

# Eine Million Smart in zehn Jahren

Das Konzept des City-Flitzers heckte Swatch-Gründer Nicolas Hayek aus

BERND GLEBE (DPA)

«Gäbe es den Smart nicht schon seit zehn Jahren – man würde ihn spätestens heute fordern», freut sich Daimler-Chef Dieter Zetsche. Soeben lief der 1000000. Smart in Frankreich vom Stapel.

Der City-Flitzer Smart ist für den Autokonzern Daimler vom Milliardengrab zum Hoffnungsträger geworden. Weil heute immer mehr PS-Protze wegen der aktuellen Klimadebatte in den Garagen bleiben, sind Kleinwagen angesagter denn je. «Gäbe es den Smart nicht schon seit zehn Jahren – man würde ihn spätestens heute fordern», sagte Daimler-Chef Dieter Zetsche gestern. Im ostfranzösischen Hambach lief der millionste Smart vom Band.

Vor rund zwei Jahren wäre eine Jubelfeier für den Auto-Winzling noch nahezu undenkbar gewesen. Milliardenverluste und ein massiver Stellenabbau kennzeichneten die Geschäfte mit der Kleinwagensparte. Musste zuerst die Produktion des Smart-Roadsters mangels Nachfrage eingestampft werden, trennte sich der Stuttgarter Konzern schweren Herzens auch von seinem Viersitzer, dem Smart Forfour.

**TRENDSETTER.** Mittlerweile haben sich nicht nur die Margen beim City-Flitzer deutlich zum Positiven gewandelt. Die Strategie der Stuttgarter ist nach der Trennung von der US-Tochter Chrysler mehr denn je auf kleinere und kompaktere Fahrzeuge ausgelegt als auf kraftprotzende und spritfressende Autos. Deshalb gilt der Smart schon lange nicht mehr einfach nur als Design-Ikone, sondern beispielsweise auch als Trendsetter bei den neuesten Antriebstechnologien in der Autobranche.

Hinzu kommt: Galt der Dauer-versuch des Elektro-Smart in London



**Jubiläum.** Mittlerweile verkauft Daimler-Chef Dieter Zetsche (rechts) den Smart in weltweit 37 Länder. Foto Daniel Maurer

bislang als Versuchswiese, nimmt die Entwicklung nun deutlich Fahrt auf: Morgen will Daimler-Chef Zetsche zusammen mit der deutschen Bundeskanzlerin Angela Merkel in Berlin eine Elektroauto-Offensive vorstellen. Die Batterietechnik gilt für die Autoindustrie zwar schon länger als zukunftsweisend. Bremsklotz ist aber nach wie vor, wie Milliarden Fahrzeuge mit Energie gefüttert werden können, ohne dass

gleichzeitig überall die Lichter ausgehen. Zetsche fordert deshalb ein branchenübergreifendes Denken. Ab 2010 will er den Smart mit kleinen Stückzahlen serienmässig als Elektroauto produzieren. Grössere Stückzahlen sollen zwei bis drei Jahre später folgen.

**ELCHTEST.** Der Erfinder des Smart, der Uhrenfabrikant Nicolas Hayek, stellte das neue Auto im März 1994 vor. Die

Weltpremiere fand 1997 auf der Automesse in Frankfurt statt. Die für Anfang 1998 geplante Auslieferung musste aber wegen Problemen bei extremen Ausweichmanövern (dem sogenannten «Elchtest») auf Mitte 1998 verschoben werden. Nach Absatzproblemen forderten Investoren im Januar 2006 den Verkauf des Smart-Bereichs. Daimler-Chef Dieter Zetsche wies diese Forderungen aber zurück.

