

Schweizer Ausgabe der «23rd Annual CEO Survey»

An- und Aussichten von Schweizer Entscheidungsträgern zur Wirtschaft



Inhalt



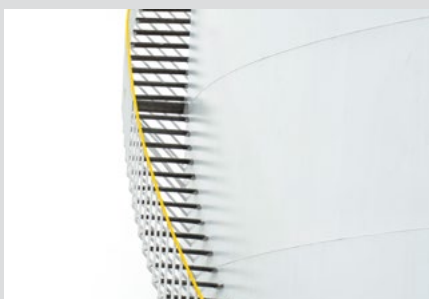
01 Zum Auftakt 4



02 Wachstum 6



03 Cyberspace 10



04 Upskilling 12



05 Klimawandel 14



06 Kontakt 16



Das Studiendesign

Schweizer Ausgabe der «23rd Annual CEO Survey»

Studienteilnehmende

Die vorliegende Studie basiert auf der «23rd Annual Global CEO Survey 2019» von PwC Global. Die Umfrage bei den Studienteilnehmenden fand im September/ Oktober 2019 statt. Weltweit wurden insgesamt 1581 CEOs in 83 Ländern befragt, davon 91 in der Schweiz. Die globale Stichprobe wurde nach dem nationalen BIP gewichtet. So wird sichergestellt, dass die Ansichten der CEOs in den wichtigen Weltregionen gerecht vertreten sind. In der Schweiz wurden sämtliche Fragen schriftlich gestellt und beantwortet (Online-Fragebogen).

Struktur Stichprobe Schweiz

Von den 91 CEOs, die an der Schweizer Ausgabe teilgenommen haben, repräsentieren 28 Unternehmen mit einem Umsatz von mindestens 1'000 Millionen CHF, 33 Unternehmen mit einem Umsatz zwischen 100 Millionen und 1'000 Millionen CHF und 22 Unternehmen mit einem Umsatz von bis zu 100 Millionen CHF. 36% der Unternehmen sind börsenkotiert, 64% befinden sich in Privatbesitz. 33% der Studienteilnehmenden vertreten Schweizer Familienunternehmen.

Darstellung

Die Grundgesamtheit für die Schweizer Ausgabe beträgt – sofern nicht anders angegeben – 91 CEOs von Unternehmen in der Schweiz. Nicht alle Resultate summieren sich auf 100%, da die Prozentzahlen gerundet und die Antworten «weder/noch» und «weiss nicht» nicht oder nur teilweise berücksichtigt wurden.



Von CEO zu CEO

Liebe Leserin, lieber Leser

Was in Politik, Gesellschaft und Wirtschaft passiert, ist für uns Entscheidungsträger wesentlich. Denn Entscheiden heisst Verantwortung übernehmen – für Kunden, Mitarbeitende und Geschäftspartner, für heute und morgen.

Allerdings werten wir CEOs die Ereignisse im eigenen Unternehmen und um uns herum sehr unterschiedlich. Verständlich, denn Megatrends oder Ereignisse wie Handelskriege, Cyberattacken, Klimawandel oder Digitalisierung wirken sich sehr unterschiedlich auf unsere Unternehmen aus. Entsprechend variiert unsere Beurteilung von Chancen, Risiken und Massnahmen.

Was CEOs weltweit beschäftigt, wie sie darüber denken, was sie tun und wie sie in die Zukunft blicken, analysieren wir seit 23 Jahren und publizieren diese Einschätzungen jeweils in der «Annual CEO Survey» von PwC Global. In der vorliegenden Studie haben wir exklusiv die Antworten der CEOs aus der Schweiz für Sie zusammengetragen und kommentiert. Die Studie widmet sich den Schwerpunktthemen Wachstum, Cyberspace, Upskilling und Klimawandel.

Besonders empfehlen möchte ich Ihnen das Kapitel Upskilling, also die gezielte Weiterentwicklung von personellen Kompetenzen. Die Herausforderungen unserer Kunden werden immer komplexer.

