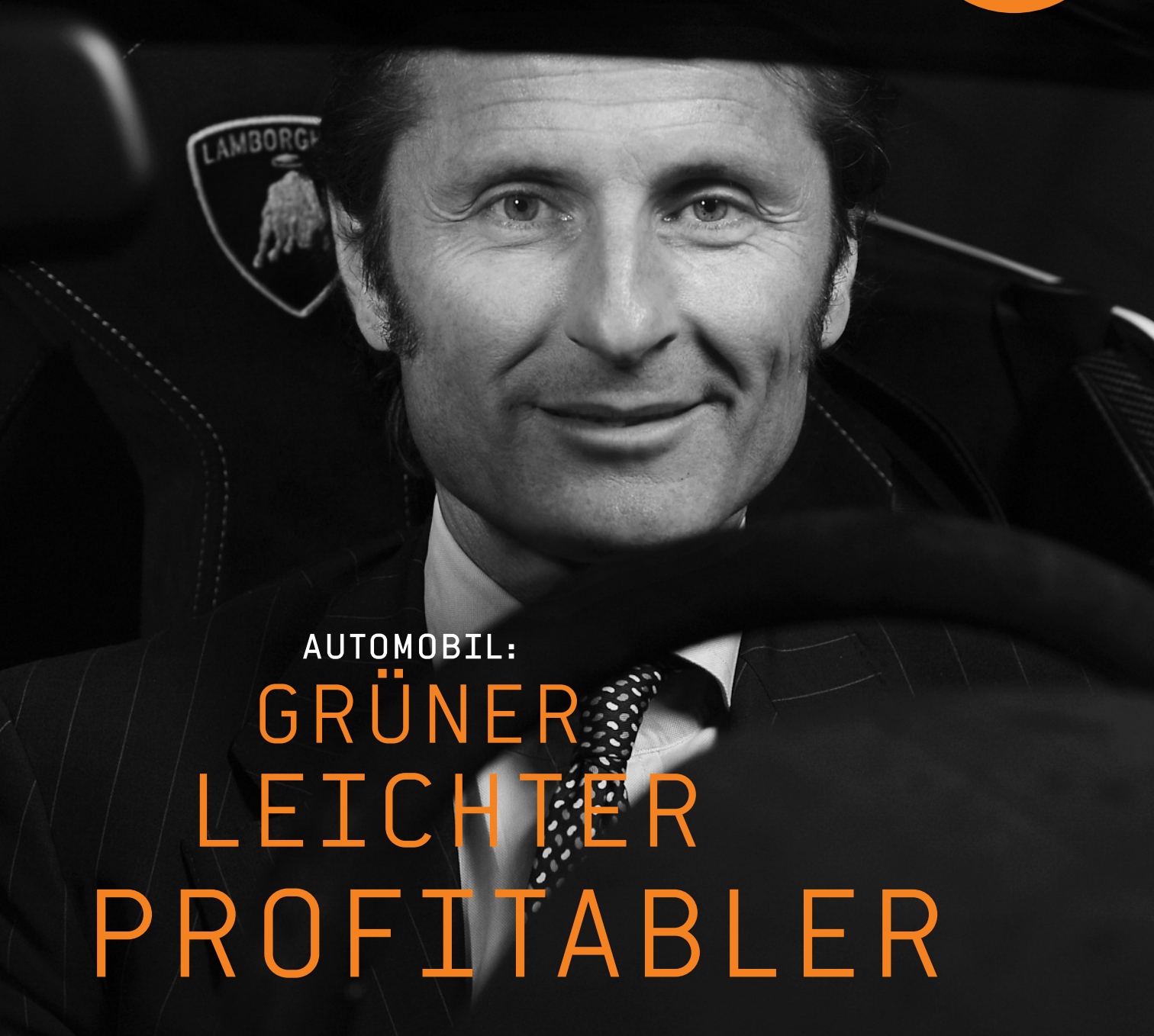


SWISSQUOTE

ePRIVATE BANKING MAGAZINE

GEWINN-
SPIEL
PORTFOLIO

IM WERT VON
CHF 10'000 ZU
GEWINNEN



AUTOMOBIL:

GRÜNER LEICHTER PROFITABLER

.. LAMBORGHINI GENERAL MOTORS SWATCH
..... MICHELIN TESLA .. MERCEDES-BENZ

ISSN 1664-2783



9 771664 278005



LES AMBASSADEURS

THE LEADING HOUSE OF LEADING NAMES

GENÈVE
RUE DU RHÔNE 62
+41 22 318 62 22

ZÜRICH
BAHNHOFSTRASSE 64
+41 44-227 17 17

WWW.LESAMBASSADEURS.CH

LUGANO
VIA NASSA 5
+41 91-923 51 56

ST-MORITZ
PALACE GALERIE
+41 81-833 51 77

Investments auf Rädern

Sie wissen es bereits: Für jede neue Ausgabe machen sich die Journalisten des Swissquote Magazine auf die Suche nach attraktiven Investitionsmöglichkeiten und beschäftigen sich in diesem Zusammenhang mit einer Reihe von technologischen Innovationen.

Es war zu Beginn dieses neuen Jahres nicht viel Überzeugungsarbeit nötig, um ihr Interesse für die Automobilindustrie zu wecken. Diese immer spannende Branche befindet sich in einer entscheidenden Phase ihrer Geschichte. Die neuen, gut informierten Konsumenten wollen Fahrzeuge, die an die heutige Zeit angepasst sind – an eine Zeit nach der Krise, die von teurem Erdöl und einer zunehmenden, legitimen Sorge um die Umwelt geprägt ist.

General Motors hat das erkannt. Der lange Zeit überdimensionierte Konzern hat vor Kurzem sein neues elektrisches «Maskottchen» lanciert, das Modell Volt, parallel zum Abschluss eines spektakulären Wandels: Konkurs, Rettungsplan, Personal Kürzungen, Aufgabe symbolträchtiger Marken wie Pontiac und Hummer, Herabsetzung der Löhne und schliesslich, im November, ein neuer Börsengang, der mit seinem Gesamtvolumen von 23 Mrd. Dollar sämtliche Rekorde brach (Seite 40).

Gleichzeitig lancierte auch der Nissan-Konzern sein Elektroauto, den Leaf, der schon bald zum Auto des Jahres gewählt wurde. Das kalifornische Startup-Unternehmen Tesla, bekannt für seinen Elektro-Roadster, legte einen besonders gelungenen Börsengang hin, was angesichts

seiner mageren mittelfristigen Gewinnaussichten überraschte (Seite 48).

Diese drei Bravourstücke – Volt, Leaf, Tesla – elektrisieren die krisengeschüttelte Automobilindustrie. Doch dem hohen Interesse der Medien zum Trotz darf man nicht vergessen, dass diese batteriebasierten Technologien ihre Grenzen haben. Ihre Reichweite ist gering, und die erwartete Entlastung der Umwelt liegt noch in weiter Ferne – mehr als die Hälfte des in Europa produzierten Stroms stammt aus fossilen Brennstoffen.

Hier kommt das von Nicolas Hayek lancierte Forschungsprojekt Belenos genau richtig: Es setzt auf die integrierte Energieproduktion durch ein Wasserstoffsystem (Seite 44). Diese ehrgeizige Initiative ist nicht der einzige Trumpf der Schweiz angesichts einer Automobilindustrie, die gezwungen ist, sich neu zu erfinden. Zahlreiche Lieferanten, von ABB bis Sulzer über Oerlikon und Komax sind bereits an vorderster Front mit dabei (Seite 50). Ihre Sichtbarkeit ist zwar geringer als diejenige der grossen Automarken, doch auch sie sind vielversprechende Investments, die ins Rollen kommen.

Gute Lektüre wünscht Ihnen Ihr



Marc Bürki,
CEO Swissquote

SWISSQUOTE

Herausgeber

Swissquote
Chemin de la Crétaux 33
1196 Gland
Schweiz
T. +41 44 825 88 88
www.swissquote.ch
magazine@swissquote.ch

Koordination des Magazins

Brigitta Cooper

Editorische und grafische Umsetzung

LargeNetwork
6, rue Abraham-Gevray
1201 Genève
Schweiz
T. +41 22 919 19 19
info@LargeNetwork.com
www.LargeNetwork.com

Leitung

Gabriel Sigrüst
und Pierre Grosjean

Projektleitung

Ludovic Chappex

Koordination

Luise Wunderlich

Redaktion

Bertrand Beauté
Benjamin Bollmann
Didier Bonvin
Jean-Cosme Delaloye
Luc Domenjoz
Sabrina Faetanini
Lionel Froissart
Camille Guignet
Eileen Hofer
Martin Longet
Melinda Marchese
Sylvain Menétrey
Geneviève Ruiz
Daniel Saraga
Quentin Simonet
Eckhard Baschek/Infel

Layout

Jérémie Mercier

Gestaltung

Jérémie Mercier

Seitenlayout

Clémence Anex
Sandro Bacco
Diana Bogtsch
Jérémie Mercier

Übersetzung

Régine Finck
Dounya François
Claudia Grosdidier
Dorothee Hofer
Annika Schmidt-
Glenwinkel
Robert Schnieper
Richard Siegert

Cover

Stephan Winkelmann,
CEO von Lamborghini
Foto: Thierry Parel
Koordination: Olivia
de Quatrebarbes

Fotos

Keystone
Newscom
Reuters
Thierry Parel

Werbung

MedienSatellit
Zypressenstrasse 60
8004 Zurich
Schweiz
T. +41 43 268 50 39
www.mediensatellit.ch
info@mediensatellit.ch



**Abonnement für das
Swissquote Magazine**
CHF 40.– für 6 Ausgaben
www.swissquote.ch/magazine/d/



CALIDA



INHALTSVERZEICHNIS

REISE
UNTERWEGS IN
SÜDOSTANATOLIEN



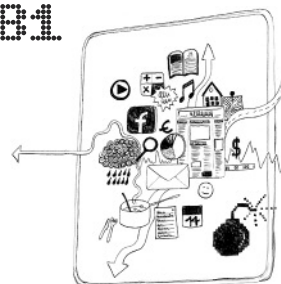
FINANZEN



WORLD WRESTLING
ENTERTAINMENT

TOUCHSCREEN-
TABLETS

04



- 1. EDITORIAL
von Marc Bürki
- 6. GESTERN, MORGEN
- 8. WORLD WATCH
- 18. UNTERNEHMEN
Die Gewinner und Verlierer
des Schweizer Marktes
- 22. CALIDA
Das Luzerner Unternehmen
in voller Expansion
- 26. ANALYSEN
Anlagetipps und Ratschläge
der Spezialisten

- 30. AUTOMOBIL
AUF GOLDENEN STRASSEN
- 32. Interview mit Stephan Winkelmann,
CEO von Lamborghini
- 40. Das Comeback von General Motors
- 44. Swatch: Das saubere Auto kehrt zurück
- 50. Schweizer Know-how im Dienste
der Automobilindustrie
- 58. Die Ökoschlacht der Reifenhersteller
- 62. Mercedes-Benz:
125 Jahre Innovation



DIE AUTOMOBIL- INDUSTRIE ROLLT AUF GOLDENEN STRASSEN



LAWINENVERSCHÜTTETEN-
SUCHGERÄTE

CALIDA, NURETTIN MERT AYDIN, © 2010 WORLD WRESTLING ENTERTAINMENT, INC. ALL RIGHTS RESERVED, PAULA RÜPOLD, CLEMENCE ANEX, THIERRY PAREL

- 66. **TESTOSTERON IN DER FINANZWELT**
Das Investmentverhalten von Männern und Frauen
- 68. **CATCH**
World Wrestling Entertainment: ein starker Auftritt
- 74. **SWISSQUOTE**
Wettbewerb: ein Portfolio im Wert von 10'000 Franken zu gewinnen

- 81. **MULTIMEDIA**
Der harte Kampf der Touchscreen-Tablets
- 87. **REISE**
Auf den Spuren der alten Seidenstrasse
- 90. **IN DER LAWINE ÜBERLEBEN**
Die Empfehlungen der Experten
- 96. **EIN WORT ZUM SCHLUSS**
Jacqueline Veuve und die Liebe zum Film

QR-CODE



Bei diesem Symbol neben einigen Artikeln des Magazins handelt es sich um einen QR-Code (für «Quick Response»). Einmal abfotografiert, erlaubt er, über ein kompatibles Mobiltelefon direkt auf die betreffende Website zuzugreifen. Die Anwender von Swissquote können durch diesen Code den Aktienkurs der entsprechenden Firma nachverfolgen und sogar deren Aktien kaufen oder verkaufen. Um die kompatible Anwendung für Ihr Telefon herunterzuladen, besuchen Sie die Seite www.swissquote.ch/magazine/code/d/


LESERBRIEFE
Ihre Meinung interessiert uns.

Kommentare, Fragen, Reaktionen?
Schreiben Sie uns an
magazine@swissquote.ch

Herzlichen Glückwunsch zu Ihrem Artikel über «Western Union» in der Januar-Ausgabe, der mir wegen der reportagenhaften Sprache sowie des kritischen Blicks des Journalisten gefiel. Hoffentlich widmen Sie sich auch weiterhin so nuancierten Unternehmensporträts. Alles Gute!

B.D, GENF

Wertes Swissquote Magazin,

Beim Lesen Ihres Artikels über die islamische Finanzierung (SQ 6, S. 68) war ich sehr angetan von dem Gebot der Scharia, das da lautet: «Geld darf nicht dazu dienen, Geld zu produzieren, sondern soll den Handel und die Produktion fördern». Es erinnerte mich an die immer häufiger vorgenommene Differenzierung zwischen Realwirtschaft und virtueller Wirtschaft.

Ich fände es sehr interessant, wenn das Thema in einer zukünftigen Swissquote-Ausgabe tiefgründiger beleuchtet würde, indem Sie näher darauf eingehen, wie die islamische Finanzierung garantiert, dass das genannte Gebot befolgt wird; und weiterhin würde ich mich darüber freuen, etwas über nicht-islamische Finanzierungsmöglichkeiten zu erfahren, die einem vergleichbaren Prinzip folgen.

RENÉ BAUMANN, ZH



ABONNEMENT

6 Ausgaben für CHF 40.-

Bestellen Sie Ihr Abo online unter www.swissquote.ch/magazine/d/

db-X markets Schweiz

Das passende Werkzeug für jedes Investment

Zupacken, wenn sich die Chance bietet:
Mit unserem X-Press Newsletter sind Sie täglich über attraktive Gelegenheiten informiert.

An Ihrem Portfolio können Sie von früh bis spät feilen:
Unsere Hotline ist täglich von 07:30–19.00 Uhr für Sie da.

Die richtigen Schlüsse zu ziehen wird einfacher:
Effiziente Kennzahlen finden Sie tagesaktuell auf www.xmarkets.ch.

Wir raspeln kein Süssholz:
Unsere Experten liefern Ihnen ausschliesslich aktuelle, marktrelevante Infos.

Schrauben Sie Ihre Ansprüche in die Höhe:
Wir sprengen dank internationalem Know-How Grenzen.

Handwerk mit Lokalbezug:
Unser Schweizer Team in Zürich fühlt stets den Puls des hiesigen Marktes.

Nach Renditen lässt sich jederzeit angeln:
Wir bieten Ihnen Investmentmöglichkeiten für jede Marktphase.

Wir schärfen Ihren Fokus:
An Messen und auch im Web vermitteln wir Ihnen Fachwissen zu den unterschiedlichsten Investments.



Kontakt db-X markets
db-X markets, Ihr Zugang zur weltweiten Investment-Kompetenz der Deutschen Bank.
www.xmarkets.ch
Hotline: +41 44 227 34 20
E-mail: x-markets.ch@db.com

Leistung aus Leidenschaft



G E S T E R N

AG AI AR BE BL BS FR GE GL GR JU LU NE NW OW SG SH SO SZ TG TI UR VD VS ZG ZH

UCB LÄSST SICH IN GRUYÈRE NIEDER



Das belgische Pharmaunternehmen UCB hat die Stadt Bulle im Kanton Freiburg als Standort für seine neue Biotech-Produktionsanlage ausgewählt. Eine gute Nachricht für die französische Schweiz: Sie gehört damit von nun an zu den drei wichtigsten Biotech-Exzellenzzentren der Welt. Im UCB-Zentrum soll ein Medikament zur Behandlung von Morbus Crohn und rheumatoider Arthritis entwickelt werden. Die Firma will in den nächsten fünf Jahren 310 Mio. Franken investieren und dabei 120 bis 140 Arbeitsplätze für hochqualifizierte Fachkräfte schaffen.

☒ UCB

SGS WEITET SEINE TÄTIGKEIT IM AUTOMOBILSEKTOR AUS

Die Société Générale de Surveillance (SGS), Marktführer für Inspektionen und Zertifizierungen, hat die Automobilinspektionsfirma ITV erworben, eine Tochtergesellschaft des spanischen FCC-Konzerns (Fomento de Construcciones y Contratas). Die Transaktion belief sich auf 321 Mio. Franken. Der in Genf ansässige Konzern rechnet bis 2014 mit einer Verdoppelung seines Gewinns. Bis dahin sollte die Abteilung Automotive dem Konzern laut Expertenschätzungen 400 Mio. Franken einbringen.

☒ SGSN

AE&E INOVA WIRD JAPANISCH

Nach dem Konkurs ihres österreichischen Mutterhauses A-Tec hat der japanische Hitachi-Zosen-Konzern die Zürcher Abfallverwertungsfirma AE&E Inova für eine unbekannt Summe aufgekauft. Das Zürcher Unternehmen liefert Hitachi die Kerntechnologien für Anlagen zur Umwandlung von Abfall in Energie. AE&E Inova verfügt über 380 Mitarbeitende und erzielte 2009 einen Umsatz von 872 Mio. Franken. Hitachi erwirtschaftete mit rund 8000 Mitarbeitenden einen Umsatz von 3,1 Mrd. Franken.

☒ MZS

MYRIAD WEITET PARTNERSCHAFT MIT TELEFÓNICA AUS

Der in Dübendorf (ZH) angesiedelte Software-Produzent Myriad Group weitet seine Zusammenarbeit mit dem spanischen Telekommunikationsunternehmen Telefónica in Südamerika aus. Myriad will Telefónica mit seinen Diensten im «Mobile Social Networking» unterstützen. Beide Unternehmen rechnen damit, ihren Markt durch die Lieferung von 80 bis 140 Mio. Mobiltelefonen in 13 Länder Lateinamerikas auszubauen.

☒ MYRN

BURKHALTER EROBERT FREIBURG



Die Zürcher Burkhalter Gruppe, Gesamtanbieterin von Elektrotechnik am Bauwerk, hat das Freiburger Unternehmen Réalec SA Réalisations Electriques aus Attalens erworben. Mit seinen neun Mitarbeitenden erwirtschaftet Réalec SA einen Jahresumsatz von rund einer Million Franken. Dies ist die neunte Akquisition von Burkhalter seit dessen Börsengang im Juni 2008.

☒ BRKN

SARASIN ERHÄLT AUSZEICHNUNG



Der Sustainable Water Fund der Bank Sarasin wurde mit dem «Climate Change Award» 2010 in der Kategorie «Water, Food, Agriculture» ausgezeichnet. Der von der Basler Bank vor drei Jahren gegründete Fonds bietet Investoren Anlagemöglichkeiten zur Zukunftssicherung der Ressource Wasser. Der Fonds investiert in innovative Unternehmen der Wasserversorgung und Wasserentsorgung sowie der Wasserbewirtschaftung und -aufbereitung.

☒ BSAN

HOLCIM ERWIRBT DEN BEREICH BETON VON LAFARGE

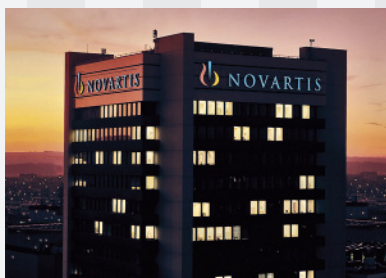
Holcim kauft von seinem französischen Konkurrenten Lafarge die in der Schweiz angesiedelten Geschäftsbereiche «Zuschlagstoffe und Beton». Dies wird dem Unternehmen erlauben, «qualitativ hochwertige Zuschlagstoffreserven in einem attraktiven Wirtschaftsraum zu sichern», hiess es in einer Konzernmitteilung. Weil einige Kieswerke entlang des Rheins liegen, plant Holcim, Kies und Sand per Schiff nicht nur in die Schweiz und nach Süddeutschland, sondern bis nach Luxemburg und in die Niederlande zu liefern. Das Geschäft ist Teil des Rückzugsplanes des internationalen Marktführers Lafarge.

☒ HOLN

M O R G E N

AG AI AR BE BL BS FR GE GL GR JU LU NE NW OW SG SH SO SZ TG TI UR VD VS ZG ZH

NOVARTIS SCHLUCKT ALCON



Novartis besitzt bereits 77 Prozent der Anteile des Augenmittel-Herstellers Alcon und hat beschlossen, die Firma vollständig zu übernehmen. Die Fusion beläuft sich auf 12,9 Mrd. Franken und sollte im Laufe des ersten Quartals 2011 abgeschlossen sein. Insgesamt hat der Basler Pharmakonzern 52 Mrd. Dollar investiert, um sich die umfassende Kontrolle über Alcon zu sichern. Damit bricht er den Rekord von Roche: Roche hatte 2009 für 47 Mrd. Dollar die Firma Genentech erworben.

NOVN

CLARIANT: NEUES INNOVATIONS-ZENTRUM

Clariant will nichts dem Zufall überlassen: Der Basler Konzern investiert mit dem Bau des «Clariant Innovation Center», einem der Innovation gewidmeten Komplex von 23'000 Quadratmeter Fläche, in Forschung und Entwicklung. Die neuen Gebäude werden im Industriepark Frankfurt-Hoechst errichtet und sollen Platz für rund 500 Mitarbeitende bieten. Das Spezialchemieunternehmen will bis Ende 2012 mehr als 65 Mio. Franken in das Projekt investieren.

CLN

JP MORGAN SCHAFFT ARBEITSPLÄTZE IN DER SCHWEIZ

Die amerikanischen Banken glauben an das Potenzial des Schweizer Marktes: Nach Morgan Stanley schafft nun auch JP Morgan 400 neue Arbeitsplätze in der Schweiz, in Genf und Zürich, in erster Linie im Wealth Management Bereich. Die neuen Stellen sind Teil der Expansionspolitik der amerikanischen Bank. Sie will ihre Belegschaft bis 2012 um 15 bis 20 Prozent erhöhen.

JPEL

ABB BAUT UNTER WASSER



ABB hat einen Grossauftrag der nordeuropäischen Länder zum Verlegen einer Stromleitung unter dem Meer zwischen Schweden und Litauen erhalten. Diese Installation, deren Kosten auf 345 Mio. Franken geschätzt werden, beinhaltet das Verlegen von Seekabeln unter der Ostsee. Sie soll den baltischen Staaten erlauben, weniger Energie von Russland zu beziehen. Der Abschluss der Arbeiten ist für 2015 oder 2016 geplant.

ABBN

WASSER FÜR MALAYSIA



Swissinso wird bis Juni 2011 in Malaysia ein Wasseraufbereitungssystem installieren. Das Schweizer Unternehmen hat ein System entwickelt, das ausschliesslich solar-energiebetrieben ist. Der Krystall genannte Apparat ermöglicht die Aufbereitung bzw. Entsalzung von ca. 100'000 Liter Wasser pro Tag. Er besteht aus zwei Containern und kann leicht in Kleinstädte oder ländliche Gebiete transportiert werden.

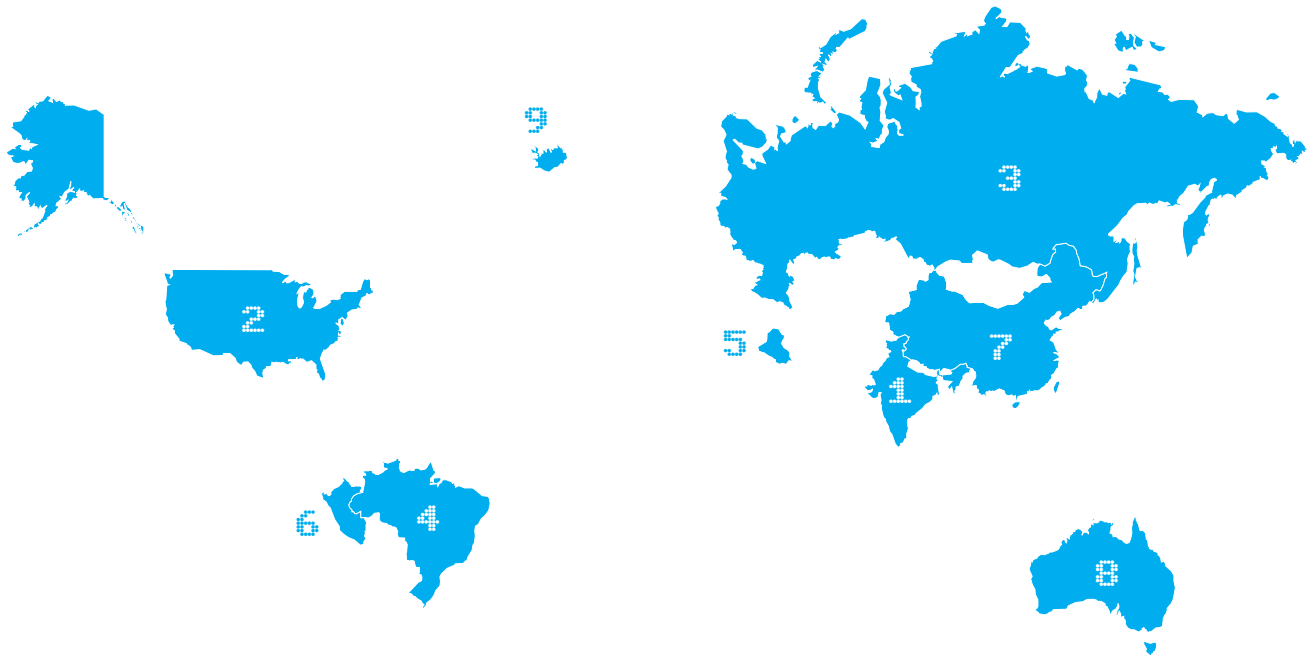
OC3

LUZERN INVESTIERT IN GLASFASERLEITUNGEN

Luzern wird bis in fünf Jahren über ein umfassendes Glasfasernetz verfügen. Ein Drittel der Haushalte wird bereits Ende 2011 von den über dieses Netz angebotenen neuen Diensten profitieren können. Swisscom und Energie Wasser Luzern (ewl) haben einen Kooperationsvertrag über das Glasfasernetz in Luzern abgeschlossen. Das Projekt kostet 90 Mio. Franken und wird zu 60 Prozent von Swisscom und zu 40 Prozent von ewl getragen.

SCMN

WORLD WATCH



INDIEN BAUT DAS KREDITKARTENGESCHÄFT AUS

Die spanische Bank BBVA und die indische Bank of Baroda (BoB) wollen gemeinsam ein Kreditkartenunternehmen aufbauen. Für die kommenden Jahre wird in dieser Branche mit einem beträchtlichen Wachstum gerechnet. BBVA beabsichtigt den Erwerb einer 51-Prozent-Beteiligung an der Kreditkartendivision der indischen Bank Bobcards Ltd. Mit dem 34 Mio. Euro teuren Vorhaben dürfte es dem Gemeinschaftsunternehmen gelingen, in diesem Sektor auf Platz eins in Indien vorzudringen.

▣ BBVA



600 MIO. EURO FÜR ONSHORE-WINDPARKS IN IOWA



Der amerikanische Konzern Mid-American Energy hat bei Siemens 258 Windenergieanlagen bestellt und zahlt dafür einen Betrag in der Grössenordnung von 600 Mio. Euro. Es handelt sich um den bislang grössten Auftrag dieser Art. Die Windturbinen werden zwischen dem zweiten Quartal 2011 und Anfang 2012 in den USA aufgebaut und in Betrieb genommen. Dank der erwarteten Gesamtleistung von 593 Megawatt sollen 190'000 US-amerikanische Haushalte mit Strom versorgt werden können.



NOVARTIS ENGAGIERT SICH IN RUSSLAND

Novartis beabsichtigt, 500 Mio. Dollar in eine Produktionsanlage und ein Zentrum für Forschung und Entwicklung in St. Petersburg zu investieren. Diese Infrastrukturinvestition mag zwar riskant erscheinen, doch sie entspricht voll und ganz der Novartis-Strategie in den Schwellenländern. Genauso wie China ist Russland ein schnell wachsender Markt, und im Gegensatz zu anderen aufstrebenden Ländern besteht hier ein Kundenpotenzial in der wohlhabenden Mittelschicht. Nach Meinung der Brokerfirma Helvea ist der langfristige Erfolg dieser Investition jedoch vorderhand schwer einzuschätzen, namentlich weil die Marktanteile in diesem Land nicht bekannt sind.

▣ NOVN

EIN WINDPARK FÜR BRASILIEN

ABB konnte einen Auftrag über 32 Mio. US-Dollar für die Lieferung von fünf neuen Umspannwerken und den Bau von Freileitungen für 14 Windparks in Brasilien sichern. Die Fertigstellung der Anlage, die vom brasilianischen Energieversorger Renova Energia in Auftrag gegeben wurde und über eine Erzeugungskapazität von 300 Megawatt verfügen soll, ist für 2012 vorgesehen. Dieses Projekt reiht sich in die Bemühungen der brasilianischen Regierung ein, die Elektrizitätsversorgung des Landes zu diversifizieren.

ABB

BP ÜBERTRIFFT SEINE ZIELE IM IRAK



BP beteiligt sich zusammen mit der chinesischen Ölgesellschaft CNPC und dem irakischen Rohölexporteur Somo an der Entwicklung eines Ölfelds im Süden des Irak. Die Produktion des weltweit viertgrössten Ölfelds von Rumaila lag 2010 mit einem Anstieg von mehr als 10 Prozent seit 2009 über den Erwartungen. Seit Anfang 2010 wurde die Belegschaft der Produktionsanlage auf 10'000 Beschäftigte verdoppelt. 2009 hatte BP seine Absicht bekannt gegeben, die Produktion des Ölfelds zu steigern, um aus Rumaila bis 2015 das zweitgrösste Ölfeld der Welt zu machen. Damals hatten BP und CNPC für die kommenden 20 Jahre Investitionen in Höhe von 15 Mrd. Dollar vorgesehen.

BP

MINENPROJEKT IN PERU



Der kanadische Edelmetallproduzent International Minerals Corporation (IMZ) schloss mit dem britischen Unternehmen Hochschild Mining einen Vertrag zur Einrichtung eines Joint Venture für das Gold-Silber-Projekt in Inmaculada im südöstlichen Peru ab. Laut Vereinbarung wird Hochschild mit 60 Prozent und IMZ mit 40 Prozent an Inmaculada beteiligt sein. Der Aufbau einer Minenoperation mit einer Kapazität von 3000 Tonnen pro Tag dürfte im Dezember 2012 abgeschlossen sein. Der Silberpreis hat wegen der immer grösser werdenden Probleme Perus bei der Edelmetallproduktion einen Höhenflug angetreten.

IMZ

DIE CHINESISCHE HEGEMONIE BEGINNT 2027

Wann wird China zur weltweit stärksten Wirtschaftsmacht? 2012, meinen die Experten des Forschungsinstituts Conference Board. Andere Spezialisten kommen hingegen zum Schluss, dass China erst an die Spitze gelangt, wenn sein reales BIP in Dollar dasjenige der USA übertrifft. Die Analysten von Goldman Sachs waren 2003 der Ansicht, dass es 2041 soweit sein würde. Mittlerweile haben sie ihre Prognose auf 2027 vorverschoben ... Von ihrer Grösse her macht die chinesische Wirtschaft vorderhand nur zwei Fünftel der amerikanischen Wirtschaft aus.

GIGANTISCHES FLÜSSIG-ERDGAZ-PROJEKT IN AUSTRALIEN

Total (Frankreich), Santos (Australien), Petronas (Malaysia) und die staatlich kontrollierte Kogas gaben Anfang Januar ihr Projekt für flüssiges Erdgas (LNG) in Australien bekannt. Dazu gehören die Gewinnung von Kohlegas sowie der Bau einer 420 Kilometer langen Flüssigerdgas-Leitung und einer Verflüssigungsanlage mit einer Kapazität von 7,2 Mio. Tonnen pro Jahr. Die Beteiligung an diesem Vorhaben, in das die betreffenden Unternehmen rund 16 Mrd. US-Dollar investieren wollen, beträgt für Santos 30 Prozent, für Total 27,5 Prozent, für Petronas 27,5 Prozent und 15 Prozent für Kogas. Die erste Lieferung von Flüssigerdgas ist für 2015 vorgesehen.

PRIVATISIERUNG IN ISLAND: POLEMIK UND KARAOKE



Anfang Januar übernahm das australische Unternehmen Wasabi Energy ein Erdwärmekraftwerk in Island. Als zweitgrösster europäischer Produzent von Erdwärme hat Island diesen Sektor infolge der Finanzkrise zur Privatisierung freigegeben und geriet deswegen in heftige Kritik. Zum Protest gegen den Verkauf der Ressourcen ihrer Heimat an eine australische Gesellschaft organisierte die Sängerin Björk im Januar in Reykjavik einen dreitägigen Karaoke-Mega-Anlass und konnte die Unterschriften von 15 Prozent der isländischen Bürgerinnen und Bürger sammeln.

WAS



«Ich will weniger hohe Boni sehen als letztes Jahr.»

In einem Gespräch mit der BBC zeigt der britische Premierminister David Cameron Verständnis für «die Wut» der Bevölkerung angesichts der überaus grosszügigen Prämien und verlangt von den Bankenhäusern der City eine Beschränkung der Boni für das kommende Jahr.



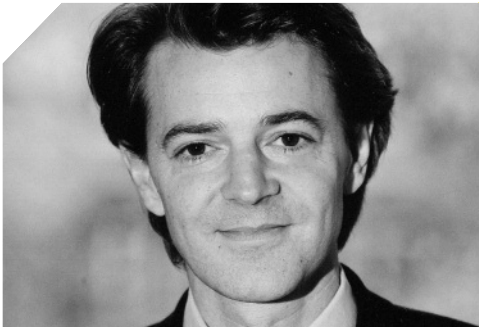
«Wir brauchen eine globale Revolution für saubere Energie – eine Revolution, die Energie für alle verfügbar und bezahlbar macht.»

Ban Ki Moon, Generalsekretär der Vereinten Nationen, anlässlich des Weltgipfels für Zukunftsenergien in Abu Dhabi.



«Wenn man einen japanischen Touristen zu sehen glaubt, ist das wahrscheinlich ein Chinese.»

Jürg Schmid, Direktor von Schweiz Tourismus, erwähnt gegenüber dem «Tages-Anzeiger» die wachsende Zahl der chinesischen Touristen in der Schweiz.



«Der Planet, die Welt und insbesondere die Wirtschaft sind eben kein Glücksbärchiland.»

Frankreichs Regierungssprecher François Baroin dementiert jegliche Anschuldigungen seitens der französischen Regierung gegenüber einem «anderen Land», in diesem Fall China, in der Spionage-Affäre Renault. Seiner Meinung nach ist das Unternehmen Opfer eines Krieges zwischen Informationsdiensten.



«Uns steht eine Jugendrevolte bevor, gewissermassen ein zweiter Mai'68.»

Zwei Wochen vor dem Weltwirtschaftsforum warnte sein Gründer, Klaus Schwab, vor einer Gesellschaftskrise, deren erste Anzeichen seiner Meinung nach bereits sichtbar sind.

SWISS-IMAGE/RENY STEINER, WORLD ECONOMIC FORUM/RENY STEINER, DR. WWW.BUDGET.GOV.UK, WORLD ECONOMIC FORUM



Windows Server
Hyper-V

ICH KANN MIT MEINER BESTEHENDEN IT GANZ NEUE BEREICHE EROBERN. ICH HABE CLOUD POWER.

Dank Windows Server Hyper-V ist die Nutzung der Private Cloud viel mehr eine Frage der Bereitstellung als der Investition. Mit den vertrauten Tools für die Private und Public Cloud stossen Sie mit Ihrer vorhandenen IT-Infrastruktur in völlig neue Bereiche vor. Eine Kraft, die Ihre Art zu arbeiten über Nacht verändern wird. Das ist Cloud Power.

Holen Sie sich Cloud Power unter www.microsoft.ch/CloudPower



- Holen Sie sich den Tag auf Ihr Mobiltelefon:
1. Applikation auf <http://gettag.mobi> herunterladen
 2. Tag Reader auf Ihrem Mobiltelefon starten
 3. Tag fotografieren



Cloud Power

Microsoft

SEKTOREN

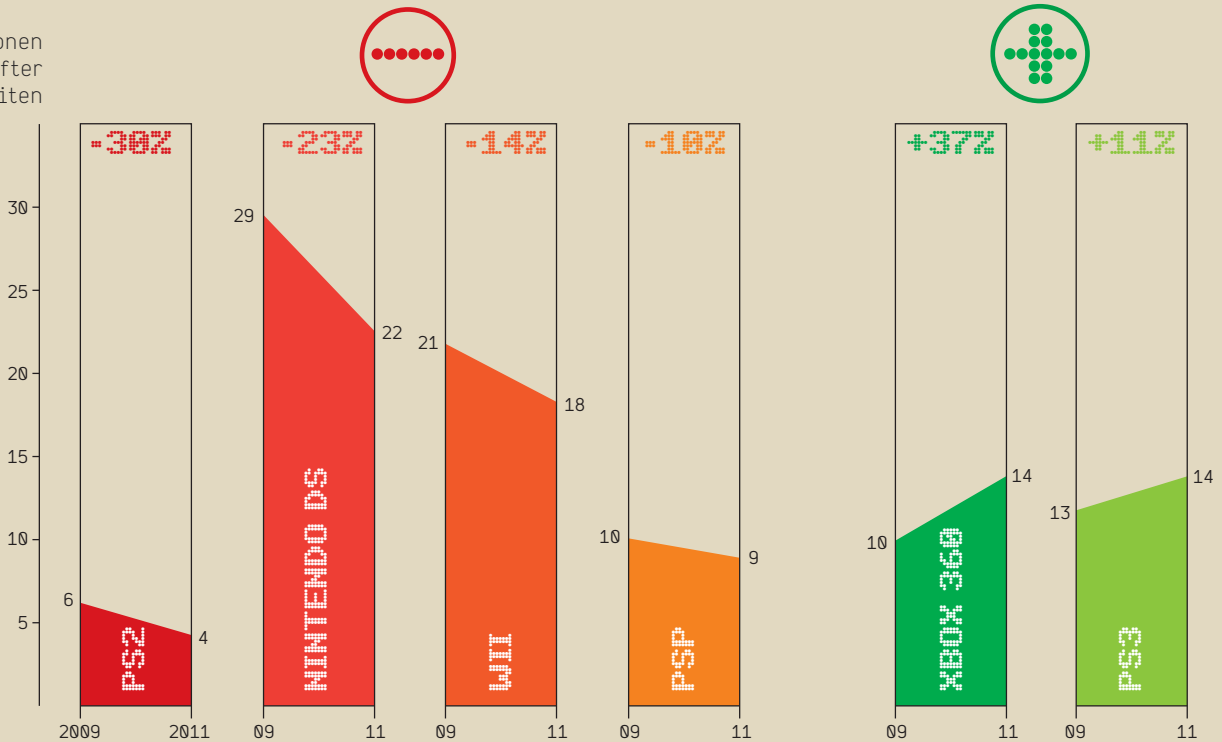
.. .. ROHSTOFFE

Diamanten immer kostbarer Nach schwierigen Jahren startet der Diamantenmarkt wieder durch und klettert auf Rekordwerte. Laut Index des International Diamond Exchange haben die Durchschnittspreise für Diamanten innert zwölf Monaten um mehr als 20 Prozent zugelegt. Ende November verkaufte Christie's in Hongkong den 14,2-karätigen «Perfect Pink» für 12 Mio. Dollar. In Genf erfolgte bei einer Auktion von Sotheby's der Zuschlag für einen Diamanten bei mehr als 46 Mio. Dollar. Weshalb dieser Höhenflug? Das Angebot kommt mit der stetig wachsenden Nachfrage vor allem aus China nicht und leidet zusätzlich darunter, dass die grossen Bergbaukonzerne ihre Ausgaben zurückfahren.

