

AVENIR SUISSE UND SWISS ECONOMIC FORUM

CEO-Umfrage zur Standortqualität in der Schweiz

7. Juni 2010

AVENIR | SUISSE¹⁰⁰
think tank for economic
and social issues



Weitere Auskünfte:

Dr. Boris Zürcher, Tel. 044 445 90 07, boris.zuercher@avenir-suisse.ch

Ergebnisse der CEO-Umfrage: Swiss Economic Forum 2010

Die gemeinsam von Avenir Suisse und dem Swiss Economic Forum (SEF) durchgeführte Umfrage bei den Teilnehmenden des CEO-Dialogs in Interlaken gibt dem Unternehmensstandort Schweiz insgesamt gute Noten. Die befragten Unternehmen sind gemäss eigener Beurteilung mehrheitlich gut aufgestellt und in den wachstumsstarken Zukunftsmärkten präsent.

Die Befragung richtete sich an die Teilnehmenden des CEO-Dialogs, welcher im Rahmen des Swiss Economic Forums (SEF) vom 3. Juni in Interlaken stattfand. Durch die besondere Auswahl der Teilnehmenden wurden die Antworten spezifisch von Personen mit Führungsverantwortung für kommerzielle Unternehmen oder Organisationen im regionalen, nationalen oder internationalen Kontext erfasst.

Der Fragebogen bezweckte, die Sicht dieser Führungsverantwortlichen hinsichtlich der zwei Dimensionen «eigene Wettbewerbsfähigkeit» und «wirtschaftspolitische Rahmenbedingungen» zu erfragen, um daraus Schlüsse bezüglich des Optimierungsbedarfs in unternehmerischer und wirtschaftspolitischer Hinsicht zu ziehen.

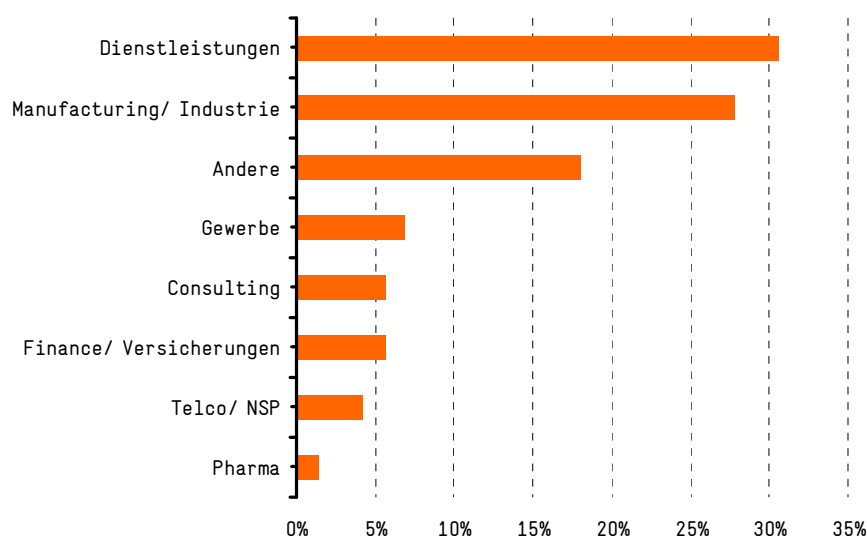
Der Link zur Umfrage wurde an die Teilnehmer des diesjährigen CEO-Dialogs vom 3. Juni 2010 im Rahmen des Swiss Economic Forums elektronisch versandt. Von den 147 Teilnehmenden haben 83 den Online-Fragebogen ausgefüllt (Response-Quote von 56 Prozent). Der Fragebogen konnte zwischen Anfang und Ende April 2010 ausgefüllt werden. Die Auswertung erfolgte im Laufe des Monats Mai. Die Highlights der Befragung wurden anlässlich des CEO-Dialogs durch Dr. Thomas Held, Direktor von Avenir Suisse, vorgestellt.

Es ist an dieser Stelle allen zu danken, die an der Umfrage teilgenommen haben.

I. ZUR UNTERNEHMENSDEMOGRAPHIE

Die grundlegenden Charakteristika der befragten Unternehmen wurden vom SEF im Rahmen der Anmeldung bereits vorgefiltert. Diese Charakteristika umfassen den Tätigkeitsbereich (Branche, Sektor), die Exportorientierung, den Umsatz, die regionale Herkunft und die Unternehmensgrösse.

Abbildung 1: Branchenzugehörigkeit



Rund 30 Prozent der Befragten zählen sich zum Dienstleistungsbereich und 27.8 Prozent rechnen sich dem Industriesektor und dem verarbeitenden Gewerbe (Manufacturing) zu. Die Pharmabranche war mit 1.4 Prozent vertreten (Abb. 1).

