

FREIE SICHT

Katalonien ist nur der Anfang

REINER EICHENBERGER

Es wird zumeist sehr prinzipiell über die Unabhängigkeit Kataloniens diskutiert: Die einen fürchten Verfassungsbruch und gefährlichen katalanischen Nationalismus, die anderen sehen spanischen Nationalismus und das Selbstbestimmungsrecht der Völker. Andere fragen wiederum: Sind die Katalanen überhaupt ein Volk?



Verkannt wird dabei, dass die heutige Situation wohl nur ein Vorbote einer allgemeineren Sezessionswelle ist – der ökonomisch zu erwartenden Folge von EU und Globalisierung.

Früher profitierten reiche Regionen wie Katalonien von der Mitgliedschaft in einem grösseren Nationalstaat mit einem grossen nationalen Binnenmarkt und zuweilen auch Grössenvorteilen bei der Verteidigung. Das wirtschaftliche Argument wurde mit der Entwicklung des EU-Binnenmarktes hinfällig und das militärische Argument mit dem Ende des Ost-West-Konfliktes sowie der Entwicklung der EU in Richtung einer Verteidigungs- und Sicherheitsgemeinschaft. Der Erfolg der EU ist deshalb ein Spaltpilz für die Nationalstaaten.

Sodann befinden sich die Regionen infolge der Globalisierung zunehmend im internationalen Standortwettbewerb. Um mithalten zu können, brauchen sie gute politische Institutionen und weitreichende Autonomie mit echten Besteuerungs- und Ausgabekompetenzen. Der Kampf um Unabhängigkeit in Kata-

«Der Erfolg der EU ist ein Spaltpilz für die heutigen Nationalstaaten.»

lonien hat sehr viel mit der Suche nach einer besseren Position im globalen Wettbewerb zu tun. Regionen, die viel an ihre Landesgenossen abgeben müssen, sind benachteiligt. Sie liegen mit nationalen Hauptstädten im Wettbewerb, die in verschiedener Weise von ihren Ländern subventioniert werden.

Im Zuge der Globalisierung vergleichen sich Regionen auch öfters international. In Schottland hat der Regionalismus auch zugenommen, weil sich die unselbstständigen Schotten vermehrt mit den selbstständigen skandinavischen Staaten verglichen haben, die ihnen bei ähnlicher geografischer Lage und Bevölkerungsgrösse hinsichtlich Wirtschaftsleistung, nachhaltiger Staatsfinanzierung, Wettbewerbsfähigkeit, Innovationskraft und Lebenszufriedenheit der Bevölkerung weit voraus liegen.

In der heutigen, vor 1990 kaum vorhersehbaren Situation ist es wenig fruchtbar, sich wie die spanische Regierung diskussionslos auf eine ältere Verfassung zu berufen. Natürlich kann man nicht die Verfassung aussetzen, nur weil sich die Welt so stark verändert hat. Genauso ist es aber auch weltfremd, sich gegen die natürlichen Folgen der Vertiefung der EU in den letzten zwanzig Jahren und der Globalisierung zu stemmen. Eigentlich wäre es die Aufgabe der nationalen Regierungen gewesen, die Entwicklung rechtzeitig zu erkennen und gemeinsam mit den Regionen fruchtbare Lösungen zu erarbeiten. Offensichtlich ist aber nicht einmal die EU darauf vorbereitet, dass ihr Erfolg die Mitgliedsländer spaltet.

In dieser Kolumne schreiben im Wechsel «Handelszeitung»-Chefökonom Simon Schmid, «Handelszeitung»-Autor Urs Paul Engeler sowie Reiner Eichenberger, Professor für Finanz- und Wirtschaftspolitik an der Universität Freiburg.

FREIE SICHT

Alle Kolumnenbeiträge im Internet: handelszeitung.ch/freiesicht



EMS-Chefin Madgalena Martullo-Blocher: Mit einem Vermögen von über 5 Milliarden Franken laut Bloomberg die viertreichste Frau der Schweiz.

Das Stromproblem

EMS-Gruppe UBS-Studie zeigt: Aufstieg des E-Autos ist ein Risiko für das Bündner Chemieunternehmen.

