

# Grösseres Wachstum

Jahreskonferenz Economiesuisse - Liberalisierung des Welthandels

**ZÜRICH** - Ein grösseres Wirtschaftswachstum in der Schweiz und die Liberalisierung des Welthandels im Rahmen der WTO: Das sind für den Wirtschaftsverband Economiesuisse die zentralen wirtschaftspolitischen Herausforderungen.

Die Schweiz brauche ein breit abgestütztes Wirtschaftswachstum, sagte der Präsident Ueli Forster an der Jahresmedienkonferenz am Montag in Zürich. Zentral sei dabei auch die Stabilisierung des Bundeshaushaltes. Der Ansatzpunkt für die Wirtschaftspolitik sei die Angebotsseite, sagte Forster weiter. Neben Arbeit, Kapital und Technologie als primären Wachstumsfaktoren seien die Unternehmen der vierte Wachstumsfaktor. Die staatlichen Rahmenbedingungen müssten dabei die Anreize definieren, unter denen sich die Wachstumsfaktoren entfalten könnten. Sie beeinflussten aber auch die Risikobereitschaft der Gesellschaft, die Einstellung zu modernen Technologien, die Akzeptanz von Gewinnen oder das Vertrauen in die Märkte. Die wachstumspolitische Konzeption des Bundesrates, die an der Entstehungsseite des Bruttoinlandsproduktes ansetze, sei deshalb richtig. Es bringe aber nichts, Angebots- und Nachfragepolitik gegeneinander auszuspielen. Beide Ansätze müssten in einer konsistenten



Ueli Forster, Präsident Economiesuisse, links, Rudolf Ramsauer, Vorsitzender der Geschäftsleitung, Mitte, und Frady Müller, Leiter Öffentlichkeitsarbeit, anlässlich der Jahrespressekonferenz im Haus der Wirtschaft in Zürich.

Strategie miteinander verbunden werden.

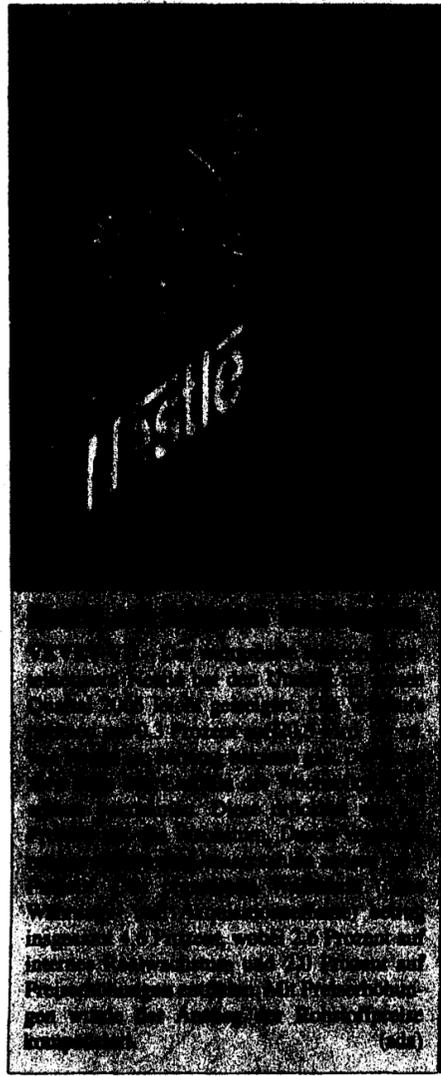
### Mehr Führung

Der Bundesrat müsse aber wachstums- und reformpolitisch konsequenter führen, forderte Forster. Neben der stärkeren Gewichtung der Wachstumsimpulse müsse er Abstand nehmen von der «voraus-eilenden Rücksichtnahme auf die Referendumsdemokratie», dies im Interesse problemgerechter Vorschläge. Lichtblicke im bundesrätlichen Wachstumspaket von Anfang 2004 seien die Vorschläge zur Revi-

