

Bankgeheimnis wird zum Reputationsproblem

Die fiskalische Anonymität als Reibungsfläche. Von Mark Eisenegger, Angelo Gisler und Daniel Künstle

Das Schweizer Bankgeheimnis hat in der nationalen und internationalen Öffentlichkeit massiv an Akzeptanz eingebüsst. Dies belastet nicht nur die Reputation des Finanzplatzes Schweiz, sondern limitiert auch dessen Wettbewerbsfähigkeit.

Seit rund viereinhalb Jahren steht das Schweizer Bankgeheimnis unter Dauerbeschuss verschiedener Staaten und supranationaler Organisationen. Es zeigt sich ein dramatischer Akzeptanzverlust in der nationalen und internationalen öffentlichen Wahrnehmung: Das Bankgeheimnis hat sich von einem profilbildenden Merkmal zum wettbewerbs-schädigenden Reputationsproblem für den Schweizer Finanzplatz gewandelt.

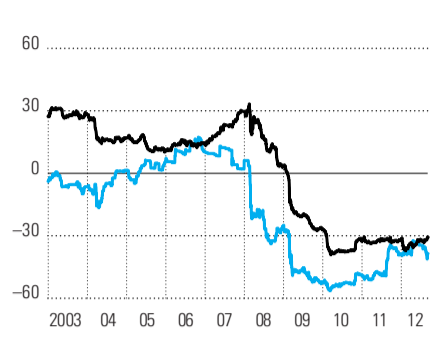
Negatives Reputationsmerkmal

Dies veranschaulicht die Reputationsdynamik zwischen 2003 und 2012, basierend auf der Auswertung national und international führender Leitmedien, die an der Universität Zürich durchgeführt wurde. Die Daten zeigen, dass die Reputation des Finanzplatzes Schweiz und die Akzeptanz des Bankgeheimnisses stark miteinander verknüpft sind. Wird das Bankgeheimnis positiv oder aber negativ wahrgenommen, gilt dies auch für den Finanzplatz.

Bis Ende 2007 war das Bankgeheimnis in der Ära der Globalisierungseuphorie, vor allem in der Wirtschaftspresse, stark mit positiven Deutungen besetzt. Es galt als Schutzschild gegen allzu gierige Zugriffsgelüste der Steuerbehörden und entwickelte sich zu einem auf fiskalische Aspekte reduzierten Alleinstellungsmerkmal des Finanzplatzes. Begünstigt wurde dies, innen- wie aussenpolitisch, durch das Zinsbesteuerungsabkommen mit der EU: Der automatische Informationsaustausch galt als abgewendet, die Anonymität der Bankkunden als gesichert. Gleichzeitig verloren die anderen Merkmale des Schweizer Finanzplatzes wie Know-how, sozialer Frieden beziehungsweise Berechenbarkeit der politischen Entwicklung an Bedeutung, auch weil sich die beiden Grossbanken in dieser Periode nicht mehr primär als Schweizer Banken, sondern als global tätige Institute verstanden. – In dieser Verengung der Wahrnehmung des Finanzplatzes

Wahrnehmung des Bankgeheimnisses in den Medien¹

Akzeptanz im In- und Ausland, Reputationsindex²



Finanzplatz und Bankgeheimnis, Reputationsindex²



1 Medien Schweiz/International 2 Memorizing-Resonance-Reputation-Index (MRRRI; +100 bis -100)

QUELLE: COMMSLAB AG / FÖG-UNIVERSITÄT ZÜRICH NZZ-INFOGRAFIK/eff

auf das Bankgeheimnis markierte die Zumwinkel-Affäre Anfang 2008 einen ersten Wendepunkt. Die Entwendung einer Daten-CD bei der liechtensteinschen Bank LGT Group führte zu medienwirksamen Verhaftung des damaligen deutschen Postchefs Klaus Zumwinkel, der bis dahin eine hohe Reputation genossen hatte. Dadurch kam die Steuerhinterziehungsthematik schlagartig wieder ins Zentrum der öffentlichen Auseinandersetzung. Vor allem aber wurde sie in den Ländern mit mutmasslich hohen Steuerhinterziehungsquoten konsequent mit der «Abzockerdebatte» verknüpft.

Der entscheidende Perzeptionswandel vollzog sich mit Ausbruch der internationalen Wirtschafts- und später der Schuldenkrise ab Herbst 2008. In der internationalen Medienöffentlichkeit konnte sich mehr und mehr die Wahrnehmung etablieren, dass Steuerhinterziehung die Krise akzentuiert, zumal das dringend benötigte Steuersubstrat auch zur Rettung der Banken eingesetzt werden musste. Dadurch wurde das Bankgeheimnis international nicht nur mit der Frage der Steuergerechtigkeit, sondern neu auch mit der Krise verknüpft.

