



Wo steht der Schweizer Mittelstand?

Selbsteinschätzungen und Perspektiven der Unternehmen

Partner im Jahr 2022:



RAIFFEISEN

Bystronic



KEARNEY

Wo steht der Schweizer Mittelstand?

Selbsteinschätzungen und Perspektiven der Unternehmen

01 Das Wichtigste in Kürze	4
02 Konjunkturlage – der Optimismus lebt	9
03 Pandemie, Krieg, Inflation – Krisenmodus als courant normal?	13
04 Nachhaltige Lieferketten – wettbewerbsentscheidend	18
05 Auftrag an die Politik – Beziehungen zur EU stabilisieren	25
06 Herausgeber und Partner der Studie	26
07 Die Umfrage	27

Liebe Leserin, lieber Leser,

zum fünften Mal fühlen wir den Schweizer kleinen und mittelständischen Unternehmen (KMU) auf den Puls: Wie ist ihre aktuelle Lage? Welche Herausforderungen beschäftigen sie? Wie bereiten sie sich auf die Zukunft vor? Nach zwei Jahren Pandemie und neuen geopolitischen und makroökonomischen Herausforderungen haben diese Fragen auch dieses Jahr wieder höchste Aktualität.

Im Frühjahr 2021 waren die meisten der befragten Schweizer KMU ziemlich optimistisch, viele schienen die COVID-19-Krise gut zu meistern und waren überzeugt, ruhigeren und stabileren Zeiten entgegenzuschauen. Trotz des hohen Wettbewerbsdrucks, der Herausforderungen im Zusammenhang mit der Digitalisierung, der Technologieentwicklung und der unsicheren Beziehungen zur EU haben wir von Aufbruchstimmung gesprochen.

Zwölf Monate später ist die Pandemie zwar fürs Erste ausgestanden, aber wir haben weiterhin turbulente Zeiten. Der Ukraine-Krieg, steigende Preise, Versorgungsengpässe für Energie und Rohstoffe sowie steigende Leitzinsen beunruhigen Konsumenten, Wirtschaftsvertreter und Politik. Das Wort Rezession macht die Runde.

Hat sich die Stimmung im Schweizer Mittelstand deswegen gewendet und schauen sie pessimistischer in die Zukunft als noch vor zwölf Monaten? Wir waren überrascht, dass dem gemäss unseren Ergebnissen nicht so ist. Schweizer KMU bleiben optimistisch. Es scheint, als wären sie trotz des Drucks von vielen Seiten besser als zuvor auf Krisen vorbereitet. Die meisten erwarten weiterhin Umsatz- und Margenwachstum für das Jahr 2022. Das macht uns Mut.

Stabile und sichere Lieferketten sind mehr als je zuvor entscheidend für den wirtschaftlichen Erfolg. In Zeiten des Klimawandels und der erhöhten öffentlichen Erwartungen an Unternehmen müssen Lieferketten aber nicht mehr nur kosteneffizient und verlässlich sein, sondern auch umwelt- und sozialverträglich. Nachhaltige Lieferketten sind das Stichwort. Welche Bedeutung haben nachhaltige Lieferketten für den Schweizer Mittelstand? Mit welchem Fokus wird investiert? Welche Herausforderungen gibt es zu meistern? Antworten auf diese Fragen lesen Sie in der diesjährigen Ausgabe unserer Studie.

Wir wünschen Ihnen eine interessante Lektüre und hoffen, dass wir mit den hier vorgestellten Ergebnissen zu zukunftsweisenden Überlegungen für einen prosperierenden Schweizer Mittelstand beitragen.



Fabian Siegrist
Partner
Kearney Zürich



Claudia Moerker
Geschäftsleiterin
swiss export



Roger Reist
Geschäftsleitungsmitglied
Raiffeisen Schweiz



Alex Waser
CEO
Bystronic AG

01 Das Wichtigste in Kürze

Der Schweizer Mittelstand durchlebt turbulente Zeiten. Die Lage hat sich für Schweizer Unternehmen nach zwei Jahren Pandemie keineswegs entspannt. Die Liste an Herausforderungen, die es zu meistern gilt, ist lang: Ukraine-Krieg, gescheitertes Rahmenabkommen mit der EU, Disruption globaler Wertschöpfungsketten, steigendes Preisniveau, Klimawandel, Fachkräftemangel, technologischer Wandel und Digitalisierung – um nur einige zu nennen.

Nichtsdestotrotz scheint die Stimmung beim Schweizer Mittelstand weiterhin gut, respektive sogar noch besser zu sein als im letzten Jahr. 73 Prozent der befragten KMU¹ beurteilen ihre wirtschaftliche Lage als gut bis sehr gut, nur fünf Prozent schlecht bis sehr schlecht (Vorjahr: zwölf Prozent). Mit Blick auf die Zukunft bleibt der Optimismus. Zwei Drittel der befragten KMU gehen weiterhin von einer guten bis sehr guten wirtschaftlichen Lage in den kommenden drei Jahren aus. Das ist zwar eine Verschlechterung gegenüber dem Frühjahr 2021 (damals waren es 76 Prozent), stimmt uns aber dennoch positiv, weil der Anteil der Unternehmen, welcher von einer schlechten bis sehr schlechten Lage ausgeht, mit fünf Prozent stabil geblieben ist (Vorjahr: drei Prozent). Unterschiede sind nach Branchenzugehörigkeit festzustellen (Teilstichprobe – ohne Raiffeisen Firmenkunden). Beispielsweise wird die Stimmung in der Maschinenindustrie mit 74 Prozent als gut bis sehr gut leicht besser beschrieben als in der Dienstleistungsindustrie mit 68 Prozent, der Optimismus bleibt aber industrieübergreifend gross. Teilnehmer der diesjährigen Studie verteilen sich vorwiegend auf die Maschinenindustrie (16 Prozent, Vorjahr: 23 Prozent), Dienstleistungsindustrie (13 Prozent, Vorjahr: 8 Prozent), Metallverarbeitung (10 Prozent, Vorjahr: 8 Prozent) und Elektronik/ Elektrotechnik (5 Prozent, wie Vorjahr).

Die weiterhin optimistische Stimmung mag auch damit zusammenhängen, dass eine grosse Mehrheit der Schweizer KMU meldet, einigermaßen gut bis sehr gut auf Krisen vorbereitet zu sein. Die meisten Schweizer KMU erwarten zudem, im Jahr 2022 mindestens keine Umsatzeinbussen zu erfahren oder weiter zu wachsen und über 50 Prozent der Umfrageteilnehmer haben noch keine Massnahmen zur Eingrenzung negativer Auswirkungen des Ukraine-Kriegs getroffen oder treffen müssen.

¹ Für die Beurteilung der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen und der wirtschaftlichen Lage der Schweizer KMU wurden für den Jahresvergleich nur die Mitglieder von swiss export, des Raiffeisen Unternehmerzentrums (RUZ), Kunden der Bystronic AG und Unternehmen, die über Social-Media-Kanäle angesprochen wurden, berücksichtigt (n=356). Für das Fokuskapitel zu «Nachhaltige Lieferketten» wurden zusätzlich die Antworten der Firmenkunden von Raiffeisen berücksichtigt (n=209).

Herausfordernd ist die aktuelle Situation aber dennoch. Die KMU sind besorgt in Bezug auf den konjunkturellen Einfluss steigender Energie- und Rohstoffpreise sowie die Verfügbarkeit von Rohstoffen, Energie und Fachkräften. Zudem ist die EU-Frage weiterhin ungeklärt und andere aussenpolitische Entwicklungen, wie die Situation in der Ukraine, werden mit Besorgnis verfolgt.

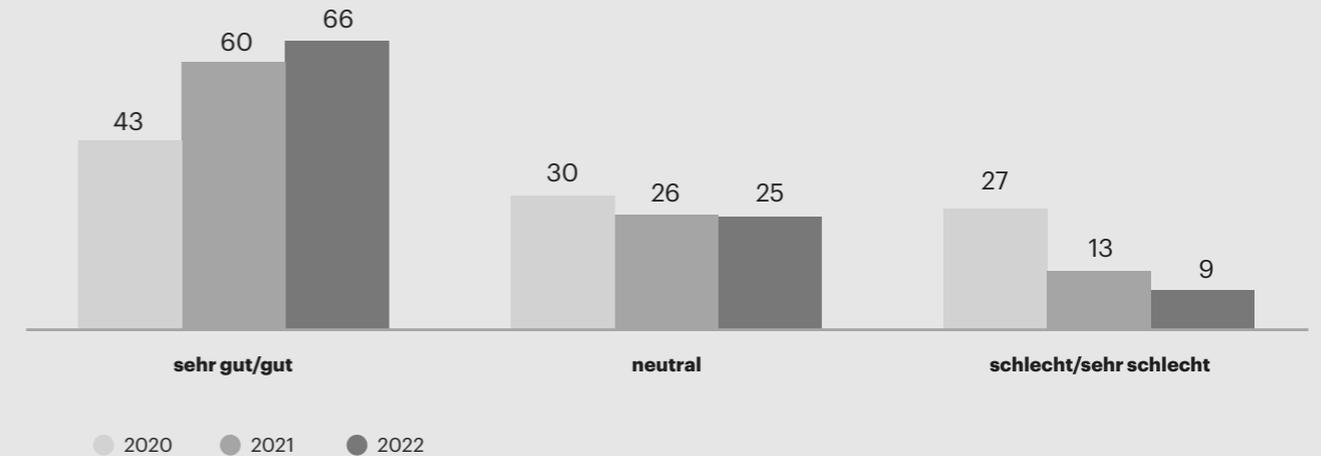
Preisentwicklung, Disruption globaler Wertschöpfungsketten und geopolitische Entwicklungen werden zusammen mit technologischer Entwicklung und damit verbundener (Cyber-) Risiken als wichtigste Faktoren gesehen, welche die eigene wirtschaftliche Lage am entscheidendsten beeinflussen. Lieferketten rücken damit verstärkt in den Fokus und die Bedeutung nachhaltiger Lieferketten ist für den Schweizer Mittelstand nicht nur bedeutend, sondern über die Jahre wichtiger geworden. Schweizer KMU unterstreichen die Bedeutung stabiler, sicherer und kosteneffizienter Lieferketten, priorisieren aber gleichermassen hohe Arbeitssicherheit und -gesundheit sowie Produktqualität, -sicherheit und -information bei der Wahl von Lieferketten und Partnern. Zudem investieren sie gezielt in die Verbesserung der Energieeffizienz entlang der Wertschöpfungskette und in deren Dekarbonisierung, zum einen, um Versorgungsengpässe und Kosteninflation entgegenzuwirken und zum anderen, weil der Kunden- und der öffentliche Druck sich erhöht haben.

Der Schweizer Mittelstand formuliert zudem klare Anforderungen an die Politik. Top-Priorität zum vierten Mal in Folge hat, die Beziehungen zur EU auf ein solides Fundament zu stellen. Stark an Bedeutung gewonnen hat die Forderung, die Energiewende weiter voranzutreiben und den Zugang zu Personal und Fachkräften zu verbessern. Vor dem Hintergrund aktueller Herausforderungen ist dies nicht überraschend. Die Politik wird in die Pflicht genommen, an den entsprechenden Rahmenbedingungen zu arbeiten.

Unternehmen sind trotz aktueller makroökonomischer und geopolitischer Lage weiterhin optimistisch – die wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen werden gut eingeschätzt

Wie beurteilen Sie die aktuellen wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen in der Schweiz?

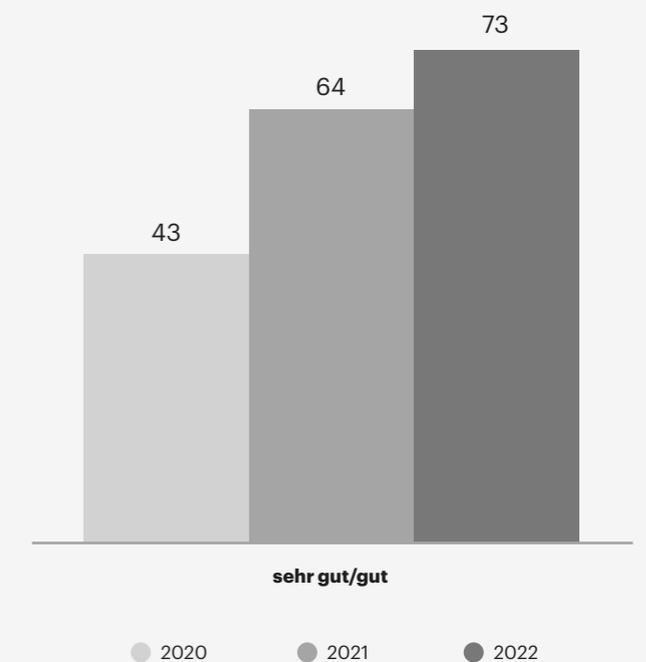
Prozentuale Werte



Fast drei Viertel der befragten Schweizer KMU beurteilen ihre eigene wirtschaftliche Lage als gut bis sehr gut – die Unternehmenslage bleibt trotz neuer Krisen stabil

Wie beurteilen Sie die aktuelle Wirtschaftslage Ihres Unternehmens?

