



KMU ZH Monitor

20 21

Inhalt

03 Steckbrief der Studie

- 03 Die KMU im Kanton Zürich
- 04 KMU ZH Monitor
- 04 Studienaufbau
- 05 Methodik und Stichprobe

07 KMU Indikator Zusammenfassung

- 07 KMU Indikator
- 08 KMU Indikator – Übersicht Schlüsselwerte

09 Erkenntnisse aus den Schlüsselwerten

- 09 Schlüsselwert 1 – Gegenwärtige Rahmenbedingungen
- 10 Schlüsselwert 2 – Künftige Rahmenbedingungen
- 11 Schlüsselwert 3 – Bisherige Geschäftsentwicklung
- 12 Schlüsselwert 4 – Aktuelle Geschäftsentwicklung
- 14 Schlüsselwert 5 – Staatliche Institutionen
- 15 Schlüsselwert 6 – Umweltschutz
- 16 Schlüsselwert 7 – Digitale Transformation
- 17 Schlüsselwert 8 – Aktuelle Herausforderungen

19 Womit sich KMU beschäftigen möchten

21 Impressum

Steckbrief der Studie

Die KMU im Kanton Zürich

Der Grossraum Zürich darf mit Fug und Recht als der Wirtschaftsmotor der Schweiz bezeichnet werden. Volkswirtschaftlich haben kleinere und mittlere Unternehmen (KMU) eine herausragende Bedeutung. Der Zürcher Kantonalbank, zu der jedes zweite KMU im Kanton Zürich eine Geschäftsbeziehung pflegt, liegen KMU seit ihrer Gründung am Herzen. Zusätzlich ist die Zürcher Kantonalbank durch den Leistungsauftrag des Kantons eng mit den KMU verbunden. Mit der Initiative KMU ZH will die Zürcher Kantonalbank einen Beitrag zur kontinuierlichen und nachhaltigen Prosperität der KMU leisten.

Sie hat deshalb die Zürcher Hochschule für angewandte Wissenschaften (ZHAW) mit einer jährlichen Studie zu KMU beauftragt. Die Zürcher Kantonalbank publiziert die gewonnenen Erkenntnisse, vertieft eines der KMU-relevanten Themen gemeinsam mit Experten und erarbeitet dafür Lösungsansätze. Die Erkenntnisse gibt die Zürcher Kantonalbank in unterschiedlichen Formen und über verschiedene Kommunikationskanäle an die KMU weiter.

KMU ZH Monitor

Die ZHAW erhebt im Auftrag der Zürcher Kantonalbank die Themen, mit welchen sich KMU im Kanton Zürich zurzeit beschäftigen.

Basierend auf den gemachten Aussagen leitet die ZHAW ein Stimmungsbild der KMU ab. Die eruierten Chancen und Herausforderungen publizieren die Zürcher Kantonalbank und die ZHAW in der vorliegenden Studie, dem «KMU ZH Monitor». Er soll den Unternehmen im Kanton eine Stimme geben. Mit der vorliegenden Publikation wird der KMU ZH Monitor lanciert. Diese Studie erscheint künftig jährlich im 4. Quartal, jeweils basierend auf einer neu durchgeführten Umfrage.

Der KMU ZH Monitor präsentiert ein Stimmungsbild der Zürcher KMU – quasi ein Konjunkturbarometer für die Zürcher KMU. Die wiederkehrende Erhebung soll aufzeigen, wie sich die Geschäftstätigkeit und das Geschäftsumfeld der KMU im Kanton Zürich sowie deren Herausforderungen aktuell präsentieren und entwickeln. Dadurch erhalten die KMU im Kanton Zürich eine Plattform, welche ihnen und ihren Anliegen eine grössere Sichtbarkeit verschafft.

Zur Wahrung der Anonymität der teilnehmenden Unternehmen und zur Sicherstellung einer objektiven Berichterstattung erfolgt die Befragung und Auswertung der Antworten durch das Institut für Financial Management der ZHAW.

Studienaufbau

Der erste Teil des KMU ZH Monitors zeigt das Stimmungsbild der KMU im Kanton Zürich. Anhand von acht Schlüsselwerten werden der gegenwärtige und in Zukunft erwartete Zustand der KMU sowie deren Herausforderungen dargestellt. Die Schlüsselwerte ihrerseits bestehen aus einer unterschiedlichen Zahl von Parametern. Die Erkenntnisse werden im KMU ZH Monitor einleitend in konsolidierter Form dargestellt, um Zusammenhänge zwischen den einzelnen Schlüsselwerten aufzuzeigen. Anschliessend werden die Schlüsselwerte einzeln präsentiert. Dies erfolgt mittels visueller Darstellung der Resultate als auch einer qualitativen Würdigung. Ab dem kommenden Jahr wird zudem die zeitliche Entwicklung der Schlüsselwerte analysiert und diskutiert.

Der zweite Teil des KMU ZH Monitors ist jeweils dem Jahresthema gewidmet. An dieser Stelle wird ausgeführt, bei welchen Themen die KMU im Kanton Zürich einen Handlungsbedarf für die Weiterentwicklung ihrer Betriebe sehen. Basis hierfür bildet die von der ZHAW durchgeführte Umfrage. Die Resultate dieser Erhebung bilden die Grundlage, auf welcher ein Beirat ab der kommenden Durchführung (2022) ein Jahresthema bestätigen wird. Aus diesem Grund wird ab der kommenden Erhebung die Anzahl der Themen erweitert, um den KMU eine breitere Wahlmöglichkeit zu geben.

Methodik und Stichprobe

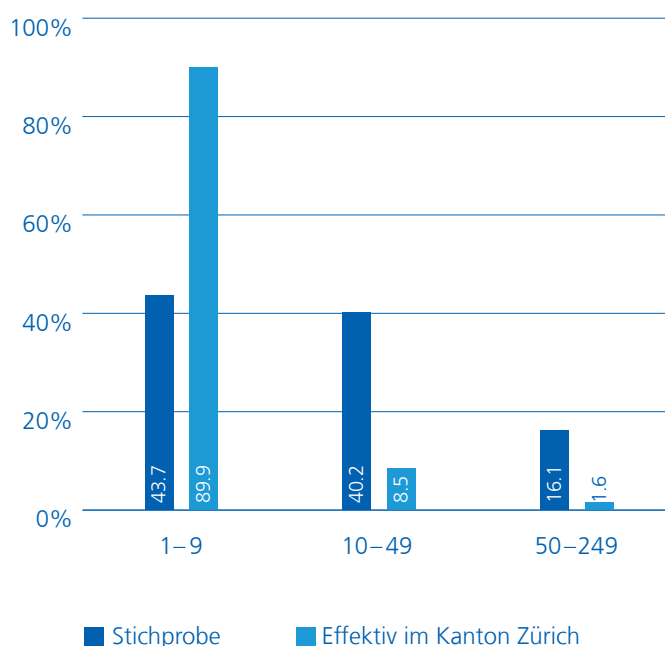
Diese Studie basiert auf einer Umfrage unter 323 kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) aus dem Kanton Zürich, die im Zeitraum vom 23. August 2021 bis 30. September 2021 schriftlich befragt wurden. Der Fragebogen besteht aus drei Teilen. Im ersten Teil werden die Themen für die Wahl des Jahresthemas erhoben. Der zweite Teil besteht aus Fragen zu den Schlüsselwerten, um das Stimmungsbild der KMU abzuleiten. Im dritten Teil werden demografische Informationen über die Unternehmen (Branche, Mitarbeiterzahl, etc.) erhoben.

