

ATKearney

**swiss
export**

Wissen erschliesst
Märkte.

TRADESHIFF

Wo steht der Schweizer Mittelstand?

Selbsteinschätzungen und Perspektiven der Unternehmen
im Jahr 2019



Inhalt

01	Auf einen Blick	4
02	Abkühlende Konjunktur?	6
03	Gefahren in Sicht	8
04	ESG – Verantwortung wahrnehmen	10
05	Fitnesskur für die KMU	13
06	Die Politik ist gefragt	15
07	Wir dahinter	18
08	Die Umfrage	19

Liebe Leserin, lieber Leser,

die Zeiten ändern sich und so auch die Themen, die die kleinen und mittleren Unternehmen der Schweiz beschäftigen. Im vergangenen Jahr haben wir zum ersten Mal eine Umfrage unter Schweizer KMU durchgeführt. Wir wollten wissen, was ihnen Sorge bereitet und wie sie in die Zukunft blicken. Wie optimistisch sind sie? Was erwarten sie von der Politik, wie schätzen sie ihre eigene Innovationskraft ein und was bedeutet ihnen die Digitalisierung.

Wir trafen auf eine Unternehmerschaft in Hochstimmung. Am weit entfernten Horizont zeichneten sich ein paar Wolken ab: Fachkräftemangel, zunehmender Protektionismus und hohe Energie- und Rohstoffpreise trübten die guten Aussichten ein wenig. Heute geht es dem Schweizer Mittelstand weiterhin prächtig, aber die konjunkturellen Aussichten haben sich verändert, die noch nicht ausgehandelten Beziehungen zur EU werfen einen drohenden Schatten auf die Zukunft. Der Appell an die Politik wird dringender.

Ein Schwerpunkt der letztjährigen Studie war die Digitalisierung: Sie sei vor allem eine Chance antworteten die KMU mehrheitlich. In diesem Jahr haben wir nach Environment, Social und Governance gefragt. Grösstenteils im Griff, tönt es in diesem Jahr. Dass hier noch Handlungsbedarf besteht, legen die Detailantworten mit Blick auf Image und Verantwortlichkeiten offen. Hier lohnt es sich, genauer hinzuschauen.

Die Ergebnisse der diesjährigen Umfrage zeigen Stolz und Selbstbewusstsein, doch auch kritische und unsichere Einschätzungen. Sie werfen die Frage auf, wie selbstbewusst – und zukunftssicher – die Schweiz als Exportnation noch sein kann in Zeiten, in denen das internationale Umfeld unsicherer denn je wird und die sozialen und Umwelthanforderungen höher werden. Der Brexit wirft seine Schatten voraus – bis in unser Alpenland. Der Ruf nach Nachhaltigkeit erreicht die Wertschöpfungsketten aller Unternehmen. Wir hoffen, dass wir mit den Ergebnissen ein paar Impulse und Fakten für wertvolle und richtungsweisende Gespräche über Gegenwart und Zukunft des Schweizer Mittelstands liefern können.



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



Claudia Moerker
Geschäftsleiterin
swiss export



Thomas Kofler
Account Executive
TRADESHIFT Switzerland

01 **Auf einen Blick**

Der Schweizer Wirtschaft geht es gut – doch wie lange noch, will man fragen, wenn man die Ergebnisse der diesjährigen Umfrage unter Schweizer KMU mit jenen aus 2018 vergleicht. Die Aussichten verdunkeln sich, der Ausblick ist pessimistischer geworden, die Themen verschieben sich. Die Unsicherheit um die künftigen Beziehungen zur Europäischen Union ist auf der Liste der Sorgen vom fünften Platz in 2018 auf den ersten Platz gesprungen und gilt als grösstes Konjunkturrisiko für das nächste Jahr. Auch das Thema ESG (Environmental, Social und Governance) beschäftigt die Unternehmen stärker als zuvor, fast die Hälfte hat die Richtlinien umgesetzt – doch wie weit sind sie in der Unternehmenskultur auch verankert? In punkto eigener Innovation, Standort Schweiz und Label «Swiss Made» bleiben die Unternehmen aber unverändert selbstbewusst. Und doch sehen viele Nachholbedarf bei der eigenen Innovationskraft. Also: Erfolgreich weiter wie bisher oder besteht Grund zur Sorge?



72% **beurteilen die wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen in der Schweiz als gut oder sehr gut**



62% **schätzen die künftige Lage bis 2021 als gut bis sehr gut ein**

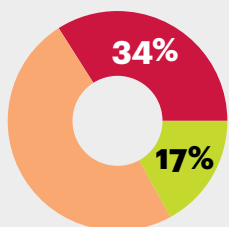
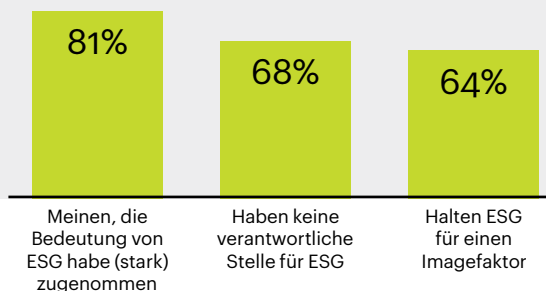
81%

meinen, die Bedeutung von Environmental, Social und Governance (ESG) habe in den letzten 1-2 Jahren zugenommen



68 Prozent haben keine verantwortliche Stelle für ESG

Für **64 Prozent** ist es ein Imagefaktor



34%

Nur 17%

beurteilen mögliche Auswirkungen der Konzernverantwortungsinitiative **als negativ oder sehr negativ**

sehen die Auswirkungen als positiv



85%

meinen, dass ihr Unternehmen die Innovationskraft künftig erhöhen muss

57%

sehen das Abkühlen der bilateralen Beziehungen Schweiz EU als grösstes Konjunkturrisiko **in den nächsten 12 Monaten**



Top-Themen für die Politik: Aussenbeziehungen mit der EU, Entbürokratisierung und Verbesserung der Standortattraktivität und Rahmenbedingungen

02 **Abkühlende Konjunktur?**

Die Schweizer KMU sind sehr zufrieden mit dem aktuellen Geschäftsverlauf. Die positive Stimmung aus dem vergangenen Jahr hat sich nicht nur gehalten, sondern sogar leicht verbessert. 70 Prozent der Befragten schätzen die Wirtschaftslage ihres Unternehmens als gut bis sehr gut ein (65 Prozent in 2018), verglichen mit nur acht Prozent, die von schlecht oder sehr schlecht sprechen. Auch die Voraussetzungen für erfolgreiches Wirtschaften gelten als ausgesprochen zufriedenstellend: 72 Prozent der Teilnehmer sehen gute oder sehr gute wirtschaftspolitische Rahmenbedingungen. Nur drei Prozent beurteilen sie als schlecht oder sehr schlecht.