Prozentuale Werte



Schweizer KMU sind auf Krisen mehrheitlich gut vorbereitet und blicken optimistisch auf ihre wirtschaftliche Entwicklung im Jahr 2022

56%

der Unternehmen sind gut bis sehr gut auf Krisen wie COVID-19 oder den Ukraine-Krieg vorbereitet, weitere 36 Prozent einigermaßen



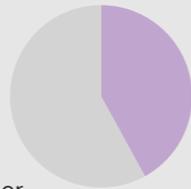
87%

der befragten Schweizer KMU erwarten für 2022 mindestens gleichbleibende oder steigende Umsätze



42%

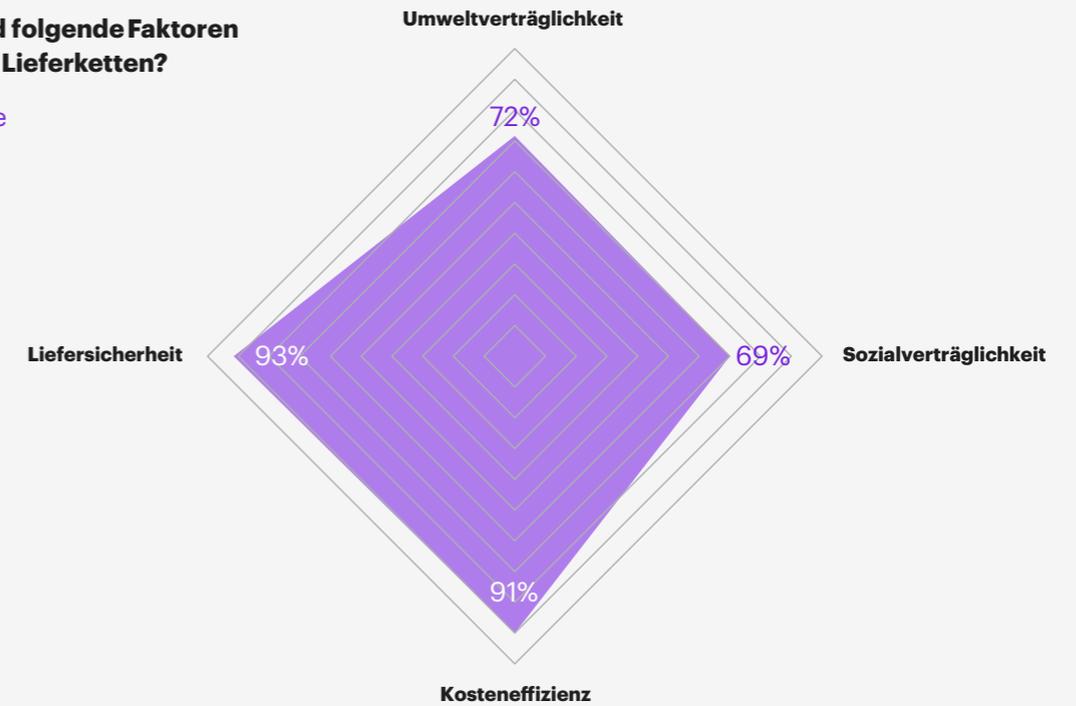
der Schweizer KMU haben (noch) keine Massnahmen zur Absicherung gegenüber potenziellen Auswirkungen des Ukraine-Kriegs ergriffen



Die Bedeutung nachhaltiger Lieferketten hat stark zugenommen – es dominieren heute Liefersicherheit und Kosteneffizienz vor umwelt- und sozialbezogenen Faktoren

Wie relevant sind folgende Faktoren in Bezug auf ihre Lieferketten?

Prozentuale Werte



Hohe Energie- und Rohstoffpreise, Rohstoffverfügbarkeit und Zugang zu Fachkräften / Personal werden als grösste Konjunkturrisiken gesehen

Was sind die grössten Konjunkturrisiken in den nächsten 12 Monaten?

Mehrfachnennung möglich

Hohe Energie- / Rohstoffpreise

Rohstoffverfügbarkeit

2020 **10%**
2021 **40%**
2022 **63%**

Veränderung zum Vorjahr **23%**

2020 **7%**
2021 **31%**
2022 **84%**

Veränderung zum Vorjahr **53%**

Zugang zu Fachkräften / Personal

2020 **19%**
2021 **24%**
2022 **44%**

Veränderung zum Vorjahr **20%**

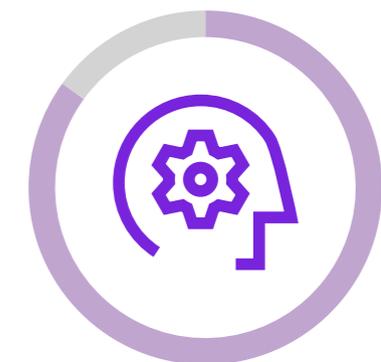
2

1

3

Knapp

85%

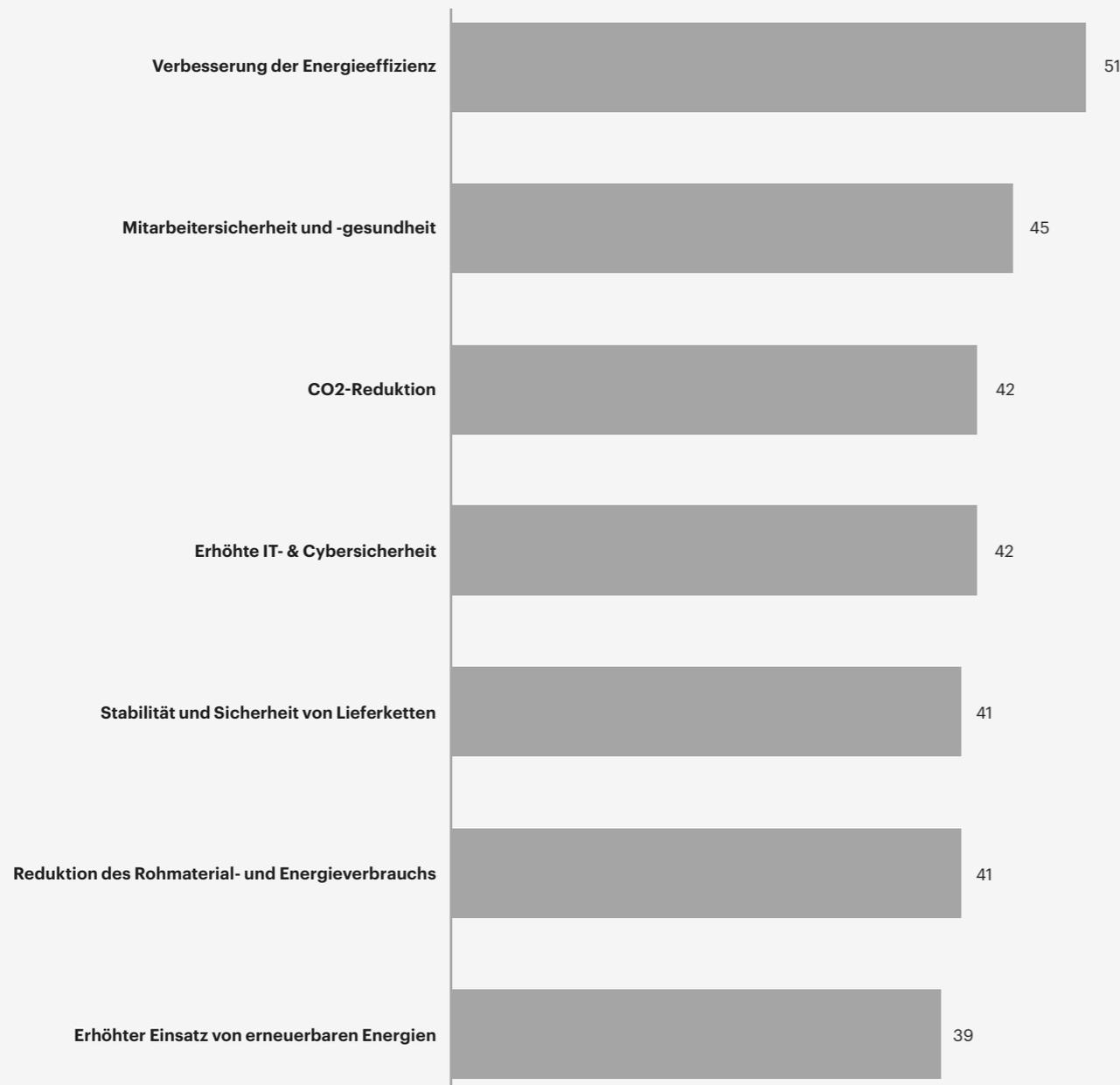


erachten die Bedeutung von Nachhaltigkeit und nachhaltigem Wirtschaften als mittel bis hoch

Schweizer Unternehmen investieren gezielt in die Verbesserung der Nachhaltigkeit ihrer Lieferketten, Energie- und umweltbezogene Themen werden aber wichtiger



Prozentuale Werte, Mehrfachnennung möglich



02 Konjunkturlage – der Optimismus lebt

Hätte man sich im Frühjahr 2022 ausschliesslich an der Entwicklung der Aktienmärkte orientiert, um damit das Stimmungsbild der Wirtschaft einzufangen, würde man mit Sicherheit ein negatives Bild zeichnen. Nach zwei Jahren COVID-19-Krise dominieren neue Herausforderungen die Schlagzeilen. Der Kriegsausbruch in der Ukraine hat bereits anhaltende Schwierigkeiten in globalen Wertschöpfungsketten weiter verstärkt und die Preise von Rohstoffen und Energie ansteigen lassen. Zudem schwelt der Konflikt zwischen den USA und China, Fachkräfte sind rar und Klimawandel und technologischer Fortschritt fordern Unternehmen.

Dreht sich vor dem Hintergrund aktueller Herausforderungen die Stimmung der Schweizer KMU? Noch vor zwölf Monaten, zum Zeitpunkt unserer letzten Befragung, war die Mehrheit der KMU sehr optimistisch in Bezug auf ihre zukünftige wirtschaftliche Entwicklung.