Die erhobenen Daten sollten aussagekräftige Erkenntnisse für alle KMU im Kanton Zürich ermöglichen. Da knapp 90% der KMU im Kanton Zürich weniger als 10 Mitarbeitende (Kleinstunternehmen) und nur knapp 2% der Unternehmen 50 oder mehr Mitarbeitende beschäftigen, wurde für die Umfrage bewusst eine geschichtete Stichprobe erstellt.

Wie Abbildung 01 zeigt, wird mit diesem Vorgehen in der Stichprobe die Zahl der Unternehmen mit mehr als 10 (kleine Unternehmen) und mehr als 50 Mitarbeitenden (mittlere Unternehmen) erhöht. Dadurch lässt sich die Aussagekraft der Antworten dieser zwei Unternehmensgrössen verbessern. Kleinstunternehmen sind in der Stichprobe mit einem Anteil von rund 44% vertreten. Sie werden somit unterproportional zu ihrem effektiven Vorkommen in der Zürcher Volkswirtschaft berücksichtigt.

Die Schichtung der Stichprobe wird in der Interpretation der Resultate entsprechend berücksichtigt, indem die Antworten innerhalb einer Grössenklasse oder Branchengruppe jeweils im Verhältnis zu sämtlichen Unternehmen dieser Klasse resp. Gruppe analysiert werden.

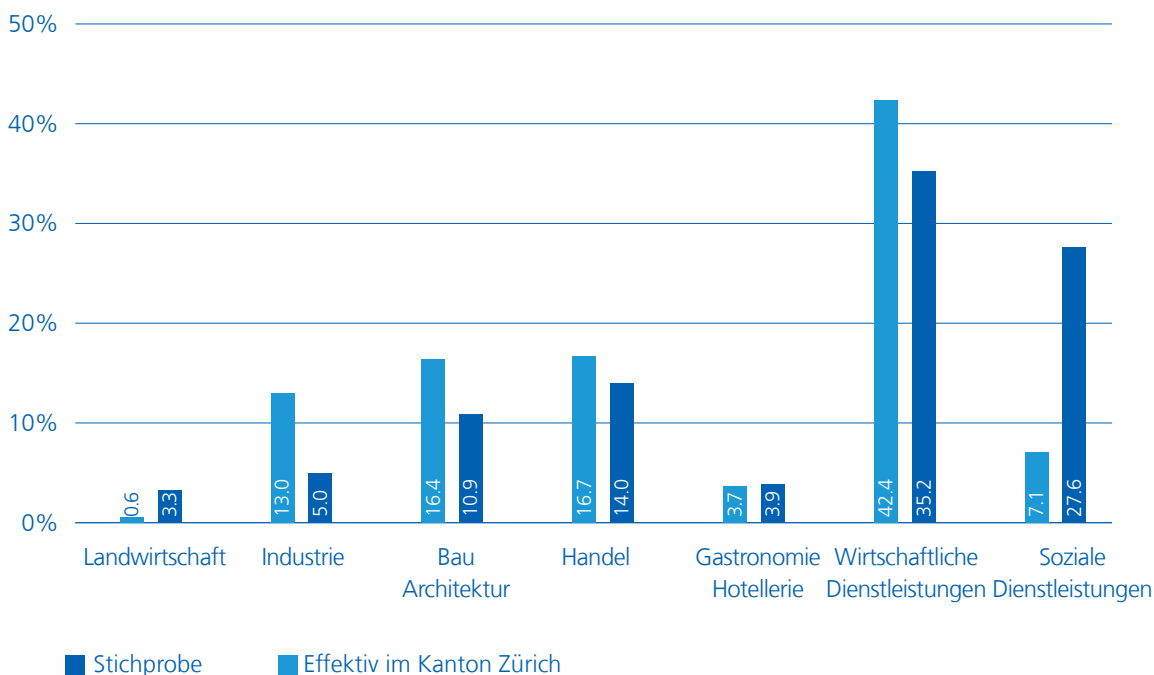
Abbildung 01
Unternehmensgrössen
n=323



Für diese Studie wurden sieben Branchengruppen gebildet. Sie sind in Abbildung 02 dargestellt. Übervertreten sind die Branchengruppen Industrie sowie Bau/Architektur. Untervertreten sind die Angehörigen der Branchengruppe Soziale Dienstleistungen, zu denen u.a. Schulen, Arztpraxen, Physiotherapeuten und Coiffeure gehören. Diese Untervertretung ist teilweise der Schichtung der Stichprobe geschuldet, da es sich bei diesen Branchenangehörigen überdurchschnittlich oft um Kleinunternehmen handelt.

Mit zwei Unternehmen fällt die Anzahl der zur Branchengruppe Landwirtschaft gehörenden KMU zu gering aus, um für diese Branchengruppe individuelle Aussagen machen zu können. Es wird deshalb im diesjährigen Monitor auf entsprechende Auswertungen und Würdigungen verzichtet.

Abbildung 02
Branchenverteilung
n=323



KMU Indikator

Zusammenfassung

KMU Indikator

Der KMU Indikator stellt den aktuellen Zustand der KMU im Kanton Zürich dar (vgl. Abbildung 03). Dieser setzt sich aus verschiedenen Parametern zusammen, welcher die vergangene, gegenwärtige und zukünftige Situation der Unternehmen beschreibt. Einzelne dieser Parameter werden zu Schlüsselwerten zusammengefasst. Der KMU Indikator selbst wird auf Basis dieser Schlüsselwerte gebildet. In der vorliegenden Ausgabe des KMU ZH Monitors erfolgt dies durch eine gleichgewichtete Aggregation der Werte.