MARC ISELI

Letztes Jahr schrammte Madgalena Martullo-Blocher knapp an der Marke vorbei. 2017 aber wird die EMS-Gruppe wohl erstmals mehr als 2 Milliarden Franken Umsatz machen. Das zeigen die jüngst vorgelegten Zahlen. Von Januar bis September wuchs das auf Kunststoffe und Chemikalien spezialisierte Unternehmen um fast 7 Prozent. Der Umsatz in den ersten neun Monaten: 1,6 Milliarden Franken.

Autobauer weltweit setzen auf die Produkte der Südostschweizer. In aufwendiger Forschungsarbeit hat das Unternehmen Materialien entwickelt, die den extremen Druck- und Hitzebelastungen im Motorraum eines Autos standhalten. Die Kunststoffe trotzen selbst Dauertemperaturen von bis zu 270 Grad Celsius, widerstehen Motorenöl und Hydraulikflüssigkeit. Allein: Der Verbrennungsmotor ist dem Untergang geweiht, die Zukunft der Mobilität ist elektrisch. Experten der UBS fällen daher das harte Verdikt: Martullo-Blochers Aufstieg ruht auf einem Auslaufmodell.

Verbrennungsmotor am Ende

Zunächst waren es Umweltschützer, die auf Elektroautos setzten. Der Rest mied den Birkenstock-Mief. Mittlerweile ist das Hohelied auf den Verbrennungsmotor aber auch in den Chefetagen

der grossen Autokonzerne verstummt. Selbst in Deutschland wird von der «Autowende» gesprochen.

VW hat angekündigt, dass schon bald jeder dritte Audi, Škoda, Seat oder Volkswagen vollelektrisch sein soll. Mercedes-Benz hat seine Produktion einem Stresstest unterzogen, um herauszufinden, was passiert, wenn die Hälfte aller Neuwagen mit Elektroantrieb gebaut würde. Die Stuttgarter halten das für ein denkbare Szenario, das auch von der UBS gestützt wird. Laut den Experten der Bank wird bereits im Jahr 2025 jedes dritte neu verkaufte Auto in Europa elektrisch angetrieben werden (siehe Grafik).

Mit dem Wandel hin zur Elektromobilität fällt der komplexeste Teil eines

Benziners oder Diesel weg: der Verbrennungsmotor. Aber auch das Treibstoffsystem, Bremsscheiben, Abgasanlage, Getriebe und Kühler sind alsdann obsole. Das hat Folgen für die Zulieferindustrie – auch für die EMS-Gruppe.

Das Bündner Unternehmen erwirtschaftet über 60 Prozent des Umsatzes im Automobilbereich. UBS-Analyst Patrick Rafaisz sieht durchaus Chancen für die Firma, wie er in einer Studie vom Mai schreibt und in einer weiteren von Ende September bekräftigt. Etwa bei Dämpfungsmaterialien, die wichtiger werden, weil das typische Brummen des Motors verstummt.

Weniger Kunststoff

Gross sind aber auch die Risiken. Im Fokus sind die Produkte aus der Abteilung EMS-Grivory. Der Unternehmensbereich steht für rund zwei Drittel der Hochleistungskunststoffe. In diesem Segment seien Elektroautos eine Gefahr, weil der Antrieb aus weniger Komponenten bestehe und die Themen Rostschutz sowie Hitzebeständigkeit an Relevanz einbüsst. Unterm Strich kommt der Industrieexperte der UBS zum Schluss, dass der Umbruch das Unternehmen «negativ» beeinflusse.

Rafaisz führt den Chevrolet Bolt als Evidenz an. In der Karosserie und im Antrieb des vollelektrischen US-Autos

sind nur noch 9 Kilogramm polymere Verbindungen verbaut. In einem VW Golf dagegen fast das Dreifache.

Ein Sprecher der EMS-Chemie widerspricht der Darstellung. Das Unternehmen sei bestens gerüstet für den Umbruch in der Mobilitätsindustrie, sagt Conrad Gericke. Die Substitution von

3000

Personen arbeiten für EMS.