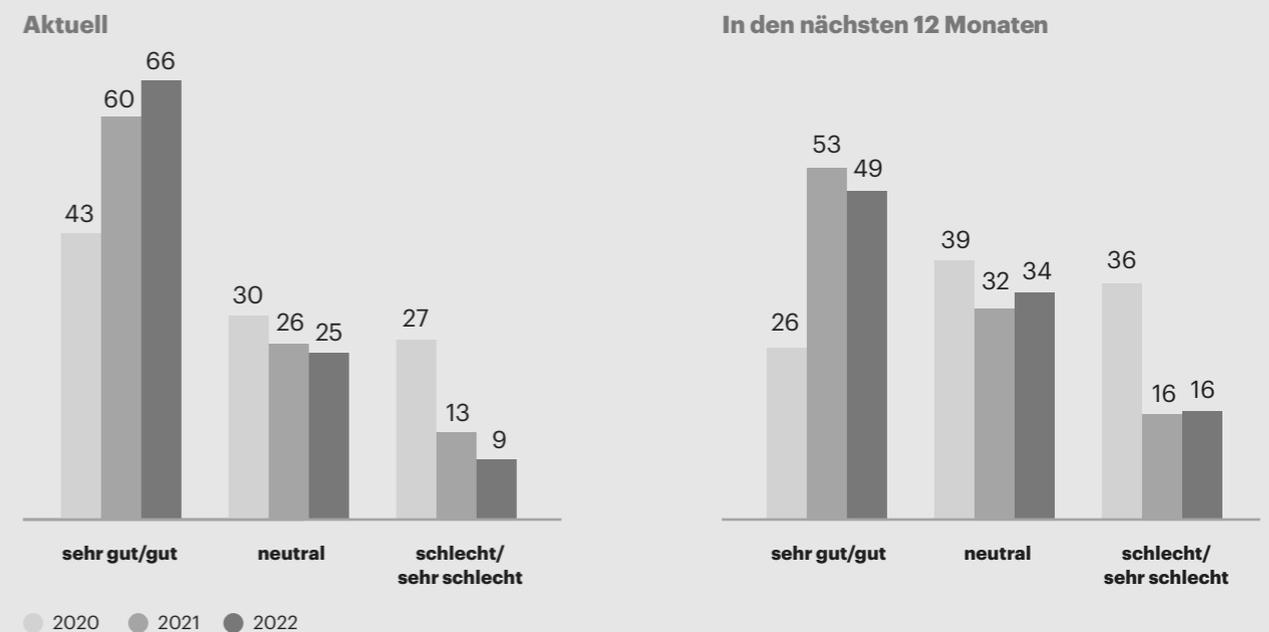
Erfreulich ist, dass zwei Drittel der Schweizer KMU die wirtschaftspolitische Lage als gut bis sehr gut einschätzen und sich dieser Wert im Vergleich zum Vorjahr sogar noch verbessert hat. Der Anteil

derjenigen Schweizer KMU, welche die aktuellen Rahmenbedingungen als schlecht bis sehr schlecht beurteilen, ist weiter zurückgegangen, von 13 Prozent im Frühjahr 2021 zu gerade einmal neun Prozent im Frühjahr 2022. Viele Unternehmen haben sich in den letzten Jahren als krisenresistent erwiesen und gelernt, agil auf veränderte Markt- und Wettbewerbsbedingungen zu reagieren.

Trotz aktueller geopolitischer und makroökonomischer Herausforderungen schauen die Schweizer KMU 2022 nach wie vor optimistisch in die Zukunft

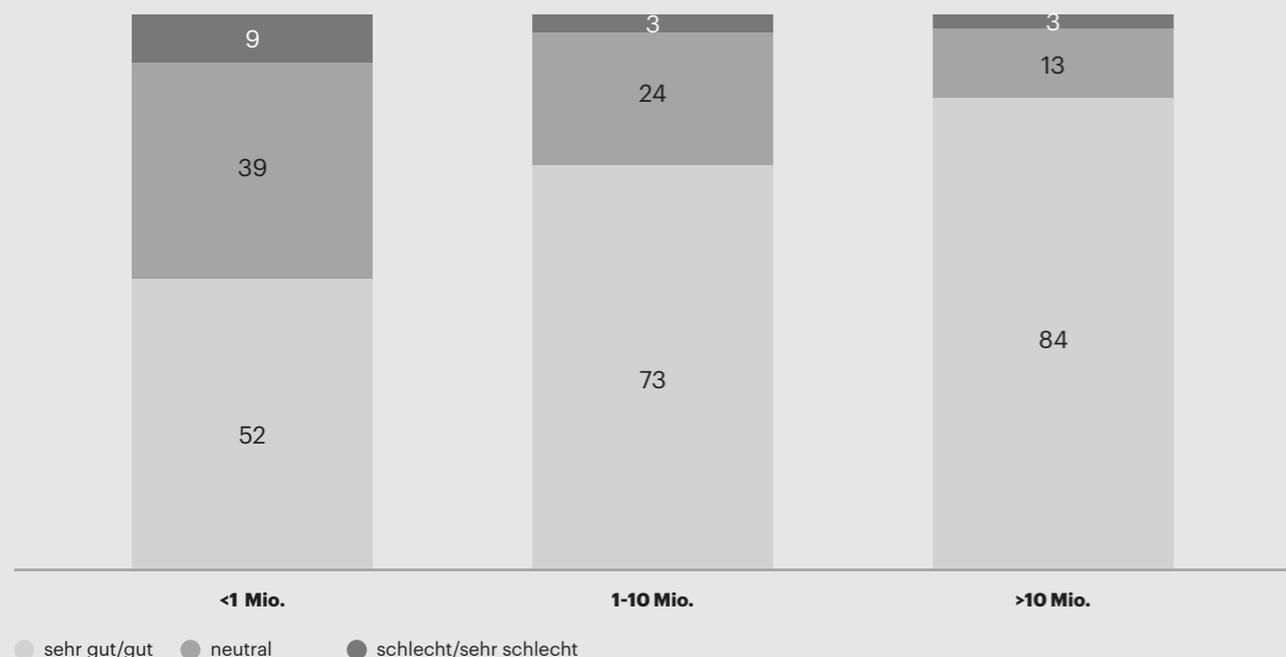
Wie beurteilen Sie die aktuellen wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen in der Schweiz heute und in zwölf Monaten?

Prozentuale Werte



Wie beurteilen Sie die aktuelle wirtschaftliche Lage Ihres Unternehmens?

Prozentuale Werte, Unternehmen nach Umsatz in CHF



Die Aussicht auf die nächsten zwölf Monate hat sich hingegen leicht getrübt gegenüber dem Frühjahr 2021. Nach 53 Prozent im Frühjahr 2021 beurteilen heute noch 49 Prozent der befragten KMU die wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen in den nächsten zwölf Monaten als gut bis sehr gut. Wir haben damit eine leichte Verschiebung, aber eher zugunsten neutralerer Beurteilung, denn der Anteil der Schweizer KMU, welche die Aussichten als schlecht bis sehr schlecht beurteilen, ist gegenüber dem letzten Jahr konstant geblieben (16 Prozent). Interessant, aber nicht überraschend, ist, dass grössere KMU die wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen besser einschätzen als kleinere. Mittelständische Unternehmen mit über 10 Mio. CHF Umsatz beurteilen die aktuellen Rahmenbedingungen überwiegend gut bis sehr gut (76 Prozent), während dieser Anteil bei Unternehmen mit unter 10 Mio. CHF Umsatz bei 57 Prozent liegt.

Der Schweizer Mittelstand konnte sich in diesem insgesamt guten wirtschaftspolitischen Umfeld entsprechend positiv entwickeln. 73 Prozent beurteilen ihre eigene wirtschaftliche Lage als gut bis sehr gut, das sind 9 Prozentpunkte mehr als im Frühjahr 2021. Drei Jahre in Folge gesunken ist der Anteil der Unternehmen, welcher die Lage als schlecht bis

sehr schlecht beurteilt. 2020 waren es 27 Prozent der KMU, 2021 zwölf Prozent und heute noch fünf Prozent. Dieser Trend kann als Zeichen dafür verstanden werden, dass die Schweizer KMU ihre Hausaufgaben gemacht haben und mit den aktuellen Herausforderungen gut umzugehen scheinen. Wieder schätzen grössere Unternehmen ihre eigene Lage besser ein als kleinere. Kleinere KMU tendieren dazu, die Lage neutraler einzuschätzen (39 Prozent), während dieser Anteil bei KMU mit über 10 Mio. CHF Umsatz mit 13 Prozent deutlich kleiner ist. Positiv ist, dass der Anteil der kleineren KMU, welche ihre Lage als schlecht bis sehr schlecht einstufen, nur geringfügig höher ist als bei grösseren.

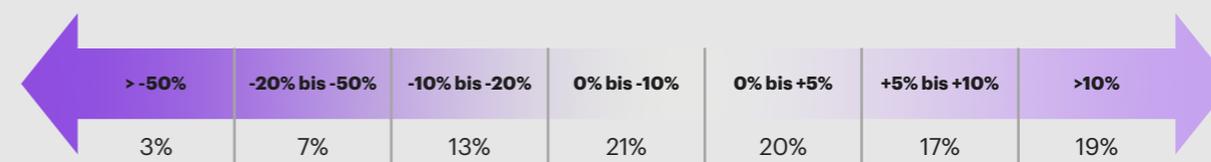
Die wirtschaftliche Lage der Schweizer KMU ist gut – 56 Prozent konnten ihren Umsatz in den letzten zwölf Monaten weiter steigern, 36 Prozent um mehr als 5 Prozent

Die Beurteilung der aktuellen wirtschaftlichen Lage der KMU spiegelt sich in ihren Finanzergebnissen wider. Knapp 56 Prozent der Schweizer KMU haben in den vergangenen zwölf Monaten ihren Umsatz weiter steigern können, 17 Prozent zwischen 5-10 Prozent, 19 Prozent sogar über 10 Prozent. Damit bestätigt sich der positive Trend des Vorjahres. Bereits im Jahr 2021 haben knapp 50 Prozent der Unternehmen steigende Umsätze verbuchen können, nachdem im Jahr 2020 70 Prozent rückläufige Umsätze gemeldet hatten. Für viele KMU waren die Auswirkungen der COVID-19-Krise über die letzten zwei Jahre überschaubar. Für 31 Prozent hatte die Krise sogar eher positive Auswirkungen, mindestens 23 Prozent melden, dass die Krise keine negativen Auswirkungen auf ihr Geschäft hatte.

Mindestens für das Jahr 2022 erwarten die Schweizer KMU, dass sich der positive Trend fortsetzt. 63 Prozent erwarten insgesamt steigende Umsätze im Jahr 2022, 24 Prozent mindestens gleichbleibende und lediglich knapp 13 Prozent gehen von sinkenden Umsätzen aus. Etwas verhaltener sind die Aussichten in Bezug auf die Renditen. 31 Prozent der KMU erwarten steigende, 43 Prozent gleichbleibende und immerhin 26 Prozent sinkende Renditen. Damit decken sich die Erwartungen in etwa mit denen des Vorjahres. Während die Erwartungen in Bezug auf die Umsatzrendite nicht abhängig sind von der Grösse des Unternehmens, gibt es beim Umsatz einen klaren Trend: je grösser das KMU, desto eher werden Umsatzsteigerungen erwartet.

Wie hat sich der Umsatz Ihres Unternehmens in den letzten zwölf Monaten entwickelt?

Prozentuale Werte



63 Prozent der Schweizer KMU erwarten für 2022 steigenden Umsatz, weitere 24 Prozent mindestens gleichbleibenden. 74 Prozent erwarten mindestens gleichbleibende oder steigende Umsatzrenditen



Das positive Stimmungsbild aus dem Frühjahr 2021 hat sich bestätigt, Schweizer KMU haben in den letzten zwölf Monaten in der Mehrheit positive Entwicklungen verbuchen können und erwarten, dass sich dieser Trend mindestens für dieses Jahr fortsetzt. Befragt man die KMU nach ihrer Einschätzung zur eigenen wirtschaftlichen Lage in den nächsten drei Jahren, bleibt der Optimismus, wenn auch etwas abgeschwächt gegenüber der Umfrage des letzten Jahres. 2021 war die Stimmung in Bezug auf die mittelfristigen Aussichten für das eigene Unternehmen auf einem Allzeithoch bezogen auf die Datenreihe unserer Studie seit 2018. 76 Prozent der Unternehmen beurteilten ihre Entwicklung über die nächsten drei Jahre als gut bis sehr gut. Im Frühjahr 2022 ist dieser Anteil leicht auf 67 Prozent gesunken, mehrheitlich zugunsten eines eher neutralen

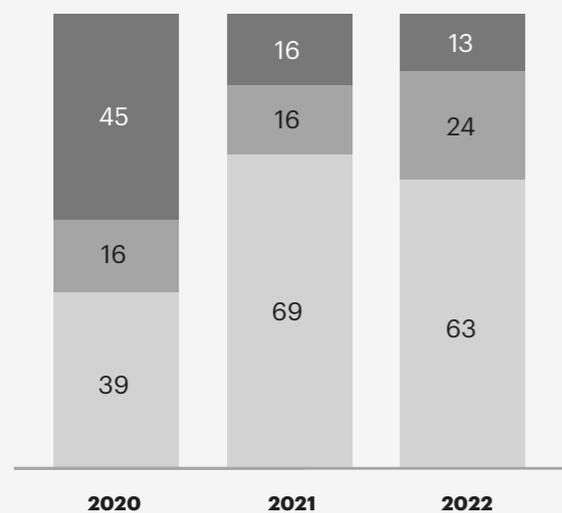
Ausblickes. Der Anteil derjenigen Unternehmen, welche die Aussichten als schlecht bis sehr schlecht beschreiben, verbleibt bei niedrigen fünf Prozent. Das kann als Hinweis verstanden werden, dass die aktuellen geopolitischen und makroökonomischen Entwicklungen entweder als von kurzer Dauer oder als nicht signifikant eingestuft werden.