Abbildung 03
KMU Indikator

Der KMU Indikator steht aktuell im Feld «positiv» (erhoben im 3. Quartal 2021). Alle Schlüsselwerte, auf denen der KMU Indikator des 3. Quartals 2021 basiert und die auf den nachfolgenden Seiten diskutiert werden, befinden sich im positiven (zustimmenden) oder neutralen Bereich.

Die im KMU ZH Monitor beigezogenen Klassierungen Unternehmensgrösse und Branchengruppe helfen bei der Analyse und Interpretation der gewonnenen Ergebnisse. Die Darstellung der Resultate im KMU Indikator und für die Schlüsselwerte erfolgt auf Basis von Durchschnittswerten. Dabei darf nicht vergessen werden, dass jedes Unternehmen einzigartig ist. Folglich sehen sich die Unternehmen auch mit unterschiedlichen Herausforderungen konfrontiert – unabhängig von der Anzahl beschäftigter Mitarbeitenden und der Branchenzugehörigkeit. Die in diesem Monitor dargestellten Informationen können von KMU zu Vergleichszwecken verwendet werden. Damit sie ihre Individualität weiterhin bewahren.

KMU Indikator – Übersicht Schlüsselwerte

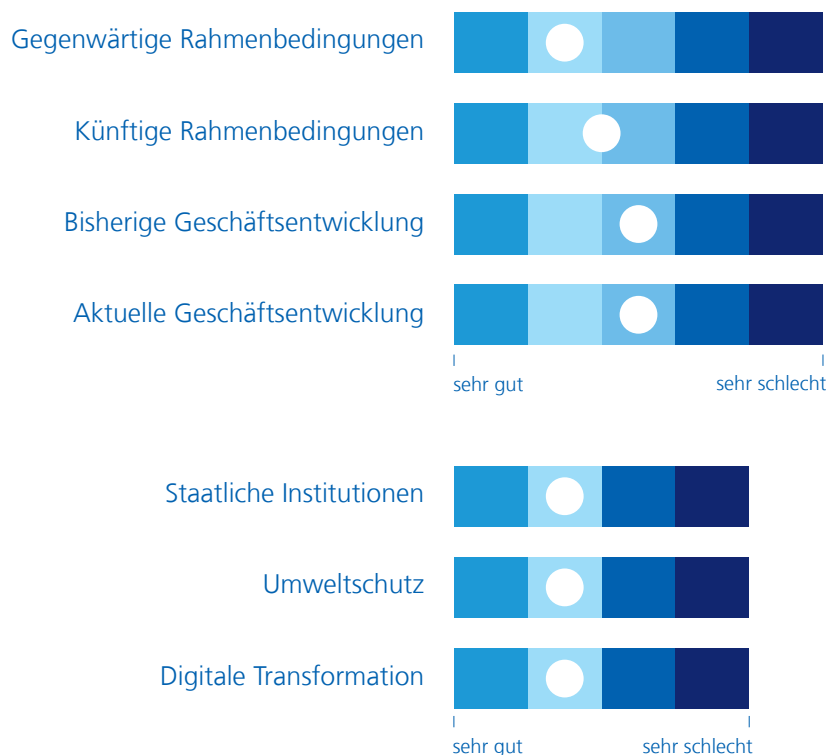
Der KMU Indikator basiert auf sieben Schlüsselwerten, welche sich wiederum aus mehreren Parametern zusammensetzen.

Die Ergebnisse der Umfrageresultate werden pro Schlüsselwert in Form einer Skala dargestellt (vgl. Abbildung 04). Je positiver die Unternehmen die Parameter der Schlüsselwerte beurteilen, desto weiter links wird der gegenwärtige Schlüsselwert platziert.

Die Skalenmarkierungen basieren auf Durchschnittswerten der erhobenen Umfragewerte. Im Sinne der einfachen Lesbarkeit wird auf die Darstellung von Bandbreiten der einzelnen Antworten verzichtet. Die wichtigsten Erkenntnisse sowie Abweichungen vom Durchschnittswert werden anschliessend an diese Übersicht im Textteil der jeweiligen Schlüsselwerte diskutiert.

Abgeschlossen wird dieser Teil des KMU Indikators mit einer Auflistung von Herausforderungen, mit denen sich KMU gegenwärtig konfrontiert sehen. Auf dieser Übersicht (Abbildung 04) werden die drei am häufigsten genannten Herausforderungen aufgelistet.

Abbildung 04
Die Schlüsselwerte



Herausforderungen (Top 3)

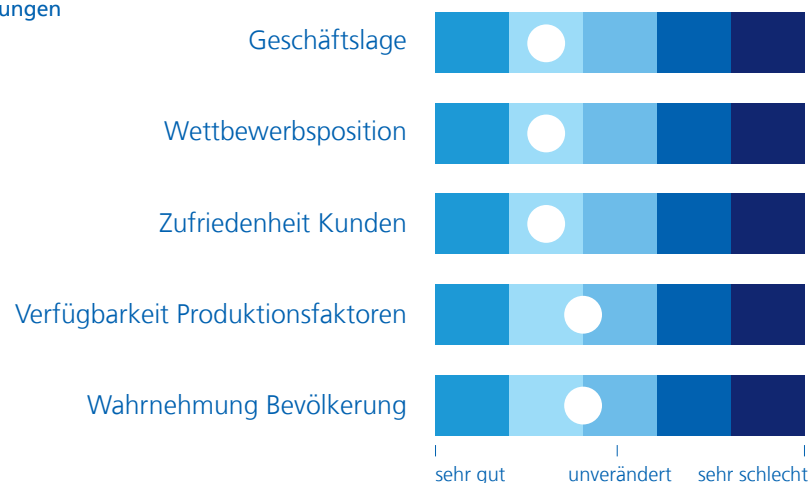
Mangel an ausgebildeten Fachkräften
Lieferengpässe von Roh- und Halbfabrikaten
Inländische Konkurrenz

Erkenntnisse aus den Schlüsselwerten

Schlüsselwert 1 – Gegenwärtige Rahmenbedingungen

Das gegenwärtige Geschäftsumfeld wird von den Unternehmen grundsätzlich als gut beurteilt (vgl. Abbildung 05). Innerhalb dieses Schlüsselwertes trifft dies auf die Beurteilung der Geschäftslage, der Wettbewerbsposition und der Zufriedenheit der Kunden zu. Die Verfügbarkeit von Produktionsfaktoren und die Wahrnehmung der Bevölkerung über die Bedeutung der KMU als Rückgrat für die Schweizer Wirtschaft werden als befriedigend beurteilt.

