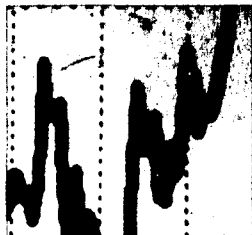




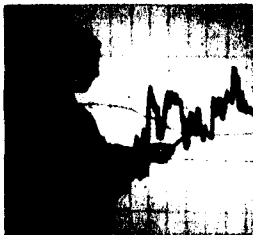
ÜBERNAHME
Warum der Hexagon-Boss wegen des neuen Angebotes an Leica seinen Schuh anknabbern musste. **13**



GESPRUNGEN
Warum die Leica-Aktie gestern an der Börse einen Kurssprung gemacht hat und was die Analysten sagen. **13**



FRAUEN-BIER
Warum Bierbrauer vermehrt auf Frauen als Biertrinkerinnen setzen wollen und wie sie es erreichen wollen. **14**



GEHANDELT
Aktien, Devisen und Obligationen: Wie sich die Kurse an der Börse in Zürich gestern entwickelt haben. **16**

VOLKSBLATT NEWS

Die Sonne fehlt noch

Ölpreis fällt leicht zu Wochenbeginn

NEW YORK – Der Ölpreis ist am Montag leicht gefallen, nachdem er in der vorigen Woche an fünf Tagen hintereinander auf Rekordstände geklettert war. Im Computerhandel an der New Yorker Warenterminbörse fiel der Preis am Montag um 47 US-Cent auf 66.39 Dollar pro Barrel. Am Freitag hatte Öl der Sorte Light Sweet Crude um 1.06 Dollar teurer bei 66.86 Dollar geschlossen, nachdem im Handelsverlauf sogar 67.10 Dollar erreicht worden waren.



Als Grund für den Rückgang nannten Marktbeobachter die gesunkene Angst vor neuen Raffinerieausfällen in den USA, nachdem es am Wochenende keine neuen Berichte über Probleme gegeben hatte. In der vorigen Woche waren zahlreiche Störungen von US-Raffinerien bekannt geworden. Daraufhin hatten viele Marktteilnehmer vorsorglich Öl und Fertigprodukte gekauft, weil eine Versorgungslücke vor allem bei Benzin nicht mehr ausgeschlossen schien. Auch die Krise um das iranische Atomprogramm trieb die Preise. Die Treibstoffpreise in Deutschland verharrten unterdessen in der Nähe des Rekordniveaus und lagen laut ARAL-Konzern am Montag bei 1.30 Euro für einen Liter Superbenzin und 1.13 Euro für einen Liter Diesel. (AP)

Telecom FL Mobile und Orange (Liechtenstein) lancieren gemeinsame Produkte

VADUZ – Telecom FL Mobile und die Orange (Liechtenstein) gehen gemeinsame Wege in der mobilen Kommunikation. Der Start erfolgt eigentlich bei Null, jedoch sind die Ziele hoch. Man will zur Nummer eins in Liechtensteins Mobilfunkmarkt werden.

• Peter Kündig

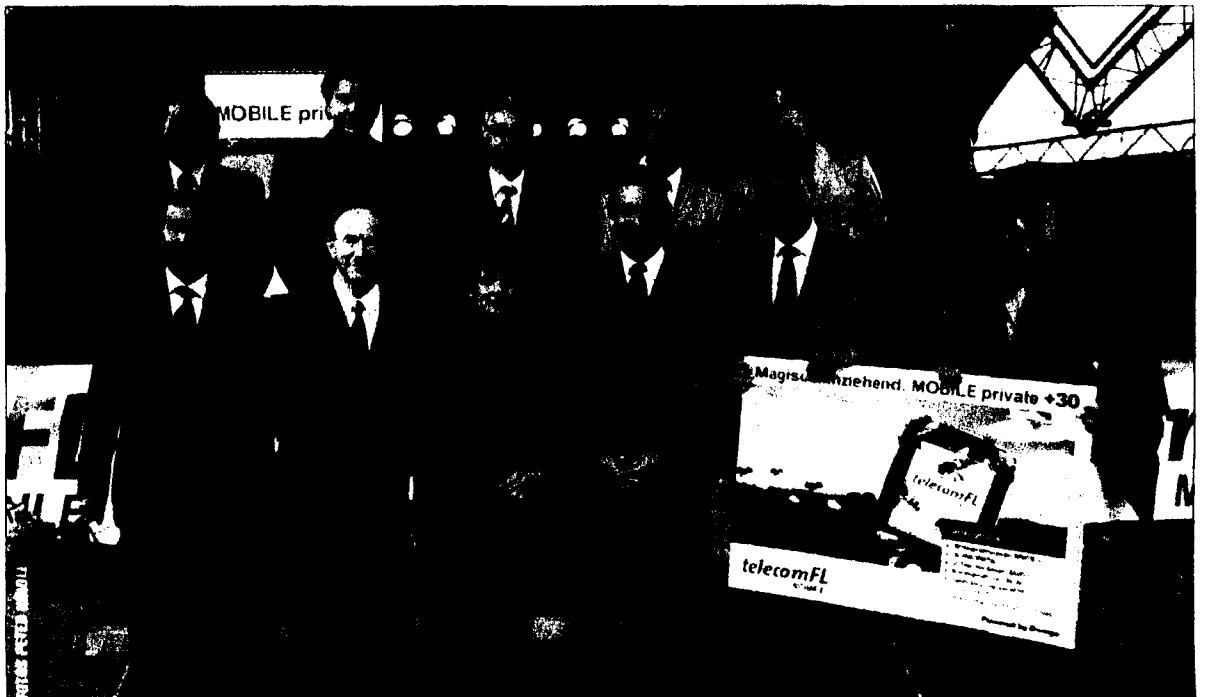
«Magisch anziehend» sollen die Einstiegsangebote «powered by Orange» sein: Anziehend müssen sie sicherlich sein, denn die Witterungsbedingungen am gestrigen Staatsfeiertag, als die Produkte der Öffentlichkeit vorgestellt wurden – verlangten in der Tat nach was Wärmendem.

