

KOF-Barometer

Wachstum schwächt sich ab

ZÜRICH Das Wachstum der Schweizer Wirtschaft dürfte zwar anhalten, aber spürbar schwächer werden. Zu dieser Schlussfolgerung kommt das Konjunkturbarometer der Konjunkturforschungsstelle der ETH Zürich (KOF). Für den August weist es einen Wert von 1,61 Punkten aus. Damit kommt das KOF-Barometer, welches das Wirtschaftswachstum mit einem Vorlauf von ein bis zwei Quartalen abbilden soll, im August auf 0,37 Zähler weniger als im Juli. Dies sei der stärkste Rückgang seit über zwei Jahren, teilte die KOF am Freitag mit. (sda)

Bundesrätliche Planung

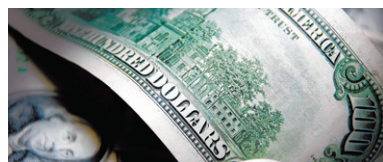
Zwei Milliarden für die Wirtschaft

ZÜRICH Der Bundesrat will in den kommenden Tagen über die Verteilung von maximal zwei Milliarden Franken für die unter der Frankenstärke leidende Wirtschaft entscheiden. Bis zum 31. August müsse die Landesregierung dem Parlament Vorschläge machen, sagte Bundesrätin Eveline Widmer-Schlumpf am Freitag. Bis zur Herbstsession, die am 12. September beginnt, sollen die Ideen also vorliegen, wie Widmer-Schlumpf am Rande des Tags der Wirtschaft des Wirtschaftsverbands Economiesuisse am Freitag in Zürich im Gespräch mit Journalisten sagte. (sda)

Im zweiten Quartal

US-Wirtschaft wächst langsamer

WASHINGTON Die US-Wirtschaft ist im zweiten Quartal noch langsamer gewachsen als gedacht. Das Bruttoinlandsprodukt (BIP) der weltgrössten Volkswirtschaft stieg von April bis Juni mit einer auf das Jahr hochgerechneten Rate von 1,0 Prozent, wie das Handelsministerium am Freitag in einer zweiten Schätzung mitteilte. In einer ersten Schätzung hatte das Ministerium das Wachstum auf 1,3 Prozent veranschlagt. Die



Das US-BIP stieg von April bis Juni um nur ein Prozent. (Foto: SSI)

Exporte wuchsen mit 3,1 Prozent deutlich schwächer als erwartet. Allerdings gaben die Konsumenten 0,4 Prozent mehr aus als im Vorquartal. (sda/reuters)

Mehr Arbeitslose

Wirtschaft Frankreichs schwächelt

PARIS Vor dem Hintergrund der schwachen Wirtschaft hat die Zahl der Arbeitslosen in Frankreich weiter zugenommen: Im Juli kamen 36 000 Arbeitssuchende dazu, dies entspricht einem Anstieg von 1,3 Prozent im Vergleich zum Vormonat, wie das Arbeitsministerium mitteilte. Insgesamt waren demnach 2,756 Millionen Menschen arbeitslos gemeldet. Mit geringfügig Beschäftigten zusammengerechnet erreichte die Zahl der Arbeitssuchenden 4,128 Millionen - «schlechte» Zahlen, wie selbst Arbeitsminister Xavier Bertrand eingestand. (sda/afp)

Auch die Wirtschaft nutzt die Schwarmintelligenz via Internet

Crowd Wisdom Über das Internet zapfen Unternehmen die Weisheit der Vielen an. Die Masse ist in vielen Fällen klüger als einzelne Experten. Niemand ist also so klug wie wir alle zusammen - aber auch niemand so dumm.