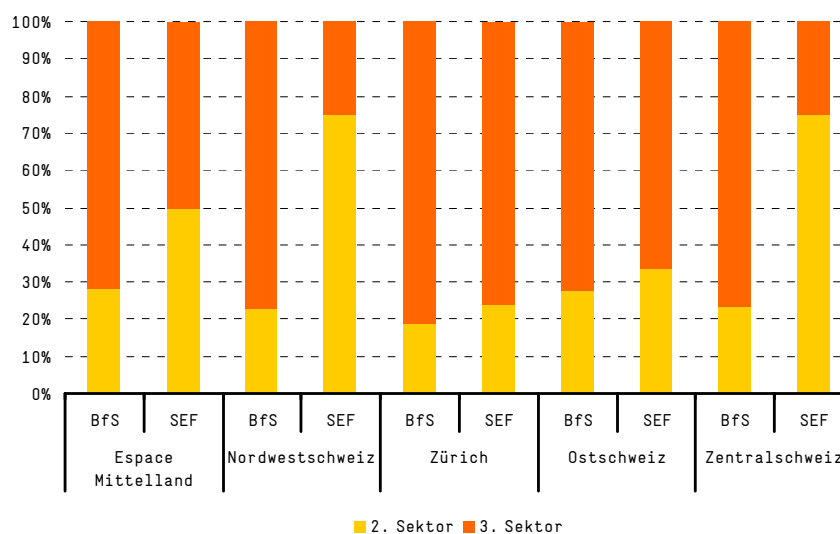
Im Folgenden wird das Sample des SEF jeweils mit den aktuelleren Zahlen des Bundesamtes für Statistik (BfS) kontrastiert.

Hinsichtlich der regionalen Herkunft der Unternehmen ist das Espace Mittelland im Sample der SEF-Umfrage mit 36.1 Prozent im Vergleich zu 20.3 Prozent in der schweizerischen Grundgesamtheit (Bundesamt für Statistik) stark übervertreten. Dasselbe gilt für die Grossregion Zürich, in welcher 34.9 Prozent der Unternehmen der SEF-Umfrage angesiedelt sind (nach BfS sind es nur knapp ein Fünftel

aller Unternehmen). Die Region Tessin ist in der SEF-Umfrage nicht repräsentiert. Im SEF-Sample sind Unternehmen aus der Genferseeregion stark untervertreten. Leicht untervertreten sind ferner Unternehmen aus den Regionen Nordwestschweiz, Ostschweiz sowie der Zentralschweiz.

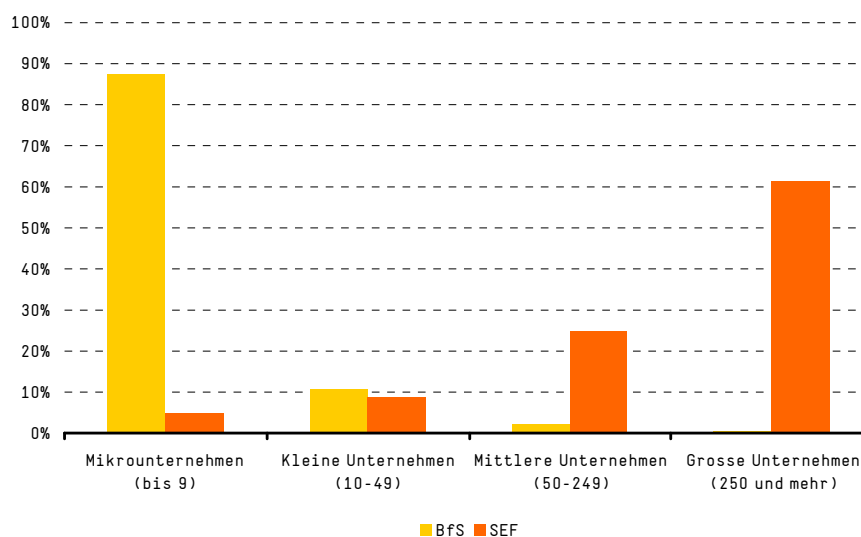
Grundsätzlich sind in der Befragung Unternehmen des 2. Sektors übervertreten und solche des 3. Sektors untervertreten. Die Regionen Espace Mittelland, Nordwestschweiz sowie die Zentralschweiz sind im Sektor 2 stark übervertreten (nach SEF 50 Prozent, nach BfS hingegen weniger als 30 Prozent). Im Sektor 3 sind vor allem die Regionen Nordwestschweiz sowie Zentralschweiz stark untervertreten. Leicht übervertreten ist im Sektor 3 die Ostschweiz (siehe Abb. 2).

Abbildung 2: Wirtschaftssectoren und Regionen



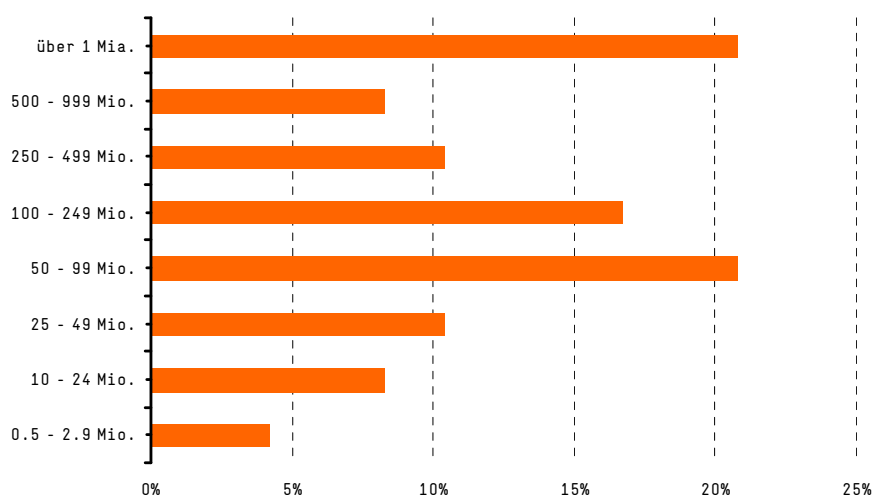
Nach Unternehmensgrösse dominieren im SEF-Sample Unternehmen mit mehr als 250 Angestellten, während die Mikrounternehmen mit weniger als 10 Angestellten deutlich untervertreten sind (Abb. 3). Diese Verteilung ist gerade spiegelbildlich zur Grundgesamtheit nach Bundesamt für Statistik, wo Mikrounternehmen mit weit über 80 Prozent Anteil dominieren. Während nach BfS nur 0.4 Prozent der Unternehmen in der Schweiz mehr als 250 Angestellte zählt, sind es im SEF-Sample 61 Prozent.

