

Guter Start für Exportwirtschaft

Bern. – Die Schweizer Exportwirtschaft hat einen vielversprechenden Start ins neue Jahr hingelegt: Die Ausfuhren im Januar stiegen im Vergleich zum Vorjahresmonat um 4,5 Prozent auf 16,7 Milliarden Franken. Sieben der neun wichtigsten Exportbranchen standen im Plus, wie die Eidgenössische Zollverwaltung gestern mitteilte. Allen voran die Nahrungs- und Genussmittelbranche konnte deutlich zulegen: Hier stiegen die Exporte um 20,2 Prozent. (sda)

Gewinnsprung für Swiss Re

Zürich. – Trotz weiterhin hoher Lasten aus Naturkatastrophen schnellte die Swiss Re nach vorne. Der Rückversicherer legte im vergangenen Jahr einen Gewinnsprung um 60 Prozent hin und erwartet eine deutliche Steigerung des Prämienvolumens in den nächsten zwei Jahren, wie er gestern bekannt gab. Mit einem Ergebnis von 4,2 Milliarden Dollar erreicht die Swiss Re wieder nahezu jene Beträge, an die sie sich vor der Finanzkrise gewöhnt hatte. (sda)

Goldpreis fällt und fällt

London. – Der Goldpreis hat gestern seinen Sinkflug fortgesetzt und ist auf den tiefsten Stand seit vergangenem Sommer gerutscht. Der Preis für eine Feinunze (etwa 31 Gramm) lag im Tief bei 1555,71 Dollar. Händler erklärten den Preisrutsch mit Hinweisen auf ein vorzeitiges Ende der Anleihekäufe durch die US-Notenbank. Am Vortag hatten bereits Gerüchte über einen angeblich in Not geratenen Hedgefonds den Goldpreis auf Talfahrt geschickt. (sda)

McDonald's nun auch in Sibirien

Moskau. – Nach langem Zögern will die Fastfood-Kette McDonald's Sibirien erobern. In diesem Jahr sollen dort die ersten Restaurants eröffnet werden, wie der für die Region zuständige McDonald's-Vertreter Chamsat Chasbulatow gestern in Moskau sagte. Wegen fehlender Infrastruktur und Schwierigkeiten beim Aufbau eines Zuliefernetzes habe der US-Konzern diesen Schritt zunächst hinausgezögert. (sda)

Mehr Wind auf Schweizer Turbinen

Bern. – Die Schweizer Windkraftwerke haben letztes Jahr 88 Millionen Kilowattstunden (kWh) Strom erzeugt. Dies teilte die Vereinigung Suisse Eole gestern mit. Das entspricht einem Anteil von 0,14 Prozent am Schweizer Stromverbrauch. Gegenüber dem Vorjahr 2011 wuchs die Windstrom-Produktion um 25 Prozent.

Der Zuwachs ist in erster Linie darauf zurückzuführen, dass im vergangenen Jahr mehr Wind wehte als 2011. Denn die installierte Leistung aller Windturbinen wuchs (mit dem Zubau von je einer Turbine im Wallis und im Kanton Uri) gegenüber dem Vorjahr lediglich um sieben Prozent auf neu 49 400 Kilowatt. Pro Kilowatt Leistung erzeugten die Schweizer Windkraftwerke im Mittel 1780 kWh Strom (2011: 1540 kWh). Zum Vergleich: Schweizer Fotovoltaik-Anlagen erzeugen pro Kilowatt Leistung knapp 1000 kWh. (hpg)

Lego entdeckt die Mädchen und schreibt Rekordzahlen

Klare Schwerpunkte und Themenreihen nahe am Puls der Zeit: Das ist das Erfolgsrezept von Lego. Gestern hat der dänische Spielwarenkonzern neue Rekordzahlen präsentiert.

