



 **ERNST & YOUNG**
Quality In Everything We Do

Schweizer Mittelstandsbarometer 2008

Wirtschaftliche Aussichten und politische Prioritäten mittelständischer Schweizer Unternehmen

Daten, Fakten und Interpretationen einer im Dezember 2007 erhobenen Umfrage

Zum Autor der Studie

Prof. Dr. Ralf Wagner ist Inhaber des SVI-Stiftungslehrstuhls für Internationales Direktmarketing am DMCC – Dialog Marketing Competence Center der Universität Kassel. Der Schwerpunkt seiner Forschungstätigkeit liegt in der Analyse und Modellierung des Interaktionsverhaltens der Marktteilnehmer. Eine zweite Säule seiner Lehr- und Forschungstätigkeit bilden internationale Vergleichsuntersuchungen.

Die *Valid Research Marktforschung GmbH* ist ein national und international tätiges Marktforschungsinstitut. Gegründet wurde die Firma 1986 und 1991 in die GmbH umgewandelt. Inhaber / Allein-Gesellschafter ist Harald Blacha.

Schwerpunkt der Tätigkeit sind Befragungsaktivitäten für etliche Handelskonzerne und -unternehmen (rund 1 Mio. Interviews in 2004), die Automobilindustrie und verschiedenste Beratungsunternehmen und Verbände.

Inhalt

Editorial	4
1. Ausgangslage	5
2. Design der Studie	5
3. Wirtschaftliche Lage der Unternehmen und Projektion für 2008	6
3.1. Beurteilung der Geschäftslage	6
3.2. Erwartete Geschäftsentwicklung in den nächsten sechs Monaten	7
3.3. Erwartete wirtschaftliche Entwicklung in der Schweiz	8
3.4. Geplante Investitionen	9
3.5. Geplanter Personalbestand	10
4. Themen, die die mittelständischen Unternehmen in der Schweiz bewegen	12
4.1. Bewertung der Schweizer Politik	12
4.2. Bewertung der regionalen Rahmenbedingungen	13
4.3. Massnahmen zur Stärkung der mittelständischen Unternehmen	14
4.4. Relevanz weiterer aktueller Themen	15
4.5. Verlagerung von Unternehmensaktivitäten ins Ausland	16
5. Ausblick	18



Markus Schweizer
Partner
National Entrepreneur Markets Leader

Editorial

Nach einer langen Phase vertrauensvollen Aufschwungs herrscht plötzlich wieder eine Verunsicherung, welche sich schnell über den Globus ausgebreitet hat. Wer genauer hinsieht, merkt aber, dass längst nicht alle Unternehmen betroffen sind. Insbesondere mittelständische Unternehmen scheinen weiter ihren eigenständigen Kurs zu steuern.

Mittelständische Unternehmen verdienen somit ganz besonderes Interesse, wahrscheinlich wesentlich mehr, als ihnen üblicherweise zukommt. Sie sind es doch, die mit ihren Investitionen nachhaltig die Entwicklung der Schweizer Wirtschaft mitgestalten. Im europäischen Vergleich liegen die geplanten Investitionen der Schweizer mittelständischen Unternehmen sogar deutlich über dem Durchschnitt. Sie schaffen Arbeitsplätze und Wertschöpfung, zeigen sich investitionsfreudig und bringen damit für die Volkswirtschaft nachhaltiges Wachstum, was gerade ihr Beitrag zum Aufschwung der letzten Jahre belegt. So erstaunt es auch nicht, dass in der Schweiz mehr als die Hälfte aller Beschäftigten bei einem mittelständischen Unternehmen arbeitet. Dieser Trend setzt sich auch in diesem Jahr fort, denn viele der befragten Unternehmen wollen ihren Personalbestand weiter ausbauen. Die mittelständischen Unternehmen haben in grossem Masse zum Aufschwung in der Schweiz beigetragen. Deshalb ist es von grösster Wichtigkeit, neben der Hauptsorge der Lohnkosten, relevante Themen wie Regulierungs- und Bürokratieabbau zu kennen, um adäquat handeln zu können.

Ich freue mich, Ihnen die Studie «Schweizer Mittelstandsbarometer 2008» präsentieren zu dürfen. Sie basiert auf einer Erhebung, welche parallel in Deutschland, Österreich und der Schweiz durchgeführt wurde. Für die Schweiz wurden 500 mittelständische Unternehmen in sieben Regionen zur wirtschaftlichen Lage und Entwicklung befragt, mit dem Ziel, wirtschaftliche Aussichten und politische Prioritäten zu ermitteln.

Mittelständische Unternehmen sind ein wichtiger Bestandteil der Schweizer Wirtschaft und verdienen deshalb unsere Aufmerksamkeit.

In diesem Sinne wünsche ich Ihnen eine aufschlussreiche Lektüre.

Markus Schweizer
National Entrepreneur Markets Leader

1. Ausgangslage

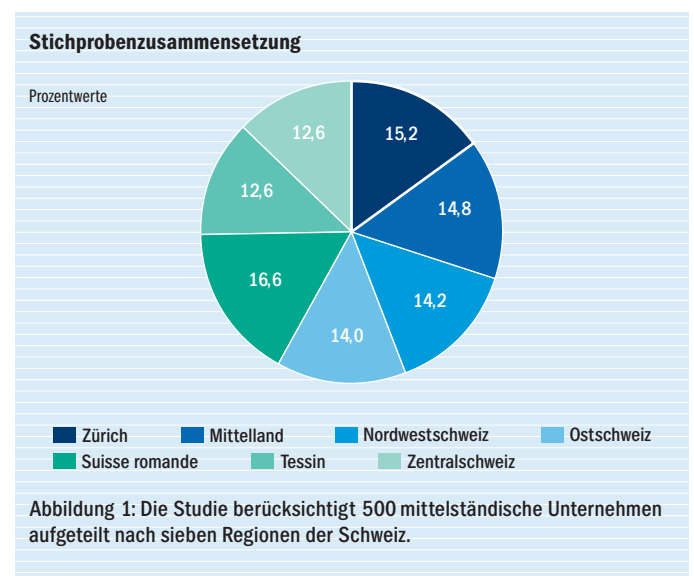
Die Schweiz ist eine der innovativsten und wettbewerbsfähigsten Nationen in Europa. Im World Competitiveness Scoreboard 2007 des IMD (International Institute of Management Development) nimmt die Schweiz den sechsten Rang der bewerteten Länder ein – im Bereich Wachstum der Wettbewerbsfähigkeit sogar den ersten Rang. 2007 bewertete die Economist Intelligence Unit das gesamtwirtschaftliche Umfeld der Schweiz als das beste überhaupt. Doch die Globalisierung und das gegenwärtige politische Umfeld stellen auch die Schweizer Unternehmen vor erhebliche Herausforderungen. Die vorliegende Studie zeigt, dass der gegenwärtige Aufschwung zu einem erheblichen Teil auf die Leistungen der mittelständischen Unternehmen zurückzuführen ist. Dies ist die Schlussfolgerung der Studie «Schweizer Mittelstandsbarometer 2008».

2. Design der Studie

Valid Research, ein unabhängiges Marktforschungsinstitut, hat im Dezember 2007 im Auftrag von Ernst & Young 500 mittelständische Unternehmen aus der ganzen Schweiz zur wirtschaftlichen Lage, zu ihrer Planung 2008 und zu für sie relevanten Themen befragt. Die Grundgesamtheit der Erhebung bilden sowohl börsennotierte Unternehmen als auch nicht börsennotierte Unternehmen, welche 100 bis 1000 Mitarbeitende beschäftigen. Fanden sich nicht genügend Antwortende in den Zielgruppen, wurde der untere Grenzwert auf 50 Mitarbeiter gesenkt. Die Stichprobe umfasst hinsichtlich der Leistungsausrichtung der Unternehmen Dienstleistung, Handel, Bau, Industrie und verarbeitendes Gewerbe.

Die Befragung wurde nach sieben definierten Regionen vorgenommen (vgl. Abbildung 1).

Die Stichprobe umfasste mittelständische Unternehmen aus allen Kantonen. Die Hälfte der befragten Unternehmen hat einen Jahresumsatz von weniger als CHF 50 Mio.; jedes fünfte Unternehmen verfügt über einen Umsatz von mehr als CHF 100 Mio.



