



Elektronik-Industrie:

Weitblick gefragt

Lieber Geld verlieren als Vertrauen – das soll Unternehmensgründer Robert Bosch einmal gesagt haben, und damit gibt er indirekt schon eine klare Empfehlung für die Marschrichtung in Krisenzeiten vor. Nicht die kurzfristige Rendite sollte im Vordergrund stehen, sondern langfristige, vertrauensvolle Kundenbeziehungen. Das hört sich zunächst einfach und plausibel an und doch gerät diese Vorgehensweise gern in Vergessenheit.

Franz Fehrenbach, Vorsitzender der Geschäftsführung der Robert Bosch GmbH, hat in den VDI-Nachrichten seinen Standpunkt dargelegt: „Die Marktwirtschaft ist kein Spielcasino“ und wirbt mit dieser Aussage für grundsoliden Wirtschaften. Dies bedeutet für ihn eine Abkehr von überzogenen Renditevorstellungen und dem gleichzeitigen Ausblenden der Risiken, neue Anreizsysteme für Manager und eine Rückbesinnung auf Tugenden wie Ehrlichkeit, Zuverlässigkeit und Verantwortung. Zugegebenermaßen dürfte es Fehrenbach aufgrund der Stiftungsstruktur von Bosch leichter haben, diese Werte zu verfolgen, als vielleicht der eine oder andere Manager eines börsennotierten Unternehmens oder – noch schlimmer – eines Unternehmens in „Heuschreckenbesitz“. Dennoch kann ich an den Grundprinzipien, die Fehrenbach propagiert, nichts Fehlerhaftes erkennen. Auf die Dauer lohnt sich strategisches Denken mit Weitblick (vgl. S. 77).

Für Bosch definiert Fehrenbach die Strategie so: „Neben einem überlegten Krisenmanagement konsequent auf Innovationen setzen.“ Die Geschichte des Bosch-Konzerns ist ein guter Beleg dafür, dass diese Strategie fruchtet. Ein wichtiger Fokus des Unternehmens liegt auf energieeffizienten und umweltschonenden Produkten. Jüngstes Beispiel ist der Einstieg in die Zukunftstechnologie Photovoltaik durch Boschs Übernahme des Erfurter Unternehmens Ersol.

Vor Abstrichen bei Forschung und Entwicklung warnt auch der britische Marktforscher Malcolm Penn von Future Horizons: „Trotz aller Widrigkeiten ist es jetzt an der Zeit, zu investieren

und dann gestärkt aus der Rezession zu kommen. Das F&E-Budget ist häufig eines der ersten, das in Zeiten von wirtschaftlichen Krisen gekürzt wird. Aber damit beeinträchtigen Unternehmen ihre langfristige Zukunft.“

Was in Bezug auf Innovation für Unternehmen gilt, das ist auch auf nationaler und EU-Ebene nicht falsch. Auf dem Europäischen Nanoelektronik-Forum in Paris (vgl. S. 20) mahnten Enrico Villa, Chairman des Eureka-Programms MEDEA+ und CATRENE, sowie Alain Dutheil, Präsident der Industrieorganisation AENEAS, die Nano-/Mikroelektronikförderung zu verstärken. Das Förderdefizit im Vergleich mit anderen Weltregionen Sorge auf Dauer für ein „unebenes“ Spielfeld. Europa drohe, in der Halbleitertechnik abgehängt zu werden. Dabei seien Halbleiter die „Enabler“ für 90 Prozent der Schlüsseltechnologien und Innovationen, die zur Verbesserung und Weiterentwicklung einer nachhaltigen Informations- und Kommunikationsgesellschaft erforderlich seien. Villa sieht die Krise als Chance: „Wir haben eine schwierige Zeit und wissen nicht, wie lange die Krise dauert, aber eines ist klar, danach wird der Halbleitermarkt wieder kräftig anziehen. Und dafür müssen wir uns positionieren.“

Sicherlich ist in der derzeitigen wirtschaftlichen Situation Krisenmanagement gefragt, aber darüber darf man sinnvolle strategische Ziele nicht aus den Augen verlieren, wie Innovation und grundsoliden Wirtschaften. Auch dies soll Robert Bosch, ein Mann mit Weitblick, gesagt haben: „Eine anständige Art der Geschäftsführung ist auf die Dauer das Einträglichste, und die Geschäftswelt schätzt eine solche viel höher ein, als man glauben sollte.“

Ihnen einen guten Start ins Jahr 2009!

Gerhard Stelzer

Chefredakteur

Schreiben Sie Ihre Meinung an:

gstelzer@elektronik.de