70% **beurteilen ihre aktuelle Wirtschaftslage als gut bis sehr gut**

+5 Prozentpunkte gegenüber Vorjahr

Einen absteigenden Trend zeigt dagegen der Ausblick auf die allgemeine konjunkturelle Lage. Beurteilten im vergangenen Jahr noch 81 Prozent der Befragten die künftige Wirtschaftslage als gut oder sehr gut, sind es in diesem Jahr nur noch 62 Prozent. Auch der Anteil der Umfrageteilnehmer, die die zukünftigen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen gut bis sehr gut einschätzen, ist um über 20 Prozentpunkte zurückgegangen, von 67 Prozent auf 44 Prozent. Nicht einmal mehr die Hälfte geht also für die Zukunft von guten oder sehr guten Rahmenbedingungen aus.

62% **schätzen die künftige Lage bis 2021 als gut bis sehr gut ein**

-19 Prozentpunkte gegenüber Vorjahr

Ertragsmässig sind die Unternehmer dagegen wieder optimistisch. So rechnen 66 Prozent der Unternehmen für 2019 mit einem höheren Umsatz und 34 Prozent mit einer höheren Umsatzrendite. Mit ihren Aussichten sowohl bei Umsatz wie auch bei der Umsatzrendite sind die Befragten allerdings weniger euphorisch als in der letztjährigen Studie.

66%

rechnen mit wachsenden Umsätzen

-10 Prozentpunkte gegenüber Vorjahr

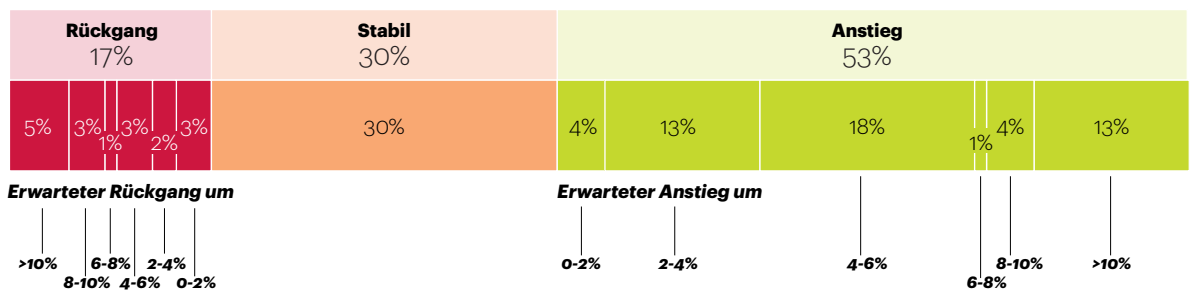
Auch der Auftragseingang zeigt ein positives Bild. Einzig bei 18 Prozent der Unternehmen ist der Auftragsbestand in den letzten 12 Monaten gegenüber der Vorjahresperiode gesunken. Steigende Auftragsbestände verzeichneten dagegen 54 Prozent der Unternehmen und bei 13 Prozent der Befragten entsprach dieser Anstieg sogar mehr als zehn Prozent des gesamten Auftragsvolumens.

34%

gehen von einer steigenden Umsatzrendite aus

Abbildung 1

Wie hat sich der Auftragsbestand in den letzten 12 Monaten gegenüber der Vorjahresperiode entwickelt?



Prozentwerte gerundet

Quellen: A.T. Kearney, swiss export, Tradeshift

Der zurückgehende Optimismus der KMU betrifft also nicht ihre kurzfristige Auftragslage, sondern vielmehr längerfristige Risiken für ihre wirtschaftliche Entwicklung.

03 Gefahren in Sicht

Woraus speisen sich die Sorgen um die langfristige wirtschaftliche Entwicklung? Ein Risiko, das deutlich an Bedeutung zugenommen hat, sind die bilateralen Beziehungen zwischen der Schweiz und der Europäischen Union. Für 57 Prozent der KMU ist eine Abkühlung der Beziehung zur EU eines der drei wesentlichen Konjunkturrisiken der nächsten 12 Monate. Im vergangenen Jahr haben erst 32 Prozent in einer Distanzierung zwischen EU und Schweiz ein grosses Konjunkturrisiko gesehen. Ausserdem beschäftigt der weltweit zunehmende Protektionismus die Unternehmen weiterhin, 42 Prozent (2018: 48 Prozent) sehen ihn unter den grössten drei Konjunkturrisiken. Eng verbunden damit sind auch die aussenpolitischen Entwicklungen, die von 39 Prozent (2018: 35 Prozent) der Befragten als eines von Top-3-Konjunkturrisiken genannt werden.

