

CASH

DIE WIRTSCHAFTSZEITUNG DER SCHWEIZ

Schöne digitale Ferien
Die besten Kompakt-
und Spiegelreflex-
Kameras | 50



CASHvalue
Aktiv oder passiv anlegen?
Die besten Anlagefonds.



GROSSES WEHKLAGEN
Die jämmerlichen
Gründe der grössten
Jammerer des Landes | 12

DER NEUE LEIT-BÄR
Alex Widmer wollte
lieber zur Bank Bär
als zur Citigroup | 11

Von Rolex bis Rolltreppe: So viel Fälschung war nie

MILLIARDENSCHADEN Immer dreistere Fälscher – nun schlägt die Wirtschaft Alarm.

Uhren, Medikamente, Maschinen: Die Kopien werden stetig besser. Kaum ein Unternehmen ist mehr sicher. Der Schaden für die Wirtschaft beläuft sich auf zwei Milliarden Franken.

VON VICTOR WEBER UND LUKAS HADORN

Wer dieser Tage in die Ferien fährt, wird je nach Destination schon bald ein unmoralisches Angebot erhalten. Rolex-Uhr? Chopard-Collier? Was fliegende Händler im Ausland zu Schnäppchenpreisen feilbieten, können sich hier zu Lande nur die Reichsten leisten. Und so greifen

Herr und Frau Schweizer halt zu, im Glauben, dass es ja so schlimm nicht sein könne.

Was nur wenige wissen: Der Kauf gefälschter Waren ist ein Tritt ans Schienbein der Schweizer Wirtschaft. «Durch Fälschungen und Kopien entsteht den Schweizer Unternehmen ein sehr grosser Schaden», sagt Urs Furrer, Issue-Manager im Bereich Recht und Wettbewerb bei Economicsuisse.

Die Uhrenbranche spricht von 800 Millionen Franken im Jahr, in der Unterhaltungsbranche verursachen gefälschte Software und Games sowie illegale Downloads ein Minus von 600 Millionen. Daneben sind auch Maschinenbauer, Schoggi-Hersteller und Nahrungsmittel-

produzenten betroffen. Insgesamt dürften die Schweizer Firmen bis zu zwei Milliarden Franken verlieren – und das Jahr für Jahr.

Der Schaden ist aber nicht nur mikroökonomischer Natur. Die Volkswirtschaft verliert Arbeitsplätze und Steuergelder, der Konsument büsst Sicherheit ein, gerade wenn es um falsche Medikamente oder nachgemachte Auto-Ersatzteile geht. Der Handel mit Falschware macht alle zu Verlierern.

Mit der Globalisierung und der Verbreitung des Internets nimmt das Phänomen ungeahnte Ausmasse an: Nach Schätzungen der OECD sind bis zu neun Prozent aller weltweit gehandelten Güter gefälscht, der Verlust der produzierenden

Wirtschaft wird auf bis zu 400 Milliarden Dollar im Jahr geschätzt.

Ein Ende ist nicht abzusehen. Am Zoll wurden im vergangenen Jahr fast 500 Sendungen mit gefälschten Produkten gestoppt, mehr als doppelt so viele wie im Vorjahr und siebenmal mehr als 2002. «Die Statistik ist eindeutig», sagt Karin Märki von der Oberzolldirektion, «wir stellen an der Grenze immer mehr Fälschungen fest.»

Mit einem besonders dreisten Fall war der Aufzugs- und Fahrtreppen-Hersteller Schindler konfrontiert: In China kopierten Fälscher eine ganze Schindler-Rolltreppe.

ALLES NUR GEFÄLSCHT Der Schaden für die Wirtschaft | 6

CREDIT SUISSE Neues Logo, Ende des Markennamens CSFB, ein Schweizer als neuer Asset-Management-Chef: Die Macht der Amerikaner sinkt.