Abbildung 05
Gegenwärtige Rahmenbedingungen



Abgesehen von der Industrie beurteilen alle Branchengruppen ihre **aktuelle Geschäftslage** mehrheitlich als gut bis sehr gut (Bau/Architektur mit 81%, Handel mit 69%, soziale Dienstleistungen mit 65% und wirtschaftliche Dienstleistungen mit 64% Anteil innerhalb der Branchengruppe). Bei der Gastronomie/Hotellerie sind es exakt 50% der Branchengruppenangehörigen mit dieser Einschätzung, je 25% sehen die Geschäftslage als befriedigend resp. als schlecht bis sehr schlecht. 48% der Angehörigen der Branchengruppe Industrie bezeichnen die Geschäftslage als gut bis sehr gut, 50% als befriedigend und 2% als schlecht bis sehr schlecht.

Die Einschätzung der eigenen **Wettbewerbsposition** sowie der **Zufriedenheit der Kunden** mit den von den Unternehmen bezogenen Produkten und Dienstleistungen fällt grundsätzlich identisch wie die Geschäftslage mit leichter Tendenz zu positiveren Einschätzungen aus.

Über sämtliche KMU betrachtet als befriedigend eingeschätzt wird die **Verfügbarkeit von Produktionsfaktoren**. Allerdings zeigt sich zwischen den einzelnen Branchengruppen ein differenziertes Bild. Zwei von drei Unternehmen der Branchengruppe Gastronomie/Hotellerie bewerten diesen Parameter mit gut bis sehr gut. Diese Branchengruppe beurteilt diesen Parameter somit

am positivsten, verglichen mit den übrigen Branchengruppen. Von den Angehörigen der Branchengruppen Handel sowie der Industrie liegen die Werte sowohl für die gute bis sehr gute Verfügbarkeit als auch für eine befriedigende bei jeweils leicht über 40%, während 17% resp. 12% diesen Parameter als schlecht bis sehr schlecht beurteilen.

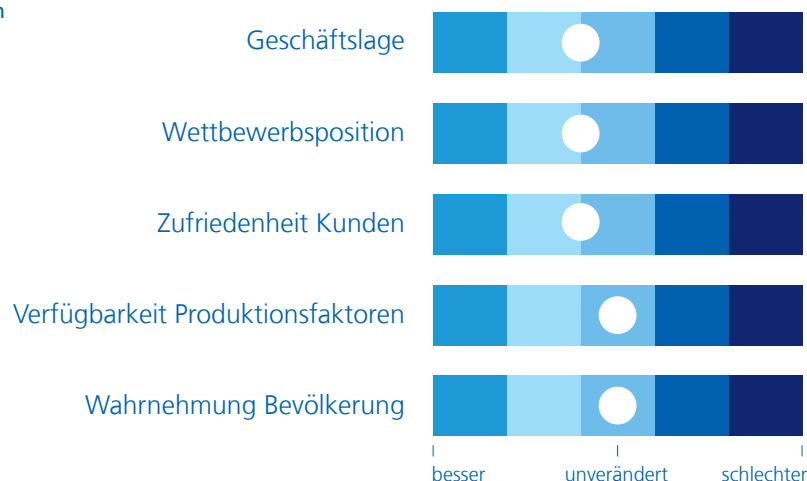
Die Wahrnehmung der **Bedeutung von KMU** in der Bevölkerung wird tendenziell positiv eingeschätzt. In den Branchengruppen soziale Dienstleistungen sowie Handel sehen 57% resp. 54% der Branchengruppenangehörigen den Parameter als positiv bis sehr positiv. In den übrigen Branchengruppen liegt diese Einschätzung zwischen 42% und 47%. Ein ebenfalls grosser Anteil aller Unternehmen bezeichnet diesen Parameter als befriedigend (33% im Handel bis 48% Bau/Architektur). Der Anteil Unternehmen, welche diesen Wert als schlecht oder sehr schlecht einstufen, reicht von 4% bei den sozialen Dienstleistungen hin zu 17% in der Gastronomie/Hotellerie.

Schlüsselwert 2 – Künftige Rahmenbedingungen

Die befragten Unternehmen gehen davon aus, dass sich das Geschäftsumfeld in den kommenden zwölf Monaten leicht verbessern wird.

Der Parameter **Geschäftslage** wird, wie Abbildung 06 zeigt, leicht positiv beurteilt. Jeweils rund 60% der Angehörigen der Branchengruppen Gastronomie/Hotellerie, Industrie, wirtschaftliche Dienstleistungen sowie soziale Dienstleistungen erwarten eine sich verbessernde Geschäftslage in den kommenden 12 Monaten. Beim Handel sind es 46%. In der Gruppe Bau/Architektur erwarten lediglich 20% eine Verbesserung, knapp drei Viertel der Unternehmen keine Veränderung sowie 6% eine Verschlechterung. Ebenfalls mit einer sich verschlechternden Geschäftslage rechnen 7% der Angehörigen der wirtschaftlichen Dienstleistungen sowie 5% der Industrieunternehmen. In den übrigen Branchengruppen geht keines der Unternehmen von einer Verschlechterung aus.

Abbildung 06
Künftige Rahmenbedingungen



56% der mittleren Unternehmen erwarten eine Verbesserung der **eigenen Wettbewerbsposition**, bei den kleinen und Kleinstunternehmen sind es gut 40%. Die Branchengruppe soziale Dienstleistungen geht mehrheitlich von einer sich verbessernden Situation aus. Bei den übrigen Branchengruppen, die alle mehrheitlich keine Veränderung erwarten, liegen die Anteile zwischen 42% und 48%. In der Branchengruppe Bau/Architektur erwartet lediglich 21% der Unternehmen eine Verbesserung.

Bezogen auf die **erwartete Zufriedenheit der Kundinnen und Kunden mit den erbrachten Produkten und Dienstleistungen** erwarten die Unternehmen künftig keine grosse Veränderung. Jene Unternehmen, die eine Veränderung erwarten, gehen grösstenteils von einer Verbesserung aus. Bei der Wahrnehmung der Bedeutung von KMU zeigt sich ein ähnliches Bild. Kleine und mittlere Unternehmen erwarten zu einem höheren Anteil (jeweils knapp 40%) eine Verbesserung der Wahrnehmung, während es bei den Kleinstunternehmen knapp 30% sind.

