr Selbstvertrauen, was sich vor allem im Umgang mit anderen Menschen zeige. Denn beim Reisen sei er von den verschiedensten Menschen mit- und aufgenommen worden. «Das hat mich Vorurteile vergessen lassen. Ich bin viel offener für Menschen, ganz unabhängig von ihrem Status, Alter oder Aussehen.»

Nach einem halben Jahr in Kanada fasst Roland Aeschlimann den Entschluss, die Erde zu umkreisen. Erneut heuert er auf einem Schiff an. Auf dem Seeweg führt ihn die Reise durch Stürme und Unwetter nach Südkorea, später durch China, die Mongolei, Sibirien bis nach Moskau. Erst nach mehr als fünf Jahren des Reisens hat der Schweizer genug und möchte sein Heimatland wiedersehen. Er macht sich auf den Weg nach Hause.

Was war im Nachhinein das Schönste an seiner Reise? «Es waren die kurzen Momente des Glücks, wenn irgendwo eine Türe aufging, sich irgend eine glückliche Wendung ergab.» Und nach einigem Nachdenken fügt er hinzu: «Nach Hause kommen. Als sich der Kreis schloss und ich wieder vor dem Haus meiner Eltern stand.» <

# Rock Solid Banking.

Als Schweizer Privatbank bieten wir unseren Kunden, was alle wünschen: Werte erhalten und gleichzeitig von positiven Marktbewegungen profitieren.

Das beweisen wir jeden Tag mit engagierter Beratung, innovativen Finanzprodukten und umfassendem Service. Das ist rock solid banking.



Der Clariden ist ein Berg inmitten der Schweizer Alpen und unser Namensgeber. Mit 3267 Metern steht der Fels unübersehbar für unseren Anspruch: Verlässlichkeit. Tag für Tag.

Wissenswert

## Begriffe aus der Finanzwelt

Offshore-Finanzplatz

Offshore bedeutet eigentlich «in einiger Entfernung von der Küste». Trotz der hohen Präsenz des Begriffs in Wirtschaftsmedien fehlt eine allgemein anerkannte Definition. Einigkeit besteht aber hinsichtlich folgender Merkmale: Offshore-Finanzplätze sind international ausgerichtet und von Reglementierungen weitgehend frei. Sie sind für Anleger und finanzielle Institutionen in verschiedener Hinsicht attraktiv; so müssen auf Offshore-Finanzplätzen keine oder nur sehr tiefe Steuern bezahlt werden. Ausserdem zeichnen sich

Offshore-Finanzplätze durch hohe Vertraulichkeit, Lücken in der Finanzmarktregulierung und -aufsicht sowie vorwiegend auf ausländische Kunden ausgerichtete Dienstleistungen aus. Dazu gehört zum Beispiel die flexible Handhabung spezieller Unternehmensstrukturen. Die Transaktionen berühren den Inlandmarkt nicht und werden in einer fremden Währung abgewickelt. Offshore-Plätze sind unter anderen die Bahamas, die British Virgin Islands, die Cayman Islands, Barbados sowie Bermuda.

Syndikatskredit

Grosskredite werden in der Regel von mehreren Banken gemeinsam gewährt. Bei einem Syndikatskredit (auch Konsortialkredit) schliesst sich eine Gruppe von Banken zu einem Syndikat zusammen. Eine Bank ist dabei federführend, sie übernimmt die Verhandlungen mit dem Kunden und den anderen Banken. Typischerweise werden Syndikatskredite bei kurz- bis mittelfristigen Finanzierungen, mit Laufzeiten von drei bis sieben Jahren, angewendet. Der Kunde profitiert von einem höheren Kreditvolumen mit meist mehrjähriger

Laufzeit, ohne dabei gleichzeitig mehrere Kreditverträge mit unter Umständen verschiedenen Kreditklauseln einhalten zu müssen. Für die Banken liegt der Vorteil darin, dass sie die Kreditrisiken gemeinsam tragen und alle die gleichen Informationen erhalten. Die Bedingungen für einen Syndikatskredit sind verhandelbar. Sie hängen beispielsweise vom Kreditrating des Schuldners und der Laufzeit ab. Massgebend sind unter anderem aber auch der Verwendungszweck, das Rückzahlungsprofil und die Struktur der Finanzierung.

Trust

Die Rechtsform «Trust» stammt ursprünglich aus England. Vermögenswerte werden dabei treuhänderisch auf eine oder mehrere Personen (trustees) übertragen, die diese verwalten und für einen vom Treugeber (settlor) vorgegebenen Zweck verwenden müssen. Dieser Zweck kann allgemeiner Natur sein oder bestimmte Personen (beneficiaries) begünstigen. Der Trust ist primär ein Rechtsinstitut der Common-Law-Staaten, existiert aber auch

in anderen Rechtsordnungen, wie etwa in Liechtenstein, Japan, Israel und Argentinien. Die schweizerische Rechtsordnung kennt den Trust als eigenständiges Rechtsgebilde nicht. Trusts dienen heute verschiedenen Zwecken; klassisch ist die private Familienvorsorge (Nachlassplanung). Ein Trust kann aber auch aus Steuerplanungsgründen oder zur Sicherung bestimmter Vermögenswerte gegründet werden. Rebecca Schraner

## Firmenkunden

Entrepreneur of the Year 2005



## Willy Michel für Lebenswerk geehrt

Die drei Entrepreneurs of the Year wirken alle in der Romandie, ein Spezialpreis geht aber nach Burgdorf.

Seit 1986 verleiht Ernst & Young in mittlerweile 40 Ländern den Unternehmerpreis «Entrepreneur of the Year». Dieser besitzt, da er von einer unabhängigen Jury vergeben wird, ein hohes Renommee. Dies auch in der Schweiz, wo erstmals im Jahr 1998 Unternehmer des Jahres erkoren wurden.

Am diesjährigen Galaabend in der Eventhalle «World of Movie» in Oerlikon wurde Peter Athanas, CEO Ernst & Young Schweiz, von Josef Meier, Head Corporate & Retail Banking Credit Suisse, assistiert, denn die beiden Konzerne haben in ihrer Absicht, Schweizer Unternehmen zu fördern, einen Partnerschaftsvertrag unterzeichnet.

Entrepreneur of the Year 2005 in der Kategorie Industrie/High-Tech ist Peter Heimlicher, Gründer und CEO der Contrinex SA in Givisiez, welche sich auf die Entwicklung, die Herstellung und den Vertrieb von Hochleistungssensoren spezialisiert hat. Entrepreneur of the Year 2005 in der Kategorie Dienstleistungen/Handel ist Robin Cornelius, CEO Switcher SA in

Lausanne, weil er seit nahezu 25 Jahren beweist, dass sich ethische, moralische, soziale und ökonomische Produktionsbedingungen sowie kommerzieller Erfolg keineswegs ausschliessen. Entrepreneur of the Year 2005 in der Kategorie Start-up sind Fabio Cesa und Jean-Luc Mossier, Silentsoft SA, Lausanne. Sie haben sich im Wachstumsbereich Machine-to-Machine Communications (M2M) weltweit einen viel versprechenden Vorsprung verschafft.

Ausnahmsweise wurde auch noch ein vierter Preis verliehen – der «Master Entrepreneur», und zwar an den Burgdorfer Unternehmer Willy Michel, der die Ypsomed Holding AG (Injektionssysteme) zum Erfolg geführt hat, nachdem er dies einige Jahre zuvor bereits mit der Disetronic AG geschafft hatte. Michel engagiert sich auch sozial und kulturell, insbesondere beim Museum Franz Gertsch in Burgdorf.

Im Bild oben überreicht Josef Meier, zusammen mit Moderatorin Monika Schärer, Willy Michel (rechts) den Spezialpreis. schi

## Firmenkunden

Swiss Venture Club fördert die Schweizer KMU

## Das Land der KMU-Perlen

Wofür setzt sich der Swiss Venture Club ein? Drei Fragen an Präsident Hans-Ulrich Müller.

Bulletin: Der Swiss Venture Club (SVC) tritt durch regionale Unternehmerpreise in Erscheinung. Reicht dies bereits als Legitimation angesichts der über 100 Unternehmens- und Innovationspreise, die in der Schweiz verliehen werden?

Müller: Erstens würden die Unternehmerpreise als Existenzberechtigung ausreichen, und zweitens lässt sich der SVC keineswegs auf diesen Bereich reduzieren! Es gibt in der Schweiz rund 350 000 KMU, darunter unglaublich viele Perlen. Es ist schade, wie wenig man von ihnen in der Öffentlichkeit hört. Mit den Unternehmerpreisen können wir einen Beitrag zur KMU-Förderung leisten. Wir verschaffen den Betrieben und den Wirtschaftsräumen die verdiente Beachtung und leisten einen wichtigen Beitrag zur Vernetzung. An diesen Veranstaltungen nehmen zwischen 700 und 1500 Personen teil – so führen wir Ideen, Know-how, initiative Unternehmer und Kapitalgeber zusammen.

Diese Vernetzung weist allerdings regionale Lücken auf.

Das stimmt – im Moment noch... Der Swiss Venture Club, der 2003 aus einer regionalen Berner Initiative hervorgegangen ist, basiert auf dem Milizsystem. Deshalb gehen wir Schritt für Schritt vor. 2006 werden wir jedoch in allen sieben Wirtschaftsräumen Preise vergeben, angefangen bereits am 16. Januar in Lugano.

Der SVC ist aber, wie Sie angedeutet haben, weit mehr als bloss ein Preisverteiler.

Wir sind in drei weiteren Bereichen aktiv: Das «SVC Forum» beinhaltet ein Ausbildungsangebot für Unternehmer; hier diskutierten wir beispielsweise anhand des gelungenen Beispiels Lantal Textiles das für viele Unternehmen dringliche Problem der Nachfolgeregelung. Die «SVC Finanzierung» sichert den KMU den Zugang zu alternativen Finanzierungsformen (siehe Seite 44). Zudem sind wir daran, durch Sponsorgelder einen Mikrofonds zu öffnen, aus dem Kleinunternehmen oder Start-up-Betriebe zu verträglichen Konditionen Kleinstkredite bis 150 000 Franken erhalten. «SVC Politik» schliesslich setzt sich auf politischer Ebene für optimale Rahmenbedingungen für KMU und das Unternehmertum ein.

Mehr Informationen unter [www.swiss-venture-club.ch](http://www.swiss-venture-club.ch) sowie [www.credit-suisse.com/emagazine](http://www.credit-suisse.com/emagazine) (Dossier KMU). schi

## Die bisherigen Preisträger

Nordschweiz: Trüb AG, Aarau, 2005

Westschweiz: Felco AG, Geneveys-sur-Coffrane, 2005

Espace Mittelland: Spirig Pharma, Egerkingen, 2005,

Sphinx Werkzeuge AG, Biberist, 2004, DT Swiss AG, Biel, 2003

Ostschweiz: Abacus Research AG, Kronbühl, 2004



Credit Suisse First Boston  
Börsengang in China

## Hongkong, China

Ende Oktober hat die Credit Suisse First Boston als Joint Lead Manager erfolgreich die China Construction Bank (CCB) an die Börse von Hongkong geführt. Der Preis der einzelnen Aktie wurde dabei am oberen Ende des erwarteten Spektrums angesetzt: bei 2,35 Hongkongdollar – was etwa 40 Schweizer Rappen entspricht. Der Börsengang der drittgrössten chinesischen Bank – die Höhe ihrer Assets beläuft sich auf über 500 Milliarden US-Dollar – gilt aus mehreren Gründen als Meilenstein der asiatischen Börsengeschichte. So ist die CCB die erste chinesische Grossbank, die aus Staatsbesitz in weitgehend private Hände gelangt. Daneben sorgte aber auch das Interesse der Investoren an den Aktien der CCB für Schlagzeilen. Der Credit Suisse First Boston ist es gelungen, eine aussergewöhnlich hohe Nachfrage nach den CCB-Papieren zu generieren – einer der Schlüsselfaktoren für den erfolgreichen Börsengang.

Insgesamt hat die Transaktion mehr als acht Milliarden US-Dollar eingespielt. Dies macht den Börsengang zur grössten öffentlichen Erstemission (IPO) seit mehr als vier Jahren, als der US-Konzern Kraft Food Inc. im Juni 2001 bei seinem IPO rund 8,7 Milliarden US-Dollar löste. Auch der damalige Börsengang wurde übrigens von der Credit Suisse First Boston geleitet.

Alles in allem positioniert sich die Credit Suisse First Boston durch den Börsengang der CCB sowohl in China, im asiatischen Raum wie auch weltweit als eine der führenden Banken in diesem Schlüsselmarkt. ba

Sponsoring  
Zwei Global Player als Partner

## Salzburg, Österreich

Die Credit Suisse wird neuer Hauptsponsor der Salzburger Festspiele. Die Partnerschaft beginnt mit dem Jahr 2006 und ist vorerst auf drei Jahre beschränkt.

Das Einstiegsdatum könnte nicht besser sein: 2006 feiert die Credit Suisse ihr 150-jähriges Bestehen, die Salzburger Festspiele stehen im Zeichen des 250. Geburtstages von Wolfgang Amadeus Mozart. Für das Engagement der Credit Suisse fielen hüben wie drüben lobende Worte. Festspielpräsidentin Helga Rabl-Stadler: «Durch das Engagement wird finanziell möglich, was uns künstlerisch am Herzen liegt.» Ausserdem wies sie auf Gemeinsamkeiten zwischen den Salzburger Festspielen und der Credit Suisse Group wie internationale Reputation und Strahlkraft, die Tradition von Innovation und den Mut zur Veränderung hin. Oswald J. Gröbel, CEO der Credit Suisse Group, betonte das gemeinsame Bestreben, einer internationalen Kundenschaft neue Perspektiven und Leistung auf höchstem Niveau zu bieten. Mehr zum Engagement der Credit Suisse Group in den Bereichen Kultur und Sport findet sich auf Seite 46 im Interview mit Adrian Schüpbach, dem Leiter des Sponsorings der Credit Suisse. ba

Credit Suisse First Boston  
Händlerlizenz als erste Ausländer



## Kuala Lumpur, Malaysia

Die Credit Suisse baut ihr Engagement in Asien sukzessive aus. Seit Ende September ist sie als erstes nichtmalaysisches Unternehmen mit einer Händlerlizenz zum Handel mit Aktien ausgestattet. Paul Calello, Credit Suisse Chairman und CEO Asia Pacific, ist überzeugt, dass die Lizenz einerseits das Engagement der Credit Suisse in Malaysia untermauert, andererseits die Strategie bekräftigt, dem internationalen Kundenstamm der Credit Suisse die weiteste Produktpalette im asiatisch-pazifischen Raum anbieten zu können.

Die verliehene Lizenz ist letztlich ein Resultat des langjährigen Engagements der Credit Suisse First Boston in Malaysia. So setzte das Magazin «Institutional Investor» das CSFB Malaysia Research Team auf den ersten Platz im Vergleich mit anderen Instituten; dazu ist die Credit Suisse First Boston letztes Jahr vom Volumen her das wichtigste nichtmalaysische Finanzinstitut für Börsengänge gewesen. ba

Credit Suisse Lead to China  
KMU-Reise 2005

## Netzwerk, China

«Das Interesse der Schweizer KMU an China ist ungebrochen, und zum Glück trifft dies auch umgekehrt zu», erklärt Projektleiter Andreas Kühnis, Head East Asia, Credit Suisse Zürich. «Vom 3. bis 13. November sind wir nun schon zum zweiten Mal mit 25 Unternehmen in China gewesen. Und die Warteliste ist bereits so lang, dass wir eine dritte Reise planen können ...» Wiederum bot die Credit Suisse, diesmal in Partnerschaft mit der NAB, ihren Kunden die Möglichkeit, sich vor Ort umfassend über die Rahmenbedingungen für ausländische Investoren zu informieren. Zahlreiche wertvolle Kontakte wurden geknüpft, so mit Beat Bürgi, General Manager des Swiss Business Hub Beijing, sowie Repräsentanten des Swiss Center Shanghai und des Sino-Swiss Partnership Fund. Einen Höhepunkt bildete der Galaabend mit dem Bürgermeister von Beijing, Wang Qishan, sowie dem Schweizer Botschafter Dante Martinelli. Die KMUler profitierten von der Kompetenz der Vertreter der Credit Suisse in China, so von Urs Buchmann und Regula Hwang, und sie wussten es zu schätzen, dass mit Josef Meier, Head Corporate & Retail Banking, Hans-Ulrich Müller, Leiter Firmenkunden Schweiz-KMU, sowie Hans-Mathias Käppeli, CEO NAB, gleich drei Führungskräfte aus der Schweiz die ganze Reise mitmachten. Äusserst wertvoll war auch der Erfahrungsaustausch mit in China ansässigen Schweizer Unternehmen, so der Einblick in die Tätigkeit des Joint Ventures der ILB Logistics, Baden, in Beijing. sch

Engagement

Arbeitslosigkeit bekämpfen

## Mehr als eine Geldanlage

Mit den Charity Notes beschreitet die Credit Suisse neue Wege und kombiniert erstmals eine attraktive Geldanlage mit einer gemeinnützigen Zuwendung.

Die Schweiz ist nach wie vor das Land der guten Dienste und der Solidarität. Kaum eine andere Nation weist eine derart spendenfreudige Bevölkerung auf. Die Credit Suisse bietet nun die Möglichkeit, Geldanlage und Wohltätigkeit zu vereinen. «Die Charity Notes sind strukturierte Derivate, welche eine attraktive Alternative zu einer Obligationenanlage darstellen», erklärt Hans-Georg Vetterlin, Head Structured Derivatives. «Die beiden Produkte ermöglichen es, in die Zukunft unserer Gesellschaft zu investieren, ohne dass auf eine mögliche attraktive Rendite verzichtet werden muss.»

Von den getätigten Investitionen werden jährlich ein Prozent (Charity Bonus Note) beziehungsweise anderthalb Prozent (Charity Yield Note) der gemeinnützigen Stiftung Symphasis vergütet. «Mit diesem Geld unterstützen wir Projekte, welche die Jugendarbeitslosigkeit in der Schweiz bekämpfen», gibt Joseph Jung, Geschäftsführer von Symphasis, Auskunft. «Dazu haben wir acht mögliche Projekte beziehungsweise Partner evaluiert. Die Unterstützungsbeiträge werden im kommenden Herbst durch den Stiftungsrat unter dem Präsidium von Altbundesrat Flavio Cotti gesprochen.» Die Credit Suisse leistet ebenfalls ihren Beitrag an die gute Sache, indem sie sämtliche administrativen Kosten der Stiftung übernimmt.

Die 6% Charity Bonus Note hat eine Laufzeit von sechs Jahren, die Rückzahlung ist Ende 2011 fällig. Es besteht ein vollständiger Kapitalschutz durch den Emittenten auf Verfall. Der Investor partizipiert an der Rendite der total 20 Aktien, wobei diese für die einzelnen Titel bei sechs Prozent pro Jahr limitiert ist.

Bei der dreijährigen 7% Charity Yield Note ist der jährlich ausbezahlte Coupon auf 5,5 Prozent fixiert. Die Rückzahlung der getätigten Investition hingegen erfolgt nur dann zu 100 Prozent, wenn keiner der vier Aktienindizes (SX5E, SPX, NKY, SMI) während der Laufzeit die Barriere von 65 Prozent des Nominalbetrags unterschreitet.

Die Zeichnungsfrist ist bis zum 15. Dezember 2005 begrenzt, doch sind die Charity Notes nachher zu Marktbedingungen im Sekundärmarkt erhältlich. schi

Basel und Chiasso

Zwei Filialen feiern Geburtstag

## Geburtstag im Norden und im Süden

In Kürze beginnt das Jubiläumsjahr der 1856 gegründeten Credit Suisse. An zwei Orten wurde aber bereits dieses Jahr gefeiert – Basel wurde 1905 als erste Filiale überhaupt eröffnet (siehe auch Bulletin 01/2005), Chiasso im Jahr 1955. In Basel endete das von zahlreichen Aktivitäten geprägte Jubiläumsjahr am 6. November im Stadtcasino mit einem Galakonzert des Tonhalleorchesters Zürich unter Leitung von David Zinman und Mitwirkung des Pianisten Yefim Bronfman. In Chiasso fand der Galaabend mit der Sopranistin Luciana Serra am 11. November im Cinema Teatro statt. Mit der Unterstützung des Projekts «Atelier Zumthor» der Fakultät für Architektur an der Universität Mendrisio blickte man in die Zukunft, denn dort entwickelten Studenten Visionen für die Gestaltung Chiassos. Zudem durfte sich Chiassos Bürgermeister Claudio Moro (links im Bild) über verschiedene Skulpturen des lokalen Künstlers Selim Abdullah (Bildmitte) freuen, die seiner Gemeinde namens der Credit Suisse durch Marzio Grassi geschenkt wurden. schi

Privatkunden Schweiz

«winahouse.ch»-Wettbewerb

## Ein Haus verschenkt



Das Hypothekengeschäft ist mit einem Volumen von 95 Milliarden Franken ein Kerngeschäft der Credit Suisse. Um sich noch stärker als Hypothekbank und Partnerin für Bankdienstleistungen im Markt zu positionieren, startete die Credit Suisse im Mai den Wettbewerb «winahouse.ch». Als Hauptpreis gab es ein Haus im Gesamtwert von einer Million zu gewinnen. Die Verlosung fand im November im Rahmen der internationalen Wohn- und Möbelmesse «neue räume 05» in Zürich Oerlikon statt. Die glücklichen neuen Hausbesitzer heissen Stefan und Daniela Bryner aus Villmergen. Als Gewinnerin fühlt sich auch die Credit Suisse. «Mit diesem einzigartigen Wettbewerb haben wir unsere Erwartungen übertroffen. Wir werden «winahouse» 2006 wieder durchführen», betonte Hanspeter Kurzmeyer als Leiter Privatkunden Schweiz (rechts neben Stefan Bryner).

