

«Ein neuer Ansatz»

Der weltbekannte Harvard-Professor Michael Porter sprach an einem Seminar in Zürich über das «Internet der Dinge» und stellte sein Konzept des Shared Value vor.

VON PATRICK STAHL

Michael Porter ist einer der gefragtesten Managementberater der Welt. Der preisgekrönte Harvard-Professor zeigte diese Woche an einem Seminar der ZfU International Business School in Zürich auf, wie die Digitalisierung die Wirtschaft auf den Kopf stellt. Das sogenannte «Internet der Dinge» verändert nicht nur den Wettbewerb innerhalb einer Branche, sondern erweitert auch die Branche an sich. Porter hielt ein Tennisracket in der Hand und versuchte an diesem Beispiel zu verdeutlichen, dass intelligente und vernetzte Produkte in der Lage seien, die Wettbewerbsgrundlage zu verschieben – weg von einzelnen Produkten, hin zu intelligenten Systemen, die aus eng miteinander verknüpften Produkten bestehen. Das erwähnte Tennisracket ist mit Sensoren ausgestattet, welche die Nutzung des Sportgeräts aufzeichnen. Daten wie die Geschwindigkeit, die Energie oder der Winkel eines Schlags werden vom Schlägergriff an ein Smartphone übertragen. Sportler können mit dem Racket ihren Spielstil mit wenig Aufwand analysieren und neue Erkenntnisse daraus ziehen.

Auch Traktoren entwickeln sich

Porter räumte auch gleich mit dem Vorurteil auf, dass etablierte Unternehmen zu den Opfern der Digitalisierung zählen würden. Das Gegenteil sei der Fall, wie das Aufkommen des Internets in den 1990er-Jahren gezeigt habe. Das World Wide Web habe zwar neue Anbie-

ter wie Google, Facebook und Co. hervorgebracht, aber die bestehenden Firmen wie Microsoft oder IBM, die sich dieser Entwicklung aktiv stellten, hätten grösstenteils überlebt. Ein Traktorhersteller beispielsweise könne sich durch das Internet der Dinge in einer erweiterten Branche wiederfinden, die alles Mögliche rund um die landwirtschaftliche Produktion umfasst: Dazu zählen Wetterkarten, Sensoren für Regen, Feuchtigkeit und Temperatur sowie Saatdatenbanken und automatisierte Bewässerungssysteme.

Neue Geschäftsmöglichkeiten

Porter präsentierte vor den rund 100 Führungskräften am ZfU-Seminar auch sein neuestes Projekt: Das sogenannte

Shared-Value-Konzept, welches mittlerweile eine Reihe internationaler Konzerne adaptiert haben. Porter vertritt die These, dass sich der

Zweck einer Firma nicht im Erzielen von Gewinn erschöpfen sollte. «Die Wirtschaft braucht einen neuen Ansatz anstelle der Maximierung des Shareholder Values, um das Vertrauen und die Glaubwürdigkeit in den Kapitalismus zurückzuerlangen – nicht etwa aus Gutmenslichkeit, sondern aus höchst eigenem Interesse.» Bisher konzentrierten sich viele Unternehmen darauf, wohltätige Organisationen zu unterstützen oder im Rahmen der Corporate Social Responsibility den Wasser- oder Papierverbrauch zu reduzieren, so Porter. Diese Massnahmen seien zwar lobenswert, aber sie würden die grundlegenden Probleme nicht lösen. Viel wichtiger sei es, soziale Probleme wie

Armut, Umweltschäden oder Ressourcenmangel aktiv anzugehen, indem Unternehmen ihre Geschäftsmodelle anpassen. Daraus könnten wiederum auch neue Geschäftsmöglichkeiten für Unternehmen entstehen, erklärte Porter.