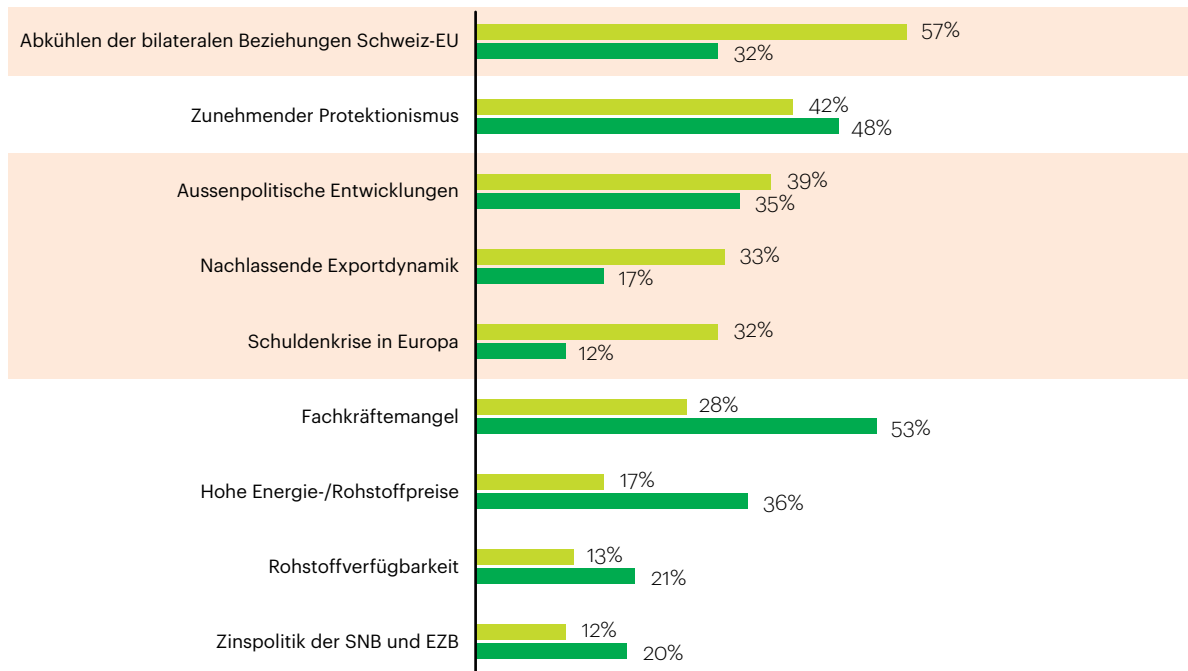
Stark angestiegen ist die Furcht vor einer nachlassenden Exportdynamik (von 17 auf 33 Prozent), verbunden mit einem zunehmenden Protektionismus sowie einem Wiederaufkommen der Schuldenkrise in Europa (von 12 auf 32 Prozent). Alles aussenpolitische Themen, die die KMU in Atem halten.

Andere Risiken sind in diesem Jahr hingegen weit in den Hintergrund gerückt: insbesondere der Fachkräftemangel, der im Vorjahr noch an erster Stelle stand und nun deutlich weniger präsent ist (28 versus 53 Prozent im Vorjahr), die hohen Energie- und Rohstoffpreise (17 versus 36 Prozent), die Rohstoffverfügbarkeit (13 gegenüber 21 Prozent) sowie die Zinspolitik der SNA und EZB (12 gegenüber 20 Prozent). Die gesunkene Bedeutung des Fachkräftemangels kann im Zusammenhang mit der (Teil-) Umsetzung der Masseneinwanderungsinitiative und den damit verbundenen Erfahrungen der Unternehmen erklärt werden. Die KMU könnten erkannt haben, dass es auch künftig nicht schwieriger (aber auch nicht leichter) wird, gute Talente auf dem Markt zu finden.

Die Schweiz ist eine Exportnation und daher auf einen florierenden und frei zugänglichen Weltmarkt angewiesen. So ist nicht überraschend, dass die Unternehmen bei Konjunkturfragen ins Ausland blicken. Was sie jenseits der Grenzen in diesem Jahr sehen, stimmt sie nicht besonders zuversichtlich.

Abbildung 2

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



■ 2019 ■ Anstieg verglichen zum Vorjahr
■ 2018

Prozentwerte gerundet; Mehrere Antworten möglich

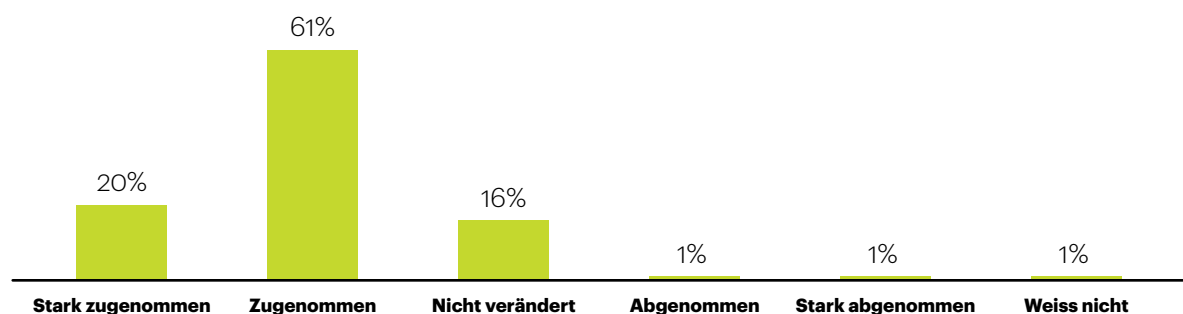
Quellen: A.T. Kearney, swiss export, Tradeshift

04 ESG – Verantwortung wahrnehmen

Das Thema Umwelt und Verantwortung gewinnt für die Schweizer KMU zunehmend an Bedeutung. Entsprechend wurden die Unternehmen im Rahmen der Studie gefragt, welche Rolle Environmental, Social und Governance (ESG) für sie spielt und welche Auswirkungen dieses Thema auf ihr Geschäft hat. Für 81 Prozent der Unternehmen hat die Relevanz in den letzten ein bis zwei Jahren zugenommen oder sogar stark zugenommen, verglichen mit nur zwei Prozent, für die ESG an Relevanz verloren hat. Dieser Trend könnte sich fortsetzen. Denn wengleich 33 Prozent angeben, dass die Bedeutung von ESG in ihrem Unternehmen bereits heute hoch ist, hat es bei einem Viertel der befragten KMU bislang nur eine geringe Bedeutung beziehungsweise wird vernachlässigt. Mit Blick auf aktuelle gesellschaftliche und politische Entwicklungen steht die wachsende Bedeutung von ESG ausser Frage. Die Einstellung der Schweizer KMU deutet darauf hin, dass sie diese Entwicklung keinesfalls verschlafen, sondern ihrem Ruf als Treiber von Innovation auf unterschiedlichen Ebenen gerecht werden.

