

DIE ZAHL

14,6

Prozent Holz werden in den Tragkonstruktionen aller Gebäudekategorien in der Schweiz verbaut. Als Gründe nennt die Branchenorganisation Holzbau Schweiz unter anderem die Nachfrage nach nachhaltigen Bausystemen, Innovationen im Brand- und Schallschutz, industrielle Fertigungstechnologien



und einen hohen Ausbildungsstand der Holzbaufachkräfte. So sei die Branche in neue Zielmärkte vorgedrungen. «Die Akzeptanz der Holzbauprodukte ist in den letzten Jahren stark gestiegen. Dies ist nicht nur den Innovationen zu verdanken. Die positive Marktentwicklung ist auch ein Ergebnis der qualitativ hochwertigen Arbeit der Schweizer Holzbaunehmungen und ihrer Mitarbeitenden», sagt Hans Rupli, Zentralpräsident Holzbau Schweiz. Bei einer aktuellen Umfrage in der Branche haben fast 70 Prozent der befragten Unternehmer angegeben, sehr zufrieden mit ihren Entwicklungsmöglichkeiten beziehungsweise Erfolgsaussichten zu sein. (bor)

Börsenchef Katz geht

ZÜRICH. Der Chef der Schweizer Börse, Christian Katz, gibt seinen Posten nach sechs Jahren ab. Grund sind laut Mitteilung unterschiedliche Vorstellungen bezüglich der strategischen Ausrichtung und Weiterentwicklung der Börse. Urs Rügsegger, Chef des Finanzmarktdienstleisters SIX, der die Börse betreibt, sagte auf Anfrage, er sei von Katz' Rücktritt überrascht worden und bedauere diesen sehr. Rügsegger sagte, die Veränderungen der vergangenen Jahre im Umfeld und die derzeitige Positionierung der Börse hätten Katz gezeigt, dass die Stelle an der Spitze der Börse nicht mehr seinen Vorstellungen entspreche. Katz ist seit Mai 2009 Chef der Börse. Unter seiner Leitung habe die SIX Swiss Exchange zu einer führenden europäischen Börse ausgebaut werden können, heisst es in der Mitteilung. Interimistisch leitet ab Mai Katz' Stellvertreter Christoph Landis die Börse. Die Suche einer Nachfolgerin oder eines Nachfolgers werde in den nächsten Tagen eingeleitet. (sda)

Anzeige

Privatklinik  
**HOHENEGG**  
Burnout Depression Psychosomatik

«Ich habe meine Grenzen erreicht!»

Wir helfen Ihnen, das Burnout zu überwinden.

8706 Meilen am Zürichsee  
Telefon +41 (0)44 925 12 12  
www.hoheneegg.ch

Member of  
The Swiss Leading Hospitals

# Schweizer Tricks für Disney

Viele Effekte in Filmen von Disney haben ihren Ursprung in Zürich. Das Disney Research Zürich ist der einzige Standort, an dem der US-Konzern ausserhalb der USA Forschung und Entwicklung betreibt, sagt Direktor **Markus Gross**.

SZILVANA SPETT

Herr Gross, in Zürich befindet sich das einzige Disney Research Center in Europa. Wieso gerade hier?

**Markus Gross:** Erstens ist der Grossraum Zürich ein exzellenter Standort. Die Lebensqualität ist sehr hoch, die Infrastruktur ist hervorragend, Arbeitswege sind kurz, es herrscht ein arbeitgeberfreundliches Klima. Der zweite Grund ist die Qualität der ETH. Unsere angewandte Forschung profitiert von einem regen Austausch von Ideen mit der Grundlagenforschung, und die ETH ist schlicht eine der besten technischen Hochschulen der Welt. Wir arbeiten eng mit ihr zusammen und haben dadurch Zugriff auf ein breites Spektrum an Expertenwissen. Der dritte Grund liegt in unserem Forschungsbereich des Visual Computing – ich selbst bin bereits seit 20 Jahren Professor an der ETH und war in dieser Zeit bereits mit Disney in Kontakt. Viele für Disney relevante Vorarbeit wurde dabei bereits geleistet, und so mussten wir nicht bei null anfangen.

Was wird am Forschungszentrum in Zürich entwickelt?

**Gross:** Bei Disney Research wollen wir neue Technologien für alle Bereiche entwickeln, die für unsere Firma von Relevanz sind. Disney ist der weltgrösste Unterhaltungskonzern und ist in verschiedenen Bereichen tätig, darunter in Film, Fernsehen, Parks und Resorts sowie Konsumgüter.

Woran forschen Sie konkret?

