



### AUTOSTATISTIK

Wie viel neu registrierter Fahrzeuge im Monat August in Liechtenstein neu zugelassen wurden.

9



### SICHERHEIT

Warum der Sicherheitstechnik-Konzern Kaba seinen Gewinn markant steigern konnte.

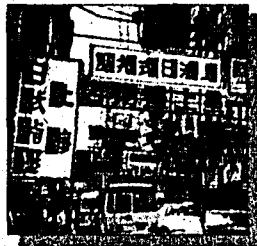
11



### BAUGEWERBE

Wie sich das Baugewerbe in der Schweiz entwickelt und was Gewerkschaften deshalb fordern.

11'



### AUFSCWUNG

Wie der UBS-Chefökonom die künftige Wirtschaftsentwicklung einschätzt und welche Folgen er sieht.

12

## VOLKSBLATT NEWS

### VW in FL an der Spitze

VADUZ – Die Motorfahrzeugkontrolle bezeichnet für den August 194 neu registrierte Fahrzeuge; dies ist eine Erhöhung von 10,9 Prozent gegenüber 175 im August 2003. 145 der registrierten Fahrzeuge sind Personwagen. Die meisten Neuzulassungen verzeichnet die Marke VW mit 23 Personwagen (15,9%), gefolgt von Audi, Mercedes, BMW und Toyota. Damit bestätigt der August den Trend der Neuzulassungen dieses Jahres: Mit 178 seit Januar zugelassenen Personwagen (14%) steht VW an der Spitze, danach folgen Toyota und BMW mit 128 bzw. 101 Zulassungen. Gegenüber dem Vorjahr wurde im Zeitraum zwischen Januar und August mit 1771 Fahrzeugen eine Zunahme von 3 Prozent verzeichnet. (mh)

### Yukos treibt Ölpreise hoch

NEW YORK/MOSKAU – Der schwelende Konflikt um den russischen Ölkonzern Yukos hat die Ölpreise am Montag weiter in die Höhe getrieben. Der Preis für Rohöl zur Oktoberauslieferung kletterte in New York bis auf 46,35 Dollar pro Barrel (159 Liter). Der Ölpreis hatte am 20. August seinen Rekordstand von 49,40 Dollar erreicht und war dann stark gefallen, hatte aber in den vergangenen Tagen wieder kräftig zugelegt. Bis zum Mittag entfernte sich die US-Notierung etwas von ihrem Tageshoch und lag mit 46,00 Dollar noch 41 Cent über dem Stand zu Handelsschluss am Freitag. In London löste sich der Ölpreis ebenfalls leicht von seinem Tageshoch. Ein Barrel der Nordseesorte Brent zur Lieferung im November verteuerte sich zuletzt um 25 Cent auf 42,70 Dollar. Auch Öl der Organisation Erdöl exportierender Länder (Opec) wurde wieder deutlich teurer. Nach Angaben des OPEC-Sekretariats kostete OPEC-Öl am Freitag 39,50 Dollar je Barrel, 1,06 Dollar mehr als am Vortag.

Der Preis für Heizöl wird in diesem Jahr nach Einschätzung von Experten kaum mehr deutlich sinken. Bis Dezember sei nicht mit einer deutlichen Entspannung zu rechnen, sagte der Herausgeber des Hamburger Energieinformationsdienstes (EID), Heino Elfert. Neben den hohen Ölpreisen auf dem Weltmarkt trage dazu auch die abwartende Haltung vieler Konsumenten in den vergangenen Monaten bei, die nun zum Tanken gezwungen seien. (sda/dpa/reuters/afp)

### Wirtschaftsfaktor Wassersport

FRIEDRICHSHAFEN – Wassersport ist ein wichtiger Wirtschaftsfaktor im Bodenseeraum. Eine Studie hat gezeigt, dass letztes Jahr bei Freizeitaktivitäten am Bodensee 320 Millionen Euro umgesetzt wurden. Rund 416 Millionen Euro investierten die Wassersportler zwischen Bregenz und Konstanz im Jahre 2003 für ihr Hobby. 320 Mio. Euro wurden davon im Bodenseeraum ausgegeben. Dies hat eine Studie des Tübinger Instituts für Angewandte Wirtschaftsforschung ergeben, welche am Montag auf der Wassersportmesse «Interboot» in Friedrichshafen vorgestellt wurde. Die 320 Millionen Euro, die in der Region ausgegeben wurden, verteilen sich auf zahlreiche Branchen: Gastronomie und Hotellerie zählen ebenso dazu wie die Betreiber der Hafenanlagen. (dpa/sda)

# Teure Überwachung

## Weltweit 61 Prozent mehr Ausgaben für Kampf gegen Geldwäscherei

ZÜRICH – Die Banken haben seit den Terroranschlägen vom 11. September ihre Ausgaben zur Bekämpfung der Geldwäscherei weltweit um fast zwei Drittel gesteigert. Gemäss einer Studie der KPMG setzt sich dieser Trend auch in der Schweiz fort. Die Überwachung von Transaktionen birgt die grösste Herausforderung.