Abbildung 3: Unternehmensgrösse



Die Bedeutung grosser Unternehmen im SEF-Sample zeigt sich auch bei den Umsatzzahlen, wo mehr als ein Fünftel der Unternehmen über eine Milliarde Franken Umsatz erzielen, aber nur rund 4 Prozent einen Umsatz von weniger als 3 Millionen Franken erwirtschaften.

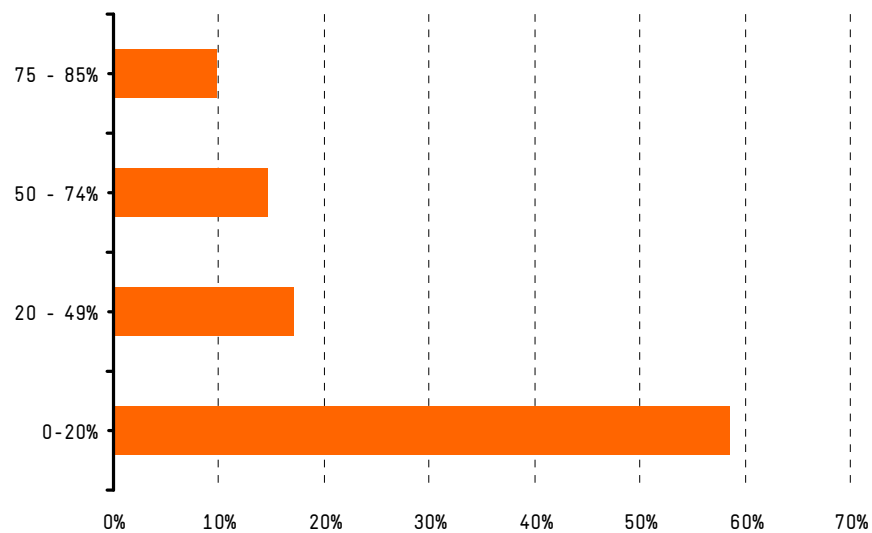
Abbildung 4: Umsätze (in CHF)



Zum gewonnen Überblick zur Unternehmensstruktur kontrastiert, dass über die Hälfte aller befragten Unternehmen einen Exportanteil von maximal 20 Prozent

aufweisen, während etwa ein Viertel aller hier repräsentierten Unternehmen einen Exportanteil von mehr als 50 Prozent haben. Dies stimmt jedoch recht gut mit der regionalen Übervertretung von Unternehmen aus dem Espace Mittelland überein, wo vor allem binnenorientierte Grossunternehmen (Post, Swisscom, SBB usw.) dominieren.

Abbildung 5: Exportanteile



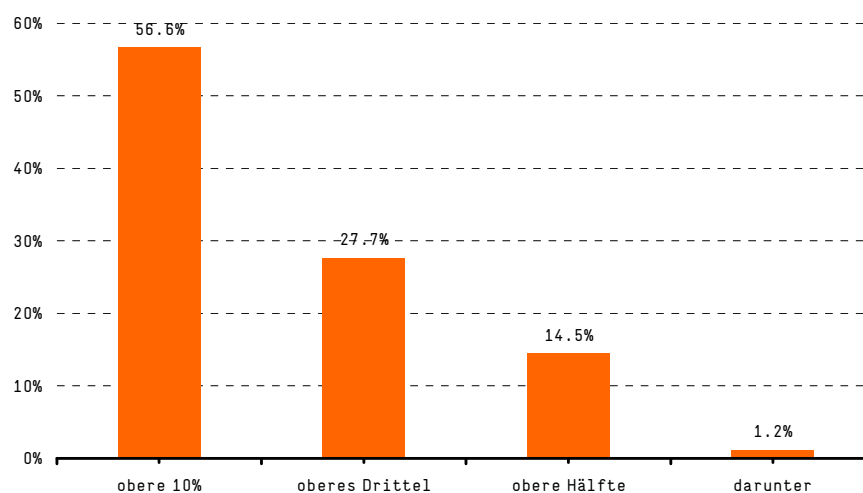
Insgesamt bestätigt sich aufgrund der verfügbaren Angaben zur Unternehmensdemographie und den Strukturangaben die Exklusivität des SEF-Samples mit überdurchschnittlich vielen umsatzstarken Grossunternehmen.

