

Wo steht der Schweizer Mittelstand?

Selbsteinschätzungen und Perspektiven



Inhalt

01	Auf einen Blick	4
02	Selbstbewusst und optimistisch	6
03	Dunkle Wolken am Himmel?	7
04	Schweiz 4.0: Für die Digitalisierung gewappnet?	9
05	Appell an die Politik	11
06	Internationaler Vergleich: Der skeptische Nachbar	14
07	Wir dahinter	15
08	Die Umfrage	15

Liebe Leserin, lieber Leser

Die Schweiz ist eine Exportnation. Nicht besonders üppig mit Rohstoffen ausgestattet, umso reicher an hoch qualifizierten Arbeitskräften, führenden Innovationszentren und traditionsreichen Unternehmen steht sie in intensiven Handelsbeziehungen mit dem Ausland. Dabei spielen kleine und mittlere Unternehmen die tragende Rolle: Laut Angaben des Bundesamtes für Statistik bilden sie mehr als 99 Prozent der Unternehmen und stellen zwei Drittel der Arbeitsplätze im Land.

Wir wollten wissen: Wie geht es den von Exporten abhängigen Unternehmen in Zeiten, in denen der Protektionismus weltweit zunimmt? Wie gehen die sowohl als traditionell wie auch als innovativ geltenden Unternehmen mit dem digitalen Wandel um, der neue Geschäftsmodelle ermöglicht, aber auch lang bewährte obsolet werden lässt? Was beflügelt, was besorgt die kleinen und mittleren Unternehmen in einer Welt voller Umbrüche?

Wir haben die Unternehmen selbst gefragt. Die Ergebnisse zeigen, dass die Schweizer Unternehmen grundsätzlich sehr optimistisch und mit Stolz in die Zukunft blicken. Sorgen bereiten ihnen protektionistische Tendenzen und ein zunehmender Mangel an Fachkräften. In Punkto Digitalisierung machen sie sich keine Sorgen. Wir fragen aber auch: Was ist berechtigt? Haben die Schweizer Unternehmen den Wandel wirklich so gut im Griff, wie sie glauben?

Mit den Ergebnissen dieser Umfrage wollen wir Fakten und Impulse liefern für ein Gespräch über die Frage: Wo steht unser Mittelstand im beschleunigten Wandel der Zeit? Wir wünschen Ihnen eine anregende Lektüre und würden uns freuen, wenn Sie die Ergebnisse der Umfrage mit uns weiter diskutieren wollten.



Markus Stricker
Partner & Managing Director
A.T. Kearney Zürich



Claudia Moerker
Geschäftsleiterin
swiss export

Auf einen Blick

Die Schweizer Unternehmen strotzen vor Optimismus und Selbstbewusstsein. Auch die Zukunft zeichnen sie in hellen Farben. Sie setzen auf ihre Innovationskraft und hoffen auf weiterhin gute Handelsbeziehungen mit dem Ausland, insbesondere mit der EU. Die Digitalisierung schreckt sie kaum. Im Gegenteil: Die grosse Mehrheit sieht die Digitalisierung als Chance und ist der Meinung, die Auswirkungen zu verstehen – die Frage ist jedoch: Wird tatsächlich die gesamte Tragweite des kommenden Wandels erfasst?



65%

**bezeichnen die aktuelle
Wirtschaftslage
als gut oder sehr gut**

73%

**glauben, die Auswirkungen des
digitalen Wandels auf ihre Geschäfts-
tätigkeit verstanden zu haben**



74%

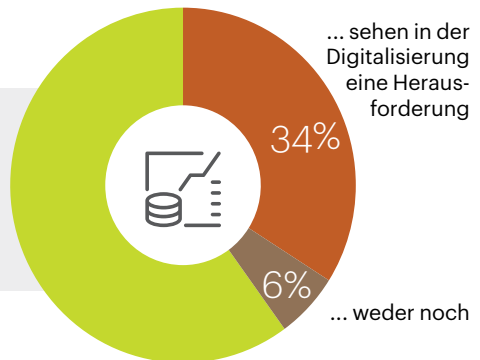
**beurteilen die wirtschaftspoliti-
schen Rahmenbedingungen
in der Schweiz als gut oder sehr gut**



Als Top-Themen für die Politik werden genannt:
**Aussenbeziehungen mit der EU, Sicherung des
 Fachkräftebedarfs, Entbürokratisierung.**

