

Wirtschaft

Deutsche Justiz: CS-Kunden sollen Bankmitarbeiter verpetzen

Hat Credit Suisse deutschen Steuersündern dabei geholfen, Geld zu verstecken? Die Ermittler wollen es genau wissen - und löchern CS-Kunden mit einem Fragebogen.

David Nauer, Berlin

Zahlreiche Kunden von Credit Suisse in Deutschland haben in diesen Tagen Post erhalten - von der Staatsanwaltschaft Düsseldorf. Inhalt des Schreibens: ein ausführlicher Fragebogen über die Kontakte des jeweiligen Empfängers zur Schweizer Bank. Die Ermittler wollen unter anderem wissen, wie der Kunde mit der Bank ins Geschäft kam, welche Konten er besass, wie sie verwaltet wurden und welche CS-Mitarbeiter in Erscheinung traten.

Hintergrund der Frageaktion ist ein Ermittlungsverfahren der Staatsanwaltschaft Düsseldorf (Aktenzeichen 131 Js 1/10). Es richtet sich gegen Verantwortliche und Mitarbeiter von Credit Suisse wegen Beihilfe zur Steuerhinterziehung. Ausgelöst worden waren die Ermittlungen durch Hinweise auf jener CD mit gestohlenen Bankdaten, welche das Land Nordrhein-Westfalen im Februar für 2,5 Millionen Euro einem anonymen Informanten abgekauft hat.

Liste mit 24 Fragen

Bei der Überführung der mutmasslich fehlbaren Banker sollen nun offenbar die Kunden entscheidende Tipps geben. Vornehm und höflich geben sich die Ermittler aus Düsseldorf in dem Dokument, das sie zu diesem Zweck verschickten und das dem «Bund» vorliegt. «Da auch Sie zum Kreis der Anleger dieses Instituts (Credit Suisse, Anm. der Red.) gehören, ist es erforderlich, Sie als Zeuge/Zeugin zu dem Verfahren zu hören», heisst es im Begleitschreiben.

Es folgt eine Liste mit insgesamt 24 Fragen. Gleich zu Beginn kommen die Beamten auf den Punkt. «Warum wurde die Credit Suisse AG ausgewählt?», wollen sie wissen. «Versprach die Credit Suisse gegebenenfalls eine gegenüber anderen schweizerischen oder anderen ausländischen Banken besondere Betreuung bei der Verwaltung nicht versteuerter Vermögenswerte?»

Weiter verlangen die Ermittler genaue Auskunft über «Einzelheiten in Bezug auf Kontoeröffnung, Anlagestrategie, Vermögensstransfer». Sie wollen den «Verlauf des ersten Beratungsgesprächs» geschildert haben, und vor allem sind



Düstere Machenschaften hinter strahlender Fassade? Deutschland-Filiale von Credit Suisse in Frankfurt. Foto: Martin Oeser (DDP)

sie an Namen der verantwortlichen Bankmitarbeiter interessiert.

Dass sich die Ermittlungen nicht gegen die Bankkunden, gegen die unter Umständen bereits eigene Verfahren laufen, sondern gegen die CS-Mitarbeiter richten, wird auch aus der Frage Nummer 6 ersichtlich. «Würde bei den Gesprächen direkt oder gegebenenfalls zwischen den Zeilen angesprochen, dass die anzulegenden Vermögenswerte nicht versteuert werden sollten? Falls dies nicht unmittelbar angesprochen wurde: Hatten Sie den Eindruck, dass der Mitarbeiter der Credit Suisse davon ausging, dass dies der Fall sei? (Ggf. bitte ausführen, aufgrund welcher Umstände Sie diesen Eindruck hatten.)»

Dem Fragebogen vorangestellt ist eine rechtliche Belehrung, welche die angeschriebenen Bankkunden zu unterschreiben haben. Die Antworten müssten «vollständig sein und der Wahrheit entsprechen», heisst es da. Andernfalls drohe eine «Verfolgung wegen falscher Anschuldigung oder Begünstigung beziehungsweise Strafreitelung».

