

Grösste Chancen für kleine und mittelgrosse Unternehmen 2016

Globaler Untersuchungsbericht

September 2016

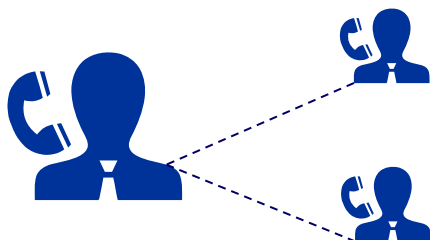


● Projektdesign	S. 3
● Ergebnisse	
● Zusammenfassung	S. 5
● Globale Ergebnisse	S. 8
● Regionale Ergebnisse	S. 13
● Länderergebnisse	S. 31
● Probenzusammensetzung	S. 45

Grösste Chancen für kleine und mittelgrosse Unternehmen 2016

Globaler
Untersuchungsbericht

Methode



Telefoninterviews (CATI)
Durchschnittliche Länge: 6
Minuten

Zielgruppe

Kleine und mittelgrosse
Unternehmen
(bis zu 250 Vollzeitangestellte)



CEO/Eigentümer, GM, CFO/Leiter
der Finanzabteilung,
COO/Head of Operations





Probenstruktur
















200 Interviews pro Land, Vertreter für SMEs
in Bezug auf die Unternehmensgrösse (im Hinblick auf
Vollzeitangestellte) und Branche.

Hinweis auf einen Trend 2016

-  Das Ergebnis 2016 ist erheblich höher gegenüber 2013
und NICHT erheblich niedriger gegenüber 2014 und
2015
-  Das Ergebnis 2016 ist erheblich niedriger gegenüber
2013
und NICHT erheblich höher gegenüber 2014 und 2015

Grösste Chancen für kleine und mittelgrosse Unternehmen 2016

Globaler
Untersuchungsbericht

Europa							
							
Schweiz (2013-2016)	Österreich (2014-2016)	Deutschland (2013-2016)	Irland (2013-2016)	Italien (2013-2016)	Portugal (2013-2016)	Spanien (2013-2016)	Türkei (2014-2016)
Nordamerika							
							
USA (2015-2016)							
Lateinamerika							
							
Brasilien (2013-2016)				Mexiko (2013-2016)			
APAC							
							
Hongkong (2014-2016)				Australien (2013; 2014; 2016)			

Zusammenfassung

Grösste Chancen für kleine und mittelgrosse Unternehmen 2016



Überragende Relevanz von „Kosten- und Ausgabenreduzierungen“ in allen Regionen, insbesondere in Europa und in den USA

Grösste Chancen für kleine und mittelgrosse Unternehmen 2016

Ergebnisse: Zusammenfassung – globales Bild

Globaler
Untersuchungsbericht

- Auf globaler Ebene wurde „die Reduktion von Kosten und Ausgaben“ (32,8 %) als zunehmend wichtige Chance wahrgenommen
 - „Diversifikation des Produktsortiments“ (21,2 %) und „neue Vertriebskanäle“ (19,3 %) erreichten in allen Regionen den 2. bis 4. Platz und gewinnen immer mehr an Bedeutung
-
- Der Anteil an kleinen und mittelgrossen Unternehmen, die keine Geschäftschancen voraussehen, nimmt erheblich ab (8 %)
 - „Neue Kundensegmente“ sind die vielversprechendste Chance in APAC und in Lateinamerika, „Kosten- und Ausgabenreduktion“ jeweils in den USA und in Europa

Q2: Welche der folgenden erachten Sie derzeit als die grössten Chancen für Ihr Unternehmen? Bitte wählen Sie bis zu drei Antworten aus.

Kleine und mittlere Unternehmen in Lateinamerika und APAC evaluieren „Neue Kundensegmente“ als vielversprechendste Chance

Grösste Chancen für kleine und mittelgrosse Unternehmen 2016

Ergebnisse: Zusammenfassung – regionales Bild

Globaler
Untersuchungsbericht

- Erschliessung von neuen Kundensegmenten ist die vielversprechendste Chance in Lateinamerika und APAC
 - „Expansion in ausländische Märkte“ (10,2 %) hat weniger Relevanz, und ist lediglich in den USA eine Top 5 Chance
-
- Europa: „Kosten- und Ausgabenreduktion“ (32,7 %) und „Neue Kundensegmente“ (32,1 %) werden als stetige Wachstumschancen wahrgenommen
 - Lateinamerika: „Übernahme von Wettbewerbern“ (10,5 %) als moderate, aber zunehmend wichtige Geschäftschance wahrgenommen
 - APAC: „Neue Unternehmenstechnologien“ (15,5 %) und „Übernahme von Wettbewerbern“ (14 %) befinden sich nicht unter den obersten 3 wahrgenommenen Chancen, gewinnen aber zunehmend an Bedeutung
 - Nordamerika (USA): „Kosten- und Ausgabenreduktion“ (43,5 %) bei weitem die wichtigste Geschäftschance

Q2: Welche der folgenden erachten Sie derzeit als die grössten Chancen für Ihr Unternehmen? Bitte wählen Sie bis zu drei Antworten aus.

Globale Ergebnisse

Grösste Chancen für kleine und mittelgrosse Unternehmen 2016



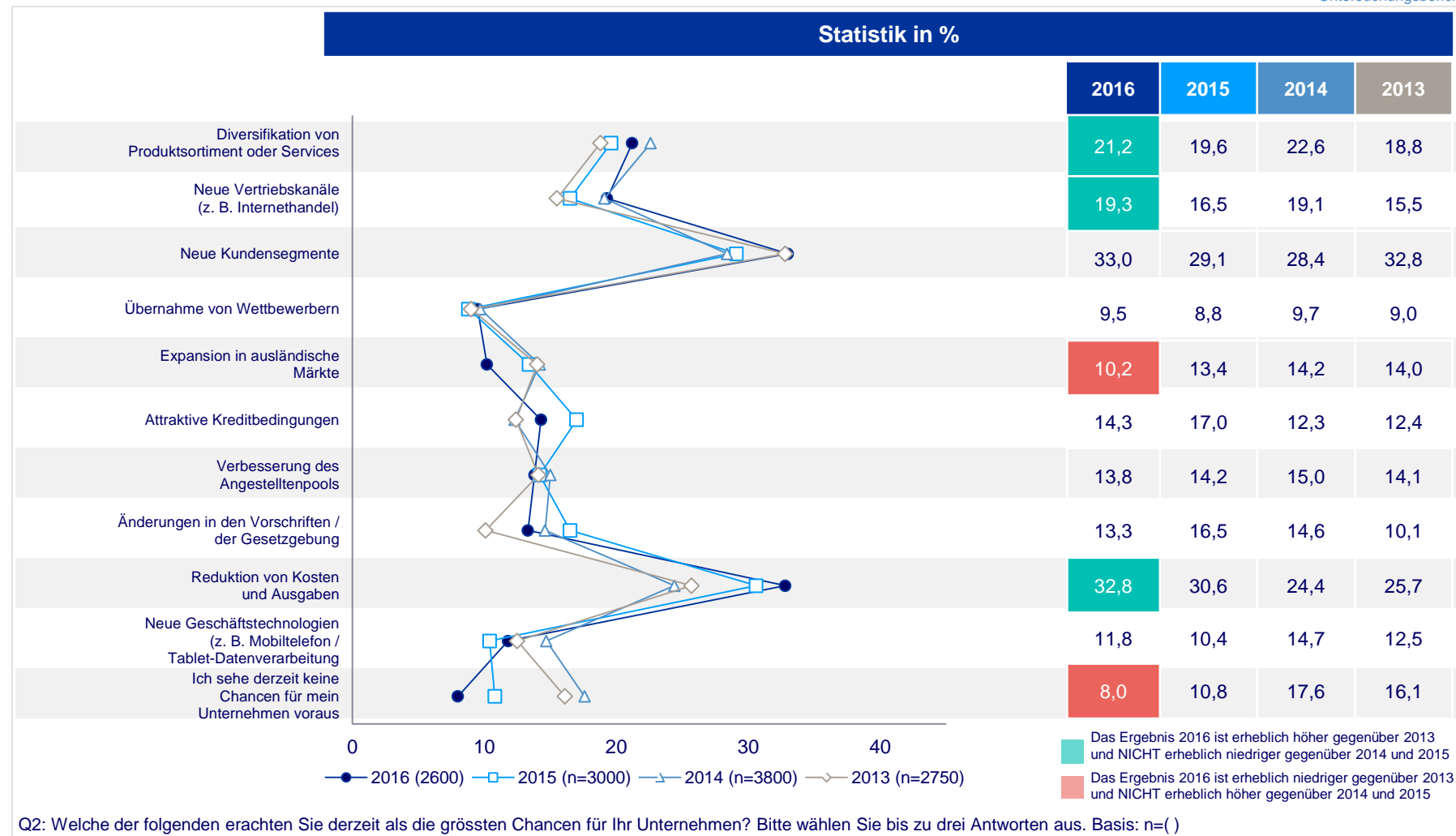
Q2: Welche der folgenden erachten Sie derzeit als die grössten Chancen für Ihr Unternehmen? Bitte wählen Sie bis zu drei Antworten aus.

„Kosten- und Ausgabenreduktion“ ist die wichtigste Geschäftschance mit zunehmender Bedeutung

Grösste Chancen für kleine und mittelgrosse Unternehmen 2016

Ergebnisse: Jahresvergleich – alle Länder

Globaler
Untersuchungsbericht



„Neue Kundensegmente“ werden als wichtige Chance in allen Regionen wahrgenommen und erreicht Platz 1 in Lateinamerika und APAC

Grösste Chancen für kleine und mittelgrosse Unternehmen 2016

Ergebnisse: Regionaler Vergleich

Globaler
Untersuchungsbericht

	Statistik in %				Platzierungen			
	Europa	Lateiname rika	USA	APAC	EU (1600)	LATAM (400)	USA (200)	APAC (400)
Diversifikation von Produktsortiment oder Services	20	22	13	29	3	3	4	2
Neue Vertriebskanäle (z. B. Internethandel)	18	19	33	17	4	4	3	4
Neue Kundensegmente	32	37	36	31	2	1	2	1
Übernahme von Wettbewerbern	8	11	11	14	10	10	8	6
Expansion in ausländische Märkte	9	11	13	13	9	9	5	7
Attraktive Kreditbedingungen	17	13	7	9	5	8	9	11
Verbesserung des Angestelltenpools	14	18	6	11	6	5	10	9
Änderungen in den Vorschriften / der Gesetzgebung	14	13	13	10	7	7	6	10
Reduktion von Kosten und Ausgaben	33	36	44	25	1	2	1	3
Neue Geschäftstechnologien (z. B. Mobiltelefon / Tablet-Datenverarbeitung)	10	14	13	16	8	6	7	5
Ich sehe derzeit keine Chancen für mein Unternehmen voraus	8	7	3	13	11	11	11	8

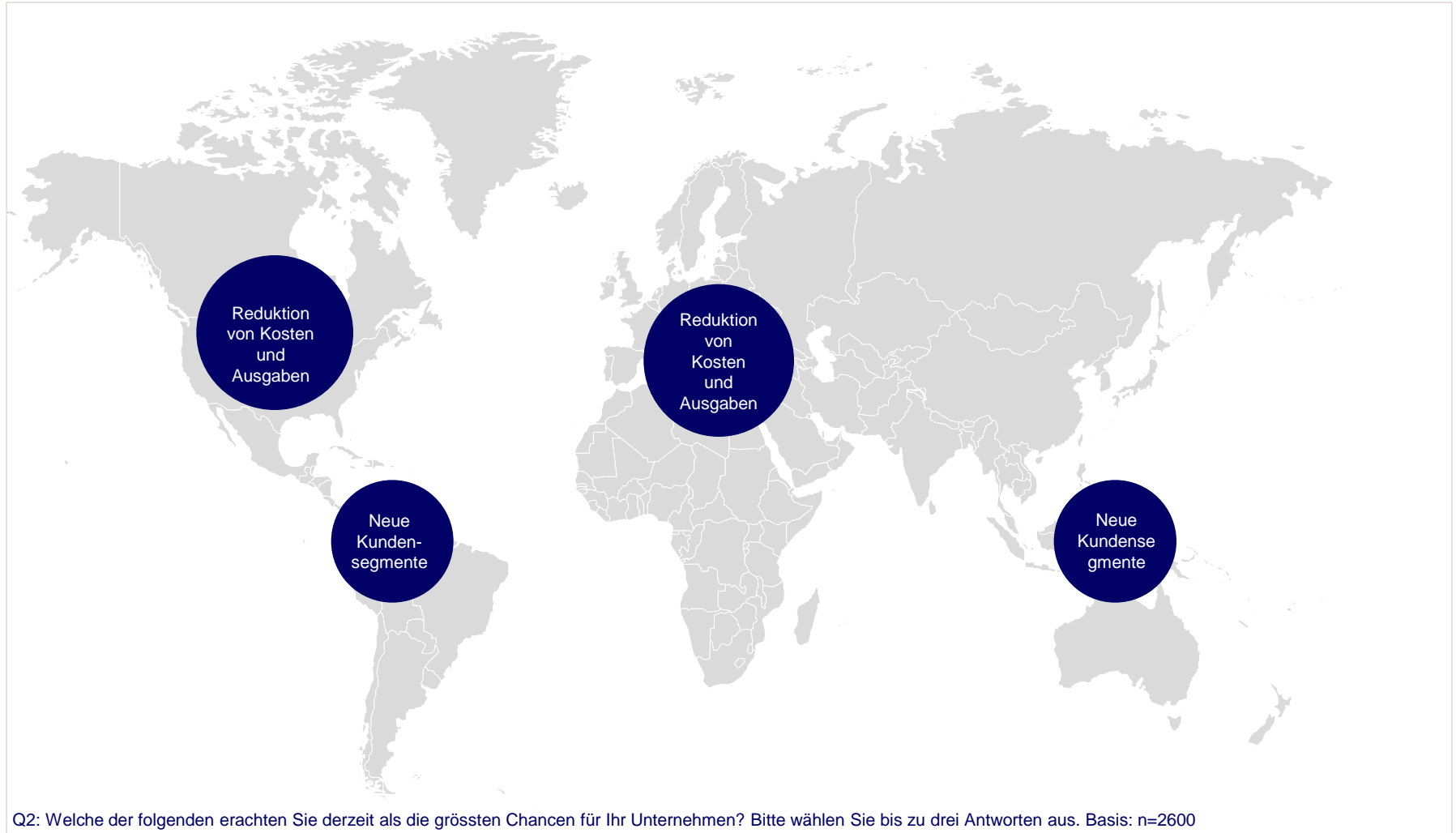


Q2: Welche der folgenden erachten Sie derzeit als die grössten Chancen für Ihr Unternehmen? Bitte wählen Sie bis zu drei Antworten aus. Basis: n=()