Als Dienstleistungspartner müssen wir nicht nur technische Antworten, sondern integrierte Lösungen und zeitgemässe Fähigkeiten bieten. So haben wir bei PwC eine neue Fehler- und Lernkultur etabliert, pflegen starke Unternehmenswerte, beschäftigen Menschen aus diversen Disziplinen und ermöglichen die Weiterbildung in elementaren digitalen Wissensgebieten. Denn unsere Zukunft sind nicht Roboter, sondern Menschen. Dazu brauchen wir einen Kontext des Vertrauens – zwischen Arbeitgeber und Arbeitnehmer ebenso wie zwischen Wirtschaft und Gesellschaft.

Wir von PwC wollen wichtige Probleme unserer Kunden lösen. Das tun auch Sie mit Ihren Produkten und Dienstleistungen. Mit dieser Publikation möchten wir zum Denken anregen und Sie im Meinungsbildungs- und Entscheidungsprozess unterstützen. So können wir gemeinsam Probleme noch besser lösen und das Vertrauen der Gesellschaft in unsere Unternehmen und in die Schweizer Wirtschaft stärken.

Ich wünsche Ihnen eine inspirierende Lektüre mit wertvollen Impulsen.



Andreas Staubli
CEO, PwC Schweiz

02 Wachstum

Optimistisch zu Hause, besorgt über die Welt

Mit Menschen wachsen

CEOs von Schweizer Unternehmen erachten sich als fit für die Zukunft und schätzen das Wachstum ihrer Unternehmen sowie die nationale Wirtschaftsentwicklung positiv ein. 82% geben sich hinsichtlich Umsatzwachstum in den nächsten zwölf Monaten einigermaßen oder sehr zuversichtlich (vgl. Abbildung 1). Diese optimistische Einschätzung liegt weit über der globalen Zuversicht (72%). Sie geht unter anderem aus dem Schweizer Wirtschaftskontext hervor, der von Stabilität, Rechtssicherheit und Konsens- statt Machtblockdenken geprägt wird.

Die CEOs in der Schweiz halten ihre Unternehmen für agil und konkurrenzfähig. Entsprechend erwarten sie, in den kommenden Monaten vorwiegend organisch zu wachsen (78%) und ihre operative Effizienz zu steigern (77%).

Wie zuversichtlich sind Sie in Bezug auf das Umsatzwachstum Ihres Unternehmens in den nächsten zwölf Monaten?

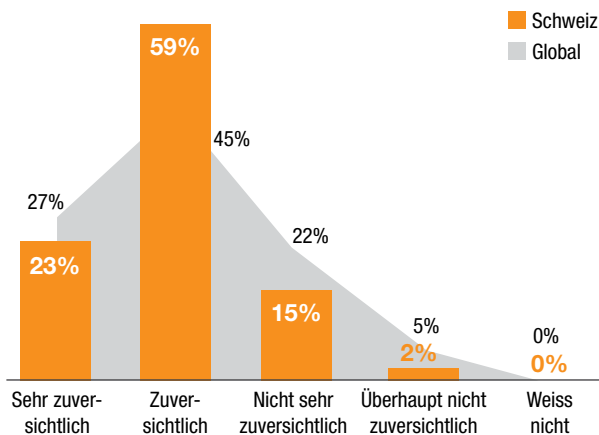


Abbildung 1: CEOs in der Schweiz sind zuversichtlicher beim Wachstum ihrer Unternehmen als der Rest der Welt.

Dunkle Wolken am globalen Horizont

Für die Weltwirtschaft zeigen die hiesigen CEOs einen Rekordpessimismus: Eine knappe Mehrheit ist besorgt über das globale Wachstum und erwartet einen Abschwung. Dieser Wert ist so hoch wie noch nie, seit die Frage 2012 erstmals gestellt wurde (vgl. Abbildung 2). Diese Befürchtungen decken sich einerseits mit den Einschätzungen der CEOs weltweit. Zum anderen widerspiegeln sie die aktuellen Entwicklungen der engsten Handelspartner Deutschland, USA und China. Die Wirtschaftslage von Deutschland präsentiert sich zurzeit besorgniserregend und das Säbelrasseln von China und den USA hält unvermindert an.