Von Hans Bärtsch

Billund. – Kaum hatte der österreichische Extremsportler Felix Baumgartner im vergangenen Herbst seinen Stratosphärensprung durchgeführt, wurde das Ereignis mit Lego-Bausteinen nachgespielt. Und in Deutschland gibt es Fans der Bauklötzchen, die gescheiterte Grossprojekte nachstellen – den neuen Flughafen in Berlin etwa, die Elbphilharmonie in Hamburg, den unterirdischen Bahnhof Stuttgart 21.

Was zeigen uns diese Beispiele? Lego ist Kult! Seit mehr als einem halben Jahrhundert sind die bunten Spielsteine ein fester Wert in den Kinderzimmern der westlichen, und immer mehr auch der asiatischen Welt. Für die im dänischen Billund beheimatete Lego-Gruppe verlief die Entwicklung indes nicht immer nur reibungslos. Vor rund zehn Jahren geriet das Unternehmen in eine tiefe Krise, weil es sich von der digitalen Spielwelt kopfscheu machen liess und

von andern gesetzten Trends nachhechelte. Die Folge: rückläufige Verkäufe und rote Zahlen.

Lego Friends erfreut Mädchen
Längst hat Lego aber wieder auf den Erfolgspfad zurückgefunden. Hauptsächlich deshalb, weil der Glaube an die Klötzchen wieder da ist, und dank erfolgreicher Produktreihen wie Lego City oder Lego Duplo. Dazu kommt das feine Gespür für neue Kundensegmente. Mit Lego Friends etwa holt das Unternehmen vermehrt Mädchen ab, die anders spielen als Knaben. Pferdeställe, Schönheits-

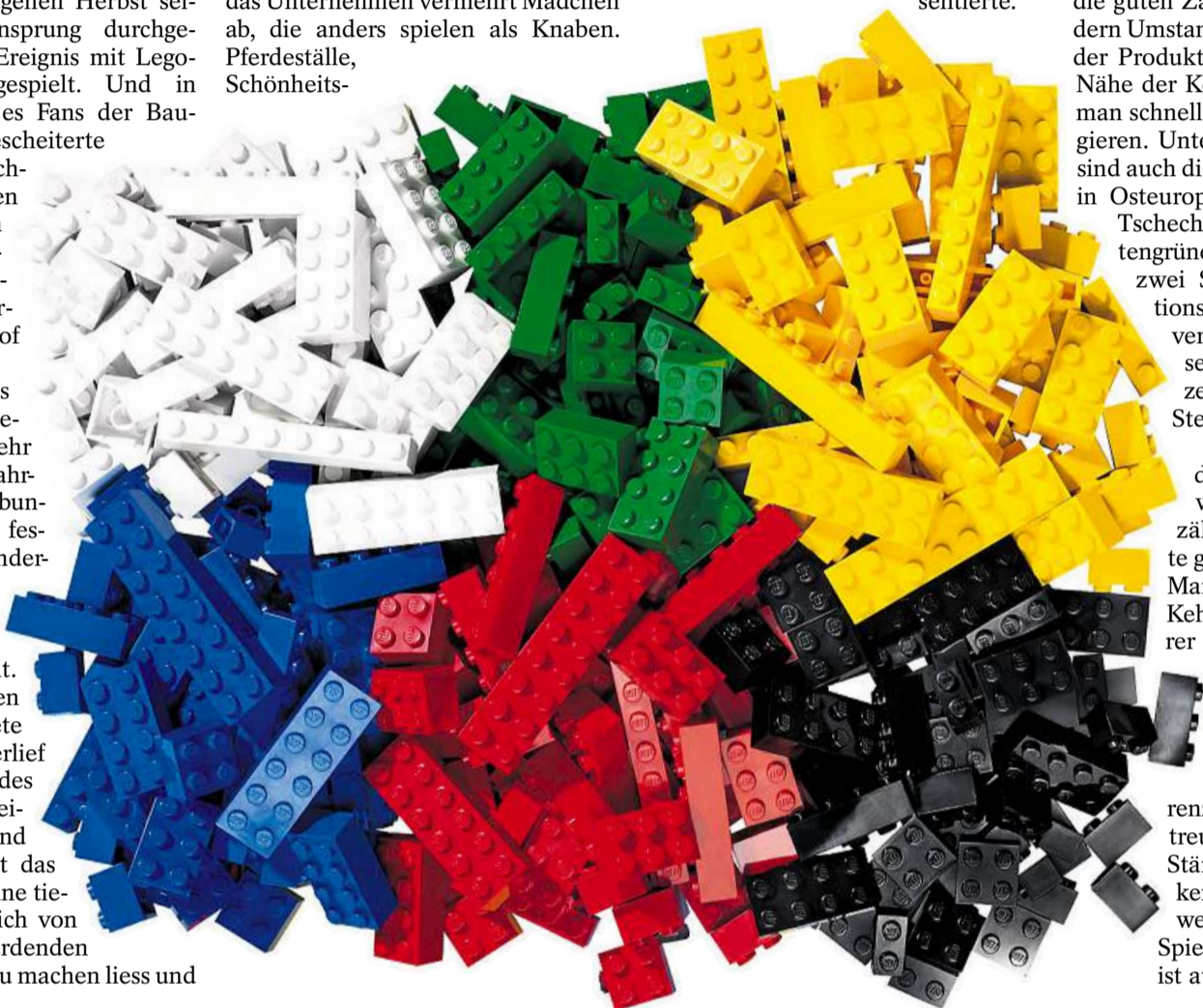
salons, Traumhäuser, Tierkliniken in Violett- und Rosafarben gehen beim jungen weiblichen Geschlecht vor Kränen, Polizeistationen oder martialisches Star-Wars-Figuren.