Die **künftige Verfügbarkeit von Produktionsfaktoren** erscheint über alle Unternehmen gesehen als unverändert. Allerdings ist die Streuung sehr breit. 54% der Unternehmen gehen von keiner Veränderung aus, 23% erwarten eine bessere Verfügbarkeit, 21% eine Verschlechterung und 2% geben keine Antwort. Nach Branchengruppe betrachtet ist vor allem der Handel optimistisch; 43% dieser Unternehmen erwarten eine Verbesserung. In der Gastronomie/Hotellerie sowie in der Industrie sind es jeweils knapp 25%. Gleichzeitig stellen sich 33% der Industrieunternehmen auf eine schlechtere Verfügbarkeit ein, in der Gruppe Bau/Architektur sind es 28%. Bezogen auf die Unternehmensgrössen können keine substantiellen Unterschiede in der Erwartungshaltung festgestellt werden.

Schlüsselwert 3 – Bisherige Geschäftsentwicklung

Die **bisherige Geschäftsentwicklung** (Vergleich des letzten Geschäftsjahres mit dem davorliegenden Geschäftsjahr) wird grundsätzlich als unverändert beurteilt, wie aus Abbildung 07 ersichtlich wird.

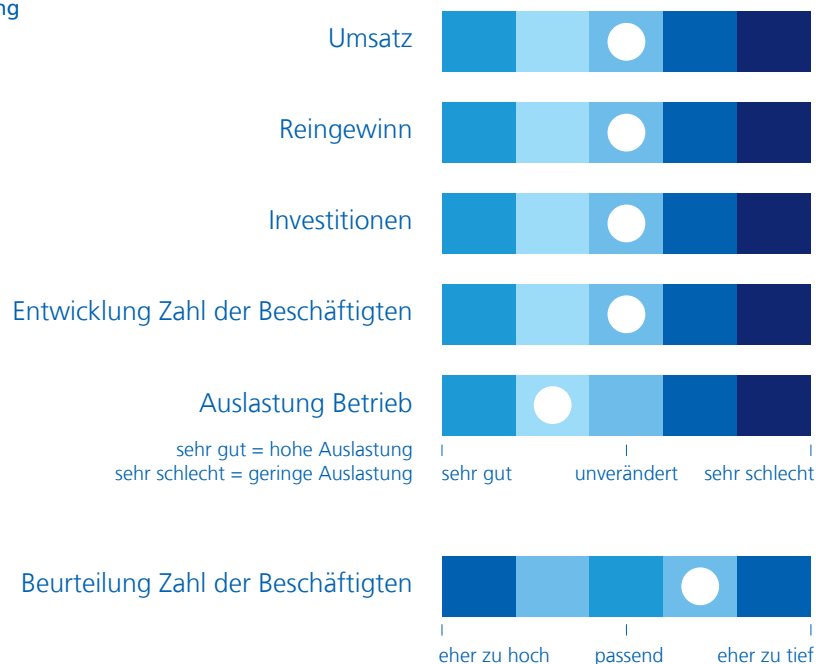
Bei allen Parametern dieses Schlüsselwertes zeigen sich heterogene Bilder. Bezogen auf den **Umsatz** und den **Reingewinn** fallen die Nennungen für eine Verbesserung, eine Verschlechterung und einen unveränderten Zustand pro Parameter in etwa gleich gross aus. Knapp die Hälfte der Unternehmen vermeldet unveränderte **Investitionen**, gut 30% einen Anstieg gegenüber dem Vorjahr und gut 20% einen Rückgang.

Die **Zahl der Beschäftigten** blieb in der Gesamtpopulation mit 60% mehrheitlich konstant. 22% der Unternehmen haben Mitarbeitende eingestellt und 18% mussten Entlassungen vornehmen. Werden die einzelnen Branchen betrachtet, so zeigt sich, dass zwischen 25% und 30% der jeweiligen Branchenangehörigen aus Bau/Architektur, Handel und soziale Dienstleistungen neue Stellen geschaffen haben. In der Industrie waren es lediglich 12%, während eines von fünf Unternehmen dieser Gruppe sowie in leicht höherem Umfang aus der Gruppe Bau/Architektur Mitarbeitende abgebaut haben. In der Gastronomie/Hotellerie gingen bei über 40% der Unternehmen Stellen verloren.

Die **Auslastung der Betriebe** ist mehrheitlich gut bis befriedigend. Bei immerhin jedem vierten Unternehmen liegt die Auslastung unter 80%. In der Gastronomie/Hotellerie ist das bei drei von vier Unternehmen der Fall. Zwei von drei Vertretern der Industrie berichten von einer Auslastung unter 90%. Bei den übrigen Branchengruppen liegt die Auslastung über 90%, bei jedem dritten Vertretern aus Bau/Architektur über 100%.

Knapp die Hälfte der Unternehmen beurteilt die **Zahl der Beschäftigten** im letzten Jahr als passend. Gut ein Drittel erachtet den Mitarbeiterbestand als eher knapp. Dies ist vor allem bei den Kleinstunternehmen der Fall.

Abbildung 07
Bisherige Geschäftsentwicklung



Schlüsselwert 4 – Aktuelle Geschäftsentwicklung

Die Unternehmen blicken vorsichtig optimistisch in die Zukunft. Für das laufende Geschäftsjahr erwartet die Mehrheit der Unternehmen keine Veränderungen gegenüber dem letzten Geschäftsjahr (vgl. Abbildung 08).

Am breitesten verteilt sind die Einschätzungen zum **Umsatz**. Während jeweils rund ein Drittel der befragten Unternehmen einen konstanten resp. einen leicht höheren Umsatz gegenüber dem Vorjahr erwarten, gehen 15% von einem klar höheren Umsatz (über 15% Anstieg ggü. dem Vorjahr) aus. 14% erwarten eine Verschlechterung.