Wie wird sich das globale Wirtschaftswachstum in den nächsten zwölf Monaten entwickeln?

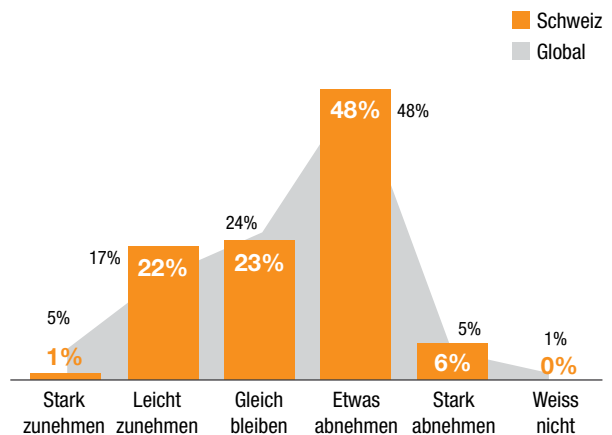


Abbildung 2: Schweizer CEOs sehen der globalen Wirtschaftsentwicklung pessimistisch entgegen.



« Nachhaltiges Wachstum sollte für die Unternehmen kein Selbstzweck sein. Wir von PwC verstehen es als unverzichtbaren Wertbeitrag an die Gesellschaft. Denn nur in einer prosperierenden Marktwirtschaft lässt sich ein gesunder Wohlstand erhalten und ausbauen.

Stefan Räbsamen, Partner, Verwaltungsratspräsident,
PwC Schweiz





Krisensicher aufgestellt

Gefragt nach den Gründen für ihre Besorgnis zur Weltwirtschaft nennen die CEOs in erster Linie Überregulierung, globale Handelskonflikte und Cyberrisiken (vgl. Abbildung 3). Diese Beurteilung geht einerseits aus der Tatsache hervor, dass Schweizer Unternehmen aufgrund des begrenzten Binnenmarktes auf starke Märkte jenseits der eigenen Landesgrenzen angewiesen sind. Andererseits deckt sie sich mit dem globalen Gesamtbild, das eine weltweite Besorgnis der CEOs über den anhaltenden Handelsstreit zwischen den USA und China und die schwächelnde Konjunktur in Deutschland zeigt.

Allerdings sehen sich 66% der Studienteilnehmenden für eine Krise gewappnet. Im Weiteren fürchten 89% die Arbeitslosigkeit nicht. Entsprechend erwarten sie keinen negativen Einfluss der globalen Wirtschaftsentwicklung auf den Ausbau ihrer Belegschaft. 50% der Studienteilnehmenden wollen den Personalbestand in den kommenden zwölf Monaten ausbauen.

Wie besorgt sind Sie über die folgenden Bedrohungen für die Wachstumsperspektiven Ihres Unternehmens?