2. SELBSTEINSCHÄTZUNG DER WETTBEWERBSFÄHIGKEIT

Allgemeine Positionierung

Hinsichtlich der Selbsteinschätzung der Wettbewerbsfähigkeit zählt sich die grosse Mehrheit der Befragten bezüglich der wichtigsten Unternehmenskennzahlen (Profitabilität, Marktanteil, Umsatz usw.) zu den 10 Prozent Erfolgreichsten in ihrer jeweiligen Branche (Abb. 6).

Abbildung 6: Über 80 Prozent zählen sich selbst zum erfolgreichsten Drittel der Branche



Entsprechend schätzen ebenfalls fast zwei Drittel der befragten ihre Position am Markt als besser ein als die ihrer Konkurrenten (Abb. 7).

Auch für die Zukunft gut aufgestellt

Bei der Entwicklung von Projekten und Dienstleistungen glauben die befragten Unternehmen in der Regel den Marktentwicklungen voraus zu liegen. Gleichzeitig sind sie in den Märkten mit in Zukunft hohem Wachstumspotential präsent und gut aufgestellt (Abb. 8).

Abbildung 7: Aktuelle Ausgangslage gegenüber der Konkurrenz

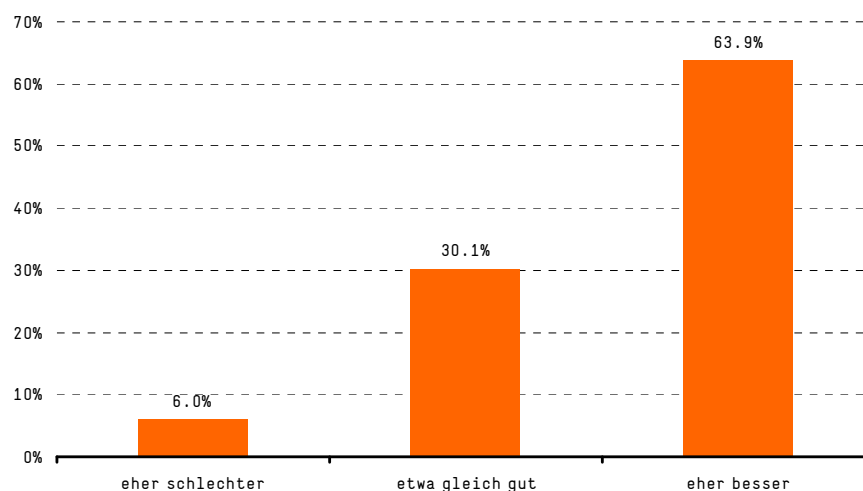
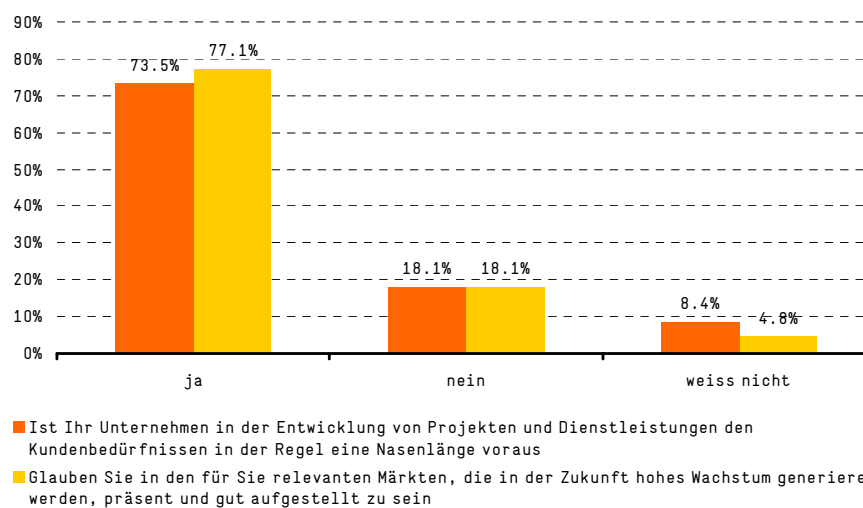


