



Verlag ORGANISATOR AG  
9001 St. Gallen  
058 /344 93 61  
www.organisator.ch

Medienart: Print  
Medientyp: Fachpresse  
Auflage: 6'147  
Erscheinungsweise: 10x jährlich

Themen-Nr.: 601.13  
Abo-Nr.: 1085734  
Seite: 12  
Fläche: 84'423 mm<sup>2</sup>

# Nachgefragt

## Wie schlägt der Puls der KMU?

*Die Schweiz ist ein kleines Land, dabei aber eines der wettbewerbsfähigsten der ganzen Welt. Und mitten in diesem Wettbewerb stehen unzählige Schweizer KMU. Aus Anlass des KMU-Tags befragten wir ein paar von ihnen direkt und wagen einen Kommentar.*

### VON THOMAS BERNER

Der diesjährige KMU-Tag steht unter dem Motto «KMU und ihr Potenzial – wie Kleine auch ganz Grosses erreichen können». Dabei geht es weniger um die sog. «Hidden Champions», sondern um jene Betriebe, welche tagtäglich für den Grossteil der Wirtschaftsleistung unseres Landes verantwortlich sind. Wir haben exemplarisch vier Unternehmen gefunden, welche stellvertretend für die sonst schweigende Mehrheit der Wirtschaft stehen. Trotz positiver Wirtschaftsaussichten haben viele KMU sich mit täglichen Herausforderungen zu beschäftigen. Diese sind je nach Branche unterschiedlich. Während die einen um jeden neuen Kunden kämpfen müssen, stehen andere vor dem Problem ausländischer Billig-Konkurrenz. Hinzu kommen regelmässig Veränderungen der Rahmenbedingungen durch den Gesetzgeber. Wo neue Vorschriften auf der einen Seite Ordnung schaffen sollen, erzeugen sie oft genug administrativen Mehraufwand, der gerade Kleinbetriebe über Gebühr strapaziert.

**Wirtschaftsfeindliche Vorstösse.** Aktuell zu reden geben etwa die Mindestlohn- und die 1:12-Initiative. Beide

rütteln an den Grundfesten des «Erfolgsmodells Schweiz» und hätten eine Beschneidung der unternehmerischen Freiheit zur Folge. Doch zu nennen sind auch zwei weitere Beispiele, welche gerade für KMU spürbare Auswirkungen haben könnten:

#### > Die Reform der Erbschaftssteuer.

Würde eine nationale Erbschaftssteuer eingeführt, hätte dies Folgen auch für Unternehmen, insbesondere für jene, welche eine Nachfolge zu regeln haben. Zusätzliche steuerliche Belastungen könnten etwa die Übergabe eines Familienbetriebs vom aktuellen Inhaber auf seine Nachkommen gefährden oder gar verhindern. Im schlimmsten Fall könnten somit viele traditionelle, familiengeführte Unternehmen verschwinden und damit entsprechend auch Arbeitsplätze.

> Die Verschärfung des Datenschutzes, der nicht zuletzt auch seitens der EU forciert wird, könnte dazu führen, dass es für Unternehmen nicht mehr möglich ist, Bonitätsauskünfte einzuholen. Die Überprüfung der Bonität von Kunden oder Lieferanten ge-



Verlag ORGANISATOR AG  
9001 St. Gallen  
058 /344 93 61  
www.organisator.ch

Medienart: Print  
Medientyp: Fachpresse  
Auflage: 6'147  
Erscheinungsweise: 10x jährlich

Themen-Nr.: 601.13  
Abo-Nr.: 1085734  
Seite: 12  
Fläche: 84'423 mm<sup>2</sup>

hört heute aber unabdingbar zum Risikomanagement und zur Verhinderung von Zahlungsausfällen.

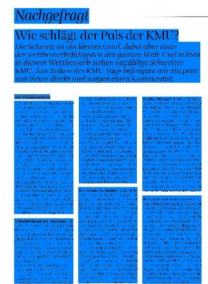
**Die «elende Bürokratie».** Wenn KMU leiden, dann unter dem eingangs erwähnten administrativen Aufwand. Dass etwa im Lebensmittelbereich Hygienevorschriften notwendig sind, ist grundsätzlich im Sinne der Konsumenten und Produzenten. Die Folgen sind aber, dass auch eine «gewöhnliche» Dorfmetzgerei hierzu ein Verfahren durchlaufen muss, welches einem Zertifizierungsprozess gleichkommt. Grossbetriebe können dafür ganz andere Ressourcen bereitstellen als KMU.

