

KOMMENTAR

Von roten und blauen Ozeanen

Urs Frey, Professor an der Universität St. Gallen, erklärte am Treffen der Volkswirtschaft Berner Oberland den hiesigen Unternehmern, wie sie zum Erfolg kommen. Dabei bediente er sich einer bildhaften Sprache. Der Unternehmer müsse im «blauen Ozean schwimmen und nicht im roten». Dass niemand in einem roten Ozean schwimmen will, scheint offensichtlich. Im Bildnis Freys steht der rote Ozean aber für jene Märkte, die harter Konkurrenz ausgesetzt sind. Im blauen Ozean weiche man der Konkurrenz aus, erfinde die Märkte neu. Eine Differenzierung zwischen Nutzen und Kosten sei möglich. Freys Paradebeispiel: Nespresso von Nestlé. Ein Beispiel, wie man Kaffee übersteuert

verkaufen könne. Dass Nestlé eine millionenschwere PR-Maschinerie und George Clooney – what else? – zur Verfügung hat, verschweigt er. Genau wie die Tatsache, dass es sich Nestlé leisten kann, zahlreiche Produkte auf den Markt zu werfen von denen die Mehrheit floppt und sofort wieder verschwindet. Natürlich müssen sich unsere KMU um Innovationen bemühen. Aber im Normalfall wird es ihnen nicht möglich sein, der Konkurrenz auszuweichen. Sie müssen sich mit harter, seriöser Arbeit und fähigen Mitarbeitern durchsetzen und an der Konkurrenz wachsen. Ein gutes Beispiel sind die Köche im Mikrokosmos Jungfrau. Im GaultMillau Guide Schweiz 2010 konnten sie die Anzahl Punkte insgesamt steigern. Dabei hat sich

wohl keiner der Künstler mit dem Kochlöffel Gedanken gemacht, welche Farbe der Ozean hat, in dem er schwimmt.



→ Berichte Referat Urs Frey und GaultMillau: Seite 11
Samuel Günter,
Chefredaktor
Nr. 98423, online seit:
22. Oktober – 18.12 Uhr