**Gross:** Ein Ziel ist es, bahnbrechende Technologien für die Filmindustrie zu entwickeln, die den Produktionsprozess eines Films verändern. Der klassische Prozess lässt sich in Vorproduktion, Produktion und Nachproduktion unterteilen. Wir entwickeln Technologien, die es ermöglichen, Elemente der Nachproduktion in die Vorproduktion zu integrieren. Dadurch können viele teure Effekte, die bis zu 60 Prozent des Filmbudgets ausmachen, eingespart werden.

Was sieht man letztlich im Kino von dem, was Sie entwickeln?

**Gross:** Unsere Arbeit ist in den meisten Live-Action-Filmen mit realen Schauspielern präsent, oft



Die drei Feen aus «Maleficent»: (von links) Thistlewit (Juno Temple), Knotgrass (Imelda Staunton) und Flittle (Lesley Manville).

Bild: Disney

ist unser Beitrag aber sehr subtil. Ein offensichtliches Beispiel sind die Gesichter der drei Feen im Fantasy-Film «Maleficent». Diese erhielten ihre Gesichter durch unsere Technologie. Das sind stilisierte Feen, hinter denen aber reale Schauspielerinnen stehen. Ihre Gesichter wurden leicht karikiert, aber alle charakteristischen Merkmale der Schauspielerinnen blieben erhalten. Mit unserer Facial-Motion-Capture-Technologie, der geometrischen Erfassung der Gesichter und Gesichtszüge, konnten wir so eine gewisse Realität in die Spezialeffekte mit einbringen. Das ist eine neue Qualität, weswegen das Effektteam auch in die engere Auswahl für den Tech-Oscar aufgenommen wurde.

Inwieweit ist das Zentrum in Zürich besonders im Vergleich zu den anderen Standorten?

**Gross:** Wir haben zwei grosse externe Standorte in Zürich und Pittsburgh, die sich in vielen Punkten sehr ähnlich sind. Dank der ETH sind wir aber enger mit

einer Hochschule verbunden. Das dritte Disney Research Lab ist am Hauptsitz in Hollywood gelegen. Dort arbeiten hauptsächlich Forscher von Disney und fast keine Studenten.

Wie gehen Sie mit der Schweizer Kostenstruktur um?

**Gross:** Ich muss gute Argumente finden, um diesen Standort zu verteidigen. Jetzt umso mehr, da der Franken signifikant an Wert zugelegt hat. Bisher waren wir jedoch auch produktiver als andere Standorte. Wenn wir das weiterhin sind und auch die Qualität der Mitarbeiter auf dem bisherigen hohen Niveau bleibt, dann können wir unsere Produktivität halten und leicht für unseren Standort argumentieren.

Woher stammen Ihre Mitarbeiter?

**Gross:** Aus 20 verschiedenen Ländern. Im Bereich der Doktoranden kommen bei uns über 50 Prozent von der ETH Zürich. Ich achte darauf, lokale Studenten zu nehmen, so haben wir eine gute Mischung. Wenn ich

als Professor mit Doktoranden arbeite, ist das für mich als Mentor eine grosse Verantwortung.

Welche Rolle spielt hier die Internationalität?

**Gross:** Wenn wir hier am Standort Forschung auf Spitzenniveau betreiben wollen, dann müssen wir die besten aus einem sehr grossen Pool von Talenten überall aus der Welt zu uns herholen können. Dies gilt auch für die ETH. In den letzten 20 Jahren haben wir uns hier in Zürich von einem reinen Finanz- in einen Technologiestandort entwickelt.

Was ist der Grund dafür?

**Gross:** Es gibt hier in Zürich erfolgreiche High-Tech-Unternehmer. Ich denke, dass der unternehmerische Enthusiasmus dadurch auch bei den Studenten stark zugenommen hat. An der ETH haben wir zudem viel Infrastruktur aufgebaut, um Studenten und Mitarbeiter bei der Gründung eigener Firmen zu unterstützen. Mittlerweile werden von Angehörigen der ETH

pro Jahr an die 40 Start-ups gegründet. Als kleines Land ohne physische Ressourcen kann die Schweiz langfristig nur mit Qualität, Innovation und technischer Exzellenz ihre Standards halten.

Ist eine Verlagerung des Disney Research Center eine Option?

**Gross:** Wir haben keine Abwanderungspläne. Die Verbindung mit der ETH bleibt – es würde Jahre dauern, bis so eine Beziehung anderswo wieder aufgebaut wäre. Wir ziehen stattdessen in Betracht, ob wir gewisse Standorte ausbauen wollen.



Bild: ky/Gaëtan Bally

**Markus Gross**  
ETH-Professor und Direktor von Disney Research in Zürich

## Lob für neues «Sprungbrett»

Auf einen halben Tag verkürzt und erstmals direkt bei den Firmen: So wurde der diesjährige Sprungbrett-Event Thurgau für Studierende durchgeführt.

