



Das Morgarten -Prinzip







IHK St. Gallen-Appenzell





Die Natur

50'000 Wirbeltierarten

300'000 Meerestierarten

1'000'000 Insektenarten



Die Schweizer Wirtschaft

273'346 Kleinstunternehmen

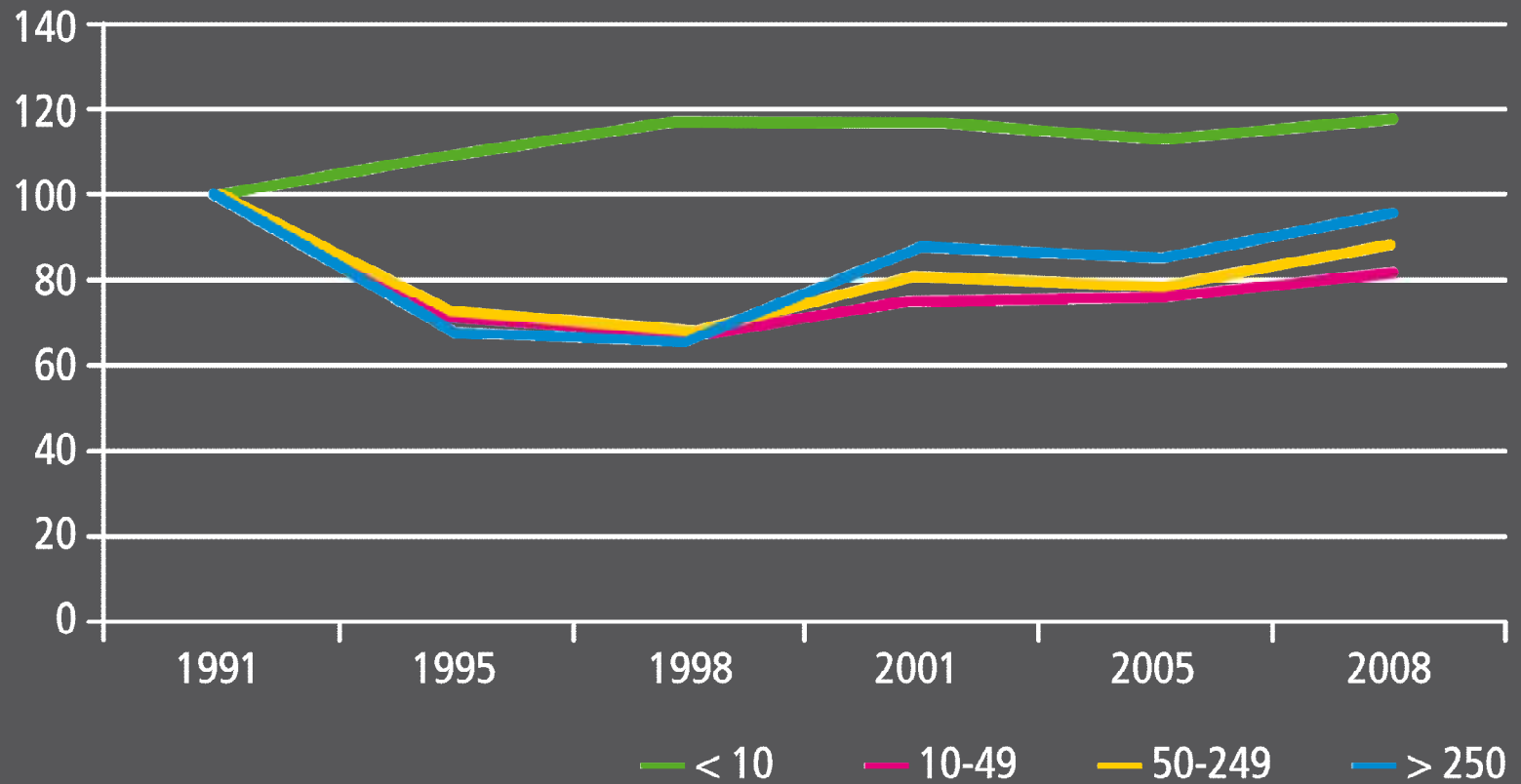