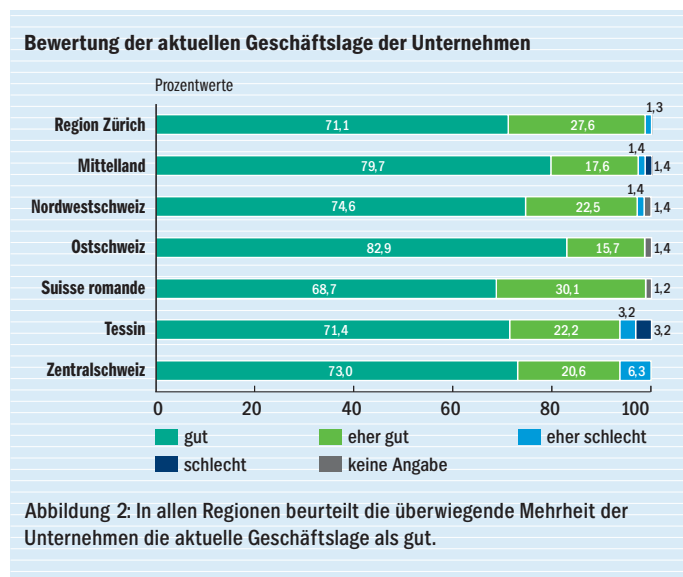
Befragt wurden Unternehmen folgender Branchen: 14% Bau und Energieversorgung, 26% Handel, 40% nichthandelsbezogene Dienstleistungen und 20% Industrie und verarbeitendes Gewerbe mit Ausnahme der Baubranche. Die Interviews wurden mittels CATI-Verfahren (Computer-Assisted Telephone Interviewing) adaptiv durchgeführt. Um Anordnungseffekte bei der Befragung zu vermeiden, wurden die Fragen in unterschiedlicher Reihenfolge gestellt.

3. Wirtschaftliche Lage der mittelständischen Unternehmen und Projektion für 2008

3.1. Beurteilung der Geschäftslage

Drei Viertel der befragten Unternehmen bewerten die aktuelle Geschäftslage als «gut», mehr als ein Fünftel (23 %) als «eher gut». Sogar in den schwächsten Branchen Bau und Energie bewerten mehr als zwei Drittel (71 %) der Unternehmen die aktuelle Geschäftslage als «gut». Umsatzstärkere Unternehmen bewerten die aktuelle Geschäftslage tendenziell besser als umsatzschwächere: So beurteilen nur zwei von drei Unternehmen (69 %) mit einem Umsatz von weniger als CHF 50 Mio. ihre Geschäftslage als «gut» – gegenüber fast vier von fünf Unternehmen (78 %) mit mehr als CHF 100 Mio. Umsatz. Dies lässt sich so erklären, dass es umsatzstärkeren Unternehmen leichter gefallen ist, ihre Strategie an die aktuellen wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen anzupassen. Markant unterschiedlich wird die Geschäftslage in den verschiedenen Regionen beurteilt (vgl. Abbildung 2).

Besonders positiv bewerten die Unternehmen aus der Ostschweiz ihre aktuelle Geschäftslage: Gut vier Fünftel der Unternehmen (83 %) beurteilen die aktuelle Lage als «gut», und keines der befragten Unternehmen bewertet die aktuelle Lage als «eher schlecht» oder «schlecht». Aber auch im Mittelland schätzen fast vier von fünf der befragten Unternehmen die aktuelle Lage als «gut» ein. In der Suisse romande und in der Region Zürich sind die Einschätzungen etwas verhaltener.



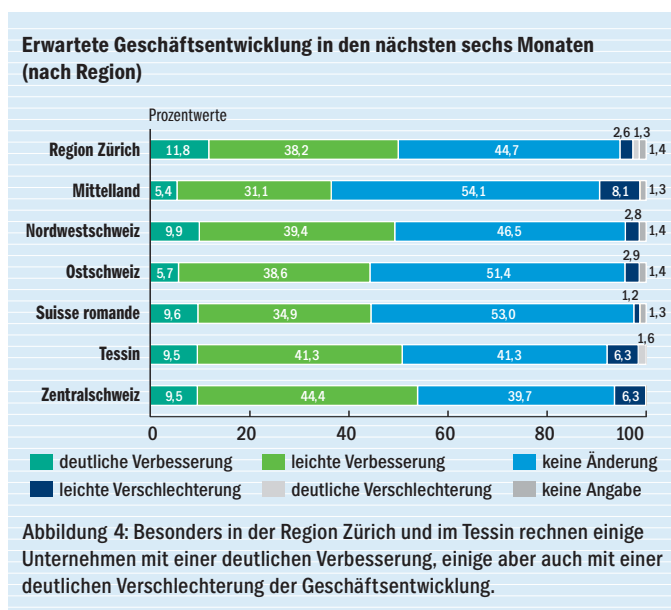
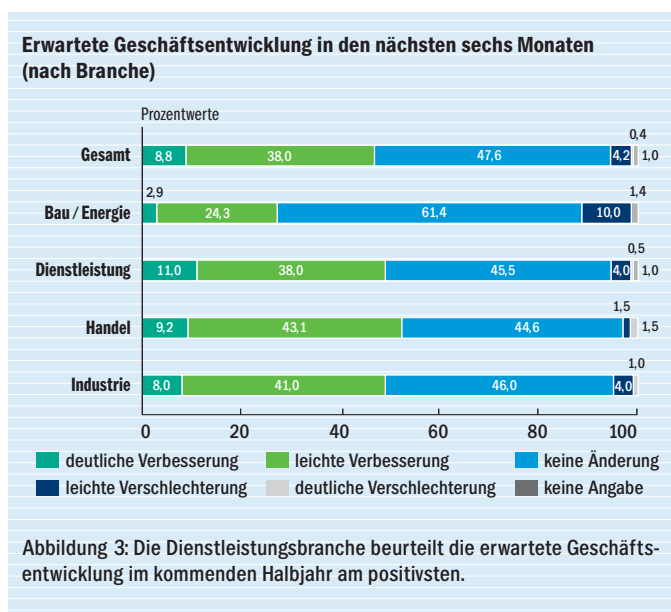
Zusammenfassend zeigt sich eine sehr erfreuliche Situation der mittelständischen Unternehmen. Durch konsequentes unternehmerisches Handeln kombiniert mit kurzen Entscheidungswegen konnten sie ihre Stärken systematisch ausbauen. Die regionalen Unterschiede weisen jedoch auf unterschiedliche Ausgangslagen hin. Die gegenwärtig gute Situation kann aber nur weiter verbessert werden, wenn nicht nur die Unternehmen, sondern auch die politischen Entscheidungsträger ihren Beitrag leisten.

3.2. Erwartete Geschäftsentwicklung in den nächsten sechs Monaten

Die meisten mittelständischen Unternehmen erwarten in den nächsten sechs Monaten eine verbesserte Geschäftsentwicklung: Fast jedes zehnte Unternehmen (9%) erwartet sogar eine «deutliche Verbesserung». Die Branche mit der positivsten Beurteilung (11%) ist die Dienstleistung (ohne Handelsunternehmen) (vgl. Abbildung 3).

Die Bedeutung der Dienstleistungsbranche für die Schweizer Wirtschaft wird weiter zunehmen. Von den Unternehmen der Branchen Bau und Energie erwartet dagegen nur eine verschwindende Minderheit (3%) eine «deutliche Verbesserung» für das kommende Halbjahr – jedes zehnte Unternehmen (10%) rechnet sogar mit einer «leichten Verschlechterung». Wie die Unternehmen ihre Geschäftsentwicklung einschätzen, hängt kaum von ihrem Umsatz ab – sondern vielmehr von der Region (vgl. Abbildung 4).

Am heterogensten fällt die Beurteilung der Geschäftsentwicklung durch die Unternehmen in der Region Zürich und im Tessin aus: So erwarten überproportional viele Unternehmen eine «deutliche Verbesserung» oder eine «deutliche Verschlechterung». Keine «deutliche Verschlechterung» erwarten die Unternehmen der anderen Regionen. Die meisten Unternehmen erwarten entweder «keine Veränderung» oder eine «leichte Verbesserung». Somit schätzen mittelständische Unternehmen ihre zukünftige Geschäftsentwicklung in der Schweizer Wirtschaft als generell stabil ein.



3.3. Erwartete wirtschaftliche Entwicklung in der Schweiz

Verhaltener als die Unternehmensentwicklung beurteilen die befragten Unternehmen die allgemeine wirtschaftliche Entwicklung in der Schweiz. Zurückführen lässt sich diese schlechtere Beurteilung unter anderem auf den Einfluss von weltwirtschaftlichen Strömungen auf die Schweizer Grossunternehmen – wie die Hypothekenkrise in den USA oder die Energiepreisentwicklung. Das Bruttoinlandprodukt ist zudem 2007, dem vierten Jahr in Folge, gestiegen – das Wachstum lag aber mit gut 2% etwas unter demjenigen von anderen europäischen Ländern. Ausserdem wird auch in der Schweiz vermehrt über eine mögliche Abschwächung des Wachstums diskutiert.

