

KMU-TAG-STUDIE 2010

Die diesjährige KMU-Tag-Studie zeigt es: Für KMU ist die Interaktion mit Kunden und mit Mitarbeitenden am wesentlichsten.

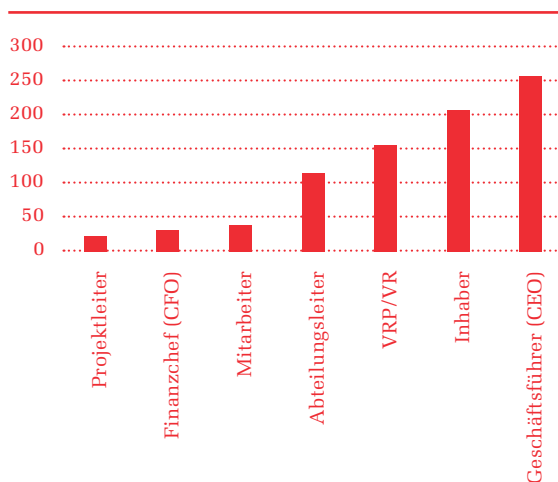
Urs Fueglistaller & Alexander Fust, St.Gallen

Ergeht es Ihnen auch so wie uns? Man hört oder liest das Thema des diesjährigen KMU-Tags, und sieht sich gleich eingepfercht zwischen Anspruch und Wirklichkeit und soll sich dabei auch noch auf das Wesentliche besinnen – so will jedenfalls der diesjährige Tagungstitel das Fundament des Inhalts des KMU-Tags festlegen und uns zu neuen Erkenntnissen im Umgang mit uns selbst und unseren Unternehmen verhelfen. Bereits zum zweiten Mal findet zum KMU-Tag eine Online-Umfrage des KMU-HSG statt. Sie gibt aktuelle Einsichten (Oktober 2010) in die Meinungen der Befragten zum Tagungstitel. Im Folgenden werden die wesentlichen Erkenntnisse vorgestellt; doch vorab ein herzliches Dankeschön an alle, die an der Umfrage mitgemacht haben.

An der Befragung haben 555 Vertreter von KMU und Grossunternehmen teilgenommen (Rücklaufquote 33.5% [555 Antworten von 1660, Frauenanteil 13%]). Im Durchschnitt waren die ausfüllenden Personen 47 Jahre alt, sind bereits seit 13 Dienstjahre im aktuellen Unternehmen tätig, welches im Schnitt 64 Jahre alt ist; also gestandene Persönlichkeiten & etablierte Unternehmen. Das durchschnittliche Unternehmen beschäftigt 45 Mitarbeitende und erzielt

einen Umsatz von 8 Millionen Schweizer Franken. 62% haben vorwiegend Unternehmen als Kunden (Business-to-Business, auch B-to-B genannt) und 38% vorwiegend Endkunden (Business-to-Customer, auch B-to-C genannt). Ein Grossteil der Teilnehmer der Umfrage sind Verwaltungsräte, Inhaber, Geschäftsführer oder weitere Führungskräfte.¹

Umfrageteilnehmer nach Funktion im Unternehmen



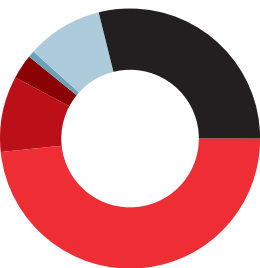
KMU – Verbessert Geschäftsverlauf
im Vergleich zur Vorjahresumfrage

Der Geschäftsjahr 2010 ist natürlich noch nicht abgeschlossen, aber bereits heute gibt die Mehrheit der Befragten an, dass sie mit gleichbleibender bis zunehmender Umsatz- und Rendite-Entwicklung rechnen.

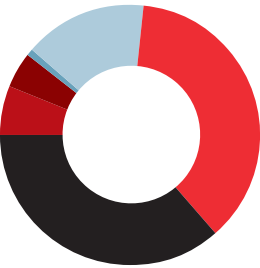
Preiskampf und Geschwindigkeit nehmen zu

Es zeigt sich, dass vor allem mehr Geschwindigkeit gefordert ist. Zudem verlangen Kunden mehr für den gleichen Preis, was auch die Aussage zu Preiskämpfen widerspiegelt.

