



**UNTERNEHMER
PERSPEKTIVEN**
Eine Initiative der Commerzbank

Wirtschaftsstandort Schweiz – Zeit, was zu bewegen!

Ergebnisse der Studie 2025



Es ist Zeit, in Bewegung zu bleiben



Marc Steinkat

CEO,
Commerzbank Schweiz

Wirtschaftspolitische Debatten sind häufig von Herausforderungen geprägt. Ein Blick auf unsere aktuelle Unternehmerperspektiven-Studie zeigt: In der Schweiz herrscht Aufbruchstimmung.

Drei Viertel der befragten Unternehmen sehen den Wirtschaftsstandort Schweiz in einem positiven Licht – ein Wert, der international Massstäbe setzt. Diese Einschätzung zeugt nicht nur von Stabilität, sondern auch von unternehmerischem Vertrauen und Verantwortungsbewusstsein. Schweizer Unternehmen gestalten aktiv ihre Zukunft – durch Innovationskraft, internationale Perspektive und eine klare Haltung.

Wo andere noch zögern, investieren Schweizer Unternehmen bereits gezielt in künstliche Intelligenz, Prozessoptimierung und Qualifikation ihrer Mitarbeitenden. Die Bereitschaft zur Transformation ist hier nicht nur vorhanden – sie wird gelebt. Der liberale regulatorische Rahmen in der Schweiz unterstützt diesen Fortschritt, ohne die unternehmerische Freiheit einzuschränken. So entsteht ein fruchtbarer Boden für mutige Entscheidungen und neue Ideen.

Doch gerade weil die Grundlagen stark sind, dürfen wir nicht nachlassen. Die Zukunft verlangt nach Dynamik, nicht nach Selbstzufriedenheit. Digitalisierung, KI und Internationalisierung – ihre Potenziale warten darauf, entfesselt zu werden.

Viele Unternehmen erkennen bereits, dass neue Märkte, neue Produkte und neue Allianzen die Treiber des künftigen Wachstums sein werden.

Wir als Commerzbank stehen Ihnen dabei als strategischer Partner zur Seite.

Die vorliegende Studie liefert wertvolle Impulse – nicht nur, um den Ist-Zustand zu verstehen, sondern um gemeinsam nächste Schritte zu gehen. Sie zeigt, was Schweizer Unternehmen denken, wie sie handeln und wie sie die Zukunft sehen.

Jetzt ist die Zeit für Verantwortung, Innovation und mutige Entscheidungen. Es ist Zeit, etwas zu bewegen!

Ihr
Marc Steinkat
CEO, Commerzbank Schweiz



Zielsetzung

- Stichprobe: 109 Unternehmen
- Unternehmensgrösse
 - ab 15 Mio. CHF Jahresumsatz
(Repräsentativität für Unternehmen ab dieser Grössenklasse)
- Gesprächspartner
 - Führungskräfte der ersten Ebene
- Verfahren
 - telefonische Interviews
- Zeitraum der Befragung:
 - 10.02.2025 bis 28.02.2025
- Durchführung
 - forsa, Gesellschaft für Sozialforschung und statistische Analysen mbH

Gesamtstudie

Branchenverteilung (gewichtet)

1. Industrie		31
2. Handel		31
3. Dienstleistung		38

Befragte Unternehmen nach Jahresumsatz (quotiert)

• Unter 100 Mio. CHF	84 Unternehmen
• 100 Mio. CHF und mehr	25 Unternehmen

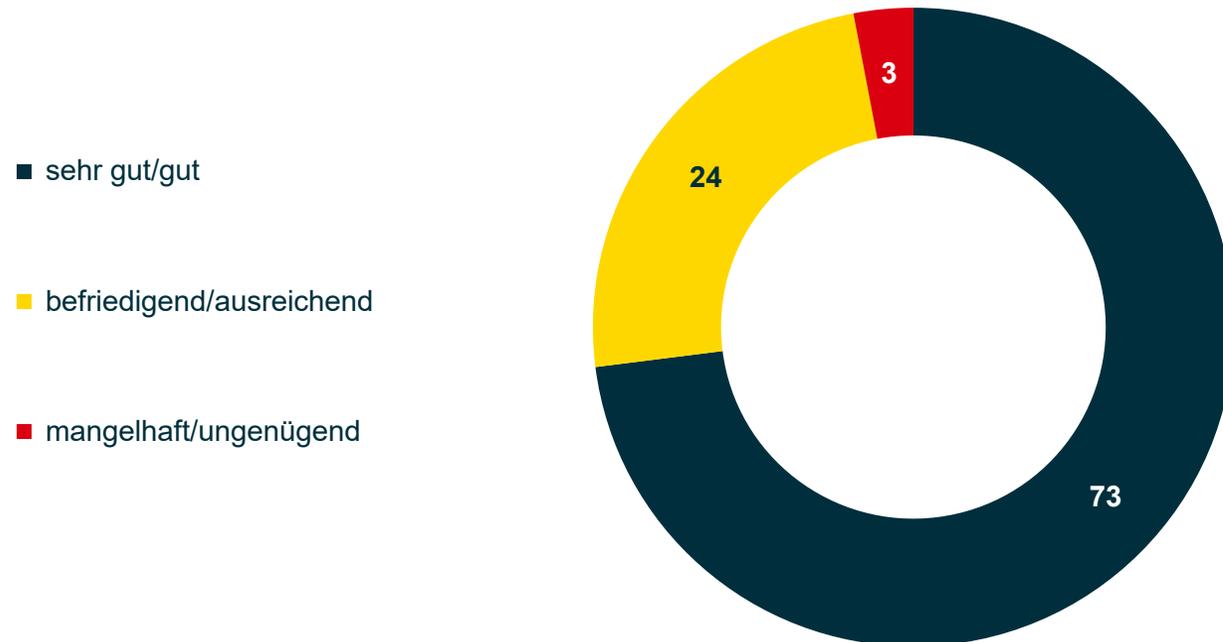
Die Grössenklassen sind auch einzeln auswertbar. Für Aussagen zur Gesamtstichprobe wurden sie repräsentativ zur Umsatzsteuerstatistik gewichtet.



Kapitel 1

Wie beurteilen **Schweizer Unternehmen** ihren Wirtschaftsstandort?

Knapp drei Viertel der Schweizer Unternehmen fällen ein positives Urteil zu den Aussichten des Wirtschaftsstandortes Schweiz. Nur wenige sehen Anlass zur Kritik.



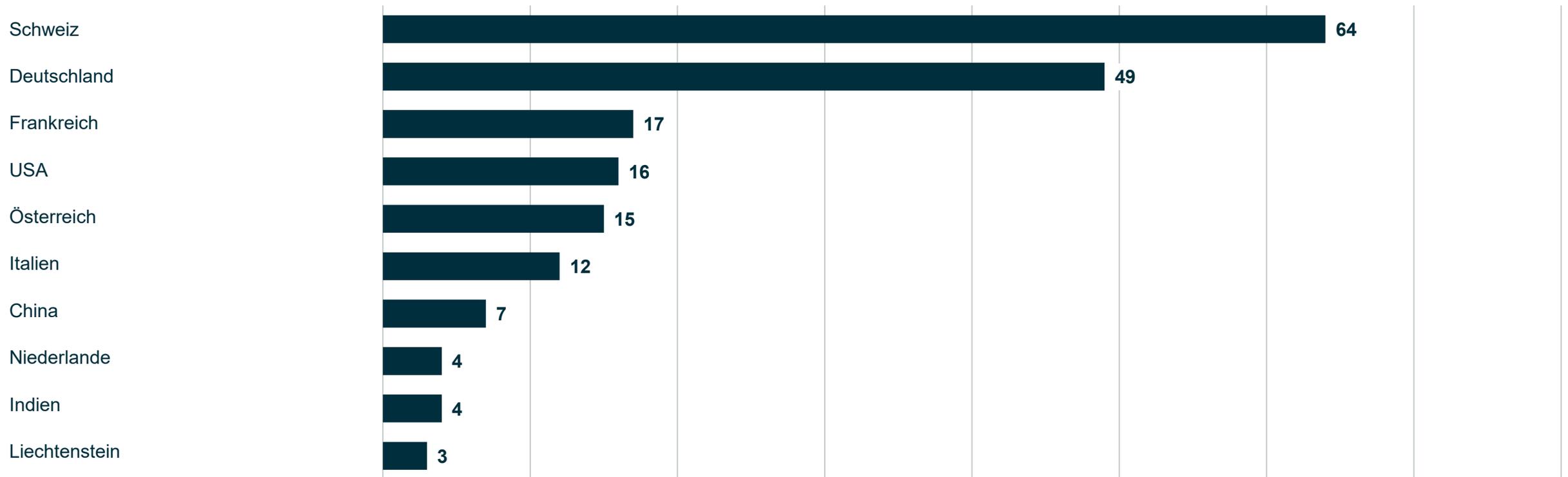
Angaben in Prozent | Basis: Befragte in Unternehmen ab 15 Mio. CHF Jahresumsatz
Frage: „Wie bewerten Sie die aktuellen Aussichten für den Wirtschaftsstandort Schweiz?“

Welches sind die wichtigsten Absatzmärkte?