Entsprechend erwartet eine Minderheit der Unternehmen (2%) eine «deutliche Verbesserung» der wirtschaftlichen Situation in der Schweiz; immerhin ein knappes Drittel (30%) rechnet mit einer «leichten Verbesserung». Gut die Hälfte der Unternehmen erwartet «keine Veränderung», und gut jedes zehnte (14%) rechnet mit einer «leichten Verschlechterung». Die Einschätzungen variieren jedoch nach Branche (vgl. Abbildung 5).

Am pessimistischsten beurteilen die Unternehmen der Branchen Bau und Energie die allgemeine Wirtschaftslage: Fast ein Viertel dieser Unternehmen erwartet eine leichte Verschlechterung. Auch Industrieunternehmen, die wegen eines geänderten Auftragseingangs bei Ausrüstungsinvestitionen aktuelle Entwicklungen frühzeitig einschätzen können, erwarten überdurchschnittlich selten eine deutliche oder eine leichte Verbesserung. Handelsunternehmen, die von der Verbraucherstimmung – quasi der «gefühlten Wirtschaftsentwicklung» – besonders betroffen sind, schätzen die wirtschaftliche Entwicklung hingegen positiver ein. Die Einschätzung der Wirtschaftslage durch diese Unternehmen variiert jedoch auch regional (vgl. Abbildung 6).

Einschätzung der allgemeinen Wirtschaftslage der Schweiz 2008 (nach Branche)

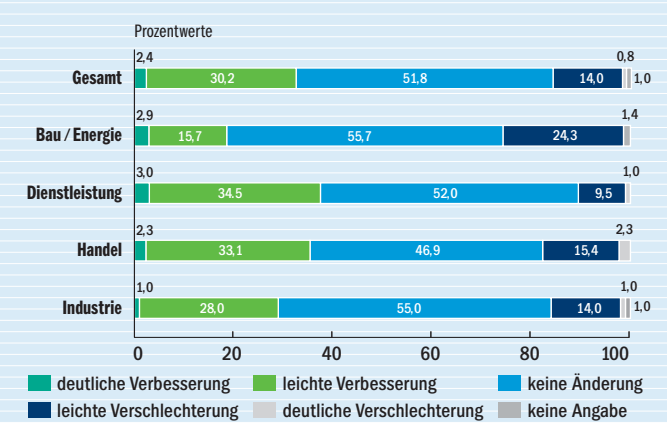


Abbildung 5: Unternehmen der Branchen Bau und Energie beurteilen die allgemeine Wirtschaftslage in der Schweiz am negativsten.

Einschätzung der allgemeinen Wirtschaftslage der Schweiz 2008 (nach Region)

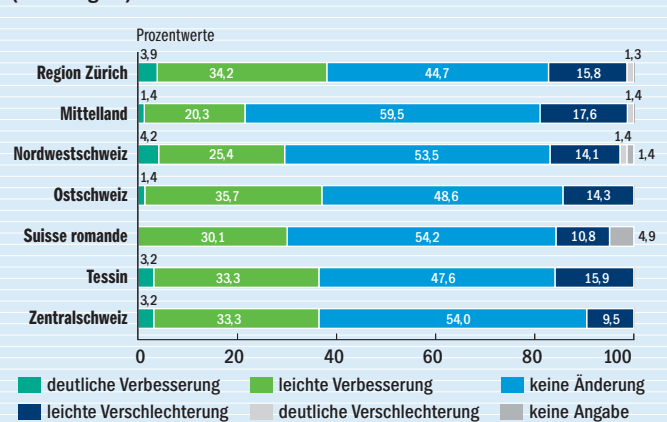


Abbildung 6: Unternehmen, die mit einer Veränderung der allgemeinen Wirtschaftslage in der Schweiz rechnen, sehen diese in allen Regionen mehrheitlich positiv.

Interessant erscheinen die Einschätzungen durch den Handel, da dieser von den Stimmungen der Verbraucher, also auch von der «gefühlten Wirtschaftsentwicklung» besonders betroffen ist. Auch hier sind die Erwartungen vornehmlich positiv.

Jedoch zeigt sich wiederum eine (in Abbildung 6 dargestellte) regionale Differenzierung der Einschätzungen: Im Gegensatz zur verhaltenen Einschätzung der Unternehmen des Mittellandes beurteilen Unternehmen der Zentralschweiz die allgemeine wirtschaftliche Entwicklung besonders positiv. Im Tessin ist die Einschätzung sehr heterogen; weniger als die Hälfte der befragten Unternehmen erwartet hier «keine Änderung». Allerdings erwartet die deutliche Mehrheit aller befragten Unternehmen, die von einer Veränderung ausgehen, dass sich die wirtschaftliche Situation weiter positiv entwickelt – im Gegensatz zur kritischen öffentlichen Diskussion.

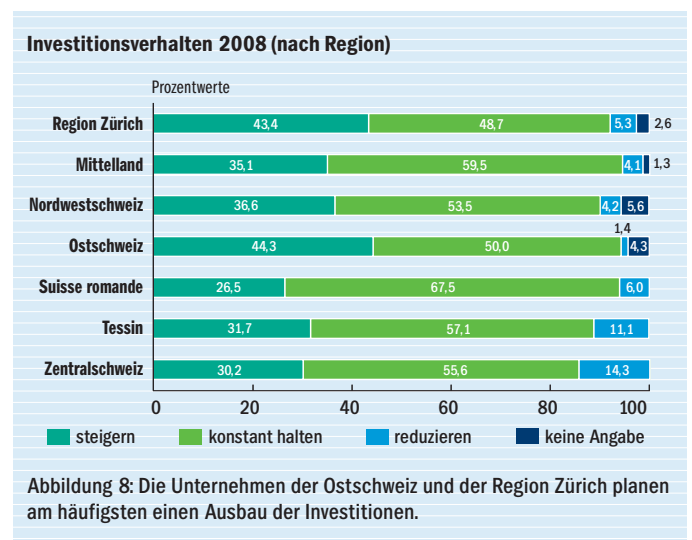
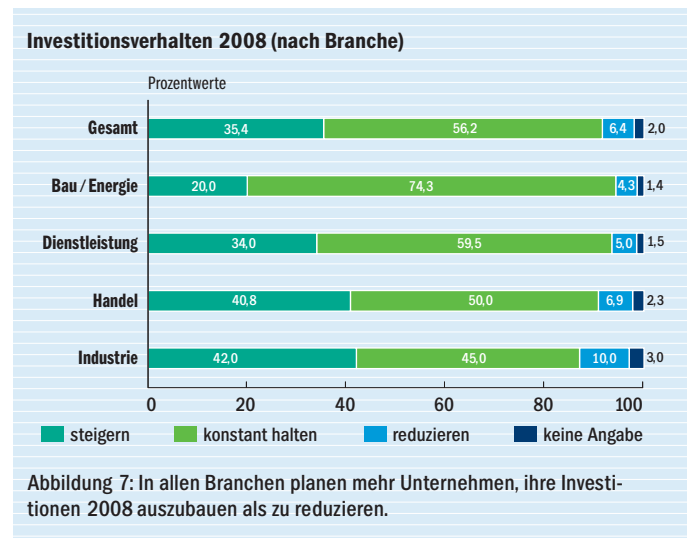
3.4. Geplante Investitionen 2008: Beibehalten des hohen Niveaus und weiteres Wachstum

Entsprechend der positiven Einschätzung ihrer Geschäftsentwicklung wollen die befragten Unternehmen ihr Investitionsverhalten beibehalten oder sogar ausbauen. Insbesondere Unternehmen der Branchen Handel und Industrie planen zusätzliche Investitionen (vgl. Abbildung 7).

Nur eine Minderheit der befragten Unternehmen (6%) plant, ihre Investitionen zu reduzieren. Die mittelständischen Unternehmen werden somit auch 2008 erheblich zur Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit der Schweizer Wirtschaft beitragen. Allerdings werden die einzelnen Regionen unterschiedlich davon profitieren (vgl. Abbildung 8).

In allen Regionen plant mindestens jedes vierte Unternehmen, seine Investitionen zu steigern. Am meisten werden die Ostschweiz und die Region Zürich von diesem Investitionsverhalten profitieren.

Das geplante Investitionsverhalten hängt auch vom Umsatz der Unternehmen ab: Von den Unternehmen mit einem Umsatz von



unter CHF 50 Mio. plant ein knappes Drittel (32%) eine Steigerung der Gesamtinvestitionen. Bei den Unternehmen mit einem Umsatz zwischen CHF 50 Mio. und 100 Mio. ist dieser Anteil leicht höher (38%), und bei Unternehmen mit einem Umsatz von mehr als CHF 100 Mio. beträgt er genau die Hälfte (50%). Dieses Investitionsverhalten weist auf ein so genanntes «Double Jeopardy»-Muster hin – analog dem Kaufverhalten der Konsumenten in zahlreichen Warengruppen: Die ohnehin umsatzstärkeren Unternehmen werden ihre Bedeutung mit gesteigerten Investitionen weiter steigern, während die umsatzschwächeren Unternehmen an Bedeutung verlieren werden.