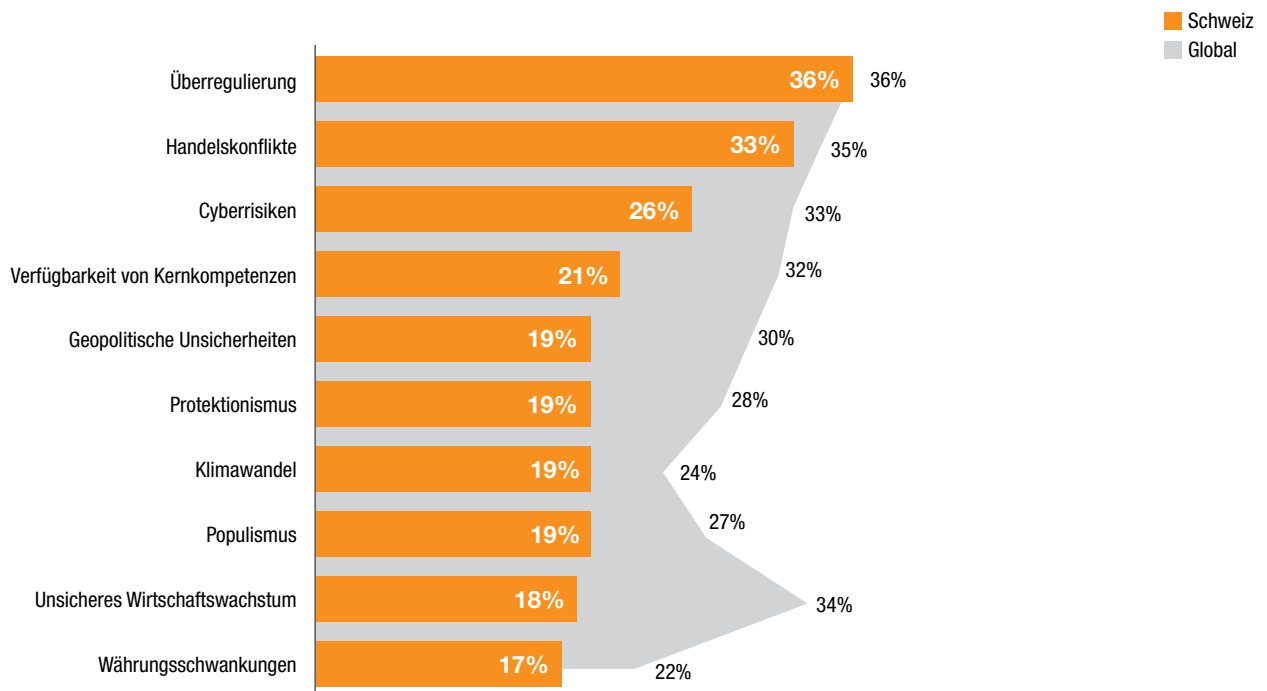


Abbildung 3: CEOs in der Schweiz äussern die grössten Bedenken zur Überregulierung.

03 Cyberspace

Digitale Sicherheit schafft analoges Vertrauen

Virtuelle Bedrohungen sind real

Die Entscheidungsträger erachten den Schutz vor Attacken aus dem Cyberspace und der digitalen Privatsphäre sowie die künstliche Intelligenz als Kerneigenschaften und -technologien, um das Vertrauen der Gesellschaft zu stärken (vgl. Abbildung 4). Somit ist es nicht verwunderlich, dass Cybersicherheit und Datenschutz für Unternehmen in der Schweiz zu den Kernthemen des strategischen Risikomanagements gehören. Themen wie 5G-Netzwerke oder Fehlinformationen beeinflussen die Vertrauensbildung ihrer Einschätzung nach weniger.

Welche Technologien und Eigenschaften der digitalen Welt sind Ihrer Meinung nach relevant, um das Vertrauen der Gesellschaft aufzubauen?

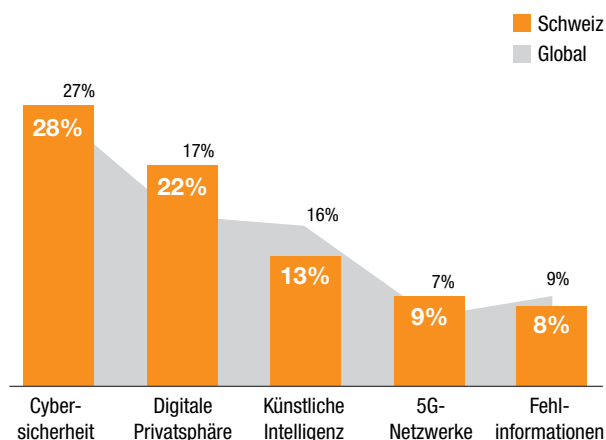


Abbildung 4: Cybersicherheit und eine sichere digitale Privatsphäre gelten als vertrauensbildend.