Das Schweizer Wohnmagazin «Ideales Heim» verlieh, mit der Credit Suisse als Partnerin, den Architekturpreis «Max» 2005 für das beste Einfamilienhaus an Clavuot Architekten, Chur, für das Haus Raselli-Kalt in Poschiavo.

Die Ausstellung «neue räume 05» erzielte mit 21000 Besuchern an sechs Tagen einen Rekord. schi

## Firmenkunden

Syndikatskredit sichert Arbeitsplätze

# Swiss Steel: Mehr als nur ein Schweizer Märchen aus Schrott und Stahl

Mitte der Neunzigerjahre übernimmt ein Schweizer Bankenkonsortium die Aktienmehrheit der traditionsreichen Stahlkonzerne Von Roll und von Moos und legt damit die Basis für die erfolgreiche Restrukturierung der neuen Swiss Steel. 2005 ermöglicht die Credit Suisse als federführende Bank einen Unternehmenszusammenschluss, der die Stahlproduktion in der Schweiz auf längere Zeit sichert.

Text: Andreas Schiendorfer

«Wenn es in der Schweizer Industriegeschichte noch Märchen gibt, dann ist Swiss Steel eines. Im Dezember 1996 von den Banken vor dem Zusammenbruch gerettet, wird die schweizerisch-deutsche Stahlgruppe im laufenden Jahr rund 100 Millionen Franken Gewinn erwirtschaften», schreibt Peter Schuppli in der «Finanz und Wirtschaft». «Das Unternehmen befindet sich in einer deutlich besseren Ausgangslage als vor zehn Jahren. Dank der neuen Struktur mit den sich ergänzenden, sich im Sortiment nicht überlappenden Stahlwerken in der Schweiz und in Deutschland hat der Unternehmensverband markant an Stabilität, Sicherheit und Rentabilität gewonnen.»

## Mitte der Neunzigerjahre drohte das Aus

Die Banken und insbesondere die Credit Suisse haben ihren Teil zu diesem Märchen beigegeben. Dies ist weit mehr als nur Sachzwang oder gar Zufall. «Die Credit Suisse nimmt als Firmenkundenbank stets auch eine volkswirtschaftliche Aufgabe wahr», betont Urs P. Gauch, Leiter Firmenkunden Schweiz – Grosskunden. «Die Banken haben vor rund zehn Jahren die Aktienmehrheit der notleidenden Schweizer Stahlindustrie – Von Roll und von Moos – übernommen, in der Überzeugung, dass der Stahlproduktionsstandort Schweiz nach erfolgter Sanierung eine Überlebenschance besitzt. Dies wiederum führte zur Aussicht, dass mittelfristig auch die Aktionäre wieder auf ihre Rechnung kommen würden.»

Da die Stahlproduktion nicht zu den Kernkompetenzen einer Bank gehört, war von vornherein klar, dass die Aktienmehrheit zu gegebener Zeit wieder abgetreten würde.

In einer ersten, teilweise sehr schmerzlichen Phase galt es, die notwendige Restrukturierung durchzuführen: Die Produktionskapazitäten wurden um rund eine Viertelmillion Tonnen reduziert und auf die Standorte Gerlafingen und Emmenbrücke konzentriert.

Heute produziert die Swiss Steel, bestehend aus den Unternehmen Stahl Gerlafingen AG, von Moos Stahl AG und Steeltec AG, mit 1230 Mitarbeitern wieder etwa gleich viel Stahl wie vor der Restrukturierung.

Dies ist vor allem auch aus ökologischer Sicht sehr sinnvoll, weil der Schweizer Stahl weitgehend aus einheimischem Schrott erzeugt wird.

## Neue Besitzverhältnisse im Jahr 2003

Im Frühsommer 2003 war für die Banken der Zeitpunkt gegeben, sich allmählich wieder aus dem Stahlgeschäft zurückzuziehen. Das Märchen, das gar keines ist, sondern das Resultat harter Arbeit und geschickter Verhandlungen, beginnt eigentlich erst jetzt.

Albert Angehrn, Leiter Swiss Corporates: «Das mittelgrosse Düsseldorf Stahlhandelsunternehmen Schmolz + Bickenbach erwies und erweist sich für die Swiss Steel als absoluter Glücksfall. Die beiden Unternehmen ergänzen sich optimal. Positiv ist auch die per-

sonelle Konstellation: Schmolz + Bickenbach wird von einem initiativen CEO – Benedikt Niemeyer – und einem aufgeschlossenen Eigentümer – Michael Storm – geführt, und die Swiss Steel darf weiterhin auf die Dienste ihres erfolgreichen CEOs Marcel Imhof zählen.»

## Refinanzierung wurde unumgänglich

Daran hat sich bis heute nichts geändert, obwohl sich der Konzern mit der Übernahme der Edelstahlwerke Südwestfalen GmbH (EWS) im Oktober 2004 sowie der Edelstahl Witten-Krefeld GmbH (EWK) im März 2005 sprunghaft vergrössert hat.

«Da sich ThyssenKrupp Steel ganz auf die Flachstahlproduktion konzentrieren wollte, erhielt Benedikt Niemeyer die Möglichkeit, zwei Stahlperlen zu attraktiven Konditionen zu übernehmen und damit das Produktesortiment im höherwertigen Stahl abzurunden», so Damian Hodel, der den Konzern Schmolz + Bickenbach/Swiss Steel seitens der Credit Suisse als Firmenkundenberater betreut.

Natürlich bot die Credit Suisse wiederum Hand. Sehr bald merkte man aber, dass es sich um eine äusserst komplexe juristische und finanzielle Konstellation handelte: Es galt die an der Schweizer Börse kotierte Swiss Steel AG in einem ersten Schritt durch eine Sacheinlage zur hundertprozentigen Muttergesellschaft der EWS zu machen und danach um die noch grössere EWK zu erweitern. Zudem existierten zu diesem Zeitpunkt verschiedene Konsortien innerhalb des Swiss-Steel-Konzerns und ihrer Hauptaktionärin Schmolz + Bickenbach mit unterschiedlichen Bankpartnern und Limitenstrukturen.

Folgerichtig entschied man sich für eine komplette Refinanzierung des Konzerns im Umfang von 690 Millionen Euro. «Das Mandat für die Strukturierung und Syndizierung der Transaktion wurde an die gemeinsamen Federführer Commerzbank, Credit Suisse und



Dresdner Bank vergeben. Um vor allem die Akquisition der EWK gemäss den Vorgaben des Verkäufers zeitgerecht abwickeln zu können, haben die drei Banken in einem ersten Schritt den vollen Betrag zur Verfügung gestellt», erklären Ralf Hippenmeyer und Diego Vieli, welche für die Credit Suisse die äusserst aufwändige Strukturierung und Syndizierung durchführten. «Nach getaner Arbeit brachte man die Transaktion in einem zweiten Schritt an den internationalen Bankenmarkt, wo das Interesse sehr gross ausfiel. Entsprechend wurde der Kredit deutlich überzeichnet, weshalb sich die drei Syndikatsbanken entschieden, noch je eine Beteiligung in der Höhe von 60 Millionen Euro am Konsortialkredit zu behalten.»

#### Vertrauen als Geschäftsbasis

Hätte man denn nicht gleich den ganzen Kredit von 690 Millionen Euro gewinnbringend weiterplatzieren können? «Es ist üblich, dass die federführende Bank ein substanzielles Kreditengagement selbst behält. Als Kommerzbank wollen wir die Gesellschaft weiterhin auf ihrem Weg begleiten», führt dazu Albert Angehrn aus. «Für uns als Credit Suisse ist es undenkbar,

eine Transaktion nur zu strukturieren und dann auszusteigen. Dies wäre ein völlig falsches Signal, sowohl für die Aktionäre als auch für den Kreditnehmer. Ein grundsätzliches gegenseitiges Vertrauen ist die notwendige Basis jeder solchen Transaktion. Es gab nämlich durchaus Phasen mit kurzen Nächten und langen Verhandlungen ...»

Der Einsatz hat sich aber ohne Zweifel gelohnt: Der Schmolz + Bickenbach-Konzern, der innert Jahresfrist vom «deutschen Mittelständler zum Global Player» aufgestiegen ist, wird nun finanziell von einem Konsortium von 17 verschiedenen Banken aus ganz Europa breit abgestützt.

#### Alle fünf Standorte sind überlebensfähig

Von Bedeutung in diesem Industriemärchen ist aber nicht zuletzt, dass der neue Stahlkonzern mit seinen wichtigen Schweizer Standorten – 2006 werden hier 70 Millionen Franken investiert – wirtschaftlich überlebensfähig ist.

Die fünf Firmen der Swiss Steel AG überschneiden sich weder in der Produktion noch im Kundensegment, was die Gruppe krisenresistent macht.

Die Unternehmen stellen Stahl mit steigender Wertigkeit her:

In der Schweiz produzieren die Stahl Gerlafingen AG Bewehrungs- und Industriestahl, die von Moos Stahl AG hingegen Qualitäts-, Edelbau- und Automatenstahl sowie die ebenfalls in Emmenbrücke beheimatete Steeltec AG Blankstahl. Die beiden äusserst ertragsstarken deutschen Töchter EWS und EWK mit den Standorten Siegen, Hagen, Krefeld und Witten konzentrieren sich ganz auf hochwertigen Edelbaustahl sowie auf nicht rostenden Stahl und Werkzeugstahl.

#### Alle Ampeln stehen auf Grün

Der übergelagerte Konzern Schmolz + Bickenbach erschliesst neue Absatzkanäle, beispielsweise dank eines vielversprechenden Joint Ventures im Wachstumsmarkt China (Automobilbau und Automobilzulieferer sowie Maschinen- und Werkzeugbau).

Die Zukunftsaussichten dieser Mitte der Neunziger in der Schweiz totgesagten Branche sind also vorzüglich. Oder um es mit den Worten von Marcel Imhof, CEO Swiss Steel, zu sagen: «Alle Ampeln stehen auf Grün.» <



## Unsere Empfehlung: In bleibende Werte investieren

In Schweizer Qualität zu investieren lohnt sich immer. Einen Waschautomaten oder Wäschetrockner von Schulthess zu wählen zahlt sich deshalb langfristig mit Sicherheit aus.

Ob im Eigenheim oder im Mehrfamilienhaus, die Langlebigkeit und Energieeffizienz unserer Geräte sind für alle ein Gewinn. Mit der Umwelt gehen sie schonend und mit der Energie sparsam um und wer sie kennt, weiss ihren hohen Bedienungskomfort zu schätzen.





## Firmenkunden

## Alternative Formen der Unternehmensfinanzierung

# Kapital für wachstumsorientierte Unternehmen

«Mezzanine» heisst das Zauberwort zur Schliessung von Finanzierungslücken für KMU und grössere Schweizer Unternehmen. Diese nachrangigen Darlehen können ab 2006 bei Expansion, Neuausrichtung oder Nachfolgeregelung zum Tragen kommen.

Text: Andreas Schiendorfer

Für die Unternehmensfinanzierung in der Schweiz hat der klassische Bankkredit neben den eigenen Mitteln nach wie vor grosse Bedeutung. Gerade kleine und mittlere Unternehmen sind in hohem Masse durch Bankkredite finanziert, die im Normalfall durch Verpfändung besichert sind. Die Finanzierung ihres Wachstums gestaltet sich jedoch für viele Unternehmen schwierig. Die wenigsten Firmen können (oder wollen) einen Börsengang in Betracht ziehen, der Zugang zu Risikokapital ist ebenfalls hürdenreich.

«Die Banken stellen nur in Ausnahmefällen Risikokapital zur Verfügung, weil sie aus Risiko- und Sorgfaltsüberlegungen fehlendes Eigenkapital nicht durch höhere Kredite ausgleichen können», erklärt dazu Urs P. Gauch, Leiter Firmenkunden Schweiz – Grosskunden. «Wir sind den Kunden, die uns ihre Gelder anvertraut haben, verpflichtet. Gleichzeitig wollen wir unseren Firmenkunden, die eine reelle Wachstumsmöglichkeit sehen oder eine Nachfolgeregelung zu treffen haben, ebenfalls helfen. Endlich können wir dieses Dilemma lösen.»

Mit den so genannten Mezzanine-Finanzierungen hat die Credit Suisse als erste Schweizer Bank einen in vielen Fällen gangbaren Ausweg gefunden. In der italienischen Architektur steht Mezzanino für ein Geschoss zwischen zwei Hauptetagen – im übertragenen Sinn ist Mezzanine die Finanzierungsform zwischen Eigen- und Fremdkapital: Wirtschaftlich betrachtet handelt es sich um Eigenkapital, rechtlich betrachtet hingegen um Fremdkapital.

Konkret gibt es CSA Mezzanine für KMU ab einem Umsatz von zehn Millionen Franken und einem Kreditbedarf bis fünf Millionen Franken sowie PREPS™ (Preferred Pooled Shares) für Unternehmen ab einem Umsatz von rund 50 Millionen Franken und einem Kreditvolumen bis 15 Millionen Euro (Referenzwährung).

«Die Finanzierungen sind gedacht für Unternehmen, die sich in einer Wachstumsphase befinden, die sich neu orientieren wollen oder bei denen eine Nachfolgeregelung ansteht. Ausgeschlossen sind Firmensanierungen und auch Starthilfen», präzisiert Hans-Ulrich Müller, Leiter Firmenkunden Schweiz – KMU.

Wechseln wir aber die Seite. Woher stammt denn das Geld? «Wir erschliessen Pensionskassen ein alternatives Anlagesegment», so Urs Gauch. «Mit festverzinslichen Anlagen können sie die geforderte Mindestrendite nicht erreichen. Aktien wiederum sind mit einem höheren Risiko verbunden. Die Mezzanine-Finanzierungen mit ihren recht hohen Zinsen stellen also für das Portfolio eine gute Ergänzung dar.»

Bei CSA Mezzanine investieren die Pensionskassen ihr Geld in die Credit Suisse Anlagestiftung (CSA), die es als Finanzierungsgeber als nachrangige Darlehen für fünf bis acht Jahre an die KMU vermittelt. Als Portfolio Manager der CSA tritt die Credit Suisse Asset Management (CSAM) auf. Sie muss beim Kreditnehmer auf eine ausreichende, das heisst Unternehmen mit einem Mindestrating von BBB, achten.

Bei den grösseren Unternehmen bietet PREPS als Verbriefungsplattform die Möglichkeit, wirtschaftliches Eigenkapital (Nachrangkapital) indirekt über den Kapitalmarkt aufzunehmen. Umgekehrt wird es institutionellen Investoren und Privatanlegern ermöglicht, in den Mittelstand breit diversifiziert zu investieren, was bisher über den Kapitalmarkt nicht möglich war. Die Credit Suisse ist der exklusive Vertriebspartner der Capital Efficiency Group (CEG), Zug, in der Schweiz. PREPS wurde von der CEG auf dem deutschen Markt mit Erfolg lanciert und ist heute die führende europäische Emissionsplattform für Mezzanine-Finanzierungen.

«Es ist für alle Beteiligten eine Win-Win-Situation», fasst Hans-Ulrich Müller zusammen. «Den Investoren winken attraktive Zinsen, die Firmen erhalten Wachstumskapital, ohne ihre Eigenständigkeit aufzugeben, und die Credit Suisse unterstützt den Mittelstand als wichtigsten Leistungsträger der Schweizer Wirtschaft – und stärkt ihre Position als Firmenkundenbank weiter.» <

Hans-Ulrich Müller (links) und Urs P. Gauch sorgen dafür, dass bei den Firmenkunden alles rund läuft.





# ÜBERLEBEN

Es gibt keine Hoffnung  
ohne Solidarität.

Helfen Sie uns,  
den Opfern bewaffneter  
Konflikte neue Hoffnung  
zu geben!

**[www.icrc.org/donation](http://www.icrc.org/donation)** Postscheckkonto: 12-5527-6

ALS UNPARTEIISCHE, UNABHÄNGIGE UND NEUTRALE ORGANISATION BRINGT  
DAS INTERNATIONALES KOMITEE VOM ROTEN KREUZ OPFERN BEWAFFNETER KONFLIKTE SCHUTZ  
UND HILFE. ES IST IN ÜBER 80 LÄNDERN TÄTIG.



**IKRK**



## Sponsoring

Internationale Ausrichtung

## «Wir möchten das Finale um den Weltmeistertitel miterleben»

Adrian Schüpbach, Leiter des Sponsoring der Credit Suisse, freut sich auf die Zusammenarbeit mit BMW. Aber nicht nur in der Formel 1 wird das Sponsoring internationaler, sondern überhaupt. Die Credit Suisse hat einiges vor.

Interview: Ruth Hafen

**Bulletin: Welches waren 2005 die wichtigsten Ereignisse für das Sponsoringteam?**

Adrian Schüpbach: Im Kultursponsoring war es das «World Orchestra for Peace – The Credit Suisse Tour 2005», unser erstes grosses internationales Kulturengagement, das auf mehreren Kontinenten stattfand. Die Event-Feedbacks sind sehr positiv ausgefallen. Im Sportsponsoring war es der Wechsel des Teams von Peter Sauber zu BMW. Die Zusammenarbeit mit einem neuen Team, das sehr innovativ und dynamisch ist, wird sicher sehr spannend für uns. Und wir hoffen natürlich, dass wir bis 2008 – so lange sind wir Sponsor des BMW Formel-1-Teams – mit unserem sportlich ambitionierten Partner BMW das Finale um den Weltmeistertitel miterleben.

**Was wird anders mit BMW?**

Auf der technischen Seite wird seit einigen Monaten in Hinwil das Auto für die kommende Saison entwickelt. Auf der Marketingseite hat sich unser neuer Partner BMW zusammen mit dem bestehenden Team von Peter Sauber neu organisiert. Dies wird unsere Zusammenarbeit sicher beeinflussen. Wir gehen davon aus, dass uns bei BMW ein schlag- und finanzkräftiges Marketingteam gegenüberstehen wird, hat doch BMW selbst grosses Interesse daran, seinen Brand zu positionieren. Das hat durchaus positive Seiten für die Credit Suisse; so ergeben sich viele Synergien wie zum Beispiel die permanente Integration als Partner des Formel-1-Teams im Rahmen der Kommunikation von BMW.

**Die Credit Suisse bekommt 2006 ein neues Logo. Wie wirkt sich das aufs Sponsoring aus?**

Das neue Logo hat einige Auswirkungen auf das ganze Sponsoring. Die Anwendung, ob positiv oder negativ gedruckt, wo und wie es platziert wird und wie wir damit die grösstmögliche Wirkung erreichen, ist nur eine Seite.

Das neue Logo muss die Strategie und somit auch die Werte der Bank transportieren, die ihren Fokus vermehrt auf Private Banking und Internationalität setzt. Wir prüfen nun alle unsere Engagements auf die neuen Werte hin. Passen sie noch zum Brand und zur Zielgruppe, die wir ansprechen wollen? Ich glaube aber nicht, dass es bei den vorhandenen Bereichen inhaltlich grosse Veränderungen geben wird. Das neue Logo ist viel eleganter und klassischer als das alte; wir müssen hier noch einige Anwendungsfragen lösen. Die praktische Umsetzung hat einigen kreativen Denkaufwand erfordert.

**Was heisst das?**

Wir haben in Bern einen Bandencheck gemacht. Wir liessen Banden mit dem neuen Logo in unterschiedlicher Grösse und mit unterschiedlichen Hintergrundfarben ins Stadion hängen und haben mit TV-Kameras und Fotografen einen simulierten Fussballmatch aufgezeichnet. Dabei haben wir einige Verbesserungsmöglichkeiten entdeckt und Lösungen gefunden, die Sichtbarkeit und Wirkung verbessern. Gleiches gilt auch für das Formel-1-Auto und andere Anwendungen; mögliche Umsetzungen haben wir aber nicht am fahrenden Auto getestet, dort lösten wir das Problem mit Computersimulationen.

