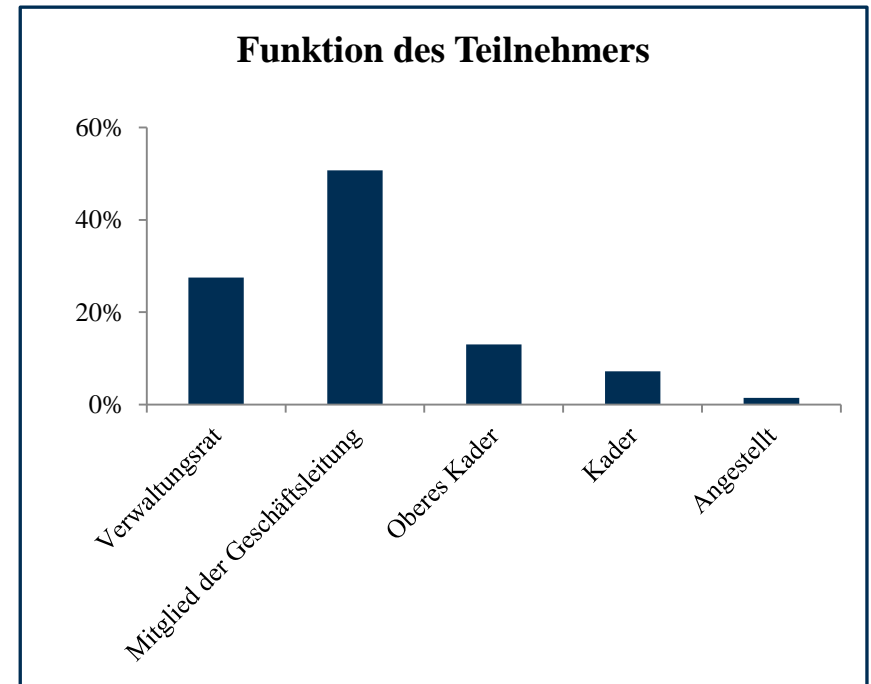
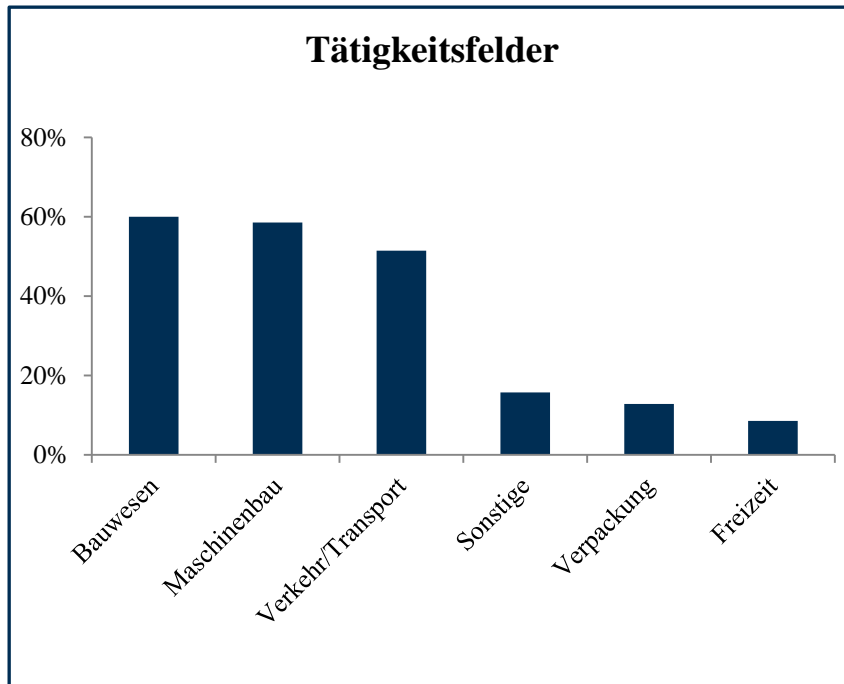


