



Whitepaper zur Studie der Unternehmerperspektiven 2020

## Wie sicher sind die Märkte? Herausforderungen im internationalen Geschäft

Internationalisierung ist bei Schweizer Unternehmen etabliert. **64 Prozent** der Unternehmen mit einem Jahresumsatz über 15 Mio. CHF machen Geschäfte im Ausland. Die **Digitalisierung** hilft **90 Prozent** aller Unternehmen im Auslandsgeschäft. **83 Prozent** profitieren bei der Nutzung internationaler Absatzmöglichkeiten von der **hohen Wettbewerbsfähigkeit** Schweizer Produkte. Doch: **Geopolitische Turbulenzen** verändern die Planungssicherheit. Was können **Banken** tun, um Risiken zu minimieren? Welche Erwartungen haben Unternehmen an die **Politik**? Die **Unternehmerperspektiven der Commerzbank Schweiz** geben Antworten!

### Die wichtigsten Erkenntnisse

#### Die Schweizer Wirtschaft setzt auf Internationalisierung

- Stärkste internationale Treiber sind neben der hohen Wettbewerbsfähigkeit die Digitalisierung, die Geschäfte im Ausland erleichtert (90%), sowie neue Produkte und Geschäftsmodelle (79%). Dabei liegt die Schweiz klar vor Deutschland (Vergleichswerte: 75 % bzw. 66%).
- Schweizer Unternehmen exportieren vor allem in den Euroraum, insbesondere nach Deutschland (56%) und Italien (36%). Dahinter folgen die USA, GB und China.
- Geopolitische Entwicklungen verringern die Planungssicherheit (66%) und belasten die Konjunktur (52%). Dies führt zu einem Paradigmenwechsel bei der Beurteilung der Handelspartner: Grossbritannien und Italien werden aktuell schlechter bewertet als China.
- Besonders globale Handelskonflikte (44%), Sanktionen (36%) und der Brexit (36%) haben für die Unternehmen negative Auswirkungen.
- Generell ist die Schweiz zuversichtlicher als Deutschland. Die deutschen Unternehmen erwarten zu 2/3 eine konjunkturelle Eintrübung, in der Schweiz sind es nur 52%. Auch die Dieselkrise wirkt sich hier deutlich geringer aus.

#### Agilität zählt: Strategien der exportierenden Unternehmen

- Weiterentwicklung der Geschäftsstrategie: Unternehmen suchen nach neuen Vertriebsmöglichkeiten (85%) und setzen vermehrt auf Digitalisierung (81%) sowie eine Intensivierung der Innovationstätigkeit (78%).

- Die Exporteure lassen sich von den Herausforderungen der Internationalisierung nicht entmutigen und erschliessen neue Märkte (54%). Allerdings entscheiden sich auch 39% für eine stärkere Fokussierung auf die Schweiz.

**Fazit: Es gibt keine Patentrezepte zum Umgang mit Herausforderungen im internationalen Geschäft. Die Schweizer Wirtschaft nutzt jedoch die aktuelle Situation, um ihr internationales Wachstum voranzutreiben, und zeigt sich anpassungsfähig.**

