

balance⁺

business betreiben | vital bleiben

9 771660 981008

balance special:

Die Unternehmerinnen des Jahres
am „Prix Veuve Clicquot“

KMU Durchstarter:

Zamba - wie die Fruchtsaft-Produzenten
den Markt aufrollen

Angela Missoni

Die Preisträgerin des „World Fashion Awards“ persönlich

balance talk: Prof. Dr. Sita Mazumder

Mit einem Plädoyer über Manager mit Wissen und Gewissen

+++ USA prägt CH weiter + Immobilienlage + Neue Stilfibel? + Mauritius Reportage + business lunch +++

CECCHETTO

il *Vero*
Espresso Italiano



edito+

Liebe Leserin, lieber Leser

Die UNO hat 2009 zum Jahr der Astronomie erklärt. *balance* will sich aber an Tugenden und Leistungen von Unternehmern und Unternehmerinnen orientieren, als nur Sternen zu folgen, siehe den Bericht über den „Prix Veuve Clicquot“, worin Westschweizerische Unternehmerinnen durch ihre Arbeit hervortreten.

In China begann das Jahr des Ochsen, es verheisst Fortschritt durch Arbeit und viel Geduld – unser neues Journal durchleuchtet tatsächlich, inwiefern alles machbar ist zwischen Wirtschaftskontinenten, wie alles machbar ist innerhalb der Schweiz?
Aktuelle Fragen im *balance* sind u. a.:

- +++ Wie leben wir unter dem wirtschaftspolitischen Damoklesschwert der US-Finanzmärkte?
- +++ Welche Strategien wenden Unternehmerinnen an, um mit Wissen und Gewissen hervor zu ragen?
- +++ Wie schafft man es ein „brand“ zu werden, trotz verschiedener Charaktere innerhalb des Familienbetriebes? (s. Angela Missoni persönlich)
- +++ Welche Bedeutung hat heute der Schweizer Immobilienmarkt für Investoren?

Trotz Finanzkrise, Rezession, nervöser Börse, drohender Energiekatastrophe, sollten wir mit gesundem Menschenverstand und einer Brise Gelassenheit positiv bleiben. Helvetische Geschäftsleute standen schon immer für Fairness, Vertrauen, Know-how und starke Visionen.

Wagen wir uns hervor, in ein aufrichtiges wirtschaftliches Zusammenleben. „Nichts auf der Welt ist so mächtig wie eine Idee, deren Zeit gekommen ist“ (Victor Hugo).

In diesem Sinne freut sich nun die Redaktion, vitalen Unternehmerinnen und Unternehmern die erste Ausgabe von *balance* darzureichen.

Herzlichst,

Michael Merz
Chefredaktor

P.S.: Geniessen Sie auch unsere kulturellen und kulinarischen Beiträge.



Spitzenposition im Pensionskassenvergleich 2008 der SonntagsZeitung.

Meine Mitarbeitenden geniessen mein vollstes Vertrauen. Darum versichere ich sie auch so.

- Abdeckung von Risiken wie Tod, Invalidität, Alter sowie Anlagerisiko
- 100% Anlagegarantie und somit keine Unterdeckung möglich
- Attraktive und überdurchschnittliche Verzinsung
- Grösstmögliche Auslagerung des Verwaltungsaufwands

Mit der Vollversicherung von Swiss Life geben Sie Ihren Arbeitnehmenden die grösstmögliche Sicherheit in der beruflichen Vorsorge. Aber nicht nur das werden Ihre Mitarbeitenden schätzen. Auch die garantiert vollständige Kapitalabdeckung und die optimale Verzinsung werden sie motivieren. Spornen Sie alle an, wechseln Sie zum Vorsorge-Spezialisten. 0848 841 000. www.swisslife.ch/vollversicherung



b's best+

b's best

Wer auf eine Insel fliegt, reist meist in touristische Gebiete. Nur Eingeweihte kennen das wahre Paradies.

balance reiste nach Mauritius, unternahm eine Reportage um die ganze Trauminsel - vom malerischen Sandstrand bis zum Spa-Tempel, vom Zuckerrohrfeld bis zum Flughafen. Im hinteren Teil dieses Journals finden sich die neusten, qualitätsvollen Insider-Hotels, so beispielsweise das hier abgebildete Four Seasons Anahita, eröffnet 2008.

Lesen Sie mehr im *balance* im Mauritius-Spezial auf S.50



© Markus Gortz



Prof. Dr. Sita Mazumder, S.10



Gesunde Innovation, S.20



Traditionssprünge, S.16



USA vs. Helvetia?, S.26

- 3 **Editorial**
- 4 **b's best**
- 6 **Inhalte**
- 8 **global affairs**
Protektionismus, G20 Gipfel
u. a. internationale Ereignisse.

balance talk:

- 10 **„Das Finanz-Gewissen“**
Prof. Dr. oec. Publ. Sita Mazumder
über Wissen und Gewissen.

- 16 **Traditionssprünge**
Angela Missoni, Trägerin des „World Fashion
Awards“, spricht als Familienunternehmerin.

- 20 **Präsesntes KMU**
balance CI dreht sich um die Corporate
Identity der Zamba Fruchtsäfte GmbH.
- 22 **Unternehmerinnen des Jahres**
Vier Frauen des allseits beachteten
„Veuve Clicquot“-Preises überzeugen.

balance column:

- 26 **USA gegenüber Helvetia**
Inwiefern die Schweiz trotz strengem politischen
US-Kurs agil bleiben kann, eine Kolumne der CS.

- swiss market**
- 30 **Immobilien als Parameter**
Womit Schweizer Immobilien-Investoren
rechnen müssen, eine Expertise.

guests & experts

- 36 **Hier kommen Experten und Laien zu Wort.**
Diesmal Sarah Schweiger über Navigations-
Lösungen und wie man ans Ziel kommt.

- 38 **Neue Essenzen**

balance interview:

- 40 **„Carla, Grace ode Kate?“**
Jeroen van Rooijen, Autor und Mode-Journalist,
über Dos und Don'ts der Geschäftsgarderobe.

leisure style:

- 42 **Kunstfotografen**
Annie Leibovitz interpretiert für Lavazza
italienischen Lifestyle

- 45 **Neue Hobbies**

- 46 **Thema: Luxus-Spa?**
Menschliches Wohlbefinden ist höchstes Kapital.
Luxuriöse Spas müssen nicht unbezahlbar sein.

- 48 **In vino veritas**
Alberto Russo widerlegt die These:
Frauen mögen keine Rotweine

balance spezial:

- 50 **Mauritius - die schönsten Refugien**
Wie Individualreisende im Indischen Ozean
beste Erholungsmöglichkeiten finden.

- 60 **business lunch**
- 64 **Neue Buchausgaben**

- 66 **Vorschau/ Impressum**



Das süsse Gift des Protektionismus

Der Protektionismus ist weltweit wieder auf dem Vormarsch. Er findet immer neue Einfallstore.

++++ +++++ +++++ +++++ +++++ +++++ +++++ +++++ +++++ +++++ +++++ +++++ +++++ +++++ +++++

Seine Kraft sei zerstörerisch wie eh und je, so die Warnung des Vizepräsidenten des Instituts für Weltwirtschaft in Kiel (ifw-kiel), Rolf Langhammer. In einem Beitrag für das Onlineportal der Wirtschaftswoche wiwo.de schreibt er, dass der Protektionismus ein „Ziehkind von Krisen“ sei: „Daher dürften viele geneigt sein, ihn als zyklisches, vorübergehendes Phänomen abzutun oder gar als pragmatisches Handeln zu preisen.“ Dies wäre fatal.

Der Bodensatz für Protektionismus ist vor der Krise durch Globalisierungsskepsis in weiten Teilen der Bevölkerung gelegt worden. Die Regierungen haben dieser Skepsis nachgegeben,

sonst wäre die Doha-Runde in der Zeit hohen Wachstums 2005 bis 2007 abgeschlossen worden. Welche fatale Folgen die Abschottung der eigenen Märkte hat, zeigt schon die Geschichte: Erst durch die Einführung von Schutzzöllen hat sich die Krise 1929 in den USA zur weltweiten Depression ausgeweitet.

Dieses Szenario darf sich gerade in einer globalisierten Welt wie unserer nicht wiederholen. (...) Eine Wiedereinführung von Exporthilfen für Milchprodukte, über die die EU gerade nachdenkt, oder Kredite des Staates für bestimmte Branchen, wie sie gerade in Deutschland heiss diskutiert werden – kritisch! presseportal

G 20 noch lange nicht am Gipfel

Alle Weltmächte waren voller hoffnungsvoller Eingebungen, aber mehr als utopische Ergebnisse brachte der grosse Gipfel nicht.

++++ +++++ +++++ +++++ +++++ +++++ +++++ +++++

Die Grossen 20 werden alles tun, um Tatkraft zu simulieren. In Wahrheit aber sind sie ratlos. Denn die Wiedergewinnung von Vertrauen lässt sich nicht dekretieren. Schon gar nicht dann, wenn diese Staaten selbst seit Jahren durch die Anhäufung gigantischer Schulden viel zu viel fehlgeleitete Tatkraft simuliert haben. Und indem sie bewusst die klaren Hinweise auf rechtswidrige Umtriebe ignoriert haben, ob das nun ein Bankengeheimnis oder in den USA die Madoff-Gaunereien gewesen sind. (...)

Künstliche Geldschaffung kurbelt zwar kurzfristig an (siehe den absurden Autoboom), zerstört aber langfristig das notwendige Vertrauen in eine Währung sowie in die Zahlungsfähigkeit der Staaten; sie erhöht zudem die aktivitätstötende Gewissheit, dass die Steuern steigen werden. Am kreativsten klingen da noch die Ideen aus Moskau und Peking:

Dort wünscht man eine Weltwährung, an der keine amerikanische Regierung zum Eigennutz manipulieren kann. Doch hat man leider vorerst keine Idee, wie das gehen soll. ots

Aufgeschnappt: Schöner Kommentar!

„Cheap Chic“ antwortet auf den akzentuierten Wunsch der Menschen nach einem simplen und erschwinglichen Lebensstil. Überfluss und Firlefanz kann und will sich ein Kunde in der Krise nicht leisten. Der Wunsch nach bezahlbaren, funktionierenden Produkten steigt und paart sich mit einer unternehmerischen Avantgarde des guten Geschmacks.

Zitiert aus dem rosa-papiernen Kadermagazin www.alpha.ch

Prof. Dr. oec. publ. Sita Mazumder, Dozentin am Institut für Finanzdienstleistungen Zug (IFZ), hat sich schon früh auf „Gewissensfragen“ im Finanzbereich spezialisiert.

Eine Professorin über Wissen und Gewissen

Interview von Michael Merz

Frau Mazumder schrieb ihre Dissertation über „Die Schweizer Banken im Lichte der Korruptionsprävention und –Bekämpfung“. Ihre mit dem Jahresforschungspreis der Universität Zürich ausgezeichnete Arbeit erschien 2001. Speziell heutzutage wäre eine solche objektive Expertise gefragt in einer „Task Force“-Einheit. Neben ihrem ersten Studium für Ingenieurwissenschaften arbeitete Frau Mazumder bei einer Grossbank und bei anderen internationalen Unternehmen. Daneben gründete sie noch vor Abschluss des Studiums ihre erste eigene Consulting-Firma (siehe S.13).

Diesbezüglich hat sie immer wieder Schlüsselpersonen aus dem Wirtschaftssektor getroffen, die sich nicht selten anfänglich skeptisch zeigen. Für ihre Doktorarbeit z. B. stellte sie Fragen zu Themen wie Korruption. Solche Fragen dürfen damals wie heute höchstens Politiker aufstellen. Eine Frau, die wirtschaftliche wie auch feingeistige Thesen herleitet, irritiert so manche Branchenaristokrat. *balance* traf die Professorin jüngsten Sommers für ein Gespräch übers Thema „Finanzgewissen“. Prof. Dr. Mazumder erwähnte ein paar wirtschafts-psychologische Voraussetzungen, welche zur jetzigen finanziellen Katarsis führen sollten.

Weibliche Vielseitigkeit

Frauen würden besser investieren, schreiben seit monaten Journale, die versuchen, die hypernervösen Talfahrten auf dem Weltmarkt, insbesondere jene von Island, zu erhellen. Auch belegen wissenschaftliche Experimente, dass Frauen defensiver, aber präziser mit Geld umgehen. Frauen würden stärker diversifizieren und sparen, wie eine aktuelle Analyse von 43 000 Depots einer Schweizer Bank, die u. a. der Basler Finanzprofessor Heinz Zimmermann ausführte.

balance: Wie vermarktet sich eine intelligente Frau, die forscht und Bücher schreibt, in einer Welt, in der nichts mehr sicher ist?

Mazumder:

Meine Auffassung war immer, dass der ehrliche und authentische Weg durchs Arbeits- wie auch Privatleben der nachhaltigste ist. Insofern gehe ich mit Herzblut, meinem authentischen Wertesystem gewissenhaft an die Arbeit - das vermarktet sich ziemlich von selbst. Garantien resp. totale Sicherheit gibt es ohnehin nicht im Leben!

balance: Sie sind taff, sensibel, waren u. a. Modell, heute sind sie Professorin. Ist dies eine hinderliche Verbindung in Männerdomänen?

„Totale Sicherheiten gibt es nicht“,
verlautbart Prof. Dr. Mazumder



Kommentar „Finanzgewissen“?

Mazumder:

Die Vielseitigkeit kann bei beiden Geschlechtern hinderlich wie auch förderlich sein. Natürlich stosse ich nicht überall auf offene Türen und freudigen Beifall. Aber das ist auch in Ordnung so. Die Zusammenarbeit mit denjenigen, die mich dafür so annehmen, wie ich bin, ist umso konstruktiver und effektiver und macht ganz einfach mehr Freude am Beruf. Everybody's Darling zu sein - nein, ich selbst zu sein, das ist eines meiner Kernziele.

balance: Sind Sie eine grosse Netzwerkerin? Was machen sie z. B. anders um auf einem schwankenden Markt zu bestehen?

Mazumder:

Ich netzwerke nicht strategisch, d.h. ich halte nicht mit Menschen, die mich persönlich nicht ansprechen, Kontakt, nur weil mir dieser Kontakt zu irgendeinem Zeitpunkt hilfreich sein könnte. Das ist eine recht typische Art, wie Frauen netzwerken. In persönliche Kontakte wie auch in meine Arbeit fliesst einfach viel Herzblut und ich denke, das ist mein Erfolgsgeheimnis.

balance: Sie erwähnen öfters den Begriff „Finanzgewissen“ etwas, dass sich die Unternehmer bisher kaum angeeignet haben?

Mazumder:

„Finanzgewissen“ ist ja ein künstlicher Begriff. Es existiert also keine eindeutige Definition dazu. Meine Co-Projektleiterin und ich haben diesen Begriff 2008 für die „Women's Finance Conference“, die wir jährlich in Zürich durchführen, aufgestellt. Für uns geht es dabei um den gewissenhaften und verantwortungsvollen Umgang mit Finanzen in allen möglichen Facetten, also auch alle möglichen Stakeholder betreffend.

Es ist mir persönlich ein Anliegen, dass wir künftig gewissenhaftes Handeln und Verantwortungstragen wieder stärker in den Fokus unseres Tuns und Seins rücken.

balance: Sind integrale Unternehmen die einzige Zukunft des Finanzmarktes?

Mazumder:

Als Mensch wünsche ich mir, dass wir aus den derzeitigen Geschehnissen lernen und diese Erkenntnisse in Zukunft umsetzen. Als Ökonomin habe ich allerdings ein wenig Angst, dass wir nicht gross anders weitergeschäften, sobald die Krise hinter uns liegt. Ein Beispiel:

Eine der derzeitigen Diskussionen hat zum Gegenstand, dass es förderlich wäre, mehr Frauen in die Führungsetagen einzubinden, weil Frauen und Männer ergänzende Denk- und Handlungsweisen haben. Ich teile diese Auffassung und würde mir wünschen, dass dieser Diskussion nun Taten entspringen. Bisher sehe ich allerdings nichts davon.

balance: Haben sie einen beruflichen Traum, den sie speziell in der Schweiz verwirklichen wollen?

Mazumder:

Mein beruflicher Traum, unabhängig von geografischen Gebieten, bildet den Esprit für meine Arbeit. Ich muss einen Sinn in meinen Projekten sehen. Da ich mir meinen Berufsraum erfüllen konnte, geht es vordergründig darum, diesen zu erhalten.

Der Schrei nach mehr Finanzgewissen in der Bankenwelt ist diese Tage nicht mehr überhörbar.

Die Welt hat sich in den letzten fünf Jahren dramatisch verändert. Traditionsreiche Finanzinstitute zerfallen und eine ganze Industrie von Investmentbankern findet sich heute in einer komplett neuen Situation wieder: nicht mehr geehrt und umhegt, sondern beschuldigt und beschimpft. Die Welt kämpft mit vereinten Kräften darum, das Finanzsystem am Laufen zu halten und Regierungen sind gewillt, immer wieder erneut schwindelerregend hohe Geldsummen dafür in die Hand zu nehmen.

Die Prognosen, wann und wie diese Krise enden und wie die Zukunft aussehen wird, sind breit gefächert. Klar ist, dass wir in der Zukunft andere Werte, neue Motivations- und Entgeltsysteme und in gewissen Bereichen auch anderes Humankapital im Bankgeschäft benötigen, damit wir uns nicht in dreissig Jahren in der gleichen Situation vorfinden. Wie sind wir in dieser Furcht erregenden Situation gelandet? Rückblickend ist die tickende Bombe evident:

Die Wachstumsstrategien kombiniert mit kurzfristig ausgerichteten Anreiz- und Kompensationsmodellen waren ein Teufelspakt.

Über die Autorin

1999 schloss Sita Mazumder ihr Lizentiat in Wirtschaftswissenschaften an der Universität Zürich ab. Bereits 2001 reichte sie ihre Dissertation „Die Sorgfalt der Schweizer Banken im Lichte der Korruptionsprävention und -bekämpfung“ ein, die mit „summa cum laude“ und dem Jahresforschungspreis der Universität Zürich ausgezeichnet wurde. Neben ihrer Ausbildung arbeitete sie unter anderem für UBS AG, für die Eidg. Bankenkommission (EBK) oprandi & partner sowie Benetton.

Für eine Weile konnten damit spektakuläre Profite erzielt werden und dieser Erfolg triggerte einen noch grösseren Risikoappetit. Aber nicht zum ersten Mal sollten sich diese kurzfristig orientierten Strategien langfristig in ein Desaster entwickeln mit bisher ungekannten Verlusten, durchgeschüttelten Märkten, begleitet von zahlreichen Fragen wie: Wo war das Finanzgewissen, als sich die Top Managers der AIG nach dem „Bailout“ für satte 440 000 US-Dollars einen Aufenthalt in einem kalifornischen Luxus-Spa gegönnt haben?