Durch die Intervention der USA, die das Bankgeheimnis mit beträchtlicher internationaler Breitenwirkung auf der Basis volkswirtschaftlicher Argumente bekämpften, begann die Akzeptanz des Bankgeheimnisses auch innenpolitisch zu erodieren. Der mit der Übermittlung von UBS-Kunden-Daten an die amerikanische Steuerbehörde IRS Anfang 2009 verbundene Rechtsbruch und die Aufgabe der Unterscheidung zwischen

Steuerhinterziehung und Steuerbetrug gegenüber dem Ausland – noch bevor die OECD die Schweiz zusammen mit anderen «Steuerparadiesen» auf eine graue Liste gesetzt hatte – beförderten nun auch innenpolitisch die Wahrnehmung, dass das Bankgeheimnis grundsätzlich beschädigt sei. Seit der Involvierung weiterer Schweizer Banken in die US-Steueraffäre hat sich diese Erosion weiter beschleunigt.

Privatsphäre statt Anonymität

Die gegenwärtige Schweizer Debatte zur Abgeltungssteuer, mit der die Einführung des automatischen Informationsaustausches verhindert werden soll, zeigt augenfällig, dass sich ein Wandel von einer rein moralischen (Steuergerechtigkeit, Abzocker) zu einer auch ökonomisch argumentierenden Kritik am Bankgeheimnis vollzogen hat: zu teuer, zu aufwendig, allenfalls eine teure Übergangslösung zur Bewältigung der Altlasten. Vor allem wachsen die Zweifel, dass mit der Abgeltungssteuer und dem Festhalten am fiskalischen Bankgeheimnis das grundsätzliche Problem des Finanzplatzes gelöst werden kann, nämlich mit welchem Geschäftsmodell dieser seine Wettbewerbsfähigkeit erneuern will.

Das fundamentale Problem ist, dass der Finanzplatz Schweiz immer stärker auf das Bankgeheimnis reduziert und die einst positiv bewertete finanzielle Privatsphäre vor allem im Ausland mit der Zeit umgedeutet wurde: Die Anonymität gegenüber dem Staat wird immer ausschliesslicher als Mittel zum Zweck

des Eigennutzes auf Kosten des Allgemeinwohls bewertet. Dass die finanzielle Privatsphäre trotz der Preisgabe der Anonymität gegenüber staatlichen Behörden ihre Berechtigung haben kann, beweist jedoch die Liechtenstein Disclosure Facility (LDF), ein auf die Herstellung eines steuerkonformen Ausgleichs ausgerichteter Vertrag, den Liechtenstein 2009 mit Grossbritannien abgeschlossen hat. Die LDF bietet weltweit britischen Kunden, unter Preisgabe ihrer Anonymität zuhanden der Steuerbehörden, einen umfassenden Rechtsschutz vor Strafverfolgung. Dabei bildet gerade die Aufgabe der fiskalischen Anonymität die Gewähr für den Schutz der Privatsphäre gegenüber den Mitbürgern: Ein öffentliches «naming and shaming» wie im Fall Zumwinkel ist nicht mehr möglich.

Verzögerter Anpassungsprozess

Nicht nur der Verweis auf Mitt Romneys Problematik mit seinem Schweizer Konto zeigt, dass die Kosten für die Aufrechterhaltung des Bankgeheimnisses zunehmend grösser erscheinen als dessen Nutzen. Die Reduktion des Bankgeheimnisses auf den Aspekt der fiskalischen Anonymität limitiert die Wettbewerbsfähigkeit des Finanzplatzes: Die Anpassung des unterliegenden Geschäftsmodells wird weiter hinausgezögert, und es wird gleichzeitig verhindert, dass sich die klassischen Vorzüge des «Swiss Banking» wieder mehr Raum verschaffen können. Eine geordnete Aufhebung des fiskalischen Bankgeheimnisses beziehungsweise die Gewährleistung einer umfassenden Steuerkonformität der am Schweizer Finanzplatz verwalteten Gelder würde nicht nur den Reputationsdruck reduzieren, sondern es auch erlauben, selber globale Lösungen in der Schwarzgeldproblematik einzufordern. Damit liesse sich nicht nur dringend benötigter Handlungsspielraum gewinnen, sondern die bisher fast ausschliesslich auf die Schweiz fokussierte Problematik erst glaubwürdig auf andere Länder ausweiten.

Mark Eisenegger ist Co-Leiter des Forschungsbereichs Öffentlichkeit und Gesellschaft der Universität Zürich und Gastprofessor an der Universität Salzburg. Angelo Gisler ist Forschungsleiter Reputation & Issue Monitoring an demselben Institut der Universität Zürich. Daniel Künstle ist Geschäftsführer der commsLAB AG – Corporate Profile Management.

