

## Doppelmayr baut Seilbahn in Sotchi

Bregenz. – Der Vorarlberger Seilbahnhersteller Doppelmayr wird in der russischen Olympiaregion Sotchi die nach eigenen Angaben längste Umlaufbahn der Welt errichten. Der Auftrag habe ein Volumen «im mittleren zweistelligen Millionenbetrag», wie Doppelmayr mitteilte. Die Bahn mit dem Namen «Gazprom» wird laut Doppelmayr vom 600 Meter hoch gelegenen Krasnaya Poljana ins Ski-gebiet Laura auf 1600 Meter Seehöhe führen. Dort finden bei den Olympischen Winterspielen 2014 die nordischen Bewerbe statt. Mit dem Bau soll im Mai begonnen werden. Neben diesem Grossprojekt hat Doppelmayr in der Olympiaregion von 2014 bereits 20 Projekte umgesetzt oder in Planung. Die Gazprom-Bahn soll 2013 in Betrieb gehen. Sie ist zugleich die hundertste Seilbahn der Doppelmayr-Gruppe in der Gemeinschaft Unabhängiger Staaten. (wpa)

## Datendieb wartet auf Belohnung

Washington. – Datendieb Heinrich Kieber wartet noch immer auf eine Belohnung für das Aufdecken von Steuersündern in den USA. Der US-Anwalt Jack Blum fordert bisher vergeblich eine Erfolgsprämie von der US-Steuerbehörde für seinen Mandanten. «Diese Leute zahlen, soviel ich sagen kann, bisher noch nichts», sagte Blum zur Nachrichtenagentur Bloomberg. Der frühere LGT-Mitarbeiter Heinrich Kieber hatte Tausende von Kundendaten gestohlen und sie dann unter anderem den USA, Deutschland und Australien angeboten. Während Deutschland für die Daten bezahlte, hoffte Kieber in den USA auf eine Erfolgsprämie von 30 Prozent der von Steuersündern eingetribenen Summe. (ps)

## LLB holt Ex-Kader von Merrill Lynch

Vaduz/Zürich. – Jean-Marie Deluermoz, ehemaliger leitender Angestellter bei Merrill Lynch und Credit Suisse, hat bei der Liechtensteinischen Landesbank angeheuert, wie der Nachrichtendienst EmergingMarkets.me am Mittwoch vermeldete. Deluermoz sei seit dem 1. Januar bei der LLB Schweiz in Zürich tätig und befasse sich schwerpunktmässig mit dem osteuropäischen Raum, bestätigte LLB-Sprecher Cyrill Sele gestern. (wr)

# Bunter Schutz vor Produktpiraten

**Der boomende Markt für Fälschungen bringt Original-Hersteller in Bedrängnis. Die Firma U-nica in Malans verspricht Abhilfe und will den Produktpiraten mit fälschungssicheren Erkennungszeichen das Geschäft vermiesen.**

Von Stefan Lenherr

Vaduz/Malans. – Der beste Schutz vor Imitaten ist immer noch die Weigerung des Verbrauchers, diese zu erwerben. Für den gewöhnlichen Konsumenten ist es jedoch oft schwer, die Mogelpackung vom Original zu unterscheiden. An diesem Punkt setzt U-nica an. Die Firma in Malans hat früh erkannt, dass sich Markenhersteller nach einem unfälschbaren Erkennungsmerkmal für ihre Produkte sehnen und erarbeitet für Kunden aus allen möglichen Branchen Sicherheitslösungen, die sowohl unsichtbar als auch sehr farbenfroh ausfallen können. Nicht weniger als auf den Schutz der Kunden ist die Firma auf den Schutz ihres eigenen Know-hows bedacht – wie ein Besuch bei der Innovationsschmiede zeigt.

### «Halten uns im Hintergrund»

Es bleibt kaum Zeit, das in Englisch verfasste Formular im Detail durchzulesen. Alfred Rutz, CEO der U-nica, und Klaus Franken, zuständig für das Know-how und die Schutzrechte der Firma, haben bereits am Besprechungstisch Platz genommen. Das rund ein Dutzend Punkte umfassende Dokument verpflichtet den Besucher, die Sicherheitsstandards der Firma einzuhalten. Im Tausch für ein unterschriebenes Exemplar erhält der Gast aus den Händen der freundlichen Empfangsdame den vorher eingezogenen Ausweis zurück, zuzüglich einer Tasse Kaffee. «Wir halten uns in der Regel im Hintergrund», sagt Rutz. Erfolgreich, wie ein Blick in die Mediendatenbanken zeigt. Ausser einigen selbst verfassten Beiträgen in ausgewählten Fachzeitschriften findet die U-nica medial nicht statt. Auf Werbung wird bewusst verzichtet. «Wer unsere



Regenbogenfarbener Schutz: Mit dem Intragram kann Neutrik seinen Produkten ein einzigartiges Erkennungsmerkmal verpassen. Bild pd

Dienstleistungen in Anspruch nehmen will, findet uns auch so», sagt Rutz.