Wie ernst wurde ein Finanzgewissen vom Verwaltungsrat der UBS vor der Finanzkrise genommen? Was bedeutet es für unsere volkswirtschaftliche Zukunft, wenn nun der Bundesrat und die Nationalbank die Funktion des Finanzgewissens mit über 60 Mia. Franken wahrnehmen? Bankgeheimnis? Diese und zahlreiche weitere Fragen versuchen wir seitens des Instituts für Finanzdienstleistungen Zug IFZ der Hochschule Luzern – Wirtschaft, und siehe auch Seminare unter womensfinance.ch, zu beantworten. Männer und Frauen sind aufrichtig willkommen.

Prof. Dr. oec. publ.

Sita Mazumder, SF TV

Ihr beruflicher Weg führte sie an die Leonard N. Stern School of Business der New York University, an die University of the Fraser Valley und das Capilano College in Vancouver, Kanada, sowie in die Niederlande. Heute ist Sita Mazumder Professorin am Institut für Finanzdienstleistungen Zug (IFZ) der Hochschule Luzern. Unter anderem Stiftungsrätin der Ombudscom, Kolumnistin für eco auf SF TV, s. „Finanzgewissen“. Sie führt nebenbei ihr eigenes Beratungsunternehmen „purple“.

www.purpleandyou.com



MIT SICHERHEIT UMWELT BEWUSST.



DRIVE steht für unsere Philosophie, Autos in Einklang mit der Umwelt zu bringen. Deshalb wurde u. a. bei den Volvo DRIVE-Modellen die Effizienz der Dieselmotoren erhöht. Der Verbrauch der Volvo C30, V50 und S40 DRIVE Start/Stop liegt z. B. bei nur 3,9 l/100 km und die CO₂-Emissionen bei 104 g/km. Selbstverständlich verfügen alle Volvo DRIVE-Modelle auch über die besten Sicherheitsstandards.

DRIVE. MIT SICHERHEIT UMWELTBEWUSST.

DIE NEUEN VOLVO DRIVE-MODELLE. BESTE SICHERHEIT UND BESTE CO₂-WERTE AB CHF 32 350.-*

www.volvocars.ch

Volvo. for life



*Unverbindlicher Nettopreis für den Volvo C30 1.6D Start/Stop: CHF 32 350.-, 109 PS (80 kW). Treibstoff-Normverbrauch gesamt (nach Richtlinie 1999/100/EU): 3,9 l/100 km. CO₂-Emissionen: 104 g/km. Energieeffizienz-Kategorie: A.



Angela Missoni, Artdirektorin
mit universellen Strategien

Angela Missoni empfing kürzlich für ihr Schaffen den „Women's World Award“. *balance* traf sie in Zürich vor der Präsentation eines holden Dufts.

Angela Missoni

wie sie Traditionelles und Neues gelungen verbindet

Text von Michael Merz

In Zeiten, in denen es mehr Frauen mit Chargen bedarf, dürfen auch so genannte „Women's World Awards“ nicht fehlen. Diese wurden im März dieses Jahrs mit grosser Aufmachung von der jordanischen Königin Noor in Wien überreicht. Angela Missoni und Margherita Missoni, ihre Tochter und vielseitige Nachfolgerin, reisen an eine Gala nach der anderen. Sie entwerfen scheinbar en passant ihre Kollektionen, Accessoires und neuerdings Duftkreationen. Doch der Anschein täuscht, die Missonis, nach wie vor ein Familienunternehmen, vereinen Tradition und Geschäftssinn.

Die Artdirektorin

Selten behält eine prominente Frau, pausenlos im Rampenlicht stehend, ein solches Naturell bei. Angela Missoni ist die Cleverness in Person. Für welche couragierte Leistung sie den Award tatsächlich erhielt, wollte jedoch die wendige Artdirektorin Lifestylereportern nicht direkt beantworten. „Ich bekomme den World Fashion Award. Warum, weiss ich allerdings auch nicht genau“, sagt sie nach ihrer aktuellen Modeschau in Mailand. Damit muss ein Journalist aber kein Statement abschreiben.

Angela orientiert sich an ihren Eltern, primär an Rosita Missoni, danach an architektonischen Designs, wenn es um ihre hochgepriese „Identity“ geht. Grundsätzlich hält sie Frauenpreise für wichtig, um auf Dinge hinzuweisen, die existieren: „Schliesslich gibt es Orte, wo Frauen nichts zu sagen haben.“ Ihr Vater wanderte übrigens aus Dalmatien nach Italien ein. Angela musste in die Fussstapfen ihrer erfinderischen Eltern treten. Musste das Steuer in den Griff kriegen.

Weibliche Motive?

Wenn ihre Stimme einmal nicht reicht, steckt sie zwei Finger in den Mund, pfeift sie so laut, dass einem die Ohren sausen. Spätestens dann kann sie sich der 100-prozentigen Aufmerksamkeit ihrer kribbeligen Umgebung bewusst sein. Angela, die auch noch zwei Brüder hat, hat doch ein grosses Herz. Ihre Familientreue bringt sie offen in Zürich zum Ausdruck: „Inspirieren lasse ich mich neuerdings von meiner Tochter Margherita.“ Die zwei Frauen zeigten sich als beste Freundinnen an der Stella Fashion Night. Sie hielten gemeinsam Ausschau nach Praktikantinnen.

Kinder helfen, up-to-date zu bleiben. Sie hätte auch kreative Knoten zu lösen gehabt mit ihrem Vater:

„Auch ich wollte davonziehen, sportliche Kleidung wandeln.“ In der von Männern dominierten Geschäftswelt hält sie es für eine Alternative, als Frau für Frauen zu designen. Ihr Vater wurde mehrmals, nicht zuletzt als Olympia Athlet, honoriert. „Ich meinte“, gesteht sie *balance* vor dem Auftritt an Stella Fashion Night, „meine Mutter war immer die Unternehmerin, sie brachte Dad in die Gänge!“ Wenn man aufs letzte Jahrhundert zurückschaut, seien doch Männer nur zur Bank, aber Frauen in die Fabriken arbeiten gegangen. Sie schätze sich glücklich, wenn vier Generationen von Frauen Missoni Kreationen tragen, „das ist mein Beweggrund.“

Geschäftskonzept

Die Missonis schufen eine renommierte Art sich zu kleiden, obschon, der Prototyp entsprang aus einer einfachen Häkelmaschine. Ottavio Missoni brauchte just einen bequemen Trainingsanzug. Erst die präzisen und kaleidoskopischen Prints von Rosita Missoni machten den Brand zur unvergleichbaren Fashion. „Wer sagt, es gäbe nur Farben, es gibt auch Nuancen“, schrieb 1969 die amerikanische Vogue, vierzig Jahre später könnte man ergänzen:

Wer sagt, es gäbe nur Hausfrauen, es gibt auch Rollenwechsel. Die Missoni S. p. A. ist ein smartes Familienunternehmen, besser als jede anonyme börsenkotierte Konglomeration, vereinen die Geschwister Luca, Vittorio, Angela Kopf, Herz und Verstand. Die Brüder arbeiten engagiert für Mamas Einrichtungen. Luca sorgt sich ums Missoni Museum und um Events, Vittorio sorgt sich um die institutionellen Geschäfte. Angela hat die Hand frei für Qualitätsarbeit. Sie gestaltet einzigartige Designs wie regenbogenfarbene Sandalen, Lederetuis für Männer, und eben Missoni Profumi. Neuerdings erhältlich in der Schweiz (s. unten).

Neue Horizonte

Seit kurzem probieren Rosita, Angela und Margherita andere Strategien aus. Sicherlich, schon vorher traf man die Missonis in Museen, Print- und Design-Ausstellungen. Die zeitlosen, mosaikartigen Kollektionen sprechen für sich, aber die nächsten Jahre wird geschäftlich umstrukturiert. „Eine der Hauptziele ist die Anzahl unserer eigenen Boutiquen zu verdoppeln“, verriet die Artdirektorin. Ausserdem müsse der Brand jünger werden.“

2008 eröffneten die Missonis ihre erste Schweizer Boutique, ein stattliches Gebäude nahe der Bahnhofstrasse. - Vermarktungen handeln von grossen Illusionen, dabei geht es um eindeutige Absatzzahlen. Wie trennt sie Weltglamour und Tagesgeschäft? „Bene, nun, es geht immer darum, die Schönheit zu unterstreichen. Wenn eine Campagne tiefe Gefühle von Menschen trifft, entsteht, wenn man so will, auch eine Geschäftsbeziehung. Aber nie würde ich etwas ausführen, das sich nur kommerziell verkauft.“

Die Missoni Fragrance

„The Missoni Fragrance“ wurde Ende 2008 in der Schweiz präsentiert mit gleich vier Akkorden.

Radiant Yellow (Bergamotte, Magnolia, Loquat); Magenta Pinks (Pfingstrosen); Intense Orange (Mandarine, Bitter Orange, Kaki) und Chocolate Brown (Gianduia). Amber findet sich darunter, geheimnisvollerweise auch Pfeffer! Weshalb? „Es erinnert mich an Dalmatien, wo man ganze Säcke mit Pfefferkörner durch den Sommer bugsierte“, offenbart Angela Missoni *balance*.

Die neue Duftmischung von ihr, ihrer Mutter, und auch ihrer Tochter notabene ist sommerlich fruchtig und ungeläufig zugleich. Margherita Missoni: „Schmeckt, als ob wir an einem Tisch sitzen würden! Ich meine, wir wollten bergen, was uns alle drei am meisten gefällt.“ Jenseits der Schweiz ist das regenbogenartig verzierte Flacon bereits ein Sammlerstück!

„The Missoni Fragrance“ erhältlich im **Missoni Shop, Storchengasse 7, Zürich**



+ Angela und Tochter Margherita in Zürich



Ihr Saft wird erst auf Bestellung frisch gepresst. Das Startkapital der Zamba Fruchtsäfte AG war 30'000 Franken, ihr heutiger Umsatz: 7.3 Mio. Franken.

Zamba - saftige Erfolgsgeschichte

Text von Jorge A. Serrano

Dass dabei nicht nur die richtigen Produktionsmethoden, sondern auch die Corporate Identity eine entscheidende Rolle spielt, haben ein Obstbauer und ein Lebensmittel Ingenieur der ganzen Schweiz bewiesen. Ihre Vision 2001: „Frische Fruchtsäfte ohne Konservierungsmittel und Zusatzstoffe herstellen und ausliefern“, gestehen die einstigen Convenience Food Manager Markus Raths und Bruno Schiess. Auf dem Getränkeplatz Schweiz gab es aber schon eine Menge von Säften oder Energydrinks. Welche abgestimmte Unternehmensidentität wählten der einstige Obstbauer und sein Freund, ein Lebensmittel Ingenieur?

Unverzögliche Distribution

Basis für die neue Corporate Identity war ein exotisches Image, welches durch gesunde Lebensorientierung, aber auch durch tanzende Inderinnen „aufgefüllt“ wurde. Anfänglich standen die Firmengründer jede Nacht hinter ihrer Fruchtpresse. Frühling 2003 wurden die Firmengründer Schiess und Raths dann als einheitliche Akteure wahrgenommen, als sie früh morgens mit einem alten Volvo an Zürcher Szenenläden und Bäckereien ihre frisch gepressten Fläschchen auslieferten. Kerngedanken ihrer Identity bilden noch heute: ein sich verbesserndes Know-How, keine umständliche Werbemassnahmen, dafür eine unverzügliche Distribution der Getränke.

Zukünftige Entwicklung

Ziel jeder Corporate Identity ist eine nachhaltige Unternehmensentwicklung. Inwiefern stimmen Schiess und Raths ihre CI ab? „Nach dem Aufbau der Produktion, einer kleinen Kundenkartei begann 2002 eine fast märchenhafte Erfolgsgeschichte“, so Markus Raths, „inzwischen ist der Kundenkreis breiter: Vom Feinschmeckerlokal über Catering-Services, bis hin zu Spitälern und Fitnesszentren. Wir suchen eine vielfältige aber gleichermassen anspruchsvolle Kundschaft.“ Daher machen die beiden Firmengründer auch nicht mehr alles selbst: Nach nur sieben Jahren arbeiten heute mehr als 25 Mitarbeiter für die Getränkehersteller in Zürich-Altstetten. Diversifiziert wurde übrigens auch in Chaya Tees. Rath und Schiess suchen nun die Expansion ins Ausland.

Hektoliter um Hektoliter

Die Firma kann sich keine Leerläufe leisten. Der letzte von täglich rund 350 Aufträgen geht spätestens bis 19.00 ein, am nächsten Morgen ab fünf Uhr wird ausgeliefert. Heute beliefert Zamba im Grossraum Zürich, Bern und Basel rund 350 Stammkunden. Kein Wunder also, dass ständig steigende Volumen bewältigt werden müssen: Mehr als sieben Tonnen Ananas, Melonen, Grapefruits, Mangos oder Erdbeeren werden jeden Tag ausgepresst, abgefüllt, ausgeliefert. Das sind 3'000 Liter Saft für die Schweiz. „Zuallererst sind selbstverständlich Frische und Qualität der Früchte das A und O“, erläutert Markus Raths das Erfolgsgeheimnis. Weiter verrät er, dass z. B. ihr Kiwi-Orangen-Saft ohne Zusatzstoffe nur vier Tage hält, „Frisches will schnell verteilt werden.“

Das Unternehmen auf einen Blick

- +Startkapital: 30'000
- +Jahresumsatz: 7.3 Mio.
- +Anzahl Mitarbeiter: 37 ohne Geschäftsleiter
- +Produktionsmenge p/a: über 800'000 Liter
- +Kunden: Gastronomie, Detailhandel, Sportcenter, Catering, Spitäler

Zamba Fruchtsäfte GmbH
www.zamba.ch



01*



02*

Vier Frauen, vier langjährige Engagements. Und im Vordergrund die Frage: Wer wird Unternehmerin des Jahres 2009? Die Entscheidung fällt am 6. Mai in Zürich.

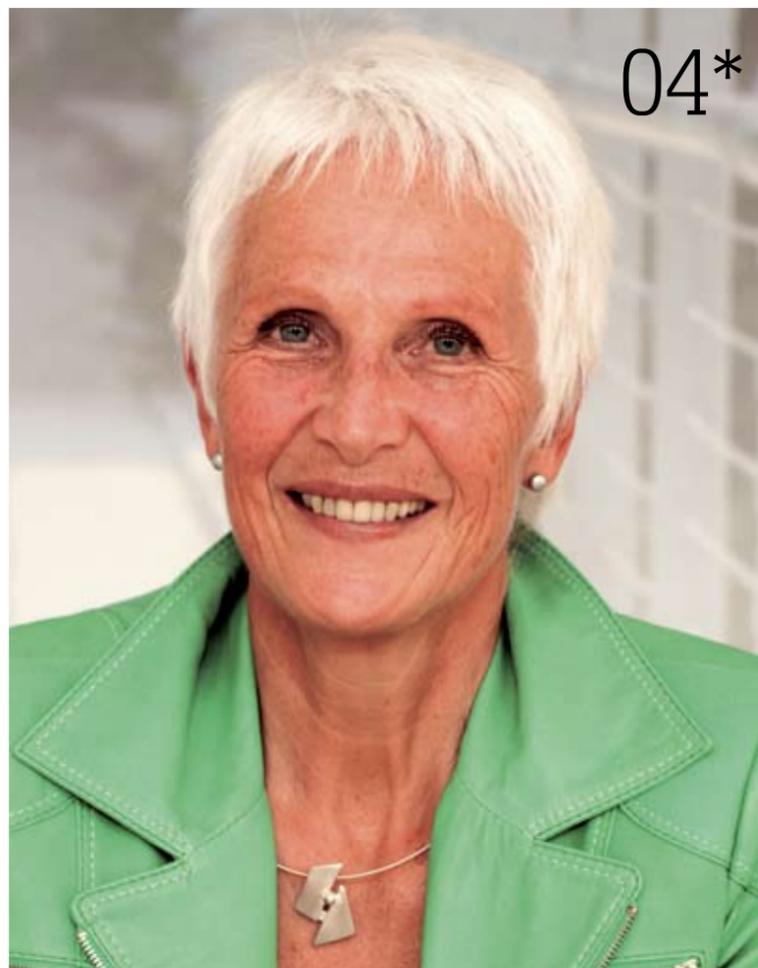
balance special: „Prix Veuve Clicquot 2009“

Text von Margherita Masiello

Welche engagierte Geschäftsfrau konnte sich in der Marktwirtschaft behaupten und verdient den diesjährig international anerkannten „Prix Veuve Clicquot“? Die Entscheidung fällt im Dolder Grand, Zürich, anfangs Mai. Die Gewinnerin wird ihren Preis zwischen historischen Wänden entgegennehmen. Im Vorfeld der Wahl präsentiert *balance* die vier überzeugenden Finalistinnen. Sie offenbaren, weshalb für sie weit mehr als ein Preisgeld auf dem Spiel steht.



03*



04*

Babette Keller, (*01)

Gründerin und Geschäftsführerin der Keller Trading AG, Bienne

Steht für die Lancierung von handgefertigter Konfektion, so z. B. Mikrofaser-Etuis für die Uhrenindustrie.

Das unternehmerische Abenteuer von Babette Keller startete 1987 in der Ecke eines kleinen Schlafzimmers: Im Auftrag des Hauses Breitling sollte sie Etuis für Armbanduhr anfertigen. Die Geschichte der jungen Mutter, die sich abends gerne hinter die Nähmaschine setzte, um Höschen, Leibchen und Hemdchen für ihre vier Kinder zu kreieren, ist die einer atypischen Geschäftsfrau.

Unterstützt durch tatkräftige Freundinnen, die ebenfalls ein Flair fürs Nähen hatten, baute Babette Keller allmählich ihr Atelier auf und gründet 1999 ihre eigene Firma. Sinn und Zweck war die Herstellung von Handschuhen und Tüchern für die Uhrenindustrie aus der Region Biel-Seeland. Einschneidend war die Einführung des widerstandsfähigen Mikrofaserstuches, das sie bald weltweit exklusiv repräsentieren konnte. Heute, zehn Jahre

später, zählt Babette Keller 26 Angestellte und arbeitet für sämtliche Luxusmarken, die Rang und Namen haben. Sie beliefert 2'000 verschiedene Kunden mit feinen Tüchern und Handschuhen und verkauft jährlich insgesamt 950'000 Stück. Trotz grossem Erfolg hat sie ihre Anfänge nicht vergessen und unterstützt ihr vorwiegend weibliches Personal durch moderne Anstellungsbedingungen. „Wer wäre geeigneter für meine Firma zu arbeiten, als Frauen und Mütter, die Beruf und Familie unter einen Hut bringen möchten?“

Babette Keller bietet ihnen Teilzeitstellen und kommt ihnen mit jener Flexibilität entgegen, die es braucht, um in der Doppelfunktion als Mutter und Arbeitnehmerin bestehen zu können. Tatsächlich ist es ihre soziale Ader, die sie zu einer feinfühligem Unternehmerin machte.