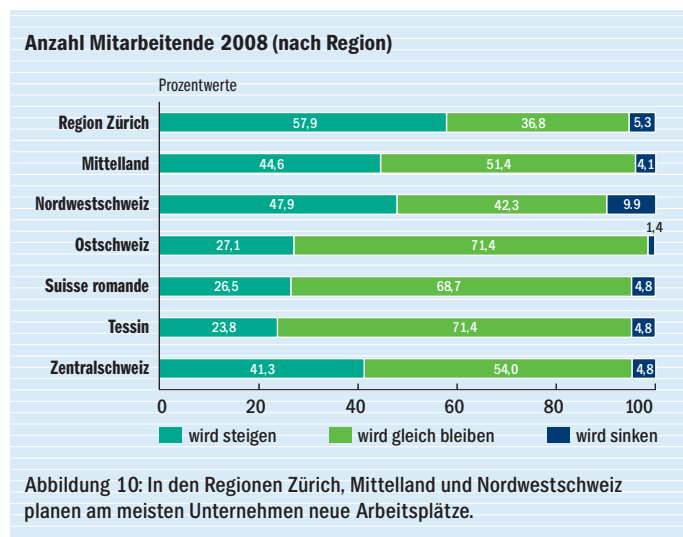
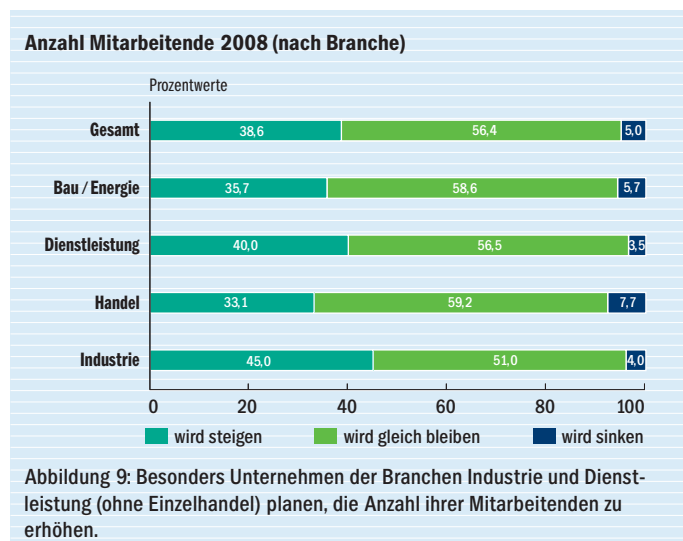
3.5. Geplanter Personalbestand

Mehr als die Hälfte der befragten Unternehmen (56%) plant, ihren Personalbestand beizubehalten. Fast zwei von fünf Unternehmen (39%) wollen sogar neue Arbeitsplätze schaffen. Nur eine Minderheit der Unternehmen (5%) will den Personalbestand reduzieren. Der Ausbau der Arbeitsplätze geht jedoch nicht nur mit der Investitionstätigkeit einher; er ist auch branchenabhängig (vgl. Abbildung 9).

Obwohl die Handelsunternehmen für 2008 überdurchschnittliche Investitionen planen, wollen sie die Zahl der Arbeitsplätze unterdurchschnittlich ausbauen. Analog zu den geplanten Investitionen (vgl. weitere Erläuterungen zur Abbildung 8) planen kleinere Unternehmen auch vergleichsweise wenig neue Arbeitsplätze: Nur jedes dritte Unternehmen (34%) mit einem Umsatz von weniger als CHF 50 Mio. will 2008 weitere Mitarbeitende einstellen. Bei den Unternehmen mit einem Umsatz zwischen CHF 50 Mio. und 100 Mio. beträgt dieser Anteil 43% und bei den Unternehmen mit einem noch grösseren Jahresumsatz sogar 47%. Auch dieses Ergebnis bestätigt das «Double Jeopardy»-Muster (vgl. 3.4.) der aktuellen Entwicklung der Unternehmen.

Der Ausbau des Personals ist auch von besonderem politischem Interesse: Nicht nur international gesehen, sondern auch innerhalb der Schweiz konkurrieren Regionen, Kantone und Gemeinden um Arbeitsplätze – und damit auch um Einkommen und Ausbildungsmöglichkeiten. Tatsächlich variiert der geplante Personalbestand auch regional (vgl. Abbildung 10).

Die Unternehmen planen in allen Regionen tendenziell einen Ausbau des Personalbestandes. Am meisten neue Arbeitsplätze sollen in den Regionen Zürich, Mittelland und Nordwestschweiz geschaffen werden, am wenigsten im Tessin, in der Suisse romande und in der Ostschweiz. Die Nordschweiz nimmt eine Sonderstellung ein: Zwar plant hier fast die Hälfte der Unternehmen (48%) einen Personalausbau, gleichzeitig beabsichtigen



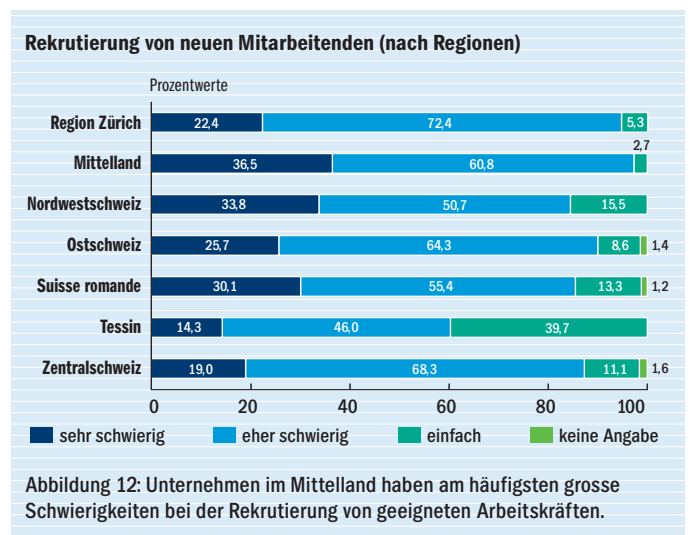
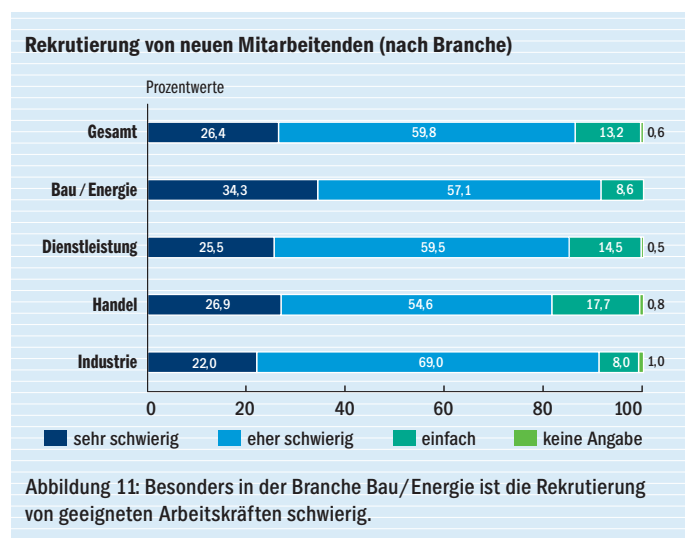
vergleichsweise viele Unternehmen (10%) eine Stellenreduktion. Diese Tendenzen lassen darauf schliessen, dass die Unternehmen die wirtschaftliche Zukunft der Schweiz aktiv mitgestalten.

Mehr als jedes vierte Unternehmen (26%) gibt an, dass es ihm schwerfällt, qualifizierte Arbeitnehmende zu gewinnen. Diese Schwierigkeiten sind jedoch stark branchenabhängig (vgl. Abbildung 11).

Am einfachsten finden Handelsunternehmen geeignete Arbeitskräfte: Immerhin jedes fünfte (18%) dieser Unternehmen schätzt die Situation positiv ein. Dies deutet darauf hin, dass nicht tiefe Löhne, die besonders im Handel verbreitet sind, sondern die fehlenden Qualifikationen Neuanstellungen erschweren. Gerade in den Branchen Bau und Energie, die einen relativ geringen Personalanstieg planen, fällt es jedem dritten Unternehmen (34%) schwer, geeignete Arbeitskräfte zu finden. Die Schwierigkeiten bei der Rekrutierung variieren jedoch auch regional (vgl. Abbildung 12).