sion des Binnenmarktgesetzes und das Entlastungsprogramm. Schwächen orte Forster bei der Unternehmensbesteuerung II, dem Bildungssystem, der Agrarpolitik, der Strommarktöffnung und dem Gesundheitssektor. Vizepräsident Patrick Odier betonte weiter, dass die Schweiz mit ihrer kleinen und offenen Volkswirtschaft sehr stark in die Weltwirtschaft eingebunden sei: Jeder zweite Franken werde im Ausland verdient. Economiesuisse erwarte deshalb vom Bundesrat, dass die Schweiz an der Ministerkonferenz der Welthandelsorganisation

WTO im Dezember 2005 in Hongkong entschlossen für eine umfassende und rasche Liberalisierung des Welthandels eintrete. Parallel dazu fordert der Dachverband den Ausbau bilateraler Abkommen mit den wichtigsten Handelspartnern.

Economiesuisse-Geschäftsleiter Rudolf Ramsauer hob die ausserordentliche Bedeutung der in diesem Jahr anstehenden Abstimmungen hervor. Letztlich gehe es um die Frage, ob das Schweizervolk die bilateralen Abkommen und damit den bewährten bilateralen Weg auf Spiel setzen wolle. (sda)



ANZEIGE

**Vontobel Investment Funds**  
Tel. +41 1 283 53 50  
www.vontobel.com

Transaction date 22/04/2005

Sub Fund		Published NAV*
Swiss Money	A1 CHF	94.10
Swiss Money	A2 CHF	104.97
EURO Money	A1 EUR	98.89
EURO Money	A2 EUR	111.89
US Dollar Money	A1 USD	92.66
US Dollar Money	A2 USD	109.14
Swiss Prime Bond	A1 CHF	116.72
Swiss Prime Bond	A2 CHF	192.72
EURO Bond	A1 EUR	131.15
EURO Bond	A2 EUR	255.72
EURO Bond Select	A2 EUR	105.82
Capital Gain Bond (EURO)	A1 EUR	64.01
Capital Gain Bond (EURO)	A2 EUR	78.18
US Dollar Bond	A1 USD	103.79
US Dollar Bond	A2 USD	205.83
EURO Plus Bond	A1 EUR	103.80
EURO Plus Bond	A2 EUR	128.56
Eastern European Bond	A1 EUR	58.41
Eastern European Bond	A2 EUR	94.32
EURO Mid Yield Bond	A1 EUR	108.27
EURO Mid Yield Bond	A2 EUR	115.80
Swiss Stars Equity	A1 CHF	171.61
Swiss Stars Equity	A2 CHF	173.56
Swiss Mid & Small Cap Equity	A1 CHF	80.24
Swiss Mid & Small Cap Equity	A2 CHF	80.24
European Equity	A1 EUR	178.55
European Equity	A2 EUR	213.86
European Value Equity	A1 EUR	131.12
European Value Equity	A2 EUR	131.72
European Mid & Small Cap Equity	A1 EUR	79.15
European Mid & Small Cap Equity	A2 EUR	79.27
US Equity	A1 USD	93.69
US Equity	A2 USD	94.50
US Value Equity	A1 USD	408.44
US Value Equity	A2 USD	479.90
Global Equity (ex US)	A1 USD	137.71
Global Equity (ex US)	A2 USD	140.57
Japanese Equity	A1 JPY	4'333
Japanese Equity	A2 JPY	5'181
Eastern European Equity	A1 EUR	158.18
Eastern European Equity	A2 EUR	164.71
Far East Equity	A1 USD	190.72
Far East Equity	A2 USD	201.01
Emerging Markets Equity	A1 USD	239.63
Emerging Markets Equity	A2 USD	262.11
Global Trend Financial Services	A1 EUR	75.09
Global Trend Financial Services	A2 EUR	75.99
Global Trend Information & New Technologies	A1 EUR	26.66
Global Trend Information & New Technologies	A2 EUR	26.66
Global Trend Life & Health	A1 EUR	50.43
Global Trend Life & Health	A2 EUR	50.43
Global Trend New PowerTech	A1 EUR	74.83
Global Trend New PowerTech	A2 EUR	74.83
Defensive Balanced Portfolio (CHF)	A1 CHF	87.05
Defensive Balanced Portfolio (CHF)	A2 CHF	92.11
Defensive Balanced Portfolio (EURO)	A1 EUR	58.44
Defensive Balanced Portfolio (EURO)	A2 EUR	71.21
Growth Portfolio (CHF)	A1 CHF	69.14
Growth Portfolio (CHF)	A2 CHF	69.37
Growth Portfolio (EURO)	A1 EUR	66.46
Growth Portfolio (EURO)	A2 EUR	67.27

