

Vontobel

Wealth Management

Inspiration



Dynamik

Georg Schubiger leitet seit 2012 das Wealth Management und ist Mitglied des Executive Board von Vontobel. Zuvor bekleidete er während zehn Jahren Führungsfunktionen bei der Danske Bank in Kopenhagen und der Sampo Group in Helsinki. Er studierte Finanz- und Rechnungswesen (lic. oec.) an der Universität St.Gallen und Politikwissenschaften (MA) am College of Europe in Brügge, Belgien.



**Dynamik ist etwas
Positives. Ebenso
die Kontinuität.**

Editorial

Liebe Leserinnen und Leser

Blicken wir um uns herum, scheint alles im Fluss zu sein. Gesellschaft, Wirtschaft, Politik und Umwelt sind in Bewegung, verändern und entwickeln sich. Zeitgemäss würde man sagen, alles unterliegt der Disruption. Dieser Dynamik kann sich niemand entziehen, denn sie nimmt tagtäglich Einfluss auf unser Privat- und Berufsleben.

Die Transformation, die diese Disruption hervorruft, empfinden viele als im wahrsten Sinne des Wortes «störend». Doch es entsteht zugleich Positives. Einer der aktuellen gesellschaftlichen Veränderungsprozesse ist die Neo-Ökologie, die ein ressourceneffizientes und nachhaltiges Wirtschaften fordert. Dazu gehört auch nachhaltiges Investieren; ein Anliegen, das Vontobel schon seit über 20 Jahren am Herzen liegt.

Dass technologische Entwicklungen Zukunftsängste wecken können, hat die Geschichte schon mehrfach gezeigt. Sie hat aber ebenfalls bewiesen, dass es nützlich ist, Bestehendes zu hinterfragen. Davon profitieren zum Beispiel die Gesundheitsversorgung und die Landwirtschaft. Hier helfen Drohnen und künstliche Intelligenz, gesellschaftsrelevante Probleme zu lösen. Die Unternehmen, die hinter solchen Innovationen stehen, können dank ihres technologischen Vorsprungs und kommerzialisierbaren Serviceangebots zu attraktiven Investitionsmöglichkeiten werden.

Die Dynamik des Wandels erzeugt aber nicht immer nur völlig Neues. Der Wunsch, wieder achtsamer mit sich umzugehen, hat die uralte Technik der Meditation massentauglich gemacht. Und auch wenn digitale Trends wie Social Media, Gaming oder E-Sports den Menschen beeinflussen, so scheinen sie seine ureigenen Charaktereigenschaften nicht zu verändern. Eine solche Kontinuität ist ebenfalls wichtig für Unternehmen, die über einen längeren Zeitraum starke Marken aufgebaut haben. Diese stehen mit ihren Eigenschaften für Vertrauenswürdigkeit und können auf rentable Investitionsmöglichkeiten hinweisen.

Der Entscheid, wie Sie mit der Dynamik der Veränderung umgehen, liegt bei Ihnen. Die aktuelle Ausgabe des Wealth Management Magazins «Inspiration» kann Ihnen möglicherweise dabei helfen, diesen Entscheid nicht zum Konflikt werden zu lassen.

Ich wünsche Ihnen eine anregende und interessante Lektüre.



Georg Schubiger

Head Wealth Management





Inhalt

6

Neo-Ökologie: Wozu das alles?

Ist die Neo-Ökologie mehr als nur ein Trend?

13

Me, myself and I

Die Jagd nach Klicks macht uns nicht zu anderen Menschen.

17

Die Transformation am Himmel

Drohnen können mehr als nur Hochzeitsfotos schießen.

22

Haben Sie noch Stress oder meditieren Sie schon?

Meditation ist längst nicht mehr esoterischer Unsinn.

29

Herz sagt Ja. Kopf sagt Nein. Bauch sagt «vielleicht».

Welche Regeln verfolgen Sie bei Ihren Entscheidungen?

11

Mehr «Frauen-Power» für Unternehmen freut Anleger(innen)

16

Die Marke als Investment-Signal

20

Woher kommt die nächste Disruption?

26

E-Sports & Video Gaming

32

Zahlen & Fakten

34

Lifestyle

37

Nachhaltigkeit bei Vontobel

39

Mehr von Vontobel

Neo-Ökologie: Wozu das alles?



Prof. Dr. André Reichel ist Professor für International Management & Sustainability an der International School of Management (ISM) in Stuttgart und einer der zentralen Vordenker für betriebswirtschaftliche Perspektiven auf die Postwachstumsökonomie. Seine Forschungsschwerpunkte liegen im Bereich einer nachhaltigen Entwicklung in Wirtschaft und Gesellschaft, den betriebswirtschaftlichen Implikationen einer Postwachstumsökonomie, der Verschmelzung von Nachhaltigkeit und Digitalisierung sowie einer systemtheoretischen Betrachtung gesellschaftlicher Transformationsprozesse.

«Fridays for Future», Flugscham, Fleischverzicht: Das ökologische Bewusstsein scheint derzeit so hoch wie nie zuvor. Wird der Trend diesmal anhalten? Ein Gespräch mit Prof. Dr. André Reichel über die Chancen eines nachhaltigen ökologischen Wandels.



— **Sie halten die Nachhaltigkeit für das wichtigste Thema des 21. Jahrhunderts. Warum?**

Nachhaltigkeit bedeutet Fürsorge für unsere Mitmenschen und die natürliche Mitwelt – heute, morgen und übermorgen. Momentan zeigt sich diese Fürsorge nirgends, wir leben ökologisch auf Kosten zukünftiger Generationen und auf Kosten der Ärmsten. Wenn wir so weitermachen, führt das zu noch grösseren sozialen Verwerfungen. Ständen in der Vergangenheit andere Themen wie etwa Frieden und Wohlstand auf der politischen Agenda, ist es nun die Nachhaltigkeit, von der eine friedliche Zukunft abhängt.

— **Woran liegt es, dass ein mehrheitsfähiges Interesse an Ökologie sich immer nur als kurzfristiger Trend erweist?**

Weil ökologisches Verhalten eine ökologische Politik braucht. Und die schmerzt erst einmal, siehe die deutsche Debatte um die CO₂-Steuer oder eine Mehrwertsteuer auf Fleisch. Davor schreckt die Politik zurück, weil in Umfragen schlagartig die Zustimmung dafür nachlässt. So verschwinden ökologische Fragen immer wieder von der Bühne, und genau deswegen genügt es auch nicht, wenn Politik ausschliesslich mit ökonomischen Lösungen oder mit Verboten versucht, ökologische Probleme anzugehen.

— **Was sollte die Politik anders machen?**

Eine ökologische Politik muss eingebettet sein in ein Verständnis von Gesellschaft, von Zusammengehörigkeit, von gemeinsamer Zukunft. Ohne ein Mindestmass an visionärer Kraft kann es keine ökologische Politik geben, denn wozu sollten sich die Bürgerinnen und Bürger einschränken? Dieser Wandel wird erst dann realistisch, wenn es eine klare und alle gleichermassen ansprechende Vision einer nachhaltigeren, lebenswerteren Gesellschaft gibt. Um diese authentisch zu übermitteln, sind starke Führungspersonen nötig, die Orientierung bieten und vor allem anderen die Frage nach der Sinnhaftigkeit eines Wandels ins Zentrum rücken.

— **Ist es das, was die Neo-Ökologie tut?**

Die Neo-Ökologie ist der Versuch, die alten Antworten auf ökologische Fragen jenseits von Verzichts- und Untergangsrhetorik neu zu formulieren. Es geht zwar wie früher darum, wie unser Verhalten mit den Belastungsgrenzen eines endlichen Planeten in Einklang gebracht werden kann. Diesmal wird aber nicht nur auf die Technologie gesetzt, sondern die Verzichtsfrage zur Sinnfrage verändert: Wozu Konsum? Wozu Produktion? Wozu Arbeit? Neo-Ökologie stellt also viel fundamentaler die Frage danach, warum wir uns eigentlich verhalten, wie

«Meiner Meinung nach hat die ‹Fridays for Future›-Bewegung das Zeug, grösser zu werden als die ‹68er›-Bewegung.»

wir es tun und was wir eigentlich lieber tun würden. Erst wenn man die Sinnfrage zur ökologischen Frage hinzunimmt, lassen sich Denk- und Handlungsblockaden auflösen.

— Welche Bereiche werden von der Neo-Ökologie beeinflusst?

Alle. Die entscheidende Frage ist, wie wichtige ökologische Fragen so in die Bereiche übersetzt werden, dass innerhalb bestehender Systeme Lösungen für sie gefunden werden können. Mit Blick auf die Wirtschaftspolitik bedeutet dies beispielsweise eine ökologische Neuausrichtung der Wirtschaft. Dabei geht es um bekannte Fragestellungen: Wie kann erreicht werden, dass die Preise von Produkten und Dienstleistungen tatsächlich auch deren ökologischen Kosten beinhalten? Dies ist natürlich nur dann sinnvoll, wenn auch auf Konsumentenseite eine Veränderung des Preisgefühls erreicht wird und entsprechende Steuerungssysteme entwickelt werden.

— Von der Wirtschaft zur Gesellschaft: Warum spricht das Thema Nachhaltigkeit gerade die jüngere Generation an?

Das liegt einerseits daran, dass junge Menschen die Zukunft mit all ihren in der Vergangenheit und Gegenwart verursachten Problemen noch vor sich haben. Sie müssen sich diesen Problemen stellen und können sie nicht auf kommende Generationen abwälzen. Andererseits ist die Jugend nicht korrumpierbar. Soll man einer Schülerin den Job kündigen, den sie nicht hat? Die Rente kürzen, die sie nicht bekommt? Deswegen geht die Jugend bei «Fridays For Future» auf die Strasse und lässt sich auch nicht mehr vertreiben. Eine gute Aktion, denn durch genau dieses Engagement bleibt die Thematik auch bei den Medien und somit bei der Bevölkerung und Politik präsent.

— Steht die Ökologie bei der «älteren Generation» auf verlorenem Posten?

Nein, das lässt sich schlecht verallgemeinern. Fest steht jedoch, wir Älteren haben mehr zu verlieren und oft ein schlechtes Gewissen. Das führt je nach sozialer Lage, aber auch nach der persönlichen bio-

grafischen Erfahrung zu ganz unterschiedlichen Reaktionen. Manche kämpfen seit 30, 40 und mehr Jahren für eine ökologische Wende. Andere Ältere haben es sich in den sozialen, wirtschaftlichen und politischen Verhältnissen bequem gemacht. Diese unterschiedlichen Perspektiven müssen ernst genommen werden und sich in politischen Angeboten für alle Gruppen widerspiegeln.

— Wie erklärt sich der Widerspruch zwischen der «jugendlichen» Forderung nach mehr Ökologie und dem individuellen, unökologischen Verhalten?

Wir Menschen wollen gerne, dass sich alles ändert – so lange es dann doch mehrheitlich so bleibt, wie wir es gewohnt sind. Die ökologische Frage hat mittlerweile aber ein solch riesiges Ausmass, dass kleine Taten wie Mülltrennung und Biogemüse nicht mehr genügen. Beides kenne ich aber und deswegen hätte ich gerne mehr davon – aber nicht unbedingt den Hinweis, kein Fleisch mehr zu essen und meine Wohnfläche zu halbieren. Je stärker eine ökologische Politik unsere Gewohnheiten verändert, umso stärker werden die Widerstände. Es sei denn, eine Krise zwingt zur Veränderung oder die Änderung verspricht eine bessere und interessantere Zukunft mit mehr Sinnhaftigkeit.

— Sie beschäftigen sich auch mit neuen Formen des Wachstums. Was muss man sich darunter vorstellen?

Wenn ich von neuen Formen des Wachstums spreche, dann meine ich Wachstum in sozialen und ökologischen Werten. Die Ökonomie muss in deren Diensten stehen, ansonsten ist sie reine Chrematistik, wie Aristoteles meinte. Neue Formen des Wachstums bedeuten das Ende der Fixierung auf quantitatives Wachstum und mithin den Abschied von Kennzahlen wie dem BIP.

— Was stattdessen?

Im Zentrum steht die Frage, was gutes Leben eigentlich bedeutet. Dies zieht die Frage nach sich, welchen sozialen Mehrwert eine wirtschaftliche Aktivität überhaupt schafft. Entsteht durch sie mehr sozialer Zusammenhalt, mehr Lebenszufriedenheit für alle? Welchen ökologischen Mehrwert erzeugt sie? Gibt es mehr Naturressourcen als vorher beziehungsweise werden Ökosystemdienstleistungen wie Artenvielfalt oder der CO₂-Kreislauf

Themen der politischen Agenda für eine friedliche Zukunft

Früher
Frieden, Wohlstand



Heute
Nachhaltigkeit



Kleine Taten wie Mülltrennung und Biogemüse genügen nicht mehr.

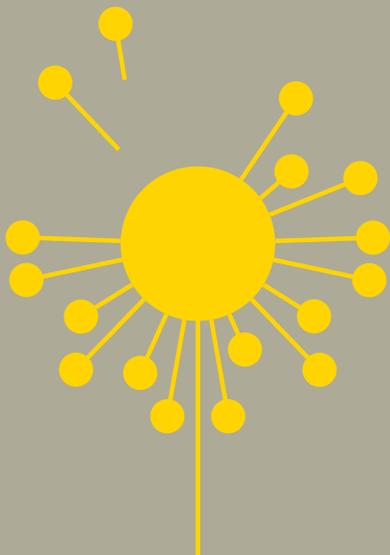


Die Jugend ist nicht korrumpierbar.



Je stärker eine ökologische Politik unsere Gewohnheiten verändert, umso stärker werden die Widerstände.

Alle Bereiche werden von der Neo-Ökologie beeinflusst.



«Technologie ist häufig eine Lösung auf der Suche nach Problemen.»

verbessert? Das alles gehört zum guten Leben, ohne diese Mehrwerte kann auch die Wirtschaft nicht funktionieren.

— Wie wirken sich diese Wachstumsformen auf Unternehmensstrategien und Geschäftsmodelle aus?