## Die Börsenbaisse verhagelt Helvetia das Jubiläum

Mieses Finanzergebnis, aber gutes inländisches Wachstum

DANIEL ZULAU

**Die grossen Versicherungskonzerne im Schweizer Markt jagen mit aller Macht nach mehr Marktanteilen. Die kleine Helvetia wehrt sich tapfer und mit Erfolg.**

Allianz, Axa, Zurich Financial – drei weltweit tätige Versicherungskonzerne trampeln sich in der kleinen Schweiz auf den Füssen herum, und das Gedränge nimmt Jahr für Jahr zu. Axa will bis 2012 ein Viertel des 50-Milliarden-Franken-Marktes für sich allein haben, und die anderen Riesen sind nicht weniger ambitioniert.

«Vor allem Axa hat für eine massive Verschärfung der Konkurrenzsituation gesorgt», sagt ein Marktkenner, der kollektive Vorsorgeleistungen für Unternehmen verkauft. Just in diesem Geschäft expandierte Helvetia als viertgrösste Anbieterin im Land mit einem Prämienwachstum von 6,9 Prozent im ersten Halbjahr deutlich schneller als der Durchschnitt der Konkurrenz. Ein wichtiger Grund dafür sei die exklusive Vertriebskooperation mit Swisscanto, dem Gemeinschaftsunternehmen der Schweizer Kantonalbanken, sagt Helvetia-Schweiz-Chef Philipp Gmür gegenüber der baz.

Auch im Einzelebengeschäft unterhält Helvetia mit der engmaschig wie die Kantonalbanken im ganzen Land vertretenen Raiffeisen-Gruppe eine Vertriebsvereinbarung, um die sie viele andere Versicherer beidenden dürften. Nicht zuletzt aus

diesem Grund hat der kleine Assekuranzkonzern sein Einzelebengeschäft in der Schweiz in den ersten sechs Monaten des Jahres um über 22 Prozent gesteigert. Ein wesentlicher Teil des Wachstums geht zwar auf die Lancierung einer fondsgebundenen Jubiläumspolice (Jubi+) zurück, die für die Kunden vermutlich einen weit höheren Nutzen hat als für die Gesellschaft. Doch bekanntlich bleiben auch Discount-Artikel in den Regalen liegen, wenn sie nicht aktiv feilgeboten werden.

**PRIVATPERSONEN.** Auch im Nicht-Leben-Geschäft erzielte Helvetia mit einem Prämienwachstum von 1,8 Prozent im Heimmarkt eine beachtliche Leistung. Viktor Dammann, Analyst bei der Bank Vontobel, erklärt sich das mit dem Umstand, dass Helvetia vor allem Privatpersonen und Kleinstbetriebe versichert, während der Kampf um Volumina bei grösseren Firmenkunden am härtesten ist. Am Prämienwachstum fehlte es der Helvetia im Berichtshalbjahr nicht – auch nicht im Ausland, wo zum Teil ebenfalls schöne Zunahmen verzeichnet wurden.

Dafür musste der Konzern in seinem 150. Jubiläumjahr ein miserables Finanzergebnis vorweisen. Die Börsenbaisse hinterliess realisierte und nicht realisierte Verluste auf Finanzanlagen im Wert von 531 Millionen Franken. Im ersten Halbjahr 2007 hatte noch ein Gewinn von 174 Millionen Franken resultiert. Das miese Ergebnis wurde durch ein gutes operatives Geschäft, in dem es im Unterschied zum Vorjahr keine GROSSschäden zu berappen gab, abgefedert. Darüber hinaus löste der Konzern eine Reserve im 197 Millionen Franken auf, so dass unter dem Strich nur ein leichter Gewinnrückgang verblieb. Für den Rest des laufenden Jahres gibt sich das Unternehmen auffallend optimistisch.

## «Wir haben den Trend rechtzeitig erkannt»

Remo Uherek betreibt die Blogger-Plattform «Trigami»

RAHEL KOERFGEN

**Das Basler Start-up Trigami vermittelt Blogger für Werbeaktionen an andere Unternehmen. Die Internet-Plattform ist in der Schweiz einmalig.**

Nachdem Mitte der Neunzigerjahre die ersten Blogs aufgetaucht sind, führen heute alleine in der Schweiz Tausende ein solches Webtagebuch. Es werden Erlebnisse geschildert, Produkte kritisiert oder einfach nur Witze erzählt. Sogar Bundesrat Moritz Leuenberger bloggt.

