

«Das Wasser geht uns vor dem Öl aus»

Die Wassernutzung ist seit Jahrzehnten ein Haupttreiber des Wirtschaftswachstums. Doch nun sei ein Umdenken im Umgang mit Wasser nötig, forderte Nestlé-Verwaltungsratspräsident Peter Brabeck-Letmathe im April im Hotel Widder. «Wir müssen weg von der Ressourcenmobilisierung und hin zu mehr Ressourceneffizienz.»

«Wenn wir so weitermachen wie bisher, wird uns weltweit das nutzbare Wasser in wenigen Jahren ausgehen – und zwar lange vor dem Öl.» Mit dieser für viele Zuhörer überraschenden Aussage leitete Peter Brabeck-Letmathe sein Referat ein. Der Nestlé-Verwaltungsratspräsident betonte, dass aufgrund der Schlüsselrolle des Wassers für Wirtschaftswachstum und Wohlstand ein Umdenken unumgänglich sei. «1950 haben wir ein Drittel der weltweit verfügbaren Wassermenge entzogen, 2005 waren es schon 4500 Kubikkilometer – doch der Welt stehen nur 4200 Kubikkilometer Süsswasser nachhaltig zur Verfügung. Sonst sinken Grundwasserspiegel und trocknen Seen und Flüsse aus», sagte Peter Brabeck-Letmathe. «Der Grossteil dieses Süsswassers wird in der Landwirtschaft zur Nahrungsmittelproduktion verwendet.» Ohne Umdenken werde der Bedarf bis ins Jahr 2030 auf 6900 Kubikkilometer ansteigen. Der resultierende Wasserengpass berge das Risiko einer weltweiten Nahrungsmittelknappheit. Um dieses Szenario zu verhindern, braucht es gemäss Peter



Peter Brabeck-Letmathe: «Lebensmittel sind für Menschen, nicht Mittel fürs Auto.»

Brabeck-Letmathe einen Paradigmenwechsel. «Wir müssen weg von der Ressourcenmobilisierung hin zu mehr Ressourceneffizienz.»

Auf die Frage, ob mit der Entsalzung von Meerwasser das Problem des künftig fehlenden Wassers gelöst oder zumindest entschärft werden könne, meinte Peter Brabeck-Letmathe entschieden: «Nein. Um 1000 Liter Wasser zu entsalzen, benötigt man zwei bis drei Liter Öl, zur Produktion eines Liters Öl braucht es 9100 Liter Wasser. Das ist genauso wenig effizient oder nachhaltig, wie Lebensmittel zur Produktion von Biodiesel einzusetzen: Lebensmittel sind für Menschen, nicht Mittel fürs Auto.»

Der Schlüssel zum Erfolg sei vielmehr, dem Wasser einen Preis zu geben. Nur wenn das Wasser in un-

terschiedlichen Situationen einen adäquaten Preis aufweise, steige die Effizienz. Es gebe übrigens vereinzelte Modelle, wo das schon längst funktioniere. Beispielsweise Aflaj in Oman: Trinkwasser aus den Bergen ist am Eingang der Dörfer frei zugänglich. Auch für die Verwendung für zeremonielle Waschungen in der Moschee sowie die tägliche Hygiene ist das Wasser gratis. Wer anschliessend das Wasser nutzen will, etwa um die Felder zu bewässern, muss Nutzungsrechte erwerben.

Das müsse Schule machen, meinte Brabeck-Letmathe. «Doch bis es weltweit handelbare Nutzungsrechte gibt, braucht es wohl noch Jahrzehnte. Dies ist zudem nicht die Aufgabe Privater. Es braucht die gesamte Gesellschaft mit dem Staat in der Führungsrolle.» ■

Fidelity China Consumer Fund

Lust auf Konsum?

Profitieren auch Sie vom neuen Konsumzeitalter in China.





Liebe Mitglieder und Freunde des Efficiency Club Zürich, sehr geehrte Damen und Herren

Wir dürfen einmal mehr Bilanz ziehen – und wir scheuen uns nicht, stolz zu sein, dass wir es mit Vergnügen tun. Selbstverständlich sind Sie es mit Ihrer Treue, Ihrem Interesse und Ihrer Unterstützung, die uns zu dieser positiven Aussage befähigen.

gen. Motivation ist immer noch die beste Antriebsfeder für einen unternehmerischen Geist.