VON KORNELIA PFEIFFER

«**F**olge dem Fisch vor dir», «fliege so schnell, dass die Heuschrecke hinter dir dich nicht ins Bein beißen kann». Einfache Regeln machen das komplexe Verhalten eines Schwarms möglich. Zugvögel, Fische, Bienen und Ameisen sind für sich genommen keine besonders intelligenten Lebewesen. In der Masse aber treffen sie kluge Entscheidungen. Das nennt die Forschung Schwarmintelligenz. Diese Weisheit der Vielen (Crowd Wisdom) spielt auch im Menschen-Alltag eine Rolle. So ist der Durchschnitt vieler uninformatierter Schätzungen oft besser als das Urteil von Experten. Selbst wenn nur ein Teil der Gruppe gut informiert ist, liegt die Mehrheit wahrscheinlich richtig.

Bei Gruppenzwang geht's schief

Das funktioniert allerdings nur, wenn sich die Einzelnen unabhängig voneinander entscheiden. Ist jedoch Gruppenzwang im Spiel, kann die Sache ziemlich schiefgehen. «Grundsätzlich glaube ich an die Weisheit der Vielen», sagt denn auch Christian Russ, Autor des Buchs «Online Crowds, Massenphänomene und kollektives Verhalten im Internet». So schätze eine Menschenmenge die Höhe eines Berges wesentlich genauer ein als ein Einzelner. Bei der Infobörse CrowdPark aber zum Beispiel, wo Internetnutzer auf alles wetten von Politik bis Sport, könne der einzelne User sehen, wie die Masse einen Sachverhalt einschätzt, was neue Mitspieler zu falschen Annahmen verlocken könne, erklärt Russ. Immer häufiger zapft heute die Wirtschaft die Schwarmintelligenz via

«Grundsätzlich glaube ich an die Weisheit der Vielen.»

CHRISTIAN RUSS
BUCHAUTOR

Internet an. Über das sogenannte Crowdsourcing werden Aufgaben an die Internetmasse delegiert. Beispiele sind Wikipedia, die freie Strassenkarte OpenStreetMap, GalaxyZoo für Hobby-Astronomen, Problemlösungen via InnoCentive oder Crowdfunding, die Finanzierung von Ideen. In seinem Buch hat Russ nachgewiesen, wie Unternehmen in kurzer Zeit Marktanteile gewinnen konnten, weil sie die Massenpsychologie der Online Crowds richtig nutzten. Beispielsweise der Internet-Konzern Google: Das Umfeld für eine neue Suchmaschine sei, so Russ, zu Beginn ideal gewesen, um sich mit einer guten und schnel-

len Suchfunktion im Internet zu verbreiten. Dabei bewertete Google die Wichtigkeit einer Website an der Zahl der Verlinkungen.

Gegenseitige Ansteckung

Überall werde gegoogelt, sagt Russ, die Risiken aber würden verdrängt. Denn Geld verdiene Google hauptsächlich über personalisierte Werbung, will heissen, Google verwendet Benutzerdaten für die gezielte Anzeige von Werbeeinblendungen. Ebenso interessant aber seien die heutigen Social Web Phänomene wie Facebook, Twitter, Weblogs, Microblogging und andere Mitmach-Web-Dienste. «Diese Websites weisen so unglaubliche Wachstumsraten vor, weil sie die Online Crowd Mechanismen im System bereits eingebaut haben.» Die Netzwerke sind im Internet vor-

allem durch gegenseitige psychologische Ansteckung gewachsen. Sie nehmen die User nicht als Individuen wahr, sondern als «crowd», also als Publikum mit Massenseele. Wie Theaterbesucher nicht isoliert applaudieren, sondern Beifall klatschen, wenn andere das tun, kaufen Konsumenten nicht isoliert, sondern das, was andere kaufen. Die Orientierung an dem, was die anderen tun, ist ein wichtiges Steuerungselement. Sie wird verstärkt durch die psychologische Hebelwirkung von Euphorie, Profitgier, Geltungsstreben oder Angst. «Risikobewertungen und kritische Meinungen werden ignoriert. Der einzelne Internetnutzer spielt jetzt keine Rolle mehr», fasst der Autor von «Online Crowds, Massenphänomene und kollektives Verhalten im Internet» zusammen. Seite 17



Die Weisheit Vielen funktioniert nur, wenn sich die Einzelnen unabhängig voneinander entscheiden. (Foto: Shutterstock)

Konsumentenschützer: Waren in der Schweiz bis zu 200 Prozent teurer als im Ausland

Wucher Kleider, Sportartikel oder Unterhaltungselektronik kosten in der Schweiz bis zu dreimal mehr als im benachbarten Ausland. Dies hat die Stiftung für Konsumentenschutz (SKS) festgestellt.

