

Meldung vom Montag, 21. August 2006 / 06:18 h

Neue Publikationsreihe zur Erforschung der Kleinunternehmen

Weltmarkt: Keine Klinik für angeschlagene KMU

Die Zahl der Kleinunternehmen mit weniger als 50 Mitarbeitenden ist in den vergangenen 20 Jahren in der gesamten Schweiz so stark gewachsen wie keine andere Unternehmensform. Aber erst die Symbiose zwischen Gross-, Mittel- und Kleinunternehmen macht aus ihnen das Rückgrat der Volkswirtschaft. Dazu müssen sie ihre Flexibilität und Agilität vermehrt und professionell ausspielen. (Stefan Wyer)



Der Aktionsradius muss trotz Globalisierung nicht immer zu einer Internationalisierung des Unternehmens führen.

Service

[Artikel als E-Mail senden](#)

[Druckansicht](#)

Trotz ihrer Bedeutung sind die Kleinunternehmen in der Schweiz noch weitgehend unerforscht. Im Auftrag des Treuhand-, Wirtschaftsprüfungs- und Beratungsunternehmens BDO Visura hat das Schweizerische Institut für Klein- und Mittelunternehmen der Universität St.Gallen (KMU-HSG) deshalb eine umfassende Strukturanalyse vorgenommen. Sie erscheint unter dem Titel «Kleinunternehmen in der Schweiz – dominant und unscheinbar zugleich». Die Studie zeigt zudem wirtschaftliche Trends und ihre Konsequenzen für die kleinen Unternehmen auf.

Hohe wirtschaftliche Bedeutung

Den Kleinunternehmen kommt in der Schweiz eine hohe wirtschafts- und sozialpolitische Bedeutung zu, wie die Studie belegt. In allen sieben Grossregionen der Schweiz sind die Kleinunternehmen dominant. Insbesondere die Kleinstunternehmen mit weniger als 10 Mitarbeitenden konnten seit 1985 stark zulegen. Alle anderen Unternehmenskategorien gingen zahlenmässig zurück. Die grosse Vielfalt und Wettbewerbskraft kleiner Unternehmen wirkt Konzentrationsprozessen in der Wirtschaft entgegen. Weil sie flexibler sind, können Kleinunternehmen zudem Rezessionen besser auffangen als Grossunternehmen. Oft sind es auch Kleinunternehmen, welche die Voraussetzungen für humane Arbeitsplätze und befriedigende Tätigkeiten in einem überschaubaren Umfeld schaffen. Tragende Erfolgsfaktoren

Argus Ref 23966432

Die tragenden Erfolgsfaktoren sind dabei die Flexibilität der Kleinunternehmen und ihre Kundennähe. Sie können so dem Trend vom angebotsorientierten «Verkäufermarkt» zum nachfrageorientierten «Käufermarkt» besser begegnen. Dem Unternehmer und seinen Mitarbeitenden kommt entscheidende Bedeutung zu: Ein einzelner Unternehmer mit umfassenden Befugnissen führt zu raschen Entscheidungen; motivierte Mitarbeitende fördern eine rasche Umsetzung. Typisch für die kleinen Unternehmen sind denn auch Familienunternehmen (rund 89 Prozent), wobei Familienmitglieder oft kaufmännische oder organisatorische Aufgaben übernehmen.

Innovationskraft erhalten

Die Konzentration der Entscheidungsbefugnisse birgt aber auch eine wesentliche Gefahr: Gruppenentscheide, Planung und Information sind oft ungenügend. Die wichtigsten Risiken dieser Unternehmensform liegen zudem in den beschränkten Ressourcen und in der Verzettelung der Unternehmensaktivitäten. Wollen sich Kleinunternehmen in ihren Nischen erfolgreich behaupten, sind sie von Verbesserungen und Innovationen abhängig.

Den Trends begegnen

Die Studie zeigt die wesentlichen marktwirtschaftlichen und wirtschafts- sowie sozialpolitischen Trends auf, denen die Kleinunternehmen zunehmend ausgesetzt sein werden. Eine Chancenanalyse zeigt, dass Kleinunternehmen durchaus ihre Grösse optimieren können, indem sie klein bleiben. Auch der Aktionsradius muss trotz Globalisierung nicht immer zu einer Internationalisierung des Unternehmens führen. Er sollte sich nur so weit erstrecken, wie er mit vollem Einsatz abgedeckt werden kann, denn «der Weltmarkt ist keine Klinik für angeschlagene Kleinunternehmen», wie es in der Studie heisst. Kooperationen und Outsourcing können da erhebliche Handlungsfreiheit bringen und kommen einem weiteren Trend entgegen, dem zur Dienstleistungs- und Netzwerkgesellschaft.

Treuhänder als Coach und Partner

Heute genügt es jedoch nicht mehr, dass sich ein Unternehmer einzig auf seine Kernkompetenz beschränkt, er muss auch das Umfeld kompetent abdecken können. Eine der Schlussfolgerungen der Studie ist denn auch, dass im komplexer werdenden marktwirtschaftlichen und wirtschaftspolitischen Umfeld die Treuhänder immer mehr zu wichtigen Sparringpartnern und eigentlichen Coaches für die Kleinunternehmen werden. Die Erfahrungen von BDO Visura bestätigen dies. Neben ihren traditionellen Aufgaben begleiten Treuhänder heute die kleinen Unternehmen zunehmend bei nötigen Anpassungsprozessen wie Nachfolgeregelungen und werden oft auch für Verhandlungen mit Investoren eingesetzt.

Start zur Publikationsreihe

Die Strukturanalyse ist der erste Beitrag zur Publikationsreihe «Klein und fein - Kleinunternehmen in der Schweiz», mit der BDO Visura die Entwicklungschancen der Kleinunternehmen durchleuchten will. Der nächste Beitrag wird sich mit der administrativen Belastung der Kleinunternehmen befassen. Die Publikationen können bei der Hauptdirektion von BDO Visura in Solothurn (Tel. 032 624 62 05, E-Mail: media@bdo.ch) zum Preis von CHF 100.– bezogen werden.