Diskretion ist das höchste Gut in der Sicherheitsbranche. Einen diskreteren Ort für die Zentrale der international tätigen Firma hätte man denn auch kaum finden können. Die Firmenzentrale liegt im kleinen Industrie- und Gewerbegebiet von Malans, das sich mehr mit der Herstellung guter Weine als mit innovativen Produkten einen Namen gemacht hat. Wer die U-nica aufsucht, ist jedoch nicht auf der Suche nach feucht-fröhlichen Vergnü-

gungen. Zur Kundschaft des Unternehmens gehören vielmehr Firmen, die ihre Marke und ihre Produkte dort schützen wollen, wo der Patentschutz nicht oder nur unzuverlässig greift.

### Fälscher mit äusserst hohen Margen

«Die Nachfrage nach Sicherheitslösungen ist massiv, insbesondere im Hinblick auf die Produktpiraterie», sagt Rutz. Franken unterstreicht die Aussage des Chefs mit Zahlen: «Nach vorsichtigen Schätzungen machen Produktfälschungen rund 10 Prozent des internationalen Welthandels aus. Tendenz stark steigend.» Das Geschäft mit den Plagiaten sei für die Produktpiraten enorm attraktiv. «Die Entwicklungskosten fallen weg und die Vertriebskosten sind gering, weil man die gefälschte Ware in bestehende Vertriebswege einschleusen kann», erklärt Rutz, «kombiniert mit den geringen Produktionskosten in Niedriglohnländern erzielen die Fälscher enorm hohe Margen.»

Tiefe Lohnkosten plus ein hoher technologischer Stand bieten den perfekten Nährboden für Fälscher, so lautet die Gleichung. In Afrika sind es

vor allem Medikamente, in der Türkei Textilien und Automobilteile, in Südamerika Kosmetika. Und in China? Rutz verweist auf einen kulturellen Hintergrund: «In China gilt alles, was aus dem Westen kommt, als gut und damit als nachahmungswert.»

### Einzigartige Erkennungsmerkmale

Weil auch westliche Firmen von den tiefen Produktionskosten profitieren wollen und eine Fabrik nach der anderen im Reich der Mitte hochziehen, fällt den findigen Geschäftsleuten eben auch das Know-how der westlichen Industriebetriebe in die Hände. Ein Prozess, den auch U-nica nicht stoppen kann. Die 50 Mitarbeiter, die sich auf fünf Standorte in der Schweiz und Deutschland verteilen, arbeiten vielmehr an Sicherheitslösungen, die über Grenzen hinweg greifen sollen. Eine der Hightech-Schmiede entwickelte Technik ist das Intragram, das unter anderem Neutrik aus Schaan seit drei Jahren erfolgreich einsetzt. «Das ist eine einzigartige Technologie», sagt Alfred Rutz nicht ohne Stolz, «man kann damit ein Hologramm direkt in einen x-beliebigen Kunststoff einbringen und erzielt so ein optisches Merkmal, das nicht zu fälschen ist.» Die Gitterstrukturen im Kunststoff sind nur wenige Nanometer tief und erzeugen im Licht einen Effekt, der dem eines Hologramms ähnelt.

### Fälschungen einfach enttarnen

In seiner Fabrik in Schaan verpasst Neutrik, Hersteller von Steckersystemen für die Unterhaltungsindustrie, seinen Produkten das in allen Regenbogenfarben schimmernde Firmen-Logo. CEO Werner Bachmann zeigt sich zufrieden: «Bei uns gehen zwar zahlreiche Produktreklamationen ein, wobei es sich in den meisten Fällen aber um Fälschungen handelt. Doch es ist schwer, dies dem Kunden plausibel zu erklären. Mit dem Intragram fällt dieses Problem weg.» Ausserdem konnten dank der sichtbaren Sicherheitslösung bereits einige Plagiate eindeutig identifiziert und vom Markt genommen werden.

### «Schlüssel muss hier bleiben»

Allerdings werden bei Neutrik nicht alle Produkte mit dem Intragram gekennzeichnet. In den chinesischen Produktionsstätten werden die Steckersysteme ohne regenbogenfarbenen Logos vom Band genommen. Schliesslich soll die Technik, welche die Produkte vor Fälschern schützen soll, keinesfalls eben diesen in die Hände fallen. So hütet sich auch die U-nica davor, Sicherheitstechnologien für den Fälschungsschutz nach China zu exportieren. «Der Schlüssel für die Technologie muss immer hier bleiben», sagt Rutz.

## Gute Verarbeitung als Produktschutz

Der Liechtensteiner Bautechnologiekonzern Hilti arbeitet bislang nicht mit Anbietern wie U-nica zusammen. Hilti-Produkte besässen typische Merkmale, durch die sie unmittelbar erkennbar seien, sagt Pressesprecher Matthias Hassler.