Umsatz- und Renditeentwicklung im Vergleich 2009 – 2010

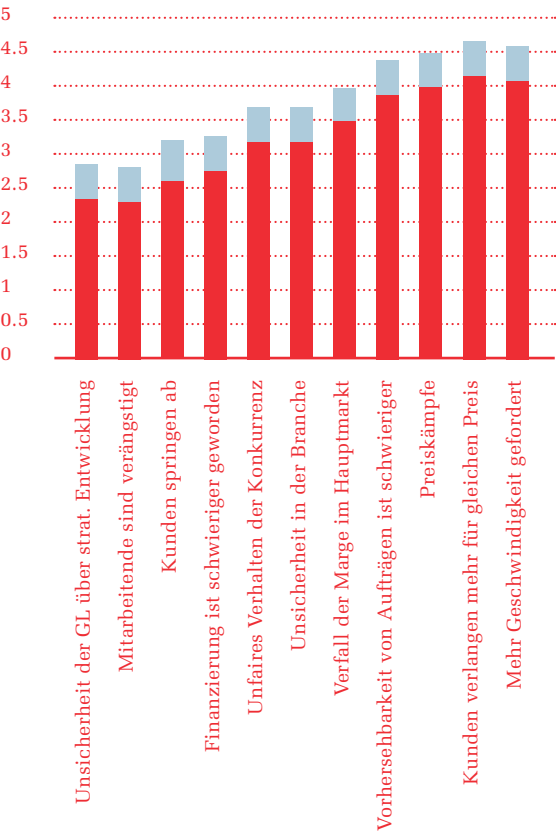


29.1% ● gleichbleibend
48.3% ● zunehmend
9.3% ● stark zunehmend
3.1% ● keine Antwort
0.8% ● stark abnehmend
9.3% ● abnehmend



37% ● gleichbleibend
36.6% ● zunehmend
5.9% ● stark zunehmend
4.5% ● keine Angaben
0.8% ● stark rückgängig
15.2% ● rückgängig

Wahrnehmung der momentanen Situation (n=490)



Ein Vergleich der Branchen ist in der nachfolgenden Tabelle enthalten, wobei die meist genannten wesentlichen Dinge dargestellt sind. Aus der Vielfalt wird klar, dass jede Branche zu einem gewissen Grad ihre eigene Logik hat.

**Wortwolke für die wesentlichen Dinge
im privaten Umfeld**

Das Wesentliche im privaten Umfeld: Die Familie, Gesundheit und Freunde, sowie der Ausgleich vom Berufsalltag.

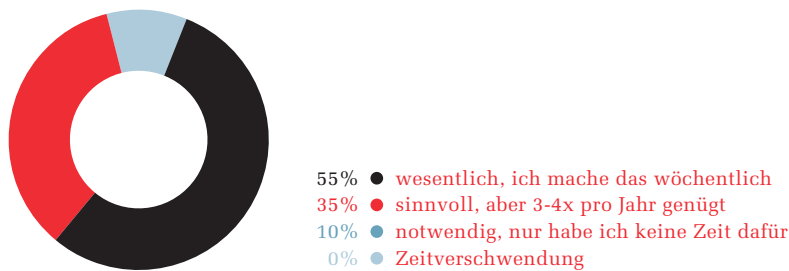
Im privaten Umfeld gilt für KMU-Vertreter mit Abstand deren Familie als wesentlich, dabei weisen KMU-Vertreter explizit auf ihre Kinder und Lebenspartner hin. Weiter nehmen für sie die Gesundheit, ihre Freunde und das Networking eine bedeutende Rolle ein. Eine ausgeglichene Work-Life-Balance, die Ausübung von Sport und die bewusste Erholung sind für KMU-Vertreter ebenso wichtig.