Abbildung 3

Wie hat sich die Bedeutung des Themas ESG in den letzten ein bis zwei Jahren verändert?



Prozentwerte gerundet

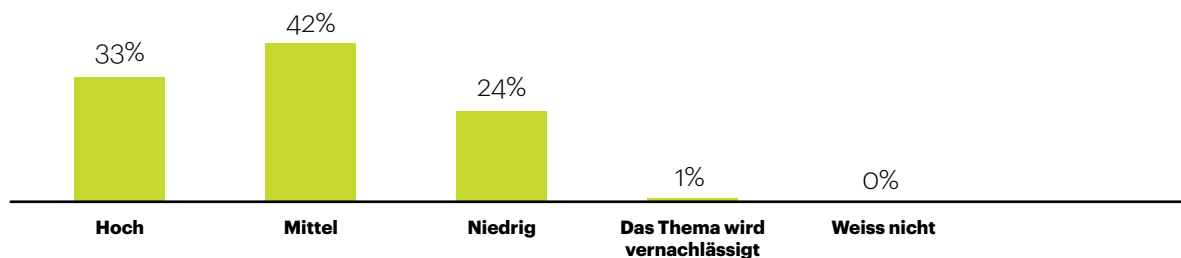
Quellen: A.T. Kearney, swiss export, Tradeshift

Die Unternehmen haben bereits reagiert. 43 Prozent der Befragten haben ESG-Richtlinien in ihren Prozessen berücksichtigt, bei weiteren 21 Prozent ist es angedacht. 53 Prozent der Unternehmen überprüfen auch ihre Lieferanten auf die Einhaltung solcher Richtlinien, 26 Prozent sogar deutlich häufiger als früher. Und immerhin fast jedes fünfte Unternehmen (19 Prozent) gab an, vor diesem Hintergrund schon mindestens einmal auf den Abschluss eines Geschäfts verzichtet zu haben.

Doch auch wenn die Unternehmen sich bereits mit ESG-Fragen beschäftigen, haben sie noch einen weiten Weg vor sich, um das Thema intern zu meistern und so potenzielle Risiken zu beschränken und Chancen zu nutzen. Bei einer grossen Mehrheit der Unternehmen (68 Prozent) gibt es keine verantwortliche Stelle für ESG-Themen, bei 53 Prozent bestehen keine ESG-Richtlinien respektive Handbücher und knapp die Hälfte (48 Prozent) hat noch nie eine interne ESG-Informationskampagne durchgeführt.

Abbildung 4

Wie wird die Bedeutung des Themas ESG in Ihrem Unternehmen eingestuft?



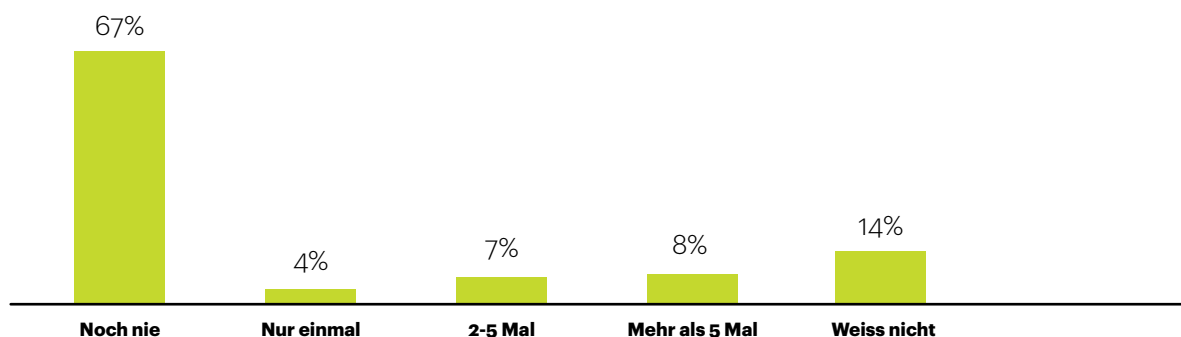
Prozentwerte gerundet

Quellen: A.T. Kearney, swiss export, Tradeshift

Insbesondere kleineren Unternehmen fällt es nicht leicht, solche Massnahmen umzusetzen, weil sie verhältnismässig viele Ressourcen in Anspruch nehmen. Eine Unterstützung bei dem Thema sind Verbände wie economiesuisse oder der Gewerbeverband, die den Unternehmen mit Rat zur Seite stehen und auch regelmässig konsultiert werden.

Abbildung 5

In wie vielen Fällen hat Ihre Unternehmung ein Geschäft vor dem ESG Hintergrund nicht abgeschlossen oder durchgeführt?