Kupfer durchbricht eigene Rekordmarken Mit Preisen nahe der Marke von 9400 Dollar pro Tonne stieg Kupfer im Dezember an der Londoner Metallbörse auf Rekordniveau. Die Aufregung des Markts ist auf die Sorge um die Produktion in der chilenischen Kupfermine Collahuasi zurückzuführen. Das Bergwerk, mit 3,5 Prozent der weltweiten Kupferproduktion drittgrösster Förderstandort für das rote Metall, stellte Mitte Dezember nach einem Grubenunglück die Exporte ein. Die Schliessung verknappt das Angebot zusätzlich auf dem schon stark defizitären Kupfermarkt.

.. .. VIDEOSPIELE

Millionen
verkaufter
Einheiten



Verkäufe von Spielkonsolen weltweit von 2009 bis 2011

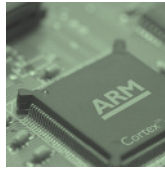
LUXUS

2011: zweistelliges Wachstum erwartet In Europa konnten die Unternehmen der Luxusbranche ihre Ergebnisse 2010 um 76 Prozent steigern. Angeführt wird die Rangliste von grossen Konzernen wie Richemont (+58 Prozent), Swatch Group (+59 Prozent) und Hugo Boss (+130 Prozent). Analysten gehen davon aus, dass sich dieser erfreuliche Zustand 2011 halten lässt, mit organischen Umsatzzuwächsen von knapp 10 Prozent für die europäischen Luxusunternehmen. Den Erfolg hat die Branche der starken Nachfrage aus den Schwellenländern von Brasilien über den Mittleren Osten bis China zu verdanken.

Chinesen bald die wichtigsten Käufer Während die Chinesen noch vor zehn Jahren auf dem Luxusmarkt kaum auftraten, repräsentieren sie heute schon 15 Prozent der weltweiten Käuferschaft. Die Nachfrage nach Luxusgütern ist in China in den letzten drei Jahren um 30 Prozent pro Jahr angewachsen. Weltweit gesehen kommen fast 50 Prozent des Wachstums in diesem Sektor aus China (gegen 18 Prozent aus den USA und 16 Prozent aus Westeuropa). Im Reich der Mitte leben heute 31 Prozent mehr Millionäre als noch 2008. Im weltweiten Vergleich sind die chinesischen Millionäre relativ jung (Durchschnittsalter 39 Jahre gegenüber 54 in den anderen Ländern). Laut Analysten dürfte es nicht mehr lange dauern, bis die Chinesen die grösste Käuferschaft von Luxusartikeln weltweit sind.

UP

ARM



Der Prozessorenentwickler ARM Holding hat ein strategisches Abkommen mit

Microsoft angekündigt. Das wenig bekannte Unternehmen hat seit seiner Gründung 1990 einen atemberaubenden Parcours zurückgelegt und ist einer der grössten technologischen Erfolge Grossbritanniens.

Temenos



Im Dezember 2010 stufte Forrester Research das Schweizer Unternehmen Temenos, das

auf Lösungen für Finanzinstitute spezialisiert ist, für sein Bankenprogramm T24 als «führend» ein.

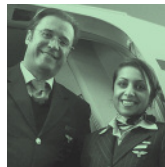
Motorola



Das Multimedia-Tablet Xoom von Motorola Mobility hat an der Elektronikmesse in

Las Vegas den Preis für den besten Tablet-PC erhalten. Xoom ist der schärfste Konkurrent des iPad von Apple.

Swiss



Die Fluggesellschaft hat 2010 einen Passagierrekord erzielt. Die Sitzauslastung erhöhte sich übers

Jahr gesehen auf durchschnittlich 82,3 Prozent gegenüber 80,1 Prozent im Vorjahr.

DOWN

Citron



Die Zürcher Citron Holding, Betreiber einer innovativen Recycling-

anlage für Sonderabfälle, konnte eine vom französischen Staat geforderte Garantiesumme nicht bezahlen und brach innerhalb von Wochen zusammen.

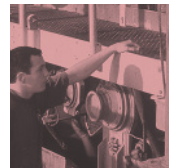
Yahoo



Schwierige Zeiten für Yahoo: Nachdem der amerikanische Riese die Entlassung von 600 Angestellten

bekannt gegeben hatte, liess sich die bislang weltweit am meisten benutzte Internetseite von Facebook überholen.

Mayr-Melnhof



Der österreichische Konzern Mayr-Melnhof beschloss, sein Unternehmen

in Domat/Ems, das grösste Sägewerk der Schweiz, nach drei Betriebsjahren zu schliessen. Der Entscheid erfolgte, nachdem der Bündner Grossrat den von der Kantonsregierung befürworteten Sanierungsplan von 40 Mio. Franken abgelehnt hatte.

Roche



Die amerikanische Arzneimittelbehörde FDA hat Roche die Zulassung

für das Brustkrebsmedikament Avastin mit der Begründung entzogen, es sei nicht genügend sicher und wirksam.



So viele «World of Warcraft: Cataclysm»-Erweiterungen verkaufte der Videospiele-Herausgeber Activision Blizzard innerhalb von 24 Stunden am Erscheinungstag.



Der tägliche Anstieg der US-Staatsschulden in Dollar. Geht es in diesem Tempo weiter, werden sie den vom Kongress festgelegten Plafond (14'294 Mrd. Dollar) Mitte März erreichen. Momentan entspricht die Staatsschuld annähernd dem amerikanischen Bruttoinlandsprodukt.



Der Anstieg des türkischen Aktienindexes seit März 2009. Die Zahl illustriert die Dynamik der sich im Höhenflug befindenden türkischen Wirtschaft.



Das ist der Preis in Yen (300'000 Euro), der an einer Versteigerung auf dem weltgrössten Fischmarkt in Tokyo für einen Thunfisch von 345 Kilo bezahlt wurde.



Die Zuwachsrate der Schweizer Uhrenexporte nach China innerhalb von 15 Jahren. Heute werden zwei von drei Schweizer Uhren nach Asien verkauft.

UP

Der Einzelhandel in Asien

Gemäss einer Studie von PricewaterhouseCoopers dürfte der Einzelhandel in Asien von 2010 bis 2014 im Durchschnitt um 6 Prozent jährlich wachsen und damit 8570 Mrd. Dollar Umsatz erreichen.

Die Autoverkäufe in der Schweiz

Mit 294'239 abgesetzten Wagen im Jahr 2010 verzeichnen die Neuwagenverkäufe eine Zunahme um 10,6 Prozent gegenüber 2009. An der Spitze sind die Marken der Volkswagen-Gruppe, die fast ein Viertel des Marktes hält.

Die schweizerische Windenergie

In der Schweiz ist die Gesamtmenge der mit Wind erzeugten Energie im Jahr 2010 dank dem Bau neuer Anlagen um fast 150 Prozent gestiegen. Anfang 2011 deckte der grüne Strom aus 28 Windrädern den Bedarf von 21'000 Haushalten.

DOWN

Der Euro

Der Euro ist per Anfang 2011 auf 1,25 Schweizer Franken abgestürzt – gegen 1,48 Franken noch vor einem Jahr. Der Kursverfall bereitet der Schweizer Exportindustrie Sorgen, deren Konkurrenzfähigkeit schrumpft.

Der chinesische Aussenhandelsüberschuss

Der chinesische Aussenhandelsüberschuss sank zwischen 2009 und 2010 von 8,9 Prozent auf 6,2 Prozent. Ein Rückgang, der auf wachsende Importe und auf den verlangsamten Aufschwung der Weltwirtschaft zurückzuführen ist.

Die Industrieproduktion in Indien

In Indien fiel das Jahreswachstum der Industrieproduktion im November von den 6 Prozent, von denen die Volkswirtschaftler ausgingen, auf nur noch +2,7 Prozent.



BEI DER KREATION EINES NEUEN KAFFEES STELLT ALEXIS GEORGE CLOONEY IN DEN SCHATTEN – ABER NUR DANN!



Alexis ist Experte für Rohkaffee. Er wählt die besten aromatischen Profile, um daraus mit viel Geschick unsere Grands Crus meisterhaft zu kreieren. Mit einem Angebot von 7 Espressos „Blend“ (Mischung aus mehreren Herkunftsländern), 3 Espressos „Pure Origine“, 3 Lungos, 3 Decaffeinatos und pro Jahr bis zu 5 Varietäten in limitierter Ausgabe kann Nespresso jedem Kaffeegeschmack gerecht werden. Erfahren Sie mehr auf www.nespresso.com/experts

NESPRESSO[®]
Die Seele des Kaffees

SCAN

FACEBOOK GRÖSSER ALS BOEING



Die Geschäftsbank Goldman Sachs hat Anfang Jahr 450 Mio. Dollar in Facebook investiert. Mit dem Eintritt des neuen Aktionärs in das Kapital steigt der geschätzte Wert dieses sozialen Netzwerks auf 50 Mrd. Dollar. Damit übersteigt sein theoretischer Wert mittlerweile denjenigen von US-Grossunternehmen wie Boeing, Time Warner oder Yahoo. Laut dem «Wall Street Journal» belief sich der Umsatz von Facebook 2009 auf 700 Mio. Dollar und könnte 2010 sogar 2 Mrd. erreicht haben. Mit diesen ausgezeichneten Ergebnissen steigt der Druck auf Facebook. Laut mehreren Quellen dürfte das Netzwerk 2012 an die Börse gehen.

BÖRSENKAPITALISIERUNG: DIE SCHWEIZ IN DEN TOP 100

An den internationalen Börsenmärkten legen die Schweizer Werte zu. Vier helvetische Konzerne (Nestlé, Novartis, Roche und Xstrata) figurieren im Klassement der hundert grössten Börsenkapitalisierungen, das vom weltweit tätigen Wirtschaftsprüfer Ernst & Young für das Jahr 2009 veröffentlicht wurde. 2008 war erst ein Trio dabei. Damit liegt die Schweiz auf dem sechsten Platz der internationalen Rangliste, hinter den USA (37 Unternehmen), China (11), Grossbritannien (9), Frankreich (6) und Japan (5). Der Börsenwert aller Schweizer Unternehmen belief sich Ende 2009 auf insgesamt 526 Mrd. Dollar, was einem Zuwachs von 26 Prozent im Vergleich zum Vorjahr entspricht.

Panasonic DMP BD65 VS Samsung bd c6900



3D

Der Blu-ray-Player von Panasonic bietet keine 3D-Wiedergabe. Ob das wirklich ein Mangel ist, wird sich zeigen. Zumal die 3D-Bildschirme, für die man keine Brille braucht, eben erst erschienen sind und die Benutzer zögern, sich mit 3D auszustatten.

Der Samsung-Player ist mit 3D-Blu-ray-Discs kompatibel. Blu-ray ist der Standard des Heimkinos für das breite Publikum geworden, und immer mehr Hersteller machen ihre Player 3D-kompatibel.

INTERNET

Beim Panasonic-Player hat man dank einem Ethernet-Anschluss Zugriff auf das Streaming via Eigenformat Viera Cast, in das YouTube, ein Meteo kanal, Picasa (das Google-Bildverwaltungsprogramm) sowie Amazon Video On Demand integriert sind. WiFi gibts nur mit einem externen Adapter (ca. 80 Dollar).

Beim Samsung-Player ist WiFi integriert. Das Herunterladen von Apps und Widgets (Pandora, YouTube, Twitter, Flickr usw.) sowie vielen anderen Internetinhalten ist möglich.

DESIGN

Leichter, edler, weniger sperrig ... Panasonic hat sich im Vergleich zu den früheren Lesegeräten beim Design Mühe gegeben.

Sogar bei der Verpackung achtete Panasonic auf die Umwelt und verringerte die Grösse der Kartonschachtel um 15 Prozent.

Der Player von Samsung ist ein glänzender schwarzer Monolith, schlicht und hightech. Dank seiner transparenten Vorderfront ist die laufende Blu-ray-Disc zu sehen. Prachtvoll.

SPEICHER

1 USB- und 1 SD-Card-Anschluss für das Betrachten der Fotos und Videos von Digitalkameras (Panasonic).

1 GB Harddisk für das Streaming des Inhalts ab einem PC, 2 USB-Anschlüsse

PREIS

ca. 150 Franken.

ca. 300 Franken.

ECKDATEN

PANASONIC	PC,U	SAMSUNG	SSUN
1918	GRÜNDUNG	1938	
KADOMA, JAPAN	GESCHÄFTSSITZ	SEOUL, SÜDKOREA	
FUMIO OHTSUBO	CEO	GEESUNG CHOI	
\$ 79,38 MRD (2010)	UMSATZ	\$ 138,7 MRD (2010)	
\$ 33,68 MRD	BÖRSENKAPITALISIERUNG	\$ 124,76 MRD	
384'586 ANGESTELLTE	PERSONALBESTAND	276'000 ANGESTELLTE	



WENN ER WIEDERVERWERTBARE KAPSELN HERSTELLT, STIEHLT CHRISTOPHE GEORGE CLOONEY EIN WENIG DIE SCHAU.



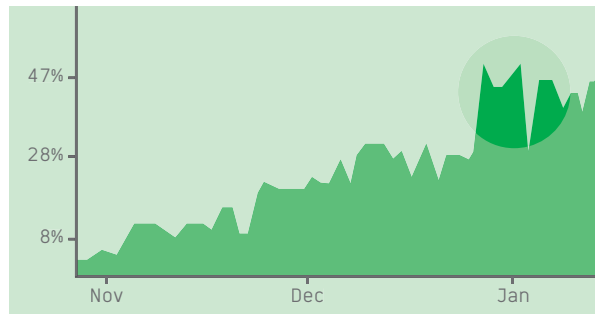
Christophe ist Leiter des Projekts Nachhaltige Entwicklung bei Nespresso. Er ist einer der Experten, die Aluminium empfehlen, das ideale Material um die Aromen eines aussergewöhnlichen Kaffees frisch zu halten und die Oxidation des Kaffees zu vermeiden. Darüber hinaus kann Aluminium endlos wiederverwertet werden, was zur Erhaltung natürlicher Ressourcen beiträgt. Um daher das Recycling von gebrauchten Kapseln zu erleichtern, sind wir bestrebt, die Zahl der Sammelstellen dauernd zu erhöhen. Erfahren Sie mehr auf www.nespresso.com/experts


NESPRESSO[®]
Die Seele des Kaffees

VARIATIONEN

EDIPRESSE

Im November 2010 setzte Edipresse seine Entwicklung in der Kategorie «Luxus» mit der Lancierung von zwei neuen Produkten fort und stellte den Erscheinungsrhythmus seiner Veröffentlichungen um. Die erste Ausgabe von «Bilan Luxe» ist am Kiosk erschienen. Das neue Luxusmagazin für die Schweiz wird mit einer Auflage von 65'000 Exemplaren in Französisch und Deutsch veröffentlicht und ist ein Projekt der beiden Wirtschaftsmedien «Bilanz» [Axel Springer Schweiz] und «Finanz und Wirtschaft» [Tamedia]. Im Bereich der Uhrenzeitschriften hat Edipresse Luxe sein Angebot für den Schweizer Markt vereinfacht. Die französische Ausgabe von «Revolution», mitten in der Finanzkrise lanciert, wird eingestellt. Die Uhrenzeitschrift GMT, deren Hauptausgabe zweimal jährlich herauskam, erscheint ab 2011 alle drei Monate, wobei

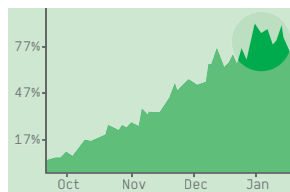


GMT Lady und GMT XXL erhalten bleiben. Zudem beschlossen Publigroupe-Tochter Publicitas und das Verlagshaus Edipresse, ihre Zusammenarbeit fortzusetzen.  EDIN

LEM HOLDING

Nach der Bekanntgabe der Halbjahresgewinne 2010/11 (per 30. September 2010) schossen die Aktien des Herstellers von elektronischen Bauteilen Lem in die Höhe. Gegenüber der Vorjahresperiode steigerte Lem seinen Umsatz um 80 Prozent und schrieb auch deutlich höhere Gewinne.

Die Bank Vontobel bezeichnet das Ergebnis für das zweite Quartal als «hervorragend». Im Unterschied zum ersten Quartal konnte das

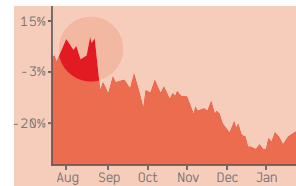



Unternehmen die Diversifizierung seiner Geschäftsfelder fortsetzen. Die Fokussierung auf China hat sich bezahlt gemacht.

 LEHN

KUDELSKI

Die Kudelski-Aktie fiel wegen der Ergebnisse im ersten Halbjahr deutlich ab. Zwar entsprachen die Halbjahresergebnisse des waadtländischen Konzerns den Erwartungen der Analysten, doch die Prognosen für das gesamte Geschäftsjahr wurden angesichts einiger Unsicherheitsfaktoren im zweiten Halbjahr nicht angehoben. Da die Profitabilität des Konzerns stark wechselkursabhängig ist (Franken/Euro) und jede Verschiebung um einige

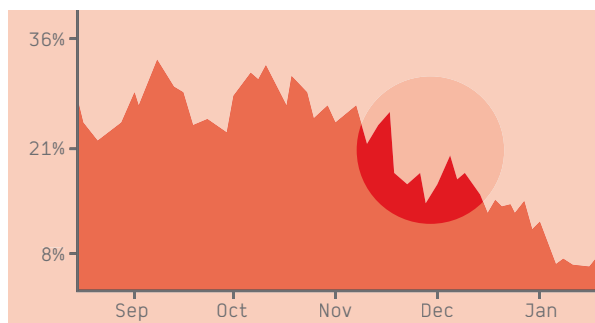



Cents beim Gewinn Veränderungen in Millionenhöhe auslöst, wurden die Prognosen für den Gewinn je Aktie nach unten korrigiert.  KUD

LONZA

Seit Ende Oktober kündigt der Schweizer Chemie- und Biotechnologiekonzern Unternehmensbeschlüsse an, die am Markt nicht gut ankommen. So herrscht beispielsweise grosses Misstrauen gegenüber den Allianzen und Partnerschaften, die der Konzern etwa Mitte November einging. Und die Strafe liess nicht auf sich warten: Der Kurs sank sofort, die Aktie geriet ins Taumeln.

Am 8. Dezember 2010 eröffnete Citigroup dann als erster Broker das Feuer, senkte das Kursziel von 90 auf 70 Franken und stellte den Titel von «Hold» auf «Sell». Ausserdem sprechen nur 30 Prozent der 12 Analysten, die den Titel verfolgen, eine Kaufempfehlung aus. Zudem wirkte sich der stetig steigende

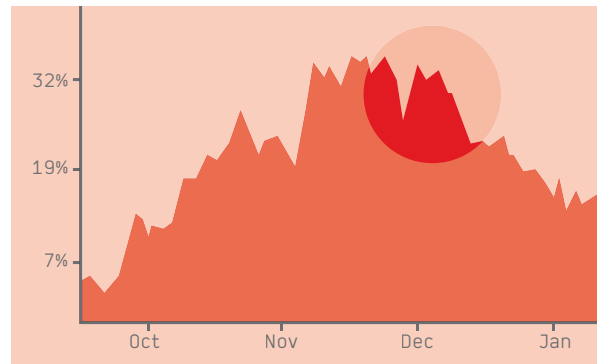


Schweizer Franken ausgesprochen negativ auf die Verkaufszahlen aus. CEO Stefan Borgas bezeichnete diese Hausse als «permanente Herausforderung».  LONN

LOGITECH

Die Aktie der Firma, die Informatikperipheriegeräte entwickelt, herstellt und vertreibt, hat Ende November eine Talfahrt angetreten. Dafür gibt es zwei konkrete Gründe: Zunächst bestätigte Goldman Sachs seine «Sell-Empfehlung» für die Aktie, während Barclays eine äusserst negative Sektorstudie zum Titel veröffentlichte. Da zu diesem Zeitpunkt bereits rund 30 Prozent der 12 Analysten, die den Titel betreuen, den Verkauf empfahlen, hatte das Urteil Folgen: Der Titel brach um über 14 Prozent ein.

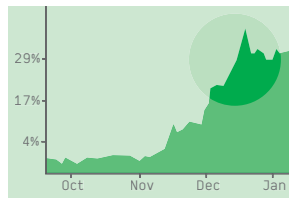
Mitte Dezember folgte dann die Gewinnwarnung des amerikanischen Elektronikhändlers Best Buy, die dem Titel grossen Schaden zufügte, denn 37,1 Prozent des Umsatzes werden in den USA erwirtschaftet; davon gehen über 80 Prozent auf das Konto von




Fachmärkten wie Best Buy. Die Gewinnwarnung von Best Buy färbte auf den Titel des Schweizer Herstellers ab.  LOGN

EMMI AG

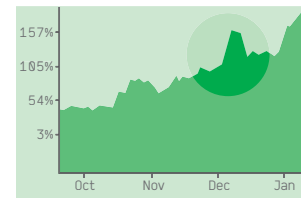
Der teure Schweizer Franken ist für den Schweizer Marktführer von Milchprodukten ein Hindernis bei der Erreichung der Wachstumsziele im Bereich Auslandsabsatz. Doch Emmi kaufte Dr. Oetker die Markenrechte an der Joghurtmarke Onken ab. Ziel der Firma: der Aufstieg zu einem der wichtigsten Lieferanten von Premium-Milchprodukten in Europa. Daher die Konzentration auf die Schlüsselmärkte Italien, USA, Benelux, Deutsch-




land und Grossbritannien. Rückenwind erhielt die Emmi-Aktie auch dadurch, dass UBS, Kepler und Vontobel die Firmenentwicklung positiv einschätzen und die Kursziele hochgenommen haben.  EMMN

MICRONAS SEMICONDUCTOR HOLDING

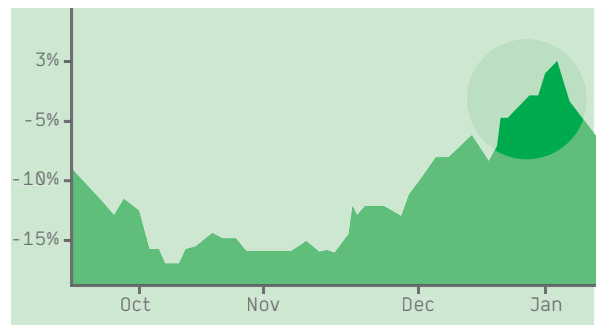
Im dritten Quartal überraschte der Halbleiterhersteller Micronas Semiconductor Holding die Analysten mit guten Gewinnen. Die Zunahme der Verkaufszahlen ist auf die gestiegene Nachfrage bei den Consumer-Produkten zurückzuführen, von denen sich das Unternehmen trennt. Der Reingewinn liegt um ein Mehrfaches höher als erwartet. Die Firma ist operativ gut positioniert, verfügt über gesunde Finanzen und könnte




durchaus Übernahmegelüste wecken. Dies meint die französische Bank Chevreux und nimmt den Titel in ihre «selected list» auf, statt ihn wie zuvor mit einer Outperform-Empfehlung zu versehen.  MCNSF

SARASIN

Die internationale Wachstumsstrategie der Bank Sarasin & Cie hat sich in den letzten Monaten bezahlt gemacht. So brachte ihr die Eröffnung der Tochtergesellschaft Bank Sarasin-Alpen (ME) Limited eine Repräsentanz in Abu Dhabi. Die neue Einheit wird Private-Banking-Kunden ein umfassendes Spektrum von Dienstleistungen im Bereich der Vermögensverwaltung bieten. Die Bank baut ihre Präsenz auch in Asien aus. In Singapur entsteht eine neue Abteilung Wealth Management Solutions Asia. Laut einem Artikel der «Financial Times» werden mittelgrosse Banken wie Julius Bär und Sarasin dank ihrer kräftigen Asienexpansion überproportional vom Anlageboom in dieser Region profitieren. Von einigen Beteiligten wird das Potenzial beider Titel als überdurchschnittlich



eingeschätzt. Börsenmakler empfehlen kühnen Anlegern, in der gegenwärtigen Konsolidierungsphase Julius Bär und Sarasin zu kaufen.  BSAN

NOMINIERUNGEN

ANNE HÉRITIER LACHAT Präsidentin der FINMA

Anne Héritier Lachat wurde vom Bundesrat zur neuen Verwaltungsratspräsidentin der Eidgenössischen Finanzmarktaufsicht FINMA ernannt. Die 60-jährige Genferin hat ihr Amt Anfang Januar 2011 als Nachfolgerin des Ende 2010 zurückgetretenen Eugen Haltiner angetreten. Anne Héritier Lachat ist Spezialistin für Bankenwesen und illegale Gelder. Sie gibt ihre Tätigkeit als selbstständige Anwältin auf und verlässt per Ende des ersten Quartals 2011 ihren Posten als Professorin für Banken- und Finanzrecht an der Universität Genf.



ZENO STAUB, CEO der Vontobel-Gruppe

Ab 4. Mai 2011 wird Zeno Staub als Nachfolger des amtierenden Präsidenten Herbert J. Scheidt neuer Präsident der Bank Vontobel. Mit seinen 41 Jahren verfügt er über eine solide Erfahrung bei der Firma. Zeno Staub stiess vor zehn Jahren zu Vontobel und begann seine Laufbahn in den Bereichen Controlling und IT-Projektportfolio. Schon bald wurde er zum CFO berufen, anschliessend zum Leiter des Geschäftsfeldes Investment Banking und später des Geschäftsfeldes Asset Management.

☑ VSCI



RUEDI HOCHSTRASSER

Direktor der Molkerei Biedermann

Pius Biedermann, der Gründer der Biomolkerei Biedermann, gibt die Geschäftsführung an Ruedi Hochstrasser ab. Der neue Direktor ist 53 Jahre alt und promovierter Lebensmittelingenieur. Gleichzeitig mit dem Führungswechsel wird die Zürcher Molkerei wohl auch einen neuen Besitzer erhalten: Emmi, der Marktführer der Schweizer Milchindustrie, will die Molkerei im Mai 2011 vollständig übernehmen.

☑ EMN



HARRY BOOT

COO der Sparte Life Science Ingredients von Lonza

Das Schweizer Chemieunternehmen Lonza Group hat Harry Boot zum Chief Operating Officer (COO) der Sparte Life Science Ingredients (LSI) berufen. Am 1. März 2011 wird Harry Boot Stefan Borgas ablösen, der diesen Posten ad interim seit Juni 2010 parallel zu seiner Funktion als CEO der Gruppe innehat. Der neue COO verfügt über langjährige Erfahrung in der chemischen Industrie: Er war früher bei GE Silicones, GE Plastics, GE Consumer & Industrial und zuletzt bei Bluestar/Blackstone tätig, wo er die Funktion als Chief Commercial Officer ausübte.

☑ LONN



RONALD FEHLMANN CEO der Comet Gruppe

Der Verwaltungsrat der Comet Gruppe hat Ronald Fehlmann zum neuen CEO bestimmt. Davor besetzte er eine Führungsposition im Verkauf und Business Development von Sarnafil International, einer im Bereich Baumaterialien tätigen Firma. Er war ausserdem Senior Vice President und Leiter einer Business Unit bei Hilti sowie Präsident und Generaldirektor von Wetrok. Der 48-jährige Schweizer hat sein neues Amt am 1. Januar 2011 angetreten. Er löst Hans Hess ab, der sich von nun an vollumfänglich seiner Funktion als Verwaltungsratspräsident widmen wird.

☑ COTN



BEAT RÖTHLISBERGER CEO von Genolier Swiss Medical

Der Verwaltungsrat von Genolier Swiss Medical Network (GSMN) hat Beat Röthlisberger als CEO des bedeutenden Netzwerks Schweizer Privatkliniken bestätigt. Er hatte diese Funktion ad interim bereits seit dem 6. September 2010 inne. Der Schweizer war in verschiedenen Posten in den Finanz- und Controllingabteilungen der Firmen Biberist und Allseas Group tätig, bevor er zum Finanzdirektor von Raymond, einer Vertriebsgesellschaft für Luxusgüter und Accessoires, ernannt wurde. Er stiess 2009 als Verwaltungs- und später Finanzdirektor zu GSMN.

☑ GSMN

Die schönste Art, Ihr Geld anzulegen.

Der neue Opel Insignia Turbodiesel 4x4
mit Swiss Service Pack.



Welche Ziele auch immer Sie haben, im Opel Insignia 4x4 CDTI wird die Fahrt dorthin etwas Besonderes. Denn sein athletisches Design hält, was es verspricht: Traction, Spurstabilität und in jeder Situation abrufbare Leistung. Das Ergebnis ist Fahrspass auf höchstem Niveau. Dazu bieten wir Ihnen jetzt serienmässig das exklusive Swiss Service Pack: Sie erhalten 2 Jahre Anschlussgarantie an die Werksgarantie (2 Jahre) und zusätzlich 4 Jahre Service (oder 120'000 km) gemäss Opel Wartungsplan.



Adaptiver 4x4-Antrieb



FlexRide Premium-Fahrwerk



Adaptives Fahrlicht (AFL+)



www.opel.ch

Wir leben Autos.

«CALIDA SETZT AUF DEN EINZELHANDEL»

Mit der Übernahme der französischen Marke Aubade im Jahr 2005 hat sich der Luzerner Wäschehersteller zu einer Gruppe für hochwertige Lingerie gemauert. Seither geht es mit der internationalen Expansion konsequent voran. Dazu setzt das Unternehmen auf den Auf- und Ausbau seines Netzes eigener Calida-Boutiquen und visiert den Zukauf eines weiteren Partners an. Swissquote sprach mit CEO Felix Sulzberger.

Sabrina Faetanini

Welcher Schweizer erinnert sich nicht an das mollige Calida-Pyjama unterm Tannenbaum? Bilder, die die Kindheit wachrufen, auch wenn das obligate Geschenk von Tante Trudi für manche einen etwas angestaubten Charme ausstrahlte. Von diesem ältlichen Image ist wenig übrig geblieben. Wir sind erwachsen ge-

worden, und Calida hat sich gehäutert. Die Restrukturierung der Firma aus Sursee (LU), die seit 2001 von Felix Sulzberger, einem Spin Doctor der Textilindustrie, gelenkt wird, trägt ihre Früchte. Der CEO, der sich die Sporen in der Markenwelt von Levi Strauss und Reebok verdiente, hat sich und seinen Mitarbeitern nichts erspart. Innert zehn Jahren wurden bei Calida Produktion und Vertrieb umgekrempelt, Slips veredelt, die Aktionärsbasis wurde verbreitert, die Lohnmasse geschrumpft und die Werbung aufgepeppt. Vor allem aber hat das Luzerner Unternehmen eine glückliche Ehe mit der sinnlichen Aubade geschlossen. Eine Bade- und eine Prêt-à-Porter-Kollektion, präsentiert bei den Fashion Days in Zürich, gehen aus dieser Verbindung hervor. Nahtfrei, dafür in Seide und Wolle und mit Spitzen besetzt. Tag für Tag werden weltweit 25'000 Calida-Produkte verkauft, und die Analysten stimmen darin überein, dass die kleine Schweizer Marke heute profitabel und solide ist. (s. Box Seite 25)

SWISSQUOTE MAGAZINE ▶ Wie steht die Calida-Gruppe heute da?
FELIX SULZBERGER ▶ Wir haben die Krise hinter uns und sind mit den



Felix Sulzberger,
CEO von
Calida

Ergebnissen, die wir in wenigen Wochen bekannt geben werden, sehr zufrieden. Unsere Neuaufstellung als Gesellschaft für Vertrieb und Marketing edler Dessous hat uns die internationale Ausrichtung gegeben, die wir angestrebt hatten.

Sie haben bei Ihrem Amtsantritt eine ganze Reihe von Massnahmen angestossen – was erweist sich da heute als besonders erfolgreich?

Die seit 2001 ergriffenen Massnahmen gehören alle zusammen und waren also jede an sich entscheidend. Es musste ja alles erneuert werden: Kapital, Produktion, Vertrieb, Belegschaft, Kommunikation, Design und vor allem die Mentalität. Letzteres dauert natürlich am längsten. Die Verbindung mit Aubade im Jahr 2005 hat uns da sehr geholfen. Wir konnten vom mittleren ins obere Preissegment

Calida in Zahlen

1941 Gründung von Calida.

700 Beschäftigte weltweit, davon 263 in Sursee und 200 an den Fertigungsstandorten in Ungarn.

213,3 Mio. Umsatz im Jahr 2010.

25'000 Calida-Artikel werden täglich weltweit verkauft.

110 exklusive Calida-Stores in Europa.

36 exklusive Aubade-Boutiquen weltweit.

450 Verkaufsstellen und eigene Abteilungen weltweit.



Aubade

PARIS

Lui demander sa main, puis l'autre.

Leçon N°101

www.aubade.com | H. Havé LEVIS Agence N°101

CALIDA

aufsteigen, und vor allem hat das Unternehmen dadurch eine beispiellose mentale Öffnung mitgemacht. Wenn man ein Unternehmen internationalisiert, geht es ja nicht nur darum, mehr zu exportieren. Man will vor allem den Horizont erweitern und Denkweisen entkrusten. Wussten Sie, dass Aubade jedes Jahr 80 Prozent seiner Kollektion erneuert, um mit der Mode Schritt zu halten? So etwas hat es

bei Schweizer Wäscheherstellern nie gegeben. Die andere wichtige Massnahme war der Fokus auf den Einzelhandel mit dem Aufbau unserer eigenen Stores und Boutiquen.

Weshalb dieser Fokus auf den Einzelhandel?

Weil im letzten Jahrzehnt viele kleine Geschäfte zugemacht haben. Daran haben die Konkurrenz der grossen Handelsketten

und die hohen Mieten in den Grossstädten einen wichtigen Anteil. Wir füllen die Lücke, die sie hinterlassen, indem wir unser eigenes Netz von Läden aufbauen. Für uns ein ganz neues Geschäft, aber unsere Zukunft. Derzeit betreiben wir weltweit 110 Calida-Stores und 36 Aubade-Boutiquen. Mehr als ein Viertel des Umsatzes der Marke Calida machen wir mit diesem Netz.



Die beiden Marken Aubade und Calida werden vom Publikum nicht miteinander in Verbindung gebracht. Ist das Absicht?

Natürlich. Die beiden Marken müssen für die Käuferinnen klar getrennt bleiben, denn sie haben nichts gemeinsam. Verändert hat sich in erster Linie Calida, und die Marke muss ihren Weg noch finden. Aber wir erzeugen Synergien und tauschen Ideen zwischen den beiden Marken aus. Calida lernt in Sachen Marketing viel von der Marke Aubade, die über ein grosses Know-how verfügt und übrigens als Marke ein echter Erfolg ist. Dafür führen wir unsere Management- und Entwicklungsmethoden bei Aubade ein, die es so vorher praktisch gar nicht gab. So hatte zum Beispiel Aubade keine eigenen Boutiquen, als wir die Marke übernommen haben. Die erste Aubade-Boutique in Frankreich hat Calida eröffnet.

Wie sieht denn nach all diesen Veränderungen heute die typische Calida-Kundin aus?

Die Calida-Kundschaft ist immer noch sehr heterogen. Einerseits die historische Kundin – die Frau

über 40, die in der Schweiz oder in Deutschland lebt und unsere Nacht- und Unterwäsche wegen ihrer Qualität kennt und schätzt. Andererseits die neue Zielkundin – die urbane City-Frau, europäisch, berufstätig, 30 bis 50, mit gutem Einkommen und konsumbewusst. Sie will Qualität und Komfort, aber auch Mode und Gefühl. Für sie entwickeln wir unseren Stil weiter, ohne sie zu überfordern, weder sie noch die historische Kundin. Das heisst, dass sich das Design peu à peu entwickelt. So haben wir für unsere neue Badkollektion eine Direktorin engagiert, die von Intersport kommt. Sie arbeitet mit einem Pool von Modedesignern aus aller Welt zusammen – Arbeitsmethoden, die für uns absolut revolutionär sind!

Welche Strategie verfolgen Sie in Sachen Baumwollpreis?

Die Baumwollpreise waren 2010 sehr hoch, aber wir haben die

Vom Kitsch zum Hype

1957 arbeitet Calida an einem Pyjama, das die lieben Kleinen die ganze Nacht warmhalten soll. 1961 wird Eureka erfunden, der Schlafanzug, der von alleine sitzt. Breite elastische Bündchen an Handgelenken, Fussknöcheln und um die Taille verhindern, dass das Pyjama hochrutscht. Daran hatte noch niemand gedacht, die Bündchen werden patentiert.

1965 nimmt sich Calida der ewigen Sehnsucht der Frauen an, schlanker auszusehen. Das Kleine, innovative Unternehmen bringt den ersten Hüftgürtel auf den Markt, der den Hüftumfang bis zu 1,5 Zentimeter verringert. Ein zweites Patent wird angemeldet.

Als nächstes kommen die Hausanzüge. Anfang der 70er-Jahre wird hier der Einfluss der Popkultur aufgenommen. Kein Patent, aber zweifarbige, hautenge Kombis, die direkt aus «Star Trek» oder «Charlie's Angels» zu kommen scheinen und in Schweizer Wohnstuben Einzug halten.

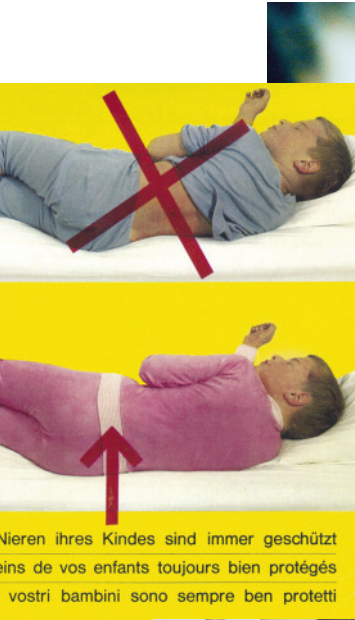
Preise für unsere Frühling/Sommerkollektion 2011 nicht angehoben. Für die Herbst/Winter-Kollektion werden wir sie allerdings anpassen müssen.

