



:: Schweiz

Schweizer KMU boomen

Schweizer Kleinunternehmen boomen (pd)

Die Kleinunternehmen boomen in der Schweiz: In den letzten 20 Jahren ist keine andere Unternehmensform so stark gewachsen wie Betriebe mit weniger als 50 Mitarbeitenden. Besonders die Kleinunternehmen konnten stark zulegen. Von 1985 bis 2003 hat die Zahl der Kleinunternehmen mit weniger als 10 Angestellten um beinahe die Hälfte (46,5 Prozent) auf 300'000 zugenommen, wie eine Studie der Universität St. Gallen und des Wirtschaftsprüfungsunternehmens BDO Visura zeigt. Dagegen ging die Zahl der Kleinunternehmen mit 10-49 Angestellten leicht um 2 Prozent auf 29'500 zurück, während die Betriebe mit über 50 Mitarbeitern um 11 Prozent auf 5800 abnahmen.

98 Prozent mit weniger als 50 Angestellten

Mittlerweile seien über 98 Prozent aller Firmen in der Schweiz Kleinunternehmen mit weniger als 50 Angestellten, sagte Mitautor der Studie Alexander Fust vor den Medien in Zürich. Grosse regionale Unterschiede liessen sich nicht erkennen.

Kleine sind grosse Arbeitgeber

Auch bei der Beschäftigung konnten die kleinen Unternehmen zulegen. Dort arbeiteten 1,53 Millionen der insgesamt 2,9 Millionen Beschäftigten in der Schweiz. Das sind 13 Prozent mehr als 1985. Dagegen nahm im gleichen Zeitraum der Mitarbeiterbestand bei grösseren Betrieben um 1 Prozent ab.

Flexibilität und Kundennähe als Trümpfe

Die tragenden Erfolgsfaktoren der kleinen Unternehmen seien die Flexibilität und die Kundennähe. Sie könnten leichter auf individuelle Wünsche eingehen als Grossunternehmen, die von Natur aus auf Massenabfertigung ausgerichtet seien.

Anpassungsfähig und kreativ

So seien die Kleinbetriebe bei Veränderungen des Marktes besonders anpassungsfähig und könnten sich schneller auf Chancen und Neuerungen einstellen, statt durch bürokratische eigene Vorgaben übermässig gebunden zu sein. Zusätzliche Wettbewerbsvorteile ergäben sich durch ihre Kreativität.

Chef als Chance und Gefahr

Der Schlüssel für den betrieblichen Erfolg sei die Persönlichkeit des Chefs. Dies sei aber ein zweischneidiges Schwert. So schillernd ein Unternehmer auch sei, so gefährlich könne dies für seine Firma sein, sagte der St. Galler Uniprofessor Urs Fueglistaller. Denn die Konzentration auf einen Menschen bringe ein Klumpenrisiko mit sich. -- sda/scc/mpi CH