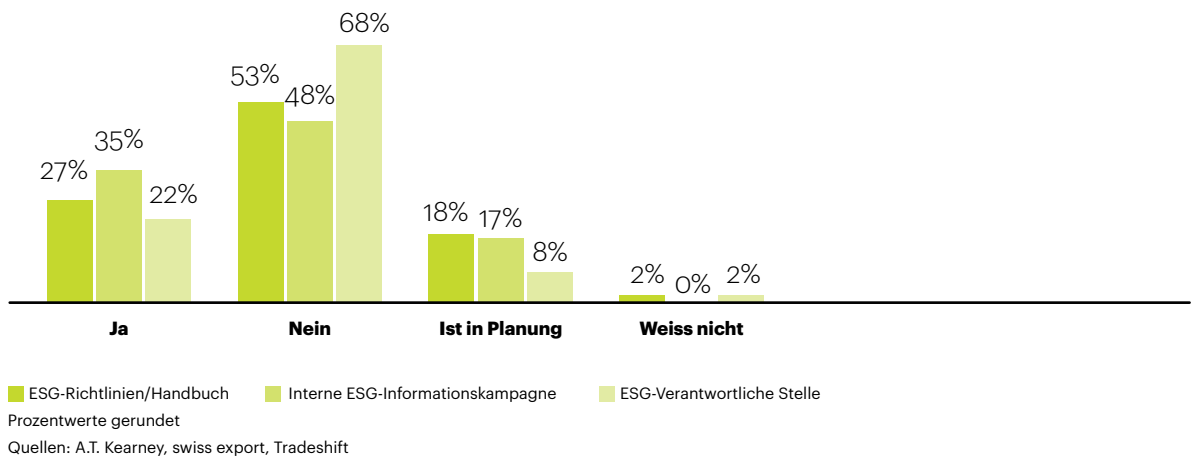


Prozentwerte gerundet

Quellen: A.T. Kearney, swiss export, Tradeshift

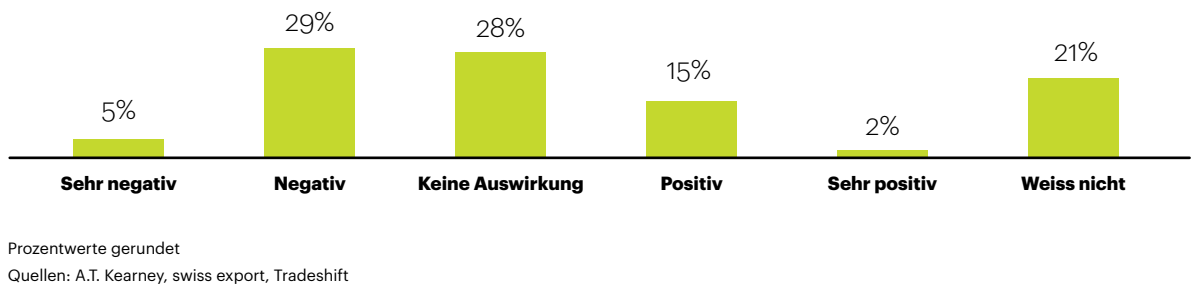
Grundsätzlich wird das Thema aber hauptsächlich als Möglichkeit betrachtet, das eigene Image zu verbessern – sagten zumindest 64 Prozent der Befragten. Insgesamt zeigen die Resultate klar, dass die Unternehmen der Ansicht sind, dem Thema genügend Beachtung zu schenken, dass aber gleichzeitig die Standards nicht zwingend dem entsprechen, was sich NGO oder ähnliche Organisationen wünschen würden.

Abbildung 6
Bestehende ESG relevante Hilfen für Mitarbeiter



Ein innenpolitischer Diskurs zu ESG, der die Schweizer Wirtschaft stark beschäftigt, ist die Konzernverantwortungsinitiative. Diese würde die Haftbarkeit von Konzernen mit Sitz in der Schweiz erweitern. Gefragt nach den Auswirkungen einer Umsetzung der Initiative auf die Schweizer KMU, antwortet ein bedeutender Teil (34 Prozent) mit negativen bis sehr negativen Folgen. Denn obwohl die KMU von der erweiterten Haftbarkeit ausgenommen werden, sind sie natürlich abhängig von der allgemeinen Wirtschaftsentwicklung sowie als Zulieferer grösserer Konzerne in deren Wertschöpfungskette integriert. Allerdings stehen dem auch 17 Prozent Befürworter gegenüber, die von positiven bis sehr positiven Auswirkungen ausgehen. Immerhin sind die betroffenen Konzerne für viele der Unternehmen auch Konkurrenten.

Abbildung 7
Die Umsetzung der Konzernverantwortungsinitiative würde sich auf die Schweizer KMU wie folgt auswirken:



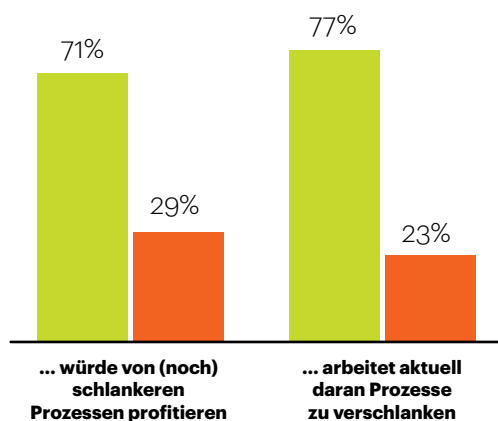
05 Fitnesskur für die KMU

Um auch künftig im internationalen Wettbewerb erfolgreich zu sein, stehen den KMU zwei wichtige Hebel zur Verfügung: Innovation und Effizienz. 71 Prozent der Schweizer KMU antworten in diesem Sinne, dass ihr Unternehmen von noch schlankeren Prozessen profitieren würde. Zudem gehen die KMU eine Steigerung ihrer Effizienz auf prozessualer Ebene bereits aktiv an, arbeiten doch 77 Prozent der Unternehmen aktuell an einer Verschlinkung der Prozesse. Hinsichtlich Innovation glaubt eine klare Mehrheit, dass sie überdurchschnittlich viel investiert (79 Prozent) und im Markt als sehr innovativ wahrgenommen wird (85 Prozent). Dass Innovation nicht eine einmalige Angelegenheit ist, sondern von wiederkehrenden Investitionen getrieben wird, ist den Befragten bewusst. Entsprechend denken 85 Prozent der Befragten, dass sie künftig die Innovationskraft weiter erhöhen müssen, um erfolgreich zu sein.

Verglichen mit der letztjährigen Studie scheint eine Verlagerung der Wertschöpfung ins Ausland für die KMU an Relevanz verloren zu haben. Nur bei 23 Prozent der befragten Unternehmen sind eine Verlagerung ins Ausland oder ähnliche Massnahmen geplant.

Abbildung 8
Bereich Organisation

Ihr Unternehmen...



■ Trifft vollkommen zu ■ Trifft nicht zu
Prozentwerte gerundet
Quellen: A.T. Kearney, swiss export, Tradeshift

2018 gaben dies noch über ein Drittel der befragten KMU an. Die Frankenkrise von 2015 scheint also überwunden. Die Schweiz ist als Produktionsstandort attraktiv und kann durch innovative und qualitativ hochwertige Produkte und Dienstleistungen überzeugen.