Jedenfalls war Lego im vergangenen Jahr mit Friends derart erfolgreich, dass die Produktion nicht mehr nachkam und die Verkaufsläden des öfters «ausverkauft» melden mussten. Insgesamt trug die Produktreihe denn auch stark zu den neuen Rekordzahlen bei, die Lego gestern präsentierte.

Um 25 Prozent konnte der Umsatz auf 3,14 Milliarden Euro gesteigert werden. Der Gewinn stieg gar um 35 Prozent auf 754 Millionen Euro. Fast ebenso wichtig: In allen relevanten Märkten gewann Lego Anteile hinzu. Im rückläufigen Schweizer Spielzeugmarkt etwa vermochten die Dänen um 1,4 Prozentpunkte zuzulegen auf einen Marktanteil von 16,8 Prozent.

Produktion nahe an Kernmärkten
Das Familienunternehmen Lego führt die guten Zahlen noch auf einen andern Umstand zurück: die Ansiedlung der Produktion in der geografischen Nähe der Kernmärkte. Damit könne man schneller auf die Nachfrage reagieren. Unter diesem Gesichtspunkt sind auch die geplanten Investitionen in Osteuropa zu sehen, konkret in Tschechien und Ungarn. Aus Kostengründen waren 2006 auch zwei Schweizer Lego-Produktionsstätten nach Osteuropa verlegt worden; in Steinhäusen (Zug) und Willisau (Luzern) gingen mehr als 300 Stellen verloren.

Erstaunlich ist, dass Lego derart erfolgreich unterwegs ist, obwohl es unzählige Nachahmerprodukte gibt (Lego genießt keinen Markenschutz). Michael Kehlet, Lego-Geschäftsführer im deutschsprachigen Raum, sagte dazu kürzlich in einem Interview mit der NZZ: «Wir machen uns heute weniger Gedanken zur Konkurrenz. Der beste Weg ist, uns treu zu bleiben und unsere Stärken noch weiter zu stärken.» Und: «Neue Wettbewerber stärken die gesamte Spielwarenbranche – und das ist auch gut so.»



Die vielleicht letzte Playstation ihrer Art

Sony hat einen ersten Blick auf seine Playstation 4 gewährt. Es könnte die letzte klassische Spielkonsole sein, die der japanische Elektronikkonzern herausbringt. Denn der Markt wandelt sich rapide.