Was ist die nächste grosse Herausforderung für den Konzern?

Vor allem geht es darum, bei beiden Marken ein gutes Entwicklungstempo zu halten, Aubade weltweit, Calida europaweit. Seit 2003 verwenden wir darauf einen Grossteil unserer Energie, und wir sind sehr zuversichtlich. Zu dieser Zeit hatten wir noch gar keine eigenen Stores, heute sind es weltweit 150. Diesen Rhythmus gilt es beizubehalten.

Sie planen den Zukauf einer weiteren Marke. Weshalb?

Das hängt mit der Logik des Ver-



Nieren ihres Kindes sind immer geschützt
 reins de vos enfants toujours bien protégés
 vostri bambini sono sempre ben protetti



CALIDA
 Pyjama



Eine hochleistungs-fähige Logistikplattform

In den riesigen Hangars in Sursee versteckt sich eine der Geheimwaffen von Calida, ihre Logistikplattform. Das System, das von den Versandhäusern genutzt wird, zentralisiert und erfasst jeden Tag die 25'000 Calida-Artikel, die in Bulgarien gefertigt werden. Bevor sie in ganz Europa versandt werden, laufen sie über die Transportbänder der Plattform, wo sie sortiert, verpackt und etikettiert werden. Das System erlaubt die Einhaltung einer winzigen Fehlerquote von nur 0,5 Prozent aller Bestellungen.

Das sagen die Analysten

«Calida ist nicht mehr altmodisch»

Die Analysten bestätigen, dass Calida die Krise hinter sich und eine vielversprechende Entwicklung vor sich hat. **Vorsichtig ist man im Hinblick auf eine neue Akquisition.**

Claudia Lenz von der Bank Vontobel: « Die Calida-Gruppe ist in Hochform und hat es verstanden, sich vom Hersteller altmodischer Unterwäsche in einen Konzern für exklusive Lingerie und hochwertige Produkte zu verwandeln.


Calida ist heute ein profitables Unternehmen mit einer soliden Bilanz. Mit dem Aufbau eines Netzes eigener Boutiquen hat man stark in das organische Wachstum

investiert, und es wird weiter aufwärtsgen. Die Marke Aubade soll auf allen Weltmärkten eingeführt, die Marke Calida in Europa konsolidiert werden, vor allem dort, wo sie noch wenig präsent ist (Italien, Spanien, England). Calida hat ein sehr hohes Wachstumspotenzial. Und was das Aussenwachstum angeht, so wird sich Calida auf rentable Übernahmen fokussieren, die im Luxussegment positioniert sind.»

Marco Strittmatter von der Zürcher Kantonalbank: «Auch wenn sie noch ein mittelständisches Unternehmen ist, so befindet sich Calida doch in der Expansion und hat eine

internationale Vision. In einem nächsten Schritt wird es eine weitere Gesellschaft übernehmen. Die Frage ist nur welche? Es gibt nicht viele Kandidaten, und teuer könnte es auch werden. Aber Calida muss wachsen und hat keine andere Wahl.

Was die Baumwollpreise angeht, dürfte die Gruppe aus Sursee nicht allzu sehr darunter leiden, auch wenn ein Teil des Preisanstiegs auf die Verkaufspreise umgewälzt wird. Die Kunden von Calida und Aubade suchen ja nicht nach Schnäppchen, sondern in erster Linie nach Qualität. Und sie wissen, dass die ihren Preis hat.»

kaufs über Boutiquen zusammen, die ja heute über die ganze Welt verteilt sind. Ich weiss noch nicht, wer es sein wird, aber die Kriterien sind klar. Wir brauchen eine hochwertige internationale Qualitätsmarke, die uns ergänzt, den beiden bestehenden Marken also nicht zu ähnlich ist und ihnen womöglich das Wasser abgräbt. Vielleicht sportliche Lingerie? Der Idealpartner muss ausserdem nicht unbedingt vor Gesundheit strotzen, sollte aber auch nicht am Abgrund stehen. All das klingt kompliziert und löst Skepsis aus. Aber ich weiss noch, dass 2005 in der Schweiz auch niemand auf eine Übernahme von Aubade gewettet hat ... 



CALIDA

INVESTMENT

ANALYSTEN & BERATER

«Kaufen, nur weil alle kaufen, ist keine gute Idee»

Kann man noch in Immobilien investieren, obwohl das Gerücht einer Preisblase immer lauter wird? Eine Einschätzung von Fredy Hasenmaile, Head Real Estate Analysis der Credit Suisse.

SWISSQUOTE MAGAZINE ▶ In den Medien ist von einer drohenden Schweizer Immobilienblase die Rede. Sind die Warnungen berechtigt?

FREDY HASENMAILE ▶ Grundsätzlich gibt es keine Blase. In einigen Regionen lässt sich jedoch eine Überhitzung feststellen: Betroffen sind einige Zürcher und Zuger Agglomerationsbereiche, der Zweitwohnungsmarkt in Touristenorten und das Genferseegebiet. Das Angebot in Genf kann nicht mit der Nachfrage mithalten. Das erwartete Preisniveau ist nicht mehr vernünftig. Ein Vergleich mit den USA oder Spanien wäre jedoch unangebracht. Ich kann keinen Mechanismus erkennen, der auf das Platzen einer Blase hindeutet. Folglich rate ich davon ab, zuzuwarten, um von einem allfälligen Preissturz zu profitieren.

Also kann man weiterhin bedenkenlos in Immobilien investieren?

Der Besitz einer Immobilie erfordert Präsenz und Einsatz. Man muss sich um die Liegenschaft kümmern und mit Einkommensausfällen bei Mieterwechsel rechnen. Wichtig ist es, den Ertrag aus dieser Investition nicht zu hoch einzuschätzen. Geben Sie für eine Immobilie auf keinen Fall Ihr letztes Geld her. Und hüten Sie



YVES TENNEVIN

sich vor dem Masseneffekt: Wegen der Unwägbarkeiten an der Börse liegen Immobilien zwar im Trend, doch niemand sollte kaufen, einfach nur weil alle kaufen.

Können die Preise in den «überhitzten» Regionen überhaupt noch steigen?

Das Limit dürfte bald erreicht sein. In Genf hat sich beim Verhältnis zwischen der Entwicklung der Immobilienpreise und der Entwicklung der Löhne eine derart breite Schere geöffnet, dass eine Abkühlung unumgänglich ist. Entweder verlangsamt sich der Wertzuwachs von Gebäuden nach und nach, oder wir erleben eine abrupte Preiskorrektur. Vorstellen könnte ich mir einen Rückgang von 10 bis 20 Prozent über

einen Zeitraum von vier oder fünf Jahren. Wer sich absichern möchte, sollte sich auf einzigartige Liegenschaften in bester Lage konzentrieren, denen eine Preiskorrektur wenig anhaben kann. Objekte mit einem Wert über vier bis fünf Mio. Franken überstehen Markturbulenzen besser als andere.

Wie kann man vom gegenwärtigen Preisanstieg profitieren?

Aggressive Anleger können auf eine Hausse setzen und schnell wieder aussteigen. Dies ist allerdings riskant.

Sind Immobilienanlagefonds eine gute Alternative zum Kauf einer Liegenschaft?

Strategisch betrachtet, ja. Man

kann bereits mit 20'000 oder 30'000 Franken in diese Fonds einsteigen. Sie haben den Vorteil, liquide zu sein und lassen sich rasch verkaufen. Zudem bieten sie eine gute Diversifizierung und liegen mit ihren Erträgen von 3 bis 4 Prozent über der gegenwärtigen Obligationenrendite – eine gute Wahl für langfristige, konservative Anlagen. Wohnliegenschaften verhalten sich in der Regel stabil, während kommerziell genutzte Liegenschaften stärker auf zyklische Schwankungen reagieren. Allerdings gilt es, die Differenz zwischen dem Börsenkurs des Fonds und dem tatsächlichen Preis zu beachten, den man für den Erwerb von Anteilen bezahlen muss. Dieser Aufschlag, «Agio», spiegelt das Vertrauen der Anleger in die zukünftige Fondsperformance und liegt im langjährigen Durchschnitt bei rund 10 Prozent. Wegen der niedrigen Hypothekarzinsen befinden sich die Agios gegenwärtig auf hohem Niveau – in einem Fall gar bei 48 Prozent! Zum jetzigen Zeitpunkt käme die Wahl dieser Anlageform somit einem taktischen Fehler gleich.

Wie würde sich eine Hypothekarzinsenerhöhung auswirken?

Die aufgeblähten Agios würden sich zurückbilden und ein Sinken des Fondswerts verursachen. Deshalb lautet meine Empfehlung, ausschliesslich in Fonds mit vernünftigen Agios zu investieren.

Wie steht es mit Investitionen in Entwicklungsprojekte, beispielsweise im Hotelgewerbe?

Credit Suisse lancierte vor Kurzem einen neuen Fonds, der hauptsächlich in Wohnformen mit integrierten Serviceleistungen investiert, sich jedoch nur an qualifizierte Anleger richtet.▲



Fredy Hasenmaile
Head Real Estate Analysis
Credit Suisse AG, Zürich

«Der schwache Yuan bringt den Westen zum Verzweifeln»

Die bewusste Unterbewertung der chinesischen Währung wird von den Handelspartnern Chinas lautstark kritisiert.

Dank des weiterhin schwachen Yuan kann China einen Wachstumstrend fortsetzen, der im Wesentlichen auf dem Export gründet. So verzeichnete China letztes Jahr einen riesigen Handelsüberschuss, in erster Linie gegenüber den USA, deren Wirtschaft noch unter der Rezession leidet. Wenn China nichts unternimmt, um die eigene Währung aufzuwerten (Experten sprechen von einer Unterbewertung von 30 Prozent verglichen mit dem Dollar), ist das Risiko eines protektionistischen Konfliktes mit den USA nicht auszuschliessen.

China hat ein Interesse daran, den Yuan schwach zu halten, um seine Produkte zu billigen Preisen auf den ausländischen Märkten zu verkaufen. Doch die chinesische Regierung scheint von der Idee eines Übergangs von einer Exportwirtschaft hin zu einer von der Konsumgesellschaft angetriebenen Binnenwirtschaft angetan zu sein. Dazu gehört eine Erhöhung der Kaufkraft der Chinesen und damit einhergehend eine Wertsteigerung des Yuan. Dass der politische Wille dafür existiert, beweist die Tatsache, dass die Löhne im Land in den letzten fünf Jahren um durchschnittlich 20 Prozent gestiegen sind.

Externe und interne Faktoren werden gemeinsam zu einer Neubewertung der chinesischen Währung führen. Diese wird aber nur langsam und massvoll erfolgen, wird der Kurs des Yuan doch ausschliesslich von der chinesischen Volksbank überwacht und festgelegt.

Es geht nun für China darum, das Wachstum zu bremsen, ohne den Wirtschaftsmotor zu beschädigen, und so der Inflation entgegenzuwirken – vor allem in der Lebensmittelbranche. Hier schnellen die Preise in die Höhe. Um ihre Ziele von einem Wachstum bei 8 Prozent und einer Inflation bei 4 Prozent für das Jahr 2011 zu erreichen, müsste die chinesische Regierung die Kreditvergabe erschweren und verteuern, da Kredite in den letzten Jahren zur Eindämmung der Rezessionsgefahr kostengünstig und im Übermass vergeben wurden. Man kann also mit einer Erhöhung der Mindestreserven (reserve ratio requirement) für die Banken bei der chinesischen Volksbank sowie mit höheren Zinssätzen rechnen, da diese derzeit inflationsbereinigt negativ sind. Eine massvolle Verteuerung des Yuan würde einen leichten Rückgang der Exporte und dadurch eine Verlangsamung des Wachstums ermöglichen, ohne dass es zu einem richtigen Stillstand käme.

Für die Investoren geht es nun darum, herauszufinden, wann und in welcher Grössenordnung die Aufwertung des Yuan stattfinden wird. Der Markt rechnet bereits mit einer Erhöhung von 2,4 Prozent bis 31. Dezember 2011. Wir sind der Ansicht, dass die Wertsteigerung höher ausfallen wird, ungefähr 5 Prozent im Laufe des Jahres und 3 Prozent während des ersten Quartals 2011.▲



Davis C. Hall
Verantwortlicher Forex und Edelmetalle, Privatkunden,
Crédit Agricole Schweiz,
Genf

10 FRAGEN AN ALEX BRIDPORT

«Vorsicht ist für mich ein Fremdwort!»



Alex Bridport, Gründer und Senior Managing Partner des Genfer Finanzdienstleisters Bridport Investor Services, betreut zurzeit die Firmenfiliale in Jersey. Zuvor war er unter anderem für die Bank Lehmann Brothers in New York tätig.

1. Was war Ihr erstes Investment?

■ Ehrlich gesagt, so genau weiss ich das nicht mehr. Schliesslich bin ich 62 Jahre alt, und mein erstes Investment liegt lange zurück. Damals war ich noch Student. Ich glaube, es war eine australische Firma, die vermutlich nicht mehr existiert. Wenn ich mich nicht täusche, hatte ich damals einen Gewinn von 700 bis 800 Prozent erzielt.

2. Lassen Sie sich als Anleger eher von der Vernunft oder von Gefühlen leiten?

Ich hoffe sehr, dass ich mich rational verhalte. Für einen Anleger gibt es fast keinen schlimmeren Fehler, als sich von Emotionen mitreissen zu lassen.

3. Hatten Sie wegen einer Investition jemals schlaflose Nächte?

Nein. Ich schlafe nachts zum Glück sehr gut.

4. Was würden Sie als Ihre beste Investition bezeichnen?

In den vergangenen Jahren boten Bergbauunternehmen gute Gelegenheiten, die ich beim Schopf gepackt habe. Und ich glaube, es liegt noch mehr drin.

5. Woran erkennen Sie gute Anlagemöglichkeiten?

Erfahrung, Bauchgefühl und berufliche Kontakte helfen mir. Ich bin seit über 30 Jahren im Geschäft, habe viel gelernt und viele Menschen kennengelernt.

6. Wann werden Sie vorsichtig, und wann läuten bei Ihnen die Alarmglocken?

Vorsicht ist für mich ein Fremdwort! Der Markt ist riesig, also gibt es immer irgendwo Möglichkeiten. Vorsichtige Menschen haben meiner Meinung nach keine Ideen. In der einen oder anderen Ecke ist immer etwas in Bewegung: Rohstoffe, Industrie, aufstrebende Märkte ... Wenn ich wirklich vorsichtig sein will, setze ich auf Devisen.

7. Was ist Ihr Rezept gegen Stress?

■ Ich bezahle selbst. Wenn ich etwas für 100 Franken kaufe, zahle ich die 100 Franken. Ich leihe mir nicht 50 Franken aus, um kaufen zu können. Wenn ich verliere, verliere ich somit nur mein eigenes Geld.

8. Wie lautet Ihre goldene Anlageregeln?

■ Aufgepasst vor Emotionen! Das Schlimmste ist, sich in einen Titel zu verlieben und sich nicht mehr von ihm losreissen zu können. Bei mir steht jeden Morgen alles zum Verkauf. Und wenn sich die Gelegenheit bietet, verkaufe ich radikal alles.

9. Und die schwierigste Aufgabe für einen Anleger?

Im richtigen Moment verkaufen. Gestern habe ich zum Beispiel einen Titel für 218 Franken verkauft, den ich für 100 Franken erworben hatte. Da war ich mit mir selbst sehr zufrieden. Doch heute ist der Kurs dieser Aktie auf 230 Franken gestiegen, und ich bin überhaupt nicht mehr zufrieden. Den idealen Verkaufszeitpunkt zu treffen, ist eine schwierige Kunst. Besonders schlimm ist es, mit Verlust verkaufen zu müssen. Um sich vor Katastrophen zu schützen, muss man Regeln aufstellen und sich daran halten. Ich zum Beispiel verkaufe systematisch, wenn der Wert einer Aktie um 20 Prozent sinkt.

10. Wo sehen Sie zurzeit das grösste Investitionspotenzial?

Grosse amerikanische Industrieunternehmen werden meiner Ansicht nach 2011 gute Geschäfte möglich machen. Sie sind gegenwärtig unterbewertet und werden dieses Jahr dank einem deutlichen Wiederaufschwung zulegen. Die Unternehmen der aufstrebenden Länder halte ich für zu teuer. Ausserdem werden sie einem starken Lohndruck ausgesetzt sein. In reifen Regionen wird es dieses Phänomen nicht geben.▲

Elektrizitätsbranche: Schwellenländer kurbeln die Erholung an

Für Firmen wie ABB, Alstom, Schneider Electric, Philips und Siemens, die auf elektrische Infrastruktur spezialisiert sind, erweisen sich die Schwellenländer als Märkte mit zunehmender Bedeutung.

Das Wachstum der Branche wird 2011 in den hoch entwickelten Ländern wohl unter dem Durchschnitt der früheren Jahre liegen, bei 2,5 Prozent in den USA und 1,4 Prozent in Europa. So werden die aufstrebenden Volkswirtschaften, die durchschnittlich 35 Prozent des Geschäfts der Unternehmen dieser Branche ausmachen, den grössten Beitrag zur Zunahme der Auftragsvolumen leisten.

Asien bleibt eine Schlüsselregion. Die Bemühungen richten sich aber auch auf andere Gegenden: Lateinamerika, der Nahe Osten und die osteuropäischen Länder erhalten ein immer stärkeres Gewicht. Durchschnittlich rechnen wir für 2011 mit einem Wachstum von 6 Prozent für den Bereich der elektrischen Infrastruktur. Einige Teilbereiche (Elektrizitätsversorgung für Gewerbe und Industrie, Stromübertragung und -erzeugung) sollten Anzeichen für eine Erholung zeigen.

Die verschiedenen Unternehmen der Branche haben ein zwiespältiges Verhältnis zu den aufstrebenden Volkswirtschaften: Sie schwanken zwischen Enthusiasmus für das generierte Wachstum und Misstrauen aufgrund der dort herrschenden aggressiven Geschäftsgewohnheiten. Obwohl ein hohes Wettbewerbsrisiko besteht, sollten die Schwellenländer weiterhin äusserst dynamisch bleiben, wovon in erster Linie ABB, Alstom und Schneider Electric profitieren werden. Der Preisdruck für die Unternehmen

bleibt erträglich, ja sollte durch das Wiedererstarren der Nachfrage sogar nachlassen. Wir schätzen dennoch, dass Firmen wie Alstom, Siemens und in weniger grossem Umfang Schneider Electric die Verlagerung ihres Personals und ihrer Produktionsstätten in die Schwellenländer beschleunigen müssen, um wettbewerbsfähig zu bleiben.

Der Zürcher Elektrotechnikkonzern ABB ist unser bevorzugter Titel für das Jahr 2011. 47 Prozent seines Umsatzes werden in den Schwellenländern erzielt. Die Firma ist zu mehr als 50 Prozent im Bereich Automation und zu 40 Prozent im Bereich Energieeffizienz tätig – Geschäftsfelder, die in den nächsten Jahren wohl ein dynamisches Wachstum erleben werden. Deshalb sollte der Aktienkurs von gegenwärtig 21 Franken auf 27 Franken ansteigen.

Die Nachfrage nach Grossprojekten in Europa ist weiterhin gering, wir rechnen aber damit, dass die Firma Alstom, die 42 Prozent ihres Umsatzes in den Schwellenländern erzielt, in den nächsten Monaten Verträge über mehrere Milliarden

Euro unterzeichnen könnte – die neuen Volkswirtschaften scheinen die hoch entwickelten Länder in Erwartung einer Erholung abzulösen. Der gegenwärtige Alstom-Kurs entspricht unserer Meinung nach nicht dem tatsächlichen Wert der Firma. Die Aktie liegt zurzeit bei 37 Euro, der Kurs sollte aber bis auf 52 Euro ansteigen. Dies ermutigt uns, unsere Kaufempfehlung für diesen Titel aufrechtzuerhalten.

Hinsichtlich Schneider Electric hingegen wird die Attraktivität des Titels durch die 2010 erfolgte Wertzunahme (+ 40 Prozent) zeitweilig gemindert. Wir halten aber an unserer positiven Einschätzung fest, da wir der Meinung sind, die Präsenz der Firma in den Schwellenländern (38 Prozent des Umsatzes für 2010) wird dem Unternehmen gute Verkäufe bescheren, und die Tätigkeit im Bereich Energieeffizienz (32 Prozent des Umsatzes) bietet mittelfristig (5 Jahre) gute Aussichten.



Delphine BRAULT
Finanzanalystin,
Oddo Securities,
Paris


UNTERNEHMEN	KURS (JANUAR)	KURSZIEL	RATSCHLÄGE	ANTEIL DER SCHWELLENLÄNDER AN DER GESCHÄFTSTÄTIGKEIT
ABB	CHF 21.–	CHF 27.–	KAUFEN	47%
ALSTOM	€ 36.–	€ 52.–	KAUFEN	42%
SCHNEIDER ELECTRIC	€ 116.–	€ 130.–	AKKUMULIEREN	34%
PHILIPS	€ 23.–	€ 26.–	AKKUMULIEREN	30%
SIEMENS	€ 94.–	€ 90.–	REDUZIEREN	30%
LEGRAND	€ 31.–	€ 27.–	REDUZIEREN	30%
AREVA	€ 37.–	€ 31.–	REDUZIEREN	15%

DIE AUTOMOBILINDUSTRIE ROLLT AUF GOLDENEN STRASSEN



S. 32

 **LAMBORGHINI**
INTERVIEW MIT CEO
STEPHAN WINKELMANN

 **SWATCH**
RÜCKKEHR ZUM
SAUBEREN AUTO
S. 44

GM GENERAL MOTORS
DAS COMEBACK
S. 40



S. 50



SCHWEIZ
KNOW-HOW IM
DIENST DER
AUTOINDUSTRIE



S. 62



MERCEDES-BENZ
125 JAHRE INNOVATION



REIFENHERSTELLER
DIE ÖKOSCHLACHT

S. 58



Stephan Winkelmann, CEO von Lamborghini, hier im Zentrum für Design im Werk von Sant'Agata



«CHINA WIRD 2011 UNSER GRÖSSTER MARKT»

Seit Lamborghini 1998 von Audi gekauft wurde, ist das Unternehmen deutlich gereift. Heute spielt es beim Thema Innovation in der obersten Liga, doch auch die Herzen von Mechanikliebhabern lässt es noch immer höher schlagen.

CEO Stephan Winkelmann empfing Swissquote für ein exklusives Treffen am historischen Produktionsstandort Sant'Agata Bolognese. Ein Interview.

Text: Ludovic Chappex / Fotos: Thierry Parel

Bei der Ankunft am Werk von Sant'Agata, dem Hauptquartier von Lamborghini, wird sofort deutlich, wie viel die italienische Marke ihrem reichen Besitzer Audi zu verdanken hat, der sie 1998 übernahm. Auf dem Parkplatz für die Angestellten sind die vier Ringe allgegenwärtig. Die deutsche Firma, wiederum angegliedert an den mächtigen Volkswagen-Konzern, hat den italienischen Autobauer aus der Flaute gezogen, in der er sich Ende der 90er-Jahre befand, als er gerade mal zweihundert Autos pro Jahr produzierte. Heute verlassen bei Lamborghini zehn Mal so viele Autos das Werk, und man will sich noch weiter steigern. Die italienische Marke profitiert von vielen Synergien mit der deutschen Schwesterfirma: Das Aluminium-Fahrgestell des Lamborghini Gallardo beispielsweise wird in den Audi-Werken hergestellt und dann nach Italien befördert.

Innerhalb weniger Jahre – mit Ausnahme des Krisenjahres 2009 – ist Lamborghini so zu einer der profitabelsten Automarken der Welt geworden, deren Gewinn regelmäßig bei mehr als 10 Prozent des Umsatzes liegt. CEO Stephan Winkelmann sprach mit uns über die Herausforderungen von morgen. Eine Begegnung.

SWISSQUOTE MAGAZINE ▶ Vor welchen Herausforderungen steht eine Luxusmarke wie Lamborghini im Unterschied zu anderen Autoherstellern?

STEPHAN WINKELMANN ▶ Wir sind ein kleines Unternehmen, das sich gleichzeitig mit der Hochtechnologie des Automobilsektors und den Eigenheiten des Luxussegments auseinandersetzen muss. Und das alles mit einem Rundum-Ansatz, da wir unsere Autos selbst entwickeln, bauen und verkaufen.

Wir haben nicht dieselben Ziele wie die traditionellen Marken, die

einfach möglichst viel Umsatz machen wollen. Bei uns geht es darum, mit der Produktion immer etwas unterhalb der Nachfrage zu bleiben, das ist in der Welt des Luxus einer der Schlüssel zum Erfolg. Das schlägt sich unter anderem darin nieder, dass wir die Fahrzeuge von Hand fertigen und eine hochwertige Ausstattung liefern.


Unsere Strategie besteht in erster Linie darin, die Exklusivität der Marke zu erhalten und dabei ganz auf der Höhe der Automobilproduktion zu sein. Das ist eine echte Herausforderung, denn anders als bei anderen Luxusmarken – zum Beispiel in der Mode oder der Uhrenindustrie – ist die Technologie bei uns von zentraler Bedeutung, weshalb erhebliche Investitionen nötig sind.

Welche Märkte sind für Sie heute am wichtigsten?

Der amerikanische Markt, der bei Weitem unser grösster Abnehmer war, ist in den letzten zwei Jahren aufgrund der Krise extrem abgerutscht. Diese Tendenz zeigt sich in der gesamten Luxusindustrie. Für uns stehen die USA immer noch an erster Stelle, aber seit einem Jahr ist der chinesische Markt regelrecht explodiert. China ist auf einen Schlag vom zehnten auf den zweiten Platz vorgerückt. Wir denken, dass China 2011 unser grösster Markt wird. Das war vor wenigen Jahren überhaupt noch nicht abzusehen.

Bisher war die Nachfrage nach Supersportwagen auf einen sehr kleinen Kreis beschränkt, weit stärker als etwa bei den Luxuslimousinen. Aber mit dem Erstarken der chinesischen Wirtschaft und den neuen Vorlieben der Kunden nehmen die Dinge gerade eine rasante Entwicklung.

Führt diese Situation dazu, dass Sie Ihre Produkte an die neuen Märkte anpassen?



«Wir versuchen, mit der Produktion immer etwas unterhalb der Nachfrage zu bleiben.»

Was sich verändert, ist die Kommunikation rund um unsere Marke. Wir müssen unsere Verkaufsteams und den After-Sales-Service anpassen, um den Erwartungen dieser Kunden zu entsprechen. Die DNA von Lamborghini muss dagegen nicht verändert werden. Die eigentliche Besonderheit der chinesischen Kunden ist, dass sie auf eine Lieferung nicht warten wollen. Das Konzept der Warteliste ist für sie schwer zu verstehen.

Und wie passen Sie da Ihre Produktion an?

Das stellt uns vor eine grosse



Herausforderung ... Auf einen Murciélago musste man zwischen 12 und 18 Monaten warten, was bei dem neuen Modell auch der Fall sein wird (der Nachfolger des Murciélago, der beim Genfer Autosalon präsentiert wird, Anm. d. R.).

Der Produktionsrhythmus des neuen Modells wird also nicht schneller sein ...

Nicht wesentlich, denn unser Hauptaugenmerk liegt immer noch auf der Qualität. Das ist jetzt die sechste Generation des Lamborghini V12, aber was die Tech-

BIO EXPRESS

Der charismatische Lamborghini-Chef (2005 ernannt) wird von den Beschäftigten des Werks in Sant'Agata sehr geschätzt und bringt das perfekte Profil für diesen Posten mit.

Stephan Winkelmann ist gebürtiger Berliner, wuchs aber in Rom auf und ist damit die ideale Verkörperung der

glücklichen Ehe zwischen Audi und Lamborghini. Der 46-jährige deutsch-italienische CEO imponiert durch seine Führungsqualitäten und seine Fähigkeit, auf Kurs zu bleiben.

Nach seinem Abschluss als Politikwissenschaftler arbeitete der ehemalige Leutnant eines deutschen Fallschirmjägerbatail-

ions zunächst für Mercedes-Benz, dann rund zehn Jahre für Fiat im Bereich Marketing und Vertrieb.

2004 stieg er zum CEO von Fiat Österreich auf, leitete zusätzlich Fiat Schweiz und dann Fiat Deutschland, bevor er schliesslich bei Lamborghini das Ruder in die Hand nahm.

nologie angeht, gibt es einen Riesensprung gegenüber dem Vorgängermodell. Alles wurde komplett erneuert: Fahrgestell, Getriebe, Radaufhängungen, Motor ... Die neue Produktionslinie ist viel moderner, aber nach wie vor ist das Ausstattungsniveau sehr hoch, und die Fertigstellung erfolgt weiterhin per Hand.

Beim Pariser Autosalon 2008 haben Sie einen Prototypen für einen Viertürer, den Estoque, präsentiert. Seitdem geht das Gerücht um, Sie wollten ihn in Serie produzieren ...

Momentan haben wir eine Strategie, die auf zwei Modellen basiert. Aber wir denken tatsächlich darüber nach, ein drittes Fahrzeug zu produzieren. Dabei wäre der Bau eines Viertürers eine Möglichkeit, aber nicht die einzige. Wir werden in diesem Jahr entscheiden, ob wir dieses neue Modell auf den Markt bringen oder nicht. Wir wollen ein Auto, das auf unseren verschiedenen

Lamborghini in Zahlen

200%

Das Verkaufswachstum in China in den ersten sechs Monaten des Jahres 2010.

35%

Die geplante CO₂-Ausstoss-Reduzierung bis 2015.

2430

Die Stückzahl verkaufter Lamborghini im Jahr 2008, dem Rekordjahr des italienischen Autoherstellers.

820

Die Anzahl der Beschäftigten.

201 Mio.

Der 2009, auf dem Höhepunkt der Wirtschaftskrise, erzielte Umsatz von Lamborghini.

«Audi hat uns viel Erfahrung im Bereich der Produktion mitgebracht.»

Märkten – USA, Europa, Asien, Pazifik – gleich gut ankommt und die gleiche Präsenz hat.

Wie entwickeln sich Ihre Verkaufszahlen seit dem Rekordhoch von 2008?

2008 war mit einem Absatz von 2400 Autos in der ganzen Welt wirklich ein Rekordjahr. 2009 kam die Krise (weniger als 1500 verkaufte Autos, Anm. d. R.), dann lief 2010 die Produktion des Murciélago aus, also hatten wir nur noch die Montagekette für den Gallardo in Betrieb. Daher sind die Verkaufszahlen auf einem relativ niedrigen Stand geblieben. Mit dem Nachfolger des Murciélago wird der Absatz wieder deutlich steigen. Der Stand von 2008 wird unseren Schätzungen zufolge aber nicht vor 2013 wieder erreicht werden.

Ist Lamborghini auch nach den Glanzjahren 2007 und 2008 noch eine der profitabelsten Marken der Welt?

Das ist eines der Ziele des Unternehmens ... Aber man muss dabei im Kopf behalten, dass man ein Unternehmen nicht nur mit einer kurzfristig angelegten Strategie leiten kann. Es ist alles andere als selbstverständlich, bei kleinen Verkaufsmengen und grossen Investitionen fortwährend grosse Margen zu erzielen.

Planen Sie, die Produktionsmengen zu erhöhen und bei Bedarf auch Ihr Werk zu vergrössern? Oder muss die Zahl der verkauften Exemplare beschränkt bleiben, um die Exklusivität zu wahren?

Zunächst einmal muss man bedenken, dass die weltweite Autopro-

duktion bei mehr als 60 Mio. Fahrzeugen pro Jahr liegt. Vor diesem Hintergrund macht es global gesehen für das Image keinen grossen Unterschied, ob wir zweitausend oder fünftausend Autos herstellen. Es gibt also einen gewissen Handlungsspielraum, mehr Fahrzeuge zu bauen.

Mit einer solchen Entwicklung kämen Sie beinahe auf den Stand von Ferrari, wo rund sechstausend Fahrzeuge pro Jahr gebaut werden.

Unser Ansatz ist etwas anders als der von Ferrari. Wir wollen extrem und kompromisslos bleiben.

Inwiefern profitiert Lamborghini vom Erfahrungsreichtum von Audi und von der Macht des VW-Konzerns?

Erst einmal muss man den Kontext betrachten: Lamborghini hat im Laufe der ersten 40 Jahre seiner Geschichte durchschnittlich 250 Fahrzeuge pro Jahr verkauft. In dieser Hinsicht kann man von Kunsthandwerk sprechen, von Sammlerstücken für Liebhaber.

Audi hat uns mit seinen zigmillionen verkauften Fahrzeugen also unheimlich viel Erfahrung im Bereich der Produktion mitgebracht, mit Mitteln, die wir vorher nicht hatten. Auch in Sachen Marketing und Markenmanagement bietet uns der VW-Konzern eine extrem effiziente Struktur. Es gibt Synergien, die auch für den Kunden ersichtlich sind, insbesondere in den Bereichen Qualität und Service. Zu einem grossen Konzern zu gehören, ist für uns eindeutig ein Vorteil.

Und umgekehrt, was hat Audi von Lamborghini?



Das bei Audi hergestellte Aluminium-Chassis des Lamborghini Gallardo kurz vor dem Montageband (oben). Die Fertigung eines «kleinen» Lambos dauert insgesamt 130 Arbeitsstunden, was einem Drittel der Montagezeit des filigraner gestalteten, seit 2010 pensionierten Murciélago entspricht. Der neue Supersportwagen soll auf dem Genfer Automobilsalon vorgestellt werden.



R 470, 1970



350 GT, 1964



MIURA, 1966

Vom Traktor zum Supersportwagen

Heute gilt Lamborghini als Synonym für Autobeachterung. Doch eigentlich begann die Erfolgsgeschichte des Unternehmens als Traktorenhersteller, in den Jahren 1951 bis 1963. Danach beschloss Firmengründer Ferruccio Lamborghini, enttäuscht von der Unzuverlässigkeit und dem Komfortmangel seiner zahlreichen Ferraris, selbst Luxusrenner zu produzieren. Im Laufe der Firmengeschichte wechselte Lamborghini einige Male den Besitzer, bis das Unternehmen schliesslich 1998 von Audi übernommen wurde.

Für den Bau von Modellen wie dem Audi R8, die in Kleinserie produziert werden, konnten wir sie an unserer Erfahrung teilhaben lassen. Einige Teams von Audi haben unser Werk besucht, um zu sehen, wie wir den Gallardo zusammenbauen. Der Audi S8 war der erste Audi, in den unser V10-Motor eingebaut wurde (der aktuelle Gallardo-Antrieb, Anm. d. R.). Und auf einer allgemeinen Ebene ist unser Know-how in der Verarbeitung von Kohlenstofffasern ein Vorteil, der der gesamten Volkswagen-Gruppe zugute kommt.

Wie weit sind Sie unabhängig von VW, insbesondere bei strategischen Entscheidungen?

Jede Marke der Firmengruppe hat ihren Freiraum. Aber natürlich gibt es eine gemeinsame Linie. Wir können nicht einfach entscheiden, welches Auto wir produzieren wollen. Das Line-up muss abgestimmt werden. Wir haben die Freiheit, eigenständig zu agieren, solange das Ganze zum Gesamtbild unserer Markenpositionierung passt. Eine Neupositionierung der Marke Lamborghini zum Beispiel müsste von der VW-Gruppe bewilligt werden.

Investieren Sie im Vergleich zum Durchschnitt der Automobilhersteller mehr in Forschung und Entwicklung?

Bei den traditionelleren Automobilmarken betragen die durchschnittlichen Ausgaben für Forschung und Entwicklung zwischen 3 und 5 Prozent des Umsatzes. Bei uns liegt dieser Anteil seit Jahren im zweistelligen Bereich.

Der Trend in der Automobilindustrie geht zu immer umweltfreundlicheren und leichteren Autos. Welche Position nimmt Lamborghini hier ein?

Wir haben uns zum Ziel gesetzt, unsere CO₂-Emissionen bis 2015 um 35 Prozent zu senken. Das Programm ist nicht auf die Motoren beschränkt, sondern umfasst sämtliche Produktionsmittel hier in Sant'Agata. Letztes Jahr haben wir zum Beispiel auf dem Fabrikdach eine Solaranlage installiert, was die Emissionen schon deutlich senkt.

In Bezug auf unsere Autos konzentrieren wir uns darauf, das Gewicht so weit wie möglich zu reduzieren, vor allem, indem wir viel mit Kohlenstofffasern arbeiten. In diesen Forschungszweig

investieren wir enorme Summen. Ausserdem haben wir unsere Prioritäten neu definiert: Früher war die Spitzengeschwindigkeit wichtiger als die Beschleunigung und die wiederum wichtiger als die Wendigkeit. Heute konzentrieren wir uns zunächst auf die Wendigkeit und das Fahrverhalten, dann auf die Beschleunigungsleistung. Die Spitzengeschwindigkeit ist nicht mehr ganz so entscheidend.

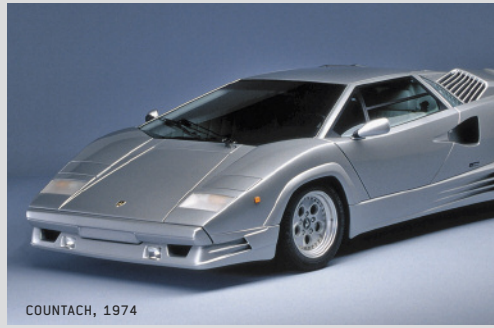
Trotzdem müssen wir natürlich im Rahmen der Markenpositionierung bleiben. Ein Lamborghini mit einem kleinen Motor wäre kein Lamborghini mehr! Die Leistung ist trotz allem ausschlaggebend.

Der Lamborghini Murciélago war einer der Stars im Hollywood-Blockbuster «Batman: The Dark Knight». Auch in «Mission Impossible 3» oder in «Transformers» waren Ihre Autos zu sehen. Welcher Film steht als nächstes auf der Liste?

Das kann ich Ihnen nicht sagen. Diese Art der Produktplatzierung ist ein gutes Mittel, um für die Marke zu werben, da wir überhaupt keine Werbung in Zeitschriften, im Fernsehen oder im Kino machen. Unsere Marketingstrategie beruht



ESPADA, 1968



COUNTACH, 1974

LAMBORGHINI

im Wesentlichen auf PR und auf einem engen Kontakt mit unseren Kunden.

Dem Image von Lamborghini haftete manchmal etwas leicht Vulgäres an ... Versuchen Sie, dieses Image zu korrigieren?