Die Mitgliederzahl hat sich gesteigert und beläuft sich auf rund 1500 Members. Hinzu kommen zahlreiche Sympathisanten, die mit erstaunlicher Regelmässigkeit unsere Veranstaltungen besuchen. Sie noch fester an uns zu binden, ist unsere Aufgabe. Ihnen allen sei ein herzlicher Dank ausgesprochen! Wir sind mit grossem Engagement bemüht, die illustre Namensliste unserer qualifizierten Referenten und Diskussionsteilnehmer zu verlängern und zu optimieren. Dass wir uns stets auf hohem Niveau halten, steigert die Popularität und somit auch das Interesse der Sponsoren.

Mit Freude darf ich erwähnen, dass die Raiffeisenbank uns ihre Unterstützung für die nächsten fünf

Jahre zugesichert hat. Dank gebührt auch allen weiteren Sponsoren, die uns die anspruchsvolle Arbeit erleichtern und mit ihrem guten Namen dem Efficiency Club seine erwiesene Wertbeständigkeit ermöglichen. Unsere hochkarätigen Gastreferenten sind stets von dem gegebenen Rahmen ihres Auftritts angetan. Wenn manche sogar ein zweites Mal zu uns kommen, dann kann man schon fast von einer freundschaftlichen Verbindung sprechen.

Ich wünsche Ihnen allen einen erfolgreichen Fortlauf dieses Jahres und freue mich auf jede Begegnung mit Ihnen.

Ihr
Guido Persterer, Präsident

EFFICIENCY-NEUMITGLIEDER

Seit August 2011 heissen wir folgende Neumitglieder im Efficiency Club Zürich herzlich willkommen.

■ Achhammer, Marc Zürich	■ Denzler, Irene Zürich	■ Konrad, Albert Zürich	■ Ruppanner, Christian St. Gallen
■ Annaheim, Sonja Uster	■ Driever, Oliver Zürich	■ Kronenberg, Jürg Zürich	■ Ryser, Roland Zürich
■ Arias, Roberto Wallisellen	■ Egli, Urs Zürich	■ Lammer, Heinrich Zürich	■ Steiger, Peter Andelfingen
■ Arpagaus, Markus Zürich	■ Erb, Susanna Zürich	■ Liechti, Martin Au	■ Steinberg, Barbara S. Baar
■ Bader, Kristian Zürich	■ Fankhauser, Marcel Zürich	■ Meier, Christoph G. Zürich	■ Stöckli, Beat Zürich
■ Barell, Thomas Zürich	■ Fasnacht, Daniel Zollikon	■ Michaeli, Martin Pfäffikon SZ	■ Stucki, Stefan Zürich
■ Baumgartner, Françoise Zürich	■ Fischer, Jeanette Zürich	■ Monnet, Geneviève Walchwil	■ Stutz, Thomas E. Zürich
■ Birchmeier, Daniel Zürich	■ Gönüler, İlhan Jonschwil	■ Neunkirchner, Christian Frauenfeld	■ Syz, Hans G. Zürich
■ Bizzarri, Sandra Richterswil	■ Griesser, Roman Zürich	■ Niggli, Claudia Zürich	■ Thakur-Weigold, Siegmund und Sarbani Zürich
■ Boss, Oliver Oberentfelden	■ Hauenstein, Rolf Rifferswil	■ Pfeiler, Markus Uster	■ Vollmer, Ulrich Zollikon
■ Bucher, Thomas Brugg	■ Herget, Joachim und Conny Neerach	■ Pfiffner, Mario Zürich	■ Vuolle, Risto und Danka Opfikon
■ Buhofer, Sophia Zürich	■ Hoffmann, Peer-J. Zollikon	■ Rehli, Christoph u. Kakar, Yogini, Dietlikon	■ Walser, Stephan Zürich
■ Czerny, Markus Zürich	■ John, Oliver Zürich	■ Rentsch, Vera Horgen	■ Ziegler, Joachim Zürich
■ Dahlberg, Christoffer Zürich	■ Kappeler, Jules Zürich	■ Richardson, Dagmar Horgen	■ Zwysig, Patrick Egg
■ Deigendesch, Thomas Zürich	■ Käser, Monica Gippingen	■ Rieger, Thomas Zürich	

«Keeping Up Leadership in Challenging Times»

Die Swiss setzt sich ein für eine Flughafenpolitik, die Perspektiven bietet für Arbeitsplätze im Schweizer Luftverkehr und für die Zukunft des Wirtschaftsstandortes Zürich. Wie die Airline diese Ziele erreicht, erzählte CEO Harry Hohmeister im Herbst 2011 im vollen Saal des Hotel Widder.