„Reduktion von Kosten und Ausgaben“ auf dem ersten Platz in den USA und Europa, „Neue Kundensegmente“ in APAC und Lateinamerika

Grösste Chancen für kleine und mittelgrosse Unternehmen 2016

Ergebnisse: grösste Chancen in Regionen





„Neue Vertriebskanäle“ ist die grösste Chance für Unternehmen, die mehr als 50 Mitarbeiter beschäftigen

Grösste Chancen für kleine und mittelgrosse Unternehmen 2016

Ergebnisse: grösste Chance in SME-Segmenten

Globaler
Untersuchungsbericht

Grösste Chance				
 Umsatz	Europa	Lateinamerika	Nordamerika	APAC
Bis zu 2 Millionen EUR	Neue Kundensegmente	Reduktion von Kosten und Ausgaben	Reduktion von Kosten und Ausgaben / Neue Kundensegmente	Neue Kundensegmente
Mehr als 2 Millionen EUR	Reduktion von Kosten und Ausgaben	Reduktion von Kosten und Ausgaben	Reduktion von Kosten und Ausgaben	Neue Kundensegmente
 Mitarbeiter				
0 - 9	Reduktion von Kosten und Ausgaben	Reduktion von Kosten und Ausgaben	Reduktion von Kosten und Ausgaben	Neue Kundensegmente
10 - 49	Neue Kundensegmente	Reduktion von Kosten und Ausgaben / Neue Kundensegmente	Reduktion von Kosten und Ausgaben	Reduktion von Kosten und Ausgaben
50 - 250	Reduktion von Kosten und Ausgaben	Neue Kundensegmente	Neue Vertriebskanäle (z. B. Internethandel)	Neue Kundensegmente

Q2: Welche der folgenden erachten Sie derzeit als die grössten Chancen für Ihr Unternehmen? Bitte wählen Sie bis zu drei Antworten aus. Basis: n=2600

Regionale Ergebnisse

Grösste Chancen für kleine und mittelgrosse Unternehmen 2016



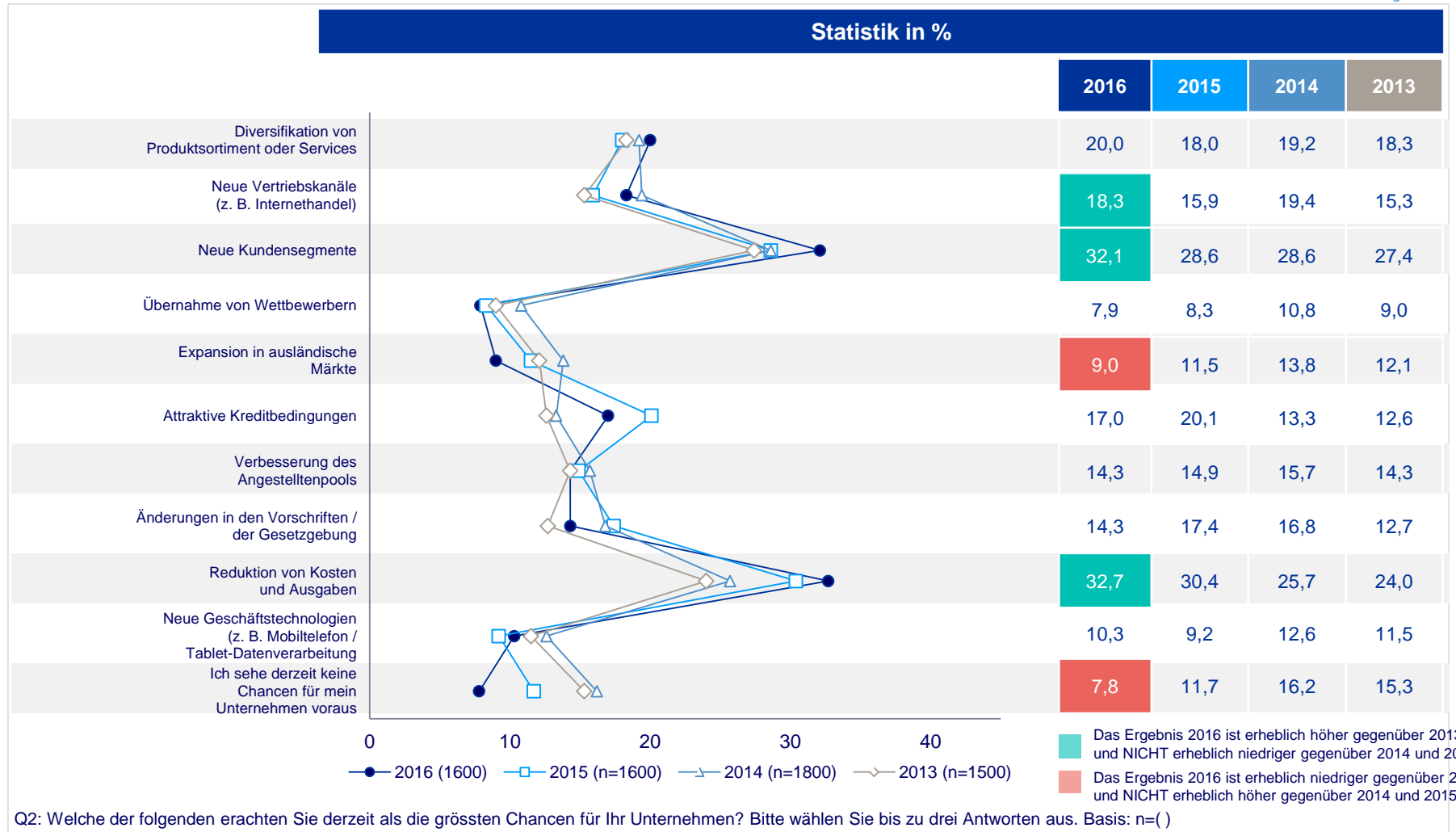
Q2: Welche der folgenden erachten Sie derzeit als die grössten Chancen für Ihr Unternehmen? Bitte wählen Sie bis zu drei Antworten aus.

„Kosten- und Ausgabenreduktion“ und „Neue Kundensegmente“ werden als stetig Wachstumsmöglichkeiten in Europa wahrgenommen

Grösste Chancen für kleine und mittelgrosse Unternehmen 2016

Ergebnisse: Jahresvergleich – Europa

Globaler
Untersuchungsbericht



„Reduktion von Kosten und Ausgaben“ wird als vielversprechende Chance erachtet, insbesondere in Portugal und Spanien

Grösste Chancen für kleine und mittelgrosse Unternehmen 2016

Ergebnisse: Ländervergleich in Europa

Globaler
Untersuchungsbericht

Hinweis: Ein fairer Ländervergleich erfordert die Berücksichtigung des Diagramms links (Blasen) und des Diagramms rechts (Rang).



● 0–15 % ● 16–30 % ● 31 %+

Q2: Welche der folgenden erachten Sie derzeit als die grössten Chancen für Ihr Unternehmen? Bitte wählen Sie bis zu drei Antworten aus. Basis: n=200 pro Land

Als Ausnahme in Europa sehen kleine und mittelgrosse Unternehmen in der Schweiz die „Diversifikation des Produktsortiments“ als grösste Chance

Grösste Chancen für kleine und mittelgrosse Unternehmen 2016

Ergebnisse: grösste Chance in europäischen Ländern



Q2: Welche der folgenden erachten Sie derzeit als die grössten Chancen für Ihr Unternehmen? Bitte wählen Sie bis zu drei Antworten aus. Basis: n=200 pro Land

Mittelgrosse Unternehmen bewerten „Neue Kundensegmente“ als wesentlicher als kleine und grosse Unternehmen

Grösste Chancen für kleine und mittelgrosse Unternehmen 2016

Ergebnisse: grösste Chance in SME-Segmenten europäischer Länder

Globaler
Untersuchungsbericht

Grösste Chance						
	Europa	Schweiz	Österreich	Deutschland	Irland	
 Umsatz						
Bis zu 2 Millionen EUR	Neue Kundensegmente	Diversifikation von Produktsortiment oder Services	Neue Kundensegmente	Neue Kundensegmente	Neue Kundensegmente	
Mehr als 2 Millionen EUR	Reduktion von Kosten und Ausgaben	Attraktive Kreditbedingungen	Neue Kundensegmente	Neue Kundensegmente	Reduktion von Kosten und Ausgaben	
 Mitarbeiter						
	0 - 9	Reduktion von Kosten und Ausgaben	Reduktion von Kosten und Ausgaben	Neue Kundensegmente	Neue Kundensegmente	Neue Kundensegmente
	10 - 49	Neue Kundensegmente	Neue Kundensegmente	Neue Vertriebskanäle (z. B. Internethandel)	Neue Kundensegmente	Neue Kundensegmente
50 - 250	Reduktion von Kosten und Ausgaben	Reduktion von Kosten und Ausgaben	Reduktion von Kosten und Ausgaben	Neue Kundensegmente	Reduktion von Kosten und Ausgaben	

Q2: Welche der folgenden erachten Sie derzeit als die grössten Chancen für Ihr Unternehmen? Bitte wählen Sie bis zu drei Antworten aus. Basis: n=200 pro Land

„Reduktion von Kosten und Ausgaben“ ist die vielversprechendste Chance für kleine und mittelgrosse Unternehmen mit mehr als 2 Millionen Umsatz in Südeuropa

Grösste Chancen für kleine und mittelgrosse Unternehmen 2016

Ergebnisse: grösste Chance in SME-Segmenten europäischer Länder

Globaler
Untersuchungsbericht

Grösste Chance						
Umsatz	Europa	Italien	Portugal	Spanien	Türkei	
Bis zu 2 Millionen EUR	Neue Kundensegmente	Reduktion von Kosten und Ausgaben	Neue Kundensegmente	Reduktion von Kosten und Ausgaben	Reduktion von Kosten und Ausgaben	
Mehr als 2 Millionen EUR	Reduktion von Kosten und Ausgaben	Reduktion von Kosten und Ausgaben	Reduktion von Kosten und Ausgaben	Reduktion von Kosten und Ausgaben	Reduktion von Kosten und Ausgaben	
Mitarbeiter						
0 - 9	Reduktion von Kosten und Ausgaben	Reduktion von Kosten und Ausgaben	Reduktion von Kosten und Ausgaben	Reduktion von Kosten und Ausgaben	Neue Kundensegmente	
10 - 49	Neue Kundensegmente	Reduktion von Kosten und Ausgaben	Reduktion von Kosten und Ausgaben	Reduktion von Kosten und Ausgaben	Reduktion von Kosten und Ausgaben	
50 - 250	Reduktion von Kosten und Ausgaben	Reduktion von Kosten und Ausgaben	Reduktion von Kosten und Ausgaben	Neue Kundensegmente	Änderungen in den Vorschriften / der Gesetzgebung	

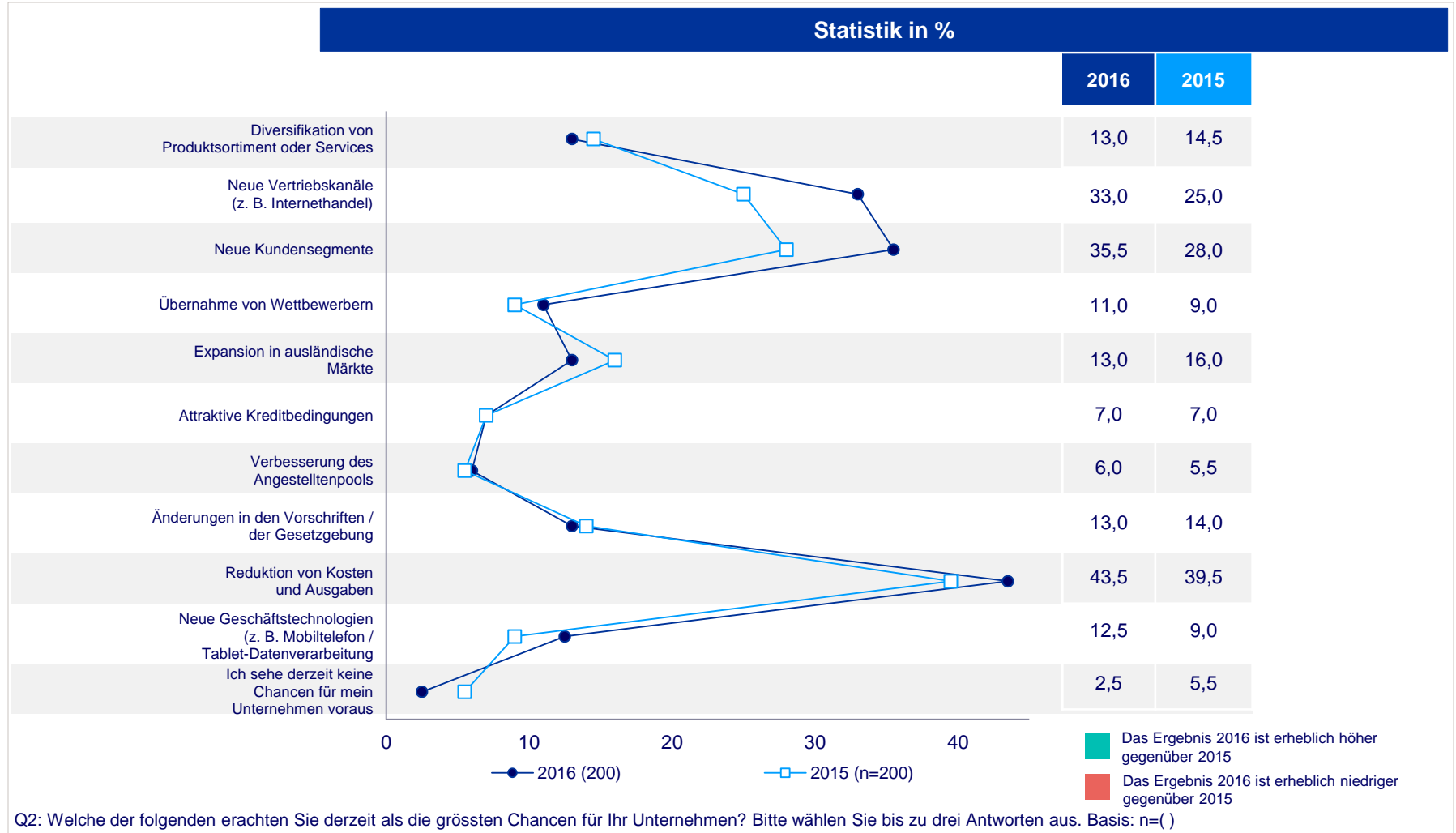
Q2: Welche der folgenden erachten Sie derzeit als die grössten Chancen für Ihr Unternehmen? Bitte wählen Sie bis zu drei Antworten aus. Basis: n=200 pro Land