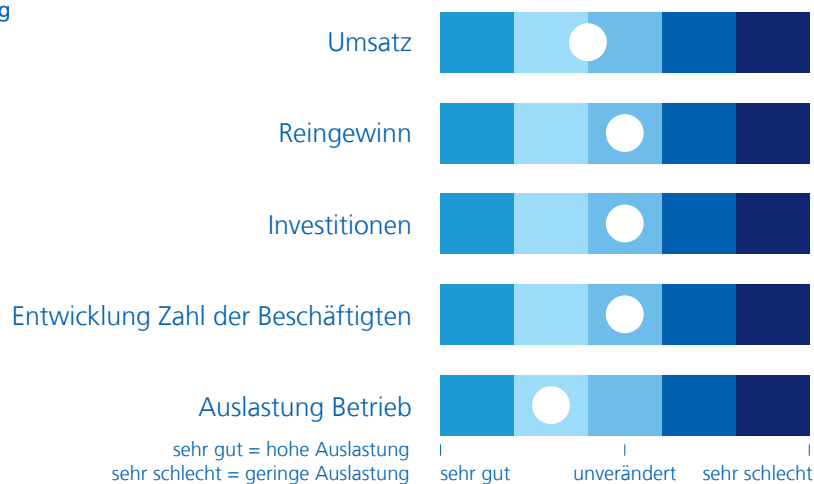
Am optimistischsten sind die Angehörigen der Branchengruppe Industrie. Mehr als die Hälfte geht von einem leicht resp. klar höheren Umsatz aus. Bei den übrigen Branchengruppen – ausser der Gastronomie/Hotellerie – gehen 42% bis 48% der Unternehmen von leicht bis klar höheren Umsätzen aus. 36% bis 42% erwarten unveränderte Umsätze. Die Gastronomie/Hotellerie zeigt ein anderes Bild. Lediglich 25% der Unternehmen erwarten höhere Umsätze, knapp 60% unveränderte und gut 15% leicht oder klar schlechtere Umsätze. Den höchsten Anteil an Unternehmen, welche von sinkenden Umsätzen ausgeht, findet sich jedoch in der Branchengruppe Bau/Architektur (23% der Branchengruppe).

Bezogen auf den Reingewinn und die Investitionstätigkeit zeigt sich ein ähnliches Bild. Allerdings sind bei diesen beiden Parametern, anders als beim Umsatz, mehr Unternehmen der Ansicht, das laufende Jahr bringe keine Veränderungen.

Die Zahl der Beschäftigten dürfte im laufenden Jahr mehrheitlich konstant bleiben. Über die gesamte Population betrachtet, geben zwei Drittel der Unternehmen diese Einschätzung. Gleichzeitig sagen – ausser in der Gastronomie/Hotellerie – jeweils ca. ein Viertel der Unternehmen, dass sich im laufenden Jahr gegenüber dem Vorjahr die Zahl der Mitarbeitenden erhöhen wird. In der Gastronomie/Hotellerie ist dies nur bei einem von sechs Unternehmen der Fall, während in dieser Branchengruppe 25% der Unternehmen einen Rückgang der Mitarbeitenden annehmen. Ähnlich hoch sehen das Vertreter aus Bau/Architektur mit 22%, während bei den anderen Branchen Gruppen der jeweilige Anteil von Unternehmen, welche Mitarbeitende abbauen, im einstelligen Prozentbereich liegt.

Die Auslastung dürfte sich weiter verbessern. Lediglich Vertreter der Gastronomie/Hotellerie erwarten zu drei Vierteln eine Auslastung von weniger als 80%. In den übrigen Branchengruppen liegt dieser Anteil zwischen 12% und 20%, in der Gruppe Bau/Architektur lediglich bei 6%, während in dieser Branche 34% der Unternehmen eine Auslastung von 90% - 100% und 42% eine von über 100% angeben. Zudem zeigt sich ein Zusammenhang zwischen Auslastung und Unternehmensgrösse. Je grösser die Unternehmen sind, desto höher ist deren erwartete Auslastung.

Abbildung 08
Aktuelle Geschäftsentwicklung



Schlüsselwert 5 – Staatliche Institutionen

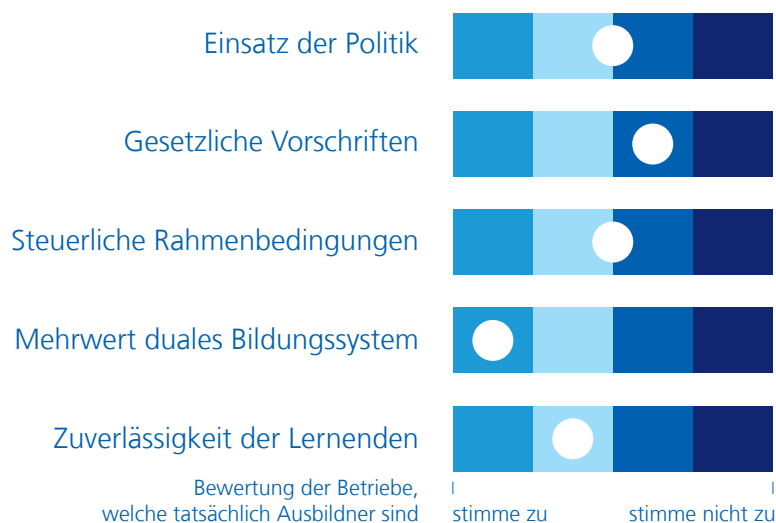
Die durch staatliche Institutionen geschaffenen Rahmenbedingungen werden von den Unternehmen als gut bis sehr gut beurteilt. Insbesondere der Mehrwert des dualen Bildungssystems wird über alle Branchengruppen und Unternehmensgrößen hinweg bestätigt. Die Unterstützung durch die gesetzlichen Vorschriften wird dagegen eher verneint.

Die Politik setzt sich für die Interessen der KMU ein. 54% der befragten Unternehmen stimmen der Aussage «die Politik setzt sich für die Interessen der KMU ein» klar oder zumindest teilweise zu. Die Unternehmen sind mit den geschaffenen Rahmenbedingungen tendenziell zufrieden. Nur 14% der befragten Unternehmen stimmen dieser Aussage nicht zu. Eine klare Zustimmung ist in der Branchengruppe Industrie auszumachen. Knapp 70% der Industrieunternehmen fühlen sich von der Politik ausreichend unterstützt. Etwas differenzierter wird diese Unterstützung in der Branchengruppe Bau/Architektur wahrgenommen. Nur 45% empfinden den Einsatz der Politik für die Interessen der KMU in dieser Branchengruppe als ausreichend.

Die gesetzlichen Vorschriften entsprechen noch nicht den Vorstellungen der befragten Unternehmen. 56% verneinen die Aussage «die gesetzlichen Vorschriften sind für KMU unterstützend» klar oder zumindest teilweise. Insbesondere in der Branchengruppe Bau/Architektur existiert ein hoher Anteil an Unternehmen, welche der Aussage klar nicht zustimmen (26%). Aber auch die von der Pandemie stark getroffene Gastronomie/Hotellerie sieht sich von den gesetzlichen Vorschriften nur wenig unterstützt. Lediglich 33% der Branchenangehörigen stimmen der Aussage teilweise zu bzw. kein einziges Unternehmen stimmt klar zu.

Die Beurteilung der steuerlichen Rahmenbedingungen fällt wenig eindeutig aus. Etwa die Hälfte aller befragten Unternehmen schätzen die steuerlichen Rahmenbedingungen als attraktiv ein, während die andere Hälfte noch Optimierungspotenzial sieht. Dieses Bild ist praktisch über sämtliche Branchengruppen identisch.