CHRISTOF LAMPART

**FRAUENFELD.** Generelles Ziel des zum 13. Mal im Thurgau ausgetragenen Sprungbrett-Events ist es, dass die Arbeitgeber im Kanton mit Studierenden diverser Fachhochschulen und universitärer Hochschulen aus der Schweiz und dem angrenzenden Ausland Kontakte knüpfen können. Die Veranstaltung im Auftrag der kantonalen Ämter für Wirtschaft und Arbeit sowie für Mittel- und Hochschulen werden von der Together AG durchgeführt, die in der Deutschschweiz sechs solcher Sprungbrett-Events organisiert.

Einblick in sieben Firmen

2015 meldeten sich 80 junge Frauen und Männer, die an 14 Fach- und Hochschulen studieren, für dem Thurgauer Event an. Am vergangenen Freitagnachmittag konnten sie den Be-

trieb von einer der sieben Firmen besichtigen und zuweilen auch einen Workshop absolvieren. Bei den Unternehmen handelte es sich um Baumer, Bosch, Geobruugg, Lidl, Nüssli, Thurgauer Kantonalbank und Trio Personal.

Mint-Berufe gut vertreten

Laut Adrian Fischer von Together ist man vom Konzept der eintägigen Workshops auf dem Ermatinger Wolfsberg abgekomen, weil die Firmen den Studierenden nicht einfach per Trockenübung einen Einblick ins Geschäft geben wollten, sondern direkt im Betrieb. «Somit wurde das Ganze kürzer und intensiver», sagte Fischer am Freitagabend im Frauenfelder Eisenwerk, wohin die Sprungbrett-Teilnehmenden zum Apéro geladen waren. Dort nutzten viele die Gelegenheit, um die Firmen- und Verbandsvertreter in lockerer Runde kennenzulernen.

«Besonders freut es mich, dass wir viele Leute aus dem Mint-Bereich, also angehende Mathematiker, Informatiker, Naturwissenschaftler und Techniker, hier haben», sagte Martin Bächer vom Amt für Mittel- und Hochschulen. Und für Marcel Rappelle von der Wirtschaftsförderung Thurgau ist das «Sprungbrett» eine «hervorragende Gelegenheit, um den Jungen zu zeigen, dass es im Thurgau tolle Firmen gibt».

Studierende sind zufrieden

Sarah Bünter von der Universität St. Gallen etwa kam nach Frauenfeld, «weil ich früh wissen möchte, was auf dem Arbeitsmarkt gefragt ist und was mich interessieren könnte». Thomas Helwig von der Hochschule Konstanz für Technik, Wirtschaft und Gestaltung sprach von einer «super Veranstaltung, um interessante Leute auf einfache Art und Weise kennenzulernen».

## Google wertet Webseiten ohne Mobil-Optimierung ab

**MOUNTAIN VIEW.** Acht Wochen nach der ersten Ankündigung macht Google Ernst: Ab heute werden Webseiten, die sich auf Smartphones und Tablets nicht gut darstellen lassen, schlechtere Rankings im Google-Index erhalten. «Da immer mehr Menschen Mobilgeräte für den Internetzugang verwenden, müssen sich unsere Algorithmen diesen Nutzungsgewohnheiten anpassen», hiess es in einem Blogbeitrag von Googles Webmasterteam. Die Mobil-Freundlichkeit einer Website werde ein Rankingkriterium. Schriftgrößen dürften nicht zu klein sein und Navigations-elemente sollen sich gut mit dem Finger auf einem Touchscreen bedienen lassen. Zu einer Abwertung führen auch Inhalte, die sich auf Mobilgeräten nicht optimal darstellen lassen – wie beispielsweise Adobe Flash.

Google-Manager Gary Illyes sagte, seines Wissens werde der

Mobilcheck keine Auswirkungen auf die Desktopsuche haben. Experten halten es aber für möglich, dass die bessere Nutzererfahrung bei einer für mobile Endgeräte optimierten Website indirekt zu positiven Signalen und damit besseren Rankings führt. Der jüngste Algorithmuswechsel soll auch Inhalte von Apps auf der Google-Mobilplattform Android besser durchsuchbar machen.

Mobilprogramme, die über einen Index verfügen, haben eine Chance, in den Suchergebnissen aufzutauchen. Der Konzern will damit der Herausforderung begegnen, dass Informationen nicht nur im offenen Web zu finden sind, sondern in den Datencontainern einer App. (dpa)

Auf folgender Seite können Webseitenbetreiber prüfen, ob ihr Angebot für Mobilgeräte optimiert ist: <https://www.google.com/webmasters/tools/mobile-friendly/>