Befindlichkeit der Schweizer Aluminiumindustrie

Resultate der Umfrage

Gerhard Fehr

22. Mai 2012

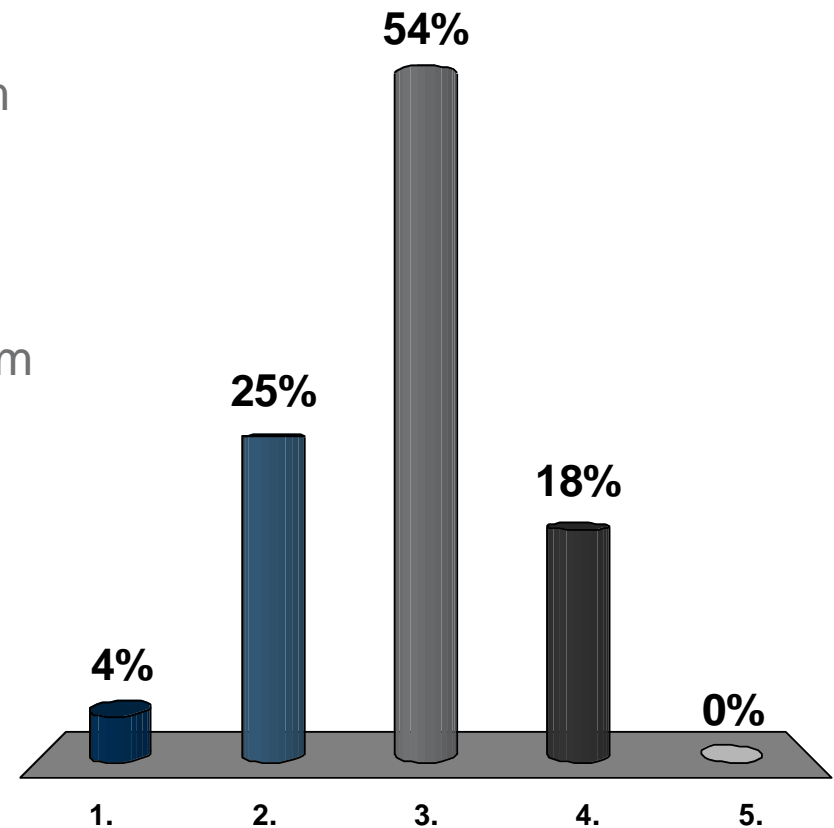


- Gesamthaft nahmen 69 Teilnehmer an der Umfrage teil.
- Hauptsächlich waren die Branchen Bauwesen, Maschinenbau und Verkehr/ Transport vertreten.
- Die Teilnehmer besetzen vorwiegend Kaderpositionen.

Die Einschätzung der Manager über die Zukunft hat sehr viel mit ihrer Konfidenz zu tun