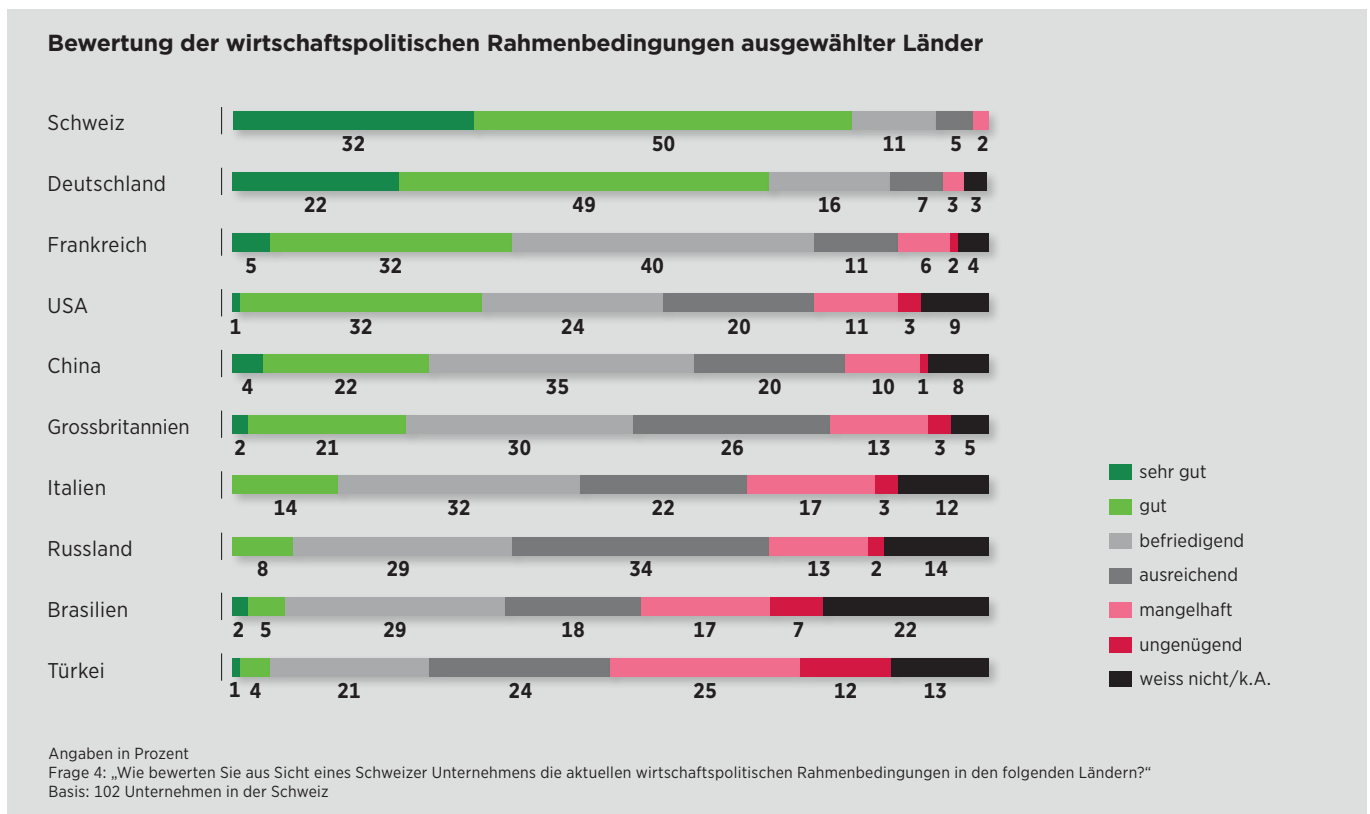
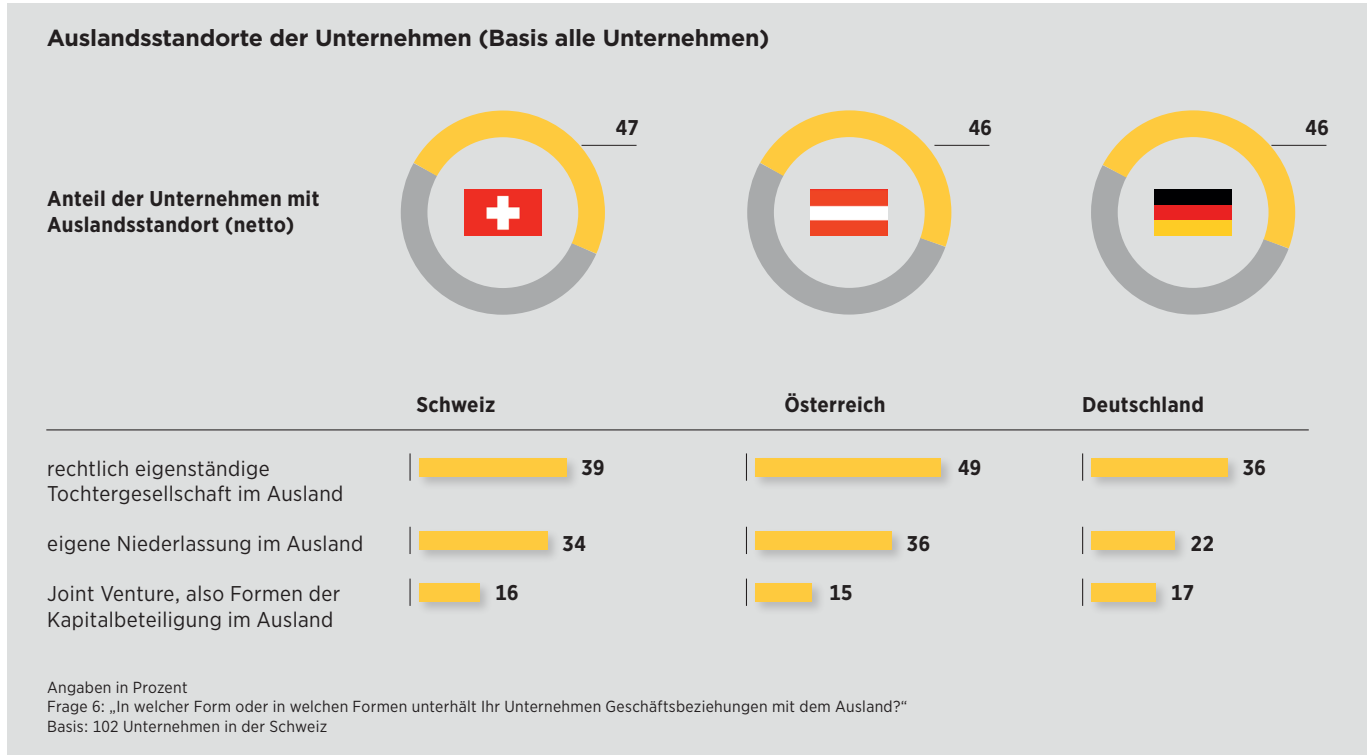
#### Umgang mit Herausforderungen: Bankpartner, Politik und Best Practice gefragt