Ausserdem würden sich die Geräte dadurch auszeichnen, dass Schrauben versenkt sowie die Schalter ins Gehäuse eingelassen sind und

sie keine Ecken oder Kanten haben. Zudem befindet sich eine Seriennummer auf dem Typenschild oder eingraviert auf dem Gehäuse, die vom Hilti-Kundendienst eindeutig zugeordnet werden kann. «Ist ein Kaufinteressent unsicher, wenn er beispielsweise ein gebrauchtes Hilti-Gerät angeboten bekommt, kann er die Seriennummer überprüfen lassen», sagt Hassler. (sl)

# «Der Ansatz der Flugbranche ist auch für uns interessant»

**Schweizer und Liechtensteiner Gastronomen fehlen wegen des starken Frankens die Gäste aus dem Euro-Raum. Hotelier Hubertus Real sieht in der Preisgestaltung der Flugbranche einen möglichen Lösungsansatz.**

Mit Hubertus Real sprach Patrick Stahl

**Herr Real, bleiben Ihnen wegen des starken Frankens im Parkhotel Sonnenhof die europäischen Gäste aus?**

**Hubertus Real:** Es ist sehr schwer zu sagen, ob sich der schwache Euro direkt in der Zahl der Übernachtungen bemerkbar macht oder nicht. Seit den Winterferien sind die Nächtigungszahlen gegenüber dem vergangenen Jahr in etwa gleich geblieben. Ich denke für Businessgäste spielt die Euro-Schwäche tendenziell weniger eine Rolle als für Feriengäste.

**Wie sieht es bei anderen liechtensteinischen Hotelbetrieben aus, die ja alle in erster Linie auf ausländische Gäste angewiesen sind?**

Wir sind alle, ob Tal- oder Bergbetrieb, auf ausländische Hotelgäste angewiesen. Die Liechtensteiner und Schweizer Kundschaft machen lediglich 25 Prozent des Umsatzes der Hotellerie aus. Ich glaube, dass die reinen Ferienhotels die momentane Euro-Schwäche mehr zu spüren bekommen als die reinen Business- oder die kombinierten Hotels.

**Einige Schweizer Hoteliers locken europäische Gäste mit einem fixen Euro-Wechselkurs von 1,50 Franken und nehmen dafür tiefere Margen in Kauf. Ist das eine Lösung mit Zukunft?** Vielleicht ist dieser Ansatz für die Ferienhotellerie ein wichtiger Punkt. Schlussendlich kommt es aber immer auf das Preis-Leistungs-Verhältnis in einem Hotel an. Der Gast hat über das

Internet hervorragende Vergleichsmöglichkeiten und kann selbst bestimmen, in welchem Hotel er für sein Geld am meisten bekommt. Ich denke nicht, dass man wegen der Währungseffekte seine Preispolitik komplett ändern sollte. Aber es wird auf jeden Fall immer wichtiger, flexibel am Markt zu agieren. Vorgemacht haben es die Fluggesellschaften.

### Wie meinen Sie das?

Die Fluggesellschaften haben als erste Branche mit flexiblen Preisen begonnen. Wenn zum Beispiel der Andrang für Flüge nach London in einem Monat klein ist, sind auch die Preise niedrig. Falls die Nachfrage aber steigen sollte und zwei Wochen vor dem Abflug nur noch vier Tickets übrig sind, werden diese vier Tickets zu einem viel höheren Preis verkauft. Somit diktiert der Markt, wo die Preise liegen. Auf die Hotellerie bezogen, ist ein solches Yield Management

vielleicht die Zukunft. Diese Ansicht ist natürlich nicht auf jeden Betrieb übertragbar, aber der Ansatz ist auf jeden Fall interessant.

**Wie kann die Schweizer und Liechtensteiner Hotellerie heute preislich überhaupt mit Hotels im deutschsprachigen Euro-Raum mithalten?**

Angesichts der Lebenskosten werden wir immer das härtere Los ziehen – ob wir wollen oder nicht! Die Kosten sind in der Schweiz und in Liechtenstein um vieles höher als in den Nachbarländern. Wenn man bedenkt, dass allein ein Rindfilet oder ein Kilo Butter in Liechtenstein fast doppelt so viel kostet wie in Vorarlberg. Dazu kommen die höheren Löhne für das Personal, die höheren Mietpreise und so weiter. Einzig in steuertechnischer Hinsicht sind wir sehr bevorzugt.

**Was können Liechtensteiner Hoteliers gegen die Preisnachteile unternehmen,**

**ohne sich mit ständig sinkenden Margen zufriedengeben zu müssen?**

Wir müssen eigenständiger werden. Es nützt nichts, wenn wir kopieren, was uns die österreichische Hotellerie vormacht und dies zu einem höheren Preis verkaufen. Stattdessen sollte jeder Hotelier oder jede Destination die eigenen Stärken ausspielen, indem man sich spezialisiert und versucht, in diesem Bereich zu den besten Anbietern auf dem Markt zu gehören. Wenn der Gast eine einzigartige Leistung bekommt, spielt der höhere Preis immer weniger eine Rolle.



\*Hubertus Real, Besitzer des Park-Hotels in Vaduz und Verbandspräsident von Gastronomie Liechtenstein