Abbildung 8: Auch für die Zukunft gut aufgestellt



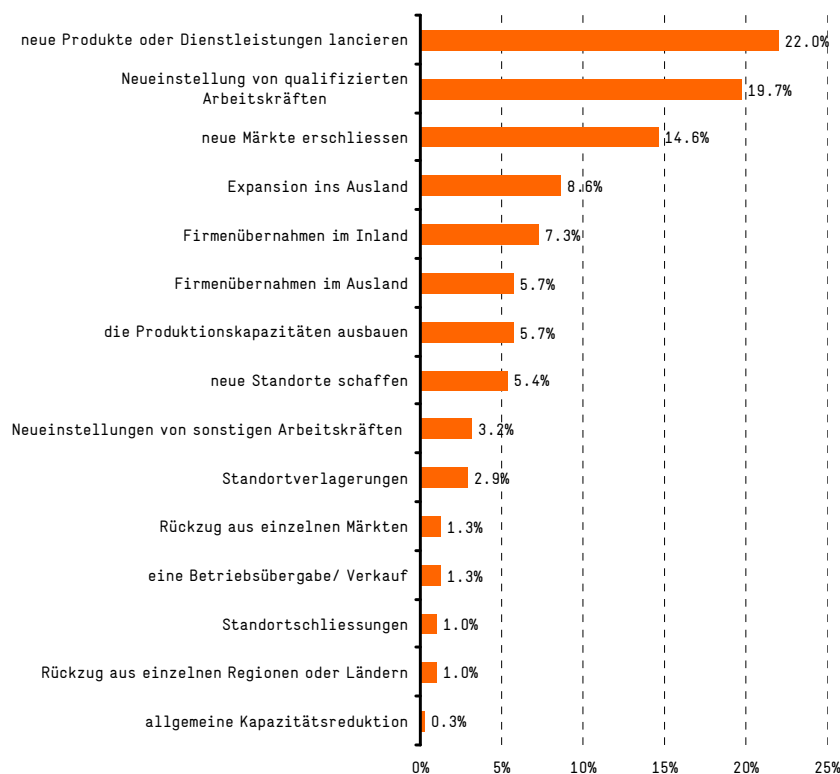
Auf die Frage, was für den Unternehmenserfolg besonders wichtig ist, nennen 47 Prozent die Innovationsfähigkeit und je 26.5 Prozent die preisliche Wettbewerbsfähigkeit und die Qualität.

Bezüglich der Frage nach der Bewertung des Zusammenspiels von eigener Leistungs- und Wettbewerbsfähigkeit und den wirtschaftspolitischen Rahmenbe-

dingungen, kommt die grosse Mehrheit der Befragte (56.6 Prozent) zum Schluss, dass die eigene Wettbewerbsfähigkeit der wichtigste Erfolgsfaktor ist. Nur 6 Prozent sind der Ansicht, dass die wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen der wichtigste Erfolgsfaktor sind. Der Rest (37.3 Prozent) gewichtet beide Dimensionen gleich hoch.

Zum Schluss des ersten Teils wurden die Unternehmen auch gefragt, welche strategischen Massnahmen sie in den nächsten zwei Jahren planen. Hier waren mehrere Antworten möglich. Die klar wichtigsten Massnahmen sind „neue Produkte oder Dienstleistungen lancieren“ (22 Prozent), Neueinstellung von qualifizierten Arbeitskräften (19.7 Prozent) und neue Märkte erschliessen (14.6 Prozent).

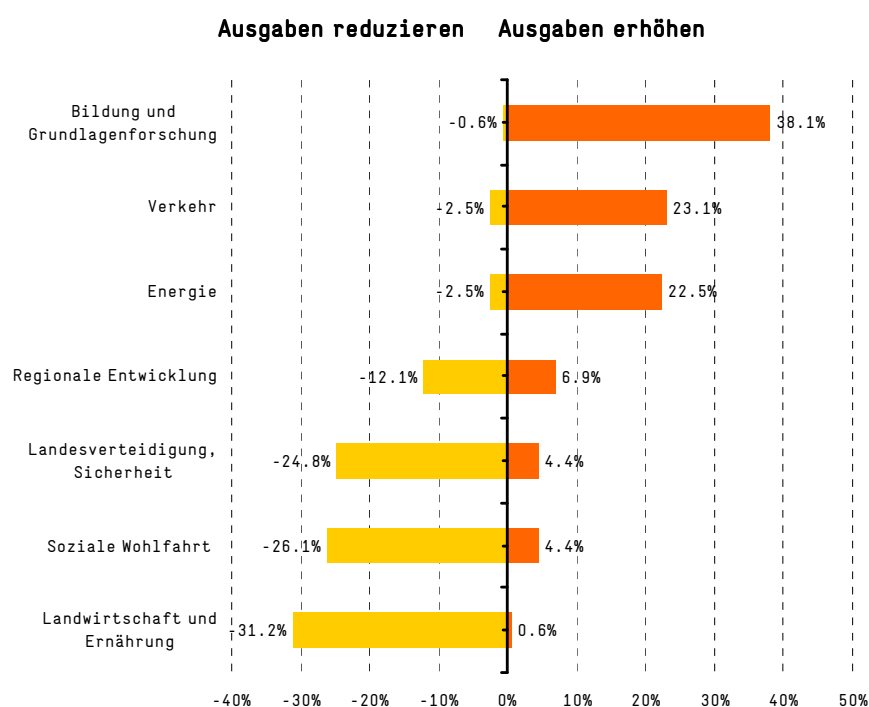
Abbildung 9: In den kommenden zwei Jahren geplante strategische Massnahmen



3. DIE WIRTSCHAFTSPOLITISCHEN RAHMENBEDINGUNGEN

Sind die Unternehmen in der Lage klare Prioritäten hinsichtlich der Staatsausgaben vorzunehmen, deren Fehlen ja oft beklagt wird? Auf die Frage, in welchen Bereichen sie selbst die Ausgaben erhöhen und in welchen Bereichen sie Einsparungen vornehmen würden, gelangen die Befragten tatsächlich zu einer in sich konsistenten Priorisierung (Abb. 10). Die Wünsche nach Ausgabenerhöhungen sind vollständig spiegelbildlich zu den genannten Wünschen nach Ausgabenreduktionen.