Abbildung 09
Staatliche Institutionen



Eindeutig hingegen ist die Beurteilung des dualen Bildungssystems. Über 86% aller befragten Unternehmen sehen einen klaren Mehrwert im dualen Bildungssystem und bestätigen damit die aktuelle Bildungsstrategie. Innerhalb der Branchengruppe der sozialen Dienstleistungen konnte sogar eine Zusatzstimmungsquote von 96% erzielt werden.

Gleichzeitig gilt es zu beachten, dass von den 219 Unternehmen, die Lehrlinge ausbilden, 65% mit deren Zuverlässigkeit zufrieden sind, 13% eher oder klar nicht und beachtliche 22% der Unternehmen diese Frage nicht beantworten wollen.

Schlüsselwert 6 – Umweltschutz

Die Bedeutung von Umweltschutzthemen und das noch vorhandene Potenzial, die Geschäftstätigkeit weiter umweltfreundlicher zu gestalten, wird von einer klaren Mehrheit der befragten Unternehmen bestätigt. Knapp 80% der befragten Unternehmen stimmen der Aussage klar oder teilweise zu, dass Umweltschutzthemen in ihrem Betrieb eine hohe Bedeutung einnehmen. Am niedrigsten ist die Zustimmungsrate in der Branchengruppe der sozialen Dienstleistungen, wobei auch in dieser Gruppe 74% der Unternehmen die Aussage klar oder eher bestätigen. Überraschenderweise wird innerhalb der Branchengruppe Gastronomie/Hotellerie eine Zustimmung von 100% erzielt.

Je grösser die Unternehmen, desto höher die Zustimmung zu dieser Aussage. Kleinstunternehmen stimmen mit einem Anteil von 74% zu, kleine Unternehmen mit 82% und mittlere Unternehmen mit 90%.

68% der befragten Unternehmen sehen ein Potenzial die Geschäftstätigkeit noch umweltfreundlicher zu gestalten. Die Branchengruppe wirtschaftliche Dienstleistungen schätzt das Potenzial, die Geschäftstätigkeit umweltfreundlicher zu gestalten mit einem zustimmenden Anteil von 63% am geringsten ein. Je grösser die Unternehmen, desto höher auch das eingeschätzte Potenzial hinsichtlich umweltfreundlichere Geschäftstätigkeiten. Von den mittleren Unternehmen sehen 85% das Potenzial als gegeben, während dies bei den Kleinstunternehmen lediglich bei 54% der Unternehmen der Fall ist.

Abbildung 10
Umweltschutz



Eine Sinnhaftigkeit (Nutzen) in einer umweltfreundlichen Geschäftstätigkeit sehen 74% der Unternehmen klar oder zumindest teilweise gegeben. Auch hier führt die Branchengruppe Gastronomie/Hotellerie mit 92% zustimmenden Antworten das Feld an, während die wirtschaftlichen Dienstleistungen mit 71% Zustimmung das Schlusslicht bilden. Und auch für die Unternehmensgrösse gilt: je grösser, desto höher die Zustimmung.

Schlüsselwert 7 – Digitale Transformation

Über 80% der Unternehmen sind mit dem Begriff der «Digitalen Transformation» gemäss eigenen Angaben (vgl. Abbildung 11) vertraut. In der Branchengruppe Gastronomie/Hotellerie ist die Vertrautheit mit 66-prozentiger Zustimmung allerdings deutlich tiefer als in der Branchengruppe wirtschaftliche Dienstleistungen mit knapp 87%. Ebenfalls ist deutlich zu erkennen, dass eine positive Korrelation zwischen der Grösse der Unternehmen und der Vertrautheit mit dem Begriff der «Digitalen Transformation» besteht. Während 96% der mittleren Unternehmen einen Bezug zu dem Begriff herstellen können, sind es bei Kleinstunternehmen gerade noch 73%.

Die nachfolgend diskutierten Fragen wurden nur den Unternehmen gestellt, denen der Begriff der digitalen Transformation bekannt ist.

Über 93% dieser Unternehmen geben an, die Auswirkungen der digitalen Transformationen auf ihr Unternehmen klar oder zumindest teilweise zu kennen. Die Zustimmungsrate ist in den Branchengruppen Handel (98%) sowie wirtschaftliche Dienstleistungen (96%) allerdings deutlich höher als in der Gastronomie/Hotellerie. In dieser Branchengruppe sind lediglich 75% der befragten Unternehmen davon überzeugt, die Auswirkungen der digitalen Transformation auf ihren Betrieb zu kennen.

Abbildung 11
Digitale Transformation



Die meisten der Unternehmen sehen Chancen in der digitalen Transformation. Die betrifft insbesondere die grösseren Unternehmen sowie die Unternehmen aus der Branchengruppe wirtschaftliche Dienstleistungen. Kleinere Unternehmen sowie die Branchengruppe Gastronomie/Hotellerie sind hingegen etwas verhaltener.

Wenig überraschend bestätigen auch 87% der befragten Unternehmen, dass die digitale Transformation das Geschäft schnellerbiger macht. Analog zur Frage der Auswirkungen sind die Unternehmen aus der Branchengruppe Handel stärker von dieser Schnellebigkeit überzeugt als die übrigen Branchengruppen.

Mit einer Zustimmung von 58% erachten die befragten Unternehmen die digitale Transformation als Herausforderung für ältere Arbeitnehmende. Insbesondere die Branchengruppe Bau/Architektur stimmt der Aussage mit knapp 70% klar oder zumindest teilweise zu. Deutlich weniger kritisch wird dieser Punkt von den sozialen Dienstleistern beurteilt (Zustimmungsanteil 48%).

Schlüsselwert 8 – Aktuelle Herausforderungen

Die KMU im Kanton Zürich sehen sich mit zahlreichen Herausforderungen konfrontiert.

Mit knapp der Hälfte aller teilnehmenden Unternehmen wird der Mangel an ausgebildeten Fachkräften am häufigsten genannt, wobei die Kleinstunternehmen weniger ausgeprägt betroffen sind als Unternehmen mit zehn oder mehr Mitarbeitenden. Knapp ein Drittel der Kleinstunternehmen bezeichnen den Mangel an ausgebildeten Fachkräften als eine Herausforderung. Bei den kleinen Unternehmen sind es knapp 60% und bei den mittleren Unternehmen 55%. Am stärksten ausgeprägt ist diese Problematik in der Branchengruppe Bau/Architektur (bei 70% der Angehörigen dieser Branchengruppe).