60%

sehen in der Digitalisierung eine Chance



84%

investieren überdurchschnittlich viel in innovation



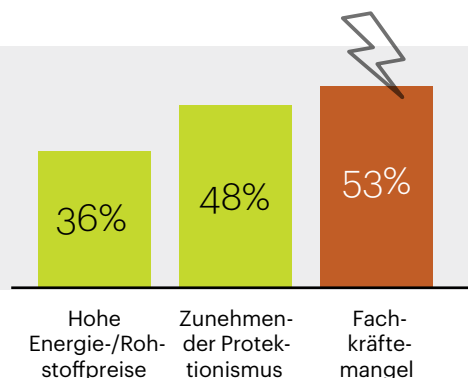
89%

meinen, dass ihr Unternehmen als innovativ wahrgenommen wird

Für

53%

ist der Fachkräftemangel eines der grössten Konjunkturrisiken in den nächsten 12 Monaten



Selbstbewusst und optimistisch

Die Schweizer KMU sind in Hochstimmung. Zufrieden blickt die Mehrheit auf ihre gegenwärtige Situation: Fast zwei Drittel der befragten Unternehmen beurteilt ihre aktuelle Wirtschaftslage als gut bis sehr gut. Und noch mehr sind positiv, wenn es um die Zukunft geht: 81 Prozent bezeichnen die künftige Situation bis zum Jahr 2020 als gut bis sehr gut und verbinden damit auch einen Aufschwung ihrer unternehmerischen Kennzahlen: 76 Prozent rechnen mit steigendem Umsatz, 42 Prozent auch mit steigender Umsatzrendite. Demgegenüber gehen nur vier Prozent von sinkendem Umsatz und 15 Prozent von reduzierter Umsatzrendite aus.

65% **beurteilen ihre aktuelle
Wirtschaftslage als
gut bis sehr gut**

Sehr zufrieden sind die Schweizer KMU auch mit ihren wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen. 74 Prozent der Befragten beurteilen sie als gut bis sehr gut verglichen mit einer kleinen Minderheit von drei Prozent, die sie als schlecht bezeichnet – keiner als sehr schlecht. 67 Prozent rechnen auch für die nächsten zwölf Monate mit guten bis sehr guten Rahmenbedingungen. Verglichen mit dem Zweijahres-Ausblick fällt auf, dass mehr Unternehmen eine positive Weiterentwicklung ihrer eigenen Lage (81 Prozent) als der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen (nur 67 Prozent) sehen. Diese Diskrepanz kann unterschiedlich interpretiert werden: Gehen die Unternehmen davon aus, dass sie trotz verschlechterter Rahmenbedingungen sehr gut wirtschaften? Oder neigen die hier Befragten dazu, ihre persönliche Lage und Performance besser als die ihres Umfelds einzuschätzen – ein häufig beobachteter Effekt in Umfragen. Eines ist auf jeden Fall klar: Die Mehrheit der Schweizer KMU blickt mit viel Selbstvertrauen und einer grossen Portion Zuversicht in die Zukunft.

81% **schätzen die künftige
Lage bis 2020 als gut
bis sehr gut ein**

Woraus schöpfen sie diesen Optimismus? Die Gründe sind vielfältig; ein zentraler Faktor ist gemäss Eigenwahrnehmung der befragten Unternehmen die hohe Innovationskraft, die die Schweizer Unternehmen seit Jahren auszeichnet und dank derer grosse Teile der Wertschöpfung in der Schweiz bleiben. Wettbewerbsfähige Differenzierung durch Innovation ist bei vielen Schweizer Unternehmen tief in der DNA verwurzelt. So gibt eine deutliche Mehrheit der Schweizer Exportunternehmen (84 Prozent) an, verglichen mit anderen Unternehmen überdurchschnittlich viel in Innovation zu investieren. Und 89 Prozent gehen davon aus, dass ihr Unternehmen im Markt als innovativ wahrgenommen wird – gegenüber elf Prozent, die das nicht glauben.

76% **rechnen mit
wachsenden
Umsätzen**

Dunkle Wolken am Himmel?

Die Aussicht der KMU auf die nächsten zwölf Monate ist nicht ungetrübt. Es sind besonders zwei Themen, die den Schweizer KMU Sorgen bereiten: Der Fachkräftemangel und wachsender Protektionismus drohen, die optimistischen Konjunkturaussichten zu trüben.

Obwohl nur rund ein Viertel der befragten Unternehmen noch in diesem Jahr plant, ihre Mitarbeiterzahlen zu erhöhen (nur 24 Prozent geben an, dass die Anzahl ihrer Mitarbeiter im Inland steigen wird), sieht über die Hälfte der Unternehmen den Fachkräftemangel als nennenswertes Konjunkturrisiko. Diese Einschätzung hängt sicherlich mit dem demographischen Wandel zusammen, messen doch drei von vier Unternehmen der Alterung der Gesellschaft einen starken bis sehr starken Einfluss auf den wirtschaftlichen Erfolg bei. Zugleich dürften auch die aktuellen Debatten rund um Einwanderung, insbesondere die Annahme der Masseneinwanderungsinitiative sowie die möglicherweise bevorstehende Abstimmung über ein Rahmenabkommen zu den «Bilateralen Verträgen» die Sorgen um ausreichende Fachkräfte weiter schüren. Und nicht zuletzt ist bereits heute der Mangel an Fachkräften für ein Viertel der kleinen und mittelständischen Unternehmen problematisch, wie eine Studie der Credit Suisse¹ zeigt – überdurchschnittlich betroffen sind die traditionelle Industrie, das Baugewerbe sowie die IT- und Kommunikationsbranche; ländliche Gebiete noch stärker als städtische Regionen.