Blogs sind aber mehr als nur Webtagebücher. Sie sind ein neues Medium. Seit einigen Jahren werden sie mittels «Corporate Blogs» auch geschäftlich genutzt. Darüber hinaus haben Unternehmen Blogs als Marketinginstrument entdeckt.

Auch Remo Uherek (25) bloggt. Der Basler hat zusammen mit seinem Studienkollegen Alain Aubert das Marketingpotenzial von Blogs vor zwei Jahren erkannt. Ihre Vision war eine Internet-Plattform, wo Unternehmen ein Blogger vermittelt werden, die gegen ein Honorar ein Produkt testen und daraufhin eine Kritik veröffentlichen. Das ist wirkungsvolle Werbung: Die Bloggerszene ist gross und gut vernetzt.

Heute ist Uhereks und Auberts Blogger-Vermittlung Trigami bereits mehr als ein Jahr alt, und das Unternehmen, das an der Frobenstrasse drei Vollzeitangestellte beschäftigt, macht einen Umsatz, der klar im sechsstelligen Bereich liegt. 30 Prozent der Honorare, die sich zwischen zehn und mehreren 100 Franken bewegen, gehen an Trigami.

«Wir haben den Trend rechtzeitig erkannt», sagt Uherek. Der Jungunternehmer ist sich aber bewusst, dass er viel

Glück hatte. «Ich war zur rechten Zeit am rechten Ort.» Zufällig habe er einen Investor kennen gelernt und diesen von seiner Idee überzeugen können. Glück allein reicht aber nicht: «Man muss den Mut haben, seine Idee umzusetzen, und darf nicht gleich aufgeben.»

**MARKTFÜHRER.** Uhereks Mut hat sich ausbezahlt. Auf der Trigami-Website bieten sich derzeit über 5000 Blogger für Unternehmenskampagnen an – 80 Prozent davon aus Deutschland. Der Ansturm rührt daher, dass die Plattform laut Uherek in der Schweiz einmalig ist. «Und in Deutschland sind wir Marktführer.»

Der grösste Kunde, der Trigami bis anhin an Land ziehen konnte, ist der Fast-food-Riese McDonald's. Aber auch T-Mobile, Casio oder die CSS Versicherungen gehören zum Kundenstamm. Uhereks Traum ist es, dass der Computerkonzern Apple einsteigt. «Wenn unsere Blogger das neue iPhone testen könnten, wäre das der Hit!», sagt er. Gerade eben war er auf Geschäftsreise in Silicon Valley und hatte dort «ein paar interessante Gespräche».

### Neuer Ratgeber für Jungunternehmer

**WEGWEISER.** Am Dienstag feierte die Junge Basler Wirtschaftskammer (JBW) die Vernissage ihres neuen Ratgebers «Selbständig». Er soll einen Überblick über das Basiswissen für Jungunternehmer schaffen und Antwort auf deren wichtigste Fragen geben. Geschrieben wurde das Buch von einem Team von Rechtsanwälten, Steuerberatern und Wirtschaftsprüfern.

