

Bulletin

Seit 1895. Das älteste Bankmagazin der Welt.

Ausgabe 2/2019



Mainstream

Warum wir einen
Massstab brauchen



Enttäuscht über die bestehenden Baupläne oder den vorgesehenen Innenausbau?

Mit einem DOUBLECHECK by SimmenGroup profitieren Sie von einer unverbindlichen Expertenmeinung.

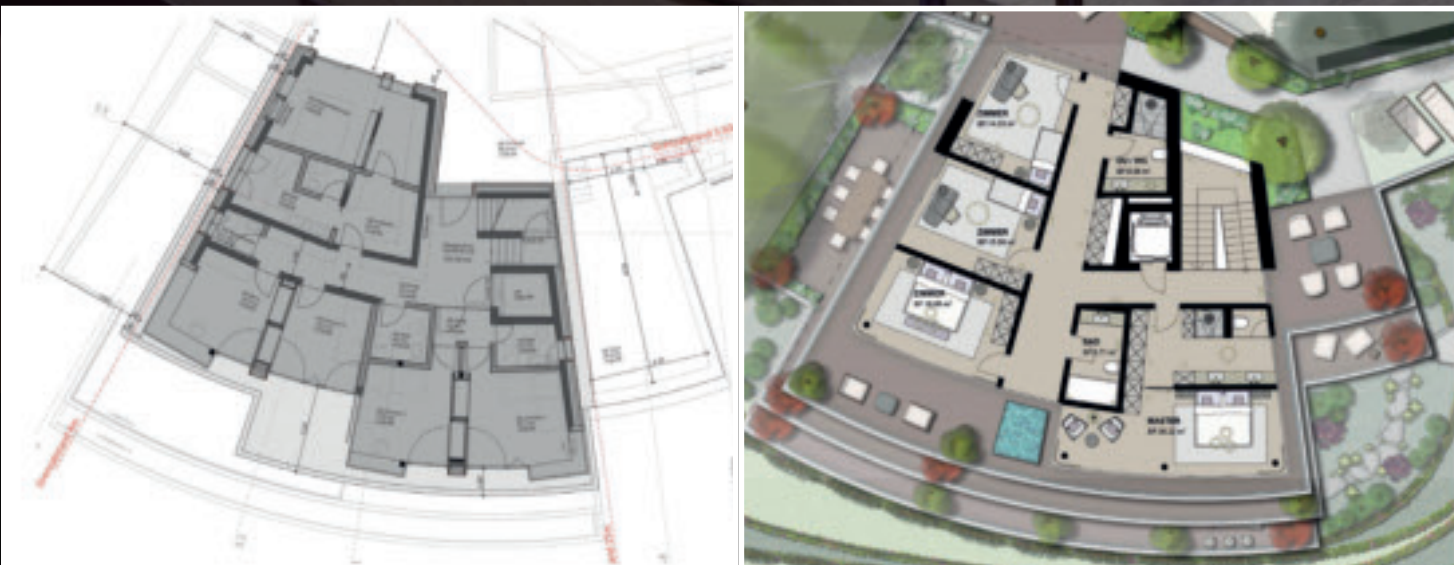
Sie wünschen sich einen Optimierungsvorschlag zu bereits bestehenden Bauplänen?

Sie wollen einen Raum umgestalten oder eine Komplettausstattung Ihrer Immobilie planen?

Dank optimalen Anpassungen am Grundriss und Veränderungen in einzelnen Teilbereichen, einem perfekt abgestimmten Beleuchtungskonzept und der Verwendung von hochwertigen und exklusiven Materialien – steht Ihrer ganz persönlichen Wohlfühloase und einer attraktiven Wertsteigerung – nichts mehr im Wege.

Gerne laden wir Sie zu einem kostenlosen Erstgespräch ein.

In unserem Showroom in Pfäffikon SZ stehen Ihnen zudem 120 Marken von renommierten Herstellern und 1800 Materialmuster zur Auswahl.