Veronique Goy Veenhuys, (*02)

Gründerin und Direktorin von equal-salary, Vevey

Steht für die Entwicklung einer Unternehmens-Zertifizierung für die Gleichstellung der Entlohnung zwischen Mann und Frau.

Alljährlich belegt das Bundesamt für Statistik, dass Frauen durchschnittlich 20 Prozent weniger verdienen als Männer. Gleichzeitig behaupten die Firmen, es gäbe keine geschlechtsspezifischen Lohndifferenzen – jedenfalls nicht im eigenen Haus. Theorie und Realität klaffen deutlich auseinander. Die Wirtschaftsfachfrau Veronique Goy Veenhuys geht dieser paradoxen Situation in der Schweiz seit einigen Jahren auf den Grund.

Im Rahmen ihrer Diplomarbeit zum Executive MBA realisierte die Gründerin und Direktorin von equal-salary 2004 ein Instrument, das Betriebe auf eine nicht-diskriminierende Lohnpolitik hin überprüft und attestiert. Das gleichnamige Label wurde dafür mit einem Unternehmer- und einem Gleichstellungspreis ausgezeichnet. Die Methode ist einfach, zuverlässig und anerkannt. Berücksichtigt werden bei der Zertifizierung sämtliche Elemente und Kriterien, die im Bezug auf die Lohnfestlegung relevant und faktisch nachprüfbar sind, wie beispielsweise Ausbildung, Erfahrung und Dienstalter. Erfüllt das Unternehmen die von equal-salary geforderten Bedingungen, erhält es von der Société Générale de Surveillance (SGS) die Bescheinigung und in der Folge das Label equal-salary. Dieses ist drei Jahre gültig, sofern nach der Zertifizierung ein Überwachungsaudit durchgeführt wird.

Die Wirtschaftsfachfrau aus Vevey ist überzeugt, dass diese Auszeichnung mit dem Label soziale Konflikte verhindert. „Eine faire, transparente und nicht-diskriminierende Lohnpolitik wirkt auf qualifizierte, weibliche Stellensuchende attraktiv und erleichtert der Firma die Rekrutierung von guten Arbeitskräften“, so Goy Veenhuys.

Patrizia Carlevaro, (*03)

verantwortlich für int. Hilfe bei Eli Lilly & Co., Genève

Steht für die Lancierung des weltweiten Partnerschaftsnetzwerkes MDR für den Kampf gegen die multiresistente Tuberkulose.

Bis heute fordert die multiresistente Tuberkulose (MDR-TB) weltweit jährlich rund 2 Millionen Todesopfer. Im Kampf gegen die bakterielle Infektionskrankheit setzt sich die promovierte Chemikerin Patrizia Carlevaro ein, die seit 1995 im Dienste des amerikanischen Pharmariesen Eli Lilly arbeitet.

Als Verantwortliche für den Bereich internationale Hilfe konnte sie 2003 ihre ambitionierte Idee in die Tat umsetzen: Mit einem Finanzpaket von 70 Millionen Dollar – die sich später auf 135 Millionen Dollar verdoppeln sollten – startete sie ein Programm zur Unterstützung von Entwicklungsländern bei der Bekämpfung der multiresistenten Tuberkulose. Die ambitionierte Chemikerin sorgte für den Transfer von Technologien und Fachwissen nach Südafrika, China, Indien und Russland. Dank ihrem Engagement erfuhren diese Regionen eine bedeutende wirtschaftliche Stärkung und konnten eigene Produktionseinheiten zur Herstellung von Generika mit internationalem Qualitätsstandard schaffen. Patrizia Carlevaro ist es gelungen, zusammen mit der Weltgesundheitsorganisation (WHO) Sponsoren für entsprechende Behandlungsprogramme zu finden. Dank dem partnerschaftlichen Netz wurde das deklarierte Ziel der WHO erreicht, nämlich 20'000 Tuberkulose-Kranken bis ins Jahr 2010 eine Behandlung zuteil kommen zu lassen.

„Wenn wir dranbleiben, wäre es theoretisch möglich, die Tuberkulose in 30 bis 40 Jahren auszurotten“, ist Patrizia Carlevaro überzeugt. Die Pharmaindustrie habe diesen Prozess eingeleitet und bewiesen, dass sie im Stande sei, einen grossen Beitrag für die öffentliche Gesundheit zu leisten.

Christine Théodoloz-Walker, (*04)

Generaldirektorin Intégration Pour Tous (IPT), Vevey

Steht für Integration und berufliche Wiedereingliederung von physisch und psychisch beeinträchtigten Personen

Arbeit zu haben, bedeutet nicht nur, einen Lebensunterhalt zu verdienen, sondern soziale Zugehörigkeit und Nützlichkeit. Als spezialisiertes und soziales Arbeitsvermittlungsbüro hat IPT die Integration und die berufliche Wiedereingliederung von Personen zum Ziel, deren physische, psychische oder geistige Gesundheit beeinträchtigt ist.

Die 1972 gegründete IPT ist heute, in Bezug auf den öffentlichen Nutzen, eine der anerkanntesten Stiftungen schweizweit. Das war nicht immer so. Als Christine Théodoloz im Jahre 1996 das Zep-ter der Stiftung übernahm, befand sich das Unternehmen brach. Théodoloz erkannte schnell das Potential der Stiftung, dessen Strukturen sie von Grund auf erneuerte. Die Generaldirektorin von IPT sieht die Stiftung als eine Art Beraterfirma. „Jede Person verfügt über Ressourcen, die es ihr ermöglichen, eine Krise zu bewältigen und über Fähigkeiten, die auf dem Arbeitsmarkt von Nutzen sind. Unsere Aufgabe besteht darin, herauszufinden, wie und wo man die Person am besten einsetzen kann“, meint sie. Der Erfolg von IPT lässt sich in Zahlen ausdrücken: Innerhalb der letzten zehn Jahre wurden fast 10'000 beeinträchtigte Personen in den Arbeitsprozess eingeführt.

Alleine im Jahr 2008 konnten 1'216 Platzierungen vorgenommen werden, wovon 630 auf Festanstellungen und 586 auf Temporärstellen fallen. Die 110 Mitarbeitenden agieren mittlerweile in sieben Kantonen und decken alle drei Sprachregionen ab. Das partnerschaftliche Netz hat sich zwischenzeitlich auf rund 9'000 Firmen ausgeweitet.

Der „Prix Veuve Clicquot für die Unternehmerin des Jahres“ wird seit 36 Jahren auf internationaler Ebene verliehen.

Der Grund für das langjährige Engagement des Champagnerhauses Veuve Clicquot Ponsardin zum Thema „Frauen in der Wirtschaft“ liegt in seiner Geschichte: Das Unternehmen verdankt den Grundstein seines Erfolges seiner Gründerin Madame Clicquot. 1805 übernahm Barbe Nicole Clicquot als 27-jährige Witwe die Leitung des Champagnerhauses und führte das Unternehmen mit energischer Hand zu Weltruhm.

Der Preis ist nicht monetär dotiert. Die Auszeichnung sorgt für grosse öffentliche Anerkennung und Publizität und bietet der Gewinnerin eine Plattform für neue potenzielle Kontakte zum Markt, zu den Medien, zu Politikern, Meinungsbildnern, potenziellen Mitarbeitern und zur breiten Öffentlichkeit. Entscheidend sind die Stimmen der drei Jurymitglieder und 11 Wählern aus den Bereichen Medien, Politik und Wirtschaft.

Bisherige Preisträgerinnen (1985 bis 2007)

Dres. Haleh und Golnar Abivardi (2007), Gabriela Manser (2005), Graziella Zanoletti (2003), Dr. Catharina Maulbecker und Barbara Staehelin (2001), die verstorbene Helen Bucher (1999), Nicola Thibaudeau (1997), Heliane Canepa (1995), Jane Royston (1993), Beatrice Wehrhan-Bianchi (1991), Doris Rieder (1989), Fides P. Baldesberger (1987) und Maria Mumenthaler (1985)



+ Fabian Heller - ein Ökonom
einer Grossbank neutralisiert.

Die Konsequenzen der wirtschaftspolitischen Entscheide der USA werden auch für die Schweiz relevant sein.

Konsequenzen für die Schweiz?

*Text von Fabian Heller**

US-Präsident Barack Obama trat sein Amt in einer wirtschaftlichen Ausnahmesituation an. Die realwirtschaftlichen Probleme haben sich in den letzten Monaten deutlich intensiviert, und die globale Wirtschaft befindet sich in der schwersten Rezession seit den 1930er-Jahren. Im Folgenden wollen wir einige mögliche, für die Schweiz grundlegende Konsequenzen aufzeigen.

Finanzmarkturbulenzen

Bereits seit 2007 hatte das Platzen der Häusermarktblase in den USA zu einem Wertzerfall von mit Hypotheken besicherten Anleihen geführt. Daraus resultierte eine Erschütterung des Vertrauens unter den Finanzmarktteilnehmern. Aufgrund dieses Vertrauensverlusts kam es zu einer Verknappung der Liquidität in einigen Marktsegmenten. Illiquid gewordene Anlagen belasteten die Bilanzen der Banken, und die Verunsicherung über mögliche Ausfälle führte zu einem deutlichen Anstieg der Risikoprämien im sogenannten Interbankenmarkt. Die Finanzierungskosten für Finanzinstitute erhöhten sich deutlich.

Diese Situation verschärfte sich nach dem von der US-Investmentbank Lehman Brothers gestellten Antrag auf Gläubigerschutz. Insbesondere bei den Banken kam es in den vergangenen Quartalen zu Abschreibungen in bisher ungekanntem Ausmass. Die Summe der weltweiten Abschreibungen ist bis jetzt auf insgesamt rund USD 1'300 Milliarden angestiegen.

Die enormen Anspannungen an den Finanzmärkten haben entsprechend zu ungewöhnlich Aktionen der Notenbanken geführt. In teilweise koordinierten Aktionen reagierten diese weltweit mit Liquiditätsspritzen, Zinssenkungen und weiteren unkonventio-

nellen Massnahmen. Letztere beinhalteten den Kauf von Anleihen privater Emittenten und von Staatsanleihen sowie Interventionen am Währungsmarkt. Sowohl in den USA als auch in der Schweiz wurde das geldpolitische Instrumentarium deutlich ausgedehnt.

Auswirkungen auf die Realwirtschaft

Die Auswirkungen der Krise auf die Realwirtschaft wurden in den letzten Monaten in verstärktem Ausmass sichtbar. Die starke Abschwächung des Handels führte zu deutlichen Produktionskürzungen auf globaler Ebene, und viele der bedeutendsten Wirtschaftsräume erfuhren ein negatives Wachstum des Bruttoinlandproduktes. Mittlerweile befinden sich die USA, Japan, die Eurozone und auch die Schweiz in einer Rezession.

Nachdem die Wirtschaftsabschwächung in der Schweiz erst verzögert folgte, schrumpfte die Schweizer Wirtschaft im vierten Quartal um deutliche 0.6% gegenüber dem Vorjahr. Nationalbank und Bund haben seit dem letzten Herbst verschiedene Massnahmen ergriffen, um die Finanzmarktstabilität zu gewährleisten und der konjunkturellen Abschwächung entgegenzutreten.

Eine nachhaltige Stabilisierung und Erholung der Wirtschaft in der Schweiz erfordert aber letztendlich eine Erholung der Weltwirtschaft, in der die USA nach wie vor eine zentrale Rolle spielt.

Rolle der USA für die Schweiz

Wie aber wird sich die Wahl von Barack Obama auf die Weltwirtschaft und insbesondere auf die Schweiz auswirken? Für die konjunkturelle Entwicklung der Schweiz ist im Zusammenhang mit den USA insbesondere der Aussenhandel relevant. Für die Schweiz erscheint daher die Einstellung der US-Regierung zum Handel besonders wichtig – insbesondere in Bereichen, in denen die Schweiz stark vom Handel mit den USA profitiert, wie bspw. der Pharmaindustrie.

Der Aussenhandel ist für die Schweiz als kleine, offene, exportabhängige Volkswirtschaft von grosser Bedeutung.

Es existieren bereits rund 20 Freihandelsabkommen. Über 80% des gesamten Handelsvolumens werden mit diesen Handelspartnern abgewickelt. Eine multilaterale Lösung, wie sie im Rahmen der Doha-Verhandlungsrunde der WTO angestrebt wurde, ist dagegen vorerst gescheitert. Vor zweieinhalb Jahren war bereits ein bilaterales Freihandelsabkommen zwischen der Schweiz und den USA nicht zustande gekommen.

Schweizer Industrie profitiert traditionell von US-Nachfrage: Eine hohe Nachfrage der USA in der Schweiz liegt traditionell in den Branchen Maschinen und Elektronik (CHF 3.4 Mrd.), Chemikalien und pharmazeutische Produkte (CHF 6.5 Mrd.) sowie Uhren und Bijouterie (CHF 5.1 Mrd.). Die Exporte im Sektor Chemikalien und Pharma sind allerdings im Jahr 2007 wertmässig um 3.7% gefallen.

In den letzten drei Jahren hat sich die Bedeutung der USA als Exportdestination für die Schweiz hingegen tendenziell verringert. Heute gehen noch knapp 9% aller Exporte in die USA. Was die Konsequenzen der Wahl des Demokraten Obama für die Schweizer Industrie betrifft, so scheinen sich gerade für die Pharmaindustrie einige Risiken zu ergeben. Schliesslich sieht der Gesundheitsplan von Obama vor, die Gesundheitskosten – und damit die Preise von Medikamenten – zu reduzieren, bspw. durch stärkere Anwendung von Generika.

Parteizugehörigkeit nicht entscheidend

Grundsätzlich wird den Republikanern eine im Vergleich zu den Demokraten wirtschaftsfreundlichere Politik zugeschrieben. Allerdings zeigt die Vergangenheit nicht, dass republikanische Präsidenten für das US-Wirtschaftswachstum tatsächlich vorteilhafter waren als demokratische. Unter demokratischen Präsidenten war das Wachstum im Durchschnitt sogar grösser.

Konjunktorentwicklungen werden allerdings durch eine Fülle von Faktoren beeinflusst, und eine Gesetzmässigkeit lässt sich aus dieser Beobachtung sicher nicht ableiten. Wirtschaftspolitische Massnahmen wirken zudem meist erst mit Verzögerung und lassen sich so ohnehin nur schwer den jeweiligen Perioden zuordnen.

Obschon Barack Obama die Vorteile eines freien Handels für die einheimische Wirtschaft grundsätzlich anerkennt, äusserte er in der Vergangenheit insbesondere Vorbehalte gegenüber dem nordamerikanischen Freihandelsabkommen NAFTA. Im Rahmen der G20-Verhandlungen haben sich die USA klar zum Freihandel bekannt, allerdings könnte sich die Obama-Regierung in einem erneuten Versuch zum Abbau der Handelsschranken zwischen der Schweiz und den USA als wenig pragmatischer Verhandlungspartner erweisen.

Verschiebung der Kräfteverhältnisse

Vor Ausbruch der Wirtschaftskrise war zu beobachten, dass die USA in der Weltwirtschaft relativ an Bedeutung verloren.

Ein Grund dafür war, dass viele Schwellenländer in Asien, Osteuropa oder auch Südamerika ihr Gewicht in der globalen Wirtschaft steigern könnten. Die starke Binnennachfrage dieser Länder, etwa im Bereich der Infrastrukturinvestitionen, aber auch bei der Konsumnachfrage sowie neue Handelsverflechtungen haben dort das Wachstum in den letzten Jahren getragen. Davon hat auch die Schweiz profitiert. Die heimische Exportindustrie konnte ihre Absätze in diese Regionen teilweise im zweistelligen Prozentbereich steigern. Allerdings blieben die aufstrebenden Volkswirtschaften von der Wirtschaftskrise ebenfalls nicht verschont:

Die Schweizer Exporte etwa in die asiatischen Länder schrumpften seit Jahresbeginn um fast 10%.



Dunkle Wolken über dem Zürcher Parkett?

Der Exportrückgang in die USA war indessen mit -11.3% nicht weniger markant. Das Platzen der Kreditblase und die daraus resultierende Straffung der Kreditbedingungen schwächte die Konsumnachfrage in den USA empfindlich, gerade weil dort die Finanzierung «auf Pump» bisher besonders verbreitet war.

Dennoch bleibt der Einfluss der USA auf die Schweizer Wirtschaft gross. Im Ländervergleich folgen nach Deutschland (mit über 20% der Exporte) bereits die USA, zusammen mit Italien und Frankreich, die mit jeweils zwischen 8.5% und gut 9% die nächst wichtigsten Handelspartner stellen.

Schlussbeobachtung

Die USA dürften auch in Zukunft von grosser Bedeutung für die Schweizer Exportindustrie bleiben, in der aktuellen Wirtschaftskrise werden die entscheidenden Impulse für eine Erholung der Weltwirtschaft aus den USA kommen. Gleichzeitig wird aber die globale Diversifikation fortschreiten, und dadurch werden insbesondere die bisherigen Schwellenländer als Abnehmerländer für die Schweizer Exportindustrie stärker in den Vordergrund treten.

* **Fabian Heller** ist Ökonom bei der Credit Suisse in Zürich. Das Team der Abteilung 'Global Research' befasst sich mit den wirtschaftlichen Entwicklungen und Trends an den Finanzmärkten in einem internationalen Kontext. Die Ökonomen der Credit Suisse veröffentlichen ihre Analysen, speziell auf die Schweizer Wirtschaft bezogen, in diversen Publikationen. Weitere Texte und Studien finden Sie auf der Internetseite www.credit-suisse.com

+ Yonas Mulugeta befasst sich
mit Immobilienmanagement

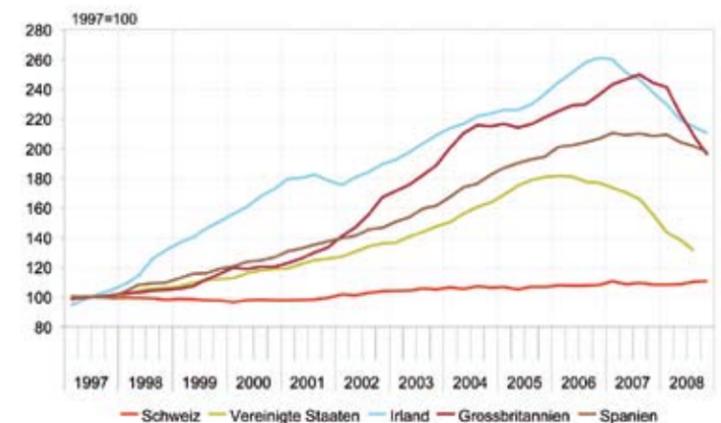
Der Immobilienmarkt als tragender Parameter

Text von Yonas Mulugeta*, CEO Colliers CRA AG

Die Preisblase in den Immobilienmärkten hat sich abgezeichnet. Die Warnungen wurden nicht wahrgenommen. Denn ein Blick zurück zeigt, dass eine Korrektur nur eine Frage der Zeit war. Seit 1997 sind die realen Immobilienpreise in den USA, Irland, Grossbritannien und Spanien um mehr als 50% gestiegen. Dieser vom Umfang und Dauer aussergewöhnliche Anstieg war von den wirtschaftlichen Fundamentaldaten nicht gerechtfertigt.