Diese Länder sind bei der Schweiz im Fokus



Spontan nennen Schweizer Unternehmer vor allem den Binnenmarkt als wichtigsten Absatzmarkt. Knapp die Hälfte sieht Deutschland als den wichtigsten Absatzmarkt an. Die übrigen Länder liegen unter der 20-Prozent-Marke.



Angaben in Prozent | Nennungen ab 3 Prozent, Mehrfachnennungen möglich | Basis: Befragte in Unternehmen ab 15 Mio. CHF Jahresumsatz
Frage: „Was sind die wichtigsten drei Absatzmärkte für Ihr Unternehmen? Bitte nennen Sie hierzu bis zu drei Länder.“



76 %

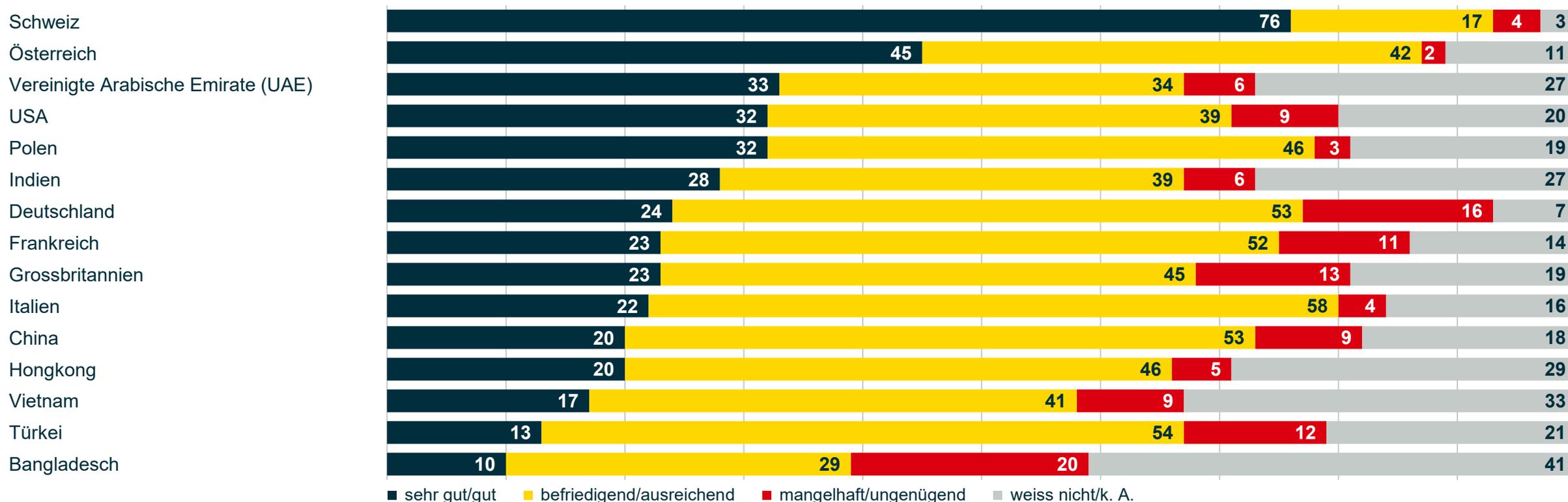
der Schweizer Unternehmen
bewerten die wirtschaftlichen
Rahmenbedingungen im eigenen
Land als **sehr gut oder gut**

Die Schweiz im internationalen Vergleich

Bewertung der aktuellen wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen



Im Länder-Ranking der wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen setzen Schweizer Unternehmen das eigene Land mit Abstand auf Platz 1: Eine Dreiviertelmehrheit gibt hier Bestnoten. Deutschland belegt den 7. Platz.



Angaben in Prozent | Basis: Befragte in Unternehmen ab 15 Mio. CHF Jahresumsatz

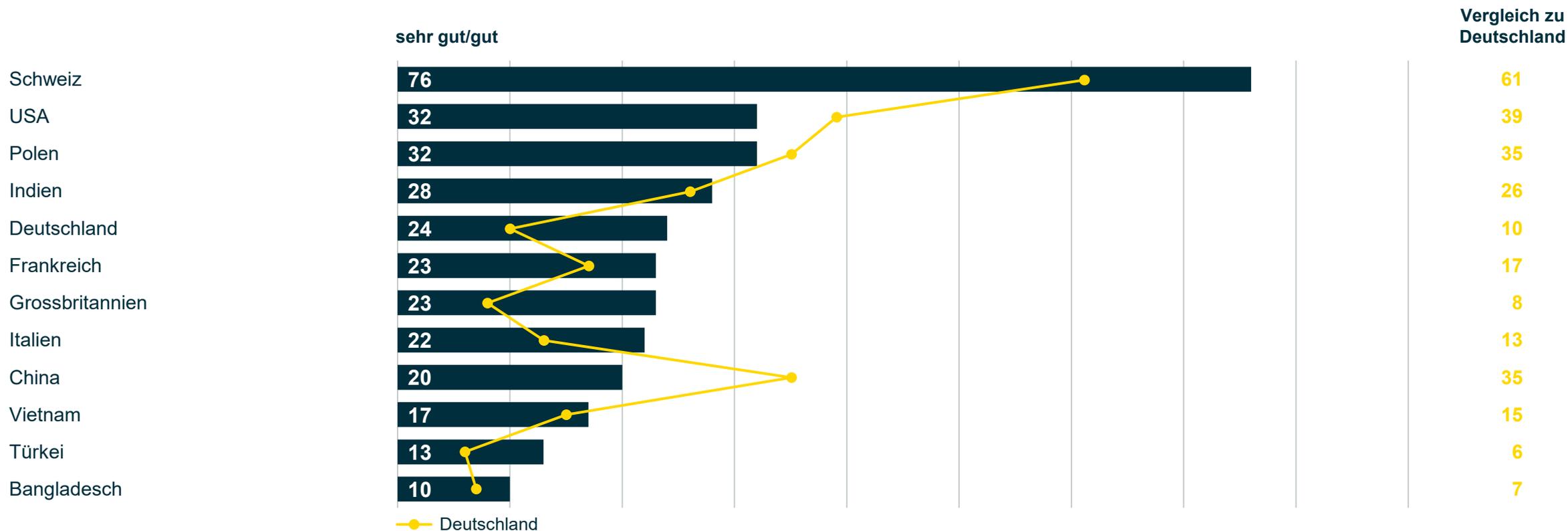
Frage: „Wie bewerten Sie aus Sicht Ihres Unternehmens die aktuellen wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen in den folgenden Ländern bzw. Regionen? Bitte nutzen Sie dafür die Skala von 1 bis 6.“

Die Schweiz im internationalen Vergleich

Bewertung der aktuellen wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen



Der Vergleich mit der Befragung in Deutschland zeigt: Schweizer Unternehmen beurteilen die Rahmenbedingungen in Deutschland um einiges positiver als deutsche Unternehmen selbst.



Angaben in Prozent | Basis: Befragte in Schweizer Unternehmen ab 15 Mio. CHF Jahresumsatz, in deutschen Unternehmen ab 2 Mio. € Jahresumsatz
Frage: „Wie bewerten Sie aus Sicht Ihres Unternehmens die aktuellen wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen in den folgenden Ländern bzw. Regionen? Bitte nutzen Sie dafür die Skala von 1 bis 6.“



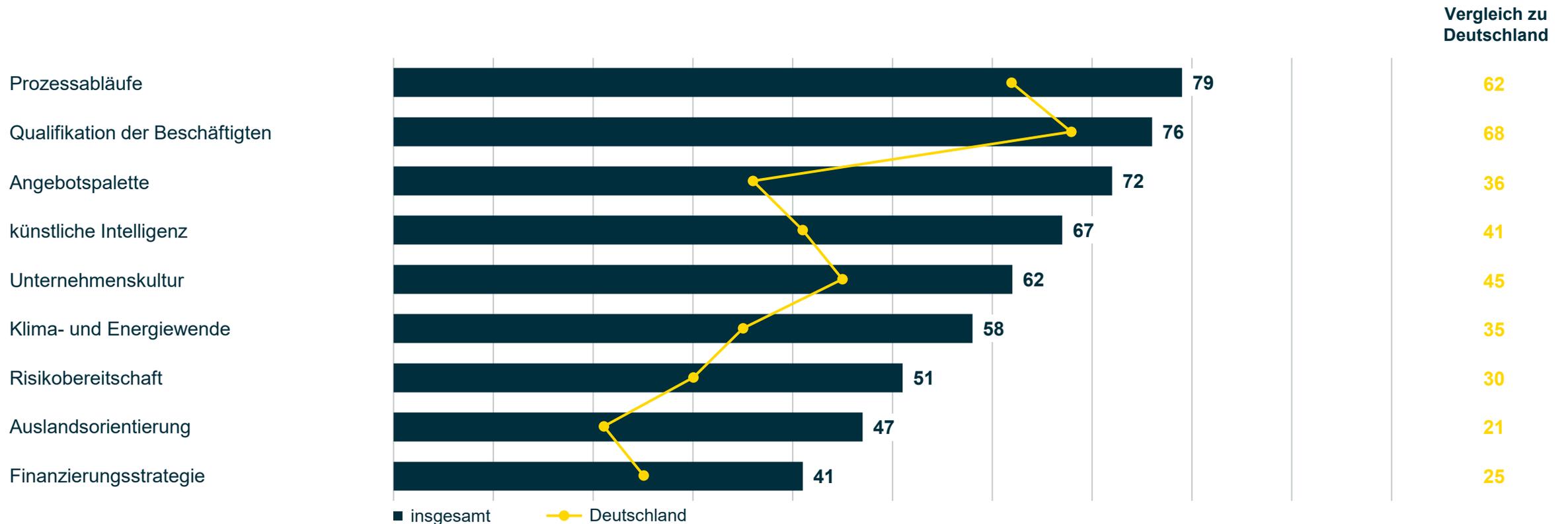
Kapitel 2

Zeit, was zu bewegen! Was tun Schweizer Unternehmen?