Das Dokument zeigt darüber hinaus, wie weit der Verdacht der deutschen Ermittler geht. Offenbar vermuten sie, die CS könnte systematisch Beihilfe zur Steuerhinterziehung geleistet haben. So fragen sie nach einem «Kurierdienst zum Transport von Vermögenswerten», den die Bank möglicherweise organisiert habe. Es interessiert sie auch, ob

die «Möglichkeit angesprochen wurde, zur besseren Tarnung ein offizielles Konto für die Steuererklärung und ein zweites, parallel geführtes, Konto für nicht versteuerte Erträge zu führen.»

Credit Suisse wollte sich gestern nicht zu dem Fragebogen äussern. Auch die Staatsanwaltschaft hielt sich zunächst bedeckt, stellte aber weitere Informationen für heute Donnerstag in Aussicht.

Es handelt sich bereits um den zweiten aufsehenerregenden Schachzug der Düsseldorfer Ermittler. Mitte Juli liessen sie die 13 CS-Filialen in Deutschland durchsuchen und beschlagnahmten umfangreiches Datenmaterial. Was die Razzia konkret brachte, steht derzeit allerdings noch nicht fest.

Nestlé setzt Prognose für Wachstum hinauf

Der Westschweizer Nahrungsmittelriese hat vorübergehende Schwächen, etwa beim Wasser, ausgegübelt und vor allem in den Schwellenländern stark zugelegt. Obschon 14 Prozent mehr ins Marketing investiert wurden, stieg der Reingewinn im 1. Halbjahr um 7,5 Prozent auf 5,5 Milliarden Franken. Der Umsatz fiel mit 55,3 Milliarden 5,9 Prozent höher aus. Das um Wechselkurs- und Akquisitionseffekte bereinigte organische Wachstum betrug 6,1 Prozent, wobei das Kerngeschäft mit Nahrungsmitteln und Getränken um 5,7 Prozent zulegte. Das erlaubt Konzernchef Paul Bulcke, im Kerngeschäft 5 Prozent organisches Wachstum in Aussicht zu stellen. Die operative Gewinnmarge soll währungsbereinigt zulegen. Bisher hatte Nestlé nur ein höheres organisches Wachstum und eine bessere Marge in Aussicht gestellt. Nestlé ist damit klar optimistischer als die Konkurrenten Danone und Unilever. (meo)

Adecco kehrt in die Gewinnzone zurück

Die erstarkte Konjunktur verleiht Adecco mächtig Schub. Der weltgrösste Arbeitskräftevermittler hat im zweiten Quartal 2010 einen Gewinn von 97 Millionen Euro eingefahren, nachdem das Unternehmen ein Jahr zuvor noch 147 Millionen Verlust erlitten hatte. Das Unternehmen, das in der Krise Tausende von Stellen abgebaut hatte, will den Erfolg im Moment aber nicht in einen grossen Personalaufbau ummünzen. Die Zahl der Vollzeitstellen ist seit Anfang Jahr zwar von 28 000 auf über 31 000 gestiegen, doch das gehe in erster Linie auf die Zukäufe der Unternehmen MPS und Spring zurück, sagt Finanzchef Dominik de Daniel. «Wir haben gesehen, dass wir mit weniger Leuten mehr leisten können.» Vorrang habe vorläufig die Profitabilität. Adecco baue nur selektiv Stellen auf, vor allem in Schwellenländern. Der Umsatz stieg von 3,59 auf 4,65 Milliarden Euro an. (sda)

Kurz

Banken Norddeutsche Landesbank verklagt Credit Suisse

Die NordLB verlangt fast 80 Millionen Euro Schadenersatz von der CS, wie das «Handelsblatt» gestern berichtete. Das deutsche Geldinstitut bestätigte, dass eine entsprechende Klage beim Handelsgericht in Zürich eingereicht worden sei. Die CS wollte die Klage nicht kommentieren. Gemäss Recherchen des Blattes handelt es sich bei der Klage um eine Spätfolge von zahlreichen Aktiengeschäften zwischen der NordLB, Credit Suisse und einer inzwischen insolventen Firma namens Vatas, die dem umstrittenen deutschen Jungunternehmer Lars Windhorst gehörte. Bei der NordLB mussten im Zuge der Aufarbeitung der Affäre mehrere hochrangige Manager gehen. (rf)

