

Weltmeister bei den Innovationen

SCHWEIZ sda. Mit 835 angemeldeten Patenten pro Million Einwohner hat sich die Schweiz im vergangenen Jahr als das innovativste Land Europas gezeigt. Dies verdankt die Eidgenossenschaft laut den Statistiken des Europäischen Patentamts (EPA) vor allem der Industrie. Die grössten Schweizer Patentanmelder waren der Elektrotechnikkonzern ABB (481 Anmeldungen), gefolgt vom Konkurrenten Alstom (399) und dem Lebensmittelmulti Nestlé (382).

Apparate und Maschinen

Stark tat sich die Schweiz im internationalen Vergleich bei elektrischen Apparaten und Maschinen hervor. Gut waren die Unternehmen aber auch in der Medizintechnik, bei Messverfahren und in der organischen Chemie. Bei der Anzahl Patente ist die Schweiz auf Platz drei. 8182 Patentanmeldungen schickte die Schweiz ein, 5 Prozent mehr als 2011. Nur Deutschland und Frankreich erfinden noch mehr.

Humer versteht Vasella nicht

ROCHE sda. Der abtretende Roche-Verwaltungsratspräsident Franz Humer kritisiert die letztlich umgestosene Konkurrenzverbotsklausel für Daniel Vasella, den zurückgetretenen Präsidenten der Konkurrentin Novartis. «So etwas wäre mir nie in den Sinn gekommen», sagte Humer. «Ich konnte das nicht glauben», sagte Humer in einem Interview mit der «Basler Zeitung». Eine entsprechende Klausel sei für ihn nie eine Überlegung wert gewesen.

«Das isch wahri Swissness»

BILANZ Swatch tanzt erneut aus der Reihe. Nach dem Austritt aus dem Wirtschaftsverband gibts jetzt einen Geschäftsbericht auf Schweizerdeutsch und noch mehr Streit.

NELLY KEUNE
nelly.keune@luzernerzeitung.ch

Kantonswappen, die dem Leser die Zunge rausstrecken, der Schweizer Uhrenkonzern Swatch als 27. Kanton, aber «kein Staat, sondern e Geischteshaltig», so die Erklärung desselben: Auf den ersten Seiten des neusten Geschäftsberichts des Swatch-Konzerns erwartet den Leser so einiges Unerwartetes. Denn dieser wurde den Aktionären gestern neben Deutsch, Englisch und Französisch auch auf Schweizerdeutsch zur Verfügung gestellt.

Im Vorwort begründet Swatch-Verwaltungsratspräsidentin Nayla Hayek die Sprachwahl mit der starken Identifikation des Konzerns mit der Schweiz und deren Werten. «Das isch wahri Swissness, womit mer eusi Landslüt es bezli uufrüttele, wo mängisch zor ehner konventionelle Site neige, wo vor allem of ehri Secherheit bedacht send und schön vorsichtig und bequem dor s'Läbe wänd goh», schreibt Hayek. Den schweizerdeutschen Geschäftsbericht verstehe man als positive Provokation.

Swiss mit Homepage in Dialekt

«Es ist zweifellos ein Marketinggag», sagt der Kommunikationsberater Roland Binz. Eine Provokation aber weniger: «Swatch ist nicht das erste Unternehmen, das sich so präsentiert. Die Fluggesellschaft Swiss hat bereits vor einhalb Jahren eine Website auf Schweizerdeutsch aufgeschaltet», erklärt der



Grund zum Feiern: Auch dank der Schweizer Qualität hat Swatch-Chef Nick Hayek mehr eingenommen mit seinem Konzern.

Keystone/Peter Schneider

Experte. Trotzdem mache es durchaus Sinn. «Nützt's nüt, so schad's nüt. Vielleicht werfen nun auch Leute einen Blick hinein, die sonst nie einen Geschäftsbericht lesen», erklärt Binz. Ausserdem liege Swissness im Trend – als Qualitätsmerkmal und auch, um Identität zu stiften. «Beim Schweizerdeutsch ist aber schon allein die Wahl des Dialekts eine Gratwanderung, weil die Schweizer manchmal sensibel auf andere Dialekte reagieren», so Binz.

In der Tat ist es fraglich, ob sich die Deutschschweizer durch die «Wörlwaid Spechäls» auf der schweizerdeutschen Swiss-Homepage angesprochen fühlen. Auch dürfte die Klassenwahl zwischen Först, Bisnäss und Ekonomi ein doppel-

tes Hinschauen nötig machen. Swatch hat das Problem auf gewohnt kreative Weise gelöst. Jedes Kapitel wurde in einem anderen Dialekt abgefasst. Firmenchef Nick Hayek betonte gestern an der Bilanzpressekonferenz in Grenchen aber auch, dass Swatch keine akademische Arbeit habe verfassen wollen: «Vielleicht wird ein Appenzeller oder Walliser auch da und dort etwas finden, das nicht ganz seinem Dialekt entspricht.»

Ganz offensichtlich geht es dem Konzern nicht nur um Aufmerksamkeit, sondern auch darum, auf seine Position in der Swissness-Debatte aufmerksam zu machen. Bei der sogenannten Swissness-Vorlage zum Schutz von Produkten aus einheimischer Produktion fordert

Swatch zusammen mit dem Verband der Schweizer Uhrenindustrie FH eine 60-Prozent-Regel: So hoch soll der aus der Schweiz stammende Wertanteil mindestens sein, damit ein Erzeugnis als Schweizer Produkt gilt. Der Grund: Produkten, die das Schweizer Kreuz tragen, messen die Konsumenten besondere Qualitätseigenschaften zu. «Swiss Made» ist gemäss dem Wirtschaftsverband Economiesuisse auf dem Markt bis zu 20 Prozent mehr wert.

Kritik an Economiesuisse

Die Präsentation der Jahreszahlen nutzte Nick Hayek auch dazu, Economiesuisse erneut öffentlich zu kritisieren. «Economiesuisse ist überhaupt nicht mehr glaubwürdig», schimpfte er vor den Pressevertretern und holte zu einem Rundumschlag aus. Die Organisation habe selbstverständlich ihre Daseinsberechtigung. «Aber momentan liegt der Verband auf der Intensivstation und will immer noch Arzt spielen.»

Weniger Grund zur Kritik gab das vergangene Geschäftsjahr des Konzerns. Swatch kann einmal mehr Rekordzahlen präsentieren. Der Umsatz stieg um 14 Prozent auf 8,14 Milliarden Franken, der Reingewinn kletterte gar um 26 Prozent auf 1,61 Milliarden Franken. Die Zahlen hatte Swatch bereits im Februar bekannt gegeben.

Auch die Zukunft sieht rosig aus. Hayek geht im laufenden Jahr von einem Wachstum der Schweizer Uhrenindustrie von 5 bis 10 Prozent aus. Umsatzprognosen zur Swatch Group gab er keine bekannt. Er sagte lediglich, dass man stärker als der Markt wachsen wolle. Auch ein Umsatz von 9 Milliarden Franken sei möglich, aber nicht das Ziel.



Dialekt: Hier finden Sie den neuen Swatch-Geschäftsbericht: www.luzernerzeitung.ch/bonus