„Reduktion von Kosten und Ausgaben“ ist immer noch die wesentlichste Geschäftschance in den USA

Grösste Chancen für kleine und mittelgrosse Unternehmen 2016

Ergebnisse: Jahresvergleich – Nordamerika

Globaler
Untersuchungsbericht



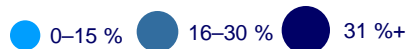
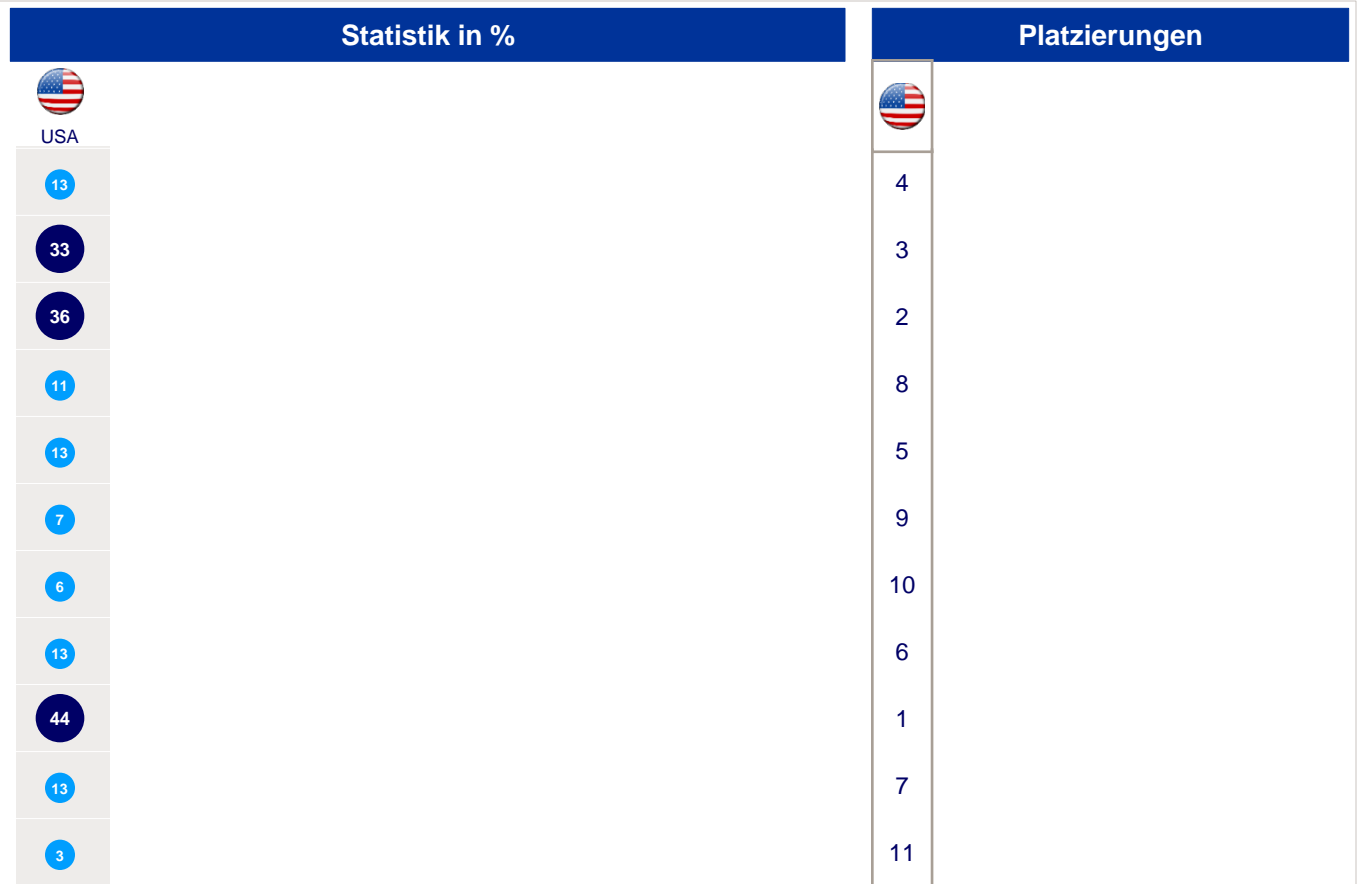
„Reduktion von Kosten und Ausgaben“, „Neue Kundensegmente“ und „Neue Vertriebskanäle“ sind die vielversprechendsten Chancen

Grösste Chancen für kleine und mittelgrosse Unternehmen 2016

Ergebnisse: Ländervergleich in Nordamerika

Globaler
Untersuchungsbericht

Hinweis: Ein fairer Ländervergleich erfordert die Berücksichtigung des Diagramms links (Blasen) und des Diagramms rechts (Rang).



Q2: Welche der folgenden erachten Sie derzeit als die grössten Chancen für Ihr Unternehmen? Bitte wählen Sie bis zu drei Antworten aus. Basis: n=200

„Reduktion von Kosten und Ausgaben“ wird in den USA als grösste Chance bewertet

Grösste Chancen für kleine und mittelgrosse Unternehmen 2016

Ergebnisse: grösste Chance in Nordamerika






Q2: Welche der folgenden erachten Sie derzeit als die grössten Chancen für Ihr Unternehmen? Bitte wählen Sie bis zu drei Antworten aus. Basis: n=200

Unternehmen mit 50-250 Mitarbeitern sehen „neue Vertriebskanäle“ als vielversprechender als „Reduktion von Kosten und Ausgaben“

Grösste Chancen für kleine und mittelgrosse Unternehmen 2016

Ergebnisse: grösste Chance in SME-Segmenten Nordamerikas

Globaler
Untersuchungsbericht

Grösste Chance		
		
Umsatz	Nordamerika	USA
Bis zu 2 Millionen EUR	Reduktion von Kosten und Ausgaben / Neue Kundensegmente	Reduktion von Kosten und Ausgaben / Neue Kundensegmente
Mehr als 2 Millionen EUR	Reduktion von Kosten und Ausgaben	Reduktion von Kosten und Ausgaben
		
Mitarbeiter		
0 - 9	Reduktion von Kosten und Ausgaben	Reduktion von Kosten und Ausgaben
10 - 49	Reduktion von Kosten und Ausgaben	Reduktion von Kosten und Ausgaben
50 - 250	Neue Vertriebskanäle (z. B. Internethandel)	Neue Vertriebskanäle (z. B. Internethandel)

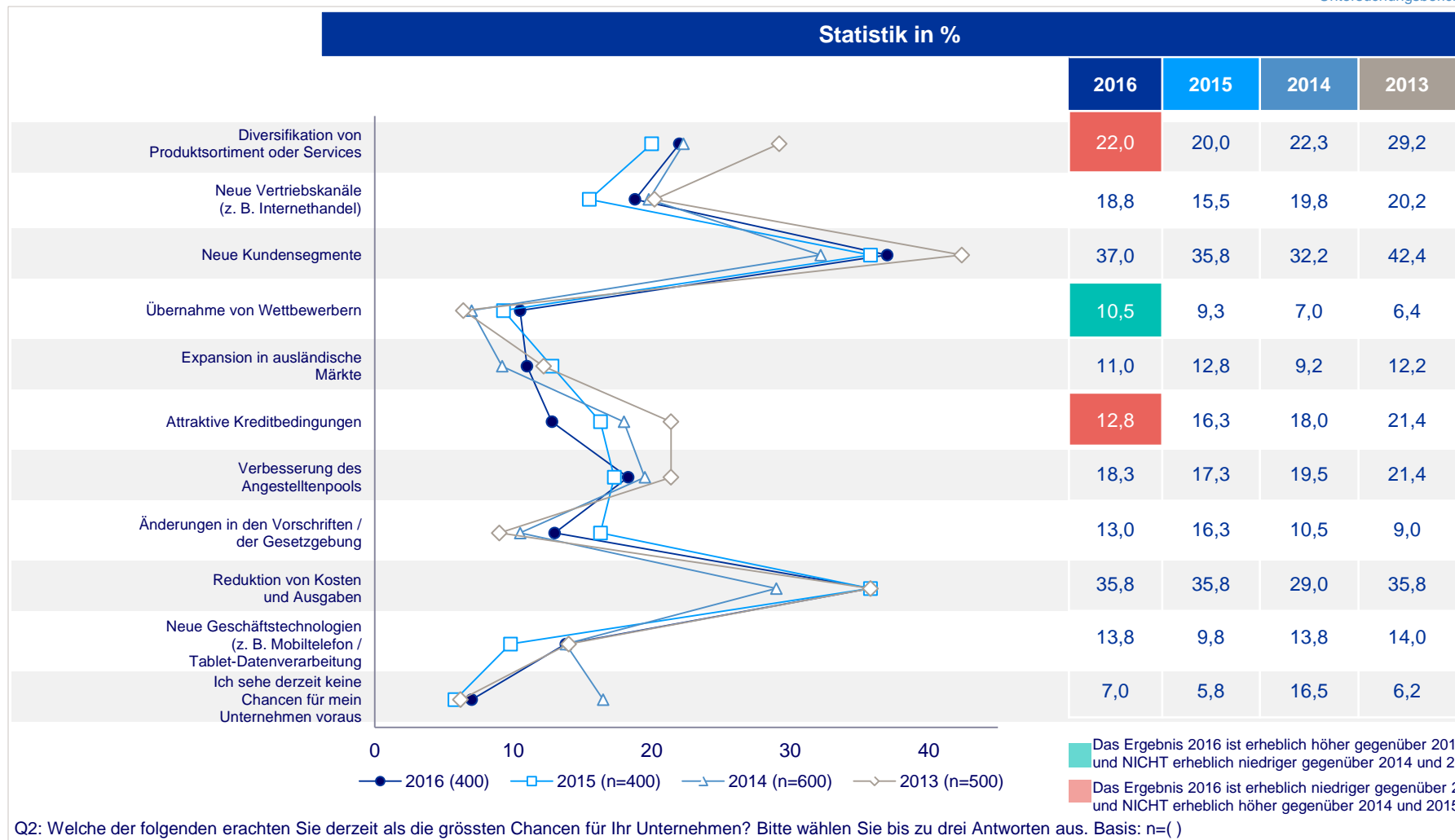
Q2: Welche der folgenden erachten Sie derzeit als die grössten Chancen für Ihr Unternehmen? Bitte wählen Sie bis zu drei Antworten aus. Basis: n=200

Relevanz von „attraktiven Kreditbedingungen“ als Geschäftschance ist in den vergangenen Jahren rückläufig

Grösste Chancen für kleine und mittelgrosse Unternehmen 2016

Ergebnisse: Jahresvergleich – Lateinamerika

Globaler
Untersuchungsbericht



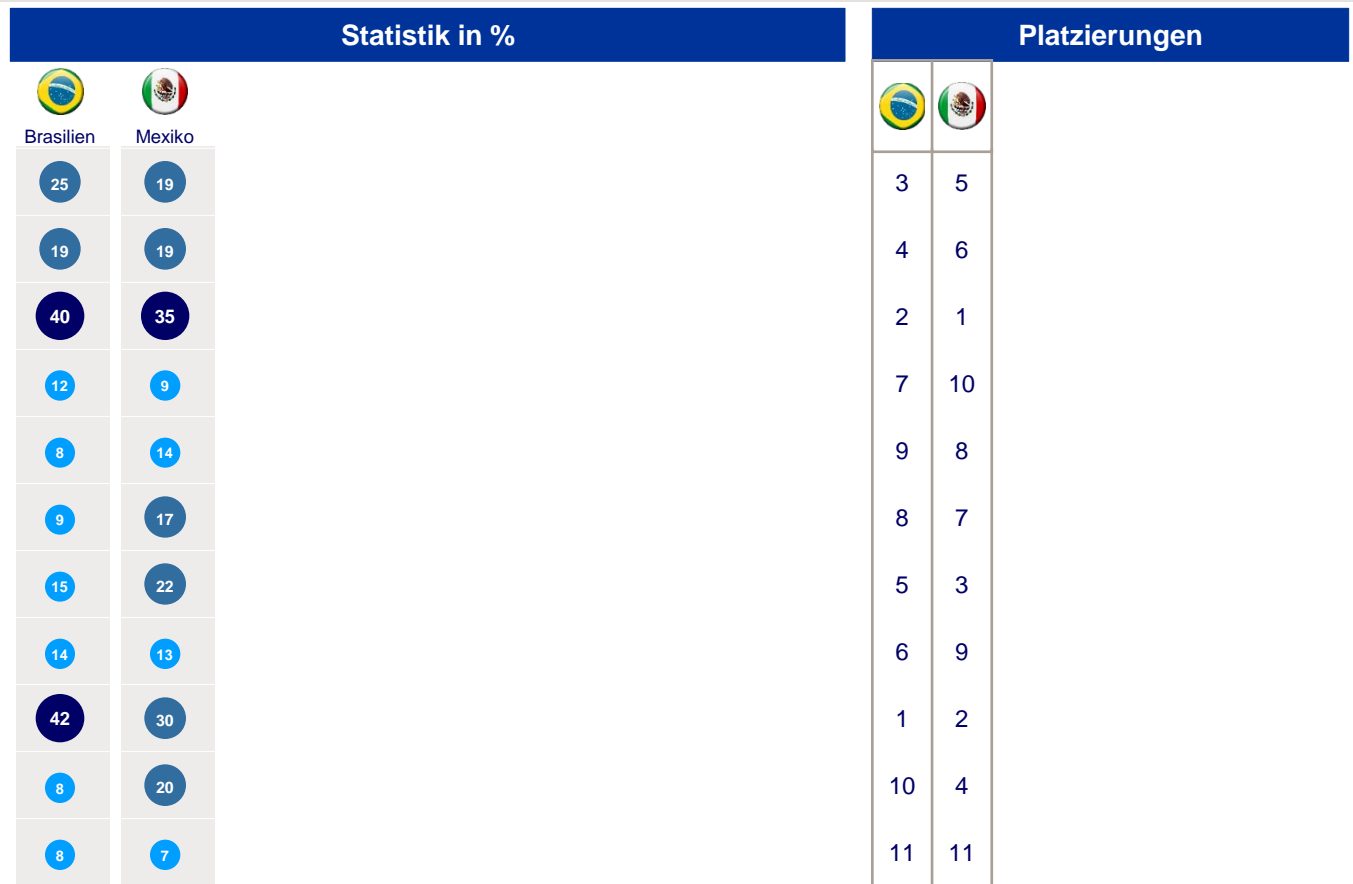
Kleine und mittelgrosse Unternehmen aus Mexiko erachten „Neue Geschäftstechnologien“ als entscheidendere Geschäftschance als kleine und mittelgrosse Unternehmen aus Brasilien

Grösste Chancen für kleine und mittelgrosse Unternehmen 2016

Ergebnisse: Ländervergleich in Lateinamerika

Globaler
Untersuchungsbericht

Hinweis: Ein fairer Ländervergleich erfordert die Berücksichtigung des Diagramms links (Blasen) und des Diagramms rechts (Rang).



