

Ehrendoktorin Eva Jaisli: Mit einer lokal verankerten Firma zu internationalem Erfolg

Die WISO-Fakultät hat im vergangenen Jahr auf Vorschlag des BWL-Departements Eva Jaisli als Ehrendoktorin benannt. Die Ehrung erfolgte traditionell am Dies Academicus. Am 22. Januar 2016 hat Frau Jaisli an der Universität Bern einen gut besuchten Vortrag gehalten, zu dem auch Prominenz aus Politik, Wirtschaft und Gesellschaft erschienen ist. Von Prof. Dr. Thomas Myrach

Eva Jaisli ist seit 1996 CEO des Familienunternehmens PB Swiss Tools. Dabei handelt es sich um ein bodenständiges schweizerisches KMU, das in Wasen im tiefsten Emmental angesiedelt ist. In ihrem Vortrag stellte sie die Positionierung und Entwicklung ihres Unternehmens ins Zentrum ihrer Betrachtung.

Eindrücklich zeichnet sie nach, wie sich aus einem schwerpunktmässig auf den inländischen Markt fokussierten Werkzeughersteller PB Baumann (1981: 70 Prozent Umsatz im Inland) ein international orientiertes Unternehmen PB Swiss Tools (2015: zwei Drittel Umsatz durch Export) entwickelt hat. Diese Entwicklung beruhte auf klaren Überlegungen und deren konsequenten Umsetzung. Kern der Positionierung der Unternehmung ist eine konsequente lokale Verankerung und eine internationale Ausrichtung auf Märkte auf der ganzen Welt.

In der Unternehmensstrategie steht die Entwicklung von Produkten und die Herstellung mit gleichbleibend hoher Qualität im Zentrum: «Work with the Best» ist das eingängige Schlagwort, das diesen Anspruch verkörpert und auch im Vortrag immer wieder genannt wird. Neben dem hohen Qualitätsanspruch bei den Produkten sollen Kunden auch durch andere Merkmale begeistert werden. Frau Jaisli nannte hier den Color Code der Schraubwerkzeuge, oder Neuheiten wie das Safety Tool oder das Pocket Tool.

Eine sehr grosse Bedeutung in der Strategie des Unternehmens

spielt auch die Marke. Diese Markenwerte stützen sich stark auf die Swissness ab: PB Swiss Tools will kompromisslose Schweizer Qualität entwickeln und fertigen. Die lokale Verankerung kommt diesem Markenimage entgegen. Frau Jaisli machte dies anhand einer Anekdote deutlich: Bei einem Werkbesuch durch einen japanischen Kunden war dieser weniger am vorbereiteten Showroom interessiert, sondern wollte vor allem die Gegend anschauen und prüfen, ob das Umfeld des Firmenstandorts tatsächlich dem Bild entspricht, das er sich vom Unternehmen in der Schweiz gemacht hat. Aus der Sicht einer etablierten Marke war es dann auch nicht ohne Risiko, den etablierten Namen PB Baumann zu wechseln und auf PB Swiss Tools zu setzen. Die steigende

Internationalisierung im Produktabsatz legte diesen Schritt jedoch nahe.

Die Herstellung von Qualitätsprodukten und die Entwicklung von Neuheiten werden in gegenseitiger Loyalität besser und schneller hergestellt. Den Aspekt der Loyalität gegenüber Geschäftspartnern und Mitarbeitern stellte Frau Jaisli in ihrem Vortrag deutlich heraus. Einen besonderen Stellenwert hat auch die nachhaltige Entwicklung des Unternehmens. Der anzustrebende wirtschaftliche Erfolg wird ergänzt durch die Mitarbeiterförderung und gesellschaftliches Engagement sowie die effiziente Nutzung und Schutz der natürlichen Ressourcen.

In ihrem Vortrag ging Frau Jaisli auch auf politische Themen



Eva Jaisli

ein. Der Entscheid der Schweizerischen Nationalbank vom 15.01.2015, den fixierten Euro/Franken-Wechselkurs von 1,2 nicht zu verteidigen, hat auch für die PB Swiss Tools grosse Probleme gebracht. Für die Strategie und das Budget rechnet das Unternehmen langfristig mit einem Kurs von 1.05 CHF/€. Dieses stellt für das Unternehmen und seine Strategie der lokalen Fertigung eine grosse Herausforderung dar, was Frau Jaisli drastisch schildert. Diese Herausforderung kann gemeistert werden, indem die ohnedies vorhandenen Stärken des Unternehmens noch weiter geschärft werden.

Zentral ist, die Wettbewerbsfähigkeit zu erhalten. Dies gelingt nicht allein dadurch, dass innovative Lösungen entwickelt und erfolgreich verkauft werden. Auch in der Fertigung muss eine

Produktivitätssteigerung erfolgen. Voraussetzung ist die Agilität des Unternehmens und seiner Mitarbeiter, um das Unternehmen als Nischenplayer weiterhin erfolgreich zu positionieren. Eine weitere Voraussetzung für den Erfolg ist die enge Kooperation mit einem Partner-Netzwerk im Heimmarkt und auf der ganzen Welt. Durch Kooperation soll mehr Kundennutzen entstehen.

Nach ihrem Vortrag offerierte Eva Jaisli ihren Zuhörern einen Qualitätsschraubenschlüssel aus dem Sortiment ihrer Firma zum Kennenlernen und lud die Anwesenden zu einem üppigen Apéro mit lokalen Spezialitäten ein. Dieses wurde von der Firma Jumi organisiert, einem weiteren Beispiel für ein lokal verankertes innovatives Unternehmen. Dies ist aber eine andere Geschichte.

Adaptive thinkers

BearingPoint consultants understand that the world of business changes constantly and that the resulting complexities demand intelligent and adaptive solutions. Our clients in commerce, finance and government enjoy real results when they work with us. We offer industry-based management skills, functional expertise and the ability to adapt strategic insights to individual challenges. These qualities have led to long-standing relationships with many of the world's leading commercial organisations. Interested?

Have a look at our open positions and apply online on our career platform at www.bearingpoint.com/en-ch/careers



BearingPoint®