Alles einheitlich



CREDIT SUISSE

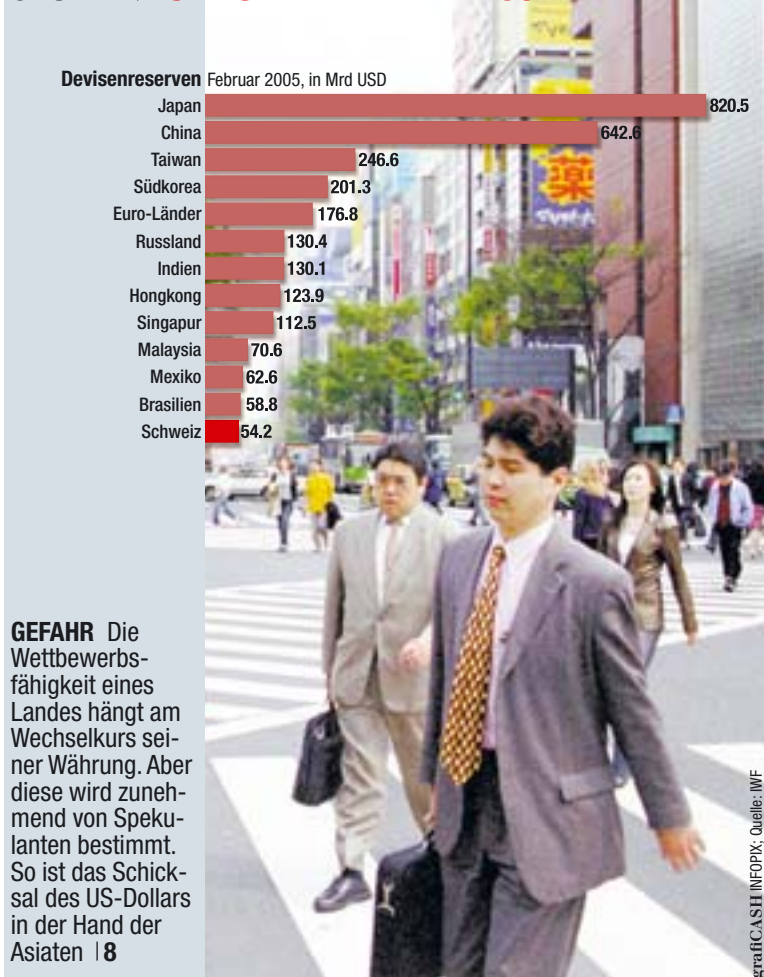
Folgt UBS und Deutscher Bank: CS-Chef Oswald Grübel.

Eigentlich sollte der Markennamen Credit Suisse First Boston (CSFB) noch einige Zeit weiter bestehen. «Im Investmentbanking in den USA ist die Marke CSFB noch viel bekannter als die Credit Suisse. Das wird noch einige Zeit so bleiben», sagte CS-Chef Oswald Grübel vor sechs Monaten im CASH-Interview. Jetzt hat er sich über die Bedenken der Amerikaner hinweggesetzt: Mit dem neuen Logo (siehe oben) wird der Markenname CSFB ab Januar 2006 verschwinden. Die Credit Suisse folgt mit dieser Ein-Marken-Strategie ihren Rivalen UBS und Deutsche Bank.

Der Entscheid zeigt, wie stark der Einfluss der Amerikaner gesunken ist. Das demonstriert auch die Besetzung des Chefpostens des Asset-Management-Bereichs, den Grübel zu einem von drei Ertragspfeilern der Bank ausbauen will: Der Amerikaner Michael Kenneally, der den Bereich bisher geleitet hat, verlässt die CS. Neuer Chef wird der 36-jährige Schweizer David Blumer. Er war drei Jahre direkter Assistent von Grübel.

CREDIT SUISSE Grübel-Boys übernehmen die Macht | 3

GLOBAL | ASIENS ANTEIL AN DEN USA



GEFAHR Die Wettbewerbsfähigkeit eines Landes hängt am Wechselkurs seiner Währung. Aber diese wird zunehmend von Spekulanten bestimmt. So ist das Schicksal des US-Dollars in der Hand der Asiaten | 8

Das sind die besten Schweizer Marken

B.E.S.T. AWARD Logitech, Daylong, Weisse Arena, Rega – sie sind erfolgreich und stehen für Swissness.

