

SCHWEIZ

Kanada bestellt bei Oerlikon Contraves

MONTREAL – Kanada hat der Schweizer Waffenfirma Oerlikon Contraves den Auftrag für die Entwicklung neuer gepanzelter Fahrzeuge erteilt. Diese würden für die Armee benötigt, teilte der kanadische Verkehrsminister Bill Graham am Donnerstag mit.

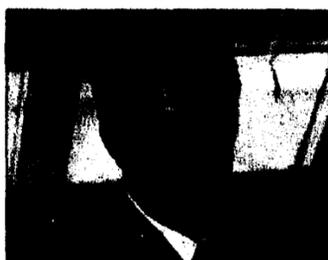
Die kanadische Filiale von Oerlikon Contraves soll in einer ersten Phase des Projekts einen Prototyp des gepanzerten Fahrzeugs entwickeln. Dieser Teil des Auftrags beläuft sich auf 100 Millionen kanadische Dollars (entspricht 100 Millionen Franken).

Insgesamt umfasst der Auftrag 750 Millionen Dollar und beinhaltet die Lieferung von 33 Fahrzeugen bis 2010. (sda)

Cassis-de-Dijon-Prinzip soll beschränkt Anwendung finden

BERN – Der Bundesrat will im Handel mit der EU nur beschränkt auf das Cassis-de-Dijon-Prinzip setzen. Er möchte auch künftig vor allem auf einheitliche Produktvorschriften setzen und damit für möglichst viele Produkte den Marktzugang in die EU aushandeln, wie das Eidgenössische Volkswirtschaftsdepartement gestern mitteilte. Nur wo dies nicht möglich ist, soll das so genannte Cassis-de-Dijon-Prinzip zur Anwendung kommen. Der Bundesrat strebt dabei eine autonome Anwendung an, die jedoch nicht für alle Produkte aus der EU gelten soll. Das Prinzip soll nur für jene Waren gelten, für die in der Schweiz und in der EU unterschiedliche technische Vorschriften bestehen. Verworfen wurde die Option, sich vertraglich mit der EU auf eine umfassende und gegenseitige Anwendung des Handelsprinzips zu einigen. (AP)

MEINE MEINUNG: VON ROLAND MATT

Das Produkt muss passen**Privatanleger haben schier unbegrenzte Möglichkeiten – und die Qual der Wahl**

Roland Matt, Bereichsleiter Investment Services bei der Liechtensteinischen Landesbank AG

Anleger wollen von der Entwicklung der internationalen Finanzmärkte möglichst profitieren. Das liegt in der Natur der Sache. Weil sich beispielsweise Aktien- oder Obligationenpreise nicht konstant nach oben bewegen, sondern auch Seitwärtsbewegungen oder Rückschläge auftreten können, stellt sich für den Investor aber die Frage, wie sich solche Marktsituationen opti-

mal nutzen lassen. Ein relativ junges und modernes Instrument dazu sind die so genannten strukturierten Produkte.

Die Vielfalt und das Volumen strukturierter Produkte wachsen derzeit rasant. Privatanleger haben Möglichkeiten wie früher nur institutionelle Investoren. Bereits für kleine Anlagebeträge stehen verschiedene Instrumente zur Auswahl. Übrigens: Ein strukturiertes Produkt ist im Grundsatz ein Finanzprodukt, bei dem Basisanlagen wie Aktien oder Obligationen mit einem Derivat kombiniert und zu einem eigenständigen Produkt verknüpft werden.

Beliebt sind Zertifikate mit Kapitalschutz. Sie garantieren die Rückzahlung des investierten Kapitals und nehmen an der Kurssteigerung zum Beispiel eines Aktienkorbes teil. Gefragt sind auch Produkte, die in seitwärts tendierenden Mär-

ten besser abschneiden als Aktien: Discount-Zertifikate entsprechen einer Aktie mit Rabatt und Deckel. Und die so genannten «reverse convertibles» werfen trotz tiefer Marktzinsen einen hohen Coupons ab – jedoch mit dem Risiko, bei Fälligkeit statt des Nominalbetrages Aktien mit Kursverlust zu erhalten.

Angeboten wird nicht nur eine breite Palette von Instrumenten, sondern auch eine riesige Auswahl an Basiswerten. Auf fast alle Güter, die man im täglichen Leben braucht, lässt sich direkt oder indirekt ein strukturiertes Produkt erwerben. Es finden sich Instrumente, die den Verlauf des Kurses von Rohstoffen wie Benzin, Orangensaft, Weizen, Lebewild oder Blei nachzeichnen. Über Indexzertifikate kann sich der Anleger in türkischen, indischen und chinesischen Aktien engagieren oder an der

Wertentwicklung eines Hedge-Fund-Index teilnehmen.

Der Markt für strukturierte Produkte bietet ein breites Produktsortiment und beinahe unbegrenzte Möglichkeiten. Ob der Anleger nun konservativ, ertragsorientiert oder spekulativ investieren will. Der Investor kann also nicht nur bei steigenden Aktienmärkten verdienen, sondern auch in einem lethargischen Börsenumfeld oder während einer Baisse eine attraktive Rendite erwirtschaften.

Bei aller Euphorie darf man einen Grundsatz allerdings nicht vergessen, der überall im Anlagegeschäft gilt: Höhere Renditen können nur mit höherem Risiko erzielt werden. Entscheidend für den Erfolg im Umgang mit strukturierten Produkten dürfte sein, dass die ausgewählten Produkte zum Anlegerprofil passen und mit der Markterwartung übereinstimmen.