Abbildung 1

Was sind Ihrer Meinung nach die grössten Konjunkturrisiken in den nächsten 12 Monaten?



Quellen: A.T. Kearney, swiss export; Mehrere Antworten möglich

¹ Dr. Sara Carnazzi Weber, Andreas Christen, Tiziana Hunziker (2018), Erfolgreich im globalen Wettbewerb www.credit-suisse.com/ch.

Ein weiteres Sorgenkind ist der sich verschärfende Protektionismus. Vor dem Hintergrund einer sich stärker abschottenden US-Wirtschaft und drohender Handelskonflikte zwischen den Grossmächten bezeichnen fast 50 Prozent der Schweizer Exportunternehmen den zunehmenden Protektionismus als bedeutendes Konjunkturrisiko für die nächsten zwölf Monate. Und das, obwohl nur ein Viertel der Schweizer Exporte direkt in die USA fliesst, während mehr als die Hälfte der Exporte nach Europa gehen, das weiterhin stark für einen offenen Welthandel eintritt. Doch offenbar geben Risiken, die über die direkten Handelsbeziehungen zwischen den USA und der Schweiz hinausgehen, den Ausschlag: Es besteht das hohe Risiko einer globalen Ausbreitung protektionistischer Tendenzen, einerseits mit einer Europäischen Union, die ihrerseits «ihre Mauern hochzieht» und andererseits mit China, das seine Märkte abschotten könnte. Beides würde die Schweizer KMU schwer treffen.

Weitere Risiken werden in den hohen Energie- und Rohstoffpreisen gesehen (von 36 Prozent genannt). Die Schuldenkrise der Europäischen Union hingegen scheint in den Augen der Schweizer Exportunternehmen überwunden. Obwohl die Schweiz in ihren Exporten auf niemanden so stark angewiesen ist wie auf die Europäische Union, werden die Schulden ihrer Mitgliedsländer nur von rund einem Zehntel als Konjunkturrisiko genannt. Würde es aber zu einer erneuten Schuldenkrise kommen, fürchten beinahe 50 Prozent der Unternehmen wiederum negative Auswirkungen auf das eigene Geschäft.

Schweiz 4.0: Für die Digitalisierung gewappnet?

Über die Hälfte der Unternehmen (56 Prozent) sehen sich als digitale Vorreiter ihrer Branche, was von einem ungewöhnlich grossen Selbstvertrauen zeugt. Die Mehrheit der Unternehmen schreibt sich darüber hinaus schlanke Prozesse und flache Hierarchien, schnelle Entscheidungsfindung, und eine Kultur, die Fehler toleriert und Mitarbeiterinitiativen fördert, zu.

73%

glauben die Auswirkungen der Digitalisierung auf ihr Geschäft in den kommenden fünf Jahren verstanden zu haben

Für die grosse Mehrheit des Schweizer Mittelstands ist die Sache klar: Deutlich über zwei Drittel der Unternehmen geben an, die Auswirkungen der

Digitalisierung für die kommenden fünf Jahre auf das eigene Unternehmen und deren Wertschöpfungskette zu verstehen und mehr als die Hälfte der Unternehmen stehen dem Trend der Digitalisierung positiv gegenüber. Der Schweizer Mittelstand ist mitten in der Digitalisierung angekommen und treibt sie selbst voran.

Doch gibt es auch eine starke Minderheit, die der Digitalisierung skeptisch gegenübersteht: Über 16 Prozent geben an, sich mit dem Thema überhaupt nicht auseinanderzusetzen oder die Auswirkungen nicht verstanden zu haben.

60%

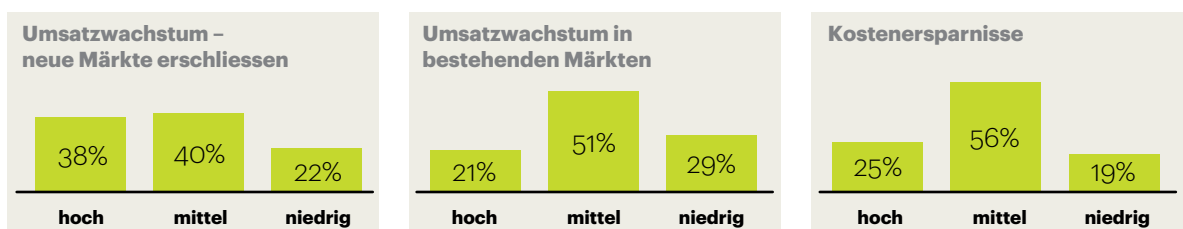
der Unternehmen sehen die Digitalisierung als Chance