Bei aller Kritik darf jedoch nicht vergessen werden, dass diese Preisentwicklung in den Vereinigten Staaten zum Teil die Auswirkungen des Einbruchs der Aktienmärkte in den Jahren 2002/03 dämpfte und die amerikanische Wirtschaft - und somit auch die Weltwirtschaft - vor einer schweren Rezession bewahrte.

Grafik Reale Immobilienpreise, Quelle KOF, Datastream



Hiesige Liegenschaftenlage?

Im Gegensatz zu den genannten Immobilienmärkten war der Schweizer Immobilieninvestitionsmarkt von den Preissteigerungen nicht stark betroffen. Dies obwohl in den transaktionsstarken Jahren 2006 /07 die hoch fremdfinanzierten ausländischen Investoren die Preise für A- und B-Klasse Immobilien in die Höhe trieben. Der stabile Verlauf der Preise erweist sich nachträglich als ein Hauptgrund für die aktuelle Robustheit des heimischen Immobilienmarktes.

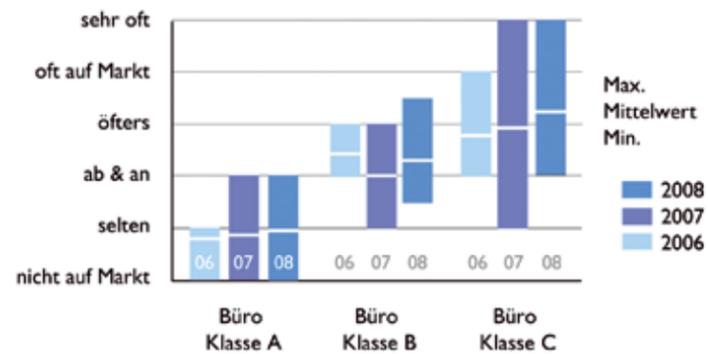
Ein weiterer Grund für die Marktstabilität ist die Verfügbarkeit von Fremdkapital. Die Bankkredite in der Schweiz haben in den vergangenen Jahren positive Wachstumszahlen aufgewiesen. Auch wenn die Summe der Baukredite und Hypotheken im 2008 abgenommen hat, weist das Gesamtkreditvolumen eine Wachstumsquote von ca. 5% aus. Dies ist ein fundamentaler Unterschied im Vergleich zu den angrenzenden Immobilienmärkten.

Der europäische Immobilienmarkt leidet an einer drastischen Verknappung des Kreditangebotes und deren restriktive Vergabe. Das Versiegen der mehrheitlich angelsächsischen risikoreichen Finanzierungsquellen hinterlässt seine Spuren auch in der Schweiz. Davon betroffen ist insbesondere die Investorenlandschaft. Die offensiven ausländischen Investoren sind kaum mehr aktiv. Mit ihrem Rückzug hat auch der Investitionsmarkt an Dynamik eingebüsst.

Defizit bei Gebäudeklasse A

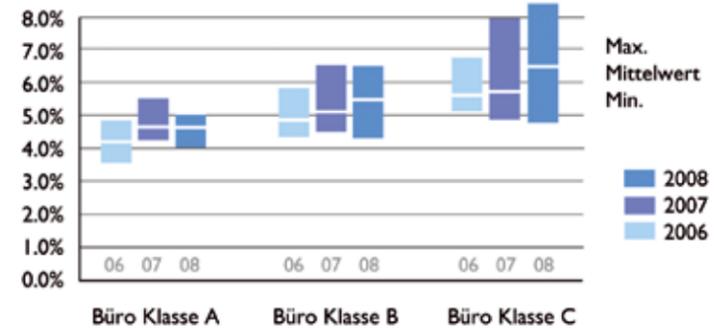
Nach einem ereignisreichen Jahr 2007 konnte 2008 die Nachfrage der Investoren - sowohl in qualitativer als auch quantitativer Hinsicht mehrheitlich nicht erfüllt werden.

Die Verfügbarkeit der verschiedenen Immobilienkategorien hat sich unterschiedlich entwickelt.



Grafik Verfügbarkeit / Liquidität, Quelle: Colliers (Schweiz) AG

Unverändert gesucht und selten auf dem Markt sind Objekte der Büro-Gebäudeklasse A. Die fortschreitende Finanzkrise veranlasste gegen Ende 2008 zahlreiche Eigentümer, ihre risikobehafteten Objekte am Markt anzubieten. Eine Überversorgung mit Büro-Objekten der Klasse C, etwas weniger auch B, war die Folge. Das Angebot und Nachfrageverhalten schlägt sich in den erzielbaren Renditen nieder. Diese stiegen an.



Grafik Nettorenditen Schweiz, Quelle: Colliers (Schweiz) AG
Die Datenerhebungen stammen aus Umfragen der Colliers AG.

Positiv für Investoren?

Während die Investoren bei den wenig verfügbaren Objekten ein gesundes Konkurrenzverhalten zeigen und demzufolge die Preise für Klasse A-Immobilien unvermindert hoch bleiben, werden die Preise für Klasse B-Immobilien nachgeben. Die Käufer verhalten sich abwartend und wählerisch und lehnen Anlageobjekte ab, die sie wenige Monate zuvor im Bieterverfahren ersteigert hätten. Die Nettorenditen bewegen sich in dieser Kategorie um ca. 5.5%.

Eine deutlichere Verschiebung des Preisgefüges ist bei den Klasse C-Immobilien zu erwarten. Nettorenditen von 7% - 8% sind keine Seltenheit. Der Markt hat sich im Klasse B- und C-Segment vom Verkäufer- zum Käufermarkt entwickelt. Der Zeitfaktor wird zu einem wichtigen Verhandlungsargument.

Nach wie vor besteht ein anhaltendes Ungleichgewicht am Markt, wofür die Diskrepanz zwischen Verkäufern mit hohen Preiserwartungen und risikoaversen Käufern verantwortlich ist. Die Verschiebung der Marktverhältnisse sollte inzwischen bei allen Verkaufswilligen angekommen sein. Im Prozess der Preisbildung wird die Einschätzung des Leerstandsrisikos eine entscheidende Rolle spielen.

Dies hängt wiederum von den Aussichten der Wirtschaftsentwicklung ab. Die Prognosen für das 2009 gehen von einem Negativwachstum aus. Eine Entspannung wird frühestens im 2010 erwartet.

Zukunft für die Immo-Branche Schweiz

Wie geht es weiter? Der Schweizer Markt für Immobilieninvestitionen wird sich auch 2009 seitwärts bewegen. Bei unverändert hohem Anlagedruck wird die Liquidität des Marktes zunehmen. Risikobehaftete Immobilien werden einen Preisabschlag erleiden. Eigenkapitalstarke Investoren sind in einer komfortablen Lage und die eigentlichen Profiteure. Für Projektentwickler werden die Umstände schwieriger.

Einerseits steigen die Erwartungen der Investoren hinsichtlich Vorvermietungsquote, andererseits wird es härter Nutzer zu finden, welche sich im derzeit unsicheren Marktumfeld langfristig binden lassen. International betrachtet weist der Schweizer Immobilienmarkt auf Grund der tiefen Zinsen wieder einen attraktiven „Yield-Gap“ aus. Dies war in den Jahren 2006/07 ein Hauptanziehungspunkt für ausländisches Kapital. Ob dies nach der Lockerung der europäischen Kreditklemme zu einer Nachfragesteigerung führen wird, bleibt ungewiss.

*Yonas Mulugeta

ist Partner und CEO der Colliers CRA AG in Zürich. Zudem amtiert er als Verwaltungsratspräsident der Colliers (Schweiz) AG. Als diplomierter Architekt mit Masterstudien in Betriebswirtschaft und internationalem Immobilienmanagement befasst er sich mit der Entwicklung, Realisierung und Vermarktung von anspruchsvollen Immobilienprojekten für nationale und internationale Kunden. Er ist Mitglied der Royal Institution of Chartered Surveyors (MRICS).

ANZEIGE



Stimmige Domizile für Klausuren, Seminare oder Strategieplanung.

Wir bieten den Rahmen

Inspiration, Ruhe und Diskretion in 23 Ländern Europas

Information und Beratung: 044 838 68 80

www.novasol.ch



Natürlich – einzigartig

Blüten, Blätter, Rinden, Wurzeln oder ganze Pflanzen liefern die Wirkstoffe für die RAUSCH Kräuter Pflegespezialitäten

- aus kontrolliertem Anbau
- konsequent nach ökologischen Massstäben
- zum optimalen Zeitpunkt geerntet, von Hand verlesen
- schonend extrahiert – mit hauseigenen Spezialverfahren

Erfahrungsschatz seit 1890 vereint mit modernsten wissenschaftlichen Methoden.



Die Kraft der Kräuter für Haut und Haar



NOVASOL - Der Experte für Tagungen



Rund 25.000 Urlaubs- und Seminar-Räumlichkeiten in 21 europäischen Ländern hält NOVASOL bereit.

Individuell reisen und trotzdem die Vorteile einer Gemeinschaft geniessen – das geht: Der Ferienhausanbieter NOVASOL hat zahlreiche Räumlichkeiten, sei es eine Aula, sei es eine Villa, speziell mit privatem Charakter, im Programm. Insgesamt hat NOVASOL für 2009 15 Prozent mehr Domizile im Portfolio als im Vorjahr.

Das Unternehmen, Teil des RCI Global Vacation Network von Wyndham Worldwide, ist der grösste Hausanbieter Europas. Für 2009 beinhaltet das Unternehmen Ferienhäuser, Apartments und Stadtwohnungen in ganz Europa, z. B. in Dänemark, in Italien, oder in der Schweiz. NOVASOL operiert mit Hauptsitz in Kopenhagen seit 1968.

Spezialisierte Aussenstellen gibt es jedoch fast überall in Europa. Der Ferien- und Seminaranbieter ist auch in der Schweiz zu finden unter:

NOVASOL c/o Wyndham Worldwide (Switzerland) GmbH
Grindelstrasse 6, 8303 Bassersdorf
Tel. (neu!): +41 (0) 44 838 68 80, Fax: +41 (0) 44 838 68 81

www.novasol.ch





Mein Navigationssystem dokumentierte an einem normalen Samstag Staus mit einer Gesamtlänge von 150 Kilometern. Glücklicherweise fand sich eine Hilfe.

Ferienzeit - Stauzeit

Gastkolumne von Sarah Schweiger, PR-Managerin TomTom

Am Samstag, den 21. Februar 2009, rollte die erste grosse Autolawine gen Alpengebiete – in der Schweiz, in Bayern und den Niederlanden haben die Ferien begonnen. Wie zu erwarten war, bildeten sich lange Staus und Verzögerungen auf den Strassen. Mein „TomTom Verkehrsinformationsservice HD Traffic“ dokumentierte am jenem Samstag Staus mit einer Gesamtlänge von 147,5 Kilometer. Der längste zusammenhängende Stau mit einer Länge von 53,4 Kilometer bildete sich auf der A1 namens Rothrist und Verzweigung Wankdorf. Das sollte meine Wochenendsreise um 1 Stunde und 7 Minuten verzögern.

Auch auf der Lötschbergstrasse zwischen Frutigen und Kandersteg ging stellenweise gar nichts mehr! Bei einer Staulänge von 9,7 KM benötigten Autofahrer nur für diesen Streckenabschnitt mehr als 40 Minuten länger als üblich. Glücklicherweise hatte ich meinen geliebten „HD Traffic“, er lotste mich am Stau innerhalb von Minuten vorbei! Dieses TomTom-Gerät liefert die vollständigsten und aktuellsten Verkehrsinformationen der Schweiz. Updates, über die sich verändernde Verkehrssituation, erfolgen in 3-Minuten-Intervallen. Ich staune: „HD Traffic“ bezieht mehr

Quellen und Strassen ein als jeder andere Verkehrsinformationsservice. Der Trick dabei, es nutzt unter anderem die anonymisierten Daten aus dem Mobilfunknetz von swisscom. Diese Daten umfassen sowohl alle im swisscom-Netz aktiven Mobiltelefone als auch alle aktiven „HD Traffic“-Nutzer, wodurch sich mit jedem neuen „HD Traffic“-Nutzer die Qualität des Verkehrsinformationsservices kontinuierlich weiterentwickelt. Damit Autofahrer nicht vom Regen in die Traufe kommen!

Herkömmliche Verkehrsinformationssdienste bilden meist lediglich die Situation auf Autobahnen und Hauptstrassen ab. Woher sollen Autofahrer dann aber wissen, ob die Ausweichroute nicht ebenfalls bereits überlastet ist? Durch die Einbeziehung der Daten aus dem swisscom-Mobilfunknetz liefert HD Traffic ein realistisches Bild des Verkehrsaufkommens – auch auf Nebenstrassen. Verlässliche Angaben zu Verzögerungen liefert der TomTom-Service wie kein Zweiter. Dies ermöglichte mir damit eine verlässliche Angabe der Reisedauer - schon vor Fahrtbeginn.

Autofahrer können sich vor Reiseantritt über das aktuelle Verkehrsaufkommen informieren unter:

www.tomtom.com/hdtraffic

Schön gepflegt!

Beerenkraft

Die neue Pflegemarke von Rudolph Care besteht aus rein natürlichen Essenzen, so z. B. aus der Açai-Beere. Sie weist 20 mal mehr antioxidante Wirkung auf als hiesige Waldbeeren. Die Açai Anti Stress „Facial Cream“ und andere Rudolph Care Pflegemittel wurden seit ihrer Lancierung 2009 mit zwei Eco Labels ausgezeichnet. www.rudolphcare.com

Männersache

Männer können seit jüngster Zeit in Sodashi grossen Gefallen finden. Die luxuriöse Naturkosmetik-Linie, sonst nur zu finden in renommierten Hotels, bietet neu „Sodashi Mankind“. Da werden Männergesichter genährt mit Wirkstoffen wie u. a. Zypressen- und Sandelholz-Essenzen. Die erfrischende Pflege umfasst ein ganzes Set, s. Abbilder. www.sodashi.de

Regenspritzer

Marc Jacobs erfrischt wieder mit seiner „Splash“-Duftserie. Als Ausgangspunkt für den „Rain“-Akkord verwendete sein Parfumeur Laurent LeGuernic z. B. Bilder einzelner Blumen. Deren Farben und olfaktorischen Essenzen wurden kanalisiert, um sich z. B. mit einem wässrig-floralen Duft zu bespritzen.

Marc Jacobs „Splash Collection“ ab April wieder im Handel erhältlich.

Parfum-Insider

Die Welt der Düfte zu beschreiben, ist nicht einfach. Umso besser, man hat ein stimulierendes Buch, um Insiderwissen und Alltagswitz verschmelzen zu lassen.

Tip: Turin & Sanchez mit aktualisierten Büchern wie „Perfumes – The Guide“ (Profile Verlag)



La Prairie: Schönheit durch Biologie

Die Gesichtspflege setzt auf Ingredienzien aus dem Meer, daher netzen seit neuem auch vielreisende Männer an.

Schon beim ersten Auftragen des blau-grün schimmernden Tonikums, fühlen sich Männer frei gelöst. Seit 2008 führt La Prairie Switzerland einen meeresbiologischen Tiefgang bezüglich Hautpflege durch. Neben der Crème, einem Anti Age-Klassiker, präsentiert der Hersteller ein aquatisches Tonikum und ein pflegendes, Feuchtigkeit-spendendes Fluidum. Die so genannte „Advanced Marine Biology“-Linie ist für Frauen wie Männern ab ihren 30ern gedacht. Tatsächlich wirken die Ingredienzien aus Meerespflanzen - u. a. Korallengras, u. a. Kamille, Sesam und Soja - Kollagen-stimulierend. Sauerstoff und Anti-Aging-Mikrokügelchen regen die Zellregenerierung an. Männergesichter, auch unterschiedliche Hauttypen, werden aufgefrischt ohne zu glänzen, ob sie nun durch die nördliche oder südliche Hemisphäre reisen.

Nun finden sie ein Reiseset vor mit einem Cellular Hydrating Serum, dem „Advanced Marine Biology“-Fluidum, einem Cellular Revitalizing Eye Gel und Foam Cleanser. Ab April in besseren Fachgeschäften für ca. Sfr. 230.-- erhältlich.





Van Rooijen kommentiert nicht nur Mode, fingerfertig zeichnet er sie nach.

Carla Bruni oder Grace Kelly in einem Atemzug zu nennen, das ist recht mutig. Der Modeexperte Jeroen Van Rooijen beweist jedoch stets einen taktvollen Blick.

„Carla, Grace oder Kate?“ - von den Grossen abschauen

Interview von Michael Merz

Ahnungslos kommentieren wir Boulevardthemen um Carla Bruni, Grace Kelly oder Kate Moss. Ganze Journale präsentieren aufwendige Spielereien mit Kleidung, die einst nur bestimmten Gesellschaftsschichten vorbehalten war. Jeroen Van Rooijen, ein ausgebildeter Modegestalter (s. seine Skizzen links), weiss wovon er schreibt.

Mit viel Sachironie zeichnet sich Van Rooijen verantwortlich für das „Z-Magazin“ der NZZ am Sonntag. Seine Stilfibeln, hilfreiche Werke wie z. B. „Der Dresscode“ helfen nicht nur Männern, die keinen Schimmer von Mode haben, sondern auch Frauen, sich einen selbstverständlichen modischen Umgang zu verschaffen. *balance* interviewte den Stilexperten über sein neuestes Buch: „Carla, Grace oder Kate?“

***balance:* Mode ist auch immer ein Artefakt der Zeit. Wie erklären sie sich, dass First Ladies vermehrt bunte Roben tragen?**

Van Rooijen: Ich glaube sie spielen - wie jede Frau - mit Transparenz und Ton-in-Ton-Effekten. Frauen wie z. B. Carla Bruni wählen ihren Stil sehr genau, sie schauen auf einen Sex-Appeal, der nie zu männlich, aber ziemlich weiblich wirkt.

***balance:* Ob man im Job seriös oder windig wirkt, hängt sicher von der Garderobe ab. Wohin läuft der aktuelle Stil von Schweizerinnen?**

Van Rooijen: In der Schweiz werden die Farben insgesamt zurückgenommen. Dafür legen Geschäftsfrauen Wert auf Accessoires wie Perlenketten, Gürtel, neuerdings wieder Foulards.

