

# wirtschaft

Montag, 25. Februar 2013

24

DIE ZAHL

## 308,8

Millionen Flaschen Champagner wurden im letzten Jahr verkauft. Im Vorjahr – dem zweitbesten Verkaufsjahr der Statistik des Dachverbandes Comité Interprofessionnel du Vin de Champagne (CIVC) – waren 322,9 Millionen Flaschen verkauft worden. Der 2012 erzielte Umsatz von 4,4 Milliarden Euro entspricht laut CIVC dem vierthöchsten Umsatzergebnis in der Geschichte des Champagners – trotz den negativen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen in Europa. Vor allem in Frankreich und in der EU mussten die Champagnerhersteller einen deutlichen Rückgang hinnehmen. Insgesamt fiel der Umsatz dort um 4,4 Prozent. Dafür legte der Absatz in Länder ausserhalb der EU leicht um 3,2 Prozent zu. (du)



## Apple-Aktionär erringt Etappensieg

**NEW YORK.** Es steht 1:0 für einen rebellischen Apple-Aktionär: Der kalifornische Konzern muss auf Geheiss eines Richters den Vorschlag für eine Satzungsänderung zurückziehen, mit der die Ausgabe von Vorzugsaktien erschwert worden wäre. Der Hintergrund für das Scharmützel vor Gericht: Hedgefonds-Manager David Einhorn will an den Milliardenreichtum des iPhone-Herstellers heran.

### Erstmals wieder Dividende

Die Apple-Reserven hatten zum Jahreswechsel die Marke von 137 Milliarden Dollar überschritten. Das weckte bei vielen Anteilseignern Begehrlichkeiten. Sie wollen, dass Apple einen grösseren Anteil des Geldes an sie ausschüttet. Mit dem aktuellen Chef Tim Cook gibt es zwar erstmals seit rund 17 Jahren wieder eine Dividende und einen Aktienrückkauf im Gesamtvolumen von 45 Mrd. Dollar. Doch das reicht einigen Investoren nicht. Einhorn verlangt konkret, dass Apple Vorzugsaktien im Wert von 50 Mrd. Dollar ausgibt und diese dann auch noch mit einer Dividende von 4 Prozent jährlich ausstattet. Um die für seinen Plan hinderliche Satzungsänderung zu stoppen, reichte er die Klage in New York ein.

### Cook verurteilt Klage scharf

Apple zeigte sich enttäuscht über die Entscheidung des Richters. Sie sei nicht im Interesse der Anteilseigner. Konzernchef Cook hatte die Klage bereits zuvor scharf verurteilt. Nach aktueller Satzung muss sich der Verwaltungsrat direkt mit den Forderungen Einhorn auseinandersetzen. Das bedeutet jedoch noch lange nicht, dass Einhorn mit seiner Forderung nach Vorzugsaktien durchkommt. (sda)

# Das Netz als Quelle des Wissens

Im Internet ist es ein Leichtes, die ganze Welt zu erreichen. Warum dies nicht nutzen und das Wissen der weltweiten Internetgemeinde anzapfen? Zahlreiche Unternehmen machen das bereits – Crowdsourcing heisst es dann.

SABRINA DÜNNENBERGER

**ST. GALLEN.** Was haben die Chips-Sorten «Sunny Forest» und «Malaknesa» der Migros-Tochter Bischofszell Nahrungsmittel AG (Bina) und der Gleitverschluss für Sportjacken von Mammut gemeinsam? Beides wurde von der Crowd entwickelt. Die Crowd, das ist eine Vielzahl von Internetnutzern. Crowdsourcing heisst das Schlagwort, und es bedeutet so viel, wie auf die Weisheit vieler zurückzugreifen. Getrieben ist dieser Innovationsprozess durch das Internet. «Das Internet hat zu einem Strukturwandel geführt. Crowdsourcing ist eine Möglichkeit, wie Firmen mit Hilfe der Internet-Gemeinschaft ihre Innovationskraft stärken können», sagt Hans-Dieter Zimmermann, Dozent für Wirtschaftsinformatik an der FHS St. Gallen.