Den wirtschaftlichen Möglichkeiten, die sich aus dem Trend der Digitalisierung ergeben, begegnet die grosse Mehrheit der Mittelständler mit Zuversicht. Besondere Bedeutung kommt der Digitalisierung beim Umsatzwachstum in neuen Märkten zu, rund 38 Prozent der Befragten sehen hierin eine grosse Chance. Beim Umsatzwachstum in bestehenden Märkten (21 Prozent hohe Bedeutung) und Kosteneinsparungen (25 Prozent hohe Bedeutung) wird der Digitalisierung ein geringerer Stellenwert eingeräumt.

Mit dem Thema der Digitalisierung ist auch die Cyber- und Datensicherheit ein Thema, das die Unternehmen beschäftigt. 84 Prozent schreiben der Cyber- und Datensicherheit eine grosse Bedeutung in Bezug auf die wirtschaftliche Entwicklung des eigenen Unternehmens zu. Auch die Beherrschung technologischer Trends wird von 90 Prozent der Schweizer Unternehmen als weitere grosse Herausforderung angesehen.

Abbildung 2

Auswirkungen der Digitalisierung auf Schweizer KMU bis 2023



Quellen: A.T. Kearney, swiss export

Exkurs:

Wird die Tragweite des digitalen Umbruchs wirklich erfasst?

Viele der befragten Unternehmen sind der Meinung, die Auswirkungen der Digitalisierung zu verstehen und entsprechende Massnahmen zu kennen. Doch: Wird der Wandel nicht dramatisch unterschätzt?

Gefragt nach den Top-Massnahmen, nennen fast zwei Drittel den Aufbau von schlankeren Strukturen und Prozessen. Für 38 Prozent ist dies sogar die wichtigste Massnahme, gefolgt von der Qualifizierung der Mitarbeiter. Insgesamt geben 15 Prozent sogar an, dass Investitionen in die digitale Infrastruktur zu den drei wichtigsten Themen gehören, denen sich vor allem auch der Bundesrat und die Politik widmen sollten. Überdies sehen etwa 54 Prozent der Befragten die Veränderung der Unternehmenskultur als weiteren zentralen Schritt für den digitalen Wandel. Weitere 49 Prozent setzen auf die Einführung von neuen Technologien.

Die Digitalisierung bringt aber nicht nur die Gelegenheit, Strukturen zu verschlanken und Prozesse günstiger zu gestalten. Digitalisierung bringt auch ein disruptives Element mit sich, das Geschäftsmodelle in vielen – wenn nicht allen – Industrien grundlegend und in kürzester Zeit zu verändern vermag. Ein Beispiel aus der näheren Vergangenheit ist sicher die Digitalisierung des Zeitungsmarktes, wo die Verlage bis heute grosse Mühe bekunden, ihr ursprünglich rentables Geschäftsmodell in die digitale Welt zu transportieren, da die Kunden wenig Willen zeigen, für Inhalte zu bezahlen. Andere erfolgreiche Unternehmen wie der Onlinehändler Digitec oder die Autoteile-Plattform Sharoo haben die Chancen digitaler Technologien längst ergriffen.

Dass in einer digitalen Welt die Geschwindigkeit rapide zugenommen hat, zeigt der Aufstieg von Unternehmen wie Netflix, Airbnb oder Uber, die als globale Unternehmen innert kürzester Zeit eine dominante Stellung eingenommen haben. Dabei wird nicht nur ein Angebot durch ein Neues ersetzt, sondern werden bestehende Wettbewerbsregeln ausser Kraft gesetzt, Kundenbedürfnisse verändert und neue Realitäten geschaffen².

Die ausbleibende Digitalisierung wirkt sich mit grosser Geschwindigkeit negativ auf die Unternehmen aus und führt dazu, dass ihre Existenz in Frage gestellt wird. Welche fatalen Folgen das in kürzester Zeit haben kann, zeigt das Massensterben bei den mittleren und kleineren Modefirmen in der Schweiz: internationale Online-Anbieter wie Amazon oder Zalando bieten digital und per Knopfdruck eine globale Auswahl an Waren an, minimieren Suchkosten und schaffen Preistransparenz. Die kleinen Unternehmen werden zunehmend aus dem Markt gedrängt, wenn sie es nicht schaffen, sich so zu differenzieren, dass der Kunde bereit ist, bei ihnen einzukaufen.