Mehr als jedes dritte Unternehmen im Mittelland (37%) beurteilt es als sehr schwierig, neue Mitarbeitende zu rekrutieren. In der Nordwestschweiz und auch in der Suisse romande beträgt dieser Anteil zwar auch rund ein Drittel (34% respektive 30%), doch sind hier auch die Anteile der Unternehmen (16% respektive 13%), die die Rekrutierung als einfach beurteilen, substantiell. Besonders einfach ist die Rekrutierung im Tessin. Allerdings plant hier die Mehrheit der Unternehmen für 2008 keinen Personalanbau (vgl. Abbildung 10).

Dieses Resultat rechtfertigt sämtliche Massnahmen, mit denen Arbeitsplätze in der Schweiz erhalten und die Mobilität gesteigert werden sollen. Zugleich ist es ein Hinweis darauf, dass Anstrengungen zur Qualifizierung der Arbeitnehmenden forciert werden müssen. Es bleibt festzuhalten, dass die Schweizer mittelständischen Unternehmen auch weiterhin einen erheblichen Teil der Arbeitsplätze bereitstellen, die Rekrutierung von qualifizierten Arbeitskräften jedoch zunehmend Schwierigkeiten bereitet.



4. Themen, die die mittelständischen Unternehmen in der Schweiz bewegen

4.1. Bewertung der Schweizer Politik

In der Schweiz wird den Politikerinnen und Politikern traditionell mit kritischer Distanz begegnet. Die Möglichkeiten der aktiven Mitgestaltung beschränkt sich jedoch auf natürliche Personen, so dass die mittelständischen Unternehmen nur mit Verbandsarbeit und dem persönlichen Engagement Einzelner auf notwendige Veränderungen hinwirken können.

Dennoch bewerten zwei von fünf Unternehmen (40%) – auf einer Skala von «gut» bis «mangelhaft» – die landesweite Politik als «gut». Gleich viele Unternehmen bewerten sie als «befriedigend». Lediglich eine Minderheit beurteilt sie als «ausreichend» (13%) oder gar «mangelhaft» (6%). Somit anerkennen mittelständische Unternehmen durchaus das Bestreben der Politikerinnen und Politiker. Allerdings variiert die detaillierte Beurteilung sowohl nach Branche als auch nach Region (vgl. Abbildungen 13 und 14).

Besonders Unternehmen der Branchen Industrie sowie Bau und Energie sind mit der Schweizer Politik zufrieden. Somit ist die Bewertung der Politik unabhängig von der aktuellen und der erwarteten Geschäftslage der Unternehmen (vgl. Abbildung 3).

In Bezug auf die Regionen sind besonders die Unternehmen der Zentralschweiz mit der Schweizer Politik zufrieden: Mehr als die Hälfte (56%) bewertet sie als «gut». Am schlechtesten bewerten Tessiner Unternehmen die Schweizer Politik: Jedes vierte Unternehmen (24%) beurteilt sie als «ausreichend», fast jedes zehnte (8%) gar als «mangelhaft». Allerdings bewertet auch mehr als ein Viertel (29%) der Tessiner Unternehmen die Politik als «gut».

Zufriedenheit mit der Schweizer Politik (nach Branche)

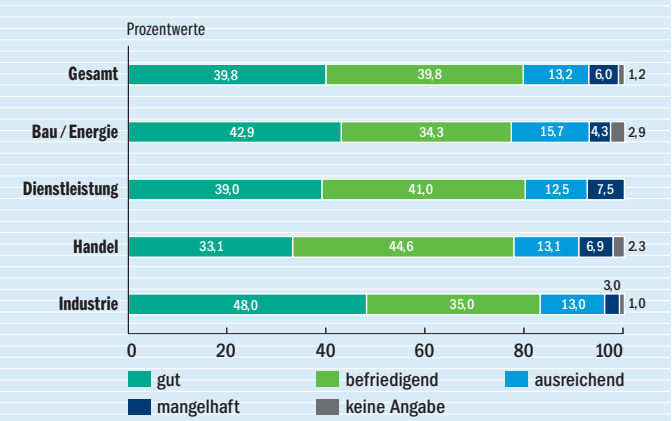


Abbildung 13: Am zufriedensten mit der Schweizer Politik sind die Industrie sowie die Bau- und Energiebranche.

Zufriedenheit mit der Schweizer Politik (nach Region)

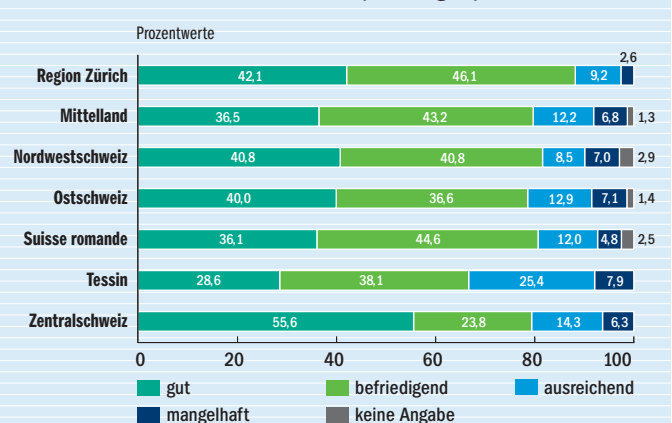


Abbildung 14: Am schlechtesten bewerten die Tessiner Unternehmen die Schweizer Politik.

Dennoch wird deutlich, dass ein Teil der Unternehmen dieser vergleichsweise weniger prosperierenden Region Veränderungen durch die Politikerinnen und Politiker begrüßen würde.

Interessanterweise bewerten die grösseren Unternehmen die Schweizer Politik schlechter als die kleineren: Von den Unternehmen mit weniger als CHF 50 Mio. Umsatz beurteilt ein Viertel

(25%) die aktuelle Schweizer Politik mit «gut»; die entsprechenden Anteile von Unternehmen mit einem Umsatz zwischen CHF 50 und 100 Mio. respektive mit mehr als CHF 100 Mio. betragen noch 21% respektive 19%. Dies weist darauf hin, dass besonders die derzeit wachsenden mittelständischen Unternehmen, welche auch neue Arbeitsplätze schaffen, vergleichsweise selten mit der aktuellen Schweizer Politik zufrieden sind.

4.2. Bewertung der regionalen Rahmenbedingungen

Grössere Unternehmen bewerten die aktuellen Rahmenbedingungen in der Region besser als kleinere: Während nur gut ein Drittel (38%) der Unternehmen mit weniger als CHF 50 Mio. Umsatz diese Rahmenbedingungen als «gut» bezeichnet, teilen Unternehmen mit einem Umsatz zwischen CHF 50 Mio. und 100 Mio. diese Bewertung zu 45% und Unternehmen mit einem Umsatz über CHF 100 Mio. zu 53%. Die regionalen Rahmenbedingungen sind somit vornehmlich für die grösseren Unternehmen günstig. Insgesamt werden die Rahmenbedingungen besser bewertet als die Politik, die diese gestaltet hat: Fast die Hälfte der Unternehmen (44%) bewertet sie als «gut» (vgl. Abbildung 15).

Fast die Hälfte (48%) der Dienstleistungsunternehmen (ohne Handelsunternehmen) bewertet die Rahmenbedingungen als «gut», während nur gut jedes dritte Handelsunternehmen (35%) diese Einschätzung teilt. Obwohl die Tätigkeitsfelder dieser Branchen sehr ähnlich sind oder teilweise sogar überlappen, divergieren diese beiden Branchen in der Bewertung am stärksten.

Damit regionale Unterschiede identifiziert werden können, bezog sich die Fragestellung zur Einschätzung der regionalen Rahmenbedingungen explizit auf die Bedingungen in der jeweiligen Region (vgl. Abbildung 16).

Zufriedenheit mit den aktuellen Rahmenbedingungen (nach Branche)

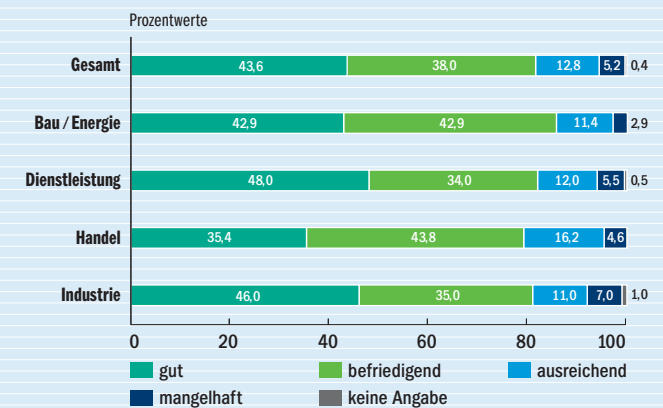


Abbildung 15: Trotz ähnlicher Tätigkeiten divergiert die Beurteilung der regionalen Rahmenbedingungen am stärksten bei den Branchen Dienstleistung und Handel.

