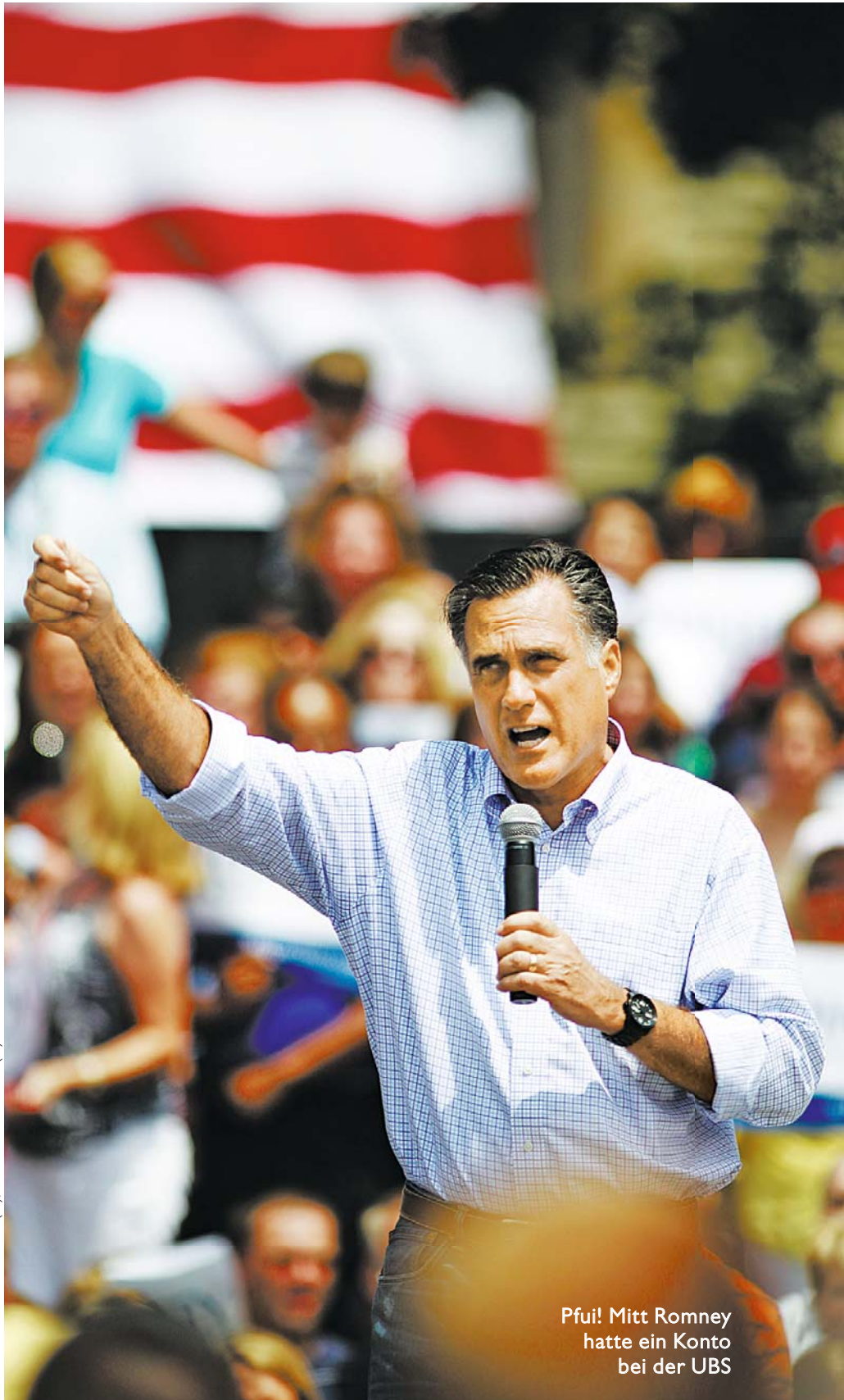


# Fluch der starken Marke

Schon wieder streitet sich die Schweiz mit Amerika um Bankkonten.

