

# Geheime Geschäfte

SVP-Politiker Mauro Tuena betreibt eine Finanzfirma mit Abzockertarifen

VON FREDY HÄMMERLI

**ZÜRICH** Eine rekordhohe Kommission von 9 Prozent verlangt der Finanzdienstleister Gut Gross & Partner AG (GGP) von seinen Kunden. Dafür vermittelt die Klotener Firma vor allem Optionen und Futures von Londoner und New Yorker Brokern. Jede Transaktion kostet nochmals 75 Dollar. Wobei beispielsweise der Kauf von 10 Optionen als 10 Einzeltransaktionen zählt und 750 Dollar kostet.

«Abriss», findet das ein GGP-Kunde. Verständlich: Branchenüblich sind für solche Vermittlerdienste höchstens 5 Prozent der Anlagesumme, weit verbreitet sind sogar 2 Prozent. Und der Kauf von mehreren Optionen kostet normalerweise kaum mehr als der Einzelkauf.

Finanzfirmen mit überrissenen Gebühren und Hintermännern, die im Verborgenen agieren, gibt es zuhauf. GGP ist keine Ausnahme. Weder aus den Verkaufsunterlagen noch aus der Firmen-Website geht hervor, wer dahintersteckt. Umso erstaunlicher, wenn sich herausstellt, dass es ein bekannter Politiker ist: Mauro Tuena, Präsident der SVP-Fraktion im Zürcher Gemeinderat und gescheiterter Stadtrats-, Kantonsrats- und Nationalratskandidat.

Offiziell arbeitet Tuena als Computertechniker bei seinem Parteikollegen und Nationalrat Alfred Heer. Er ist mit 25 Prozent an dessen C and E GmbH in Bülach beteiligt. So steht es in Tuenas Lebenslauf, so liest man es auf seiner Website, und so verkauft er sich seinen Wählern. Diese erfahren auch, dass er im Verein Drogenfreie Jugend Schweiz oder Mitglied des ZSC-Supporter-Clubs ist. Kein Wort aber darüber, dass er seit 2001 im Verwaltungsrat der Vorgängerfirma FAM Asset Management sitzt und seit 2008 Alleininhaber, Geschäftsführer und einziger Verwaltungsrat des Finanzvermittlers GGP ist.

Dies erfährt nur, wer sich in die Tiefen des Handelsregisters hineinwühlt. «Eine Nebentätigkeit, die nichts mit der Politik zu tun hat», begründet Tuena seine Geheimniskrämerie. Das sei «nicht von öffentlichem Interesse». Die Anlagevehikel, die Tuena vermittelt, sind hochspekulativ. Optionen und Futures sind Derivate auf Aktien oder andere Wertpapiere,



Mauro Tuena: Seine Spekulationen wäht er als «nicht von öffentlichem Interesse» FOTO: K. J. KESSLER/EX-PRESS

die hohe Gewinne versprechen, häufig aber im Totalverlust enden. Terminkontrakte (Futures), die meist auf Rohstoffe ausgegeben werden, sind oft mit einer Nachschusspflicht verbunden. Misslingt die Spekulation, kann der Verlust viel höher ausfallen als das ursprüngliche Investment.

## Hochriskante Ratschläge an ahnungslose Anleger

Das weiss auch Tuena: Auf seiner GGP-Website heisst es denn auch, dass ein «Engagement innert kurzer Zeit zu einem Totalverlust führen kann». Es sei deshalb ratsam, nur Geld zu investieren, «dessen Verlust ohne weiteres tragbar ist und keine existenziellen Folgen hat». Aus Akten, die der SonntagsZeitung vorliegen,

geht allerdings hervor, dass die GGP einem Anleger mit 280000 Franken freiem Vermögen empfiehlt, 200000 Franken – zuzüglich 18000 Franken Kommission – in hochspekulative Optionen zu investieren.

Der 40-jährige Tuena ist Computertechniker und stadtbekannter Partygänger. Auch politisch engagiert sich der SVP-Hardliner lieber gegen Asylbewerber als bei komplizierten Finanzfragen. Dass ihm das Fachwissen fehlt, das beim Geschäft mit Derivaten erforderlich ist, mag er nicht bestreiten. Er übergebe die Geschäftsführung nun aber an Robert Peterhans, der früher bei der Citibank und GFTS Analytics in Wollerau gearbeitet habe, womit sich die Frage nicht mehr stelle.