Wie sichern sich Unternehmen eigenverantwortlich den Erfolg?



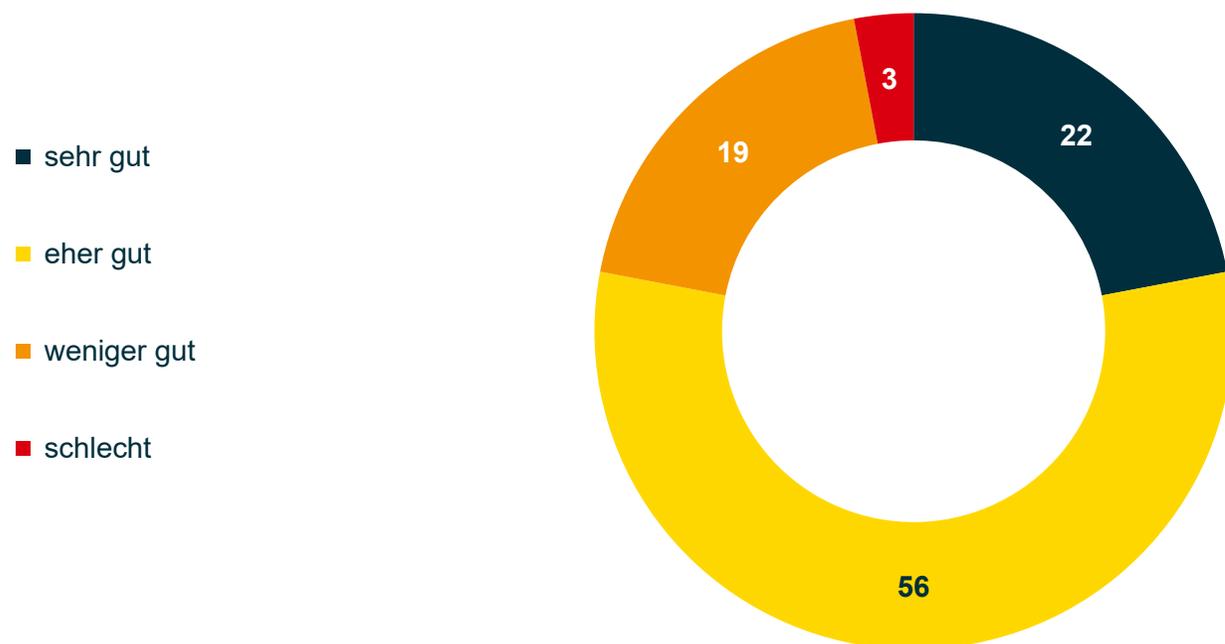
In den Prozessabläufen, der Qualifikation der Beschäftigten und der Angebotspalette sehen Schweizer Unternehmen einen Hebel, um erfolgreich zu bleiben – die Eigenverantwortung wird insgesamt auf höherem Niveau eingeschätzt als bei deutschen Unternehmen.



Angaben in Prozent | Mehrfachnennungen möglich, offene Frage | Basis: Befragte in Schweizer Unternehmen ab 15 Mio. CHF Jahresumsatz, in deutschen Unternehmen ab 2 Mio. € Jahresumsatz
Frage: „Abgesehen von den politischen Rahmenbedingungen können Unternehmen auch selbst Verantwortung für das Wirtschaftswachstum übernehmen. In welchen Bereichen muss Ihr Unternehmen ansetzen, damit Sie auch morgen noch erfolgreich sind?“



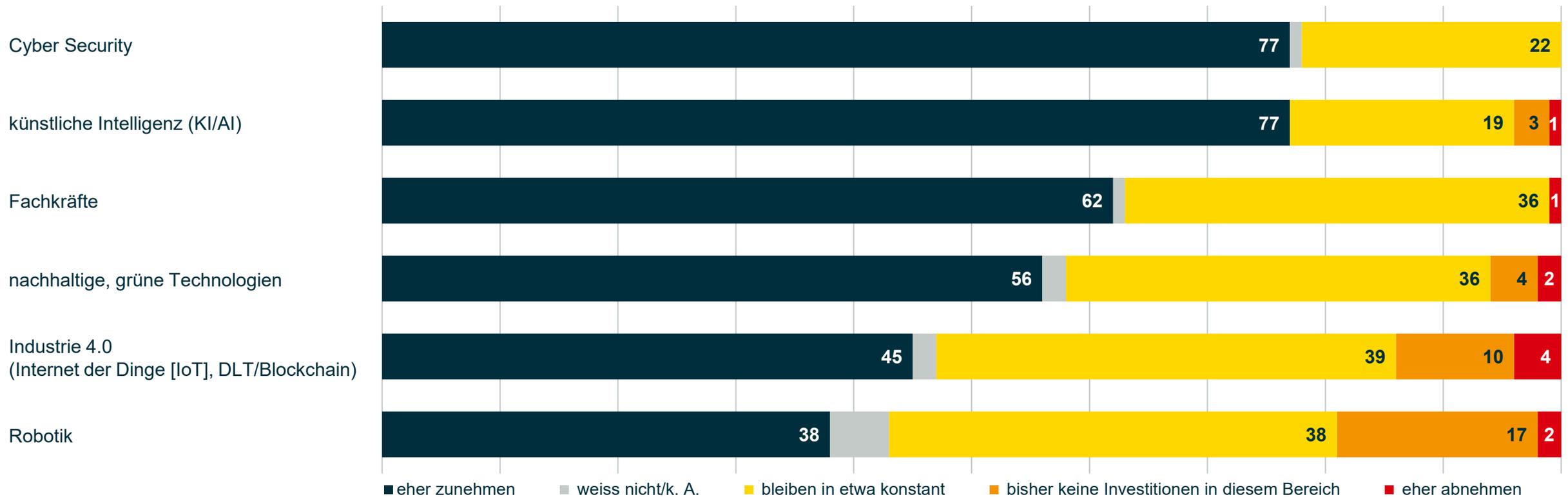
Die Mehrheit der Unternehmen sieht sich in puncto Innovationsmanagement (sehr) gut aufgestellt. Ein gutes Fünftel sieht bei diesem Thema dagegen noch Mängel im eigenen Unternehmen.



Angaben in Prozent | Basis: Befragte in Unternehmen ab 15 Mio. CHF Jahresumsatz
Frage: „Jetzt zum Thema Innovationen und Technologie: Wie sehen Sie Ihr Unternehmen in puncto Innovationsmanagement aufgestellt?“



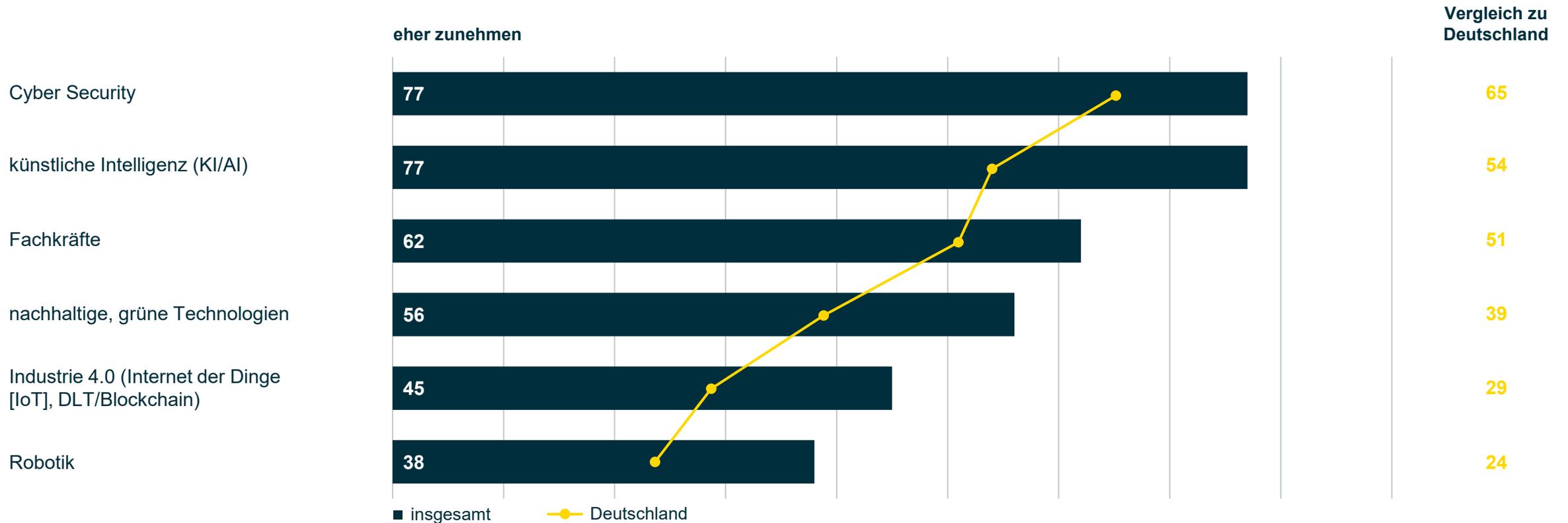
Cyber Security, KI und Fachkräfte sind die grossen Themen, in die in Zukunft vermehrt investiert wird.