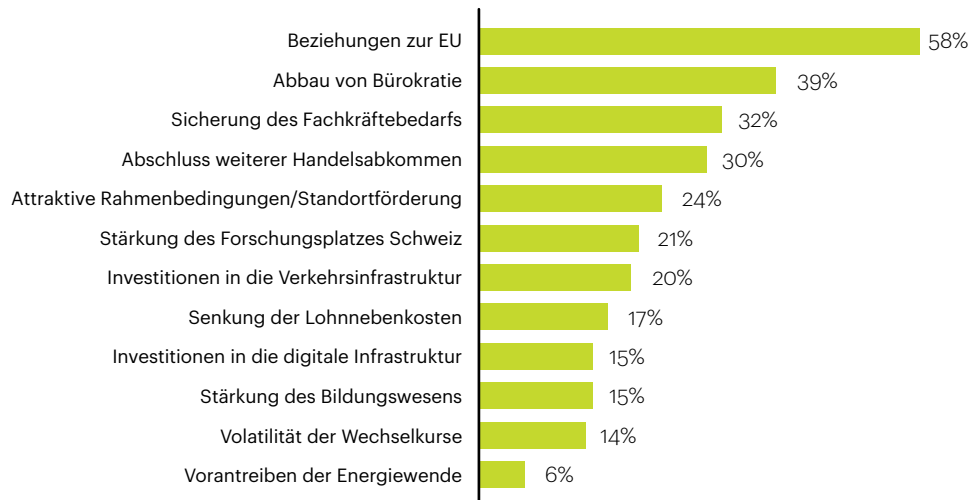
Fest steht, dass den Schweizer KMU keine andere Wahl bleibt, als das eigene Geschäft für digitale Möglichkeiten auszurichten und digitale Technologien voranzutreiben, was nicht zuletzt auch mit erheblichen Investitionen einhergehen wird.

² A.T. Kearney: Designing a Winning Digital Business Model

Was erwarten die Schweizer Unternehmen von der Politik? An oberster Stelle steht die Arbeit an den Beziehungen zur Europäischen Union. 58 Prozent sehen die Stabilisierung des Wirtschaftsaustausches mit Europa als Top-Thema für den Bundesrat – verständlich, wenn man die Abhängigkeit der Exporte von diesem Markt betrachtet.

Abbildung 3

Top Themen, um die sich der Bundesrat kümmern soll



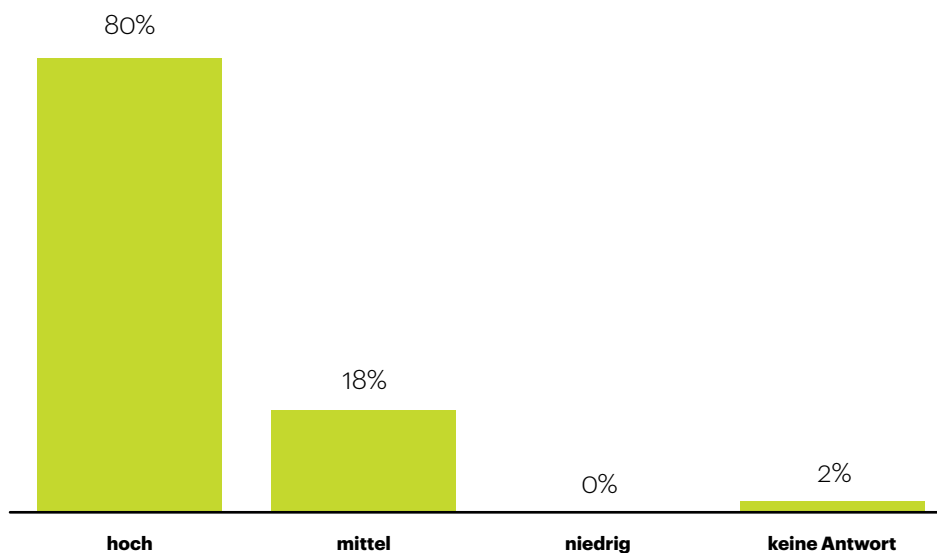
Quellen: A.T. Kearney, swiss export; Mehrere Antworten möglich

Nicht nur für die Unternehmen, sondern auch für die gesamte Schweizer Bevölkerung wird die Frage nach der künftigen Ausgestaltung der Beziehungen zur EU in den kommenden Jahren von zentraler Bedeutung sein. Dabei wird die Abwägung weit über eine wirtschaftliche Betrachtung hinausgehen, da insbesondere in den Diskussionen mit der Europäischen Union die Unabhängigkeit und Souveränität der Schweiz eine bedeutende Rolle spielen wird. Ein Blick auf die hängigen Volksinitiativen zeigt deutlich, dass die Beziehungen zur EU weiter auf die Probe gestellt werden könnten. Mit der Selbstbestimmungsinitiative, der Begrenzungsinitiative und dem Rahmenabkommen, welches noch immer in Verhandlung ist, werden wegweisende Volksabstimmungen auf die Schweiz zukommen. Betrachtet man die letzten Wortmeldungen der Gewerkschaften, aber auch bürgerlichen Parteien, dann wird es sehr schwer werden, eine breite Unterstützung für das Rahmenabkommen zu finden. Erschwerend für den Bundesrat kommt hinzu, dass die EU weniger verhandlungs- und kompromissbereit als in früheren Jahren scheint. Nach dem Brexit und durch die Gefahr von möglichen weiteren separatistischen Tendenzen in der Union, scheint die EU die Attraktivität von bilateralen Verträgen, respektive einer europäischen Lösung ausserhalb der EU, reduzieren zu wollen. Dass sowohl in der Schweiz wie auch in der EU Wahlen anstehen, erleichtert die Situation nicht.