Unternehmen können durchaus quantitativ wachsen. Vor allem, wenn sie andere vom Markt verdrängen, indem sie nachhaltigere, ressourcenleichtere und sozialen Mehrwert schaffende Leistungen anbieten. Generell bedeutet dies eine grundlegende strategische Neuausrichtung weg vom reinen Business-Case-Denken. Es stellt sich neu die Frage, wie sich unternehmerisch – also mit den Mitteln des Marktes und unter persönlichem oder organisatorischem Risiko – sozialer und ökologischer Mehrwert schaffen lässt. Es geht also nicht darum, wie Unternehmen innerhalb ihrer Tätigkeit nachhaltiger werden können. Sondern es geht darum, was sie eigentlich tun, welche Produkte und Leistungen sie anbieten müssten, um tatsächlich einen Beitrag zu mehr Nachhaltigkeit, zu mehr Fürsorge für Mitmenschen und Mitwelt leisten zu können.

— Kann die Digitalisierung die Neo-Ökologie unterstützen?

Nur wenn die ökologische Frage zentral für Technologieentwicklung und -anwendung wird. Technologie ist häufig eine Lösung auf der Suche nach Problemen. Es sollte sich aber anders herum verhalten: Zuerst sollte das Problem kommen – hier die ökologische Frage – und dann die Technologie. Mit Blick auf die Digitalisierung bedeutet das eine stärkere Gewichtung der Frage, inwieweit digitale Produkte und Lösungen den Ressourcenverbrauch dramatisch senken und gleichzeitig das soziale Miteinander stärken können.

— Eine realistische Entwicklung?

Sofern die gesamte technologische Kette mitgedacht wird schon. Das Stichwort hier lautet «cradle to cradle» – von der Wiege bis zur Bahre. Mit anderen Worten, von der Idee bis zum Stopp eines Angebotes sollte alles durchdacht werden. Wenn durch Digitalisierung die ökologischen Fussabdrücke auf der einen Seite beispielsweise durch Sharing-Angebote kleiner werden, auf der anderen Seite jedoch der Material- und Energiebedarf bei der Erzeugung und dem Betrieb digitaler Infrastrukturen grösser wird, dann ist nichts gewonnen.

— Wie stehen die Chancen, dass der aktuelle Neo-Ökologie-Trend nachhaltig wird?

Die Frage nach der Zukunft des Planeten war noch nie so dringlich wie jetzt. Die Europäische Union setzt sich für einen Wandel ein, es wird rege diskutiert und es kommt etwas ins Rollen. So lange Menschen weiterhin weltweit auf die Strasse gehen, diesen Wandel bestärken und sich mit anderen Akteuren, vor allem der Zivilgesellschaft vernetzen, sollten die Chancen besser als 50 Prozent stehen. Meiner Meinung nach hat die «Fridays for Future»-Bewegung das Zeug, grösser zu werden als die «68er»-Bewegung. Und wir dürfen nicht vergessen: Vielleicht ist das die letzte Chance, die wir noch haben, um unser Verhalten so zu verändern, dass auch für kommende Generationen eine lebenswerte Welt erhalten bleibt.

«Wir Menschen wollen gerne, dass sich alles ändert – so lange es mehrheitlich so bleibt, wie wir es gewohnt sind.»

Mehr «Frauen-Power» für Unternehmen freut Anleger(innen)

Frauen an die Macht – so könnte ein in die Gegenwart transponierter Hit des Liedermachers Herbert Grönemeyer lauten. In der Politik ist das weibliche Geschlecht längst angekommen. Nun klopfen Managerinnen immer öfter auch an die Türen männlich dominierter Unternehmen. Mehr «Frauen-Power» kann tatsächlich zu besseren Firmenresultaten und damit zu Mehrwert für die Anleger führen.

Damla Üsküp, CFA
Investment Manager, Vontobel Wealth Management

Wer heute in der Unternehmenswelt etwas auf sich hält, verfügt über mindestens eine weibliche Führungsperson. Dies ist in den meisten Fällen keine blosser Verbeugung vor dem Zeitgeist, sondern durchaus im Sinne der Unternehmen sowie ihrer Aktionärinnen und Aktionäre. Den Zusammenhang zwischen einer hohen Dichte an Managerinnen und der Wahrscheinlichkeit starker Unternehmenszahlen zeigte letztes Jahr zum Beispiel die Beratungsfirma McKinsey auf. Sie kam nach einer Untersuchung von 1'000 Unternehmen in zwölf Ländern zu folgendem Schluss: Die punkto Geschlechtervielfalt besten Unternehmen sind mit einer Wahrscheinlichkeit von 21 Prozent überdurchschnittlich profitabel und erzielen mit einer Wahrscheinlichkeit von sogar 27 Prozent auch eine überdurchschnittliche Gewinnmarge.¹ Eine weitere Studie von Morgan Stanley untersuchte 1'875 Unternehmen aus dem MSCI World Index zwischen 2010 und 2019 und kam zum Schluss, dass die Aktienkurse von geschlechterspezifisch breiter aufgestellten Firmen 2.8 Prozent besser abschnitten als die ihrer Konkurrenten.²

Kritische (Männer-) Stimmen

Einige Kritiker bezweifeln den Zusammenhang zwischen angemessenem Frauenanteil und besserer Unternehmensleistung. Sie argumentieren, dass grössere Geschlechterdiversität zur Gesamtstrategie eines Unternehmens gehöre. Deshalb dürfe der weibliche Einfluss nicht isoliert, geschweige denn als Grund für den Firmenerfolg betrachtet werden. Das Gegenargument lautet, dass Unternehmen, die Frauen gezielt fördern, durchaus kostbares Know-how anzapfen. In vielen Ländern sind Frauen nämlich bezüglich Bildungsniveau den Männern mindestens ebenbürtig, aber diese wertvolle Ressource ist noch kaum genutzt. McKinsey hat errechnet, dass der stärkere Einbezug von Frauen in die Arbeitswelt bis zum Jahr 2025 die globale Wertschöpfung um 28 Billionen US-Dollar erhöhen könnte. Dieser Betrag entspricht knapp der Summe der Bruttoinlandprodukte der Vereinigten Staaten und Chinas.

¹ Quelle: McKinsey & Company, «Delivering through Diversity», Januar 2018

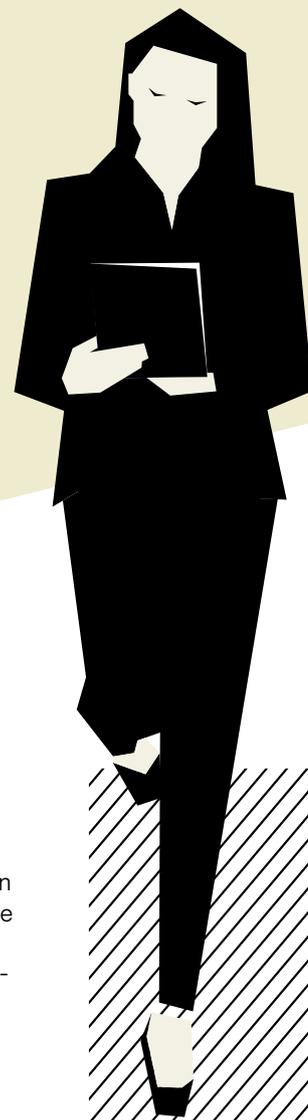
² Quelle: Morgan Stanley, «HERS score», August 2019

Qualität über Quantität

Der Trend zu mehr Geschlechterdiversität im Management dürfte sich fortsetzen, allein schon weil sich immer mehr Frauen in Spitzenpositionen bewähren. Die mancherorts eingeführten Frauenquoten für Unternehmen (siehe unten) sind allerdings problematisch. Schliesslich soll nicht Quantität, sondern Qualität den Ausschlag für den Aufstieg weiblicher Führungskräfte geben. Nur so werden Unternehmen und Investoren vom frischen Wind profitieren, der dank neuen Managerinnen weht.

Von harten und weichen Frauenquoten

Die Förderung von Frauen in Spitzenpositionen von Unternehmen heizt mancherorts kontroverse Diskussionen an. In etlichen Ländern herrschen diesbezüglich Vorschriften. Die norwegische Regierung beispielsweise hat verbindliche Ziele festgesetzt. Andernorts bestehen Empfehlungen zur angemessenen Vertretung von Frauen auf der Chefetage. Selbst die Schweiz, die im Kampf für Frauenrechte nicht immer an vorderster Front mitmischte, hat frauenfreundliche Richtlinien erlassen. So müssen an der Börse gelistete Schweizer Firmen, deren Frauenanteil im Verwaltungsrat 20–30 Prozent unterschreitet, gemäss Parlamentsbeschluss eine Begründung vorlegen.³ Generell hält sich der Nutzen von Quoten in Grenzen. Viele Unternehmen tun sich weiterhin schwer damit, den Frauenanteil in Führungspositionen deutlich zu erhöhen. Vielfach steht ihnen dabei die Firmenkultur im Weg. Sie verneinen die Förderung von Frauen und den Nutzen von gemischten Teams nicht per se. Doch sie verkennen das darin liegende Potenzial und behandeln es deshalb nicht als strategische Priorität.



³ Quelle: «Durchbruch für weiche Frauenquoten auf Chefetagen», Neue Zürcher Zeitung, 19. Juni 2019

Me, myself and I

Ich – das ist heutzutage auch eine Marke. Besonders in Zeiten von Social Media, in denen man sich mittels Selbstdarstellung von der Masse abheben möchte. Führt diese Entwicklung zur Disruption der individuellen Eigenschaften, die einem in die Wiege gelegt wurden?

Alles scheint heute der Disruption zu unterliegen. Wirtschaft, Politik, Gesellschaft – die Digitalisierung als Treiber eines umfangreichen Strukturwandels sorgt überall für Veränderungen. Diese betreffen auch das Individuum. Nicht nur im persönlichen und beruflichen Alltag, in dem Aufgaben und Tätigkeiten einem scheinbar permanenten Wandel unterliegen. Die zur Verfügung stehende Technik verändert auch unsere individuellen Verhaltensmuster, Werte und Erwartungen. Wirkt sie gar disruptiv, sprich störend, auf unseren Charakter?

Das digitale Ich

Schätzungen gehen davon aus, dass heutzutage weltweit mehr als 4 Milliarden Menschen das Internet und mehr als drei Milliarden Menschen monatlich die Sozialen Medien nutzen. Im Durchschnitt verbringen sie täglich fast sieben Stunden im Internet, die Hälfte dieser Zeit auf dem Smartphone. «Always on», ständig online, gehört für viele zum Alltag.

Dass sich dies auf das Individuum auswirkt, scheint logisch. Auch dass Social Media einen Einfluss auf den Einzelnen haben kann. Schliesslich hat fast jeder heute ein Profil auf einer oder mehreren Plattformen.

Als digitales Ich verbindet ein solches Profil einen mit der Familie, Freunden, Bekannten – potenziell mit jedem. An und für sich eine gute Sache, doch ist die Social-Media-Welt mit Nebeneffekten verbunden. So wie man früher sagte «Papier ist geduldig», erscheint in der Online-Welt immer alles und jeder makellos.

Allen voran jene, die mit ihrem Aussehen und der Darstellung ihres Lifestyles ihren Lebensunterhalt verdienen. Aufgrund ihrer Community mit Tausenden von Followern sind sie Vorbilder, neudeutsch Influencer, vor allem für die jüngere Generation. Im Wunsch ihren Vorbildern nachzueifern, lernen die Jungen schnell, dass es dank Apps leicht ist, sich geschönt der Welt zu präsentieren. Belohnt wird diese Verschleierung der Realität mit Likes, Emojis und Followern. Die Chance, berühmt zu werden und Geld zu verdienen, führt dazu, dass immer mehr Jugendliche «Instagram Star» als Berufswunsch angeben.

Fünf Wesenszüge, ein Charakter

Ein Leben ohne Social-Media-Profil? Für viele undenkbar. Zu eng scheint das eigene Selbstwertgefühl an die digitale Aufmerksamkeit anderer geknüpft. Zu gross die Angst davor, nicht dazuzugehören. Doch was macht das ständige Vergleichen mit unzähligen Anderen und die Beschönigung des eigenen Lebens mit uns? Verändern wir trotz des Wissens um die Künstlichkeit von Social Media die individuelle Einzigartigkeit unseres Wesens, um der Masse zu gefallen? Können wir unseren Charakter überhaupt derart beeinflussen?

Die Frage der Einzigartigkeit und Beeinflussbarkeit beschäftigte die Gesellschaft schon im Jahr 1936. Um herauszufinden, was unseren Charakter ausmacht, sammelten die beiden US-amerikanischen Wissenschaftler Gordon Allport und Henry Odbert insgesamt 18'000 Begriffe, die Eigenschaften von Menschen beschreiben. Diese clusterten sie und strichen Synonyme. Übrig

14 Persönlichkeit

blieben die «Big Five»: Extraversion, Gewissenhaftigkeit, Offenheit, Verträglichkeit und Neurotizismus. Diese fünf Kerndimensionen sind auch heute noch das international gültige Standardmodell in der Persönlichkeitsforschung. Mathematisch betrachtet können sie in 3'125 Varianten vorkommen, was bei rund 7.7 Milliarden Menschen weltweit nicht als viel erscheint.

Wie aber entwickeln wir unsere individuelle Kombination? Die eigene Persönlichkeit hängt zu einem grossen Teil davon ab, welche Gene uns in die Wiege gelegt wurden. Ebenso prägend sind unser soziales Umfeld, unsere Erziehung und unsere individuelle Lerngeschichte. Dazu zählen auch die Vorbilder, die wir uns in der Off- und Online-Welt nehmen. Lediglich zirka 20 Prozent unseres Charakters können wir frei bestimmen.

Ausser durch einschneidende Erlebnisse ausgelöst, passiert eine Charakterveränderung aber nicht von heute auf morgen. Normalerweise benötigt es zur Veränderung des eigenen Wesens bewusstes Reflektieren, viel Zeit und kleine Zwischenziele. Neu angeeignete Persönlichkeitsmerkmale müssen erst zum Automatismus werden, bevor sie Teil des Charakters werden.

Kann ich sein, wie ich will?

Zusammengefasst lässt sich sagen, dass in der Gesamtheit unserer Charakterzüge, unserer Verhaltensweisen, Denkmuster, Einstellungen und Überzeugungen jeder einzigartig ist. Es gibt aber ein angleichendes Element: Wir wollen von anderen gemocht und geachtet werden.