### Die Migros macht's vor

Im Fall der Bina hat der Lebensmittelproduzent auf der Suche nach neuen Chips-Geschmacksrichtungen den Internetnutzern über 100 Zutaten zur Verfügung gestellt, die sie kombinieren konnten. Nach einer Abstimmung im Netz wurden die 50 beliebtesten Geschmacksrichtungen produziert und von einer Jury bewertet. Bei den verbliebenen 5 Geschmacksrichtungen waren denn die Kunden am Zug, ihre zwei Favoriten zu küren. Die von der Bina produzierten zwei neuen Chips-Sorten – Essiggurken und Dill sowie Zwiebel, Pilz und Speck – stehen heute in den Migros-Regalen. Die Entwicklerinnen der Geschmacksrichtungen werden mit 1% Umsatzbeteiligung honoriert.

Die Migros hat Crowdsourcing mit der Internet-Plattform Migipedia institutionalisiert. Dort werden Produktvorschläge – etwa Marshmallows mit Schokoladenhülle – geprüft, Kampagnen für neue Produkte und die Wiedereinführung von aus dem Sortiment gefallenen Waren gefahren.

### Von McDonald's bis zur Nasa

Auch andere Unternehmen nutzen die Weisheit des interaktiven Schwarms. So sucht McDonald's mit der Kampagne «Mein Burger» drei Hamburger-Kreationen, die im Frühling in den Restaurants in der Schweiz und in Liechtenstein ins Angebot kommen. Es sind aber nicht nur Nahrungsmittel- und Konsumgüterunternehmen, welche die Crowd



Von Kunden gewünscht: Christoph Meili, Robert Rekece und Hans-Dieter Zimmermann (von links) mit Produkten, hinter denen die Crowd steckt.

für sich arbeiten lassen. Crowdsourcing hat auch die Wissenschaft erreicht. Ein Beispiel dafür ist die Plattform Innocentive. Dort sucht etwa die Nasa Lösungen, um den Druck im Inneren des menschlichen Kopfes messen zu können. Ein anderes Unternehmen sucht nach der Rezeptur für ein Guezli, das für Diabetiker geeignet ist, aber schmeckt wie ein «echtes Guezli».

Innocentive rühmt sich damit, über 12 Millionen Problemlöser zu erreichen, deren 270 000 sind bei der Plattform registriert. Wer einem Unternehmen entscheidend weiterhilft, kann auf dieser Plattform bis zu 1 Mio. \$ verdienen. Geld ist jedoch nicht der einzige Motivationsfaktor, springt nicht überall gar so viel heraus. Anerkennung kann ein Motiv sein, aber auch Selbstmarketing. «Wir leben in einer Gesellschaft, in der die Selbstdarstellung im Internet dazugehört», sagt Zimmermann.

### Kunden als Marktforscher

«Es sind nicht zwingend die Angestellten, welche die besten Lösungen für Fragestellungen einer Firma haben», begründet Christoph Meili den Sinn von

Crowdsourcing. Er ist Geschäftsführer der Innovationsgesellschaft St. Gallen, die Unternehmen unter anderem im Umgang mit neuen Technologien berät. Crowdsourcing kann zur Lösung eines Problems beitragen. Vergli-

chen mit herkömmlicher Forschung und Entwicklung erreicht Crowdsourcing eine Vielzahl möglicher Problemlöser. «Kunden werden zu Marktforschern, Entwicklern und Testpersonen in einem», sagt Meili. Zudem können

Crowdsourcing-Projekte schneller realisiert werden und günstiger sein als Labor-Projekte.

So hat etwa die Innovationsgesellschaft selbst das Logo für eine Studie ([www.openinnovationmonitor.ch](http://www.openinnovationmonitor.ch)) durch die Crowd entwickeln lassen. Die Kosten lagen dabei um ein Vielfaches tiefer, als wenn eine Agentur involviert gewesen wäre, «und die Anzahl der Teilnehmer und der kreativen Vorschläge war überwältigend», sagt Robert Rekece, der das Projekt betreut hatte.

### Mehr als billige Arbeitskräfte

Die Crowd allerdings nur als billige Arbeitskraft zu sehen, greift zu kurz. «Crowdsourcing ist in der Regel nur ein einzelner Schritt im gesamten Innovationsprozess», sagt Rekece. Zudem: Eine befriedigende Lösung sei nicht garantiert. Darum sei ein klares Briefing ebenso wichtig wie die Kommunikation mit den Teilnehmern, was sehr zeitaufwendig sein könne. Zimmermann hält denn auch fest: «Crowdsourcing ist nicht die eierlegende Wollmilchsau.» Sinnvoll eingesetzt, könne es Unternehmen jeder Grösse aber helfen, ihre Innovationskraft zu stärken.