**Sie haben erwähnt, dass nun alle Sponsoringengagements neu geprüft werden.**

Ja, dieser Prozess läuft und dürfte bis Anfang 2006 beendet sein. Wir integrieren in dieses Assessment auch neue Themen aus dem internationalen Bereich: Welches sind in Asien, im Nahen Osten oder in Amerika die wichtigen Themen im Sport- und Kulturbereich?

**Dann könnte also Cricket demnächst ein Sponsoringthema sein?**

Das zu sagen wäre voreilig. Wir haben zu den bestehenden Engagements international rund

25 zusätzliche Bereiche ins Visier genommen. Wir haben detaillierte Daten, wo unsere Mitbewerber im Bereich Sponsoring weltweit aktiv sind. Nun müssen wir diese Daten auswerten. Wir arbeiten mit unseren regionalen Marketing- und Businessvertretern zusammen, diese können vor Ort den Puls fühlen, kennen die lokalen Gegebenheiten und helfen uns so, Nischen zu finden, in denen wir das Sponsoring wirkungsvoll einsetzen können.

**Steht für ein internationaleres Sponsoring auch mehr Geld zur Verfügung?**

Mehr Geld zur Verfügung zu haben, wäre immer schön. Neue Engagements wie unsere Partnerschaft mit den Salzburger Festspielen, wo die Credit Suisse in der klassischen Musik international zu einem der grössten Partner von Kulturinstitutionen wird, können nicht ohne entsprechende Budgetanpassung realisiert werden. Grundsätzlich geht es aber darum, die für das Unternehmen richtigen Sponsoring-Plattformen zu definieren.

**Gibt es andere heisse Anwärter für ein internationales Sponsoring?**

Klassische Musik ist ein Bereich, der international funktioniert, zu unseren Zielgruppen und unserem Brand passt und mit dem die Sprachbarrieren überwunden werden; sie wird weltweit verstanden. Sie ist aber eine begehrte Plattform: Viele Finanzdienstleister wollen sich hier positionieren. Vor allem in unseren Zielmärkten in Asien und dem Nahen Osten ist der Pferdesport sehr beliebt. Polo und Pferderennen sind interessante Kandidaten und sie würden auch gut zum Bereich passen, den wir mit CSI und White Turf bereits abdecken.

**2006 wird die Credit Suisse 150. Hat das Sponsoring Jubiläumspläne?**

Das Jubiläum wird durch ein eigenes Projektteam der Credit Suisse Group geplant und umgesetzt. Wir stellen selbstverständlich unsere Plattformen für Jubiläumsaktivitäten zur Verfügung. So wird im Fussball ein internationales Turnier mit vier beteiligten Nationalverbänden stattfinden, das vom Schweizerischen Fussballverband organisiert wird. Hier versuchen wir, ein möglichst grosses Ticketingkontingent für unsere Mitarbeiter zu erhalten und allfällige Jubiläumsaktivitäten zu integrieren. <



Adrian Schüpbach: «Klassische Musik ist eine begehrte Plattform. Viele Finanzdienstleister wollen sich hier positionieren.»

#### Zur Person

Adrian Schüpbach, 34, leitet seit 2003 den Bereich Sponsorship & Event Services der Credit Suisse. Der leidenschaftliche Wintersportler ist verheiratet und lebt in Egg bei Zürich.



bücher, musik, filme und mehr:  
stressfrei bestellt - pünktlich geliefert!



## Fussball

Mit Leidenschaft in Deutschland dabei

# «Und jetzt sind wir selber auf Panini-Bildchen»

Selten war eine Niederlage süsser als das 2:4 vom 16. November in Istanbul. Dank der Auswärtstore gewinnt die Schweiz die Barrage gegen die Türkei und qualifiziert sich für die Weltmeisterschaft.

Text: Andreas Schiendorfer

Die unangenehmen Begleiterscheinungen der alles entscheidenden Partie im Sükrü Saracoglu Stadyumu von Fenerbace Istanbul sind zwar nicht vergessen, aber längst in den Hintergrund gerückt. Es bleibt die keineswegs selbstverständliche Tatsache, dass die Schweiz mit der Republik Irland und der Türkei zwei auf dem Papier übermächtige Fussballnationen hinter sich gelassen und sich für die Weltmeisterschaft in Deutschland qualifiziert hat.

«Ich übernahm im Sommer 2001 die Nationalmannschaft mit dem Auftrag, sie bis zur «Euro 2008» kontinuierlich zu verjüngen und aufzubauen, um dann im eigenen Land Europameister zu werden», erklärt Jakob Kuhn. «Dass wir nun schon an der Weltmeisterschaft 2006 teilnehmen, war zwar nicht geplant, ist aber kein Betriebsunfall. Die Fussballweltmeisterschaft ist das grösste Sportereignis der Welt, und Deutschland eine der wichtigsten Fussballnationen überhaupt. Das wird ein unvergessliches Erlebnis, von dem wir als Fussballland nur profitieren können.»

Für Captain Johann Vogel, der diesen Sommer einen Traumtransfer vom PSV Eindhoven zur AC Milan realisieren konnte, geht nach Dutzenden von Meistertiteln und Champions-League-Spielen endlich ein Kindheitstraum in Erfüllung: «Als Kind sammelte ich Panini-Bildchen – und nun bin ich selbst auf einem drauf. Das ist das Grösste, was ich mir vorstellen kann.»

## Eine Familie mit 34 Spielern

Johann Vogel ist zweifellos einer der Baumeister des Erfolgs. Mit 81 Länderspielen ist er der routinierteste Spieler. Ausser ihm haben einzig Patrick Müller und Pascal Zuberbühler sämtliche Partien von Anpfiff bis Schlusspfiff durchgespielt. Insgesamt wurden in der Qualifikationsphase nicht weniger als 27 Spieler eingesetzt, 7 weitere erhielten ein Aufgebot, ohne zum Zug zu kommen.

Auch wenn die Schweiz mit Alex Frei über einen Topskorer internationaler Ausstrahlung verfügt und mit Tranquillo Barnetta über ein Talent mit aussergewöhnlichem Entwicklungspotenzial, besitzt die Mannschaft keine Stars und ist nicht von einzelnen Spielern abhängig. Sie überzeugt durch Geschlossenheit, durch die Leidenschaft, mit der auch Ersatzspieler dabei sind und mit der jeder auf dem Spielfeld für den anderen kämpft.

## Der Trainer als Star mit Bodenhaftung

Und doch hat die Schweiz einen «Star», der durch seine Bescheidenheit im ganzen Land Sympathien für seinen Sport gewonnen hat: Trainer Jakob «Köbi» Kuhn (und mit ihm sein gemeinhin unterschätzter Assistenztrainer Michel Pont). Kuhn hat sein Erfolgsrezept «Kontinuität und Vertrauen» konsequent umgesetzt und sich auch durch anfänglich harsche Medienkritik nicht vom Kurs abbringen lassen. Er schweisste die Spieler, die er grösstenteils schon als Nachwuchstrainer kannte, zu einer «Fussballfamilie» zusammen (der Ausdruck stammt von ihm). Bei ihm fiel deshalb ein Spieler nicht sofort in Ungnade, wenn er bei seinem Verein in eine Krise geriet, was im Laufe der Monate fast bei jedem mindestens einmal der Fall war. Als Beobachter schüttelte man zwar mitunter den Kopf, aber der Erfolg gab und gibt Kuhn immer wieder Recht. Wieso spielt beispielsweise gegen die Türkei ein Marco Streller, der nach seinen schweren Verletzungen noch nicht zur früheren Form zurückgefunden hat? Weil Kuhn an seine Qualitäten glaubt und ihm einen Exploit zutraut – wie in der 84. Minute im Hexenkessel von Istanbul ...

## Nachwuchsarbeit zahlt sich aus

Die 1995 begonnene Professionalisierung der Nachwuchsarbeit trägt nun immer mehr und immer schönere Früchte. Die Zukunftsaussichten sind glänzend, zumal Kuhn immer wieder neue Talente ins Team einzubauen versteht. Dieser Prozess ist nicht abgeschlossen. An der Euro 2008 werden die Spieler des Jahrgangs 1988 wie Fabio Klingler oder Jonas Elmer so alt sein wie heute Barnetta, Senderos oder Behrami, älter als jetzt Ziegler und Vonlanthen ... <

Johann Vogel zeigte sich schon beim Auftaktspiel in Basel gegen die Färöer Inseln (6:0) von der kämpferischen Seite.





Jakob «Köbi» Kuhn und im Hintergrund Michel Pont sind die Architekten des Schweizer Fussballwunders: «Unser Ziel ist es, an der «Euro 2008» Europameister zu werden. Dass wir an die WM 2006 gehen können, war zwar nicht geplant, ist aber kein Betriebsunfall.»



Nach zwölf Spielen öffnet dieser eine Moment die Pforte zum Fussballhimmel: Marco Streller erzielt in Istanbul den zweiten Treffer.



Ein spezielles Spiel erfordert von Cabanas und Co. einen speziellen Jubel. Und in der ganzen Schweiz herrscht Freude. Zu Recht.

## Credit Suisse Engagements Highlights 2006

### Klassische Musik

#### Operngala

«Katerina Ismailowa»

Opernhaus Zürich 26.6.

#### Opernfestival Avenches

7.7. – 22.7.

#### Davos Festival

Young Artists in Concert

29.7. – 12.8.

#### Lucerne Festival mit

den Wiener Philharmonikern

10.8. – 17.9.

#### Salzburger Festspiele

Premiere:

«Le nozze di Figaro» 26.7.

### Kunst

«Die Sammlung

Merzbacher-Mayer»

Kunsthaus Zürich 10.2. – 14.5.

### Formel 1

Saison 2006

### Reiten

CSI Zürich 26.1. – 29.1.

### White Turf

St. Moritz 5.2. – 19.2.

### Golf

Omega European Masters.

Credit Suisse Trophy

Crans Montana 9.9.

### Diverses

Credit Suisse Sports Awards

Bern 16.12.

### Jazz

Klavier und Saxofon



## Töne statt Worte!

Dass der eine mal Werbung für Lippensalbe gemacht hat, könnte man als Kuriosum erwähnen. Dass der andere ganz unaufgeregt beweist, dass nicht nur kubanische Pianisten weit jenseits der 80 noch munter Konzerte geben, auch das könnte man schreiben. Oder man könnte Zeile um Zeile füllen mit den Namen der berühmtesten leider schon verstorbenen oder zum Glück noch lebenden Jazzlegenden, von Charlie Parker und Ella Fitzgerald bis zu Herbie Hancock und John Scofield, mit denen beide in den letzten 50 Jahren die Bühne oder das Tonstudio geteilt haben. Die «New York Times» nannte den Tenorsaxer Joe Lovano einmal «einen der grössten Musiker der Jazzgeschichte», die deutsche Fachzeitschrift «Jazzthing» bezeichnet Hank Jones gar als den «Van Gogh des Jazzpianos». Man kann viel schreiben über Musik, über den Jazz und seine Legenden. Aber man könnte auch wieder mal ins Konzert gehen, zum Beispiel, um das Joe Lovano – Hank Jones Duo live zu sehen und zu hören. Denn Töne sind mehr als Worte. rh

All Blues Jazz Recitals.

Joe Lovano – Hank Jones Duo/  
Enrico Rava – Dado Moroni  
Duo.

16.1.06, Tonhalle Zürich

www.allblues.ch

### Oper

Ihr Kinderlein kommet



## Viva l'opera!

Gehen Sie doch wieder mal mit Ihren Kindern oder Enkelkindern fein in den Ausgang. Es gibt nichts, was generationenübergreifend zu begeistern vermag, meinen Sie? Das Opernhaus Zürich sieht das anders und bietet deshalb «Opera Viva» an. Das ist ein Mitspieltheater für Kinder von 7 bis 14 Jahren und wurde von der österreichischen Musikerin Klaudia Kadlec erfunden. Während die Erwachsenen auf der Hauptbühne beispielsweise «Tosca» geniessen, inszenieren die Kinder auf der Studiobühne die Oper gleich selbst. Vorkenntnisse sind keine nötig, jedes Kind kann mitmachen. Die Texte werden von Klaudia Kadlec souffliert, Kostüme bietet der grosse Fundus des Opernhauses und Tänze oder Lieder werden spontan einstudiert. So können die jungen Darsteller ganz in das Spiel eintauchen und die Oper aktiv mitgestalten. «Eine Oper ist ein wunderbares Erlebnis – ein Kulturgut, das auch Kinder zu begeistern vermag», ist Klaudia Kadlec überzeugt. Und die Jungdarsteller lassen sich begeistern. Neben der ansteckenden Freude der Initiatorin liegt das auch an den professionellen Schauspielern und Musikern, welche die Gegenparts übernehmen. Die Lebendigkeit der Atmosphäre auf und hinter der Bühne und die ergreifenden Geschichten, die von Krieg, Liebe und Tod handeln, tun das Übrige, um die kleinen Opernmuffel zu bekehren. Klaudia Kadlec hat Spass an der Arbeit: «Wenn es uns gelingt, die Leidenschaft für die Oper an die Kinder weiterzugeben, ist das ein sehr schönes Gefühl. Ich liebe die Oper und ich liebe Kinder und beides passt bei «Opera Viva» sehr gut zusammen.» Und wenn dann die Bühnenlichter der kleinen und der grossen Oper erloschen sind und sich die Kinder mit den Eltern auf den Heimweg machen, gibt es noch reichlich Gesprächsstoff über die Erlebnisse des gemeinsamen Ausganges. Nicht selten hört Klaudia Kadlec von Kindern, die allabendlich statt des obligaten Grimm Märchens nun lieber die Geschichte von Nabucco hören wollen. os

Opera Viva – ein Mitspieltheater für Kinder.

Bis am 25. Juni 2006 finden diverse Vorstellungen statt.

www.opernhaus.ch



# Credit Suisse Equity Fund Swiss Select. Mit Schwung ins vierte Quartal.

**CREDIT  
SUISSE** | ASSET  
MANAGEMENT

Warum in die Ferne schweifen? Dank attraktiven Bewertungen sehen unsere Strategen bei Schweizer Aktien weiterhin Potenzial.

Im vierten Quartal kann der Credit Suisse Equity Fund Swiss Select erst recht in Schwung kommen. Denn die Portfoliomanager rufen zum «Hosenlupf» im Sägemehl. Angehoben werden soll vor allem die Performance. Denn durch seine besondere Ausgestaltung kann der Fonds vom Jahresendeffekt zusätzlich profitieren. Möchten auch Sie ein beschwingtes viertes Quartal erleben? Detaillierte Informationen zu diesem und anderen Produkten finden Sie auf unserer Webseite [www.csam.com/ch](http://www.csam.com/ch).

Der Credit Suisse Equity Fund Swiss Select ist ein Anlagefonds schweizerischen Rechts der Kategorie «übrige Fonds». Fondsleitung ist die Credit Suisse Asset Management Funds, Zürich. Depotbank ist die Credit Suisse, Zürich. Zeichnungen sind nur auf Basis des aktuellen Verkaufsprospekts und des letzten Jahresberichtes (bzw. Halbjahresberichtes, falls dieser aktueller ist) gültig. Der Verkaufsprospekt mit integriertem Reglement und die Jahres- und Halbjahresberichte können bei der Fondsleitung und bei allen Banken der Credit Suisse Group in der Schweiz kostenlos bezogen werden. Mit der Anlage sind Risiken, insbesondere diejenigen von Wert- und Ertragsschwankungen verbunden. Es kann nicht garantiert werden, dass das Anlageziel erreicht wird. In der Vergangenheit erzielte Erträge sind keine Garantie für laufende und zukünftige Ergebnisse. © 2005 Copyright by CREDIT SUISSE



## Stiftung

Rockstar hilft Jungtalenten

# Wenn Träume wahr werden

Träume von Kindern oder Jugendlichen wahr werden lassen: Das ist die Aufgabe der Little Dreams Foundation von Orianne und Phil Collins, die von der Credit Suisse aktiv gefördert wird. Eine schöne Aufgabe.

Text: Sabine Schmid

Dieses Jahr muss sich der Weihnachtsmann wohl ins Zeug legen, denn die Konkurrenz schläft nicht. Die Little Dreams Foundation mit Sitz in Nyon macht Kindern aus der ganzen Welt nämlich ganz besondere Geschenke: Sie lässt Träume wahr werden – und das gleich auf zehn verschiedenen Gebieten. Diese zehn «Welten», wie Orianne und Phil Collins, Gründer von Little Dreams, sie nennen, reichen vom Ballsport über die Leichtathletik, den Bergsport und die Artistik bis hin zur Kunst. Ziel ist es, junge Menschen zwischen 4 und 16 Jahren mit Talent in einem dieser Bereiche zu fördern; junge Leute, die nicht über die finanziellen Mittel verfügen, so oft zu üben und zu trainieren, wie sie es gern täten, um – vielleicht – eines Tages von ihrer Leidenschaft leben zu können. «Uns erreichen sehr viele Bitten um Unterstützung. Aber anstatt einfach einen Scheck für die Schulung eines Kindes auszustellen, wollten Phil und ich lieber eine konkrete Anlaufstelle bieten», erklärt Orianne Collins, Ehefrau des Ex-Schlagzeugers und Frontmanns der Gruppe Genesis. Auf diese Weise entstand 2001 Little Dreams. Ein Jahr später beschloss die Credit Suisse, das Projekt zu unterstützen, und übernahm als ohnehin grosser Sponsor von Fussball- und Golfevents die Partnerschaft für die «Welt des Ballsports». «Die Unterstützung der zweitgrössten Bank des Landes zu haben, ist natürlich ein wichtiges Argument in Sachen Glaubwürdigkeit», ist Brigitte Chausse, Marketingbeauftragte der Stiftung, überzeugt.

## Nachwuchstalente aus zehn Nationen

Bislang werden 57 Kinder und Jugendliche unterstützt, wobei die Höhe der Förderbeiträge von Fall zu Fall variiert. Für jeden Einzelnen wird ein individuelles Programm aufgestellt. Die Nachwuchstalente kommen aus zehn verschiedenen Nationen, wie zum Beispiel Brasilien, Neuseeland, Mexiko und Spanien. 300

bis 400 Anfragen erhält Little Dreams jedes Jahr, nur gerade zehn Kandidaten erhalten jedoch einen Förderungsplatz. Nach einer Vorauswahl aus den Bewerbungsunterlagen, bestehend aus Ton- oder Videoaufnahmen, Bewerbungsschreiben, Angaben zu Ausbildung, Werdegang im Wunschgebiet und Foto, kommen die so genannten Paten ins Spiel. Die Liste ist so lang wie beeindruckend: Über 60 Paten setzten sich bisher für die gute Sache ein, darunter Tina Turner und Angélique Kidjo im Bereich Musik, Roger Federer und Amélie Mauresmo im Tennis, Jean-Luc Bideau im Theater, Franco Knie in der Artistik oder Bernard Lama im Fussball. Sie bewerten das Potenzial der einzelnen Bewerber, und diejenigen Talente, die diese erste Hürde genommen haben, werden in die Schweiz eingeladen, um ihr Können vor ihrem «Paten» beziehungsweise ihrer «Patin» oder anderen Freiwilligen unter Beweis zu stellen, das heisst vor Profis aus der entsprechenden der zehn «Welten».

## «Sie haben an mich geglaubt»

Zu den Auserwählten zählt auch Timea Bacsinsky, ein viel versprechendes Tennistalent und Mitglied des Schweizer Fed-Cup-Teams. «Sie haben an mich geglaubt. Ich gehöre zu denen, die von ihnen gefördert werden, und ich bin sehr dankbar dafür», sagt die 16-Jährige, die bereits seit 2002 bei Little Dreams dabei ist. Beim Fussball hat die Stiftung gleich elf Nachwuchsspieler aus Zimbabwe unter ihre Fittiche genommen; sie gehören der AYSSF (Aces Youth Sport and Soccer Foundation Trust) an, die sich darum kümmert, fußballtalentierte Jugendliche zu Profis auszubilden und ihnen gleichzeitig eine gute Schulbildung zu bieten. Leiter der Stiftung ist Marc Duvillard, Ex-Trainer von Lausanne Sport und Lugano. Little Dreams finanziert die Ausbildung. Bei einem Besuch in der Schweiz im vergangenen Juni gewannen die jungen Afrikaner 19 von 20 Spielen gegen Junioren ihrer Altersgruppe! Ein Traum? Nein, ganz einfach Realität. <

[www.littledreamsfoundation.com](http://www.littledreamsfoundation.com)

Little Dreams Foundation: Wird aus einem kleinen Traum eine grosse Karriere?