33'183 Kleinunternehmen

6'178 Mittelunternehmen

1'154 Grossunternehmen



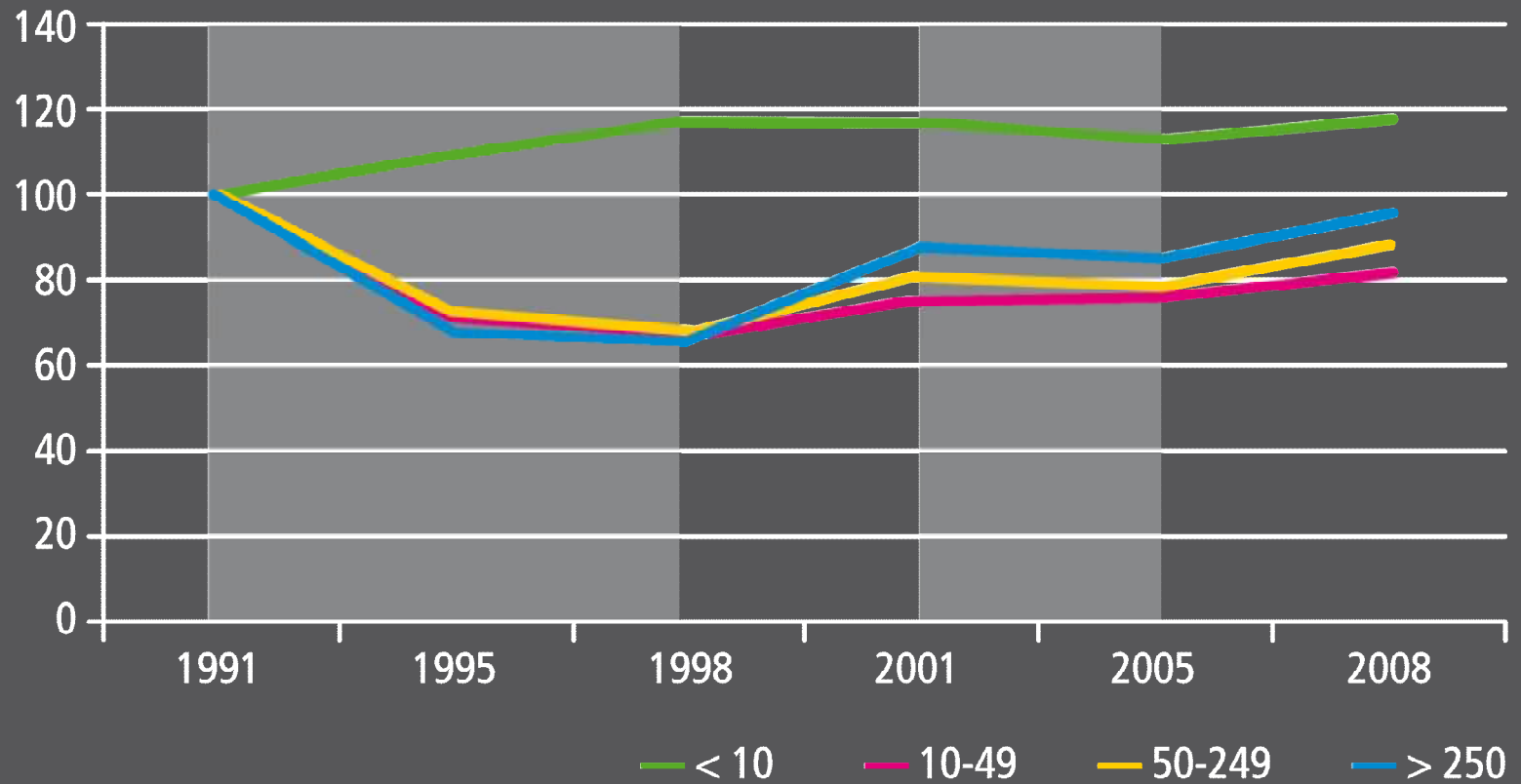
Entwicklung nach Unternehmensgrösse



Quelle: ?



Entwicklung nach Unternehmensgrösse



Quelle: ?





Die komparativen Vorteile relativer Kleinheit:

Motivation

Integrale Führung

Geringer Formalisierungsgrad

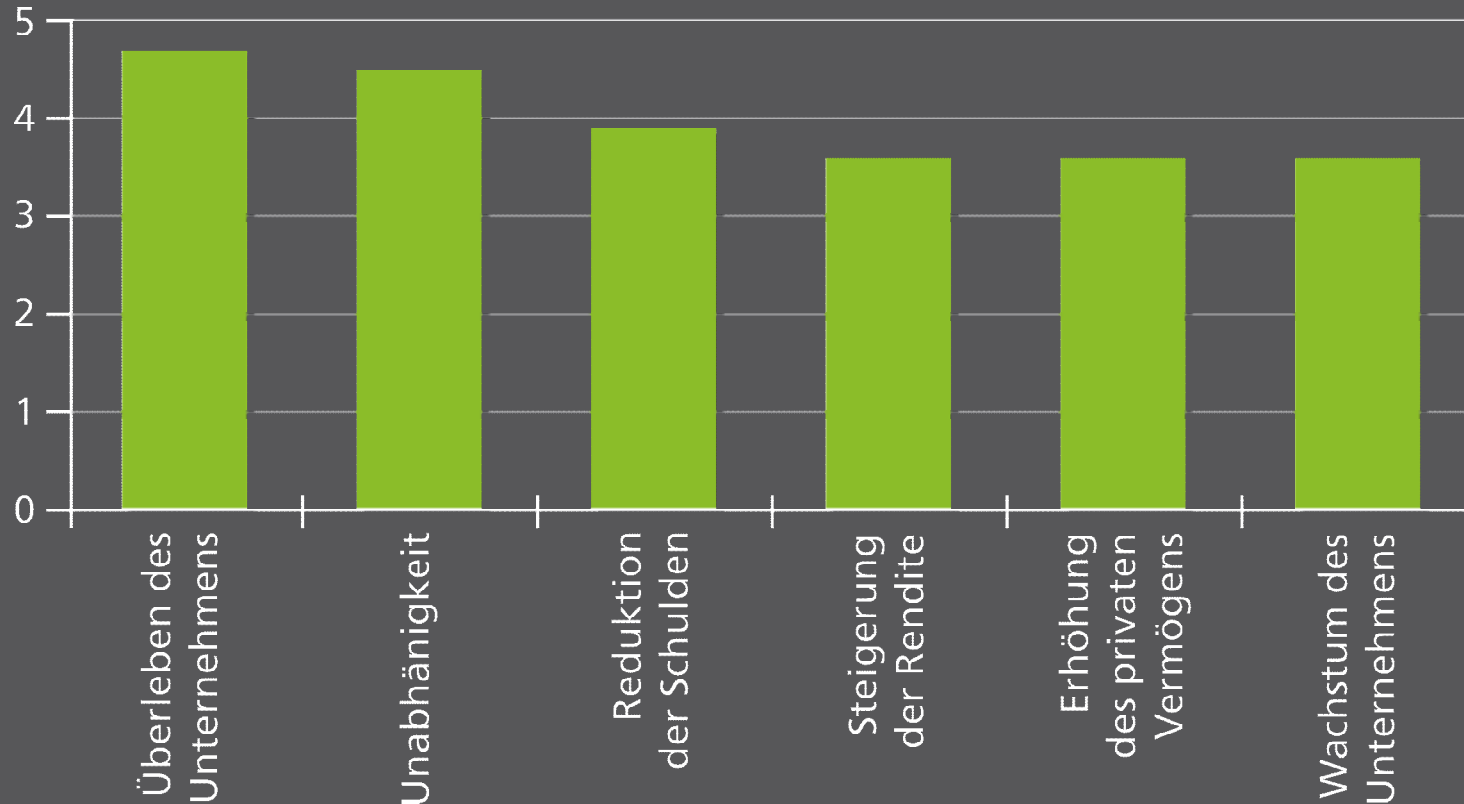
Fähigkeit zur Variation



Motivation



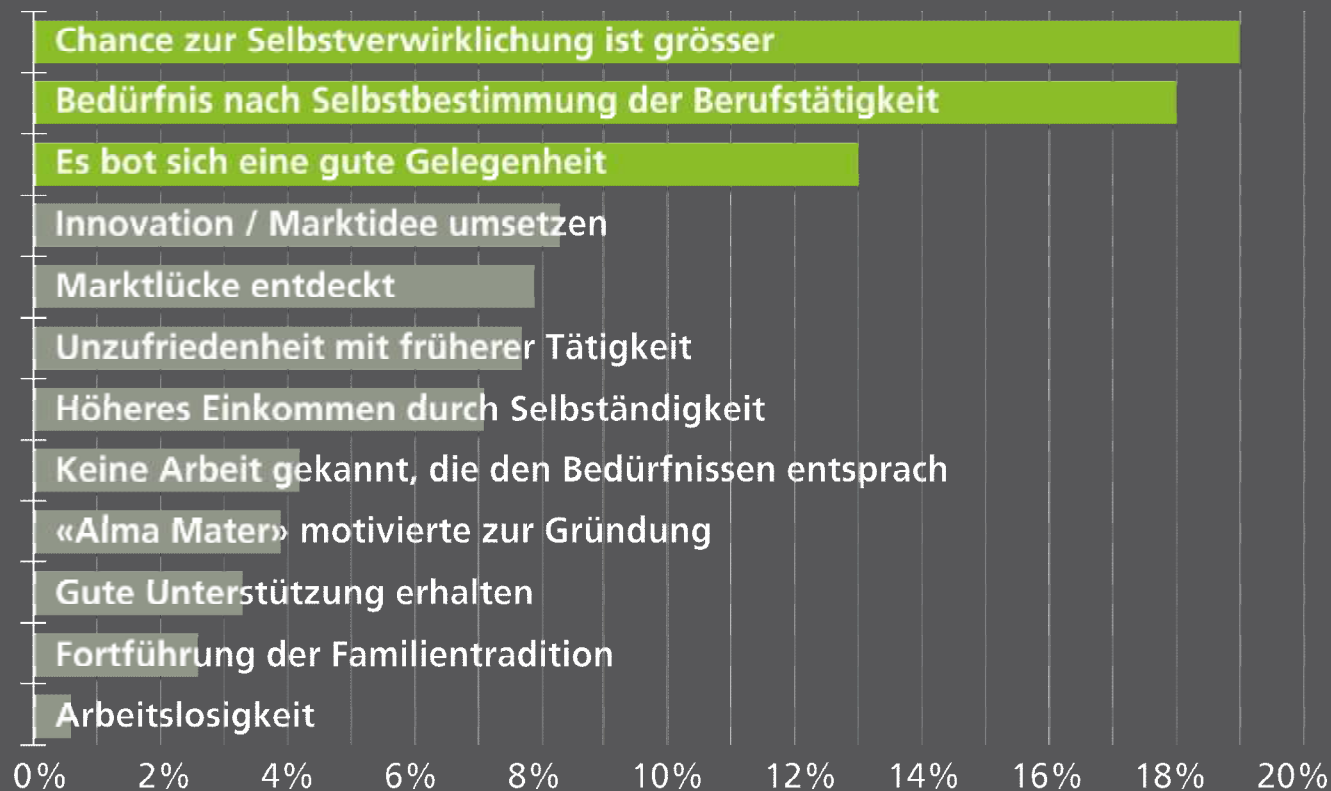
Bedeutung von Geschäftszielen bei privat gehaltenen Unternehmen