Diesmal geht es um die Millionen von Präsidentschaftskandidat Mitt Romney VON MATTHIAS DAUM



Pfui! Mitt Romney hatte ein Konto bei der UBS

Fotos: David Howells/Corbis (o.); Thomas Buchwalder (u.)

Schweizer Bankkonto. Zwei Worte genügen. Und das amerikanische Fernsehpublikum wusste, was sein amtierender Präsident ihm suggerieren wollte: Mein Widersacher ist ein Steuerhinterzieher. In den USA hat die dreckige Phase des Wahlkampfes begonnen, nun dominiert die Negativpropaganda. Und betroffen ist auch die Schweiz. Denn Mitt Romney, Präsidentschaftskandidat der Republikaner, hat Teile seines Vermögens im Ausland parkiert. Mitunter bei der Großbank UBS.

Seither grassiert unter den Demokraten die »Swissphobia«, wie Matt Welch, Chefredaktor des libertären Monatshefts *Reason*, die Aufregung um das ominöse Konto nannte. Wo Schweiz draufsteht, dahinter wird überall ein unpatriotisches Steuervergehen vermutet.

Der Wirbel begann am 1. Mai in Ohio, einem der heiß umkämpften *swing states*, wo weder Demokraten noch Republikaner sichere Mehrheiten besitzen. Ein 31 Sekunden langer, schnell geschnittener TV-Spot zeigt Mitt Romney als abgehobenen Mann der Hochfinanz, der amerikanische Jobs ins Ausland verlagerte, nach Mexiko und China; als Politiker, der Verwaltungsarbeiten an ein Call Center in Indien vergab und Steuererleichterungen für Firmen unterstützte, die Stellen ins Ausland verschoben. Das Filmchen endet mit der Punchline: »Genau das erwartet man von einem Typen, der ein Schweizer Bankkonto besaß.«

Das saß. Nun war wieder einmal klar, wo das Böse schlechthin sitzt: in der Schweiz. Wieso aber ausgerechnet dort? Das fragte sich auch Matt Welch: »Wissen Sie, wer auch ein Schweizer Bankkonto hatte? Ich meine, neben Hitler?«, schrieb er: »Veteranen, Doppelbürger, amerikanische Mitarbeiter der internationalen Organisationen in Genf.«

Und das konservative Blatt *Weekly Standard* fand heraus, dass eine demokratische Kongressabgeordnete aus Florida, die den *Swiss Bank Account* von Mitt Romney harsch kritisierte, selbst Geld auf einer Schweizer Bank hat. Genauer: Sie hatte zwischen 1001 und 15 000 Dollar in einem Pensionsfonds angelegt, welcher wiederum Anteile an der

Bank Julius Bär hält. Das genüge für einen kleinen Social-Media-Sturm im Wahlkampfommer.

Doch unter den Obama-Treuen hat man für Differenzierungen kein Gehör. Wahlkampfsprecher Ben LaBolt twitterte: »Es gibt nur zwei Gründe, um ein Schweizer Bankkonto zu besitzen: sich gegen den Dollar abzusichern oder zu vermeiden, einen gerechten Anteil an Steuern zu bezahlen.« Ein ehemaliger Pressesekretär des Weißen Hauses ereiferte sich: »Ich wähle meine Bank, weil sie einen Geldautomaten in der Nähe meines Hauses hat. Romney hatte ein Konto in der Schweiz!« Und der demokratische Senator Carl Levin, selber ein Millionär, sagte: »Es gibt nicht so etwas wie ein normales Schweizer Bankkonto.«

Dass der Schweizer Finanzplatz ins Visier der Obama-Kampagne geriet, ist ihren Strategen geschuldet. Sie besannen sich einer alten Wahlkämpferweisheit: Folge dem Geld.

Bei Mitt Romney hat das Geld einen Namen: Bain Capital. Die Geschichte der von ihm gegründeten Investmentfirma bietet politischen Gegnern Munition für epische Schlammschlachten.