Die B.E.S.T. Awards 2005 für die besten Marken der Schweiz sind vergeben. Gewonnen haben vier Brands, die für die Schweiz stehen und in ihren Kategorien obenauf geschwungen haben.

- Den erstmals verliehenen Preis für «gutes Verhalten» (Behaviour) gewinnt die Schweizerische Rettungsflugwacht (Rega).
- Der Award für Innovation geht an die Weisse Arena, den touristischen Zusammenschluss der Bündner Orte Flims, Laax und Falera.
- Die Auszeichnung für die beste sanfte Entwicklung einer Marke aus dem bestehenden Unternehmen heraus, Stichwort Evolution, holt sich die Spirig AG mit ihrer Daylong-Linie (Sonnenschutz).
- Den Preis für die beste Reputation weit über die Landesgrenzen hinaus gewinnt die Westschweizer Logitech, die sich mit der Produktion von Computer-Zusatzgeräten zu einem Weltleader entwickelt hat.

B.E.S.T. steht für Brand Excellence Swiss Trophy und wird gemeinsam von den Partnern Accenture, Interbrand Zintzmeyer & Lux sowie CASH ausgerichtet. Jedes Jahr vergibt eine unabhängige Jury Preise an erfolgreiche Unternehmen, Institutionen oder Persönlichkeiten, die Schweizer Werte pflegen.

Für Nominationskomitee-Mitglied Johannes Matyassy, Direktor von Präsenz Schweiz im Eidgenössischen Departement für auswärtige Angelegenheiten, sind diese Werte beispielsweise «hohe Qualität», «Zuverlässigkeit» oder die blosse «Nähe zum Herkunftsland». Der oberste Werber für die Schweiz sagt: «Die viel zitierte Swissness ist kein Mythos und besitzt für Geschäfte im Ausland je nach Unternehmung tatsächlich einen grossen Wert. In Zahlen lässt sich dies aber nicht ausdrücken.»

MARKENPREIS B.E.S.T. Diese Brands stehen für Swissness | 24





SPARWILLIGE
SBB-SPITZE

Saubere Pannen

Wenns im Grossen klemmt, dann kann man ja mal im Kleinen werkeln, sagt sich die SBB-Spitze und sorgt – zugegebenermassen ungewollt – mit neuen Putzplänen für Schlagzeilen, während der Bericht über das fatale Stromleck auf sich warten lässt. Und so sieht das Reformprojekt auf der Subsubsub-Ebene aus, das firmenintern mit dem hübschen Namen «Optimierung Service am Zug» betitelt worden ist: Indem das Rangierpersonal auch mal zum Staublumpen greift, wenn es gerade nicht mit angestammten Aufgaben ausgelastet ist, soll das Zugputzen um zwanzig Prozent billiger werden.

Ob also im Grossen oder im Kleinen, die SBB frischen mit ihren Pannen und Projekten Helvetiens Allgemeinwissen auf: Erstens weiss jetzt jedes Kind, dass der Nationalstolz auf Schienen sein eigenes

Der Bahnkunde weiss jetzt, dass die SBB die Züge putzen lassen.

Stromnetz betreibt, und zweitens lernt der fleissige Bahnkunde, dass die SBB bereits heute eine Putztruppe angestellt haben und die Züge auch zwischendurch mal säubern lassen. Die Kunden würden gar nichts von der Putzreform merken, versprechen die SBB. Und wenn dem nicht so ist, könnten die Kontrolleure in den schmutzigen Wagen ja Sorry-Gutscheine austeilen. Allerdings würde eine solche Aktion den Spareffekt schnell zunichte machen.

