

In der Schweiz sinkt die Arbeitslosigkeit

Bern. AP. In der Schweiz hat sich die Arbeitslosigkeit im Juli zum sechsten Mal in Folge zurückgebildet. Der Rückgang war jedoch geringer als in den vorangegangenen Monaten. Die Arbeitslosenquote sank mit 3,6% auf den tiefsten Stand seit elf Monaten. Mit einer weiteren Entspannung rechnet das Staatssekretariat für Wirtschaft (Seco) für 2005. Ende Juli waren auf den Arbeitsämtern noch 143 125 arbeitslose Frauen und Männer registriert, 978 weniger als im Juni, wie das Seco am Freitag mitteilte. Die Arbeitslosenquote bildete sich von 3,7 auf 3,6% zurück und damit auf den tiefsten Stand seit August 2003. Saisonbereinigt blieb die Arbeitslosigkeit im Juli mit 152 290 Betroffenen und einer Quote von 3,9% jedoch praktisch auf dem Niveau des Vormonats.

Nach den Worten von Seco-Direktor Jean-Luc Nordmann hat sich der Arbeitsmarkt im Juli den Erwartungen entsprechend entwickelt. Für das ganze Jahr erwartet er eine ähnliche Entwicklung wie im Vorjahr. Im Jahr 2005 sei dann aber auf Grund heutiger Vorzeichen mit einer deutlich geringeren Arbeitslosigkeit zu rechnen, sagte Nordmann. Zugenommen hat im Juli die Jugendarbeitslosigkeit. In der Altersgruppe der 15- bis 24-Jährigen wurden im Vergleich zum Vormonat rund 1 700 Arbeitslose mehr gezählt. Nordmann verwies dabei auf saisonale Gründe im Zusammenhang mit Schul- und Lehrgängern. In den übrigen Altersklassen nahm die Zahl der Arbeitslosen ab.

Der Blick auf die Entwicklung in den Kantonen zeigt, dass Genf mit 7,0% die mit Abstand höchste Arbeitslosenquote aufwies. In der Deutschschweiz waren Basel-Stadt und Zürich mit Quoten von 4,4 bzw. 4,2% am stärksten betroffen. Im Baselbiet erhöhte sich die Arbeitslosigkeit von 3,3% auf 3,4%.

Gut, dass der Ölpreis hoch bleibt



Felix Erbächer

Der Ölpreis klettert schier unaufhaltsam in die Höhe. Mit über 44 Dollar pro Fass hat er in den USA den höchsten Stand seit Einführung des Handels mit Rohöl-Futures (Termingeschäfte) vor 21 Jahren erreicht. Die jüngste Ölpreishausse dauert nun schon seit drei Jahren an.

Bemerkenswert an ihr ist, dass sich die Marktstellung dramatisch verändert. Die Nachfrage hat das Angebot als preisbestimmenden Faktor abgelöst. Konnten früher die Opec-Länder mit Produktionssteigerungen oder -kürzungen massgeblich den Barrelnpreis (1 Barrel = 159 Liter) kontrollieren, so ist inzwischen die Nachfrage zum dominierenden Preisfaktor geworden. Die Ölländer können heute ihre Förderung gar nicht mehr gross steigern, weil ihre Kapazitäten fast ausgelastet sind. Die noch zur Verfügung stehenden Förderkapazitäten sind so gering wie seit 30 Jahren nicht mehr. Dieser Tage hat auch das Nicht-Opec-Mitglied Russland, der weltgrösste Ölproduzent, mitgeteilt, die Förderung nicht mehr in die Höhe heben zu können. Es funktioniert nicht mehr, dass die Ölhähne einfach aufgedreht werden können. Daran kann auch der grösste Opec-Förderer, Saudi-Arabien, nichts ändern.

Die Macht der Opec und der Saudis schwindet – vorerst noch nicht zu deren Schaden. Gemäss Schätzungen der Saudi American Bank fliessen in diesem Jahr mit rund 100 Milliarden Dollar schöne 14 Milliarden mehr als im Vorjahr auf das Ölkonto von Saudi-Arabien. Das könnte sich aber ändern. Die Ölländer ängstigen sich, dass ein weiterhin anziehender Ölpreis die

Weltkonjunktur abwürgt und die Absatzmärkte für die Ölprodukte massiv einschränkt. Dies insbesondere in den Schwellen- und Entwicklungsländern, wo die interessantesten Wachstumsmöglichkeiten liegen. Mit steigendem Ölpreis werden aber auch andere und neue Energien immer attraktiver.