Wir haben es uns nicht nehmen lassen und auch Altersunterschiede bei den wesentlichen Dingen im privaten Umfeld untersucht. Ist bei Personen unter 45 Jahren die Familie und Freunde, dann Zeit, Gesundheit und Sport als am wesentlichsten genannt worden, haben Personen über 60 Jahre die Gesundheit und die Familie etwa ähnlich stark bewertet. Auffällig ist, dass neben Zeit auch Werte wie Ehrlichkeit, Vertrauen, Zufriedenheit und Verlässlichkeit im höheren Alter eine bedeutendere Rolle spielen.

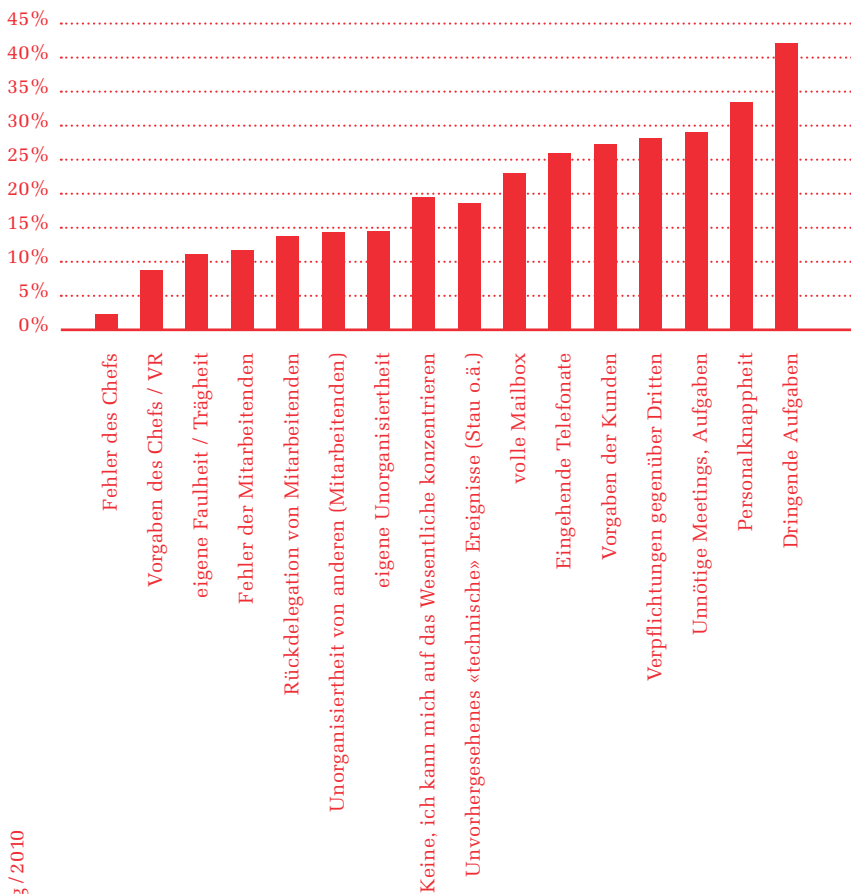
Wortwolke für die wesentlichen Dinge im beruflichen Alltag



Haltung bzgl. der Auseinandersetzung mit der Besinnung auf das Wesentliche (n=454)



Verhinderungsgründe, die wesentlichen Dinge zu erledigen



Natur als Ort der Besinnung auf das Wesentliche

Mehr als 50% aller Befragten haben angegeben, dass sie sich v.a. in der Natur, z.B. beim Wandern, auf das Wesentliche besinnen. Dies kann für alle Hierarchiestufen bestätigt werden. Geschäftsführer (CEOs) besinnen sich zudem während der Fahrt (45,6%), der Arbeit (43,3%), am Wochenende (40%) sowie in den Ferien (40%) auf das Wesentliche.

Wöchentliches Auseinandersetzen mit dem Wesentlichen

Keiner der befragten KMU-Vertreter hat angegeben, dass die Auseinandersetzung mit der Besinnung auf das Wesentliche Zeitverschwendung ist. Die meisten befragten Personen setzen sich wöchentlich mit dem Wesentlichen auseinander.

Dringende Aufgaben verhindern die wesentlichen Dinge zu erledigen

Dringende Aufgaben, Personalknappheit sowie unnötige Meetings sind die am meist genannten Gründe, welche die Erledigung der wesentlichen Dinge erschweren.