Von Daniel Schnettler (sda)

New York. – Die Ahnengalerie von Sonys neuer Spielkonsole Playstation 4 reicht weit zurück. In den Achtzigerjahren eroberten Amiga, Atari und C64 die Kinder- und Wohnzimmer. Die Geräte gehörten zu den ersten für jedermann erschwinglichen Spielcomputern. Anfang der Neunziger brach dann die Gameboy-Welle los. In fast jedem Schülertisch steckte die kleine Spielkiste. Eine ganze Generation wuchs mit Helden wie Super Mario oder Donkey Kong auf. Mit der zu Weihnachten in den Handel kommenden Playstation 4, der bereits erschienenen Nintendo Wii U und dem erwarteten Nachfolger von Microsofts Xbox 360 könnte der Stammbaum der klassischen Spielkonsolen jedoch enden. Denn vor allem Gelegenheitspieler greifen immer häufiger zu Smartphones und Tablet-Computern oder sie spielen mit Freunden und Bekannten bei Facebook.

In Zukunft online
Die Beratungsgesellschaft PWC geht davon aus, dass die Hersteller in diesem Jahr weltweit zum ersten Mal mehr Umsatz mit Onlinespielen als mit klassischen PC- und Konsolentiteln machen werden. «Der Wandel hin zu Onlinetiteln wird den Markt der Konsolenspiele in nächster Zeit belasten», stellen die Experten fest. Die guten Internetverbindungen haben den Weg für die Revolution an der Spielfront geebnet. Die Marktforscher der NPD Group haben bei einer Befragung herausgefunden, dass ein Drittel der Spieler selbst bei gleichem Preis mittlerweile dazu neigt, Titel aus dem Internet herunterzuladen, statt sie auf einem Datenträger zu kaufen. Tendenz steigend. Die Spielkonsole würde damit ihre Daseinsberechtigung als «Abspielgerät» verlieren.

Auch aus einer anderen Ecke droht den Spielkonsolen Ungemach, nämlich vom Cloud Gaming: Dabei laufen die Spiele komplett auf leistungsstarken Rechnern im Internet ab und der Nutzer braucht nur noch ein Endgerät, das ausreichend schnell mit dem Internet verbunden ist. Das hat für ihn den Vorteil, dass er sich nicht jedes Mal neue Hardware anschaffen muss, wenn die Spiele komplexer und damit rechenintensiver werden.

Sony, Microsoft und Nintendo bewerben schon heute ihre Konsolen auch als Unterhaltungszentrale fürs Wohnzimmer, mit denen sich etwa Filme anschauen lassen. Die kom-

mende Playstation 4 soll die verschiedenen Geräte noch besser miteinander vernetzen (siehe Kasten).

Wachsender Markt
Videospiele insgesamt bleiben aber ein Wachstumsgeschäft. PWC prognostiziert ein jährliches Plus von 7,2 Prozent. Im Jahr 2016 wäre der weltweite Markt damit 83 Milliarden Dollar schwer. Auch die klassischen Konsolenspiele haben daran weiterhin einen merklichen Anteil – aber nicht mehr in dem Masse wie früher. So ist fraglich, ob in einigen Jahren wirklich noch eine Playstation 5 erscheinen wird.



Die Computerwelt schaut zu: Mark Cerny von Sony präsentiert den Controller für die Playstation 4 – die Konsole wird noch nicht gezeigt. Bild Frank Franklin II/Keystone

Playstation 4 soll Sony neuen Schub bringen

Sony bringt nach mehr als sechs Jahren eine neue Spielkonsole heraus. Das Unternehmen stellte die Möglichkeiten seiner Playstation 4 am Mittwoch in New York vor. Eine der auffälligsten Neuerungen: Wunschtitel können direkt aus dem Internet heruntergeladen werden und mit dem Spielen kann schon begonnen werden, bevor der Download vollständig abgeschlossen ist. Zudem gibt es Apps für Smartphones und Tablet-Computer, wo sich Mitspieler beispielsweise austauschen können. Auch wird es möglich sein, begonnene Spiele auf der tragbaren Playstation Vita weiterzuspielen. (sda)