Das ehemalige Sorgenkind der Lufthansa-Gruppe ist zum eigentlichen Überflieger geworden: Die Rede ist von der nationalen Fluggesellschaft und LH-Tochtergesellschaft Swiss. Stolz verkündete Harry Hohmeister: «Unsere Airline ist zu einer der bestrentierenden Fluggesellschaften in der Airlinebranche geworden.» Das kommt nicht von ungefähr. Die Rahmenbedingungen waren für alle europäischen Airlines in den letzten Jahren ähnlich unvorteilhaft. Den Unterschied macht schliesslich die Führung. CEO Hohmeister hat sich diesbezüglich den Slogan «Keeping Up Leadership in Challenging Times» auf die Fahne geschrieben. Ohne den gesamten Inhalt seiner Strategie zu verraten, liess er sich immerhin ein paar Einzelheiten seines Erfolgskonzeptes entlocken: «Es ist von zentraler Bedeutung, ein Ziel zu haben, das funktioniert, realistisch ist und glaubhaft kommuniziert werden kann. Auf dieser Basis ist es dann für das Management möglich, Entscheidungen zu treffen, welche das Unternehmen weiterbringen.»

Grosse Investitionen

Die Zukunftsgestaltung spielt bei der Swiss innerhalb der Zielsetzungen eine entscheidende Rolle – und das kostet Geld. «Bis 2014 investieren wir beispielsweise 2,5 Milliarden Franken in eine modernere und vor allem umweltfreundlichere Flotte», berichtete Harry Hohmeister. Bis 2025 ist dann nochmals eine weitere Investitionstranche von insgesamt fünf Milliarden vorgesehen. Mit diesem Vorgehen wird es der Airline – gegenwärtig die achtgrösste Euro-



Harry Hohmeister: «Ziele müssen realistisch sein und glaubhaft kommuniziert werden.»

pas – gelingen, jedes Jahr zuzulegen. In Worten ausgedrückt heisst das: «Wir brauchen jährlich ein Wachstum von fünf Prozent, um konkurrenzfähig bleiben zu können.»

Als Premium-Airline positionieren

Der Swiss-CEO zählte zu den weiteren Zielen den Qualitätserhalt des Carriers. «Wir wollen die Position als beste Airline Europas nicht nur erhalten, sondern weiter ausbauen.» Auf die Frage eines Efficiency-Mitgliedes, wie er diese Vision verwirklichen wolle, kam die Antwort prompt: «Wir wollen die Swiss nun neu als Premium-Airline positionieren. Den Zeitpunkt dazu erachte ich als sehr gut.» Einen visuellen Auftakt dafür setzte die Swiss mit

dem neuen Logo. Und wer mit Swiss beispielsweise einen Langstreckenflug in der Business-Class geniessen darf, weiss aus eigener Erfahrung, was hohe Qualität ausmacht. Um das hohe Niveau halten zu können, setzt Harry Hohmeister auch auf gut geschultes Personal: «Jedes Jahr bilden wir rund 500 Mitarbeiter selbst nach unseren Kriterien und Bedürfnissen aus.» Generell fasste der CEO zusammen: «Wir müssen nicht nur nach vorne schauen, sondern auch nach vorne denken, wie das unsere Mitbewerber von Emirates machen oder chinesische Fluggesellschaften.» Keine Frage: Harry Hohmeister weiss, wohin er die Swiss führen will – damit sie weiterhin der Überflieger in der Airlinebranche bleibt. ■



Private Vermögensberatung

Raiffeisenbank Zürich, Geschäftsstelle Kreuzplatz, Zeltweg 93, 8032 Zürich
Telefon +41 43 244 83 60, kreuzplatz@raiffeisen.ch

www.raiffeisen.ch/kreuzplatz

RAIFFEISEN

Mobilität ja – Lärm nein

Der Flughafen Zürich befindet sich im stetigen Spannungsfeld von unterschiedlichen Interessen: Jeder will Mobilität, aber keinen Lärm. Wie Thomas Kern, CEO der Flughafen Zürich AG, mit dieser Herausforderung umgeht und welche Projekte für die Zukunft anstehen, erzählte er Anfang Februar 2012 im Hotel Baur au Lac.