***balance:* Viele Trends stammen aus vergangenen Epochen. Wurden auch Frauenanzüge aus uniformen Schnitten abgeleitet?**

Van Rooijen: Die Kleidung der Damen wird in gewissen Weisen, um nicht zu sagen fast immer, an die Männerwelt angelehnt. Es gibt jedoch einen Typus Business-Frau, der sich ein bisschen zu maskulin orientiert.

***balance:* Bezüglich Stoffen und Schnitten sind doch Frauen viel freier in der Auswahl, oder gibt es da so etwas wie ewige Modeklassiker?**

Van Rooijen: Die Branche besinnt sich momentan auf einfache Materialien wie Leinen, dünne Baumwolle, eventuell noch Kaschmir und Mohair. Aber alles wird in dünnen Varianten hergestellt. Ein Klassiker, den man bei eleganten Politikerinnen sieht: Die Dietrich-Hose.

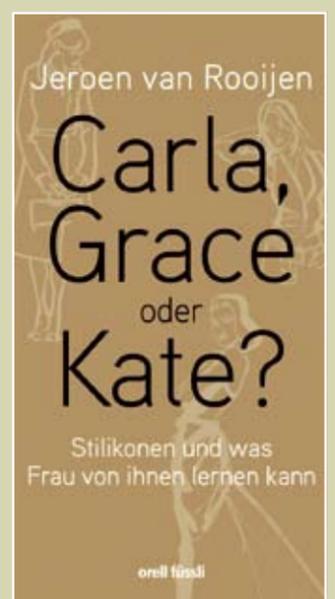
***balance:* Gibt es 2009 überhaupt so etwas wie eine modische Etikette bei jungen und jung gebliebenen Top-Managerinnen?**

Van Rooijen: Vieles ist erlaubt, was die Träger, aber auch ihr Umfeld selbstbewusster macht. Micheline Calmy-Rey fiel mir auf durch ihre knalligen Taschen. - Aber junge Führungskräfte sollten aufpassen bei Hinguckern, auch Schuhe wären bei ihnen ein heikles Thema.

Jeroen Van Rooijen

Geboren 1970 in Frauenfeld als Sohn niederländischer Einwanderer. Besuch der Grundschulen im Thurgau sowie des Wirtschaftsgymnasiums in Frauenfeld. 1986 Vorkurs der Schule für Gestaltung Zürich (heute ZHdK), 1987 Grundjahr der Modeklasse und dreieinhalb Jahre Weiterbildung zum Modegestalter (Diplom 1991).

Von 1991 bis 1995 arbeitete er bei verschiedenen Lokalradios. 1997 wechselte er als Moderredaktor zur «Annabelle». Von 1999 bis 2003 war er beim Lifestyle-Magazin «Bolero» tätig, seit Januar 2003 ist er Moderredaktor der NZZ und leitet den «Stil»-Bund der «NZZ am Sonntag». Autor von Büchern wie „Der Dresscode“, und das Buch nebenan (Orell Füssli Verlag).



Die grösste Fotografin der Welt interpretiert in erquickenden Fotografien italienischen Lifestyle und bringt so ihre Sicht der italienischen Kultur zum Ausdruck.

Annie Leibovitz

interpretiert für Lavazza italienischen Lifestyle

Text von Cristiano Nardò

Lavazza fügt seinen berühmten Kalendern ein weiteres wichtiges Kapitel hinzu und betraut die Fotografin Annie Leibovitz, die gefragteste und berühmteste zeitgenössische Portraitistin, mit den Fotografien für die 17. Auflage des Kalenders. Die Agentur Testa war wie gewohnt für die künstlerische Leitung verantwortlich. Das Thema, dem sich Annie Leibovitz stellt, ist facettenreich und liegt Lavazza besonders am Herzen, ist für die grosse Fotografin jedoch ungewöhnlich: „The Italian Style“.

„The Espresso Experience“

Annie Leibovitz hat für Lavazza sieben Aufnahmen (sechs für die Monate und eines für das Deckblatt), man könnte fast sagen, sieben Gemälde, geschaffen. Es sind Darstellungen einer surrealen Reise durch ein feinsinniges, mondänes Italien, das nicht nur in der italienischen sondern auch in der internationalen Fantasie verwurzelt ist. Sie konnte in den Bildern einen Lebensstil einfangen, der auf der Welt einzigartig ist.

Die Bilder der experimentierfreudigen Fotografin, die nun die grosse Künstlergalerie der Lavazza Kalender bereichern, sind Werke, die geradezu eine theatralische Sprache sprechen. In der ihr eigenen Art spielt Leibovitz mit dem bewussten Einsatz von Lichtakzenten, der an den Stil gewisser flämischer Künstler erinnert. Diese Arbeiten verblüffen, verzaubern oder bringen uns zum Lächeln, aber sie lassen uns gewiss nicht gleichgültig und überraschen auf direkte und wirkungsvolle Weise. So wie z. B. die Fotografie mit dem Titel „Das Kino“, ein Tribut an den Meister des italienischen Films: Federico Fellini. Leibovitz hat sich dazu von der berühmten Szene, die den Trevi-Brunnen auf der ganzen Welt bekannt machte, inspirieren lassen. Der Kuss auf dem Foto „Die Verführung“, auf dem eben die Verführung und die Eleganz, als typisch italienische Eigenschaften, mit dem Tiber als Hintergrund zu sehen sind.

Leibovitz liess sich dazu in Perspektive und Lichthintergrund von den Bildern des berühmten venezianischen Ansichtsmalers Giovanni Antonio Canal, in Italien liebevoll Canaletto genannt, inspirieren. Und das beliebteste Gericht, die allorts präsenten Spaghetti, in denen die Sinnlichkeit des Models als höchste aller Zutaten mit der Einzigartigkeit der toskanischen Hügel kokettiert. Schliesslich das Bild, das Venedig symbolisiert.

In den Fotos, aus denen sich der Kalender zusammensetzt, erinnert uns Annie Leibovitz daran, dass der wahre Witz darin besteht, nie etwas allzu ernst zu nehmen, und die kleinen, da und dort eingestreuten Hintergrunddetails legen nahe, dass auch die perfektste Konstruktion immer auch nur eine Show ist. Der Stil des Kalenders „The Italian Espresso Experience“ ist unverwechselbar der Stil von Lavazza, raffiniert und elegant wie immer, mit einem Schuss Romantik, mit Ironie als roter Faden auf jedem Bild.

Francesca Lavazza über Leibovitz

Zur artistischen Umsetzung, zur Bedeutung, sich auf die Interpretation des Kalenders einzulassen, Annie Leibovitz persönlich. „Der Lavazza Kalender blickt auf eine grossartige Tradition zurück und bietet die wunderbare Gelegenheit, die eigene Vorstellungskraft bestmöglich zum Ausdruck zu bringen. Das kreative Konzept, das ich verwirklichen wollte, zeigt explizit den gesamten Produktionsprozess und die verschiedenen Zwischenschritte, die zur Verwirklichung dieser Bilder-Ikonen geführt haben. Während des Shootings haben wir ständig nur Lavazza Espresso getrunken“, so die Starfotografin wie immer authentisch.

Francesca Lavazza, Corporate Image Director der Lavazza Gruppe, erklärt: „Als wir unser Thema ausgearbeitet hatten, bestand kein Zweifel darüber, wer es interpretieren sollte, wer unter den internationalen Künstlern einen illusionsfreien und tiefen, einfühlsamen und ‚aufklärerischen‘ Blick hat. Es musste unbedingt Annie sein. Die Frage der Nationalität stellte sich uns nicht, sondern uns war wichtig, wem wir diese Kalender-Edition anvertrauen könnten, wer dank seines Talents und seiner Einfühlsamkeit die Fähigkeit zu einer idealen Interpretation hätte. (...)“

Denn es ist zwar richtig, dass Lavazza ein italienisches Unternehmen ist, aber seine ‚internationale Seele‘ hat es uns auch immer erlaubt, unseren Horizont zu erweitern.“



Annie Leibovitz, Kurzportrait

Leibovitz ist die angesehenste lebende Fotografin. Ihre originellen, ironischen Portraits erscheinen seit mehr als 30 Jahren auf den Titelblättern diverser Magazine.

Sie wurde am 2. Oktober 1949 in Waterbury, Connecticut, geboren. Ihr Vater war Berufsoffizier bei der Luftwaffe und Annie verbrachte ihre Kindheit auf verschiedenen Militärstützpunkten. Während ihres Studiums der Malerei am San Francisco Art Institute belegte Annie einige Abendkurse über Fotografie und 1970 begann sie für das „Rolling-Stone Magazine“ zu arbeiten, bei dem sie drei Jahre später, 1973, zur Cheffotografin aufstieg. Als sie zehn Jahre danach von dort wegging, standen auf ihrer Habenseite 142 Titelblätter und verschiedene Fotoreportagen zu bedeutenden Ereignissen der Zeitgeschichte, einschließlich des Rücktritts Richard Nixons und der Tournee der Rolling Stones 1975. Zu Beginn der 80er Jahre galt Annie Leibovitz als die wichtigste Fotografin der Rockszene und als scharfe Beobachterin der sozialen Realitäten.

Ihre exzellente Arbeit brachte ihr auch viele Auszeichnungen ein, darunter die „Barnard College Medal of Distinction“ und den „Infinity Award in Applied Photography“, der ihr vom International Center of Photography verliehen wurde. 2006 erhielt sie den Titel „Commandeur dans l'Ordre des Arts et des Lettres“ der französischen Regierung. Ein Jahr davor, im Zuge einer von der American Society of Magazine Editors organisierten Ausstellung der 40 besten Zeitschriftentitelblätter der letzten 40 Jahre, wurde Annie Leibovitz sowohl mit dem ersten Preis (das Foto von John Lennon und Yoko Ono, aufgenommen für „Rolling Stone“ an dem Tag, an dem John ermordet wurde) als auch mit dem zweiten Preis (Demi Moore, schwanger aufgenommen für „Vanity Fair“) ausgezeichnet. - Sie lebt mit ihren Töchtern Sarah, Susan und Samuelle in New York.





Vielseitiger Allrounder

Die „PowerShot SX1 IS“ hat einen 10-Megapixel-CMOS-Sensor, ein sehr flexibles Weitwinkelobjektiv mit 20fach optischem Zoom. Der Pufferspeicher ermöglicht dabei schnelle Reihenaufnahmen mit bis zu 4 Bildern/Sekunde. Aufnahmen können als Full HD-Video erstellt werden, mit Stereo-Sound in CD-Qualität. Canon verlangt dafür ca.: Sfr. 700.--. Mehr Informationen über Kameraneuheiten zu finden bei Canon (Schweiz) AG

www.canon.ch

Neue Lieblingsstücke



Schlüsselreize

Mit der „Keys“-Kollektion wird das Schlüssel-Motiv auf vielfältigste Weise umgesetzt, es lanciert den Trend des Jahres. Verspielten Motiven wie Herzen und Wappen in 18 Karat Gelb- oder Weissgold, in Platin mit Diamanten oder Sterlingsilber öffnen ganze Fashion-Bereiche. Das Original kommt von Tiffany & Co. und kostet notabene: Sfr. 230.-- (ohne Kette). Zu kombinieren mit feinen Halsketten, einzeln oder übereinander getragen. Ausgewählte Stücke erhältlich bei

Tiffany & Co. an der Bahnhofstrasse 14, Zürich.

Auf sanften Sohlen

Navyboot, der sonst für Halbschuhe gerühmte Brand, denkt auch an heissere Jahreszeiten. Einerseits trumpft beim Schweizer Unternehmen auch schon mal ein Lackaccessoire und andere filigrane Sandalen auf, andererseits lässt es sich schön gut in einer Moccasin-Sandale erholen an einem Sommerwochenende. Preis: Sfr. 229.--. Z. B. zu finden im Einkaufshaus Westside in Richtung Bern oder unter dieser Adresse

www.navyboot.ch

Poetisches Porzellan

Anne Black, eine angesehene Keramik-Designerin, gestaltet neuerdings auch Schmuck. Schlichte, spirituelle Keramiksteine.

Die Designsprache von Anne Black ist ein Kontrapunkt zur hyperüberladenen Warenwelt. Ihre Vasen fielen schon auf durch einfache, grafische Grundformen. Die sonst blumige Symbolik von Email- oder Keramik-Oberflächen lässt sie in den Hintergrund verschwinden. Vielleicht auch, weil Anne ohne viel Worte Workshops leitet, z. B. in Hanoi. Die dänische Handwerkerin lässt sich nun von der Einfachheit der Natur inspirieren, so integriert ihre neue Schmuck-Kollektion einfach natürlich geschliffenes Porzellan (s. Abbildung oben). Dieses wurde aus Steinformen der Nordsee adaptiert. Algengrün, Glasblau, oder ein knackiges Weiss mit einem einfachen roten oder goldenen Punkt drücken für Anne Black Spiritualität aus. (mm)

Ihre Designs gibt es im Tate Modern oder unter www.anneblack.dk



Hörvergnügen

Die hohe Qualität des Innenlebens spiegelt sich im Geneva Lab Design wieder. Hochwertige Bauteile, hier z. B. Walnussholz, bilden klangliche Harmonie. Die so genannte „Embracing Sound Technologie“ – patentiert für Aufnahmestudios aus der Filmindustrie – kann ergänzt werden mit iPods oder Hi-Fi-Anlagen. Verschiedene Modelle, Preis auf Anfrage, unter

www.radio-days.com

Schweizer Qualität

Frédérique Constant, seit 5 Jahren in Genf aktiv, ist bekannt für seine „Heart Beat Manufacturen“, Uhren mit einem sichtbaren „Innenherz“. Die „Maxime Manufacture Automatic“ hingegen, mit einem Gehäuse von 42 mm, selbstverständlich mit firmeneigenen FC Werk, gefällt Uhreninsidern wegen ihrer schlichten Eleganz. Sfr. 2890.--, der angemessene Preis mit Alligatoren- oder Stahlband. Erst ab Juni in grösseren Schweizer Städten kaufbar.

www.frederique-constant.com





Seit einem Jahr hat sich im Dolder Grand ein „Day Spa“ etabliert, der nicht nur für Hotelgäste offensteht, sondern auch für allgemein Körperbewusste.

Spa Luxus trifft weltläufiges Chill-Out

Text von Michael Merz

Das einzigartig, stattliche Hotel muss man gesehen haben. Manigfaltige Gründe sprechen dafür: Sein 110-jähriger Geist oder seine zukunftsweisende Architektur. Das unique Gebäude im stadtnahen Tannenwald bietet u. a. eine Drahtseilbahn, Spazierwege zum Ausschwärmen, letztlich Schneckenhaus-artige Seitenflügel, welche durch den Designer und Architekten Norman Foster zugeordnet wurden. Seit Frühling 2008 hat das Hotel auch eine neue, exotische Wellness-Zone.

Diese wurde durch den Stararchitekten so konzipiert, sodass man durch einen Glastunnel, entlang Schmuckvitrinen, den vollautomatischen Spa-Eingang bzw. Schnecken-Apex erreicht, hineinschlüpft. Besucher sind sich nicht ganz sicher. Befinden sie sich in einem neuartigen Märchen, in einem schlossartigen Rückzugsort? Hierin bietet sich mehr als nur Imagination. Sowohl Hotelgäste, wie auch Tagesbesucher finden effektive, aber preislich schmeichelhafte Behandlungen vor im „Day Spa“.

Ironische Elemente

Seit gut einem Jahr laben sich Besucher am exquisiten Spa. Das Dolder Grand offenbart ab 250 Franken vortrefflichste Erholung unter der Woche, eine Behandlung inklusive. Eine flotte Gesamtfläche von 4000 Quadratmetern beinhaltet nicht nur eine zwischen Himmel und Erde schwebende „Aquaworld“, sondern auch ein Sanarium, Saunen, sowie eine eisspitzerne Schneeselle. Privatzone, aber auch eine frei verfügbare Terrasse mit Whirlpool bieten jedem Gast individuelle Zweckmässigkeit.

Das zeitgemässe Spa-Konzept unterliegt der Umweltsphäre, auch ironischen Elementen: Steinkügelchen liegen in Badewannen, oder sind es doch Liegebänke? Ruheräume sehen aus wie Altlandschaften, oder sind es Chill-Out-Angebote? Solch weltläufige Vorrichtungen stimulieren die Sinne. Sound generell spielt eine

Rolle. In der Garderobe schwebt Barry White über schwarzen Marmorböden. Bei der Behandlung hört man hiesige Alpaufzüge korrespondieren zu asiatischen Mantras.

Wirkungsvoll

Sportmassagen über fantasievolle Schönheitspakete namens „Belle Du Jour“ bis zu medizinischen Interventionen, alles findet sich im Dolder Grand: Einklang mit sich selbst, Anti-Aging Massnahmen, Partnermassagen, jedes Bedürfnis hat oberste Priorität. Damen wie Herren der Schöpfung erleben auf ganz persönlicher Ebene erstklassige Behandlungen, nachdem sie die Treppe der Schönheit erkoren, in einem flauschigen Design-Warteraum sinniert haben.

Im anliegenden Behandlungsraum, der etwas von einem novellierten Wertschriftentresor hat, berät die Fachfrau gleichwohl kollegial-vertraulich.

Sie untersucht Hautstellen, unterbreitet Pflegemittel. Man spürt schnell eine prickelnde Wirkung. Eine Palette von hochkarätigen Massage-Kombinationen steht bereit, z. B. kleine Crème-Roller. Pflegeprodukte von La Prairie, quasi aus den Meerestiefen stammend, setzen neue Massstäbe bei Face-Sessions. Die Masseurin bzw. Kosmetikerin wendet Mineralien an, die die Haut gleich natürlich schimmern lassen.

Verspannte Muskeln werden im „Leading Spa Of The World“ genauso reguliert wie Hautirritationen. Eine abschliessende Nackenmassage z. B. ist noch lange vitalisierend.

Vorschlag: „Swiss Cellular Facial for Men by La Prairie“ 60 Minuten kosten Sfr. 185.--. Je nach Hautbedürfnis eine entgiftende oder beruhigende Behandlung für Herren.

Alle Angebote unter: www.thedoldergrand.com

Alberto Russo bekannt aus einer TV-Kochsendung, spricht mit Passion über Weine, die Tradition haben. Für *balance* beobachtete er die weiblichen Vorlieben an seinen «Wine & Style»-Weinkursen.

Alberto Russo

widerlegt die These: Frauen mögen keine Rotweine

Wenn man sich einmal tiefere Gedanken über Frauen und Weinvorlieben macht, sich fragt, wie diese grossen Themen zusammenfinden, erhält man eine Antwort: Wein hat eindeutig eine äusserst feminine Seite. Wein strahlt Eleganz aus, hat sowohl in Form, als auch hinsichtlich der gesellschaftlichen Handhabung eine nicht zu vernachlässigende ästhetische Komponente. Wenn man als Mann ehrlich ist, muss man zugeben, Eleganz und Ästhetik gehören zu Frauenstärken.