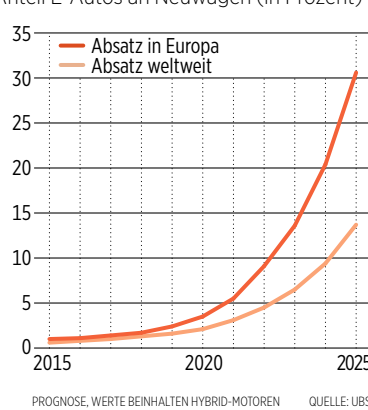
Metall bleibe ein wichtiges Thema sowohl beim Chassis als auch bei der Innenausstattung eines Elektroautos. EMS-Produkte kämen bereits heute «bei allen bedeutenden E-Autos zum Einsatz», sagt Gericke. Er

spricht vom Gehäuse für den elektrischen Motor und den Batterieblock, von Getriebekomponenten, elektronischen Modulen, Steckern, Kabelummantelungen und Bauteilen im Thermomanagement. Neue Projekte kämen laufend hinzu. Gericke zitiert seine Chefin Martullo-Blocher: «Jedes Erdbeben legt eine Goldader frei.»

Unterstützung erhält der Firmensprecher von ZKB-Analyst Philipp Gamper. Das Elektroauto sei «bis auf absehbare Zeit» ein Nischenthema, ist der Bankexperte überzeugt. Der Benziner und die Produkte der EMS-Gruppe blieben begehrt. Gamper hat überdies Vertrauen in die 48-jährige Chefin. «Das Management der EMS-Gruppe ist dafür bekannt, Entwicklungen frühzeitig zu erkennen und darauf zu reagieren», sagt er.

Mehr Stromer erwartet

Anteil E-Autos an Neuwagen (in Prozent)



IWC mit Bollywood-Charme

Haute Horlogerie Die Uhrenmanufaktur IWC sucht Erfolg in Indien. Dabei setzt die Männermarke auf Frauen.

MARC ISELI

Am Anfang stand ein Mann aus Übersee. 1868 legte Florentine Ariosto Jones den Grundstein für die Weltmarke IWC. Im damaligen Billiglohnland Schweiz liess er die International Watch Company eintragen. Das Ziel: Produktion von Taschenuhrwerken für den US-Markt.

Die Firma entwickelte sich aber anders. Sie mauserte sich zur Qualitätsschmiede, deren Produkte exklusiv das Männerhandgelenk zielen. Mit viel Werbeaufwand positionierten sich die Schaffhauser über viele Jahre als die Schöpfer der Männeruhr schlechthin. Der Slogan: «IWC – engineered for men».

Die Werbeträger: Boris Becker, Lewis Hamilton oder Kevin Spacey.

Es dauerte 146 Jahre, bis die Schaffhauser 2014 die erste Damenkollektion lancierten. Kleider, Handtasche, Schuhe und eine IWC: Das passt mittlerweile ins Bild der Marke. In der Schweiz wirbt das It-Girl Xenia Tchoumitcheva für die Schaffhauser Uhrenbauer, in Indien ist es die Bollywood-Ikone Sonam Kapoor. Seit Januar leiht die 32-Jährige der Haute Horlogerie ihr Gesicht. Sie soll Indien zu einem der wichtigsten Märkte von IWC machen. Der zuständige Regionenchef Luc Rochereau spricht von einer «fantastischen Kollaboration».

Ambitionen in Indien

Die Schaffhauser sind bereits seit einigen Jahren in Indien aktiv. Der Markt gilt intern als Gegend mit viel Potenzial. Das Ziel von IWC ist es, Indien zu einem der zwanzig wichtigsten Märkte zu ma-



Sonam Kapoor

Bollywood- und Social-Media-Star. Ein Bild von ihr mit einer Uhr erhält mehrere hundert Likes auf dem indischen Instagram-Kanal von IWC. Bilder von Uhren oder von Männern und deren Preziosen dagegen unter 100.

chen. Frauen spielen als Kunden eine entscheidende Rolle. Die erste Damenkollektion sei damals auf reges Interesse gestossen, sagt Rochereau. Sie habe sich «sehr gut» verkauft. «Wir werten es als Erfolg.»

Partnerschaft mit der Vogue

Die im Januar aufgelegte zweite Linie soll nun die Wachstumskurve nach oben drücken – mithilfe der Bollywood-Schauspielerin, die «Talent, Eleganz und Klasse» verkörpere. Verkauft werden die Produkte offline und online via die Richemont-Plattform Net-a-Porter.

Schützenhilfe erhofft sich IWC von der Presse. «Wir sind eine Partnerschaft mit der indischen «Vogue» eingegangen», sagt Rochereau. Das beinhaltet auch ein grosses Sponsoring-Engagement beim von der Modezeitschrift organisierten «Women of the Year Award» in Mumbai. Preisträgerin: Sonam Kapoor.