

Pressemitteilung

Für Wirtschaftsredaktionen
17. November 2014

Neue Commerzbank-Studie: Schweizer Unternehmen setzen auf Wachstum und Innovation

- **Digitalisierung und Internationalisierung grösste Investitionstreiber**
- **Unternehmen meiden Fremdfinanzierung, Banken jedoch als Sparringspartner gefragt**
- **Commerzbank Schweiz gewinnt seit Jahresbeginn 200 neue Kunden**

Schweizer Unternehmen investieren wachstumsorientiert und deutlich offensiver als deutsche: Ein Drittel der befragten Unternehmer in der Schweiz legt in seiner Wachstumsstrategie den Schwerpunkt auf Expansion. So lautet ein zentrales Ergebnis der neuen Commerzbank-Studie „Unternehmer-Perspektiven“. Für die Studie mit dem Titel „Vorsicht oder Vision – Investitionsstrategien bei Schweizer Unternehmen“ hatte TNS Infratest 236 Unternehmen in der Schweiz zu ihrem Investitionsverhalten befragt.

„Gerade Investitionen in Innovation haben für Schweizer Unternehmen aufgrund des wettbewerbsintensiven Umfeldes, in dem sie agieren, herausragende Bedeutung. Wenn es um neue Ideen geht, sind sie ganz vorne dabei“, sagte Markus Beumer, Mitglied des Vorstands der Commerzbank und weltweit zuständig für das Firmenkundengeschäft. Das zeigt sich auch in den Studienergebnissen: 61 Prozent der befragten Unternehmen zählen sich selbst zu den Innovationsführern ihrer jeweiligen Branche.

Die größten Investitionstreiber für Schweizer Unternehmen sind Digitalisierung und Internationalisierung. Dagegen scheint das Thema Industrie 4.0 noch nicht in voller Breite bei den Unternehmen angekommen zu sein: 49 Prozent der Befragten erkennen in der Digitalisierung Geschäftspotenzial für das eigene Unternehmen, 44 Prozent sehen für sich Chancen durch Wachstum in Schwellenländern und BRICS-Staaten, aber nur 28 Prozent erwarten sich Geschäftspotenzial durch das Thema Industrie 4.0.

Das Thema Personal ist für die Unternehmen zentral, wenn es um die Wachstumsperspektiven geht. In Hinblick auf die Wettbewerbsfähigkeit der Schweizer Wirtschaft sehen die Unternehmen die Zuwanderungsbeschränkung kritisch: 77 Prozent halten die Einschränkung der Zuwanderung für eine schädliche Massnahme. Gleichzeitig investieren 93 Prozent der Befragten in die Fortbildung ihres Personals, in die Rekrutierung neuer Mitarbeiter investieren 82 Prozent. Trotz vieler Gemeinsamkeiten mit deutschen Unternehmen – bei den Investitionsgründen liegen die Länder weit auseinander. „Wachstum ist für Schweizer Unternehmen der Hauptgrund zu investieren – neue Märkte, neue Produkte und die Erfüllung von Kundenbedürfnissen sind die Treiber. In Deutschland ist es dagegen die Steigerung der Effizienz“, so Markus Beumer.

Nur wenige Unternehmen berichten von Finanzierungsproblemen bei Investitionsvorhaben. Fremdfinanzierung stehen sie allerdings kritisch gegenüber: Schweizer Unternehmer tätigen ihre Investitionen lieber, ohne einen Kredit aufzunehmen. Von ihren Banken erwarten die Unternehmen eher Beratung, Motivation und Impulse bei Investitionsvorhaben. „Aus unseren Gesprächen mit den Kunden kann ich das nur bestätigen“, erklärte Marc Steinkat, Country-Manager der Commerzbank Schweiz. „Weniger die Finanzierung als vielmehr die Auseinandersetzung mit dem jeweiligen Geschäftsmodell des Kunden und die wettbewerbsorientierte Beratung stehen im Mittelpunkt“, ergänzte er.

Die Commerzbank ist in der Schweiz ausschließlich im Firmenkundengeschäft aktiv. Die Bank wendet sich in der Schweiz vor allem an exportorientierte kleinere und mittlere Unternehmen (KMU) ab einem Jahresumsatz von 15 Mio. Schweizer Franken sowie Grosskunden und multinationale Konzerne. In Deutschland ist die Commerzbank im Geschäft mit Firmenkunden führend und ein besonders starker Partner im Bereich Aussenhandel. Mit mehr als 70 internationalen Standorten sowie einem Netz von 5.000 Korrespondenzbanken begleitet die Commerzbank ihre Kunden aus der Schweiz in nahezu jedes Land der Welt. Nachdem die Bank bereits seit Jahren sehr erfolgreich im Geschäft mit grossen Schweizer Firmenkunden ist, stellt sie seit Jahresbeginn an sechs neuen Standorten in der Schweiz, die speziell auf das KMU-Geschäft zugeschnitten sind, nun auch kleinen und mittleren Unternehmen ihr internationales Netzwerk zur Verfügung. „Wir sind sehr zufrieden mit diesem Schritt, seit Jahresbeginn konnten wir 200 neue Kunden gewinnen“, so Steinkat. Schwerpunkt der über 3.000 geführten Kundengespräche war die Internationalisierung. Die Verbindung des globalen Know-hows der Commerzbank mit ihrer lokalen Präsenz wird von den Kunden besonders geschätzt. „Unser erklärtes Ziel ist es, die internationale Hausbank für Schweizer Unternehmen zu werden“, erläuterte Steinkat.

Pressekontakt

Martin Halusa +49 170 8528638
Kirsten Böddeker +49 162 2536829

Über die Commerzbank

Die Commerzbank ist eine führende, international agierende Geschäftsbank mit Standorten in mehr als 50 Ländern. Kernmärkte der Commerzbank sind Deutschland und Polen. Mit den Geschäftsbereichen Privatkunden, Mittelstandsbank, Corporates & Markets und Central & Eastern Europe bietet sie ihren Privat- und Firmenkunden sowie institutionellen Investoren ein umfassendes Portfolio an Bank- und Kapitalmarktdienstleistungen an. Die Commerzbank finanziert über 30 Prozent des deutschen Außenhandels und ist unangefochtener Marktführer in der Mittelstandsfinanzierung. Mit den Töchtern comdirect und der polnischen mBank verfügt sie über zwei der weltweit innovativsten Online-Banken. Die Commerzbank betreibt mit rund 1.200 Filialen eines der dichtesten Filialnetze der deutschen Privatbanken. Insgesamt betreut die Bank rund 15 Millionen Privat- sowie 1 Million Geschäfts- und Firmenkunden. Die 1870 gegründete Bank ist an allen wichtigen Börsenplätzen der Welt vertreten. Im Jahr 2013 erwirtschaftete sie mit durchschnittlich rund 54.000 Mitarbeitern Bruttoerträge von mehr als 9 Milliarden Euro.