Zufriedenheit mit den aktuellen Rahmenbedingungen nach Regionen

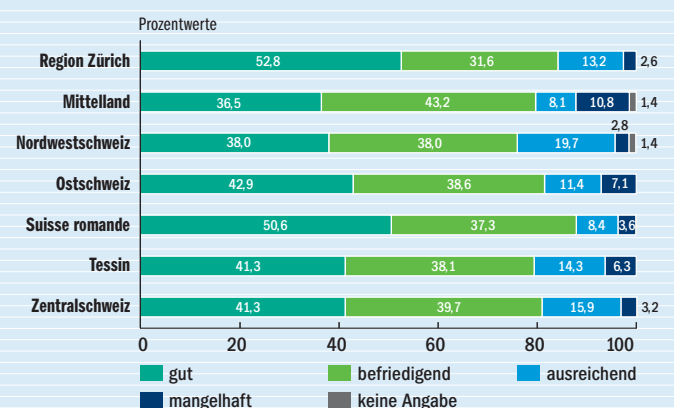


Abbildung 16: Unternehmen der Regionen Zürich und Suisse romande sind am zufriedensten mit den regionalen Rahmenbedingungen.

Am besten werden die aktuellen Rahmenbedingungen in den Regionen Zürich und Suisse romande bewertet: Mehr als die Hälfte der Unternehmen (53% resp. 51%) beurteilt sie hier als «gut». Hervorzuheben ist auch das Mittelland: Jedes zehnte Unternehmen (11%) bewertet die Rahmenbedingungen als «mangelhaft». Dieses Ergebnis kann als Handlungsaufforderung an die politischen Entscheidungsträger interpretiert werden.

4.3. Massnahmen zur Stärkung der mittelständischen Unternehmen

In der Öffentlichkeit werden verschiedene Möglichkeiten diskutiert, wie in der Schweiz die Rahmenbedingungen verbessert werden können, damit die mittelständischen Unternehmen auch künftig im Wettbewerb bestehen können. Im Rahmen dieser Studie bewerten die Unternehmen auch die Massnahmen zur Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit (vgl. Abbildung 17).

Die wichtigsten Massnahmen zur Stärkung der mittelständischen Unternehmen sind für die Unternehmen der Bürokratieabbau, beschleunigte Genehmigungsverfahren und der Abbau von Regulierungen. Letzte Priorität haben der protektionistische Schutz vor ausländischer Konkurrenz und die direkte Förderung der Unternehmen. Im Mittelfeld rangieren die kostenbezogenen Massnahmen, wie die Senkung der Unternehmenssteuern und die Reduktion von Gebühren.

Die wichtigste Massnahme, der Bürokratieabbau, wird regional allerdings sehr unterschiedlich beurteilt (vgl. Abbildung 18).

Zwei von drei Unternehmen in den Regionen Zentralschweiz (71%) und Mittelland (66%) beurteilen den Bürokratieabbau als sehr wichtig. Wesentlich tiefer liegt diese Einschätzung im Tessin (30%) und in der Suisse romande (34%).

Mehr als jedes siebte Unternehmen (14%) nannte auf die offene Frage, mit welchen Massnahmen die Wettbewerbsfähigkeit mit-

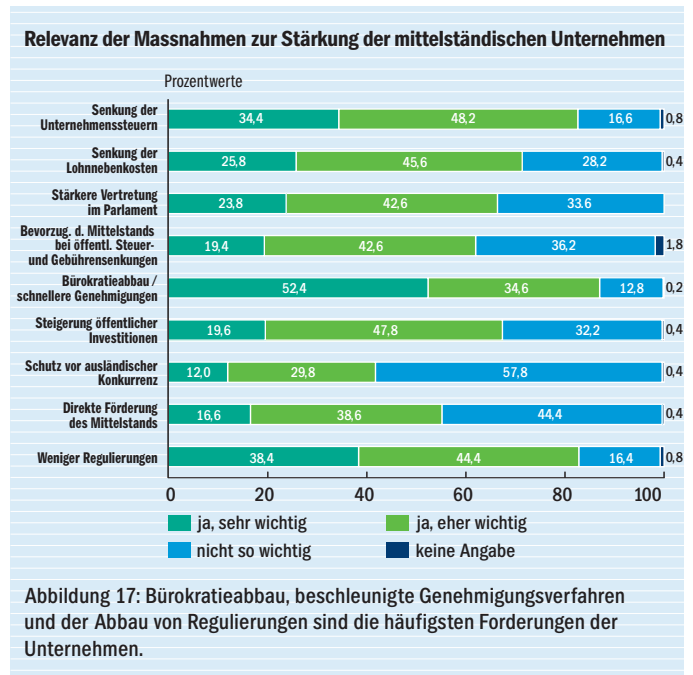


Abbildung 17: Bürokratieabbau, beschleunigte Genehmigungsverfahren und der Abbau von Regulierungen sind die häufigsten Forderungen der Unternehmen.

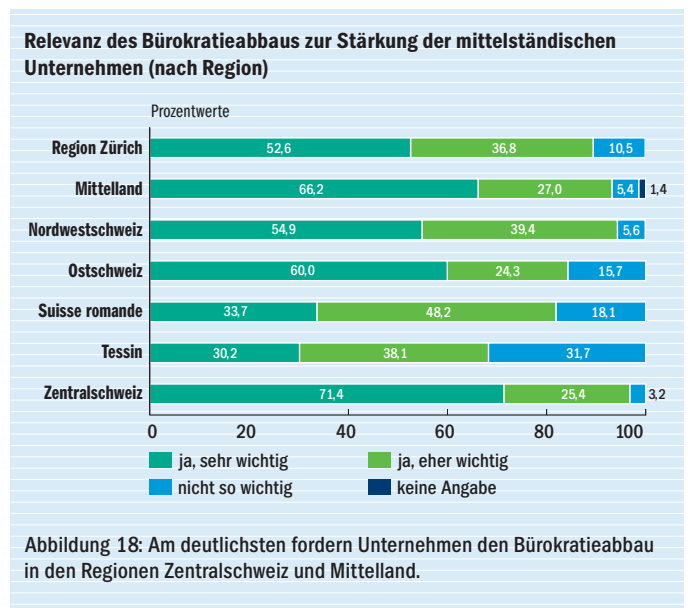


Abbildung 18: Am deutlichsten fordern Unternehmen den Bürokratieabbau in den Regionen Zentralschweiz und Mittelland.

telständischer Unternehmen gesteigert werden könne, «höhere Bildung» und «weitere Qualifizierung der Mitarbeitenden». Dieses Resultat steht im Einklang mit den Problemen der mittelständischen Unternehmen bei der Rekrutierung von neuen Arbeitskräften (vgl. Abbildungen 11 und 12).

4.4. Relevanz weiterer aktueller Themen

Zusätzlich zu den Massnahmen zur Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit wurde im Rahmen dieser Studie auch untersucht, welche weiteren aktuellen Themen für die mittelständischen Unternehmen wichtig sind (vgl. Abbildung 19).

Neun von zehn Unternehmen nennen als wichtigste aktuelle Themen die Lohnkosten (91%) und die Umsatzentwicklung (90%). Immerhin knapp vier von fünf nennen auch die Lohnnebenkosten und die Steuern (je 77%). Damit ist klar definiert, bei welchen Entscheidungen die Belange der Unternehmen besonders berücksichtigt werden sollten.

Weniger Priorität haben die Themen Globalisierung und neue Märkte: Doch immerhin 60% respektive 70% der Unternehmen beurteilen diese Themen als «bedeutend» oder «sehr bedeutend». Mit Blick auf die Erschliessung neuer Märkte fokussieren alle Branchen auf europäische Märkte (vgl. Abbildung 20).

Durchschnittlich drei von vier Unternehmen (75%) aller Branchen sind an europäischen Märkten interessiert. An zweiter Stelle liegen mit einem Durchschnitt von 35% die asiatischen Märkte. Auffallend ist das branchenabhängige Interesse am asiatischen Markt: Industrieunternehmen (56%) liegen hier deutlich an der Spitze.

Relevanz weiterer aktueller Themen

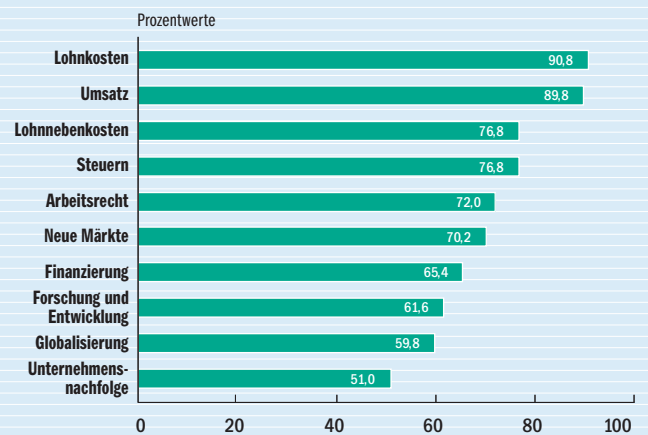


Abbildung 19: Lohnkosten und Umsatzentwicklung sind für die mittelständischen Unternehmen aktuellere Themen als die Globalisierung.