So wurde der Fonds 1984 von Geldgebern aus El Salvador gegründet. Diese wiederum, recherchierte das Onlinemagazin *Salon*, hätten während des Bürgerkriegs in mittelamerikanischen Land Geschäfte gemacht mit rechten Todesschwadronen. Der *Boston Globe* fand seinerseits heraus, dass Romney nicht, wie gegenüber der amerikanischen Finanzaufsicht SEC behauptet, Bain Capital bereits 1999 verließ, um sich der Rettung der Olympischen Spiele in seiner Mormonen-Heimat Salt Lake City zu widmen. Romney soll erst 2002 den Job quittiert haben – und damit mitverantwortlich sein für eine Investition von 75 Millionen Dollar in Stericycle. Die Firma entsorgt medizinische Abfälle, darunter auch abgetriebene Föten. Das ist schlechte PR für den Abtreibungsgegner Romney. Und in seiner aktuellen Ausgabe sezerte das Magazin *Vanity Fair*, wo Mitt Romney heute sein Geld angelegt hat. Allein

30 Millionen seines auf 250 Millionen Dollar geschätzten Privatvermögens sollen in 12 Fonds auf den Cayman Islands parkiert sein.

Aber am vergangenen Freitag stand im neusten Anti-Romney-Clip wieder nur die eine Message im Zentrum: »Er hatte Millionen auf einem Schweizer Bankkonto.«

Ist ja klar: Tote Föten mag kein Wähler sehen, zumal Demokraten Abtreibungen eher befürworten; die Todesschwadronen in El Salvador sind längst vergessen; und wie soll man ein Bankkonto auf den Cayman anders bebildern als mit Palmen und Strand, die ebenso gut auf Jamaika oder Fidji stehen könnten?

Bleibt als Symbol aller Steuerinseln dieser Welt also nur: eine im Wind flatternde Schweizerfahne. Das ist der Fluch der starken Marke. Da spielt es auch keine Rolle, dass im neusten TV-Spot das weiße Kreuz auf rotem Grund über einer Basler Rheinbrücke statt am Zürcher Paradeplatz hing.

## Mehr als Geld

Drei Millionen Dollar hatte Romney in der Schweiz parkiert. Für ihn nicht viel. Doch ein Schweizer Bankkonto steht heute für Steuerhinterziehung

Der offiziellen Schweiz jedoch wurde das Treiben ennet dem Atlantik zu bunt. Die Botschaft in Washington sprach bei Obamas Wahlkämpfen vor: Sie sollten bitte schön die Fakten richtigstellen. Etwa dass Mitt Romney sein UBS-Konto bereits 2010 aufgelöst hatte. Oder dass darauf »nur« drei Millionen Dollar lagen. Oder dass für amerikanische Kunden in der Schweiz das Bankgeheimnis faktisch aufgehoben ist. Auch Nicolas Bideau, Chef der staatlichen Marketingorganisation Präsenz Schweiz, schaltete sich ein. Schließlich geht es um den Ruf des Landes. Aber er war sich des beschränkten Erfolgs seiner Mission bewusst.

Der *Aargauer Zeitung* sagte Bideau: »Das Klischee des Steuerparadieses Schweiz ist nicht leicht aus der Welt zu schaffen, da es auch von Hollywood aktiv bewirtschaftet wird.« Die Eidgenossenschaft gegen die Traumfabrik: ein wahrlich ungleicher Kampf.

CAROLINA MÜLLER-MÖHL

## Bildet Banden!

Gemeinsam können Frauen und Männer die Geschlechterklischees durchbrechen

Kürzlich hatte ich nach meiner Jubiläumsrede für die Absolventen des Executive MBA der Uni Zürich eine interessante Unterhaltung. Er sei froh, sagte ein MBA-Absolvent, dass seine Frau eine eigene Karriere habe und zudem die Last des Einkommens nicht allein auf seinen Schultern liege. Die Mutter seiner Tochter sei mindestens so erfolgreich im Beruf wie er und genieße die Anerkennung, die sie durch ihre Arbeit erhalte. »Wissen Sie was«, meinte er, »es ist zwar organisatorisch anspruchsvoll, aber so können wir beide unsere beruflichen und familiären Bedürfnisse befriedigen.«

Wow! Habe ich da etwas verpasst? Wächst da tatsächlich eine neue Generation von Frauen und Männern heran, die nichts mehr am Hut hat mit den lange eingeübten Rollenbildern?