Das ist in der Tat eines der Ziele. Als ich ins Unternehmen kam, verband man mit der Marke noch viel eher etwas Schrilles, häufig im Zusammenhang mit gelben Karosserien. Wir haben in den letzten Jahren eine andere Richtung eingeschlagen. Bei den Automobilierten beispielsweise haben die ausgestellten Modelle jetzt nüchternere und elegantere Farben, also Anthrazit oder Weiss. Auch unser Logo ist schlichter geworden.

Wir wollen natürlich die emotionale Kraft der Marke erhalten, aber nicht bis zum Exzess. Das ist ein ganz schöner Balanceakt, denn wir wollen weiterhin der «Bad Boy» auf dem Automobilmarkt sein; 99 Prozent unserer Kunden sind Männer (in der Autoindustrie absolut einmalig, Anm. d. R.), und um sich in einem Lamborghini zu präsentieren, braucht man schon ein gewisses Ego! Bei dem Design und dem Sound des Motors ist es unmöglich, nicht bemerkt zu werden.

Heute profitieren Sie auch ausserhalb der Autoindustrie von diesem Image, zum Beispiel mit Modeboutiquen unter Ihrem Markennamen.

Das nennen wir «brand extension». Wir haben in den letzten zwei

Jahren weltweit schon ein Dutzend Boutiquen eröffnet. Da unser Umsatz im Automobilssektor durch unsere Produktionsmöglichkeiten begrenzt ist, versuchen wir, in andere Geschäftsfelder zu expandieren. Dabei nutzen wir unsere Marke, die Lust weckt und zum Träumen verführt.

Der Nachfolger des Murciélago wird beim Genfer Autosalon ausgestellt werden, können Sie uns dazu noch etwas mehr sagen?

Tut mir leid (*lächelt*). Wir versuchen, das Geheimnis bis zum letz-

ten Moment zu wahren. Das Auto wird, genau wie sein Name, Anfang März der Öffentlichkeit preisgegeben, vorher nicht. Ich kann Ihnen aber sagen, dass Genf für uns die wichtigste Veranstaltung des Jahres ist. Unsere grossen Neuheiten präsentieren wir immer in Genf.

Wenn man das Wesen von Lamborghini in wenigen Worten beschreiben müsste?

Kompromisslos. Extrem. Italienisch.▲

☑ VOW3



LAMBORGHINI

Die Meister der Kohlefaser

An seinem Stammsitz hat Lamborghini im vergangenen Jahr ein neues, hochmodernes Forschungszentrum (Advanced Composites Research Center) eingeweiht, das sich auf Verbundwerkstoffe und auf Produktionsmethoden für Kohlefaserelemente konzentriert. Der Nachfolger des Murciélago, der im März auf dem Genfer Automobilsalon enthüllt wird, besteht weitgehend aus solchen Kohlefasermaterialien. Diese sorgen für geringes Gewicht und extrem hohe Steifigkeit.

DAS COMEBACK VON GENERAL MOTORS

Nachdem dem amerikanischen Automobilhersteller im November 2010 der grösste Börsengang aller Zeiten gelang, erholt sich der Konzern mit atemberaubender Geschwindigkeit und setzt dabei insbesondere auf den Chevrolet Volt, ein im Dezember lanciertes Elektroauto. Ein Bericht.

Jean-Cosme Delaloye, New York

Das Renaissance Center, der top-moderne Hauptsitz von General Motors (GM) im Zentrum Detroits, macht seinem Namen alle Ehre. Nach einer langen Talfahrt und dem Konkurs am 1. Juni 2009 lebt der von der Regierung Obama gerettete Automobilhersteller wieder auf. Am 18. November 2010 gelang ihm der spektakulärste Börsengang aller Zeiten mit einem Gesamtvolumen von 23,1 Mrd. Dollar. Anscheinend lag der amerikanische Konzern mit der Neu-positionierung auf dem Markt von Fahrzeugen mit niedrigem Kraftstoffverbrauch und mit der Entscheidung, auf den Volt zu setzen, richtig. Das Elektroauto sorgt seit seiner Lancierung am 15. Dezember 2010 in den USA für Aufsehen und erlaubt GM, sich seines beschädigten Images zu

entledigen (siehe Kasten S. 43). Dan Akerson, der neue Konzernchef, hat vor Kurzem angeordnet, die Produktion des Volt zwischen 2012 und 2015 zu verdreifachen.

«Barack Obama hat seit seinem Einzug ins Weisse Haus im Januar 2009 viel Gutes getan, doch die Rettung von GM stellt einen seiner grössten Erfolge dar», betont Steven Rattner, ein vom Präsidenten zur Rettung der bedrohten amerikanischen Automobilindustrie angestellter Financier aus New York. «Wenn wir GM 2009 nicht gerettet hätten, wäre die gesamte amerikanische Automobilindustrie zusammengebrochen. GM hätte seine Zulieferer mit in den Abgrund gerissen, und Ford hätte wahrscheinlich ebenfalls schliessen müssen, weil die erforderli-

chen Fahrzeugkomponenten nicht mehr erhältlich gewesen wären.»

Die Detroitter Konkurrenten von GM – Ford und Chrysler – erholen sich ebenfalls. Ford erzielte im Jahr 2009 einen Gewinn von 2,72 Mrd. Dollar und schreibt schwarze Zahlen. Chrysler hat seit der Beteiligung von Fiat seinen Verlust reduziert und rechnet damit, 2011 wieder rentabel zu sein. Der Konzern, dem auch die Marke Jeep gehört, plant für dieses Jahr den Börsengang.

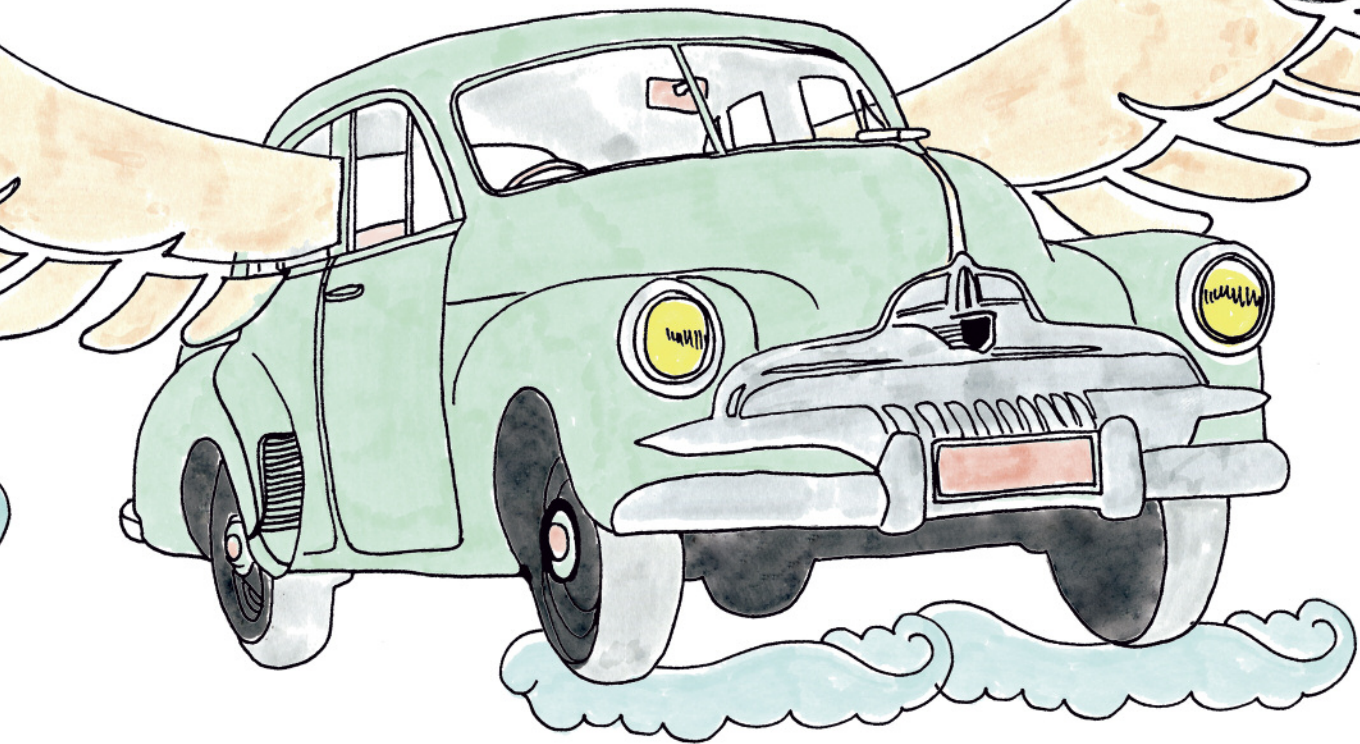
Doch es ist General Motors, dem 2010 das Comeback des Jahres gelang. Im November verzeichnete der erstmals weltweit grösste Automobilhersteller einen Absatzanstieg von 21 Prozent in den USA verglichen mit November



16.9.1908 Gründung von GM in Detroit.



2008 Toyota überholt General Motors und wird zum weltweit grössten Automobilhersteller.



2009. Toyota, sein grosser Rivale, musste einen Rückgang von 3,3 Prozent hinnehmen. Der Aktienpreis von GM für den Börsengang (Initial Public Offering, IPO) lag bei 26 bis 29 Dollar, wurde jedoch durch die grosse Nachfrage neu bewertet und schliesslich auf 33 Dollar festgesetzt.

«Der Titel ist seit dem IPO um 10 Prozent angestiegen», meint David Sowerby, Portfolio-Verantwortlicher bei Loomis Sayles in Bloomfield Hills, Michigan. «Diese Zunahme zeigt, was die Investoren erwarten dürfen. Die Umstrukturierung der Firma hat einen gesunden Aktienkurs ermöglicht, doch man sollte keine schnellen Gewinne erwarten, wie dies bei einem klassischen Börsengang möglich ist.» Jay Ritter, Finanz-

professor an der University of Florida und IPO-Experte, pflichtet bei. «Man darf den Fall GM nicht wie einen herkömmlichen IPO betrachten; es handelt sich hier um den Börsengang eines grossen, gut etablierten Unternehmens», erklärt er. «Das ist eine stabile Investition. Eines ist sicher: Dieser Börsengang war für den amerikanischen Staat ein grosser Erfolg.»

Die Regierung von Präsident Obama, die fast 50 Mrd. Dollar in GM gesteckt und dafür 60 Prozent des Unternehmens übernommen hatte, erhielt durch den Börsengang 13,5 Mrd. Dollar zurück. Sie sollte in der Lage sein, im Laufe des Jahres ihre restliche Beteiligung von 33 Prozent am Unternehmen zu verkaufen. Rasch wieder aussteigen zu können, war

bei der Rettung des Konzerns absolute Priorität. «Ich bin ein glücklicher Mann», meint Steven Rattner lachend. «In einer perfekten Welt hätten wir mit dem Börsengang von GM noch ein wenig zuwarten können. Doch weil das Unternehmen mehrheitlich der amerikanischen Regierung gehörte, wurde der Firmenerfolg gebremst. Deshalb war es äusserst wichtig, das Image des staatlichen Unternehmens abzustreifen.»

GM verdankt sein Überleben und seine derzeitige gute Gesundheit einer Entscheidung des Teams von Steven Rattner vom Frühling 2009. Anstatt ein neues Darlehen auszugeben, beschloss das amerikanische Finanzministerium, die Kontrolle über GM zu übernehmen und während der Umstrukturierung

2008

19.12.2008 Die Bush-Regierung beschliesst, 17,4 Mrd. Dollar für General Motors und Chrysler bereitzustellen, um diese vor dem Konkurs zu retten.

2009

17.2.2009 GM und Chrysler fordern weitere 22 Mrd. Dollar.

DIE HERSTELLER

unter der Lupe
der Finanzanalysten

BMW



Laut der Privatbank Bordier bietet BMW 2011/12 im Automobilssektor unvergleichliche Perspektiven. Der Konzern hat eben begonnen, die Produktreihen zu erneuern, und macht bereits einen höheren Gewinn als Mercedes. BMW ist gut positioniert, wenn der US-Markt wieder anläuft. Das Wachstum in China ist sehr profitabel, und die Marken Mini und Rolls-Royce wurden erfolgreich neu lanciert – all diese Argumente sprechen für den Münchner Autobauer. «Der Konzern hatte 2008 mit «BMW One» ein noch nie dagewesenes Sparprogramm in die Wege geleitet und peilt bis 2012 einen Absatz von 1,8 Mio. Fahrzeugen sowie Einsparungen von 6 Mrd. Euro an; das sind lauter Hebel, die in der gegenwärtigen Bewertung des Titels nicht enthalten sind», erklärt der Analyst Christophe Laborde. Daraus resultiert eine uneingeschränkte Kaufempfehlung.

BMW

CHRYSLER

(VORLÄUFIGE ANGABE)

Der US-Konstrukteur verdankt seine Rettung dem ehemaligen Konkurrenten Fiat, der sich mit 20 Prozent am Kapital beteiligte. Nach einer drastischen Umstrukturierung scheint das Unternehmen aus dem Schlimmsten herauszukommen. Sergio Marchionne, Generaldirektor von Chrysler und Fiat, verkündet, alles laufe «gut» für eine Rückkehr an die Börse im zweiten Halbjahr. Gleichzeitig verspricht er, Chrysler werde noch vor dieser Kotierung wieder Gewinn machen. Es gilt abzuwarten, bis die Einzelheiten der ganzen Operation bekannt sind. Zur Stunde ist noch Vorsicht geboten.

DAI

«Wenn wir GM 2009 nicht gerettet hätten, wäre die gesamte amerikanische Automobilindustrie zusammengebrochen.»

ein privates Unternehmen daraus zu machen. «Wir mussten uns selbst davon überzeugen, dass diese Rettung tatsächlich sinnvoll war», erzählt Steven Rattner. «Zu Beginn des Prozesses glaubte keiner von uns, dass man aus einem Konzern in der Grösse von GM ein privates Unternehmen mit vier Aktionären (Anm. d. Red.: die amerikanische und die kanadische Regierung, die Gewerkschaft der Automobilindustrie UAW und die Gläubiger von GM) schaffen könnte. Wir wollten GM aber Zeit für eine Umstrukturierung geben und verhindern, dass die Firma dem Druck des Marktes ausgesetzt würde.»

Der Automobilhersteller aus Detroit hat seit seinem Konkurs drastische Massnahmen eingeleitet. Ende 2009 wurde die Produktion von Pontiac sowie Saturn eingestellt. Anfang 2010 verkaufte GM die Marke Saab und stellte am 24. Mai 2010 die Produktion des Hummer ein. Diese überdimensionierten Autos waren in den von der Krise und dem Anstieg der Benzinpreise geschüttelten USA zum Symbol einer überholten Ära geworden.

Am Ende behielt GM nur Buick, Chevrolet, Cadillac und GMC sowie Opel in Europa. Der Hersteller strich Tausende von Stellen und schränkte sein Netz von Vertragshändlern ein. Die Gewerkschaft der Automobilindustrie UAW machte Zugeständnisse und erlaubte GM, den

Stundenlohn der neuen Mitarbeiter um die Hälfte zu reduzieren. «Durch konnten GM und Tausende von Arbeitsplätzen im Bundesstaat Michigan gerettet werden», erklärt Charles Ballard, Wirtschaftsprofessor an der Michigan State University. «Diese Lösung hat aber auch eine Kehrseite: Die Arbeiter verdienen nur noch halb so viel.» Dem Automobilhersteller ist zudem eine strategische Wende gelungen: «Anstatt den Markt mit Fahrzeugen zu Schleuderpreisen zu überschwemmen, produzieren GM und Ford weniger, verkaufen ihre Fahrzeuge aber teurer. So sind sie rentabler», erklärt Alan Baum, Direktor von Baum and Associates in Michigan und Experte der Automobilindustrie.

Das Comeback von GM ist laut Professor Jay Ritter zwar «bemerkenswert», doch es bleiben Herausforderungen. «Die Zukunft von GM hängt vom Wiederaufschwung der amerikanischen Wirtschaft und von der Gesundheit der chinesischen Wirtschaft ab», erklärt Alan Baum. «Wenn die Wirtschaft wieder wächst, wird der Aktienkurs von GM ansteigen.» Die Zahl der verkauften Fahrzeuge in den USA nimmt langsam wieder zu. Steven Rattner betont, dass im Jahr 2010 12,2 Mio. Neuwagen verkauft wurden, und meint, diese Zahl werde 2011 noch ansteigen.

Einen Dämpfer gibt es aber dennoch: Opel bereitet immer noch



30.3.2009 Barack Obama lehnt den von der GM- und der Chrysler-Führung erarbeiteten Rettungsplan ab.

Sorgen. Der amerikanische Konzern hatte zunächst beschlossen, die deutsche Marke zu verkaufen, machte aber am 3. November 2009 einen Rückzieher. Trotz eines absehbaren Verlusts von 2 Mrd. Dollar für 2010 hofft der Hersteller auf einen Gewinn im Jahr 2011. «Unsere ursprüngliche Idee war, Opel abzustossen», verrät Steven Rattner. «Doch die Mitglieder des Verwaltungsrats von GM waren der Meinung, Opel bringe dem Konzern eine weltweite Ausstrahlung. Sie müssen nun schauen, dass diese Marke kein Geld mehr verliert.»

Alan Baum zeigt sich davon überzeugt, dass GM mit dem Beschluss, Opel zu behalten, die richtige Entscheidung getroffen hat: «Die Strategie von GM stützt sich auf die Produktion von kleinen Fahrzeugen mit geringem Verbrauch. Wenn GM Opel verkauft hätte, wäre der Firma dieses Know-how abhanden gekommen.»

Laut David Sowerby, Analyst bei Loomis Sayles, wird GM von seiner Präsenz auf dem Weltmarkt, von der eingeschränkten Produktpalette und dem Anstieg der Autoverkäufe in den nächsten Jahren profitieren. «Die Branche bleibt zyklisch, doch ich bin optimistisch, denn die Lage der Automobilindustrie hat sich stabilisiert.» Abschliessend meint er: «Für die Investoren geht es nicht darum, zwischen GM und Ford auszuwählen, sondern vielmehr, sich für beide zu entscheiden, ohne dabei ihre Lieferanten zu vergessen.»

GM,U



GM CORP

Das Phänomen Volt

Der im Bundesstaat New Jersey wohnhafte Jeffrey Kaffee ist seit dem 15. Dezember 2010 kein Unbekannter mehr: Er erhielt den ersten von General Motors auf den Markt gebrachten Chevrolet Volt. Das Elektrofahrzeug mit «verlängerter Reichweite» kostet 41'000 Dollar und gilt als Symbol für das Comeback des Detroit-er Automobilherstellers. Der Elektromotor ist während der ersten 56 Kilometer ausschliesslich batteriebetrieben. Ist die Batterie entladen, kommt ein Benzingerator zum Zug, der bei vollem Tank eine zusätzliche Reich-

weite von 544 Kilometern ermöglicht.

Der Chevrolet Volt stellt vor allem das Image von General Motors wieder her, das in den letzten Jahren durch eine von der japanischen Konkurrenz übertroffenen Fahrzeugpalette angekratzt worden war. «Der Volt ist für GM mehr ein Werbeerfolg als eine echte Einnahmequelle», schätzt Alan Baum, Experte der Automobilindustrie im Bundesstaat Michigan. «Das Verkaufsvolumen wird nie gross sein. In nächster Zukunft ist mit dem Volt nur schwer Geld zu verdienen, weil die Produktions-

kosten noch sehr hoch sind. Doch das Elektroauto kann Kunden anlocken, die sich zunächst für dieses Modell interessieren und am Schluss einen Chevrolet Cruze kaufen, ein herkömmliches Modell mit geringem Kraftstoffverbrauch» (Anm. d. Red.: 4,6 Liter auf 100 km auf der Autobahn).

GM plant ein Produktionsvolumen von 10'000 Volt für 2011 und von 45'000 für das Jahr 2012. Die Firma untersucht zudem die Möglichkeit, ihre Elektrotechnologie in die Produktion des Cadillac einfließen zu lassen.



1.6.2009 GM stellt sich unter den Schutz des Insolvenzgesetzes – der grösste Industriekonkurs der amerikanischen Geschichte.



10.7.2009 GM bildet eine neue Organisation mit vier Aktionären, darunter die US-Regierung, die eine Beteiligung von 60,8 Prozent innehat.



18.7.2010 GM wagt den Börsengang – den grössten IPO aller Zeiten. Er bringt dem Konzern 23,1 Mrd. Dollar ein.

DIE HERSTELLER unter der Lupe der Finanzanalysten

DAIMLER



Wegen der höheren operativen Marge als bei der Konkurrenz gehört Daimler zu den drei Favoritentiteln der Credit Suisse. Doch das ist nicht das einzige Argument von Analyst Reto Hess. Hinzu kommen die gute Positionierung der Marke in den Schwellenländern, die die Nachfrage auch 2011 stützen werden, und die mehrheitlich in Euro anfallenden Kosten. Obwohl der Gipfel der Nachfrage offenbar im ersten Semester 2010 erreicht wurde, bleiben die Aussichten vielversprechend, «vor allem in China, wo Daimler den Absatz 2010 mehr als verdoppelt hat». Credit Suisse rät deshalb zum Kauf.

DAI

DONGFENG MOTOR



Dieser in Europa wenig bekannte chinesische Hersteller von Minibussen, Bussen und Vans steigert auch den Absatz von leichteren Fahrzeugen nicht weniger schnell. Durch eine Vielzahl von Partnerschaften mit international tätigen Konstrukteuren wie Nissan Motor Co., Honda und Kia Motors Corporation für die Herstellung von Autos schnellert der Umsatz von Dongfeng im Heimmarkt in die Höhe. Laut Gerwin Ho, Analyst bei der Citi, «bewahrt diese Aktie ein beachtliches Haussepotenzial, auch wenn es im Vergleich zu 2010 etwas gesunken ist.»

489

SWATCH: Rückkehr zum sauberen Auto

Drei Jahre vor seinem Tod gründete Nicolas Hayek die Belenos Holding, um ein Wasserstoffauto entwickeln zu lassen. Ist das Projekt für Swatch eine Nummer zu gross?

Daniel Saraga

Mit dem Swatchmobil wollte Nicolas Hayek ein Stadtauto auf den Markt bringen, das günstig, ökologisch und trendy ist. Es wurde von Mercedes übernommen, und heraus kam der Smart: Ein trendiges Stadtauto, das aber recht teuer und in der Ökobilanz nur Durchschnitt ist. Trotz seiner kleinen Grösse verbraucht der Querparker nur 10 Prozent weniger als andere Fünfsitzer.

Zwanzig Jahre später und drei Jahre vor seinem Tod hat Nicolas Hayek seine Idee vom sauberen Auto wieder aufgegriffen und die Belenos Holding gegründet. Die Ziele: Man will die Technologien entwickeln, die für ein «wirklich» sauberes Auto nötig sind, inklusive der Stromproduktion. Es ist eine ganzheitliche Vision: Solaranlagen auf Einfamilienhäusern produzieren Strom. Dieser wird für die Gewinnung von Wasserstoff aus Wasser genutzt. Der Wasserstoff wiederum bringt eine Brennstoffzelle zum Laufen, die in das Fahrzeug eingebaut ist. Belenos will für jede dieser Etappen Lösungen anbieten. In einem geheim gehaltenen Projekt soll ein «Container» entwickelt werden, der Sonnenenergie speichern kann.

Immerhin konnte Belenos schon einflussreiche Akteure für sich gewinnen, von Josef Ackermann (Deutsche Bank) über die Amman-Gruppe bis hin zu den Eidgenössischen Technischen

Hochschulen. Aber hat Swatch wirklich die Mittel, um diese Ziele zu erreichen? Die vertraulichen Zahlen von Belenos liegen dem französischsprachigen Magazin «Bilan» zufolge bei etwa 40 Mio. Franken – ein bescheidenes Sümmchen. General Motors investiert beispielsweise mehrere Milliarden Dollar in F&E, um seine Brennstoffzellen-Autos zu entwickeln.

Zudem ist Swatch damals mit dem Swatchmobil zur Hälfte gescheitert. Das Projekt wurde vom ursprünglichen Partner Volkswagen nach einem Wechsel an der Konzernspitze aufgegeben. Als Mercedes das Projekt übernahm, mussten die Ambitionen gestutzt werden: Der Hersteller hat das Hybridmodell, das sich Hayek gewünscht hatte, am Ende nicht gebaut. «Die Technologie war noch nicht so weit», erklärt David Alexander, Experte für die Automobilbranche bei AbiResearch. «Es ist sehr schwer, mit einem kleinen Auto Geld zu machen, und neue Technologien sollte man lieber mit den teureren Modellen testen.»

In einer Rede drei Monate vor seinem Tod kritisierte Nicolas Hayek die Automobilindustrie: Die Chefs hätten «keinerlei Ambitionen, sich energisch auf neues Terrain zu begeben», und die Ingenieure hätten darüber hinaus zu wenig Wissen über die Mechanik, «um die Energiesysteme

Nicolas Hayek hat seinen Erben ein faszinierendes wie schwer zu bewältigendes Projekt hinterlassen.



Nick Hayek, CEO der Swatch Group seit 2003

wirklich zu revolutionieren». «Manchmal hört man, die Autohersteller würden sich gegenüber den erdölnabhängigen Technologien versperren, aber das ist so nicht richtig», meint David Alexander. «Sie haken die Sache einfach ab, wenn sie merken, dass ein Modell nicht profitabel ist. Man kann eine Zeit lang in Verlustgeschäfte investieren, aber nicht ewig.»

KONTROLLE ÜBER DIE FORSCHUNG
Anders als beim Swatchmobil plant Belenos nicht, ein Auto zu produ-

zieren, sondern die nötigen Technologien zu entwickeln, damit das Modell der Brennstoffzelle rentabel wird – später wird dann ein Industriepartner gefunden, oder die Innovationen werden verkauft. Die Holding sucht die Zusammenarbeit mit Forschungseinrichtungen und mit Industriebetrieben, will aber bei den Joint Ventures die Kontrolle behalten, indem sie mehr als 51 Prozent der Finanzierung übernimmt. «Belenos ist kein Finanzinstitut, das Kapital für Forschungsprojekte zur Verfügung stellt», erklärte Nicolas Hayek. «Wir

wollen, dass alle F&E-Programme und die Produktion von unseren eigenen Forschern gesteuert werden.»

Für die Entwicklung der Wasserstoffzellen hat sich die Holding an das staatliche Paul Scherrer Institut (PSI) gewandt, mit dem sie ein Joint Venture gründete. Ein zweites Joint Venture, Swiss Hydrogen Power, bildet Belenos mit dem Stromversorger Groupe E und der Freiburger Kantonalbank. Das Ziel: Die Entwicklung eines Elektrolysegerätes für den Privatgebrauch, das auf der Basis von

DIE HERSTELLER unter der Lupe der Finanzanalysten

FIAT

Viele Zweifel umgeben den italienischen Hersteller. Da ist zunächst die Frage der getrennten Kotierung der Tochtergesellschaft Fiat Industrial. Dann die nicht risikofreie Allianz mit Chrysler. Schliesslich die wiederkehrenden Probleme mit den italienischen Gewerkschaften. Kepler und Unicredit fragen sich zudem, ob Fiat die Rückeroberung des Marktes gelingt. Deshalb schätzen die Analysten das Potenzial des Titels sehr unterschiedlich ein. In diesem unklaren Kontext ist ihrer Ansicht nach Vorsicht geboten. Den Titel halten, wenn man bereits investiert hat, scheint ein solches vorsichtiges Vorgehen zu sein. Sonst empfiehlt es sich abzuwarten, bis der Horizont aufklärt. Fabio Iannelli, Spezialist bei Kepler, rät, die Aktie zu behalten.

FSOR

FORD

Ford nach der Krise gleicht in nichts mehr dem Unternehmen vor 2008. Der Konzern ist geschrumpft, vor allem durch den Verkauf von Volvo, Jaguar und Land Rover sowie der Veräusserung von 20 Prozent bei Mazda. Diese Kur hat zusammen mit der anziehenden Nachfrage Früchte getragen, sodass Ford ins Rampenlicht zurückgekehrt ist und an Vertrauen gewinnt. So wird der Konzern in den Vereinigten Staaten erneut im Minivan-Markt starten, erklären die Analysten von Goldman Sachs, die für den Titel eine Kaufempfehlung abgegeben haben. Die UBS hingegen gibt VW entschieden den Vorzug vor Ford.

F,U

Wasser und Strom (über Photovoltaik oder aus dem Netz) Wasserstoff erzeugen kann.

DER WASSERSTOFFTRAKTOR

«Es gibt zahlreiche Elektroautos, die mit einer einzigen Batterieladung mehr als 100 Meilen zurücklegen können», schrieb die «New York Times» im Jahr 1911. Ein Jahrhundert später ist die Reichweite der Fahrzeuge, die komplett mit Strom laufen (Plug-in) kaum besser. «Sie wird sich voraussichtlich nicht wesentlich verbessern können», meint Philipp Dietrich, Leiter des Kompetenzzentrums für Energie und Mobilität am Paul Scherrer Institut. «Die Wasserstoffzelle verspricht dieses Problem zu lösen, indem sie eine Reichweite von über 500 km bietet.»

Langfristig könnten beide Technologien nebeneinander bestehen: Die Batterien sind für kurze Fahrten in der Stadt effizient genug, die Brennstoffzellen besser für längere Strecken. Die Lösung bestehe also darin, beide Systeme in einem Fahrzeug unterzubringen, meint David Alexander.

Ähnlich wie die Batterien sind auch die Brennstoffzellen im Individualverkehr nicht neu: Im Oktober 1959 bearbeitet das erste Wasserstofffahrzeug, ein Traktor der Firma Allis-Chalmers, ein Feld in West Allis (Wisconsin). Zwar gibt es schon seit 1991 Prototypen von Wasserstoffautos, doch die Serienproduktion lässt auf sich warten. Einige Dutzend Prototypen fahren in Berlin (Opel) oder Kalifornien (Honda) – aber bei einem Preis von etwa einer Million Dollar pro Stück ist es schwierig, mehr davon zu bauen. «Ein Dutzend Prototypen zu bauen, ist das eine. Etwas ganz anderes ist es, riesige Summen in eine industrielle Produktionslinie zu investieren», hebt David Alexander hervor.

«Die Autoindustrie hat sich in letzter Zeit etwas von der Brennstoffzelle abgewendet», stellt Lino Guzzella fest, Professor in der Abteilung Process Engineering an der ETHZ. «Derzeit sind die Brennstoffzellen immer noch viel zu teuer.» Die Betriebs- und Sicherheitsbedingungen, das Versorgungsnetz oder auch die Rechtsnormen spielen ebenfalls

Batterie oder Brennstoffzelle?

BRENNSTOFFZELLE

BATTERIE

Vorteile

- | | |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> - Grössere Reichweite (500 km und mehr) - Schnelles Auftanken (wenige Minuten) - Möglichkeit einer dezentralen Wasserstoffproduktion | <ul style="list-style-type: none"> - Vernünftiger Preis - Hoher Wirkungsgrad (70 Prozent) - Möglichkeit, Bremsenergie zu verwerten |
|--|---|

Nachteile

- | | |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> - Hoher Preis - Wasserstoffproduktion teuer oder mit CO₂-Emissionen verbunden - Keine Infrastruktur für Wasserstoff, Einrichtung wäre teuer - Wasserstofftanks nehmen im Fahrzeug viel Platz ein - Wirkungsgrad noch recht gering (30-40 Prozent) | <ul style="list-style-type: none"> - Geringe Reichweite (150 km), schwer zu verbessern - Aufladen dauert mindestens eine Stunde (das Problem könnte mit einem Pfand- und Tauschsystem für Batterien umgangen werden) - Könnte das Stromnetz überlasten |
|--|---|

Investition in Brennstoffzellen

Brennstoffzellen funktionieren bereits in anderen Bereichen als in der Autoindustrie.

«Ballard Power Systems [BLDP] kommerzialisiert schon jetzt Brennstoffzellen für Autobusse, da diese Art von Industrie-fahrzeugen höhere Margen verspricht», erklärt Matthew Crews, Spezialist für Cleantech Energy beim Unternehmen Noble Financial Capital Market [St. Louis, USA]. «Diese Systeme eignen sich auch für die obligatorischen Sicherheitsvorrichtungen,

mit denen etwa Mobilfunkantennen ausgerüstet werden. Ich empfehle, die Ballard-Aktie zu halten. Es lässt sich nur schwer abschätzen, wie schnell Ballard Umsatz und Gewinn steigern kann. Generell gesehen bleibt der Brennstoffzellenmarkt undurchsichtig. Er steckt noch in den Anfängen und beginnt erst jetzt, deutliche Umrisse anzunehmen.»



Ein anderer wichtiger Akteur: das auf Hochleistungsgeneratoren im Megawattbereich spezialisierte Unternehmen FuelCell

Energy [FCEL]. Diese Generatoren basieren auf einer anderen

Technologie [Festoxid-brennstoffzellen mit einer sehr hohen Betriebstemperatur] und werden stationär genutzt, um Büros oder Spitäler zu versorgen und sogar als

Mini-Elektrizitätskraftwerk zu dienen. Matthews Crews empfiehlt den Kauf von FuelCell-Titeln als «spekulative Investition, doch in einen attraktiveren Markt als den der mobilen Brennstoffzellen».

Hier noch ein paar weitere Akteure: Plug Power [PLUG], United Technologies Corporation [UTX] und das Kleinunternehmen Neah Power Systems [NPWZ.DB], das auf tragbare Brennstoffzellen für Segelschiffe und militärische Zwecke spezialisiert ist.

eine Rolle. «Vor zehn Jahren hat GM sein batteriebetriebenes Modell EV1 zurückgerufen», erzählt David Alexander. «Die Kunden waren zufrieden, aber GM wollte das Auto loswerden, da die gesetzlichen Bestimmungen den Konzern verpflichteten, zwanzig Jahre lang Ersatzteile und einen Wartungsservice zur Verfügung zu stellen.»

DEZENTRALE PRODUKTION

Eine der Herausforderungen der Brennstoffzelle ist die Gewinnung von Wasserstoff. Zwar können auf der Basis von Erdgas oder Kohle riesige Mengen Wasserstoff produziert werden, aber bei dem Verfahren wird CO₂ freigesetzt, was für ein umweltfreundliches Auto problematisch ist, wie Lino Guzzella anmerkt. Philipp Dietrich vom PSI gibt sich pragmatischer: «Man muss vorwärtskommen! Man kann mit der Entwicklung der Technologien nicht warten, bis man hundertprozentig CO₂-freien Wasserstoff hat.» Die Alternative zum Erdgas ist die Verwendung von Strom, um mittels Elektrolyse Wasserstoff aus Wasser zu gewinnen, was «in energetischer Hinsicht sehr teuer ist», so Lino Guzzella.

Das Problem hat man auch bei den Fahrzeugen mit Plug-in-Batterie [ohne Verbrennungsmotor], als «Null-Emissionen» gerühmt, da die Batterie ausschliesslich über das Stromnetz aufgeladen werden. Nur stammt die Hälfte des in Europa erzeugten Stroms aus fossilen Energieträgern. Mit diesem Energiemix werden die CO₂-Emissionen der Null-Emissionen-Fahrzeuge tatsächlich nur um 50 Prozent gesenkt, wie aus einem Bericht des Europäischen Verbands für Elektrofahrzeuge hervorgeht. «Der Strom muss aus erneuerbaren Energien wie zum Beispiel Sonnenenergie stammen», macht David Alexander deutlich. «Da verfolgt Belenos den richtigen Ansatz.» Der Aufbau eines Netzes von Wasserstofftankstellen ist eine weitere Hürde, die laut Philipp Dietrich aber nicht unüberwindbar ist: «Für die Versorgung der Erdgasfahrzeuge hat die Schweiz innerhalb von fünf Jahren ein Netz von etwa hundert Tankstellen eingerichtet, das ausreicht, um 85 Prozent der Schweiz abzudecken.» David Alexander meint dagegen, dass dieser Weg zum Scheitern verurteilt ist: «Vor fünf Jahren wurde in den USA viel über ein Versorgungsnetz für Wasser-

stoff geredet, aber dort kam man zu dem Schluss, dass es kaum umsetzbar ist. Beim Transport von flüssigem Wasserstoff, der auf minus 250 Grad gekühlt werden muss, kommt es zu erheblichen Verlusten. Belenos hat sich für eine gute Strategie entschieden: eine dezentrale Produktion, ähnlich wie beim Projekt von Honda in Kalifornien.» Gegenwärtig lasse der Wirkungsgrad der Solarzellen aber noch zu wünschen übrig, und selbst wenn man das ganze Dach damit decke, reiche die Energie nicht, um das Haus und das Auto zu versorgen, gibt Lino Guzzella zu bedenken.

Mit Belenos hat der Ingenieur Nicolas Hayek seinen Erben ein faszinierendes wie schwer zu bewältigendes Projekt hinterlassen. «Swatch hat in der Autoindustrie keine Erfahrung», so David Alexander. «Aber der Ruf spielt nicht mehr so eine entscheidende Rolle. Nehmen wir Tesla. Das Unternehmen war völlig unbekannt, aber der Markt hat ihm eine Chance gegeben, und die hat es genutzt.»

UHR



DIE HERSTELLER

unter der Lupe
der Finanzanalysten

GENERAL MOTORS

Nach der Insolvenzanmeldung am 1. Juni 2009 kehrte General Motors im November 2010 im Triumph an die Börse zurück, mit Zeichnungen von annähernd 23,1 Mrd. Dollar: ein Weltrekord-Börsenstart. Um aus dem Schneider zu sein, wurde der Automobilhersteller einer Schockbehandlung unterzogen. Mit dem Konkurs konnte der Konzern rund 80 Mrd. Dollar Schulden loswerden. «Das bedeutet jedoch keineswegs, dass die Partie gewonnen ist. Der Weg zur vollständigen Gesundung ist noch lang», warnt Matthew Collins, Analyst bei Edward Jones & Co, empfiehlt aber, den Titel des US-Giganten zu halten.

GM, U

HONDA MOTOR

Der hohe Kurs der japanischen Währung ist für den Hersteller aus dem Land der aufgehenden Sonne ein Wettbewerbsnachteil. Doch mit Produktionsstandorten in den Vereinigten Staaten, Kanada, Frankreich, Italien, Spanien, Brasilien, Mexiko und mehreren asiatischen Ländern kann der Konzern diese Differenzen etwas ausgleichen. Deshalb vertraut Kohei Takahashi, Autospezialist bei JP Morgan, weiterhin voll auf den Titel, ja empfiehlt sogar ein Übergewichten (overweight). Die anderen Tätigkeitsbereiche des Konzerns (Finanzwirtschaft, Elektrizität, Landwirtschaftsfahrzeuge) bieten eine zusätzliche Möglichkeit, die Risiken zu diversifizieren. Shogo Oki von Marusan Securities erwartet bei diesem Titel klar eine Überperformance (outperform).