T-Mobile USA mit MetroPCS fusioniert

(Reuters) · Die Deutsche Telekom will ihr kriselndes US-Mobilfunkgeschäft durch eine Fusion mit dem Rivalen MetroPCS neu positionieren. Die Führungsgremien der beiden Konzerne hätten dem Zusammenschluss der amerikanischen Unternehmen bereits zugestimmt, teilte die Telekom am Mittwoch mit. Allerdings stehe eine Zustimmung der MetroPCS-Aktionäre und der zuständigen Behörden noch aus. Die Telekom soll drei Viertel der Anteile an dem neuen Unternehmen halten. Die bisherigen MetroPCS-Aktionäre bekommen den Rest sowie 1,5 Mrd. \$ in bar. Das Unternehmen trage auch künftige Namen T-Mobile.

MetroPCS ist die fünftgrösste Mobilfunkfirma in Amerika – die Telekom-Tochter rangiert auf Platz vier. Für die nun angekündigte Mobilfunk-Hochzeit zahlt die Telekom aber eine hohe Mitgift. Da T-Mobile USA nun nicht mehr so hoch bewertet werde wie beim Einstieg des Bonner Konzerns vor gut zehn Jahren, müssten voraussichtlich 7 Mrd. bis 8 Mrd. € auf das Unternehmen abgeschrieben werden, hiess es. Das werde sich auf das Jahresergebnis niederschlagen. Genauere Angaben macht die Telekom dazu jedoch nicht. Die Telekom hatte für den T-Mobile-Vorgänger Voicestream vor einem Jahrzehnt rund 40 Mrd. € bezahlt.

Das neue Unternehmen habe 42,5 Mio. Handy-Kunden und dürfte 2012 bei einem Umsatz von 24,8 Mrd. \$ einen Betriebsgewinn von 6,3 Mrd. \$ erwirtschaften. Durch den Zusammenschluss erhält die Telekom in den USA eine Börsenkotierung. Der Bonner Konzern hatte immer wieder Pläne durchgespielt, die Tochter abzuspalten und separat an die Börse zu bringen. Eigentlich wollte Telekom die Tochter T-Mobile USA im vergangenen Jahr für 39 Mrd. \$ an AT&T verkaufen. Die US-Wettbewerbsbehörden stoppten die Transaktion aber.

UNTERNEHMEN

Schweiz

Amgen baut in Zug Stellen ab

(sda) · Der US-Biotechkonzern Amgen setzt in seiner Europazentrale in Zug den Rotstift an. Wie viele von den derzeit 350 Stellen am Sitz betroffen sind, gibt das Unternehmen offiziell nicht bekannt. «Wir haben die Mitarbeiter von Amgen Europe in Zug informiert, dass wir Veränderungen planen und dass diese mit Stellenkürzungen verbunden sein werden. Wir wissen noch nicht, wie viele Stellen davon betroffen sein werden», lautet die offizielle Stellungnahme der Firma. Gemäss einem Bericht der «Finanz und Wirtschaft» vom Mittwoch könnte der Abbau eine dreistellige Zahl umfassen. Der Schweizer Amgen-Sitz ist für die Vermarktung von Medikamenten und die klinische Forschung wichtig.

PERSONEN

Pearson-Chefin Scardino tritt zurück

pra. London · Die Chefin der britischen Verlagsgruppe Pearson, Marjorie Scardino, hat am Mittwoch im Alter von 65 Jahren ihren Rücktritt per Ende Jahr erklärt. Scardino hat das Unternehmen, das unter anderem die «Financial Times» herausgibt, 16 Jahre lang erfolgreich geführt. Sie ist die erste Frau, welcher der Durchbruch bis an die Spitze eines FTSE-100-Unternehmens gelungen ist. In den letzten Jahren steuerte sie das Unternehmen vom schrumpfenden Geschäft mit Medien und Finanzdaten in Richtung des Wachstumsmarkts Ausbildung, der Emerging Markets und der digitalen Welt. Ihr Nachfolger wird John Fallon, welcher derzeit die Sparte internationale Ausbildung führt.

Neue Gefahren für spanische Banken

De Guindos wirbt um Investoren für «Bad Bank»

Die zwei spanischen Eigentümer von Frankreichs grösster Immobilienfirma, Gecina, mussten Konkurs anmelden. Damit drohen den angeschlagenen spanischen Banken weitere Verluste.

(Reuters) · Spaniens krisengeschüttelten Banken drohen weitere Belastungen durch zwei grosse Firmenpleiten. Die beiden spanischen Eigentümer von Frankreichs grösster Immobilienfirma Gecina meldeten am Mittwoch Insolvenz an, wie eine mit dem Vorgang vertraute Person sagte.