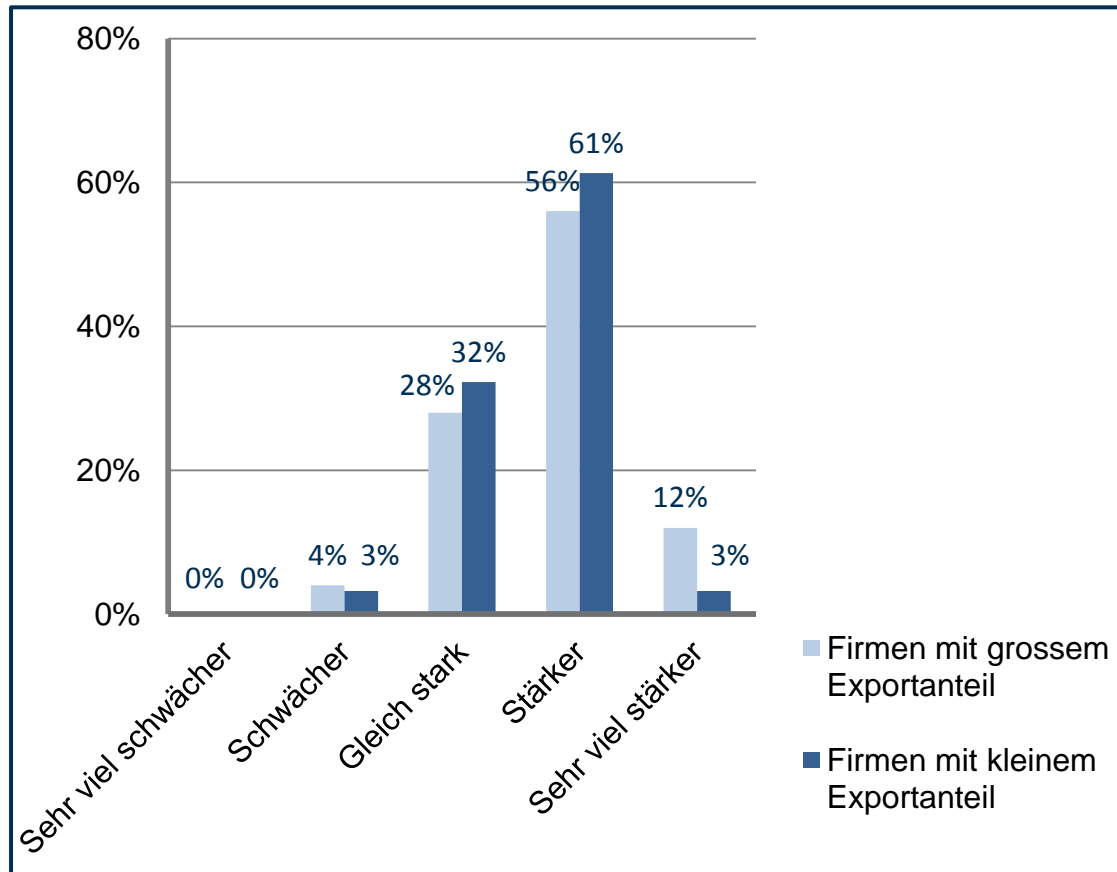
Wie schätzen Sie persönlich Ihre eigenen Fähigkeiten als Manager ein?

1. Viel besser als die Kollegen im Raum
2. Etwas besser als die Kollegen im Raum
3. Gleich gut wie alle anderen
4. Etwas schlechter als die Kollegen im Raum
5. Viel schlechter als die Kollegen im Raum