Autozulieferer Rieter legt deutlich zu

Der Winterthurer Autozulieferer und Textilmaschinen-Hersteller schreibt in beiden Divisionen operativ wieder schwarze Zahlen und verbucht fast eine Auftragsverdoppelung. Unter dem Strich weist Rieter für das erste Halbjahr aber noch einen Verlust von 15,3 Millionen Franken aus. Gegenüber dem Vorjahresverlust von 145,5 Millionen hat sich die Lage allerdings deutlich entspannt. Der Umsatz nahm auf den konjunkturrempfindlichen Absatzmärkten um 34 Prozent auf 1,2 Milliarden zu. (sda)

Banken Vontobel macht 79 Mio. Gewinn

Nach dem Einbruch im Vorjahr hat die Bank Vontobel im ersten Halbjahr 2010 wieder mehr verdient. Der Reingewinn kletterte um gut ein Viertel auf 78,8 Mio. Franken. Alle drei Geschäftsfelder hätten ein deutlich zweistelliges Gewinnwachstum erzielt. Erfreulich seien insbesondere die Neugeldentwicklung und die Verbesserung des Vermögensverwaltungs geschäfts. Der Vontobel-Gruppe flossen im ersten Halbjahr netto 3 Mrd. Fr. an Neugeldern zu. (sda)

Mit der noblen Diners-Club-Kreditkarte in die angesagtesten Klubs

Wie der 26-jährige Patrick Liotard-Vogt der verstaubten Marke Diners Club neues Leben einhauchen will.

Romeo Regenass

Als 20-Jähriger hat Patrick Liotard-Vogt, Enkel des früheren Nestlé-Chefs Pierre Liotard-Vogt, im Jahr 2004 das Unternehmen «The World's Finest Clubs» gegründet: Für 2000 Euro pro Jahr kommen Mitglieder, ohne anzustehen, in die angesagtesten Klubs der Welt. Letzten Herbst kaufte der Stäfer für einen zweistelligen Millionenbetrag die Online-Plattform «A Small World»: Ins Facebook für Reiche kommt man nur auf Einladung, das Durchschnittseinkommen der User liegt bei 300 000 Euro.

Exklusivität durch und durch also. Da wollte es nicht so recht passen, dass der Jungunternehmer letzten Oktober im «Migros-Magazin» angab, in Restaurants und Hotels gerne die M-Budget-Kreditkarte der Migros zu zücken. Anthony Helbling, Geschäftsführer von Diners Club, schrieb den Jungunternehmer an, auf «A Small World»: «Wer Stil hat, hat eine Diners.» Man kam ins Gespräch, und seit Freitag besitzen die beiden mit zwei weiteren Investoren die Diners-Lizenz für Deutschland, die Schweiz und Liechtenstein. Im Rahmen ihrer Konzentration aufs Kerngeschäft hatte die amerikanische Citibank Diners zum Verkauf ausgeschrieben. Geschäftsführer Helbling hatte bewusst eine jüngere Person als Hauptinvestor gesucht, die den Lifestyle-Bereich und die sozialen Netzwerke kennt. Liotard-Vogt bringt beides

mit - und für einen 26-Jährigen erst noch einiges an Erfahrung als Investor.

Diners Club ist in der Schweiz eine «eingeschlafene Marke», wie Liotard-Vogt selbst sagt. Der Kreditkartenpionier hat weniger als 50 000 Karten im Umlauf, der Bekanntheitsgrad ist gering, ältere Semester bringen die Marke allenfalls noch mit der Skilegende Bernhard Russi in Verbindung, der in den 70er-Jahren für Diners warb. Wer eine Diners Club hat, ist im Schnitt 46 Jahre alt und in drei von vier Fällen ein Mann.

«Diners war etwas Spezielles, aber das ist in Vergessenheit geraten», analysiert Liotard-Vogt. Die Herausforderung sei jetzt, die Marke neu zu beleben. «Ich weiss von meinen anderen Engagements her, was eine auserwählte Kundschaft will, und da hoffe ich, meinen Beitrag zur Neulancierung zu leisten.»

