

Weniger Umsatz bei Dätwyler

ALTDORF sda. Der Urner Industriezulieferer Dätwyler hat 2015 wie angekündigt eine Umsatzeinbusse verbucht. Der ungeprüfte Nettoumsatz verringerte sich um 3,9 Prozent auf 1,17 Milliarden Franken. Laut Dätwyler frass der starke Franken fast 100 Millionen Franken weg. Zu konstanten Wechselkursen hätte das Umsatzwachstum gegenüber dem Vorjahr 4 Prozent betragen, wie aus einer Mitteilung von gestern hervorgeht. Dazu trugen insbesondere auch Übernahmen bei. Aus eigener Kraft wuchs Dätwyler organisch um 1,8 Prozent.

Schwächeres Wachstum in Asien

Dieses organische Wachstum stammt aus dem grösseren Geschäftsbereich Sealing Solutions. Die Umsätze mit den diversen Arten von Dichtungen legten um 2,9 Prozent auf 705,9 Millionen Franken zu. Besonders in der Gesundheitsindustrie und in der europäischen und der amerikanischen Automobilbranche waren die Dichtungen wieder stärker gefragt. In Asien hingegen schwächte sich das Wachstum deutlich ab. Für die Zukunft sieht das Management den Elektronikvertrieb aber wieder auf Kurs.

Die Gewinnzahlen wird der Konzern am 4. März publizieren. Die Marge des Betriebsgewinns (Ebit) soll zwischen 10 und 13 Prozent liegen.

Amag 2015 mit Umsatzrückgang

AUTO sda. Der Autohändler Amag hat mit den Marken Volkswagen, Audi, Skoda und Seat im letzten Jahr leicht weniger umgesetzt als im Vorjahr. Trotz des Abgas-Skandals bei Volkswagen blieb VW mit einem Marktanteil von 13 Prozent das beliebteste Auto der Schweizer.

Einen konsolidierten Jahresumsatz von 4,4 Milliarden Franken erwirtschaftete Amag im Geschäftsjahr 2015. Das waren 200 Millionen Franken weniger als im Vorjahr, teilte das Unternehmen gestern mit. Als Grund für den Umsatzrückgang gab der Autohändler den Wegfall des Euro-Mindestkurses an.

Gestern hat Amag ausserdem kommuniziert, dass alle betroffenen Kunden bis Anfang Februar über den vorgesehenen Zeitplan der Rückrufmassnahme informiert werden.

Banges Warten auf die Briten



Bundespräsident Johann Schneider-Ammann gestern während der «Open Forum»-Diskussion am WEF in Davos. Am Rande der Veranstaltung äusserte er sich auch über die Verhandlungen der Schweiz mit der EU.

Keystone/Laurent Gillieron

DAVOS Bundesrat Johann Schneider-Ammann erklärte gestern am WEF, die Schweiz müsse sich bei den Verhandlungen mit der EU gedulden. Priorität hat Grossbritannien.

sda. Was man längst vermutet hat, ist nun bestätigt: Vor einer Einigung mit Grossbritannien macht Brüssel keine Zugeständnisse an die Schweiz. Das sagte Bundespräsident Johann Schneider-Ammann gestern am Rande des Weltwirtschaftsforums (WEF) in Davos. Schneider-Ammann hatte am Donnerstagabend EU-Vizekommissionspräsident Frans Timmermans getroffen. «Timmermans hat mir dabei klar zu verstehen gegeben, dass mit uns keine Abmachungen getroffen werden können, solange die Situation mit Grossbritannien nicht geklärt ist», sagte der Bundes-

präsident gegenüber Journalisten. Der britische Premierminister David Cameron verlangt von der EU Zugeständnisse für den Verbleib seines Landes in der Union. Unter anderem sollen Migranten aus der EU künftig bestimmte staatliche Zuschüsse erst nach vier Jahren erhalten. Auch die angebliche Benachteiligung Grossbritanniens als Nicht-Euro-Staat will Cameron beseitigt haben.

Lösung ist in Sicht

Laut Schneider-Ammann ist der Vizepräsident der EU-Kommission zuversichtlich, dass Brüssel bald ein grundsätzliches Einverständnis mit Grossbritannien findet. Ein Referendum über einen Verbleib des Landes könne dann schon diesen Sommer stattfinden, sagte der Bundespräsident. Für die Schweiz hat dies weit reichende Folgen. Wegen der Masseneinwanderungsinitiative versucht der Bundesrat seit nunmehr zwei Jahren, Brüssel Zugeständnisse bei der Personenfreizügigkeit abzurufen. Bisher gaben sich die EU-Länder unnachgiebig.

