

Medienmitteilung

KMU Mittelstandstudie: Optimismus bleibt, Nachhaltigkeit wird zum Erfolgsfaktor

- **Schweizer-KMU sind weiterhin grösstenteils optimistisch in Bezug auf ihre eigene wirtschaftliche Entwicklung.**
- **Hohe Energie- und Rohstoffpreise, Rohstoffverfügbarkeit und Fachkräftemangel werden als grösste Konjunkturrisiken gesehen.**
- **Befragte KMU messen der Nachhaltigkeit hohe strategische Bedeutung zu und auch das Engagement für nachhaltige Lieferketten nimmt stark zu.**
- **Vorantreiben der Energiewende, Verbesserung der Beziehungen zur EU, Bürokratie-Abbau und Sicherung des Fachkräftebedarfs sind die Hauptforderungen an die Politik.**

Zürich, 7. September 2022. Die KMU Mittelstandstudie zeichnet zum fünften Mal ein Stimmungsbild der Schweizer KMU. Dieses Jahr wurde in der Befragung der Fokus auf aktuelle Herausforderungen und das Thema Nachhaltigkeit und nachhaltige Lieferketten gelegt. Die Ergebnisse zeigen, dass der Krieg in der Ukraine, steigende Preise sowie Versorgungsengpässe für Energie und Rohstoffe viele Unternehmerinnen und -Unternehmer, die im Rahmen der KMU Mittelstandstudie Auskunft über die aktuelle Situation ihres Unternehmens gegeben haben, beunruhigen.

Trotzdem blicken die befragten Schweizer KMU weiterhin optimistisch in die Zukunft. 56 Prozent haben in den vergangenen zwölf Monaten ihren Umsatz weiter steigern können, über die Hälfte (63 Prozent) erwartet zudem einen steigenden Umsatz für das Jahr 2022. Trotz enormem Druck scheinen die hiesigen KMU besser als zuvor auf Krisen vorbereitet zu sein. Nur gerade acht Prozent der Befragten geben an, nicht auf Krisen vorbereitet zu sein und dementsprechend schlecht bis sehr schlecht darauf reagieren zu können.

Roger Reist, Leiter Firmenkunden, Treasury & Markets und Mitglied der Geschäftsleitung bei Raiffeisen Schweiz, ist von der Widerstandsfähigkeit der Schweizer KMU beeindruckt: «Die vergangenen Jahre machen deutlich, dass Schweizer KMU überaus anpassungsfähig und flexibel auf Krisensituationen reagieren können. Diese Resilienz haben sie während der Corona-Pandemie nicht nur eindrucksvoll unter Beweis gestellt, sondern weiter ausgebaut. Es überrascht daher nicht, dass die Mehrheit der befragten Schweizer KMU auch mit neuen Herausforderungen bemerkenswert gut zurechtkommt. Aufgrund der aktuellen Lage an den Energie- und Rohstoffmärkten stehen jedoch sehr herausfordernde Zeiten mit diversen Unsicherheitsfaktoren bevor.»

Optimismus mit leicht getrübbten Aussichten

Die Inflation sowie der Zugang zu Ressourcen und die Unterbrechung internationaler Wertschöpfungsketten belasten die wirtschaftliche Lage der Schweizer KMU. Dementsprechend hat sich die Aussicht auf die nächsten zwölf Monate gegenüber dem Frühjahr 2021 leicht getrübt. Von den befragten Unternehmen geht nur knapp die Hälfte von sehr guten oder guten wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen aus, wobei grössere KMU, mit einem

Umsatz von über zehn Millionen Franken, die wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen besser einschätzen als kleinere.

Die eigene wirtschaftliche Lage schätzen die KMU hingegen besser ein. 73 Prozent der befragten KMU vermerken eine sehr gute oder gute aktuelle wirtschaftliche Lage des eigenen Unternehmens. 87 Prozent von ihnen erwarten für 2022 mindestens gleichbleibende oder steigende Umsätze.

Als grösste Konjunkturrisiken für die nächsten zwölf Monate identifizieren die befragten KMU die hohen Energie- und Rohstoffpreise, die Rohstoffverfügbarkeit und den Zugang zu Fachkräften und Personal. Die gute wirtschaftliche Lage des Schweizer KMU Mittelstandes und der positive Ausblick können nicht darüber hinwegtäuschen, dass die aktuellen Krisenherde und die damit verbundenen Konjunkturrisiken Sorgen bereiten. Bilaterale Beziehungen mit der EU, die Pandemie und auch finanzpolitische Themen wie die Zinspolitik der SNB oder die Volatilität der Wechselkurse haben hingegen für KMU als Konjunkturrisiko an Bedeutung verloren.