Junge Basler Wirtschaftskammer «Selbständig» Schulthess Juristische Medien AG 2008 229 Seiten, 34 Franken.

nachrichten

### Panalpina beendet Aktienrückkäufe

**BASEL.** Der Transport- und Logistikkonzern Panalpina hat das im vergangenen August gestartete Aktienrückkaufprogramm abgeschlossen. Wie vorgesehen, wurden dabei 1,25 Millionen Aktien zurückgekauft; dies entspricht fünf Prozent des gesamten Aktienkapitals. Panalpina investierte dafür 185 Millionen Franken. In dieser Zeit sank der Kurs um 56 Prozent auf rund 94 Franken. han

### Luftfahrt 2008 doch mit weniger Verlust?

**GENÈVE.** Im Juni ging der Luftfahrtverband IATA davon aus, dass seine 230 Mitglieder-Airlines im laufenden Jahr einen kumulierten Verlust von 6,1 Milliarden Dollar einfliegen werden. Wegen der gesunkenen Ölpreise rechnet Generaldirektor Giovanni Bisignani nun nur noch mit 5,2 Milliarden. 2009 betrage der kumulierte Verlust 4,1 Milliarden Dollar. SDA

### Ascom steigert den Gewinn deutlich

**BERN.** Der Telekomzulieferer Ascom konnte seinen Gewinn im ersten Halbjahr von 1,1 Millionen Franken in der Vorjahresperiode auf 7,1 Millionen steigern. Um profitabel zu bleiben, will Ascom aber weitere Geschäftsbereiche abstossen, was bis zu 24 Millionen Franken kosten werde, gab das Berner Unternehmen gestern bekannt. SDA

### Mehr Umsatz und Gewinn für Mövenpick

**CHAM.** Mövenpick konnte im ersten Semester des 60. Geschäftsjahres den Umsatz und den Betriebsgewinn steigern. Die Gruppe hat mit rund 700 Millionen Franken 5,7 Prozent mehr umgesetzt. Alle fünf Unternehmensbereiche (Hotels, Marché, Restaurants, Weine und Fine Food) trugen zum positiven Resultat bei. Für den Rest des Jahres rechnet Mövenpick mit einer weiteren positiven Entwicklung. SDA

### Zwei CS-Händler vor US-Gericht

**WASHINGTON.** Die US-Börsenaufsicht SEC hat am Mittwoch zwei ehemalige Börsenhändler der Credit Suisse verklagt. Ihnen wird vorgeworfen, unethisch risikoreiche ARS-Anleihen gekauft und damit Kunden um über eine Milliarde Dollar betrogen zu haben. Die beiden Händler hätten behauptet, dass diese Papiere staatlich abgesichert und deshalb gute Alternativen zu Bankanleihen seien. Dabei habe es sich aber um hochriskante Anleihen gehandelt, mit denen die Händler höhere Gewinne gemacht hätten als mit konservativeren Instrumenten. Die beiden Wall-Street-Händler seien im September 2007 sofort entlassen worden, nachdem die Unregelmässigkeiten festgestellt worden seien, gab die CS bekannt. Man habe die Behörden sofort informiert. SDA

### Auch Swisscanto spürt die Finanzkrise

**BERN.** Beim Fondsanbieter der Kantonalbanken nahmen die Kundenvermögen wegen der Finanzkrise im Geschäftsjahr 2007/2008 um 6,5 Prozent auf 59,1 Milliarden Franken ab. Dank Nettogeld-Zuflüssen in Höhe von insgesamt rund zwei Milliarden hätten sich die Einbussen aber nicht so stark ausgewirkt. SDA

### Johnson Controls will Stellen abbauen

**MILWAUKEE.** Der US-Konzern – der bei Ciba, Novartis und Syngenta die Sicherheit auf den Basler Firmengebieten verantwortet – kündigt an, bis Anfang 2010 einen «umfassenden Personalabbau» zur «besseren Ausrichtung auf seine Wachstumsstrategien» durchzuführen. han

#### HELVETIA IM 1. HALBJAHR

	in Mio. Fr.	Veränd. in %
Prämienbeitrag	3487	+3,8
Finanzergebnis	-124,3	n.v. <sup>2</sup>
Konzerngewinn	166,4	-3,8
Eigenkapital <sup>1</sup>	2851	6,9
Anzahl Mitarbeiter	4540	-1,5

<sup>1</sup> Veränderung gegenüber Ende 2007  
<sup>2</sup> n.v. = nicht verfügbar