7267

TESLA MOTORS: STÄNDIG UNTER STROM

Der Börsenkurs des amerikanischen Herstellers von Elektro-Sportwagen klebt nach wie vor am Boden. Und man wird sich noch eine Weile gedulden müssen. Die Hintergründe. Quentin Simonet

Mit der Prämierung des Nissan Leaf erhielt die Auszeichnung «Auto des Jahres 2010» eine grössere Bedeutung als gewöhnlich. Warum? Weil sich damit eine technologische Wende abzeichnet. Denn der Gewinner ist ein Elektroauto. Der Sieg war nicht leicht, aber es wird deutlich, dass hier ein tiefgreifender Mentalitätswandel stattfindet. Genau in dieser Nische – und nur dort – hat sich der US-amerikanische Hersteller von Elektroautos Tesla Motors angesiedelt.

Während Kalifornien zur Hochburg des Öko-Autos werden will, ist es Teslas Ziel, als dessen Botschafter aufzutreten. Kein Zufall also, dass das Unternehmen seinen Sitz in Palo Alto hat, im legendären Silicon Valley. Allerdings ist Tesla noch weit davon entfernt, diesen Titel zu erlangen.

Zum einen, weil der Börsengang nicht richtig überzeugte – übrigens der erste in dieser Branche seit Ford 1956, was an sich ja keine schlechte Referenz ist. Zwar ist nicht zu leugnen, dass in den ersten Tagen an der Börse im Sommer 2010 grosse Begeisterung herrschte, doch die Zeit danach war deutlich schwieriger. Die Firma konnte 226 Mio. Dollar sammeln, um ihr eigenes Händlernetz zu finanzieren, ihren Bedarf an Betriebskapital zu decken und weitere, allgemeine Betriebsziele zu erreichen. Doch diese Summe reicht nicht aus, um alle Zweifel über die Zukunft des Unternehmens und die Lebensfähigkeit seines Wirtschaftsmodells auszuräumen.

Teslas Schicksal ist dem gewisser Dotcom-Wertpapiere, von denen es in der zur Jahrtausendwende geplatzten Technologie-Blase nur so

wimmelte, zum Verwechseln ähnlich. Anleger haben daher guten Grund, ihre Begeisterung für den auf Elektrofahrzeuge im Luxussegment spezialisierten Autobauer, der durch sein einziges Modell Roadster S bekannt wurde, etwas zu dämpfen. Seit ihrer Gründung 2003 häuft die Firma Verluste an, ähnlich wie eine Biotech-Firma, die es nicht schafft, die Genehmigung für ein als vielversprechend angepriesenes Medikament zu erhalten. Von Quartal zu Quartal leidet die Firma unter roten Zahlen. Ohne die Sauerstoffzufuhr von 465 Mio. Dollar, die das US-Energieministerium im Rahmen des Programms «Advanced Technology Vehicles Manufacturing» gewährte, wäre Tesla längst in der Versenkung verschwunden und in die Geschichte der Automobilindustrie eingegangen.

Hinzu kommen einige unrühmliche Rechtsstreitigkeiten. Nachdem einer der Begründer der Marke 2007 aus der Firma gedrängt worden war, verklagte er Mitbegründer Elon Musk, zog die Klage dann aber abrupt zurück. Tesla zertrte seinerseits einen ehemaligen Designer, Henrik Fisker, vor Gericht. Er hatte in der Zwischenzeit eine Konkurrenzmarke gegründet, doch Tesla verlor den Prozess.

Und unter der Last der Investitionen, die für die Entwicklung neuer Modelle nötig sind, dürfte sich die Situation kaum verbessern. Im Vorfeld des Börsengangs machte Tesla seinen potenziellen Aktionären übrigens deutlich, dass sie in der näheren Zukunft nicht mit einer Dividende rechnen dürften. Noch immer ist nicht abzusehen, wann sich das ändert. Nach Meinung der Analysten von Research

2.0 werden die Tesla-Aktien nicht vor 2013 ihrem Fundamentalwert entsprechend gehandelt werden. Man muss sich also gedulden. Offenbar wird das Elektroauto nicht so bald zu einem rentablen Produkt werden, zu einem Massenprodukt erst recht nicht. Zumindest müssten die Absatzzahlen den kritischen Wert überschreiten, was wenig wahrscheinlich ist, wenn ein Produkt für mehr als 100'000 Dollar verkauft wird.

Unter der Leitung von Elon Musk, ehemals Eigentümer von PayPal und Aktionär von Tesla, Produktdesigner und Präsident des Verwaltungsrats, konnte der Konzern dennoch die Glaubwürdigkeit seines Langzeitprojekts durch Partnerschaften mit wichtigen Branchenriesen aufrecht erhalten. Im Mai 2009 erwarb Daimler für eine unbekannte Summe einen Firmenanteil von knapp 10 Prozent des Kapitals, und Toyota investierte 50 Mio. Dollar mittels einer privaten Geldanlage.

Erst kürzlich unterzeichnete Tesla eine strategische Partnerschaft in Höhe von 30 Mio. Dollar mit Panasonic, um «die Ausweitung des Marktes für Elektroautos zu beschleunigen». Ausserdem traf Tesla mit dem Uhrenfabrikanten TAG Heuer, der sein 150-jähriges Jubiläum feiert, eine Vereinbarung über die Produktion einer Sonderedition des Roadster. Das Modell profitiert vom technologischen Know-how der Marke aus La Chaux-de-Fonds, die für ihre Uhren schon sehr früh Carbon und Titan verwendete. Bei diesem Auto sind bereits einige Hollywood-Stars schwach geworden. Matt Damon, Leonardo DiCaprio und George Clooney gehören zu den ersten Käufern des Elektroflitzers, der in weniger als vier Sekunden von null auf hundert Kilometer pro Stunde beschleunigt.

Es müsste jedoch noch mehr passieren, um der Firma von Elon Musk endlich aus den Startlöchern zu helfen. Aus diesem Grund soll das Modell S, eine Elektro-Luxuslimousine, in diesem Jahr in Produktion gehen und aller Wahrscheinlichkeit nach 2012 auf den Markt gebracht werden. In der amerikanischen Presse (Drive On) heisst es, Tesla habe bereits mehr als dreitausend

Technische Daten des Roadster S

Beschleunigung von 0 auf 100 km/h in 3,7 Sekunden.

Höchstgeschwindigkeit elektronisch auf 210 km/h beschränkt.

Reichweite von 340 km mit einer einzigen Aufladung, nur 3,5 Stunden Ladezeit.

Die Batterien enthalten 53 kWh Energie in 6831 Zellen vom Typ Lithium-Ionen-Kobalt.

Auto mit 100% Elektro-Antrieb, Entwicklung und Produktion in Kalifornien.

Länge über alles: 3946 mm.

Breite über alles (mit Rückspiegeln): 1851 mm.

Höhe über alles (mittlere Beladung): 1126,5 mm.

Leergewicht: 1238 kg.

Leistung: 288 PS.



2002-2010 TESLA MOTORS, INC. ALL RIGHTS RESERVED

verbindliche Reservierungen für dieses Modell. Das ist Balsam für die Seele des Unternehmers, der dank seiner revolutionären Arbeiten in den Medien schon mehrfach mit Henry Ford verglichen wurde, dann aber kleinlaut – wenn auch freiwillig – 439 Roadster 2.0 und 2.5 zurückrufen musste. Wenn so etwas Toyota passiert, einem Hersteller, der mehrere Millionen Autos im Jahr baut, ist das quasi ein normales Betriebsrisiko. Aber wenn es sich um ein Unternehmen mit derart überschaubarer Produktion handelt (den letzten Zahlen zufolge wurden bisher 1300 Autos verkauft), ist der Imageschaden um einiges grösser.

Die innovative Technologie von Tesla ist vermutlich der grösste Trumpf, den die Firma zu bieten hat. Ähnlich wie bei einigen Internetfirmen wäre die beste Lösung für die Weiterentwicklung und

den Erfolg des Unternehmens vielleicht die Übernahme durch einen grossen internationalen Konzern, wobei die Kostenstruktur unter Kontrolle gehalten würde. Elon Musk selbst ist übrigens der Meinung, sein Unternehmen ähnele vom Profil her eher dem eines Technologiewertes wie Apple oder Google als dem eines Industriekonzerns. Jetzt muss sich nur noch derselbe Erfolg einstellen wie bei den prominenten Vorbildern. Der Weg dahin ist noch weit. ▽

■ TSLA



Schweizer Know-how im Dienst der Automobil- industrie

Unter den Lieferanten der grossen Automobilhersteller sind die hochspezialisierten Schweizer Automobilzulieferer sehr gut vertreten.

Ob Präzisionsmaterial, Kabel, Isolation oder Elektronik: Eine schweizerische Komponente ist fast überall dabei.

Benjamin Bollmann

Mitarbeiter der Rieter Automotive Systems bereiten eine Akustikmessung im Rollenprüfstand Winterthur vor.





RIETER

DIE HERSTELLER

unter der Lupe
der Finanzanalysten

HYUNDAI

Nicht nur die EU profitiert vom schwachen Kurs ihrer Währung. Die Abwertung des südkoreanischen Wong verschafft auch Hyundai einen beachtlichen Wettbewerbsvorteil, vor allem gegenüber der japanischen Konkurrenz. So sieht es Lee Ki-Jeong von der Shinhan Investment Corp., die in Südkorea domiziliert ist. Nach Auskunft des Analysten konnte der Autobauer aus diesem Grund in den Vereinigten Staaten seine Marktanteile von 2,7 Prozent auf 4,4 Prozent steigern. Für Lee Ki-Jeong ist der Titel gegenüber denjenigen anderer Hersteller von vergleichbarer Grösse unterbewertet. Deshalb empfiehlt er ein Übergewichten.

005380

KIA MOTORS

Der Anstieg des Börsenkurses von Kia war 2010 beeindruckend. Die Frage ist nur, ob der südkoreanische Hersteller auch dieses Jahr ein solches Fest erleben wird. Lee Ki-Jeong von der Shinhan Investment Corp in Seoul meint, das Potenzial sei intakt, «selbst wenn der Titel wahrscheinlich nicht mehr in gleichem Ausmass zulegen wird». In-Woo Park, sein Berufskollege beim Research-Unternehmen LIG Investment & Securities, teilt diesen Optimismus und empfiehlt Kaufen. Der Bloomberg-Konsens weicht da in keiner Weise ab. Die Kaufempfehlung überwiegt zu mehr als 90 Prozent.

000270

Rieter FAHRZEUGAKUSTIK



RIETER

Umsatz
CHF 1.95 Mrd.
(2009)
Automobilsektor
73 Prozent (2009)
Beschäftigte
12'500
(Juni 2010)
RIEN

Boden- und Wandmodule für die Fahrgastzelle, den Koffer- und den Motorraum sowie den Fahrzeugunterboden. «Die neueste Innovation aus unseren Labors ist ein Schalldämmungsmaterial aus Faserstoffen, leicht und hundertprozentig wiederverwertbar, das sich gut für die Herstellung besonders steifer

Die Industrie-holding mit Sitz in Winterthur ist auf die Schall-isolation und das Wärmemanagement von Fahrzeugen spezialisiert. Rieter entwickelt und baut

Platten eignet», erklärt Unternehmenssprecher Peter Grädel. Das Kundenverzeichnis von Rieter ist beeindruckend: Audi, Mercedes, BMW, Jaguar, Ferrari, Toyota und Fiat, um nur einige zu nennen. Zwar werden etwa 80 Prozent des Ertrags nach wie vor in Europa und Nordamerika erwirtschaftet, doch Rieter baut sein Asien-geschäft stetig aus, namentlich in China, wo der Zuwachs bei der Automobilproduktion beinahe 50 Prozent pro Jahr erreicht. Auch in Indien ist der Konzern aktiv: Hier konnte vor Kurzem ein zweites Werk eingeweiht werden. Rieter ist zudem als Hersteller von Textilmaschinen bekannt.



Georg Fischer

GUSSTEILE



GEORG FISCHER

Umsatz

CHF 2.9 Mrd.
(2009)

Automobilsektor

43.4 Prozent
(2009)

Beschäftigte

12'400
(Juni 2010)

 FCHRF

Der Schaffhau- ser Industrie- konzern gehört zu den wichtig- sten Lieferanten von hochresi- stenten Gussei- sen- oder Leichtmetalltei- len für das Fahr- zeuggehäuse, die

Karosserie oder den Motor. Schon allein die fünftürige Porsche-Limousine Panamera ist mit 37 Werkstücken ausgestattet, die in seinen Giessereien entwickelt und gefertigt wurden. Kürzlich erhielt das Unternehmen darüber hinaus eine Auszeichnung für seine besonders leichten Aluminium- und Magnesiumstützen für Fahrzeugtüren. Georg Fischer setzt Legierungen und Herstellungsverfahren ein, mit denen sich die benötigte Materialmenge und somit das Gewicht der entworfenen Bauteile stark reduzieren lassen. «Der Konzern ist in der deutschen Automobilindustrie sehr gut positioniert und profitiert vom Boom in dieser Branche», erklärt Oskar Schenker, Analyst bei der Bank Sarasin. Zudem wurde die Kapazität der beiden Giessereien in China vor kurzer Zeit ausgebaut. Rohrleitungssysteme und Werkzeugmaschinen gehören ebenfalls zum Kerngeschäft des Unternehmens.

ABB AUTOMATIONSTECHNIK

Umsatz

CHF 31.8 Mrd.
(2009)

Robotik-Sektor

3 Prozent
(2009)

Beschäftigte

2'100 (2009)

 ABBN

In den Mon- tagehallen der Fahr- zeugherstel- ler sind heutzutage Heerscharen von Roboter- armen am

Werk. Sie funk- tionieren ähnlich wie der menschliche Arm, ersetzen den Menschen aber bei beschwerli- chen, repetitiven oder gefähr- lichen Arbeiten: Anbringen von Bauteilen, Schweißarbeiten, Farbspritzen. Die Konzeption und Herstellung dieses Robotertyps gehört zu den Tätigkeitsbereichen des schweizerisch-schwedischen Konzerns. Von ihm stammt üb- rigens der allererste Indu-

strieroboter: Er kam 1974 auf den Markt und wurde von einem Mikroprozessor gesteuert. 2005 verlagerte ABB seine Ro- botik-Sparte dann nach Shanghai, um sich mitten im boomenden chinesischen Markt zu positionieren. «ABB hat aber auf dem Gebiet der Auto- mobilroboter erstzunehmende Rivalen», betont Oskar Schen- ker, Analyst bei der Bank Sarasin. «Der Konzern steht an dritter Stelle hinter dem japanischen Marktführer Fanuc und dem deutschen BMW-Liefe- ranten Kuka.» Dazu ist anzu- merken, dass die Erträge aus diesem Geschäftsfeld nur einen verschwindend kleinen Anteil des Gesamtertrags dieses Giganten der Inge- nieurbranche ausmachen.



XXXX

DIE HERSTELLER

unter der Lupe
der Finanzanalysten

MAZDA

Bezüglich Mazda sind sich die Analysten uneinig, obwohl annähernd 60 Prozent meinen, es sei besser, den Titel zu behalten. Der Analyst Kohei Takahashi hält sich an die Empfehlung «neutral». Der Ansicht ist auch Issei Takahashi von Credit Suisse: Er empfiehlt Kaufen mit einem Kursziel von 250 Yen. Wie unterschiedlich die Bewertungen sind, beweist Clive Wiggins von Macquarie Securities. Er rät, den Titel abzustossen. Unter diesen Bedingungen scheint grösste Zurückhaltung geboten.

MAZ,FF

NISSAN MOTORS

Ist es die Zugehörigkeit zu Renault, welche die Analysten trennt, oder vor allem die Verteuerung des Yen? Wie dem auch sei, ihre Uneinigkeit weckt Zweifel an der Kursentwicklung in diesem Jahr. Einerseits empfiehlt Kohei Takahashi von JP Morgan Kaufen. Yasuaki Iwamoto hingegen, Analyst bei Okasan Securities, will abwarten, rät zu Halten und ist für eine mittelfristige Investition der Ansicht, das Timing sei günstig und man solle jetzt einsteigen.

7201

EMS-Chemie KUNSTSTOFFE

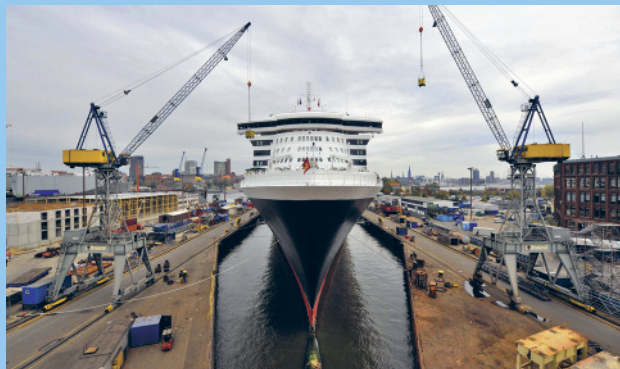


Umsatz
CHF 1.198 Mrd. (2009)
Automobilsektors
56 Prozent (2009)
Beschäftigte
2'100 (2009)
EMSN

Das Unternehmen, dessen Hauptaktionärin die Familie Blocher ist, stellt hochstrapazierfähige polymere Werkstoffe her, die sich durch extreme Schlagzähigkeit, Resistenz gegen hohe Temperaturen und Beständigkeit gegen Öl und Benzin auszeichnen. Als Granulate werden diese Polymere von Herstellern und Zulieferern in der ganzen Welt für die Fertigung von Teilen verwen-

det, die vor einigen Jahren noch aus Metall bestanden. Sie ermöglichen eine Gewichts- und Kostensenkung um die Hälfte. «EMS-Chemie ist an diesem Markt mit grosser Wertschöpfung ideal positioniert», erklärt Philipp Gamper, Analyst bei der Bank Sarasin. «China, Indien und Brasilien sorgen gegenwärtig für starkes Wachstum.»

Sika KLEBTECHNOLOGIE



Umsatz
CHF 4.155 Mrd. (2009)
Automobilsektor
10 Prozent (2009)
Beschäftigte
12'400 (2009)
SIK

Für die Autobranche stellt der Zuger Chemiekonzern Hochleistungsklebstoff für die Befestigung von Fahrgestellteilen, schalldämmende Beschichtungen, Dichtstoffe oder Stützteile aus Kunststoff her. Firmensprecher Dominik Slappinigt sieht eine klare Tendenz: «Schrauben und Schweissnähte werden immer häufiger durch Kleber ersetzt, denn diese Art der Verarbeitung ist schneller, und die Fuge besitzt bessere physikalische Eigenschaften.» Zudem ist Sika der grösste Lieferant auf dem Gebiet der Instandsetzung von Fahrzeugen. In allen Reparaturwerkstätten der Welt sind Scheibenkleber und Karosseriekitt von Sika anzutreffen. «Angesichts der stetig steigenden Autozahlen in den aufstrebenden Ländern kommt es wegen des schlechten Strassenzustands in diesen Ländern zu immer mehr Schadensfällen. Für Sika sind diese Schadensfälle Glücksfälle», meint Oskar Schenker, Analyst bei der Bank Sarasin.

Sulzer OBERFLÄCHENTECHNOLOGIE



SULZER

Umsatz
CHF 3.35 Mrd.
[2009]
Automobilsektor
5 Prozent
Beschäftigte
13'000 [2010]
SUN

Die Oberflächenbehandlungssysteme des Winterthurer Konzerns dienen der erhöhten Energieeffizienz neuer Motoren. Anders ausgedrückt geht es darum, den Treibstoffverbrauch bei gleichbleibender Leistung erheblich zu drosseln.

Die Systeme kommen bei VW, Rolls-Royce, aber auch beim Motor des Airbus A380 zum Einsatz. Vor allem ist und bleibt Sulzer aber ein bedeutender Lieferant von Ausrüstungen für die Erdöl- und Erdgasindustrie.

Feintool MECHANIK



FEINTOOL

Umsatz
CHF 373,6 Mio.
[2009]
Automobilsektor
80 Prozent
[2009]
Beschäftigte
5'200 [Juni
2010]
FTON

Die Firma in Lyss im Kanton Bern stellt hochpräzise Metallteile in Grossserien her. Diese reichen von Zahnrädern für das Getriebe über Türschlossteile

bis hin zu Werkstücken für den Sitzverstellungsmechanismus: In einem einzelnen Fahrzeug werden bis zu 150 Feintool-Teile verbaut. «In jedem Auto der Welt stecken Feintoolkomponenten», betont Firmensprecherin Karin Labhart. Feintool verfügt über besonderes Know-how auf dem Gebiet der Feinschneiderverfahren. Mit dieser Technik lässt sich Blech schnell, kostengünstig und dennoch mit einwandfreiem Endresultat bearbeiten.

Oerlikon GANGSCHALTUNG



OERLIKON

Umsatz
CHF 2.877 Mrd.
[2009]
Automobilsektor
10 Prozent
Beschäftigte
16'400 [2009]
OERL

Oerlikon – der Zürcher Konzern, der im übrigen McLaren oder Lamborghini mit Getrieben beliefert – ist ein Konkurrent von Sulzer auf dem Markt der Oberflächenbehandlungssysteme. Weitere Behandlungen kommen bei bestimmten Autoteilen zum Einsatz; Ziel ist dabei stets die Erhöhung der Widerstandsfähigkeit oder die Verringerung der Reibungskräfte.

DIE HERSTELLER

unter der Lupe
der Finanzanalysten

PSA PEUGEOT- CITROËN



Horst Schneider, Analyst bei der HSBC, wiederholt seine Empfehlung, Peugeot überzugeschichten, und nennt neu ein Kursziel von 39 statt bisher 32 Euro. «Der Multimarkenkonzern hat seine Kosten reduziert, und China wird 2011 noch vermehrt zum Gewinn von Peugeot beitragen.» Der Spezialist ist zudem der Ansicht, der allgemeine Konsens gehe von zu vorsichtigen Prognosen bezüglich der Rentabilität des Konzerns in diesem Jahr aus. Sollte sich diese Annahme bestätigen, könnte sie den Kurs stützen – vor allem weil PSA Peugeot Citroën den Anteil des aussereuropäischen Absatzes von bisher einem Drittel bis 2015 auf 50 Prozent steigern dürfte. Die Wachstumshebel Lateinamerika, Russland und selbstverständlich China dürften ihre Rolle voll spielen.

UG

RENAULT



Laut Xavier Caroen von Kepler Research hat sich Renault das ehrgeizige Ziel gesetzt, bis 2013 zwischen 2,6 und 3 Mio. Autos zu verkaufen, und zwar mit einer operativen Marge von 4 bis 5 Prozent. Auf dem historischen Heimmarkt Frankreich dürfte die Lage wie im restlichen Europa schwierig bleiben, dies könnte jedoch durch Russland und Brasilien mehr als wettgemacht werden. Die Aktie wird zum Teil durch den 44-Prozent-Anteil an Nissan nach oben gezogen. In diesem Kontext ist man bei der Credit Suisse der Ansicht, es sei gescheiter, den Titel zu halten. Der Preisdruck wird sich verschärfen, vor allem im Massenmarkt, dem wichtigsten Segment von Renault.

RNO

Schaffner

ELEKTROTECHNIK

Umsatz

CHF 189 Mio.
[2009/10]

Automobilsektor
8,9 Prozent

Beschäftigte
2'390 [2009]

SAHN

Schaffner produziert Filter für die Entstörung elektromagnetischer Interferenzen in Elektroautos. Die Schaffner-Antennen stellen die Verbindung zwischen den verschiedenen Elektroniksystemen – etwa dem Reifendruckkontrollsystem oder der Türverriegelung – und dem zentralen Rechner im Auto sicher. Selbstverständlich sind LEM und Schaffner fest entschlossen, auf der Welle der Elektroautos mitzureiten.

Adval Tech FORMGUSS



ADVAL TECH

Umsatz

CHF 298 Mio.
[2009]

Robotik-Sektor
45 Prozent
[2009]

Beschäftigte
2'600 [2009]

ADV

Der Berner Konzern stellt Grosseierteile her und fokussiert dabei unter anderem auf die Kunststoff-Spritzgiesstechnologie. Weltweit ist jeder dritte Neuwagen mit einem ABS-Bremssystem ausgestattet, dessen Gehäusemantel von Adval Tech stammt. 2010 gelang Adval Tech zudem ein ganz grosser Wurf: Das Unternehmen erhielt einen Grossauftrag direkt von BMW, also nicht über einen Systemlieferanten. Adval-Tech wird für den Konzern Kunststoffbauteile in Millionenaufgabe für ein Luft-Wasser-Trennungssystem produzieren, das bei Mittelklassewagen von BMW sicherstellen soll, dass bei Regen nur trockene Luft in das Klimagerät kommt.

LEM ELEKTRIK

Umsatz

CHF 185 Mio.
[2009/10]

Automobilsektor
8 Prozent
[2009/10]

Beschäftigte
1'000 [2009/10]

LEHN



LEM

Das Genfer Unternehmen LEM und die Solothurner Firma Schaffner sind Zulieferer von Elektronikteilen und widmen einen kleinen Teil ihrer Tätigkeit dem Automobilsektor. LEM überraschte vor Kurzem mit hervorragenden

Halbjahresergebnissen. Die Firma stellt Geräte zur Messung elektrischer Energie her und entwickelt Automotive-Anwendungen, die den Batterieladestand messen oder in der Servolenkung eingesetzt werden.

Komax VERKABELUNG



Umsatz
CHF 211.5 Mio.
[2009]
Automobilsektor
45 Prozent
[2009]
Beschäftigte
1'000 [2009]
☑️ KOMN

Ob für die Klimaanlage, den Sitzverstellungsmechanismus oder das Airbag-System: In der Regel werden in einem Auto mehrere Kilometer Kabel mit einem Gesamtgewicht von einigen Dutzend Kilo verlegt. Die Luzerner Firma entwickelt Automaten, die aus Aderspuhlen komplette Kabelbündel

macht: Die Spulen werden abgeadert, abgelängt, mit Sensoren versehen und ummantelt. «Fast alle Autos der Welt sind mit Kabeln ausgerüstet, die mit einer Komax-Präzisionsmaschine produziert wurden», unterstreicht Unternehmenssprecherin Sandra Durrer. «Die

Division Wire von Komax macht ausgezeichnete Geschäfte und erzielt gute Margen», bestätigt Oskar Schenker, Analyst bei der Bank Sarasin, und ergänzt: «Diese Feststellung trifft jedoch für die beiden übrigen Produktionssparten Solar und Medtech eher weniger zu.»

Mikron MECHANIK



Umsatz
CHF 150 Mio.
[2009]
Automobilsektor
31 Prozent
[2009]
Beschäftigte
900 [2009]
☑️ MIKN

Mikron stellt in Boudry (Neuenburg) und Agno (Tessin) kundenspezifische Fertigungs- und Montagemaschinen her. Die Kernkompetenz des Unternehmens ist die Produktion von mikrongenauen Komponenten in grossen Stückzahlen. «Unsere Technologie kommt

beispielsweise bei Einspritzsystemen für Automotoren zum Einsatz. Um den Treibstoffverbrauch und den CO₂-Ausstoss immer weiter zu drosseln, wird die Herstellung dieser Teile Jahr für Jahr komplexer», erklärt Firmensprecher Patrick Brisset.

Tornos DREHTEILE



Umsatz
CHF 114 Mio.
[2009]
Automobilsektor
20 Prozent
[2009]
Beschäftigte
800 [2009]
☑️ TOHN

Tornos in Moutier (Jura) ist von der Unternehmensgrösse her ähnlich wie Mikron. Hier werden

ebenfalls Fertigungsmaschinen für die Automobilindustrie entwickelt, doch die Firma ist ausschliesslich auf Drehautomaten zur Herstellung von runden Werkstücken spezialisiert.

DIE HERSTELLER

unter der Lupe
der Finanzanalysten

SUZUKI

Issei Takahashi von der Credit Suisse empfiehlt die Aktie dieses Automobil- und Motorradherstellers zum Kauf. Obwohl die Teuerung seine Rechnung belastet, vermag es die geografisch breitgefächerte Produktion (Indien, Pakistan, Ungarn), die Währungsschwierigkeiten zu mindern. Die starke Nachfrage in den Schwellenländern dürfte Suzuki ebenfalls zu gute kommen. Allerdings ist die Bewertung mancher japanischer Hersteller, darunter Suzuki, bereits höher als jene zahlreicher europäischer Konkurrenten.

7269

TATA MOTORS

Zurzeit ist er ein Flop, der Tata Nano. Das mit viel Tamtam gestartete billigste Auto der Welt fand in Indien nicht den erwarteten Zuspruch. Von den bei der Einführung genannten Zielen – 30'000 bis 50'000 verkaufte Fahrzeuge 2009, danach mindestens 250'000 pro Jahr – ist man noch weit entfernt. Zum Glück hat die starke Nachfrage für die Marken Jaguar und Land Rover, die heute dem Konzern gehören, den Kurs auf ein historisch hohes Niveau steigen lassen. Nur wenige Analysten folgen jedoch dem Aktientrend. Bei Eva Dimensions rät man ohne Angaben weiterer Einzelheiten, sich von dem ihrer Ansicht nach bereits überbewerteten Titel zu trennen.

TTM

Die Ökoschlacht der Reifenhersteller

Die Europäische Kommission hat beschlossen, die Umweltbelastung durch Autoreifen zu verringern. Die Hersteller haben allerdings nicht auf sie gewartet, um mit dem «grünen Pneu» die ökologische Kurve zu kriegen. Luc Domenjoz

Rundkurs Spa-Francorchamps, Belgien, 29. August 2004. Im Moment haben die Michelin-Verantwortlichen alles getan, damit die Nachricht nicht durchsickert. 21 Uhr: Der Grosse Preis von Belgien in der Formel 1 ist nach langen Stunden zu Ende, doch in den Büros des französischen Reifenherstellers herrscht noch immer Aufregung: Während des Rennens war am anderen Ende der Rennstrecke ein Einsitzer des Rennstalls Minardi verunfallt. Als das Wrack des Wagens auf einem Abschleppwagen an den Stand zurückgebracht wurde, fehlte das Rad vorne links, das beim Aufprall abgetrennt worden war. Hatte ein Besucher es als Erinnerungstück mitlaufen lassen? «Ausgeschlossen», versichert die Rennleitung, «die Pistenkommissäre haben den Unfallwagen nicht aus den Augen gelassen. Das Rad ist garantiert aufgeladen worden.» Die einzig mögliche Erklärung: Es muss gestohlen worden sein, als der Abschleppwagen bei den Boxen ankam. Und zwar zweifellos von einem Mitarbeiter des Konkurrenzteams Bridgestone, folgert man bei Michelin.

Für die französische Marke ist diese Nachricht eine Katastrophe. Denn zwischen den beiden Herstellern herrscht der totale «Gummimischungskrieg», und beide treffen alle Vorkehrungen, damit kein Reifen in die Hände der Konkurrenz gelangt. Denn in

diesem Herbst des Jahres 2004 hat sich eindeutig erwiesen, dass Michelin über die besseren Rennreifen verfügt als Bridgestone. Doch der Diebstahl eines einzigen dieser Reifen droht diesen Vorsprung zunichte zu machen, denn die Ingenieure aus Clermont-Ferrand schätzen, dass die Japaner innerhalb von zwei Monaten in der Lage sind, sowohl die Kautschukzusammensetzung als auch den Aufbau der Karkasse zu analysieren und so hinter die Kleinen Geheimnisse des Reifens zu kommen.

Diese sportliche Anekdote illustriert, wie erbittert die Konkurrenz der beiden Reifenhersteller auf allen Ebenen war und ist. In Clermont-Ferrand sind alle Michelin-Standorte strengstens bewacht. Das hinderte aber 2002 zwei Individuen nicht daran, in einer Bar in der Nähe der Fabrik von Cataroux im Stadtzentrum mit den Michelin-Ingenieuren ins Gespräch zu kommen, bevor die Privatpolizei der Firma auf sie aufmerksam wurde!

Die Reifenindustrie gehört zu den Branchen mit den höchsten Margen, nicht zuletzt, weil die grossen Hersteller sich so organisiert haben, dass sie die ganze Produktionskette vollständig kontrollieren: Die meisten besitzen neben den eigentlichen Reifenfabriken eigene Gummibaumplantagen und Drahtfabriken für die

Wulstdrahtkerne als Grundlage für den Aufbau der Gürtelreifen.

Heute enthalten die Reifen für Personenwagen allerdings keinen Naturkautschuk, sondern sind vollständig synthetisch. Ihre Produktion ist deshalb stark vom Erdöl abhängig, aus dem 58 Prozent des Materials – synthetischer Gummi und verschiedene Stabilisierungsstoffe – hergestellt werden. Doch die Pneus, die die grösste Betriebsmarge abwerfen, das heisst Reifen für Lastwagen und Baumaschinen, werden noch immer auf der Grundlage von Naturkautschuk produziert.

Ein wenig Erdöl, Stahldraht, Kieselerde (Siliziumdioxid) und einige chemische Produkte, das ist grosso modo alles, was man für die Herstellung eines Perso-

nenwagenreifens braucht. Während diese Rohstoffe einige Rappen kosten, bezahlt der Endkunde für einen Reifen je nach Typ oft mehrere hundert Franken. Das sichert den Herstellern eine Marge, mit der sie ihre Forschung und Entwicklung finanzieren, aber auch die Aktionäre zufriedenstellen können.

ROLLWIDERSTAND

Allerdings gewinnt die Forschung immer mehr an Bedeutung. Denn seit der Jahrtausendwende suchen die Hersteller nach Möglichkeiten, die Pneus in dem Sinne «ökologischer» zu machen, dass sie zur Senkung des Treibstoffverbrauchs beitragen. Tatsächlich ist etwa ein Drittel des Verbrauchs dem Rollwiderstand anzulasten, der durch die Verformung des Reifens unter der Belastung und durch seine Erwärmung verursacht wird. Gelingt es, diesen Rollwiderstand substanziell zu verringern, trägt dies beträchtlich zur Verbrauchssenkung bei.

In diesem Bereich hatte Michelin die Nase vorn, präsentierte die Marke mit dem Gummimännchen

doch bereits 1991 den «Energy»-Reifen mit geringerem Rollwiderstand. Er erlaubte zwar eine bescheidene Verbrauchseinsparung (0,2 Liter auf 100 Kilometer bei Kleinwagen), büsste dies jedoch mit einer deutlich verschlechterten Bodenhaftung auf nasser Strasse. Dieser Nachteil wurde 2008 mit dem «Energy Saver» korrigiert. Bei diesem Reifen, der aus einer völlig neuen Gummimischung besteht, ist der Rollwiderstand um 20 Prozent reduziert.

Wer weniger Treibstoff verbraucht, stösst natürlich auch weniger CO₂ aus. Michelin hat diese Einsparung beim Energy Saver auf vier Gramm pro hundert Kilometer berechnet. Die Marke setzt stark auf diesen Trumpf. Auf ihrer Website zeigt ein Zähler in Echtzeit die Anzahl Tonnen

Die Reifenindustrie gehört zu den Branchen mit den höchsten Margen.

DIE HERSTELLER

unter der Lupe
der Finanzanalysten

TESLA

Da ist auf der einen Seite das Produkt, das seine Marktnische gefunden zu haben scheint, auf der anderen die kalte Börsenrealität: Die Aktie will nicht abheben. Der Kurs hatte sich zwar Ende 2010 im Vergleich zu Ende Juni verdoppelt, liegt aber immer noch unter seinem Rekordstand. Die Investmentbank Dougherty & Company empfiehlt die Aktie Tesla Motors an der Wall Street zum Kauf, mit einem Kursziel von 30 Dollar. Vorsicht ist trotzdem geboten. Ungeachtet der Begeisterung über die Elektroboliden ist der Strategieplan von Tesla keineswegs risikolos. Patrick Archambault von Goldman Sachs rät deshalb zu, den Titel zu halten.

7203

TOYOTA

Ohne grosse Überraschung fokussiert sich die Aufmerksamkeit der Analysten auf diesen grössten Autokonstrukteur der Welt. In der Beurteilung sind sie sich jedoch keineswegs einig. JP Morgan empfiehlt, sich von dem Titel zu trennen, ohne dies jedoch weiter zu begründen. Vielleicht, weil die meisten anderen Analysten die Bewertung der Aktie als korrekt beurteilen und deshalb für Halten optieren. Für Shogo Oki von Marusan Securities dürfte 2011 nicht zum Börsenjahr von Toyota werden. Er schliesst jedoch einen ausgeprägteren Elan in der zweiten Jahreshälfte nicht aus, zumal Toyota die Gunst der Konsumenten in Nordamerika allmählich zurückgewinnt. Laut dem Kelley Blue Book wird der japanische Hersteller von den Neuwagenkäufern erneut als beste Marke betrachtet. «Toyota ist immer noch in der Krise, und das wird dieses Jahr so bleiben. Die Anstrengungen des Konzerns können wir erst langfristig evaluieren», urteilt dagegen Mamoru Kato vom Forschungszentrum Tokai Tokyo.

7203

an, die insgesamt mit diesem Pneu eingespart werden. Seit seiner Einführung bis zum Verlassen dieses Beitrags hat der Reifen immerhin 34 Mio. Tonnen CO₂ eingespart. Der geringere Rollwiderstand verringert zudem auch den Abrieb: Die «grünen» Reifen (obwohl sie noch immer schwarz sind, wofür die Kieselsäure verantwortlich ist) halten 30 Prozent länger, also im Schnitt 40'000 statt 30'000 Kilometer wie ein traditioneller Reifen.

Auch die anderen Reifenhersteller haben sich auf den «ökologischen» Pneu gestürzt. In den letzten Jahren ist die Senkung des Rollwiderstands zur Hauptforschungsachse geworden. Dies nicht zuletzt, weil die Europäische Kommission hier neue Ziele gesetzt hat: Die 15 Kilo Widerstand pro Tonne vor 20 Jahren wurde bis heute auf 6 Kilo heruntergebracht und soll nächstes Jahr auf 4,5 Kilo sinken.

Goodyear hat sich deshalb mit dem italienischen Unternehmen Novamont und mit BMW zusammen-

getan, um den BioTYRE getauften Reifen zu produzieren, dessen Rollwiderstand im Vergleich zum herkömmlichen Pneu um 30 Prozent reduziert ist. Dieser neue Reifen wird zum Teil auf der Grundlage von Maisstärke hergestellt, einem «Teig», den Novamont anrührt und der 20 Prozent der Kieselsäure ersetzt.

Bei Bridgestone, der Nummer eins der Welt, ist noch kein «grüner» Reifen im Handel, doch das Forschungszentrum in einem Vorort von Tokyo arbeitet zweifellos daran. Für den japanischen Hersteller hat jedoch Qualität Priorität seit dem Trauma, als ein Firestone-Allradreifentyp unter gewissen Bedingungen platzte und 2001 in den Vereinigten Staaten den Tod mehrerer Automobilisten verursachte. Heute stellt die Marke den «Bridgestone Way» in den Vordergrund, mit ihrer «Passion für Exzellenz» und als «Qualitätsmarke sowie Zeichen der Sicherheit für die Kundschaft».