# Bauen Sie Mehrwerte mit AFG. Hochwertig. Funktional. Zeitlos.

## Arbon CH

1100 Mitarbeitende  
Arbonia  
Forster Rohre und Profile  
Forster Küchen und  
Kühlen  
Prolux, Asta, Gächter

## Altstätten CH

900 Mitarbeitende  
EgoKiefer

## Dietlikon CH

350 Mitarbeitende  
Platti

## Villeneuve CH

100 Mitarbeitende  
EgoKiefer

## Warendorf DE

300 Mitarbeitende  
Miele Küche

## Plattling DE

1600 Mitarbeitende  
Kermi

## Riesa DE

300 Mitarbeitende  
Arbonia, Kermi, Prolux

## Stribro CZ

900 Mitarbeitende  
Kermi, Arbonia

### Heiztechnik und Sanitär

**arbonia**

**KERMI**

**prolux**

### Küchen und Kühlen

**forster**

**Miele**  
DIE KÜCHE

**BP Platti**

### Stahltechnik

**forster**

### Fenster und Türen

**EgoKiefer**  
Fenster und Türen

### Logistik

**ASTA**

**Gächter AG**



**AFG**  
**Arbonia-Forster-Holding AG**

AFG Arbonia-Forster-Holding AG  
Romanshonerstrasse 4  
CH-9320 Arbon  
Kotiert an der SWX

T +41 71 447 41 41  
F +41 71 447 45 89  
holding@afg.ch  
www.afg.ch

Interview: Andreas Thomann

# Die Schweizer Konjunktur zieht an

Laut den Prognosen der Credit Suisse wird die Schweizer Wirtschaft im kommenden Jahr wieder stärker wachsen. Doch die Wachstumsschwäche des Landes sei damit noch längst nicht überwunden, so der Chefökonom Alois Bischofberger.

Bulletin: Herr Bischofberger, nach einem erfreulichen 2004, wo die Schweizer Wirtschaft ein Wachstum von 2,1 Prozent verzeichnete, wird das Bruttoinlandsprodukt (BIP) in diesem Jahr wohl nur um 1,4 Prozent zulegen. Was bringt das kommende Jahr?

Alois Bischofberger: Wir erwarten ein Wachstum des BIP von 1,7 Prozent, also eine Beschleunigung gegenüber dem laufenden Jahr. Zudem wird die Konjunktur breiter abgestützt sein als in der Vergangenheit.

## Inwiefern?

Wir gehen davon aus, dass der private Konsum eine solide Stütze der Konjunktur bleiben wird. Wir rechnen ferner damit, dass die Ausrüstungsinvestitionen der Unternehmen zulegen werden, weil die Kapazitätsauslastung steigt, die Ertragslage gut ist, die Zinsen immer noch tief sind und ein Bedarf an Rationalisierungs- und Erweiterungsinvestitionen besteht. Und wir rechnen mit einer Konsolidierung bei den Bauinvestitionen.

## Und die Exporte?

Die Exporte werden eine treibende Kraft der Konjunktur bleiben. Sie waren 2004 sehr stark, aber auch im laufenden und im kommenden Jahr werden die Zuwachsraten beachtlich sein. Die Dynamik gründet vor allem auf stark zunehmende Exporte in aufstrebende Volkswirtschaften – etwa in die OPEC-Länder, die vom hohen Ölpreis profitieren –, in osteuropäische Schwellenländer und in die stark wachsenden angelsächsischen Volkswirtschaften.

## Welche Exportbranchen werden vor allem profitieren?

Es sind vor allem Branchen mit hoher Wertschöpfungsintensität wie Pharma, Chemie, Präzisionsinstrumente, optische Geräte, Teile der Maschinenindustrie, Telekommunikation. Auch der Tourismus legt zu.

## 1,7 Prozent Wachstum für 2006 sind zwar nicht schlecht. Wie gross ist dennoch

## die Chance, dass Sie zu pessimistisch sind mit Ihrer Prognose?

Hoffen darf man immer. Ich glaube aber nicht, dass wir merklich höhere Wachstumsraten erreichen werden. Denn es gilt diverse Risiken zu berücksichtigen. Risiken, die beispielsweise vom Ölpreis ausgehen, dessen Entwicklung schwer voraussehbar ist. Dazu kommen Ungleichgewichte in der Weltwirtschaft.

## An welche Ungleichgewichte denken Sie dabei?

Die Wachstumskräfte sind immer noch sehr einseitig verteilt. Die US-Wirtschaft wird auch weiterhin stärker wachsen als die Länder der Europäischen Währungsunion (EWU). Damit bleibt die Weltwirtschaft von der Konjunktur in den Vereinigten Staaten abhängig. Gleichzeitig verzeichnet die amerikanische Leistungsbilanz schon seit Jahren ein hohes und wachsendes Defizit, dessen Finanzierung mit der Zeit zu Problemen führen könnte. In diesem Jahr wird der Fehlbetrag voraussichtlich 800 Milliarden Dollar ausmachen.

## Eine Art weltwirtschaftliche Zeitbombe?

So weit würde ich nicht gehen. Vieles hängt davon ab, wie die Länder reagieren, die mit ihren Leistungsbilanzüberschüssen diese Defizite finanzieren, allen voran Japan, China, Russland, die OPEC-Staaten sowie weitere aufstrebende und industrialisierte Volkswirtschaften. Diese Länder sind nicht daran interessiert, dass der Dollar einbricht, denn das würde den Wert ihrer Anlagen schmälern. Also werden sie sich hüten, ihre Guthaben auf einen Schlag zurückzuziehen.

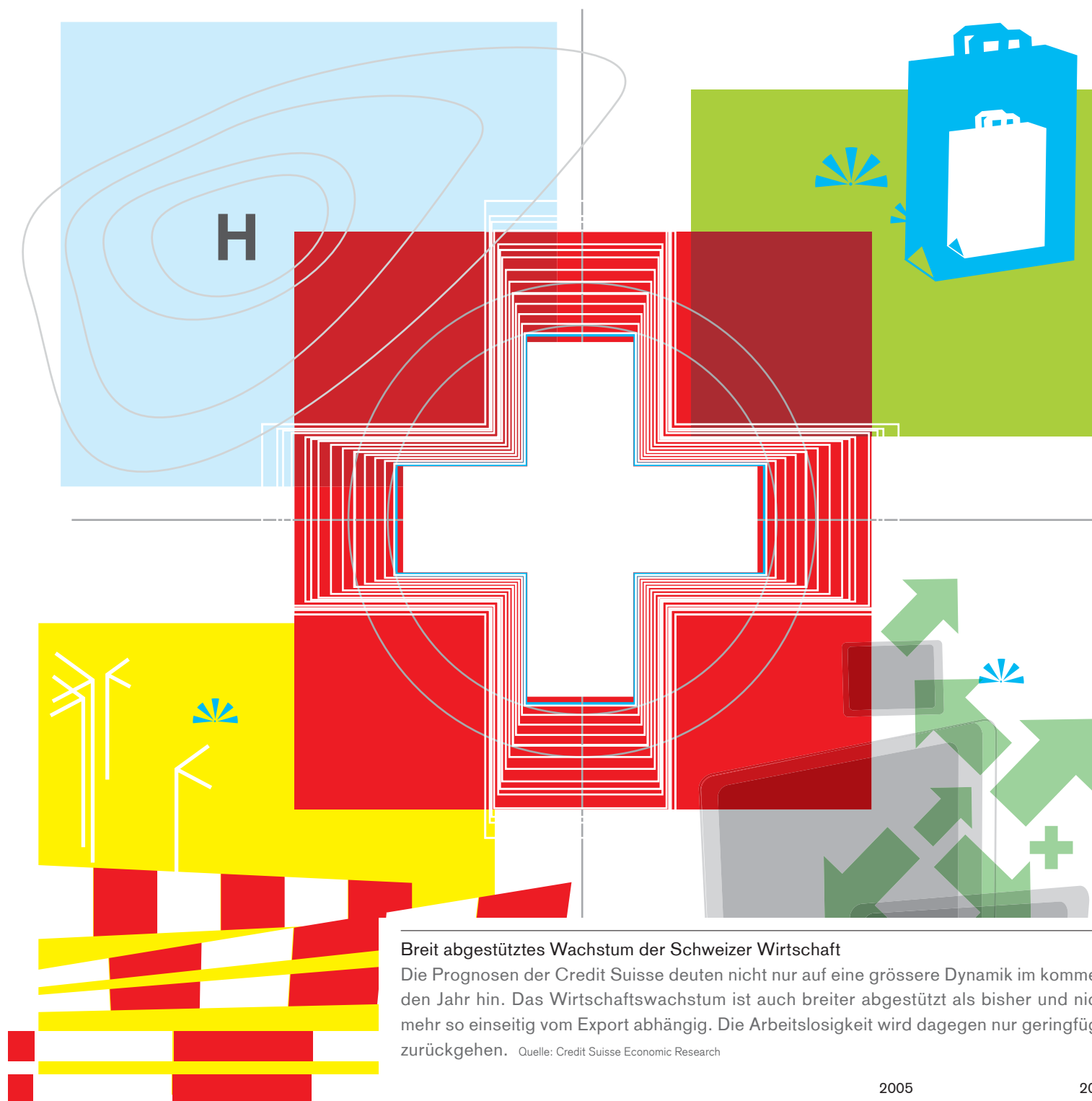
## Somit bleibt alles beim Alten?

Solange die USA ein attraktiver Wirtschaftsstandort bleiben, werden Unternehmen und private Anleger auch weiterhin genügend Geld dort investieren. Amerikanische Wertpapiere werden so lange weitergekauft, wie die Renditen attraktiv bleiben. Sollte sich dagegen der amerikanische Konsum und sollten sich >

Alois Bischofberger  
alois.bischofberger@credit-suisse.com

«Die US-Wirtschaft wird weiterhin stärker wachsen als die Länder der Eurozone.»





### Breit abgestütztes Wachstum der Schweizer Wirtschaft

Die Prognosen der Credit Suisse deuten nicht nur auf eine grössere Dynamik im kommenden Jahr hin. Das Wirtschaftswachstum ist auch breiter abgestützt als bisher und nicht mehr so einseitig vom Export abhängig. Die Arbeitslosigkeit wird dagegen nur geringfügig zurückgehen. Quelle: Credit Suisse Economic Research

	2005	2006
Bruttoinlandprodukt (BIP)	+1.4%	+1.7%
Privater Konsum	+1.5%	+1.6%
Öffentlicher Konsum	+1.0%	+1.0%
Ausrüstungsinvestitionen	+2.4%	+3.3%
Bauinvestitionen	+2.4%	0.0%
Exporte von Gütern und Dienstleistungen	+3.9%	+3.3%
Importe von Gütern und Dienstleistungen	+3.6%	+3.1%
Arbeitslosigkeit	3.8%	3.6%
Inflationsrate	1.1%	1.0%



damit auch die amerikanischen Importe verlangsamen, dürften die ausserwirtschaftlichen Defizite zu sinken beginnen.

#### Wie stark wird sich der Hurrikan Katrina als Dämpfer für die amerikanische Konjunktur auswirken?

Der Einfluss von Katrina war vor allem im zweiten Halbjahr 2005 spürbar in Form von Produktionsunterbrüchen und einer Abschwächung des privaten Konsums. Aber im nächsten Jahr, wenn der Wiederaufbau beginnt, wenn die Infrastrukturen wieder in Stand gestellt werden, wenn aufgestauter Konsumbedarf gedeckt wird, dürfte sich die Konjunktur wieder beschleunigen.

#### Könnte allenfalls der Ölpreis die Rolle als Spielverderber für die Weltkonjunktur spielen?

Wir gehen davon aus, dass der Ölpreis mittelfristig nicht auf diesem hohen Niveau verharren wird. Ob er vorübergehend nochmals ansteigt, ist schwer vorauszusagen. Aber wir denken doch, dass er im nächsten Jahr eher im Bereich von 55 bis 60 Dollar je Fass liegen wird als auf einem Niveau von 70 Dollar je Fass oder sogar darüber. Eine gewisse Entspannung ist also zu erwarten, doch wir werden nicht mehr die früheren Preise von 20 bis 30 Dollar je Fass erreichen.

#### Die Schweiz blickte in den letzten Monaten gebannt nach Deutschland, unserem wichtigsten Handelspartner. Wird die grosse Koalition unter der neuen Bundeskanzlerin Angela Merkel die gravierenden Wachstumsprobleme endlich anpacken?

Die Vorzeichen stehen nicht günstig. Ich erwarte, dass die neue Regierung die effektiven Reformen nur zögerlich angehen wird und viele Kompromisse machen muss, so dass die Liberalisierung der Märkte nicht so rasch voranschreitet, wie das wünschbar wäre.

#### Wenn nicht Deutschland, wer sonst könnte denn die Rolle einer Wachstumslokomotive in Westeuropa übernehmen?

Es ist ja nicht nur Deutschland, das ein geringes Wachstum aufweist, sondern auch Italien – die drittgrösste Volkswirtschaft in der EWU. Es sind vor allem einige kleinere europäische Volkswirtschaften, die überdurchschnittlich wachsen.

#### Müsste sich die Schweizer Wirtschaft angesichts der Wachstumsschwäche der EU nicht vermehrt auf lukrativere Märkte konzentrieren?

Dieser Prozess hat längst eingesetzt. Gemessen an den Schweizer Exporten hat die EU relativ an Bedeutung verloren, zugunsten der Emerging Markets in Asien, Osteuropa und Südamerika. Dasselbe gilt für die Direktinvestitionen der Schweizer Wirtschaft. Nicht umsonst belegt die Schweiz in einer jüngst publizierten Globalisierungsrangliste der Beratungsfirma AT&Kearney den dritten Rang.

#### Und warum liegt dann das Wachstum der Schweizer Wirtschaft nicht deutlich über dem EU-Durchschnitt?

Eine wichtige Frage. Es stimmt, dass die Schweizer Wirtschaft seit Anfang der Neunzigerjahre meist weniger stark wächst als der Durchschnitt der EU-Länder. Dass wir im laufenden und voraussichtlich auch im kommenden Jahr leicht besser abschneiden als der Durchschnitt der zwölf Euroländer, ist eine Ausnahme. In den letzten Jahren hatte die Wachstumsschwäche nichts mit einer unzureichenden Auslandsnachfrage zu tun. Unser Wachstumsproblem ist grösstenteils hausgemacht.

#### Wie meinen Sie das?

Die Schweizer Wirtschaft ist gespalten. Auf der einen Seite haben wir – vereinfacht gesagt – eine sehr produktive, wettbewerbsfähige und wertschöpfungsintensive Exportwirtschaft, auf der andern Seite eine Binnenwirtschaft, die immer noch stark abgeschottet ist, teils von Subventionen profitiert und in vielen Branchen eine geringere Produktivität aufweist.

#### Sehen Sie in der Politik Bestrebungen, mehr Wettbewerb in diese Binnenwirtschaft zu bringen?

Ja. Die Revision des Binnenmarktgesetzes befindet sich auf der Zielgeraden, das Kartellgesetz hat man bereits verschärft. Dagegen kommt die Deregulierung von Infrastrukturen wie Elektrizität, Post und Bahn nur mühsam voran. Da ist der politische Widerstand noch sehr gross. Es tut sich also etwas, doch den Reformen fehlt oftmals der nötige Schwung.

#### Wie bereits erwähnt haben viele kleinere EU-Länder ein deutlich höheres Wachstum als die Schweiz. Was machen

#### Länder wie Dänemark, Finnland oder Irland besser?

Hier muss man von Land zu Land unterscheiden. Finnland beispielsweise betreibt eine sehr gute Forschungs- und Technologiepolitik. Bei den einschlägigen Rankings zu Technologie und Innovation, aber auch bei der Ausbildung (PISA) findet man das Land immer weit oben. Dänemark hat einen sehr flexiblen Arbeitsmarkt geschaffen. Irland ist es gelungen, viele ausländische Firmen anzulocken, indem es seine Rolle als Brückenkopf zwischen Europa und den USA ausspielte und auch ein günstiges Steuerklima schuf.

#### Gibt es also keinen gemeinsamen Nenner bei der Wachstumspolitik dieser Länder?

Doch, den gibt es schon. Er heisst Innovation, Wettbewerb und Flexibilität. Alle drei Säulen müssen vorhanden sein, damit eine Wirtschaft nachhaltig wächst. Nehmen Sie Deutschland, das stark ist bei der Innovation und Technologie, doch der Arbeitsmarkt ist dermassen unflexibel, dass er das Wachstum stark hemmt. Und bei der Schweiz hapert es, wie gesagt, beim Wettbewerb.

#### Dagegen steht die Schweiz bei der Arbeitslosigkeit im internationalen Vergleich relativ gut da. Wird die Quote von gegenwärtig 3,8 Prozent im nächsten Jahr weiter sinken?

Wir gehen davon aus, dass sich die Lage auf dem schweizerischen Arbeitsmarkt nur langsam verbessert und dass die durchschnittliche Arbeitslosenquote 2006 mit 3,6 Prozent den aktuellen Wert nur geringfügig unterschreiten wird.

#### Weshalb fällt der Rückgang nicht stärker aus?

Der schweizerische Arbeitsmarkt reagiert zurzeit träger als in früheren Zyklen auf die konjunkturelle Erholung. Das liegt einerseits an der zurückhaltenden Einstellungspraxis der Unternehmen, andererseits an den Produktivitätsgewinnen. Hinzu kommen Qualifikationsdefizite der Arbeitnehmer. Das heisst, die angebotenen Kenntnisse und Fähigkeiten entsprechen nicht immer den Anforderungen der Unternehmen. Ein strukturelles Problem, das leider nicht von heute auf morgen entschärft werden kann. <

# Fünfmal in Folge: «Best Trade Finance Bank»

**CREDIT  
SUISSE**

150 Jahre Erfahrung, Professionalität und leidenschaftliches Engagement machen uns zu einem weltweit führenden Institut für Import/Export-Finanzierungen. Profitieren Sie von unserer internationalen Präsenz und dem Know-how der Schweizer Nummer 1 für Handelsfinanzierungen.

**[www.credit-suisse.com/firmenkunden](http://www.credit-suisse.com/firmenkunden)**



Text: Hans-Ulrich Doerig, vollamtlicher Vizepräsident des Verwaltungsrats der Credit Suisse Group

## Lust auf Zukunft statt Vogel-Strauss-Politik

«Geht uns die Arbeit aus?», lautet die bange Frage vieler Schweizerinnen und Schweizer. Der folgende Text versucht, Anstösse zu vermitteln und aufzuzeigen, in welchen Bereichen und mit welchen Tätigkeiten das Hochlohnland Schweiz im internationalen Wettbewerb bestehen könnte.\*

Eine wenig spekulative Zukunftsbeurteilung kann von folgendem Umfeld für das Jahr 2015 ausgehen: Die Schweiz ist einem noch härteren, ja dramatischen Konkurrenzkampf von Seiten der Industrie- und Schwellenländer ausgesetzt. Die stark wachsende Ausrichtung verschiedener Schwellenländer auf Qualität, Innovation und Technologie paart sich mit zunehmenden Erfahrungen für Exporte in Drittländer. Weltweit herrscht ein offener und verdeckter «Krieg um Arbeitsplätze»: Wirtschaftliche Erfolgspositionen, die Stellung im Lehr- und Forschungsgebiet, die Arbeitsmentalität und die Innovationsfähigkeit, die Positionierung in der Kommunikationstechnologie, die Arbeitskosten und die Produktivität stehen im Konkurrenzkampf. Unter Kostendruck befindliche Unternehmen sind gezwungen, zumindest Teile ihrer Produktion, ja sogar ihre Forschung und Entwicklung in Länder auszulagern, die über zahlreiche, höchst motivierte, gut ausgebildete und «hungrige» Leute verfügen – bei niedrigeren Lohnkosten. Solche Verlagerungen sind oft nötig, um noch anspruchsvollere Tätigkeiten in der Schweiz zu erhalten.

### Hohe Bedeutung der Bildung

Weltweit werden immer mehr Mittel für Bildung, Forschung und Entwicklung sowie für Technologieapplikationen aufgewendet; China steht schon heute weltweit an dritter

Stelle bei den Forschungsausgaben. Es sind daher nicht so sehr die günstigen Standard-Konsumgüter, also die erste Welle aus den Schwellenländern, die das Hochkostenland Schweiz beschäftigen müssen. Die Herausforderung liegt vielmehr im intellektuellen Durst, im Arbeitswillen, in der Qualitätsorientierung und der Aggressivität von Forschung und Innovation, also im Wissenskapital, das als zweite Welle aus den Schwellenländern zu uns herüberkommen wird. Dazu gesellt sich die starke Konkurrenz der Industrieländer, die sich ebenso auf diese neue zweite Welle der Schwellenländer ausrichten.