Es gibt kaum jemanden, der sich gegen einen gut funktionierenden Flugbetrieb stark machen würde. Die Devise lautet: «Fliegen ja, aber bitte schön ohne Lärm.» So lässt sich der Interessenkonflikt um den Flughafen Zürich vereinfacht auf einen Nenner bringen. Bei genauerer Betrachtung steht die Erfüllung des Konzessionsauftrags – eben die Mobilität – dieses Unternehmens in einem Spannungsfeld mit Bedürfnissen nach Ruhe, aber auch Sicherheit und selbstverständlich Wirtschaftlichkeit. Flughafen-CEO Thomas Kern sieht sich diesbezüglich einer grossen Herausforderung gegenüber, die er bis jetzt gut gemanagt hat. Das «Schweizer Tor zur Welt» beschäftigt rund 1500 Mitarbeiter, fertigte im letzten Jahr 23 Millionen Passagiere ab und erwirtschaftete einen Gewinn von 138 Millionen

Franken. Damit stellt der Flughafen Zürich einen wichtigen Wirtschaftsmotor für Zürich, aber auch für die Schweiz dar.

Hohe direkte Wertschöpfung

«Das soll auch so bleiben», versicherte Kern vor rund 200 versammelten Efficiency-Club-Besuchern. Die direkte Wertschöpfung aus dem Flughafen beträgt pro Jahr über fünf Milliarden Franken – ein Wirtschaftsfaktor, auf den niemand verzichten kann. Zu diesem Resultat tragen neben den am Airport ansässigen Geschäften, Restaurationsbetrieben sowie dem Homecarrier Swiss 67 weitere Fluggesellschaften bei, welche ab Zürich 179 Destinationen in 70 Ländern anfliegen. Diesbezüglich ist es für Thomas Kern wichtig, dass der momentane Flugbetrieb mög-

lichst in dieser Form erhalten bleibt und eine gute politische Lösung mit Deutschland gefunden werden kann. «In dieser Sache vertraue ich dem diplomatischen Geschick von Bundesrätin Doris Leuthard», gab sich Kern zuversichtlich. Noch nicht gelöst ist jedoch die Frage, wie sich der Airport bis 2020 verhalten soll und kann, wenn die Kapazitätsgrenze des Flugbetriebs erreicht sein wird.

Grossprojekt «The Circle»

Was dem 59-jährigen CEO besonders wichtig ist: «Unser Flughafen braucht Handlungsspielraum, um den Grundauftrag der Mobilität zu erfüllen – dies bei maximaler Sicherheit und minimaler Lärmbelastung.» Grossgeschrieben wird ferner der Dienst am Kunden respektive Passagier. Darum wird beispielsweise der Terminal 2 bis 2015 für 220 Millionen Franken erneuert. Und das wohl grösste Projekt heisst «The Circle» und wird von 2013 bis 2017 realisiert. «The Circle» – die Investition dafür beträgt eine Milliarde Franken – wird der erste globale Ort mit der Ambiance einer Kleinstadt und den Synergien einer Grossstadt. Direkt beim Flughafen gelegen, wird sich den Besuchern die ideale Angebotsmischung bieten – und das in einer durchdachten Infrastruktur. Thomas Kern zeigte sich begeistert: «The Circle bietet den neuen Wachstumsmärkten eine ideale Plattform und gibt multinationalen Unternehmen die Chance, die Synergien einer durchdachten Infrastruktur zu nutzen!» Denn der kompakte, leicht zugängliche Komplex aus sieben eigenständigen Modulen wartet auch mit ausgezeichneten Hotels auf. Dazu gehören ferner Kongress- und Eventräume, Gastronomiebetriebe sowie ein Gesundheits- und Schönheitszentrum samt ambulanter Klinik. Abschliessend ergänzte Kern: «Mit dieser Erweiterung beschreiten wir den Weg der Zukunft. Die Passagiere von morgen benötigen nicht nur exzellente Flugverbindungen, sondern auch eine attraktive, moderne Infrastruktur am Boden.» ■



Thomas Kern prognostizierte: «2020 wird die Kapazitätsgrenze des Flughafens erreicht sein.»