Nur die grossen Marken verfügen über die Mittel, um in diese kostspieligen Forschungen zu investieren. Michelin setzt dafür 3,5 Prozent des Umsatzes ein. Seit nun die Regierungen die Normen für den CO₂-Ausstoss immer mehr verschärfen, dürften kleinere Marken Schwierigkeiten bekommen, zu überleben. Die Konzentration des Reifenmarkts, die Ende der 1980er-Jahre einsetzte, verstärkt sich weiter. Als erstes Unternehmen hatte Bridgestone 1988 mit dem US-Hersteller Firestone die Nummer 3 der Welt übernommen: für 2,6 Mrd. Dollar. Damals staunten die Analysten über diese Summe, die sie überlassen fanden, doch bei Bridgestone antwortete man nur, das entspreche nicht einmal dem Wert ihres Fabrikgrundstücks in Tokyo. Seither hat Michelin den US-Hersteller Uniroyal-BF Goodrich aufgekauft und sich am koreanischen

Verbündete Rivalen

Für die Hersteller geht es nicht nur darum, «sauberere» Pneus zu entwickeln. Sie müssen auch Recycling-Systeme für gebrauchte Reifen aufbauen. Denn seit 1981 sind in der Europäischen Union Deponien für Altreifen verboten, und die Marken sind zu ihrer Rücknahme verpflichtet.

Die fünf bedeutendsten Hersteller (Bridgestone, Michelin, Goodyear, Pirelli und Continental) haben deshalb die gemeinsame Tochtergesellschaft Aliapur gegründet, die Altreifen einsammeln und recyceln soll. Die Pneus werden zu Granulat verarbeitet, das für die Herstellung von Kunststoffböden, aber auch für das Runderneuern gebrauchter Pneus oder als Brennstoff benutzt wird.

Ein Blick ins Portfolio

Attraktive Anlagemöglichkeiten

Die Reifenhersteller haben unter der Krise von 2008 weniger als die Autobauer gelitten. Denn zwei Drittel ihres Umsatzes werden durch den Verkauf von Ersatzreifen generiert, die von den Autobesitzern gekauft werden, um abgefahrene Pneus zu ersetzen. Dieses Marktsegment ist weniger konjunkturabhängig als die Erstbereifung, welche die Autokonstrukteure für die Auslieferung ihrer Neuwagen kaufen. Am meisten beeinträchtigt hat die Krise den Reifenmarkt für Lastwagen und Baumaschinen: Statt 6500 Pneus für Baumaschinen im Januar 2008 verkaufte Michelin im selben Monat des Jahres 2009 gerade mal sechzig Stück!

Nach den Verlusten im Geschäftsjahr 2009 schrieben die meisten

Hersteller 2010 wieder schwarze Zahlen, und die Aussichten für 2011 sind ermutigend.

Dies spiegelt sich allerdings noch nicht in den Börsenkursen. Deshalb haben die Herstelleraktien wohl noch ein beträchtliches Wachstumspotenzial. Die Finanzanalysten empfehlen denn auch einstimmig ein «Outperform» für die Aktien der vier wichtigsten Hersteller: Bridgestone, Michelin, Goodyear und Continental.

Die Michelin-Aktie wird gegenwärtig etwas über der Hälfte ihres Höchst von Juli 2007 gehandelt, obwohl der Konzern für 2011 ein starkes Wachstum erwartet. Mit einer Börsenkapitalisierung von 9,5 Mrd. Dollar und einer P/E-Rate (Price Earning

Ratio oder Kurs/Gewinn-Verhältnis) von 11,7 könnte Michelin schon bald wieder abheben.

Dasselbe gilt für Bridgestone. Der Konzern hat für 2010 einen Reingewinn von 77 Mrd. Yen bekannt gegeben (etwas mehr als 650 Mio. Franken). Der Kurs der Aktie von gegenwärtig 1640 Yen könnte mit dem Ende der Krise steigen.

Der Kurs der US-Marke Goodyear von 13 Dollar hingegen ergibt eine Price Earning Ratio von 47, was weit weniger verlockend ist. Ausser wenn man die Marke mit der deutschen Continental vergleicht, deren PER heute bei annähernd 62 liegt. Continental spielt im Konzert der Hersteller eine eigene Partitur. Tatsächlich ist die deutsche

Marke stärker diversifiziert als ihre Konkurrenten, verfügt sie doch über Abteilungen für Chassis-Sicherheit, Fahrunterstützung und Herstellung von Kunststoffteilen für den Innenausbau.



Michelin



Bridgestone



Goodyear

schen Unternehmen Hankook beteiligt, während Dunlop von Goodyear geschluckt wurde. Damit dominieren die drei Grössten das Reifengeschäft mit einem Anteil von mehr als 50 Prozent des Gesamtumsatzes. Bridgestone und Michelin wechseln sich laufend an der Spitze des Klassements ab, mit je ungefähr 18 Prozent des Weltmarkts, knapp vor Goodyear mit 15 Prozent. Auf den Spitzenpeloton folgen Marken wie Continental (6 Prozent) und Pirelli (4 Prozent) vor den Japanern Sumitomo und Yokohama sowie Hankook.

Weiter hinten im Feld gibt es unzählige kleine Marken: Allein in China teilen sich mehr als drei-

tausend Hersteller den wachsenden Binnenmarkt. Die drei wichtigsten – Cheng Shin (Taiwan), Giti Tire und Triangle (Volksrepublik China) – erzielen jedoch zusammen nur knapp 1 Prozent des weltweiten Umsatzes.

Trotzdem hat sich die chinesische Produktion innerhalb von fünf Jahren verdreifacht, vor allem dank Reifen für Lastwagen und Baumaschinen. Auf dem chinesischen Markt dürfte denn auch die «Reifenschlacht» auf breiter Front weitergehen: Sowohl Bridgestone als auch Goodyear und Michelin haben Fabriken im Reich der Mitte finanziert. Die französische Marke hat so eine Milliarde Dollar in eine Produk-

tionseinheit in Shenyang im Nordosten des Landes gesteckt.

Von den Herausforderungen der «grünen» Reifen bis zur Marktkonzentration fehlt es den Herstellern jedenfalls nicht an Gelegenheiten, sich einen gnadenlosen Kampf zu liefern und zweifellos neue Werkspionageversuche zu starten. Letzteres ist immerhin eines der günstigsten Mittel, um an der Spitze des Fortschritts zu bleiben. Allerdings: Werkspionage ist häufig riskanter und komplizierter, als nach einem Formel-1-Grand-Prix einfach den Reifen eines Unfallwagens mitlaufen zu lassen. ▽

ML GT BGT

DIE HERSTELLER

unter der Lupe
der Finanzanalysten

VOLVO



Das Personenwagengeschäft des schwedischen Autobauers wurde vom chinesischen Geely-Konzern übernommen. Geblieben sind Autocars und Lastwagen sowie andere industrielle Aktivitäten (vor allem Motorenbau). In diesem Segment hat die schwedische Gesellschaft, deren Generaldirektor diesen Sommer in Pension geht, in den letzten Jahren mehrere Erwerbungen getätigt (Renault Trucks, Mack Trucks und Nissan Diesel Trucks). «Wie bei den Konkurrenten Daimler und Scania war der Wiederaufschwung nach der Krise beeindruckend», meint Niclas Høglund von Swedbank Markets. 2011 dürfte sich das Wachstum leicht verlangsamen. Trotzdem hat der Spezialist diesen Titel mit einem «strong buy» bewertet, empfiehlt also Kauf ohne Vorbehalt.

☞ VOLVB

VOLKSWAGEN



Der Volkswagen-Konzern mit seiner Markenpalette (VW, Audi, Passat, Golf, Seat, Skoda und neu Porsche) ist der bevorzugte Titel von Reto Hess, Analyst bei der Credit Suisse, im Automobilsektor. Seiner Meinung nach ist ein leichter Absatzzrückgang – der übrigens nicht unbedingt stattfinden muss – im Kurs bereits inbegriffen. Darüber hinaus gewinnt die Marke VW weiterhin Marktanteile hinzu, die Aussichten von Audi in China scheinen blendend zu sein, und die langfristige Marge dürfte dank Massstabeinsparungen und einem niedrigeren Kostensockel als dem der Konkurrenten gehalten werden können. Die Credit Suisse erwartet, dass der Konzern bis 2012 nicht weniger als 8 Mio. Fahrzeuge absetzen kann.

☞ VOW3

Mercedes-Benz, 125 Jahre Erfindergeist

Auch 2011 investiert das deutsche Traditionsunternehmen intensiv in Forschung und Entwicklung. Ein Überblick über die aktuellen Projekte.

Lionel Froissart

Am 29. Januar feierte Daimler-Mercedes mit einer Party in seiner Hochburg Stuttgart sein 125-jähriges Bestehen. Für den deutschen Automobilhersteller bietet das Jahr 2011 Gelegenheit, mehrere Innovationen und ein neues Modell zu präsentieren.

Dazu beschloss Daimler, im Zeitraum 2010–2011 fast 10 Mrd. Euro für Forschung und Entwicklung bereitzustellen. Die Hälfte dieses Budgets widmet sich der nachhaltigen Entwicklung, dem Aushängeschild der Marke seit der Prägung eines verstärkten Umweltbewusstseins bei den Automobilherstellern. 64 Prozent des Geldsegens verteilen sich auf die

Branche der Personenwagen, der Rest auf die Bereiche Lastwagen, Transporter und Busse.

Die Strategen der Marke haben ihrem Heer von Forschern zudem drei Handlungsschwerpunkte vorgeschrieben.

Der erste besteht in der Optimierung des klassischen Verbrennungsmotors. Man geht davon aus, dass es für ein «100 Prozent Elektro» noch zu früh ist. Die Mercedes-Modelle profitieren von einer verbesserten Motorenleistung und sollen in nächster Zukunft mit einer Verringerung ihrer Emissionen und ihres Kraftstoffverbrauchs um 20 Prozent

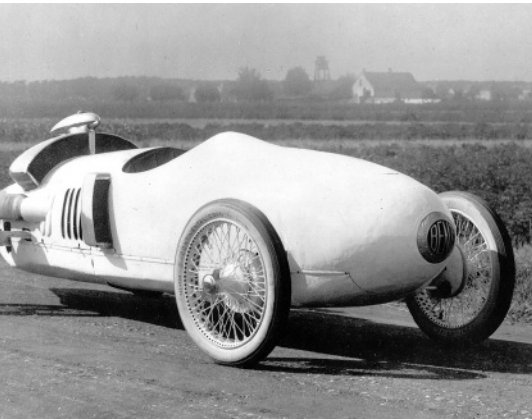


1939 Der Ingenieur Béla Barényi beginnt mit der Entwicklung des Konzepts der passiven Sicherheit.



1910 Der Künstler Henri Rudaux entwirft ein Werbeplakat für den Mercedes 14/30 PS.





1923 Beim «Rumpler Tropfenwagen» wird zum ersten Mal eine Pendelachse verwendet.

glänzen. Mercedes hat bereits 80 Modelle mit dem «BlueEfficiency»-System ausgestattet und ist dabei, das gesteckte Ziel zu erreichen. Hinter der Bezeichnung BlueEfficiency stehen alle Technologien, die die Emissionen und den Kraftstoffverbrauch reduzieren (leichtere Materialien, verbesserte Aerodynamik etc.). Benzin- und Dieselmotoren verfügen so über Direkteinspritzer und über eine ECO Start-Stopp-Funktion, die den Motor bei Rotlicht ausschaltet und ihn wieder in Gang bringt, sobald das Gaspedal erneut heruntergedrückt wird.

Der zweite Schwerpunkt behandelt das Forschungsfeld der «Hybridi-



1969-1970 Drei Generationen des Prototyps C111.

sierung» der Motoren. Dahinter verbergen sich mehrere Entwicklungsstufen. Angefangen bei den «Mikrohybrid»-Fahrzeugen, die mit einfachsten Systemen wie der bereits erwähnten ECO Start-Stopp-Funktion ausgestattet sind. «Mildhybrid»-Fahrzeuge greifen auf einen unterstützenden Elektroantrieb zurück, der eine Leistungssteigerung ohne höheren Kraftstoffverbrauch ermöglicht.

Der ehrgeizigste Forschungsbereich ist zweifelsohne derjenige des «Vollhybrid», der einen Elektromotor mit einem Verbrennungsmotor kombinieren soll. Wie bei allen grossen Innovationen der Marke wird dieses Verfahren für den



2009 Der Supersportwagen Mercedes-Benz SLS AMG – hier als Sonderedition «Desert Gold».

Mercedes in Zahlen

1886

Der deutsche Erfinder Gottlieb Daimler konzipiert den ersten Verbrennungsmotor in Zusammenarbeit mit Wilhelm Maybach. Er installiert diesen Hubkolbenmotor auf einem Dreirad, zusammen mit einem Getriebe mit Differenzial. Es handelt sich um das erste vollständig entwickelte Automobil, das kommerzialisiert und industriell produziert wird.

256'407

Der Daimler-Konzern zählt mehr als 250'000 Mitarbeitende auf der ganzen Welt und verfügt über Dutzende von Fabriken auf allen fünf Kontinenten.

80'000

Während ihres 125-jährigen Bestehens hat die Firma Mercedes-Benz bereits mehr als 80'000 Patente angemeldet. Allein im Jahr 2009 wurden 2000 Patente mit dem dreizackigen Mercedesstern (zu Lande, zu Wasser und in der Luft) versehen. Mehr als die Hälfte davon betraf die Kategorie grüne Technologien.

9,4

Milliarden Euro hat die Firma Daimler für die Forschung und Entwicklung in den Geschäftsjahren 2010 und 2011 bereitgestellt.

Der Kult der Sicherheit

Seit 1939 und den ersten Arbeiten im Bereich Forschung und Entwicklung gehört die Sicherheit zu den Prioritäten der Marke mit dem Stern.

Die Mercedes-Innovationen werden häufig von der Konkurrenz aufgegriffen, ja werden sogar meist zu verbreiteten Systemen, die man selbst bei kostengünstigen Automodellen nicht mehr missen möchte. Dies gilt unter anderem für den Bremsassistenten und das Anti-Blockiersystem, die Airbags und die Fahrdynamikregelung ... ein geschichtlicher Überblick.

1969

Sicherheitskarosserie.

1978

Erfindung des ABS, des Anti-Blockiersystems beim Bremsen.

1980

Entwicklung des Airbags und des Gurtstraffers.

1995

ESP, Fahrdynamikregelung.

1998

Präsentation des Abstandsregeltempomats DISTRONIC, einem System zur aktiven Regulierung der Fahrzeuggeschwindigkeit bei abgelenktem Fahrer.

2009

Geschwindigkeitslimit-Assistent, Spurhalte-Assistent, Totwinkel-Assistent.

2011

Mit Radartechnik überwachter Bremsassistent (BAS).



1970 Die ersten privaten Tests des ABS-Systems (Anti-Blockierfunktion der Bremsen). 1978 wird die Mercedes S-Klasse das erste Auto, in welches das für die damalige Zeit revolutionäre System serienmässig eingebaut wird.

nächsten Mercedes-S-Klasse angeboten, der in der Firmengeschichte stets mit den neuesten Systemen aus der Abteilung Forschung und Entwicklung ausgerüstet wurde. Manchmal handelte es sich dabei um unerwartete Neuerungen – wie der vor zwei Jahren präsentierte Aufmerksamkeitsassistent.

Der dritte Schwerpunktbereich ist von hoher Symbolträchtigkeit, geht es doch darum, das Ziel «Zero Emission» zu erreichen. Dies gilt für Fahrzeuge wie den Smart und die Mercedes-A-Klasse. Der deutsche Automobilhersteller bekräf-

tigt, er glaube langfristig daran, dass die Brennstoffzelle den Verbrennungsmotor ablöse. Neben den technischen Hindernissen sind die praktischen und infrastrukturbedingten Probleme aber nicht zu vernachlässigen (siehe Artikel S. 44). Ein emissionsfreies Fahren ist nämlich nur bei einem Strassennetz denkbar, das den betroffenen Fahrzeugen die erforderlichen Möglichkeiten zum raschen Aufladen ihrer Batterien bietet.

Mercedes legt viel Wert auf die Sicherheit (siehe Kasten gegenüber) und auf das Engagement im



MERCEDES

Das sagen die Analysten Ein Luxusproblem

Die Börsenanalysten sind überzeugt: Der Daimler-Konzern hat ein vielversprechendes erstes Quartal 2011 vor sich. Dieser Trend sollte sich auch im weiteren Jahresverlauf fortsetzen mit der Präsentation eines völlig neuen, derzeit noch geheim gehaltenen Produkts, das mit dem neuen Mercedes-B-Klasse auf den Markt kommt. Auf dem Autosalon in Genf wird Mercedes zunächst das neue C-Klasse-Modell sowie einen neuen Roadster SLK präsentieren.

Der deutsche Automobilhersteller kann sich der Bestellungen für 2011 kaum erwehren – ein Phänomen, das durch die Entwicklung der asiatischen Schwellenmärkte wie China und der südamerikanischen Märkte mit der ausgeprägten wirtschaftlichen Expansion Brasiliens noch verstärkt wird. Gleichzeitig zeigte der traditionell wichtigste Markt für Daimler Mercedes ausserhalb Deutschlands, die USA, seit dem zweiten Quartal 2010 eindeutige Anzeichen einer Erholung. Die Marke plant ein reichhaltiges Programm mit zahlreichen technischen Kooperationen, wie es sie bereits mit Renault/Nissan gibt, sowie eine äusserst aggressive Strategie bei

der Konzipierung von Kleinwagen. Darunter ist auch der berühmte kleine Smart, der bald über zwei zusätzliche Sitzplätze verfügen wird, ohne aber seinen besonderen Stil des modischen kleinen Stadtfahrzeuges zu verlieren. Der Vorstandsvorsitzende von Daimler zeigte sich zuversichtlich hinsichtlich der Fortsetzung der 2010 begonnenen Erholung, fügte aber bei allen positiven Aussichten auch eine kleine Warnung an. Der deutsche Konzern wird es nicht schaffen, alle seine Bestellungen innerhalb einer «vernünftigen» Frist auszuliefern. Dieter Zetsche, der CEO des Konzerns, liess verlauten, dass die Lieferfrist pro bestelltem Neuwagen bis zu drei Monaten betragen könne. Es handelt sich hierbei aber eher um ein Luxusproblem. Dieter Zetsche erklärte, seine Belegschaften würden die in den Fabriken benötigten Fahrzeugteile nicht alle rechtzeitig erhalten.

Der deutsche Unternehmenschef kann sich über die Prognosen der Analysten freuen: Laut der Agentur Thomson Reuters sollte Daimler im Jahr 2011 einen Betriebsgewinn von 8,1 Mrd. Euro erwirtschaften, verglichen mit den für 2010 erwarteten 7,3 Mrd. Euro. Daimler hatte im Oktober angekündigt, man erwarte für 2010 einen Betriebsgewinn von mehr als 7 Mrd. Euro.

Bereich der nachhaltigen Entwicklung. Genauso wichtig ist der Firma aber ihr Image. Wettkampfsport ist deshalb unter den Tätigkeiten der Marke und im Image-Bereich nicht mehr wegzudenken. Die besten Gelegenheiten bieten das 24-Stunden-Rennen von Le Mans (bei dem Mercedes 1952 und 1989 als Sieger hervorging) und die Welt der Formel 1, in der Mercedes bereits seit 1954 als Konstrukteur glänzt. Nachdem sich der Stuttgarter Automobilhersteller seit 1994 mit der Rolle des Motorenlieferanten zufrieden gegeben hatte, widmete er einen Teil seines Kommunikationsbudgets einem neuen Formel-1-Engagement zu Beginn der

Rennsaison 2010. Um dieses spektakuläre Comeback zu feiern, zögerte Mercedes nicht, seinen Traumbotschafter aus der Rente zurückzuholen: Michael Schumacher, der siebenfache Weltmeister, dessen Karriereanfänge in der Formel 1 im Jahr 1991 mit Geldern aus Stuttgart finanziert worden waren. Aus kommunikationstechnischer Sicht war dieser Schachzug ein Erfolg. Betrachtet man aber die sportliche Seite, so sind die Ergebnisse weit von den kommerziellen Erfolgen der Marke entfernt. Daimler-Mercedes liegt der Wettkampf auf höchstem Niveau jedoch im Blut, und dem Formel-1-Rennstall werden alle nur erdenklichen technischen, strategischen und

technologischen Mittel zur Verfügung gestellt. Die Abteilung Motorsport ist zwar selbstständig organisiert, die Ingenieure des F1-Rennstalles wissen aber, dass sie jederzeit die Rechen- und Forschungsressourcen des Automobilherstellers beanspruchen dürfen.

Die kommenden Verbrauchsbeschränkungen, mit denen die Ingenieure von Michael Schumacher und Nico Rosberg konfrontiert sein werden, könnten denn auch tatsächlich in den Büros in Stuttgart gelöst werden.

DAI





«GÜN CRAZY» (JOSEPH W. LEWIS, 1949)

Eine Genderfrage

Frauen sollen nicht gut rechnen können? Männer zu Euphorie neigen? Bei der Erklärung der Unterschiede zwischen den Geschlechtern in Sachen Investment treffen biologische und gesellschaftliche Theorien aufeinander. Swissquote ging der Sache auf den Grund.

Sylvain Menétrey

Männer sind vom Mars, Frauen von der Venus – das behauptet der Paartherapeut und Bestsellerautor John Gray, um den Kampf der Geschlechter zu erklären. Studien zufolge kommen auch in der Finanzwelt diese genderspezifischen Merkmale zum Ausdruck. So haben Frauen in der jüngsten Finanzkrise eher als Männer einen kühlen Kopf bewahrt. Der amerikanische Investmentfonds Vanguard untersuchte in einer Umfrage, wer dazu neigte, auf dem Höhepunkt der Krise Aktien zu verkaufen. Dazu wurde das Verhalten von 2,7 Mio.

Menschen analysiert, die im Besitz von IRA (US individual retirement accounts) waren. Es stellte sich heraus, dass Männer häufiger als Frauen (+10 Prozent) ihre Aktien abstießen, als sich diese im freien Fall befanden.

Professor Brad Barber von der Universität Kalifornien zeigte zudem, dass Männer ihr Aktienportfolio tendenziell häufiger umgestalten. Das ergab 2001 seine Studie «Boys Will Be Boys: Gender, Overconfidence and Common Stock Investment» (Gender,

übersteigertes Selbstvertrauen und Anlageverhalten). Anhand von Daten eines Discountbrokers nahmen Brad Barber und seine Arbeitsgruppe die Investitionen von mehr als 35'000 Haushalten unter die Lupe. Die Zahlen besagen, dass Männer im Vergleich zu Frauen um 45 Prozent häufiger Aktien tauschen. Ein Mehraufwand, der sich nicht auszahlt, da die Reingewinne der Männer um 2,65 Prozent niedriger ausfielen als die der Frauen, was hauptsächlich auf die Brokergebühren zurückzuführen ist, die bei den zahlrei-

chen Börsengeschäften anfallen. Die Forschergruppe hebt die bei Männern stärker ausgeprägte Tendenz zu einem übersteigerten Selbstvertrauen hervor und erklärt damit das unterschiedliche Verhalten. «Männer halten sich in Finanzfragen tendenziell für kompetenter als Frauen, was sie dazu verführt, grössere Risiken einzugehen», behauptet der Forschungsleiter.

Dass Frauen hier mehr Hemmungen haben, kann sich allerdings auch gegen sie richten. Laut einer nach dem Crash von 2009 durchgeführten Umfrage der Investmentbank BMO Nesbitt Burns waren damals nur 13 Prozent der Frauen (aber 25 Prozent der Männer) noch bereit, Aktien zu kaufen, obwohl Investitionen in Aktien langfristig am meisten Gewinn bringen.

Woher kommen diese Unterschiede in der Wahrnehmung des Marktes? Eine Studie von 2009 liefert eine biologische Erklärung. Forscher von der Kellogg School of Management in Chicago haben festgestellt, dass eine hohe Testosteron-Konzentration im Speichel der MBA-Studierenden mit der Entscheidung gekoppelt war, am Ende des Studiums einen riskanten Beruf im Finanzsektor zu ergreifen. Diese Forschungen stützen das, was man bereits über das Testosteron weiss, dass es nämlich mit verstärktem Wettbewerb und Dominanzverhalten zusammenhängt sowie für geringere Ängste in Bezug auf riskantes Verhalten wie Glücksspiel und Alkoholsucht sorgt.

Tanja Wranik, Forscherin am Nationalen Forschungsschwerpunkt in den Affektiven Wissenschaften, der an die Universität Genf angegliedert ist, warnt jedoch vor übereilten Interpretationen. «Es ist tatsächlich erwiesen, dass ein hoher Testosteronspiegel mit riskanten Verhaltensweisen einhergeht. Aber das Verhältnis von

Ursache und Wirkung ist nicht so offensichtlich. Es ist also nicht ausgeschlossen, dass ein dritter, bisher unentdeckter Faktor das Vorhandensein des Hormons wie auch der Risikofreude erklärt.» Anders gesagt, könnte das Testosteron zwar ein Auslöser des übersteigerten Selbstvertrauens sein, genauso gut aber auch ein Folgeprodukt desselben. Die Genfer Forscherin zeigt sich zudem skeptisch gegenüber den Ergebnissen anderer Studien. «Bis heute hat niemand psychologische Unterschiede zwischen Männern und Frauen nachgewiesen. Die Verschiedenartigkeit der Individuen eines Geschlechts ist grösser als die zwischen den Geschlechtern.» Warum gibt es dann so viele Ergebnisse, die in dieselbe Richtung gehen? «Alles hängt immer davon ab, was man miteinander vergleicht. Im Finanzbereich sieht man, dass Frauen trotz aller Entwicklungen noch deutlich in der Minderheit sind. Daher ist es schwer, auf dieser Ebene eine Studie durchzuführen, die wissenschaftlich korrekt ist.»

Dass Frauen in der Finanzwelt unterrepräsentiert sind, ist tatsächlich der einzige objektive Unterschied zwischen den Geschlechtern. So machten Frauen nur 21 Prozent der Kunden der Maklerfirma aus, bei der Brad Barber seine Daten erhob. Der Forscher merkt in seinem Kommentar an, dass die Frauen mehrheitlich ledig und der Grossteil der Männer verheiratet waren, was vermuten lässt, dass Ehefrauen die Verwaltung der Familienfinanzen ihren Männern überlassen. Es wird jedenfalls deutlich, dass hier zwei Gruppen miteinander verglichen wurden, die nur wenige Gemeinsamkeiten aufweisen.

Einige Forscher haben dennoch über die Analyse von grossen und breit gestreuten Gruppen Ergebnisse erhalten, die einen Unterschied zwischen Männern und Frauen belegen. Das gilt zum Beispiel für das

Center for Financial Literacy, ein amerikanisches Privatinstitut, das den Zugang zur Finanzwelt fördern will. Das Institut hat im Jahr 2005 eine repräsentative Stichprobe von Personen erhoben, nach wie vielen Jahren sich eine Schuld von 1000 Dollar verdoppelt hat, wenn ein Kreditunternehmen einen Jahreszins von 20 Prozent verlangt. Von den Männern gaben 46 Prozent die richtige Antwort, von den Frauen nur 26 Prozent.

Frauen haben in der jüngsten Finanzkrise eher als Männer einen kühlen Kopf bewahrt.

Auch wenn es nun heissen könnte, dass Frauen schlechter rechnen können, so meint Stefan Zeisberger vom Swiss Banking Institute der Universität Zürich, dass hier vor allem die Erfahrung eine Rolle spiele. «Wir haben mit Studierenden eine Studie zu riskanten Entscheidungen in Finanzfragen durchgeführt. Unsere ersten Ergebnisse zeigten, dass die Frauen tatsächlich weniger Risiken eingingen. Dann haben wir den Probanden des Experiments ein Lehrprogramm zu Finanzthemen zur Verfügung gestellt. Nach dieser Lernphase hatte sich die Kluft erheblich verkleinert», erklärt der Forscher. Wenn man Frauen also die gleichen Chancen, die gleiche Unterstützung und die gleichen Anreize bietet, kommen sie bei Investitionen auf ziemlich ähnliche Ergebnisse wie Männer. Übrigens haben einige Banken spezielle Seminare und Workshops entwickelt, die Frauen die Finanzwelt erläutern sollen. Fragt sich nur, ob die neuen Kompetenzen ihnen nicht zum Nachteil geraten könnten: Das Bewusstsein für die eigenen Grenzen scheint schliesslich eine wertvolle Taktik zu sein, besonders in Krisenzeiten ...▲

Ring frei für WWE

World Wrestling Entertainment ist der weltgrösste Veranstalter von Wrestling-Wettkämpfen und bestens aufgestellt: solide Finanzen, attraktive Dividenden und eine einzigartige Marktposition.

Daniel Saraga



in Zahlen

3. Platz,
den WWE 2009 auf der Liste der
meistgesuchten Begriffe auf
Yahoo! belegte – vor Megan Fox,
Britney Spears, American Idol
und Barack Obama

50,3 Mio. Dollar
[+11 Prozent]: Nettogewinn 2009

500 Mio.
Haushalte in 145 Ländern
schauen die Fernseh-Shows
in 30 verschiedenen Sprachen

15 Internetseiten in der
jeweiligen Landessprache

1,4 Mrd. Dollar:
Einnahmen aus Videospiele
in den letzten elf Jahren

Wer belegte 2009 den dritten Rang bei den meistgesuchten Begriffen auf Yahoo!, und wessen Dividenden übertreffen regelmässig die 8-Prozent-Marke? Es ist weder eine süsse Brause noch eine Internet-Suchmaschine. Der dritte Platz geht an World Wrestling Entertainment (WWE), den weltweit grössten Ausrichter von Profi-Wrestling-Kämpfen. 340 ausgetragene Kämpfe und 7500 in 145 Ländern gesendete Stunden

Ein öffentliches Familienunternehmen

In den 1920er Jahren entwickelt Roderick McMahon gemeinsam mit dem Ringer Toots Mondt den neuen Kampfstil «Slam Bang Western-Style Wrestling», der Ringen, Boxen und vor allem Schauspiel miteinander verbindet. In den 50ern gründen sie die Capitol Wrestling Corporation, die bald zum Hauptveranstalter von Wrestling-Kämpfen im Nordosten der USA avanciert. Bald darauf tritt McMahons Sohn Vincent dem Unternehmen bei, das 1963 zur World Wide Wrestling Federation (WWWF), 1979 zur World Wrestling Federation (WWF) und schliesslich im Jahr 2002 nach einer Namensklage des World Wildlife Fund for Nature zu World Wrestling Entertainment (WWE) wird. Seit 1999 ist das Unternehmen an der Börse kotiert. Derzeitiger CEO ist Vince McMahon, der Sohn von Vincent und Enkelsohn von Roderick. Der Geschäftsmann und Wrestler steigt regelmässig selbst als «Mr. Mahon» in den Ring, ein unangenehmer Chef, der offenbar nicht um eine Schlägerei verlegen ist.

«Seit wir an der Börse sind, ist unser Unternehmen in finanzieller Hinsicht viel rigoroser und disziplinierter», sagt Andrew Whitaker, Executive Vice President von WWE. «Hinter uns liegt ein langer Weg, auf dem wir exponenziell und weit über das blosses Veranstalten von Wrestling-Kämpfen hinausgewachsen sind.»

Fernsehunterhaltung jedes Jahr machen WWE zu einem soliden Unternehmen, das nicht nur konkurrenzlos den US-Markt dominiert, sondern auch international seine Fühler ausstreckt.

Seit Mitte 2007 empfehlen die meisten Analysten, die Aktie zu halten oder sie zu erwerben. «Wir sind sehr angetan von der WWE-Aktie», bestätigt Michael Pachter, Spezialist im Unterhaltungssektor und Equity-Research-Verantwortlicher bei Wedbush Securities in Los Angeles. «WWEs grosse Stärke ist seine Marke. Das Unternehmen besitzt einzigartige Charaktere, eine Nischenposition in der Unterhaltungsindustrie sowie eine sehr grosse Fangemeinschaft. Hinzu kommt, dass WWE keine Schulden, aber viel Cash hat.»

TRAUMHAFT DIVIDENDEN

WWE unterscheidet sich von anderen kotierten Unternehmen durch seine anhaltend hohen Dividenden, die über die letzten fünf Jahre eine durchschnittliche Jahresrendite von 8,6 Prozent erzielten. Zwar äusserte Zacks Investment Research Anfang 2009 auf seiner Internetseite Bedenken gegenüber dieser Grosszügigkeit und Zweifel daran, ob WWE seine Reserven aufrecht erhalten könne. Doch dem Unternehmen gelang es sowohl 2009 als auch 2010, Dividenden in Höhe von 1,44 Dollar pro Aktie auszuschütten, was einer Rendite von mehr als 10 Prozent entspricht.

70 Prozent seines Einkommens (2009: 475 Mio. Dollar) erzielt WWE aus den Wrestling-Kämpfen und deren Ausstrahlung im Fernsehen – via Free- respektive Pay TV oder per Video on Demand. Die Shows werden von rund 14 Mio. Zuschauern in den USA und knapp 500 Mio. Menschen weltweit angeschaut. Der wöchentliche Blockbuster «Raw» wurde bereits über 900 Mal ausgestrahlt und zählt zu den meistgesehenen TV-Shows im amerikanischen Kabelfernsehen.

«Das ist eine unendliche Geschichte», meint Andrew Whitaker, Executive Vice President von WWE.

Diese Erfolgsgeschichte hat wohl auch damit zu tun, dass Wrestling vielmehr ein Spektakel als ein Wettkampf ist. «Wir sind Geschichtenerzähler, ein Medienunternehmen, das athletische Soap-Operas für ein Familienpublikum produziert», fährt Andrew Whitaker fort. «Es geht nicht um Sport, sondern um Unterhaltung. Unsere Stars steigen in den Ring wie Künstler auf die Bühne. Unsere Konkurrenten sind nicht mehr Wrestling- oder Boxkampf-Veranstalter, sondern andere Anbieter von Programminhalten, wie Fussball zum Beispiel. Sie zielen auf das gleiche Publikum wie wir und werden dadurch zu Mitbewerbern um die Fernsehverträge.»

WWE begeistert mit seinen Sendungen vor allem weibliche Zuschauer (34 Prozent) und ethnische Minderheiten. So rangiert «Raw» in den USA unter den drei beliebtesten zur Prime Time von afroamerikanischen und lateinamerikanischen Bevölkerungsgruppen gesehenen TV-Shows.

DIE BRIC-STAATEN IM VISIER

Zurzeit erzielt WWE 28 Prozent seines Einkommens im Ausland. Um das internationale Wachstum fortzusetzen, setzt das Unternehmen vor allem auf die BRIC-Staaten. Erst kürzlich unterzeichnete WWE mit dem russischen Fernsehsender 2x2 einen Zweijahresvertrag. Die Weltausstellung in Shanghai im vergangenen Jahr nutzte das Unternehmen dazu, seinen ersten Wrestling-Kampf in China zu veranstalten. «Für jeden neuen Markt folgen wir einer präzisen Marketing-Strategie, die darauf zielt, die verschiedenen Medien bestmöglich zusammen zu nutzen: Fernsehen, Internet-Seite in Landessprache und Merchandising», erläutert Andrew Whitaker die internationale Taktik des Unternehmens.



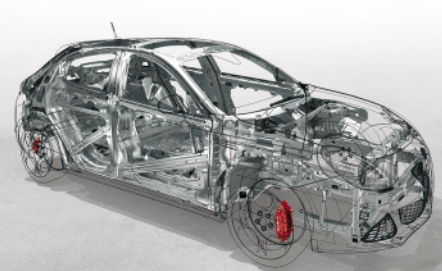
LEISTUNG

MultiAir-Technologie.
Effiziente Leistung und niedriger Verbrauch.¹



KOMFORT

Ultimativer Komfort.
5 Sitze.



SICHERHEIT

Das sicherste Fahrzeug seiner Klasse.
5 Sterne im Euro-NCAP-Test.²



ICH BIN GIULIETTA.



COMFORT PLAN MIT 5 JAHREN GARANTIE.

COMFORT PLAN

5 Jahre Garantie
Leasing
Mobilitätsgarantie

Schon ab **CHF 239.-/Monat***
Giulietta erwartet Sie. Vereinbaren Sie jetzt eine Probefahrt bei Ihrem Alfa Romeo Händler.

OHNE HERZ WÄREN WIR NUR MASCHINEN.

Giulietta



www.alfaromeo.ch

*Berechnungsbeispiel Leasing: Alfa Romeo Giulietta 1.4 Turbo 120PS Progression, Barzahlungspreis (Nettopreis) CHF 28950.-, Leasingrate pro Monat ab CHF 239.- inkl. MWST, Akontozahlung CHF 7353.-, 60 Monate Laufzeit, 10000km / Jahr, eff. Jahreszins 3,9%, Vollkaskoversicherung obligatorisch, aber nicht inbegriffen. Ein Angebot der Alfa Romeo Finance (Suisse) SA. Eine Kreditvergabe ist verboten, falls sie zur Überschuldung des Konsumenten führt. Preisänderungen vorbehalten. Abgebildetes Fahrzeug: Alfa Giulietta 1.4 Turbo MultiAir, 170PS, 5-türig mit Option, CHF 38640.- inkl. MWST. ¹Treibstoffverbrauch kombiniert 5,8l/100km, CO₂-Emissionen 134g/km, Energieeffizienz-Kategorie B. Der Mittelwert aller Neuwagenmodelle in der Schweiz beträgt 188g/km. ²Quelle Euro-NCAP 2010.

Strukturierte Produkte



Kein Drama, kein Mord, kein Thrill. Trotzdem 150.000 Exemplare an den Mann gebracht.

Der Markt für Strukturierte Produkte ist auch ohne große Emotionen schon spannend genug. Die Bestseller von HSBC Trinkaus informieren mittlerweile in der elften Auflage über die Funktionsweise dieser beliebten Produkte, verraten die erfolgreichsten Tradingstrategien und helfen Ihnen dabei, Chancen und Risiken gewinnbringend zu steuern. Sie erhalten die drei Bände und vieles mehr kostenlos unter www.hsbc-derivate.ch.

HSBC 

Kontakt: 00800 4000 9100 (International Freecall)

Hotline für Berater +49 211 910-4722 kontakt@hsbc-derivate.ch www.hsbc-derivate.ch



© 2010 WORLD WRESTLING ENTERTAINMENT, INC. ALL RIGHTS RESERVED

Wie zuverlässig sind die WWE-Dividenden?

Die Kapitalausschüttungen an die Aktionäre betragen 2008, 2009 und 2010 je 82 Mio. Dollar und überstiegen damit bei weitem die Unternehmensgewinne (2008: 45 Mio. Dollar, 2009: 50 Mio. Dollar). Kann eine solche Grosszügigkeit von Dauer sein? Die für das unabhängige Finanzforschungsunternehmen StreetAuthority (Au-

stin, USA) arbeitende Analystin Lisa Springer hat ihre Zweifel und geht deshalb von einem starken Rückgang von WWES Cashflow aus. Moritz Bauermann von Julius Bär hingegen sieht keinen Grund zur Besorgnis: «Der Nettogewinn ist nicht der beste Indikator. Man muss sich den operativen Cashflow anschauen, und der ist,

ausser 2008, höher als die Dividenden.»