Zusätzlich zur beschriebenen Konkurrenzsituation ist das soziale Umfeld der zukünftigen Nachfrage zu berücksichtigen, wie:

- wachsende Alterung der Bevölkerung bei guter Gesundheit;
- Bedürfnisse wie Komfort, «Convenience», «Erlebnis», «Geborgenheit», Sicherheit, Vorsorge, soziale Kontakte;
- Sehnsucht nach Ruhe, Gesundheit, Natur, Individualisierung, Prestige, Privatsphäre.

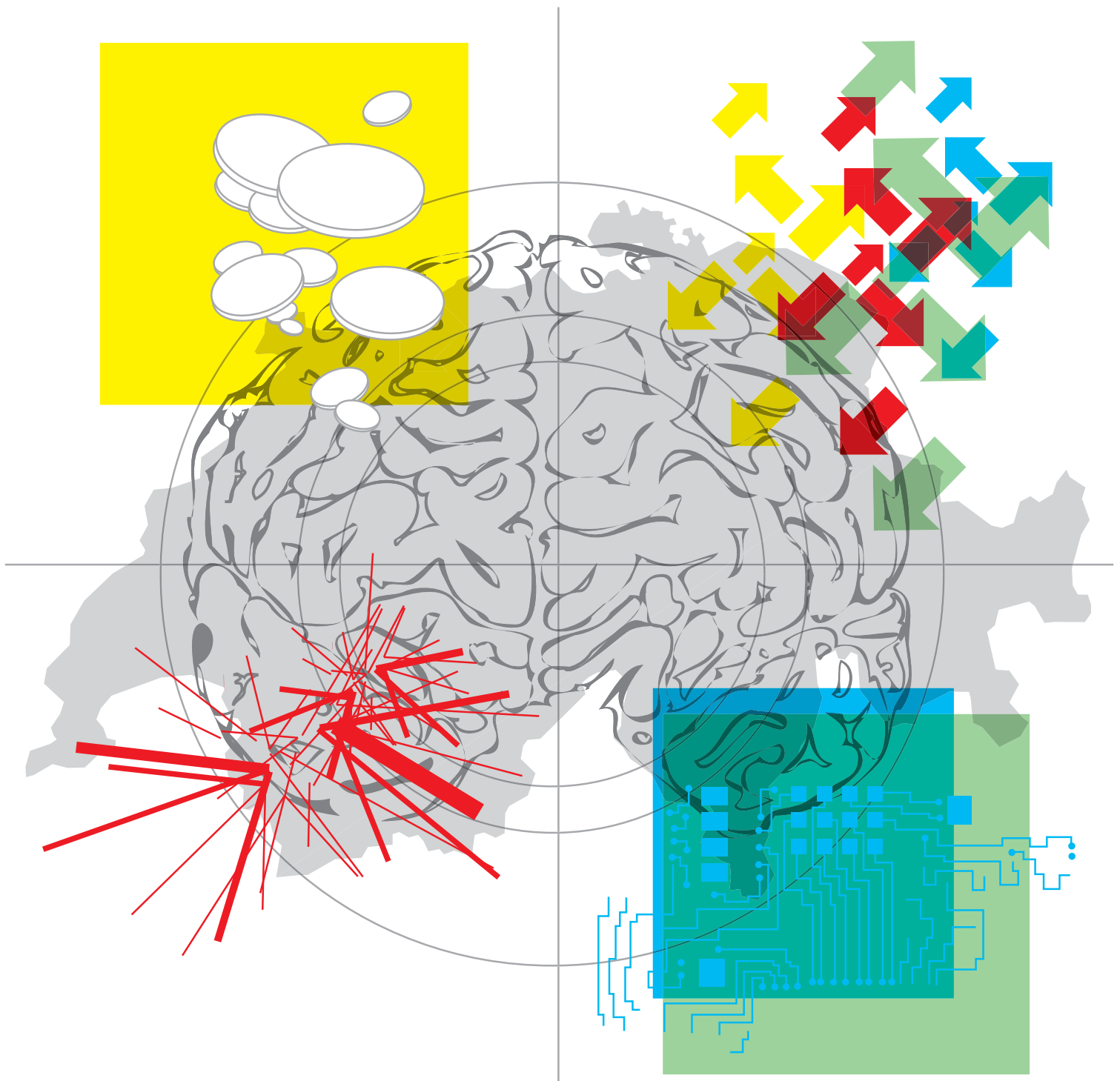
Die Beurteilung des künftigen Umfeldes führt zur Frage, welches denn für die Schweiz die chancenreichsten Tätigkeiten sein könnten. Erstellt man eine Liste zukunftssträchtiger Arbeiten, fällt auf, dass viele Arbeitsplätze mit >

Hans-Ulrich Doerig  
hans-ulrich.doerig@credit-suisse.com

«Wer sich heute gegen Reformen sträubt, wird morgen benachteiligt sein.»



\* Der Autor Hans-Ulrich Doerig hat diesen Artikel für die NZZ verfasst. Dort ist er im Juni 2005 erschienen.



#### Qualifikationsmerkmale der chancenreichsten Tätigkeiten und Eigenschaften

- |  |  |   |                                |
|--|--|---|--------------------------------|
| – höchste Qualität/Kompetenz           | – welthandelsorientiert                        | – physische Nähe nötig                            | – vertrauenerweckend           |
| – wertschaffend                        | – gewichts- und transport-<br>elastisch        | – kombinationsfähig                               | – umweltschonend               |
| – wissens- und forschungs-<br>intensiv | – benutzerfreundlich                           | – erlebnisorientiert                              | – solid, konsistent            |
| – effizienzsteigernd                   | – serviceintensiv                              | – designorientiert                                | – handwerklich geschickt       |
| – ICT- und energieeffizient            | – praktisch, pragmatisch                       | – anständig, gastfreundlich,<br>stilvoll, diskret | – entsorgungseinfach           |
| – integer                              | – markt-, marketing-<br>und verkaufsorientiert | – prestige- und emotionsorientiert                | – problemlösungsorientiert     |
| – 24-Stunden-Service                   | – komfortabel                                  | – pflegeleicht                                    | – schnell, speditiv, pünktlich |
| – präzise                              | – zuverlässig, berechenbar                     | – sicherheits- und<br>gesundheitsorientiert       | – kundenloyalitätsorientiert   |
| – rohstoffsparend                      |  |   | – mehrsprachig bedürftig       |
|  |  |   | – lebensphasenadäquat          |



einem sehr hohen Niveau an Qualität, Technologie, Wissen, Innovation, Kreativität und Internationalität verbunden sind. Nur teures Mittel-mass impliziert einen Druck auf Preise und Löhne. Bei verschiedenen Tätigkeiten steht die Nutzung verschütteter und somit erneuerbarer oder vorhandener und weiter ausbaubarer Stärken der Schweiz im Zentrum. Klare, natürliche Vorteile und die Weiterführung von (guten) Traditionen verhelfen zu einer nutzbaren und glaubwürdigen Wahrnehmung im Ausland.

Will man sich schon heute darauf ausrichten und entsprechende Massnahmen treffen, gilt es folgende Leitplanken zu beachten:

- Stärken verstärken, unter Einbezug der vorhandenen Parameter und des zu erwartenden Umfeldes;
- ehemalige Stärken wie Arbeitswilligkeit, Arbeitsmarktflexibilität, Qualitäts- und Serviceorientierung erneuern;
- vorhandene Schwächen allenfalls neutralisieren;
- Chancen fördern, Chancenloses rückführen;
- Innovation und Risikoakzeptanz favorisieren;
- vorhandenes und realistisch erreichbares Know-how sowie Kulturkompetenzen bündeln und fördern;
- die Konkurrenzfähigkeit mit attraktiven Charakteristika auch ausserhalb des Preises stärken;
- die internationale Konkurrenzfähigkeit als Ziel im Auge behalten;
- die Wahrnehmungen im Ausland berücksichtigen.

#### Vom Heidiland zum Hightech-Land

Standortattraktivität ist ein Konzept der relativen Vorteile. Deshalb steht die Schweiz immer mehr im Standortwettbewerb. Verlagerungen ins Ausland finden umso mehr statt, je offenkundiger ein ausländischer Standort

relevant tiefere Kosten, einen besseren und billigeren Zugang zu Hochqualifizierten und Hochmotivierten, grössere Märkte (dort, wo Kundennähe wichtig ist) sowie eine aggressive Standortpolitik mit niedrigen Steuern und Kundenorientierung auch für Neuzuzüger verspricht.

Das Hochkostenland Schweiz steht an einem Wendepunkt. Die Schweiz muss sich entscheiden zwischen einem Vogel-Strauss-Verhalten und der Lust auf Zukunft, zwischen «locker vom Hocker» und Leistungsorientierung, Heidiland und Hightech-Land, gehobenem Mittel-mass und Spitzenambitionen, Substanzverzehr und Substanzaufbau, der Alimentierung und der Lösung von Problemen; zwischen Apathie und Tatkraft, Staatsfürsorge für alles und mehr Eigenverantwortung, sturem Verharren und Lernen von erfolgreichen Dritten; sie muss sich auch entscheiden zwischen der Lust auf Bedeutungsverlust und dem Willen, wieder zum Erfolgsmodell zu werden. Eines aber ist klar: Die Spasskultur ist jedenfalls nicht die richtige Vorbereitung auf das beschriebene zukünftige Umfeld.

#### Die vier «T» sind Voraussetzung

Wie wir die Zukunft bestehen, ist nicht einfach Schicksal: Die Schweiz hat gute Chancen zum Erhalt und zur Schaffung attraktiver Arbeitsplätze mit unterschiedlichen Anforderungen. Aber die Zeit drängt – die hiesige Standortpolitik als koordiniertes Gesamtkonzept mit entsprechendem Standortmarketing wird entscheidend. Es geht zunehmend nicht um die einzelnen Kantone, sondern um den Standort Schweiz: Höchste Qualität von Bildung und Ausbildung bei günstigen Betreuungsverhältnissen an den Universitäten, ein höheres Sozialprestige und geeignete Unterstützung für Lehrende auf allen Stufen, eine bessere Berufsberatung für Jugendliche sowie die Aufwertung der Lehrabschlüsse sind gefragt.

Kreativität und Innovationen setzen heute meist «die vier T» voraus: Technologie, Talente, Toleranz und Taler. Deshalb müssen Forschung und früherer Wissenstransfer Priorität geniessen. Es braucht Forschungsfreiheit und eine Atmosphäre des Atmenkönnens – die Schweiz als «Science City» mit weltweiter Ausstrahlung –, aber auch Exportförderung, eine Migrationspolitik mit Priorität für Hochqualifizierte, eine flexible Arbeitsmarktpolitik sowie generell Offenheit und Risikoakzeptanz.

#### Lebensfreude dank Leistungslust

Der Druck der wirtschaftlichen Realität ist enorm. Wachstum und die Schaffung von Arbeitsplätzen verlangen daher nach noch mehr individueller und institutioneller Dynamik und Disziplin. Wir müssen wegkommen von der Reformrhetorik, wir müssen zur Tat schreiten, und wir müssen den Wandel als Chance begreifen. Ein Jahr warten kostet Jahre an Produktivität und Wachstum. Die Lösung ist banal einfach – wenn auch nicht überall populär. Aber jene, die sich heute dagegen sträuben, werden morgen benachteiligt sein.

Jenseits aller staatlichen und institutionellen Reformen und Hilfen liegt die primäre Verantwortung für das Weiterkommen bei der persönlichen Arbeit an sich selbst. Es braucht mehr Eigenverantwortung für die persönliche Entwicklung und eine Aufwertung der Rolle der Familie, es braucht ein Mehr an Identifikation mit der Arbeit und den Respekt vor jeglicher Arbeit – Hauptsache Arbeit. Es braucht schliesslich Disziplin, Weiterbildung, Flexibilität, längere Lebensarbeitszeiten, Lebensfreude dank Leistungslust und Stolz auf einen echten Beitrag zur Qualitätsmarke Schweiz. Die Arbeitsplätze in der Schweiz den Motivierten in Asien zu überlassen, wäre letztlich wenig «cool». Wohlstand und Wohlfahrt hängen weitgehend von uns ab – mit oder ohne EU-Beitritt: Die Schweiz in neuer Grösse und alter Stärke ist sehr wohl möglich. <



**Jetzt Mitglied werden!**

**Landen Sie einen Volltreffer** für junge Sporttalente. Werden Sie Mitglied der Sporthilfe! Leisten Sie jährlich einen wertvollen Beitrag zur Förderung des Schweizer Nachwuchssports – 35 Franken sind ein kleiner Betrag, die Wirkung aber ist enorm. Dank Ihrer Unterstützung erhalten Talente eine Chance! Werden Sie jetzt Mitglied!



Ihr Willkommensgeschenk von Wilson:  
**Ein robuster Wilson-Original-Fussball!**

**Als Sporthilfe-Mitglied werden Sie belohnt:**

- 4x jährlich die Publikation «zoom»
- exklusive Mitgliederangebote
- vergünstigt an Top-Anlässe

**Dieses Angebot gilt bis 31.1.2006 und solange Vorrat!** Benutzen Sie den Talon oder melden Sie sich direkt bei unserem Mitglieder-Sekretariat unter Tel. 041 672 90 33 an.

☒ **Ja, ich möchte Mitglied der Sporthilfe werden**

Vorname/Name \_\_\_\_\_

PLZ/Ort \_\_\_\_\_

Datum \_\_\_\_\_

Str./Nr. \_\_\_\_\_

E-Mail \_\_\_\_\_

Unterschrift \_\_\_\_\_

Bitte Talon einsenden an: Stiftung Schweizer Sporthilfe,  
Postfach 163, 6055 Alpnach Dorf. Noch einfacher  
geht's per Fax: 041 672 90 39 oder per  
e-Mail: [mitglieder@sporthilfe.ch](mailto:mitglieder@sporthilfe.ch)  
mit dem Kennwort  
«Bulletin»

Text: Jeremy Field, Global Fixed Income Credit Research

## Sicher an die Inflation gekoppelt

Wer sein Geld verleiht, streicht dafür eine Rendite ein. Schwankungen der Inflationsrate werden zum Zeitpunkt des Kaufs zwar mit eingerechnet – die Erwartungen können sich jedoch als falsch erweisen. Inflationsgekoppelte Anleihen versprechen Schutz vor negativen Inflationsüberraschungen.

In den letzten Jahren verzeichneten die meisten OECD-Länder einen desinflationären Trend mit entsprechend tiefem Zinsniveau. Nun scheint eine Umkehr in dieser Entwicklung eingetreten zu sein. Angesichts der hohen Energie- und Rohstoffpreise und der anhaltend expansiven Fiskal- und Geldpolitik in den meisten Industrieländern scheint eine Absicherung gegen Inflationsrisiken zurzeit relativ attraktiv. Inflationsgebundene Anleihen bieten dem Anleger sowohl einen realen Ertrag als auch eine direkte Absicherung gegen Inflationsrisiken. Zudem ermöglichen sie eine Diversifizierung des Portfolios, da sie nur eine geringe Korrelation zu Staats- und Unternehmensanleihen sowie zu Aktien aufweisen.

### Anleihen und Inflation

Wenn ein Anleger einer Regierung durch den Kauf einer Anleihe Geld leiht, hofft er, dass die Zahlungsströme, die er während der Laufzeit dafür erhält, zumindest der Kaufkraft des von ihm ausgeliehenen Geldes entsprechen. Die Couponauszahlungen, die ein Anleger bei einer Staatsanleihe erhält, bestehen aus zwei Komponenten: einer realen Rendite, die dem Mindestsatz entspricht, zu dem die Investoren Geld auszuleihen bereit sind, und einer Komponente, die die Inflationserwartungen über die Laufzeit der Anleihe hinweg abdeckt. Diese zwei Komponenten zusammen werden als nominale Rendite bezeichnet.

Es existieren verschiedene Typen von inflationsgebundenen Anleihen. Bei den meisten werden sowohl der Nominalwert als auch

der Coupon an zwischenzeitliche Veränderungen im zu Grunde liegenden nationalen Verbraucherpreisindex (CPI) angepasst. Diese Anpassungen finden statt zwischen dem Emissionszeitpunkt und dem Zeitpunkt der Couponauszahlung oder der Coupon- und Nominalwertauszahlung bei Fälligkeit. Die Indexierung erfolgt mit einer zeitlichen Verzögerung, da die offiziellen CPI-Inflationszahlen erst im Nachhinein veröffentlicht werden. Inflationsgebundene Anleihen sind üblicherweise an die ersten veröffentlichten und noch nicht saisonbereinigten CPI-Zahlen gekoppelt. Spätere Revisionen der Zahlen werden nicht berücksichtigt.

### Warenkorb bestimmt Inflation

In die Berechnung der Inflationsrate fliessen mehrere Faktoren ein. Generell wird sie mit Hilfe eines repräsentativen Warenkorbs für einen durchschnittlichen Haushalt in einem bestimmten Jahr durchgeführt. Der Warenkorb spiegelt zahlreiche Produkte wider, beispielsweise die Kosten für Nahrungsmittel, Miete, Energie, Wasser und Ähnliches. Entsprechend der Preisveränderungen dieser Produkte ist die Inflationsrate einer steten Schwankung unterworfen. 1990 erreichte die US-Inflation zum Beispiel ein Hoch von 6,3 Prozent, im Februar 2002 lag sie bei einem Tief von 1,1 Prozent, und im September 2005 kletterte sie wegen der steigenden Energiepreise und der Zerstörungen durch die Hurrikane in den USA sprunghaft auf 4,7 Prozent an (siehe Grafik Seite 63).

Jeremy Field  
jeremy.field@credit-suisse.com

«Gerade jetzt lohnt sich ein Blick auf inflationsgebundene Anleihen sehr.»



Von 1987 bis etwa Ende 2004 haben die Bondrenditen die sinkenden Inflationserwartungen widerspiegelt und eher nach unten tendiert. In der letzten Zeit hat sich der Konsens bezüglich der Inflationserwartungen für die Jahre 2005 und 2006 in den meisten Ländern jedoch erhöht. Sollte nun die Inflation schneller ansteigen, als vom Anleger beim Kauf einer nicht inflationsgekoppelten Anleihe eingepreist, wird er auf realer Basis – inflationsbereinigt – Geld verlieren. Inflationsgebundene Anleihen dagegen sind Wertpapiere, deren jährliche Auszahlungen und Nominalwerte regelmässig an die offiziellen Zahlen des Verbraucherpreisindex angepasst werden.

Ein wichtiges Stichwort in diesem Zusammenhang ist die so genannte Break-even-Inflation. Für inflationsgekoppelte Anleihen entspricht sie im Wesentlichen der Differenz zwischen der ausgewiesenen nominalen Rendite einer Staatsanleihe (mit vergleichbarer Laufzeit) und der ausgewiesenen realen Rendite der inflationsgebundenen Anleihe. Stimmen die eingepreiste und die tatsächliche Inflationsrate überein, so spielt es keine Rolle, ob sich ein Anleger in einer konventionellen Staatsan-

leihe oder einem inflationsgebundenen Bond mit gleicher Laufzeit engagiert.

Die Break-even-Inflation widerspiegelt die Inflationserwartung des Marktes für eine gegebene Laufzeit.

### Schlussfolgerungen und Empfehlungen

Nun haben die jüngsten makroökonomischen Entwicklungen zu höheren Inflationserwartungen geführt, was einen Blick auf inflationsgebundene Anleihen lohnenswert macht. Wie oben erklärt bieten diese Anleihen einen gewissen Schutz gegen zukünftige Inflationsrisiken. Bei Fälligkeit wird der inflationsbereinigte Nominalwert ausbezahlt, und die regelmässig erfolgenden Couponauszahlungen werden auf der Grundlage des inflationsbereinigten Nominalwertes berechnet. Die Inflationsanpassung des Coupons basiert auf der zeitlich verzögerten CPI-Inflationsrate. Die meisten inflationsgebundenen Anleihen sind ausserdem mit einer Deflations-Schutzklausel ausgestattet, die bei Laufzeitende mindestens eine Rückzahlung zu pari garantiert, falls die CPI-Inflation am Ende der Laufzeit unter das Niveau bei der Emission gesunken sein sollte.

