

Die Attraktivität und Wettbewerbsfähigkeit des KMU-Standortes Schweiz: Ergebnisse 2007

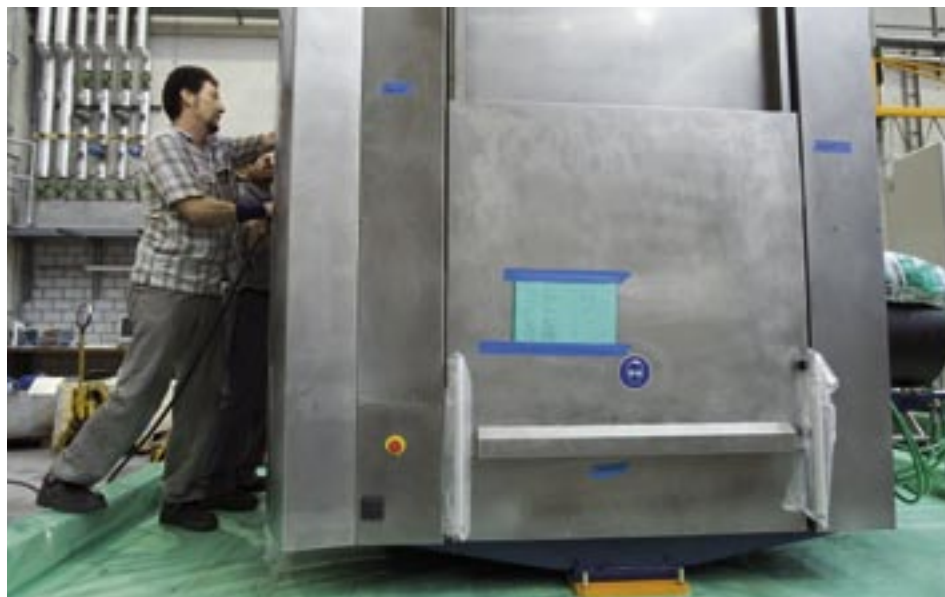
Wie steht es mit der Attraktivität und Wettbewerbsfähigkeit des Standortes Schweiz aus der Sicht von Unternehmerinnen und Unternehmern? Zu diesem Thema werden seit 1998 die Kursteilnehmer des Intensivstudiums für kleine und mittlere Unternehmen an der Universität St. Gallen befragt. Den dringendsten standortpolitischen Handlungsbedarf weist die Schweiz im Jahr 2007 zum wiederholten Mal im Bereich der Verfügbarkeit von qualifizierten Arbeitskräften sowie zum ersten Mal beim Standortfaktor Wechselkurs auf. Die höchste Zufriedenheit wird – auch in der Langzeitbetrachtung – der Arbeitsmarktflexibilität sowie dem Arbeitsfrieden attestiert.



Prof. Dr. Franz Jaeger
Leitungsmitglied der Executive School der Universität St. Gallen (ES-HSG)



Beat Bechtold
Projektleiter an der Executive School der Universität St. Gallen (ES-HSG)



Die Verfügbarkeit von qualifizierten Arbeitskräften wurde von den befragten Unternehmern als das akuteste Problemfeld identifiziert: 41% beurteilten diese als schlecht und sehr wichtig. Ein weiteres bedeutendes Manko ist zurzeit der Wechselkurs des Schweizer Franks gegenüber dem Euro und dem US-Dollar. Bild: Keystone

Bereits zum zehnten Mal in Folge wurde die Befragung bei den Kursteilnehmern, jeweils zwischen 30 und 40 KMU-Eigentütern bzw. Führungskräften, durchgeführt. Aufgrund der periodischen Untersuchung können – neben einer aktuellen Niveaubetrachtung – auch dynamische Aspekte bei der Auswertung berücksichtigt werden. Da die Teilnehmerstruktur positiv selektioniert ist und infolgedessen die Aussagen von überdurchschnittlich erfolgreichen Unternehmen bzw. Führungskräften stammen, ist eine gewisse Verzerrung einzelner Untersuchungsergebnisse nicht auszuschliessen. Hingegen sind im Zeitvergleich (1998–2007) keine Verzerrungen zu erwarten. Dennoch können einige wesentliche Tendenzaussagen über die Wettbewerbsfähigkeit des schweizerischen KMU-Standortes auf Plausibilitätsbasis formuliert werden.¹

Strukturelle Merkmale der befragten Unternehmen

Um ein Strukturbild der beteiligten Unternehmen zu vermitteln, werden die Unternehmen anhand der folgenden Merkmale sortiert: Branche, Grösse, Exportanteil sowie Umsatzwachstum im Vergleich zum Branchendurch-

schnitt. Die nachstehenden Zahlenwerte beziehen sich auf die aktuellste Umfrage vom Frühling 2007.