Angaben in Prozent | Basis: Befragte in Unternehmen ab 15 Mio. CHF Jahresumsatz
Frage: „Wie werden sich Ihre Investitionen in den Bereichen entwickeln?“

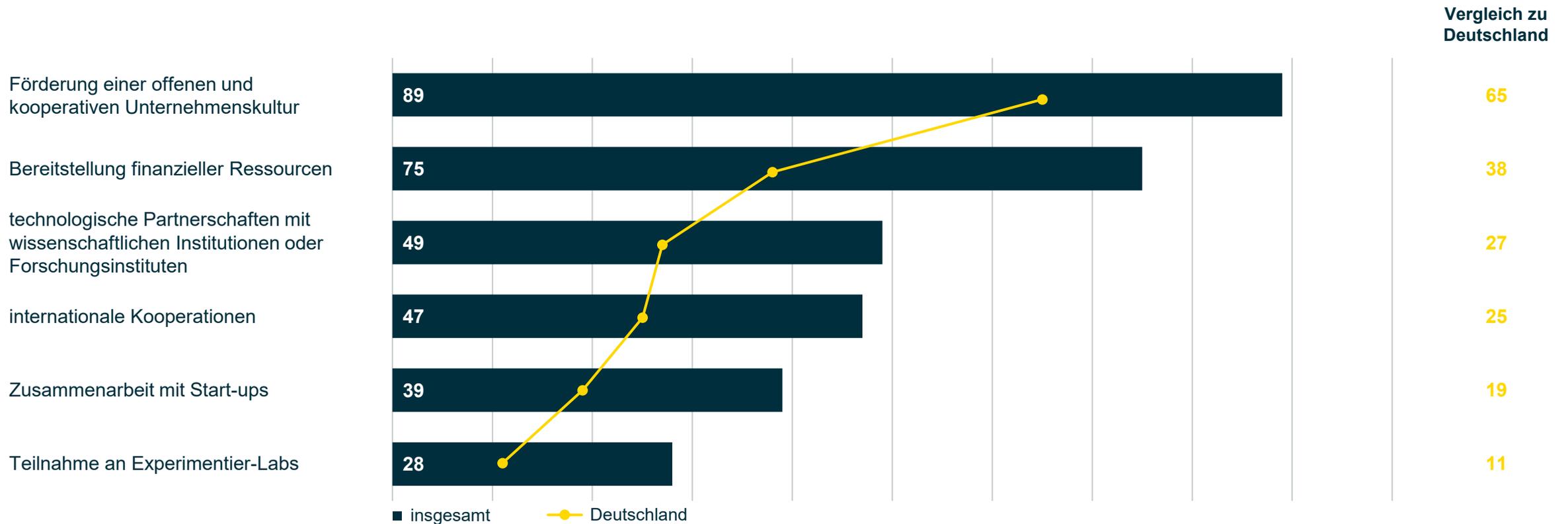


Schweizer Unternehmen nehmen mehr Geld in die Hand als deutsche: In allen Bereichen ist die Zunahme der geplanten Investitionen grösser, insbesondere in Sachen KI.



Angaben in Prozent | Basis: Befragte in Schweizer Unternehmen ab 15 Mio. CHF Jahresumsatz, in deutschen Unternehmen ab 2 Mio. € Jahresumsatz
Frage: „Wie werden sich Ihre Investitionen in den Bereichen entwickeln?“

Innovationen fördern Unternehmen vor allem durch eine offene und kooperative Unternehmenskultur sowie durch die Bereitstellung finanzieller Ressourcen – jeweils auf deutlich höherem Niveau als deutsche Unternehmen.



Angaben in Prozent | Mehrfachnennungen möglich, offene Frage | Basis: Befragte in Schweizer Unternehmen ab 15 Mio. CHF Jahresumsatz, in deutschen Unternehmen ab 2 Mio. € Jahresumsatz
Frage: „Jetzt noch einmal zu Ihrem Unternehmen: Was tut Ihr Unternehmen bereits konkret, um Innovationen zu fördern?“



Kapitel 3

Wird KI das neue Zahnrad im Schweizer Uhrwerk?



72 %

der befragten Unternehmen
setzen heute bereits eine Form
von **künstlicher Intelligenz** ein



23 %

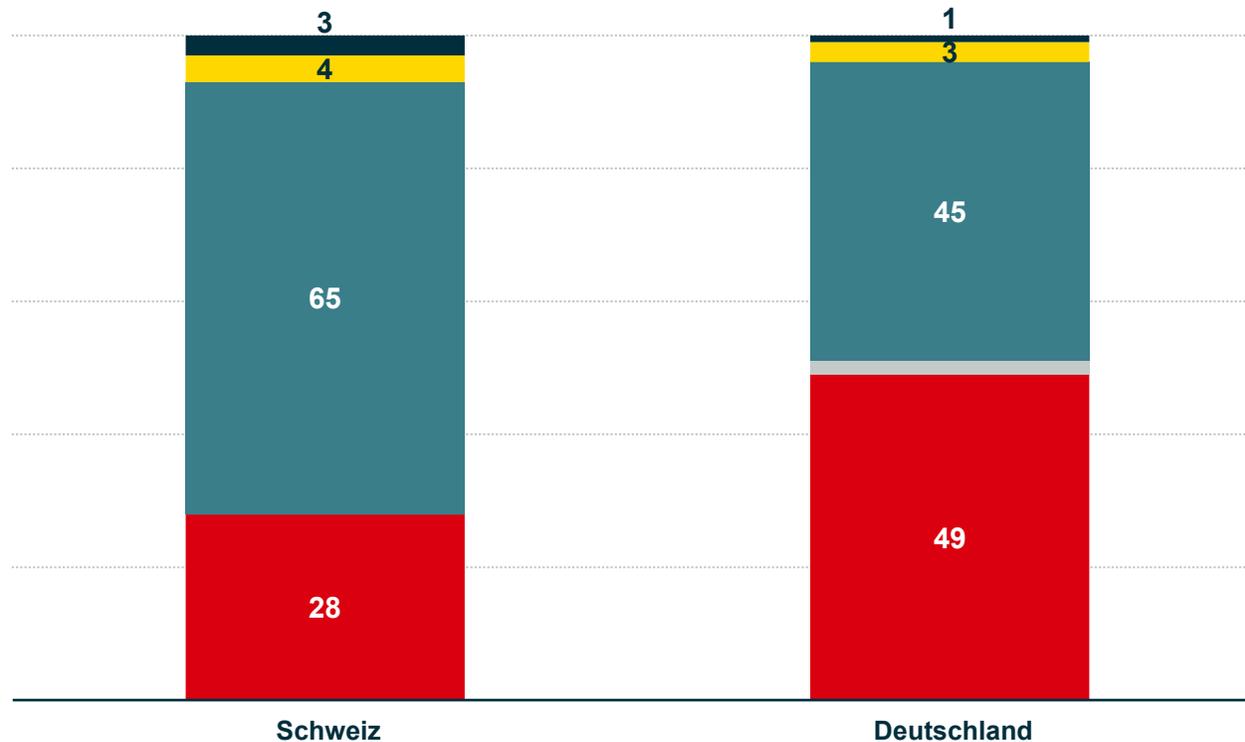
mehr als in Deutschland



Die Mehrheit der befragten Schweizer Unternehmen setzt bereits KI ein – zunächst vor allem in einzelnen Anwendungsbereichen. Damit findet KI hier deutlich häufiger Anwendung als in deutschen Unternehmen.

KI ...

