

Pressemitteilung

Für Wirtschaftsredaktionen
22. Januar 2018

Neue Commerzbank-Studie: Nächste Generation im Topmanagement setzt noch stärker auf Internationalisierung

- **32 Prozent der Schweizer Unternehmen sehen sich in Wachstumsphase – obwohl sie im Schnitt 10 Jahre älter sind als vergleichbare deutsche Unternehmen**
- **83 Prozent sind der Meinung, die Schweizer Wirtschaft benötige mehr digitales Know-how**
- **64 Prozent der Topmanager legen mehr Wert auf strategisches als auf operatives Know-how bei Suche nach nächster Generation Führungskräfte**
- **33 Prozent haben bereits Technologiepartnerschaften mit ausländischen Partnern, 15 Prozent planen diese**

Schweizer Unternehmen verzeichnen Wachstum in ihren Absatzmärkten – und dies häufiger als ihre deutschen Nachbarn und obwohl sie im Schnitt 10 Jahre älter sind als diese. Topmanager der Schweizer Wirtschaft setzen entsprechende Prioritäten für die zukünftige Entwicklung: 91 Prozent sind der Ansicht, Unternehmen sollen stärker digitale Produktionstechnologien implementieren, 83 Prozent sehen die Notwendigkeit, digitales Know-how zu akquirieren und 80 Prozent fordern, sich mehr mit der Start-up-Szene zu vernetzen. Dabei wird strategisches und vernetztes Auslandsengagement immer wichtiger. Nicht nur Führungskräfte und Spezialisten, sondern auch Technologie, Know-how und Kapital werden künftig wichtiger für eine dynamische Wirtschaftsentwicklung in der Schweiz.

Im Rahmen der Initiative Unternehmerperspektiven der Commerzbank Schweiz wurden von August bis September 2017 hundert deutsch-schweizerische Topmanager nach ihrer Einstellung zur nächsten Generation von Führungskräften, Geschäftsmodellen und Auslandsengagements befragt. Die Vergleiche zu Deutschland basieren auf der Befragung einer ähnlich strukturierten Gruppe von 316 deutschen Topmanagern. Die Studie mit dem Titel „Next Generation: neue Impulse für die Schweizer Wirtschaft“ stellte die Commerzbank am 22. Januar 2018 in Zürich vor. „Die Schweizer Unternehmen ruhen sich nicht auf dem Erfolg bereits realisierter Digitalisierungsprojekte aus, von denen wir in den Studien der Vorjahre erfahren haben. Sie suchen nach neuen Chancen und Opportunitäten – und dies zunehmend auch in internationalen Partnerschaften und mit Kapital und Know-how aus dem Ausland. Das ist die Basis für die Schweizer Wirtschaft, um zukünftigen Herausforderungen im internationalen Umfeld erfolgreich zu begegnen“, kommentierte der CEO der Commerzbank Schweiz, Marc Steinkat, die Ergebnisse.

Die mittlerweile fünfte Studie, mit der die Commerzbank in der Schweiz ein Meinungsbild Schweizer Topmanager zu aktuellen Fragen erhebt, zeigt, dass ein Generationswechsel im Denken der Unternehmen stattfindet.

det. „Auch die Bankenbranche befindet sich im Umbruch. Die notwendige digitale Transformation des Bankgeschäfts erfordert neue Strategien und Geschäftsmodelle sowie Geschwindigkeit und Flexibilität. Mit ‚Commerzbank 4.0‘ wollen wir auch im Firmenkundengeschäft effizienter, digitaler und fokussierter werden. Das bringt vieles zum Nutzen für unsere Kunden in Bewegung“, so Michael Reuther, Vorstand für das Firmenkundengeschäft der Commerzbank, der gemeinsam mit Steinkat in Zürich die aktuellen Entwicklungen erläuterte.

Die internationale Vernetzung der Schweizer Unternehmen wird weiter zunehmen

Ungebrochen hoch ist die Bedeutung der Internationalisierung, die der limitierte Schweizer Binnenmarkt mit sich bringt. Auch der Fachkräftemangel trägt dazu bei, dass sich Unternehmen verstärkt international ausrichten: Zwei Drittel der Unternehmen sind auf Spezialisten und Kaderpersonen aus dem Ausland angewiesen, mehr als die Hälfte auch hinsichtlich des Topmanagements. Beim eigenen Auslandsengagement ist den Unternehmen wichtig, dass sie unabhängig bleiben. Mehr als zwei Drittel haben eigene Vertriebsgesellschaften oder Produktionsstandorte. Doch die Möglichkeiten des Eigenengagements sind begrenzt. Ein neues Mindset hat sich deshalb in den Unternehmen etabliert: 15 Prozent planen Technologiepartnerschaften, 12 Prozent ziehen die Bildung eines Joint Ventures in Betracht. Werden alle Pläne umgesetzt, wird die Schweizer Wirtschaft bald stärker denn je international vernetzt sein.

Die Initiative Unternehmerperspektiven und ihre Studien

Der Name ist Programm: Die Initiative Unternehmerperspektiven greift aktuelle Themen auf, die Unternehmen in Deutschland und der Schweiz bewegen. Sie will Antworten auf die wesentlichen Herausforderungen geben und neue Perspektiven aufzeigen. Dazu bietet sie Unternehmern, Wirtschaftsexperten sowie Vertretern von Verbänden, Wissenschaft und Politik eine Plattform für den Austausch. Das inhaltliche Fundament für die Initiative bilden Studien zu aktuellen unternehmerischen Themen – seit 2013 auch in der Schweiz. In Deutschland sind die Studien der Unternehmerperspektiven bereits seit zehn Jahren etablierte und renommierte Informationsquelle für jeden, der sich für Lage, Einschätzungen und Herausforderungen von Unternehmen im ganzen Land interessiert.

Die vollständigen Ergebnisse der aktuellen Studie „Next Generation: neue Impulse für die Schweizer Wirtschaft“, einen Überblick über die bisherigen Publikationen sowie weitere Informationen zur Initiative finden Sie unter www.unternehmerperspektiven.de.

Pressekontakt

Maximilian Bicker: +49 172 6108149

Monika Arens: +49 175 2959435

Über die Commerzbank

Die Commerzbank ist eine führende, international agierende Geschäftsbank mit Standorten in knapp 50 Ländern. In zwei Geschäftsbereichen – Privat- und Unternehmerkunden sowie Firmenkunden – bietet die Bank ein umfassendes Portfolio an Finanzdienstleistungen, das genau auf die Bedürfnisse ihrer Kunden zugeschnitten ist. Die Commerzbank wickelt 30 Prozent des deutschen Aussenhandels ab und ist Marktführer im deutschen Firmenkundengeschäft. Zudem ist die Bank aufgrund ihrer hohen Branchenkompetenz in der deutschen Wirtschaft ein führender Anbieter von Kapitalmarktprodukten. Ihre Töchter Comdirect in Deutschland und mBank in Polen sind zwei der weltweit innovativsten Onlinebanken. Mit ungefähr 1.000 Filialen betreibt die Commerzbank eines der dichtesten Filialnetze der deutschen Privatbanken. Insgesamt betreut die Bank mehr als 18 Millionen Privat- und Unternehmerkunden sowie über 60.000 Firmenkunden, multinationale Konzerne, Finanzdienstleister und institutionelle Kunden. Das 1870 gegründete Institut ist an allen wichtigen Börsenplätzen der Welt vertreten. Im Jahr 2016 erwirtschaftete es mit rund 49.900 Mitarbeitern Bruttoerträge von 9,4 Milliarden Euro.