In Zeiten von Social Media verschieben sich diesbezüglich die Massstäbe. Waren es früher nur Familie, Freundeskreis, Kollegen und Bekannte, kann uns heute zusätzlich die ganze Welt beobachten und bewerten. Ebenso vergleichen wir uns mit Menschen rund um den Globus. Der Druck, perfekt auszusehen und ein aufregendes Leben zu führen, ist durch Social Media gestiegen. Das beeinflusst natürlich. Doch während Hobbys, Kleidung und Aussehen sich kurzfristig verändern lassen, sieht es mit dem Charakter anders aus. Man wird aufgrund der Jagd nach Klicks nicht automatisch zu einem anderen Menschen. So zu sein wie man will, ist ein lebenslanger Lernprozess.

Digitale Selbstvermarktung, Einzigartigkeit und Beeinflussbarkeit – Was dies für die individuellen Charaktereigenschaften bedeutet, erklärte Prof. Dr. Willibald Ruch von der Universität Zürich im Gespräch.

Prof. Dr. Willibald Ruch ist seit 2002 Fachrichtungsleiter am Psychologischen Institut der Universität Zürich. Seine Forschungsschwerpunkte liegen in den Themen Persönlichkeit und Charakter, Humor, Charakterstärken in Freizeit, Schule und Arbeitsplatz sowie der Konstruktion diagnostischer Methoden.



— Herr Ruch, wie einzigartig sind wir als Individuum tatsächlich?

Das kommt ganz darauf an, wie man es betrachtet. Auf der ganzen Welt gibt es keine andere Person, die im gleichen Alter ist, gleich aussieht und die gleiche Persönlichkeit aufweist wie ich. So gesehen sind wir alle einzigartig. Mit Blick auf unsere Persönlichkeitsmerkmale jedoch, ähneln wir uns. Das lässt sich beispielsweise anhand der Politik und dem eigenen Zugehörigkeitsgefühl zu einer Partei illustrieren. Obwohl es eine Vielzahl an Meinungen und Überzeugungen gibt, lassen sich diese auf eine kleinere Anzahl von Gruppierungen herunterbrechen.

— Ist die Aussage «So bin ich eben» haltbar?

Einerseits denke ich, sollte man die Einzigartigkeit aller Menschen akzeptieren und deren Vielfalt wertschätzen. Andererseits zeigen Studien, dass es durchaus möglich ist, sich willentlich zu verändern. Ich führte beispielsweise eine Studie durch, welche die Frage beantworten sollte, ob eine Charaktereigenschaft wie Humor erlern- und trainierbar sei. Die Resultate sprachen für sich: Ja, durchaus. Innerhalb unserer Studie wurde zwar niemand vom Griesgram zum Entertainer, aber es waren doch statistisch signifikante Veränderungen sichtbar. Wichtig ist, dass man selbst an die Möglichkeit zur eigenen Veränderung glaubt, das eigene Verhalten reflektiert und Veränderungen schrittweise einleitet.

— Können wir uns also entgegen unserer Sozialisation entwickeln?

Ja, wir können auf jeden Fall anders werden, als unsere Erziehungspersonen das vorgesehen haben. Das zeigt sich am Beispiel von Adoptionen. Studien haben die Persönlichkeitsmerkmale von Kindern, die adoptiert wurden, mit jenen ihrer Adoptivfamilie und ihrer biologischen Familie verglichen. Gezeigt hat sich, dass der Einfluss der Gene zumindest in jungen Jahren eine stärkere Ausprägung hat, denn die Ähnlichkeit zur biologischen Familie war wesentlich grösser. Ein anderes Beispiel ist das Verhalten der Nachkriegsgeneration, die bewusst gegen die Haltung ihrer Eltern rebelliert und sich betont anders entwickelt hat.

— Wie wirken sich Schicksalsschläge aus?

Sie wirken sich auf jeden Fall aus. Viel interessanter ist jedoch die Frage, wie langfristig. Schockmomente ziehen oft eine depressive Verstimmung nach sich. Ein bis zwei Jahre später finden Menschen jedoch meist zu ihrer Persönlichkeit und dem Stand ihrer vorherigen Zufriedenheit zurück. Ein anderes Beispiel für die Rückkehr zur «Ausgangspersönlichkeit» ist die Heirat: Während unsere Lebenszufriedenheit zu Beginn der Ehe meist steigt, sinkt sie nach etwa zwei Jahren wieder auf das Ausgangsniveau zurück. Denn dann empfinden wir die Ehe oftmals als alltäglich.

— Besteht ein Zusammenhang zwischen Charakter und Aussehen?

Früher dachte man unter anderem, dass das eigene Glücksgefühl in Korrelation zur körperlichen Attraktivität steht, dem ist jedoch erwiesenermassen nicht so. Attraktiven Personen wird zwar eher geholfen, aber auf ihr Glücksempfinden scheint dies keinen direkten Einfluss zu haben. Auch Erkenntnisse in Bezug auf den Charakter und die Physiognomie, also beispielsweise dem Gesichtsausdruck – der Grösse der Nase, der Stellung der Augen – konnten entkräftet werden. Das gehört ebenso in die Kiste der Irrtümer wie die Vorstellung, dass die Schädelform Auskunft darüber gibt, welche Persönlichkeitsmerkmale wie stark ausgeprägt sind.

— Machen uns Social Media zu Marken?

Ein gewisses Selbstdarstellungsbedürfnis gab es schon immer, aber es hat sich anders geäussert. Auf der einen Seite erleichtern die Sozialen Medien die Selbstdarstellung, die eigene Markenbildung. Schüchternen Personen bieten die Netzwerke beispielsweise die Möglichkeit sich zu präsentieren, ohne sich physisch in Situationen, die viele Menschen beinhalten, zu begeben. Auf der anderen Seite kurbelt Social Media den Wettbewerb nach Zuneigung an. Mit einem Klick auf das Smartphone hat man unzählige Modelle, denen man nacheifern und mit denen man in Wettbewerb treten kann. So sehe ich etwa, was meine Nachbarn und Bekannten machen und sich leisten, was wiederum auch in mir den Wunsch nach einem gewissen Verhalten wecken oder verstärken kann.

«Insgesamt wird der Anteil unserer Persönlichkeit, auf den wir bewusst Einfluss nehmen können, auf gerade einmal 20 Prozent beziffert.»

Die Marke als Investment-Signal

In der Buchhaltung wird die Marke als immaterieller Vermögenswert aufgeführt. Nicht nur in der obersten Liga sind die Werte hoch. Eine erfolgreiche Marke transportiert effizient eine komplexe und vielschichtige Botschaft. Im Informationszeitalter – und im Social-Media-Zeitalter – ist dies beinahe unbezahlbar. Für die Eigentümer der Marke heisst das, praktisch jede Anstrengung zu deren Schutz und Förderung zu unternehmen. Für Investoren hingegen ist eine starke Marke ein Hinweis auf eine robuste Marktstellung.

Thomas Trsan, CFA
ESG & Impact Investing Specialist, Vontobel Wealth Management

Je nach Branche und Firma lösen Marken bei potenziellen und bestehenden Kunden unterschiedliche Assoziationen aus, etwa Innovationskraft, Zuverlässigkeit, Qualität oder Coolness. Wird ein Unternehmen oder seine Produkte so wahrgenommen, haben es Mitstreiter schwer. Eine solche Marke isoliert gegen den rauen Wind des Marktes. In erster Linie, indem sie Preissetzungsmacht verleiht.

Quasi-Monopol des Markenprodukts

Die Macht, Preise mehr oder weniger nach Gutdünken setzen zu können, ist normalerweise das Privileg des Monopols. Eine geschätzte Marke kann eine ähnliche Macht verleihen. Apple hat kein Monopol auf Smartphones oder Laptops, sehr wohl aber auf iPhones und MacBooks. Dies verleiht der Firma die Möglichkeit, ihre Produkte zu Preisen über jenen der Konkurrenz anzubieten. Margen und somit die Profitabilität sind höher, was auch Preisschocks bei Rohstoffen abfedert und allgemein zu einer stabileren Entwicklung führt.

Auf der anderen Seite entscheiden sich Konsumenten aus unterschiedlichen Gründen für ein Markenprodukt. Sie könnten hoffen, dass einige der positiven Attribute der Marke auf sie selbst übergehen. Es geht also um Mode oder ums Dazugehören. Im besten Fall entsteht dabei eine Markenloyalität, die auch in schwächeren Konjunkturphasen anhält. Die Entscheidung zugunsten des Markenprodukts kann aber auch im engeren Sinne rational sein. Mit ihrer effizienten Botschaft schliesst eine Marke die Informationsflut kurz. Der Kaufentscheid wird einfacher und schneller. Dies hat seinen Wert, und der wird auch bezahlt. Kein Wunder, übrigens, sind Social-Media-Strategien für viele Marken so zentral.

Marken im Portfolio

Hohe Margen, eine loyale Kundenbasis, Preissetzungsmacht und geringe Ertragsvolatilität sind Merkmale eines erfolgreichen Markenmanagements. Für Anleger bedeutet dies ein Potenzial für attraktive und stabile Renditen.

Die Transformation am Himmel

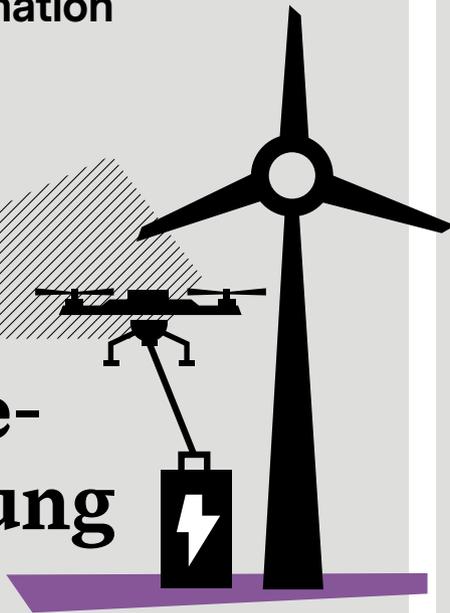


Eine Drohne über der Hochzeitsgesellschaft, dem Festivalgelände oder der Touristenattraktion ist fast schon so üblich wie der Schnappschuss mit der Fotokamera. Durch den privaten Einsatz werden die unbemannten Flugobjekte zum gewohnten Bild am Himmel. Was oft vergessen geht, ist ihr Potenzial im kommerziellen Bereich. Dabei sind Drohnen daran, ganze Industrien zu revolutionieren und altbekannte Paradigmen infrage zu stellen. Zum Beispiel im Güterverkehr, wo eine gut ausgebaute Infrastruktur mit Strassen, Schienen und Wasserwegen essenziell ist.

Nun könnte sich nicht nur in der Logistik die Expansion, die bisher mit der Weiterentwicklung der konventionellen Transportwege und -mittel stattfand, in die Luft verlagern: Automatisierte Drohnen ermöglichen durch ihren geografisch und technologisch flexiblen Einsatz und durch ihre Kosteneffizienz Quantensprünge, die mit bisherigen Standards nicht möglich waren. Energieerzeugung, Gesundheitswesen, Landwirtschaft und Transportwesen stehen stellvertretend für Bereiche, die der Drohneneinsatz auf den Kopf stellen könnte.

18 Transformation

Energie- erzeugung



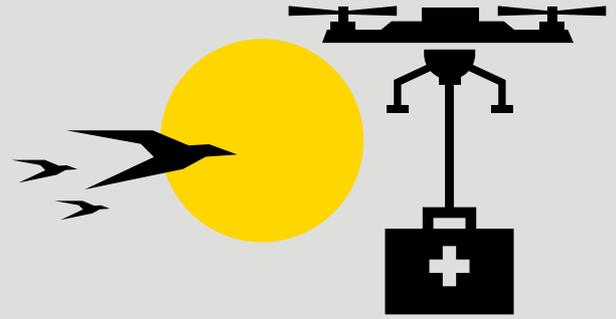
Im Gleitflug zur Energie

Wind ist einer der grössten Energielieferanten der Erde. Das erklärte Ziel in der alternativen Energieerzeugung: immer höher hinauf. Denn mit steigender Höhe nimmt die Windstärke exponentiell zu und wird konstanter. Das sind wichtige Parameter bei der effizienten Erzeugung von Windenergie. Aus diesem Grund schiessen Windkraftanlagen immer mehr in die Höhe. Gemäss dem Deutschen Bundesverband Windenergie werden 2025 die grössten Windturbinen mit über 300 Metern die Dimension des Eiffelturms erreichen. Diese Riesen gewährleisten eine ergiebige Energiegewinnung, stellen aber einen grossen Einschnitt in das Landschaftsbild dar.

Die positiven Windverhältnisse in der Höhe wollen auch Unternehmen nutzen, die Drohnen entwickeln, mit denen Wind in Strom umgewandelt werden kann. Auf einer Höhe von rund 200 Metern schalten die Drohnen den Motor ab und gleiten, an einem Seil befestigt wie ein Drache, durch die Luft. Die Kraft wird auf das Zugseil übertragen und am Boden mit einem Stromgenerator in Energie umgewandelt.

Im Vergleich zu den Windturbinen bieten die unbemannten Flugobjekte entscheidende Vorteile. Mit einem Bruchteil des Gewichtes erzeugen Drohnen in einem Jahr doppelt so viel Energie wie eine Windturbine. Eine einzige Drohne versorgt damit bis zu 1'100 Haushalte. Sie ist einfach zu transportieren und kann dort eingesetzt werden, wo die Bedingungen am passendsten sind.

Gesundheits- wesen



Für die Medizin im Einsatz

Bei der medizinischen Notfallversorgung sind Minuten entscheidend. Doch gerade lebenswichtige Dinge wie Blutkonserven, seltene Medikamente oder Impfstoffe müssen oft bei anderen Krankenhäusern oder Laboren bestellt werden. Was, wenn diese in fünf Stunden Fahrzeit Entfernung liegen oder der Transporter im Stau steckt? Per Luftweg stünde die dringend benötigte Ware innerhalb eines Bruchteils der Zeit zur Verfügung. Doch sind Helikopter oder Flugzeug für viele nicht finanzierbar. Der kostengünstige Einsatz von autonom fliegenden Drohnen könnte daher Leben retten.