Quelle: Thomas Zellweger in: Fueglistaller Urs, Zellweger Thomas;
Was ist ein Familienunternehmen wert? Ernst & Young AG, Zürich 2006, S. 6



Gründe für die Gründung eines Unternehmens



Quelle: Tagungsmappe zum Thema ,Unternehmensgründungen von Hochschulabsolventinnen und -absolventen, Institut für Öffentliche Dienstleistungen und Tourismus, Universität St.Gallen und Institut für Orts-, Regional- und Landesplanung, ETH Zürich 2006



Motivation

KMU:	Überleben des Unternehmens Unabhängigkeit Selbstbestimmung
Konzern:	Eigenkapitalrendite Börsenkapitalisierung Marktanteil / Wachstum des Unternehmens



Integrale Führung

KMU:	Personenorientierung Einheit von normativer, strategischer und operativer Ebene der Unternehmensführung
Konzern:	Hierarchieorientierung Aufteilung von Funktionen auf verschiedene Personen und Abteilungen Re-Integration als Herausforderung



Geringer Formalisierungsgrad

KMU:	MBA = Master of Business Action Geringe Bedeutung von formellen Strategie- und Kommunikationsprozessen Führung im direkten Kontakt
Konzern:	MBA = Master of Business Administration Komplexe Formular- und Dokumentations- systeme Verbindlich definierte Prozesse Arbeiten nach Pflichtenheft



Fähigkeit zur Variation

KMU: **Flexibilität**
Kundenspezifische Produkte und
Dienstleistungen
Rasche Reaktion auf Veränderungen

Konzern: **Skaleneffekte**
Standardprodukte, standardisierte
Dienstleistungen
Multiplikation als Erfolgsfaktor



KMU

Konzern

Unabhängigkeit

Rendite

Personen

Hierarchie

Aktion

Administration

Variation

Standard





Skepsis gegenüber gesicherten
Erkenntnissen

Mut zur eigenen Lösung

Probieren geht über studieren



IHK St.Gallen-Appenzell

Bürowelt Schiff AG - www.schiff.ch





Skepsis gegenüber gesicherten Erkenntnissen

Erkenntnis: Ausrichtung auf eine bestimmte Zielgruppe

Realität: Beschränktes Einzugsgebiet
Hybrider Konsument

Lösung: Keine über das Alter definierte Zielgruppe
Intensive Bearbeitung Schülerinnen/Schüler

Eigenmarken-Strategie



Mut zur eigenen Lösung

Mainstream: Erlebnishandel

Problematik: austauschbar
konjunkturabhängig
Konzentration auf wenige Stunden/Tage

Lösung: täglicher Bürobedarf als Kernkompetenz
Anpassung Verkaufskonzept
Investitionen in SB-gerechten Ladenbau



IHK St.Gallen-Appenzell

Mut zur eigenen Lösung





Probieren geht über studieren

- Realität: Digitalisierung schwächt Kernkompetenz
- Versuch: Verkauf Mac Performa (1992)
Verkaufskonzept mit Schüler/Studenten
- Ergebnis: Erster Online-Shop der Branche (1997), heute
80% Versandumsatz online, sparschiff.ch,
newwork.ch, schreibkultur.ch als nationale
Wachstumsstrategie
- Virtualisierung Geschäftsprozesse (ab 2000)