Auch beim Firmenerfolg neigen Manager zur Selbstüberschätzung

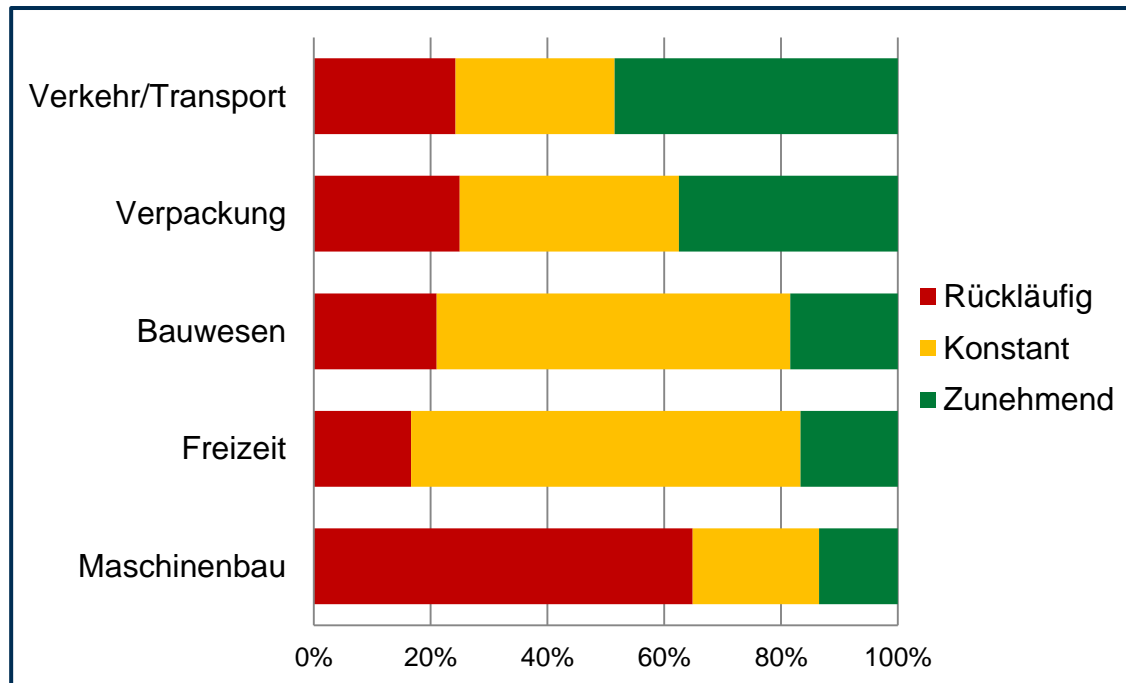
Was glauben Sie, wie kann sich Ihre Firma relativ zur direkten Konkurrenz entwickeln?



- Im Bezug auf die eigene Geschäftsentwicklung überschätzen sich Entscheidungsträger häufig.
- Die Konkurrenz wird unterschätzt.
- Die Folge sind falsche oder zu risikoreiche Strategien

Es gibt in allen befragten Branchen „Gewinner“ und „Verlierer“ – die meisten Gewinner in Verkehr/ Transport und die meisten Verlierer im Maschinenbau

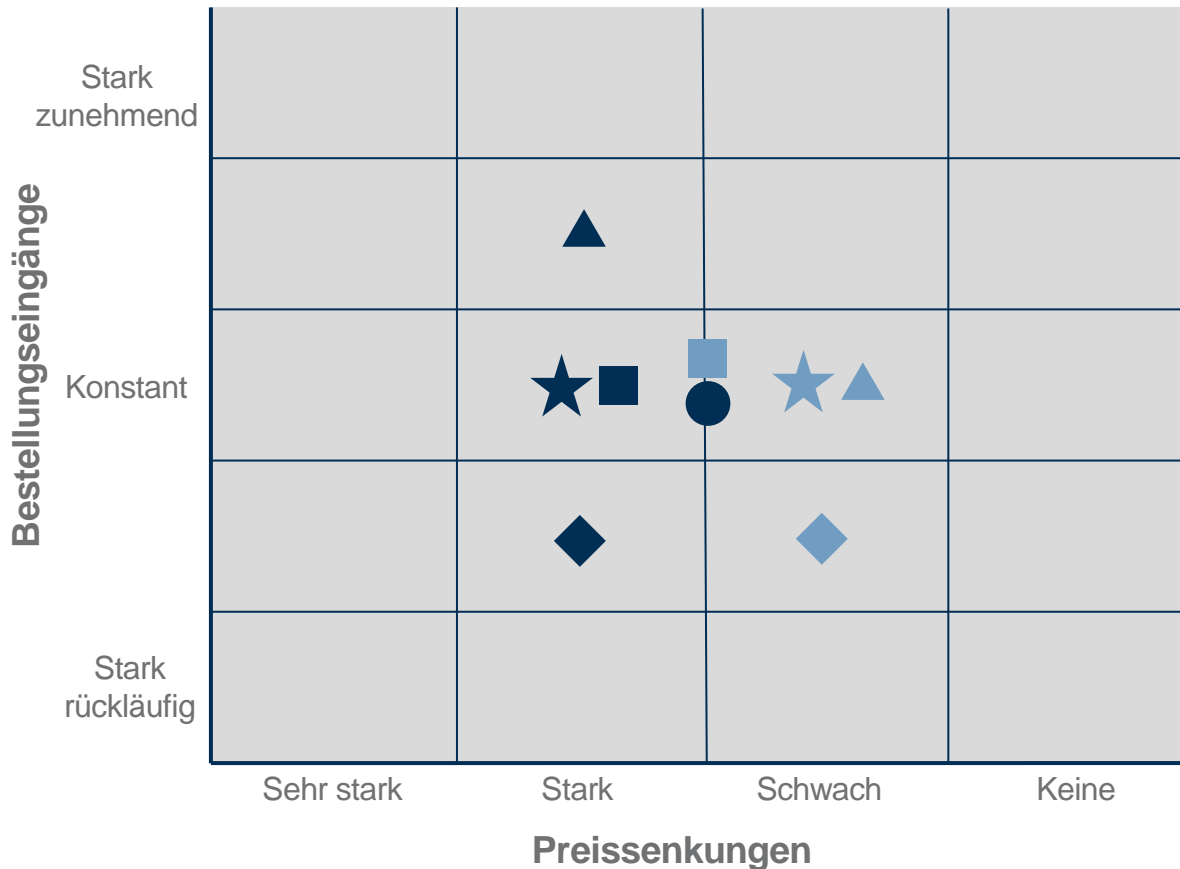
Wie haben sich die Bestellungseingänge im 1. Quartal 2012 im Vergleich zum Vorjahr entwickelt?