Digitale Kommunikationskanäle polarisieren

Die Meinungen zum Einfluss des Internets und der sozialen Medien gehen auseinander. Die eine Hälfte (50%) prognostiziert ein soziales Auseinanderdriften, politische Manipulation und Fehlinformationen. Die andere (47%) glaubt, dass die virtuellen Kommunikationskanäle die Menschen näher zusammenrücken, die Verbreitung von Sachinformationen erleichtern und die politische Autorität stärken. Diese Polarität lässt sich auch in Westeuropa beobachten. Dies hängt mit dem Vertrauen der Gesellschaft in die Integrität von den Behörden und Medien zusammen.¹

Regulierung als Hürde

Die Verschärfung der Regulierung geht Hand in Hand mit dem Voranschreiten der Digitalisierung. So rufen digitale Sicherheit und Privatsphäre unter anderem strengere Datenschutzbestimmungen auf den Plan. Die befragten Personen in der Schweiz äussern sich kritisch zur internationalen Regulierung, denn die Anforderungen steigen seit Jahren. Auf den Foreign Account Tax Compliance Act (FATCA) und den automatischen Informationsaustausch (AIA) folgten steuerrechtliche Regulierungen wie DAC6 und die Revision der europäischen Datenschutzgrundverordnung (EU-DSGVO). In der Schweiz wird zurzeit das Datenschutzgesetz (DSG) revidiert, und zahlreiche europäische Länder setzen zusätzliche lokale Anforderungen um. Solche und weitere Bestimmungen verlangen den Unternehmen Mehrkosten und -aufwand ab.

¹ Vgl. «OECD Government at a Glance 2017», Country Fact Sheet Switzerland



Cybersicherheit ist ein fortwährender Prozess. Denn die Gefahren aus dem Cyberspace verlangen ein übergreifendes Sicherheitsdenken und Massnahmen, die Kommunikationskanäle, Anwendungen und Informationen gleichermaßen einschliessen. Demnach ist Cybersicherheit heute nicht nur eine IT-Aufgabe, sondern ein Schlüsselthema des strategischen Risikomanagements.

Wolfgang Schurr, Partner, Cybersecurity and Privacy Leader, PwC Schweiz

Die Verbraucher wiederum werden von einer Flut an Datenschutzinformationen und erforderlichen Zustimmungen sogar für einfache Dienstleistungen überfordert. In der Konsequenz führen die Vorgaben des Regulators vielmehr zu einem Vertrauensverlust, statt das gewünschte Sicherheitsgefühl zu gewährleisten.

So bezeichnen 85% der befragten CEOs die steigende Komplexität von Cyberrisiken und 66% die Vorschriften des Gesetzgebers für Cybersicherheit und Datenschutz als zentral für die Ausarbeitung und Umsetzung ihrer Cyberstrategie.