- Im internationalen Geschäft kämpfen Unternehmen vor allem mit Währungsschwankungen (87%), deutlich häufiger als mit der Bürokratie (79%). Doch nur 43% sichern sich auch gegen diese Währungsrisiken ab.
- Banken sind als operative Unterstützer gefragt: vor allem durch weitere Digitalisierung (48%), bei der Umsetzung regulatorischer Vorschriften (44%) und bei der Risikobewertung (40%). Individuelle Beratung punktet besonders bei der Vermittlung von Handelspartnern vor Ort (36%).
- Von der Politik erwarten die Unternehmen, dass sie sich mehr für Schweizer Interessen einsetzt, insbesondere gegenüber der EU (81%) und Grossbritannien (77%).

**Fazit: Banken sind im internationalen Geschäft mehr als nur ein Finanzpartner: Neben der Bereitstellung von Finanzinstrumenten zur Absicherung vor Währungs- und Ausfallrisiken wünschen sich Unternehmen auch in individuellen Fragen Unterstützung. Die Politik steht bei der Beziehungspflege mit Handelspartnern in der Pflicht.**

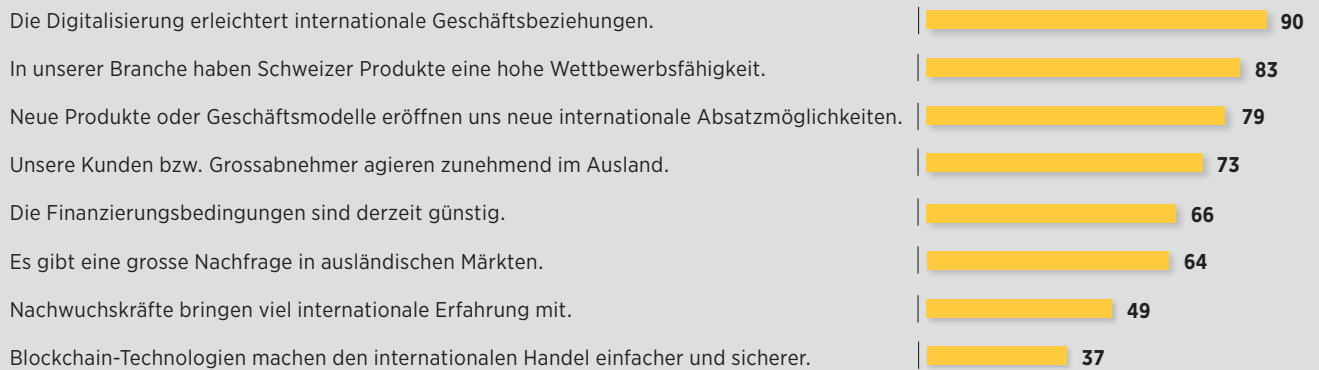


## Die Kernergebnisse im Überblick



## Die Kernergebnisse im Überblick

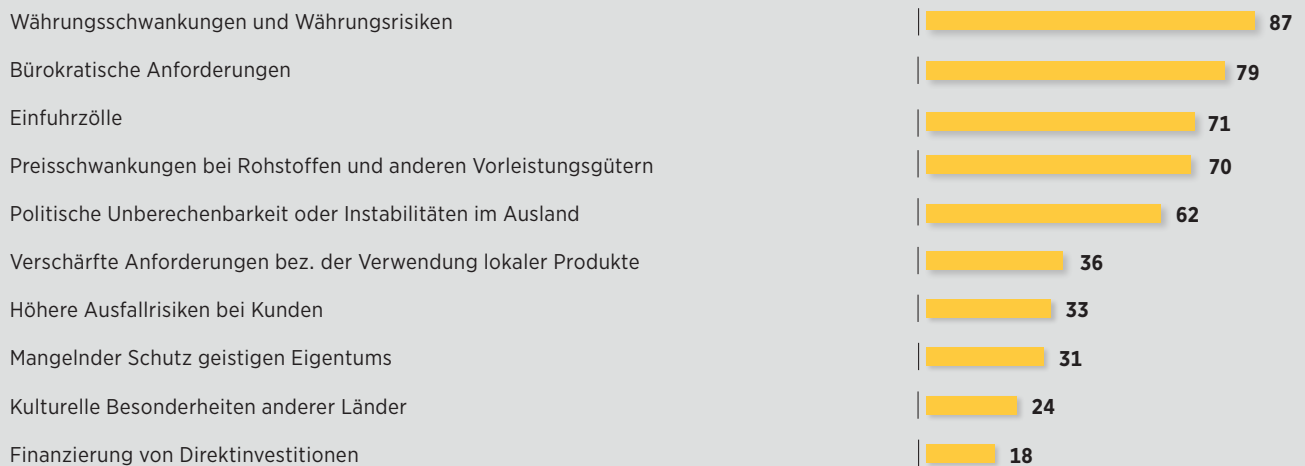
### Chancen und Potenziale der Internationalisierung aus Sicht von exportierenden Unternehmen