Selbst Parteigegefährten sind erstaunt, als sie erfahren, womit Tuena seine Brötchen verdient: «Ich hatte keine Ahnung, dass er im Finanzgeschäft aktiv ist», erklärt SVP-Nationalrätin Natalie Rickli. Und auch Claudio Zanetti, langjähriger Sekretär der SVP-Kantonalpartei, weiss von nichts: «Tuena hat vor vielen Jahren ein bisschen «gebörselet» wie so viele», aber dass er professionell als Finanzdienstleister tätig sei, könne nicht sein: «Das müsste ich wissen.»

Tuena hatte mit seinem Versteckspiel jahrelang Erfolg. Nun besteht Erklärungsbedarf – zum Beispiel im Zürcher Gemeinderat: Dort wäre er per Reglement verpflichtet, alle Interessenbindungen offenzulegen.

SITA MAZUMDER



## Die Krux mit dem Whistleblowing

**James H. Bighman wurde 2000 bei Xerox entlassen, nachdem er die kreativen Buchhaltungspraktiken seines Arbeitgebers öffentlich gemacht und die rapportierten Gewinne zum Platzen gebracht hatte. James war bis dahin im Treasury von Xerox tätig, hatte eine Familie, lebte in einem mittelständischen Häuschen. Seit 2000 findet er keinen Job mehr, seine Familie hat ihn ebenso verlassen wie seine Freunde, und auch finanziell geht es ihm alles andere als gut – ein Schicksal, das viele Whistleblower erwartet, auch in der Schweiz.**

**Whistleblower bewegen sich hierzulande in einem rechtsunsicheren Bereich.** Sie melden unternehmensinterne Missstände nach aussen und können so eine wichtige Funktion wahrnehmen, um illegale Machenschaften am Arbeitsplatz aufzudecken. Gleichsam bringen sie sich selbst damit in Teufels Küche, denn als Arbeitnehmer verletzen sie durch diese Bekanntmachung möglicherweise gesetzliche Treuepflichten und müssen in der Folge mit Entlassung oder gar mit strafrechtlicher Verfolgung rechnen. Eine Verletzung der Treuepflichten liegt in der Regel dann vor, wenn der Whistleblower, statt intern die zuständigen Stellen und Personen zu informieren, an die Öffentlichkeit gelangt. Was aber gilt, wenn intern niemand zuständig ist oder zuständig sein will? Schweigen oder verpfeifen? Wie korrekt vorgegangen werden soll, ist nicht klar, denn das Schweizer Arbeitsrecht kennt dazu bisher keine Regelung. Zwar gibt es Leitfäden für Whistleblowing von Organisationen wie Transparency International, jedoch ist bis heute kein institutionalisiertes Whistleblowing in der Schweiz vorhanden.

«Whistleblower kommen nicht darum herum, sich Gedanken über das «Leben danach» zu machen»

Derzeit sind zwar Gesetzesrevisionsprojekte im Gange, welche die Situation von Whistleblowern durch Kündigungsschutz und weitere Massnahmen verbessern sollen. Auch Firmen nehmen die Idee zunehmend ernst und etablieren interne Meldestellen mit der Zusicherung, dass keine Konsequenzen bei Meldung zu befürchten seien. All diese Vorhaben sind sehr zu begrüßen, jedoch kommt ein potenzieller Whistleblower trotzdem nicht darum herum, sich Gedanken über das «Leben danach» zu machen: Wer extern verpfeift, muss in aller Regel mit Mobbing und Denunziation rechnen, und auch die künftige Jobsuche wird massiv erschwert. Diese urmenschlichen Reaktionen lassen sich leider nicht gesetzlich regeln. Deshalb werden sie das Leben der Whistleblower auch in Zukunft erschweren.

Sita Mazumder ist Wirtschaftsprofessorin am Institut für Finanzdienstleistungen Zug (IFZ)

► FORTSETZUNG VON SEITE 53

## IWC-Chef Georges Kern

**Steve Jobs wurde zur Ikone – einfach, indem er alles vereinfachte. Georges Kern macht das Gegenteil, kombiniert uhrmacherische Komplikationen und hat damit – Erfolg.**

Apple und IWC stellen sich nun mal ganz anderen Herausforderungen. Ein Laptop soll als Instrument möglichst benutzerfreundlich sein. IWC hingegen ist in der Haute Horlogerie zu Hause – einem Bereich, in dem luxuriöse, hochkomplexe mechanische Zeitmesser hergestellt werden. Niemand braucht diese aber, um die Zeit zu lesen. Uhr- und Kalenderfunktion hat man im Handy. Unsere Kunden lieben halt das Spezielle und haben eine Affinität zur Perfektion und zeitlosem Design.

