

Medienmitteilung, 7. September 2016

Fortbestand ist für KMU wichtiger als Wachstum

KMU-Spiegel 2016 mit Schwerpunkt Erfolgsstrategien

Unter den Schweizer KMU (kleine und mittlere Unternehmen) finden sich regionale Familienbetriebe, Hidden Champions und Weltmarktführer. Doch was macht Schweizer KMU erfolgreich? Der dritte KMU-Spiegel des Instituts für Unternehmensführung an der FHS St.Gallen untersuchte die Erfolgsstrategien, formuliert sechs Erkenntnisse und beleuchtet acht Branchen.

In der Schweiz sind mehr als 99% der Unternehmen KMU (kleine und mittlere Unternehmen) und sie beschäftigen zwei Drittel der Arbeitskräfte¹. Diese Zahlen sprechen dafür, dass KMU erfolgreich und wichtig sind. Und tatsächlich findet sich unter den KMU traditionelle Familienbetriebe, Hidden Champions und auch Weltmarktführer.

Welche Strategien führen zum Erfolg dieser Schweizer KMU? Wie erfolgreich sind sie tatsächlich? Dies waren zwei der vielen Fragen welche die Autoren des dritten KMU Spiegels des Instituts für Unternehmensführung an der FHS St.Gallen (IFU-FHS) untersuchten. Auf der Basis einer landesweit durchgeführten Online-Umfrage und zahlreichen Interviews mit Unternehmern und Branchenverbänden können die Erfolgsstrategien von Schweizer KMU in sechs Erkenntnissen zusammengefasst werden.

Statt Preiskampf ein Fokus auf Qualität

Schweizer KMU setzen überwiegend auf eine Strategie der Differenzierung: Ihre Leistung zeichnet sich durch überdurchschnittliche Qualität aus, durch zusätzliche Services und durch die Positionierung in einer Marktnische. «KMU können sich wegen der fehlenden Grössen- und Kostenvorteile nicht durch Preisführerschaft auszeichnen», erklärt Prof. Anthony Castiglioni, Co-Projektleiter der Studie. Vielmehr würden die Unternehmen auf direkte Vertriebskanäle zu den Kunden in

¹ Siehe „KMU in Zahlen: Firmen und Beschäftigte“
(<https://www.kmu.admin.ch/kmu/de/home/kmu-politik/kmu-politik-zahlen-und-fakten/kmu-in-zahlen/firmen-und-beschaeftigte.html>)

einem zumeist lokal ausgerichteten Absatzmarkt setzen. Ihre Grösse erlaubt ihnen mehr Flexibilität, was es ihnen möglich macht, auf individuelle Kundenanforderungen zu reagieren. Die Zusammenarbeit mit den Kunden ist auch ein wichtiger Innovationstreiber: Da oftmals die notwendigen finanziellen Mittel fehlen, wird die Innovationskraft entscheidend von weichen Faktoren wie der Unternehmenskultur oder Kommunikation geprägt. Innovative Lösungen entstehen so oftmals aus der engen Zusammenarbeit mit Kunden.

Langfristige Ausrichtung mit zurückhaltenden Wachstumszielen

Die Vision und Ziele spielen für Schweizer KMU eine wichtige Rolle und stehen in positivem Zusammenhang mit dem Unternehmenserfolg. Dabei haben Schweizer KMU tendenziell eher zurückhaltende Wachstumsziele – einzig die Erhöhung des Marktanteils werde als mögliche Stossrichtung für zukünftiges Wachstum wahrgenommen, erklärt Dr. Marco Gehrig, ebenfalls Co-Projektleiter der Studie. Die Bewahrung der Unabhängigkeit, Risikoverträglichkeit und der Fortbestand des Unternehmens sind wichtiger. Dies korreliert damit, dass das Fundament für Kontinuität im Unternehmen und damit auch finanziell nachhaltigen Erfolg Kontinuität in der Führung ist. Viele KMU zeichnen sich durch eine niedrige Personalfuktuation, einen hohen Entscheidungsspielraum der Mitarbeitenden sowie eine einfache und schlanke Organisationsstruktur aus. Entsprechend zählen zu den wichtigsten Werten, die die Unternehmenskultur prägen, Vertrauen, Eigenverantwortung und Wertschätzung.

Acht Branchen den Spiegel vorgesetzt

Neben dem die Erkenntnisse zusammenfassenden Teil der Studie, fokussiert der KMU Spiegel auch auf die in der Schweiz acht wichtigen Branchen Produzierendes Gewerbe, Baubranche, Grosshandel, Detailhandel, Gastgewerbe/Beherbergung und Gastronomie, Informations- und Telekommunikations-Branche, Dienstleistungsbranche sowie Gesundheits- und Sozialwesen. Jede dieser Branchenfokussierung wird mit einem Firmenportrait illustriert. Auch der allgemeine Teil ist mit sechs kurzen Firmenportraits angereichert.

[Kasten]

Die im KMU-Spiegel 2016 dargestellten Ergebnisse basieren auf einer zwischen Januar und April 2016 landesweit durchgeführten Online-Umfrage. Ergänzt wurden die Ergebnisse durch Experteninterviews mit Vertretern aus Berufs- und Branchenverbänden sowie diversen Unternehmen. Bei den Recherchen sind zudem die Erkenntnisse und Ergebnisse weiterer Untersuchungen und Analysen

von Branchenverbänden, Institutionen oder Unternehmen eingeflossen. Das Ergebnis ist ein umfassendes, branchenspezifisches Bild zu betriebswirtschaftlichen Aspekten im Generellen und zu Erfolgsstrategien im Speziellen bei Schweizer KMU.

Der KMU-Spiegel 2015 wurde dank der finanziellen Unterstützung von Helvetia Schweiz, PwC Schweiz und Raiffeisen Schweiz ermöglicht und wird ebenfalls durch den Schweizerischen KMU-Verband unterstützt.

Die Studie kann unter dem Link www.fhsg.ch/kmu-spiegel heruntergeladen werden.

3'897 Zeichen (inkl. Leerzeichen, exklusive Kästen)

Medienkontakt

Christian Jauslin
Kommunikationsbeauftragter
FHS St.Gallen, Hochschule für Angewandte Wissenschaften
Rosenbergstrasse 59
9001 St.Gallen
Tel. +41 71 226 12 97
E-Mail christian.jauslin@fhsg.ch