Interesse an neuen Märkten (nach Branche)

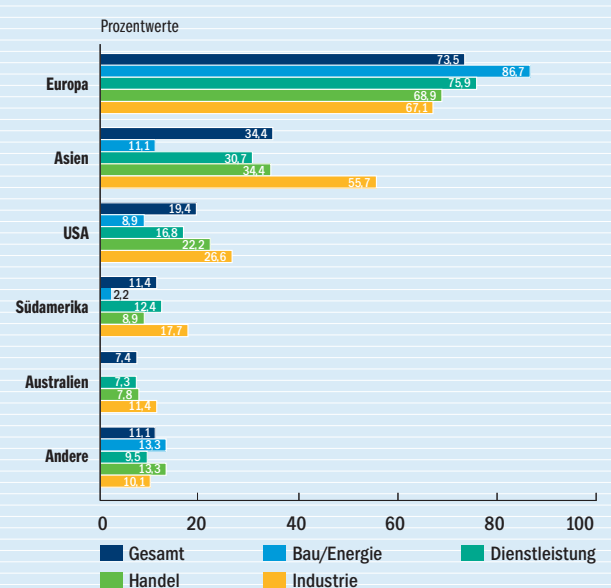


Abbildung 20: Mittelständische Unternehmen bevorzugen europäische Märkte gegenüber den asiatischen.

4.5. Verlagerung von Unternehmensaktivitäten ins Ausland

Grössere Unternehmen verlagern eher einzelne Wertschöpfungsaktivitäten ins Ausland – und damit auch Ausbildungs- und Arbeitsplätze – als kleinere Unternehmen (vgl. Abbildung 21).

Während fast jedes fünfte Unternehmen (17%) mit einem Umsatz von über CHF 100 Mio. eine Verlagerung von Wertschöpfungsaktivitäten ins Ausland plant, beträgt der entsprechende Anteil der Unternehmen mit einem Umsatz von CHF 50 bis 100 Mio. lediglich 8% und bei einem Umsatz unter CHF 50 Mio. noch 5%. Das Ergebnis ist insofern plausibel, als für eine erfolgreiche Internationalisierung der Wertschöpfungskette erhebliche zusätzliche Managementkapazitäten erforderlich sind; diese Aktivitäten müssen deshalb ein Mindestvolumen erreichen. Besonders aktiv sind die Branchen Industrie und Handel: 18% respektive 10% der Unternehmen planen eine Verlagerung – 9% respektive 6% sind noch unentschieden.

Im Rahmen der Studie wurden die Unternehmen auch befragt, welche Aktivitäten ins Ausland verlagert werden sollen (vgl. Abbildung 22).

Bemerkenswert erscheint hier, dass sowohl Forschungs- und Entwicklungstätigkeiten als auch Verwaltungstätigkeiten (aus den Dienstleistungsunternehmen) und sogar Aufgaben aus dem Finanz- und Rechnungswesen verlagert werden sollen. Auch wenn die Zahl der Nennungen (n=40) insgesamt gering erscheint, so ist dieses Ergebnis doch ein deutlicher Indikator dafür, dass Lohnkosten und Personalverfügbarkeit ernsthafte Herausforderungen für die mittelständischen Unternehmen bilden.

Geplante Verlagerung von Wertschöpfungsaktivitäten ins Ausland (nach Umsatzhöhe der Unternehmen)

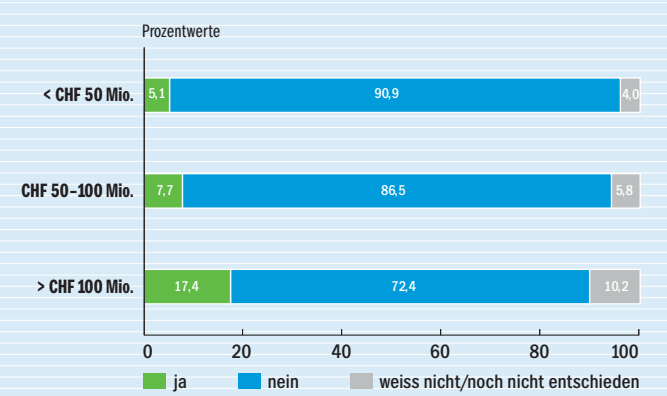


Abbildung 21: Grössere Unternehmen verlagern eher einzelne Wertschöpfungsaktivitäten ins Ausland als kleinere.

Geplante Verlagerung von Wertschöpfungsaktivitäten ins Ausland (nach Tätigkeit)

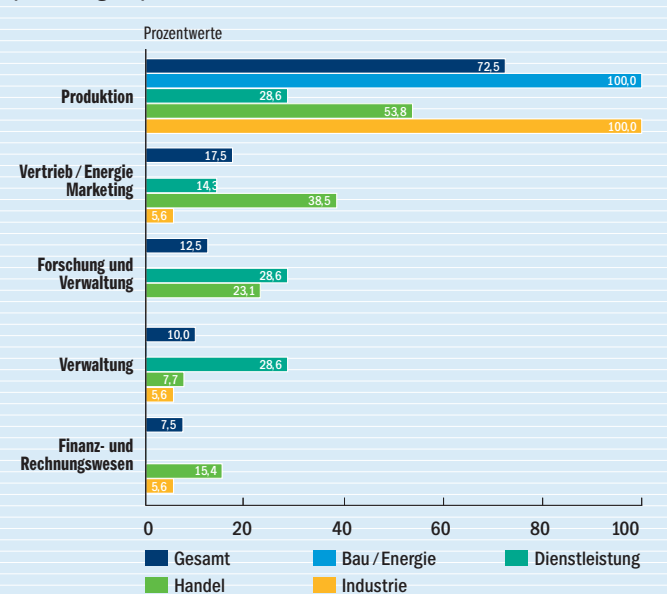


Abbildung 22: Sogar Verwaltungstätigkeiten (aus Dienstleistungsunternehmen) und Aufgaben aus dem Finanz- und Rechnungswesen sollen ins Ausland verlagert werden.

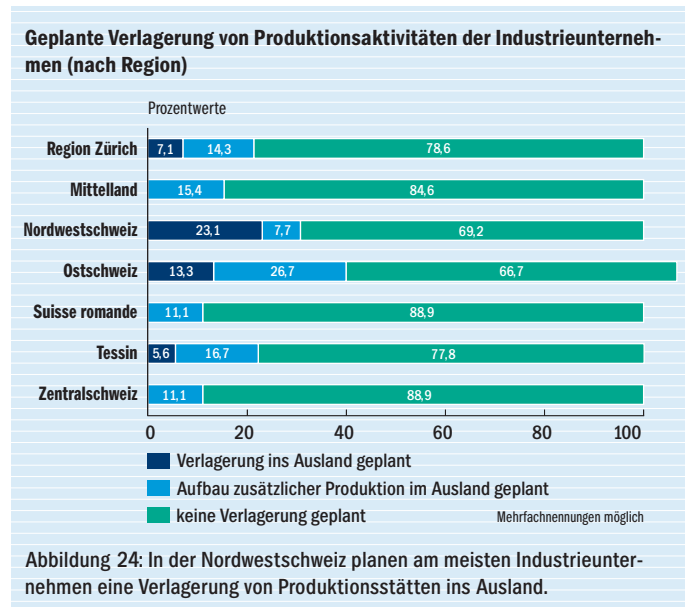
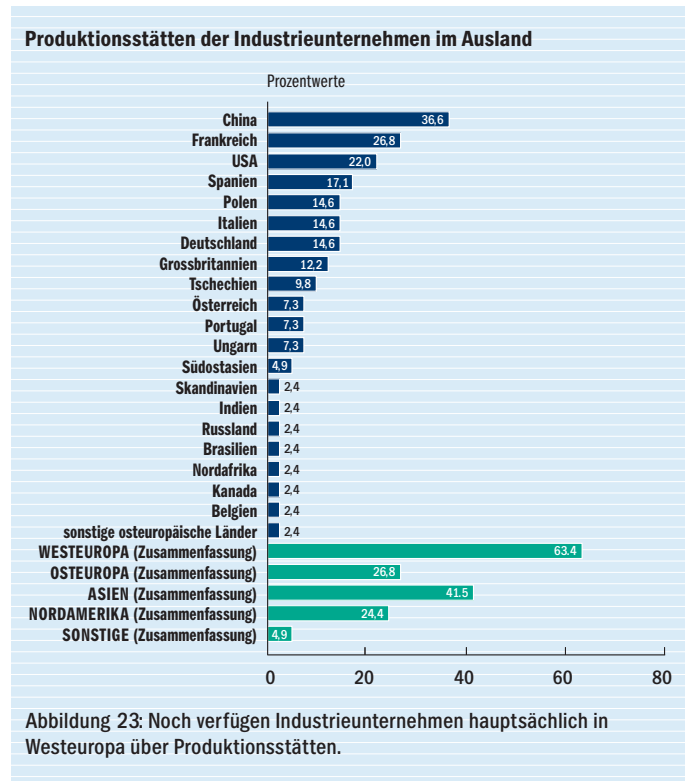
Von den 100 befragten Industrieunternehmen verfügen 41 bereits über eine Produktionsstätte im Ausland (vgl. Abbildung 23).