Zwei Fragen stellen sich heute: Hält der Preistrend nach oben an? Welche Faktoren können die Ölnotierungen wieder zum Sinken bringen? Auf der Angebotsseite kann, wie dargelegt, wenig dafür getan werden, um der Ölpreishausse ein Ende zu bereiten. Umso mehr, als nicht nur in der Förderung, sondern auch in der Ölversorgungskette bei den Raffinerien insbesondere in den USA Kapazitäten fehlen. Versäumnisse der späten 90er Jahre machen sich nun folgenswer bemerkbar: Als der Barrelnpreis auf 10 Dollar einbrach, verzichteten Förderländer und Ölkonzerne auf Investitionen, weil sie sich nicht mehr rechneten. Zwar reichen die Ölvorräte noch für einige Jahrzehnte aus, aber die Zeit ist vorbei, in der mehr Reserven erschlossen als verkauft werden.

Konsumenten und Wirtschaft leiden. Ein anhaltend hoher Ölpreis liegt aber langfristig im Interesse aller.

Schätzungen gehen davon aus, dass der Bedarf von heute 29 Milliarden auf 42 Milliarden Barrel im Jahr 2020 steigt.

Nachfrageseitig auf den Preis eingewirkt haben in den letzten Wochen die Wirren in Irak und die Ängste vor neuen Terroranschlägen. Leider ist anzunehmen, dass sich daran so schnell nichts ändert. Die Spekulation wird das ihrige dazu beitragen, die Trendrichtung nach oben zu verstetigen.

Obwohl eine schneller drehende Ölpreisspirale die Konjunktur tangiert, glauben die meisten Ökonomen vorderhand nur an eine geringe Einbusse der Wachstumsraten. Das könnte sich allerdings ändern, wenn der Barrelnpreis einmal die 50 Dollar überschreitet. Eine Rezession erwarten Volkswirtschaftler bei einem Preis von 60 Dollar je Barrel. Dann allerdings würde eine deutlich schwächere Konjunktur kurzfristig zu einer geringeren Nachfrage und damit zu sinkenden Ölnotierungen führen. Dieses Szenario würde dann gelten, wenn Terroranschläge Förderkapazitäten lahm legten.

Neu und langfristig einwirkend haben sich auf der Nachfrageseite China und Indien eingereiht. Auch wenn sich die wirtschaftliche Dynamik in China verlangsamt, bleibt der asiatische Bedarf am schwarzen Gold gigantisch. Experten schätzen das jährliche Wachstum des Ölverbrauchs auf 16 Prozent. Versorgungsengpässe bei der Elektrizität führen in China laufend zu Kompensationen mit Öl oder Benzin.

Wenn heute die Konsumenten und die Wirtschaft unter den gestiegenen Ölpreisen leiden, ein anhaltend hoher Preis liegt im Interesse aller. Er beschleunigt die Energiespar- und Substitutionsbemühungen. Der Motor zum Beispiel, der nur noch mit einem Bruchteil des heutigen Benzins auskommt oder alternativ zum Laufen gebracht wird, könnte endlich zur Marktreife gelangen. Eine umweltfreundliche Energiepolitik erfordert die Förderung erneuerbarer Energien. Denn das umweltbelastende Öl ist nach wie vor die mit Abstand wichtigste Energiequelle der Welt. Inklusive Erdgas und Kohle decken fossile Brennstoffe 88 Prozent des globalen Energiebedarfs. Darüber hinaus würde ein Technologieschub der Wirtschaft auch neue Impulse verleihen.

Nur wenige kehren zum WTC zurück



Auszug. Die Bürogebäude in der Nähe des ehemaligen World Trade Center sind nach wie vor zum grössten Teil leer (Bild: Denkmal auf dem Ground Zero). Key

New York. Fast drei Jahre dauerte es, bis die Firma Cantor Fitzgerald ihr neues Hauptquartier fand. Es befindet sich an der Park Avenue in der Nähe der 59. Strasse, in dem Gebäude, in dem bisher die Finanz-Informationenfirma Bloomberg einquartiert war. Die Firma, die von New Yorks Bürgermeister Michael Bloomberg gegründet wurde, hat jetzt ein luxuriöses neues Hauptquartier an der East Side bezogen. Cantor Fitzgerald, eine Finanzgesellschaft, die vor allem Aktien und Obligationen handelt, hatte ihren Sitz im World Trade Center. Beim Terrorangriff vom 11. September 2001 verlor die Firma 658 Mitarbeiter. «Jetzt können wir uns endlich wieder darauf konzentrieren, weiter zu wachsen», sagte der CEO der Firma, Howard Lutnick. Als Entschädigung für die Verluste hatte Cantor Fitzgerald von Bundes- und einzelstaatlichen Behörden fast 30 Mio. Dollar (37 Mio. Fr.) erhalten. Dennoch sei es mit den Behörden zu Spannungen gekommen, so die «New York Times». CEO Lutnick habe zu viel Subventionen gefordert. Aus Pietätsgründen habe es niemand gewagt, die Firma zu kritisieren.

