

Kaum Auswirkungen auf die Schweizer Wirtschaft

Handelskonflikte, Brexit und abkühlende Konjunktur haben auf die kleinen und mittleren Unternehmen der Schweiz kaum Auswirkungen. Allerdings leidet der Gewinn einiger Betriebe unter dem starken Franken. Der Beitrag stützt sich auf eine KMU-Befragung von Visible. Text und Bilder: Visible

In der aktuellen KMU-Befragung von Visible hat ein Viertel der befragten Unternehmen einen Rückgang des Gewinns wegen dem wieder stärkeren Frankens beklagt. Allgemein nach den Folgen der wirtschaftlichen Unsicherheiten gefragt, gaben aber zwei Drittel (62,6%) der KMU an, dass sie keine Auswirkungen spüren. Visible hat zum Jahreswechsel 2019/20 in einer Online-Umfrage über 80 KMU zur wirtschaftlichen Lage befragt. Visible bietet Unternehmen verschiedene Möglichkeiten zur Reichweiten-Steigerung im Internet. Zu Visible gehören auch der B2B-Marktplatz «Wer liefert was» und die europäische B2B-Plattform Europages.

Der erneut stärkere Franken scheint gemäss der Visible-Umfrage auf die Auftragslage und den Umsatz der Schweizer KMU wenig Einfluss zu haben. Allerdings leiden 24,1 Prozent der Unternehmen unter einem Rückgang des Gewinns. «Unter dem starken Franken leiden die exportorientierten Unternehmen. Weil die Schweizer Preise für das Ausland teurer werden, sind die Schweizer Unternehmen einem Preisdruck ausgesetzt. Müssen die Preise gesenkt werden, schwindet die Gewinnmarge», erklärt Peter F. Schmid, CEO von Visible. Ein Viertel der Unternehmen reagiert wegen des schwierigeren wirtschaftlichen Umfelds mit einem Investitionsrückgang oder einem Investitionsstopp. Und ein weiterer Viertel schreibt keine neuen Stellen mehr aus.

Der Brexit ist für Schweizer KMU so gut wie nicht relevant.

Während der wieder stärkere Franken für einige Unternehmen also spürbare Konsequenzen hat, sind die Folgen des Handelskonflikts USA-China und USA-Europa weit weniger dramatisch. Nur 19,3 Prozent der Unternehmen sind der Ansicht, dass der Handelskonflikt für ihr Unternehmen negative Auswirkungen hat. Wie die Umfrage von Visible zeigt, hat der Konflikt für die klare Mehrheit von 67,5 Prozent keine negativen Folgen.



Peter F. Schmid, CEO von Visible: Der Brexit ist für Schweizer KMUs so gut wie nicht relevant.

Europa gewinnt für die Beschaffung an Bedeutung

Geht es um die Frage, ob die schwierigeren wirtschaftlichen Rahmenbedingungen die Beschaffungsstrategie verändert haben, zeichnen sich einige Verschiebungen bezüglich der bevorzugten Handelsregionen ab. Falls sich die Ausrichtung des Einkaufs verändert, dann gewinnen vor allem europäische Handelspartner an Bedeutung (26,5%). Allerdings gibt es auch Unternehmen, die vermehrt in China einkaufen (10,8%) oder in den USA (4,8%). Gleichzeitig gibt es KMU, die der Ansicht sind, dass die Märkte in China und den USA an Bedeutung verlieren. Bezüglich China scheint dies aber unerheblich zu sein. Denn für nur 3,6 Prozent der befragten Unternehmen verliert China an Bedeutung. Der US-amerikanische Markt scheint demgegenüber aber tatsächlich an Boden zu verlieren, denn hier liegt der Anteil der entsprechenden Antworten bei 7,2 Prozent.

«Einige Unternehmen können aus dem Handelskonflikt Profit schlagen, indem sie in die Bresche springen und den Handel mit den USA oder China punktuell verstärken», erklärt Peter F. Schmid, CEO von Visible. «China ist

als Handelspartner derzeit etwas wichtiger. Das hat mit dem Niedriglohnland zu tun, aber auch mit dem Handelsabkommen mit der Schweiz. Doch die USA könnten später nachziehen, wenn sich neue Perspektiven durch das vorgesehene Handelsabkommen ergeben», ergänzt Peter F. Schmid.

Brexit wegen schwacher Handelsbilanz für die Schweiz wenig relevant

Der Brexit ist für Schweizer KMU so gut wie nicht relevant. Drei Viertel der Unternehmen (75,9%) gaben an, dass der Austritt von Grossbritannien aus der EU für sie keine negativen Folgen hat. «England ist als Handelspartner für die Schweiz weit weniger wichtig als Deutschland, die USA, Italien, Frankreich oder China», erklärt Peter F. Schmid. «Wegen der schwachen Handelsbilanz mit England sind die wirtschaftlichen Folgen des Brexits vergleichsweise gering», so der CEO von Visible.

Ganz allgemein sind über die Hälfte der befragten Unternehmen (53,7%) trotz der wachsenden wirtschaftlichen Herausforderungen der Ansicht, dass die Wettbewerbsfähigkeit gegenüber der Konkurrenz gleich geblieben ist. Immerhin 18,3 Prozent der KMU haben aber mit einer schwierigeren Konkurrenzsituation zu kämpfen. Demgegenüber hat für 14,6 Prozent der Konkurrenzdruck sogar abgenommen. ■

Über Visible

Visible unterstützt industriell tätige Unternehmen, deren Produkte und Dienstleistungen für Einkäufer international zugänglich zu machen. Als speziell auf Geschäftskunden zugeschnittene Verbindung aus eigenen B2B-Marktplätzen und Online-Marketing-Services wie zum Beispiel Google Ads und Retargeting bietet das Unternehmen ein breit gefächertes digitales Portfolio zur Reichweiten-Steigerung im Internet.

www.visible.com