Es ist der Schweizer Regierung nicht einmal gelungen, mit der Kommission offizielle Verhandlungen zu führen. Im Rahmen sogenannter Konsultationen nähert man sich zwar einer Einigung an. Doch aus Sicht der EU-Kommission hätte alles, was abgemacht würde, präjudizierenden Charakter mit Bezug auf Grossbritannien, sagte Schneider-Ammann.

Zeit für Plan B

Für den Bundesrat bedeutet dies, dass er bei der Umsetzung der Masseneinwanderungsinitiative Plan B aktivieren muss. Er will dem Parlament Anfang März die entsprechende Botschaft vorlegen. Am liebsten hätte er sich noch vorher mit der EU auf den Mechanismus einer Schutzklausel geeinigt, mit der die Schweiz die Personenfreizügigkeit unter bestimmten Umständen einschränken könnte. Dazu wird es nun nicht kommen. Findet das Referendum über den Brexit tatsächlich schon in diesem Sommer statt, ist eine Einigung über eine Schutzklausel frühestens in der zweiten

Jahreshälfte in Reichweite. Das heisst, dass der Bundesrat dem Parlament zunächst eine einseitige Schutzklausel vorlegen muss. Falls später eine Einigung zu Stande kommt, will er eine Zusatzbotschaft mit einer einvernehmlichen Schutzklausel nachreichen.

Im schlimmsten Fall kommt es gar nicht zu einer Einigung. Nach den Plänen des Bundesrats könnte die Schweiz eine Schutzklausel frühestens 2018, ein Jahr nach deren Einführung, aktivieren. Ob die EU diese einseitige Massnahme als Verletzung des Freizügigkeitsabkommens betrachtet und wie sie darauf reagieren würde, ist völlig offen.

WEF-Soldaten mit Drogen erwischt

Am WEF sorgten gestern aber vor allem Soldaten der Schweizer Armee für Aufregung. Wie bekannt wurde, erwischte die Militärpolizei mehrere Soldaten beim Konsum von Drogen. Einige Armeeangehörige sollen Haschisch und Kokain auf sich getragen haben. Die Fälle werden disziplinarisch gehandelt.

Die Digitalisierung revolutioniert auch die Autobranche

Finanzanalysten liebten es, ihre Modelle auf klar abgegrenzte Bereiche auszurichten, auf Währungsräume, Nationen oder Branchen. Wie in einem Chemielabor glaubten sie, dass sich die Beobachtungen stets wiederholen würden. Doch sie vergassen dabei, dass die zugrundeliegenden sozialen und technologischen Systeme komplex und dynamisch sind. Die heutige Welt lässt sich nicht mehr mit den Modellen fassen, die vor zehn Jahren noch Gültigkeit hatten. Die Realität verändert sich rasch. Das hat insbesondere mit Technologiespiralen zu tun, die an Prognostiker neuartige Anforderungen stellen. Derzeit verändert die Digitalisierung sämtliche Branchengrenzen, was ich am Beispiel des Automobils beleuchten will.

Entscheidendes spielt sich oftmals nicht im Kern, sondern an den Rändern ab. Wer vom Kern ausgeht, glaubt eine Branche erfassen zu können, zum Beispiel die Automobilbranche. Man zählt Automarken zusammen, addiert Investitionssummen in Fabriken, sucht nach Zulieferern und Absatzkanälen. Dabei geht es längst nicht mehr ums Auto, das gelungene Produkt aus Karosserie und Motor. Der Ökonom denkt in der Dimension Mobilität, beispielsweise zwischen Wohn- und Arbeitsort, zu Fuss, im Bus und Zug oder im Auto. Sollte letzteres gemietet oder gekauft werden? Geht es eher um die Überwindung von Distanz oder eher um Komfort und Status? Soll man über-

haupt noch ins Büro oder gleich im «Home Office» arbeiten?

Ökonomen lernen früh, dass es nie um ein Produkt geht, sondern um den Kundennutzen. Und schon tun sich neue Betrachtungen auf: Soll ein Auto automatisch parkieren können? Soll es als WLAN-Hotspot dienen? Was sollen die (Mit-)Fahrenden alles mitbekommen? Es wäre doch für manche von Nutzen,

AUSSICHTEN

wenn auf das Restaurant hingewiesen würde, an dem man in fünf Minuten vorbeifahren wird und das Essen gleich bestellen könnte. Und bei der nächsten Fahrt würde man auf das aktuelle Tagesmenü aufmerksam gemacht – solange der Wirt Google auch dafür zahlt, dass sein Restaurant mitsamt Speisekarte auf dem Autodisplay erscheint.