Leica geht nach Schweden**Übernahme von Leica Geosystems durch Hexagon geglückt**

ZÜRICH – Die schwedische Hexagon hat ihr Ziel erreicht und ist neuer Mehrheitsaktionär bei Leica Geosystems. Das verbesserte Angebot hat den Aktionären gefallen. Über 70 Prozent der Aktien wurden angedient, wie Hexagon gestern Abend mitteilte.

Detaillierte Angaben will der schwedische Technologiekonzern am Montag machen. Hexagon bot den Leica-Aktionären 440 Franken in bar sowie fünf eigene B-Aktien, zum Schlusskurs von gestern also insgesamt 594.50 Franken. Die Leica-Aktien notierten bei Börsenschluss bei 578.00 Franken, der Börsenwert lag damit über 1,3 Milliarden Franken.

Die Mitbieterin, die amerikanische Danaher, hatte sich letzte Woche aus dem Rennen um Leica verabschiedet. Danaher war in den Bieterstreit um Leica eingestiegen, nachdem Hexagon Ende Juni eine erste Offerte lanciert hatte. Die Amerikaner wurden vom Leica-Verwaltungsrat als weisse Ritter empfangen. Nachdem Hexagon die nun akzeptierte Offerte vorlegte, krebten sie zurück und verhielten sich «neutral».

In einer Reaktion auf das erste Angebot der Schweden hatte das Leitungsgremium die industrielle Logik eines Zusammenschlusses in



Das Schweizer Vermessungstechnikunternehmen Leica Geosystems wird nach Schweden verkauft.

Frage gestellt. Die Hexagon-Strategie stelle für Leica einen Rückschritt in die 80er-Jahre dar, hiess es damals.

Das erste Angebot von Hexagon lag bei 440 Franken je Aktie, was

einem Aufschlag von über 20 Prozent gleichkam. Danaher übertrumpfte den Preis Ende Juli und bot 500 Franken. Hexagon legte noch fünf eigene B-Aktien drauf. Nicht nur die Aktionäre gaben dem

Hexagon-Angebot den Vorzug, sondern auch die Arbeitnehmer. Der Hexagon-Chef gab in Gesprächen mit Arbeitnehmervertretern eine weitgehende Garantie für die bisherigen Arbeitsbedingungen ab. (sda)

SCHWEIZ

Produktivitätswachstum abgebrems

BASEL – Die Produktivität der Schweizer Erwerbstätigen hat im zweiten Quartal 2005 weiter zugenommen. Das Wachstum fiel aber schwächer aus als im Vorquartal.

Der von BAK Basel Economics im Auftrag der Nachrichtenagentur sda berechnete Stundenproduktivitätsindex stieg gegenüber dem Vorquartal saisonbereinigt um 0,2 Prozent. Der Index erreichte den Stand von 116,7 Punkten (1994 = 100 Punkte). Im ersten Quartal hatte der Produktivitätszuwachs revidiert 0,4 Prozent betragen, wie BAK Basel Economics gestern bekannt gab.

Die Abschwächung im zweiten Quartal sei aber nicht Ausdruck ei-

ner schwächeren Wirtschaftslage, halten die Basler Ökonomen fest. So sei der Anstieg des realen Bruttoinlandsprodukts (BIP) im zweiten Quartal von einer leichten Zunahme der Beschäftigtenzahl begleitet gewesen. Das sei ein Indiz dafür, dass sich die Erholung der Schweizer Wirtschaft weiter festige.

Im Vergleich zum Vorjahr ergab sich für das zweite Quartal ein Produktivitätswachstum von 1,3 Prozent, verglichen mit 1,8 Prozent im ersten Quartal. Die im Jahresvergleich deutliche Abschwächung des Produktivitätswachstums ist nach Einschätzung von BAK Basel Economics das Ergebnis einer sich langsam entspannenden Situation auf dem Arbeitsmarkt.

Für das dritte Quartal ist mit einem leicht beschleunigten Produk-

tivitätswachstum zu rechnen. Die Zahl der eingesetzten Arbeitsstunden dürfte vorerst aber nicht zunehmen. Erst im vierten Quartal rechnet BAK Basel Economics mit einem sich beschleunigenden Wirtschaftswachstum bei gleichzeitiger Zunahme der Beschäftigung. (sda)

Swisscom will deutlich wachsen

GENÈ – Angesichts des schrumpfenden Kerngeschäfts will die Swisscom in verwandten Bereichen massiv wachsen, etwa im Geschäft mit Kundenkarten oder Inkasso. Im Ausland sind TV- und Radio-Sendeanlagenbetreiber im Visier. «Wir verfolgen einen klaren Wachstumskurs»,

sagte der neue Chef der nicht zum angestammten Telekommunikationsgeschäft gehörenden verwandten Bereiche, Jürg Rötheli, am Freitag vor den Medien in Genf. Die Accarda, welche aus der Zusammenlegung der Billag und der Billag Card Systems am 1. Juli entstand, sei bereits bei den Kundenkarten die Nummer eins in der Schweiz und solle weiter Gas geben.

Zwar würden schon Grossunternehmen wie Shell, Migrol, Esso, Manor, Möbel Pfister oder Media Markt ihre Kundenkarten von Accarda betreuen lassen. Aber die beiden «orangenen Riesen» Migros und Coop betrieben ihre Kundenkarten M-Cumulus beziehungsweise Supercard noch in eigener Regie. (sda)