Als zweites Top-Thema für den Bundesrat nennen 39 Prozent der KMU den Abbau von Bürokratie. Das Thema wird von Unternehmern und Wirtschaftsvertretern seit Jahren genannt, aber bisher mit relativ geringem Erfolg. Weitere 32 Prozent finden, dass die Regierung sich die „Sicherung des Fachkräftebedarfs“ ins Stammbuch schreiben sollte. Demgegenüber erachten nur 15 Prozent der KMU das Bildungswesen als ein Thema, welches zuoberst auf der Agenda der Schweizer Politiker stehen sollte. Offensichtlich gehen die Unternehmer davon aus, dass sich die Fachkräftelücke nicht allein über das Bildungswissen schliessen lässt.

Die Energiewende ist kein Thema, das den Schweizer Unternehmen unter den Nägeln brennt. Nur sechs Prozent der Unternehmen sehen die Energiestrategie der Schweiz bis 2050 als eines der drei wichtigsten Themen für den Bundesrat.

Abbildung 4
Die Bedeutung des Standortfaktors Schweiz



Quellen: A.T. Kearney, swiss export

Wie attraktiv die Schweiz als Unternehmensstandort ist, zeigen die Resultate der Studie. 80 Prozent der Befragten schreiben der Schweiz als Unternehmensstandort eine hohe Bedeutung zu. So ist nicht zu erwarten, dass viele kleine und mittelständische Unternehmen infolge politischer Auseinandersetzungen mit der EU die Schweiz verlassen werden. Hinzu kommt, dass auch das Label «Swiss Made» für 44 Prozent der Unternehmen zum Absatz der Produkte beiträgt. Es gilt auch in Zukunft sicherzustellen, dass «Made in Switzerland» die höchsten Qualitätsansprüche nicht enttäuscht.

Exkurs: Wird der starke Schweizer Franken als Bedrohung wahrgenommen?

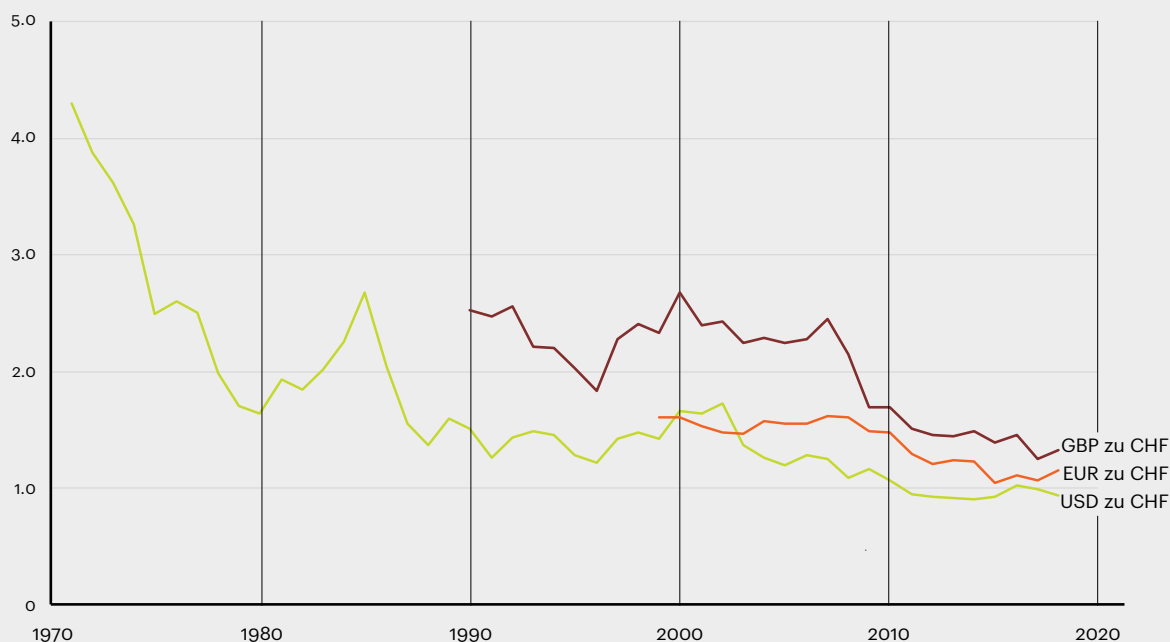
Vielen ist der Schock aus dem Jahr 2015 noch präsent, als die Schweizer Nationalbank den Euromindestkurs aufhob und die Schweizer Unternehmen im globalen Wettbewerb von einem Tag auf den anderen 20 Prozent teurer wurden. Und das nachdem der Euro in 2008 bereits von 1.60 Schweizer Franken auf 1.20 gefallen war. Nichtsdestotrotz scheint in 2018 der starke Franken kein Thema mehr zu sein. Zwar verbinden 38 Prozent der befragten Teilnehmer mit der Volatilität der Wechselkurse einen negativen Effekt auf die Unternehmensentwicklung, aber nur 15 Prozent finden, dass das Thema so wichtig wäre, dass sich der Bundesrat darum kümmern sollte. Die Unternehmen haben sich der neuen Realität angepasst und strotzen heute vor Kraft und Optimismus. Viele haben Transformationsprogramme durchgeführt, um schlanker zu werden und die Kosten entsprechend zu senken. Dies hat zu einer erhöhten Wettbewerbsfähigkeit geführt. Ausserdem war die Schweizer Wirtschaft flexibel genug, die Auswirkungen abzufedern, beispielsweise durch eine Verlängerung der Wochenarbeitszeit bei gleichbleibendem Lohn.