● 0–15 % ● 16–30 % ● 31 %+

Q2: Welche der folgenden erachten Sie derzeit als die grössten Chancen für Ihr Unternehmen? Bitte wählen Sie bis zu drei Antworten aus. Basis: n=200 pro Land

„Neue Kundensegmente“ ist die Hauptchance in Mexiko, „Reduktion von Kosten und Ausgaben“ in Brasilien

Grösste Chancen für kleine und mittelgrosse Unternehmen 2016

Ergebnisse: grösste Chance in Lateinamerika






Q2: Welche der folgenden erachten Sie derzeit als die grössten Chancen für Ihr Unternehmen? Bitte wählen Sie bis zu drei Antworten aus. Basis: n=200 pro Land

Kleine und mittelgrosse Unternehmen mit 50-250 Mitarbeitern bewerten „Neue Kundensegmente“ als die vielversprechendste Chance in beiden Ländern

Grösste Chancen für kleine und mittelgrosse Unternehmen 2016

Ergebnisse: grösste Chance in SME-Segmenten Lateinamerikas

Globaler
Untersuchungsbericht

Grösste Chance			
	 Umsatz	 Brasilien	 Mexiko
Mitarbeiter			
	Bis zu 2 Millionen EUR	Reduktion von Kosten und Ausgaben	Neue Kundensegmente
	Mehr als 2 Millionen EUR	Reduktion von Kosten und Ausgaben	Reduktion von Kosten und Ausgaben
		Neue Kundensegmente	Neue Kundensegmente
		Reduktion von Kosten und Ausgaben	Reduktion von Kosten und Ausgaben
		Reduktion von Kosten und Ausgaben	Neue Geschäftstechnologien (z. B. Mobiltelefon / Tablet-Datenverarbeitung)
	0 - 9	Reduktion von Kosten und Ausgaben	Reduktion von Kosten und Ausgaben
	10 - 49	Reduktion von Kosten und Ausgaben / Neue Kundensegmente	Neue Kundensegmente
	50 - 250	Neue Kundensegmente	Neue Kundensegmente

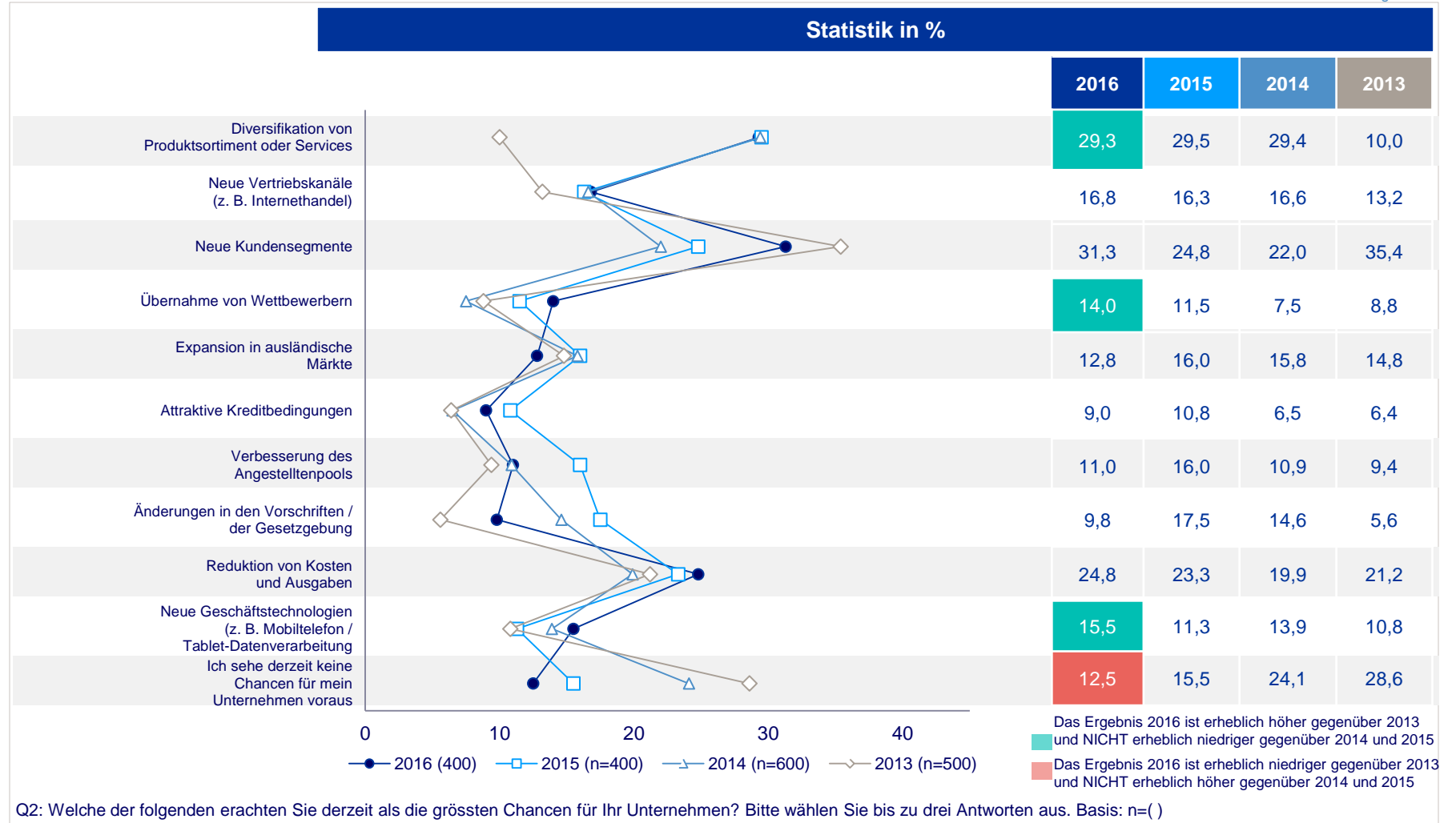
Q2: Welche der folgenden erachten Sie derzeit als die grössten Chancen für Ihr Unternehmen? Bitte wählen Sie bis zu drei Antworten aus. Basis: n=200 pro Land

Der Anteil an kleinen und mittelgrossen Unternehmen, die keine Geschäftschancen voraussehen, nimmt erheblich ab

Grösste Chancen für kleine und mittelgrosse Unternehmen 2016

Ergebnisse: Jahresvergleich – APAC

Globaler
Untersuchungsbericht



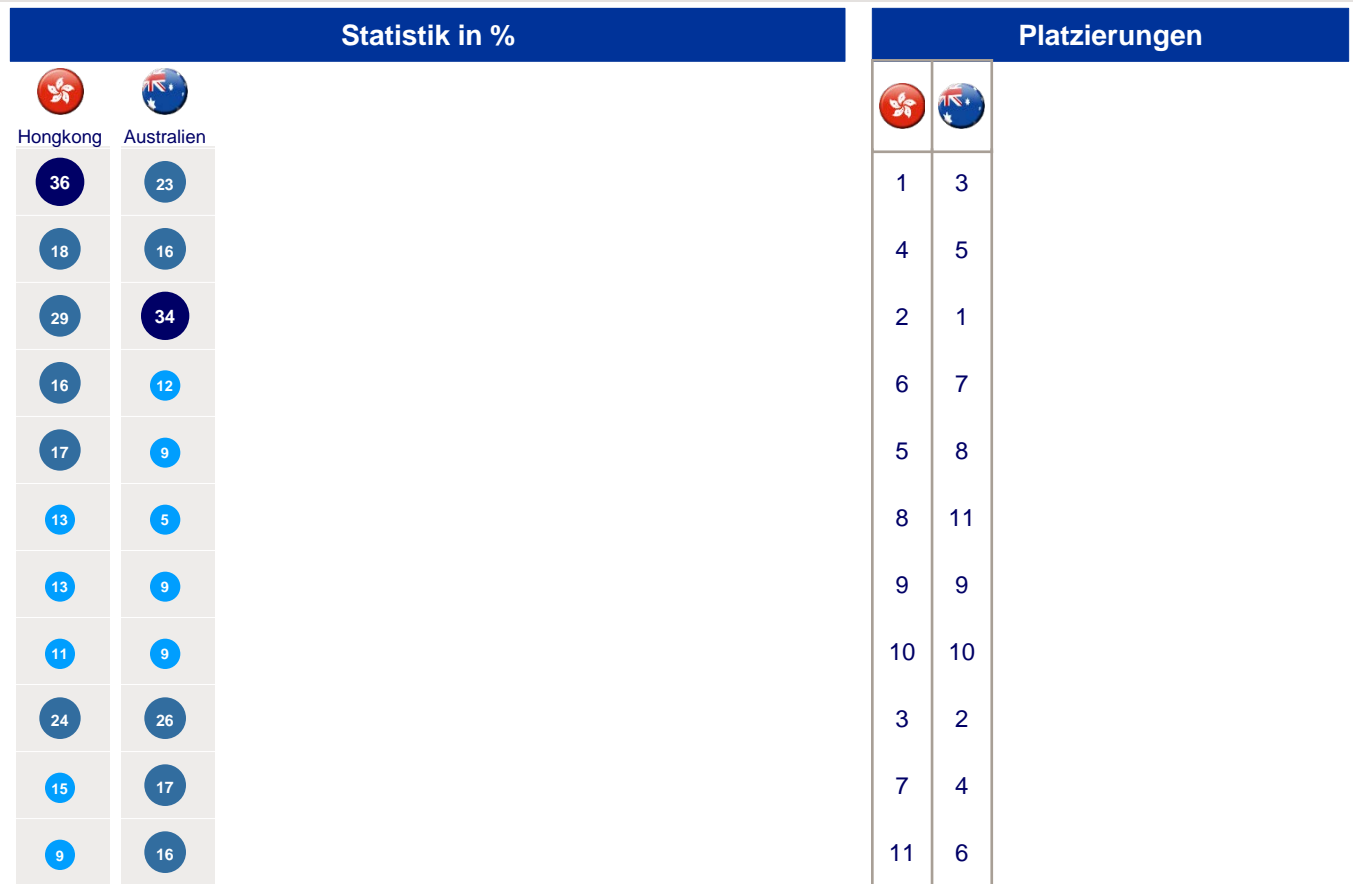
Regionale Einstimmigkeit in der Positionierung der vielversprechendsten Top 3 Geschäftschancen

Grösste Chancen für kleine und mittelgrosse Unternehmen 2016

Ergebnisse: Ländervergleich in der Region APAC

Globaler
Untersuchungsbericht

Hinweis: Ein fairer Ländervergleich erfordert die Berücksichtigung des Diagramms links (Blasen) und des Diagramms rechts (Rang).



Q2: Welche der folgenden erachten Sie derzeit als die grössten Chancen für Ihr Unternehmen? Bitte wählen Sie bis zu drei Antworten aus. Basis: n=200 pro Land

„Neue Kundensegmente“ ist die Hauptchance in Australien, „Diversifikation von Produkten und Dienstleistungen“ in Hongkong

Grösste Chancen für kleine und mittelgrosse Unternehmen 2016

Ergebnisse: grösste Chancen in APAC



Q2: Welche der folgenden erachten Sie derzeit als die grössten Chancen für Ihr Unternehmen? Bitte wählen Sie bis zu drei Antworten aus. Basis: n=200 pro Land

Grössere kleine und mittelgrosse Unternehmen nehmen „Neue Kundensegmente“ als wesentlichste Chance in beiden Ländern wahr

Grösste Chancen für kleine und mittelgrosse Unternehmen 2016

Ergebnisse: grösste Chance in SME-Segmenten von APAC

Globaler
Untersuchungsbericht

Grösste Chance			
Umsatz	APAC	Hongkong	Australien
Bis zu 2 Millionen EUR	Neue Kundensegmente	Diversifikation von Produktsortiment oder Services	Neue Kundensegmente
Mehr als 2 Millionen EUR	Neue Kundensegmente	Neue Kundensegmente	Neue Kundensegmente
Mitarbeiter			
0 - 9	Neue Kundensegmente	Diversifikation von Produktsortiment oder Services	Neue Kundensegmente
10 - 49	Reduktion von Kosten und Ausgaben	Diversifikation von Produktsortiment oder Services	Neue Kundensegmente
50 - 250	Neue Kundensegmente	Neue Kundensegmente	Neue Kundensegmente

Q2: Welche der folgenden erachten Sie derzeit als die grössten Chancen für Ihr Unternehmen? Bitte wählen Sie bis zu drei Antworten aus. Basis: n=200 pro Land