Michael Pachter von Wedbush Securities ist noch zuversichtlicher: «Ich halte die Dividenden für solide, und das Unternehmen verfügt über ausreichend gute Einnahmen, damit das auch so bleibt. Ich gehe also nicht davon aus, dass der Cashflow bald

abnehmen wird.» In diesem Zusammenhang sei erwähnt, dass die Familie McMahon, die 65 Prozent der Aktien besitzt, sich mit bescheideneren Dividenden (0,96 Dollar pro Aktie) zufrieden gibt. Das Unternehmen macht einen guten Eindruck und verfügt über grosse Geldreserven. Bis zum heutigen Tag sind die Dividenden noch nie geschrumpft.

WWEs Merchandising-Abteilung dient keinesfalls nur der Verkaufsförderung, sondern sorgt für ein Fünftel des Gesamteinkommens. Seit Anfang 2010 arbeitet das amerikanische Medienunternehmen mit dem Spielzeughersteller Mattel zusammen. So vertreibt der Barbie-Erfinder jetzt auch WWE-Stars (John Cena, CM Punk, Rey Mysterio etc.) als patentgeschützte Action-Figuren. Zudem gibt es seit August 2010 bei Burger King zu jedem Kids Menu einen WWE-Plüsch-Wrestler.

«Das grösste Entwicklungspotenzial für WWE liegt im Fernsehge-

schäft», erklärt der Analyst Michael Pachter. «Um diese Möglichkeit voll auszuschöpfen, ist es notwendig, Ringkämpfe live zu übertragen und einen möglichst starken Lokalbezug für die Fans herzustellen – und zwar in jedem neuen Markt. Der internationale Erfolg von WWE wird davon abhängen, ob es das Unternehmen schafft, lokale Stars zu produzieren: einen französischen Wrestler für Frankreich, einen spanischen für Spanien ...» Für das Gelingen dieses Projekts entsendet das WWE Talentsucher in die verschiedenen Länder, damit sie dort

Hoffnungsträger entdecken, die anschliessend im WWE-Trainings-Camp in Florida zu Athleten-Schauspielern ausgebildet werden. Doch Andrew Whitaker betont: «Wir produzieren keine Stars, wir entdecken sie lediglich. Zum Star ist man entweder geboren oder halt nicht. Das Publikum erkennt die wahren Helden.» Seit 2002 hat WWE Studios ein Dutzend Filme koproduziert, in denen seine Stars mitspielen. ▽

WWE



WETTBEWERB

GEWINNEN SIE

10'000 Franken!

Hobby-Analysten aufgepasst! Bei Swissquote Magazine können Leserinnen und Leser ab sofort ihre Prognosetalente testen. Mit Aussicht auf einen potenziellen Gewinn von mehr als 10'000 Franken. Ab sofort wird in jeder Ausgabe des Magazins eine führende Bank ein von ihr zusammengestelltes Portfolio aus strukturierten Produkten mit einem Startwert von 10'000 Franken vorstellen (s. S. 75 das Portfolio der Deutschen Bank). Marc Bürki, CEO von Swissquote: «Wir kaufen dieses Portfolio dann «in echt» auf dem Markt, und die Leser können innerhalb eines Prognosezeitraums den Wert schätzen, den das Portefeuille zu einem bestimmten Zeitpunkt haben wird. Der Spieler, dessen Schätzung dem tatsächlichen Wert am nächsten kommt, gewinnt das ganze Portfolio, unabhängig von dessen dann erreichtem Wert.»

Auch dem zweit- und drittplatzierten Teilnehmer winken Preise: je 10 Swissquote-Anteile im Gesamtwert von 600 Franken. Die Anteile werden auf das Swissquote-Konto des Gewinners oder auf ein neu eingerichtetes Konto eingezahlt, falls der Preisträger noch kein Kunde bei Swissquote ist.

Die im Rahmen dieses Wettbewerbs von den Emittenten aufgestellten Portfolios bestehen aus strukturierten Produkten. Es handelt sich also im Wesentlichen um «synthetische» Finanzprodukte mit Hebelwirkung (s. dazu Artikel S. 76).

Unterstützung für ihre Prognosen und Bewertung finden die Spieler natürlich auf der Internetseite von Swissquote, ebenso wie das Portfolio des Monats:

www.swissquote.ch/url/wettbewerb

Beim Anklicken der einzelnen Produkte wird eine Risikoeinstufung von Swissquote angezeigt. Marc Bürki: «Wir benoten jedes einzelne Produkt im Portfolio. Wir berechnen das jeweilige Risiko- bzw. Gewinnmass (Value at risk bzw. Value at gain; siehe nebenstehende Box) und stufen das Produkt dann aufgrund dieser beiden Kriterien auf einer Risikoskala von 1 bis 6 von der niedrigsten bis zur höchsten Risikostufe ein.» ▲

Value at Risk

Mit Value at risk (VaR) bezeichnet man den Maximalverlust für ein Produkt in den nächsten zehn Tagen, mit Value at gain den potenziellen Höchstgewinn über den gleichen Zeitraum.

«VaR ist der gängigste von den Banken benutzte Indikator für die Risikomessung, vor allem seit den Basler Empfehlungen», erklärt Serge Kassibrakis, Leiter des Quantitative Asset Management bei Swissquote. «Der VaR hängt von zwei Parametern ab. Der erste ist das sogenannte Konfidenzniveau (confidence level), der zweite der Zeithorizont. Beispiel: Mein Portfolio hat einen Wert von CHF 100'000. Wenn der VaR (mit einem Konfidenzniveau von 99 Prozent und mit einem Zeithorizont von 10 Tagen) bei CHF 1'000 liegt, bedeutet es, dass ich in 10 Tagen eine hundertstel Chance habe, mehr als CHF 1'000 zu verlieren, was 1 Prozent meines Portfolios entspricht.»

Die Berechnungsmethoden zur Bestimmung des VaR sind im Grossen und Ganzen veröffentlicht und bekannt, doch die Spezialisten von Swissquote (Mathematiker, Physiker und Informatiker) entwickeln und verfeinern sie stetig weiter. «Wir haben das Glück, DEN weltbesten Spezialisten zu diesem Thema in unserem Team zu haben», freut sich Serge Kassibrakis. «Wir haben hier ein Know-how entwickelt, dank dem Swissquote auf diesem Feld führend ist.»

Teilnahmebedingungen

Die Teilnahme am Wettbewerb ist kostenlos, teilnehmen können alle Personen mit Wohnsitz in der Schweiz. Ein Swissquote-Konto ist nicht Voraussetzung.

Der Teilnehmer muss eine Handy-Nummer angeben können, an die dem Interessenten ein persönlicher Code geschickt wird. Alle Einzelheiten dazu sind auf der Website von Swissquote unter www.swissquote.ch/url/wettbewerb zu finden.

Das erste Gewinnspiel startet am 24. Februar und endet am 25. März um Mitternacht. Das zweite Portfolio wird am 22. April veröffentlicht.

DEUTSCHE BANK DB X-MARKETS GEWINNSPIEL PORTFOLIO

Als eine der weltweit führenden Banken beschäftigt die Deutsche Bank in der Schweiz rund 1.000 Mitarbeiter in den Geschäftsbereichen Private Wealth Management, Asset Management und Corporate & Investment Banking.

Mit db-X markets, dem auf Options-scheine und Zertifikate spezialisierten Zweig des Corporate & Investment Banking, vereint die Deutsche Bank auf den internationalen Finanzmärkten die Entwicklung und den Handel massgeschneiderter Investmentprodukte.

Durch die gewonnene Erfahrung im Warrantsgeschäft sowie die internationale Unterstützung von Seiten der Deutschen Bank gelang es dem Schweizer Team von db-X markets seit Anfang 2007 sich zu einem der führenden Emittenten im Bereich Hebelprodukte im Schweizer Markt zu etablieren. Ein breites Angebot an Produktentwicklungs-, Handels- und Risikomanagement-Strategien über alle Anlageklassen hinweg bietet privaten und professionellen Anlegern gleichermaßen die Möglichkeit, entsprechend der eigenen Risikoneigung und im Einklang mit dem individuellen Anlageszenario zielgerichtete Investitionsentscheidungen umzusetzen. Stets im Fokus stehen hierbei Innovation, Transparenz und Liquidität.

Deutsche Bank
db-X markets



DAS PRODUKT IM PORTFOLIO

Es wird Zeit, mit Rabatt einzusteigen

Längst haben Diskont Zertifikate die Anlegerherzen erobert. Sie spielen ihre Stärke vor allem in stagnierenden, moderat steigenden oder auch leicht fallenden Märkten aus, wo sie mit attraktiven Renditen locken. Somit sind Diskont Zertifikate anderen Anlageklassen in verschiedenen Marktphasen eine Arm-länge voraus.

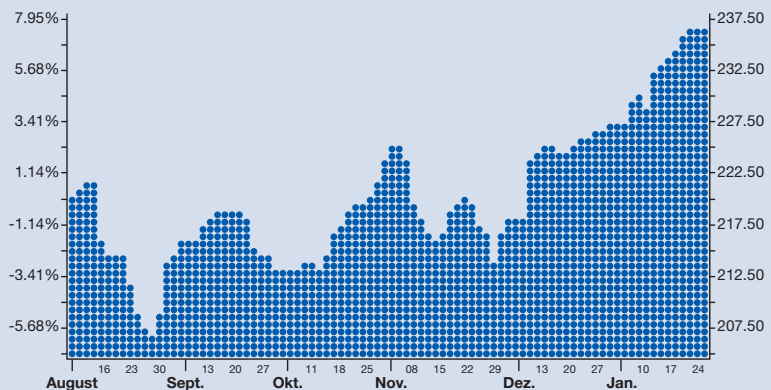
- Günstiger als der zugrunde liegende Basiswert
- Risikopuffer gegen fallende Kurse durch den Preisabschlag
- Je höher die Volatilität, desto höher der Diskont
- Kein Kapitalschutz
- Partizipation nur bis zum Cap

Das Diskont Zertifikat auf Zurich Financial Services von db-X markets mit der Symbol DZURB (ISIN DE000DB9SNS1) ermöglicht es nun dem Anleger bereits bei CHF 232.80 (Stand 17. Januar 2011) einzusteigen – also 7.36 Prozent günstiger als der zu Grunde liegende Basiswert Zurich Fin., der bei CHF 251.30 liegt. Zu beachten ist in diesem Fall jedoch, dass der Anleger nur bis zum Cap von CH 270.00 partizipiert, d.h. dass der Anleger einen möglichen maximalen Gewinn von 16 Prozent erzielen kann. Zum Laufzeitende des Zertifikats erhält der Anleger Cash, sollte die Aktie auf oder über CHF 270.00 notieren. Darunter wird die Aktie selbst geliefert.

Diskont Zertifikate von db-X markets: Mit Risikopuffer ins Börsengeschehen.

DZURB DB C 07/11/Z (DZURB)

05. August 2010 – 25. Januar 2011



BILDQUELLE: SWISSQUOTE

DISCLAIMER

Dieses Werbeinserat stellt keinen Emissionsprospekt gem. Art. 652a bzw. 1156 OR, kein Kotierungsinserat und keinen vereinfachten Prospekt gem. Art. 5 Abs. 2 des Bundesgesetzes über die kollektiven Kapitalanlagen (KAG) dar und ist nicht als Offerte oder Empfehlung zum Erwerb von Finanzprodukten zu verstehen. Der allein massgebliche Prospekt in englischer Sprache kann bei X-markets (an der obigen Adresse) bezogen werden.

Strukturierte Produkte stellen keine Anteile an einer kollektiven Kapitalanlage im Sinne des KAG dar und unterstehen somit nicht der Genehmigung und Aufsicht der

Eidgenössischen Finanzmarktaufsicht FINMA. Für den Anleger besteht daher kein Anlegerschutz nach dem KAG. Er ist dem Emittentenrisiko ausgesetzt: Die Wert-haltigkeit seiner Anlage hängt somit nicht nur von der Entwicklung und Bonität der dem Produkt zugrunde liegenden Basiswerte ab, sondern auch von der Bonität des Emittenten. Eine Anlage in solche Produkte kann zu einem vollständigen Verlust des investierten Kapitals führen. Die Angaben in diesem Werbeinserat erfolgen ohne Gewähr.

MiFID: Weitere Auskünfte gemäss MiFID erhalten Sie unter www.globalmarkets.db.com/riskdisclosures

STEUERHINWEIS

Die Deutsche Bank AG übernimmt keine Haftung für Steuerfolgen. Sie empfiehlt, sich vor einer Anlage von einem Steuerberater im Zusammenhang mit den steuerlichen Folgen beraten zu lassen.

Die faszinierende Welt der strukturierten Produkte

Als Assets mit hohem Gewinnpotenzial haben so genannte strukturierte Produkte in den letzten Jahren einen wahren Höhenflug angetreten. Versuch einer Entzifferung.

Die relativ junge Wertpapierfamilie der strukturierten Produkte erlaubt auch bei stagnierenden Märkten gute Erträge. Unter strukturierten Produkten sind Finanzprodukte zu verstehen, die klassische Anlageinstrumente wie Obligationen oder Aktien mit Derivaten (meistens Optionen) kombinieren und in einem eigenständigen Wert verbrieften. Der Wert eines strukturierten Produktes am Ende seiner Laufzeit ist abhängig von der Entwicklung eines oder mehrerer seiner zugrundeliegenden Werte (Underlying, s. Glossar).

Mit strukturierten Produkten lassen sich Risiken gezielt steuern. Für eher risikoscheue Investoren gibt es Lösungen mit Kapitalschutz, während für leistungsorientierte Anleger Produkte mit Hebelwirkung wie beispielsweise Warrants interessant sind. Bei den risikoreichsten so genannten «Knock-Out»-Produkten ist sogar ein Mindestwert (Barriere) festgelegt; fällt der Wert des Produkts darunter, verliert der Anleger sein ganzes Investment. Dafür sind hier die potenziellen Gewinne auch sehr viel höher als bei klassischen Anlageprodukten.

Der heute schon sehr wichtige Markt für strukturierte Produkte dürfte noch an Bedeutung gewinnen, meint der Schweizerische Verband für Strukturierte Produkte (SVSP). Für die Innovationsstärke und Attraktivität des Finanzplatzes Schweiz ist diese Anlageform von enormer Bedeutung. Der SVSP schätzt, dass durch den Markt für strukturierte Produkte in den vergangenen Jahren ungefähr 1500 hoch qualifizierte Arbeitsplätze entstanden sind. Nach Zahlen der Schweizerischen Nationalbank (SNB) sind heute schon 200 Mrd. Franken in strukturierten Produkten angelegt, was fast 5 Prozent der in der Schweiz verwalteten Vermögenswerte entspricht.

Der SVSP hebt auf seiner Website als weiteren Vorteil der strukturierten Produkte hervor, dass sie dem Durchschnittsanleger den Zugang zu neuen Märkten erleichtern, beispielsweise zu Rohstoffmärkten oder zu den Emerging Markets, die traditionell eher den institutionellen Anlegern vorbehalten sind. Insofern sind die strukturierten Produkte eine innovative Alternative zu den herkömmlichen Anlageinstrumenten wie Aktien oder Obligationen. ▲

Glossar

OPTION

Eine Option gibt ihrem Käufer das Recht (aber nicht die Pflicht), während einer vertraglich festgelegten Frist ein Angebot anzunehmen. Basiswert (Underlying), Laufzeit und Ausübungspreis (Strike) sind vertraglich festgelegt. Man unterscheidet zwischen Kaufoption (Call) und Verkaufsoption (Put). Mit einer Call-Option setzt der Käufer auf einen Kursanstieg des Basiswerts, mit einer Put-Option (Verkaufsrecht) auf einen Kursverlust. Optionen sind eine wesentliche Komponente strukturierter Produkte.

UNDERLYING

Underlying ist der einem strukturierten Produkt zugrundeliegende Basiswert. Dabei handelt es sich fallweise um Aktien, Indizes, Währungen, Rohstoffe, Zinsen usw.

(Quelle: Website des Schweizerischen Verbandes für Strukturierte Produkte, www.svsp-verband.ch)



Jetzt für 9 CHF flat
bei Swissquote

Alle ETFs sind einfach.
Unsere ComStage ETFs sind einfach mehr.

Einfach und zugleich diversifiziert anlegen: Mit über 87 ETFs (Exchange Traded Funds), die an der SIX Swiss Exchange in CHF und der jeweiligen Fondswährung kotiert sind, bieten wir Ihnen in der Schweiz die grösste Auswahl. Lernen Sie unsere innovative Produktpalette kennen:
www.comstage-etf.ch, Telefon 0800 11 77 11.

Gemeinsam mehr erreichen



Ihr Zugang zu den Emerging Markets

Partizipations-Zertifikate mit Endfälligkeit auf Emerging Markets

Basiswert	Symbol ¹⁾	Valor	Währung	Rückzahlungstag
China Large Cap Basket	CHLAR	10559592	USD	09.04.2013
China Consumption Basket	GSIQK	4270421	EUR	05.11.2013
Chinese Aviation Basket	FLYCH	4277714	USD	23.12.2013
Russian Equity Basket	RUSSIA	4289238	CHF	14.02.2014
Brazilian Equity Growth Basket	BRASA	4275437	USD	20.06.2014

Open-End-Partizipations-Zertifikate auf Emerging Markets

Basiswert	Symbol ¹⁾	Valor	Währung	Fälligkeit
N-11-Core-8 (Total Return) Index	NIIBT	3426747	USD	open end
DBIX Indien® Preisindex (EUR)	INDIJ	2515869	EUR	open end
BRICs Nifty 50 Developed Markets Index (TR)	NDMAA	4276159	USD	open end
BRICs Nifty 50 Emerging Markets Tradable Index (TR)	NEMAA	4276240	USD	open end

Stand: 25.01.2011; 1) Mit Ausnahme des Partizipations-Zertifikats auf den Russian Equity Basket (Valor 4289238) sind diese Produkte bereits an der Scoach Schweiz AG handelbar.

Garantin: The Goldman Sachs Group, Inc.; Rating der Garantin: A1 (Moody's) / A (S&P®); Art der Garantie: unwiderrufliche, unbedingte Zahlungsgarantie; Emittentin: Goldman Sachs International

Dieses Inserat stellt keinen Emissionsprospekt im Sinne von Art. 652a resp. 1156 OR dar. Dieses Inserat erscheint ausschliesslich zum Zweck der Information über die im Inserat aufgeführten Produkte. Die Produkte qualifizieren nicht als Anteile einer kollektiven Kapitalanlage im Sinne des Bundesgesetzes über kollektive Kapitalanlagen (KAG) und sind daher auch nicht der Aufsicht der Eidgenössischen Finanzmarktaufsicht (FINMA) unterstellt. Die Anleger sind dem Bonitätsrisiko der Emittentin bzw. der Garantin ausgesetzt. Anleger sollten vor Erwerb eines Produktes die Ausführungen im Termsheet und im Offering Circular, bestehend aus dem Programme for the Issuance of Derivatives (www.goldman-sachs.ch/Programm) und dem jeweiligen Pricing Supplement zu den Chancen und Risiken (einschliesslich des emittenten- und gegebenenfalls produktspezifischen Totalverlustrisikos), lesen und etwaige Fragen mit einem Finanzberater besprechen. Sämtliche Angaben sind ohne Gewähr. Goldman Sachs Bank AG, Public Distribution, Münsterhof 4, Postfach, CH-8022 Zürich, Telefon: +41 (0)44 224 1144, Telefax: +41 (0)44 224 1020, www.goldman-sachs.ch, E-Mail: swisswarrants@gs.com

Next-11-Core-8-Index is the exclusive property of Goldman Sachs International, which has contracted with Standard & Poor's® ("S&P®") to maintain and calculate the Index. Goldman Sachs International and S&P® shall have no liability for any errors or omissions in calculating or publishing the Index. DBIX Indien® ist ein eingetragenes Warenzeichen der Deutsche Börse AG. BRICs Nifty 50 Emerging Markets Tradable Index/BRICs Nifty 50 Developed Markets Index (the "Index") is the exclusive property of Goldman Sachs International ("GSI"), which has contracted with Standard & Poor's Financial Services LLC ("S&P") to calculate and maintain the Index. S&P's sole relationship to GSI in relation to the Index is providing such calculation services. The Index is in no way related to, based upon or in any other way derived from the S&P BRIC 40 index or the S&P CNX Nifty index. The Index is not owned, endorsed, or approved by or associated with S&P, its affiliates or their third party licensors and neither S&P, its affiliates nor their third party licensors shall have any liability in connection to the Index.

© Goldman Sachs International, 2011. All rights reserved.

GSQuartix SM

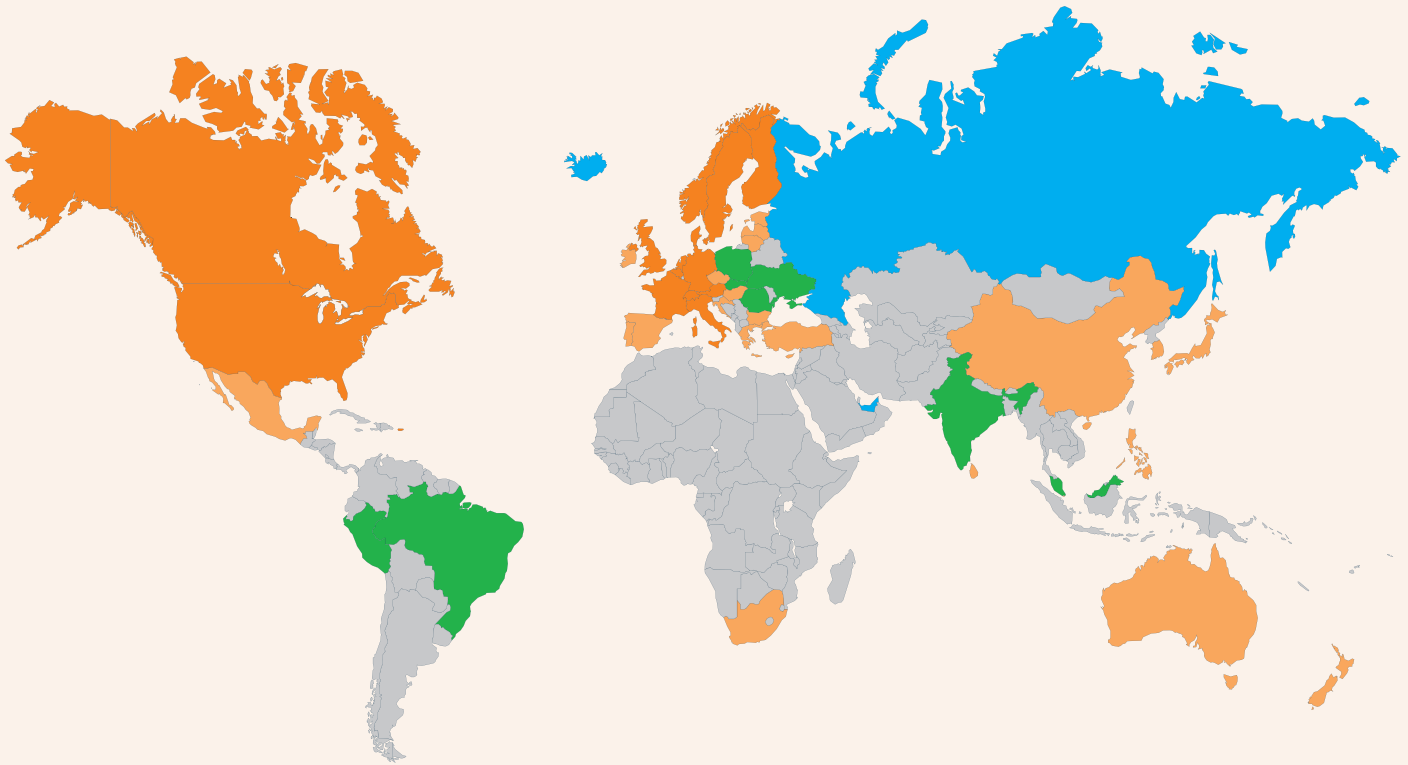
Zertifikate | Warrants | Anleihen | Fonds

SVSP

Schweizerischer Verband für Strukturierte Produkte
Swiss Structured Products Association
Associazione Svizzera per prodotti strutturati
Association Suisse Produits Structurés

SVSP-Kategorie: Partizipationsprodukte





- ONLINE ECHTZEIT AUSFÜHRUNG
- ONLINE VERZÖGERTER AUSFÜHRUNG
- PER TELEFON
- EINGESCHRÄNKT HANDELBAR

SWISSQUOTE BIETET NOCH VIEL MEHR

- Informationsportal swissquote.ch mit kostenlosen Echtzeit-Dienstleistungen für die Kunden der Bank
- Innovative Instrumente für die private Vermögensverwaltung (ePrivate Banking) und/oder Wertschriftenanalyse
- Echtzeit-Bankkonto in verschiedenen Währungen, Wertschriften-Depositenkonto, Online-Zahlungsdienst, Wertschriftenhandel zu Discountpreisen
- Echtzeit-Aktienhandel auf den wichtigsten Börsenplätzen der Welt (siehe Karte)
- Online-Handel mit Optionen und Futures auf den wichtigsten Terminmärkten (Eurex, CME – Chicago Mercantile Exchange, ISE – International Securities Exchange)
- Echtzeit-Handel mit Warrants und anderen derivativen oder strukturierten Produkten (Scoach, Euwax)
- Fundshop: die grösste schweizerische Handelsplattform für Anlagefonds (mehr als 5'500 Produkte online)
- Obligationenhandel (mehr als 9'000 Produkte)
- eForex (Devisen und Edelmetalle): Dank unserer innovativen FXBook-Technologie (Spread ab 1,8 Pips, Leverage 100:1) stehen mehr als 40 Währungspaarungen zur Verfügung
- Neuartiges Sparkonto
- Devisen: Devisenhandel (Spot, Termin, Swap, Optionen)
- Lombardkredite
- Fest- bzw. Termingeld-Konten und Treuhandanlagen
- Kreditkarten (Visa, Mastercard)
- Mehrsprachiges Customer Care, wochentags durchgehend geöffnet von 8 bis 22 Uhr: in der Schweiz 0848 25 88 88, aus dem Ausland +41 44 825 88 88



ABONNEMENT

6 Ausgaben für CHF 40.-

Bestellen Sie Ihr Abo online unter www.swissquote.ch/magazine/d/

Dem iPad auf den Fersen

Der Verkaufsstart des ersten Apple-Tablets hat auch die hochfliegendsten Erwartungen noch übertroffen. Ein Erfolg, der bei der Konkurrenz Begehrlichkeiten weckt. Unser Prüfbericht.

Didier Bonvin

Vor dem iPad dümpelte der Verkauf von Tablet-PCs in einem Nischenmarkt vor sich hin. Erst als Apple mit seinem Gefühl für Marketing, Design und Interface kam, hoben die Umsätze ab, und ein breites Publikum begann sich für die flachen Computer zu begeistern. Der Auftritt des iPad auf dem Weltmarkt war der Startschuss für eine neue Ära der Touchscreen-

Tablets. Sogar Steve Jobs zeigte sich überrascht von dem beispiellosen Verkaufserfolg des iPad seit seiner Einführung 2010. «Es war ein Wahnsinnsquartal, das alle unsere Erwartungen übertroffen hat mit der Einführung des erfolgreichsten Produkts in der Geschichte von Apple.» In einem einzigen Quartal wurden 3,25 Mio. iPads verkauft.

Und das ist erst der Anfang. Gartner Research spricht von 55 Mio. Tablets für 2011 und einem Gesamtmarkt (für alle Marken) von mehr als 200 Mio. bis 2014. Apple dürfte den Löwenanteil für sich herausholen, doch die Konkurrenz wacht langsam auf. Die meisten Rivalen haben sich für das Google-Betriebssystem Android entschieden. Blackberry arbeitet eng mit Adobe und

iPad: Absoluter Marktführer

Dank einer breiten Palette an Anwendungen und hoher Kundenzufriedenheit bei den «early adopters» geht Apple mit einigem Vorsprung ins Rennen um die Tablets. Die gepflegte Bedienoberfläche, die intuitive Nutzung und das edle Design gehören mit zu den Faktoren, dank denen das iPad ein breites Publikum erobert hat, das zudem mit dem gemeinsamen Betriebssystem iOS4 für iPad, iPhone und iPod touch schon vertraut war. Das Fehlen einer Kamera und das extrem geschlossene System ohne Ports oder externe Speichererweiterung sind zwar bedauerlich, aber einige Mängel sind beim iPad2 schon behoben. Einziges echtes Defizit: Das iPad kann Flash nicht lesen, die Sprache, die von den meisten animierten Websites genutzt wird.



iPad
(Bildschirm: 9,7"; Speicher: 16/64GB)
CHF 649.- bis 899.

Blackberry setzt auf Flash

Um sich seinen Teil des Marktes für Touchscreen-Tablets zu sichern, will Blackberry auf dem Erfolg und dem guten Ruf seiner Smartphones aufbauen. Das RIM Playbook ist nicht unattraktiv. Erste Tests zeigen, dass es beim Surfen schneller ist als das iPad, und vor allem unterstützt es die Animationen mit Flash.

Mit App World verfügt Blackberry ausserdem über einen eigenen Markt für Anwendungen, der an Spielen und sozialen Medien alles Wesentliche bietet. Im Dezember 2010 hat die Website die Schwelle von 15'000 Anwendungen überschritten.



RIM Blackberry Playbook
(Bildschirm: 7"; Speicher: 16/32GB)
Preis: nicht bekannt

dessen Sprache Flash zusammen (die Technologie für Web-Animationen, die der iPad nicht unterstützt), während Microsoft eine Tablet-Version von Windows 7 aufgelegt hat (siehe Infoboxen).

DIE APPS ALS SCHLÜSSEL ZUM ERFOLG

Nun ist allerdings ein Tablet ohne Internet und ohne Anwendungen nicht viel mehr wert als ein Frisbee. Für den Erfolg eines Tablets und für seine Beliebtheit bei den Usern ist das Spielfeld der Anwendungen ausschlaggebend. Von Business bis Kochen über Videospiele, GPS-Navigation oder soziale Websites eröffnen die Apps eine Welt der unbegrenzten Möglichkeiten. Erst durch sie gewinnt das Tablet Substanz und Attraktivität.

Hier steht natürlich Apple mit mehr als 300'000 Anwendungen in der Pole

Position. Eine gigantische Zahl, verglichen den 15'000 Programmen von Blackberrys App World. Bisher machen Freizeitanwendungen das Rennen: Laut Statistik der Marktforscher von Nielsen sind 62 Prozent der für das iPad gekauften Anwendungen Spiele, gefolgt von Büchern und Musik. In Sachen Webnavigation sind es die Nachrichtendienste, die von den meisten Nutzern (53 Prozent) nachgefragt werden.

In einem Interview für den «Guardian» äusserte Jeff Orr, Senior Analyst bei ABI Research, kürzlich, «das Tablet wird Laptop, Netbook und Mobiltelefon nicht ersetzen, sondern noch einige Jahre lang ein Zusatz- und Luxusprodukt für die industrialisierten Märkte bleiben». Ob das stimmt? Die Touchscreen-Tablets und ihre «All in one»-Funktionalität als Kommunikati-

onsmittel, Freizeitgerät, Präsentations- und sogar Produktionsmittel (derzeit noch wenig) macht sich heute schon auf dem Markt für Netbooks, mobile Spielkonsolen, E-Books und Multimedia-Lesegeräte breit. Ein Bericht der NPD-Gruppe zeigt sogar, dass sich von den Besitzern eines iPad 13 Prozent für das Tablet anstelle eines PC und 24 Prozent anstelle eines E-Books entschieden haben. Und das Marktforschungsunternehmen DisplaySearch stellt ein Abbröckeln des Netbook-Marktes aufgrund der zunehmenden Verkäufe an iPads fest.

Die Prognosen für die Durchsetzung der Tablets und ihre Akzeptanz bei einem breiten Publikum sind also sehr optimistisch, auch wenn das Produkt und die Anwendungen noch in den Kinderschuhen stecken. Ihre Zukunft lässt einiges erwarten. ▲

Microsoft setzt auf professionelle Nutzer

Angesichts dieser dreifachen, gut aufgestellten Konkurrenz geht Microsoft seinen eigenen Weg. Um sich abzuheben, hat man das Marketing für das erste hochportable Touchscreen-Tablet mit Windows 7 – den HP Slate – ganz auf die Themen Business und Sicherheit ausgerichtet. Präsentiert wird nicht mehr ein Spielzeug, sondern ein seriöses Arbeitsmittel. HP will sein Windows-7-Tablet offensichtlich an Unternehmen und an User verkaufen, die das Tablet beruflich nutzen – eine Alternative und ein Ausweg aus dem heftig umkämpften Markt der Freizeit-Tablets. Mit einer Batterie, deren Laufzeit wegen des grossen Stromhunger von Windows 7 begrenzt ist, und ohne irgendwelche geplanten Apps muss der HP Slate seine Tugenden allerdings erst noch unter Beweis stellen.



HP Slate
[Bildschirm: 8,9"; Speicher: 64 GB]
Preis: \$ 800

Android, der neue Standard

Samsung, Archos, Dell und Toshiba haben ihre eigenen Tablets auf den Markt gebracht. Die Modelle unterscheiden sich hinsichtlich Grösse und Leistung, haben aber eines gemeinsam: Sie verwenden alle das Betriebssystem Android, das sich auf den mobilen Konkurrenzprodukten zum iPhone weitgehend durchgesetzt hat. Android hat einen grossen Vorteil: seine beachtliche Auswahl an Anwendungsprogrammen mit ca. 200'000 Produkten.

Unter den vielen Android-Tablets ist mit dem Galaxy Tab von Samsung, das auch als Telefon dient, ein erster Erfolg zu vermelden. Archos, das auf seinem guten Ruf bei Multimedia-Lesegeräten aufbauen kann, bietet ebenfalls zuverlässige, relativ preiswerte Tablets an (Archos 70), die ausserdem Erweiterungsanschlüsse für externe Speicherkarten aufweisen.



Samsung Galaxy Tab
[Bildschirm: 7"; Speicher: 16/32 GB]
Preis: CHF 839.–



Archos 70 Internet Tablet
[Bildschirm: 7"; Speicher: 8 GB]
Preis: CHF 399.–



Bis Ihr *Portfolio* glänzt.

Möchten Sie gerne an der Wertentwicklung von Gold, Silber, Palladium oder Platin partizipieren? Wünschen Sie sich jedoch eine kleinere Stückelung im Vergleich zu einer Direktinvestition und möchten Sie nicht jeden Basiswert einzeln handeln? Dann bietet unser in Schweizer Franken gehandelter UBS Open End Tracker genau das, was Sie suchen. Für weitere Auskünfte wenden Sie sich bitte an derivatives@ubs.com



Performance

UBS Open End Tracker auf Edelmetalle

Emittent	UBS AG, Zurich (Aa3/A+/A+)
SVSP Produktname	Tracker Zertifikate (1300)
Basiswert	Gold, Palladium, Platin und Silber (zu je 25% gewichtet)
Währung	CHF
Emissionspreis	CHF 122.00 ¹
Emissionsvolumen	100 000 Stück
Risiko Management Gebühr	0.75% p.a.
Verfall	open end
Valor / SIX	12 301 228 / PMTRA

¹ Indikativ

Wir werden nicht ruhen



Wichtige Informationen zu Risiken und Chancen im Zusammenhang mit diesen Produkten finden Sie unter: www.ubs.com/keyinvest

Diese strukturierten Produkte stellen keine Beteiligung an einer kollektiven Kapitalanlage im Sinne von Art. 7 ff. des Schweizerischen Bundesgesetzes über die kollektiven Kapitalanlagen (KAG) dar und unterstehen somit nicht der Bewilligung der Eidgenössischen Finanzmarktaufsicht FINMA. Deshalb besteht für den Investor, der in diese Produkte investiert, kein Anlegerschutz nach dem KAG. Dieses Inserat dient ausschliesslich zu Informationszwecken und ist nicht als Angebot, persönliche Empfehlung oder Aufforderung zum Abschluss einer Transaktion auszulegen oder als Anlageberatung anzusehen. Dieses Inserat stellt keinen vereinfachten Prospekt im Sinne von Art. 5 KAG sowie kein Kotierungsinserat im Sinne des Kotierungsreglementes dar. Die massgebende Produktdokumentation kann direkt bei UBS Investment Bank im 24-h-Service unter Tel. 044-239 47 03, Fax 044-239 69 14 oder über E-Mail swiss-prospectus@ubs.com bezogen werden. Diese Emission unterliegt möglicherweise Verkaufsbeschränkungen u.a. für Europa, Hongkong, Singapur, USA und US-Personen (die Emission unterliegt schweizerischem Recht). Vor dem Eingehen von strukturierten Transaktionen empfiehlt sich eine fachkundige Beratung durch Ihre Hausbank. Die Angaben in diesem Inserat erfolgen ohne Gewähr.
© UBS 2011. Alle Rechte vorbehalten.

Die Welt

der Zertifikate von Vontobel mit der Welt der Rohstoff-Indizes von J.P. Morgan kombinieren: Mit unserer neuen Rohstoff-Indexfamilie erschliessen Sie sich die ganze Vielfalt

der Rohstoffe.



Kapitalschutz

Rendite

Partizipation

Hebel

VONCERTs auf «JPMorgan Commodity Curve Indizes» (JPMCCI)

Die Bank Vontobel lanciert zum Jahresauftakt eine Serie von VONCERTs auf die Rohstoff-Indexfamilie JPMCCI. Privatanlegern eröffnet sich mit diesen Tracker-Zertifikaten zum ersten Mal ein Zugang zu den JPMCCI-Rohstoff-Indizes und damit zum breiten Rohstoff-Markt.

Erfahren Sie mehr in unserer umfassenden Rohstoff-Broschüre über die JPMCCI Indexfamilie. Weitere Informationen zu den Chancen und Risiken erhalten Sie auch auf unserer Homepage www.derinet.ch/jpmcci.

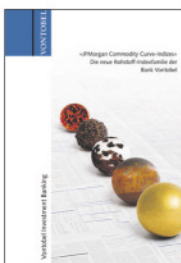
Produktauswahl

Anleger haben die Möglichkeit, VONCERTs nicht nur in der «Indexwährung» USD, sondern je nach Präferenz auch in den Versionen «CHF Quanto» bzw. «EUR Quanto» zu erwerben und damit das Wechselkursrisiko des USD zum CHF bzw. zum EUR abzusichern.