Aufgrund ihrer *Branchenzugehörigkeit*² können 53% der Unternehmen dem Industrie- und Gewerbesektor zugerechnet werden. Davon zählen über 30% zur verarbeitenden Industrie. Dem Dienstleistungssektor sind 44% zuzuordnen und 3% dem Land- und Forstwirtschaftssektor. Diese Aufteilung kontrastiert deutlich mit dem gesamtschweizerischen Dienstleistungsanteil, wo 76% im Tertiärsektor³ tätig sind.

Hinsichtlich der *Grösse* der befragten Unternehmen wurde die gesamte Mitarbeiterzahl sowohl im Inland als auch im Ausland erfasst. Über 43% der Unternehmen beschäftigen 10 bis 49 Mitarbeitende. In der Grössenklasse 50 bis 249 sind es 37%. Lediglich 3% sind Kleinunternehmen mit 1 bis 9 Angestellten. Die verbleibenden 17% der Unternehmen beschäftigen 250 und mehr Personen.

Etwas mehr als 28% der Unternehmen tätigen überhaupt keine *Exporte*. Bei 41% der Unternehmen beträgt der Umsatzanteil der Exporte weniger als ein Viertel. Weitere 25% der Unternehmen erwirtschaften mehr als die Hälfte ihres Umsatzes im Ausland, sodass der Grad der Exportorientiertheit dieser KMU-

Tabelle 1

Bewertung der Standortfaktoren von Schweizer KMU, 2007

Ist-Zustand	Bedeutung für das Unternehmen		
	Unwichtig	Wichtig	Sehr wichtig
Schlecht	(1)	(2)	(3) Verfügbarkeit qualifizierter Arbeitskräfte 41% Wechselkurse 21%
Ausreichend	(4)	(5) Marktmacht Kunden 45% Lohnniveau 41% Gebührenbelastung 40% Umweltschutzaufgaben 38% Kooperation Verwaltung 38% Regulierung 35% Produkthaftung 35% Lohnnebenkosten 34% Arbeitsplatzqualität 34% Fiskalisches Umfeld 33% Bauvorschriften 32%	(6) Lohnnebenkosten 34% Bildungssystem 28%
Gut	(7) Zugang Kapital- und Kreditmarkt 26%	(8) Arbeitsfriede 37% Infrastruktur 31% Zinsen 26%	(9) Flexibilität Arbeitszeit 47% Arbeitsfriede 37% Zugang zu Auslandsmärkten 22%

Quelle: Jaeger, Bechtold / Die Volkswirtschaft

Faktor mit einer höheren Prozentzahl genannt.⁴

Zur Interpretation der neun Felder in der Profilmatrix⁵ ist Folgendes zu bemerken: Wird ein Standortfaktor als schlecht/sehr wichtig (Feld 3) eingestuft, so ist dringender standortpolitischer Handlungsbedarf geboten. Hier werden *hoch akute Problemfelder* sichtbar. Die Antwortkombinationen schlecht/wichtig (Feld 2) und ausreichend/sehr wichtig (Feld 6) weisen auf einen dringlichen standortpolitischen Handlungsbedarf in *akuten, ernst zu nehmenden Problemfeldern* hin. Standortbedingungen, die als ausreichend/wichtig (Feld 5) beurteilt werden, stellen *weniger akute Probleme* dar. Es besteht allerdings auch hier standortpolitischer Handlungsbedarf. Standortbedingungen, die durch die restlichen Felder evaluiert werden, stellen *keine Problemfelder* dar. Standortpolitischer Handlungsbedarf besteht insofern, als dafür zu sorgen ist, dass die betreffenden Standortvorteile erhalten bleiben oder weiter verbessert werden.