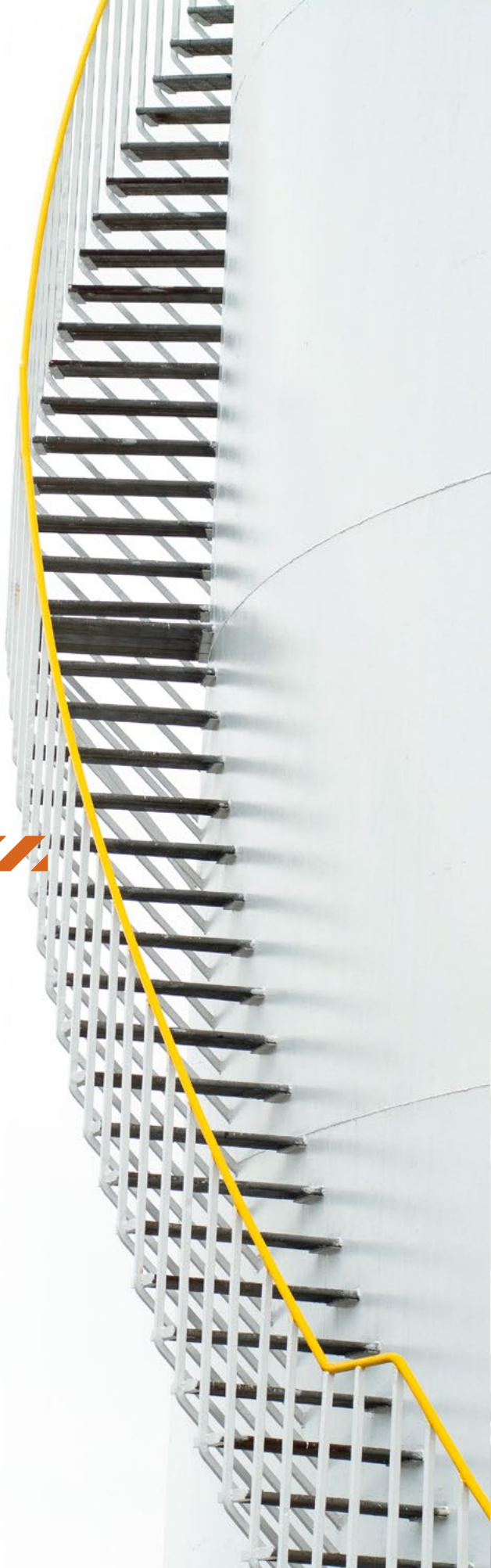
04 Upskilling

Brainware vor Hardware



Noch ganz am Anfang

Digitale Kernkompetenzen der Mitarbeitenden garantieren Wachstum und sichern die Zukunft eines Unternehmens. Dessen sind sich die CEOs hierzulande bewusst. Doch stecken ihre Bemühungen für ein gezieltes digitales Fitnessstraining ihres Personals noch in den Kinderschuhen und hinken deutlich hinter den Aktivitäten der globalen Kollegen her. In der Schweiz sehen die meisten Entscheidungsträger die anspruchsvollste Personalaufgabe noch immer in der Definition von zukünftigen Rollen und benötigten Kernkompetenzen (vgl. Abbildung 5).



Bitte rangieren Sie die Herausforderungen, denen Ihr Unternehmen bei der Weiterentwicklung der personellen Kompetenzen gegenübersteht.

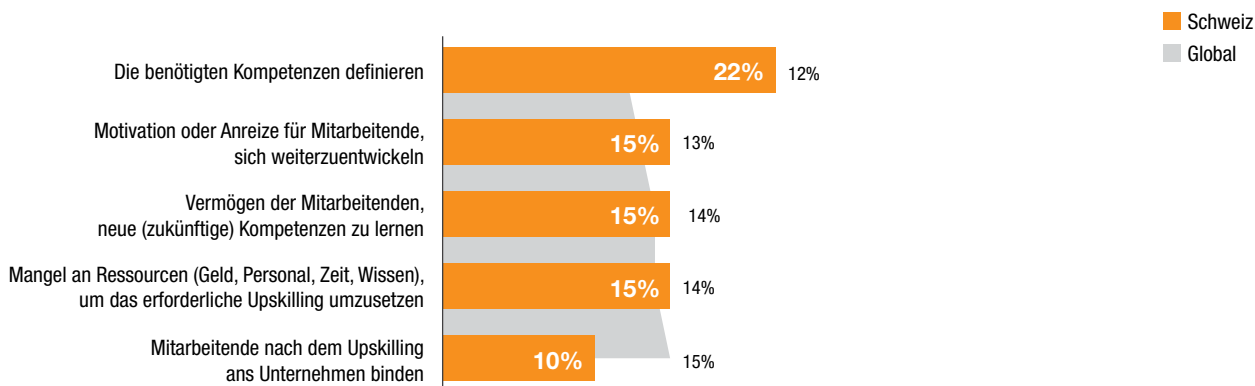


Abbildung 5: Die Definition der benötigten Kompetenzen ist in der Schweiz Herausforderung Nummer eins.