Die verwendeten CPI-Indizes sind in der Regel nicht saisonbereinigt, wodurch sich die Transparenz erhöht. Inflationsgebundene Anleihen sind eine eigene Asset-Klasse, die ein wertvolles Mittel zur Portfoliodiversifizierung darstellen. Für Privatanleger stehen Anlagefonds in verschiedenen Währungen zur Verfügung. <

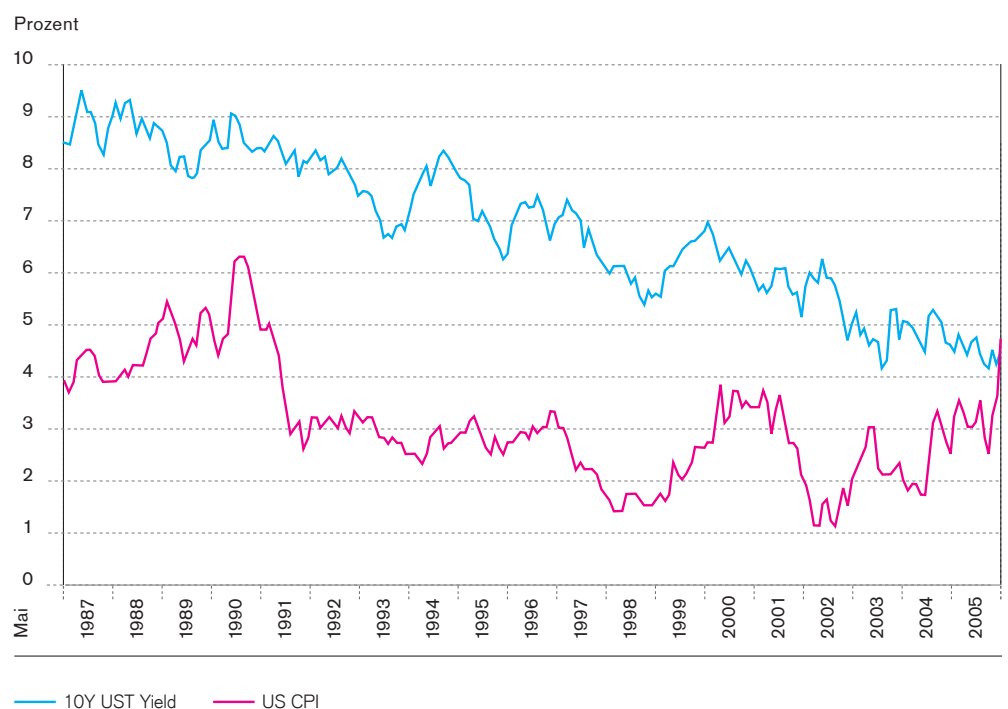
### Die Schweiz hält sich zurück

Von den Regierungen zahlreicher Industrieländer werden inflationsgebundene Anleihen emittiert. Die Jahreszahlen in Klammern beziehen sich auf die erstmalige Ausgabe solcher Anleihen: Grossbritannien (1981), Australien (1985), Kanada (1991), Schweden (1994), USA (1997), Frankreich (1998) und Italien (2003). Die Schweiz hat noch nie eine inflationsgebundene Anleihe emittiert.

### US-CPI und Rendite des 10-jährigen US-Treasury

Die Grafik zeigt die Entwicklung des US-Verbraucherpreisindex (CPI) und die Rendite auf Verfall des nicht inflationsgekoppelten 10-jährigen US-Treasury-Bonds.

Quelle: Bloomberg, Credit Suisse





Text: Elke Hanschel, Economic Research

# Megatrends als Wachstumstreiber

In ihrer Prognose bis 2010 zählen die Ökonomen der Credit Suisse die Hightech-Industrie und die wissensbasierten Dienstleistungen zu den zukunftssträchtigen Branchen. Insbesondere die Finanzdienstleister, aber auch die Chemie, die Pharma- und Kunststoffindustrie sind als Wachstumsbranchen der Schweizer Wirtschaft einzustufen.

Das Wachstum der Schweizer Wirtschaft, gemessen anhand des Bruttoinlandprodukts (BIP), hat sich seit den Neunzigern deutlich abgeschwächt. Die Globalisierung hat zum verschärften Wettbewerb beigetragen, aber auch neue Chancen eröffnet. Dies ist die Ausgangslage für eine mittelfristige Einschätzung der Zukunftsperspektiven der Schweizer Branchen.

Neben einer quantitativen Prognose wurden die Zukunftsperspektiven der Branchen durch eine qualitative Bewertung anhand von «Megatrends» beurteilt. Diese wirken zwar zum Teil bereits heute, doch sie sind auch in Zukunft wachstumstreibende Faktoren.

## Nachfrage:

- Gesundheitsbewusstsein und Wellness-Gedanke
- Erlebnis- und Freizeitorientierung, Convenience im Konsum
- Umwelt- und Sozialbewusstsein
- Mobilität

## Angebot:

- Globalisierung
- Tertiarisierung der Wirtschaftsstruktur (Wandel von der Industrie- zur Dienstleistungsgesellschaft)
- Kommunikationstechnologien und Digitalisierung

## Gesellschaft/Politik:

- Alterung der Bevölkerung
- Deregulierung

Im Rahmen eines Scoring-Modells wurde jeder Megatrend danach beurteilt, ob er einen deutlich positiven Einfluss auf das zukünftige Wachstum der jeweiligen Branche hat oder nicht (siehe Grafik Seite 65).

## **Welche Branchen profitieren?**

Die Finanzdienstleistungen, die Elektroindustrie und die Präzisionsinstrumentenhersteller sowie die Chemie, die Pharma- und die Kunststoffindustrie können von den langfristig wach-

tumstreibenden Megatrends stark profitieren; die Landwirtschaft und die Nahrungsmittelindustrie sowie der Bau und die Bauzulieferer werden hingegen nur marginal von den Megatrends profitieren.

**Finanzdienstleister:** Die Finanzdienstleister stehen einem steigenden Versicherungsbedarf im In- und Ausland gegenüber. Die private Altersvorsorge wird immer wichtiger, die staatlichen Renten stehen wegen der alternden Bevölkerung auf einer immer schwächeren Basis. Durch die Globalisierung und Deregulierung von wachstumsträchtigen Finanzmärkten wie in China erhalten die Schweizer Finanzdienstleister Zugang zu Märkten mit vielversprechenden Perspektiven.

**Chemie, Pharma-, Kunststoffindustrie:** Ausgerichtet auf Hightech und forschungsintensive Segmente, profitiert die Schweizer chemisch-pharmazeutische Industrie auch vom zunehmenden Gesundheitsbewusstsein. Bei der Pharmabranche sorgen die alternde Bevölkerung und verbesserte Behandlungsmöglichkeiten für ein gutes Nachfragepotenzial.

Die Globalisierung erhöht den Konkurrenzdruck in der Kunststoffindustrie, denn immer mehr Hersteller aus günstig produzierenden Ländern drängen mit ihren Massenprodukten auf den Markt. Dennoch sollte eine Reihe von Kunststoffherstellern mit innovativen und wertschöpfungsintensiven Produkten, wie für die Herstellung von Autos, ihre Stellung auf dem Weltmarkt behaupten können.

**Unternehmensdienstleistungen:** Als wissensbasierte Branche werden auch die Unternehmensdienstleistungen aufgrund der Tertiarisierung der Wirtschaft weiterhin deutlich wachsen. Bei den Unternehmensdienstleistungen wirkt sich ausserdem die steigende wirtschaftliche Verflechtung günstig aus. So wird bei Restrukturierungen oder Auslagerungen von Tätigkeiten gerne auf Dienstleistungen von Beratern zurückgegriffen.

**Telekom, Informatik:** Die Telekommunikation und die Informatik profitieren von der Terti-

Elke Hanschel  
elke.hanschel@credit-suisse.com

«Die Arbeitsproduktivität muss gezielt gesteigert werden.»



arisierung der Wirtschaft und von der immer stärkeren Durchdringung der Kommunikationstechnologien.

#### Traditionelle Branchen kaum beeinflusst

**Landwirtschaft, Nahrungsmittel:** Von der Deregulierung wird besonders die Landwirtschaft kaum profitieren können. Gewisse Nachfrageschiebungen ergeben sich bei Nahrungsmitteln, da beispielsweise mehr Bioprodukte oder Nahrungsmittel mit gesundheitsfördernden Zusätzen gekauft werden, doch insgesamt ist die Nachfrage gesättigt.

**Bau und Bauzulieferer:** Der Bau und die Bauzulieferer werden von den Megatrends ebenfalls weniger berührt. Beispielsweise

haben die Trends zur Mobilität, zur Freizeitorientierung oder zur Kommunikation und Digitalisierung keinen unmittelbaren wachstumsfördernden Effekt. Der Bau profitiert allenfalls marginal vom steigenden Umweltbewusstsein, indem vermehrt gesundheitsverträgliche Materialien eingesetzt werden.

Einige Schweizer Branchen werden von den längerfristigen Megatrends deutlich profitieren. Aber es gibt auch eine Anzahl von eher standortgebundenen oder abgeschotteten Branchen, deren Wachstumspotenzial als weniger gut eingestuft wird. Im Wesentlichen gilt es, die Arbeitsproduktivität gezielt zu steigern und die komparativen Vorteile der Schweizer Wirtschaft auszubauen, was das Wirtschafts-

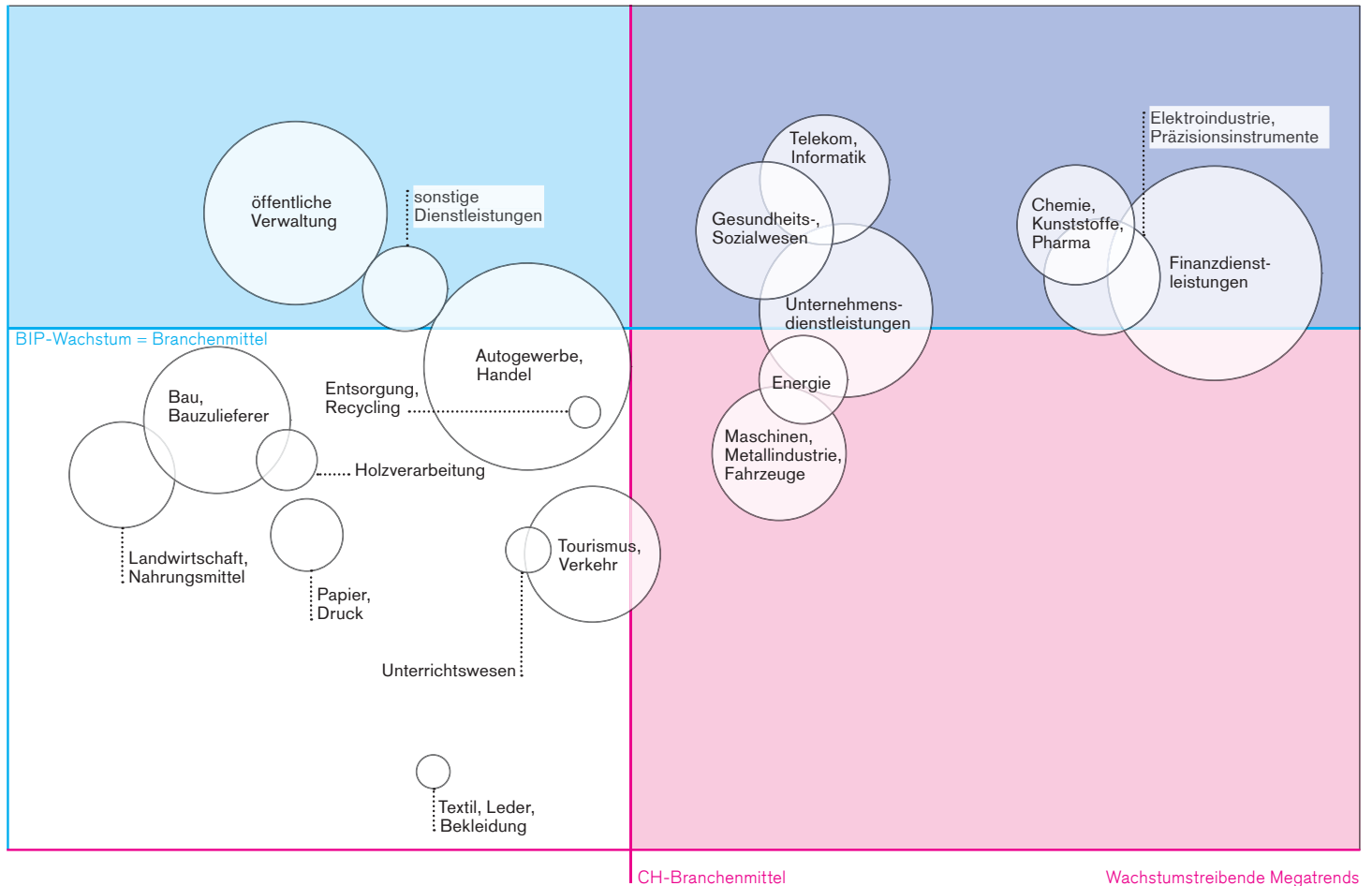
wachstum unterstützt. Vorwiegend auf den Gebieten der technologischen Leistungsfähigkeit und Innovationskraft besteht noch Potenzial, das nach dem Motto «Wissen in Wachstum wandeln» weiter gefördert werden sollte.

Studien des Economic Research zum Thema:  
> Schweiz im Wandel – Branchen als Bausteine des Wachstums, Economic Briefing Nr. 41, Oktober 2005, [www.credit-suisse.com/research](http://www.credit-suisse.com/research) (Publikationen > Economic Briefing)  
> Tieferes Potenzialwachstum in der Schweiz, Swiss Issues, Juni 2005, [https://entry4.credit-suisse.ch/csfs/research/p/d/de/schweiz/konjunktur/media/pdf/kon\\_swiss\\_potential\\_0506\\_de.pdf](https://entry4.credit-suisse.ch/csfs/research/p/d/de/schweiz/konjunktur/media/pdf/kon_swiss_potential_0506_de.pdf)

#### Wer wächst und wer eher nicht – eine Prognose bis zum Jahr 2010

Auf der horizontalen Achse ist der Index der wachstumstreibenden Megatrends abgetragen. Den Megatrends gegenübergestellt ist auf der vertikalen Achse eine Trendprognose für die Bruttowertschöpfung (BWS) der Schweizer Branchen. Bei dieser Trendprognose wird angenommen, dass das gesamte Bruttoinlandprodukt (BIP) der Schweiz bis 2010 mit real 1,2 Prozent pro Jahr wächst. Die Grösse der Blasen veranschaulicht die relative Bedeutung der Branchen für die Schweizer Wirtschaft gemäss der Bruttowertschöpfung des Jahres 2004. Quelle: Bundesamt für Statistik, Credit Suisse Economic Research

Wachstum der Bruttowertschöpfung 2004–2010 (pro Jahr)



Text: Olivier P. Müller, Equity Sector Research

# Innovation nährt das Wachstum der Nahrungsmittelbranche

Um sich im Nahrungsmittelsektor erfolgreich zu behaupten, sind die Hersteller auf neue, innovative Produkte angewiesen. Sie sorgen für höheres, organisches Wachstum und bessere Margen.

In den vergangenen Jahren hat im Nahrungsmittelsektor die Macht der Preisfestsetzung kontinuierlich abgenommen. Durch die intensive Wettbewerbssituation, aber auch durch das Aufkommen von Eigenmarken der Grossverteiler ist es vielen Nahrungsmittelunternehmen nicht mehr so einfach möglich, Preiserhöhungen auf die Kunden zu überwälzen. Darüber hinaus sieht sich der Konsumgütersektor heute einem Umfeld von verhaltener Konsumentenstimmung in Europa, Inflationsängsten, steigenden Rohstoffkosten, zunehmenden Marketingkosten und Konsolidierung gegenüber. Entsprechend sind im heutigen kompetitiven Umfeld organische Wachstumsraten im tiefen einstelligen Prozentbereich die Regel. Nur wenigen Unternehmen gelingt es, sich mit ihrer Wachstumsrate vom Sektordurchschnitt abzuheben.

## Wachstum und höhere Margen

Angesichts dieses schwierigen Umfeldes kommt im Streben nach höheren Wachstumsraten und Margenerhöhungen der Innovation eine entscheidende Rolle zu, und zwar im Sinne von Produkt- und Prozessinnovationen, aber auch zur Verkürzung der Zeitspannen von der Entwicklung bis zur Marktlancierung («time to market») im gesamten Konsumgütersektor, insbesondere auch bei den Nahrungsmittelproduzenten. Dort sind innovative Produkte der Schlüssel für künftiges, stabiles Umsatzwachstum schlechthin, sowohl preis- als auch volumengetrieben. Neue Produkte sorgen für höheres organisches Umsatzwachstum und bessere Margen. Der Preisspielraum nach oben ist für diese Produkte mangels Wettbewerb grösser als bei etablierten, bekannten Produkten.

Die Kunden sind eher bereit, höhere Preise zu zahlen, wenn die neuen Produkte ihnen einen grösseren oder neuen, zusätzlichen Nutzen bringen. Mit anderen Worten: Je innovativer ein Produkt ist, desto tiefer die Preiselastizität der Nachfrage. Haben die Kunden den Zusatznutzen erkannt, steigt auch die nachgefragte Menge. Zusatznutzen von Nahrungsmitteln können unter anderem Gesundheit und Wohlbefinden, einfache Handhabung, aber auch Modeströmungen sein. Dies wird beispielsweise durch neue Produkte, die Anwendung von neuen Technologien oder die Beigabe von Zusatzstoffen erreicht. Aktuelle Beispiele dafür sind die Produkte Evolus oder Benecol von Emmi, die den Blutdruck oder den Cholesterinspiegel positiv beeinflussen. Dies schliesst eine Fokussierung von einzelnen Unternehmungen auf höherwertige Nischen- oder Premiumprodukte nicht aus. Weitere herausragende Beispiele für Unternehmen, die sich im Nahrungsmittelsektor als besonders innovativ auszeichnen wären, Lindt & Sprüngli, Danone sowie Nestlé.

## Reaktionsschnelle Lindt & Sprüngli

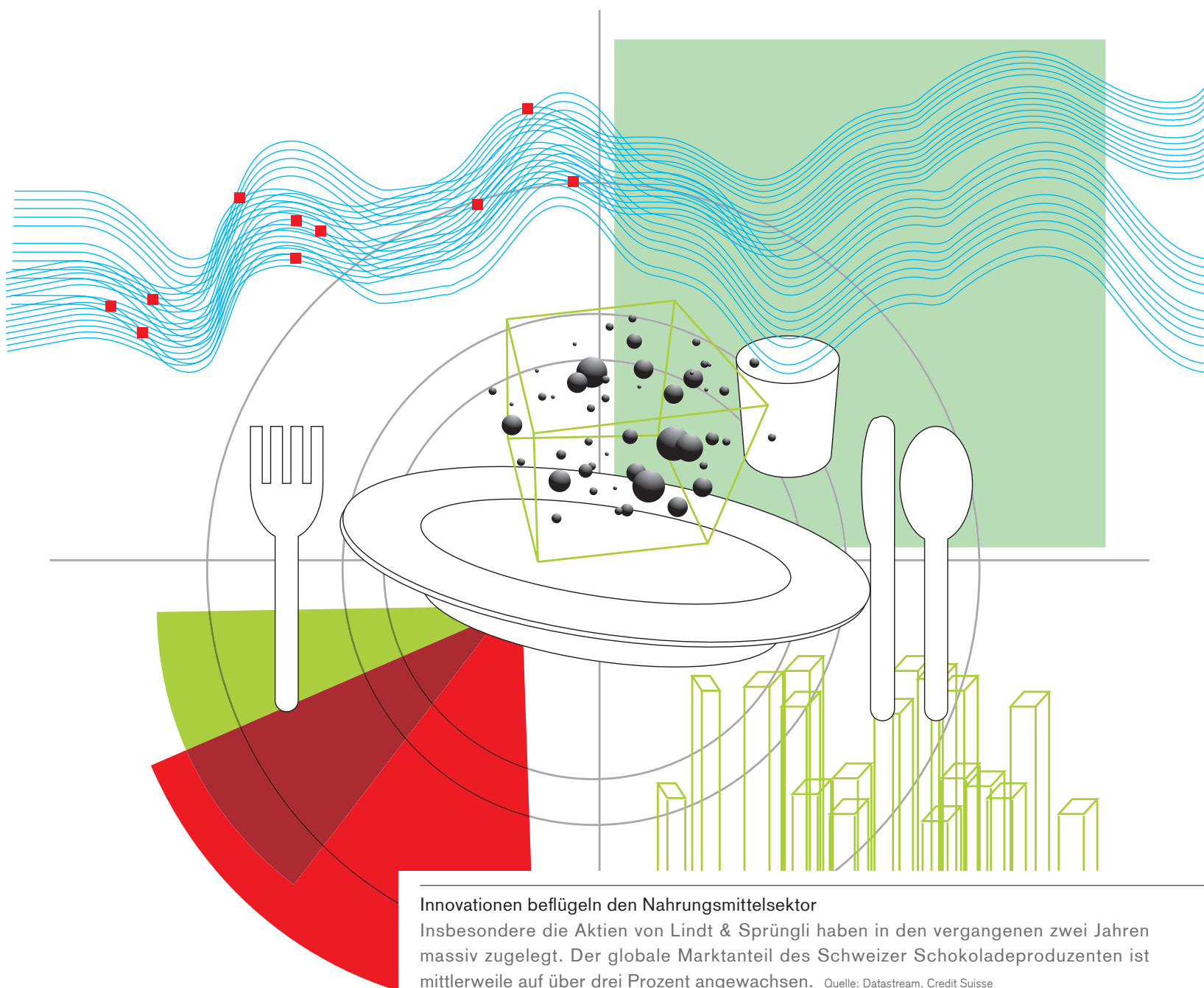
Lindt & Sprüngli hat sich als Anbieter im Premiumsegment für Schokolade etabliert. Dank ihrer hohen Innovationskraft als wichtigster Treiber und der steigenden Präsenz in neuen, wachstumsträchtigen Märkten ist es dem Schokoladeproduzenten aus Kilchberg gelungen, über Jahre sowohl preis- als auch volumengetrieben gute Umsatzwachstumsraten von acht bis neun Prozent pro Jahr zu erwirtschaften. Dabei stiegen die operativen Margen kontinuierlich an und der globale Marktanteil ist inzwischen auf gut drei Prozent >

Olivier P. Müller  
olivier.p.mueller@credit-suisse.com

«Je innovativer ein Produkt ist, desto tiefer die Preiselastizität der Nachfrage.»