In Summe lässt sich festhalten: Der Schweizer Mittelstand entwickelt sich weiter positiv und ist gestärkt aus der COVID-19-Krise gekommen. Auch wenn die mittelfristigen Aussichten und wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen über die nächsten zwölf Monate nicht mehr so positiv wahrgenommen werden wie noch vor einem Jahr, lässt sich doch insgesamt weiterhin viel Optimismus ausmachen.

Wie werden sich die folgenden Kennzahlen Ihres Unternehmens im laufenden Jahr entwickeln?

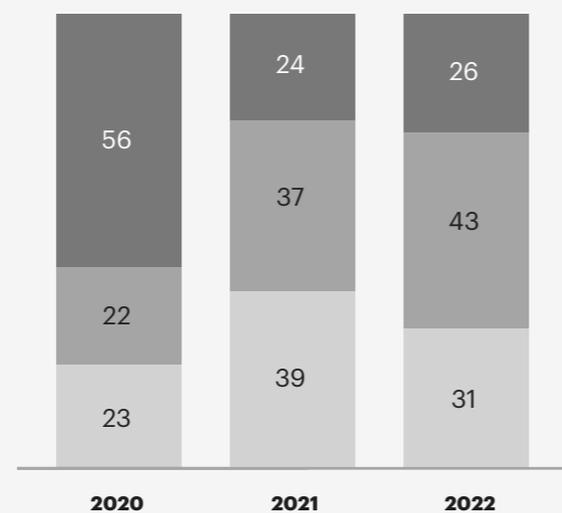
Prozentuale Werte

Umsatz insgesamt



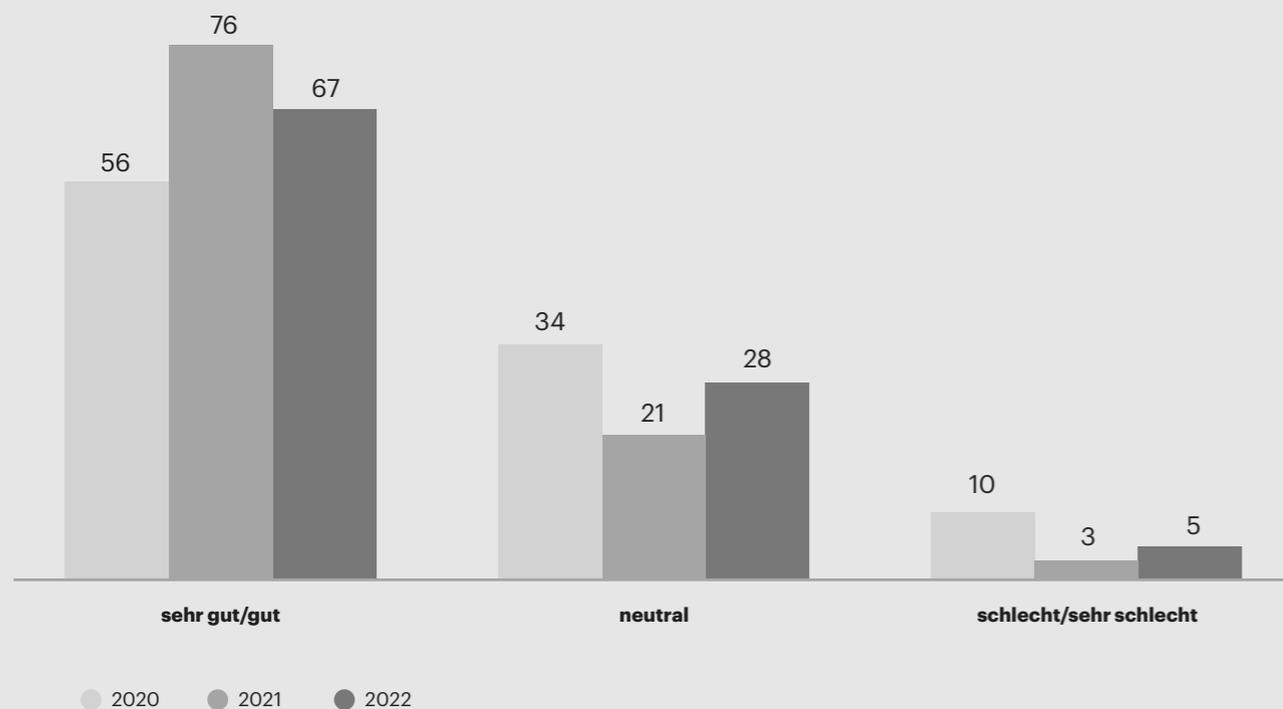
● Steigen ● Gleich ● Sinken

Umsatzrendite



Wie beurteilen Sie die zukünftige Wirtschaftslage Ihres Unternehmens in den nächsten drei Jahren?

Prozentuale Werte



● 2020 ● 2021 ● 2022

03 Pandemie, Krieg, Inflation – Krisenmodus als courant normal?

Nach COVID-19 muss sich der Schweizer Mittelstand also bereits mit den nächsten Krisen und Herausforderungen befassen. Wie haben es Schweizer KMU geschafft, trotz vermeintlicher Krise gute Ergebnisse zu erzielen, zu wachsen und in der aktuellen Situation weiterhin sehr optimistisch in die Zukunft zu blicken? Welche Herausforderungen sehen sie als die wichtigsten in Bezug auf ihre wirtschaftliche Lage? Welche konjunkturellen Risiken beschäftigen sie?

56 Prozent der Schweizer KMU sind auf Krisen wie COVID-19 oder den Krieg in der Ukraine gut bis sehr gut vorbereitet, nur acht Prozent schlecht bis gar nicht

Schweizer KMU haben sich schon in der Vergangenheit als anpassungsfähig erwiesen und haben Krisen gut meistern können. Unsere Umfrage zeigt, dass drei Faktoren entscheidend dazu beigetragen haben, dass Unternehmen nicht nur gut durch die vergangenen zwei Jahre gekommen sind, sondern auch optimistisch in die Zukunft blicken.

Erstens war eine Mehrheit der Schweizer KMU grundsätzlich gut bis sehr gut (56 Prozent) oder mindestens einigermaßen gut (36 Prozent) auf die COVID-19-Krise oder den Ukraine-Krieg vorbereitet. Nur acht Prozent gaben an, dass sie de facto ihre Hausaufgaben nicht gemacht haben und schlecht bis sehr schlecht auf Krisensituationen reagieren können. Es liegt die Schlussfolgerung nahe, dass nicht zuletzt die Erfahrungen mit der COVID-19-Krise dazu geführt haben, dass Schweizer KMU in ihre eigene Resilienz investiert haben und Krisen deswegen besser meistern können, oder aber schon immer gut mit Krisen umzugehen wussten.

Zweitens waren viele Unternehmen, und das deckt sich mit den Erkenntnissen unserer Studie im Frühjahr 2021, weniger stark von den Auswirkungen von Krisen betroffen als es die globale Wirtschaftslage annehmen lässt. Für 23 Prozent der befragten Schweizer KMU hatte COVID-19 insgesamt positive und für weitere 31 Prozent keine negativen Auswirkungen. Lediglich sechs Prozent leiden nach wie vor stark unter den Auswirkungen der globalen Pandemie. Ein wesentlicher Faktor dafür

dürfte sein, dass viele Unternehmen im Schweizer Mittelstand entweder wenig wirtschaftliche Verknüpfungen ins Ausland haben oder aber sich grenzüberschreitende Aktivitäten primär auf angrenzende Länder beschränken. Aus der Studie vom Frühjahr 2021 wissen wir, dass rund 80 Prozent des Exports bzw. der internationalen Tätigkeiten mit den direkten Nachbarländern abgewickelt werden. Die Geschäftsmodelle der Schweizer KMU und die vielleicht bewusste Entscheidung nicht in allen globalen Grossmärkten vertreten zu sein, hat sich hier bewährt.

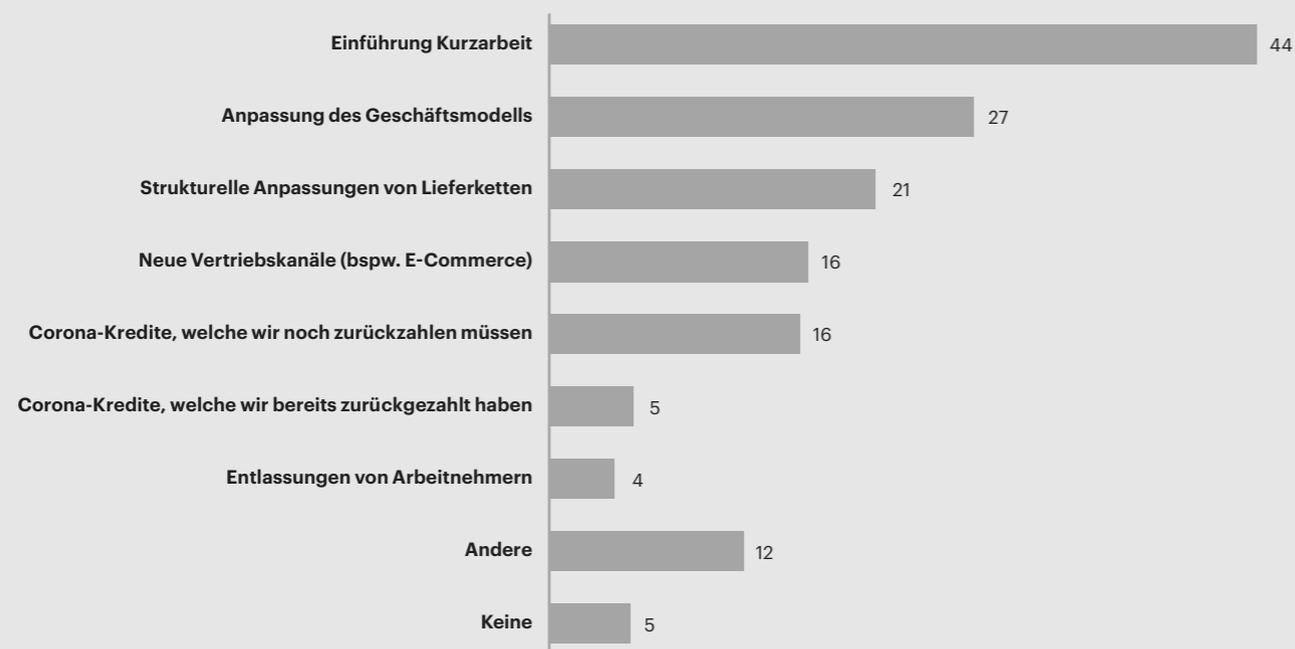
Drittens haben viele Unternehmen Massnahmen ergriffen, um die COVID-19-Krise abzufedern. Bereits in den Frühjahren 2020 und 2021 haben rund 50-60 Prozent der Unternehmen angegeben, dass sie Kurzarbeit eingeführt hatten. Weitere rund 50 Prozent haben strukturelle Anpassungen am Geschäftsmodell vorgenommen oder an der Konfiguration von Lieferketten (31 Prozent). Interessanterweise ist damit eingetreten, was wir in den vergangenen Jahren vermutet haben, aber bis zum letzten Jahr nicht passiert ist: Schweizer KMU haben nicht nur kurzfristige, sondern strukturelle Anpassungen vorgenommen, die sich sicherlich in der aktuellen Situation als Vorteil erweisen. Andere Massnahmen, die ergriffen wurden, sind unter anderem mehr Investitionen in die Digitalisierung, Einführung von flexibleren Arbeitsmodellen, Auf- und Ausbau von Lagern.

Kann der Schweizer Mittelstand deswegen der aktuellen Krise gelassen entgegenblicken? Vermutlich kaum. Trotz guter Vorbereitung auf Krisen und insgesamt guter wirtschaftlicher Lage spürt der Schweizer Mittelstand die Auswirkungen des Ukraine-Kriegs.