A STAR ALLIANCE MEMBER

SWISS Business:
Ausgezeichneter Komfort
auf allen Langstrecken.
SWISS.COM

Wir Schweizer sind
ein bequemes Volk.

Our sign is a promise.

 **SWISS**



Jens Korte: «Den USA fehlt das Wachstum.»

Amerika – wie weiter?

Die USA tun sich wirtschaftlich schwer. Das Land wird vermehrt belächelt und bemitleidet und immer weniger bewundert. Zum Thema «Amerika – was nun?» vermittelte Jens Korte, der bekannte Wallstreet-Korrespondent des Schweizer Fernsehens, Mitte November seine Eindrücke und Einschätzungen vor 350 versammelten Efficiency-Club-Besuchern im Zürcher Lake Side.

Die USA waren über Jahrzehnte das Mass aller Dinge. Hollywood, Bluejeans, die grosse Freiheit, Highway 66, Wallstreet, Coca-Cola, General Electric, Microsoft oder Apple – Amerika war das grosse Vorbild. Heute ist das Land wohl auf seinem Zenit angekommen. Seit dem Platzen

der Internetblase, gefolgt von den Terroranschlägen und einer gewaltigen Finanzkrise, sind die USA zunehmend unter Druck geraten. Der Wirtschaftsmotor stottert, und politisch ist unklar, wie es nach den Wahlen im November 2012 weitergehen wird.

Mit diesen Themenbereichen befasst sich der bekannte Fernsehkorrespondent Jens Korte täglich. Obwohl er den Amerikanern für 2011 ein sehr starkes Börsenjahr attestierte, zog er wirtschaftlich gesehen eine sehr durchgezogene Bilanz: «Den USA fehlt das Wachstum: Ausser bei der Grossen Depression während des Zweiten Weltkrieges verzeichnete Amerika immer Wachstum. Bis zum Jahr 2009. Dann erfolgte der grosse Knick, von dem sich das Land bis

heute nicht erholt hat. Eine solche lang anhaltende Negativentwicklung gab es in den USA bisher noch nie.»

Wirtschaft und Wahlen

Das Problem ortete Korte darin, dass die Industrie in den Staaten schrumpfe und viele Produktionen nach China und in andere asiatische Länder ausgelagert worden seien. Dieser Trend müsse gestoppt werden – je früher desto besser: «Die Amerikaner müssen dringend neue Industrien entwickeln und Produkte wieder mehrheitlich selbst herstellen», meinte er. Dann bleibe der Dollar im Land, und es entstünden neue Arbeitsplätze. Besonders Letzteres ist wichtig für Barack Obama, wenn er die Wahlen gewinnen will. Jens Korte begründete: «Gegenwärtig bewegt sich die offizielle Arbeitslosenquote um die neun Prozent, inoffiziell liegt sie sogar bei sechzehn Prozent, was enorm ist. Dieser Wert spricht gegen den amtierenden US-Präsidenten. Gemäss den statistischen Unterlagen wurde seit Roosevelt nie mehr ein Präsident wiedergewählt, wenn die Arbeitslosenquote bei sieben oder mehr Prozent lag.» Ob allerdings ein Mitbewerber wie Mitt Romney bessere Wahlchancen hat, liess Jens Korte mit dem Hinweis offen, dass in der Vergangenheit auch noch nie ein Mormone gewählt wurde.

Entwicklung des Euros

Als Journalist mit hoher Affinität zu Börsen-, Finanz- und Währungsthemen äusserte sich der gebürtige Deutsche, der zusammen mit seiner Frau und ihrem gemeinsamen Sohn in Brooklyn lebt, auch zum Dauerbrenner «Euro». Gleich mehrere Anwesende aus dem Publikum erkundigten sich im Anschluss an das Referat über die mögliche Weiterentwicklung der europäischen Währung. Die diesbezügliche Einschätzung Kortes fiel klar und deutlich aus: «Den Euro wird es meiner Meinung nach auch künftig geben – allerdings unter anderen Vorzeichen. Die Eurozone, wie sie heute besteht, wird es in zehn Jahren nicht mehr geben.» ■



We **deliver** what we **promise**. Therefore we have a **100% success rate** in implementing our **integrated banking software solution** in the most demanding **financial centres** around the globe.

www.avalog.com

avalog

essential for banking

Emerging Markets: Absturz oder Durchbruch?