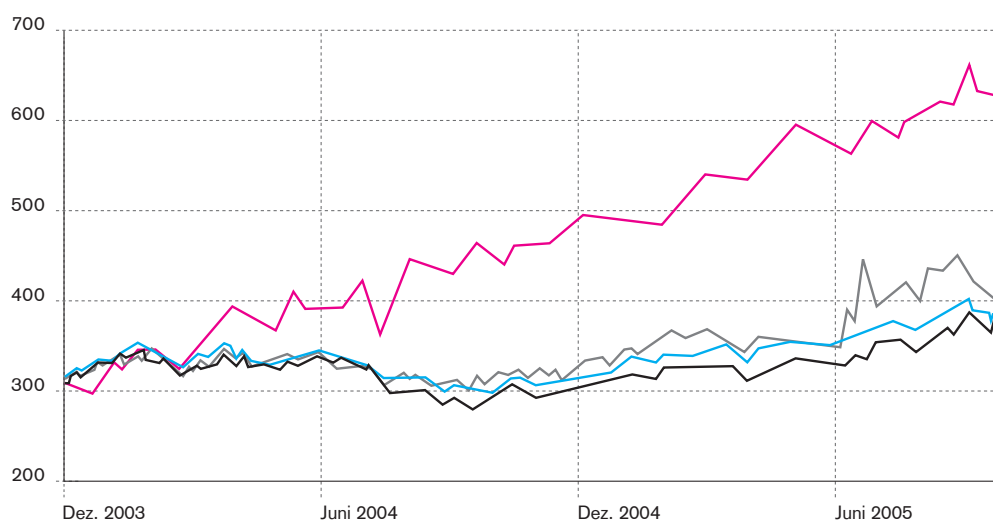




### Innovationen beflügeln den Nahrungsmittelsektor

Insbesondere die Aktien von Lindt & Sprüngli haben in den vergangenen zwei Jahren massiv zugelegt. Der globale Marktanteil des Schweizer Schokoladeproduzenten ist mittlerweile auf über drei Prozent angewachsen. Quelle: Datastream, Credit Suisse

Preis in CHF



— Nestlé — Lindt & Sprüngli PS (adjusted) — Danone (adjusted) — MSCI Europe Food Producer (adjusted)

Erich J. Windhab

Leiter Institut für Lebensmittel- und Ernährungswissenschaften, ETH Zürich

«Der Gesundheitsfaktor ist zentral»



#### Welches sind die Trends hinsichtlich Innovationen im Lebensmittelbereich?

Die Produkte tendieren weiter in Richtung «safe and healthy convenience food».

Die Lebensmittel sollen schnell und einfach in der Zubereitung, toxikologisch/hygienisch sicher, ernährungsphysiologisch unbedenklich oder gar gesundheitsförderlich und ausserdem «gartenfrisch» sein. Der Gesundheitsfaktor ist zentral, so können bestimmte Inhaltskomponenten das Risiko für kardiovaskuläre oder Krebserkrankungen reduzieren. Bei der Herstellung geht es primär darum, die Produktion von Lebensmitteln mit den gewünschten Eigenschaften technisch gezielt und einfach zu ermöglichen.

#### Welche Rolle spielt die Schweiz hier im internationalen Vergleich?

Eine grosse. Firmen wie Nestlé geben massgeblich den Takt an in der internationalen Lebensmittelforschung. Auch die ETH spielt eine wichtige Rolle sowie das Swiss Food Net, ein Netzwerk der Schweizerischen Lebensmittelforschung, das eine koordinierte Zusammenarbeit ermöglicht. Beachtenswert ist die Effizienz, mit der Erkenntnisse aus der Hochschulforschung auch in neue Lebensmittelprodukte einfließen, die den Weg in die Regale der Grossverteiler schaffen.

#### Ist die Spitze der allgemeinen Biowelle überschritten?

Die Biowelle hat ihre Daseinsberechtigung ganz klar etabliert. Sie kann noch etwas ausgebaut werden, aber grundsätzlich scheint ein Sättigungszustand nahezu erreicht zu sein. Was die Zukunft bringt, hängt jedoch gerade hier sehr stark von der Entwicklung des Umweltzustandes und daraus gegebenenfalls entstehender neuer, zusätzlicher Notwendigkeiten ab. OS

angewachsen. Dank einer dezentralen Organisation mit Länderverantwortlichen ist es Lindt & Sprüngli möglich, mit einem kurzen «time to market» innovative Produkte herzustellen und schnell auf Konsumententrends zu reagieren. So lancierte Lindt & Sprüngli in der letzten Zeit beispielsweise die Excellence-Produktreihe. Die Produktpflege bedarf einer laufenden Erneuerung bezüglich Rezeptur, aber auch bei Verpackung und Format. Deshalb wird bei Lindt & Sprüngli jährlich ein grosser Teil des Produktportfolios einem Erneuerungsprozess unterzogen. Innovationen dürften es Lindt & Sprüngli auch in den nächsten Jahren erlauben, die angestrebten fünf bis sieben Prozent Umsatzwachstum jährlich dank Preiserhöhungen und Volumenzuwachsen zu erreichen. Der Markt erwartet ein entsprechend hohes Umsatz- und Margenwachstum.

#### **«Gesunde» Milchprodukte von Danone**

Danone verzeichnet regelmässig deutlich überdurchschnittliche preis- und volumengetriebene Umsatzwachstumsraten. Danone hat ein Portfolio von drei Geschäftsbereichen mit guten Marktpositionen: Kekse und Getreideprodukte (Biscuits & Cereal Products), Milchprodukte (Fresh Dairy) und Getränke (Beverages). Danone ist weltweit Nummer eins in Fresh Dairy, zusammen mit Nestlé Nummer eins im Wassergeschäft und Nummer zwei im Biscuit-Geschäft. In allen drei Bereichen, insbesondere bei Fresh Dairy und zunehmend auch bei den Getränken, zeichnet sich Danone durch eine hohe Innovationsintensität aus: Im Bereich Fresh Dairy werden immer wieder neue Milchprodukte mit gesundheitsfördernden Zusatzstoffen herausgebracht, wie beispielsweise die Produkte Activia, Actimel oder auch das cholesterinsenkende Danacol. Im Getränkebereich wird das Portfolio von Mineralwasser durch innovative «enhanced waters» (angereicherte Wässer), «functional drinks» und «flavored waters» (aromatisierte Mineralwässer – Volvic) ergänzt, um ihr Mineralwasserportfolio als Gegengewicht zu den Süssgetränken zu positionieren.

#### **Nestlé: mehr als nur Nahrungsmittel**

Bei Nestlé nimmt Innovation einen zunehmend wichtigen Stellenwert ein, und das Unterneh-

men hat am Investorentag letzten Juni nochmals betont, dass Innovation und Renovation Teil ihrer Vier-Säulen-Strategie sei. Im Rahmen ihrer strategischen Transformation versteht sich Nestlé nicht mehr nur als reiner, traditioneller Nahrungsmittelproduzent, sondern als Anbieter von Health- und Wellnessprodukten im Nahrungsmittelbereich. Nestlés Schlagworte «Nutrition» und «WellNes» sowie der Slogan «Good Food, Good Life» illustrieren das. Im Rahmen dieses strategischen Wandels spielt Innovation und Renovation eine zentrale Rolle. Nestlé hat zahlreiche neue und vielversprechende Produkte eingeführt: beispielsweise ein mit der «slow churned»-Technologie hergestelltes Light-Glacé bei Dreyer's in den USA, die in der Schweiz eingeführten Findus Hot Pockets oder die Cailler Création Brownies.

Das Unternehmen beginnt nun auch verstärkt die Früchte der bedeutenden Investitionen in Forschungs- und Entwicklungstätigkeiten (1,6 Prozent vom Umsatz) zu ernten: So verzeichnen die Neuproduktentwicklungen der letzten Jahre überdurchschnittlich hohe Umsatzwachstumsraten und gute Margen, wie das in den Neunzigerjahren lancierte Nespresso-system, das in den ersten neun Monaten des laufenden Jahres eine Umsatzwachstumsrate von 30 Prozent erzielt hat und im Jahr 2006 eine Milliarde Schweizer Franken zum Umsatz beitragen dürfte. Nestlé verfügt neben einem ansprechenden Portfolio von neuen Produkten auch über Markenzusatzstoffe («branded active benefits»), die einen positiven Zusatznutzen für den Verbraucher bieten, so zum Beispiel LC1 oder Bifidus BL, die das Immunsystem stärken. Auch im Mineralwasserbereich hat sich Nestlé innovativ gezeigt, zum Beispiel mit Mineralwässern mit Geschmack (Vittel, Contrex) oder dem Zusatz von Kräuteressenzen.

#### **Innovation bleibt entscheidend**

Fazit: Wir gehen davon aus, dass es für den Nahrungsmittelsektor künftig immer entscheidender sein wird, seine Produktportfolios langfristig so zu verändern, dass der Anteil an innovativen Produkten ansteigt. Damit steigt auch langfristig das Wachstums- und Rentabilitätsprofil dieser Unternehmen. Wir denken, dass Innovation über die nächsten Jahre einer der wichtigsten Trends im Sektor sein wird. <

Im Weltinnenraum des Kapitals –  
Für eine philosophische Theorie der Globalisierung



Losing my Virginity –  
Business ist wie Rock'n'Roll



Von Peter Sloterdijk, gebundene Ausgabe, 415 Seiten,  
ISBN 3-518-41676-6

Von Richard Branson, Taschenbuch, aktualisierte Ausgabe,  
535 Seiten, ISBN 3-453-64005-5

Peter Sloterdijk ist der Star unter den deutschen Philosophen, spätestens seit seinen «Regeln für den Menschenpark», deren mediales Echo nach dem Erscheinen 1999 lange nicht verhallen wollte. Sein neuestes Werk widmet der Professor für Ästhetik und Philosophie einem «Unternehmen, von dem man nicht weiss, ob man es unzeitgemäss oder unmöglich nennen soll». Das Buch soll nichts weniger als «Umriss» einer Theorie der Gegenwart liefern.

Gleich vorweg: Dieses Buch sollte man nicht im Zug lesen, es sei denn, man möchte die Mitpendler beeindrucken. Frei nach dem grossen deutschen Literaturkritiker Reich-Ranicki: «Dies ist ein schwieriges Buch!» Manchmal stellt sich beim Lesen jedoch die Frage, wer denn nun den Faden verloren hat: der Leser oder der Autor?

Wortgewaltig und bisweilen sogar mit einer Prise Humor rückt der Philosoph dem oft durchgekauften, bislang jedoch fast ausschliesslich ökonomisch diskutierten Phänomen der Globalisierung auf den Leib und die Diskussion in das für ihn rechte Licht, denn er ist überzeugt: «Raubkopien der Ahnungslosigkeit zirkulieren frei um die ganze Welt.»

Das Buch zerfällt in zwei Teile: «Zur Entstehung des Weltsystems» und «Das grosse Interieur». Sloterdijk vertritt die These: Was heute mit Globalisierung bezeichnet wird, ist bloss die Endphase eines Prozesses, den Kolumbus einst in Gang setzte. Der «kapitalistische Weltinnenraum» ist die letzte Phase der Globalisierung. Eine grosse Komfortzone ist entstanden, dem berühmten Londoner Kristallpalast gleich, in der mit den Globalisierungsgewinnen allerdings nur ein Viertel der Menschheit Platz findet. Der Rest muss draussen bleiben und warten auf die neue, hoffnungsvolle Ära, die sich für den Philosophen bereits am Horizont abzeichnet: das Solarzeitalter. Ruth Hafen

Richard Bransons Autobiografie startet – ähnlich einem Buch von Karl May – in der Wüste und erzählt von einem seiner vielen abenteuerlichen und medienwirksamen Ausflüge, diesmal per Luftballon, für die Branson ebenso bekannt geworden ist wie für sein Business-Imperium. Ebenfalls wie ein Schinken von Karl May ist diese Autobiografie spannend geschrieben, wenn sie manchmal auch etwas gar in nettes Geplauder abfällt. Über weite Strecken werden dem Leser Reminiszenzen aus dem Leben eines bunten Wirtschaftshundes serviert; harte Facts über Börsengänge, Firmenakquisitionen und Geschäftspleiten wechseln sich ab mit Ballonabstürzen, Atlantiküberquerungen per Schnellboot, Inselkäufen und natürlich immer wieder Interna aus dem Rockbusiness. «Die Rockindustrie ist ein Paradebeispiel für Kapitalismus in seiner grausamsten Form», musste Branson schon bald nach seiner Etablierung in diesem Business erkennen.

Der Selfmademan begann seine Karriere im Teenageralter als Herausgeber einer Studentenzeitung. Da er er als Legastheniker mit der schriftlichen Form auf Kriegsfuss stand, musste er seine Managerqualitäten per Telefon unter Beweis stellen. Nach der Studentenzeitung folgten der Plattenversandhandel, der erste Plattenladen, ein Tonstudio, ein eigenes Label, ein Buchverlag, eine Fluggesellschaft. Kaum ein Geschäftszweig, in den er nicht gerne seine Nase reinsteckt: Branson ist ein Vollblutunternehmer. Eindrücklich auch seine Geschäftsphilosophie: «Wenn Gewinnerzielung das einzige Motiv ist, sollte man besser die Finger davon lassen. Ein Geschäft muss einen persönlich berühren; es muss Spass machen und die Kreativität anregen.» Zum guten Riecher gesellt sich bei Branson auch der clevere Umgang mit den Medien, die – wie dieses Buch – nicht unwesentlich zu seinem Ruf als Businesspirat beitragen. Ruth Hafen

Impressum: Herausgeber Credit Suisse, Postfach 2, 8070 Zürich, Telefon 044 333 11 11, Fax 044 332 55 55 Redaktion Daniel Huber (dhu) (Leitung), Marcus Balogh (ba), Michèle Bodmer (mb), Ruth Hafen (rh), Andreas Schiendorfer (schi), Olivia Schiffmann (os), Andreas Thomann (ath), Rebecca Schraner (rs) (Volontariat) E-Mail [redaktion.bulletin@credit-suisse.com](mailto:redaktion.bulletin@credit-suisse.com) Internet [www.credit-suisse.com/emagazine](http://www.credit-suisse.com/emagazine) Marketing Veronica Zimmic, Telefon 044 333 35 31 Korrektorat text control, Zürich Gestaltung [www.arnolddesign.ch](http://www.arnolddesign.ch): Daniel Peterhans, Karin Bolliger, Urs Arnold, Georgina Balint, Arno Bandli, Benno Delvai, Renata Hanselmann, Annegret Jucker, Alice Kälin, Monika Isler und Petra Feusi (Planung und Durchführung) Inserate Yvonne Philipp, Strasshus, 8820 Wädenswil, Telefon 044 683 15 90, Fax 044 683 15 91, E-Mail [yvonne.philipp@bluewin.ch](mailto:yvonne.philipp@bluewin.ch) Beglaubigte WEMF-Auflage 2004 129620 Druck NZZ Fretz AG/Zollikofer AG Redaktionskommission Gaby Bischofberger (Internet Banking Services), René Buholzer (Head of Public Affairs Credit Suisse Group), Othmar Cueni (Head of Corporate & Retail Banking Northern Switzerland, Private Clients), Monika Dunant (Head of Public Relations Credit Suisse), Eva-Maria Jönen (Customer Relation Services, Marketing Winterthur Insurance), Charles Naylor (Chief Communications Officer Credit Suisse Group), Fritz Stahel (Credit Suisse Economic Research), Bernhard Tschanz (Head of Research Switzerland), Burkhard Varnholt (Head of Financial Products), Christian Vonesch (Leiter Marktgebiet Privatkunden Zürich) Erscheint im 111. Jahrgang (5 x pro Jahr in deutscher, französischer und italienischer Sprache). Nachdruck gestattet mit dem Hinweis «Aus dem Bulletin der Credit Suisse». Adressänderungen bitte schriftlich und unter Beilage des Original-Zustellcouverts an Ihre Credit Suisse Geschäftsstelle oder an: Credit Suisse, ULAZ 12, Postfach 100, 8070 Zürich.

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





Nikolaus Gelpke: «Für mich sind die Berge eigentlich nur erträglich, wenn ich oben bin.»

Text: Daniel Huber Foto: Mathias Bothor

# «Die Schweiz ist extrem weltoffen»

Im Zeitschriftenmarkt sind Erfolgsgeschichten rar. Eine dieser wenigen Ausnahmen ist das deutsche «mare», das sich dem Thema Meer verschreibt. Gründer, Verleger und Chefredaktor ist der Schweizer Nikolaus Gelpke.

Bulletin: Sagen Sie mir spontan drei Stichworte, wofür der Begriff Schweiz für Sie persönlich steht.

Nikolaus Gelpke: Zurückhaltung, vielleicht auch etwas Angst und gleichzeitig extrem weltoffen.

## Weltoffen?

Ich kenne kein anderes Land, das so klein und unwichtig ist wie die Schweiz und doch so wahnsinnig international. Nehmen Sie nur schon mal das Schweizerdeutsch. Keine andere Sprache adaptiert und integriert meines Wissens so selbstverständlich Begriffe aus anderen Sprachen, insbesondere aus dem Englischen. Ob man das mag oder nicht, ist eine andere Frage. Oder auch der ganze Kulturbereich: Die Szenen in Zürich und Basel sind doch unglaublich international. In Hamburg

bemüht man sich diesbezüglich wie wahnsinnig, in Zürich ist es einfach so.

## Wie erklären Sie sich das?

Ich kann eigentlich nur mutmassen. Vermutlich spielt die Geschichte eine Rolle, aber sicher ist es auch eine Charaktersache – raus aus der Enge. Daneben konnten es sich die Schweizer vermutlich auch immer leisten.

## Vermissen Sie als Schweizer im flachen Norddeutschland nicht die Berge?

Kaum. Für mich sind die Berge eigentlich nur erträglich, wenn ich oben bin. Doch das alltägliche Leben spielt sich im Unterland ab, und da sind die Berge meist wolkenverhangene, düstere Geschichten. Unten im Tal, zwischen den Bergen, neige ich gar zu Depressionen. Die Sehnsucht für die Weite kann ich hier an der Ostsee besser stillen.

## Fühlen Sie sich überhaupt noch als Schweizer?

Deutschen Freunden sage ich gerne scherzhaft, dass wir Schweizer einfach die besseren Deutschen sind. Damit meine ich: seriöser, ernsthafter und pünktlicher. Obwohl ich mittlerweile länger in Deutschland gelebt habe als in der Schweiz, mache ich bei mir immer noch vermeintlich typisch schweizerische Charakterzüge aus, die ich sehr schätze. Mir ist es zum Beispiel sehr wichtig, die Kosten in den Griff zu bekommen. Ich empfinde eine grosse Lust zu sparen – auch hier im Verlag. So habe ich in den letzten zwei Jahren die Bilanzen durch Kosteneinsparungen deutlich verbessert.

## Ist es nur Lust oder auch Druck, dass Sie diesen Sparkurs fahren?

Seit wir zusätzlich zu Magazin, Fernsehen und Radio vor drei Jahren auch noch den Buchverlag gegründet haben, ist die Marke «mare» klar stärker geworden, was sehr gut ist. Das hat aber auch Geld gekostet. Die Lage ist zwar nicht dramatisch, aber der Druck ist schon da.