Abbildung 10: Ausgaben erhöhen und Einsparungen vornehmen



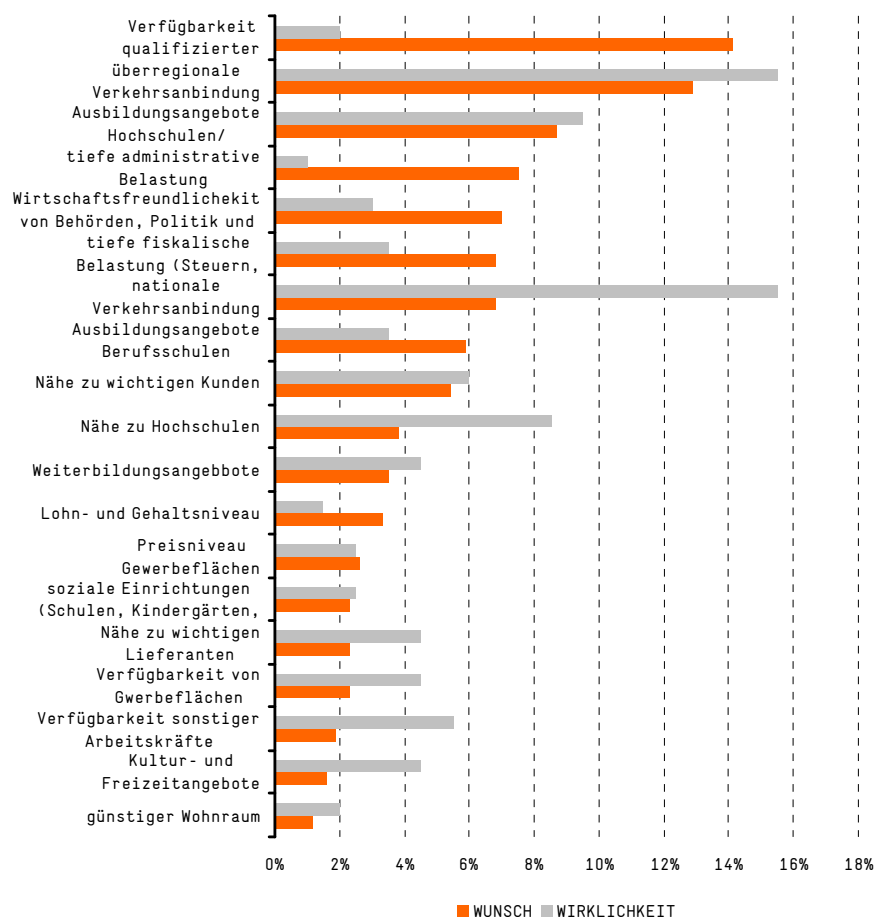
Zu erwähnen ist in diesem Zusammenhang, dass der Bereich soziale Wohlfahrt (Gesundheit, Sozialversicherungen, Altersvorsorge usw.) der Bereich ist, der sowohl anteilmässig mit über einem Drittel an den gesamten Ausgaben wie auch von der Wachstumsdynamik zwischen dem Jahr 2000 und 2007 (durchschnittlicher jährlicher Zuwachs von 2.7 Prozent) am gewichtigsten ausfällt. Schneller

gewachsen sind nur die Ausgaben für Bildung (+ 4 Prozent jährlich), allerdings von einem anteilmässig bescheideneren Niveau von knapp 11 Prozent aus.

Die wichtigsten Standortfaktoren

Im Urteil der Befragten sind eine leichte Verfügbarkeit von qualifizierten Arbeitskräften und eine gute überregionale Verkehrsanbindung (Strasse, öV und Luftverkehr) die beiden mit Abstand wichtigsten Standortfaktoren (Abb. 11). In zweiter Linie folgen gute Ausbildungsangebote (Hochschulen und Forschungsinstitute) sowie eine tiefe administrative Belastung.

Abbildung 11: Wunsch und Wirklichkeit bei den Standortfaktoren

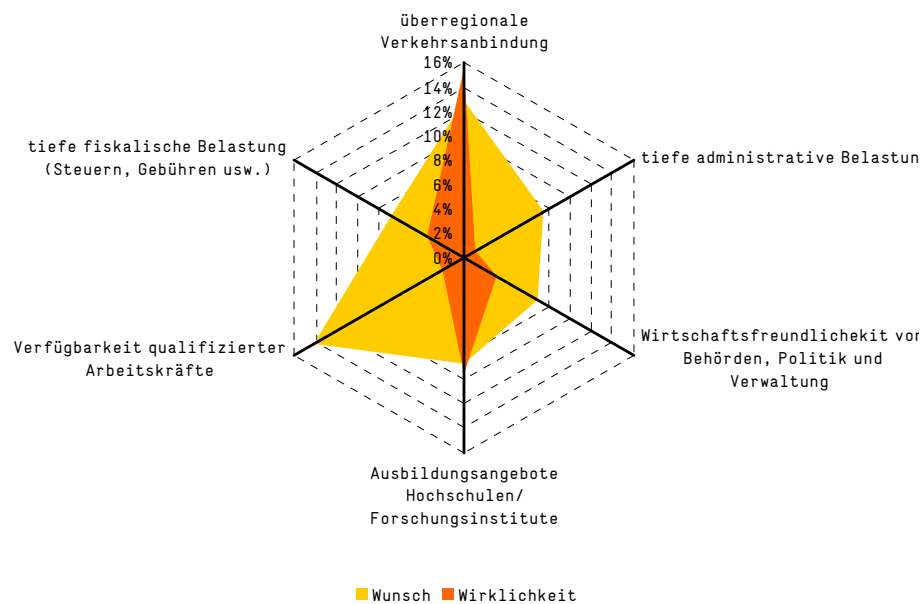


In Abbildung 11 werden die SOLL-Kriterien mit dem IST-Zustand kontrastiert. Das heisst, es werden jene Kriterien, die aus Sicht der Befragten wichtig sind, dem tatsächlichen Zustand gegenübergestellt.