Steigende Preise für Rohmaterialien und -komponenten sowie die Unterbrechung von Lieferketten als Folge des Ukraine-Kriegs stellen den Schweizer Mittelstand vor Herausforderungen

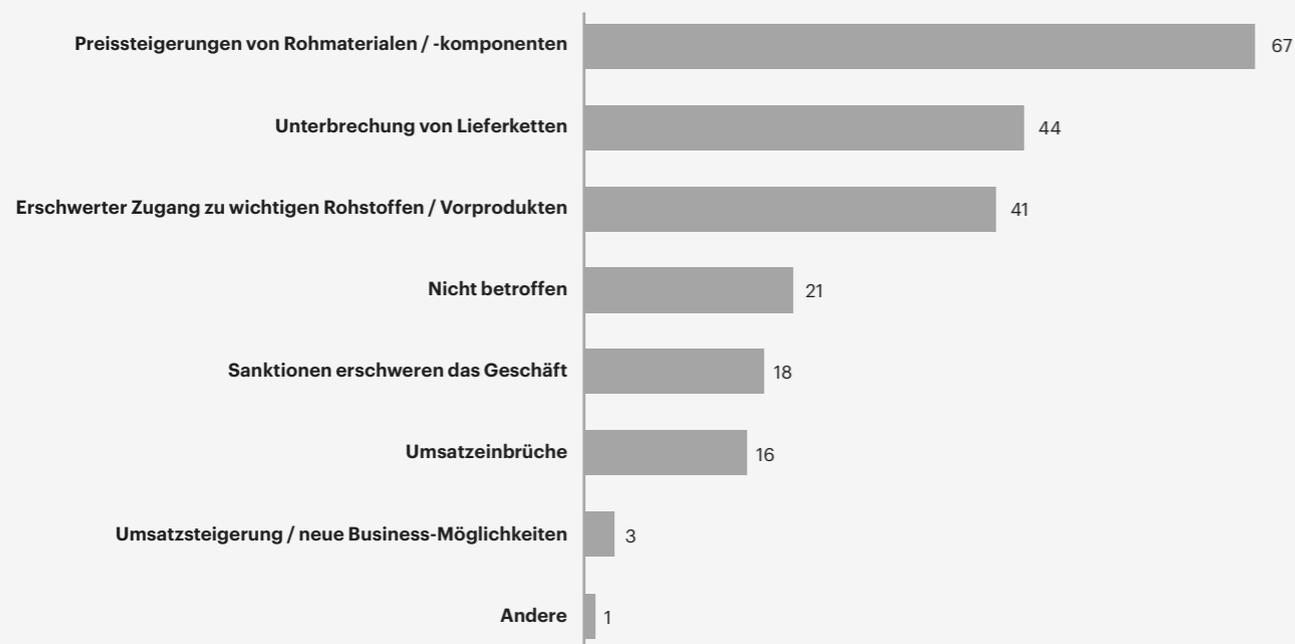
Welche Massnahmen haben Ihnen am meisten geholfen, die Auswirkungen der COVID-19-Krise zu meistern?

Prozentuale Werte, inklusive Mehrfachnennungen



Inwiefern sind Sie als Unternehmen vom Ukraine-Krieg betroffen?

Prozentuale Werte, inklusive Mehrfachnennungen



Zwei Drittel der Unternehmen sind von steigenden Preisen für Rohmaterialien und -komponenten betroffen, 44 Prozent beklagen Unterbrechungen von Lieferketten und weitere 41 Prozent einen erschwerten Zugang zu Rohstoffen und Vorprodukten. Der Ukraine-Krieg hat die schon angespannte Lage internationaler Lieferketten akzentuiert. Unternehmen sind hiervon nicht nur betroffen, wenn sie in Asien oder beispielsweise Osteuropa geschäftlich tätig sind, auch Tätigkeiten im grenznahen Ausland bedeutet keinesfalls Liefersicherheit oder Zugang zu günstigen Rohstoffen und Komponenten. 42 Prozent der Unternehmen sehen sich dennoch nicht gezwungen, konkrete Massnahmen zu ergreifen, während sich 36 Prozent auf die Suche nach neuen oder zusätzlichen Lieferanten gemacht haben und 32 Prozent der teilnehmenden KMU Rohstoffe und Vorprodukte auf Vorrat beschaffen, um Lieferengpässen entgegenzuwirken.

Die Preisentwicklung ist dann konsequenterweise auch der Faktor, dem der Schweizer Mittelstand die höchste Bedeutung beimisst, die eigene wirtschaftliche Lage negativ zu beeinflussen. Damit verbunden haben die Disruption globaler Wertschöpfungs- und damit auch Zuliefererketten, sowie der Zugang zu natürlichen Ressourcen nochmals deutlich an Bedeutung gewonnen. Noch im Frühjahr 2020 wurde letzterer Faktor nur von 43 Prozent als wichtig erachtet, im Frühjahr 2021 schon von 50 Prozent, heute sind es 67 Prozent. Eines der dominierenden Themen der letzten Jahre, globale Pandemien, hat hingegen klar an Bedeutung verloren.

Nicht alle Faktoren sind jedoch direkt oder indirekt an momentane Krisenherde gebunden. Themen wie die Beherrschung von technologischen Trends sowie Cyber- bzw. Datensicherheit rangierten in den letzten drei Jahren immer in den Top 3. Der Schweizer Mittelstand ist gefordert, technologischen Entwicklungen zu folgen und sich oft gegenüber kleineren, agilen, gut finanzierten Start-ups zu behaupten. Letztere dringen in immer mehr Branchen vor und fordern etablierte Spielregeln heraus.

Hohe Energie- und Rohstoffpreise sowie Verfügbarkeit von Rohstoffen und Fachkräften werden als zentrale Konjunkturrisiken erachtet. Das überrascht nicht. Über alle Branchen hinweg und auch in der Politik ist das Thema Energiesicherheit derzeit eines der dominierenden Diskussionsthemen. Die Abhängigkeit Europas von russischen Gaslieferungen und das gleichzeitige Vorantreiben der Energiewende weg von Nuklearenergie und fossilen Energieträgern führen bereits heute zu Engpässen und hohen Preisen. Die Schweiz deckt heute rund 15 Prozent ihres Energiebedarfs mit Gas, 50 Prozent davon stammt aus Russland (Quelle: gazenergie.ch). Eine ähnliche Abhängigkeit besteht in der Europäischen Union, wo die Energiepreise im Jahr 2022 bisher um rund 40 Prozent gestiegen sind (Quelle: eurostat | euroindicators, 81/2022). Dieser Trend wird sich weiter verstärken, wenn die Tage kürzer und die Temperaturen niedriger werden.

Preisentwicklung, Cyber- und Datensicherheit und die Disruption von internationalen Wertschöpfungsketten beeinflussen die wirtschaftliche Lage Schweizer KMU am meisten

Genau beobachtet werden auch die potenziellen Konjunkturrisiken mit geopolitischem Kontext. Der Ukraine-Krieg ist ein Beispiel, die zunehmende angespannte Lage im süd-pazifischen Raum ein weiteres. Nicht zuletzt, und diese Forderung rangiert seit Jahren ganz oben, erwarten die KMU, dass die Beziehung mit der EU endlich auf ein stabiles Fundament gestellt wird. Aktuelle Krisen der vergangenen Jahre haben das Thema zwar etwas in den Hintergrund rücken lassen – das vor über einem Jahr gescheiterte Rahmenabkommen mit der EU birgt aber die latente Gefahr, den Zugang zum äusserst wichtigen europäischen Binnenmarkt zu erschweren. Die Auswirkungen einer instabilen Beziehung mit der Europäischen Union können am Beispiel Grossbritannien anschaulich studiert werden. Nach wie vor leidet die britische Wirtschaft unter den erschwerten Handelsbedingungen mit dem europäischen Festland.

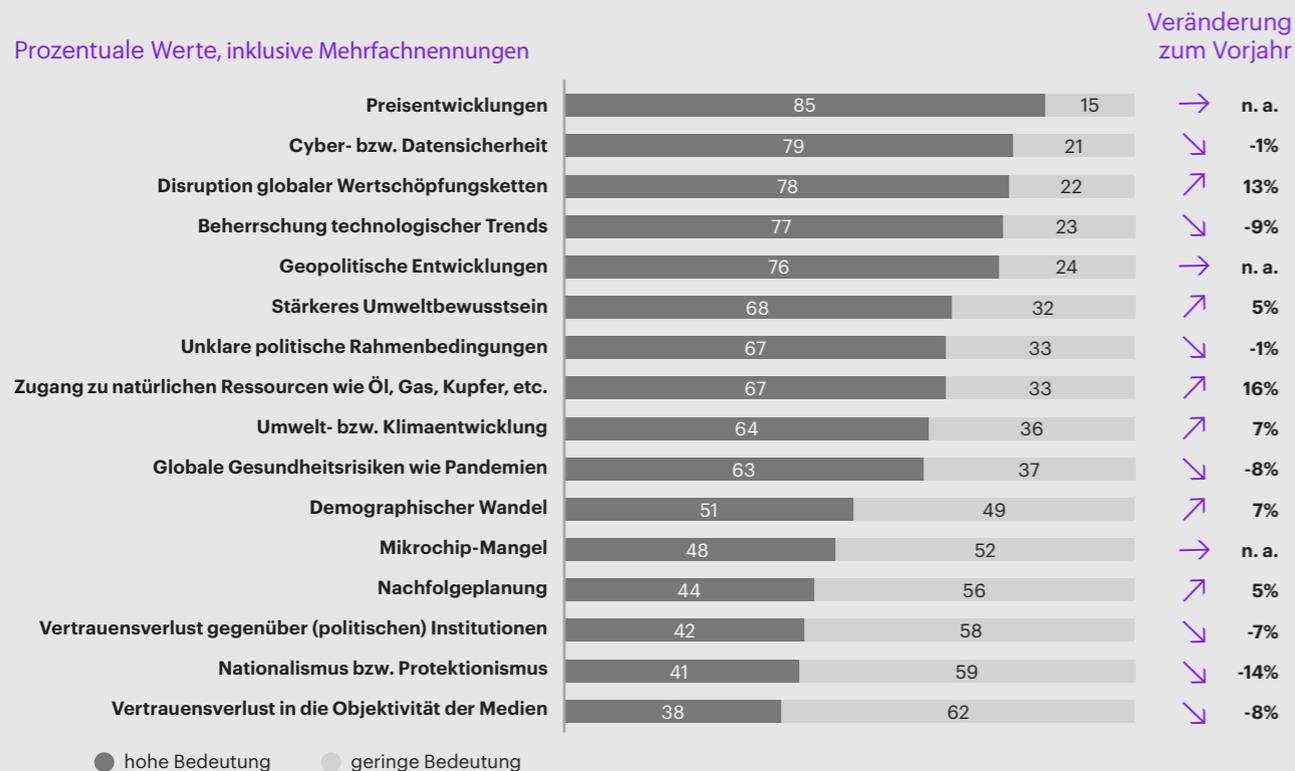
Die gute wirtschaftliche Lage des Schweizer Mittelstandes und der positive Ausblick in die Zukunft dürfen nicht darüber hinwegtäuschen, dass die aktuellen Krisen und die damit verbundenen Auswirkungen auf Preise, die Verfügbarkeit von Rohstoffen, Energie und Vorprodukten Risiken bergen, auf die es sich vorzubereiten gilt.

Nachhaltiges Wirtschaften und nachhaltige Lieferketten sind vor diesem Hintergrund von immer grösserer Bedeutung und werden im folgenden Kapitel fokussiert betrachtet.

Hohe Preise und die Verknappung von Energie- und Rohstoffen werden als das zentrale Konjunkturrisiko erachtet

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

Prozentuale Werte, inklusive Mehrfachnennungen



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

Prozentuale Werte, Mehrfachnennung möglich

Veränderung zum Vorjahr



04 Nachhaltige Lieferketten – wettbewerbsentscheidend

Nachhaltigkeit ist zu einem der Schlagwörter der letzten Jahre geworden. Klimawandel, Disruption globaler Wertschöpfungsketten, hohe Energie- und Rohstoffpreise und neue Anforderungen von Konsumenten haben dazu geführt, dass immer mehr Unternehmen Nachhaltigkeit, neu-deutsch «Sustainability», als wichtiges Thema entdecken und Veränderungen in ihren Geschäftsmodellen und Lieferketten vorantreiben.