Zukünftig alles auf dem Handy

Die Synergien mit den anderen exklusiven Firmen des Zürchers sind offensichtlich. «A Small World» erreicht in 200 Ländern die Top 1 Prozent - also genau die Kunden, die sich unter anderem auch Diners Club wünscht. Und dass sich die Mitgliedskarte von The World's Finest Clubs in Zukunft mit Diners verbinden lässt, ist klar.»

Liotard-Vogt denkt auch an technische Innovationen, wo ein anderes seiner Engagements Anknüpfungspunkte bietet. Das Lausanner Unternehmen Poken hat einen speziellen Schlüsselanhänger entwickelt. Treffen sich zwei Unbekannte, die beide damit ausgerüstet sind, können sie mittels Funk ihre Daten auf Netzwerken wie Facebook oder «A Small World» austauschen. Poken ist die elektronische



Patrick Liotard-Vogt.

Varianten der herkömmlichen Visitenkarte. Die Firma wird vom Bund unterstützt, um entsprechende Anwendungen auf dem Handy zu entwickeln. «Es ist nur eine Frage der Zeit, bis wir alles Wesentliche auf dem Handy haben», ist Liotard-Vogt überzeugt.

Für Geschäftsführer Helbling hatte Diners Club bisher den falschen Eigentümer: «Citibank war im Kartengeschäft eine Fabrik und hatte weltweit mehrere Hundert Millionen Kreditkarten im Umlauf. Ein Premium-Produkt wie Diners braucht aber Individualität.» Um den Service zu verbessern, verzichte man künftig auf ein anonymes Callcenter und biete dem Kunden individuelle Ansprechpersonen, die auch Entscheidungskompetenz hätten. Sie werden am neuen Hauptsitz von Diners Club im Swisscom-Tower in Rapperswil arbeiten, wo die Miete der Büros mit Weitsicht für 40 Mitarbeiter ein Vielfaches günstiger zu stehen kommt als in der Zürcher City, wo Diners Club aktuell ist. «Dieses Geld setze ich lieber für Produktentwicklung und Marketing ein», sagt Helbling. Das Kartengeschäft sei margenschwach, da müsse man mehr auf die Kosten schauen als etwa im Private Banking.

Neuerdings ohne M-Budget-Karte

Im hart umkämpften Kreditkartenmarkt will Diners Club wieder eine wichtige Rolle spielen. «Heute hat ja jeder eine schwarze Karte, die Centurion von

Amexco unterscheidet sich vom Aussehen her kaum von der Coop Supercard plus.» Diners hingegen soll weiterhin für Solvenz und Exklusivität stehen - und für Innovation, die gut verkauft wird. «Die Diners Club Arena der Lakers in Rapperswil war das erste Sportstadion in der Schweiz, das einen Namenssponsor hatte», sagt Helbling. «Nur haben wir das schlecht vermarktet.»

Seine M-Budget-Karte hat Liotard-Vogt inzwischen zurückgegeben. Neben der Diners hat es in seinem Portemonnaie vorläufig nur noch Platz für eine private Visa und eine Mastercard-Firmenkarte.

Exklusivität als Geschäft Mit 26 bereits breit diversifiziert

Patrick Liotard-Vogt lebt im Elternhaus in Stäfa und in seiner Wohnung in New York. Mit 18 unterbrach er seine Ausbildung, um ins Geschäftsleben einzusteigen. Er hat einen Bachelor in Banking & Finance gemacht und ist heute in über 30 Unternehmen als Investor involviert. Einige davon sind allerdings sehr klein, oder Liotard hält nur eine kleine Beteiligung. Die wichtigsten Engagements:

- A Small World (betreibt ein exklusives Online-Netzwerk für Gutbetuchte, bei dem man nur auf Einladung Mitglied werden kann)
- The World's Finest Clubs (Herausgeberin einer Mitgliederkarte für den kostenlosen VIP-Zugang in weltweit über 80 Klubs)
- Poken (stellt digitale Visitenkarten her, mit denen zwei Personen ihre Daten auf sozialen Netzwerken per Funk austauschen können)
- Diners Club (Lizenz der Kreditkarte für Deutschland, Schweiz und Liechtenstein)
- Silkmed (Produktion und Verkauf eines Hand-Desinfektionsgels für Reisende). (meo)