Abbildung 9
Bereich Innovation

Ihr Unternehmen...

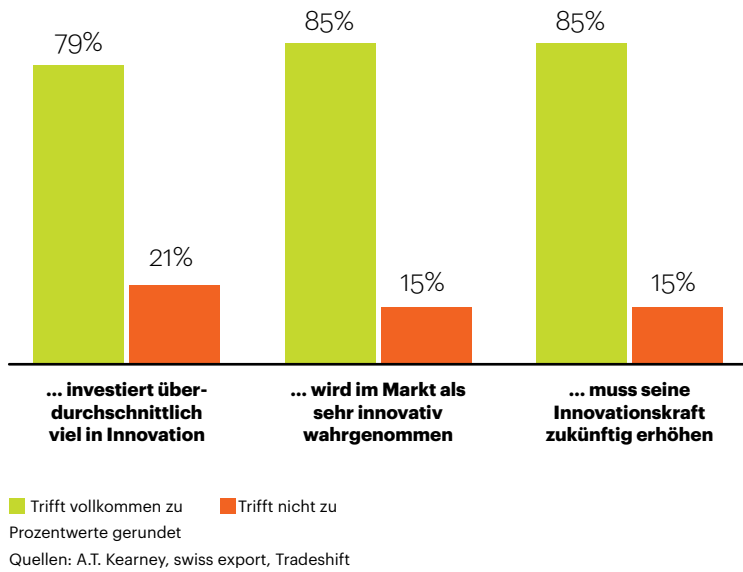
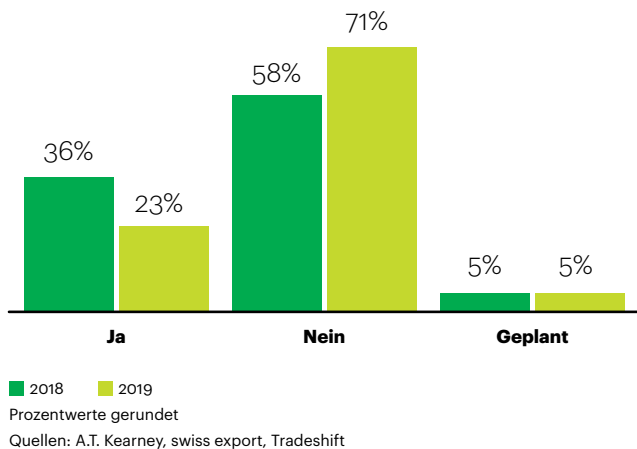


Abbildung 10
Wurden Verlagerungen ins Ausland durchgeführt oder sind solche Massnahmen geplant?

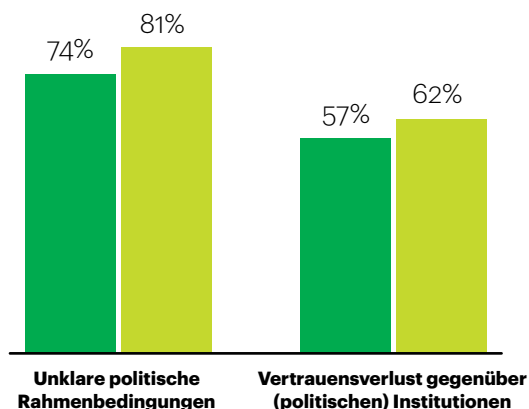


06 Die Politik ist gefragt

Die Politik hat eine zentrale Rolle bei der Schaffung von Voraussetzungen für wirtschaftlichen Erfolg. Folglich sind für die Schweizer KMU entsprechende Massnahmen und Entscheidungen wie auch Vertrauen in die staatlichen Institutionen besonders wichtig. Die Relevanz dieser Faktoren für die Unternehmensentwicklung ist im Vergleich zum Vorjahr gestiegen: bei «unklaren politische Rahmenbedingungen» von 74 Prozent auf 81 Prozent, bei «Vertrauensverlust gegenüber den Institutionen» von 57 Prozent auf 62 Prozent.

Abbildung 11

Welche Bedeutung haben die folgenden Faktoren in Bezug auf die wirtschaftliche Entwicklung Ihres Unternehmens?