Der Wein-Kritiker

Es gibt also keinen Grund, warum sich Frauen in punkto Weinkenntnisse hinter den Männern verstecken sollten. Der Unterschied, welchen ich während meiner gastronomischen Laufbahn bezüglich des Wein-Umganges bemerkt habe, ist lediglich der, dass eine Frau mit ihren Kenntnissen zurückhaltender umgeht, beispielsweise bei der Degustation nicht gleich auf den «fachmännischen Putz haut». Ein Umstand, der sich wahrscheinlich nicht nur auf Wein als Kulturgut beschränkt. Hier fällt mir auch eine kleine Geschichte aus meiner Zeit im Hotel Ascot ein.

Ein Ehepaar in mittleren Jahren hatte sich zum gediegenen Abendessen eingefunden. Nachdem der Mann das Studium der Weinkarte kurzum zu einem öffentlichen Vortrag über Wein und die Welt umfunktioniert hatte, seiner Frau und mir, dem Kellner, die Vorzüge und Eigenschaften diverser sich auf der Karte befindlichen Weine erklärte, entschied er sich für einen Rioja. Meine Wenigkeit nahm die Bestellung auf, entfernte mich vom Tisch, während er im ganzen Restaurant gut hörbar weiter seine weinphilosophischen Thesen verkündete. Seine Frau hingegen kam leider überhaupt nicht zu Wort. Dann bracht ich den Rioja, liess den werten Weinexperten degustieren.

Selbstverständlich war auch dieser Vorgang eine Inszenierung shakespearischen Ausmasses: Ein sprühendes Fachwörter-Feuerwerk. Nachdem der Wein den Test bestanden hatte, schenkte ich beiden Eheleuten ein. Dann stupfte mich der Wein-Kritiker, zwinkerte mir zu und meinte, dass der Rioja sein bevorzugter italienischer Wein sei!

Die Besonnenheit

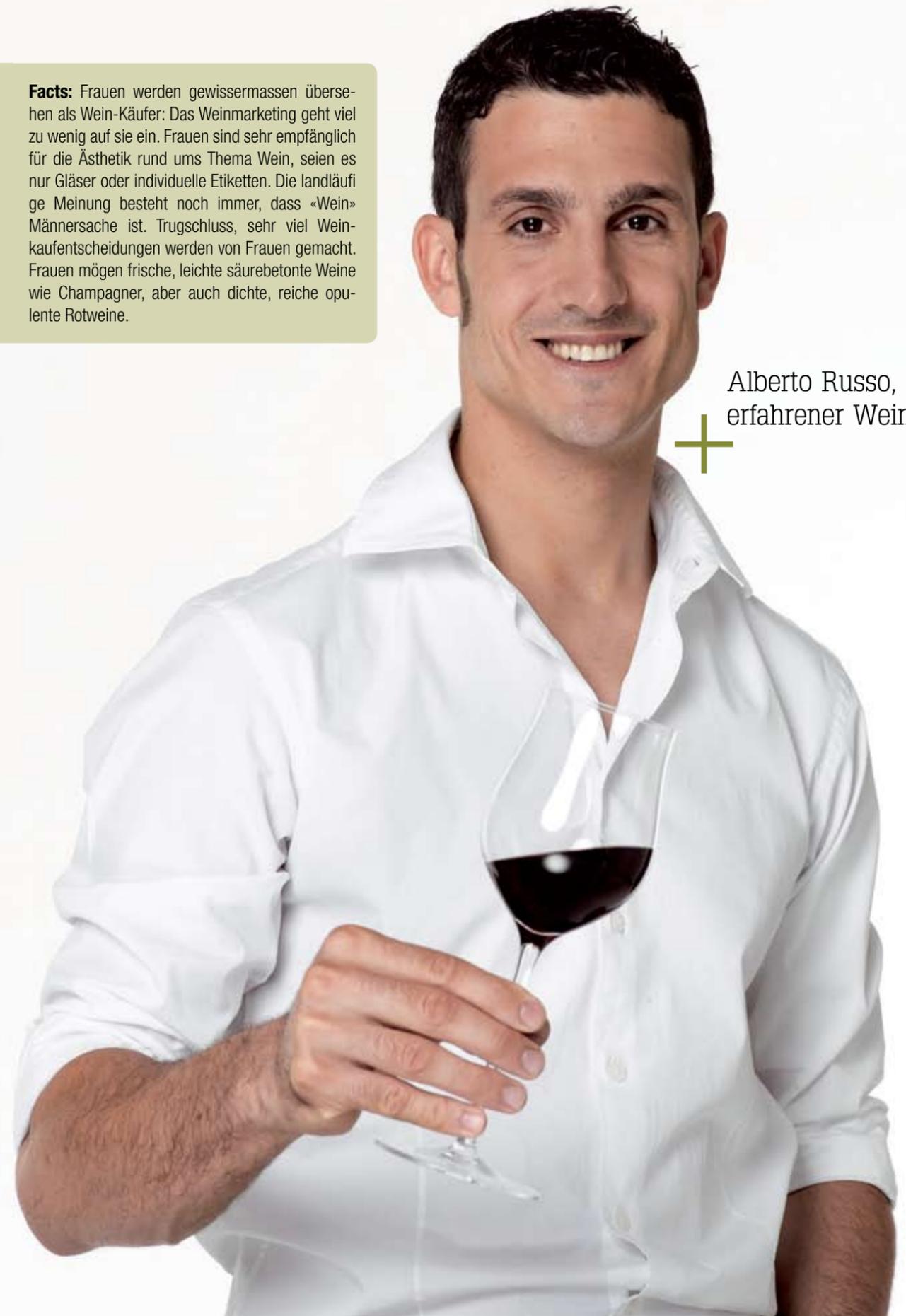
Ich sagte nichts und wurde, Gott sei Dank, von seiner Frau erlöst. Diese erklärte ihm, dass Rioja ein spanischer Wein sei. Der Rest der Geschichte ist schnell erzählt. Der Kritiker, vormals wortgewaltig auftrumpfender Götter-Gatte, verstummte beinahe vollständig. Die Frau gab sich immer besonnen, der Herr gab sich während des restlichen Dinners launisch, die Konservationsversuche seiner Frau fortan nur noch mit einem knappen Gemurmel aufnehmend. Auf den guten Vorschlag seiner Gemahlin hin, noch einen Dessert zu bestellen, erteilte er ihr noch, eine, mit dem Hinweis auf seine Müdigkeit, Abfuhr. Die Rechnung bezahlte er in Rekordgeschwindigkeit. Er und nicht sie, verliess das Restaurant forschen Schrittes, niemanden eines Blickes würdigend. War es Unwissen oder gar Scham? Die Frau schüttelte schmunzelnd ihren Kopf, verabschiedete sich höflich und folgte ihm gemächlich.

„Frauen haben eine gute, intuitive Sensorik. Sie können Geschmäcker im Wein sehr gut ihren Erinnerungen zuordnen“, sagt der Wein-Experte.

Einmal ganz abgesehen vom männlichen Übermut und der weiblichen Bescheidenheit, wurde die Geschichte des Weines auch stets von Frauengestalten weitererzählt. So werden beispielsweise die Weine von Madame Lalou Bize-Leroy qualitativ immer hoch eingeschätzt. Lalou Bize-Leroy, eine selbstständige Unternehmerin, gehört zur Spitzenklasse im Burgund. Des Weiteren gibt es da z.B. noch Jancis Robinson, eine vielbeachtete Weinkritikerin und Herausgeberin des Oxford Weinlexikons. Beobachten Sie selbst. Meiner Meinung nach wäre die Weinszene eindeutig um einiges ärmer ohne das aparte Mitwirken weiblichen Verstandes.

Facts: Frauen werden gewissermassen übersehen als Wein-Käufer: Das Weinmarketing geht viel zu wenig auf sie ein. Frauen sind sehr empfänglich für die Ästhetik rund ums Thema Wein, seien es nur Gläser oder individuelle Etiketten. Die landläufige Meinung besteht noch immer, dass «Wein» Männersache ist. Trugschluss, sehr viel Wein-kaufentscheidungen werden von Frauen gemacht. Frauen mögen frische, leichte säurebetonte Weine wie Champagner, aber auch dichte, reiche opulente Rotweine.

Alberto Russo,
erfahrener Wein-Experte



Stern und Schlüssel des
Indischen Ozeans: Mauritius



Auf den nächsten Seiten die schönsten und besten Unterkünfte, neue und altbewährte Übernachtungsmöglichkeiten für einen relaxten Aufenthalt auf der Trauminsel.

Mauritius, die besten Refugien

Texte von Michael Merz und Noah Sena (Teilrecherche)

Nebst offenkundig geografischen Gründen, dass die Sonne im Norden auf-, im unberührten Süden der Insel untergeht, die Vögel nicht auf, sondern von den Palmen herab Nester behausen - Charles Darwin reiste hierher um solche Gepflogenheiten zu untersuchen - gibt es weit mehr zu entdecken. Nicht verwunderlich, denken Feriengänger bei Mauritius, der orange-türkis-schimmernden Insel unter dem Himmel des Indischen Ozeans an Traumhochzeiten, Taucher- oder Badeurlaub.

Allerdings werden auf der malerischen Vulkaninsel, auf der es im Schnitt 26.7 Grad warm ist, auch arivierte Urlauber angeleitet sich zu entschleunigen, einher zu gehen mit dem Sonnenkreislauf zwischen Küste und Landesinnern, zumindest sich selbst in einem guten Hotel zu finden. Die anschließenden Berichte adressieren sich vorrangig an Erholungssuchende.

Im Uhrzeigersinn

Auch kleine Hotels bieten fast rundum Wohlgefühl auf der zweitausend Quadratkilometer grossen Insel, umgeben von nichts als ozeanischer Bonheur. Der Flughafen liegt schon nahe eines verlockenden Strands namens „Blue Bay“. Korallenbänke, smaragdgrüne Hügellandschaften, allgemein Flor und Fauna sprechen für sich (s. Bilderstrecken). Der Süd-Osten mit Ortsnamen wie „Le Souffleur“, „Domaine Ylang Ylang“, „Poudre D’Or“ verheisst Harmonie und Erfüllung.

Unterkunfts-Recherchen in diesem ganzjahres Feriengebiet fingen im touristisch noch unverbrauchten Süden an, liefen im Uhrzeigersinn über öffentliche Strände, über kreolische Siedlungen rund um die Trauminsel in den mehr frequentierten Nordosten.

Mit offenen Augen

Wenn einer eine Reise tut, sollte er sich zurück nehmen. Besonders wenn er in diese Hemisphäre fliegt, unter quirligen Nationalitäten verkehrt.

Mauritius, „Stella Clausique Maris Indici“, Stern und Schlüssel des Indischen Ozeans auf Lateinisch, ist ein Potpourri an Nationalitäten.

Vor ca. 400 Jahren durch Portugiesen besiedelt, durch die Franzosen und Engländer erst domestiziert worden, repräsentiert der Inselstaat eine friedliche Koexistenz an Europäern, Kreolen, Indern und anderen Einwanderern. Amtssprache Englisch, Marktsprache Französisch, hat nur wenige institutionelle Nachteile. Dann nämlich, wenn Reisepläne gestrichen werden durch egoistische Transporteure, oder durch einen mit 120 km/h aufbrausenden Zyklon, was nur etwa alle 4 Jahre vorkommt.

Im Lauf der Insel

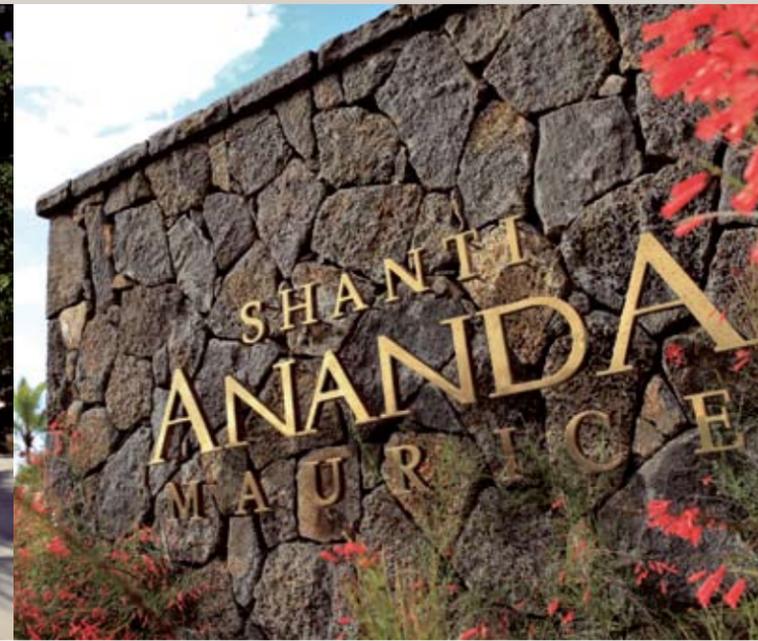
Eine gesunde Beobachtungsgabe ist evident. Allem Übrigen widmen sich einheimische Pensionen.

Zunächst entdeckt man den Linksverkehr, danach Gipsmoscheen, Feldarbeiter, Traumvillen. Die Insel bietet viele Eindrücke. Teilweise gehen die landestypischen Konventionen über den Horizont eines Besuchers. z. B. die unpünktlichen, aber spottbilligen Autobusse, z. B. auch umherwildernde Vierbeiner. Hemmklotz des westlichen Menschen ist meist nicht seine Sinneswahrnehmung, sondern seine Unruhe. So fallen bspw. Touristen auf: Anreisende, die gleich ihr Hab und Gut imprägnieren. Sie differenzieren sich, weil sie alles ad hoc erfassen, gleichzeitig sich von der Umwelt abkapseln wollen. Weit besser, man netzt sich kulturell an, z. B. in einer Halbpension.

Reisealternativen

Einmauern, diese westliche Lebenshaltung trifft nicht auf ärmere Inselnsiedlungen zu. Hier wird unverhohlen, parlierend durchs Fenster gekocht, zumal vitalisierende Gewürze und Extrakte aus einem echten Verwandtschaftsgarten stammen. Die Kreolen helfen sich aus. - Wenn es auf die Suche nach einer guten Pension geht, muss man sich allerdings an Inder oder Ausländer wenden; Zimmerleute, die ihr Anwesen über Jahre verbessern, die auch ein Ohr haben für mannigfaltigste Anliegen. Vermieter sollten letztendlich wohnliche Gemütlichkeit von Privatsphäre unterscheiden können. Hier zwei vife und redliche Pensionen: Auberge de St. Aubin (liegt auf dem gleichnamigen Tee-/Rum-Anwesen) und kuxville.de, am „Cap Malheureux“.

In den nachfolgenden Berichten geht es nicht um Reise-Stress oder Plagen, auch nicht um darwinistische Beobachtungen, vielmehr träumen wir einfach mit offenen Augen.



Shanti Ananda – Frieden und Seligkeit

Wie verhält es sich auf einer Insel, wo vielerorts Hochzeitsfeiern abgehalten werden, wenn Reisende eigentlich nur individuelle Erholung suchen?

Vorhang auf, die „Junior Ocean Suite“ im ersten Stock bietet einen traumhaften Blick über den Ozean. Des Abends eingecheckt, hat man die Weite des Wassers, die grün-goldene Lagune, die paar verprenkelten Vulkanbrocken nicht wahr genommen. Der vom Leben gezehrte Einzelgast wähnt sich in einem kaum überschaubaren Paradies namens „Shanti Ananda Maurice“ – auf Sanskrit bedeutet es bescheiden Frieden, Seligkeit, Einklang.

Jedes Zimmer dieses Luxushotels gebiert einen grosszügigen Blick über exotisch-strahlende Pflanzen, Bast-Sonnenschirme vor dem beinahe eigenen Strand. Zu Mensch und zur Natur wird allzeit Sorge getragen, indem z. B. das Ufer von stacheligen Gegenständen gereinigt wird. Allmorgendlich, wie es sich in einen ayurvedischen Resort gehört, wird ein kühlendes Lemongras-Ingwer-Elixier serviert, sei man auf der Veranda oder schon in der Yogasession. Wer will, lauscht um 6 Uhr gar mantrische Gebete. „Shanti Ananda“ ist unter Insidern bekannt, sein Mutterhaus liegt im Himalaya.

Salzluft und Meditation

Nach Deepak Chopra, um kurz einen Ausflug in die ayurvedische Welt zu machen, konstituieren Grundelemente wie Luft-, Feuer, Wasser, Erde und Äther das Körperbefinden. Gut möglich, dass in der Abgeschiedenheit des Himalayas die 5'000-jährige Gesundheitslehre noch mehr Stringenz erfährt. Im Shanti Ananda Dependenzhotel, im ursprünglichen Süden von Mauritius gelegen, fliesst zunächst die Tropenhitze in sanguinische Aufenthaltsaktivitäten.

Erwartungsgemäss wehen hier Ventilatoren lautlos, kühlend wie in anderen Hotels, hier werden aber Promenaden mit Salzluft und Meditationen zum Sonnenaufgang angeraten. Schon am ersten Urlaubstag erhält jeder Gast eine Gesundheits- und Ernährungs-Konsultation von weisen Spezialisten aus Kerala. Abends stimmen ihre ayurvedischen Massagen speziell gütig, darauf hin mündet wieder ein gesteigerter Durst, ein gesunder Schlaf wie auf Abertaussenden von Daunen.

Im „Kurta“ entspannen

Der Gast findet in seiner Garderobe eine „Kurta“, ein Pyjama-ähnlicher, luftiger Baumwollanzug, den er ganz wie die Prayanama-Meister tagsüber überall hin tragen kann. Bevor der Gast den 50'000 Quadratmeter grossen Spa betritt, sieht er beige Zuckerrohrplantagen, reflektierende Fische in einem Teich, ein Teehaus, das Potpourri westlicher Städte längst vergessend.

Die besten Therapeuten, der Begriff Lifestyle Assistent trifft eher auf hauseigene Fitnessberater zu, verneigen sich, sie bitten gewissermassen in ihren Hindutempel. 17 Behandlungsräume stehen um einen elysischen Garten. Die „Shanti Ananda Fusion Massage“, die auf Wunsch unter freier Luft zelebriert werden kann, wird von vier Händen ausgefertigt, aber vorher wird gebetet. Gongs erhalten. Beinahe endlos, simultan wird gestrafft, blumig-ätherische Öle versiegeln die Haut. Fantastisch, man möchte sich bald möglichst wieder so entspannen.

Luxuriöse Akklimatisation

„Entweder man kennt seine Bedürfnisse, oder die Natur limitiert sie“, sagt Dr. Pramod Mane, der Ayurvedik-Spezialist des Spas, „junge Europäer verwöhnen sich leider oft falsch.“ Bluthochdruck, Fettleibigkeit, Süchte entstehen. Diese Probleme würden innerhalb Wochen gemildert im Shanti Ananda. Umgeben von einem Naturschutzgebiet, sollte man sich auf eine Kur sondergleichen einlassen. Dr. Mane hat anscheinend nach wenigen Tagen Spaen und Schlafen rekonvaleszente Einzelfälle gesehen, die fröhlich über den Damm hüpfen.