Deren Nutzung transformiert nicht nur das Gesundheitswesen. Die gängige Meinung ist, dass Innovationen zuerst in entwickelten Ländern genutzt und dann in den Rest der Welt getragen werden. Bei der medizinischen Versorgung auf dem Luftweg verhält es sich andersherum: In Ruanda wurde 2016 das global erste Drohnenliefernetz aufgebaut, mit dem Blutkonserven landesweit verschickt werden können. So erhalten Patienten Zugang zu einer lebenswichtigen medizinischen Versorgung, egal ob sie in der Stadt oder in einer entlegenen Region auf dem Land leben.

Das Konzept wird in weitere Länder Afrikas exportiert, denn mit einer Kapazität von 500 Flügen pro Tag und Drohnenstandort hat sich das System in Ruanda als sehr erfolgreich erwiesen. Auch in den USA oder in Europa wurden erste Pilotprojekte lanciert. Dort verlangsamten jedoch der dichtere Luftverkehr und striktere Regulierungen den Prozess und stellen die Technologie vor neue Herausforderungen.



Landwirtschaft

Der «fliegende Traktor»

Stichwörter wie Landwirtschaft 4.0 oder Präzisionslandwirtschaft («Precision Farming») sind Sammelbegriffe für die Digitalisierung der Branche. Dabei machen sich Landwirte Daten über den jeweiligen Standort und Pflanzenbestand zunutze. Die einheitliche, undifferenzierte Bewirtschaftung eines Feldes gehört damit der Vergangenheit an.

Denn dank den mit Drohnen gesammelten Daten lässt sich genau eruieren, welche Pflanzen von Schädlingen befallen sind, wo es an Wasser mangelt oder Unkraut wächst. Die Unterschiede des Bodens und dessen Ertragsfähigkeit innerhalb eines Feldes werden individuell berücksichtigt. Das Resultat ist eine effizientere Landwirtschaft, bei der Saat-, Dünge- und Spritzmittel zielgerichteter verteilt werden. Das spart Kosten und entlastet die Umwelt.

Auch bei der Behandlung der Pflanzen selbst sitzt der Bauer nicht mehr am Steuer des Traktors, sondern dirigiert seine Drohne übers Feld, zum Beispiel bei der Applikation von Pflanzenschutzmitteln in steilen Rebbergen oder beim Aufspüren von Rehkitzen mittels Wärmebildkamera vor dem Mähen eines Feldes.

Die Zukunft birgt noch mehr intelligente Automatisierung. Manche Drohnen agieren bereits autonom. Sie erkennen Schäden und leiten die notwendigen Massnahmen selbstständig in die Wege. Der automatisierte Ackerbau wird dank neuen Informationstechnologien zur Realität.

Transformation 19



Logistik

Die Transportoptionen von morgen

Ausgelöst durch das veränderte Konsumverhalten und die gestiegenen Kundenanforderungen in Zeiten des E-Commerce sind neue Lösungen in der Logistik gefragt. Manche sprechen von einer Revolution. Die Art, wie Güter transportiert und zugestellt werden, werde neu definiert.

Zum Beispiel übernehmen Drohnen als autonome Fluggeräte Aufgaben innerhalb und ausserhalb der Logistikhalle: Sie digitalisieren die Inventur, führen innerbetriebliche Transporte aus, überwachen die Logistikinfrastruktur und erledigen sogar die Paketzustellung. Prozesse, die bisher aufwendig auf Werksgeländen, in Produktionshallen und beim Bodentransport optimiert wurden, verlagern sich in die Luft.

Dies hilft Transportfirmen unter anderem, die Herausforderungen der sogenannten «letzten Meile» anzugehen. Dieser letzte Abschnitt in der Lieferkette ist aufgrund des zunehmenden Verkehrs in Innenstädten immer schwieriger zu bewältigen. Innovative, ökonomische und ökologische Zustellmöglichkeiten sind gefragt. Die Branche experimentiert zum Beispiel mit Minicoptern für die Paketzustellung.

Auch Konzepte für unbemannte Lufttaxis sind bereits in den Startlöchern: Uber plant für 2023 den ersten kommerziellen Flug – Boeing, Volkswagen, Google und Airbus ziehen mit und investieren in die Forschung. Dies sind jedoch noch Zukunftsträume, denn es gilt nicht nur, Fragestellungen lufttechnischer Gesetze und Verordnungen zu lösen: Die Kontrolle der künstlichen Intelligenz, Kollisions- und Datenschutz sind weitere Herausforderungen.

20 Transformation



2025

werden Windturbinen mit über 300 m so gross wie der Eiffelturm sein.

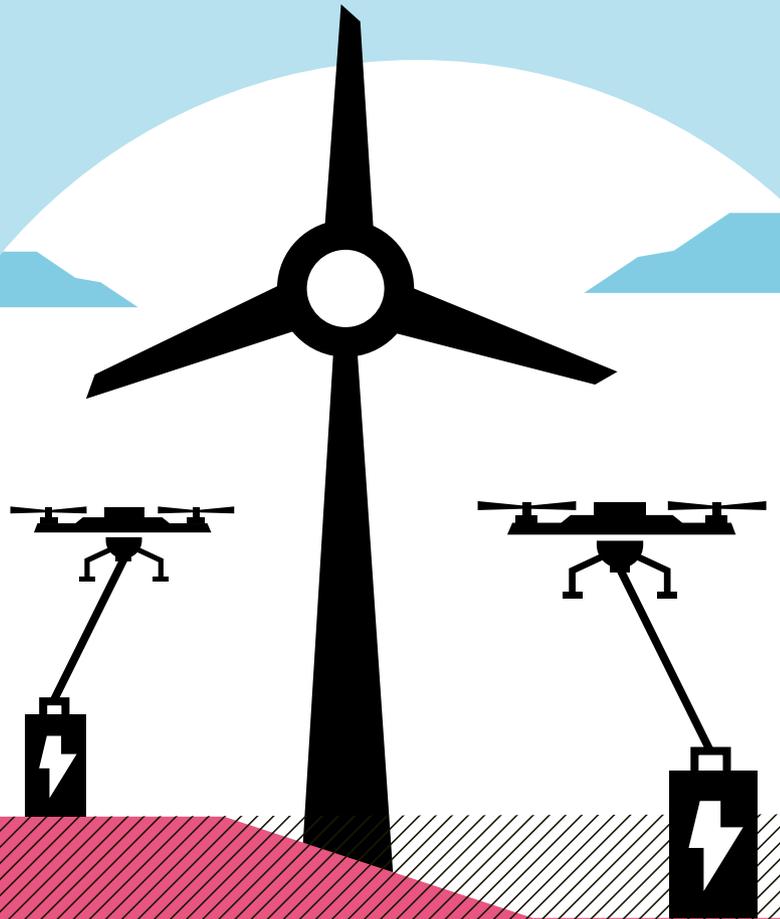


Drohnen werden auf einer Höhe von 200 m zu Energielieferanten.



Eine einzige Drohne versorgt bis zu

1'100 Haushalte.



★ Vontobel Insight

Woher kommt die nächste Disruption? Zwei Möglichkeiten

Manchmal gleicht die Arbeit eines Analysten derjenigen eines Seismologen. Wir wissen, dass die nächste grosse Disruption kommt. Die Frage ist nur, wann sie kommt und wen sie trifft. Wie Erdbebenforscher beobachten wir Vorbeben und suchen historische Parallelen. Zwei Bereiche, in denen sich die Anzeichen zurzeit häufen, sind Mobilität als Service (Mobility as a Service) und Industrie 4.0.

Daniel Maier, CFA

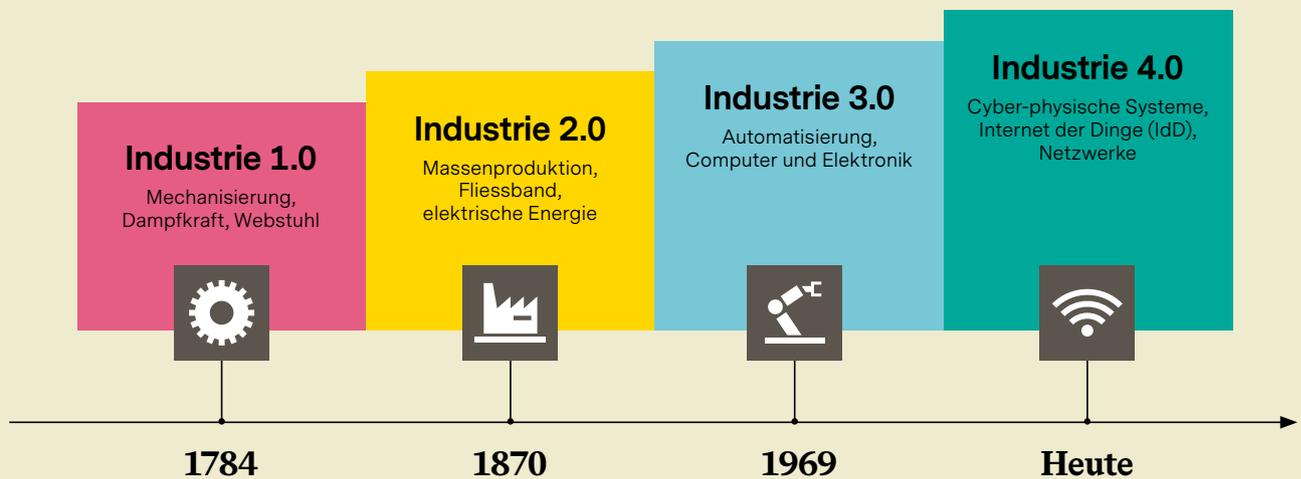
Head Investment Strategy & Communications, Vontobel Wealth Management

Mobilität im Wandel

Die Fortschritte im autonomen Fahren sind schon länger in aller Munde. Die Bemühungen kommen aus unterschiedlichen Ecken – traditionelle Autokonzerne, etablierte Softwaregiganten, clevere Start-ups. Über die möglichen Auswirkungen wird heiss diskutiert. Sie reichen von der kompletten Disruption der Transportindustrie bis hin zu einer Umgestaltung der modernen Stadt. Fakt ist: Die nächsten zehn Jahre werden mehr Veränderungen in der Art und Weise der Fortbewegung bringen als jedes Jahrzehnt seit der Erfindung des Automobils. Aufkommende Technologien und Geschäftsmodelle wie Ride-Hailing und Sharing, autonomes Fahren, Mikromobilität und sogar eVTOL (fliegende Taxis) werden die Branche aufwirbeln. Klassische Autohersteller sehen sich vor grossen Herausforderungen. Hohe Investitionen sind notwendig, um im Bereich neuer Antriebe und autonomer Fahrlösungen zu punkten. Gleichzeitig konterkariert das Konsumverhalten der Millennials die grossen Hersteller. Mobilitätsdienste wie Uber sind heute bereits so verbreitet, dass die Führerscheinzulassungen in den USA rückläufig sind. Mobilität wird also zukünftig vermehrt als Service konsumiert. Von Experten wird diese als Mobility as a Service bezeichnete Industrie mit einem Volumen von 7 Milliarden US-Dollar bewertet.

Internet of Things in der Fabrik

Während sich Mobilitätsentwicklungen im Zentrum der öffentlichen Aufmerksamkeit bewegen, fliegen die Vorboten der sogenannten Industrie 4.0 bis anhin eher unter dem Radar. Die Bezeichnung kommt von der nach (1.) Erstindustrialisierung, (2.) Förderbandtechnik, (3.) IT-gesteuerter Automation nun antizipierten (4.) industriellen Revolution. Dazu gehört die intelligente Fabrik mit Augmented-Reality-unterstützten Prozessen oder auch der Aufbau einer Produktionskette aus autonomen Modulen, die Fehlerquellen vorausschauend eliminieren und im industriellen Internet of Things kommunizieren. Man verspricht sich integrierte Systeme, die schneller, besser, billiger und auch ressourcenschonender produzieren. Die Technologie wird die Produktionsabläufe drastisch verändern. Fabriken werden zu Kommunikationsplattformen umgestaltet, in denen Mensch und Maschine vernetzt arbeiten, während sich der Fokus für Arbeiter auf Planung, Prozesskontrolle und Instandhaltung verlagert.



Quelle: trilliummfg.ca

Haben Sie noch Stress oder meditieren Sie schon?



Achtsamkeit ist zu einem Buzzword geworden. Stressgeplagte Manager und Spitzensportler versuchen, mit Meditation ihre innere Mitte zu finden und ihre Leistung zu steigern. Doch was nützt Meditation wirklich und welche Auswirkungen hat sie auf unser Gehirn?

«Was Meditation im Gehirn auslöst, ist verblüffend.»

Ein buddhistischer Mönch im Kernspintomografen – was nach einem seltsamen Aufeinandertreffen zweier Welten klingt, ist Teil der wissenschaftlichen Erforschung der Meditation. Schon vor über zehn Jahren begann der amerikanische Hirnforscher Richard Davidson, Mönche bei der Meditation zu untersuchen. Der französische Mönch Matthieu Ricard wurde durch Davidsons Versuche sogar als glücklichster Mensch der Welt berühmt, weil er es schaffte, in der engen und lauten Röhre den Zustand der höchsten Liebe zu erlangen.

Meditation wird längst nicht mehr als esoterischer Unsinn abgestempelt. Immer mehr Leute praktizieren sie, um mehr Ausgeglichenheit in ihrem Alltag zu erfahren. Bei Managern und Spitzensportlern gilt sie als Mittel, um bessere Leistungen zu erzielen. Der deutsche Leichtathletikweltmeister Robert Harting sagte in einem Interview schmunzelnd: «Im Sport ist 90 Prozent mental, der Rest ist Kopfsache.» Kein Wunder gehört Meditation heute für viele Athleten genauso zur Wettkampfvorbereitung wie Intervalltraining. Sogar im E-Sport ist diese Praxis angekommen. Das erste voll professionelle E-Sports-Team der Schweiz mYinsanity nutzt Meditation, um sich besser auf das Spiel zu konzentrieren.