- wird entlang der gesamten Wertschöpfungskette eingesetzt
- wird innerbetrieblich auf allen Ebenen eingesetzt
- wird nur in einzelnen Anwendungsbereichen eingesetzt
- weiss nicht/k. A.
- wird derzeit noch nicht eingesetzt



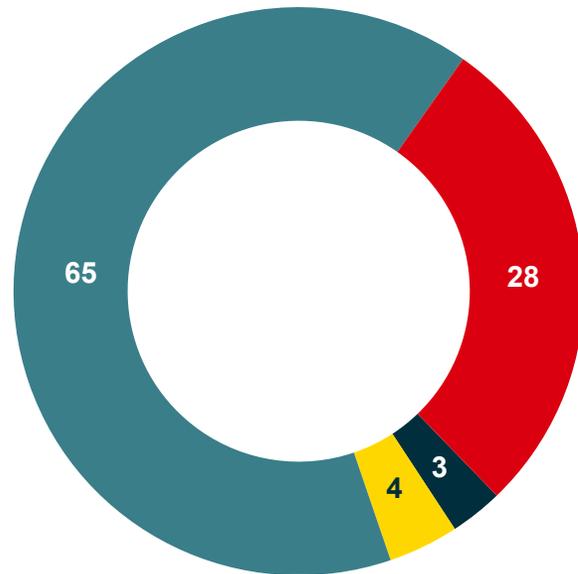
Angaben in Prozent | Basis: Befragte in Schweizer Unternehmen ab 15 Mio. CHF Jahresumsatz, in deutschen Unternehmen ab 2 Mio. € Jahresumsatz
Frage: „Jetzt speziell zum Thema künstliche Intelligenz: Wie würden Sie Ihr Unternehmen hinsichtlich des Einsatzes von KI beschreiben?“



Knapp die Hälfte der Unternehmen, die noch keine KI einsetzen, planen den Einsatz von KI kurz- bis mittelfristig. Über ein Viertel sieht dies dagegen auch langfristig nicht vor.

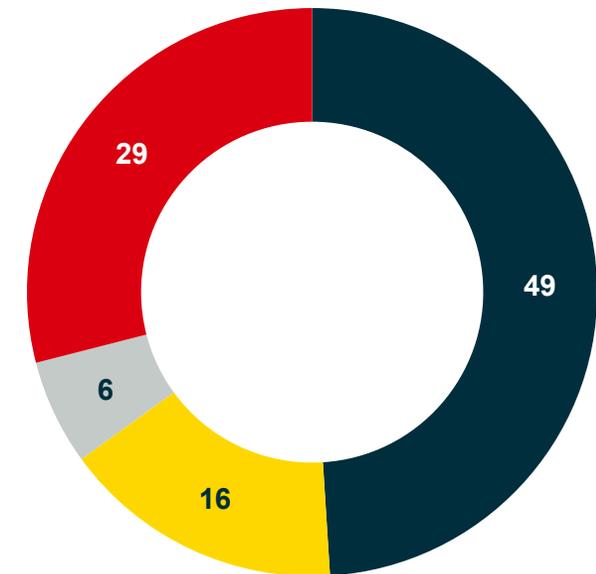
KI ...

- wird entlang der gesamten Wertschöpfungskette eingesetzt
- wird innerbetrieblich auf allen Ebenen eingesetzt
- wird nur in einzelnen Anwendungsbereichen eingesetzt
- wird derzeit noch nicht eingesetzt



Planen Sie den Einsatz von KI */**?

- ja, kurz- bis mittelfristig, also in den nächsten 1 bis 3 Jahren
- ja, langfristig, also in den nächsten 4 bis 5 Jahren
- weiss nicht/k. A.
- ist nicht geplant



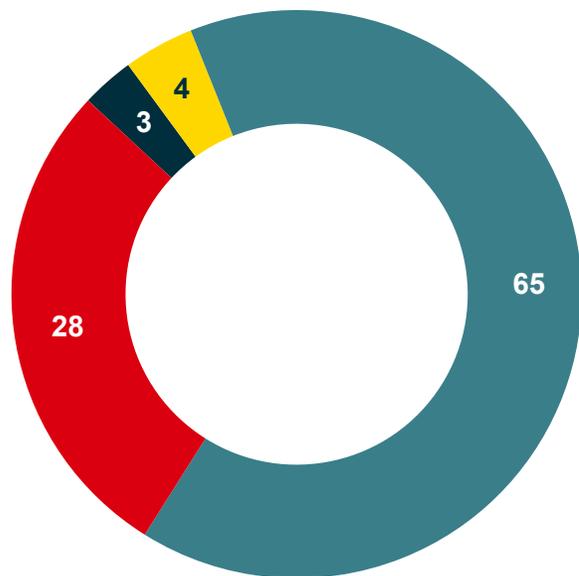
Angaben in Prozent | Basis: Befragte in Unternehmen ab 15 Mio. CHF Jahresumsatz | * Basis: befragte Unternehmen, die derzeit noch keine KI einsetzen | ** geringe Basis
Frage: „Jetzt speziell zum Thema künstliche Intelligenz: Wie würden Sie Ihr Unternehmen hinsichtlich des Einsatzes von KI beschreiben?“
Frage: „Planen Sie den Einsatz von KI?“



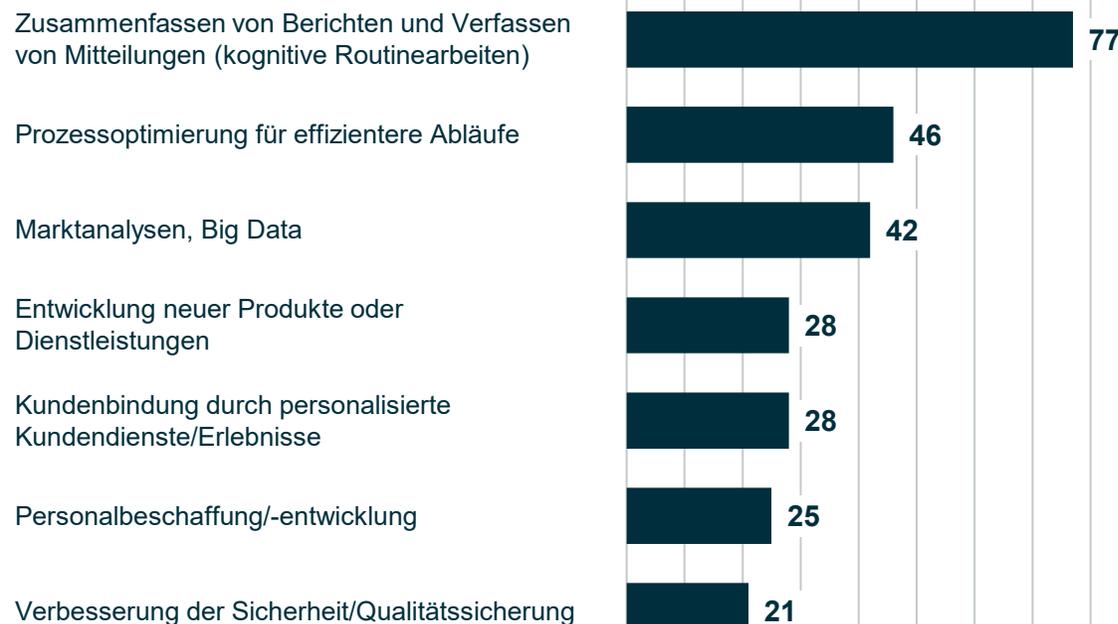
Unternehmen, die bereits KI einsetzen, nutzen diese vor allem für kognitive Routinearbeiten und – mit Abstand – für Prozessoptimierungen. 42 Prozent setzen KI bereits für Marktanalysen ein.

KI ...

- wird entlang der gesamten Wertschöpfungskette eingesetzt
- wird innerbetrieblich auf allen Ebenen eingesetzt
- wird nur in einzelnen Anwendungsbereichen eingesetzt
- wird derzeit noch nicht eingesetzt



KI wird eingesetzt in den Anwendungsfeldern*/**



Angaben in Prozent | Basis: Befragte in Unternehmen ab 15 Mio. CHF Jahresumsatz | * Basis: befragte Unternehmen, die derzeit KI einsetzen | ** geringe Basis

Frage: „Jetzt speziell zum Thema künstliche Intelligenz: Wie würden Sie Ihr Unternehmen hinsichtlich des Einsatzes von KI beschreiben?“

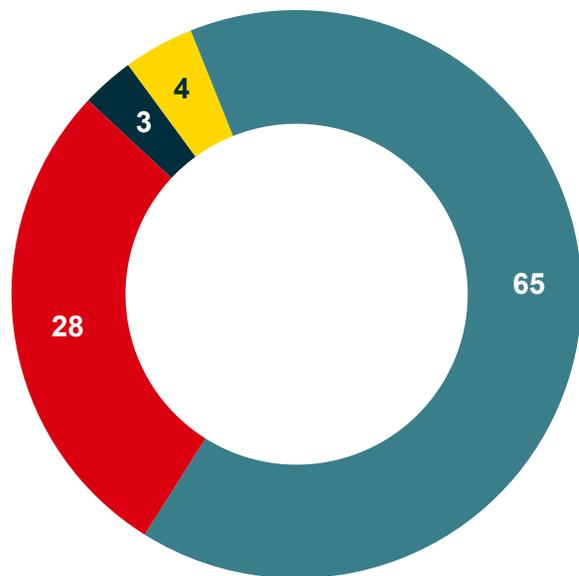
Frage: „Der Einsatz von KI kann in verschiedenen Unternehmensbereichen von unterschiedlich hoher Bedeutung sein. In welchen Anwendungsfeldern wird in Ihrem Unternehmen bereits KI eingesetzt? Wie ist es mit Investitionen in...?“



Die neue Technologie bringt vor allem Kosteneinsparungen und Produktivitätssteigerungen – das sagen Unternehmen, die KI einsetzen.