Angaben in Prozent

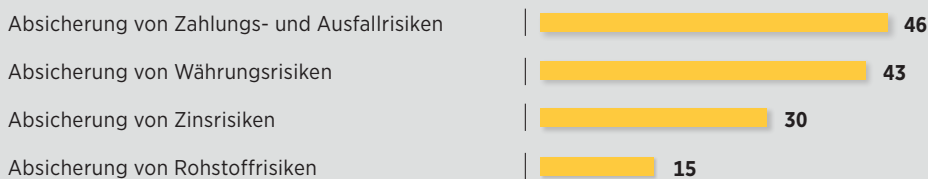
Frage 9: „Wodurch entstehen für Ihr Unternehmen derzeit Chancen und Potenziale im internationalen Geschäft?“  
Basis: 65 Unternehmen in der Schweiz, die Produkte oder Dienstleistungen im Ausland vertreiben

### Probleme im internationalen Geschäft bei exportierenden Unternehmen



Angaben in Prozent, Frage 10A: „Wo liegen für Ihr Unternehmen derzeit Risiken, Probleme oder Barrieren im Auslandsgeschäft?“, Basis: 65 Unternehmen in der Schweiz, die Produkte oder Dienstleistungen im Ausland vertreiben

### Genutzte Instrumente im Finanzmanagement



Angaben in Prozent, Frage 15: „Nutzt Ihr Unternehmen im Finanzmanagement Instrumente zur ..?“, Basis: 102 Unternehmen in der Schweiz

## Handlungsempfehlungen: Wachstumschancen nutzen

Aus der Studie lassen sich **Handlungsempfehlungen** ableiten, wie Unternehmen Unterstützung von Banken und Wirtschaftspartnern bekommen können.

### 1. Austausch mit erfolgreichen Exporteuren

Exportierende Unternehmen zeigen sich innovativ und punkten im Ausland besonders mit neuen Produkten oder Geschäftsmodellen. Unternehmen mit ungenutztem Exportpotenzial können sich von solchen Vorbildern inspirieren lassen und mit eigenen Ideen internationale Absatzmöglichkeiten erschliessen. Netzwerkveranstaltungen wie die der Unternehmerperspektiven begünstigen diesen Austausch!



### 2. Währungs- und Ausfallrisiken absichern

Nicht einmal jedes zweite Unternehmen, das ins Ausland exportiert, sichert sich gegen Ausfall- und Zahlungsrisiken ab. Bei der Absicherung von Währungs- und Rohstoffrisiken sind es sogar noch weniger Unternehmen. Bankpartner sind hierfür die richtigen Ansprechpartner.



### 3. Support von Aussenhandelskammern

Die unterschiedlichen Strategien der Exporteure zeigen: Der Schritt auf das internationale Parkett lohnt sich auch in diesen turbulenten Zeiten. Bei der Neuaufnahme von Auslandsgeschäften können die Aussenhandelskammern helfen. Sie stehen auch mit Rat und Tat zur Seite, wenn es um länderspezifische Fragestellungen geht. Ausserdem können sie Unternehmen auf praktischer Ebene Bedenken nehmen und Hilfestellung geben.



Im Rahmen der Untersuchung **für die Schweiz** wurden Führungskräfte der ersten Ebene von 102 Unternehmen mit einem Jahresumsatz von mindestens 15 Millionen CHF befragt.

**Verfahren:** telefonische Interviews (CATI) von ca. 20 Minuten Dauer

**Durchführung:** forsa

Im Rahmen der Untersuchung **für Deutschland** wurden Führungskräfte der ersten Ebene von 2.000 Unternehmen mit einem Jahresumsatz von mindestens 2 Millionen Euro befragt. Die Grössenverteilung ist repräsentativ nach Umsatzsteuerstatistik.

**Verfahren:** telefonische Interviews (CATI) von ca. 20 Minuten Dauer

**Durchführung:** forsa

Weitere Informationen sowie die Ergebnisse der deutschen Studie zum Vergleich finden Sie kostenlos unter <https://www.unternehmerperspektiven.de>