BOOMINDUSTRIE | FÄLSCHUNGEN

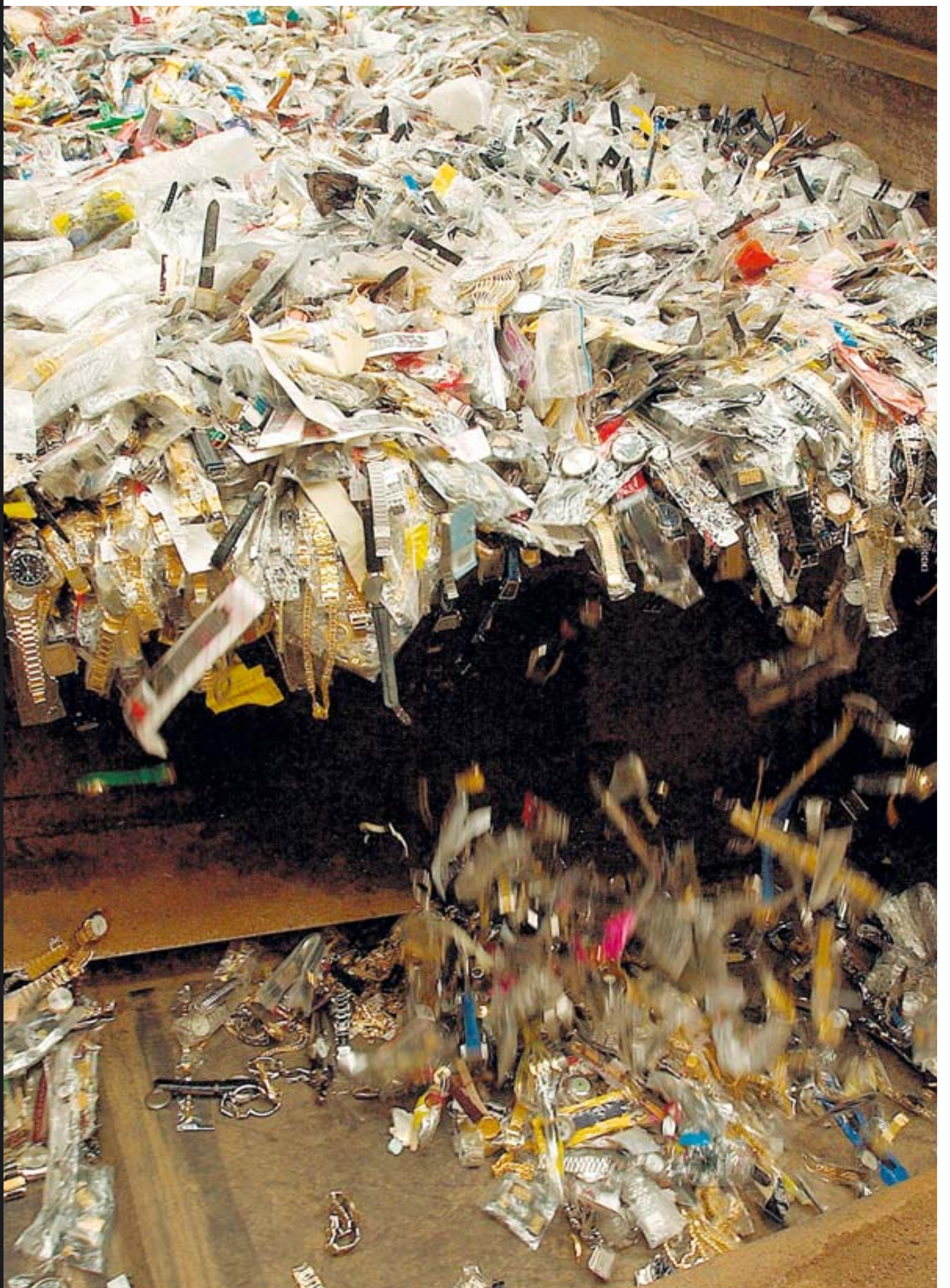
Gefälschte Waren –

Weil Schweizer Produkte gefälscht und kopiert werden, verliert die Wirtschaft jährlich bis zu zwei Milliarden Franken. Die Uhrenindustrie ist am stärksten betroffen – die Kopien werden laufend raffinierter und luxuriöser.