- Maschinenbau verzeichnet rückläufige Bestellungseingänge
- Freizeit und Bauwesen sind stabil
- Verkehr/ Transport und Verpackung weisen steigende Bestellungseingänge auf

- Firmen aus allen Branchen haben bereits personelle und operative Massnahmen ergriffen um die Krise zu bekämpfen.
- Bei Firmen die nur in einer Branche tätig sind haben sich die Bestellungseingänge positiver entwickelt, als bei stark diversifizierten Betrieben.

Die Brancheneinschätzungsmatrix zeigt, dass insbesondere exportorientierte Firmen Preisanpassungen vornehmen mussten



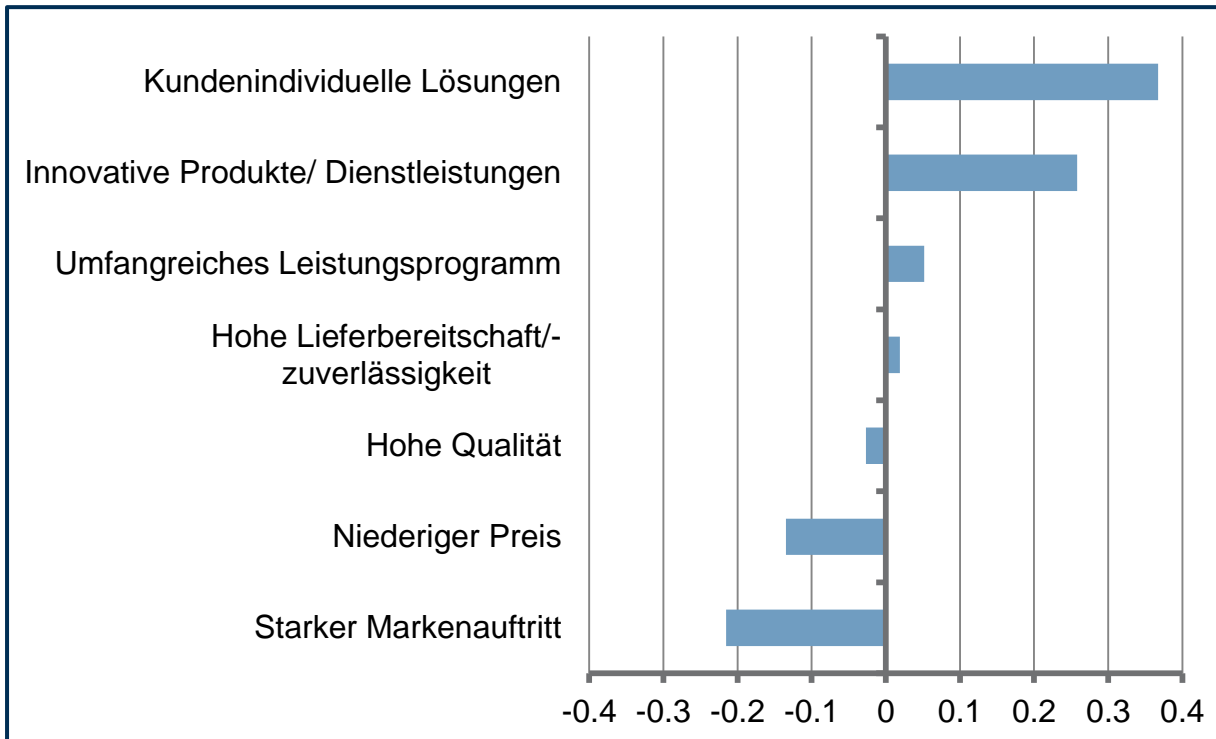
Gesamtbetrachtung Brancheneinschätzung