Der Fokus wirtschaftlicher Aktivitäten auf eine ausgeglichene Balance zwischen Umweltverträglichkeit, Sozialverträglichkeit, ökonomischer Sicherheit und Stabilität kann ein entscheidender Wettbewerbsfaktor sein. Wir wollten deswegen wissen, welche Bedeutung Nachhaltigkeit für den Schweizer Mittelstand hat, welche Vorteile er sich von nachhaltigen Lieferketten erhofft und wie Unternehmen gezielt in Verbesserungen investieren.

84 Prozent der Schweizer KMU erachten die Bedeutung von Nachhaltigkeit als mittel bis sehr hoch, bei drei Vierteln der KMU ist Nachhaltigkeit integraler Bestandteil der Unternehmensstrategie

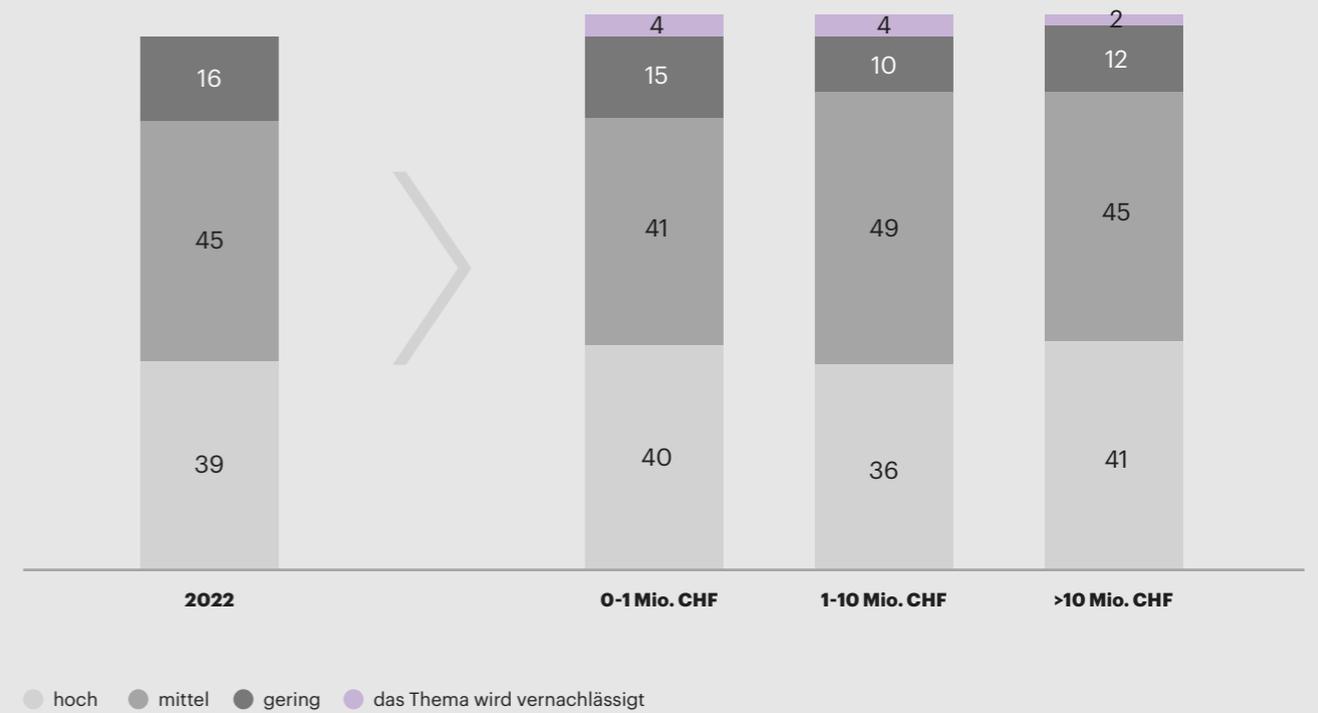
Unsere Umfrage zeigt deutlich, dass Nachhaltigkeit in der Breite angekommen und für den Schweizer Mittelstand wichtig ist. Durchschnittlich 39 Prozent der befragten KMU beurteilen die Bedeutung als hoch, weitere 45 Prozent als mittel und die Hälfte sieht darin eine Chance, nur wenige eine Herausforderung (17 Prozent). Obwohl man das hätte annehmen können, gibt es hier in den Umfrageresultaten zwischen kleinen und grösseren KMU keine Unterschiede

Nachhaltigkeit und die Bewirtschaftung von nachhaltigen Lieferketten sind herausfordernd und komplex. Nachhaltigkeit ist vielschichtig, beinhaltet umweltbezogene, soziale und ökonomische Faktoren und Initiativen, die es zu priorisieren und aufeinander abzustimmen gilt. Für eine Mehrheit der Schweizer KMU ist Nachhaltigkeit kein theoretisches Konstrukt. Umso erstaunlicher sind die Resultate: Drei Viertel der Unternehmen haben bereits oder setzen derzeit Nachhaltigkeitsinitiativen in die Praxis um. Die befragten Unternehmen verdeutlichen die Wichtigkeit von Nachhaltigkeit und nachhaltigen Lieferketten dadurch, dass diese bereits heute integraler Bestandteil der Unternehmensstrategie sind und die Entwicklung einer Nachhaltigkeitsstrategie meist direkt in der Verantwortung des CEO liegt (60 Prozent). Niedrigere Hierarchieebenen, beispielsweise strategische Organisationseinheiten (14 Prozent) oder Produktions- und Einkaufsleiter (8 Prozent), spielen eine eher untergeordnete Rolle.

Gründe, wieso Unternehmen zukunftsgerichtet in die Nachhaltigkeit ihrer Lieferketten investieren, sind teilweise aktuelle, krisenbedingte Herausforderungen, jedoch nicht ausschliesslich. Die meisten Schweizer KMU geben als wichtigsten Treiber für Investitionen Eigeninitiative an (76 Prozent). An zweiter Stelle der wichtigsten Gründe rangiert die aktuelle Preisentwicklung von Rohstoffen, Energie und anderen Inputfaktoren. Das gesteigerte öffentliche Umweltbewusstsein (63 Prozent), einen Beitrag zum Klimawandel zu leisten (58 Prozent) sowie auf Druck von Kunden (56 Prozent) zu handeln sind weitere Beweggründe. In der Tat scheint es, als hätten Kunden einen nicht unwesentlichen Einfluss. 25 Prozent der befragten Schweizer KMU haben Kunden, welche die Nachhaltigkeit beziehungsweise die Sozial- und Umweltverträglichkeit von angebotenen Produkten und Dienstleistungen stark bis sehr stark gewichten. Weitere 35 Prozent der Kunden scheinen zumindest auf Nachhaltigkeit zu achten. Geopolitische Veränderungen hingegen erachten nur 43 Prozent als wichtigen Treiber, obwohl sie als wesentlicher Faktor für die eigene wirtschaftliche Entwicklung gesehen werden.

Welche Bedeutung hat das Thema Nachhaltigkeit in Ihrem Unternehmen?

Prozentuale Werte



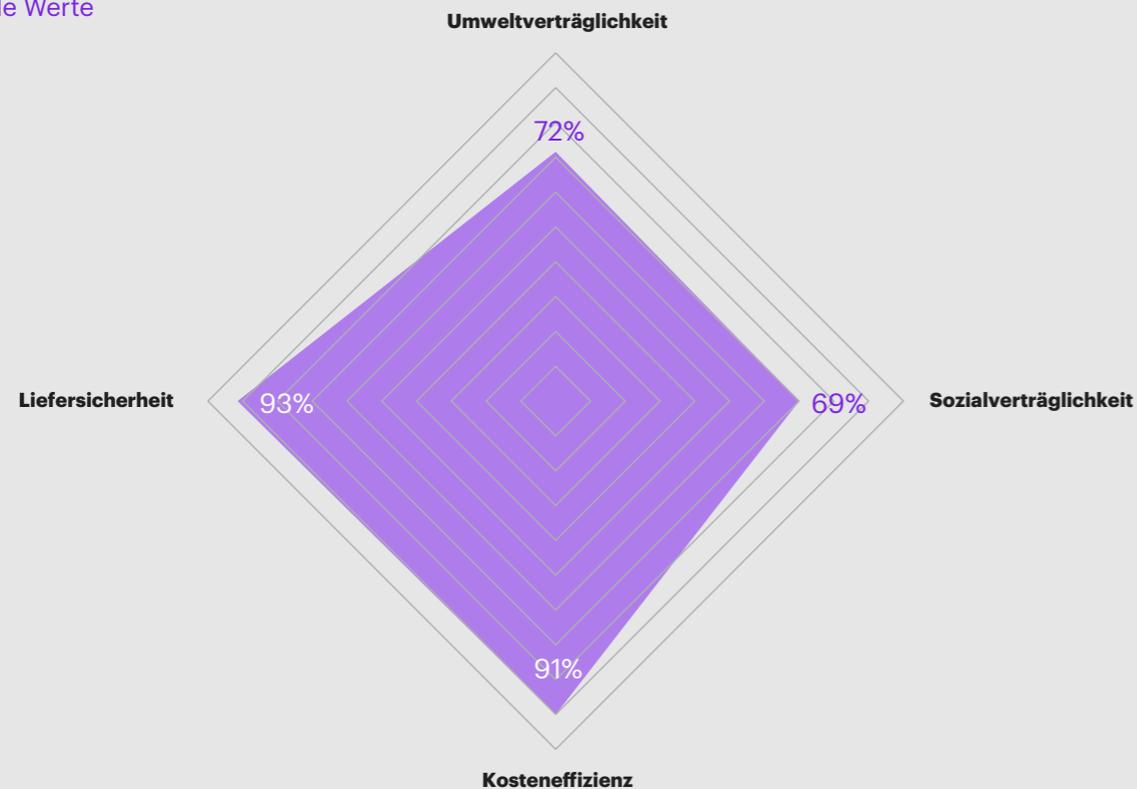
Die Investition in nachhaltige Lieferketten soll sich für viele KMU nicht nur ökonomisch lohnen, indem stabilere und sichere Lieferketten mehr Gewinn und Umsatz generieren. Viel mehr geben Schweizer KMU (jeweils zu 70 bis 80 Prozent) eine Verbesserung des Aussenbildes, eine Erhöhung der Mitarbeiter- und Kundenzufriedenheit sowie die Differenzierung gegenüber dem Wettbewerb als wichtigste Erfolgsbeiträge nachhaltiger Wertschöpfungsketten an. 26 Prozent der Unternehmen sind überzeugt, dass nachhaltige Lieferketten einen hohen bis sehr hohen Beitrag zum wirtschaftlichen Erfolg ihres Unternehmens leisten, 39 Prozent sind der Meinung, dass der Beitrag mindestens spürbar ist.

Obwohl die Aussenwirkung eine wichtige Rolle spielt: Auf die Frage, welche Faktoren konkret die wichtigsten bei der Ausgestaltung von Lieferketten sind, priorisieren Schweizer KMU mit jeweils über 90 Prozent Liefersicherheit und Kosteneffizienz über Umwelt- und Sozialverträglichkeit (beide um 70 Prozent). Unterschiede sind jedoch festzustellen, wenn man sich Antworten nach Grösse der befragten Unternehmen anschaut. Kleinere Unternehmen tendieren im Schnitt eher dazu, Sozial- und Umweltverträglichkeit mehr Bedeutung einzuräumen, grosse KMU sind deutlich stärker kostenorientiert und auf Liefersicherheit bedacht.

Ein besseres Image, erhöhte Kundenzufriedenheit und Differenzierung gegenüber Wettbewerbern treiben Unternehmen an, in die Nachhaltigkeit ihrer Lieferketten zu investieren

Wie relevant sind die folgenden Faktoren in Bezug auf Ihre Lieferketten?