Skopsis ist angebracht. Rund 60 Prozent der Hochschulabsolventen in der EU sind Frauen. Ihr Anteil in den Aufsichtsräten ist aber gerade mal 14 Prozent und mickrige 3 Prozent unter den Vorstandsvorsitzenden.

»Das Argument, es gebe nicht genug qualifizierte Frauen, kann ich keinesfalls akzeptieren«, kritisiert Viviane Reding, EU-Kommissarin für Justiz. In ihrer

Pressemitteilung vom Juni 2012 heißt es: »Frauen sind eine wirtschaftliche Notwendigkeit und ein wichtiger Faktor für die Steigerung der europäischen Wettbewerbsfähigkeit« – und die Kommissarin droht mit der Einführung einer Quote.

In einer von unserer Müller-Möhl Stiftung organisierten Veranstaltung erläuterte der Vorsitzende der Deutschen Telekom, René R. Obermann, wie er den von ihm postulierten Frauenanteil von 30 Prozent auf den obersten Führungsetagen bis 2015 realisieren will. Er fügte an, dass dies auch im Interesse aller Unternehmen liege. Studien belegen, dass multinationale Konzerne, die einen besonders hohen Frauenanteil im Topmanagement aufweisen, eine Rendite erwirtschaften, die um zehn Prozent über dem Branchendurchschnitt liegt.

Warum aber setzt sich seit mehr als 40 Jahren das wirtschaftlich Sinnvolle und gesellschaftlich offensichtlich Richtige nicht durch? Oder wie Anne-Marie Slaughter, Professorin für Politik und Internationale Beziehungen der Uni Princeton, in einem kürzlich veröffentlichten, viel diskutierten Artikel

im Magazin *The Atlantic* fragt: »Why can't women still have it all?«

Die Gründe sind vielfältig. Ausschlaggebend sind die Rahmenbedingungen in der Gesellschaft und in den Unternehmen, beziehungsweise die gebräuchlichen Rollenbilder – sowie die Frauen selbst. Diese Bilder – das erlebe ich leider sehr häufig – tauchen immer dann auf, wenn es um die Besetzung von Topstellen in einem Unternehmen geht. Umfragen zeigen, für einen Mann ist es weniger riskant, einen Mann einzustellen, weil ihm dies vertraut ist. In ihrer neuesten Studie hat die Schweizer Professorin Iris Bohnet, Rektorin der renommierten Harvard Kennedy School und frisch gewählte Verwaltungsrätin der Credit Suisse, mittels eines Experiments bewiesen, dass solche *unconscious biases* gegenüber Frauen durch ein anderes Auswahlverfahren behoben werden könnten. Werden bei der Rekrutierung Mann und Frau einzeln und nacheinander befragt, spielen geschlechtsspezifische Stereotypen eine viel größere Rolle, als wenn eine Frau gemeinsam mit einem Mann interviewt wird. Bei der gemeinsamen Befragung gaben die individuellen Fähigkeiten

der Kandidaten den Ausschlag. »Wenn Sie nur ein Paar Schuhe anschauen, werden sie dieses nach ihrer typischen persönlichen Präferenz auswählen«, erklärt Bohnet. »Wenn Sie aber mehrere zur Auswahl haben, erkennen Sie viel leichter, welcher Schuh tatsächlich zu Ihnen passt.«