Ergebnisse nach Land

Grösste Chancen für kleine und mittelgrosse Unternehmen 2016

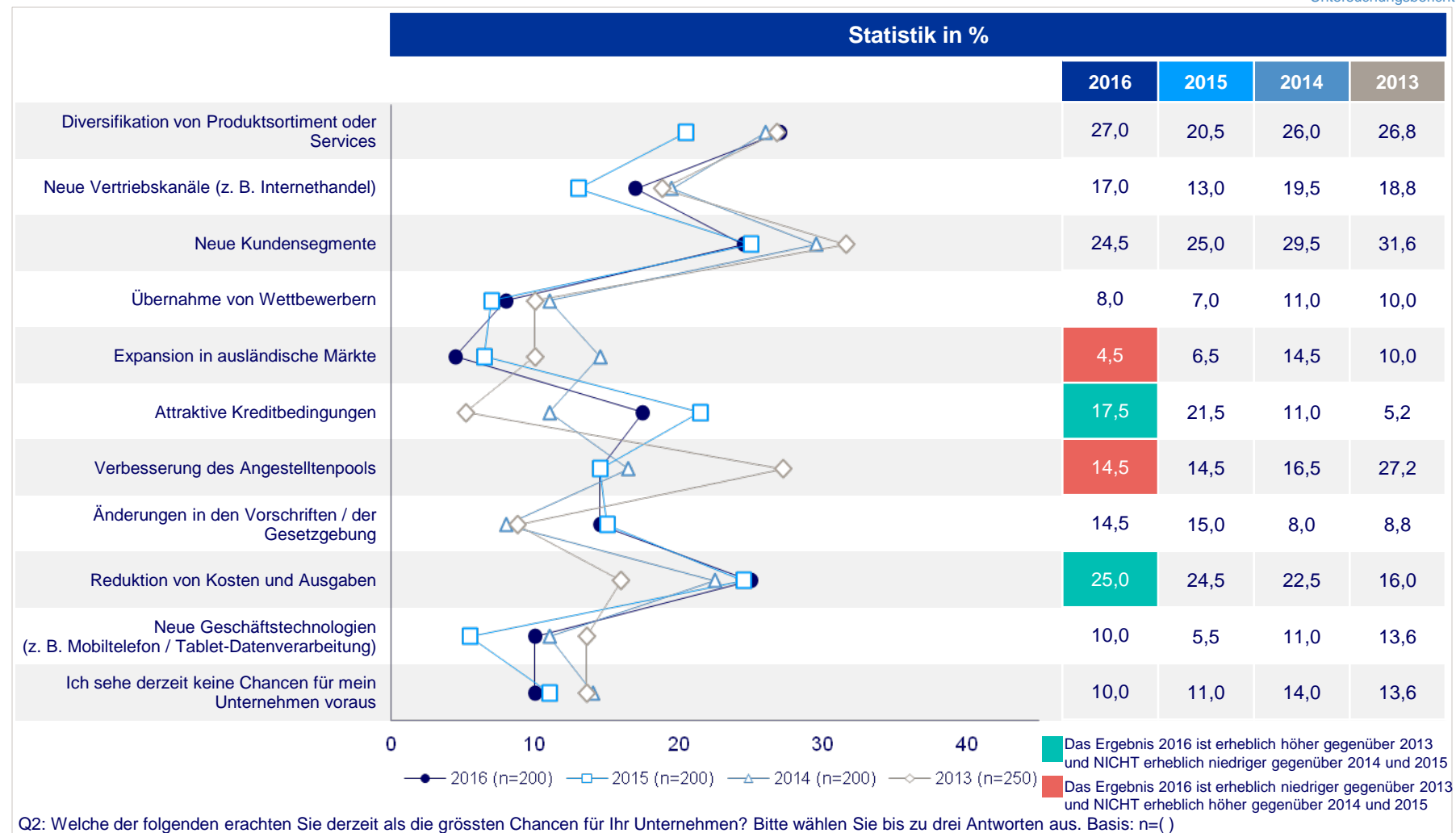


Q2: Welche der folgenden erachten Sie derzeit als die grössten Chancen für Ihr Unternehmen? Bitte wählen Sie bis zu drei Antworten aus.

„Reduktion von Kosten und Ausgaben“ wird als zunehmend wesentliche Geschäftschance erachtet

Grösste Chancen für kleine und mittelgrosse Unternehmen 2016

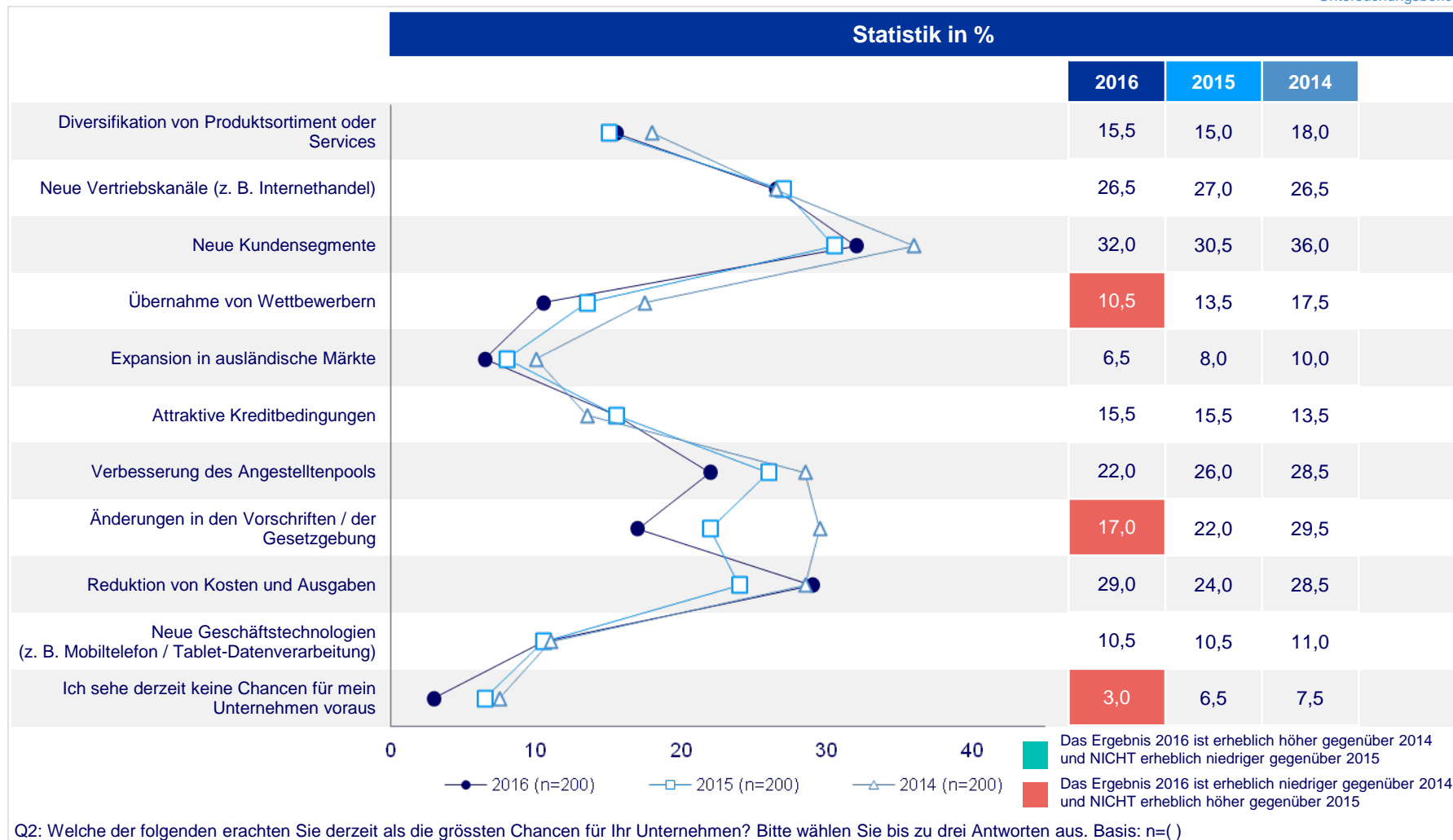
Ergebnisse: Jahresvergleich



Geschäftschancen aufgrund von „Übernahme von Wettbewerbern“ und „Änderung von Vorschriften / Gesetzgebung sind in der Wahrnehmung gesunken