Konstant hinterfragen

«Der Mainstream steht immer unter Beschuss», lautet ein bekanntes Diktum von Bill Gates. Der Com-

puterpionier spielte in einer Diskussion mit Steve Jobs, seinem langjährigen Freund und Konkurrenten, darauf an, dass der Marktführer jederzeit herausgefordert wird. Wohl selten war dieses Zitat aktueller als heute. Wir leben in Zeiten, in denen nicht nur in der Wirtschaft, sondern auch in der Politik und in der gesamten Gesellschaft die alten Weisheiten stark hinterfragt oder widerlegt werden.

Dafür steht Martin Cooper (90), der für Motorola das Mobiltelefon erfand, indem er anders dachte als die Konkurrenz beim Branchenleader AT&T (S.10). Den stetigen Wandel des Mainstreams in der Wirtschaftswissenschaft zeigt die Analyse von Oliver Adler, dem Chief Economist Switzerland der Credit Suisse (S.50). Der Politologe Yascha Mounk spricht indes über den Aufstieg des Populismus zu einem Teil des politischen Mainstreams und über die damit verbundenen Herausforderungen für liberale Demokratien (S.46). Der Mainstream ist zudem stets von kommerziellem Interesse – er beschreibt schliesslich die grösste Zielgruppe. In China etwa verändert eine neue, rasant angewachsene Mittelschicht Konsummuster – mit globalen Auswirkungen (S.30).

Erlauben Sie uns an dieser Stelle noch einen Blick zurück: Im ersten Bulletin dieses Jahres haben wir die Frage thematisiert, welcher Wert dem Journalismus in der sich stetig wandelnden Medienlandschaft beizumessen ist – und haben ein Gedankenexperiment durchgeführt. Wir haben Sie als Leserinnen und Leser gefragt, welcher konkrete Preis Ihnen den Wert des Bulletins angemessen zu reflektieren schiene. Die Umfrage ist auf reges Interesse gestossen und hat hervorgebracht: Die Mehrheit unserer Leserschaft beziffert den hypothetischen Preis für das Magazin auf 10 Franken oder mehr. Zugleich haben wir mehrfach die Rückmeldung erhalten, dass das Bulletin als Beitrag der Credit Suisse zur öffentlichen Debatte und als hochwertige und kostenlose Publikation geschätzt wird. Diese grosse Wertschätzung freut uns ausserordentlich. Wir werden das Magazin auch in Zukunft in diesem Sinne weiterführen.

Wir wünschen eine spannende Lektüre.

Steven F. Althaus
Head Global Marketing &
Brand Communications

Mandana Razavi
Head Corporate Responsibility &
Stakeholder Communications



An dieser Ausgabe haben mitgearbeitet:

¹ Marisa Drew Die CEO von Impact Advisory & Finance, einer 2017 gegründeten Abteilung für nachhaltiges Anlegen bei der Credit Suisse, traf Javier Goyeneche, einen spanischen Unternehmer, der modische Kleider aus Plastikabfall aus dem Meer herstellt. Das Gespräch über Partnerschaften, Optimismus und über Nachhaltigkeit als neuen Mainstream ab Seite 22.

² Michael Radunski und ³ Anne-Sophie Heist Der Journalist Radunski lebt in Peking und schreibt unter anderem für die «NZZ am Sonntag», die Fotografin Heist arbeitet von Schanghai aus für verschiedene internationale Titel wie den «Condé Nast Traveller», «Monocle» oder die «Financial Times». Zusammen haben Radunski und Heist eine junge Chinesin auf einer Tour durch Boutiquen, Cafés und Einkaufsläden begleitet, die zeigt, wie sich der globale Konsum in Zukunft verändert und wie Online und Offline immer mehr verschmelzen. Seite 30

⁴ Hanna Wick Die «Wissenschaftsjournalistin des Jahres» (2014) und ehemalige Redaktorin bei «NZZ» und «SRF» interviewte Dirk Helbing, den ETH-Professor mit Spezialgebiet Gruppenverhalten. Ein Gespräch unter Fachkollegen: Helbing und Wick sind beide Physiker – und können beide auch ganz unakademisch reden. Erste Frage: «Herr Helbing, sind Sie Mainstream?» Seite 58

Das Cover gehört zum Kunstprojekt «Exactitudes». Mehr Informationen dazu auf Seite 6. Hier abgebildet ist: 143. Annazaranina – Saint Petersburg 2013