Nur was man sieht, wird am Ende des Tages wahrgenommen. Lediglich die selbstverständliche Präsenz von Frauen in Führungspositionen verdrängt alte Rollenbilder aus den Köpfen der Menschen. Oder wie es kürzlich der Zukunftsforscher Professor Horst W. Opaschowski beim 100-Jahr-Jubiläum der deutschschweizerischen Handelskammer sagte: »Zur Frage der Vereinbarkeit von Beruf und Familie gesellt sich die Frage der Vereinbarkeit von Frauen- und Männerrollen. Rollenwechsel sind angesagt!« Dafür brauchen wir aber nicht nur einen Sinneswandel, sondern einen gesellschaftlichen Strukturwandel, der es Mann und Frau ermöglicht, ein zufriedenes, unabhängiges und produktives Leben zu führen und so gemeinsam zur Prosperität der Schweiz beizutragen. Ich bin überzeugt: *Together with men, women can have it all as well.*



Carolina Müller-Möhl arbeitet als Unternehmerin, Investorin und Philanthropin in Zürich

CH

### DIE ZEIT 5 Wochen testen!

Ich teste DIE ZEIT 5 Wochen lang für nur sFr 22.– statt sFr 36.50 im Einzelkauf und erhalte mein Wunschgeschenk. Zudem erhalte ich den kostenlosen Newsletter ZEIT-Brief. Wenn ich mich nach der 4. Ausgabe nicht melde, beziehe ich DIE ZEIT 52x im Jahr für zzt. nur sFr 6.20 pro Ausgabe frei Haus statt sFr 7.30 im Einzelkauf. Ansonsten reicht eine formlose Mitteilung an den Leser-Service. Mein Geschenk darf ich in jedem Fall behalten. Der Versand erfolgt nach Eingang der 1. Zahlung. Angebot nur in der Schweiz gültig. Auslandspreise auf Anfrage.

Mein Wunschgeschenk:  ZEIT-Uhr »Vintage«  Herrenuhr  Damenuhr

Name, Vorname \_\_\_\_\_  
 Straße/Nr. \_\_\_\_\_  
 PLZ/Wohnort \_\_\_\_\_  
 Telefon \_\_\_\_\_  
 E-Mail \_\_\_\_\_

Ich zahle bequem per Debit Direct und erhalte zusätzlich 2 weitere Ausgaben der ZEIT kostenlos! **2x gratis!**

Name des Kontoinhabers (Widerspruchsrecht innert 30 Tagen) \_\_\_\_\_

Postkonto-Nr. \_\_\_\_\_

Ich zahle per Rechnung.

Ich bin Student und spare nach dem Test sogar über 31% (zzt. nur sFr 5.– pro Ausgabe). Meine gültige Immatrikulationsbescheinigung liegt bei. Zusätzlich erhalte ich als Student 6x pro Jahr ZEIT CAMPUS.

Ja, ich möchte von weiteren Vorteilen profitieren. Ich bin daher einverstanden, dass mich DIE ZEIT per Post, Telefon oder E-Mail über interessante Medien-Angebote und kostenlose Veranstaltungen informiert.

Datum \_\_\_\_\_ Unterschrift \_\_\_\_\_

**DIE ZEIT, Leser-Service, D-20080 Hamburg**

+49 180 58 61 00 09\* +49 180 52 52 908\*

www.zeit.de/abo abo@zeit.de

\*Bitte jeweilige Bestellnummer angeben. 887036 H5/H7 • 887037 Stud. H5/H7

Exklusiv für Leser in der Schweiz

## Jetzt 5x DIE ZEIT für nur sFr 22.– testen!

Erleben Sie die Welt mit der ZEIT aus einem anderen Blickwinkel. Freuen Sie sich jede Woche auf die große Vielfalt an internationalen Themen und Meinungen sowie auf drei exklusive Schweiz-Seiten!



Ihr Geschenk

ZEIT-Uhr »Vintage«

Elegant geformtes Metallgehäuse mit Qualitätsquarzwerk, sternförmig geprägtem Zifferblatt mit aufgesetzten Indizes und Datumsanzeige, Einzelnummerierung und braunem PU-Lederarmband in Reptil-Optik.

Genießen Sie DIE ZEIT