Schon vor langem hat Frederic Vester in der komplexen Welt der Mobilität auf die Kunst des vernetzten Denkens hingewiesen, doch an all die «smarten» Möglichkeiten durch die Digitalisierung hat auch der herausragende Kybernetiker noch nicht gedacht. Sein Denken prägte jedoch moderne Ökonomen, die heute auf agentenbasierte Modelle setzen. Prognosen lassen sich nicht in vereinfachten Ursache-Wirkungs-Zusammenhängen, son-

dern in Feedback-Systemen mit vielfältigen Rückkoppelungen erarbeiten. Was dabei herauskommt, ist spannend. So ist klar, dass die Autobranche gerade die grösste Revolution in ihrer Geschichte erfährt. Sie muss das Auto ins Leben integrieren, was ihr schwer fällt. Die grösste Konkurrenz und die innovativsten Konzepte kommen allesamt von jenen, die bislang am Rand oder gar ausserhalb der Branche tätig waren. Sie bestimmen verstärkt den Trend.

Ob in Detroit oder in Las Vegas

, an den jüngsten Messen drehte sich beim Thema Auto vieles nicht mehr um Motoren, PS und Design. Google, Amazon und Apple dominierten. Die Innovationen werden versuchen, die Autohersteller zur Werkbank zu degradieren. Denn vieles, was wirklich mit neuer Wertschöpfung und substanziellem Zusatznutzen verbunden sein wird, hat nichts mit dem alten Bild eines Automobils zu tun. Anspruchsvoll ist, Radarsensoren, Kameras, Ultraschallsensoren und Laserscanner rich-

tig in die Steuerung einzubauen. Zentral ist jedoch die Integration der Elektronik ins mobile Leben des Kunden. Auf diese Schnittstellen haben es die amerikanischen IT-Konzerne abgesehen. Amazon stellte mit einem digitalen Assistenten ein neuartiges Informations- und Unterhaltungssystem vor.

Damit man vom Auto aus schon das Licht zuhause anmachen und die Heizung aktivieren kann. Apple arbeitet an einer Softwareplattform in Automobilen, die letztlich dazu führen wird, dass Metallteile vielleicht noch in Detroit, Wolfsburg oder Stuttgart, das Wesentliche aber im kalifornischen Silicon Valley zusammengesetzt wird, der kreativsten Gegend der Welt und dem Ursprungsort der Digitalisierung.

Wer das «Betriebs-system» im Auto besitzt, der besitzt auch den Kunden. Alle personenbezogenen Daten, die sich während einer Fahrt sammeln lassen, werden ausgewertet. Daten, mit wem

telefoniert wurde, welche Musik gehört und vor welchen Geschäften geparkt wurde, an welchen Plakatwänden man vorbeigefahren ist und welche Internetseiten die Insassen aufrufen haben. Alles kombiniert mit hochauflösenden Strassenkarten und Monitoren wie in der Business Class in Flugzeugen.

Die wahre Stärke im Silicon Valley liegt darin, dass man sich auf den Kundennutzen fokussiert. Der Reiz liegt nicht im schmierigen Ölwechsel, Benzingestank oder Motorengeheul. Mit aller Konsequenz und hoher Geschwindigkeit werden technologische Innovationen realisiert und Geschäftsideen umgesetzt. Drei Monate sind eine Ewigkeit. In diesem Wettbewerb scheinen traditionelle Autokonzerne zu verlieren, denn die Entwicklungszyklen in der Konsumentenelektronik sind ungefähr viermal kürzer als jene in der trägen Automobilindustrie. Einst hatte «Freude am Fahren» den Kaufentscheid geprägt. Verstärkt wird es aber um die Einbindung ins ganze Familienleben gehen. Autos mutieren vermehrt von einem Verkehrsmittel zu einer Einzimmerwohnung mit intakter Büroinfrastruktur und zahlreichen Freizeitoptionen. Das wird eine ganze Branche durcheinander schütteln wie nie zuvor.

HINWEIS

Maurice Pederghana (51) ist Professor für Banking und Finance an der Hochschule Luzern – Wirtschaft und Studienleiter am Institut für Finanzdienstleistungen Zug (IFZ).