Meditation hält jung

Die Wissenschaft beschäftigt sich seit Längerem mit der Meditation. Inzwischen gibt es zahlreiche Studien, was mit Menschen passiert, die regelmässig meditieren. Die Resultate sind verblüffend. Sie zeigen unter anderem, dass langjährig Meditierende in bestimmten Regionen des Gehirns vermehrt sogenannte «graue Substanz» aufweisen. Sie ist ein wichtiger Bestandteil des Zentralnervensystems und steuert neben der Intelligenz auch Wahrnehmungsprozesse. Mehr graue Substanz soll mit einer besseren psychischen Gesundheit einhergehen. Die positive Wirkung von Meditation setzt relativ schnell ein. Bereits nach acht Wochen Meditation werden mehr Gehirnzellen im Hippocampus gemessen. Dieser Bereich des Gehirns ist für das Gedächtnis und das Lernen zuständig. Langzeitstudien zeigen zudem, dass sogar die Form der Grosshirnrinde beeinflusst werden kann. Sie weist bei Meditierenden eine grössere Faltenbildung auf. Dies bedeutet mehr Oberfläche und somit eine erhöhte Gedächtnisleistung.

Forscherinnen und Forscher stellten ausserdem fest, dass Meditation das Gehirn widerstandsfähiger gegen den Alterungsprozess macht. Die Regionen im Gehirn, die für die Aufmerksamkeit und die Verarbeitung von Sinneseindrücken zuständig sind, sind bei Meditierenden grösser als bei Nichtmeditierenden. Dieser Unterschied ist bei älteren Personen besonders ausgeprägt. Normalerweise verringert sich die Gehirnleistung durch den Alterungsprozess. Gehirne von Meditierenden wurden von Hirnspezialisten darum als jünger eingeschätzt, als sie es tatsächlich waren.

Alltagskrankheit Stress

Entscheidend für den aktuellen Achtsamkeits- und Meditationstrend ist aber vor allem eins: Die Wirksamkeit von Meditation gegen das grösste Übel der modernen Welt – Stress. Autogenes Training hilft, Stresssymptome zu bekämpfen. Meditation setzt aber noch früher an: Die Amygdala, die für Angst und Stress verantwortlich ist, ist bei erfahrenen Meditierenden nachweislich verkleinert. Das heisst, dass ihr Körper resistenter gegen Stresssituationen im Alltag ist. Der deutsche Meditationsforscher und Neurowissenschaftler Ulrich Ott von der Universität Giessen fand zudem heraus, dass Meditation die Fähigkeit, anderen offen zu begegnen, fördert.

Das ReSource-Projekt der Max-Planck-Gesellschaft macht sich die überraschende Tatsache, dass Emotionen geübt werden können, zunutze. In gezielten Meditationstrainings konzentrieren sich Probanden auf Fähigkeiten wie Aufmerksamkeit, Emotionsregulation, Selbstfürsorge, Empathie und Perspektivenübernahme. Anschliessend wird gemessen, welche Auswirkungen diese Übungen haben. Die Ergebnisse sind erstaunlich: Die Forscherinnen und Forscher fanden im Blut der Probanden, die Mitgefühl und Perspektivenwechsel trainiert hatten, 50 Prozent weniger Stresshormone als bei der Gruppe, die sich im Meditationstraining auf mehr ichbezogene Emotionen konzentriert hatte. Empathie zu trainieren nützt also nicht nur den Mitmenschen, sondern hilft auch dem Meditierenden selbst.

24 Achtsamkeit

Diese Erkenntnisse zeigen, dass Meditation nicht nur Mönchen zugänglich sein sollte, die zurückgezogen im Kloster leben. Der Trend zu mehr Besinnung hat dafür gesorgt, dass Meditation nicht mehr als etwas Esoterisches belächelt wird – und das ist gut so. Die Wissenschaft beweist, dass diese Form der Selbsteinkehr das Gehirn positiv beeinflusst und somit hilft, den Anforderungen der modernen Welt gerecht zu werden: Sie steigert die Gedächtnisfähigkeit, hält jung, reduziert Stress und sorgt nebenher für mehr Mitgefühl. Da stellt sich die Frage: Wäre die Welt ein besserer Ort, wenn wir alle meditieren würden?

«Wenn jemand keine Erfahrung hat, beginne ich mit zehn bewussten Atemzügen.»

Romana Feldmann hat Psychologie an der Universität Zürich studiert. Sie hat ein DAS in Sport Psychology von der Universität Bern und ist Fachpsychologin für Sportpsychologie FSP. Sie hat sich als Yoga- und Meditationslehrerin ausbilden lassen und begleitet heute in ihrer eigenen Praxis Menschen in Leistungsthemen wie zum Beispiel im Sport oder im Alltag.

— **Frau Feldmann, wie sind Sie Sportpsychologin und Meditationslehrerin geworden?**

Das war keine bewusste Entscheidung, sondern ein Prozess. Sport war für mich persönlich immer schon eine gute Strategie, um mit Stress umzugehen und abzuschalten. Ich habe allmählich gemerkt, dass dies nicht der einzige Weg ist und Stressbewältigung nicht nur über Bewegung funktioniert. Darum habe ich mich zunächst mit Yoga und dann mit Meditation beschäftigt.

— **Immer mehr Menschen meditieren. Wie bewerten Sie den Achtsamkeitstrend?**

Grundsätzlich ist das ein guter Trend, da so eine breitere Masse Zugang zum Meditieren erhält. Jeder ist in der Lage zu meditieren und kann davon profitieren. Die Schattenseite des Achtsamkeitstrends ist, dass unsere Leistungsgesellschaft eine Selbstoptimierung des tiefsten Inneren daraus macht: «Jetzt muss ich auch noch meditieren, um perfekt zu sein.» Das sollte nicht der Antrieb für Meditation sein.

— **Wie gehen Sie mit dem Thema Meditation auf Athletinnen und Athleten zu?**

In meiner Praxis fasse ich den Begriff der Meditation relativ breit und kann so individuell auf die Sportlerinnen und Sportler eingehen. Die Atmung etwa gehört zu den Grundtechniken des Mentaltrainings. Wenn jemand keine Vorerfahrungen hat, beginnen wir beispielsweise mit zehn bewussten Atemzügen.

«Sogar Emotionen können mit Meditation trainiert werden.»

— Welche anderen meditativen Techniken wenden Sie an?

Entspannungsübungen wie autogenes Training oder progressive Muskelrelaxation können auch eine Art der Meditation sein: Die Aufmerksamkeit bewusst aufs Loslassen richten. Oder Visualisierungsübungen wie etwa der Safe Place: Sich gedanklich an einen Ort zurückziehen, an dem man sich wohlfühlt. Oder das bewusste Wiederholen von positiven Affirmationen. Das klassische Bild vom Stillsitzen und an nichts denken, ist bereits eine fortgeschrittene Form der Meditation. Oft werden wir dabei abgelenkt von Gedanken oder Gefühlen wie Ungeduld. Diese gilt es, einfach als solche wahrzunehmen und auszuhalten, ohne sie als gut oder schlecht zu bewerten. Das braucht Zeit und Geduld. Auch erfahrenen Meditierenden fällt die Meditation an manchen Tagen einfacher und an manchen schwieriger.

— Stossen Sie auch auf Widerstände?

Nicht jeder ist gleich offen für das stille Meditieren. Still zu sein sind wir in der heutigen schnelllebigen Zeit gar nicht mehr gewohnt. Wenn ich spüre, dass die Ruhe jemanden nervös macht, halten wir das in kurzen Übungssequenzen gemeinsam aus. Oder wir wählen einen anderen Ansatz: Meditation funktioniert auch in der Bewegung. Das kann ein bewusster Spaziergang sein oder sogar ein bewusster Streckenabschnitt auf dem Fahrrad. Es braucht für jeden eine individuelle Lösung und persönliche Entwicklungsschritte. Schliesslich soll der Klient die Übungen zu Hause wiederholen wollen. Da braucht es ein Minimum an Neugier.

— Was halten Sie von Meditations-Apps?

Viele Experten sehen das sehr kritisch, weil es kein Gegenüber gibt, mit dem man sich austauschen kann. Ich sehe das nicht ganz so eng. Apps können eine gute Unterstützung im mentalen Training sein. In meiner Praxis verwende ich als Hilfsmittel oft Sprachaufnahmen,

etwa für eine Gedankenreise oder positive Affirmationen. Wir stellen die Inhalte gemeinsam zusammen. Der Klient macht dann zuhause selbst eine Sprachaufnahme. Oder ich leite die Übung in der Sitzung an und übernehme sie sogleich. Es kann einfacher sein, einer Stimme zu folgen, als die Aufmerksamkeit im Geist auf das Gewünschte zu richten.

— Gibt es Sportarten, in denen Meditation häufiger angewendet wird als bei anderen?

Konzentration, Emotions- und Verhaltenskontrolle braucht es in allen Sportarten, und deshalb ist Mentaltraining für jede Sportart sinnvoll. Doch gerade in Präzisionssportarten wie Schiessen oder Bogenschiessen ist Meditation besonders dienlich. Sie hilft, sich nicht von störenden Gedanken oder Gefühlen ablenken zu lassen, sondern kontrolliert, ruhig und gelassen den Schuss abzugeben.

— Haben Sie auch schon E-Sportler betreut?

In diesem Bereich ist mentales Training noch wenig bekannt. Ich selbst habe noch keine E-Sportler betreut, bin aber überzeugt, dass Meditation auch für E-Sportler nützlich sein kann.

— Welche Auswirkungen stellen Sie bei Klienten fest, die regelmässig meditieren?

Meditation hat viele positive Effekte, etwa verbesserte Aufmerksamkeit, Ausgeglichenheit im Alltag oder mehr Gelassenheit in Stresssituationen. Studien konnten eine verbesserte Leistung nachweisen. Als Beispiel: Ein Tennisspieler darf nicht dem letzten Fehler nachhängen oder schon an den greifbaren Sieg denken. Er muss lernen, sich auf das Jetzt und auf seine Aufgabe zu konzentrieren und dabei auch seine Gefühle im Griff zu haben. Mental stark ist, wer unabhängig von den situativen Bedingungen seine beste Leistung abrufen kann. Meditation einen entscheidenden Beitrag leisten.

E-Sports & Video Gaming

Ausverkaufte Hallen und Millionenpreisgelder – wurden Videospiele früher zuhause gespielt, treten die Spieler heute an E-Sport-Veranstaltungen vor Tausenden von Fans gegeneinander an. Gamen ist zum Profi-Sport mit attraktiven Vermarktungsmöglichkeiten geworden. Videospiele im Privatbereich werden ebenfalls immer attraktiver und der Markt wächst weiter.

—
Daniel Wenger

Senior Investment Advisor, Vontobel Wealth Management

Luca Berger

Junior Investment Strategist, Vontobel Wealth Management

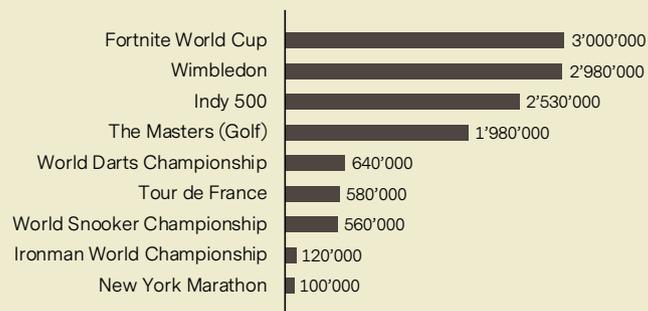
Elektronischer Sport, oder «E-Sport», ist eine Form des organisierten Wettkampfspiels zwischen mehreren professionellen Teilnehmern. Inzwischen finden diese Veranstaltungen auch in Sportstadien statt: Die Zuschauerzahl steigt stetig, und Tickets verkaufen sich oft wie warme Semmeln. Die Intel Extreme Masters 2018, ein fünftägiges Turnier, lockte rund 169'000 Fans an, um das Event live zu verfolgen. Derzeit gibt es rund 88 Millionen reguläre und 193 Millionen gelegentliche Zuschauer, wobei das Interesse an E-Sportarten jedes Jahr weiter zunimmt, dies vor allem in Asien. E-Sport ist in Asien besonders beliebt, so dass die Disziplin bei den Asien-Spielen 2022 eine offizielle Sportart sein wird. Dies ist das erste Mal, dass Gaming bei einer Veranstaltung mit anderen traditionellen Sportarten kombiniert wird. Inzwischen diskutiert sogar das Internationale Olympische Komitee, ob bei den Olympischen Spielen 2024 in Paris E-Sport als 43. Disziplin eingeführt werden soll.

Millennials sind das Zielpublikum

Das Publikum, welches das Massenphänomen des E-Sports genießt, ist in der Regel genauso jung wie der Sport selbst. Millennials, also Erwachsene im Alter von etwa 18 bis 30 Jahren, identifizieren sich eher mit dem E-Sport. Sie verfolgen die Turniere im Internet über globale Streaming-Plattformen wie Twitch. E-Sport ist auch für Sponsoren besonders interessant, da männliche Konsumenten im Alter zwischen 15 und 30 Jahren normalerweise eine schwer erreichbare Zielgruppe sind.

Die beliebtesten E-Sport-Spiele sind (mit ihren Produzenten in Klammern): League of Legends (Tencent), Counter-Strike: Global Offensive (Valve Corp & Hidden Path Entertainment), Dota 2 (Valve Corp), FIFA (Electronic Arts), Rainbow Six Siege (Ubisoft), Fortnite (Epic Games, Tencent), Overwatch (Activision Blizzard). Professionelle Gamer messen sich in Turnieren, welche mit höheren Preisgeldern dotiert sind als klassische Sportevents.

Preisgelder für Gewinner einzelner Sportveranstaltungen in 2018/2019 in USD



Bei Fortnite gibt es mehr Preisgeld zu gewinnen als bei bedeutenden Sportveranstaltungen.

Quelle: Vontobel



Die Branche befindet sich im Wandel

Im Privatbereich verzeichnete die Videospiegelindustrie in den letzten Jahren ein explosionsartiges Wachstum, das von einer günstigen demografischen Entwicklung, einer verbesserten Produktqualität und schnelleren Internetverbindungen getragen wurde. Technologien wie Cloud Computing eröffnen neue Möglichkeiten, sich als Spieler aus dem eigenen Wohnzimmer mit der ganzen Welt zu messen. Die generellen Konsumausgaben für Unterhaltung steigen und das Teilsegment Gaming wird voraussichtlich das schnellste Wachstum verzeichnen. Laut dem Marktforschungsunternehmen Newzoo erreichten die weltweiten Umsätze mit Videospiele rund 135 Milliarden US-Dollar, was einer Steigerung von + 11 Prozent gegenüber dem Vorjahr (2017) entspricht.