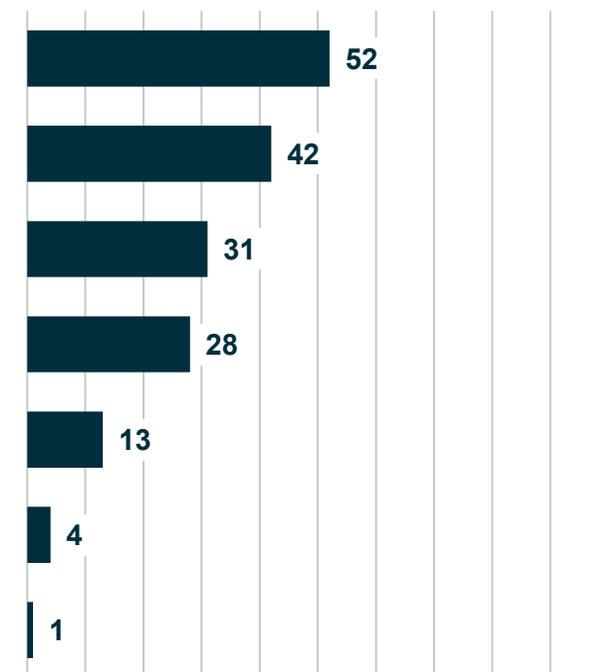
KI ...

- wird entlang der gesamten Wertschöpfungskette eingesetzt
- wird innerbetrieblich auf allen Ebenen eingesetzt
- wird nur in einzelnen Anwendungsbereichen eingesetzt
- wird derzeit noch nicht eingesetzt



KI war hilfreich für ...*/**

- Kosteneinsparungen
- Gewinne aus gesteigerter Produktivität
- die Steigerung der Kundenzufriedenheit
- das Aufspüren von Trends
- den Einsatz für die Sicherung von Fachkräften
- Prozess-/Arbeitsabläufe optimieren
- Produktentwicklung, Produktverbesserungen



Angaben in Prozent | Basis: Befragte in Unternehmen ab 15 Mio. CHF Jahresumsatz | * Basis: befragte Unternehmen, die derzeit KI einsetzen | ** geringe Basis
Frage: „Jetzt speziell zum Thema künstliche Intelligenz: Wie würden Sie Ihr Unternehmen hinsichtlich des Einsatzes von KI beschreiben?“
Frage: „Wie bzw. in welcher Form war KI bisher für Ihr Unternehmen hilfreich? War sie hilfreich für ...?“



Kapitel 4

Ist **Internationalität** der Schlüssel zum Erfolg?



Zwei Drittel der Schweizer Unternehmen sind international aufgestellt – und damit deutlich mehr Unternehmen als in Deutschland. Die Hälfte beschafft Rohstoffe oder Halbfertigprodukte aus dem Ausland, fast ebenso viele haben dort einen Standort bzw. vertreiben Produkte oder Dienstleistungen.

Im Unternehmen gibt es ...

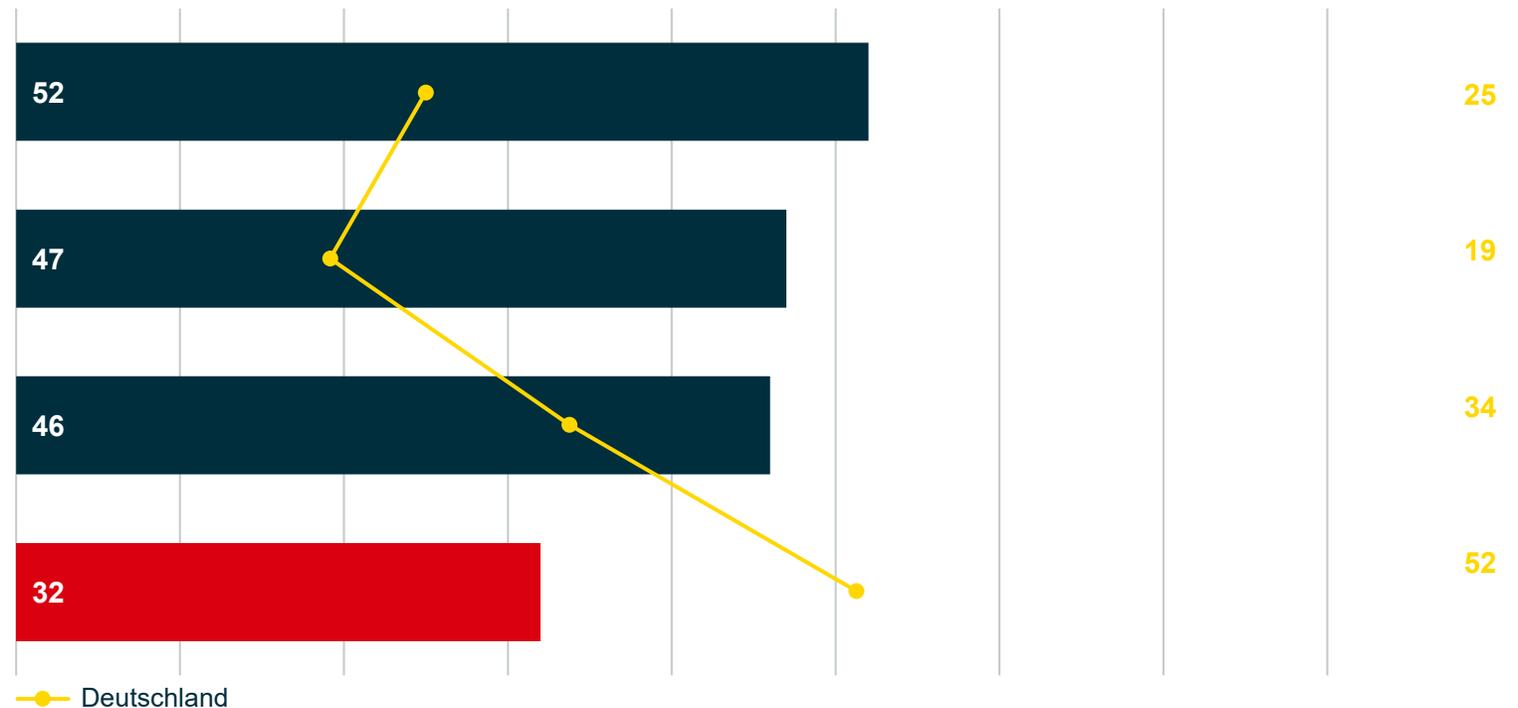
die Beschaffung von Rohstoffen, Halbfertigprodukten im Ausland

eigene Standorte im Ausland

den Vertrieb von Produkten bzw. Dienstleistungen im Ausland

nein, wir sind nicht international aufgestellt

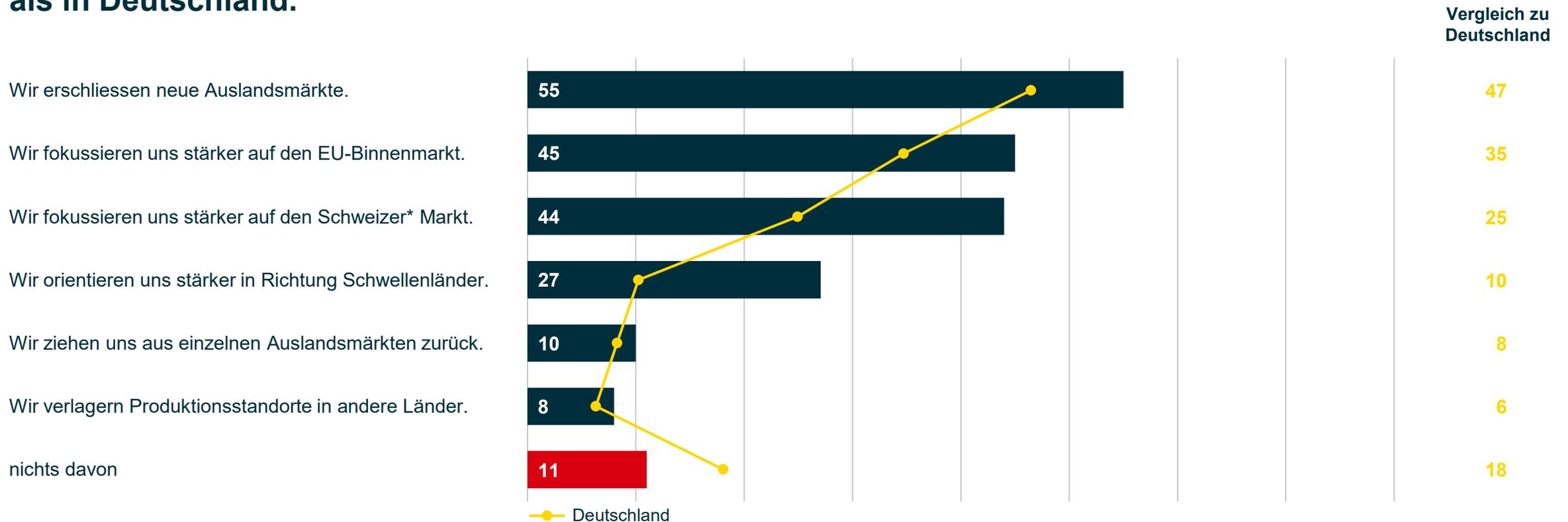
Vergleich zu Deutschland



Angaben in Prozent | Mehrfachnennungen möglich, offene Frage | Basis: Befragte in Schweizer Unternehmen ab 15 Mio. CHF Jahresumsatz, in deutschen Unternehmen ab 2 Mio. € Jahresumsatz
Frage: „Ist Ihr Unternehmen international aufgestellt? Was trifft auf Ihr Unternehmen zu? Gibt es ...?“



Schweizer Unternehmen, die international aufgestellt sind, erschliessen vor allem aktuell neue Absatzmärkte. Ein etwas geringerer Anteil fokussiert sich derzeit stärker auf den EU-Binnenmarkt oder auf den Schweizer Markt. Insgesamt ist das Interesse an Aktivitäten im Ausland durchweg grösser als in Deutschland.



