



## *"Fokussieren contra Diversifizieren"*

**Prof. Dr. Roman Boutellier**  
CEO  
SIG Holding AG

### 1. „Firmen können in drei Dimensionen wachsen.“

Empirische Untersuchungen betonen die Wachstumsmöglichkeiten die sich aus Produktdiversifikationen ergeben. Untersucht man die Stichproben detaillierter, zeigt sich, dass diese Untersuchungen erheblich durch Mega-Konzerne beeinflusst werden. Vernachlässigt werden oft die Wachstumsmöglichkeiten, die aus Anzahl der Kunden und Anzahl der bearbeiteten Regionen bestehen.

### 2. „Produkt - Diversifizierung als Wachstumsstrategie ist durch die Globalisierung überholt.“

Sind Unternehmen auf lokale Märkte beschränkt, ist unternehmerisches Wachstum nur durch Produktdiversifizierung möglich. „Irgendwann besitzt jeder Landwirt einen Traktor - der Bedarf an Kraftwerken und Telefonnetzen ist begrenzt.“ Unter dieser lokalen Ausrichtung baute die SIG AG ein breites Produktspektrum von Bergbautechnologien über Verpackungen bis hin zu Handfeuerwaffen auf. Die Technologiekosten wachsen dabei überproportional mit der Anzahl an Produkten. Die Globalisierung ermöglicht dagegen bei reduzierten Transaktionskosten, geöffneten politischen Grenzen und erhöhtem Vertrauensradius Wachstum durch regionale Diversifikation mit Fokussiertem Produktprogramm.

### 3. „Die Diversifikation der Zukunft ist die lokale Diversifikation.“

Die Globalisierung stellt erhöhte Anforderungen an die Leistungsfähigkeit von Unternehmen und die Professionalität ihrer Leitung. Es ist nicht möglich, in allen Bereichen Spitzenleistung zu erzielen. Nur die Fokussierung auf Kernkompetenzen und die konsequente globale Umsetzung erlaubt Unternehmen ein profitables Wachstum. Diese Entwicklung lässt sich ebenfalls in den USA erkennen, die Anzahl der verschiedenen Standard Industrie Codes (als Indiz für verschiedene Aktivitäten) hat sich nahezu halbiert. Für die SIG AG liegt dieser Wachstumspfad in der Konzentration auf Verpackungen von Flüssigkeiten.

Wir wünschen ihr dabei weiterhin viel Erfolg.

#### **Weiterführende Literatur:**

- [Tagungsband des Münchner Management Kolloquiums 2004](#)
- [TCW-Report "Zukunft des Wachstums" 2004](#)