- Alle untersuchten Branchen erleiden Preiseinbrüche
- Die Bestellungseingänge sind jedoch nach Branchen unterschiedlich
- Exportorientierte Firmen erleiden stärkere Einbrüche
- Die Maschinenbau-branchen ist Hauptverliererin

<50% Umsatz durch Export ≥50% Umsatz durch Export

◆ Maschinenbau ★ Bauwesen ▲ Verkehr/Transport ■ Verpackung ● Freizeit

Korrelation Bestellungseingänge/ Erfolgsfaktoren



Gemäss der Umfrage besser positionierte Firmen

- kundenindividuelle Lösungen
- innovative Produkte/ Dienstleistungen

Schlechter positionierte Firmen

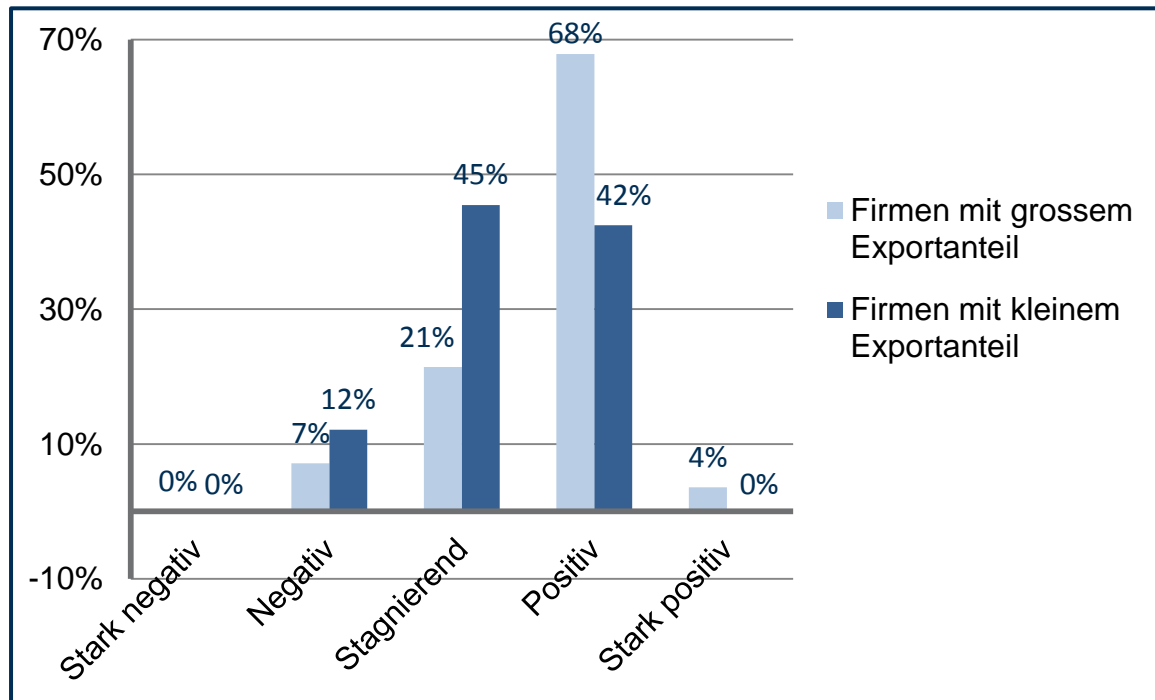
- starker Markenauftritt
- niedrige Verkaufspreise