\* mögliche Ausgabekursbestände

Vertreter:  
Vontobel Funds Services AG, Münstergasse 9,  
8002 Zürich, Tel. +41 1 283 53 50, www.vontobel.ch

Global Investment Operations Ltd., Leventisweg 5A,  
1A, 9706 Farnborough, UK  
L. 1000 International / Luxembourg  
Tel. +352 26 76 20 00

Zuständige in Liechtenstein:  
Bank Vontobel (Liechtenstein) AG  
Friedenstrasse 26, 9400 Vaduz  
Tel. +423 236 41 11, www.vontobel.li

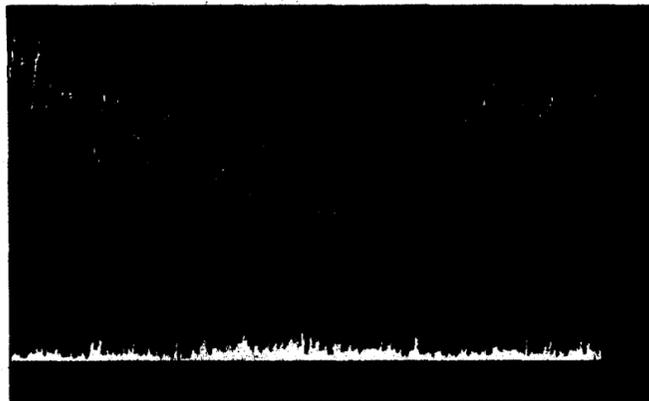
LAFV-GASTBEITRAG

## Das Geschäft mit der Schönheit

LAFV-Gastbeitrag von Ruedi Flickiger, AFM Advanced Fund Management AG

Immer mehr Frauen achten auf ihr Aussehen. Gemäss einer deutschen Studie der TDW legen 77 Prozent der Frauen Wert auf ein gepflegtes Aussehen. Für inzwischen 46 Prozent der Frauen gehören Lippenstift und Lidschatten zum Erscheinungsbild dazu. Damit hat der Kosmetikmarkt bei der weiblichen Käuferschaft einen sehr hohen Stellenwert. Betrachtet man den gesamten Kosmetikmarkt, so kann man diesen in zwei Segmente unterteilen: die dekorative und die pflegende Kosmetik.

Unter der pflegenden Kosmetik werden Produkte wie Tagescreme, Nachtcreme, Reinigungsmilch, Gesichtswasser und Waschlotionen eingeordnet. Bei 68 Prozent aller Konsumentinnen wird täglich eines dieser Produkte verwendet. Rund 84 Prozent aller Frauen benutzen mehrmals pro Woche pflegende Kosmetik. Im Segment der dekorativen Kosmetik (Prestigekosmetik) fallen Produkte wie Lippenstift, Lidschatten, Nagellack und Make-up. Rund 33 Prozent der Frauen wenden täglich eines oder mehrere dieser Produkte an. Über 50 Prozent aller Frauen benutzen mehrmals pro Woche dekorative Kosmetik. Auffallend ist auch, dass für 46 Prozent der Frauen zu einem gepflegten Aussehen Lippenstift und Lidschatten dazu gehören. Immer mehr Konsumentinnen verwenden die dekorative Kosmetik. Der Altersschwerpunkt dehnt sich aus. Entsprechend ist der Zugewinn bei den jüngeren Konsumentinnen wie Lehrlinge, Schülerinnen und Studentinnen, welche überproportional vertreten sind.