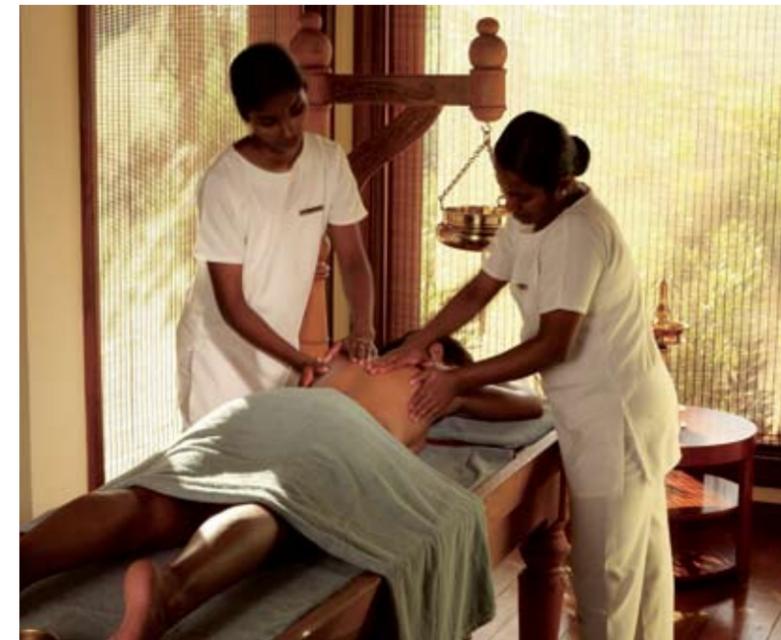
Leichtes Essen, abgestimmt auf den individuellen Dosha-Typ des Gasts, wird in der Tropenhitze priorisiert. Aber braucht es ein Luxusresort, welches sonst Stars wie Kylie Minogue aufsuchen,

um sich zu erholen? Wenn man Ratschlägen seriöser Therapeuten folgen und auch ein einzigartiges Riff 400 Meter vor den Suiten ungebunden zulauschen möchte, unbedingt! Die imposante Umweltsphäre wirkt auf den Erholungssuchenden dermassen ein, dass man sich mir nichts, dir nichts mit dem Sinn des Lebens akklimatisiert.

Subjektives Fazit:

Genau das perfekte, ev. zu perfekte Refugium für Körper und Geist, um, aus dem hektischen Alltag reisend, Luxus und Exotik einzuatmen. Das Shanti Ananda Maurice sollte mind. 5 Tage Vollpension „all inclusive“ gebucht werden. Der aktuelle Preis beläuft sich dafür auf 1655.-- Euro für die Junior Suite. Spa ist weltklasse.

www.shantiananda.com





Tamassa – verspielte Sterne

Was wäre ein Urlaub nicht ohne eine grosse bezahlbare Hotelanlage? Im Tamassa finden Reiseromantiker gefallen, bei z. B. gegrilltem Lobster um Mitternacht.

Im Süden der Insel sind die Sonnenuntergänge am Intensivsten. Nicht nur weithergereiste „Honeymooner“ gesellen sich bei „Bel Ombre“, einer der schon früh entdeckten Hotelstrände, zusammen, sondern auch Einheimische, angesichts der Unterhaltung im Tamassa. Das Areal wurde 2007 an einem Küstenstreifen gebaut, wo ausser schattenspendenden Mandelbäumen, dem flachen Ozeanteller und dem seidigen Strand, eben nur die Sonne auf 12 Uhr steht. „Bel Ombre“ verbindet märchenschlossartige Pärchenhotels

wie das Mövenpick Resort, aber auch weltmännische Adressen wie das Le Telfair. Dazwischen positioniert sich das Tamassa Hotel variabel.

Offenes Anwesen

Das Tamassa, was auf kreolisch Ausgelassenheit bedeutet, hat eine Nische gefunden zwischen Kitschhotel und sportlichem Highlife. Was irgendwie umweltbezogener ist, seit Mauritius einen Mangel

an Tropenhölzern verzeichnet. Die Drei-Hektaren-Hotelanlage sollte die Höhe der spärlichen Mandelbäume nicht übersteigen. Die Architekten des neuen Hotels orientierten sich gleich an einer Bauweise, in der traditionelle Spitzdächer, Holzschiebtüren, aber auch Beton ins offene Anwesen integriert werden.

Wenige Küstenressorts haben ein ähnliches reaktionäres Konzept. Eines mag etwas schweizerischer in seiner Infrastruktur, da Nadelbäume vor Cottages stehen, ein anderes schon wieder afrikanischer erscheinen, da Stroh und Bambus Touristen einhagen. Belangvoll für dieses verspielte Vier Stern-Hotel ist die bunte Palette an Freizeitaktivitäten.

Wassersportarten

Jedes gute Mittelklassehotel umfasst heute einen gratis zugänglichen Fitnessraum, einen sicheren Kinderhort, Freizeitanlagen. Vielreisende schätzen auch Presseladen und eine Boutique mit z. B. Essenzen für ihr Badezimmer. Dies ist, selbstverständlich bis aufs Badesalz, in der Wochenpauschale des Tamassa Hotels inbegriffen. Ein Superior Zimmer kostet ca. 1500 Euro (wobei der Flug bereits mitberechnet ist).

Falls örtlich Gewitterwolken vorüberziehen, kann man in eigenen wohnlichen Zimmern relaxen. Ein paar Sprünge weiter, im Fitnesscenter, befinden sich neuste Crosstrainer. Aerobic, Schatzsuchen, Softtennis ergänzen turnusmässige Angebote. Äusserst zu empfehlen sind die Radtouren an den schönsten insularen Küsten entlang, obschon man dafür zahlt. Genauso für den separaten Spa; dieser bietet aber u. a. eine Sauna und ein kinderfreies Pool.

Bei allen Badegästen beliebt sind sicherlich Wassersportarten wie Kanu-, Segel-, Surf-Kurse. Equipment wird im Bootshaus frei abgegeben. Spielt keine Rolle um welche Tageszeit, die Hotelangestellten helfen stets weiter. Tagsüber beratend im Fitnesscenter, stehen sie abends on Hotel-Stage und covern gekonnt Weltstars.

„La Playa“ mit Profiköchen

Wenn die Sonne dem Mond weicht, wenn man ein vorzügliches Dinner à la Carte geniessen möchte, empfiehlt sich das „La Playa“.

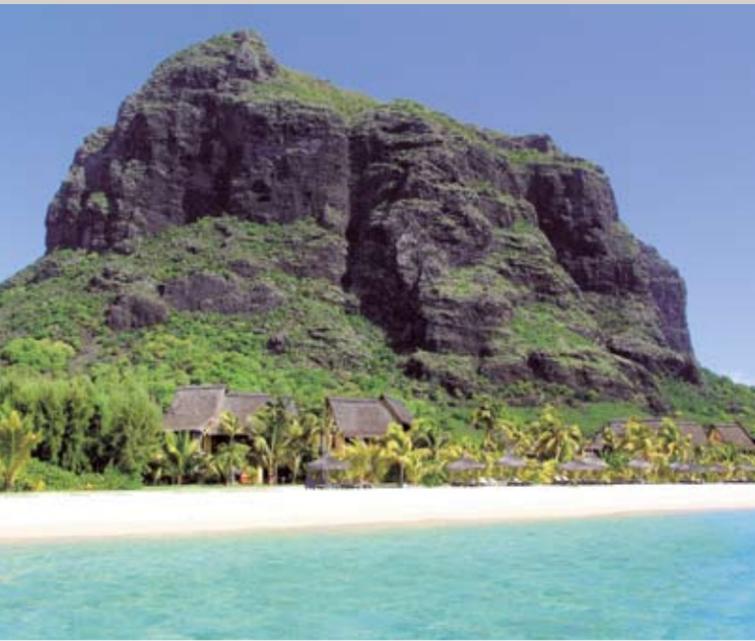
Sicherlich hätte man die Wahl pauschal in den zwei grösseren Speisere-restaurants aus einem vielseitigen Buffet auszuwählen. Im Strandrestaurant sitzt man seinem persönlichen Profikoch zur Seite. Alle Köche, nicht nur Monsieur Ringeisen, ein grossartiger Elsässischer Chef de Cuisine, zaubern internationale, selbstverständlich kréolische Spezialitäten hervor, sei es ein hochwertiger Lobster an Coco-Rum-Marinade vom Barbecue-Grill, sei es ein Thunfisch-Tartar zu knackigem Salat aus der offenen Küche. Die Menupreise ausserordentlich gut. Hier im „La Playa“ rauschen nicht nur die Pfannen bis lange in die Nacht, sondern auch 20 Meter nah gelegen: Das grosse Blau.

Subjektives Fazit:

Viersternhotel für Singles, junge Paare, die preiswerte Badeferien erleben möchten. Das Tamassa hat ein gutes Unterhaltungsprogramm. Die grossen Zimmer, die mehrmals täglich aufgeräumt werden, wirken sehr modern. Das neue Ressort, auch von Einheimischen gebucht, wird den Strand noch verbessern. Preis, s. Bericht.

www.naiade.com





Dinarobin Hotel - pures Schwelgen

Das Dinarobin Golf & Spa Luxushotel befindet sich in traumhafter Lage direkt an einer türkisfarbenen Lagune, dahinterliegend ein Kraftort der Insel.

Ein überragender, grau-violetter Fels, nicht zu übersehen im südlichen Zipfel der Insel namens „Le Morne“. Dieser Berg von 400 Meter Höhe liegt an meilenweiten Zuckerrohrplantagen und Sandstränden. Auch im Hotel spürt man die Kraft jenes historischen Bergs, wo einst afrikanische Ureinwohner Schutz vor der Sklaverei suchten.

Sei man am Schnorcheln, sei man im Spa: „Le Morne“ ist omnipräsent. In dessen stoischen Felsen organisierten sich erste Kréolen gegen Repressalien. Hingegen sollte Geschichte in unseren Zeiten nicht mehr tragisch klingen, wenn Gastgeber und Gast sich neugierig, herzlich begrüßend auf der 100 Hektaren-Anlage des Dinarobins einfinden. Dieses Luxushotel verwöhnt Anreisende aus allen Kontinenten speziell im Gourmet- und Wellness-Bereich.

Bilderbuch-Strand

Das Dinarobin, eine Schwester des renommierten Royal Palm Hotels, bedeutet auf Arabisch Wohlbefinden und Harmonie. Tatsächlich vereint die Beachcomber Gruppe, die nebst dem Royal Palm und einer mauritischen Rumfabrik mehrere Peninsulas schuf, Mondänität und nachhaltiger Lifestyle. 2010 werden z. B. lukrative Stellen geschaffen für Einheimische. Ca. 200 Angestellte werden für ein neues Ressort im „Black River“-Gebiet rekrutiert. Beachcomber tut auch viel für die Aufforstung des Hinterlands.

Zurück zum angepriesenen Bilderbuch-Strand des Dinarobins: Er tangiert 7 km, ein bisschen dahinter werden die Suiten gesäumt durch einen tropischen Garten. Bananengewächse gehören quasi als natürliches Element zu authentischen Reihenhäusern wie ein eigener Patio mit Couch. Dieses 5-Stern-Hotel ist mit 172 Suiten weifläufig, glücklicherweise bietet sich während des Eincheckens eine Orientierung durch die „Guest Relation“-Chefin an.

Relaxen par Excellence

Audrey Cunat oder zuvorkommende Concierges orientieren rund um die Uhr über 1001 Möglichkeiten, die ein Neuankömmling einschlagen kann. Klar könnte man die Szene wechseln auf einen frei zugänglichen 18-Loch-Golfplatz, oder eines der hochdotierten Restaurants aufsuchen, aber zuerst geht es mit einem original Club Car in die „Junior Suite“.

Diese offenbart britisch-koloniale Eleganz: Edle Holztruhen, weisses Tuch, drei Meter breite Marmor-Wachbecken, drauf liegen Orchideen. In der Wanne sieht man den Hausberg. Es ist alles da, was das Herz eines Ruhesuchenden begehrt, z. B. wohlriechender Mangotee aus dem angegliederten Clarins Spa.

Clarins-Spa

Goldenes Sonnenlicht über echten Yasminsträuchern, vor allem der Clarins Spa lockt müde Gesichter nach draussen. Hier, unter der mythischen Existenz von „Le Morne“, finden seit 2005 Massage-Rituale statt. Neben ayurvedischen Massagen wie Abhyanga, Shirodhara, oder Udvarthana, hat dieser Spa-Tempel neue Behandlungstechniken konzipiert. Reines Öl, edelste Aromapackungen glätten auf einem Baumstamm noch so jede Haut. Dieser Spa (s. Bilder) bietet wonnigste Glückseligkeit für müde Geschäftsleute als auch für Flitterwöchler.

Kulinarik inbegriffen

Eigentlich müsste man in einem solchen Spa einziehen, ein überreichtes Zitrusgetränk beim Eintreffen hat jedoch auch indiziert, dass die Hotelküche einzigartig sein muss. Das Dinarobin teilt sich mit Le Paradis, dem Nachbarshotel, insgesamt sieben Restaurants.

- Der Gast interessiert sich für einen Spaziergang ins Hauptrestaurant namens „L'Harmonie“:

„Fusion-Cuisine“, so könnte man die kulinarische Hochzeit zwischen europäischer, asiatisch-kréolischer Cuisine nennen. Der Gourmet-Traveller findet an seinen abendlichen Aufenthalten z. B. Lobster aus Norwegen, frische Sushi, Honighünchen, Schokolade aus Kuba - notabene alles, Le Petit Déjeuner und Menu à la Carte - inbegriffen in dieser raffinierten Luxusoase.

Sportliche Versuche

Länger schon gewohnt an tropische Temperaturen, kann man noch immer das blaue Wunder erleben.

Dann nämlich, wenn man einen Ausflug auf einem Wakeboard unternehmen möchte, und plagiert, man stehe fest auf dem Brett wie ein Sommervogel auf seinem Zweigchen. Jedenfalls findet man ums Dinarobin eine ganze Reihe kostenfreier Wassersportarten: Wasserski, Windsurfen, Glasbodenboot, Segeln, Kajaks, Tretboote, Schnorcheln, Wassergymnastik! Auf dem Golfplatz zwischen Berg und Lagune lässt es sich kräftig durchatmen, wobei man hier bemerken müsste: Während des Tages auf dem Grün mit ungeübten Weitschlägen zu brillieren, bei dieser Hitze, unmöglich. – Sportlichen Grünschnäbeln sei deshalb die „Golf Academy“ geraten, wo sie unentgeltlich, still und heimlich auftrumpfen können.

Subjektives Fazit:

Das Luxushotel bietet einen erlebnisreichen Parcours, um sich wie in einem „Out Of Africa“-Spielfilm zu fühlen. Das Personal ist aufgeschlossen. Singles werden hier nicht durch ungehaltene Flirts belästigt. Ein Negativpunkt: Die Wakeboard-Lehrer dürften besser englischsprachig instruieren. Ca. 239.-- Euro die Halbpension/Nacht.

www.dinarobin-hotel.com



Four Seasons Anahita – die Vollendung

Ein zeitgemässes Inselressort: eine Kombination aus sorgsam, von hand geschaffener Architektur und einem grün bekleidenden Naturschutzgebiet.

Wo soll man anfangen bei der Wahl des Hotels? Mauritius offenbart 330 Kilometer Küste, die Hälfte der Insel machen Plantagen aus, und ca. 200 Kilometer des Küstengürtels umschlingen Hotels, Pensionen, Privatwohnungen.

Theoretisch ist es allen Inselbewohnern erlaubt von Strand zu Strand zu schreiten. Öffentliche, ruhige Lagunen gibt es viele wie z. B. „Blue Bay“ ganz im Südosten. Wie wär es jedoch wirklich mit einer privaten Peninsula? Das Four Seasons Anahita eröffnete sein Paradies Oktober 2008 in den Armen der „Isles aux Cerfs“, Inselausläufer im äussersten Osten.

„Haute de Gamme“

Vielleicht fährt man in „Anse Jonchée“ vorbei, wenn man vom oder zum Flughafen rollt. Diese Domaine produziert insgeheim Yasmin-Blumen für Coco Chanel Nr. 5. Viele Wege führen ins Four Seasons Anahita. Und wahrhaftig, die Landschaft in diesem Naturschutzgebiet strahlt wie ein spiegelblankes Flacon, nur wachsen hier einfach so, vor grünem Zuckerrohr, orangene „Oiseaux de Paradis“-Kelche. Alles hier ist „Haute de Gamme“, exklusiv, wie es Rhena Bunwaree, die PR Managerin des kleinen Paradieses auf den Punkt bringt.

„Pieds à Terre“

Zeitgemäss, praktisch eingerichtete Cottages wurden in eine absolut perfekte Pflanzenwelt gebettet, als könnte sich Aphrodite auf einen grünen Daumen berufen. So weit das Auge reicht - das sind immerhin 11 Hektar - schmücken 123 Villen, exotische Pflanzen, Vulkansprengel, edelstes Holz die Landschaft. Der Begriff „Villa“ ist eher unangebracht bei diesem perfekt ausgestatteten „Pieds à Terre“, bei den abgelegenen Hotelhäuschen mit kurzer Distanz zum eigenen Pool, zum makellosen Strand, zum schönsten Erdgeschoss der Welt.

„Tranquilité“ und „Picnic“

Auch im Four Seasons Anahita nimmt sich die PR Managerin Zeit für den Gast, nur ist Rhena Bunwaree die Nichte der Erziehungsministerin. Was heissen will, sie beschreibt die göttliche Szenerie aus ihren Augen: „Ich kann ein Fenster öffnen, sehe keinen Zug, kein Auto, keine Fabriktürme, ich sehe nur die Pracht der Natur. – Das ist wahre Tranquilité.“

Was macht dieses Resort jedoch so anders? Antwort: Ein Bataillon an Angestellten, die sich nonstop um den Gast sorgen. Zudem auch kunstvolle Architektur inmitten der Tropen. Z. B. gibt es da noch auf dem Festland der Hotelanlage den besten Weinkeller der Insel. Seine Wände sind fast gänzlich aus Glas.

Bei schlechtem Wetter darf man unbedenklich darin neben einer Chateau Brion Flasche frühstücken. Das Four Seasons stellt die eigene Patisserie oder eigene Glaces am Nachmittag. Ob Haute Cuisine oder Picnic am Strand, beflügelnder geht es nicht mehr.