Fazit

Um in der Schweizer Aluminiumindustrie erfolgreich zu sein bedarf es individueller und innovativer Lösungen. Eine starke Fokussierung auf Marketingmassnahmen wirkt sich negativ auf das Geschäft aus.

Die Firmen erwarten generell eine positive Marktentwicklung

Welche Marktentwicklung der Schweizer Aluminiumindustrie erwarten Sie generell bis 2015?

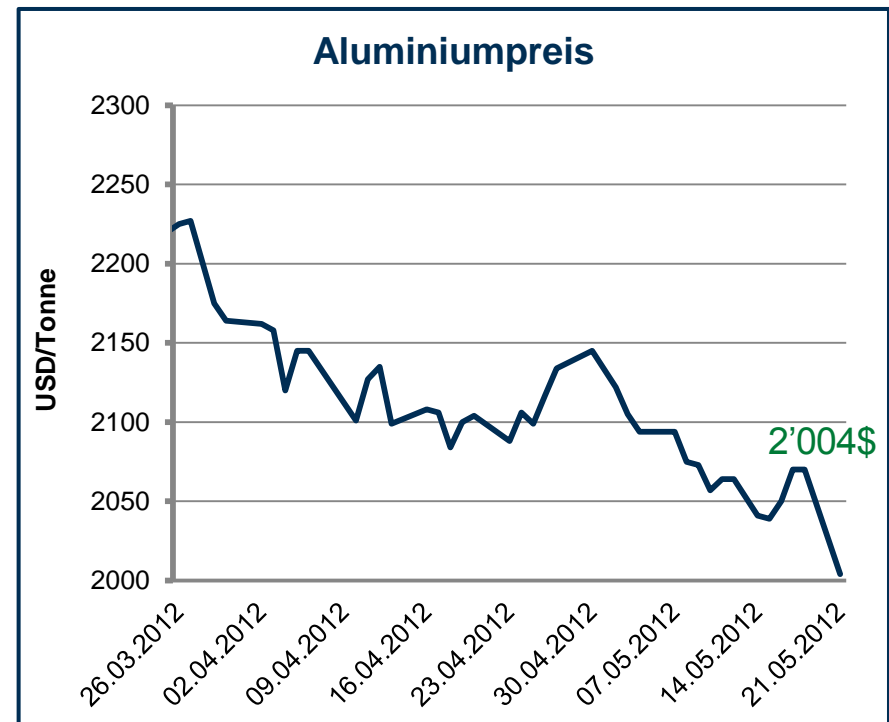
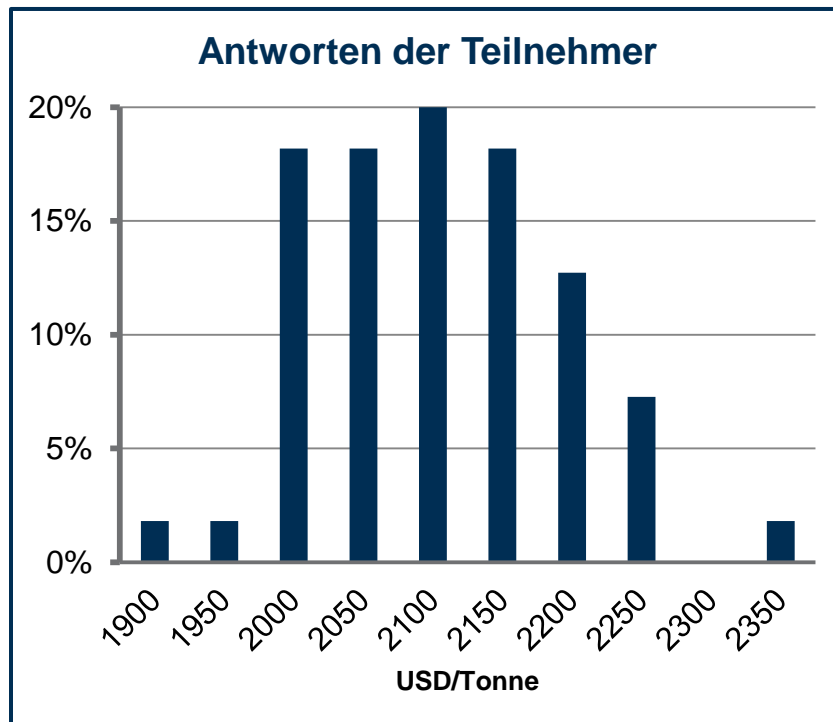


