

## Medienmitteilung

### **KMU-Umfrage von Visable: Europa gewinnt für die Beschaffung bei KMUs an Bedeutung Starker Franken drückt auf den Gewinn**

**Baar, 17. Januar 2020 – Handelskonflikte, Brexit und abkühlende Konjunktur haben für die kleinen und mittleren Unternehmen der Schweiz kaum Auswirkungen. Allerdings leidet der Gewinn einiger Betriebe unter dem starken Franken. In einer aktuellen KMU-Befragung von Visable hat ein Viertel der befragten Unternehmen einen Rückgang des Gewinns wegen dem wieder stärkeren Franken beklagt. Allgemein nach den Folgen der wirtschaftlichen Unsicherheiten gefragt, gaben aber zwei Drittel (62,6 %) der KMUs an, dass sie keine Auswirkungen spüren. Visable hat zum Jahreswechsel 2019/20 in einer Online-Umfrage über 80 KMUs zur wirtschaftlichen Lage befragt. Visable bietet Unternehmen verschiedene Möglichkeiten zur Reichweiten-Steigerung im Internet. Zu Visable gehören auch der B2B-Marktplatz «Wer liefert was» und die europäische B2B-Plattform EUROPAGES.**

Der erneut stärkere Franken scheint gemäss der Visable-Umfrage auf die Auftragslage und den Umsatz der Schweizer KMUs wenig Einfluss zu haben. Allerdings leiden 24,1 Prozent der Unternehmen unter einem Rückgang des Gewinns. «Unter dem starken Franken leiden die exportorientierten Unternehmen. Weil die Schweizer Preise für das Ausland teurer werden, sind die Schweizer Unternehmen einem Preisdruck ausgesetzt. Müssen die Preise gesenkt werden, schwindet die Gewinnmarge», erklärt Peter F. Schmid, CEO von Visable. Ein Viertel der Unternehmen reagiert wegen dem schwierigeren wirtschaftlichen Umfeld mit einem Investitions-Rückgang oder einem Investitions-Stopp. Und ein weiterer Viertel schreibt keine neuen Stellen mehr aus.

Während der wieder stärkere Franken für einige Unternehmen also spürbare Konsequenzen hat, sind die Folgen des Handelskonfliktes USA-China und USA-Europa weit weniger dramatisch. Nur 19,3 Prozent der Unternehmen sind der Ansicht, dass der Handelskonflikt für ihr Unternehmen negative Auswirkungen hat. Wie die Umfrage von Visable zeigt, hat der Konflikt für die klare Mehrheit von 67,5 Prozent keine negativen Folgen.

#### **Europa gewinnt für die Beschaffung an Bedeutung**

Geht es um die Frage, ob die schwierigeren wirtschaftlichen Rahmenbedingungen die Beschaffungsstrategie verändert haben, zeichnen sich einige Verschiebungen bezüglich der bevorzugten Handelsregionen ab. Falls sich die Ausrichtung des Einkaufs verändert, dann gewinnen vor allem europäische Handelspartner an Bedeutung (26,5 %). Allerdings gibt es auch Unternehmen, die vermehrt in China einkaufen (10,8 %) oder in den USA (4,8 %). Gleichzeitig gibt es KMUs die der Ansicht sind, dass die Märkte in China und den USA an Bedeutung verlieren. Bezüglich China scheint dies aber unerheblich zu sein. Denn für nur 3,6 Prozent der befragten Unternehmen verliert China an Bedeutung. Der US-amerikanische Markt scheint demgegenüber aber tatsächlich an Boden zu verlieren, denn hier fällt der Anteil der entsprechenden Antworten mit 7,2 Prozent aus.

«Einige Unternehmen können aus dem Handelskonflikt Profit schlagen, indem sie in die Bresche springen und den Handel mit den USA oder China punktuell verstärken», erklärt Peter F. Schmid, CEO von Visible. «China ist als Handelspartner derzeit etwas wichtiger. Das hat mit dem Niedriglohmland zu tun, aber auch mit dem Handelsabkommen mit der Schweiz. Doch die USA könnten später nachziehen, wenn sich neue Perspektiven durch das vorgesehene Handelsabkommen ergeben», ergänzt Peter F. Schmid.

### **Brexit wegen schwacher Handelsbilanz für die Schweiz wenig relevant**

Der bevorstehende Brexit ist für Schweizer KMUs so gut wie nicht relevant. Drei Viertel der Unternehmen (75,9 %) gaben an, dass der Austritt von Grossbritannien aus der EU für sie keine negativen Folgen hat. «England ist als Handelspartner für die Schweiz weit weniger wichtig als Deutschland, USA, Italien, Frankreich oder China», erklärt Peter F. Schmid. «Wegen der schwachen Handelsbilanz mit England sind die wirtschaftlichen Folgen des Brexits vergleichsweise gering», so der CEO von Visible.

Ganz allgemein ist über die Hälfte der befragten Unternehmen (53,7 %) trotz der wachsenden wirtschaftlichen Herausforderungen der Ansicht, dass die Wettbewerbsfähigkeit gegenüber der Konkurrenz gleich geblieben ist. Immerhin 18,3 Prozent der KMUs haben aber mit einer schwierigeren Konkurrenzsituation zu kämpfen. Demgegenüber hat für 14,6 Prozent der Konkurrenzdruck sogar abgenommen.

#### **Medienkontakt**

Visible GmbH  
Carsten Brandt  
ABC-Strasse 21  
20354 Hamburg  
+49 40 2 54 40-131  
carsten.brandt@visible.com

#### **Medienkontakt**

PULSCOM !  
Christian Iten  
058 255 07 09  
076 548 47 44  
visible@pulscom.ch

#### **Über Visible**

Visible unterstützt industriell tätige Unternehmen, deren Produkte und Dienstleistungen für Einkäufer international zugänglich zu machen. Als speziell auf Geschäftskunden zugeschnittene Verbindung aus eigenen B2B-Marktplätzen und Online-Marketing-Services wie zum Beispiel Google Ads und Retargeting bietet das Unternehmen ein breit gefächertes digitales Portfolio zur Reichweitensteigerung im Internet.

Zu den von der Visible GmbH betriebenen Marktplätzen gehören «Wer liefert was» (wlw), heute der führende B2B-Marktplatz in der D-A-CH-Region, sowie die europäische B2B-Plattform EUROPAGES. Zusammen erreichen die Marktplätze monatlich über 3,7 Millionen Einkäufer von Unternehmen, die nach detaillierten Unternehmens- und Produktinformationen suchen. Insgesamt sind über 3,6 Millionen Firmen auf beiden Plattformen registriert.

Mit seinen Online-Marketing-Services bietet Visible Unternehmen zusätzliche Möglichkeiten, ihre Reichweite im Internet zu erhöhen. Visible ist derzeit einziger Google Premium-Partner mit B2B-Schwerpunkt.

Das Unternehmen Visible entstand als Antwort auf die Herausforderungen der Internationalisierung und Digitalisierung im B2B-Bereich. Visible unterhält Büros an den Standorten Hamburg, Berlin sowie Paris und verfügt über eine Schweizer Zweigniederlassung in Baar. Insgesamt sind heute über 380 Mitarbeitende beschäftigt. Als gemeinsames Dach für die Marken «Wer liefert was» und EUROPAGES baut Visible seine Marktplätze und Online-Marketing-Services kontinuierlich aus.

Weitere Artikel, Informationen, Pressemitteilungen und Downloads finden Sie unter [www.visible.com/presse](http://www.visible.com/presse).