Man träumt davon

Die ganze Anlage, mittlerweile die 81-ste von der Four Seasons Gruppe, schliesst einen 1A Fitnesspalast, ein atemberaubendes Golfareal (entworfen von Ernie Els) ein, nicht zuletzt auch kaufbare Grundstücke gegenüber der „Isles aux Cerfs“. Offen gestanden, nicht nur eine erstklassige Hotelübernachtung ist preiswert, auch ein Erwerb einer Immobilie wäre im Augenblick eine wertbeständige Anlage.

Träumen kann man auch von der Behandlung im extraklasse Spa: Ganze 12 Pavillons stehen über einem Mangroven-Ausläufer des Ozeans, auch abends noch kann man sich hier verwöhnen lassen zu echten Gesängen von tropischen Mynha Birds. Zu empfehlen wäre jedoch wieder mal eine Behandlung zum Sonnenaufgang und zwar die „Sugar Therapy Massage“. Andere Dinge, die man hier noch gesehen haben muss: Die Wasserfälle, die Unterwasserwelt, die indischen Restaurant-Tempel, und vieles, vieles mehr.

Subjektives Fazit:

So lebt man wie Gott in Mauritius. Die Zimmerausrichtung vereinigt Feng Shui und Ironie aus Plastik, Schlafkomfort und hineinblinzelnde Morgenröte. Kulinarisch labt der Gast die Essenz der Gastwirtschaft. Traumspa, s. Aussenaufnahmen. Flughafen liegt näher als anderswo Preis: 2145.- Euro für 5 Tage in der „Lagoon Suite“.

www.fourseasons.com

Paradiesischer Abschied

Um aus dem Abbild des Himmels zu fliegen, wie es Mark Twain so ähnlich niederschrieb, sollte man sein Taxi rechtzeitig bestellen.

Wenn es Zeit ist, sich zu verabschieden, wird man noch mit einem leckeren Frühstück überrascht, Tee und Honig aus der Umgebung, etc.. Die süsse Seite des Lebens ist das eine, die andere: die erbarmungslos hektische Seite. Stichwort: Verkehrsverbindungen auf Mauritius: Indisch-Kréolische Taxifahrer rechnen mit einem 4-Stunden-Transfer zum Flughafen, auch wenn man nur 20 Kilometer entfernt residiert.

So kurvt ein klimatisiertes Statussymbol auf vier Rädern am rausten Teil der Küste entlang. Trotzdem verliebt man sich nochmals in die Pflanzenwelt. Dieser östliche Abschnitt der Insel bietet einen letzten Anblick mit schwarzem Basaltstein vor dem Grün des Zuckerrohrs, Patchwork-artige Fischerdörferchen vor dem tiefen Blau. Der Abschied fällt schwer - aber auch Künstler wie Matisse und Forscher wie Darwin mussten „den Stern des Ozeans“ wieder verlassen. (mm)

Gute Hotels oder Pensionen fänden sich schon wieder einmal.

balance dankt herzlich den Reisespezialisten von www.legendstravel.ch und www.airmauritius.com

F. Alloin - Kochkunst
an der Bahnhofstrasse



Dieses Hotel zelebriert bald sein 120jähriges Bestehen, dabei sind die Speisen in der Hummer-Bar zeitlos köstlich: Das Hotel St. Gotthard, Zürich.

Passionierte „French Cuisine“

Text von Michael Merz

An der so genannten Unteren Bahnhofstrasse steht ein Hotel voller Traditionen. Allein, dass die Zimmer geschmackvoll kontinental eingerichtet sind, macht aber nicht den Obstkern aus. Im Hotel findet man zwei Restaurants, eine einladende Sommerterrasse und viel, viel Esprit. Ein signifikanter Teil des Gebäudes ist mit der Hoteliers-Familie Manz verbunden. 1888 wurde das kleine „St. Gotthard“ von Caspar Manz gekauft, als in Zürich erst noch ein Bahnhofareal entstehen sollte.

Als der Filius Ernst Manz 1909 Gertrud Meister, eine Hoteliers-Tochter aus Lugano heiratete, etablierte sich das Hotel St. Gotthard über Zürcher Grenzen hinaus. In schwierigen Zeiten bauten die Manzes ihre Räumlichkeiten aus, früh erhielten z. B. die Zimmer Warmwasser. Seither spüren Gäste aus der grossen Welt regenerative Familienatmosphäre. So war es die Liebe, sicher die Spürnase für mondäne Einrichtungen, die Monsieur und Madame Manz veranlassten, 1929 eine Austern-, bereits 1935 eine Hummerbar in Zürich zu etablieren.

Subtile Meeresfrüchte

In der Lobby wird organisiert, verhandelt, doch ein bisschen abseits in der Piano-Bar wird grossräumige Gastlichkeit geboten, um davon zu schwelgen zur blauen Stunde. Das Herz des St. Gotthards ist und war die Hummerbar, ein kleiner, zeitloser Appendix. Die feinsinnigen Angestellten bedienen heute vor allem Geschäftsleute, doch hierher finden Denker und Stars von Weltrang. In den letzten Jahren kamen u. a. Ephraim Kishon, Michael Gorbatschow, Jane Fonda, Cindy Crawford in jene Bar, Eingang Lintheschergasse, um subtile französische Menus mit Meeresfrüchten zu geniessen.

Die Service-Angestellten könnten viele Anekdoten erzählen, doch sie verhalten sich bei jedem Gast diskret, aufmerksam ausgerichtet

wie Schweizer Chronographen. Tatsächlich hat die Räumlichkeit etwas von einem etwa 70 Quadratmeter schmucken Bistro. Doch kaum nur Verstand, sondern bevorzugt die Sinne werden an dieser Adresse angesprochen. Der neue Chef der Hummerbar ist bekannt für sein „Commitment“, für seine Überzeugung frische Menus her zu zaubern. Menus, die aus der klassischen französischen Küche stammen, die trotzdem variieren wie Gottes saisonale Gaben.

Junger Chef: Filipe Alloin

Filipe Alloin, ein passionierter junger Chef, im St. Gotthard am Herd seit September 2007, lernte bei Jean-Louis Nomicos. Nomicos wiederum ist ein Haute Cuisine-Meister tätig im Pariser „Lasserre“. Das St. Gotthard veranstaltet „Lasserre“-Wochen, lässt sich gern öfters und kollegial aus Paris beraten. Die Philosophie des Meisterkochs: Passion und die Suche nach den Grundessenzen eines Produkts. *balance* wollte erfahren, wie nun Filipe Alloin kocht - geniesserisch, oder eher simplizistisch? Der Chef führt den Journalisten in die fundamentale Küche, rekapitulierend:

„Primär zählt der Geschmack. Aber ich orientiere mich an den Vorlieben der Schweizer“, der Gast wolle sehen, was er essen wird.

Der Chef zeigt auf Finessen für die Hummerzubereitung: „Fleur du Sel“ und Cognac-farbener, uralter Balsamico. Erlesene Gewürze und Tropfen machen die Menu-Finessen aus. Alloin: „Relevant ist, dass der Geschmack, die Textur, die Farben beibehalten werden.“ Der erquickliche Chef bringt den Hummer nicht in Berührung mit Wasser oder einer Pfanne. Vielmehr gart er das kostbare bretonische Crustacea in einem Bambusgitter. Durchs blosser Auge erkenne er den Garungsstand. Etwas Fleisch des Hauptprodukts wird nebenbei mit etwas Gemüse eingekocht.



Schliesslich wird für den Gusto Champagner beigefügt. Scheinbar mit wenigen Mitteln landet die köstlichste Meeresfrucht aller Früchte auf dem Teller. – Das saporöse Spektrum des familiären Hotels erweitert in einer Frühlingsdegustation:

Degustations-Menu

- + Coquilles „Saint-Jacques“, juste saisies et caviar, tartare de crabe au gingembre.
- + Fricassé de homard aux asperges vertes et blanches, sauce truffée.
- + Filets de sole, cuit en cocotte, coquillages fenouil et tomates confites.
- + Filet de boeuf „Rossini“ et sauce périgourdine
- + Agrumes frais et marinés, fine gelée badiane, granité champagne rosé (Preis etwa Sfr. 160,- für einen Gast)

Ständiges Angebot: bretonischer oder kanadischer Hummer, Fisch und Austern. Die Austern kommen je nach Saison aus Irland, Schottland oder Frankreich.

Genussvolle Punkte:

- + Zwei Mal täglich wird Hummer frisch ins St. Gotthard geliefert
- + Sitzplätze: 40, neuerdings kann man auch an der Bar essen.
- + Küchen-Crew: Executif Chef de Cuisine und Chef de Cuisine der Hummer- & Austernbar: Filipe Alloin (Schüler von Starkoch Jean-Louis Nomicos)
- + Pâtissière: Emanuelle Ronan

www.hummerbar.ch



Bilderbuch Romantik



Wieder einmal Zeit haben für Ihren Partner, Ihre Familie oder sich selbst im wunderschönen, mannigfaltigen Bergsommer auf 1400 m Höhe, mit unzähligen Wanderwegen, Mountainbike-Routen, Tennisplatz und melodischem Vogelgezwitscher in reiner Luft und wohltuender Stille. Beim Relaxen und Abschalten lassen Sie sich verwöhnen mit unserem heilkräftigen Naturfango aus eigener Quelle, Massagen, Schwefelbäder, und genießen Sie unser Römerbad mit Sauna. Erfreuen Sie sich in unserem historischen 4-Sterne-Romantik-Hotel mit der besonderen Ambiance an einer exzellenten Küche und einem aufmerksamen Service!

Weitere Informationen und Spezialangebote finden Sie im Internet unter:

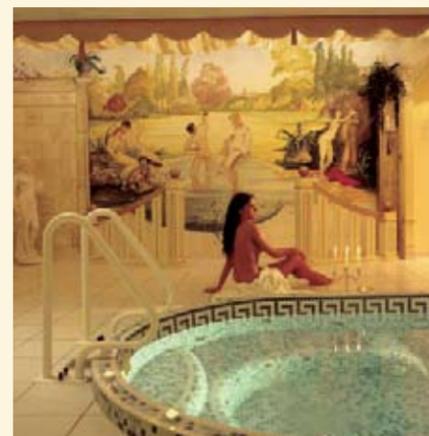
www.schwefelbergbad.ch

Gerne senden wir Ihnen auch unseren Hausprospekt.

Romantikhôtel Schwefelberg-Bad CH1738 Schwefelberg-Bad / BE
Tel. 026 419 88 88 Fax 026 419 88 44 www.schwefelbergbad.ch



Köstlichkeiten in der Hummer- und Austernbar
an der Bahnhofstrasse 57, Zürich



Resultate, die bisher nie in der Kosmetik-Industrie gesehen wurden

Firewall®

Das Breitspektrum-
-Super-Antioxidant

UMFASSENDE,
DAUERHAFTER SCHUTZ
GEGEN HAUTALTERUNG

Freie Radikale sind die Ursache Nr.1 für frühzeitige Hautalterung und Falten



Bestimmen Sie heute die Zukunft Ihrer Haut!

Wir von medik8® glauben an eines: Resultate. Deshalb enthalten alle unsere Produkte mehrere klinisch getestete aktive Wirkstoffe in hohen Konzentrationen und liefern somit bestmögliche Resultate aus topischer Anwendung. Wir nennen das die 'Cocktail Theorie'. Die meisten unserer Mitbewerber

verwenden nur einen aktiven Wirkstoff, oft in einer Konzentration, die gerade die gewagten Behauptungen auf dem Etikett erfüllen. Kunden, die medik8® verwendet haben, wissen, dass wir anders sind. Deshalb gibt es in Grossbritannien keinen schneller wachsenden Hersteller von Hautpflegeprodukten.

Ob Sie ein komplettes Programm für die tägliche Pflege suchen, eine lösungs-basierte Therapie oder eine injektions-freie Alternative, kommen Sie zu den Spezialisten in Dermakologie. Sie werden uns nicht in Kaufhäuser finden. Unsere professionellen, erstklassigen Produkte gibt es nur bei Experten.

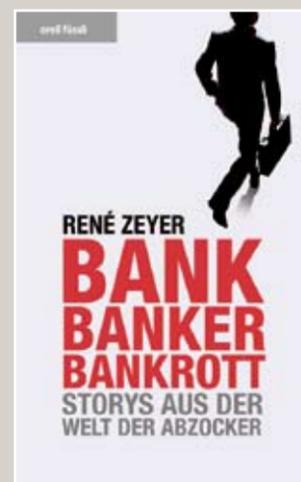
www.medik8swiss.ch

The Beauty Company 6004 - Luzern

Fon 041 420 6035 Fax 041 420 6036 info@medik8swiss.ch www.medik8swiss.ch

books+

Frisch Gedrucktes



René Zeyer: „Bank, Banker, Bankrott“

Was tun die Mächtigen der Finanzwelt den ganzen Tag? Wie sieht ihre Arbeit, wie ihr Leben aus? Was bewegt sie? René Zeyer, langjähriger Kommunikationsberater für Banken und Finanzdienstleister, liefert eine auf wahren Begebenheiten basierende, literarische Innenansicht der Branche. Die gängigen Vorurteile werden von der Realität noch übertroffen. René Zeyer legt schonungslos offen, was hinter den Kulissen der sonst so gut abgeschirmten Finanzwelt geschieht. Informativ, ironisch, erschreckend.

erhältlich bei Orell Füssli Verlag, CHF 34,90

Ulrich Wickert: „Das Buch der Tugenden“

Von Aristoteles bis Max Frisch, von Äsop über Goethe bis Camus: In der gesamten Weltliteratur hat Ulrich Wickert die Antworten auf die Frage gesucht, die jedes Leben bestimmt: Was ist gut? Sein Buch über so etwas scheinbar altmodisches wie Tugend – ein Bestseller? Jede Generation muss neu definieren, was sie unter Gerechtigkeit, Mut, Solidarität, Toleranz, Wahrhaftigkeit versteht – und genau das versucht dieses Buch. Es sind die ganz persönlichen Lesefrüchte des ehemaligen Nachrichtenjournalisten.

erhältlich bei Piper Verlag, EUR 24,95

Waltraud Posch: „Projekt Körper“

Der Körper ist zu einem Projekt geworden, zu einer Baustelle der Selbstoptimierung. Im Wunsch nach Optimierung spielt die Suche nach Individualität und Freiheit eine grosse Rolle. Es geht um die Abgrenzung von anderen, gleichzeitig aber auch darum, nicht zu sehr aus dem Rahmen zu fallen. Für die Arbeit am eigenen Körper stehen viele Möglichkeiten zur Verfügung. Der moderne Mensch kann seinen Körper selbst gestalten. Das heisst aber auch: Er ist selbst dafür verantwortlich und wird dafür verantwortlich gemacht, wie er aussieht. Ein Buch zwischen Konsum und Authentizität.

erhältlich bei Campus, EUR 24,90

Rolf Hiltl: „Vegetarisch – die Welt zu Gast“

Einmal mehr führt Hiltl vor, wie lustvoll und kreativ vegetarische Küche sein kann und dass sich die Köstlichkeiten auch zu Hause zubereiten. Wie schon im ersten Hiltl-Kochbuch werden auch im neuen Band auf vielfältige Weise die Rezepte aus dem Vegetarierhause Hiltl mit grosszügigen Text- und Fotosseiten vorgestellt. Darunter finden die beliebten Hiltl-Fruchtsäfte ebenso Platz wie die Vorschläge für Salate, Saucen, Vorspeisen, Suppen, Pasta, Reis, Gemüse, Pilze und feine Desserts. Küche fürs Auge und fürs Wohlbefinden.

erhältlich bei Orell Füssli Verlag, CHF 65,00

balance Vorschau: Mai/Juni-Ausgabe

2009 eine Zwischenphase? Mitnichten. Unterdessen werden ganze Unternehmen restrukturiert, auch stellt sich die patente Frage: Was ist „Swissness“, was bringt Markenschutz einheimischen Betrieben, wo liegen juristische Hindernisse? Ausserdem berichtet *balance* über junge Familienunternehmen, Marketing Instrumente und bezahlbare Business-Reisen.



© Michael Berger

Impressum

balance 01/2009

Herausgeber	Forus Medien AG
Verlagsleitung	Athanasios Tannis
Chefredaktion	Michael Merz
Anzeigen	info@forus.ch
Layout / Illustration	Lydia Tresselt
Druckerei	Interpress Verlags AG, 8500 Frauenfeld
Fotografien	Photocase.com- falls nichts anderes erwähnt

Marketing Service	Forus Medien AG
Marketing, Abos	Chanel Kofler

Verlag **Forus Medien AG**
Franklinstrasse 3
8050 Zürich
Telefon: +41 (0) 44 310 42 22
Information: a.tannis@forus.ch
Redaktion: m.merz@forus.ch

www.forus.ch



Mit Werbung in unseren Verzeichnissen steht Ihr Erfolg auf festem Fundament.

Mehr Kunden, mehr Umsatz, mehr Gewinn!

Was für diese Architektin gilt, stimmt auch für Ihre Branche: Jedes Jahr werden in unseren Verzeichnissen über 300 Millionen Abfragen getätigt. Davon führen 85% zu einem Kontakt per Telefon oder E-Mail und **74% sogar zu einem Auftrag**. Machen auch Sie mehr aus Ihrem Werbefranken und informieren Sie sich auf **www.directories.ch** oder direkt bei unserem Kundendienst auf **0848 86 80 86**.

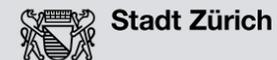


Ihre Verzeichnisse,
online und zum Nachschlagen

Messe Sponsoren:



Green IT Sponsoren:



Profitieren Sie von den
RailAway/SBB Messeangeboten!

Mediapartner:



6 Fachmessen, 4 Konferenzen



Web & Internet



IT-Security



Hardware



Business Software



IT Infrastructure



Green IT

Messezentrum Zürich 12.-15. Mai 2009

Dienstag bis Freitag
9 - 17 Uhr



SMS: qr orbit1 an 939
anthrazit services Fr. 0.20/SMS

Messe und Konferenz www.orbit.ch



HAUTE COUTURE, PRÊT-À-CONDUIRE.

Die aktuelle Kollektion des Range Rover Sport bringt Bewegung in den Alltag, wo auch immer eines der form-schönen Modelle vorfährt. Sportlich im Auftreten, wirtschaftlich im Verbrauch und multifunktional im Einsatz ist der stilbewusste Allrounder mal vornehme Limousine, dank edel ausgestattetem Interieur mit Echtholz und Leder, mal praktisches Nutzfahrzeug, dank viel Stauraum und leistungsstarkem TDV8- oder TDV6-Turbodieselmotor mit Partikelfilter. So vielseitig er sich dabei gibt, so sparsam ist er, über Land wie in der Stadt. Wohl auch deshalb gehört er zu den beliebtesten und meistgekauften seiner Klasse in der Schweiz. Der Range Rover Sport steht jetzt zur Anprobe bei Ihrem Land Rover-Partner bereit. Fahren Sie los.

RANGE ROVER SPORT



GO BEYOND