Auch nach den Preissenkungen bei den Grossverteilern wie Coop, Migros oder Denner geht der SKS die Arbeit nicht aus. In einer neuen Preiserhebung hat sie im Internet die Preise für Non-Food-Artikel in Deutschland und in der Schweiz verglichen. Die grössten Preisunterschiede stellte die SKS bei den Schuhen fest. Schuhe der Marke Converse oder Caterpillar kosten bei deutschen Anbietern über 200 Prozent weniger als bei Schweizer Online-Händlern. So müssen Kunden für die «Chuck Low»-Schuhe der Marke

Converse bei sportscheck.de 34.95 Euro bezahlen. Bei sportscheck.ch kostet das gleiche Paar Schuhe 109.95 Franken.

Kleider doppelt so teuer

Firmen, die ihre Kunden in der Schweiz immerhin doppelt so stark zur Kasse beten wie in Deutschland, sind H&M, Esprit oder Charles Vögle. Auf der deutschen H&M-Webseite kostet ein kleinkariertes Herrenhemd 9.95 Euro, während auf dem Schweizer Portal der Kleiderkette das gleiche Hemd 19.90 Franken kostet. Wird bei beiden Preisen die Mehrwertsteuer abgezogen, macht dies eine Preisdifferenz von rund 93 Prozent. Bis zu doppelt so teuer wie in Deutschland sind an Schweizer Kiosken auch das «GEO»-Heft oder Magazine wie «Stern» oder «Cosmopolitan». Preisunterschiede zwischen 50 Prozent und 165 Prozent stellte die SKS auch bei der Unterhaltungselektronik und bei Sportarti-

keln fest. Die SKS hat ihre Preiserhebung am Mittwoch erhoben und zu einem Eurokurs von 1.14 Franken berechnet. Zur Berechnung des Preisunterschieds wurde die Mehrwertsteuer jeweils abgezogen. Die SKS hat die betroffenen Unternehmen nun schriftlich aufgefordert, in der Schweiz die Preise bis Mitte September um mindestens 20 Prozent zu senken, wie sie am Freitag mitteilte. «Solche Preise lassen sich durch nichts rechtfertigen», wird SKS-Präsidentin Prisca Birrer-Heimo im Communiqué zitiert. Mindestens die Währungsgewinne müssten an die Konsumenten zurückgegeben werden. Die Konsumentenschützer wollen auch die Wettbewerbskommission (WEKO) des Bundes einschalten: Die SKS hat der WEKO nach eigenen An-

gaben die Preiserhebung geschickt. Nun könne die WEKO aktiv werden. Die WEKO sei jedoch nicht in jedem Fall die richtige Adresse, hiess es dort auf Anfrage der Nachrichtenagentur sda. «Die reine Preisdifferenz ist kein Tatbestand, den man mit dem Kartellgesetz verbieten kann», sagte WEKO-Sprecher Patrik Ducrey. Die WEKO könne nur dann einschreiten, wenn Wettbewerbsbeschränkungen die Ausweichmöglichkeiten der Kunden bei Preisdifferenzen einschränkten. Wenn aber Unternehmen wie H&M oder Esprit in der Schweiz andere Preise verlangen als in Deutschland, ist dies gemäss dem Schweizer Kartellgesetz keine Preisabsprache: «Das Kartellgesetz gilt nur für Absprachen zwischen unabhängigen Unternehmen», erklärte Ducrey. (sda)

«Die reine Preisdifferenz ist kein Tatbestand, (...) den man verbieten kann.»

PATRIK DUCREY
WEKO-SPRECHER