Können stärkt die Performance

Dass die richtigen Kompetenzen zu den wesentlichen Erfolgs- und Zukunftsfaktoren gehören, stellen die befragten CEOs nicht in Frage. 69% aller CEOs in der Schweiz zeigen sich etwas oder extrem besorgt über die Verfügbarkeit von Kernkompetenzen. Darum messen sie auch dem Upskilling eine hohe Wichtigkeit bei. Als wesentliche Vorteile nennen sie höhere Produktivität (80%), stärkeres Wachstum (75%), mehr Innovationskraft und eine Beschleunigung der digitalen Transformation (82%).

Nicht gewusst wie

Die Mehrheit der Studienteilnehmenden hat mit dem Aufbau eines Upskilling-Programms gestartet (37%) oder kommt damit langsam voran (36%). Nur jede zehnte befragte Person weist erhebliche Fortschritte bei ihrem Upskilling-Programm aus. Als besonders anspruchsvoll in der Umsetzung von Upskilling erachten die Studienteilnehmenden das Bereitstellen von Ressourcen in Form von Geld, Personal, Zeit und Wissen. Wer bereits Upskilling betreibt, sieht die Motivation und das Schaffen von Anreizen als Hauptanspruch, um eine Lernkultur zu etablieren, in der sich die Mitarbeitenden ständig weiterbilden.



« Die Weiterentwicklung von digitalen Kernkompetenzen ist ebenso zentral wie der technologische Fortschritt selbst. Dabei ist es einfacher und langfristig günstiger, die erforderlichen Fähigkeiten in den eigenen Reihen zu entfalten, als sie einzukaufen. Denn meistens ist das, was man braucht, nicht verfügbar oder nicht bezahlbar.

Jose Marques, Partner, People and Organisation,
PwC Schweiz

05 Klimawandel

Tatsache mit Fragezeichen

Erwartungen gerechtfertigt

Die Diskussion um den Klimawandel läuft buchstäblich heiss. Unternehmen rund um den Erdball und auch in der Schweiz anerkennen die Brisanz des Themas. 51% der befragten CEOs in der Schweiz äussern sich etwas oder extrem besorgt über den Klimawandel und Umweltschäden. Investoren, Mitarbeitende, Behörden, Medienschaffende, die breite Öffentlichkeit und weitere Anspruchsgruppen verlangen von den Unternehmen eine klare Haltung in Bezug auf Klimafragen und nachhaltiges Wirtschaften. Über die Angemessenheit dieser Erwartungen sind sich die befragten CEOs einig – nicht aber über das Chancenpotenzial von Klimaschutzmassnahmen für neue Produkte und Dienstleistungen (vgl. Abbildung 6).

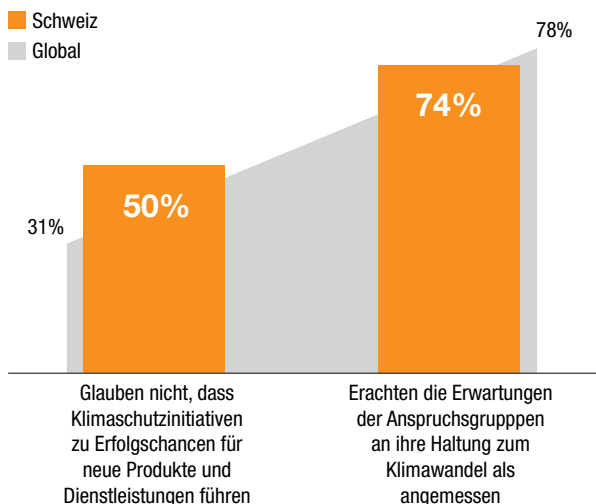


Abbildung 6: Die Erwartungen der Anspruchsgruppen in Bezug auf die hauseigene Klimaschutzstrategie werden eindeutig als angemessen betrachtet – nicht aber die Chancen für neue Produkte und Dienstleistungen.