Künftig dürften sich die verschiedenen Gaming-Segmente unterschiedlich entwickeln. Im Mobile Gaming (Smartphone- und Tablet-Spiele kombiniert) wird mit einer CAGR (Compounded annual growth rate) von + 11.3 Prozent bis 2022 gerechnet. Dieses Segment, zu dem auch Instant Games gehören, macht mit 49 Prozent fast die Hälfte des gesamten Spielmarktes aus.

Die Umsätze mit PCs (Browsergames) werden weiter sinken, da immer mehr Spieler zu Handyspielen wechseln. Dieses Segment macht jedoch nur 2 Prozent des Gesamtmarktes aus und ist daher weniger wichtig.

Die aktuelle Generation der Spielkonsolen neigt sich dem Ende zu, so dass die Basis installierter Geräte (Xbox One, PlayStation 4) sehr hoch ist. Diese Faktoren, gepaart mit dem Geschäftsmodell von Games as a Service (Cloud Gaming), werden den Umsatz mit Konsolenspielen 2019 mit einer erwarteten Wachstumsrate von + 13.4 Prozent gegenüber dem Vorjahr steigern.

2019 Ein Blick auf die Regionen

- Die Region Asien-Pazifik (APAC) wird voraussichtlich um + 7.6 Prozent gegenüber dem Vorjahr wachsen und 47 Prozent des Gesamtmarktes ausmachen. Das Einfrieren der Lizenzen hatte jedoch erhebliche Auswirkungen auf den Markt für mobile Spiele, der mit Abstand das grösste Segment von APAC ist.
- Nordamerika wird mit 26 Prozent Marktanteil erneut die zweitgrösste Region sein. Es wird erwartet, dass es 2019 im Vergleich zu 2018 um + 11.7 Prozent wachsen wird.
- Für Europa, den Nahen Osten und Afrika (EMEA) wird ein Wachstum von + 11.5 Prozent gegenüber dem Vorjahr erwartet, was 23 Prozent des gesamten Spielmarktes ausmacht.
- Lateinamerika macht 4 Prozent des Gesamtmarktes aus und sollte 2019 um + 11.1 Prozent wachsen.

Wird E-Sport gar olympisch?

Der Blick in den heterogenen Markt der Videospiele zeigt, dass diese nichts an Faszination eingebüsst haben. Entsprechend positiv sind die Wachstumsprognosen. Das Gleiche gilt für E-Sport. Hier gibt es Prognosen, die davon ausgehen, dass diese Sportart zum Beispiel in Deutschland mehr Umsatz generieren wird als die nach Fussball beliebtesten Sportarten Handball, Eishockey und Basketball. Dass E-Sport ein ernstzunehmender Markt bzw. Sport ist, zeigt die Diskussion um dessen Anerkennung als offizielle Sportart bei den Olympischen Spielen. Bereits zu kämpfen hat der E-Sport mit den negativen Seiten des Profisports wie Doping, Spielmanipulation oder Wettbetrug.



Zuschaueranzahl bei den Intel
Extreme Masters 2018

169'000



88 Millionen

reguläre und

193 Millionen

gelegentliche Zuschauer



E-Sport ist besonders
beliebt in

Asien



Wird E-Sport

2024

zur Olympischen Disziplin?



Herz sagt Ja. Kopf sagt Nein. Bauch sagt «vielleicht».

Täglich treffen wir Entscheidungen. Manche, ohne gross nachzudenken. Andere stürzen uns in ein Dilemma. Weil die Optionen so vielfältig sind oder weil wir Verantwortung übernehmen müssen. Theoretisch gäbe es Regeln für solche Entscheidungskonflikte.

Für viele Menschen beginnt der Tag unmittelbar mit einer Entscheidung. Soll man gleich aufstehen, wenn der Wecker klingelt oder doch lieber die Schlummertaste drücken, um noch ein paar Minuten länger zu dösen? Was sich nach einer harmlosen Fragestellung anhört, kann zu einem Konflikt – einem Entscheidungskonflikt – werden. Zum Beispiel, wenn sich Pro und Kontra für beide Möglichkeiten im Gleichgewicht befinden oder der Entscheid mit Unsicherheiten verbunden ist.

Entscheidungen machen Männer froh

Als entscheidungsfreudig wird man diejenigen bezeichnen, die trotz Wenn und Aber schnell eine der morgendlichen Optionen wählen. Und vielleicht sogar als die glücklicheren Menschen, da sie scheinbar mühelos eine Lösung für ihren inneren Konflikt finden. Dann wären Männer den Frauen gegenüber im Vorteil: Sie entscheiden schneller. Der Grund dafür liegt im Belohnungszentrum des Gehirns. Dieses sorgt für ein gutes Gefühl, wenn wir etwas Positives erleben. Bei Männern wird diese Gehirnregion ebenfalls aktiv, wenn sie sich bei der Entscheidungsfindung gegen eine Alternative aussprechen. Mit anderen Worten: Männer erhalten auch dann eine «Belohnung», wenn sie lediglich eine schlechtere Option ausschliessen.

Frauen dagegen können beim Weglassen von Alternativen nicht auf ein positives Glücksgefühl zählen. Im Gegenteil, sie hegen eher Zweifel, ob ein Ausschluss tatsächlich die richtige Wahl war. Um diese Unsicherheit zu kompensieren, grübeln sie länger nach. Sie entscheiden dadurch langsamer. Daraus zu schliessen, Frauen seien entscheidungsschwach, ist falsch und

basiert lediglich auf Vorurteilen. Wissenschaftlich gibt es keinen Beweis, dass Frauen mehr Probleme haben, Entscheidungen zu treffen. Nachgewiesenermassen treffen Frauen dank ihrer Sorgfalt sogar die besseren Entscheide.

Rationalität vs. Routine

Dass der morgendliche Entscheid, wann man aufsteht, durchaus einen Konflikt darstellen kann, darüber dürfte Einigkeit herrschen. Die meisten Menschen werden für dessen Lösung aber kaum entscheidungstheoretische Modelle heranziehen. Im Gegensatz dazu will es die Wissenschaft genau wissen. Sie setzt sich im Rahmen der Entscheidungstheorie mit bewussten Entscheidungen auseinander. Einerseits, um Hilfestellung zu geben, wie «vernünftige» Entscheidungen getroffen werden können. Dies ist die Aufgabe der normativen Entscheidungstheorie. Ihr Ziel ist es, Empfehlungen zu geben, wie Individuen oder Gruppen Entscheidungen treffen sollten. Andererseits versucht die Wissenschaft zu erklären, wie reale Entscheidungen zustande kommen. Damit beschäftigt sich die deskriptive Entscheidungstheorie. Sie beschreibt, erklärt und prognostiziert reales Entscheidungsverhalten. Die Ausgangslage ist für beide Methoden die gleiche: Die Entscheidung als Akt, bei dem bewusst eine von mehreren Handlungsalternativen zur Erreichung eines Ziels ausgewählt wird.

Gemäss dem Hirnforscher Ernst Pöppel trifft der Mensch täglich bis zu 20'000 Mikroentscheidungen. Dabei ist die Wahl einer Alternative meist unbewusste Routine. Wir nehmen sie kaum als Entscheidung wahr, da Vorlieben, Erfahrung und Standards Orientierungshilfe leisten. Ähn-

«Sicherheit, Unsicherheit, Risiko, Ungewissheit – entscheidet die Situation über das Vorgehen?»

lich leicht fallen uns Entscheidungen, die unter dem Aspekt Sicherheit gefällt werden. Entscheidungstheoretisch gesprochen sind in solchen Situationen die Konsequenzen einer Handlung bekannt. Im Alltag kommt dies aber selten vor.

Die Mathematik soll es richten

Mehrheitlich treffen wir Entscheidungen unter Unsicherheit. Weil die Komplexität und die Wechselbeziehungen zwischen Variablen vielfältig sind. Weil die Situation intransparent ist oder die Rahmenbedingungen sich permanent verändern. Oder ganz einfach, weil der Zeitdruck eine fundierte Bewertung einer Situation nicht zulässt. In diesem Fall behilft man sich mit objektiven oder subjektiven Annahmen für Eintrittswahrscheinlichkeiten und Wirkungszusammenhänge. Die Entscheidungstheorie unterscheidet in diesem Zusammenhang Entscheidungen unter Risiko und Entscheidungen unter Ungewissheit. Bei ersteren sind dem Entscheidungsträger die Wahrscheinlichkeiten für das Eintreten der möglichen Konsequenzen bekannt. Bei letzteren sind zwar sowohl die Alternativen als auch die möglichen Folgen des jeweiligen Entscheids bekannt. Über die Eintrittswahrscheinlichkeiten können jedoch keine Aussagen gemacht werden.

Dem Menschen sollen in solchen Entscheidungssituationen mathematische Modelle als Regeln für den Entscheidungsprozess helfen. Zu diesen Regeln gehören zum Beispiel die Minimax- und Maximax-Regel. Erstere richtet sich an risikoaverse Entscheidungsträger und empfiehlt jeweils die Alternative, deren schlechtester Erwartungswert im Vergleich zu den anderen Alternativen am besten ist. Anders formuliert: Der Entscheider minimiert seinen grösstmöglichen Verlust. Das Gegenteil ist die Maximax-Regel. Hier wird diejenige Alternative gewählt, die bei dem jeweils günstigsten Umweltzustand das beste Ergebnis liefert. Der Entscheider ist also äusserst optimistisch.

Alles doch nur Intuition?

Ist die als verlässlich bekannte Mathematik also eine sichere Lösung für Entscheidungskonflikte jeglicher Art? Bei analytischen Entscheidungsregeln werden die Alternativen betrachtet und die Folgen eines Entscheids bewertet. Bei der Wahl der Alternative spielt der zu erwartende Nutzen eine entscheidende Rolle. Jedoch kennt man oft nicht alle Alternativen und Konsequenzen – der maximale Nutzen kann somit nicht erreicht werden. Darum sprach der US-amerikanische Wissenschaftler Herbert Simon in seiner Forschung lediglich von «begrenzter Rationalität».

Eine Nutzenanalyse dürfte es auch bei alltäglichen Entscheiden geben. Jedoch ist es nicht praktikabel, jeden Entscheid zeitaufwendig auf seinen Nutzen hin zu evaluieren. Darum übernimmt oft die Routine die Rolle der Mathematik als Entscheidungsregel. Dank Routine können wir in Sekundenschnelle Entscheidungen treffen. Dies geschieht durch den Abgleich von Erfahrungen in ähnlichen Situationen und den daran geknüpften Gefühlen. Aufgrund von positiven oder negativen Emotionen entstehen so Entscheidungsempfehlungen, nach denen wir handeln. Scheinbar intuitive Entscheide beruhen daher meist auf jahrelang erworbenem Wissen.

Emotionen schwächen Rationalität

Ähnlich wie bei der Entscheidungsfreudigkeit spielt bei spontanen Entscheidungen unser Gehirn eine wichtige Rolle. Das bewusste Denken wird durch den Neokortex gesteuert. Die Amygdala empfängt im Zwischengehirn Empfindungen und leitet diese an den Neokortex weiter. Dieser wird dadurch in seiner Funktionsweise beeinflusst. Mit anderen Worten: Bei Entscheidungsprozessen lässt sich der Verstand nicht von der Emotion abkoppeln.

Darunter leidet vor allem der Homo oeconomicus, der im Zusammenhang mit Geld nicht immer rational reagiert. Die Neuroökonomie sieht dies in den menschlichen Emotionen begründet: Gier, Lust, Angst und Panik. Gefühllos zu werden, um die richtigen Finanzentscheide zu treffen, scheint jedoch keine Option zu sein. Denn dass es ohne Emotionen keine Entscheide gibt, beobachtete der Neurowissenschaftler Antonio Damasio.

Lassen Sie sich helfen

Rational oder emotional, analytisch oder nichtanalytisch – wie man am besten eine Entscheidung trifft, lässt sich abschliessend nicht erörtern. Was aber tun, wenn uns die Reichweite der Entscheidung Kopfzerbrechen bereitet? Was, wenn man nicht über genügend Informationen über die zur Wahl stehenden Optionen verfügt? Und was, wenn fehlende Klarheit über die Konsequenzen eines Entscheids diesen über alle Masse hinauszögert?

Keine Entscheidung zu treffen, ist zumeist keine Option. Chancen könnten ungenutzt an einem vorbeiziehen. Oder jemand anderes trifft plötzlich die Entscheidung für einen selbst. Ist man unsicher, sollte man Unterstützung nicht verschmähen. Freunde, Familie, Entscheidungstechniken, mathematische Modelle oder eine Münze können bei der Wahl der Alternative helfen. Von der Verantwortung für die Entscheidung und deren Konsequenzen ist man damit nicht befreit. Entscheide bleiben ein individuelles Wagnis, bei dem sich Risiko und Unsicherheit der Konsequenzen nicht vollständig delegieren lassen.

**«Männer entscheiden schneller.
Frauen entscheiden sorgfältiger.»**

«Scheinbar intuitive Entscheide basieren meist auf jahrelang erworbenem Wissen.»