Prozentuale Werte



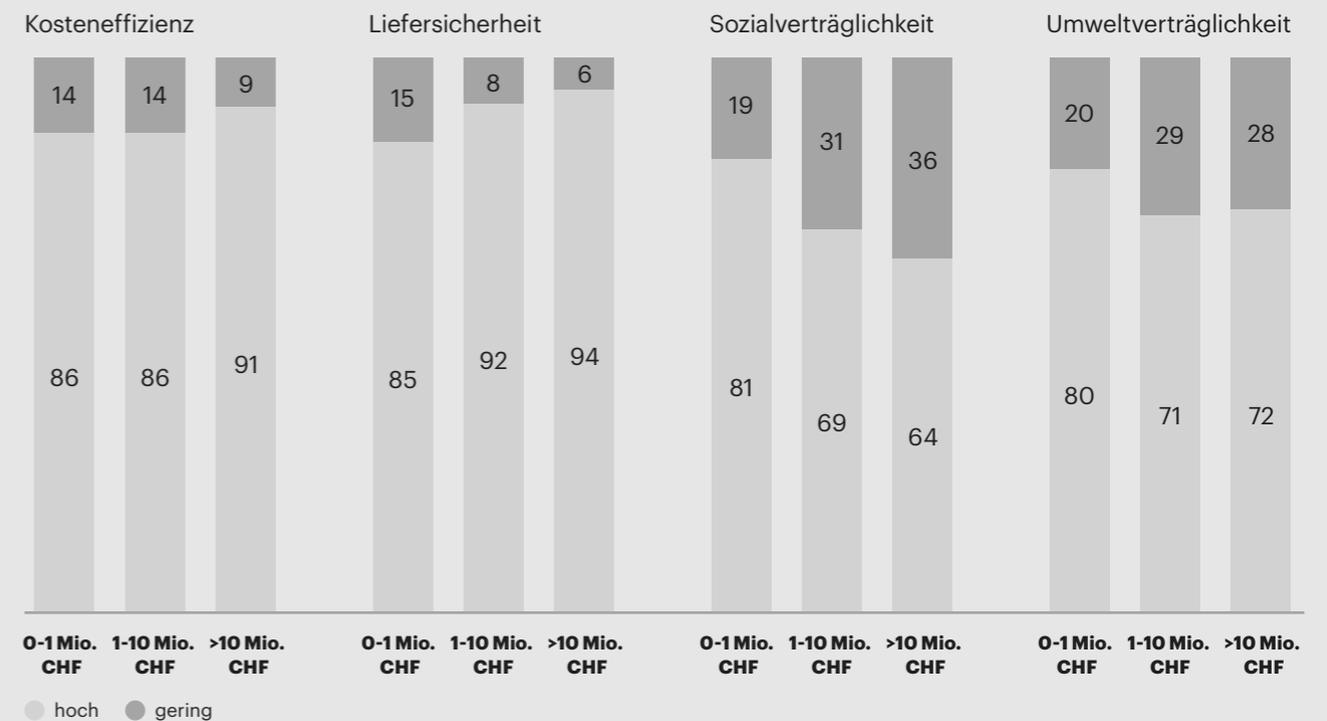
Allerwichtigster Faktor für die Ausgestaltung von Lieferketten ist deren Stabilität und Sicherheit. Das überrascht vor dem Hintergrund aktueller, globaler Engpässe kaum. Lieferengpässe haben nicht nur wirtschaftliche Konsequenzen, sondern sind für viele Unternehmen heute zu einem entscheidenden Wettbewerbsfaktor geworden. Die Fähigkeit, Produkte und Dienstleistungen zeitgerecht und schnell zur Verfügung zu stellen, ist in vielen Branchen zu einem zentralen Kaufkriterium geworden.

Die wichtigsten Faktoren für gut funktionierende Lieferketten sind an der Schnittstelle von Sicherheit, Effizienz sowie Umwelt- und Sozialverträglichkeit auszumachen

Fast gleichbedeutend sind Mitarbeitersicherheit und -gesundheit sowie Produktqualität, -sicherheit und -information. Die Wettbewerbsfähigkeit ist für Hochpreisländer wie die Schweiz stark von der Fähigkeit abhängig, hochqualitative Produkte zu produzieren. Nachhaltigkeit verlangt aber heute mehr. Produkte müssen sicher sein und ihr Weg vom Rohmaterial zum fertigen, ausgelieferten Produkt im Idealfall lückenlos nachverfolgbar. Einige Faktoren zählen sowohl auf Kosteneffizienz, Stabilität und Sicherheit als auch indirekt auf Umweltverträglichkeit ein. Dazu gehören die Verbesserung der Energieeffizienz, die Reduktion des Rohmaterial- und Energieverbrauchs sowie der erhöhte Einsatz von erneuerbaren Energien. Klassisch umweltorientierte Faktoren wie CO₂-Reduktion, Reduktion von Wasserverbrauch und -verschmutzung sowie Steigerung von Biodiversität gewichten die Unternehmen dagegen weniger hoch.

Wie relevant sind die folgenden Faktoren in Bezug auf Ihre Lieferketten?

Prozentuale Werte



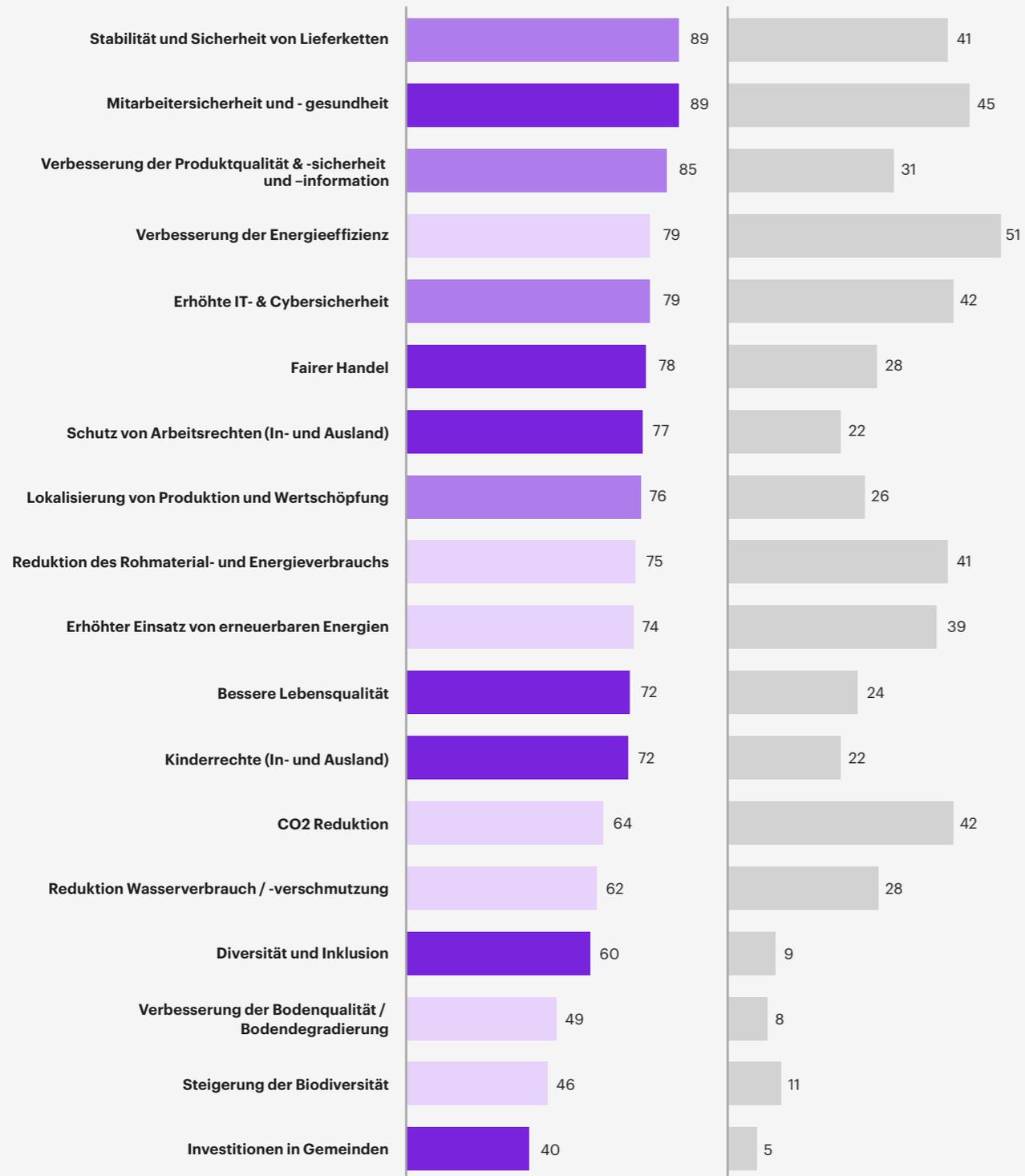
Das gesteigerte öffentliche Interesse an Umweltthemen scheint sich aber bemerkbar zu machen und es besteht Nachholbedarf. CO₂-Reduktion ist einer der priorisierten Bereiche für künftige Investitionen des Schweizer Mittelstandes in die Nachhaltigkeit von Lieferketten. Ebenfalls priorisiert für Investitionen sind Themen an der Schnittstelle von Kosteneffizienz und Umweltverträglichkeit. Zwischen 40 und 50 Prozent der befragten Schweizer Unternehmen beabsichtigen weiter, in die Verbesserung der Energieeffizienz und in die Reduktion von Rohmaterial- und Energieverbrauch zu investieren. Weiter wichtig sind Investitionen in den besseren Schutz der IT und Daten sowie der Mitarbeitenden. Cyber- und Datensicherheit werden von Unternehmen schon seit geraumer Zeit als wichtiger Faktor gesehen, der die eigene wirtschaftliche Lage beeinflusst.

Der Schweizer Mittelstand investiert zögerlich in nachhaltige Lieferketten, erkennt aber die Bedeutung wirtschaftlicher, umweltorientierter und sozialorientierter Aspekte seiner Lieferketten

Das Thema Nachhaltigkeit von Lieferketten wird für KMU und den Schweizer Mittelstand immer wichtiger und erfordert gezielte Investitionen. Drei Viertel geben an, dass die Bedeutung nachhaltiger Lieferketten zugenommen oder stark zugenommen hat. Nicht wenige sind bereit, einen signifikanten Anteil des Umsatzes zu investieren. Knapp 37 Prozent geben an, zwischen null bis zwei Prozent des Umsatzes zu investieren, 28 Prozent zwischen zwei bis fünf Prozent des Umsatzes und 20 Prozent sogar über fünf Prozent. Gefragt, in welche Bereiche der Schweizer Mittelstand gezielt investieren will, um Lieferketten nachhaltiger zu machen, wird CO₂-Reduktion als ein zentrales Thema angesehen.

Welches sind die bedeutendsten Faktoren für die Wahl von nachhaltigen Lieferketten? In welchen Bereichen gibt es konkrete Pläne in nachhaltige Lieferketten zu investieren?

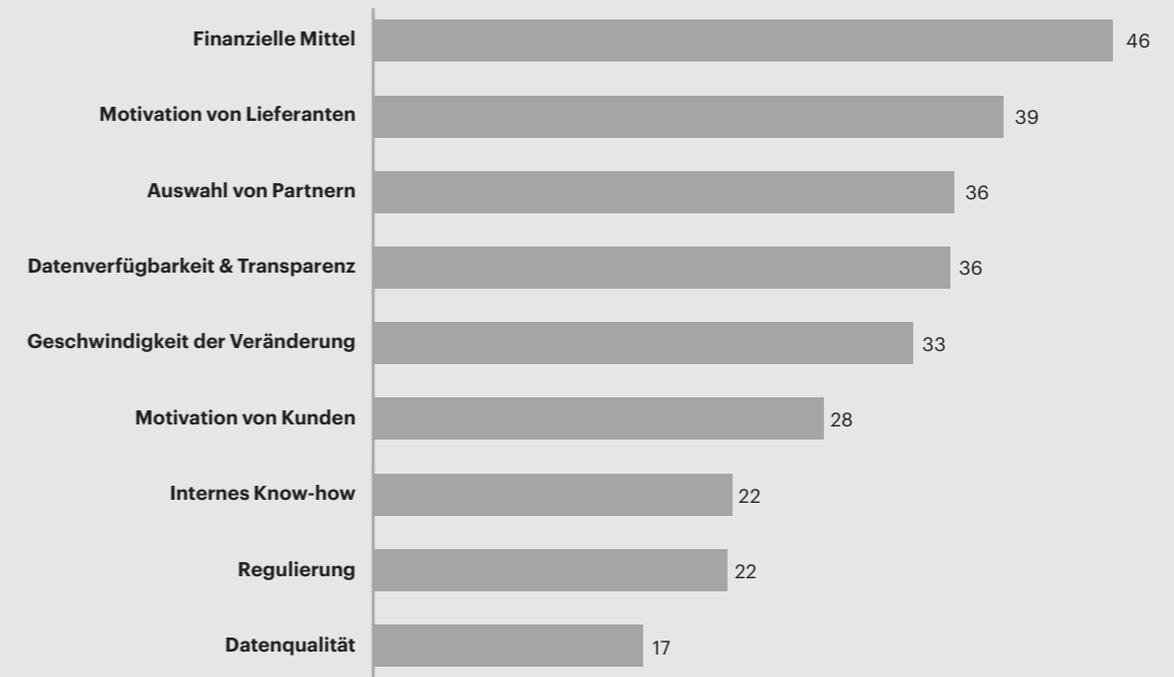
In Prozent, inkl. Mehrfachnennungen



● Umweltverträglichkeit ● Ökonomische Sicherheit ● Sozialverträglichkeit ● Konkrete Pläne für Investitionen vorhanden

Was sind die drei grössten Hürden oder Herausforderungen, Lieferketten nachhaltiger zu machen?