Die Investmentfirmen Alteco und MAG Import seien nicht in der Lage gewesen, einen Konsortialkredit von 1,6 Mrd. € zurückzuzahlen, hiess es zur Begründung. Spaniens Banco Popular, die mittlerweile verstaatlichte Bankia, NCG Banco sowie die französische Natixis und die Royal Bank of Scotland (RBS) haben laut Angaben der spanischen Zeitung «El País» die grössten Summen zu dem Kredit beigesteuert.

Nach Informationen aus Bankenkreisen soll der Anteil von Bankia 234 Mio. € betragen, der von Popular 264

Mio. €, berichtet «El País». Beide Geldhäuser wollten sich dazu nicht äussern. Die Insolvenzverfahren gehören zu den grössten in der spanischen Unternehmensgeschichte. Inwieweit sich die Pleiten der beiden Investmentfirmen auf die Banken auswirken, ist noch unklar. Nach dem Platzen der Immobilienblase in Spanien haben die Banken des Landes bereits Milliarden abgeschrieben. Sie haben einen Kapitalbedarf von insgesamt 60 Mrd. €, um für weitere Schwierigkeiten gerüstet zu sein.

Spanien hat bereits Finanzhilfen aus dem Euro-Rettungsfonds für den Bankensektor beantragt und sich im Gegenzug zu Auflagen verpflichtet. Im Rahmen der Sanierung des Bankensektors muss das Land beispielsweise eine sogenannte «Bad Bank» gründen, in welche die Banken ihre faulen Kredite auslagern. Spanien bemüht sich derzeit, Privatinvestoren den Einstieg in diese Auffanggesellschaft schmackhaft zu machen. Wirtschaftsminister Luis de Guindos will am Donnerstag in London potenzielle Geldgeber überzeugen, Anteile an der «Bad Bank» zu übernehmen. Gemäss de Guindos sollten Privatinvestoren für mindestens 55% der Anteile aufkommen.

Tescos Erholung braucht Zeit

Weniger Umsatz und Gewinn bei sinkender Marge

pra. London · Die führende britische Supermarktkette Tesco hat im Frühjahr, nach einem erschreckend schwachen Weihnachtsgeschäft, energische Korrekturen der Strategie eingeleitet. Doch bis der Kurswechsel sich in den Zahlen niederschlagen wird, ist noch ein weiter Weg zu gehen, wie der im letzten Jahr an die Spitze gelangte CEO Philippe Clarke am Mittwoch bei Vorlage der Halbjahreszahlen einräumte. Der Konzern hat im Halbjahr einen leichten Rückgang von Umsatz, Gewinn und Handelsmarge bekanntgeben müssen. Für das zweite Halbjahr stellte er keine Erholung der Marge in Aussicht.

Die Schwächen gehen vor allem auf den Heimmarkt Grossbritannien zurück, der bei dem Weltkonzern immer noch zwei Drittel des Umsatzes ausmacht. Hier sank der Umsatz auf vergleichbarer Fläche (ohne Treibstoffe und Mehrwertsteuer) leicht um 0,2%, die Handelsmarge schrumpfte um 86 Basispunkte auf 5,15%. Die Zahlen des einst vielbewunderten Branchenprimus schmerzen umso mehr, als am selben Tag der Erzrivale Sainsbury für das Halbjahr ein Umsatzwachstum (ohne Treibstoffe) von 4,1% bekanntgab. Auf vergleichbarer Verkaufsfläche war es ein beachtliches Plus von 1,7%. Sainsbury äusserte sich mit Blick auf das kommende Weihnachtsgeschäft zuversichtlich. Als Erfolgsfaktoren nannte das Unternehmen die sehr gut laufenden eigenen Handelsmarken, scharf kalkulierte Preise und Sonderangebote. Diese Aussage wirkte wie eine Kriegserklärung an Tesco, deren Versuche zur Eindämmung extensiver Sonderangebote im letzten Jahr kläglich scheiterten.

Clarke versicherte allerdings, die eingeleitete Kurskorrektur komme gut voran. Tesco hatte im Frühjahr angekündigt, das Wachstum der Verkaufsflächen zu drosseln und stattdessen in einen besseren Kundendienst sowie in das boomende Online-Geschäft zu investieren. Seit Juni wurden 8000 zusätzliche Mitarbeiter in den Läden eingestellt. Der Online-Handel im Heimmarkt legte im Halbjahr um 10,2% zu.

Geldwerte in Mrd. £			
	2011	2012	±%
März bis August			
Umsatz	35,5	36,0	+1
Betriebsergebnis	1,9	1,8	-7
in % vom Umsatz	5,5	5,0	-
Reingewinn	1,4	1,3	-7
je Aktie (in p)	17,15	15,98	-7
Dividende je Aktie (in p)	4,63	4,63	0
Operativer Cashflow	2,0	1,2	-40
Eigenkapitalquote (%)	34,9	34,1	-

1 Ohne Immobiliengewinne und Tesco Bank.