Ein anderes Thema ist die Mehrwertsteuer. Zwar hat eine Revision seit 2010 ein paar Entlastungen gebracht – so sind Unternehmen mit weniger als CHF 100 000 Umsatz von der Mehrwertsteuer befreit. Doch noch immer findet ein einheitlicher Steuersatz politisch keine Mehrheit – wohl bis auf Weiteres bleibt es bei zwei Steuersätzen.

**Starkes Rückgrat.** Doch trotz anstehender Herausforderungen scheint das viel zitierte «Rückgrat der Schweizer Wirtschaft» nur wenig zu ächzen – auch wenn die Weltwirtschaft zuweilen, wie in den letzten Jahren wiederholt, kräftig hustet. Bei aktuell über 300 000 Firmen in der Schweiz mussten seit Januar 2013 2929 Zahlungs-

unfähigkeit anmelden. Weitere 1237 Firmen mussten wegen Organisationsmängeln aufgelöst werden (Angaben gemäss Bisnode Schweiz AG). Und viel mehr: Es werden in der Schweiz fleissig neue Firmen gegründet. Gemäss einer Hochrechnung von Bisnode werden 2013 voraussichtlich 40 261 Unternehmen neu entstanden sein. Dies entspricht einem Rekordwert, die 40 000er-Grenze wurde bisher noch nie überschritten, heisst es bei der Wirtschaftsauskunftei weiter.

**Wirtschaft wird weiter wachsen.** Gemäss aktuellen Konjunkturzahlen wird die Schweizer Wirtschaft in den nächsten zwei Jahren weiter wachsen, sogar schneller als zuvor. Laut einer Studie von Credit Suisse wird das BIP im kommenden Jahr voraussichtlich um 2% zulegen. Das Institut BAKBASEL rechnet für 2014 mit 2,2% und für 2015 mit 2,5% Wachstum. Verantwortlich dafür sind eine kräftige Binnenkonjunktur und der Wiederaufschwung der globalen Wirtschaft. Der Konsumanstieg ist zu einem grossen Teil auf die Zuwanderung zurückzuführen. Diese entwickelt sich mehr und mehr zu einem Segen – auch für KMU. Doch Wirtschaftswachstum bedeutet für die Unternehmen: Auch die Herausforderungen werden nicht weniger.



Verlag ORGANISATOR AG  
9001 St. Gallen  
058 /344 93 61  
www.organisator.ch

Medienart: Print  
Medientyp: Fachpresse  
Auflage: 6'147  
Erscheinungsweise: 10x jährlich

Themen-Nr.: 601.13  
Abo-Nr.: 1085734  
Seite: 12  
Fläche: 84'423 mm<sup>2</sup>