Die Konkurrenz durch inländische resp. ausländische Mitbewerber wird jeweils von rund 30% der Unternehmen als Herausforderungen genannt. Eines von zehn Unternehmen sieht sich sowohl mit der inländischen als auch der ausländischen Konkurrenz in herausfordernder Weise konfrontiert. Je grösser die Unternehmen, desto öfter wird zudem die in- und/oder ausländische Konkurrenz als Herausforderung genannt.

Für eines von drei Unternehmen stellen Lieferengpässe von Roh- und Halbfabrikaten eine Herausforderung dar. Nicht unerwartet trifft dies in den Branchengruppen Handel (bei 67% der Unternehmen) und Industrie (bei 62% der Unternehmen) am häufigsten zu. Aber auch mehr als die Hälfte der Angehörigen der Branchengruppe Bau/Architektur sehen in Lieferengpässen von Roh- und Halbfabrikaten eine Herausforderung.

Für einen Viertel der teilnehmenden Unternehmen sind politische Rahmenbedingungen eine Herausforderung. Diese können sehr vielschichtig ausfallen und reichen von langen Entscheidungsprozessen der Politik, der Abhängigkeit von Ämtern, über unbefriedigende kantonale Gesetze

zur Arbeitsvergabe, dem fehlenden Schutz vor Produktimitationen und dem Umgang mit der Datenschutzgesetzgebung. Vor allem mittelgrosse Unternehmen nennen diesen Punkt öfter als herausfordernd (eines von drei Unternehmen). Bei den kleinen und den Kleinstunternehmen liegt der Anteil bei gut 20%.

Zusätzlich zu den im Fragebogen aufgeführten Herausforderungen bezeichneten in einer Freitextantwort 5% der Unternehmen die **Auswirkungen von Covid-19** und gut 3% **bürokratische Hürden** als Herausforderungen. Die Auswirkungen von Covid-19 werden mehrfach in Verbindung mit Wettbewerbsverzerrungen genannt.

Abbildung 12

Aktuelle Herausforderungen von KMU

n=323 (Mehrfachnennung möglich)



* (Marktzugänge, Sanktionen, etc.)

Womit sich KMU beschäftigen möchten

Dieser Abschnitt zeigt, von welchen Themen sich KMU-Vertreterinnen und -Vertreter einen Mehrwert für die Weiterentwicklung ihres Unternehmens erhoffen und sich dabei auch auf externe Informationen abstützen möchten.

Wird ein Thema wenig oft gewählt, bedeutet das folglich nicht, dass dieses von den Unternehmen als nicht relevant betrachtet wird. Mit den Herausforderungen der KMU setzt sich der vorangehende Teil dieses KMU ZH Monitors auseinander. Die hier vorgenommene Wahl der KMU bezieht sich in erster Linie darauf, zu welchen Themen Informationen nützlich sind, die ausserhalb des Unternehmens aufbereitet werden.

Von den zwölf in Abbildung 13 aufgeführten Themen konnten die an der Umfrage teilnehmenden KMU bis zu drei wählen.

Abbildung 13

Themen, mit denen sich KMU beschäftigen möchten
n=323 (Mehrfachnennung möglich)

Werte der jeweiligen Antworten in Prozent
sämtlicher teilnehmenden Unternehmen.



Die wichtigsten Erkenntnisse:

- Knapp die Hälfte der Umfrageteilnehmenden möchten sich im kommenden Jahr damit auseinandersetzen, wie sie für Mitarbeitende ein attraktiver Arbeitgeber sein können. Nicht unerwartet stösst dieses Thema vor allem bei kleinen und mittleren Unternehmen auf Interesse. 57% der kleinen resp. 67% der mittleren Unternehmen, welche an dieser Umfrage teilgenommen haben, wählen dieses Thema. Bei den Kleinstunternehmen sind es nur gut 30%.
- Diese Herausforderung, Mitarbeitende zu gewinnen und zu halten, spricht für einen gut funktionierenden Arbeitsmarkt. Indirekt bestätigt diese häufig genannte Herausforderung auch die positive Einschätzung der KMU bezüglich der aktuellen und künftigen Geschäftslage. Wäre diese nicht gut, würde sich dies auch auf den Arbeitsmarkt auswirken, und umgekehrt.
- Von ebenso grossem Interesse sind Ideen, wie sich ein Unternehmen bei seinen Kunden noch besser positionieren kann. Dieses Thema wird von Kleinstunternehmen am häufigsten gewählt, bei den kleinen und mittleren Unternehmen liegt dieses Thema auf Platz zwei.
- Viele Unternehmen (37% der Umfrageteilnehmenden) möchten sich mit ihrer eigenen Innovationsfähigkeit auseinandersetzen. Bei sämtlichen Branchengruppen befindet sich dieses unter den fünf meistgenannten Themen.
- Eng mit der Innovationsfähigkeit verknüpft ist die Weiterentwicklung des eigenen Geschäftsmodells, damit die Investition in Innovation auch voll ausgenutzt werden kann. Ein Thema, das folglich ebenfalls auf grosses Interesse stösst und von 32% der teilnehmenden Unternehmen gewählt wurde.
- Weniger homogen über die einzelnen Branchengruppen verteilt sich das Interesse am Image und der Marke des eigenen Unternehmens. Während beispielsweise in der Branchengruppe Handel das Interesse mit 40% der Branchenangehörigen relativ gross ist, zeigen in der Branchengruppe Gastronomie/Hotellerie lediglich gut 20% der Branchenangehörigen ein Interesse an diesem Thema.
- Eines von vier Unternehmen will sich mit der wirtschaftlichen Nachhaltigkeit auseinandersetzen. Das Interesse an den beiden anderen Nachhaltigkeitsdimensionen – sozial und ökologisch – ist weniger gross. Die Verteilung zwischen den verschiedenen Branchengruppen ist allerdings sehr unterschiedlich. Dieses Resultat kann so interpretiert werden, dass Nachhaltigkeit noch immer wenig als integrales Konzept verstanden wird, sondern die Überlegungen in den drei einzelnen Dimensionen erfolgen.

Impressum

Herausgeber

Zürcher Kantonalbank, Zürich

Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften (ZHAW), Winterthur

Autoren ZHAW

Andreas Schweizer (Projektleitung)

Dr. Beat Affolter

Fabian Danko

Annika Hüfner

Dr. Orcun Kaya

Urs Streichenberg

Adressen

Zürcher Kantonalbank

Bahnhofstrasse 9

Postfach

8010 Zürich

ZHAW School of Management and Law

Institut für Financial Management

Technoparkstrasse 2

8401 Winterthur