Alfred Streb, Country Head Switzerland von Fidelity Worldwide Investment.

Die wirtschaftliche Weiterentwicklung der sogenannten Emerging Markets ist für uns alle zentral – und niemand weiss konkret, was diesbezüglich zu erwarten ist. Antworten lieferte Stéphane Garelli, Professor an der Universität Lausanne, in einem eindrücklichen Referat. Im anschließenden Gespräch mit Nick Price, Portfolio Manager von Fidelity in London, wurde die Thematik zusätzlich vertieft.

«Tatort» war Mitte Januar 2012 das Dolder Grand: 250 interessierte Efficiency-Club-Mitglieder füllten den Saal, um dem packenden Referat von Stéphane Garelli zu folgen. Der Professor an der Universität Lausanne und Direktor des Lausanner Instituts für Management-Entwicklung verstand es hervorragend, die Thematik rund um die Schwellenländer auszuleuchten. Er begann seine Ausführungen mit einem «State of the World» und brachte ein globales Hauptproblem auf einen einfachen Nenner: «Wir haben momentan keine Lokomotive, welche die Wirtschaft zieht. Das ehemalige Zugpferd, die USA, fehlt.» Sogenannte Powerbrands, welche Firmen in Amerika und Europa hervorgebracht haben, verlieren an Strahlkraft. Garelli zeigte sich überzeugt, dass die Schwellenländer mittelfristig in der Lage sein würden, eigene Powerbrands zu lancieren. Einerseits würden Investoren versuchen, vermehrt gute Marken in westlichen Ländern zu erwerben. «Andererseits wird insbesondere China damit beginnen, aus eige-



Moderator Dirk Schütz (Mitte) entlockte Nick Price (links) und Stéphane Garelli spannende Statements zur Entwicklung der Schwellenländer.

ner Kraft starke Marken hervorzubringen – und ich bin überzeugt davon, dass sie dies erfolgreich managen werden!», betonte der Uni-Professor.

«Wait-and-see-Generation»

Das wird für uns direkte Auswirkungen haben. «Grundsätzlich steht die Schweiz gut da. Wir produzieren viel und exportieren erfolgreich ins Ausland, aber unser Wachstum wird auf jeden Fall zurückgehen.» Eine Entwicklung, die nicht nur die Schweiz, sondern den Westen insgesamt betreffen wird. Da gilt es, Gegensteuer zu geben. Gemäss Garelli wird ein Teil unseres künftigen Erfolgs – oder Misserfolgs – von unserer Haltung abhängen. Eindrücklich erklärte er anhand eines Beispiels: «Die Chinesen sind sehr arbeitsam. Sie und auch die Bevölkerung anderer Schwellenländer sind hungrig, suchen Erfolg und Reichtum. In unseren Breitengraden wächst eine Wait-and-see-Generation nach – und das genügt nicht. Wir brauchen eine andere Mentalität», meinte Garelli.

Entwicklung der Schwellenländer

Im anschließenden Gespräch mit Nick Price, Manager von mehreren Emerging Markets Funds bei Fidelity in London, und Stéphane Garelli wurden weitere Aspekte beleuchtet. Moderator Dirk Schütz, Chefredaktor der *Bilanz*, gelang es mit Bravour, den beiden Experten weitere hochspannende Einschätzungen zu entlocken. Nick Price warnte beispielsweise vor zu euphorischen Er-

wartungen bezüglich der Türkei und einzelner Länder in Afrika, lobte hingegen das gut funktionierende Bankensystem in Brasilien. Und er betonte, dass die Schwellenländer für Investoren gutes Terrain seien. Garelli wiederum bestätigte das grosse Potenzial Indiens, schränkte aber gleichzeitig ein: «Indien liegt rund 10 bis 15 Jahre hinter China zurück.» ■

Und ausserdem ...