	<b>Dorit Schmidt-Purrmann</b> ist Inhaberin der Firma iAngels smart communication services in Winterthur.	<b>Christoph Bürgi</b> ist Inhaber der Metzgerei Ochsen in Schindellegi mit neun Mitarbeitenden.	<b>Sandra Poda</b> ist in der Geschäftsleitung und HR Consultant der Firma Personal Poda in St.Gallen mit drei Mitarbeitenden.	<b>Tom Schaich</b> ist Inhaber der Firma Werbekontor in Basel mit sieben Mitarbeitenden.
	<b>iAngels smart communication services</b> Rudolfstrasse 19 8400 Winterthur T 052 202 81 45 dsp@iangels-pr.ch www.iangels-pr.ch	<b>Metzgerei Ochsen</b> Dorfstrasse 5 8834 Schindellegi T 044 785 01 81 F 044 687 50 71 info@metzgerei-ochsen.ch www.metzgerei-ochsen.ch	<b>Personal Poda</b> Oberer Graben 42 9001 St.Gallen T 071 280 24 44 F 071 280 24 45 info@personalpoda.ch www.personalpoda.ch	<b>Werbekontor</b> Leimgrubenweg 9 4053 Basel T 061 331 57 77 tom.schaich@werbekontor.ch www.werbekontor.ch
<b>Mit welcher Herausforderung haben Sie als Kleinunternehmen gegenwärtig am meisten zu kämpfen?</b>	Eine Herausforderung ist es, als Einzelunternehmerin nahezu alles im Blick haben zu müssen: Auftragssituation, strategische Linie, Schlüsselzahlen bzw. Rentabilität. Wenn etwas Unvorhergesehenes passiert, muss man zu meist rasch reagieren mit der Folge, dass man ursprünglichen Plänen hinterherhinkt.	Das Schlimmste ist die Bürokratie. Die behördlichen Auflagen, die man heute erfüllen muss, um das Geschäft am Laufen zu halten, sprengen jedes Vorstellungsvermögen. Und jährlich kommen neue Kontrollen hinzu.	Der Fachkräftemangel ist eine Herausforderung für uns und auch für Grossunternehmen. Jedoch kämpfen wir nicht mit Herausforderungen, wir nehmen sie gerne an und sind damit erfolgreich.	Die Akquisition von Neukunden ist immer eine grosse Herausforderung. Als Kleinunternehmen müssen wir uns besonders anstrengen, um gegen die grossen Agenturen bestehen zu können. Bei bestehenden Kunden sind wirtschaftliche Veränderungen wie der derzeitige Wandel des Detailhandels eine Herausforderung, auf die wir flexibel reagieren müssen.
<b>Wo sehen Sie für Ihr Unternehmen das grösste Entwicklungspotenzial?</b>	Wenn man sich regelmässig Zeit für Selbstreflexion nimmt, kann man sich immer wieder neu erfinden. Wenn man die Veränderungen des Umfelds wahrnimmt, eröffnen sich immer wieder neue Potenziale. Und eine Kluge Vernetzung bringt ebenfalls neue Möglichkeiten.	Das Verhalten der Kunden verändert sich. Dies gilt es zu erkennen. Wir haben z.B. begonnen, auch Mittagessen zu verkaufen – das hat sich zu einem wichtigen Standbein entwickelt. Als kleiner Betrieb hat man den Vorteil, schnell auf neue Entwicklungen reagieren zu können.	In der virtuellen Welt. Allerdings ist hier Vorsicht geboten. Kein E-Mail ersetzt den menschlichen Kontakt. Deshalb haben wir alle Bewerbenden in unserem Kandidatenpool persönlich interviewt.	Vor allem in den Bereichen Social Media und digitales Marketing sind viele Unternehmen noch nicht aktiv. Den Kunden fehlt hier das nötige Know-how. Deshalb sehe ich in diesem Bereich noch grosses Entwicklungspotenzial für unsere Kunden.
<b>Daraus abgeleitet: Welche Ziele haben Sie sich für die nächste Zeit gesetzt?</b>	Vor einem Jahr begann ich eigene Seminare anzubieten. Diesen Bereich werde ich ausbauen. Zudem werde ich eine in Kürze beginnende Weiterbildung in die Erweiterung meines Angebots einfließen lassen. Das Thema Resonanz, erzeugt durch Sprache und Klang, bildet in diesem Zusammenhang einen Schwerpunkt.	Das Ziel ist, unsere hohe Qualität möglichst zu halten. Dann ergibt sich der Rest von allein. Vieles wird sich zudem automatisch ergeben. Offen ist allerdings die Regelung der Nachfolge, aber da wird sich zu gegebener Zeit ebenfalls eine Lösung finden.	Das Internet und alle dazugehörigen Möglichkeiten und Chancen noch intensiver nutzen. Wir entwickeln derzeit einen neuen Auftritt und erweitern im Zuge dessen auch unser Dienstleistungsangebot.	Wir möchten die Geschäftsbeziehungen zu unseren bestehenden Kunden ausbauen und mit unserer Arbeit natürlich auch neue Kunden auf uns aufmerksam machen. Wir haben aber keinen konkreten Businessplan. Ich vertraue ganz auf die Qualität unserer Arbeit und die Kreativität unserer Mitarbeitenden.
<b>Wenn Sie einen Wunsch frei hätten: Was würden Sie an den wirtschaftlichen Rahmenbedingungen gerne zu Ihren Gunsten ändern?</b>	Insbesondere bei den kleinen KMUs wünsche ich mir etwas mehr Bewusstsein für die Wichtigkeit und den Wert von Kommunikation. Achtsamkeit im Umgang mit Sprache und Kommunikation macht einen grossen Unterschied – auf der unternehmerischen wie persönlichen Ebene.	Wenn diese elende Bürokratie endlich aufhören würde, wäre ich restlos zufrieden! Ich wünsche mir deshalb vor allem von unseren Politikern mehr Augenmass und Verstand in Bezug auf die Situation von Kleinunternehmen.	Würden wir die Rahmenbedingungen ändern, so hätten wir keine Herausforderungen mehr. Doch genau diese Herausforderungen sind es, die wir annehmen und mit denen wir unsere Kundinnen und Kunden immer wieder beeindrucken.	Ich möchte die Rahmenbedingungen nicht zu meinen Gunsten ändern. Ich würde mir nur etwas mehr Ethik und Verantwortungsgefühl in der Wirtschaft wünschen. Der Profit sollte nicht an erster Stelle stehen, sondern der Mensch.