Grössere Diskrepanzen zwischen Wunsch und Wirklichkeit treten bei den Faktoren „Verfügbarkeit von qualifizierten Arbeitskräften“, „administrative Belastung“ und „Wirtschaftsfreundlichkeit der Behörden“ auf. Demgegenüber werden in den Bereichen „nationale Verkehrsanbindung“ und „Nähe zu Hochschulen“ die Wünsche in der Realität übertroffen.

Werden nur die sechs wichtigsten SOLL-Kriterien zum IST-Zustand in Bezug gesetzt, ergibt sich Abbildung 12. Hier sind die prozentualen Anteile jener Antworten aufgeführt, die bei den SOLL-Faktoren angeben, dass diese sehr wichtig sind und bei den IST-Faktoren angeben, dass diese tatsächlich auch sehr gut abschneiden.

Abbildung 12: Diskrepanzen und Übereinstimmungen zwischen Wunsch und Wirklichkeit



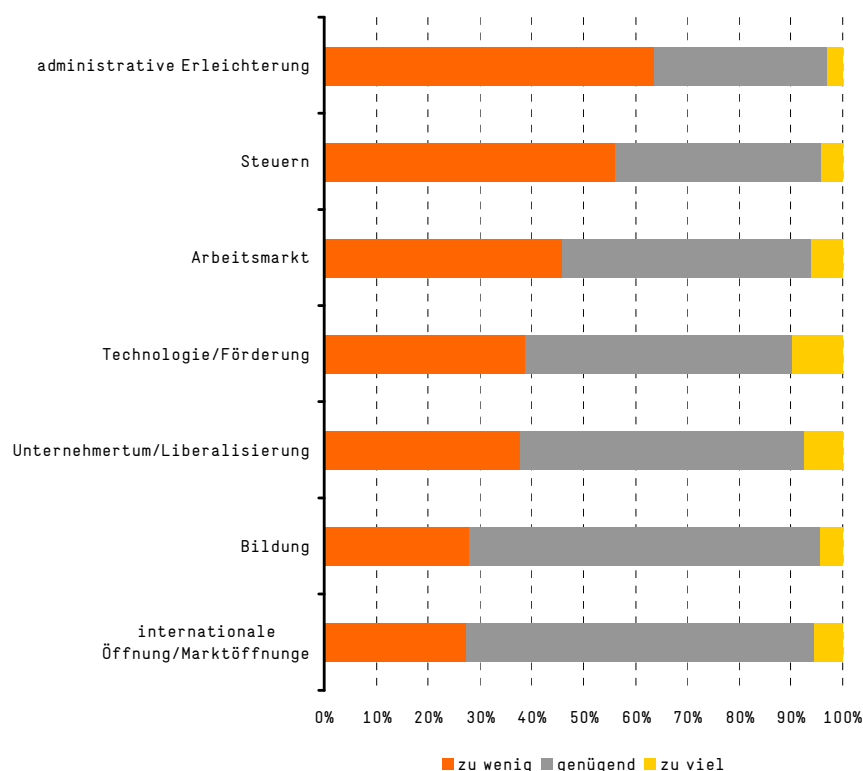
Aus Abb. 11 wird ausserdem deutlich, dass eher weniger prioritäre Standortfaktoren

ren, wie etwa günstiger Wohnraum, Nähe zu Lieferanten usw. (also die am wenigsten genannten Kriterien) in der Schweiz eher gut bewertet werden.

Wünsche an die Politik

Die letzte Frage betrifft die nach den Verbesserungsmöglichkeiten. Auf die Frage, in welchen Bereichen der generellen Rahmenbedingungen für Unternehmen der Bund mehr oder weniger unternehmen sollte, konnten die Befragten ihre entsprechenden Wünsche zu etwa zwei Dutzend Anliegen nennen. In Abbildung 13 sind diese Anliegen auf 7 wichtige Anliegen konzentriert worden. Die Frage lautet jeweils, ob der Bund bei diesen generellen Rahmenbedingungen genügend unternehme.