Mangelnde Verfügbarkeit von qualifizierten Arbeitskräften

In der Matrix zeigt sich, dass das akute Problemfeld «Verfügbarkeit von qualifizierten Arbeitskräften» mit 41% die deutlichste Zuordnung erhält. Dieser Standortfaktor wurde zudem von über 81% der befragten Unternehmen in der Kolonne «sehr wichtig» (Felder 3, 6 und 9) eingestuft. Die Bedeutung der Problematik wird dadurch unterstrichen, dass derselbe Standortfaktor in der Matrix bereits seit 1999 als schlecht bzw. ausreichend, aber sehr wichtig (Felder 3 oder 6) eingeordnet wurde. Daraus kann der Schluss gezogen werden, dass standortpolitische Massnahmen zur Verbesserung der Verfügbarkeit von qualifizierten Arbeitskräften entweder ausgeblieben sind oder aber erfolglos waren. Allerdings trifft für diese Angebotslücke als Begründung wohl eher zu, dass die weltweit gute Konjunkturlage die Schweizer Wirtschaft insbesondere in den letzten 4 Jahren angetrieben hat (das reale BIP wuchs von 2004 bis 2007 um durchschnittlich 2,7% pro Jahr), derweil die fast vollen Auftragsbücher (93%) in der schweizerischen Maschinen-, Metall- und Elektroindustrie zu Engpässen bei der Produktion und auf den Arbeitsmärkten für Hochqualifizierte beigetragen haben.⁶ Auf (standort-)politischer Ebene setzen die Schweiz und die EU die Personenfreizügigkeit seit 2002 schrittweise um. Mit der Ausdehnung des Abkommens auf die mittel- und osteuropäischen Staaten wurde dieser wirtschaftspolitische Offenheit sogar noch intensiviert. Offenbar konnten trotz all diesen freizügigen Arbeitsmarktmassnahmen

Gruppe recht hoch ist. Da exportierende Unternehmen einem stärkeren Wettbewerb ausgesetzt sind, ist davon auszugehen, dass es sich bei den befragten Unternehmen um vergleichsweise erfolgreiche KMU handelt, was das Sample wirtschaftspolitisch hochrelevant macht. Ein weiteres Indiz der positiven Selektion wird durch den Fakt bestätigt, dass 50% der befragten Unternehmen ihre *Umsatzentwicklung* im Vergleich zum Branchendurchschnitt als überdurchschnittlich beurteilen.

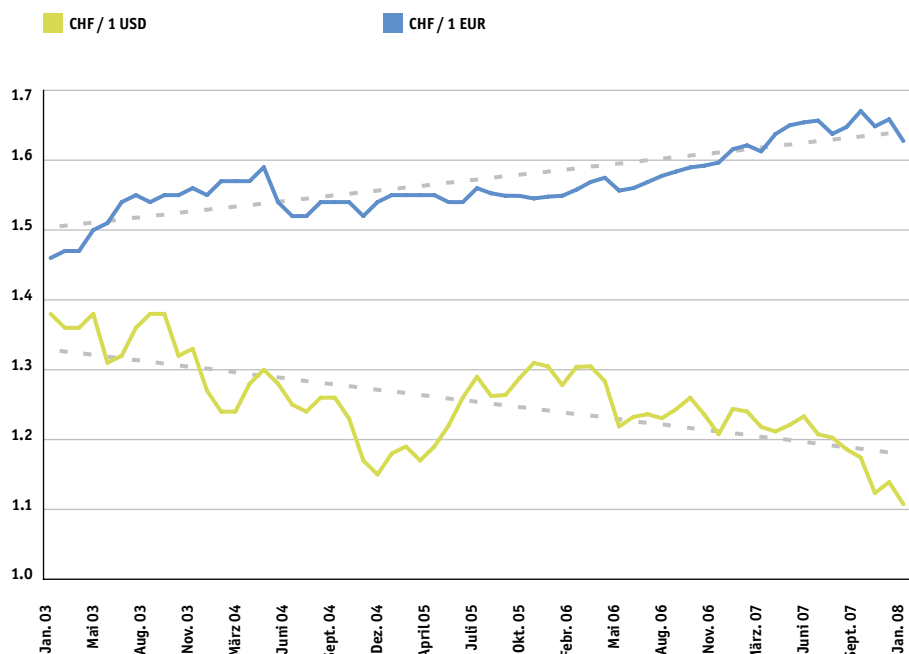
Stärke-/Schwächeprofil – Methodik

In der Umfrage beurteilten die Teilnehmenden verschiedene Standortfaktoren mit Hilfe einer Matrix nach zwei Dimensionen. Einerseits konnte das Angebot bzw. der Ist-Zustand eines Standortfaktors als schlecht, ausreichend oder gut bewertet werden. Andererseits wurde nach der Bedeutung desselben Faktors für das Unternehmen gefragt (unwichtig, wichtig oder sehr wichtig). Die möglichen neun Antwortkombinationen sind in *Tabelle 1* ersichtlich. Der untersuchte Standortfaktor erscheint in der Darstellung in jenem Feld, wo die häufigste Nennung verzeichnet wurde. Daneben steht die Prozentzahl, die besagt, wie viele der Befragten (die eine Zuordnung vorgenommen haben) den Faktor diesem Feld zugeordnet haben. So beurteilten zum Beispiel 41% die Verfügbarkeit von qualifizierten Arbeitskräften als schlecht/sehr wichtig. Keine andere der neun Antwortkombinationen wurde bei diesem