Grundsätzlich sind eine starke Währung und eine Aufwertung des Schweizer Frankens nichts Neues für die Schweizer Unternehmen. Betrachtet man die Entwicklung des Schweizer Frankens gegenüber den drei wichtigsten Währungen, dann wird schnell klar, dass die Unternehmen es schon seit Jahrzehnten geschafft haben, trotz deutlicher Aufwertung, konkurrenzfähig zu bleiben. Das grosse Problem in 2015 lag vielmehr in der Geschwindigkeit, die genau genommen bereits mit dem Ausbruch der Eurokrise in 2010 stark zugenommen hatte.

Ein Blick auf die Entwicklung des Schweizer Frankens über Jahrzehnte hinweg zeigt, dass die Unternehmen wohl auch künftig mit der starken Währung wettbewerbsfähig bleiben müssen. Zudem ist auch klar, dass eine starke Währung – obwohl aus Exportsicht nicht immer wünschenswert – ein Zeichen der wirtschaftlichen Stärke eines Landes ist.

Abbildung 5

Wechselkurse – Pfund, Euro und Dollar zu Schweizer Franken



Internationaler Vergleich: Der skeptische Nachbar

Beeindruckend ist, wie krisenfest sich die Schweizer KMU zeigen und mit welchem Optimismus sie in die Zukunft blicken. Dabei gestaltet sich das Schweizer Umfeld währungs- und kostenbedingt – zumindest auf den ersten Blick – noch immer als schwierig. Der Schweizer Franken ist historisch betrachtet sehr stark. Die Beziehung zur EU und die Zukunft der bilateralen Verträge sind unklar. Die Schweiz hat hohe Löhne und ist im Vergleich zu anderen Ländern entsprechend teuer. Innerhalb der Politik besteht in wesentlichen Fragen der zukünftigen Ausrichtung des Landes Uneinigkeit. Im internationalen Handel sind protektionistische Tendenzen zu erkennen und teilweise wird bereits von möglichen Handelskonflikten gesprochen. Trotz dieser schwierigen Ausgangslage blicken die befragten Exporteure äusserst positiv in die Zukunft.

Ein Vergleich zum deutschen Mittelstandspanel 2017, das A.T. Kearney mit dem Bundesverband der Deutschen Industrie durchgeführt hat, deckt Verblüffendes auf: Obwohl die deutschen Mittelständler ein vorteilhafteres Umfeld vorfinden, unter anderem auch dank des schwachen Euros gegenüber dem US Dollar, sind sie weniger optimistisch, was ihre Lage betrifft.

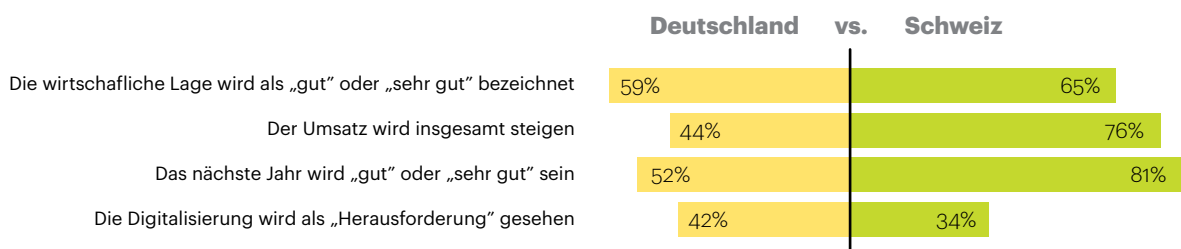
59 Prozent der deutschen Unternehmen bezeichnen ihre aktuelle wirtschaftliche Lage als gut oder sehr gut – im Gegensatz zu 65 Prozent der Schweizer Teilnehmer. 76 Prozent der Schweizer KMU geben an, dass ihr Umsatz im Jahr 2018 insgesamt steigen wird, nur 44 Prozent der Deutschen sind davon ausgegangen. 52 Prozent der Deutschen erwarten auch im nächsten Jahr ein „gutes Jahr“ – im Vergleich zu 81 Prozent in der Schweiz.