VON VICTOR WEBER UND
LUKAS HADORN

Ferienzeit, hohe Zeit der Fälschungen. Schon auf Autobahnraststätten werden in Italien Duplikate von Markenartikeln angeboten: Louis-Vuitton-Handtaschen, Uhren von Rolex, Kugelschreiber von Montblanc oder Ray-Ban-Son-

nenbrillen. Früher wurde den ahnungslosen Touristen vor allem falscher Goldschmuck angedreht – versehen mit vermeintlich echten Stempeln. Manch biederer Familienvater nahm dem Verkäufer allzu bereitwillig das Ammenmärchen von einem Notverkauf ab. Zu Hause entpuppte sich das Schnäppchen als Schmach: Man hatte sich übertölpeln lassen.



Amtlich angeordnete Zerstörung gefälschter Uhren im neuenburgischen Cressier: Der Uhrenindustrie entsteht jährlich ein Schaden von 800 Millionen Franken.

echte Verluste

Wer heute am Strand eine Cartier-Uhr erwirbt, weiss, dass es eine «Fälschung» ist. Man will sich einen Spass leisten, lautet die Standardbegründung. Doch mitunter weicht der Spass dem Katzenjammer. Das erlebte letzte Woche eine dänische Touristin, die sich an der italienischen Riviera eine Dior-Sonnenbrille erstand. Sie wurde in flagranti erwischt und mit einer Busse von 3333 Euro belegt.

«Das ist Sklaverei in der heutigen Zeit»

Zum Auftakt der Feriensaison wollten die Behörden in der Grenzstadt Ventimiglia ein Exempel statuieren. Frankreich macht Druck auf seinen Nachbarn, damit dieser entschiedener gegen die Fälscherindustrie vorgeht. Das Risiko, dass einem «der Spass» noch vor Ort verdorben wird, bleibt aber verschwindend klein.

Das Amüsement käme aber gar nicht erst auf, wenn man wüsste, unter welchen Bedingungen das Gros der Fälschungen entsteht. 70 Prozent stammen aus Fernost, vor allem aus China. Kinderarbeit ist verbreitet. Mit Hilfe der Unicef wollen die Luxuskonzerne die Öffentlichkeit aufklären. Auch Johann Rupert, Chef des Genfer Richemont-Konzerns, zu dem Montblanc und Cartier gehören, macht sich dafür stark.

Die unmenschlichen Arbeitsverhältnisse halten auch in Italien Einzug, haben doch chinesische Fälscherlinge begonnen, einen Teil der Produktion in die Toskana auszugliedern, unter anderem, um näher am Markt zu sein. Allein in der Nähe von Pisa hat die Guardia di Finanza zwei Produktionsstätten auffliegen lassen. Die Fenster der stickigen Lokale waren verdunkelt, um das nächtliche Treiben zu verheimlichen. Hier malochten chinesische Sans-Papiers, um die Schulden abzutragen, die sie mit ihrer Flucht in den Westen angehäuft haben. «Das ist Sklaverei in unserer Zeit», sagt Michel Arnoux vom Uhrenindustriellenverband FH, der im Kampf gegen die Fälscherindustrie weltweit mit den Strafverfolgungsbehörden zusammenarbeitet. Arnoux leitet die Taskforce.

Die Uhrenindustrie ist wie kein anderer Schweizer Wirtschaftszweig von den Fälschungen betroffen. Der Branchenverband schätzt den jährlichen Schaden auf 800 Millionen Franken: Das sind entgangene Umsätze und die Image-Beeinträchtigung, die durch die Verwässerung und Besudelung der Marken entsteht. Der Swatch Group mit ihren 17 Marken erwächst laut eigenen Angaben ein Schaden in dreistelliger Millionenhöhe, wobei vornehmlich Omega tangiert ist.