Grösste Chancen für kleine und mittelgrosse Unternehmen 2016

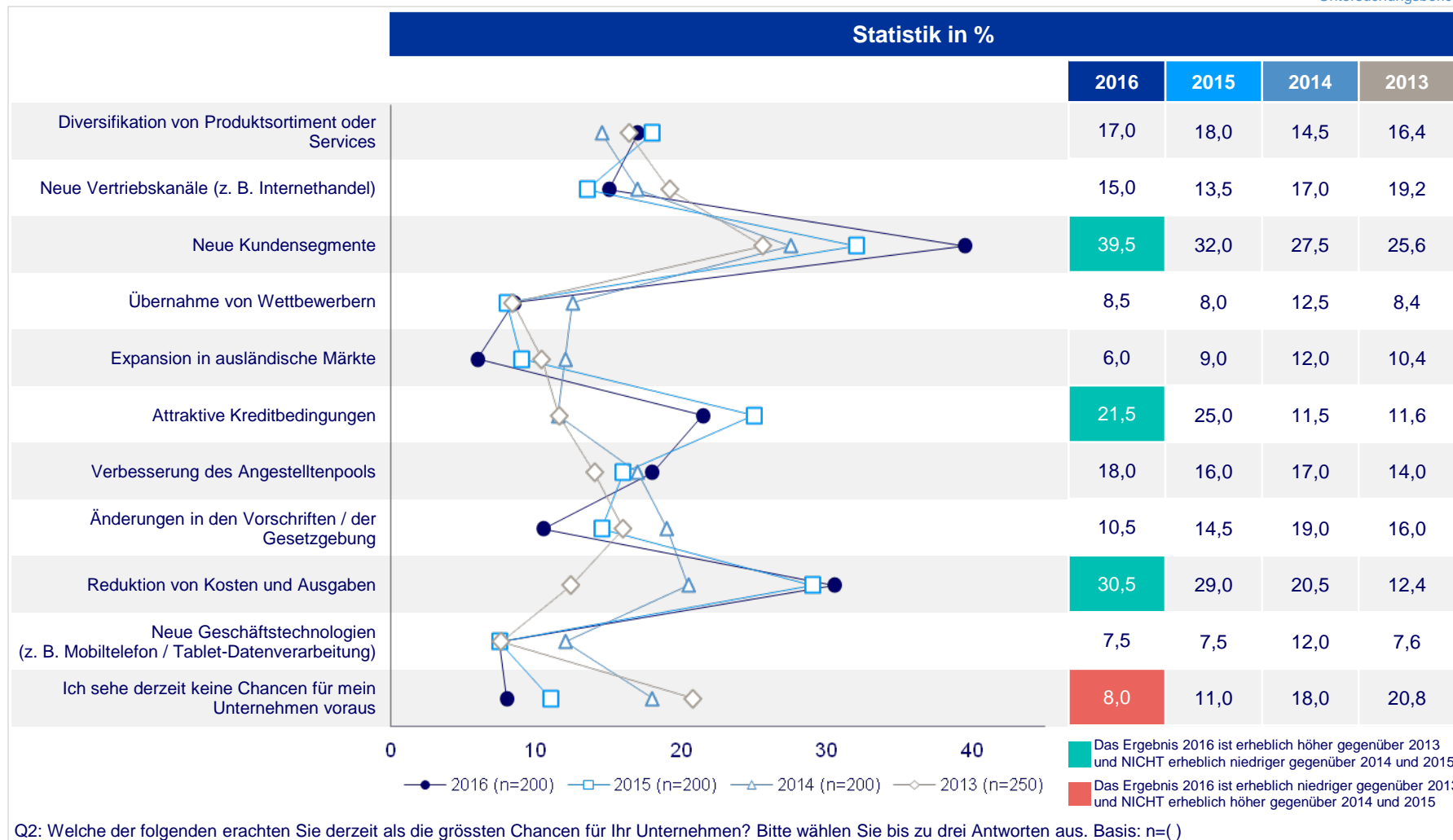
Ergebnisse: Jahresvergleich



„Neue Kundensegmente“ werden bei weitem als grösste Geschäftschance wahrgenommen

Grösste Chancen für kleine und mittelgrosse Unternehmen 2016

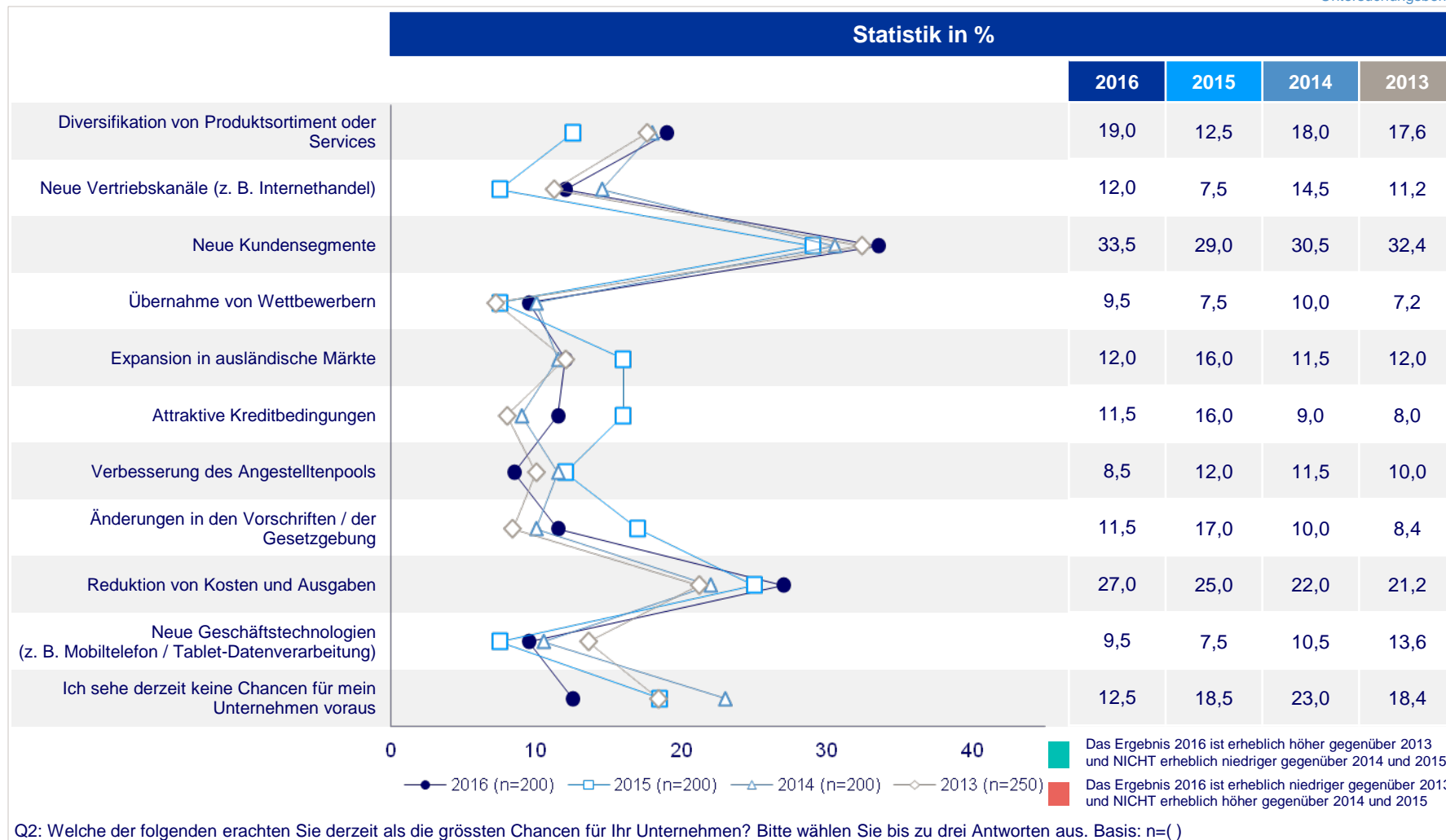
Ergebnisse: Jahresvergleich



„Neue Kundensegmente“ werden immer noch als grösste Chance wahrgenommen

Grösste Chancen für kleine und mittelgrosse Unternehmen 2016

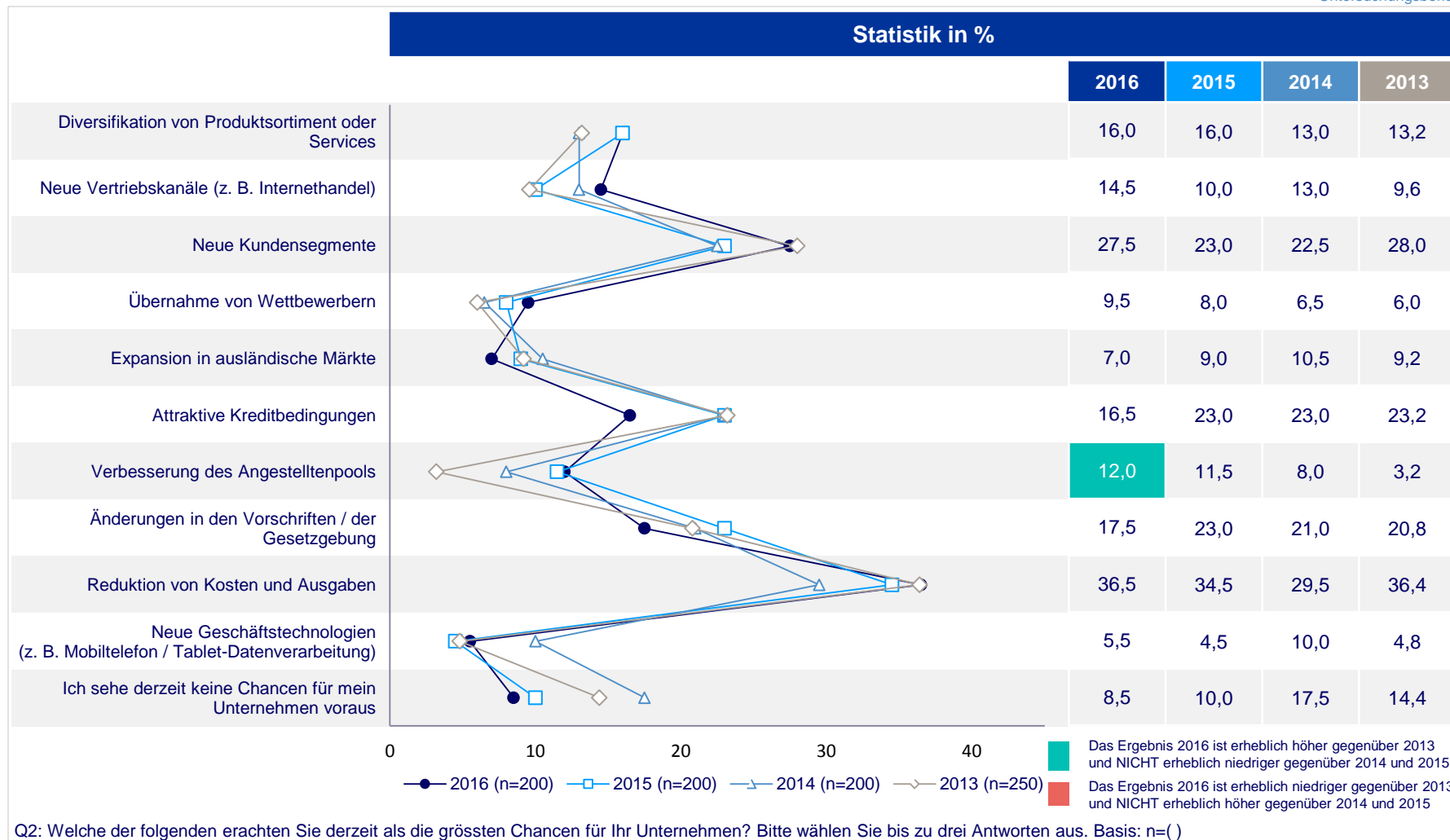
Ergebnisse: Jahresvergleich



„Verbesserung des Mitarbeiterpools“ wird als wesentlich grössere Geschäftschance erachtet als in der Vergangenheit

Grösste Chancen für kleine und mittelgrosse Unternehmen 2016

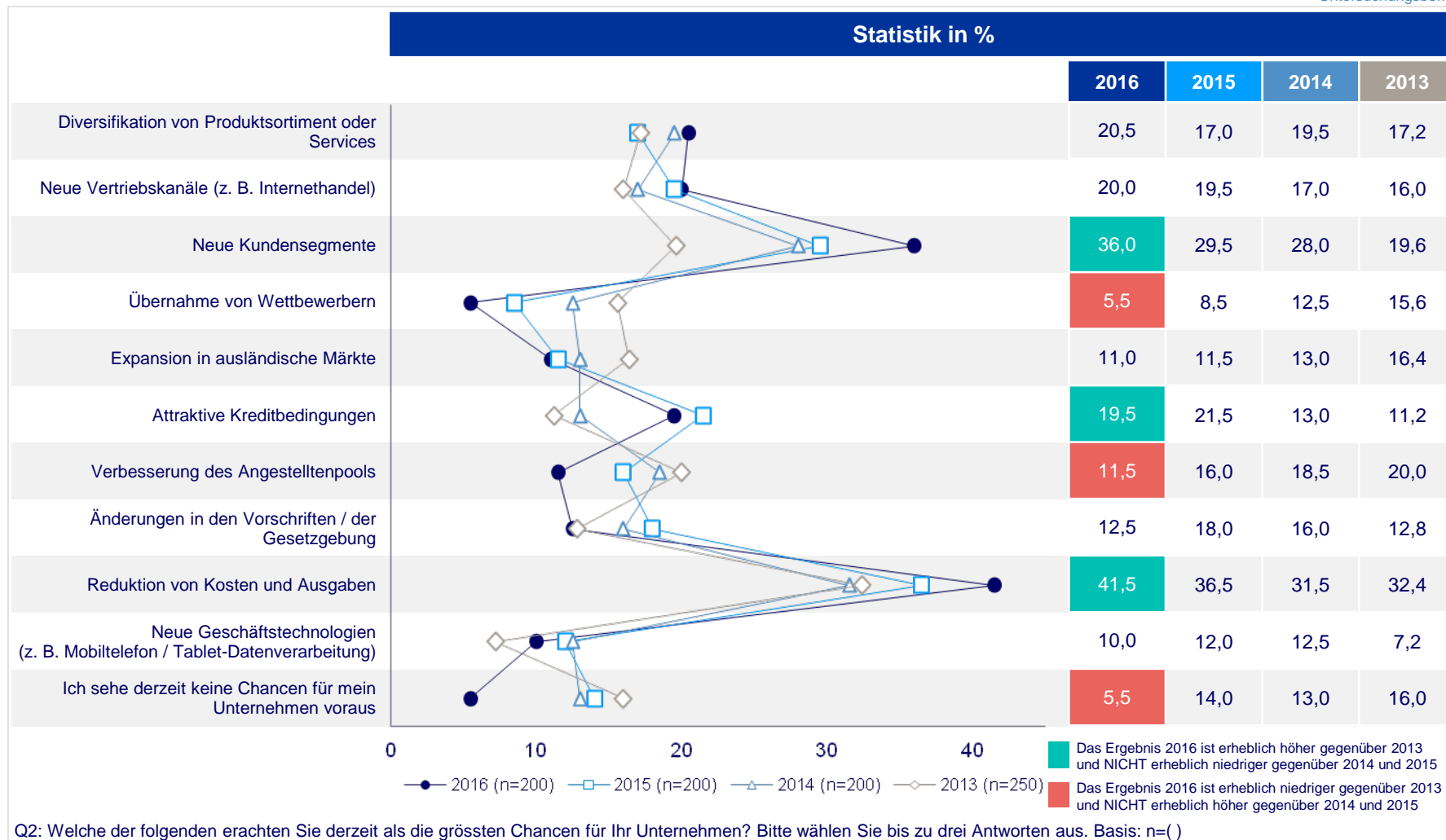
Ergebnisse: Jahresvergleich



„Reduktion von Kosten und Ausgaben“ wird als zunehmend wesentliche Geschäftschance erachtet

Grösste Chancen für kleine und mittelgrosse Unternehmen 2016

Ergebnisse: Jahresvergleich



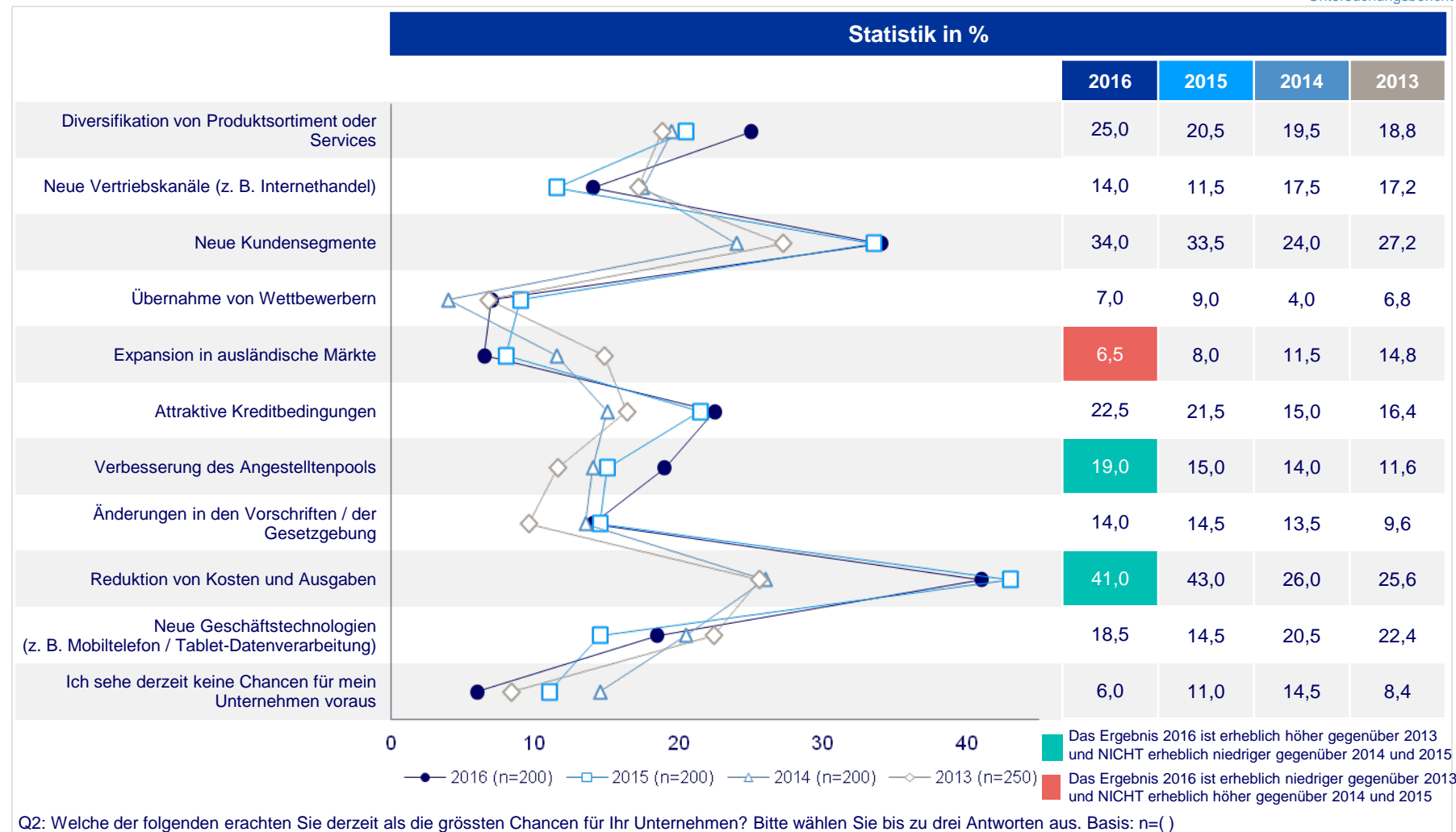
„Reduktion von Kosten und Ausgaben“ und „Verbesserung des Mitarbeiterpools“ ist wesentlich wichtiger als in der Vergangenheit

Grösste Chancen für kleine und mittelgrosse Unternehmen 2016

Ergebnisse: Jahresvergleich



Globaler
Untersuchungsbericht



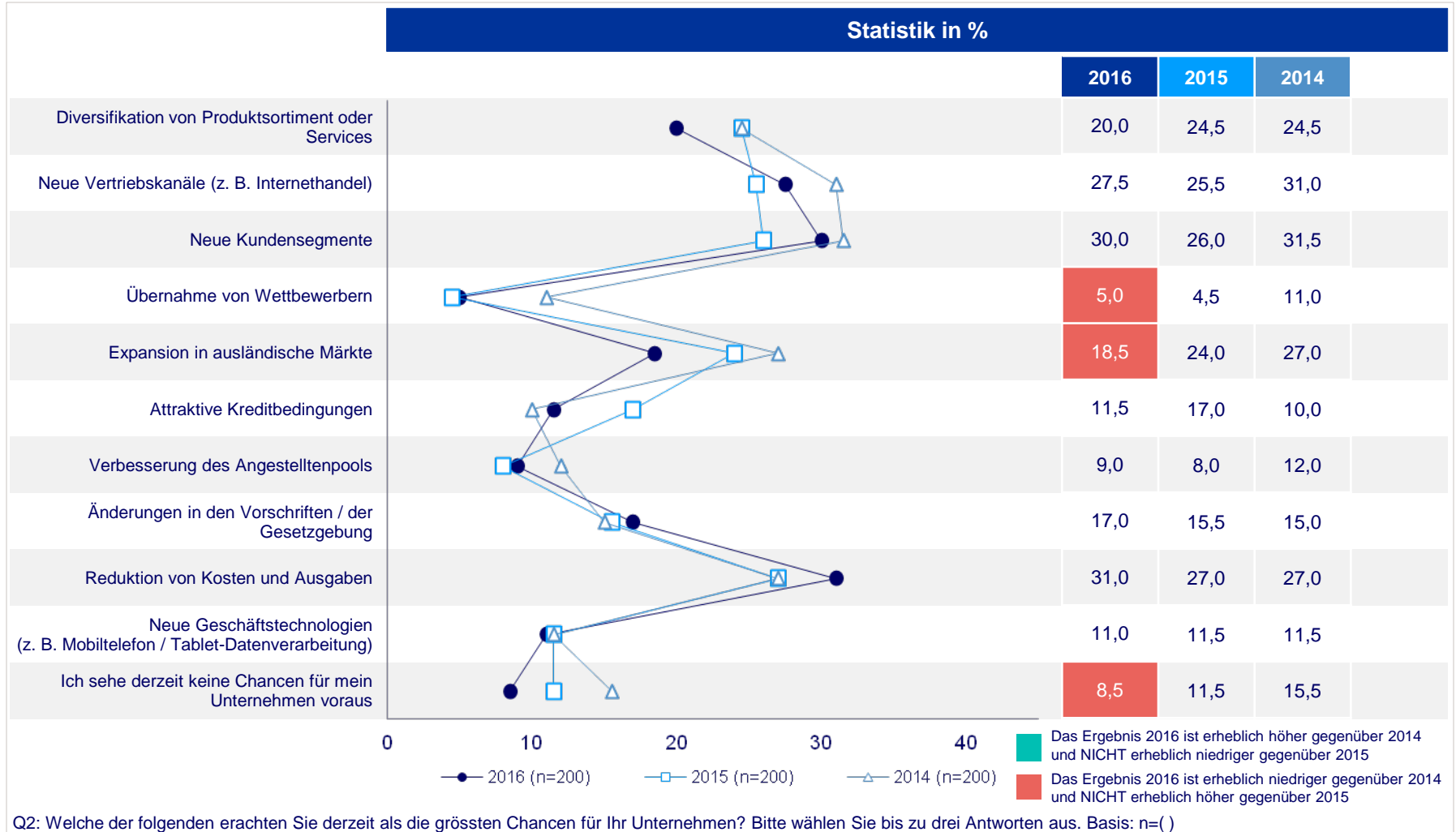
„Expansion in ausländische Märkte“ hat erheblich an Relevanz als Geschäftschance verloren