## Noch in den Kinderschuhen

In Europa und der Schweiz steckt Crowdsourcing noch in den Kinderschuhen. Von weltweit 2000 gelisteten Plattformen stammen knapp 50 aus Deutschland und neun aus der Schweiz, wohingegen die Zahl der US-Plattformen bei über 500 liegt. Die Innovationsgesellschaft St. Gallen hält allerdings fest, dass das Konzept des Crowdsourcing schwer fassbar sei, da es sich ständig weiterentwickelt und immer neue Formen entstanden.

Eine Befragung der Innovationsgesellschaft und der FHS St. Gallen bei über 200 Führungskräften hat ergeben, dass gerade einmal jeder Dritte den Begriff Crowdsourcing erklären

kann. Dabei birgt das Konzept laut den Studienautoren gerade für kleine und mittlere Unternehmen (KMU) grosses Potenzial. Innovationen zu generieren sei für Firmen überlebensnotwendig. Angesichts sinkender Budgets für Forschung und Entwicklung, schnelleren Produktlebenszyklen oder steigenden Kundenansprüchen sei der Einbezug der Crowd durchaus sinnvoll.

Um den KMU in der Region das Thema näherzubringen, organisiert die Innovationsgesellschaft gemeinsam mit der FHS St. Gallen am 6. März an der Empa ein Praxisseminar. Informationen unter: [www.innovationsgesellschaft.ch](http://www.innovationsgesellschaft.ch). (du)

## BÖRSENSPIEGEL

# Europäische Zentralbank unter Druck

Nach den USA und Grossbritannien treibt nun auch Japan eine ultraexpansive Geldpolitik. Im Wettbewerb um die «lockerste» Geldpolitik gerät die Europäische Zentralbank (EZB) unter Druck.

Der Euro-Stoxx-Aktienindex hinkt seit Wochen den nordamerikanischen und asiatischen Märkten hinterher. Der bescheidene Kursgewinn stützt sich auf die anhaltende Stärke der riskanteren Peripheriemärkte. Die vier grössten Euromärkte sind 2013 kaum vom Fleck gekommen. Diese relative Schwäche scheint logisch: Die deflationären Tendenzen breiten

sich trotz Stützungsmaßnahmen der EZB zunehmend von Süden nach Norden aus. Auch die nördlichen Kernländer haben teils mit hausgemachten Problemen zu kämpfen. Hinzu kommt, dass der Euro in einem ungünstigen Moment die Exporte verteuert und so die Gesamtkonjunktur belastet.

### Die Sorgen des Mario Draghi

Nachdem Japan und Grossbritannien der expansiven Geldpolitik erneut den politischen Vorzug gegeben haben (Wahlsieg von Shinzo Abe, Ernennung des «inflationstoleranten» Mark Carney

zum künftigen Gouverneur der Bank of England), erscheint die lockere Geldpolitik der EZB weniger grosszügig, das stärkt den Euro weiter. EZB-Präsident Mario Draghi äusserte sich daher jüngst besorgt über die Eurostärke, worauf sich die Einheitswährung gegenüber dem US-Dollar um rund 3% abwertete, allerdings notiert er immer noch 11% höher als im Juli.

Gleichzeitig bleibt die Konjunktur in Europa trüb. Das Bruttoinlandsprodukt der Eurozone ist im 4. Quartal stärker gesunken als erwartet, vor allem der Einbruch in Deutschland suggeriert Schwä-

che. In den nördlichen Kernländern belastete nicht nur der (volatile) Lagerzyklus das Wachstum, sondern auch der Aussenhandel und die Firmeninvestitionen. Gerade dann macht eine starke Währung keinen Sinn.

### Italien-Wahlen mit Zündstoff

Dennoch, das technische Bild für Euroaktien weist darauf hin, dass diese demnächst wieder zu den Gewinnern zählen können. Investoren warten wohl noch auf einen positiven Impuls, etwa weitere Stimulierungsmassnahmen der EZB, was eher unwahrschein-

lich ist. Der Ausgang der italienischen Parlamentswahlen könnte im Falle einer Wiederwahl Berlusconi zur Aktivierung des OMT-Programms (Outright Monetary Transactions) führen und für Turbulenzen (nicht nur) an den italienischen und spanischen Anleihenmärkten sorgen. Ein zu starker Zinsanstieg würde Rom letztlich keine andere Wahl lassen, als den unbeliebten Eurorettungsfonds doch um Hilfe zu bitten – und damit den Weg für Anleihenkäufe durch die EZB zu ebnen.

Mikio Kumada, Executive Director, LGT Capital Partners