Nachhaltigkeit nimmt weiter Fahrt auf

Nachhaltigkeit und insbesondere nachhaltige Lieferketten werden zu wichtigen Erfolgsfaktoren für KMU. Drei Viertel der KMU verstehen Nachhaltigkeit als integralen Bestandteil der Unternehmensstrategie. Zudem sieht die Hälfte der befragten Unternehmen das Thema Nachhaltigkeit als Chance und lediglich 17 Prozent als Herausforderung.

Knapp die Hälfte der Umfrageteilnehmenden gibt an, in Zukunft jährlich zwei bis über zehn Prozent des Umsatzes in die Sozial- und Umweltverträglichkeit von Lieferketten und Produkten zu investieren. Oberste Priorität hat dabei die CO₂-Reduktion. Nur 15 Prozent wollen gar nichts investieren.

Die in diesem Jahr besonders akzentuierte Lieferkettenproblematik zeigt sich in der Studie deutlich. Bei der Auswahl nachhaltiger Lieferketten sind für die Befragten umweltorientierte Faktoren hingegen zweitrangig und Sicherheit und Stabilität am wichtigsten. Produkte und Dienstleistungen zeitgerecht und schnell zur Verfügung stellen zu können, ist für Kundinnen und Kunden zum zentralen Einkaufskriterium und für die KMU damit zum entscheidenden Wettbewerbsfaktor geworden.

Forderung an die Politik

Ein Jahr nach dem Scheitern des Rahmenabkommens fordert über die Hälfte der befragten Unternehmen von der Politik, in der EU-Frage eine Lösung zu finden und stabile, vorhersehbare Rahmenbedingungen zu schaffen. Besonders wichtig ist dies für grössere Unternehmen. Bei der Frage nach den drei wichtigsten Themen, denen sich die Politik widmen sollte, geben 32 Prozent der Umfrageteilnehmerinnen und -Teilnehmer das Vorantreiben der Energiewende an.

Daneben sieht nahezu ein Drittel der Befragten die Sicherung des Fachkräftebedarfs als eine der wichtigsten Forderungen an die Politik. Die Verfügbarkeit gut ausgebildeter Fachkräfte wird zum entscheidenden Erfolgsfaktor für weiteres Wachstum. Die vergangenen Jahre haben verdeutlicht, dass hier umfangreiche Anstrengungen sowohl seitens der Politik als auch auf Unternehmerseite erforderlich sind.

Die seit 2018 durchgeführte «KMU Mittelstandstudie» bietet jährlich eine Lagebeurteilung der Schweizer KMU. An der diesjährigen Befragung im Zeitraum von Ende Mai bis Ende Juni 2022 haben 565 Vertreterinnen und Vertreter von Schweizer KMU teilgenommen. Die aktuelle Studie sowie weitere Informationen sind abrufbar unter: raiffeisen.ch/mittelstandstudie2022

Auskünfte: Medienstelle Raiffeisen Schweiz
071 225 84 84, medien@raiffeisen.ch

Raiffeisen: drittgrösste Bankengruppe in der Schweiz

Die Raiffeisen Gruppe ist die führende Schweizer Retailbank. Die dritte Kraft im Schweizer Bankenmarkt zählt rund 1,99 Millionen Genossenschafterinnen und Genossenschafter sowie 3,62 Millionen Kundinnen und Kunden. Die Raiffeisen Gruppe ist an 806 Standorten in der ganzen Schweiz präsent. Die 220 rechtlich autonomen und genossenschaftlich organisierten Raiffeisenbanken sind in der Raiffeisen Schweiz Genossenschaft zusammengeschlossen. Diese hat die strategische Führungsfunktion der gesamten Raiffeisen Gruppe inne. Mit Gruppengesellschaften, Kooperationen und Beteiligungen bietet Raiffeisen Privatpersonen und Unternehmen ein umfassendes Produkt- und Dienstleistungsangebot an. Die Raiffeisen Gruppe verwaltete per 30.06.2022 Kundenvermögen in der Höhe von 239 Milliarden Franken und Kundenausleihungen von rund 211 Milliarden Franken. Der Marktanteil im Hypothekargeschäft beträgt 17,6 Prozent. Die Bilanzsumme beläuft sich auf 301 Milliarden Franken.

Medienmitteilung abbestellen:

Bitte schreiben Sie an medien@raiffeisen.ch, wenn Sie unsere Mitteilungen nicht mehr erhalten möchten.