* Abfrage in Deutschland: Wir fokussieren uns stärker auf den deutschen Markt.

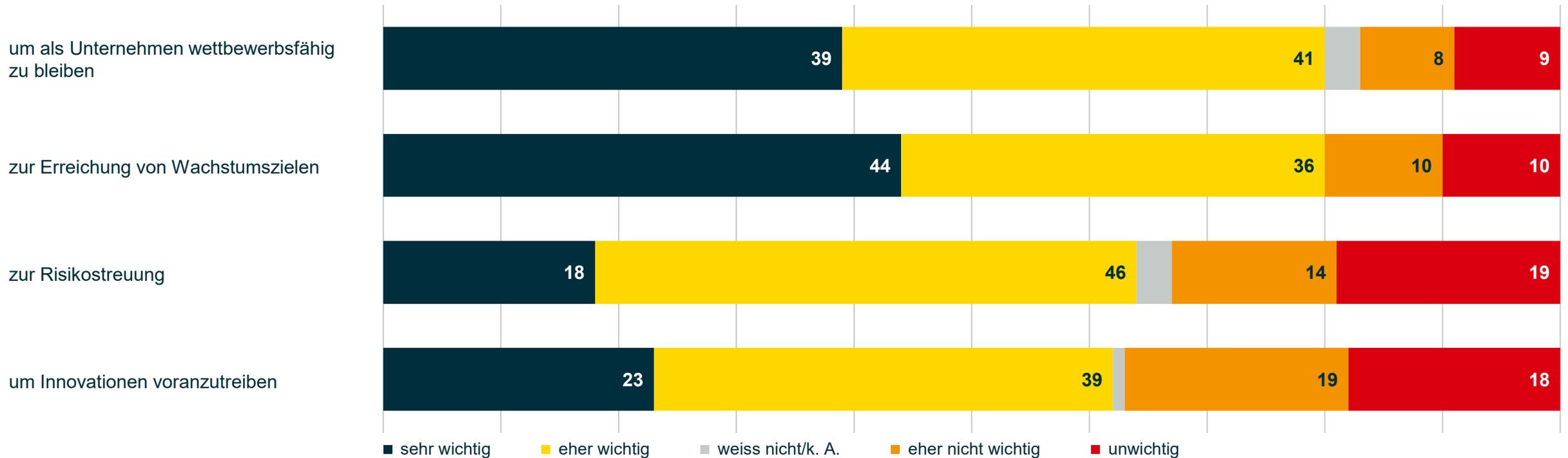
Angaben in Prozent | Mehrfachnennungen möglich, offene Frage | Basis: jeweils Befragte in internationalisierten Unternehmen ab 15 Mio. CHF in der Schweiz bzw. ab 2 Mio. € Jahresumsatz in Deutschland

Frage: „Was trifft aktuell auf Ihre Auslandsaktivitäten zu?“



Für eine deutliche Mehrheit internationalisierter Unternehmen sind Auslandsaktivitäten vor allem wichtig, um wettbewerbsfähig zu bleiben und Wachstumsziele zu erreichen.

Internationalisierung ist wichtig ...



*geringe Basis
Angaben in Prozent | Basis: Befragte in Unternehmen ab 15 Mio. CHF Jahresumsatz
Frage: „Wie wichtig ist Internationalisierung für Ihr Unternehmen?“



80 %

der Schweizer Unternehmen
finden **Internationalisierung**
sehr/eher wichtig, um als
Unternehmen wettbewerbsfähig
zu bleiben



Für Schweizer Unternehmen ist Internationalisierung wichtiger als für deutsche. Wettbewerbsfähigkeit und Wachstumsziele sind dabei entscheidend.

Internationalisierung ist sehr/eher wichtig ...

Vergleich zu Deutschland



Angaben in Prozent | Basis: jeweils Befragte in internationalisierten Unternehmen ab 15 Mio. CHF in der Schweiz bzw. ab 2 Mio. € Jahresumsatz in Deutschland | *geringe Basis Frage: „Wie wichtig ist Internationalisierung für Ihr Unternehmen?“



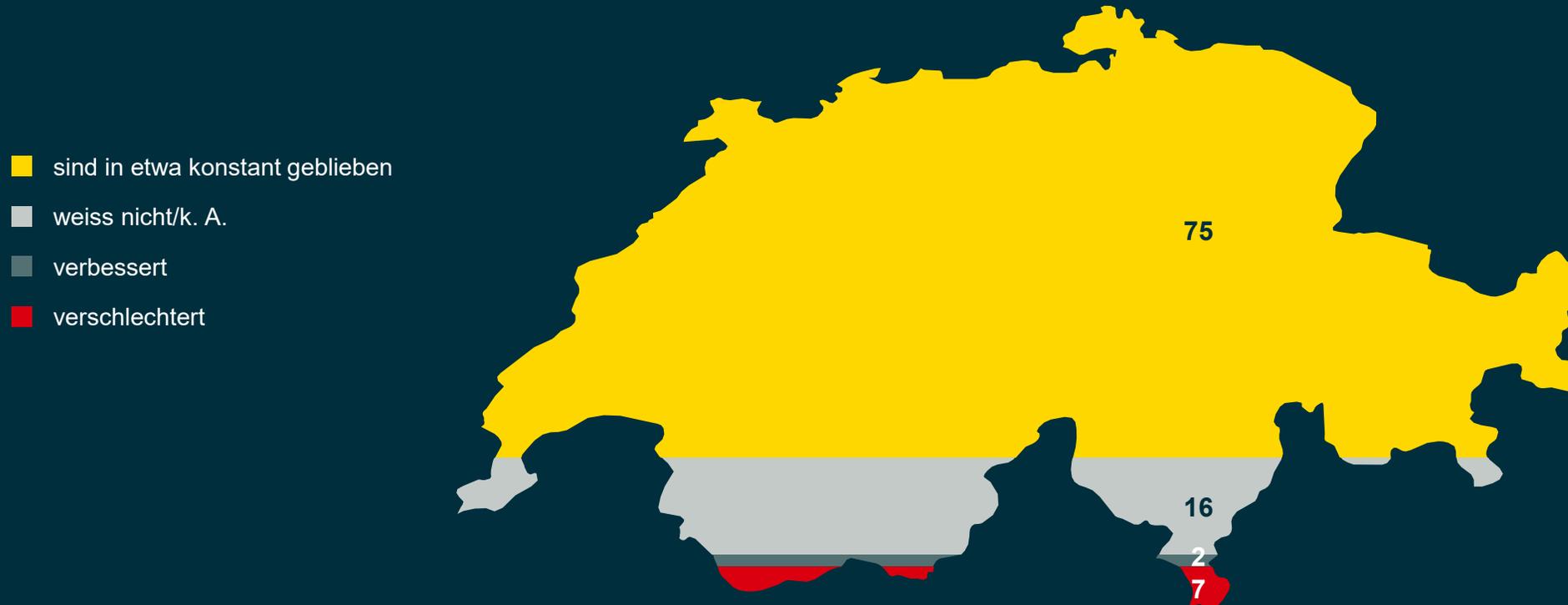
Kapitel 5

**Wie schätzen Unternehmen die
Schweizer Bankenlandschaft ein?
Und entsprechen die Produkte noch den
Erwartungen der Unternehmer?**

Welchen Einfluss hat der Wegfall der Credit Suisse?



Die Mehrheit der Schweizer Unternehmen ist der Meinung, dass sich die Bankenkonditionen durch den Wegfall der Credit Suisse nicht verändert haben. Nur ein geringer Anteil sieht Verbesserungen bzw. Verschlechterungen der Konditionen.