SVSP-Bezeichnung
Tracker-Zertifikat (1300)

Kategorie	Basiswerte	Indexwährung	Valor	Symbol	Kurs am 25.01.11	Währung
Gesamtindex	JPMCCI Aggregate Total Return Index	USD	1208 7907	ETCCIU	USD 100.50	USD
			1208 7912	ETCCIC	CHF 100.50	CHF Quanto*
			1208 7922	ETCCIE	EUR 100.50	EUR Quanto*
Agrarrohstoffe	JPMCCI Agriculture Total Return Index	USD	1208 7909	ETCAGU	USD 100.10	USD
			1208 7914	ETCAGC	CHF 100.10	CHF Quanto*
			1208 7924	ETCAGE	EUR 100.10	EUR Quanto*
Energierohstoffe	JPMCCI Energy Total Return Index	USD	1208 7908	ETCENU	USD 101.00	USD
			1208 7913	ETCENC	CHF 101.00	CHF Quanto*
			1208 7923	ETCENE	EUR 101.00	EUR Quanto*
Industriemetalle	JPMCCI Industrial Metals Total Return Index	USD	1208 7910	ETCIMU	USD 100.30	USD
			1208 7915	ETCIMC	CHF 100.30	CHF Quanto*
			1208 7925	ETCIME	EUR 100.30	EUR Quanto*
Edelmetalle	JPMCCI Precious Metals Total Return Index	USD	1208 7911	ETCPMU	USD 99.60	USD
			1208 7916	ETCPMC	CHF 99.60	CHF Quanto*
			1208 7926	ETCPME	EUR 99.60	EUR Quanto*

Jetzt Broschüre kostenlos bestellen!



Weitere Produktspezifikationen: Anfangsfixierung 21.01.11, Liberierung 28.01.11; Laufzeit Open End, Management Fee 1,0% p.a.; Emittent Vontobel Financial Products Ltd., DIFC Dubai, Garant Vontobel Holding AG, Zürich

VONCERTs haben keinen Kapitalschutz. Bei nicht Quanto-gesicherten Produkten besteht das entsprechende Währungsrisiko.

*Bei Quanto-währungsgesicherten Produkten wird die entsprechende Quanto-Gebühr in den Zertifikatspreis eingerechnet.

Weitere Informationen zu Risiken und Mechanismus dieser Produkte finden Sie unter www.derinet.ch

Lizenzhinweis

Die Wertpapiere werden von J.P. Morgan Securities Ltd. nicht gesponsert, gefördert, verkauft oder unterstützt. J.P. Morgan bietet den Wertpapierinhabern oder sonstigen Personen keine ausdrückliche oder stillschweigende Garantie oder Zusage, weder hinsichtlich der Zweckmässigkeit, allgemein in Wertpapiere oder speziell in diese Wertpapiere zu investieren, noch hinsichtlich der Fähigkeit des JPMorgan Commodity Curve Index, ein festgelegtes Ziel zu erreichen. J.P. Morgan hat der Bank Vontobel AG («Lizenznehmerin») eine Lizenz zur Nutzung des JPMorgan Commodity Curve Index in Zusammenhang mit den Wertpapieren erteilt. J.P. Morgan ist nicht verantwortlich für die Ausgabe, Verwaltung, das Marketing oder den Handel der Wertpapiere und übernimmt in dieser Hinsicht keinerlei Verpflichtungen oder Haftung. J.P. Morgan ist der Marketingname für JPMorgan Chase & Co. und deren Tochter- und Beteiligungsgesellschaften weltweit.

Diese Publikation dient lediglich der Information und richtet sich ausdrücklich nicht an Personen, deren Nationalität oder Wohnsitz den Zugang zu solchen Informationen aufgrund der geltenden Gesetzgebung verbieten. Sie stellt kein Kotierungsinserat, keinen Emissionsprospekt gem. Art. 652a OR bzw. 1156 OR und keinen vereinfachten Prospekt gem. Art. 5 des Bundesgesetzes über die kollektiven Kapitalanlagen (KAG) dar und ist weder als Offerte oder Einladung zur Offertstellung noch als Empfehlung zum Erwerb von Finanzprodukten zu verstehen. Die rechtlich massgebliche Produktdokumentation (Kotierungsprospekt) besteht aus dem definitiven Termsheet mit den Final Terms und dem bei der SIX Swiss Exchange registrierten Emissionsprogramm. Diese sowie die Broschüre «Besondere Risiken im Effektenhandel» können unter www.derinet.ch oder bei der Bank Vontobel AG, Financial Products, Dreikönigstrasse 37, CH-8022 Zürich, kostenlos bezogen werden. Derivative Produkte sind keine kollektiven Kapitalanlagen im Sinne des KAG und daher nicht der Aufsicht der Eidgenössischen Finanzmarktaufsicht FINMA unterstellt. Anlagen in Derivative Produkte unterliegen dem Ausfallrisiko des Emittenten/Garantiegebers und weiteren spezifischen Risiken, wobei ein möglicher Verlust auf den bezahlten Kaufpreis beschränkt ist. Vor dem Eingehen von Derivatgeschäften sollten Anleger die Produktdokumentation lesen, ausserdem empfiehlt sich eine fachkundige Beratung. Die Angaben in dieser Publikation erfolgen ohne Gewähr. Für Fragen zu unseren Produkten stehen wir Ihnen gerne unter Telefon +41 (0)58 283 78 88 zur Verfügung. Wir machen Sie darauf aufmerksam, dass die Gespräche auf diesen Linien aufgezeichnet werden. © Bank Vontobel AG. Alle Rechte vorbehalten. Zürich, 24. Februar 2011

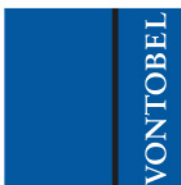
Wir beraten Sie gerne

Gratis-Hotline 00800 93 00 93 00

Institutionelle Investoren 058 283 78 88

www.derinet.ch – die Plattform für

strukturierte Produkte der Bank Vontobel



Private Banking
Investment Banking
Asset Management

Leistung schafft Vertrauen

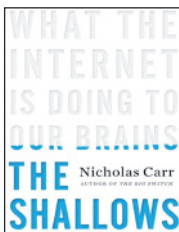
Vontobel Holding AG (S&P A / Moody's A2)
Bank Vontobel AG (S&P A+ / Moody's A1)

LESEN

«*THE SHALLOWS*»

[Atlantic Books, 2010].

Auf Deutsch: «Wer bin ich, wenn ich online bin»
[Karl Blessing Verlag, 2010].



Wie die Landkarte, die Uhr oder die Druckerei gehört das Internet zu den «intellektuellen Technologien», deren Erfindung das menschliche Denken radikal verändert hat. Zum Besseren? Oder macht uns das Netz tatsächlich zu oberflächlichen Lesern? Diese und weitere – unbequeme, aber stets stimulierende – Thesen vertritt der berühmte amerikanische Publizist Nicholas Carr, der bereits mit einem früheren, denkwürdigen Essay den Finger auf Wikipedia und Google gerichtet hatte.

«*SCIENCE IS CULTURE*»

Herausgeber: Adam Bly
[Harper Perennial, 2010]



Erstrangige Wissenschaftler und Künstler diskutieren über Moral, Kreativität, aber auch über soziale Netze: Aus dieser Idee des amerikanischen Wissenschaftsmagazins «Seed» gingen die rund zwanzig Gespräche hervor, die nun in einem faszinierenden Buch zusammengefasst wurden. Der Regisseur Michel Gondry erzählt darin dem Psychiater Robert Stickgold seine Träume, die dieser deutet, und Neurowissenschaftler Michael Gazzanica unterhält sich mit Romanautor Tom Wolfe über den sozialen Status. Ausserdem anzutreffen sind Will Self, David Byrne, der Dokumentarfilmer Errol Morris und der geistige Vater der Fraktale, Benoît Mandelbrot.

HERUNTERLADEN

POCKET INFORMANT

[iPhone/iPad/Android]



Eine besonders luxuriöse, vollständige

Handy-Agenda. Der Benutzer findet neben der eleganten, natürlichen Navigation vor allem auch eine hocheffiziente Aufgabenverwaltung: «Getting Things Done», beruhend auf dem Kultbuch von David Allen. Damit lassen sich die Mängel der mitgelieferten Standard-Agenda von iPhone und iPad (kein Task-Management, kein Wochenüberblick) beheben.

Pocket Informant
CHF 15.- [iPhone/Android]
CHF 17.- [iPad]

PHONE HALO

[Android/Blackberry]



Es gibt nichts Ärgerlicheres, als nach einem

verlegten Schlüssel zu suchen. Die Applikation Phone Halo hilft: Sie ortet verlorene Gegenstände auf Google Map. Sie kann kostenlos installiert werden, doch man muss für die Objekte, die gefunden werden sollen (Schlüssel, Laptops usw.), «Tags» kaufen. Die Applikation sendet sogar einen automatischen Alarm, sobald sich der Benutzer von einem «getaggtten» Gegenstand entfernt.

phonehalo.com
kostenlose Applikation,
CHF 60.- pro getaggttes Objekt.

POMODORO APP

[iPad]



«Pomodoro» ist eine Task-Management-Methode,

die 1992 von Francesco Cirillo erfunden wurde. Sie ist als iPad-Applikation in Form eines eleganten Notizblocks verfügbar. Dies hilft dem Nutzer, sich zu konzentrieren. Die Todos werden in Einheiten von 25 Minuten eingeteilt, dazwischen 5 Minuten Pause. Mit dieser Version des iPad lässt sich die App anwenden, die Aufgabenliste und der Timer können parametrisiert werden.

Pomodoro App für iPad
CHF 6,60

PROFILE VALET

[Android]



Smartphone-Einstellungen von Hand anzupassen,

je nachdem, ob man sich zu Hause, im Büro oder auf Wochenendreise befindet, kann schnell lästig werden. Mit Profile Valet lassen sich die verschiedenen Profile automatisch über GPS einstellen. Das Telefon schaltet je nach Aufenthaltsort, Tätigkeit oder Wochentag auf stumm, auf Wifi, 3G usw. Das Leben wird einfacher.

Profile Valet
kostenlos

FÜR UNS ZÄHLT NUR EIN ERFOLG: IHR ERFOLG.



Um Ihre Erfolgsvision zu verwirklichen, konzentrieren wir uns ganz auf Sie. Denn mit Barclays Capital steht Ihnen nicht nur eine Investmentbank zur Seite, sondern ein ganz persönlicher Partner, der Sie mit wegweisenden, integrierten Lösungen unterstützt. Wir verfügen über strategische Beratungskompetenz und weitreichende Erfahrung im Risikomanagement. Darüber hinaus bieten wir Ihnen ein umfassendes Spektrum an Finanzprodukten und –Services – gerade dann, wenn es darauf ankommt. Schließlich messen wir unseren Erfolg ausschließlich an Ihrem.

Earn Success Every Day



REISE

Unterwegs in Südostanatolien

Weit entfernt vom türkisfarbenen Meer und den Touristenmassen kann man in der honiggelben Hügellandschaft an der Südostgrenze der Türkei noch Pfade entdecken, die nicht bereits von Millionen von Urlaubern betreten wurden. Ein Reisebericht.

Eileen Hofer



BRUCE EDWARDS

Das an Syrien und den Irak grenzende Südostanatolien ist von den verschiedenen Zivilisationen geprägt, die sich hier im Laufe der Zeit ablösten. Lange Zeit wurde die Region vernachlässigt, jetzt aber hat es sich die aktuelle Regierung zum Ziel gesetzt, das geschichtsträchtige Gebiet wieder aufzuwerten. Es wird sogar von einer Ernennung zum Weltkulturerbe im Jahr 2012 geträumt.

Am besten lässt sich die Gegend, wo einst die Seidenstrasse verlief, im Auto erkunden. Denn so lassen sich nach Belieben die alten, zum Teil verlassenen Dörfer erforschen.



IZZET KERIBAR

VIEL KULTUR IN MARDIN

Die ockerfarbene Stadt Mardin schmiegt sich an einen Burgberg, der das Stadtbild prägt. Nachfahren der Assyrer, Babylonier und Aramäer leben immer noch in dieser Region der Türkei. Es herrscht ein bunter Sprachmischmasch, in dem Türkisch und Kurdisch dominieren. Die eleganten alten Häuser, die skulpturenverzierten Fassaden, aber auch die Kirchen und Moscheen spiegeln die Vielfalt dieser heute friedlich zusammenlebenden Volksgruppen verschiedener Religionen und Kulturen.

Die Stadt bietet sich wegen ihrer guten Wohnmöglichkeiten als Hauptquartier für die Reise an, denn im Umland von Mardin gibt es nur sehr wenige Hotels. Am Morgen schlürft man bequem einen türkischen Kaffee auf der Terrasse eines der mit zahllosen Treppchen versehenen Hotels. Dabei genießt man den atemberaubenden Blick auf die Zitadelle und die mit Olivenbäumen gesprenkelte mesopotamische Ebene. Am Abend kann man beim Besuch eines traditionellen Hamam entspannen.



NEVIT DILMEN

KLOSTER MOR GABRIEL

Die achtzig Kilometer östlich von Mardin gelegene Stadt Midyat ist ein obligatorischer Halt auf dem Weg zum Kloster Mor Gabriel. Während der Fahrt über die verschlungene, staubige Strasse begegnet man hin und wieder von Eseln gezogenen Kaleschen. Das verloren inmitten der Berglandschaft des Tur Abdin («Berg der Knechte Gottes») gelegene Kloster wurde seit seiner Errichtung gegen Ende des 4. Jahrhunderts mehrfach renoviert und lohnt einen längeren Besuch. Seit über 1600 Jahren erhebt sich der Gebetsgesang hier auf Aramäisch – der Sprache Jesus Christus' – und hallt in den Bergen an der syrisch-türkischen Grenze wider.

Um den Bezug zur Moderne nicht ganz zu verlieren, baute die Gemeinde ein Duzend ehemaliger Klosterzellen zu Zimmern mit spartanischem Mobiliar um – wie dafür gemacht, um an diesem abgeschiedenen Ort neue Kraft zu tanken.

AUF BIBLISCHEN SPUREN IN HARRAN

Früher war Harran ein bedeutender Handelsplatz zwischen Babylon und Syrien. Heute ist die zwischenzeitlich im 14. Jahrhundert von den Hethiten zerstörte archäologische Stätte ein friedliches Dörfchen, in dem die Zeit scheinbar stehen geblieben ist. Übrigens liess sich der Vater Abrahams hier nieder, nachdem er Ur verlassen hatte.



NEVIT DOLMEN



CHARLES ROFFEY

HASANKEYF

Zwischen Mardin und Tatvan liegt die antike Stadtfestung Hasankeyf. Das uralte Dörfchen ist inzwischen von einem umstrittenen Bauprojekt bedroht: 2013 soll es trotz nationaler und internationaler Proteste im Zuge der Errichtung des Ilisu-Staudamms überflutet werden. Noch kann man hier im Sommer im Tigris baden und in den kleinen Felsenrestaurants eine Limonade trinken. Bitte nicht verpassen: den Blick auf die Ruine der Brücke, die im 12. Jahrhundert von den Artukiden errichtet wurde.

PRAKTISCHE TIPPS:

Flüge:

Turkish Airlines bietet täglich Flüge von Zürich, Basel und Genf nach Istanbul an, mit Anschlussmöglichkeiten nach Mardin und Diyarbakir. www.turkishairlines.com

Erdoba Evleri:

Dieses Hotel in Mardin verfügt über komfortable und traditionell eingerichtete Zimmer (100 €) und Suiten (ab 200 €) mit Panorama-Terrassen. www.erdoba.com.tr

SANLIURFA – DIE STADT DER PROPHETEN

Ein Zwischenstopp lohnt sich auch in Sanliurfa (Edessa). Der Ort ist ein Zentrum der Orientchristen und wird auch als «Stadt der Propheten» bezeichnet – Abraham, Hiob, Jethro und St. Georg sollen hier gelebt haben. Sehenswert sind vor allem das Stadtzentrum und der Balikligöl, der Teich des Abrahams, mit seinen heiligen Karpfen. ▲



ELEEN HOFER

Lokales Kunsthandwerk

Den berühmten Istanbul-Designer Cemil Ipekci, der auch als Karl Lagerfeld der Türkei bezeichnet wird, trifft man regelmässig in Mardin an. Der Modeschöpfer sieht die Region als eine intakte Wiege zahlreicher Religionen, Kulturen und Traditionen und nutzt sie oft als Inspirationsquelle für seine Kreationen. Auf dem Bazar mit den unzähligen Ständen schöpft er seine Ideen aus den 1001 Angeboten des lokalen Kunsthandwerks. So finden sich beispielsweise die Motive

und Stickereien der gern als Kopftuch gebrauchten, handgefertigten und mit Blumenmustern versehenen anatolischen Kelims oft in den Kleidern der Designers wieder. Bei der Rückkehr nach Hause ist der Koffer wahrscheinlich gut gefüllt mit Aleppo-Seife aus Lavendel-, Oliven- und Mandelöl – dank ihrer heilenden Wirkung besonders für empfindliche Haut und bei Hauterkrankungen zu empfehlen –, aber auch mit orientalischen Gewürzen und Silberschmuck.



ELEEN HOFER

IN DER LAWINE ÜBERLEBEN

Die Lawinenverschütteten-Suchgeräte sind immer leistungsfähiger und einfacher zu handhaben. Waren sie zuvor dem Rettungsdienst und Eingeweihten vorbehalten, begleiten sie heute die Mehrheit der Skiwanderer und Freerider.

Geneviève Ruiz

Kommt eine Lawine zum Stillstand, sind etwa 90 Prozent der Verschütteten noch am Leben. Doch nicht mehr lange: Sie ersticken oder sterben schnell an Unterkühlung. Nach 18 Minuten verringert sich die Wahrscheinlichkeit, die verschüttete Person lebendig aus den Schneemassen zu bergen. Und nach einer Stunde sinkt sie praktisch auf Null.

«Die Rettungskräfte benötigen meist mehr als zwanzig Minuten, bis sie bei der Lawine angelangt sind», erklärt der Bergbegleiter und Bergretter Patrick Alder. «Es ist deshalb unumgänglich, dass die Begleiter der betroffenen Wintersportler sofort nach den Opfern zu suchen beginnen.» Zu diesem Zweck gibt es das Lawinenverschütteten-

Suchgerät (LVS), dank dem eine verschüttete Person schnell gefunden werden kann, sofern man es richtig bedient.

Das LVS wurde Ende der 1960er-Jahre für die Armee entwickelt und erwies sich als überaus nützlich: Laut der Statistik des WSL-Instituts für Schnee- und Lawinenforschung SLF in Davos steigen die Überlebenschancen auf 70 Prozent, wenn alle Gruppenmitglieder mit einem LVS ausgerüstet sind. Diese elektronischen Apparate, die ein Funksignal von 457 kHz aussenden, wurden in den letzten Jahren stark verbessert.

«Vor zehn Jahren gab es lediglich analoge Apparate», erklärt Patrick Alder. «Ein stärker werdendes Tonsignal gab

Die populärsten Modelle

«Das Wichtigste beim Kauf eines LVS ist, nicht zu vergessen, dass man in seine Sicherheit investiert», betont der Bergbegleiter Patrick Alder. «Man muss sich professionell beraten lassen.» Obwohl heute alle Modelle digital sind und über drei Antennen verfügen, gibt es mehrere Produktlinien. «Ein Amateur entscheidet sich für das Modell, das am einfachsten zu benutzen ist und in vielen Situationen eingesetzt werden kann. Ein Bergführer wünscht sich ein leistungsfähigeres Modell, auch wenn es komplizierter zu handhaben ist», meint Antoine Ferrero, Marktingleiter der Marke Arva.

Ortovox Patroller Digital



Mit einem Preis von ca. 300 Franken ist der Patroller Digital von Ortovox eines der günstigsten Modelle. Es ist leicht, unkompliziert in der Hand-

habung und verfügt über eine Sendereichweite von vierzig Metern. «Dieses Gerät ist bei Amateuren beliebt und nicht zuletzt wegen seines Preises erfolgreich», meint Patrick Alder. «Es weist jedoch zwei Mängel auf: Sind mehrere Personen verschüttet, wird die Bedienung kompliziert. Ausserdem verfügt es über keine LVS-Halterung des Holstertyps, was die Gefahr vergrössert, dass man bei der Suche einige Minuten verliert.»



YANN GROSS

Der Fotograf Yann Gross arbeitet seit sechs Jahren mit Bergführern und Wissenschaftlern zusammen, die künstlich Lawinen auslösen, um Unfälle auf den Ski-Stationen zu verhindern.

an, dass man sich dem Opfer näherte. Es ist klar, dass ein solches System in Stresssituationen und bei mehreren Verschütteten sehr schwierig einzusetzen ist.» Seit 2006 haben digitale Geräte den Markt erobert: Sie sind mit einem Bildschirm ausgestattet, der die Richtung und Distanz zum LVS der verschütteten Person anzeigt, und verfügen über drei Antennen statt vormals einer bis zwei, was die Suche präziser macht. Falls mehrere Personen unter den Schneemassen begraben sind, können die digitalen Geräte die störenden Signale der anderen Apparate blockieren. «Das ist ein gewaltiger Vorteil, denn in mehr als 60 Prozent der Fälle werden mehrere Personen verschüttet», erinnert Patrick Alder.

Die Hersteller investieren viel in die Verbesserung der LVS, weil es sich um einen wachsenden Markt handelt. «Wir haben drei Kundentypen», beobachtet Antoine Ferrero, Marketingverantwortlicher der Marke Arva, die pro Jahr einen Zuwachs von über 5 Prozent

«Unser Absatz hat dank der Begeisterung fürs Skiwandern zugenommen.»

Harald Schreiber,
Pressesprecher von Mammut.

verzeichnet. «Es gibt die Skiwanderer, die traditionellerweise gut ausgerüstet sind, jedoch immer zahlreicher werden. Dann folgen die Freerider, die sich der Vorteile des LVS bewusst werden. Schliesslich steigt auch die Zahl der Freunde von Schneeschuhtouren an.» Ähnlich tönt es beim Konkurrenten Mammut. Er verkauft nach eigenem Bekunden das Modell Barryvox Pulse in jeder Saison zu Tausenden,

Mammut Barryvox Pulse



Es ist das beliebteste LVS in der Schweiz: Die Angaben auf dem Bildschirm erscheinen in Hochauflösung, und die Suche nach mehreren Opfern wird erleichtert.

Das Gerät sendet bis sechzig Meter weit. «Für ca. 580 Franken erwirbt der Amateur wie der Profi ein vorzüglich funktionierendes Instrument, dessen Software regelmässig auf den neuesten Stand gebracht werden kann», folgert Patrick Alder. «Das Gerät schlägt zwei Anwenderprofile vor, Basic und Advanced; damit kann man es dem eigenen Niveau anpassen.» Die Option von Barryvox Pulse, die anzeigt, dass das Opfer noch am Leben ist, löste in Bergretterkreisen Diskussionen aus. Ist es aus ethischen Gründen akzeptabel, zuerst die Personen zu retten, deren Geräte angeben, dass sie noch am Leben sind? Das Problem scheint mit der Möglichkeit, diese Option auszuschalten, gelöst.

Arva Link



Zum selben Preis wie das Barryvox Pulse erhältlich, gehört die französische Version Arva Link zu den perfektesten LVS-Geräten. «Es besitzt dieselben Qualitäten wie das Mammut-Modell mit kleinen Unterschieden bei den Optionen», erklärt Patrick Alder.

Patrick Alder.

Nie ohne meine Schaufel



«Das LVS nützt wenig, wenn man keine Schaufel und Sonde dabei hat», betont Bruno Hasler, Bergführer und Ausbildungsfachleiter des Schweizer Alpen-Clubs. Versuche im Gelände zeigten, dass allein mit dem LVS die vollständige Bergung einer verschütteten Person ungefähr eine Stunde beansprucht, was zu viel ist, um sie zu retten. Mit einer Sonde werden zehn Minuten

gewonnen. Mit einer Schaufel benötigt man durchschnittlich 14 Minuten, um ein Opfer auszugraben. «Die Schaufelmodelle und Sonden müssen ebenfalls sorgfältig ausgewählt werden», präzisiert der Bergführer. «Am besten ist eine Aluminiumschaufel mit Teleskopstiel. Kunststoffschaufeln sind ungeeignet, denn sie werden nach einigen Jahren brüchig. Die Sonde

sollte mindestens 2,4 Meter lang und aus einem soliden Material gefertigt sein.» Carbon, zwar sehr leicht, sollte vermieden werden, da es nicht widerstandsfähig genug ist. «Man darf das Gepäck nicht auf Kosten der Sicherheit zu leicht machen», sagt Bruno Hasler. «Es bringt mehr, anderswo Gewicht einzusparen und seinen Rucksack richtig zu packen.»

ohne allerdings genaue Zahlen zu nennen. «Unser Absatz hat unter anderem dank der Begeisterung fürs Skiwandern zugenommen», schätzt Harald Schreiber, Pressesprecher von Mammut. «Viele Leute haben sich zudem entschieden, ihr altes LVS-Gerät gegen ein neues, für Amateure leichter zu bedienendes Modell einzutauschen.»

Der LVS-Markt ist im Aufwind. Doch auch der Konkurrenzkampf zwischen den fünf wichtigsten Herstellern – Arva (Frankreich), Mammut (Schweiz), Ortovox (Deutschland), Pieps (Österreich) und Tracker (USA) – wird härter. «Wir alle sind Leader in unserem nationalen Markt», betont Antoine Ferrero von Arva. «Doch seit einigen Jahren versucht jeder, Marktanteile der anderen zu erobern.» Die traditionellen Absatzgebiete für LVS sind die Länder des Alpenraums sowie Kanada und die Vereinigten Staaten. «Es entstehen aber auch neue Märkte, vor

«Die Überlebenschancen steigen auf 70 Prozent, wenn alle Gruppenmitglieder mit einem LVS ausgerüstet sind.»

allem in den Gebirgsregionen Südamerikas», meint Antoine Ferrero.

Der Wettbewerb ist umso erbitterter, als alle aktuellen digitalen Modelle mit drei Antennen mehr oder weniger ebenbürtig sind. «Der Unterschied liegt nur in den Details», merkt Patrick Alder an. Man kann deshalb darauf setzen, dass neue Technologien die LVS in den nächsten Jahren weiter verbessern werden, zum Beispiel durch ultraempfindliche Bewegungsmelder

oder Geolokalisierungssysteme. Andere Sicherheitsausrüstungen – etwa der Rucksack, der es ermöglicht, auf der Schneemasse zu schwimmen (Lawinen-Airbag), oder Ausrüstungen, die die Atmung unter der Schneedecke verbessern (Avalung) – erobern sich ebenfalls einen Platz. Laut den Spezialisten sind sie aber im Gegensatz zum LVS noch zu kostspielig und zu unbequem, um Teil der Standardausrüstung von Skifahrern, Freeridern und Schneeschuhläufern zu werden. ▀

WERBUNG



Dynamo 3a

Das neue Fondssparprodukt für die Säule 3a von Swissquote und Goldman Sachs

Wir haben für Sie eine innovative Anlagelösung für die Säule 3a der privaten Altersvorsorge entwickelt:

Dynamo 3a* ist ein dynamischer Anlagefonds, der sich automatisch der Marktsituation anpasst und Ihnen eine umfangreiche Diversifikation sowie volle Transparenz bietet.

Das Fondssparprodukt im Überblick

- ✓ **Diversifikation** Dynamo 3a bildet einen Index ab, der sich aus Aktien, Rohstoffen, Staatsanleihen, alternativen Anlagen und Bargeld zusammensetzt.
- ✓ **Dynamik** Die Gewichtung der einzelnen Indexkomponenten wird nach einem festen System Monat für Monat neu bestimmt.
- ✓ **Risikokontrolle** Die Neugewichtung erfolgt auf Basis einer systematischen Analyse aktueller Markttrends und einer strikten Risikokontrolle.
- ✓ **Steuervorteil** Mit Dynamo 3a ab 100 CHF im Rahmen der Säule 3a Steuervorteile sichern.
- ✓ **Online** Eröffnen Sie noch heute Ihr persönliches 3a-Konto und Depot auf www.swissquote.ch.

* Goldman Sachs Structured Investments SICAV-DynaMO-CHF Portfolio (Dynamo 3a)

ISIN-Code	Valor des Fonds	Basiswährung	Währungssicherung	Maximale Verwaltungsgebühr	Sonstige Gebühren	Minimale Erstinvestition
LU0530943769	11950863	CHF	ja	1% p.a.	Max. 0.25% p.a.	CHF 100

Mehr Informationen zur Funktionsweise sowie zu den Chancen und Risiken erhalten Sie auf der Website www.swissquote.ch oder über die Hotline 0848 25 88 88.

Dieses Inserat erscheint ausschliesslich zum Zweck der Information über das im Inserat aufgeführte Produkt. Es stellt keine unabhängige Finanzanalyse dar. Dieses Produkt darf US-Personen nicht angeboten und nicht an diese verkauft werden. Anleger sollten vor Erwerb dieses Produktes die Risikoinweise im Auszugsprospekt für die Schweiz und im vereinfachten Prospekt (einschliesslich des produktspezifischen Totalverlustrisikos) genau lesen und etwaige Fragen mit einem Finanzberater besprechen. Exemplare der Satzung, des Auszugsprospekts für die Schweiz (einschliesslich der Nachträge für die jeweiligen Teilfonds), der vereinfachten Prospekte und der Jahres- und Halbjahresberichte von Goldman Sachs Structured Investments SICAV, einer luxemburgischen Investmentgesellschaft mit variablem Kapital, sind kostenfrei beim Vertreter in der Schweiz, First Independent Fund Services AG, Klausstrasse 33, 8008 Zürich, sowie bei der weltweiten Vertriebsgesellschaft, Goldman Sachs International, Peterborough Court, 133 Fleet Street, London EC4A 3BB, Grossbritannien, erhältlich. Die Zahlstelle in der Schweiz ist die Goldman Sachs Bank AG, Münsterhof 4, 8001 Zürich. Sämtliche Angaben sind ohne Gewähr. Swissquote Bank AG übernimmt keinerlei Haftung für direkte oder indirekte Verluste oder Schäden jedweder Art für Investitionen, die durch oder in Verbindung mit den Informationen dieses Inserats getätigt werden. Goldman Sachs International is acting in a purely non-discretionary capacity and is not a fiduciary or providing any active management or discretionary investment management functions in connection with this product. Any duties it owes to the SICAV-DynaMO-CHF Portfolio (Dynamo 3a) are limited to those set out in the relevant agreements between the parties. **This product is not managed, sponsored or advised by Goldman Sachs Asset Management.**

GSQuartix

Goldman
Sachs
 SWISSQUOTE

HINBUCKER



Fantasiekommode

Ob getüpfelt, im Hahnentrittmuster oder bunt gestreift: Die neue Kommoden-Kollektion der italienischen Marke Seletti mit dem Namen «Trip» heitert jedes Interieur auf. Chic und exzentrisch.

www.seletti.com

1'400.- Mit 2 Schubladen

1'700.- Mit 3 Schubladen



Schutzmütze

Auf den Pisten ist es das Trend-Accessoire: die Kopfbedeckung der Schweizer Marke Ribcap, die Mütze und Helm in einem ist. Eine neuere wissenschaftliche Untersuchung ergab, dass das integrierte Schutzsystem die Verletzungsgefahr vermindert, obwohl es den Helm nicht voll und ganz ersetzt. In verschiedenen Farben, Materialien und mit unterschiedlichem Design.

www.ribcap.ch

Ab 119.-

Tonus-Stärkung

Hier die Herrenversion EasyTone von Reebok. Die Sohle soll die Muskeltätigkeit fördern und folglich den Körpertonus verbessern. Lieferbar in den Versionen EasyTone Street für die Stadt oder EasyRun für den Sport.

www.reebok.ch

179.-



Hybride Samsung-Kamera

Die Systemkamera NX11 gehört zur Kategorie der Kompaktkameras mit Wechselobjektiven.

Sie entspricht weitgehend der Vorgängerin NX10, verfügt jedoch über einen verbesserten Griff und erlaubt den Einsatz sogenannter i-Function-Objektive, bei denen alle Einstellungen direkt am Objektiv vorgenommen und im Sucher überwacht werden können.

www.samsung.ch

815.-



Retro-Vase

Die 1924 kreierte, emblematische Schlangenvase des Hauses Lalique wurde in rotem Glas neu aufgelegt. Das Stück gehört zur Kollektion «Hommage à René Lalique», die zum 150. Geburtstag des berühmten französischen Glas- und Schmuckkünstlers geschaffen wurde.

www.cristallalique.fr

7'290.-



Leder am Handgelenk

Leder liegt momentan voll im Trend. Davon profitieren die Armbänder der jungen Marke Owen & Savary, die unter Damen wie Herren Anhänger gefunden haben. Die neuen Modelle sind feiner als ihre Vorgänger und lassen sich mehrmals ums Handgelenk schlingen. Das Accessoire ist in verschiedenen Farben und mit einer eleganten Stahlschliesse erhältlich.

www.owensavary.com

Ab 260.-

GPS auf dem See

Garmin, Spezialist für Positionierungssysteme via Satellit, hat kürzlich ein neues tragbares GPS für die Freizeitschiffahrt entwickelt. Das GPSMap 78 ist 218 Gramm leicht und hat ein Akkulaufzeit von bis zu 20 Stunden. Seine Stärken: die Möglichkeit, die Karte der Schweizer Seen zu laden und 2000 Wegpunkte, 200 Routen und alle persönlichen Navigationsdaten zu speichern.

www.garmin.ch

Ab 469.-



Wecker auf Rädern

Der Wecker Clocky von Nanda Home wird am Morgen zum wertvollen – und mitunter verhassten! – Verbündeten. Er ist mit Rollen versehen und flüchtet, wenn sein Besitzer ihn abzustellen versucht. Und die Repetitionsfunktion «snooze» kann nur einmal aktiviert werden ...

www.nandahome.com

Ab 40.-



In jeder Ausgabe von Swissquote Magazine erzählt ein Schweizer Kunstschaffender, wie er seine Ideen entwickelt. Nach der Architektin Anne Gigon und dem Designer Jörg Boner ist nun Raum für die Dokumentarfilmerin Jacqueline Veuve.

«Ich rede nicht gerne über meine Projekte»

Jacqueline Veuve

«Ich habe den Eindruck, dass meine Kreativität mit dem Älterwerden abnimmt. Als junger Mensch lebt man unbewusst. Wenn man älter wird, tendiert man zu Wiederholungen, und man wird ängstlich. Ich muss mich oft zusammennehmen, um Projekte, vor denen ich Angst habe, nicht abzubrechen. Und doch lasse ich manchmal eine Idee wieder fallen, weil ich in meinem Alter keine zwanzig Filme mehr machen werde.

Die guten Themen sind sicher jene, die uns nicht wieder loslassen. Die Idee zu meinem letzten Film, «C'était hier» [Anm. d. R.: erschienen 2010], kam mir vor drei Jahren bei einem Gespräch mit einem Zeitungshändler, der gleichzeitig einen Kiosk betrieb und Coiffeur war. Er zeigte mir seine Fotosammlung von der Durchfahrt der Tour de Suisse in Lucens 1937. Die Fotos waren sehr schön, aber ich dachte mir, dass dies nicht für einen Film reichen würde. Doch ab und zu tauchte das Thema wieder in meinem Kopf auf. Nachdem ich einen Film über die Tour de Suisse im Schweizerischen Filmarchiv gesehen hatte, fand ich, es war nun an der Zeit, mich auf die Suche nach Zeitzeugen zu machen. Doch eine Idee allein reicht noch nicht, um einen Film zu machen – man muss sie auch einkleiden. Ich bin kein Fan der Tour de Suisse. Doch durch dieses Ereignis habe ich Arbeiter aus der Fabrik meines Lucenser Grossvaters wiedergetroffen und wurde so auf die Misere der Leute in der damaligen Zeit aufmerksam. Meine Familie ist auf ihre Kosten reich geworden. Es gab damals zwar schon ein Arbeitsrecht, aber es wurde nicht angewandt.

Ich rede wenig über meine Projekte. Menschen, die mich aus Höflichkeit danach fragen, gehen mir auf den Geist. Es ist nicht nur unmöglich, einen Film in zwei Minuten zusammenzufassen, sondern man merkt auch, dass man die Leute damit langweilt. Ausserdem finde ich, dass das Thema dadurch an Reiz verliert.



Jacqueline Veuve (geboren 1930) ist Ethnologin und eine der bedeutendsten Dokumentarfilmerinnen der Schweiz. Sie hat über dreissig Filme gedreht, die Mikro- und Makrogeschichte miteinander verbinden, wie zum Beispiel in ihrem ersten langen Dokumentarfilm, «Der Tod der Grossvaters oder: Der Schlaf des Gerechten» (1978), in dem sie die fünf Töchter ihres Grossvaters, eines Uhrenindustriellen aus Lucens (VD), zu Wort kommen lässt. Unter anderem hat sie auch «L'Homme des casernes» (1994), den einzigen Independent-Dokumentarfilm über die Schweizer Armee, sowie zwei Spielfilme realisiert. Ihr neuester Film «C'était hier» (2010) führt sie zurück zu ihren Anfängen nach Lucens.

Wenn ich einen Film vorbereite, habe ich die Geschichte des Kinos bewusst vor Augen. Als ich im Musée de l'Homme in Paris arbeitete, schaute ich mir viele Filme im benachbarten Filmarchiv an. Ohne mich mit Rossellini oder Bergman vergleichen zu wollen, frage ich mich manchmal, wie sie diese oder jene Szene wohl gedreht hätten. Zurzeit schreibe ich ein Szenario für einen Spielfilm über einen Kongolesen aus der Region Kivu, der in die Schweiz geflüchtet ist und weiss, dass er mit seiner Volljährigkeit wieder ausgewiesen werden wird. Dies bringt ihn dazu, aus dem Heim, in dem er wohnt, zu fliehen.

Da ich nicht sehr gut mit Computern umgehen kann, schreibe ich meine Szenarios von Hand nieder. Anschliessend tippe ich sie ab und korrigiere sie mit einem Assistenten. Was ich sehr schade an der zunehmenden Computerisierung finde, ist, dass Zwischenschritte verschwinden, die später einmal nützlich für Filmstudenten sein könnten.▲

OMEGA

www.omegawatches.com



Ω
OMEGA
PRESENTS
Ladymatic

STARRING
NICOLE KIDMAN



Available at The Tourbillon Boutiques Lugano • Lausanne • Montreux • St Moritz • Crans-Montana

Trading. Self-made.



Bester Beweis für die Qualität des Online-Tradings bei Swissquote sind unsere Kunden: Tagtäglich nutzen sie unsere Tools und Services und tätigen so erfolgreich Börsengeschäfte. Möchten auch Sie uns näher kennenlernen und mit Swissquote ins Online-Trading einsteigen? Dann besuchen Sie unsere Lounge in Zürich. Ihr Konto eröffnen wir mit der Swissquote-Box direkt vor Ort. Dabei profitieren Sie von unseren unschlagbar günstigen «Trading-Packages» ab CHF 19.– flat pro Trade.
www.swissquote.ch

 **SWISSQUOTE**
DER SCHWEIZER LEADER IM ONLINE-TRADING