Abbildung 13: Wünsche an die Politik



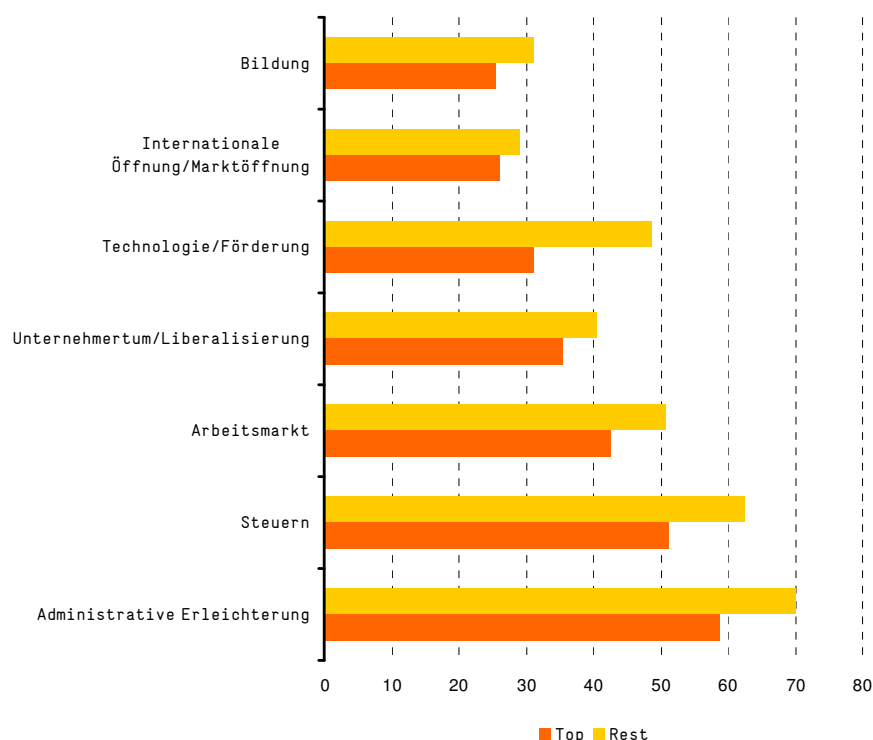
Deutlich wird, dass vor allem im Bereich der administrativen Entlastung von Unternehmen ein verstärktes Engagement des Bundes gewünscht wird. Ähnliches gilt

für die Steuerbelastung. Ausserdem sollte sich der Bund vermehrt auch im Bereich Technologieförderung einsetzen.

Interessant ist eine Aufschlüsselung der Wunschliste unter Berücksichtigung der eigenen Wettbewerbsfähigkeit. Die Vermutung ist, dass die Top-Performer bzw. die am wettbewerbsfähigsten Unternehmen eher weniger Forderungen gegenüber dem Bund stellen.

In Abbildung 14 sind die jeweils gleichen Kategorien wie in Abbildung 13 aufgeführt, einmal für die am besten aufgestellten Unternehmen und einmal für den Rest.

Abbildung 14: Je besser aufgestellt ein Unternehmen, umso weniger Forderungen



Tatsächlich stellt sich heraus, dass je besser die Unternehmen nach ihrer Selbsteinschätzung aufgestellt sind, umso weniger Forderungen sie an den Staat haben. Besonders deutlich wird dies bei der Technologieförderung (neue erneuerbare

Energien, Cleantech, Green-Tech usw.). Hier unterschieden sich die beiden Mittelwerte der beiden Kategorien signifikant, wobei die Top-Performer nur zu 31.2 Prozent und der Rest zu 48.6 Prozent ein verstärktes Engagement des Bundes in diesen Bereichen wünscht.

4. SCHLUSSFOLGERUNGEN

Es muss eindringlich davor gewarnt werden, aus dieser kleinen Umfrage weitgehende Schlüsse zu ziehen. Dies nicht zuletzt auch, weil die Fallzahl relativ klein ist. Dennoch lassen sich ein paar allgemeine Tendenzen beobachten, die teilweise mit Erkenntnissen aus anderen Studien oder Quellen übereinstimmen. Interessant ist die vorliegende Untersuchung aber vor allem aufgrund ihres sehr exklusiven Kreises von Befragten, die alle Führungsverantwortung auf höchster Ebene von kommerziellen oder Organisationen im regionalen, nationalen oder internationalen Kontext wahrnehmen. Ihren Bewertungen kommt somit eine hohe Bedeutung zu.

Zu den wichtigsten Ergebnissen zählt, dass sich die befragten Unternehmen als gut aufgestellt erachten. Dies gilt sowohl im gegenwärtigen Umfeld wie auch in den wichtigsten Zukunftsmärkten. Sie messen im Durchschnitt der eigenen Wettbewerbsfähigkeit auch eine höhere Bedeutung zu als den wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen, ohne jedoch letztere gering zu schätzen.

Was diese angeht, so wünschen sich die befragten Spitzenkräfte eine klarere Prioritätensetzung hinsichtlich der Staatsausgaben. Bildung und Grundlagenforschung sollen dabei begünstigt werden, während sie in den Bereichen Landesverteidigung, Sicherheit und Landwirtschaft Einsparungen befürworten.

Was die Standortattraktivität angeht, so wird diese insgesamt positiv gewürdigt. Insbesondere wird bei einer Standortentscheidung der Verkehrsanbindung ein hoher Wert beigemessen. In der Realität schneidet dieser Standortfaktor auch sehr gut ab. Diskrepanzen zwischen Wunsch und Wirklichkeit ergeben sich hingegen bei der administrativen Belastung und den steuerlichen Rahmenbedingungen. In diesen Bereichen orten die Befragten noch Optimierungspotential. Dabei ist allerdings auch anzumerken, dass die administrative Belastung von Unternehmen beinahe schon rituell bemängelt wird.