Tatort Ferienstrand: Ein fliegender Händler verkauft Fälschungen in Viareggio.

Den 26 Millionen Uhren, die hier zu Lande jährlich produziert werden, stehen weltweit 30 bis 40 Millionen Nachahmungen gegenüber. Für manche Nischenmarke mit einer Jahresproduktion von 2000 und 3000 Stück gibts ein Vielfaches an Kopien. Bereits werden schon die Läden der Originalhersteller nachgemacht: In chinesischen Dreisternhotels sind zuweilen gefakte Omega-Shops oder Swatch-Corner eingerichtet.

Dollar. Immer noch viel weniger als die 5650 Franken, die für eine Rolex-Submariner mit grüner Lünette nötig sind.

Das Phänomen hat besonders für Rolex erschreckende Ausmass angenommen: Auf 4000 Internetseiten werden Pseudo-Rolox angeboten. Die Spams, die im Betreff mit Rolex-Replikaten die Internetbenutzer locken, haben im letzten Jahr um 300 Prozent zugenommen, hat die auf Spam- und Virenschutz spezialisierte englische Firma Sophos herausgefunden.

IHRE MEINUNG

Stimmen Sie ab zum Thema Fakes auf www.cash.ch/umfrage.

In den Ferien hat man häufig die Möglichkeit, gefälschte Waren zu kaufen. Haben Sie auch schon bewusst ein gefälschtes Produkt gekauft?

Die Ergebnisse der Umfrage lesen Sie in der nächsten CASH-Ausgabe.

Beunruhigend ist, dass die Qualität der illegalen Kopien steigt und steigt. Selbst Fälschungen, die man in Schanghai oder Peking auf zehn Franken runterhandeln kann, sind in ein Stahlgehäuse eingefasst. Vor wenigen Jahren war noch galvanisiertes oder vernickeltes Blech die Regel. Die Quarzwerke sind aufwändigeren mechanischen Werken gewichen. Sorgfältiger geschaffene Repliken, die man per Internet ordern kann, sind mit kratzfestem Saphirglas versehen. In ihrer Anmutung sind sie kaum vom Original zu unterscheiden. Das hängt auch damit zusammen, dass ihr Gewicht nicht zu leicht ist. Ein Rolex-Replikat kostet schnell mal mindestens 240 US-

Unbesiegbare Hydra der Fälscherindustrie

Vorbei die Zeiten, da sich Marken rühmten, zu den meistkopierten zu gehören. Cartier gibt jährlich fünf Millionen Franken aus, um die Fälschungen einzudämmen, Louis Vuitton laut Markenchef Yves Carcelle 25 Millionen Euro. Doch im Allgemeinen ziehen die Unternehmen vor, sich auszuschweigen.

Auch der Uhrenverband liebt die Diskretion. Schliesslich ist die Aufgabe gefährlich. In China, Thailand und Lateinamerika spannt die Fédération Horlogère (FH) Undercoveragenten ein, mit denen sie über Postfachadressen verkehrt. In Hongkong wird der einheimische FH-Delegierte jährlich in über 700 Polizeiaktionen involviert.

Die Hydra lässt sich nicht besiegen. Sie nicht zu bekämpfen hiesse aber, sie zu ermutigen. In Asien hängen zu viele Arbeitsplätze von ihr ab, als dass die Regierungen ein Interesse haben, sie niederzuringen. Und in Italien mischt die Mafia mit: Sie zwingt Juweliere, Fälschungen der Luxusklasse auszustellen, bei denen fast alles stimmt: echtes Gold für Gehäuse und Armband und mitunter Originalkomponenten.

Nicht nur Uhren und Schmuck, auch Sackmesser, Medikamente und sogar komplexe Maschinen werden gefälscht – zum Leidwesen der Firmen, denen ein immenser Schaden entsteht. Betroffen sind in der Schweizer Wirtschaft fast alle.



Schindler kämpft mit Rolltreppen-Fälschern in China.