Mehr Sorge als Opportunität

Nachhaltiges Wirtschaften steht schon lange auf der Agenda der Weltgemeinschaft, denn die Nachfrage nach klimafreundlichen und nachhaltigen Produkten und Dienstleistungen wächst. UN Global Compact, Pariser Klimaabkommen, UN-Agenda 2030, EU-Aktionsplan «Sustainable Finance», Grundsätze für einen nachhaltigen Finanzplatz Schweiz – diese und weitere regulatorische und selbstverpflichtende Initiativen rücken Nachhaltigkeit ins Bewusstsein von Politik, Wirtschaft und Gesellschaft und auf eine Ebene, die weit über die reine Treibhausgasbewertung hinausgeht. Die Unternehmen hingegen messen dem Thema eine andere Brisanz zu. 51% der befragten CEOs haben die physischen Risiken (z. B. Infrastrukturschäden) von Klimaereignissen nicht in ihre Risikobewertung einbezogen.



« Nachhaltigkeit ist ein hoch vernetzter Anspruch, der weit über die Klimadiskussion hinausgeht. Denn sie betrifft den gesamten Wertschöpfungskreis und alle Prozesse der Marktleistungsgestaltung inklusive Finanzierung. Entsprechend ganzheitlich sollte der Blick von Entscheidungsträgern sein, wenn sie ihre Haltung zum Klimawandel definieren und den Nachhaltigkeitsgrad ihres Geschäftsfelds und ihrer Anlagen beurteilen.

Stephan Hirschi, Director, Sustainability and Climate Change, PwC Schweiz

Das Glas ist halb voll und halb leer

50% der Studienteilnehmenden glauben nicht, dass Klimaschutzmassnahmen Erfolgchancen für neue Produkte und Dienstleistungen bieten.

Diese Meinungsheterogenität erstaunt umso mehr, als sich nachhaltiges Wirtschaften nachweislich positiv auf den Geschäftserfolg der Wirtschaftsakteure auswirkt. Denn das Anlageverhalten von Investoren wird zunehmend von sozialen und umweltspezifischen Ansichten geprägt. So kann sich nachhaltiges Verhalten in mehrere Richtungen auswirken und gegenseitig verstärken. Für Finanzdienstleister legen nachhaltige

Anlageprodukte ein enormes Geschäftspotenzial frei. Eine Investition in die hauseigene Nachhaltigkeit ist also immer auch eine Investition in die Zukunft.

64% meinen, dass solche Klimaschutzmassnahmen dem Unternehmen einen Reputationsvorteil bei den wichtigsten Interessengruppen verschaffen können. Hingegen halten 11% der Studienteilnehmenden die Gesetzgebung zu Umwelt und Klima für extrem besorgniserregend. 50% bezweifeln, dass die Zusammenarbeit von Gesetzgeber und Unternehmen die Risiken des Klimawandels mindern könnte.



Danke!

Wir danken allen Studienteilnehmerinnen und -teilnehmern für ihren wertvollen Beitrag zur vorliegenden Publikation. Ebenfalls danken möchten wir allen Experten von PwC Schweiz und aus dem PwC-Netzwerk fürs konstruktive Mitwirken und ihre aufklärenden Interpretationen und Kommentare.

Kontakt

Globale Studie

Die Ergebnisse und Interpretation der «23rd Annual Global CEO Survey» von PwC Global finden Sie auf:
www.ceosurvey.pwc

In der Schweiz für Sie da

Andreas Staubli
CEO PwC Schweiz
Tel. +41 58 792 44 72
Mobile +41 79 291 35 01
andreas.staubli@ch.pwc.com
ch.linkedin.com/in/andreasstaubli