Nestlé setzt auf Shared Value

Die Idee zum Shared-Value-Konzept stammte von Nestlé-Verwaltungsratspräsident Peter Brabeck. Der Lebensmittelgigant steht weltweit unter Verdacht, verschwenderisch mit natürlichen Ressourcen umzugehen, und fand mit der neuen Managementidee ein willkommenes Ablenkungsmanöver. Brabeck sieht dies naturgemäss anders. «Die Tage des Shareholder-Value-Denkens sind gezählt. Daran glauben heute nur noch ein paar unverbesserliche Hedge-Fonds-Manager», sagte der Nestlé-Chef am ZfU-Seminar. Der Lebensmittelhersteller setzt auf das Shared-Value-Konzept. Sowohl das Unternehmen als auch die Gesellschaft profitierten von einem sparsameren Umgang mit den Ressourcen. So konnte



Nestlé beispielsweise den Wasser- und Stromverbrauch massiv senken. Auch die verstärkte Zusammenarbeit mit lokalen Produzenten habe Vorteile für beide Seiten – zum einen erhalte Nestlé bessere Produkte, zum anderen könnten die Kleinbauern höhere Erträge erzielen. Einen weiteren, nicht ganz unwesentlichen Vorteil zählte Brabeck

zum Schluss seiner Rede auf. Das Shared-Value-Konzept brachte Nestlé auf die Idee, die Produktpalette für die ärmeren Weltregionen anzupassen. Statt mit teurem Kaffee aus Nespresso-Kapseln versorgt der Lebensmittelgigant weite Teile der Bevölkerung in Entwicklungsländern mit relativ einfachen Produkten wie etwa Milchpulver.

«Das ist kein Gutmenschentum, sondern wir machen das aus höchst eigenem Interesse.»

... hervorragende Performance.



Der Harvard-Professor Michael Porter erklärte vor vollem Haus die Vorteile von Shared Value.

Bild: pd

Hilti rechnet mit Wachstum

SCHAAN. Aufgrund der positiven Umsatzentwicklung in den ersten vier Monaten 2016 erwartet der Hilti-Konzern für 2016 einen deutlichen Anstieg des Umsatzes. Harzig laufen allerdings weiterhin die Geschäfte in Lateinamerika. Die umfangreichen Investitionen in den vergangenen zwei Jahren zahlen sich für den Baugerätehersteller aus, wie Hilti am Mittwoch mitteilte. Von Januar bis April stieg der Umsatz um über 7 Prozent auf 1,5 Milliarden Franken.



Die Hilti ist insgesamt auf Kurs.

Bild: pd

Schwierige Schwellenländer

Wie bereits in den Vorjahren entwickelten sich die Geschäfte in den einzelnen Regionen recht unterschiedlich. Hilti spricht von weitgehend guten Rahmenbedingungen in den wesentlichen Industriestaaten und von politischen und wirtschaftlichen Herausforderungen in vielen Schwellenländern.

In Nordamerika, der zweitwichtigsten

Region, konnte in den vergangenen vier Monaten ein zweistelliges Umsatzwachstum fortgesetzt werden (+14,7 Prozent auf 367 Millionen Franken). Positiv verlief die Entwicklung auch im weitaus grössten Markt Europa (+9 Prozent auf 727 Millionen Franken).

Deutlich schwächere Wachstumsraten wurden hingegen in Osteuropa,

dem Mittleren Osten und Afrika (+1,3 Prozent auf 161 Millionen Franken) sowie in der Region Asien und Pazifik (+1,0 Prozent auf 209 Millionen Franken) erzielt.

Optimistisch für 2016

Als schwierig bezeichnet der Konzern die Entwicklung im mit grossem Abstand kleinsten Markt Lateinamerika. Der Umsatz brach hier um fast 22 Prozent auf 36 Millionen Franken ein. Begründet wird dies mit anhaltenden politischen Spannungen und der wirtschaftlichen Abhängigkeit von Rohstoffpreisen.

Für das Gesamtjahr gibt sich der Konzern optimistisch und rechnet mit einer deutlichen Umsatzsteigerung. Im Geschäftsjahr 2015 ging der Umsatz um 2,5 Prozent auf 4,384 Milliarden Franken zurück. Unter dem Strich verdiente Hilti 410 Millionen Franken. (sda)

Profitieren Sie von einer hervorragenden Performance mit besten Auszeichnungen.

Vereinbaren Sie einen Termin.
www.llb.li/kontakt

 Liechtensteinische Landesbank¹⁸⁶¹
Tradition trifft Innovation.