Auch in Bezug auf die Digitalisierung sieht sich der Schweizer Mittelstand, zumindest in der Selbsteinschätzung, besser vorbereitet: In Deutschland sehen 42 Prozent die Digitalisierung vor allem als Herausforderung verglichen mit 34 Prozent in der Schweiz.

Parallelen zum Nachbarland gibt es aber auch: Wie in der Schweiz wird der Fachkräftemangel von 53 Prozent als grösste Herausforderung wahrgenommen und die protektionistische Haltung der US-Regierung ist für die Schweizer und Deutschen Grund zur Sorge (48 Prozent in der Schweiz im Vergleich zu 44 Prozent in Deutschland).

Abbildung 6

Stimmung im Mittelstand zum Vergleich



Quellen: Deutsches Mittelstandspanel 2017: A.T. Kearney, BDI;
Schweizer Mittelstand 2018: A.T. Kearney, swiss export

ATKearney

A.T. Kearney ist eine der weltweit führenden Unternehmensberatungen für das Top-Management und berät global tätige Konzerne als auch führende mittelständische Unternehmen und öffentliche Institutionen. Das Beratungsunternehmen unterstützt seine Klienten bei der Transformation ihres Geschäftes und ihrer Organisation, um langfristige Vorteile zu erzielen. Im Mittelpunkt stehen dabei die Themen Wachstum und Digitalisierung, Innovation und die Optimierung von komplexen Produktions- und Wertschöpfungsketten.

A.T. Kearney wurde 1926 in Chicago gegründet. 1964 eröffnete in Düsseldorf das erste Büro ausserhalb der USA. Heute beschäftigt A.T. Kearney rund 3'600 Mitarbeiter in über 40 Ländern der Welt. Seit 2010 berät das Unternehmen Klienten klimaneutral. In der Schweiz ist A.T. Kearney mit rund 60 Beratern am Standort Zürich präsent und arbeitet mit zahlreichen Schweizer und internationalen Kunden aller Industrien.

Mehr unter www.atkearney.ch



swiss export ist ein Kompetenzzentrum für die Schweizer Aussenwirtschaft. Schwerpunkte des Serviceangebots bilden die breite Palette an Seminaren und Fachveranstaltungen, die individuelle Exportberatung sowie das vom Verband herausgegebene Fachmagazin der Aussenwirtschaft, das «swiss export Journal».

Der rein privatwirtschaftlich organisierte Verband schafft Marktvorteile für seine Mitglieder und stellt die Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit sowie der Rahmenbedingungen für international tätige Unternehmen ins Zentrum seines Handelns. Neben der Geschäftsstelle in Zürich bietet swiss export ein Spezialistennetzwerk mit mehr als 150 Stützpunkten in 50 Ländern an.

Detaillierte Informationen zu allen Dienstleistungen finden Sie unter www.swiss-export.com

08 Die Umfrage

Im Frühjahr 2018 haben A.T. Kearney und swiss export zum ersten Mal eine Befragung des Schweizer Mittelstands durchgeführt. Die Grundgesamtheit der Befragung bilden die kleinen und mittleren Industrieunternehmen in der Schweiz, die im Export aktiv sind.

An der Online-Erhebung beteiligten sich 66 Unternehmen, etwa die Hälfte davon ist im verarbeitenden Gewerbe und in der Herstellung von Waren tätig, weitere kommen aus dem Dienstleistungsbereich (acht Prozent) und sind im Handel tätig (20 Prozent), ein Unternehmen stammt aus dem Gesundheits- und Sozialwesen, ein weiteres Fünftel hat keine Industrieangaben gemacht. 40 der teilnehmenden Unternehmen haben weniger als 100 Mitarbeiter beschäftigt, zwölf Unternehmen zwischen 100 und 500 Mitarbeitern, ein Unternehmen mehr als 1'800 Mitarbeiter, ein Fünftel hat keine Angaben zur Mitarbeiteranzahl gemacht. Etwas mehr als die Hälfte der Unternehmen (36) sind im Familienbesitz.

Wir bedanken uns bei Jürg Baggenstoss, Sven Strebler, Janne Mengelkamp und Ana Vlajnic (alle A.T. Kearney) für die Planung und Auswertung der Studie.