Wie die Wirtschaftsprüfungs- und Beratungsgesellschaft KPMG am Montag zu ihrer Studie mitteilte, haben 173 der weltweit befragten Finanzinstitute in den vergangenen drei Jahren durchschnittlich 61 Prozent mehr Geld für die Bekämpfung der Geldwäscherei ausgegeben. Kostensteigernd hätten in erster Linie die verstärkte Überwachung von Transaktionen sowie die Schulung der Angestellten gewirkt. Auslöser für die weltweite Kostenexplosion war gemäss KPMG-Manager Marc Bühler die Anschläge vom 11. September 2001, die vor allem in den USA, aber auch in der Schweiz die Banken sowie die Regulierungs- und Überwachungsbehörden stark forderten.

### Nur Schätzungen möglich

Wie viel Geld weltweit für die Bekämpfung der Geldwäscherei ausgegeben wird, ist nicht bekannt. Da die Banken ihre Kosten dafür nicht gesondert ausweisen, müssten sie sich mit Schätzungen behelfen, sagte Bühler. Gesicherte Kenntnisse über die von Drogendealern, Waffenhändlern oder sonstigen Kriminellen ins Finanzsystem eingespielten Beträge gibt es allerdings auch nicht.



Bekämpfung von Geldwäscherei hat Folgen: Die Überwachung von Transaktionen sowie die Schulung der Angestellten wirken bei Finanzinstituten kostentreibend.

Jüngste Schätzungen gehen gemäss KPMG jährlich von 500 Milliarden bis einer Billion Dollar aus.

Aus der Schweiz antworteten laut Bühler sieben bedeutende Banken auf die KPMG-Anfrage. Ihre Antworten spiegelten den globalen Trend bezüglich Kostensteigerung und zukünftigen Ausgaben wider, sagte er. Die Eidgenössische Bankkommission (EBK) hatte bei einer Befragung ebenfalls festgestellt, dass die Schweizer Banken mehrheitlich grossen Wert auf die Geldwäschereibekämpfung legen und im Hinblick auf die per vergan-

genen 1. Juli erfolgte Verschärfung der Sorgfaltspflichten im Kampf gegen Geldwäscherei hohe Investitionen getätigt hatten.

### Noch grosse Herausforderung

Weltweit an der Spitze dürften die Schweizer Banken im strengen Umgang mit Potatengeldern sein. Während in der Umfrage nur etwas über die Hälfte aller befragten Banken so genannte Politically Exposed Persons (PEP) als Risikofaktor bei der Eröffnung einer Kundenbeziehung berücksichtigt hätten, seien es in der Schweiz mehr

als 85 Prozent gewesen, sagte Bühler. «Das Thema Geldwäscherei ist in der Schweiz noch lange nicht erledigt», sagte er weiter. Gerade bei global tätigen Grossbanken ergäben sich auf Grund der unterschiedlichen lokalen Gesetzgebungen grosse Herausforderungen über die Anwendung der Transaktionsüberwachung und der Sanktionsfilter über Landesgrenzen hinweg. «Hier entstehen Zielkonflikte zwischen der Durchsetzung rechtlicher Anforderungen, der Wahrung des Bankgeheimnisses und des Datenschutzes», sagte Bühler. (AP)

# Schweizer kaufen für mehr Geld ein

## Studie zum Schweizer Konsumverhalten – Preis und Standort entscheidend

BUCHRAIN LU – Schweizer Konsumenten greifen beim Einkaufen tiefer ins Portemonnaie als noch vor einem Jahr. Wie eine Studie des Marktforschungsinstitutes AC Nielsen zeigt, waren im Jahr 2004 7,7 Prozent der Einkäufe im Detailhandel über 200 Franken wert.

Im Vorjahr hatte der Anteil der Einkäufe im Wert von über 200 Fr. 7,4 Prozent betragen. Dem gegenüber ist der Anteil der Einkäufe von weniger als 15 Fr. von 5,0 Prozent im Jahr 2003 auf 4,8 Prozent im Jahr 2004 gesunken.

Die Käufe zwischen 150 und 200 Fr. legten von 8,7 auf 9,0 Prozent zu, jene zwischen 100 und 150 Fr. von 17,3 auf 17,9 Prozent. Die Einkäufe zwischen 60 und 100 Fr. stagnierten bei 23,5 (23,6) Prozent. Leicht abgenommen hat der Anteil der Einkäufe zwischen 30 und 60



Schweizer und Schweizerin lassen sich Konsum wieder mehr kosten.

Fr. von 25,7 auf 24,9 Prozent und jene von 15 bis 30 Fr. von 12,4 auf 12,0 Prozent. Rund zwei Drittel der Einkäufe kosteten weniger als 100

Franken, ist der Studie weiter zu entnehmen.

### Standort und Preis entscheiden

Die Studie zeigt auch auf, dass Schweizerinnen und Schweizer vorwiegend aufgrund des Standortes und des Preises bei einem bestimmten Detailhandelsunternehmen einkaufen. Zudem wurde befragt, ob Einkaufen immer mehr als Stressfaktor empfunden wird. Dies ist nach der Studie nicht der Fall, lediglich 13% gaben an, dass für sie Einkaufen mit Stress verbunden ist. Zum Bekanntheitsgrad der beiden deutschen Detailhandelsketten Lidl und Aldi, die beide in die Schweiz expandieren wollen, hält AC Nielsen fest, dass 31 Prozent der Befragten beide Unternehmen kennen. 40 Prozent der Befragten kennen weder Aldi noch Lidl. Für 26 Prozent ist nur Aldi ein Begriff und für 3 Prozent nur Lidl. (sda)