Denkmal für Mitarbeiter

Eine Rückkehr in die Downtown stand nie zur Debatte. Cantor Fitzgerald erklärte auch öffentlich, man wolle nicht mehr in einen Wolkenkratzer einziehen. Jetzt wird die Firma die untersten sieben Stockwerke belegen. Vor dem Gebäude will man ein Denkmal für die 658 umgekommenen Mitarbeiter errichten. Nur wenige Firmen, die vom Kollaps des World Trade Center betroffen waren, sind in die Downtown zurückgekehrt. Vor kurzem wurden zwar 730 Beamte der Staatsverwaltung von New York in die Nähe des World-Trade-Center-Areals verlegt. Gouverneur George Pataki pries dies als Vertrauensbeweis in die Downtown. Aber fast gleichzeitig wurde bekannt, dass Citigroup weitere 1000 Arbeitsplätze nach New Jersey verlegt habe. Dies gebe Anlass zu neuen Zweifeln am wirtschaftlichen Wiederaufbau in der Downtown, schrieb die «New York Times».

Umzug nach New Jersey

Die Anwaltsfirma Morgan Finnegan bezog zwar im Januar zwei ganze Stockwerke im «World Financial Center» neben dem ehemaligen World Trade Center. Und dank Steueranreizen ist in der Downtown eine ganze Reihe neuer Wohnblöcke entstanden. Aber nur wenige grössere Firmen sind in die Downtown zurückgekehrt. Eine der wenigen ist die Krankenkasse HIP. Die Mehrheit der rund 500 Mio. Dollar an Subventionen, die bisher ausbezahlt wurden, ging an Firmen, die bereits in der Downtown ansässig waren. Lehman Brothers verlegte ihr gesamtes Hauptquartier in die Midtown, obwohl sie im World Financial Center soeben eine riesige Bürofläche neu gemietet hatte. Das Gebäude der Deutschen Bank wurde vor kurzem abgerissen.

Insgesamt seien 19 000 Finanz-Arbeitsplätze aus der Downtown abgewandert, schätzte die Empire-State-Behörde kurz nach der Katastrophe, plus 30 000 damit zusammenhängende Jobs. Nur der kleinste Teil davon werde vermutlich zurückkehren. Diese Befürchtungen haben sich zwar nicht bestätigt, aber zumindest die Gegend in unmittelbarer Nähe des ehemaligen World Trade Center ist noch immer nur ein Schatten ihres damaligen Selbst.

Luzian Caspar

Basler will Schweizer Wahlsystem vermarkten

Der Basler Beat Fehr möchte das Schweizer Wahl- und Abstimmungssystem weltweit unter dem Label «Swiss Voting System» vermarkten. Denn dieses sei effizient und vertrauenswürdig. Innerhalb kurzer Zeit hat Fehr deshalb eine Firma gegründet und zwölf Mitarbeiter eingestellt.



Ein Exportschlager? Vom Wahlzettel bis zur Stimmabgabe: Der Basler Beat Fehr will unser Wahl- und Abstimmungssystem den Amerikanern schmackhaft machen.



Fotos E. Zbinden, T. Bossard

Basel. Schweizer Schokolade, Schweizer Käse, Schweizer Uhren – damit lässt sich im Ausland Geld verdienen. Weltweit bekannt ist die Schweiz aber auch für ein weniger fassbares Produkt: ihre direkte Demokratie. In kaum einem anderen Land gibt es so viele Abstimmungen und Wahlen, die gleichzeitig so präzise wie ein Schweizer Uhrwerk funktionieren und deren Durchführung absolutes Vertrauen im Volk genießt.

Von Tobias Bossard

Darin wittert der 50-jährige Basler Beat Fehr ein Geschäft: Er möchte das Schweizer Wahl- und Abstimmungssystem weltweit vermarkten. Wie «Swiss Watch» oder «Swiss Chocolate» soll das Label «Swiss Voting System» zum Exportschlager werden.

Die Idee dazu kam Beat Fehr vor vier Wochen, als er im Radio einen Bericht über die US-Präsidentenwahl hörte: In Amerika würde derzeit diskutiert, ob UN-Beobachter die Wahl im November überwachen sollen, damit alles korrekt abläuft; zudem hätten die USA rund 4 Mrd. Dollar ins Wahlsys-

tem investiert, damit es nicht wieder zu einem Debakel wie vor Jahren kommt, als mehrere Monate unklar war, ob nun Al Gore oder George W. Bush künftig Präsident der USA sein wird. «Wenn so viel Geld für eine Wahl ausgegeben wird, ist das ein riesiger Markt», dachte sich Beat Fehr. «Und statt Beobachter der UNO könnten doch solche aus der Schweiz für das nötige Vertrauen sorgen und den Amerikanern gleich noch zeigen, wie einfach und kostenkünstig das Schweizer Wahlsystem ist.»