Grösste Chancen für kleine und mittelgrosse Unternehmen 2016

Ergebnisse: Jahresvergleich



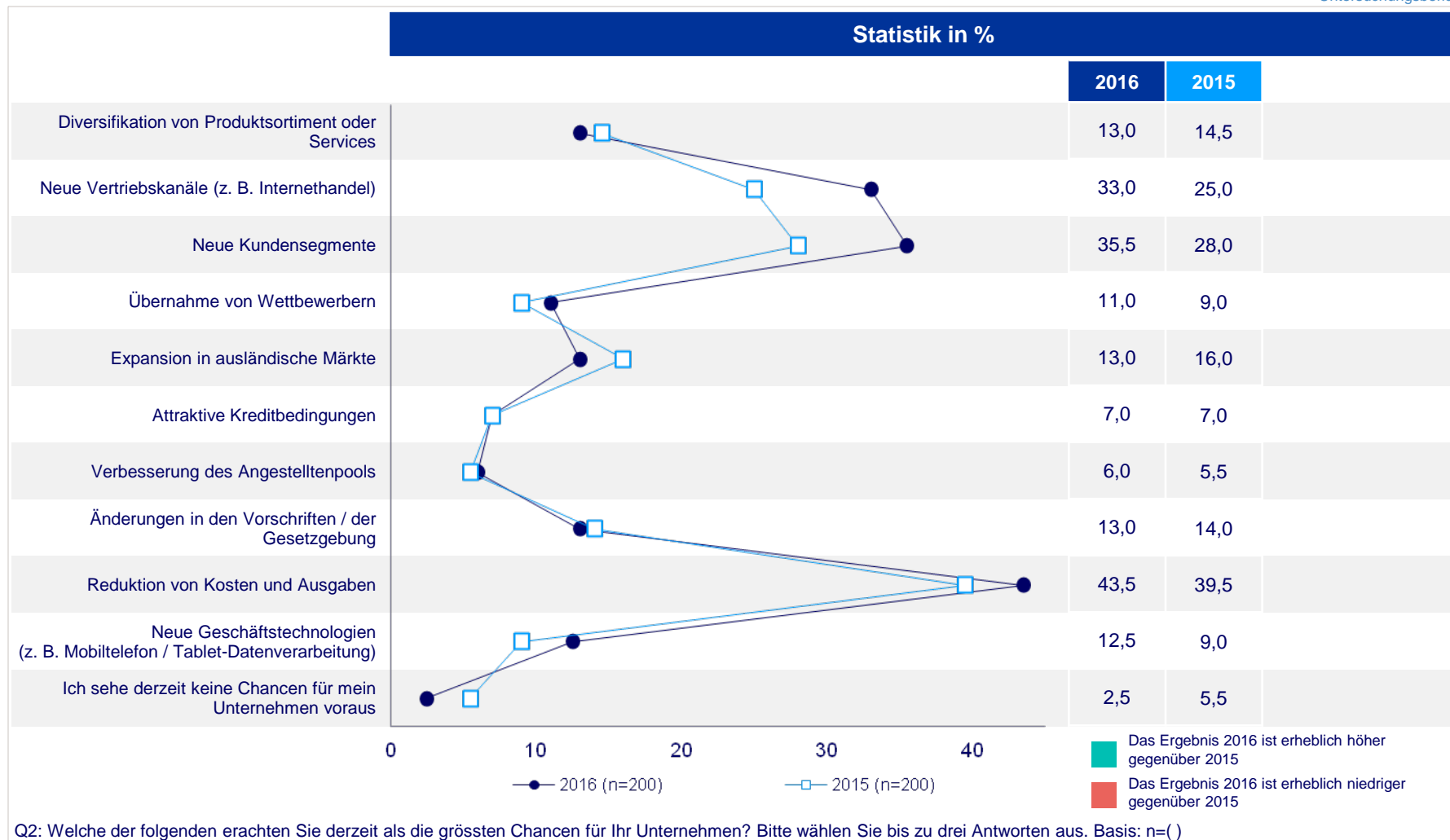
Globaler
Untersuchungsbericht



„Reduktion von Kosten und Ausgaben“ wird als entscheidende Geschäftschance erachtet

Grösste Chancen für kleine und mittelgrosse Unternehmen 2016

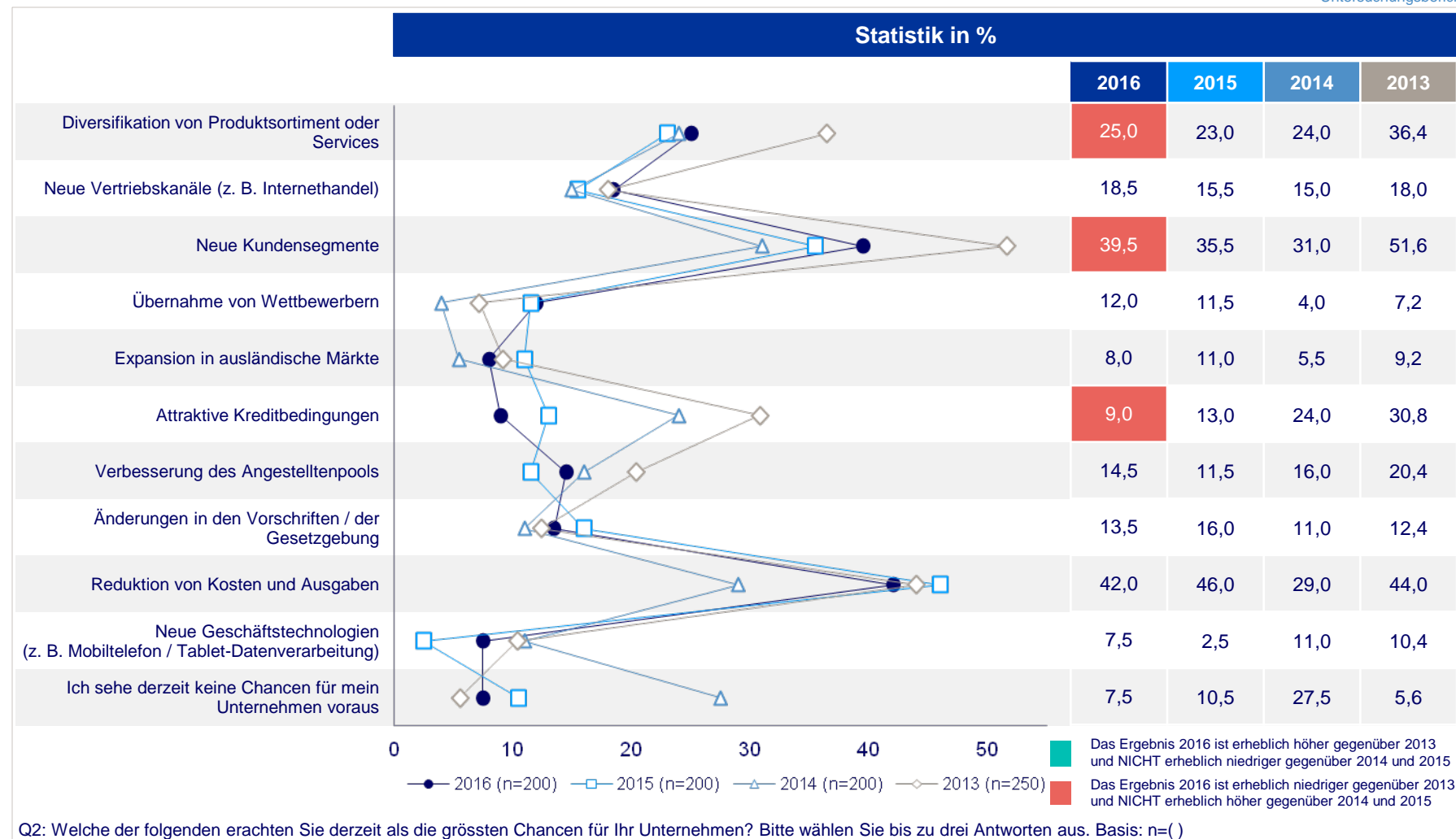
Ergebnisse: Jahresvergleich



Relevanz von „attraktiven Kreditbedingungen“ als Geschäftschance ist in den vergangenen Jahren rückläufig

Grösste Chancen für kleine und mittelgrosse Unternehmen 2016

Ergebnisse: Jahresvergleich

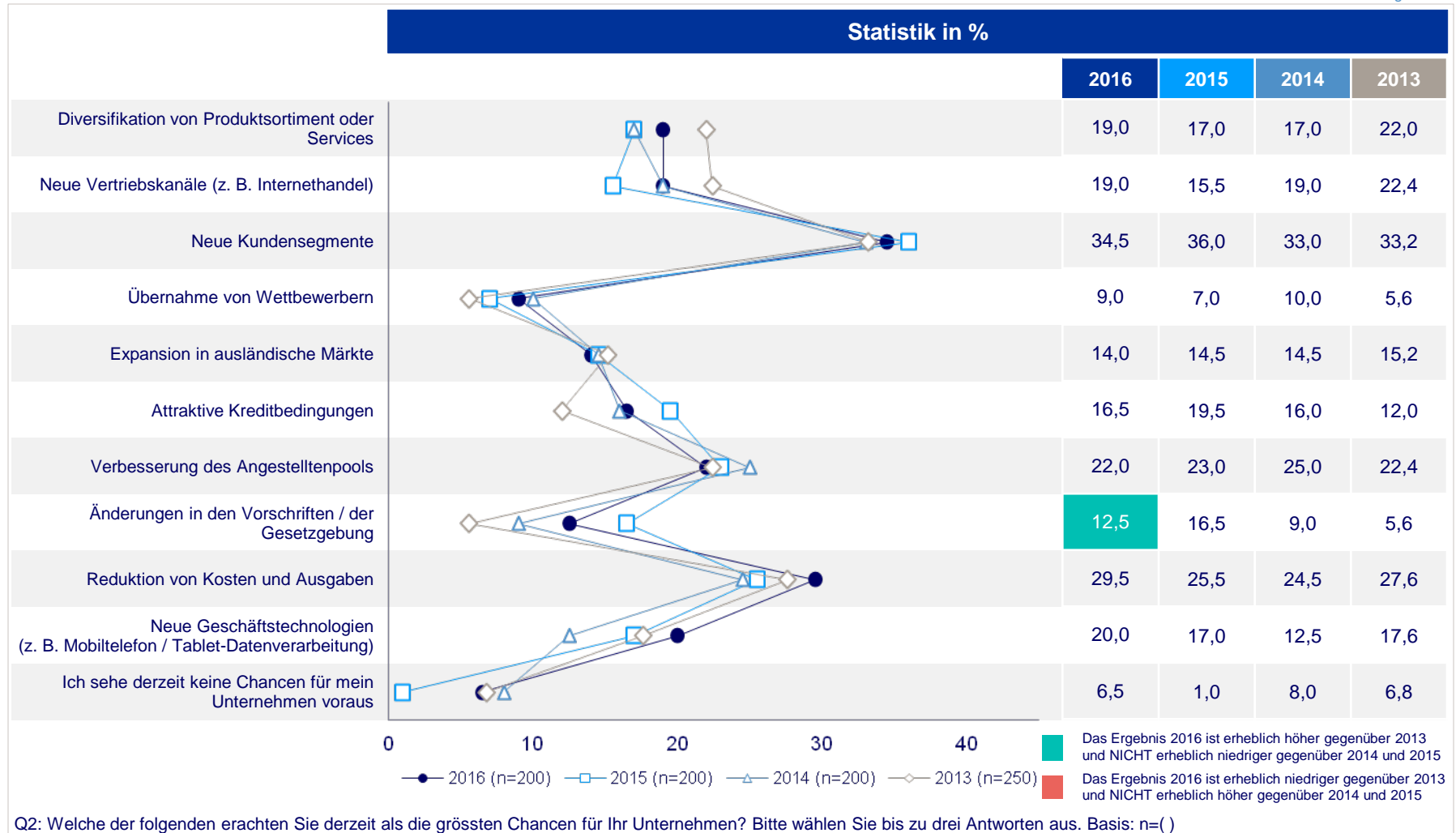


„Änderungen in den Vorschriften / der Gesetzgebung“ wird als grössere Chance gewertet als in der Vergangenheit