**IWC greift nach den Sternen: Die Portugieser Sidérale Scafusia ist die komplizierteste Uhr Ihrer über 140-jährigen Geschichte. Sie zeigt unter anderem die mittlere Sonnenzeit an, von der die meisten Erdenbürger nie gehört haben.** Die Sidérale Scafusia ist der neue Fixstern am uhrmacherischen Himmel. Eine Meisterleistung, hervorgegangen aus zehn Jahren Entwicklung, komplex wie das Sternengewölbe, das selbst dann fasziniert, wenn die Himmelsmechanik nicht verstanden wird. **Sie verkaufen also nicht nur mechanische Anachronismen, sondern auch Träume.** Ob Kunst, Vintage-Autos, Edelsteine oder Haute-Horlogerie-Uhren: Wir Menschen wollen

träumen, wollen uns wundern und bewundern, wir wollen von Emotionen durchrieselt werden. Das ist der Sinn der Kultur, die uns erst zu Menschen macht und unserem Dasein Tiefe und Farbe verleiht. Wir verkaufen keine Träume – wir erfüllen sie. **Menschen wollen auch bewundert werden. Zum Beispiel am Steuer eines Aston Martin mit einer ausgetüftelten Uhr am Handgelenk.** Keine Frage, eine hochwertige Uhr ist auch ein Statussymbol, ein raffiniertes Objekt, das etwas über den gesellschaftlichen Erfolg und den Geschmack des Trägers aussagt. Gleichzeitig verkörpert sie echte Werte: einen beständigen materiellen Wert, aber auch immaterielle Werte wie Tradition, Handwerkskunst und bürgerliche Tugenden. Gerade in Zeiten der Krisenstimmung sind solche Wer-

te gefragt, denn sie vermitteln Orientierung. Darüber hinaus stehen sie für die Rückbesinnung auf nachhaltiges Wirtschaften, das sich vom Spekulationsfieber nicht anstecken lässt. Die Uhrenbranche muss als Industrie in langen Zyklen planen. Damit heben wir uns ab von der Gier nach dem schnellen Geld. **Von Beharrlichkeit zeugt auch Ihr Einsatz, leiten Sie doch IWC seit über zehn Jahren.** Als ich Ende 2001 die Führung übernahm, hätte ich nie geglaubt, so lange an Bord zu bleiben. **Damals ging ein Aufschrei durch das Lager der IWC-Sammler. Vielfach hielt man Sie für einen Managersöldner. Sie kamen ja von der Uhrenmarke TAG Heuer, die damals rein marketingorientiert war.** Emotional war der Empfang schon hart, der mir damals berei-

tet wurde. Nicht viele trauten mir damals zu, die technikorientierte IWC führen zu können. Ich wusste, dass ich meine Kritiker nur durch solide Leistungen beschwichtigen kann. **Stimmt es, dass unter Ihnen der Umsatz verdreifacht und der Gewinn vervierfacht wurde?** IWC gehört der Richemont-Gruppe an, die – wie andere auch – keine Aussagen über die Entwicklung einzelner Marken macht. Klar ist, dass IWC heute eine global erfolgreiche Luxusmarke ist, die ein starkes Produktportfolio vorzuweisen hat, auf ein durchdachtes Distributionsnetzwerk zurückgreifen kann und eine sinnvolle Marketing- und Kommunikationsstrategie verfolgt. **An der letzten IWC-Party haben Sie als Showman gegläntzt.** Wir arbeiten mit unseren Markenbotschaftern nicht im Bereich

der Werbung. Sie werden also Kevin Spacey oder Cate Blanchett nie auf einem IWC-Inserat sehen. Vielmehr begrüßen wir unsere Freunde an Events wie jenem im Januar in Genf, als wir mit 900 Gästen aus aller Welt die Lancierung der Top-Gun-Modelle aus der neuen Fliegeruhren-Linie gefeiert haben. Und ja, es gehört zu meinem Job, diese Persönlichkeiten sowie die anderen Gäste am roten Teppich und auf der Bühne zu begrüßen. **Muss man selber eitel sein, um in der Luxusgüterindustrie Erfolg zu haben?** Ja, klar! **Vor ein paar Jahren hätten Sie das nicht zugegeben.** Ich bin inzwischen 46, etwas reifer, besonnener und sehe die Dinge entspannter. Wie ein guter Wein. «Il a pris de la bouteille», würden die Franzosen sagen.