1 Siehe dazu «KMU-Landschaft im Wandel», Hrsg. Bundesamt für Statistik (BFS), März 2008.
 2 Branchen-Einteilung gemäss Noga-2002-Umsteigeschlüssel, BFS, Sektion Unternehmensstruktur und Beschäftigung.
 3 Gemäss der Betriebszählung 2005, BFS.
 4 Die Faktoren Lohnnebenkosten und Arbeitsfriede finden sich in zwei Feldern der Matrix wieder. Bei ihnen wurden zwei Antwortkombinationen genau gleich oft genannt, wobei keine andere Antwortkombination öfter genannt wurde.
 5 Die Standortfaktoren werden auf folgende Weise den Feldern zugeordnet: Von jedem Standortfaktor wird prozentual berechnet, wie viele Teilnehmer ihn in ein bestimmtes Feld eingeordnet haben. Dabei wird die Stichprobe um diejenigen Teilnehmer bereinigt, die gar keine Möglichkeit gewählt haben. Der Standortfaktor erscheint in dem Feld, das am häufigsten genannt wurde.
 6 Siehe dazu Staatssekretariat für Wirtschaft (Seco), Bundesamt für Statistik (BFS) und Verband der Schweizer Maschinen-, Elektro- und Metallindustrie (Swissmem).