... fand am 19. Oktober 2011 die erste Efficiency Golf Challenge im Golfclub Lipperswil statt. Bei schlechtem Wetter und leichtem Schneefall gegen Abend, am Vortag und am nächsten Tag wunderbares Wetter. Alle haben sich hartnäckig über den Platz gekämpft, 29 Spieler waren anwesend.

... fand am 14. Dezember 2011 die traditionelle Weihnachtsfeier mit den «Singing Waiters» im Baur au Lac statt, rund 120 Gäste waren begeistert und liessen sich so richtig auf Weihnachten einstimmen.

... fand am 28. März 2012 die 75. Generalversammlung unter dem Motto «Italian Night» im Zunfthaus zur Meisen statt. Der berühmte Pianist und Musikproduzent Daniel Moos mit Sopranistin Paola Cigna und Tenor Niclas Oettermann beflügelten die Gäste mit wundervoller Musik.



Lord Sebastian Coe berichtete von der Herkules-Aufgabe, die Londoner Olympiade zu organisieren.

«London 2012» biegt auf die Zielgerade ein

Der Countdown für die Olympischen Spiele 2012 läuft. Trotz Schlussspurt liess es sich der Vorsitzende des Londoner Organisationskomitees, Lord Sebastian Coe, nicht nehmen, ein wenig von der Begeisterung für das sportliche Spektakel des Jahres in Zürich zu versprühen.

Der Einladung des Efficiency Club Zürich folgend, sprach im letzten September ein Mann im Alten Börsensaal, der es gewohnt ist, die Nase ganz weit vorne zu haben: Lord Sebastian Coe. Dem britischen Spitzenleichtathleten der 80er-Jahre und späteren konservativen Abgeordneten gelang das Husarenstück, die Olympischen Sommerspiele 2012 nach London zu holen und dabei die favorisierten Mitbewerber Madrid und Paris zu überflügeln. Selbst zweimaliger Olympiasieger, verstand er es, dem viel beschworenen olympischen Geist neues Leben einzuhauchen: «Unsere Olympiakampagne sollte mutig sein,

vor allem aber sollte sie Kinder und Jugendliche überall auf der Welt inspirieren.» Coe sah sich in seinen Ausführungen vor vollen Reihen selbst an den Anfang seiner Sportlerlaufbahn zurückversetzt. «Es gibt im Leben entscheidende Momente, die uns eine Richtung vorgeben. Bei mir war das 1968 der Fall, als wir in der Schule die Übertragung der Wettkämpfe aus Mexico-City verfolgten.» Dasselbe Staunen, das er selbst damals empfand, möchte der Vorsitzende der Londoner Olympiakampagne nun bei der nächsten Generation auslösen. «Der Sport kann Brücken zur Jugend bauen, davon bin ich fest überzeugt», sagte Lord Coe mit Nachdruck.

52-fache Weltmeisterschaft

Die Dimension der Veranstaltung, die ab dem 27. Juli die Weltöffentlichkeit in ihren Bann ziehen wird, ist gigantisch. «26 Sportarten gehören in das olympische Programm, 26 weitere sind es bei den

Paralympischen Spielen», erklärte Coe. «Wir organisieren nicht eine Weltmeisterschaft, sondern gleich 52 davon.» Trotz der immensen organisatorischen und logistischen Komplexität des Vorhabens sei man auf Kurs, führte Coe im Gespräch mit Efficiency-Club-Vertreter Siro Barino aus. Mehr noch: Rückenwind bekommt das Olympiaprojekt von der einheimischen Bevölkerung: «Wir haben eine Zustimmungsrate, die nie unter 68 Prozent gefallen ist.» Auch die Berichterstattung der als aufsässig geltenden britischen Medien stehe dem nicht im Weg, so Coe weiter, im Gegenteil: «Unsere Organisation wird als Ganzes dadurch noch transparenter und damit besser.» ■



Gespanntes Publikum im Börsensaal.



Silvia Lumpert, Markus Ursprung und Annette Bauer von Fidelity.



Hoch im Kurs: Das Referat von Lord Sebastian Coe sorgte für eine Audience-Hausse.

Lösungen, die zum Erfolg führen.