■ 2018 ■ 2019

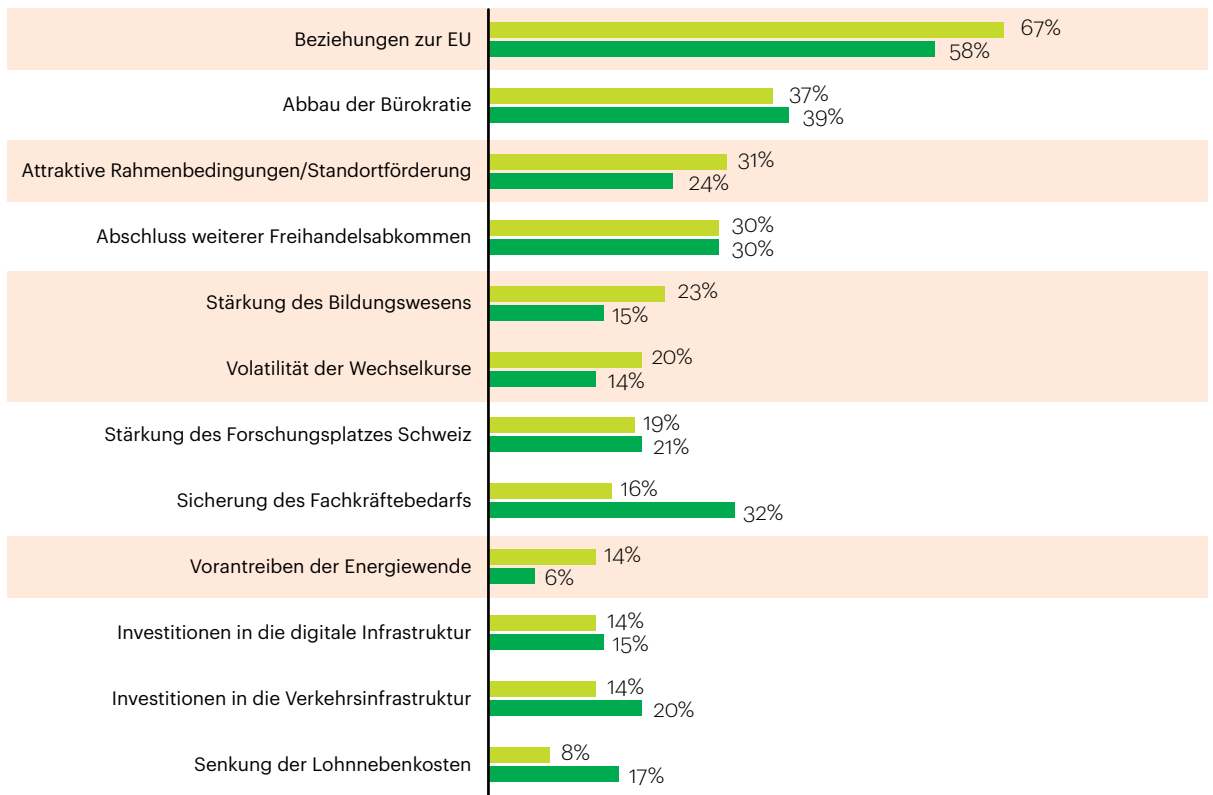
Prozentwerte gerundet

Quellen: A.T. Kearney, swiss export, Tradeshift

Insbesondere hinsichtlich der Beziehungen zur EU erhoffen sich die KMU von der Politik Klarheit, eine gute Lösung für den künftigen Marktzugang und gleich lange Spiesse gegenüber den europäischen Konkurrenten. Wie in der letztjährigen Studie ist dieses Thema in den Augen der Unternehmen das wichtigste, um das sich der Bundesrat kümmern soll. Die Relevanz hat sogar weiter zugenommen. So wurden von zwei Dritteln der Befragten die Beziehungen zur EU als eines der drei wichtigsten Themen genannt. An zweiter Stelle – auch dies identisch zur letztjährigen Studie – liegt der Abbau von Bürokratie. Kosten sind weiterhin ein grosses Thema und die Unternehmen erhoffen sich zusätzlich zur eigenen Fitnesskur auch eine Verbesserung durch den Abbau von Bürokratie. An dritter Stelle steht das Thema attraktive Rahmenbedingungen, welches von 24 Prozent der Befragten im Vorjahr als eines der Top-3-Themen betrachtet wurde und nun von fast einem Drittel (31 Prozent) als solches angesehen wird. Weiter in den Vordergrund gerückt ist das Thema Volatilität der Wechselkurse, das von 20 Prozent der Befragten als Top-3-Thema gesehen wird (14 Prozent im letzten Jahr), durch eine Aufwertung des Schweizer Frankens untermauert wird und zuletzt auch wieder Schlagzeilen machte.

Abbildung 12

Welche sind die drei wichtigsten Themen, denen sich der Bundesrat widmen sollte?



■ 2019 ■ Anstieg verglichen zum Vorjahr
 ■ 2018

Prozentwerte gerundet

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

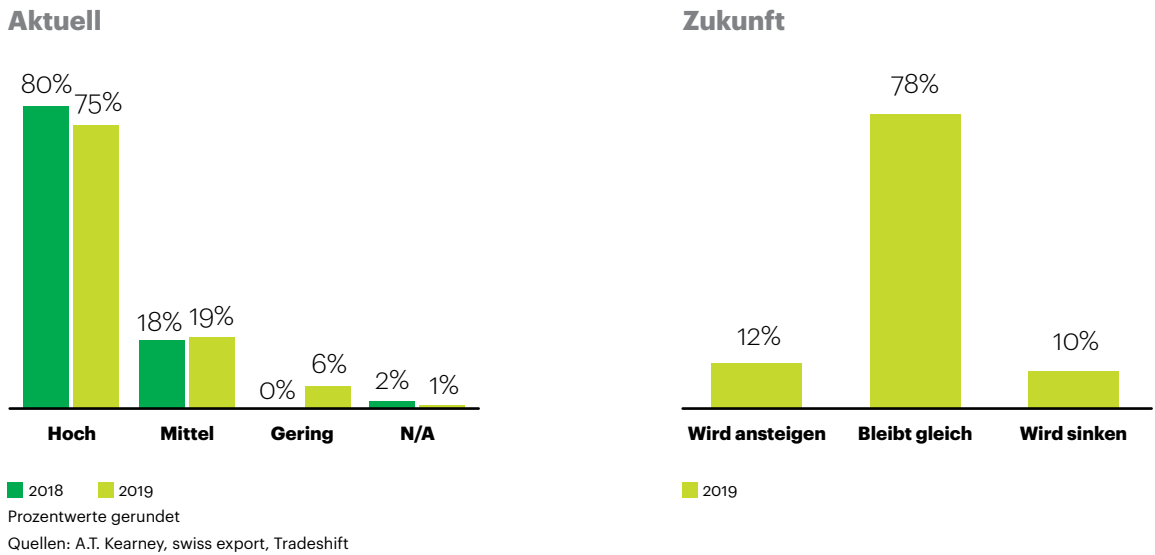
Nicht überraschend und konsistent mit den jüngsten Wahlergebnissen auf kantonaler Ebene sind auch grüne Themen bei den Befragten deutlich stärker im Fokus. 14 Prozent der Unternehmen sehen das Vorantreiben der Energiewende als wichtige Herausforderung an, verglichen mit nur sechs Prozent in der letztjährigen Studie.

Dem Standort Schweiz wird ähnlich wie im letzten Jahr noch immer eine hohe Bedeutung beigemessen. Für 75 Prozent der Unternehmen ist er sehr bedeutend (2018: 80 Prozent) und für die Zukunft gehen nur zehn Prozent der Befragten davon aus, dass seine Bedeutung sinken wird. Diese Einschätzung deckt sich auch mit dem Rückgang an Produktionsverlagerungen ins Ausland (siehe Kapitel 5).