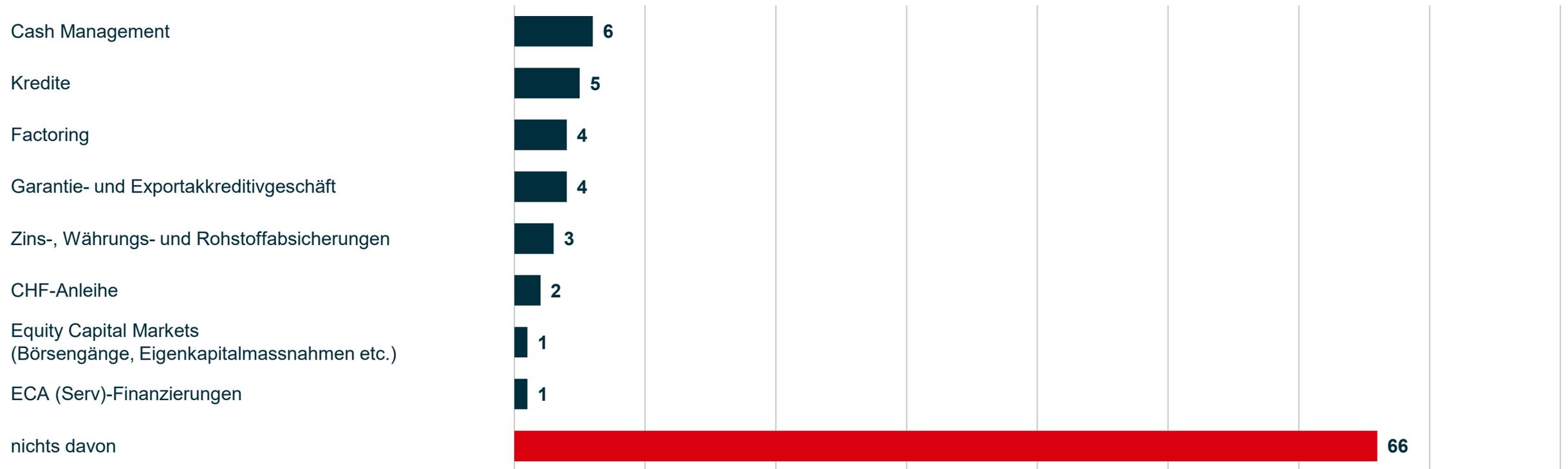


Angaben in Prozent | Basis: Befragte in Unternehmen ab 15 Mio. CHF Jahresumsatz

Frage: „Welchen Einfluss hat der Wegfall der Credit Suisse auf die von den Banken angebotenen Konditionen Ihres Unternehmens? Die Konditionen haben sich ...“



Tatsächlich spürt eine Zweidrittelmehrheit der Schweizer Unternehmen bei keinem der vorgegebenen Produktangebote Auswirkungen.

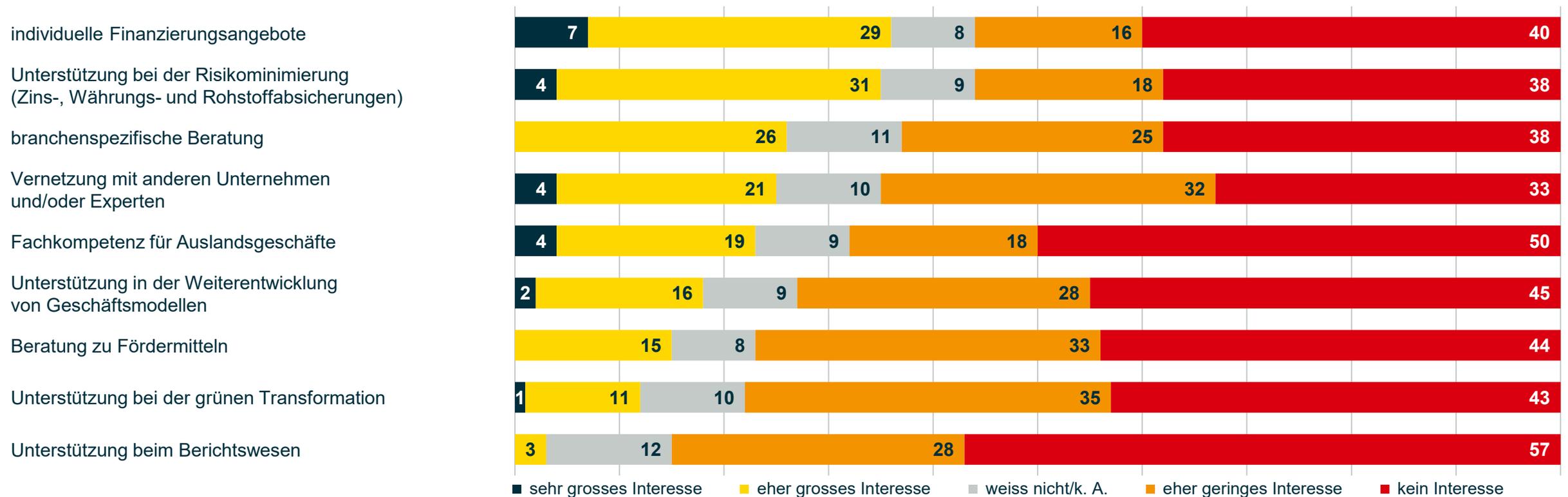


Angaben in Prozent | Basis: Befragte in Unternehmen ab 15 Mio. CHF Jahresumsatz
Frage: „Spüren Sie durch den Wegfall der Credit Suisse Auswirkungen auf die folgenden angebotenen Produkte?“

An welchen Leistungen/Angeboten haben Unternehmen Interesse?



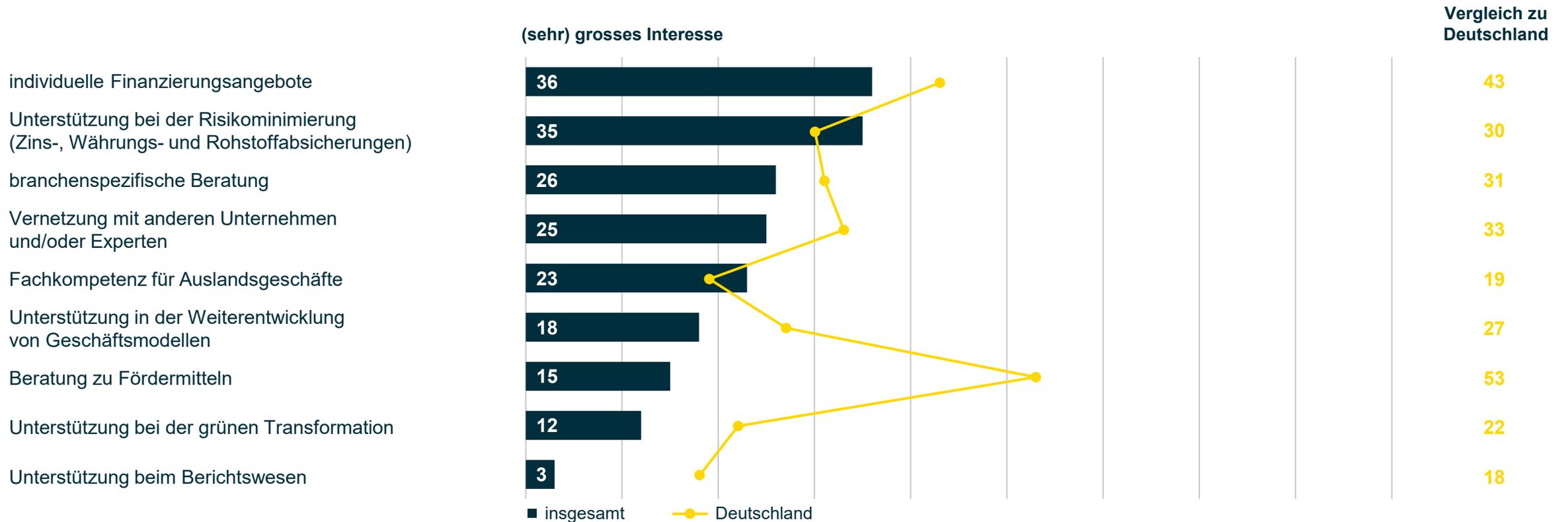
Jeweils ein Drittel der Unternehmen hat (sehr) grosses Interesse an individuellen Finanzierungsangeboten bzw. an Unterstützungsangeboten zur Risikominimierung. Jeweils ca. ein Viertel wünscht sich branchenspezifische Beratungen, Angebote zur Vernetzung bzw. Fachkompetenz für Auslandsgeschäfte.



Angaben in Prozent | Basis: Befragte in Unternehmen ab 15 Mio. CHF Jahresumsatz
Frage: „Wie gross ist Ihr Interesse an folgenden Leistungen bzw. Angeboten einer Bank?“



Schweizer Unternehmen haben ein deutlich geringeres Interesse an Beratung zu Fördermitteln als deutsche. An Fachkompetenz für Auslandsgeschäfte und Unterstützung zur Risikominimierung sind Schweizer Unternehmen dagegen vergleichsweise häufiger interessiert.



Angaben in Prozent | Basis: Befragte in Unternehmen ab 15 Mio. CHF Jahresumsatz
Frage: „Wie gross ist Ihr Interesse an folgenden Leistungen bzw. Angeboten einer Bank?“



**UNTERNEHMER
PERSPEKTIVEN**

Eine Initiative der Commerzbank

Ihre Ansprechpersonen

Marc Steinkat

CEO, Commerzbank Schweiz

Tel.: +41 79 866 2400

marc.steinkat@commerzbank.com

Kyra Sofie Frohn-Schneider

Projektleitung Unternehmerperspektiven

Tel.: +49 69 935 331543

kyrasofie.frohn-schneider@commerzbank.com

Pressekontakt

Janina Zimmer

Tel.: +49 69 935345743

newsroom@commerzbank.com

www.unternehmerperspektiven.de

Copyright © September 2025 by Commerzbank AG.
Alle Rechte vorbehalten.