Unterhaltungsindustrie

Software, Videospiele, CD, DVD – kaum ein Produkt, vor dem die Piraten nicht zurückschrecken. So sind 28 Prozent aller Computerprogramme in der Schweiz unlicenziert. Den Schaden, der den Softwareherstellern durch den unberechtigten Einsatz ihrer Produkte im Jahr 2004 entstand, schätzt die Branchenorganisation BSA auf 386 Millionen Franken. Auch die Film- und die Musikindustrie kämpfen mit dem Phänomen der Piraterie: Laut der Schweizerischen Vereinigung zur Bekämpfung der Piraterie, SAFE, gehen der Audiovisionswirtschaft (Kino, DVD-Verkauf und -Verleih, Videogames) im Jahr bis zu 90 Millionen Franken an Umsatz verloren. In der Musikbranche dürften die Zahlen ähnlich hoch liegen. Im vergangenen Jahr setzten die führenden Schweizer Musiklabels 231 Millionen Franken um, so wenig wie seit 1988 nicht mehr.

Produzierende Industrie

Im Gegensatz zur Unterhaltungsindustrie, die primär unter der Verletzung von Urheberrechten leidet, kämpft die produzierende Industrie mit Markenfälschungen und Patentrechtsverletzungen: Gefälscht oder nachgeahmt wird alles, von Einzelteilen bis hin zu ganzen Maschinen. Der Technologiekonzern ABB etwa beschlagnahmte im vergangenen Jahr alleine in Italien und China gefälschte Teile im Wert von mehreren Millionen Euro. Der Aufzugs- und Fahrtreppenhersteller Schindler war in China mit einem besonders dreisten Fall konfrontiert: Fälscher kopierten eine ganze Rolltreppe und verkauften sie unter ihrem eigenen Namen. Jürg Zwicky, Rechtskonsulent beim Branchenverband Swissmem, spricht von einem «substanziellen» Schaden für den Schweizer Maschinenbau, der aber nicht bezifferbar sei. «Wir kennen schlicht nicht alle Fälle.»

Pharmaindustrie

Zu einer grossen Gefahr sind Arzneimittelfälschungen geworden, selbst für Schweizer Patienten. Swissmedic, das vormalige Heilmittelinstitut, hat das Problem «in die Hochrisikoklasse eingestuft». Es geht um Originalpräparate, die zumeist in afrikanischen «Billigländern» abgepackt und in Europa reimportiert werden. Die Tabletten werden gar aus den Blistern gedrückt. Der Hitze ausgesetzt, ist die Stabilität der chemischen Verbindung gefährdet. Solche Ware droht unbemerkt in die regulären Distributionskanäle (Grossist, Apotheker/Arzt) zu gelangen. Wie gross der wirtschaftliche Schaden für die Schweizer Pharmaindustrie ist, lässt sich kaum abschätzen. Im Internet kursieren zudem gefälschte Lifestyle-Produkte, hauptsächlich Potenz- und Schlankheitsmittel. In diesem Bereich sind die Schweizer aber nur schwach vertreten.

Nahrungsmittelindustrie

In der Nahrungsmittelbranche sind sehr oft kleine und mittelgrosse Unternehmen von Fälschungen betroffen. Wenn beispielsweise ausländische Käse-, Wurst- oder Weinhersteller mit dem Kennzeichen AOC («Appellation d'origine contrôlée») Missbrauch betreiben, betrügen sie die Schweizer Hersteller um ihren Standortvorteil. Laut Caroline de Buman vom Eidgenössischen Institut für Geistiges Eigentum sind in der Nahrungsmittelbranche aber auch die Grosskonzerne betroffen. Mit ihren bekannten Brands werden sie häufig Opfer von Markenfälschungen. «Es betrifft uns auch», sagt Nestlé-Sprecher Robin Tickle, «genau wie es die anderen Nahrungsmittelhersteller betrifft.» Nestlé unternehme aber alles, um seine Marken und Produkte vor Fälschung zu schützen. Genaueres wolle man dazu aus Sicherheitsgründen aber nicht sagen.