Bereits unterhalten mehr Industrieunternehmen Produktionsstätten in China als im zweitplatzierten Frankreich. Insgesamt dominieren jedoch vorläufig noch die Produktionsstätten in Westeuropa.

Es ist allerdings zu berücksichtigen, dass nur 7% der befragten Industrieunternehmen Produktionsstätten ins Ausland verlagern möchten – obwohl 15% den Aufbau zusätzlicher Produktionskapazitäten anstreben. Da sich die Produktionsverlagerungen allerdings im Zeitverlauf kumulieren, ist ein erheblicher Wandel absehbar. Die Regionen sind davon unterschiedlich betroffen (vgl. Abbildung 24).

Besonders betroffen von dieser Entwicklung ist die Nordwestschweiz. Als «sehr wichtige» Motivation für Produktionsstätten im Ausland bezeichnen knapp die Hälfte der Industrieunternehmen (49%) günstigere Produktionskosten und je zwei Fünftel Nähe zu den Kunden (40%) und Erschliessung neuer Absatzmärkte (38%).

Dagegen haben 8% der befragten mittelständischen Industrieunternehmen Produktionsstätten vom Ausland in die Schweiz zurückverlagert. Weitere 7% der Industriebetriebe, die bereits über Produktionsstätten im Ausland verfügen, planen eine Rückverlagerung in die Schweiz. Besonders die Suisse romande profitiert von dieser Entwicklung. Eine eindeutige Motivation für diese Rückverlagerung ist allerdings nicht auszumachen. Der Grund dürfte vielmehr in einer Kombination aus Kosten, Qualität, Kontrolle der Produktion und auch kürzeren Wegen liegen, die wiederum eine schnelle Reaktion auf Entwicklungen im Markt ermöglicht.



5. Ausblick

Die mittelständischen Unternehmen haben in der Schweizer Wirtschaft offenkundig eine Sonderrolle inne. Dies bezeugen zum Beispiel die gesamtschweizerischen Aussichten auf die Geschäftsentwicklung wie auch die Einschätzungen der aktuellen Lage in den meisten Regionen. Demgegenüber ist das Schweizer BIP im letzten Quartal 2007 weniger gewachsen als das BIP im EU-Raum. Dass die gesamtwirtschaftliche Entwicklung nicht so positiv bewertet wird wie die individuelle Entwicklung, ist hingegen durchaus typisch.

Erstaunlich sind zudem die Unterschiede in der Bewertung der Rahmenbedingungen vor Ort und der Rückverlagerung von Produktionsbetrieben. Hier zeichnen sich Entwicklungen ab, die auf eine Herausbildung von Clustern hindeuten, falls die Politik keine andere Entwicklung anstrebt.

Im Vergleich zu anderen europäischen Ländern, wie zum Beispiel Deutschland, sind die geplanten Investitionen der mittelständischen Unternehmen, insbesondere der Industrieunternehmen, deutlich höher. Gleiches gilt auch für die Ausweitung des Personalbestandes, wobei in allen Branchen der Anteil der Unternehmen, die mehr Arbeitnehmer beschäftigen wollen, grösser ist als in Deutschland. In einem Bereich hinken die Schweizer mittelständischen Unternehmen jedoch der europäischen Entwicklung hinterher: Gerade im Handel werden derzeit in Europa erhebliche Umbrüche eingeleitet, die sowohl die Betriebstypen als auch innovative Technologien betreffen. Gemessen an der geplanten Investitionstätigkeit werden diese Entwicklungen von den Schweizer Handelsunternehmen noch eher verhalten aufgegriffen.

Zusammenfassend lässt sich zum Investitionsverhalten der Schweizer mittelständischen Unternehmen sagen, dass sich die

Schere zwischen umsatzstärkeren und umsatzschwächeren Unternehmen tendenziell weiter öffnen wird: Die ohnehin schon umsatzschwächeren Unternehmen sind durch geringere Investitionsneigung gekennzeichnet, sodass diese gegenüber den umsatzstärkeren und somit investitionsaktiveren Unternehmen im Wettbewerb zurückfallen werden.

Was die Orientierung der mittelständischen Schweizer Unternehmen betrifft, ist ein ethnozentrischer Trend auszumachen. Die Internationalisierung der Geschäftstätigkeit wird sich vermehrt auf benachbarte Staaten und Osteuropa fokussieren. Die derzeit dynamischen Wachstumsmärkte wie zum Beispiel Russland bleiben unterrepräsentiert. Einzige Ausnahme bildet China, in diesem Markt sind die mittelständischen Schweizer Unternehmen ebenso präsent wie ihre europäische Konkurrenz. Es erscheint, dass die mittelständischen Unternehmen in der Länderwahl sehr selektiv vorgehen – vermutlich aus Vorsicht der Unternehmensleitung – so werden mit Ausnahme von China mehrheitlich europäische Länder bevorzugt.

So haben Themen wie Globalisierung und Innovationen bei mittelständischen Schweizer Unternehmen eine zweitrangige Bedeutung, was ein deutliches Versäumnis gegenüber der europäischen Konkurrenz darstellt. Gerade in den Kulturen der neuen Märkte geniessen Schweizer Produkte aber ein hohes Ansehen. Somit wäre auch ein noch wenig ausgeschöpftes Potenzial zur Festigung der Wettbewerbsposition in diesen Märkten vorhanden. Dazu müsste der Country-of-Origin-Effekt geeignet instrumentalisiert werden. Auch in Zukunft werden die für Unternehmen essenziellen Aktivitäten, wie Marketing und Controlling, ins Ausland verlegt. Die Konsequenzen für den Unternehmenserfolg wie auch für den Standort Schweiz sind jedoch noch kaum abzuschätzen. ■

Kontakte Regionalleiter

Aarau

Christoph Widmer

christoph.widmer@ch.ey.com

Tel. 058 286 23 72

Basel

Manuel Aeby

manuel.aeby@ch.ey.com

Tel. 058 286 83 50

Bern

Jürg Scheller

juerg.scheller@ch.ey.com

Tel. 058 286 62 15

Lugano

Stefano Caccia

stefano.caccia@ch.ey.com

Tel. 058 286 24 30

Luzern/Zug

Viktor Bucher

viktor.bucher@ch.ey.com

Tel. 058 286 77 26

St. Gallen

Markus Oppliger

markus.oppliger@ch.ey.com

Tel. 058 286 20 60

Suisse romande

Pierre-Alain Cardinaux

pierre-alain.cardinaux@ch.ey.com

Tel. 058 286 57 82

Zürich

Marco Tagmann

marco.tagmann@ch.ey.com

Tel. 058 286 47 06

Impressum

Herausgeber

Ernst & Young AG, Markus Schweizer

Umfrage und Interpretation

Valid Research Marktforschung GmbH
Prof. Dr. Ralf Wagner

Konzept und Redaktion

Ernst & Young
Corporate Communications & Marketing

Bestellungen und Adressänderungen

Ernst & Young AG
Data Operations
Postfach
8022 Zürich
Fax 058 286 30 03
datop@ch.ey.com

Gestaltung und Druck

NZZ Fretz AG, Schlieren

© Copyright

Ernst & Young AG, 2008

Nachdruck, auch auszugsweise, nur unter ausdrücklicher Quellenangabe gestattet. Es wird um Zusendung eines Belegexemplars ersucht.

Wichtiger Hinweis

Der Autor dieser Studie lehnt jegliche Haftung für Entschiede, die sich auf diese Studie beziehen, und deren Konsequenzen ab. Diese Studie kann nicht als Ersatz für professionelle Beratung betrachtet werden. Ebenso beziehen sich die in dieser Studie gemachten Aussagen und Interpretationen ausschliesslich auf die Meinung des Autors und repräsentieren nicht zwangsläufig die Meinung des Unternehmens, bei welchem der Autor angestellt ist.



ERNST & YOUNG AG

www.ey.com/ch

© 2008 Ernst & Young.
All Rights Reserved.
Ernst & Young is
a registered trademark.