Grösste Chancen für kleine und mittelgrosse Unternehmen 2016

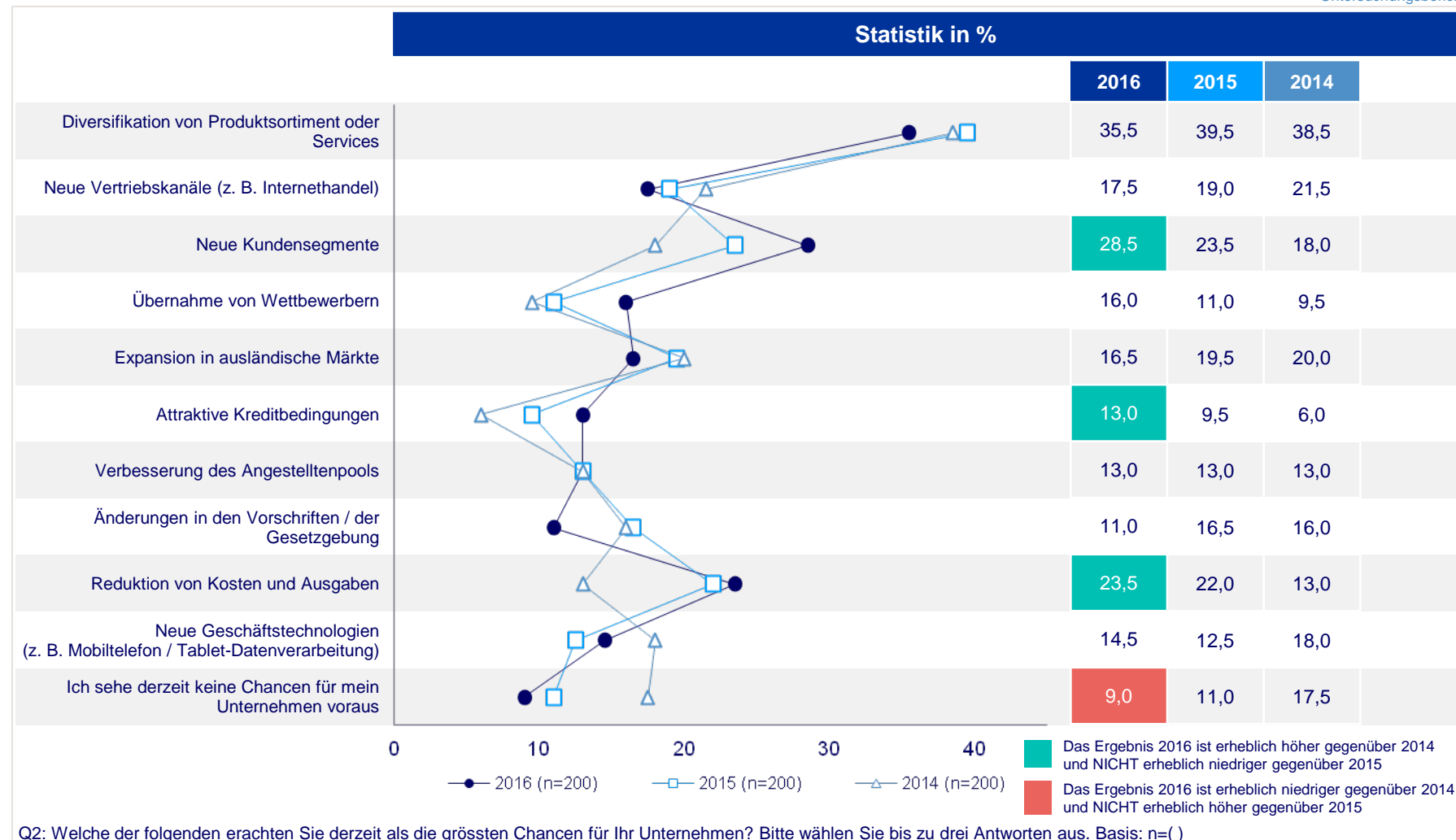
Ergebnisse: Jahresvergleich



„Neue Kundensegmente“ und „Attraktive Kreditbedingungen“ werden als zunehmend grössere Geschäftschance bewertet

Grösste Chancen für kleine und mittelgrosse Unternehmen 2016

Ergebnisse: Jahresvergleich

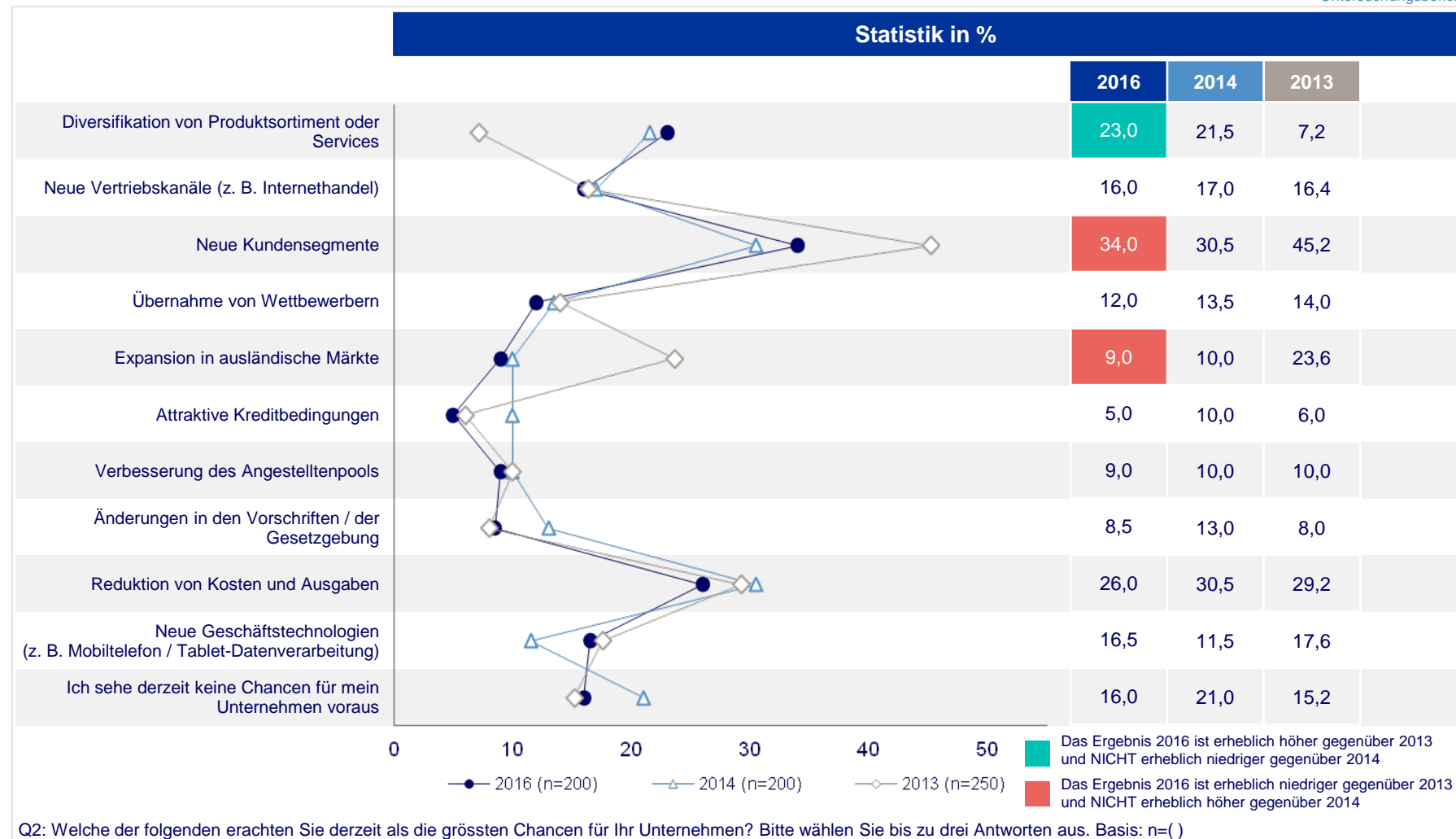


Q2: Welche der folgenden erachten Sie derzeit als die grössten Chancen für Ihr Unternehmen? Bitte wählen Sie bis zu drei Antworten aus. Basis: n=()

„Diversifikation von Produktsortiment oder Services“ wird als relevanter wahrgenommen als in der Vergangenheit

Grösste Chancen für kleine und mittelgrosse Unternehmen 2016

Ergebnisse: Jahresvergleich



Probenzusammensetzung

Hauptrisiken für kleine und mittelgrosse Unternehmen 2016



Q1: Welche der folgenden Risiken sind Ihrer Meinung nach die bedeutendsten für Ihr Unternehmen im Jahr 2016? Bitte wählen Sie bis zu drei Antworten aus. Basis: n=()









Probenzusammensetzung

1/2









Hauptrisiken für kleine und mittelgrosse Unternehmen 2016

Funktion und Vollzeitangestellte

Untersuchungsbericht
Schweiz

	Statistik in %							
	Europa							
								
Funktion	Schweiz	Österreich	Deutschland	Irland	Italien	Portugal	Spanien	Türkei
CEO/Eigentümer	47,0	60,5	59,0	42,0	60,0	43,5	52,0	44,0
CFO/Leiter Finanzabteilung	20,5	13,5	16,5	14,0	14,5	15,5	16,0	15,5
COO/Head of operations	18,5	16,0	16,0	13,0	16,0	22,0	15,5	24,5
General Manager	14,0	10,0	8,5	31,0	9,5	19,0	16,5	16,0
Vollzeitangestellte								
0 Mitarbeiter	4,5	3,5	3,0	2,0	7,0	1,0	8,0	0,5
1 bis 9 Mitarbeiter	45,5	56,5	27,0	33,0	48,0	49,0	41,5	59,5
10 bis 19 Mitarbeiter	22,5	17,0	25,5	28,0	22,5	20,5	23,5	17,0
20 bis 49 Mitarbeiter	7,5	8,0	14,5	7,0	7,5	9,5	7,0	13,0
50 bis 99 Mitarbeiter	15,0	10,0	23,0	24,0	13,5	16,5	15,5	7,5
100 bis 250 Mitarbeiter	5,0	5,0	7,0	6,0	1,5	3,5	4,5	2,5



Statistik in %								
Europa								
								
Umsatz*	Schweiz	Österreich	Deutschland	Irland	Italien	Portugal	Spanien	Türkei
Bis zu 2 Millionen EUR	32,5	60,5	35,0	38,0	45,0	29,0	48,5	52,0
Mehr als 2 bis 5 Millionen EUR	17,0	13,0	21,0	14,5	17,5	10,0	14,0	8,5
Mehr als 5 bis 10 Millionen EUR	10,0	6,0	9,0	9,5	9,0	9,5	3,5	3,5
Mehr als 10 bis 50 Millionen EUR	9,5	4,0	7,0	6,0	1,0	4,0	1,0	2,0
Mehr als 50 Millionen EUR	0,0	0,0	2,0	0,0	1,5	1,0	0,0	1,5
Branche								
Landwirtschaft	2,5	1,5	5,5	4,5	4,5	4,5	9,5	3,5
Fertigung und Bauwesen	10,0	8,5	14,0	11,5	6,5	8,5	10,5	10,0
Gross- und Einzelhandel	15,5	13,5	14,5	12,5	8,5	9,5	11,0	13,5
Information und Kommunikation	6,5	9,0	8,5	6,0	4,5	2,5	4,0	16,0
Finanzaktivitäten (einschliesslich Versicherung)	4,0	9,5	13,0	8,0	13,5	6,0	4,0	8,0
Verwaltung und Support-Dienstleistungen	6,0	6,0	3,0	4,5	2,5	3,0	4,0	2,5
Öffentliche Verwaltung	5,5	4,0	3,5	2,0	3,0	1,0	4,0	1,5
Transport und Lagerung	7,5	4,0	5,0	7,0	3,5	14,5	4,5	17,5
Unterbringung und Lebensmitteldienstleistungen	9,5	27,0	9,5	19,0	23,5	17,5	12,0	21,5
Verbraucherdienstleistungen	22,0	8,5	7,0	15,5	15,0	8,0	24,5	2,5
Sonstige Service-Aktivitäten	11,0	8,5	16,5	9,5	15,0	25,0	12,0	3,5

* Die Summe der Zahlen ergibt aufgrund von „DK / Keine Antwort“ nicht 100 %.





Grösste Chancen für kleine und mittelgrosse Unternehmen 2016

Funktion und Vollzeitangestellte

	Statistik in %				
	Nordamerika	Lateinamerika		APAC	
					
Funktion	USA	Brasilien	Mexiko	Hongkong	Australien
CEO/Eigentümer	39,0	43,5	36,0	47,0	39,0
CFO/Leiter Finanzabteilung	11,0	25,5	18,0	15,0	12,0
COO/Head of operations	12,0	12,5	26,0	20,0	16,0
General Manager	38,0	18,5	20,0	18,0	33,0
Vollzeitangestellte					
0 Mitarbeiter	1,5	2,5	0,0	0,5	4,0
1 bis 9 Mitarbeiter	33,5	32,5	30,0	34,5	44,0
10 bis 19 Mitarbeiter	28,0	31,0	18,0	26,0	13,5
20 bis 49 Mitarbeiter	12,0	9,0	12,0	14,0	8,5
50 bis 99 Mitarbeiter	11,0	22,0	26,5	16,5	22,0
100 bis 250 Mitarbeiter	14,0	3,0	13,5	8,5	8,0

Hauptrisiken für kleine und mittelgrosse Unternehmen 2016

Umsatz und Branche

	Statistik in %				
	Nordamerika	Lateinamerika		APAC	
					
Umsatz*	USA	Brasilien	Mexiko	Hongkong	Australien
Bis zu 2 Millionen EUR	28,0	29,5	40,0	30,5	39,5
Mehr als 2 bis 5 Millionen EUR	19,0	15,0	13,0	25,0	9,0
Mehr als 5 bis 10 Millionen EUR	8,5	9,0	5,5	7,5	8,5
Mehr als 10 bis 50 Millionen EUR	6,5	4,0	7,0	1,5	4,5
Mehr als 50 Millionen EUR	1,0	0,0	0,0	1,0	0,0
Branche					
Landwirtschaft	3,0	11,0	7,0	0,0	10,5
Fertigung und Bauwesen	18,0	7,0	11,5	10,5	12,5
Gross- und Einzelhandel	20,0	18,5	17,5	5,5	20,0
Information und Kommunikation	8,0	6,5	2,5	3,0	2,0
Finanzaktivitäten (einschliesslich Versicherung)	12,0	3,0	3,5	21,0	3,5
Verwaltung und Support-Dienstleistungen	2,0	2,0	4,0	8,5	2,0
Öffentliche Verwaltung	2,0	1,5	2,0	11,0	4,5
Transport und Lagerung	10,0	10,0	4,5	7,5	15,0
Unterbringung und Lebensmitteldienstleistungen	11,0	16,0	25,5	9,5	11,5
Verbraucherdienstleistungen	5,0	12,0	18,0	1,5	11,5
Sonstige Service-Aktivitäten	9,0	12,5	4,0	22,0	7,0

* Die Summe der Zahlen ergibt aufgrund von „DK / Keine Antwort“ nicht 100 %.