Gemeinsame Dienstleistungen

Telecom FL und Orange Liechtenstein wollen ihren Kunden ab sofort in Liechtenstein gemeinsame Dienstleistungen anbieten. Pünktlich zum Staatsfeiertag wurden Produkte gezeigt, die mit «massgeschneiderten Abonnements überzeugen» sollen. Die neuen Produkte sollen speziell auf die Ansprüche der liechtensteinischen Kunden zugeschnitten sein. Die Verantwortlichen bei Telecom FL und Orange Liechtenstein sind von ihrem gemeinsamen Baby überzeugt. «Besonders niedrige Tarife in Liechtenstein, keine zusätzlichen Roamingkosten in der Schweiz, freie Gesprächsminuten in Liechtenstein und der Schweiz sind die herausragenden Besonderheiten der neuen Produkte», lautete die Werbetrommel auf der Vaduzer Marktplatzgarage am gestrigen Volksfest.

Auf Orange-Netz

Die attraktiven neuen Angebote für Privat- und Geschäftskunden, Mobile active, Mobile private und



Gruppenbild mit gemeinsamem Baby: Die Verwaltungsräte von Telecom FL und Orange Liechtenstein.

Mobile extra, basieren auf dem bestehenden Netz der Orange (Liechtenstein) AG. Dies verwundert nicht sonderlich, denn in der Vergangenheit bot Telecom FL keine eigenen Produkte im Mobile-Bereich an (es wurden nur Swisscom-Produkte vertrieben) und die Orange (Liechtenstein) konnte seit dem Einzug nach Liechtenstein ihren Kundenkreis – und somit die Auslastung des Netzes und der Infra-

struktur – kaum volumendeckend steigern.

Ein Baby nach Mass?

Die Geburtsstunde des TFL-Orange-Babys war minutiös geplant, die Anlagen des gemeinsamen Kindes peinlichst genau definiert, die Erziehung wollen beide Elternteile gemeinsam übernehmen. Beste Voraussetzungen also in der Marketingstrategie. Entscheidend wird ab dem heutigen Datum aber die Natur sein, nämlich der Endkunde. Er wird entscheiden, wie gross das TFL-Orange-Kind werden soll, ob es beliebt ist, ob man ihm Vertrauen schenkt und ob es zur Nummer eins werden kann. Die minutiöse Planung der Zeugung und Geburt ist zumindest gelungen. Einzig der strömende Regen stellte sich in den ersten Lebensminuten in das Licht des Erfolgs. Bleibt die Frage, wann und wie das Produkt die Sonne zu Gesicht bekommt.



Wollen mit gemeinsamem Angebot überzeugen: TFL-VR-Präsidentin Cornelia Gassner und Orange-CEO Andreas Wetter.

KEINE FERIEEN FÜR DIE LAST-MINUTE-PRÄMIEN BEI CITROËN.

<p>CITROËN C2 PRÄMIE BIS ZU FR. 4'000.-*</p>	<p>CITROËN C3 PLURIEL PRÄMIE BIS ZU FR. 5'000.-*</p>	<p>CITROËN C3 PRÄMIE BIS ZU FR. 6'000.-*</p>	<p>CITROËN C4 COUPE PRÄMIE BIS ZU FR. 6'500.-*</p>	<p>CITROËN C5 LIMOUSINE PRÄMIE BIS ZU FR. 8'000.-*</p>
--	--	--	--	--

www.citroen.ch

NICHTS BEWEGT SIE WIE EIN CITROËN. **CITROËN**

*Empfohlene Verkaufspreise. Die Angebote gelten für alle zwischen dem 1. und 31. August 2005 verkauften und immatrikulierten Fahrzeuge. Beispielsweise: C2 1.4i Exclusive, SensoDrive, 75 PS, 3 Türen, Fr. 21'990.-, Prämie von Fr. 4'000.-; Verbrauch gesamt 5.9/100km; CO₂ Emission 141 g/km; Treibstoffverbrauchskategorie C; C3 1.6-16V HDI Exclusive, 92 PS, 5 Türen, Fr. 27'480.-, Prämie von Fr. 6'000.-; gesamt 4.4/100km; CO₂ 118 g/km; Kategorie A; C3 Pluriel 1.6i-16V, SensoDrive, 110 PS, 3 Türen, Fr. 29'290.-, Prämie von Fr. 5'000.-; gesamt 6.6/100 km; CO₂ 157 g/km; Kategorie C; Citroën C4 Coupé 2.0-16V HDI VTS, 6-Gang, FAP, 138 PS, 3 Türen, Fr. 37'450.-, Prämie von Fr. 6'500.-; gesamt 5.4/100 km; CO₂ 142 g/km; Kategorie A / Euro IV; C5 Limousine 3.0 V6 Exclusive, Autom., 210 PS, 5 Türen, Fr. 51'720.-, Prämie von Fr. 8'000.-; gesamt 10.1/100 km; CO₂ 238 g/km; Kategorie E. Durchschnitt CO₂ aller angebotenen Fahrzeugmodelle 200 g/km. Weder Nachlass noch Promotion auf Höchstpreis. Angebote gültig für Privatkunden; nur bei den an der Aktion beteiligten Händlern. CITROËN empfiehlt TOTAL.