- Viele Firmen sehen die mittelfristige Entwicklung positiv
- Nur 10% der Firmen sind pessimistisch
- Exportorientierte Firmen sind optimistischer

Wichtigste Erkenntnisse

- **Produktentwicklung** und **Innovation** sind als Alleinstellungsmerkmale besonders wichtig für die aluminiumverarbeitenden Branchen.
- Unternehmen, die sich im Wettbewerb hauptsächlich über den Preis definieren müssen, erleiden stärkere Bestellungenrückgänge und Preiseinbrüche. Grund ist die mangelnde **Differenzierungsmöglichkeit** zur Konkurrenz (commodities).
- Ein wesentlicher Grund für die Bestellungenrückgänge und Preisnachlässe liegt in den **Wechselkursschwankungen** zum Euro. Dieser Einfluss betrifft die gesamte Exportwirtschaft in der Schweiz.
- Der **Schweizermarkt** kann durch Spezialisierung auf kundenindividuelle und innovative Lösungen im Vergleich zum internationalen Wettbewerb attraktiver und weniger volatil gestaltet werden.
- Kooperationen mit **Forschung** und **Ausbildung** ermöglichen die besonderen Eigenschaften und Möglichkeiten des Werkstoffes Aluminium noch intensiver zu nutzen und zu verankern.

Am 10. April 2012 notierte die Tonne Aluminium bei 2'089 USD (Drei-Monats-LME, «Buyer») Was denken Sie, wo steht der Aluminiumpreis am 22. Mai 2012?



Gewinner: **Franz Thür**

Das Management-Team von FehrAdvice besteht aus Experten aus Wissenschaft und Praxis



Univ. Prof. Ernst Fehr
Chairman of the Board

Bergstrasse 114
8032 Zürich

Mobile: +41 79 471 60 99

ernst.fehr@fehradvice.com



Harald P. Stoehr
Managing Partner

Bergstrasse 114
8032 Zürich

Mobile: +41 79 938 90 74
Tel: +41 44 256 79 00

harald.stoehr@fehradvice.com



Gerhard Fehr
CEO and Managing Partner

Bergstrasse 114
8032 Zürich

Mobile: +41 79 775 36 82
Tel: +41 44 256 79 00

gerhard.fehr@fehradvice.com