Bereits ein Dutzend Mitarbeiter

Als Beat Fehr, der seit 20 Jahren im Bereich für Konstruktionssoftware (CAD) tätig ist, seine Idee in seiner 10-Personen-Firma CADiware präsentierte, reagierten die Kollegen unterschiedlich: Einige fanden die Idee genial, andere völlig absurd. Trotz vielen Vorbehalten liess sich Beat Fehr nicht beirren: In den vier Wochen seit dem Radiobehricht hat er bereits eine Firma gegründet und zwölf Leute angestellt, darunter Politikwissenschaftler, Juristen, Ingenieure und Studenten. Auch hat er mehrere Internet-Adressen reserviert und

die Marke «Swiss Voting System – Freedom of Voting» schützen lassen. Finanziert wird das alles mit dem Gründungskapital der Firma von 100 000 Fr., das grösstenteils von Beat Fehr und anderen Teilhabern einbezahlt wurde. Ein wenig lang geraten ist der Name der Firma, da die Kurzform nur mit einem Zusatz zugelassen wurde: «Swiss Voting System – a private Company AG».

Tag und Nacht haben Fehr und sein Team in den letzten Wochen recherchiert, das Internet durchforstet sowie die verschiedenen Wahl- und Abstimmungssysteme der Schweizer Kantone und Gemeinden studiert und das beste System herauskristallisiert. Die daraus entstandenen Richtlinien will Fehr nun verkaufen, an all jene staatlichen Organisationen in den USA, die Wahlen und Abstimmungen durchführen. Zudem möchte Fehr mittelfristig Wahlberatung anbieten und langfristig das Label «Swiss Voting System – Freedom of Voting» einführen. Dieses soll wie ein Qualitätssertifikat wirken: Wahllokale oder Gemeinden mit diesem Label wird eine effiziente und korrekte Wahlorganisation bescheinigt.

«In der Schweiz ist das Vertrauen in unser Wahlsystem derart gross, dass wir uns gar keine Gedanken darüber machen», sagt Fehr. Darum sei wohl auch bisher niemand auf die Idee gekommen, in diesem Bereich tätig zu werden. In den USA hingegen, der Mutter aller Demokratien, seien die Wahlen extrem kompliziert und teuer strukturiert. «Wenn die Schweiz ihre vielen Wahlen und Abstimmungen so organisieren würde wie in Amerika, dann wären wir längst bankrott.»

Vom Wahlzettel bis zur Zählung

Details über die ausgearbeiteten Richtlinien, wie die ideale Wahl oder Abstimmung organisiert wird, möchte Beat Fehr nicht preisgeben. «Denn dies ist ja unsere Leistung, die wir verkaufen möchten.» Klar sei aber, dass alle Prozesse von der Ausgestaltung des Wahlzettels über die Stimmabgabe bis zur Auszählung und Ergebnisübermittlung an die übergeordnete Behörde genauso fesselgehalten wurden. «Gerade der Wahlzettel von Florida hat bei der letzten Wahl in den USA ja für riesigen Ärger gesorgt», sagt Beat Fehr. «Einige konnten diesen erst gar nicht lesen, andere haben das Loch bei der falschen Person gemacht. Und beim Zählen kam es auch zu Unregelmässigkeiten.»

Bis jetzt hat die Firma nur Geld ausgegeben. Nun aber sei man bereit für den offiziellen Start, so Fehr: Nächste Woche werden die breite Öffentlichkeit informiert und die Internet-Seiten aufgeschaltet. Mit einer E-Mail-Aktion und anderen, noch zu definierenden Marketingaktivitäten will die Firma, verstärkt durch einen Mitarbeiter in den USA, auf Kundenfang gehen und das «Swiss Voting System» anpreisen.

Top oder Flop

Beat Fehr ist sich bewusst, dass die Zeit knapp ist, da die Präsidentschaftswahl bereits im November stattfindet. Trotzdem erhofft er sich in den nächsten Wochen Aufschluss darüber, ob sich seine Idee zu Geld machen lässt. Falls ja, sei eine Ausdehnung auf andere Nationen problemlos denkbar, meint Fehr. «Falls nicht, dann war die ganze Aktion eben einfach eine tolle Erfahrung – wenn auch eine kostspielige.»

www.swissvotingsystem.ch (ab nächster Woche)