Tabakindustrie

Zigaretten sind ein äusserst beliebtes Gut, wenn es um Schmuggel und Fälschung geht. Gerade in Ländern mit hohen Preisen für Tabakprodukte werden enorme Mengen gefälscht. In England etwa stammen 25 Prozent aller Glimmstängel aus Schmuggel- oder Fälscherkanälen. Hochburg des illegalen Handels ist China, alleine im Jahr 2002 wurden nach Schätzungen der Weltzollorganisation WCO in China rund 190 Milliarden Zigaretten gefälscht. Den Grosskonzernen entgeht Umsatz und Gewinn. Claudio Rollini, Sprecher des Branchenriesen British American Tobacco (BAT) Schweiz, spricht von einem «ernsthaften» Problem, das aber nicht nur die Hersteller betrafte: «Der Handel mit gefälschten Zigaretten schadet auch den Konsumenten und dem Staat, schliesslich gehen Steuergelder verloren.» Den Handel mit gefälschten Produkten auf Schweizer Boden bezeichnet Rollini aber als «sehr gering».

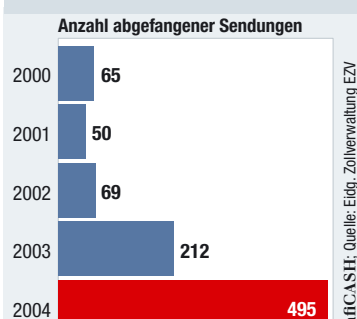
Schweizer Ikonen

Die Hersteller der typischen Schweizer Exportschlager sind stark betroffen, ihre Produkte sind im Ausland bekannt und beliebt und werden daher besonders gerne gefälscht. Der Sackmesserhersteller Victorinox etwa kämpft mit täuschend echten Produktfälschungen in China, die Marketingexperten von Kraft Foods entdeckten in Kolumbien die nahezu perfekte Kopie einer Toblerone. In der Schokoladenbranche ist das Problem seit Jahrzehnten bekannt und wird rigoros bekämpft. «Derzeit behandeln wir 50 bis 60 Fälle auf der ganzen Welt», sagt der Direktor von Chocuisse, Franz Urs Schmid. Die Schattenseite der Globalisierung erlebte auch Wim Ouboter, der Küssnacher Erfinder des Micro-Scooters. Auf dem Höhepunkt der Trendwelle um seine Minitrotinetts wurde er von 700 Firmen kopiert, unter anderem von seinem chinesischen Lizenznehmer.

WAS IST ERLAUBT?

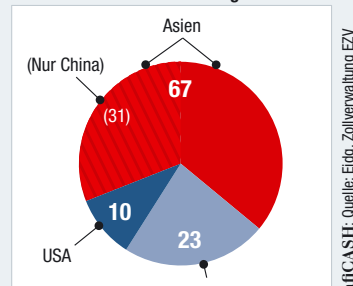
Mit gemischten Gefühlen denkt man auf der Rückreise aus den Ferien an den ersten Arbeitstag. Scherereien am Zoll wären das Letzte, was man noch gebrauchen könnte. Doch mit gefälschten Uhren und Schmuckstücken kann einem das schon blühen. Der Zoll ist verpflichtet, solche Ware einzuziehen und zu vernichten. Als Privatperson darf man höchstens eine gefälschte Uhr behalten – sofern sie nicht mit falschen Edelmetallstempeln versehen ist. Gefälschter Schmuck wird in jedem Fall eingezogen. Selbst eine Verzeigung droht.

IMMER ÖFTER IST AM ZOLL ENDSTATION



Und täglich grüssen die Zollbehörden: 2004 stoppten die Grenzschützer 495 Sendungen mit gefälschten Waren.

Woher stammen die Fälschungen?



Zwei Drittel der gefälschten Waren kommen aus Asien, fast die Hälfte davon stammt aus China.