In Prozent



Die Verbesserung der Nachhaltigkeit von Lieferketten scheint auch für den Schweizer Mittelstand nicht immer einfach und es gilt, die Hürden und Herausforderungen zu überwinden. Fast die Hälfte der Befragten nennt die Verfügbarkeit von finanziellen Mitteln als die zentrale Herausforderung für Investitionen. Nachhaltige Lieferketten sind aber in der Regel nicht nur das Resultat individueller Anstrengungen, sondern bedürfen der Mitarbeit wichtiger Partner entlang der ganzen Wertschöpfungskette. Es ist deshalb nicht erstaunlich, dass Schweizer KMU die Motivation ihrer eigenen Lieferanten und die Auswahl der richtigen Partner ebenfalls als wesentliche Herausforderung sehen.

Abschliessend lässt sich festhalten, dass Schweizer KMU den Themen Nachhaltigkeit und nachhaltigen Lieferketten eine hohe und grösser werdende Bedeutung einräumen. Sicherheit und Stabilität von Lieferketten stehen zwar an erster Stelle, wenn die KMU nach den Beweggründen für ihre Investition befragt werden. Doch: KMU investieren nicht nur, um materiell davon zu profitieren. Sie gehen das Thema breit an und investieren, weil sie ihr Image positiv gestalten wollen, weil sie davon ausgehen, dass die Investition sie zu einem attraktiven Arbeitgeber macht und der Kundenzufriedenheit dient. Auch wollen sie sich mit Investitionen in Nachhaltigkeit und nachhaltige Lieferketten von der Konkurrenz abheben.

Die wichtigsten Faktoren für die Auswahl von Lieferketten finden sich an der Schnittstelle von Sicherheit, Effizienz sowie Umwelt- und Sozialverträglichkeit

Welche sind die drei wichtigsten Themen, denen sich die Politik in den nächsten zwölf Monaten widmen sollte?

Prozentuale Werte, Mehrfachnennung möglich

Veränderung zum Vorjahr



● 2020 ● 2021 ● 2022

05 Auftrag an die Politik – Beziehungen zur EU stabilisieren

Die Schweizer Regierung und internationale Politik stehen im Scheinwerferlicht. Der Umgang der Politik mit aktuellen geopolitischen und makroökonomischen Herausforderungen wird einen wesentlichen Einfluss auf die Entwicklung von Schweizer Unternehmen haben. Welche Themen sind am relevantesten für die KMU? Was erwarten sie sich von der Politik?

Krisen kommen und gehen, der grösste Wunsch Schweizer KMU an die Politik bleibt – die Beziehungen zur EU zu regeln. Im Vergleich zu anderen und neu aufkommenden Themen hat es zwar etwas an Bedeutung verloren, die Beziehungen zur EU sind aber entscheidend für die wirtschaftliche Entwicklung sehr vieler Unternehmen. Die EU-Länder, und insbesondere Deutschland, bleiben wichtigste Handelspartner. Ein Jahr nach dem Scheitern des Rahmenabkommens hat sich jedoch wenig getan und das Thema ist aufgrund von neuen aussenpolitischen Herausforderungen, insbesondere in der EU und Deutschland, in den Hintergrund getreten. Die Schweizer Politik ist aber laut Umfrage angehalten, in der EU-Frage endlich eine Lösung zu finden und stabile und vorhersehbare Rahmenbedingungen zu schaffen. Besonders wichtig ist dies für Unternehmen ab einer gewissen Grösse. Kleinere KMU mit weniger als einer Million Franken Umsatz messen den Beziehungen zur EU nur wenig Bedeutung bei, da sie weniger exportieren.

Hauptauftrag an die Politik zum vierten Mal in Folge: Die Beziehungen mit der EU auf ein solides Fundament stellen

Die Auswirkungen des Ukraine-Kriegs zeigen sich deutlich in der diesjährigen Studie. Die Forderung an die Politik, die Energiewende voranzutreiben, ist neu auf Platz zwei und hat sehr deutlich an Bedeutung gewonnen (plus 21 Prozentpunkte). Keine Überraschung – mögliche Versorgungsengpässe mit fossilen Brennstoffen aus dem Osten sorgen für sehr hohe Preise und bedrohen direkt die Produktion in der Schweiz. Der Energiebedarf der Schweiz ist zu 15 Prozent abhängig von Gas, die Hälfte dieses Gases kommt aus Russland (Quelle: gazenergie.ch). Zusätzlich führt die öffentliche Klimadebatte und der damit erhöhte Druck auf Unternehmen und Politik für nachhaltigere Wertschöpfung zu sorgen, dazu, dass das Thema Energiewende wichtiger wird.

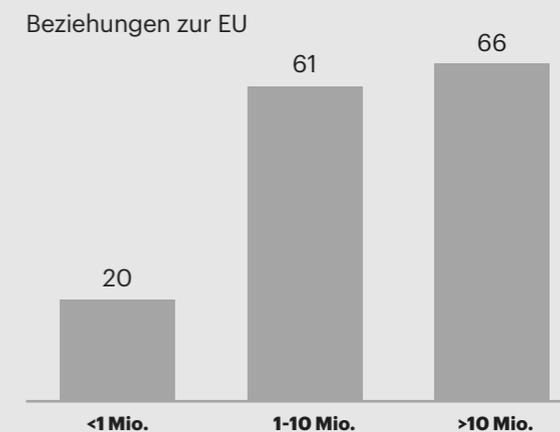
Auf Platz drei, und damit ebenfalls Dauerthema, sind Forderungen nach Abbau von Bürokratie. Sicherlich besteht weiterhin viel Potenzial, Verwaltungsprozesse zu vereinfachen, zu beschleunigen und vor allem zu digitalisieren, aber Bürokratieabbau scheint auch eine Art natürlicher Reflex zu sein.

Der Zugang zu Fachkräften hingegen ist ein immer wichtiger werdendes Thema. Die demografischen und wirtschaftsstrukturellen Veränderungen sorgen für Engpässe in vielen Branchen und über alle Qualifikationsstufen hinweg. Aufgrund der guten konjunkturellen Lage und des Wachstums über die Branchen hinweg, zeigt der Fachkräftemangel seit Mitte 2020 nach oben. Die Herausforderungen für die Politik können hier sicherlich entlang von zwei Stossrichtungen formuliert werden. Erstens, die Sicherung erstklassiger Ausbildung in der Schweiz. Zweitens, die Sicherung des Zugangs zum internationalen Arbeitsmarkt. Viele, und damit sind nicht nur Schweizer Grossunternehmen gemeint, sondern gerade auch KMU, bedienen sich heute auf den internationalen Arbeitsmärkten auf der Suche nach Talenten.

Eines der dominierenden Themen der letzten beiden Jahre, die Bewältigung der globalen Pandemie, ist in Bezug auf die Wichtigkeit für die Politik dieses Jahr ganz unten gelandet. So schnell wie die Pandemie gekommen ist, scheint sie auch aus dem Fokus wieder verschwunden zu sein.

Welche sind die drei wichtigsten Themen, denen sich die Politik in den nächsten zwölf Monaten widmen sollte?

Prozentuale Werte, Unternehmen nach Umsatz in CHF



06 Herausgeber und Partner der Studie

KEARNEY

Kearney ist eine der weltweit führenden Unternehmensberatungen für das Top-Management. Sie berät sowohl 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 Wettbewerbsvorteile zu erzielen. Im Mittelpunkt stehen dabei die Themen Wachstum und Digitalisierung, Innovation und Nachhaltigkeit sowie die Optimierung von komplexen, globalen Produktions- und Lieferketten. Kearney wurde 1926 in Chicago gegründet. 1964 eröffnete in Düsseldorf das erste Büro ausserhalb der USA. Heute beschäftigt Kearney rund 3'600 Mitarbeitende in über 40 Ländern der Welt. Seit 2010 berät das Unternehmen Klienten klimaneutral. In der Schweiz ist Kearney über die letzten Jahre stark wachsend mit derzeit rund 60 Beratern am Standort Zürich präsent und arbeitet mit zahlreichen Schweizer und internationalen Unternehmen aller Industriesektoren mit besonderem Fokus auf Konsumgüter und Handel, Pharmazeutische Industrie und Life Science, Maschinenbau und verarbeitende Industrie, Telekommunikation und den Energiesektor.

www.kearney.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



RAIFFEISEN

Die **Raiffeisen Gruppe** ist mit über 220 000 Firmenkunden die führende Bank für KMU. Mit rund 220 eigenständigen Raiffeisenbanken an über 800 Standorten ist Raiffeisen in der ganzen Schweiz lokal verankert.

Damit die Firmenkunden stets kompetent und in allen unternehmerischen Fragestellungen betreut werden können, arbeitet Raiffeisen mit Fachspezialisten und den Netzwerkpartnern Ruz und Mobiliar zusammen.

www.raiffeisen.ch/unternehmen



Bystronic

Bystronic ist ein weltweit führendes Technologieunternehmen im Bereich Blechbearbeitung. Bystronic Lösungen ermöglichen die Transformation in eine produktive und nachhaltige Zukunft. Im Fokus steht die Automation des gesamten Material- und Datenflusses der Prozesskette Schneiden und Biegen. Die intelligente Vernetzung von Laserschneidsysteme und Abkantpressen mit innovativen Automations-, Software- und Servicelösungen ist der Schlüssel zur umfassenden Digitalisierung der Blechindustrie.

www.bystronic.com

07 Die Umfrage

Im Frühjahr 2022 haben Kearney und swiss export zum fünften Mal eine Befragung des Schweizer Mittelstands durchgeführt. Zum dritten Mal sind Raiffeisen und das Raiffeisen Unternehmerzentrum Ruz als Partner dabei, neu hinzugekommen ist die Bystronic AG.

Grundgesamtheit und Stichprobe

Die Grundgesamtheit der Befragung bilden Kunden von Kearney, Raiffeisen und der Bystronic AG, Mitglieder von swiss export und des Raiffeisen Unternehmerzentrums sowie Unternehmen, die über Posts auf den Social-Media-Kanälen angesprochen wurden.

An der Online-Erhebung beteiligten sich rund 787 Unternehmen, davon 565 bzw. 209 aus dem Raiffeisen KMU Kundenpanel haben den

Fragebogen hinreichend ausgefüllt und bilden die Grundgesamtheit für die Analyse. Rund 16 Prozent davon sind im Maschinenbau (11 Prozent inklusive Raiffeisen KMU Kundenpanel), weitere 13 Prozent (14 Prozent) im Dienstleistungsgewerbe, knapp acht Prozent (sechs Prozent) in der Metallverarbeitungsindustrie sowie fünf Prozent (sechs Prozent) im Elektroniksektor tätig. Die übrigen 58 Prozent verteilen sich auf 42 weitere Gebiete. 20 Prozent der Unternehmen erwirtschaften einen jährlichen Umsatz von bis zu einer Million Schweizer Franken (35 Prozent inklusive Raiffeisen KMU Panel), 20 Prozent zwischen einer bis fünf Millionen (20 Prozent), die restlichen 60 Prozent (45 Prozent) erwirtschaftet jährlich über fünf Millionen Schweizer Franken Umsatz. Gesamthaft sind 79 Prozent der Teilnehmenden Mitglied der Geschäftsleitung (85 Prozent inklusive Raiffeisen KMU Panel).

Wir bedanken uns bei Valentin Kempfer, Nicole Keller und Bettina Schultheiss (alle Kearney) für die Planung und Auswertung der Studie.



RAIFFEISEN

Bystronic



KEARNEY