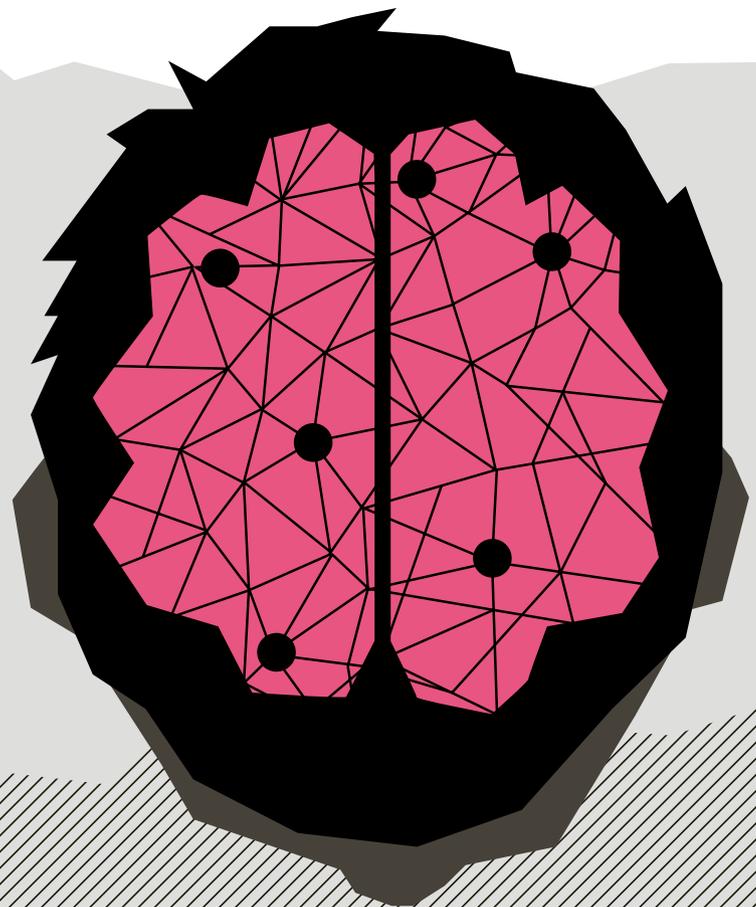
Der Mensch trifft täglich bis zu 20'000 Mikroentscheidungen.

Das bewusste Denken wird durch den Neokortex gesteuert.



Ohne Emotionen gibt es keine Entscheide.

Männer treffen Entscheidungen schnell, Frauen sorgfältig.



Frauen sind gut für die Aktienkurse

Unternehmen, die geschlechtervielfältig aufgestellt sind, schneiden an der Börse 2.8 Prozent besser ab als die homogene Konkurrenz.



Ommmmmm

Bereits nach acht Wochen Meditation werden mehr Gehirnzellen im Hippocampus gemessen. Dieser Bereich des Gehirns ist für das Gedächtnis und das Lernen zuständig.

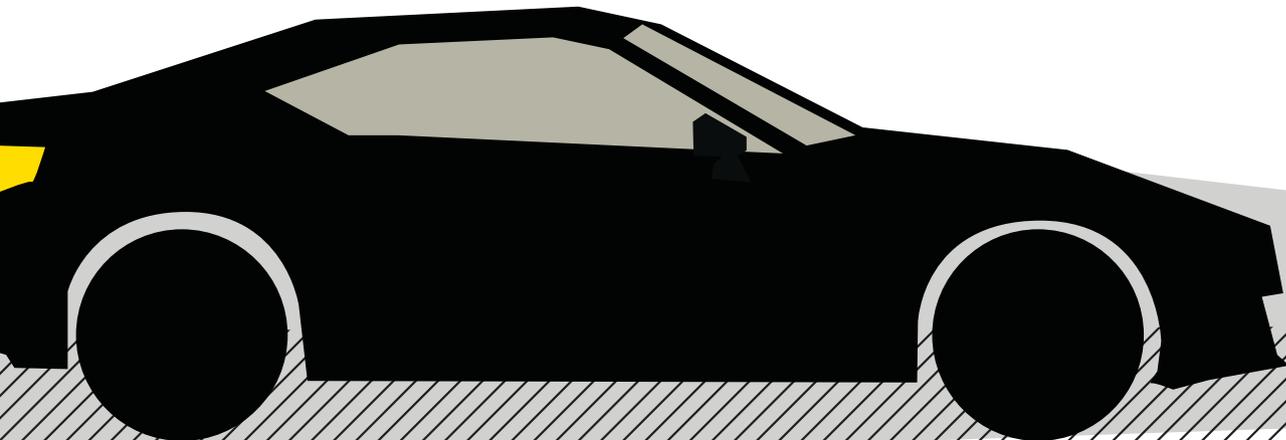


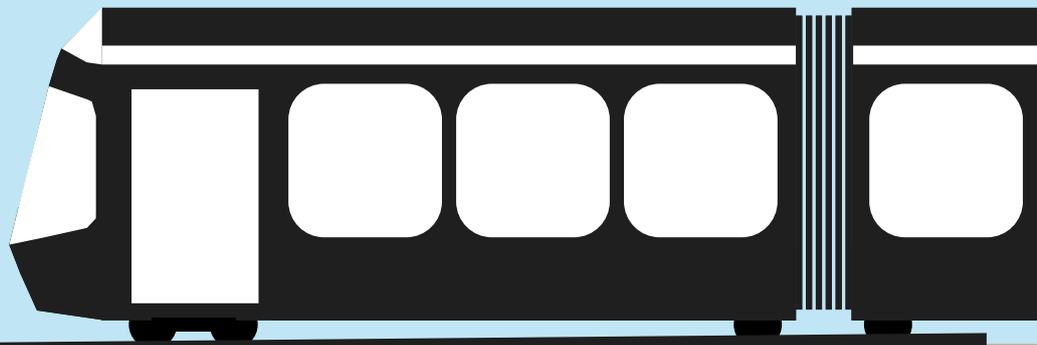
Mobilitätsdienste wie Uber

sind heute bereits so verbreitet, dass die Führerscheinzulassungen in den USA rückläufig sind.

Heavy User

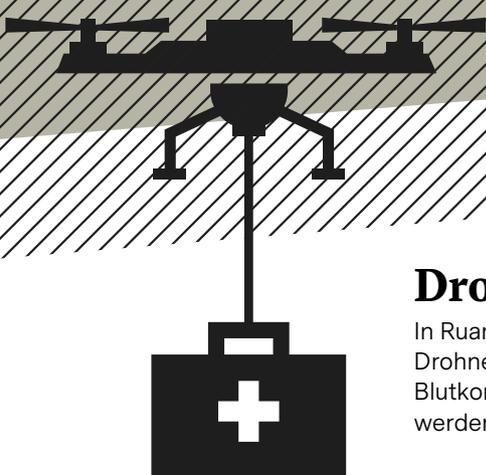
Im Durchschnitt verbringen User täglich fast 7 Stunden im Internet.





Rund um den Globus – Reisetipps für Bahnfahrer

Die Strecke des Bernina Express mit ihren 55 Tunnels und 196 Brücken gehört zum UNESCO-Weltkulturerbe.



Drohnen im Dienst

In Ruanda wurde 2016 das global erste Drohnenliefernetz aufgebaut, mit dem Blutkonserven landesweit verschickt werden können.

Eine Branche boomt

Weltweiter Umsatz mit Videospiele:
135 Milliarden US-Dollar
(+ 11 Prozent zum Vorjahr).



A photograph of a train traveling through a landscape at sunset. The train is dark-colored with a white roof and is moving from left to right. The sky is a mix of orange, red, and purple, with the sun low on the horizon. There are power lines and poles above the train. The foreground is filled with dry, brownish vegetation.

Der Weg ist das Ziel

Manche Reisen sind nicht bloss ein notwendiges Übel, um am Bestimmungsort anzukommen, sondern sind selbst ein Traumziel. Dazu gehören Bahnreisen, die nicht nur eingefleischte Zugfans begeistern. Lassen Sie mit geringerem ökologischem Fussabdruck spektakuläre Landschaften an sich vorbeiziehen und geniessen Sie die Entschleunigung.

Baikal-Amur-Magistrale, Sibirien

Die Strecke von Taischet nach Sowetskaja Gawan am Pazifischen Ozean bietet noch mehr Einsamkeit, Kälte und spektakuläre Wildnis als ihre berühmte Schwester, die Transsibirische Eisenbahn.

Rovos Rail, südliches Afrika

Die Rovos Rail ist Afrikas berühmteste Bahnlinie. Die Waggonen des Zuges versprühen Zwanzigerjahre-Nostalgie und auf Teilstrecken werden sie noch von einer Dampflok gezogen. Die Route führt von Kapstadt an den Victoriafällen vorbei über Botswana nach Sambia bis an die Ostküste Tansanias.

The Canadian, Kanada

Einmal quer durch Kanada in fünf Tagen: Die Reise führt von Toronto nach Vancouver durch die Rocky Mountains, vorbei an endlosen Wäldern, Seen und Flüssen. Der Zug bietet eine Aussichtsplattform, auf der die Passagiere das Naturkino geniessen können.

Tren a las Nubes, Argentinien

Der «Wolkenzug» verkehrt zwischen Salta und Socompa an der chilenischen Grenze. Dabei überwindet er über 3'000 Höhenmeter und steigt an seinem höchsten Punkt auf 4'200 Meter. Für Passagiere, die für die Höhenkrankheit anfällig sind, befinden sich Sauerstoffgeräte an Bord.

Bernina Express, Schweiz

Warum denn in die Ferne schweifen? Spektakuläre Aussichten gibt es auch vor der Haustüre. Die Strecke des Bernina Express mit ihren 55 Tunnels und 196 Brücken gehört zum UNESCO-Weltkulturerbe.

Wer sich mit einer Bahnreise am anderen Ende der Welt einen langersehten Traum erfüllen will, kann die CO₂-Emission des Fluges zum Startpunkt der Bahnstrecke mit myclimate kompensieren. Mehr Informationen: myclimate.org

Wenn Normalität ein Trend ist

Bärte, Karohemden, Brillen und Tattoos: Zu Beginn stachen die sogenannten Hipster aus der Masse heraus wie ein Trainingsanzug im Opernsaal. Unwillentlich traten die Coolen eine Moderevolution los, die damit endete, dass die ursprünglich «Andersaussehen-Wollenden» in der Masse ihrer Nachahmer untergingen. Trotz allem Streben nach individueller Persönlichkeit. Der Mensch gehört nun einmal gerne dazu. Der neueste Trend macht einem dies so einfach wie nie zuvor. Ganz ohne extravagante Kleidung und Fashionstatements, die unter die Haut gehen, hat sich der «Normcore» breitgemacht.

Individualität, nein danke!

Als Unisex-Modetrend verzichtet Normcore auf enge Schnitte, knallige Farben oder aufregende Muster. Ganz im Gegenteil, er gibt sich möglichst unauffällig und austauschbar. Es geht darum zu zeigen, dass man sich nicht allzu sehr um die Mode schert. Boyfriend-Jeans feiern ihr Revival, einfache T-Shirts sind wieder schick, Sneaker passen zu jedem Outfit und der «Undone-Look» geht sowohl am Sonntag als auch im Büro. So auszusehen, als trage man Kleider aus den Achtzigern und als habe man sich bei der Kleiderwahl keine Mühe gegeben, ist gleichermassen ein Statement gegen und ein Bekenntnis zur Modeindustrie. Marken wie American Apparel, Levi's und Acne feiern ihr Revival, doch auch Saint Laurent, Tom Ford und Dior bringen Luxus-Normcore auf den Markt.

Kein Trend ohne Gegentrend

Die «Frankfurter Allgemeine Zeitung» erklärt die Gegenbewegung zur Individualität wie folgt: «Aus der erbitterten Suche nach Einzigartigkeit versuchte der Normcore ein Konzept zu gestalten und versprach in schlecht sitzenden Jeans und Pullis ohne die leiseste Andeutung von Taille Entspannung von den Lasten des Egos.» Die einen sehen im Normcore die Befreiung vom Modediktat, die anderen bloss einen kurzzeitigen Gegentrend zur Reizüberflutung des 21. Jahrhunderts. Es wird sich zeigen, wie lange die Modekonformität überlebt, bis sie den meisten wieder zu langweilig wird.

Fitness für den Kopf

Das menschliche Gehirn braucht ständige Stimulation. Gedächtnis, Konzentration und Koordination sind kognitive Funktionen, die verloren gehen, wenn sie nicht benutzt werden. Einfache Übungen können dabei helfen, das Gehirn zu trainieren und es jung zu halten.

Für die Konzentration: Kopfrechnen

Primarschüler lernen brav das kleine Einmaleins, doch als Erwachsene haben wir das Kopfrechnen oft verlernt. Addieren Sie beim nächsten Einkauf die Preise oder rechnen Sie auf Ihrer nächsten Autofahrt die Quersummen von Autonummern aus.

Für Kreativität und Gedächtnis: Eselsbrücken bauen

Eselsbrücken sind nicht nur gut für das Gehirn, sondern auch nützlich für den Alltag. Namen sind etwas Abstraktes, und es hilft, sie mit einem Bild zu verbinden, um sie sich merken zu können. Wenn Sie zum Beispiel Peter Fischer kennenlernen, stellen Sie sich einfach einen fischenden Geissenpeter vor.

Für die Bildung neuer Synapsen: Raus aus der Routine

Die Alltagsroutine unterfordert unser Gehirn. Bereits am Morgen können Sie dagegen ankämpfen: Putzen Sie Ihre Zähne einmal mit der nicht dominanten Hand, steigen Sie zuerst mit dem anderen Bein als sonst in Ihre Hose und nehmen Sie einen unbekanntes Weg zur Arbeit.

Für das Gedächtnis: Ich packe meinen Koffer

Eine spielerische Möglichkeit, das Gedächtnis zu trainieren ist das Kofferspiel. Der erste Spieler sucht einen Gegenstand aus, den er in den Koffer packt, der nächste Spieler muss diesen Gegenstand und einen neuen dazu aufzählen, und so weiter ... Der Koffer wird immer voller und das Aufzählen immer schwieriger.

Für die Koordination: In der Luft zeichnen

Zeichnen Sie mit der linken Hand eine Acht in die Luft. Danach beschreiben Sie mit der rechten Hand eine Null. Und nun versuchen Sie beides gleichzeitig. Wenn Sie die Koordination der beiden Arme ohne Probleme schaffen, erhöhen Sie die Geschwindigkeit.

Unternehmerblut fliesst in jedem

Kann man sich Mut, Neugierde oder Intuition aneignen? Der Unternehmer Bernd Remmers ist überzeugt, dass jeder, der will, diese und andere zeitlose Fähigkeiten lernen kann. Sein Buch «Unternehmerblut» ist denn auch Inspiration für all jene, die die Unternehmerin/den Unternehmer in sich kultivieren wollen. Das unterhalt-same Lesebuch reflektiert anhand von Interviews, Zitaten und kurzen Essays die Eigenschaften von erfolg-reichen Unternehmerinnen und Unternehmern.