Auch das Label «Swiss Made» ist für die Unternehmen wertvoll, wenn auch weniger wichtig als der Standort Schweiz. So gaben 48 Prozent der Befragten an, dass «Swiss Made» eine hohe Relevanz für den Absatz der Produkte habe. Zudem gehen 22 Prozent der Befragten davon aus, dass seine Bedeutung in Zukunft weiter steigen wird, verglichen mit nur fünf Prozent, die mit einem sinkenden Einfluss rechnen. Interessant ist dabei, dass das Label «Swiss Made» momentan zwar als weniger wichtig wahrgenommen wird als der Standort Schweiz, künftig aber wohl stärker an Bedeutung gewinnen wird.

Abbildung 13

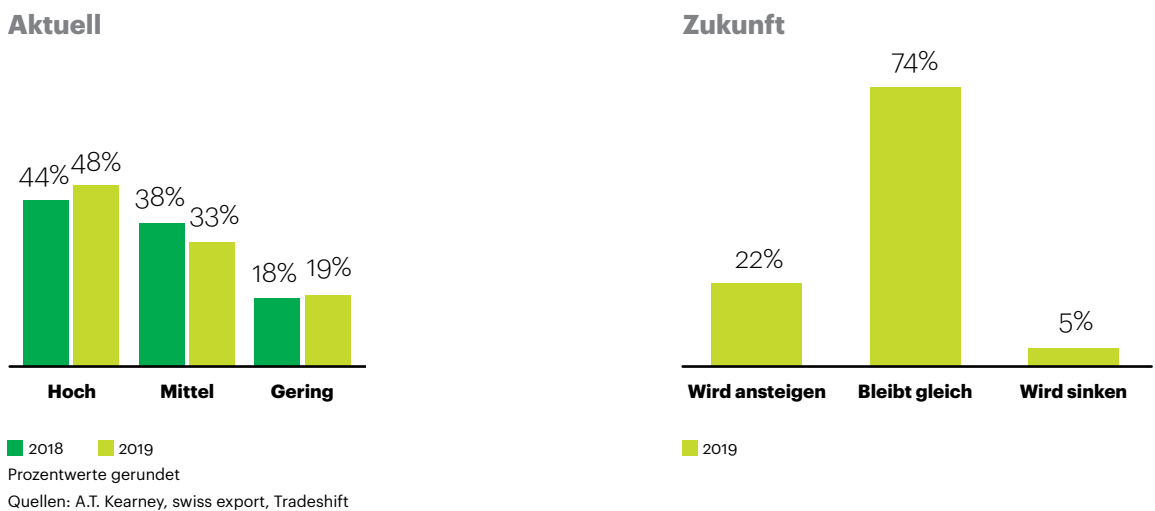
Welche Bedeutung hat für Ihr Unternehmen der Standort Schweiz?



Das überrascht, denn immerhin gelten Schweizer Produkte im Ausland oft als teuer. Es passt aber zum selbstbewussten Bild der Schweizer KMU als erfolgreiche, verantwortungsvolle und innovative Unternehmen, die stolz die Herkunft ihrer Produkte und Dienstleistungen betonen, sowohl im In- als auch im Ausland. In Anbetracht der Wolken am konjunkturellen Horizont wird sich zeigen, wie erfolgreich sie damit in Zukunft sein werden.

Abbildung 14

Welche Bedeutung hat das Label Swiss Made für den Absatz der Produkte?



07 Wir dahinter

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 langfristig Vorteile zu erzielen. Im Mittelpunkt stehen dabei die Themen Wachstum und Digitalisierung, Innovation und Nachhaltigkeit sowie die Optimierung von komplexen Produktions- und Lieferketten.

The logo for AT Kearney, featuring the letters 'AT' in a smaller font followed by 'Kearney' in a larger, bold, red serif font.

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 50 Beratern am Standort Zürich präsent und arbeitet mit zahlreichen Schweizer Kunden aller Industrien.

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.

www.swiss-export.com

Tradeshift treibt Supply-Chain-Innovation für die digital vernetzte Wirtschaft voran. Als das führende Unternehmen für Supply-Chain-Zahlungen und -Marktplätze hilft das Unternehmen Käufern und Lieferanten, alle ihre Handelstransaktionen zu digitalisieren, bei jedem Vorgang zu kooperieren und sich mit jeder beliebigen Supply-ChainApp zu verbinden. Mehr als 1,5 Millionen Unternehmen in 190 Ländern vertrauen auf Tradeshift, um mehr als eine halbe Billion US-Dollar an Transaktionswert zu verarbeiten, was es zum grössten globalen Geschäftsnetzwerk für Kauf und Verkauf macht.

The logo for TRADESHIFF, featuring the word 'TRADESHIFF' in a bold, blue, sans-serif font with a registered trademark symbol.

www.tradeshift.com

08 Die Umfrage

Im Frühjahr 2019 haben A.T. Kearney und swiss export zum zweiten Mal eine Befragung des Schweizer Mittelstands durchgeführt. Hinzugekommen als Partner in 2019 ist Tradeshift.

Grundgesamtheit und Stichprobe

Die Grundgesamtheit der Befragung bilden die kleinen und mittleren Unternehmen in der Schweiz, die im Export aktiv sind. An der Online-Erhebung beteiligten sich 111 Unternehmen, etwas über die Hälfte davon ist im verarbeitenden Gewerbe und in der Herstellung von Waren tätig, weitere 17 Prozent im Bereich Handel und Reparatur, drei Prozent im Baugewerbe, drei Prozent in der Land- und Forstwirtschaft, Fischerei und im übrigen Sekundärsektor (Industrie). 26 Prozent stammen aus dem übrigen Tertiärsektor (Dienstleistungen). 73 Prozent der teilnehmenden Unternehmen beschäftigen weniger als 100 Mitarbeiter, 24 Prozent zwischen 100 und 1'000 Mitarbeiter und zwei Prozent mehr als 1'000 Mitarbeiter. 73 Prozent der Unternehmen sind vollständig im Familienbesitz.

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