Ruedi Flickiger: «Im Kosmetiksegment bevorzugen wir Estée Lauder.»

Der Kosmetikmarkt wird weltweit weiter mit rund drei Prozent jährlich wachsen. Dabei gibt es nach wie vor grosse regionale Unterschiede. In Europa wird aufgrund des restriktiven Käuferverhaltens die Entwicklung des Konsumgütermarktes eher leicht gedämpft. Höhere Wachstumsraten sind für Amerika, Australien und Asien zu erwarten. Ein starkes Wachstum im zweistelligen Prozentbereich konnte in diesem Segment Russland verzeichnen. Allgemein zeigen die osteuropäischen Länder derzeit einen grösseren Bedarf an Kosmetikartikeln auf.

Im Kosmetiksegment bevorzugen wir Estée Lauder. Dieses Unternehmen ist relativ unabhängig von Modetrends. Zudem verfügt Estée Lauder über ein breites Markenportfolio. Das Portfolio umfasst 21 Marken. Davon werden 37 Prozent ausserhalb der USA verkauft. Weltweit unterhält Estée

Lauder über 20 000 Verkaufsstellen in mehr als 130 Ländern. Über 80 Prozent des Umsatzes in den USA werden in Warenhäusern erwirtschaftet. Gemessen am Gesamtumsatz liegt dieser Anteil allerdings bei weniger als 40 Prozent.

Estée Lauder unterzieht sein gesamtes Produkteportfolio einer Verjüngungskur, um damit die Attraktivität für eine jüngere Käuferschaft zu erhöhen. Estée Lauder kontrolliert in den USA derzeit gegen 50 Prozent des Marktes im Bereich der Prestigekosmetik. Hier wird jedoch ein zunehmender Konkurrenzdruck durch Kosmetikunternehmen wie L'Oréal und Procter & Gamble aufgebaut. Zur Erweiterung des Prestigekosmetiksegmentes hat Estée Lauder kürzlich einen Vertrag mit dem Designer Tom Ford unterzeichnet, der bereits die Gucci Group wieder zum Erfolg geführt hat. Tom Ford wird mit der Entwicklung von Beauty-Produkten

für ein jüngeres Publikum beauftragt. Eine Steigerung in diesem Segment dürfte sich sicherlich günstig auf die Umsätze von Estée Lauder auswirken und den Marktanteil bei den jüngeren Kunden steigern.

In unserem Aktienfonds AFM Global First Selection Fund bevorzugen wir Estée Lauder. Wir sind überzeugt, dass der weltweite Trend für Kosmetikprodukte weiter anhalten wird.

Zum Schluss noch ein Zitat eines französischen Schriftstellers: «Es ist ein Irrtum anzunehmen, die Frauen machten sich schön, um die Männer zu erfreuen. In Wahrheit tun sie es bloss, um andere Frauen zu ärgern.» Marcel Aymé (1907-1967).

Verfasser: Ruedi Flickiger, AFM Advanced Fund Management AG.

Die alleinige inhaltliche Verantwortung für diesen Beitrag liegt beim Verfasser.

ANZEIGE

**PanAlpina Sicav**  
Alpina V

Preise vom 25. April 2005

**Kategorie A (theosaurierend)**  
Ausgabepreis: € 51.90  
Rücknahmepreis: € 50.82

**Kategorie B (ausschüttend)**  
Ausgabepreis: € 49.80  
Rücknahmepreis: € 48.78

Zahlung in Liechtenstein:  
Swissfirst Bank (Liechtenstein) AG  
Astrasse 61, Postfach, FL-9480 Vaduz