Grafik 1

Entwicklung der Wechselkurse Schweizer Franken zu US-Dollar und Euro, 2003–2008



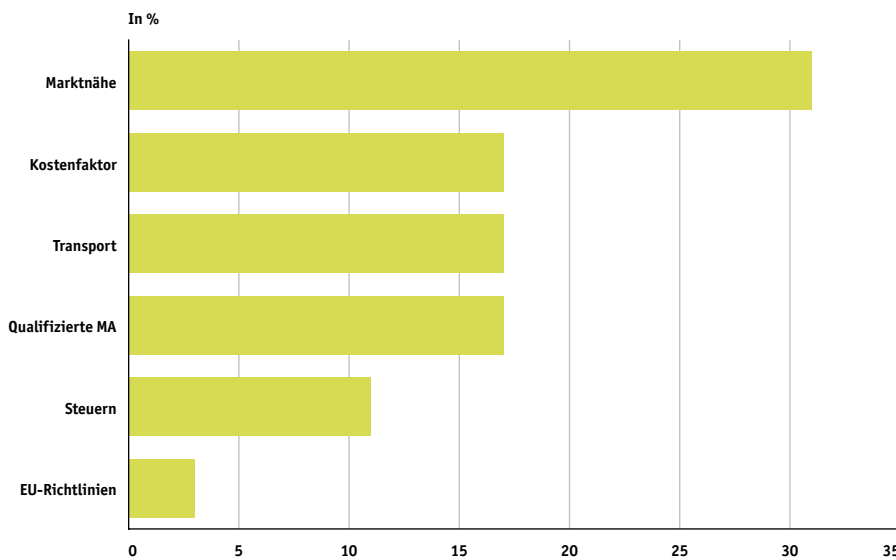
Quelle: SNB / Die Volkswirtschaft

Unternehmen (21%), die bei ausländischen Zulieferern in der Eurozone einkaufen oder von dort Vorprodukte beziehen. Bei einem weiterhin starken Euro haben die inländischen Produzenten bzw. Importeure höhere Preise zu bezahlen und bekommen somit weniger für ihr Geld. Allerdings profitieren andere Unternehmen, wenn der Wechselkurs hoch ist. So ist es für die in den Euroraum exportierenden Unternehmen und für Zulieferer solcher Exporteure von Vorteil, wenn der Frankenwechselkurs zum Euro tief ist bzw. zur Abwertung tendiert. Zudem profitieren speziell die Tourismusbetriebe, wenn die ausländischen Gäste aus dem Euro-Raum mit einer starken einheimischen Währung (gegenüber dem Schweizer Franken) anreisen. Diese Argumentation wird bei einer genaueren Betrachtung gestützt, da jeweils 17% – also nur 4% weniger als beim meistgenannten Feld – der Befragten die Wechselkurse als ausreichend/unwichtig (nur im Binnenmarkt tätig) und ausreichend/sehr wichtig (Exporteure) eingetragen haben. Doch auch hier zeigt sich einmal mehr: KMU ist nicht gleich KMU. Durch die oben beschriebenen Implikationen (Exportanteil, Branchenzugehörigkeit, Sektoreinteilung, ausländische Zulieferer) ist eine Eindordnung über eine längere Zeitspanne wegen der jeweils sich ändernden Zusammensetzung des Unternehmenssamples (bei der alljährlichen Umfrage) besonders schwierig. Dazu kommt, dass es sich beim Wechselkurs um einen exogenen Faktor handelt, der innert kurzer Zeit erheblichen Schwankungen unterworfen sein kann. Dennoch ist es in der vorliegenden Befragung seit 1998 das erste Mal, dass die Wechselkursituation am häufigsten – nämlich von 21% der befragten Unternehmen – als schlecht/sehr wichtig taxiert wurde.

Beim US-Dollar verhält es sich umgekehrt, da dieser im Verhältnis zum Schweizer Franken eher zur Schwäche tendiert: Unternehmen, die in den Dollar-Raum exportieren, geben an, unter dem schwachen bzw. abwertenden Dollar zu leiden. Unternehmen jedoch, die aus dollarfakturierten Auslandsmärkten (z.B. Mineralölprodukte) importieren, profitieren vom schwachen US-Dollar bzw. von der relativ hohen und aufwertenden Franken-Dollar-Relation.

Grafik 2

Motive für Standortverlagerung



Quelle: Jaeger, Bechtold / Die Volkswirtschaft

die Engpässe – insbesondere bei den Hochqualifizierten – nicht beseitigt werden.

Wechselkurs: Starker Euro für Importeure kritisch

Ein ebenso akutes Problemfeld bildet der Wechselkurs des Schweizer Frankens gegenüber dem Euro und dem US-Dollar (siehe Grafik 1). Als problematisch sehen dies vor allem jene

Positiv bewertete Standortfaktoren

Es gibt auch Standortfaktoren, die sehr positiv (gut/sehr wichtig) beurteilt werden. So besteht nur insofern Handlungsbedarf, als sichergestellt werden muss, dass sich die Situation nicht verschlechtert, da die Konkurrenz nicht schläft. Kein unmittelbarer Handlungsbedarf besteht also gemäss der Befragung von

2007 bei der Flexibilität der *Arbeitszeit*, beim *Arbeitsfrieden* und beim *Zugang zu den Auslandsmärkten*. Zu Letzterem gilt es anzufügen, dass diesen Faktor gleichzeitig 16% als ausreichend/unwichtig beurteilen. Dies ist darauf zurückzuführen, dass 28% der befragten Unternehmen gar keine Exporte tätigen und entsprechend keinen Zugang zu den ausländischen Märkten benötigen. Im Gegensatz zur Umfrage⁷ vor fünf Jahren: Damals wünschten 44% der befragten Unternehmen beim Zugang zu den ausländischen Märkten unmittelbaren staatlichen Beistand. Somit scheint der Eintritt in Auslandsmärkte für die exportorientierten KMU eher eine Chance denn ein gravierendes Problem darzustellen. Die Gründe hierfür dürften unter anderem in den zahlreichen abgeschlossenen Freihandelsabkommen, den abgebauten Handelsschranken und den bilateralen Abkommen mit der EU zu suchen sein.

Interessant ist, dass über die Zeit hinweg und generell die Faktoren *Lohnniveau*, *Kundenmarktmacht*, *fiskalisches Umfeld* und *Bauvorschriften* zwar nicht besonders positiv, aber auch nicht als dramatisch negativ beurteilt worden sind. Dennoch ist gerade hier standortpolitischer Handlungsbedarf angesagt, weil auch in diesen Bereichen seit langer Zeit erhebliches Potenzial brach liegt. Überraschenderweise stellt der Standortfaktor *Zugang zu den Kapital- und Kreditmärkten* heute – im Gegensatz zu früheren Jahren – kein prekäres Problemfeld dar. Als immer noch relevant, aber ebenfalls zurückgestuft, wird von 45% der befragten Unternehmen die *Marktmacht* der Kunden beurteilt.