Lernen von den Besten

Neben Remmers kommen in «Unternehmerblut» erfolgreiche Schweizer Persönlichkeiten zu Wort. Dazu gehören u.a. Georges Kern (Breitling), der über die Einfachheit von Marken spricht, Dieter Meier (Yello), der von der Disziplin der Kreativität erzählt oder Tom Hanan (Webrepublic), der sich über Kultur im Unternehmen äussert. Wer die Unternehmerin/den Unternehmer in sich kultivieren will, kann von insgesamt 15 Persönlichkeiten einiges lernen.

Unternehmer machen Unternehmer

Bernd Remmers hat erfolgversprechende unternehmerische Eigenschaften in den vierzig Jahren seines eigenen Schaffens und im Kontakt mit zahlreichen Unternehmerinnen und Unternehmern Schritt für Schritt entdeckt. Laut Remmers sind sie «Vorbilder» für alle, die unternehmerischer denken und handeln wollen – egal ob sie an der Spitze einer Firma stehen, ein Team leiten oder selbstständig sind. Denn Unternehmerblut fliesst in jedem.

unternehmerblut.ch



Über den Autor

Bernd Remmers (* 1948) stammt aus einer deutschen Unternehmerfamilie und ist seit vier Jahrzehnten als Coach und Consultant für Change-Management, Unternehmenskultur, Strategieumsetzung und Leadership tätig. Er lebt in Zug und Cape Town.



Vontobel – Drittgrösster Anbieter nachhaltiger Anlagelösungen

Geht es um nachhaltiges Investieren, leistet Vontobel seit mehr als zwanzig Jahren Pionierarbeit. Mittlerweile ist unser Unternehmen der drittgrösste Anbieter nachhaltiger Investitionen in der Schweiz.

Der Blick in die Unternehmensgeschichte von Vontobel zeigt, dass nachhaltiges Handeln in unterschiedlichen Facetten schon immer ein Bestandteil der Unternehmenskultur war. Für uns bedeutet unternehmerische Verantwortung, den drei Dimensionen der Nachhaltigkeit – Ökonomie, Umwelt und Gesellschaft – gerecht zu werden. Dies gilt auch für unsere Anlagelösungen.

Nachhaltige Investitionen legen zu

Die Entwicklung des europäischen Marktes zeigt, dass die Investition in nachhaltige Anlagelösungen mehr als nur ein Trend ist. Die durchschnittliche jährliche Wachstumsrate von nachhaltig verwalteten Geldern betrug gemäss der Global Sustainable Investment Alliance zwischen 2014 und 2018 sechs Prozent. Dieser Aufwärtstrend dürfte sich fortsetzen, denn mit dem «Aktionsplan zur Finanzierung eines nachhaltigen Wachstums» der EU rücken nachhaltige Anlagelösungen noch stärker in den Fokus. Das langfristige Ziel dieses Aktionsplans ist es, ein ressourceneffizientes und emissionsarmes Wirtschaftssystem zu fördern. Dem Finanzsektor und den Anlegern wird hierbei eine Schlüsselrolle zugewiesen.

Die Schweiz zieht mit

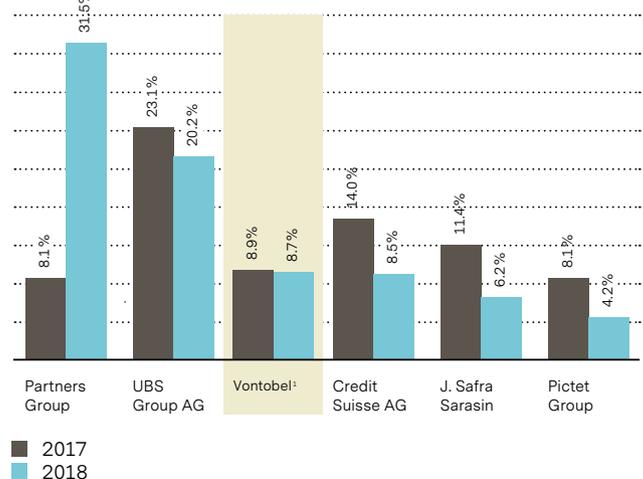
In der Schweiz sind nachhaltige Anlagelösungen ebenfalls gefragt. 2018 wuchs das Investitionsvolumen in solche Anlagen um 83 Prozent gegenüber dem Vorjahr: Gesamthaft waren gemäss einer Studie des Verbandes Swiss Sustainable Finance hierzulande 716.6 Milliarden Schweizer Franken nachhaltig angelegt.

Laut dieser Studie ist Vontobel der drittgrösste Anbieter für nachhaltige Anlagelösungen. 2018 stieg das durch das Unternehmen verwaltete Vermögen gegenüber

2017 um rund 60 Prozent an. Im ersten Halbjahr 2019 verzeichnete Vontobel bereits einen weiteren signifikanten Zuwachs bei nachhaltig verwalteten Vermögen. Vontobel hat sich zum Ziel gesetzt, diesen Wachstumspfad fortzusetzen.

Top 6 Schweizer Marktakteure für nachhaltige Anlagen gemessen am verwalteten Vermögen in der Schweiz

Marktanteil in %



Quelle: SSF Swiss Sustainable Finance, Marktanteile gemessen am verwalteten Vermögen in der Schweiz. Aufgrund des markanten Anstiegs der verwalteten Vermögen bei der Partners Group sinken die relativen Marktanteile bei den meisten Marktakteuren; dies trifft auf die verwalteten absoluten Vermögen nicht zwangsläufig zu.

¹ Beinhaltet Anlagevermögen von Raiffeisen Schweiz und Ethos Services SA

Vontobel – Ausgezeichnetes Rating für nachhaltige Anlagelösungen

Zum wiederholten Male erhält Vontobel für seine nachhaltigen Anlagestrategien ein hervorragendes Rating von der Initiative der Vereinten Nationen «Prinzipien für verantwortliches Investieren» (UN PRI).

Die Initiative der Vereinten Nationen hat eine klare Vision: Dank eines wirtschaftlich effizienten, nachhaltig gestalteten globalen Finanzsystems ist eine langfristige Wertschöpfung möglich. Innerhalb eines solchen Systems werden verantwortungsvolle Investitionen belohnt und kommen sowohl der Umwelt als auch der Gesellschaft als Ganzes zugute. Diese Vision teilen die Unterzeichner von UN PRI, zu denen seit 2010 Vontobel gehört.

Vontobel über dem Benchmark

Als eine von 2'500 Unterzeichnerfirmen setzt Vontobel die Prinzipien der Initiative um. Mit grossem Engagement, wie das jährliche Rating der Initiative zeigt. Erzielte Vontobel 2018 bereits eine hervorragende Bewertung, konnte sich das Unternehmen 2019 mit seinen nachhaltigen Anlagestrategien nochmals steigern. Für das Rating überprüft PRI anhand von sieben Modulen, wie Vontobel die Prinzipien der Initiative innerhalb der Anlageklassen (Aktien und Obligationen) anwendet. In allen Modulen liegt Vontobel über dem Benchmark (2018: sechs von sieben Modulen über dem Benchmark).

In der praktischen Umsetzung folgen die Unterzeichner sechs Prinzipien. Diese zielen darauf ab, ein besseres Verständnis der Auswirkungen von Investitionsaktivitäten auf Umwelt-, Sozial- und Unternehmensführungsthemen (englisch: Environment, Social and Governance – ESG) zu schaffen.

Die sechs Prinzipien

1. Wir werden ESG-Themen in die Analyse- und Entscheidungsprozesse im Investmentbereich einbeziehen.
2. Wir werden aktive Anteilseigner sein und ESG-Themen in unserer Investitionspolitik und -praxis berücksichtigen.
3. Wir werden Unternehmen und Körperschaften, in die wir investieren, zu einer angemessenen Offenlegung in Bezug auf ESG-Themen anhalten.
4. Wir werden die Akzeptanz und die Umsetzung der Prinzipien in der Investmentbranche vorantreiben.
5. Wir werden zusammenarbeiten, um unsere Wirksamkeit bei der Umsetzung der Prinzipien zu steigern.
6. Wir werden über unsere Aktivitäten und Fortschritte bei der Umsetzung der Prinzipien Bericht erstatten.

.....
Den Vontobel Transparency Report finden Sie unter:
→ unpri.org
.....

Vontobel – Wer wird die Supermacht des digitalen Zeitalters?

Die bisherige Weltordnung ist durcheinandergeraten. Alte und neue Mächte konkurrenzieren um eine Vormachtstellung. Wie sich dies für Investoren auswirkt und warum ein Blick über aktuelle Streitigkeiten hinaus wichtig ist, zeigt das Whitepaper von Vontobel: «Wer wird die Supermacht des digitalen Zeitalters?»

Geht es um die aktuelle Weltordnung, wird oft Multipolarität als zusammenfassendes Stichwort genutzt. Doch folgt auf die bipolare Ordnung des Kalten Krieges und die unipolare Machtstellung der USA der letzten Jahrzehnte tatsächlich eine ausgeglichene Machtverteilung?

Zwei Supermächte im Wettstreit

Das Whitepaper «Wer wird die Supermacht des digitalen Zeitalters?» von Vontobel analysiert das geopolitische Geschehen. Vor dem Hintergrund der aktuellen Veränderungen werden die makroökonomischen Implikationen mit ihren Chancen und Risiken für Investoren erörtert.

Was bereits heute auffällt: Die USA fühlen sich von China herausgefordert. Denn dessen aufstrebende Wirtschaft nimmt Fahrt auf und konkurrenziert eine bisherige Domäne der USA: Hightech-Innovationen.

China dagegen beobachtet, dass das internationale, von der Pax Americana geprägte System immer weniger die Fähigkeit besitzt, auf globale Herausforderungen zu reagieren. Eine attraktive Ausgangssituation, um in die Fusstapfen der USA zu treten.

Der Blick über die Aktualität hinaus

Die Situation nur auf Basis des akuten Handelsstreits zwischen den beiden Ländern zu beurteilen, reicht nicht aus. Das Whitepaper von Vontobel berücksichtigt darum auch die historischen, kulturellen als auch systemischen Unterschiede. Und schafft so Verständnis für den Kampf um eine neue Weltordnung, die durch künstliche Intelligenz und Big Data geprägt sein wird.

.....
Jetzt bestellen unter
 → vontobel.com/impact

Das Whitepaper entstand in Zusammenarbeit mit dem international renommierten Thinktank Eurasia Group. Die Denkfabrik ist bekannt für seine fundierten geopolitischen Risikoanalysen und sein globales Netzwerk.



Noch mehr Inspirationen unter
→ **vontobel.com/inspiration**

Rechtliche Hinweise

Diese Publikation entspricht Marketingmaterial gemäss Art. 68 des Schweizer FIDLEG und dient ausschliesslich zu Informationszwecken. Zu den genannten Finanzprodukten stellen wir Ihnen gerne jederzeit und kostenlos weitere Unterlagen wie beispielsweise das Basisinformationsblatt oder den Prospekt zur Verfügung.

Das Magazin «Inspiration» dient ausschliesslich zu Informationszwecken. Die Publikation stellt weder ein Angebot noch eine Aufforderung dar seitens oder im Auftrag von Vontobel zur Beanspruchung einer Dienstleistung, zum Kauf oder Verkauf von Wertpapieren oder ähnlichen Finanzinstrumenten oder zur Teilnahme an einer spezifischen Handelsstrategie in irgendeinem Rechtsraum. Die Erbringung der in dieser Publikation beschriebenen Dienstleistungen richtet sich nach dem mit dem Leistungsempfänger abgeschlossenen Vertrag. Inhalt, Umfang und Preise der Dienstleistungen und Produkte können je nach Land unterschiedlich ausgestaltet sein und jederzeit ohne Ankündigung geändert werden. Einige Dienstleistungen und Produkte werden nicht weltweit und nicht durch alle Gesellschaften von Vontobel angeboten und können zudem in bestimmten Ländern rechtlichen Einschränkungen unterworfen sein. Der Nachdruck von Texten ist ohne die schriftliche Bewilligung von Vontobel weder ganz noch teilweise gestattet.

Einzelheiten dazu, wie wir mit Ihren Daten umgehen, finden Sie in unserer aktuellen Datenschutzrichtlinie (vontobel.com/privacy-policy/) sowie auf unserer Website zum Datenschutz (vontobel.com/gdpr). Sofern Sie gerne eine physische Version der Privacy Policy von uns erhalten möchten, wenden Sie sich bitte an folgende E-Mail-Adresse: wealthmanagement@vontobel.com.

Impressum

Herausgeber

Bank Vontobel AG
Gotthardstrasse 43
8022 Zürich, Schweiz

Redaktion

Vontobel
open up AG für Kommunikation und PR

Konzept

MetaDesign AG

Gestaltung & Realisation

Design Team, Vontobel

Druck

Schellenberg Druck AG

Bilder

gettyimages



Magazin bestellen, abbestellen, Adresse ändern

vontobel.com/magazin



Blog

vontobel.com/inspiration



Feedback

wealthmanagement@vontobel.com



[linkedin.com/company/vontobel](https://www.linkedin.com/company/vontobel)

Erscheinungsweise

2 x pro Jahr

Sprachen

Deutsch, Englisch, Französisch



Vontobel druckt auf 100% Recyclingpapier: Die Herstellung von Recyclingpapier verbraucht rund 1.5 Mal weniger Energie und 2.5 Mal weniger Wasser als die Produktion von Papier aus Frischfasern. Ausserdem verringert Recyclingpapier die Treibhausgasemissionen um über 20%. Die verbleibenden Emissionen kompensieren wir über verschiedene CO2-Projekte weltweit.

Weitere Informationen

vontobel.com/nachhaltigkeit

Bank Vontobel AG
Gotthardstrasse 43
8022 Zürich
Schweiz

Vontobel Swiss Wealth Advisors AG
Gotthardstrasse 43
8022 Zürich
Schweiz

Bank Vontobel Europe AG
Alter Hof 5
80331 München
Deutschland

Vontobel Wealth Management (Hong Kong) Ltd.
1901 Gloucester Tower, The Landmark
15 Queen's Road Central
Hong Kong
China

vontobel.com