Wir beraten Sie gerne – auch in Ihrer Nähe.
www.zurich.ch

 ZURICH®

Der Krisenherd im Orient

Ulrich Tilgner referierte über seine Eindrücke vor Ort

Kaum ein anderer Journalist kennt die Hintergründe der Krisenherde im Orient besser als der Fernsehkorrespondent Ulrich Tilgner. Mit präzisen Schilderungen informierte er über seine persönlichen Eindrücke, die er in Ländern wie Iran, Israel und Syrien gesammelt hat.

Wird Israel den Iran angreifen? Wie stellen sich die USA dazu? Wann wird Syriens Machthaber abgesetzt? Diese brennenden Fragen interessierten rund 400 Efficiency-Club-Mitglieder, als Ulrich Tilgner im Zürcher Kunsthaus im Februar 2012 aus seinem Wissensschatz schöpfte, die Lage im Orient analysierte und daraus mögliche Antworten ableitete.

Iran kann keinen grossen Krieg führen

Zur brisanten Lage um den Iran äusserte er sich kritisch: «Wer heute die Medien verfolgt, gewinnt den Eindruck, dass der Iran gegenwärtig im Begriff steht, eine Atombombe zu bauen. Das trifft so aber nicht zu. Der Iran soll vielmehr daran gehindert werden, sich die Fähigkeit anzueignen, eine Bombe herstellen zu können.» Nichtsdestotrotz droht rund um den Iran ein Krieg auszubrechen. Ob es allerdings so weit kommt, ist schwer abzuschätzen. Tilgners Einschätzung lautete: «In den letzten Wochen haben sich die USA offenbar dagegen ausgesprochen, dass Israel den Iran angreifen darf. Präsident Obama wird versuchen, den Konflikt diplomatisch zu lösen, was ihm die Republikaner als starke Schwäche ankreiden.» Würde Israel den Iran dennoch angreifen, wäre



Ulrich Tilgner analysierte die Lage im Orient messerscharf.

ein Gegenschlag des Irans wahrscheinlich, war sich der TV-Journalist sicher. Anders verhielte sich die Lage, wenn der Iran von den USA angegriffen würde – und das aus einem einfachen Grund: Der Iran sei gar nicht in der Lage, einem Land wie Amerika militärisch die Stirn zu bieten. «Irans Verteidigungsbudget ist klein und nur unwesentlich höher als jenes der Schweiz. Wenn sich der Iran zur Wehr setzt, dann nur in Form einer asymmetrischen Kriegsführung – und das könnte die USA in jahrelange kriegерische Auseinandersetzungen führen, ohne Aussicht auf Erfolg», zeigte sich Ulrich Tilgner überzeugt. Das hat unter anderem auch das Beispiel Afghanistan aufgezeigt. Nach

Tilgners Einschätzung werden die Sanktionsmassnahmen gegen den Iran nichts fruchten: «Wenn der Westen die Handelsbeziehungen stoppt, springen sofort Länder aus dem Osten ein. Als Beispiel: Bis vor Kurzem betrug das deutsche Handelsvolumen mit dem Iran 4,5 Milliarden Dollar. In der Zwischenzeit setzen China und die Türkei mit 45 Milliarden respektive 20 Milliarden Dollar ein Mehrfaches mit dem Iran um.» Auch den Konfliktherd Syrien liess Tilgner nicht aus. Von einem Teilnehmer angesprochen, wie lange sich Machthaber Baschar al-Assad noch halten könne, antwortete er unumwunden: «Nicht mehr lange, seine Zeit ist bald abgelaufen!» ■

Impressum Herausgeber: Efficiency Club Zürich, Bahnhofstrasse 37, 8001 Zürich, Tel. 044 222 25 25, Fax 044 222 26 26, www.efficiency.ch, efficiency@swissonline.ch **Redaktion und Grafik:** Denon Allmedia Corporate Publishing AG, 8640 Rapperswil-Jona, www.denon.ch **Druck:** Gonzen Druck AG, Bad Ragaz

EFFICIENCY
Efficiency Club Zürich
Club für Wirtschaftspraxis

Ihr Partner für
Print, Online, Film

denon
Allmedia Corporate Publishing

Hauptplatz 5 · Postfach 1260 · CH-8640 Rapperswil
T +41 (0)55 220 81 88 · F +41 (0)55 220 81 77 · www.denon.ch