So haben wir von unseren Geldgebern auch erstmals eine Zeitlimite gesetzt bekommen, bis wir schwarze Zahlen schreiben müssen.

## Wie schweizerisch ist Ihr «mare»-Heft?

Eigentlich sehr schweizerisch. Ich habe meine Idee eines Heftes übers Meer zusammen mit zwei Schweizerinnen und einer Deutschen ins Leben gerufen. Und wir aus der Schweiz sind alle drei mit «du»-Abonnements aufgewachsen. Entsprechend hat das «du» der damaligen Zeit auch unübersehbar das «mare» geprägt. Der frühere Chefredaktor, Dieter Bachmann, hat mir denn auch prompt kurz nach dem Erscheinen der ersten Ausgabe zur guten Kopie seines Heftes gratuliert, was aber durchaus anerkennend gemeint war.

## Wirtschaftlich gesehen ist das «du» ein schlechtes Vorbild. Schliesslich wurde es vom Tages-Anzeiger-Verlag mangels Erfolg verkauft. Was machen Sie anders?

Wir sind von unseren Themen her näher bei der Masse. So machen wir nächstes Jahr zum Beispiel ein Heft über Delfine und nicht etwa über irgendeinen exotischen Trommler. Auch achten wir darauf, dass wir nicht zu textlastig sind. Das alte «du» hatte Bleiwüsten geradezu zelebriert. Wir verstehen uns als Kulturreportage-Magazin. Dazu gibt es noch ein Phänomen, das gegen das «du» sprach. Schweizer Magazine haben es auf dem deutschen Markt sehr schwer und werden, wenn überhaupt, nur sehr marginal wahrgenommen. Gänzlich inexistenz sind im übrigen österreichische Hefte.

## Mit anderen Worten: Als Schweizer muss ich nach Deutschland, um ein neues Magazin herauszubringen, weil die Schweizer gerne deutsche Hefte lesen und diese auch kaufen, aber nicht umgekehrt.

Das hat schon was. Interessanterweise sind Schweizer und österreichische Journalisten >

## Zur Person

Der 43-jährige Nikolaus Gelpke wuchs in Zürich auf. Nach der Matura verbrachte er fast ein Jahr bei der Meereskundlerin Elisabeth Mann Borgese in Halifax. Auf ihr Anraten studierte er in Kiel Meeresbiologie. Später baute er unter anderem ein Segelboot, verdiente zeitweise sein Geld als Taucher und begleitete Jacques Piccard in seinem U-Boot auf den Grund des Genfersees. Nikolaus Gelpke lebt mit seiner Frau und seinen zwei Kindern in Kiel direkt am Meer.

in der deutschen Journalismus-Landschaft erstaunlich präsent.

Doch dann muss ausgerechnet ein Binnländer wie Sie den Menschen des Meeres in Norddeutschland ein Heft über das Meer bringen?

Die Menschen des Meeres, wie Sie es nennen, interessieren sich gar nicht so sehr fürs Meer. Sie sehen es jeden Tag vor der Tür und verfluchen es häufig, weil es schlechtes Wetter oder starken Wind bringt. Es ist eine Selbstverständlichkeit für sie. Viele können nicht einmal schwimmen. Wenn sie eine Sehnsucht für etwas in sich tragen, dann ist es vielfach ein viel stärkeres Gefühl, als wenn sie es täglich leben können.

Das Meer hat auch Schattenseiten, wird immer mehr verschmutzt und überfischt. Davon ist in Ihrem Heft nur sehr wenig zulesen. Sind Sie zu verklärt?

Dagegen wehre ich mich ganz vehement. Wir

haben immer wieder sehr kritische ökologische und politische Themen. Doch werden diese Geschichten von vielen gar nicht als solche wahrgenommen. Die Leute sind es gewohnt, dass harte Öko- oder Politgeschichten optisch handgestrickt daherkommen. Bei uns werden sie in Bezug auf die Qualität der Fotografie und des Layouts einfach gleich behandelt wie alle anderen Geschichten. Warum soll eine Kulturgeschichte stilvoll gestaltet sein und eine Ökogeschichte nicht?

Sie haben von Ihrer Sehnsucht nach der Weite gesprochen. Warum sind Sie, statt Meeresbiologie zu studieren, nicht einfach Kapitän geworden?

Dazu hat mir meine grosse Mentorin geraten, Elisabeth Mann Borgese, die jüngste Tochter von Thomas Mann. Sie war für meinen Werdegang ganz wichtig und eine enorm spannende Frau, die es sich zum Lebensziel gesetzt hatte, die Welt zu einem gerechteren Ort zu machen.

Dabei spielte für sie das Meer eine entscheidende Rolle.

Woher kannten Sie Elisabeth Mann Borgese?

Eine Freundin meiner Mutter kannte sie. Für mich stand schon als Sechsjähriger fest, dass ich etwas mit dem Meer zu tun haben möchte. Nach der Matura meinte dann die Freundin, diese Elisabeth Mann Borgese könne mir da sicher weiterhelfen. Schliesslich bin ich zu ihr nach Halifax gereist, wo ich dann fast ein Jahr geblieben bin, zuerst als Dogsitter für ihre sieben irischen Setter und dann zur Katalogisierung ihrer Bibliothek, die nebst den Büchern, vielen Schriften und Manuskripten ihrer Brüder auch Tausende von Büchern rund ums Meer umfasste. Dabei habe ich enorm viel übers Meer gelernt. Elisabeth hat mir dann geraten, als Grundlage etwas Bodenständiges wie Meeresbiologie zu studieren. Und das habe ich dann in Kiel gemacht, wo ich noch heute wohne. <



**Investition, die Früchte trägt.**

*Jacky Gillmann, Präsident des Verwaltungsrates und CEO*



Unsere Kunden auf dem Weg zum Erfolg zu begleiten ist unsere wichtigste Aufgabe. Wir gehen auf Ihre Bedürfnisse ein, beraten umfassend und entwickeln optimale Produkte. Deshalb legen wir bei der preisbewussten und termingerechten Betreuung von Bauwerken grössten Wert auf Qualität. Kontaktieren Sie uns – wir hören Ihnen gerne zu. Losinger Construction AG, +41 (0)58 4567 072, [www.losinger.ch](http://www.losinger.ch)



**Building solutions for a demanding world**



# Multimediales «mare»-Imperium

Am Anfang war das Magazin. Heute gibt es «mare» auch im Fernsehen, im Radio, auf Hörbüchern, als Fotoband und als Buchverlag.



Hat an der Frankfurter Buchmesse 1998 seinen grossen Auftritt: das «mare» Nr. 10 zum Thema Schweiz.

Im Sommer 1994 diskutiert Nikolaus Gelpke erstmals konkret mit Freunden über seine Idee, ein Heft mit Geschichten rund ums Meer herauszubringen. Weil er für die Verwirklichung keinen Grossverlag gewinnen kann, gründet der Schweizer im Herbst 1996 seinen eigenen Verlag. Der Name «Dreiviertel Verlag» lehnt sich an die Tatsache an, dass drei Viertel der Erde mit Meer bedeckt sind.

Am 9. April 1997 kommt schliesslich die erste Ausgabe von «mare» mit dem Schwerpunktthema «Transatlantik» auf den Markt. Das neue Heft erhebt für sich den Anspruch, «den ungewöhnlichen Blick von der Seeseite her» zu bieten. Dazu soll eine Erzählweise verwendet werden, welche «informativ, zeitlos und entschleunigt, eher an ein Buch erinnernd» sein soll. Der Erfolg gibt den «mare»-Machern schnell einmal recht. Die Ausgabe 4 zum Thema «Meeresleute» wird gleich mehrfach, für Fotografie, Typografie und Geschichten, mit Preisen ausgezeichnet. Ein sehr prominenter

Auftritt gelingt «mare» 1998 mit dem Heft 10 zum Thema Schweiz an der Frankfurter Buchmesse, wo die Schweiz in diesem Jahr Partnerland ist. Gleichzeitig lanciert «mare» in der Schweiz mit dem eigenwilligen Titelbild die bislang grösste Plakatkampagne. Die Auflage des sechsmal im Jahr erscheinenden «mare» beträgt mittlerweile rund 40 000 Exemplare, die Hälfte davon Abonnenten. Da «mare» nicht auf Aktualität setzt, bleiben die einzelnen Ausgaben weiterhin im Onlineshop erhältlich, wobei die ersten, vergriffenen Ausgaben mittlerweile gesuchte Sammlerstücke sind und bei Online-Auktionen von eBay für bis zu 350 Euro ihren Besitzer wechseln.

Doch «mare» ist nicht nur ein Heft geblieben, sondern kontinuierlich zu einem kleinen, multimedialen Imperium angewachsen. So geht am 25. Januar 2001 erstmals «mare» TV auf Sendung. Die von «mare» in Kooperation mit dem NDR produzierten Sendungen werden einmal im Monat ausgestrahlt. Ein Jahr später gründet Gelpke zusammen mit Nikolaus Hansen den «mare» Buchverlag und stellt an der Buchmesse das erste Verlagsprogramm vor.

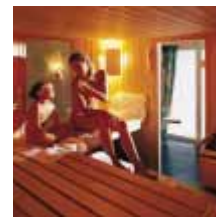
Im Januar 2004 kommt auch noch mare Radio dazu. Unter diesem Namen produzieren Radio Bremen/Nordwestradio in eigener Regie zweimal im Monat eine zweistündige Themensendung.

Zusätzlich zu «mare»-Heft, -TV, -Buchverlag und -Radio gibt es auch noch «mare»-Hörbücher und seit kurzem -Bildbände, die ebenfalls per Abonnement erhältlich sind. In einem nächsten Schritt könnte «mare», ganz dem Schwerpunktthema des Urheftes folgend, den Sprung über den Atlantik und über die deutschen Sprachgrenzen machen. So laufen zurzeit konkrete Lizenzverhandlungen mit einem US-Grossverlag. dh

Bulletin verlost im emagazine (Rubrik Wettbewerbe) fünf Exemplare der vergriffenen Schweiz-Ausgabe.  
[www.credit-suisse.com/emagazine](http://www.credit-suisse.com/emagazine)

**KLAFS**  
Die Wellnesspezialisten

Design, Qualität,  
Kompetenz und Service vom  
Marktleader.



Sauna/Sanarium



Dampfbad



Whirlpool

Weitere Informationen erhalten Sie in unserem kostenlosen 120seitigen Übersichtskatalog inkl. CD-Rom.

Name

Vorname

Strasse

PLZ/Ort

Telefon

Hauptsitz

**KLAFS**  
Klafs Saunabau AG

Oberneuhofstrasse 11, CH-6342 Baar  
Telefon 041 760 22 42,  
Telefax 041 760 25 35  
[baar@klafs.ch](mailto:baar@klafs.ch), [www.klafs.ch](http://www.klafs.ch)

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



## @propos

Zut alors!

marcus.balogh@credit-suisse.com



Die Schweiz, die Schweiz. Dieses Bulletin inspiriert zur Nabelschau, weshalb sich auch diese Kolumne mit der Schweiz beschäftigt. Gerne wird von der globalen Internet Community gesprochen, vom globalen Dorf, den verwischten Grenzen. Kann ich daraus schliessen, dass sich die Eigenheiten der unterschiedlichen Schweizer Sprachregionen im Internet ebenfalls in Luft auflösen? Da Google, politisch überkorrekt, für jede Schweizer Sprachregion eine eigene Einstiegsseite bietet, führe ich flugs eine unausgewogene und unrepräsentative Untersuchung durch.

Bei den Begriffen «Schweiz» und «Internet» offenbart die deutschsprachige Einstiegsseite einen Hang zur Nüchternheit: neben Internethitlisten ein Beitrag der katholischen Kirche zum Thema «Internet & Kommunikation», dann noch ein Link zur öffentlichen Verwaltung: [www.ch.ch](http://www.ch.ch). Nüchterner gehts nun wirklich nicht. Erst viel weiter hinten wirds

spannend – und sogar tierfreundlich. Da lockt der Link zum Wolf-Telefon, das speziell für Schweizer Schafhalter und -züchter und ihre spezifischen Sorgen geschaffen wurde. Der Eintrag der Schildkröteninteressengemeinschaft Schweiz wiederum warnt mich eindringlich davor, die gepanzerten Viecher als Kinder geschenk ins Auge zu fassen.

Die Ticinesi und die Romands sehen sich gerne als den schönen Dingen zugewandte Landsleute. Und tatsächlich, an vierter Stelle auf der Einstiegsseite der französischen Schweiz findet sich ein Eintrag der Association Suisse des Musiciens, des Berufsverbandes der Schweizer Tonkünstler. Weiter unten tut sich ein Blick auf die Herstellung von Gruyère auf. Die italienische Seite wiederum wird von einem Dossier zum Thema «Die italienische Sprache in der Schweiz» angeführt, dann lässt sich alles zum Thema «Der Wolf im Internet und in der Schweiz» entdecken. Auch hier ist der

Wolf Trumpf. Es fällt auf: hier Information und erhobene Zeigefinger, dort Musik, Käse und Meister Isegrim. Im Internet der französischen und italienischen Schweiz scheint also tatsächlich unterhaltsamer zuzugehen als in der Deutschschweiz. Verwischt das WWW die Grenzen doch weniger als vermutet? Und der Röstigraben, die Boccalinomauer existieren auch im Netz? Der Romand mag hier sagen: *zut alors!* (dieser Einwurf bringt bei Google auf rund 100 000 Einträge). Als Deutschschweizer habe ich etwas Raffinierteres in petto. Wer mir weismachen will, das Internet sei ein grosser Spachtel, der alle Unterschiede platt macht, dem schleudere ich eine sehr deutschschweizerische, wenn auch nicht gerade politisch korrekte Replik entgegen. Die passende Wortwahl finde ich auf [www.schimpfmaschine.ch](http://www.schimpfmaschine.ch). Wie wärs mit: Du samtweich durchgeknallter Schiessbuden-Desperado?!

## emagazine



## Online-Forum: Die Welt der Derivate

Viele Anleger stehen vor dem gleichen Dilemma: Zwar möchten sie von den Aufwärtsbewegungen an den Finanz-, Devisen- oder Rohstoffmärkten profitieren. Doch das Risiko eines allzu grossen Einbruchs hält sie von einem Engagement ab. Dabei gäbe es Alternativen. Zum Beispiel in Form von Derivaten. Diese Finanzinstrumente stehen zwar bei vielen Anlegern im Ruf, sehr riskant zu sein, dabei bezwecken die meisten Derivate genau das Gegenteil: den Schutz vor Verlusten. Mittlerweile bietet der Markt eine breite Palette von Produkten, die den unterschiedlichen Risikoprofilen der Anleger gerecht werden. emagazine organisiert ein Online-Forum zum Thema Derivate, in dem ein ausgewiesener Experte Ihre Fragen zu dieser Anlageform beantwortet.

Das Vorgehen ist einfach: Sie stellen unserem Experten eine Frage. Sobald die Antwort im Forum aufgeschaltet ist, werden Sie jeweils per E-Mail benachrichtigt. Publiziert werden dabei nur der Name und der Vorname des Fragestellers, nicht jedoch die Mailadresse.

## Datum

Das Forum läuft bis zum 20. Januar 2006.

## Experte

Hans-Georg Vetterlin, Head Structured Derivatives, Credit Suisse

## Teilnahme

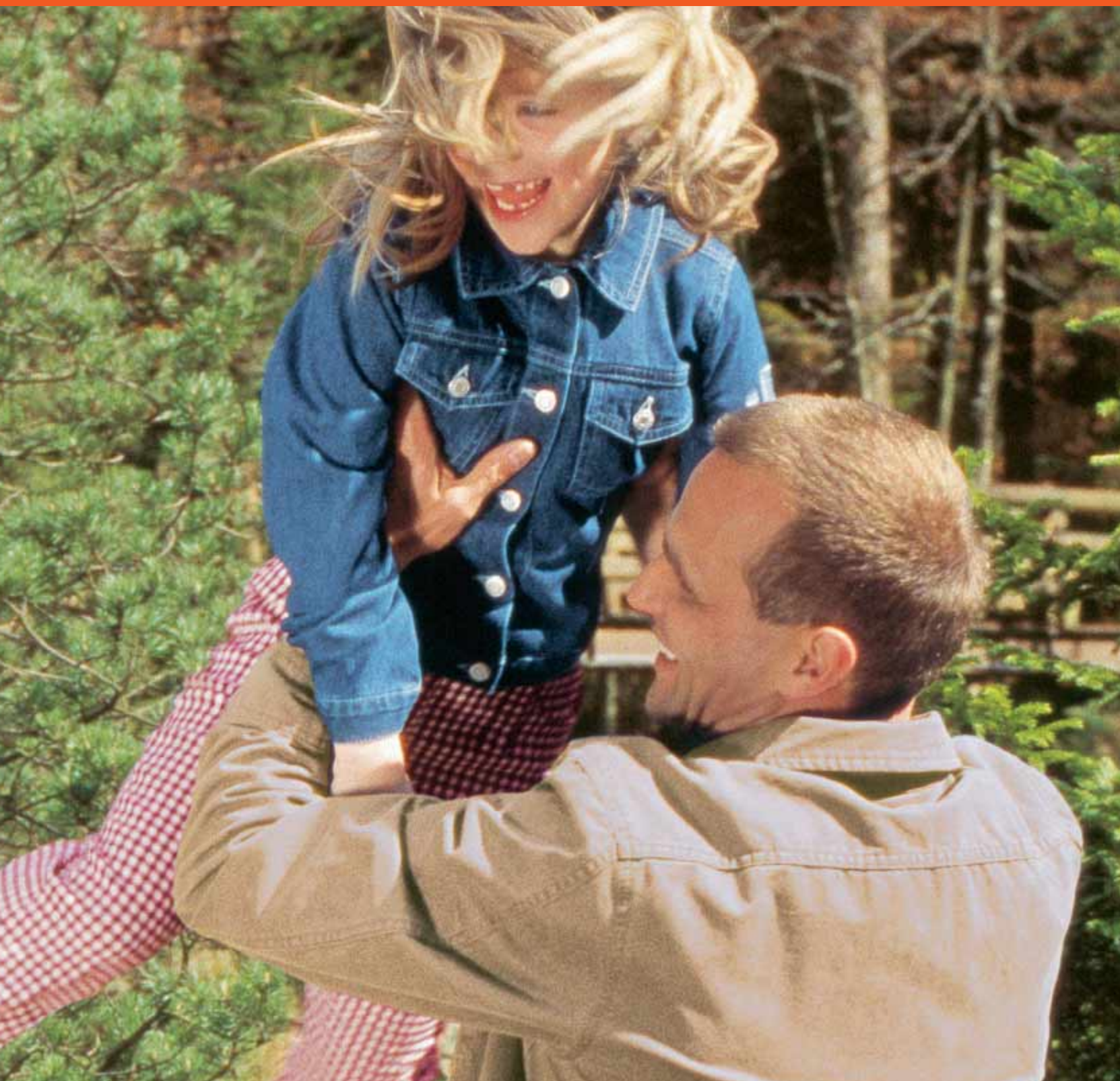
Das Forum ist für alle in der Schweiz wohnhaften Personen offen, egal ob Kunden oder Nichtkunden der Credit Suisse.

## Link

[www.credit-suisse.com/emagazine](http://www.credit-suisse.com/emagazine) (Rubrik Finanz)



— Weil das Wertvollste die Zukunft ist.



**Vorsorgesparen mit Garantie.** Die lebensnahen Lösungen der Winterthur mit maximaler Flexibilität.

Gestalten Sie Ihre finanzielle Zukunft jetzt nach Ihren Vorstellungen.  
Mit garantiertem Sparziel und massgeschneidertem Vorsorgeschutz.  
Telefon 052 261 50 50, [www.winterthur.com/ch](http://www.winterthur.com/ch) oder direkt bei Ihrem Berater.

Wir sind für Sie da.

— **winterthur**





In der Schweiz gibt es keine Könige. Aber wenn Sie sich wie einer fühlen, haben unsere Anlageberater ihr Ziel erreicht.

Seit 250 Jahren stellt Bank Leu höchste Ansprüche an sich selbst und verfolgt nur ein Ziel: Ihre hohen Erwartungen zu übertreffen. Erst wenn wir Sie und Ihre Ziele im Detail kennen und verstehen, ermitteln wir Ihr Anlageprofil und legen gemeinsam die Strategie fest. Und dies nicht einmalig, sondern in einem wiederkehrenden, systematischen Prozess. Was unser Haus sonst noch auszeichnet, erfahren Sie am besten in einem persönlichen Gespräch. Bank Leu AG, Bahnhofstrasse 32, 8001 Zürich, Telefon 044 219 11 11, [www.leu.com](http://www.leu.com)

Willkommen im Private Banking.

Bank Leu  
seit 1755