Ausbildungsqualität und Rekrutierungsprobleme in der Schweiz

Die befragten KMU-Vertreter attestieren dem schweizerischen Bildungsstandort bei ausbildungsspezifischen Themen – wie zum Beispiel der Praxisrelevanz der Ausbildung – mehrheitlich gute Noten. Bei einer differenzierten Betrachtung der Ausbildungsqualität zeigt sich, dass diese bei den Akademikern höher eingeschätzt wird als bei den Facharbeitern. Diese Tendenz ist seit Beginn der Umfrage unverändert geblieben. Erwähnenswert ist die Tatsache, dass über den gesamten Beobachtungszeitraum die Ausbildungsqualität der Akademiker wie auch der Facharbeiter kaum als ungenügend beurteilt wurde.

Bei der Analyse der verschiedenen Qualifikationssegmente des Arbeitsmarktes fällt auf, dass 67% der KMU-Vertreter Rekrutierungsprobleme beim mittleren Management beklagen. Als Gründe geben die Befragten an, dass sie nicht mit dem Lohnniveau von Konzernen mithalten können und ihnen von diesen zu-

dem oft fähige Mitarbeiter abgeworben werden. Beim höheren Management sehen aufgrund der (internen) Nachfolgeregelung der Familienunternehmen nur 13% der befragten Unternehmen Rekrutierungsprobleme. Ein Rekrutierungsproblem auf Ebene der Facharbeiter erkennen demgegenüber immerhin 54% der KMU. Die fehlende fachliche Ausbildung wird am häufigsten bemängelt, was wohl darauf zurückzuführen ist, dass für die Unternehmen der Zeithorizont oftmals zu lang ist, um selbst Facharbeiter auszubilden.⁸

Ausmass und Motive der Standortverlagerung

Zum Schluss erörtert die jährliche KMU-Umfrage jeweils die Gründe bzw. Motive, weshalb die Unternehmen allenfalls in Betracht ziehen, ihren Standort zu verlagern (siehe *Grafik 2*). Gemäss der letztjährigen Umfrage haben grundsätzlich 78% der KMU die Möglichkeit, den Standort zu verlagern. Dabei ist ein Standortwechsel für 52% nur innerhalb der Schweiz möglich; 48% können sich vorstellen, international zu dislozieren. Verlagerungen des ganzen Unternehmens kommen für 42% in Frage, Teilverlagerungen hingegen für 72% der befragten KMU. Im Vergleich mit den Vorjahresergebnissen sind das die zweithöchsten Angaben seit 1998. Nur im Jahr 2000 (auf dem Höhepunkt der IT-Welle) waren etwas mehr KMU bereit, sowohl Teile als auch das ganze Unternehmen an einen anderen Standort zu verlagern.

Bei der Erörterung der Gründe, die eine KMU-Führung veranlassen können, den räumlichen Standort des Unternehmens oder Teile davon zu verlagern, gibt es sowohl offensive als auch defensive Motive.⁹ Das am häufigsten genannte (offensive) Motiv ist die *Marktnähe* (31%). Darauf folgt u.a. ein defensives Motiv, der *Kostenfaktor* (17%); als potenzielle Konkurrenz-Standorte stehen die neuen osteuropäischen EU-Mitgliedsländer im Vordergrund. Beim *Transport-Motiv* (ebenfalls 17%) ist die Verkehrserschliessung am aktuellen Standort nicht befriedigend. So kann es für ein KMU von Bedeutung sein, ob es in einem Industriequartier oder in der Nähe eines Flughafens angesiedelt ist oder ob der Standort mit dem öffentlichen Verkehr gut erreichbar ist. Mit den *EU-Richtlinien* (3%) sind die zur Schweiz unterschiedlichen Normen und Vorschriften für Produkte gemeint.

Im Kontext der fortschreitenden Globalisierung, der hervorragenden Konjunktur und der überwiegenden offensiven Motive (Marktnähe) zeigt sich, dass die Unternehmen wirtschaftlich florieren und somit eine Verlagerung nicht aus der Not bzw. unter Kostendruck tätigen müssen. ■

7 Vergleiche dazu «Die Klein- und Mittelunternehmen – Rückgrat der Schweizer Volkswirtschaft», Hrsg. BFS, 2003.

8 Zudem besteht das hohe Risiko einer Abwerbung von fertig ausgebildeten Fachkräften und damit eines Know-how-Transfers zur Konkurrenz sowie einer vorzeitigen Abschreibung von eigenfinanzierten Humankapital-Investitionen.

9 Siehe dazu u.a. Jaeger, F., Bechtold, B. (2005), Eine freizügige Schweiz – Chimäre oder Chance?, S. 71ff.