



Provida Unternehmerreport  
**Im Zeichen der  
Corona-Krise**

**Eine Wirtschaftsstudie von Provida**

Durchgeführt durch das Institut  
für Unternehmensführung IFU,  
Kompetenzzentrum für Finanz-  
management und Controlling



# Inhalt

## Alles auf einen Blick

- 4 Wesentliche Ergebnisse auf einen Blick
- 5 Ausblick im Zeichen der Corona-Krise
- 6 Sinkende Unternehmensführungsgrößen
- 8 Finanzgrößen: Liquidität im Fokus
- 9 Massnahmen zur Eindämmung der Corona-Krise
- 10 Vertrieb 4.0 als Massnahme zur Überwindung der Corona-Krise
- 11 Instrumente für den Vertrieb 4.0
- 12 Mehr Umsatz dank Online-App
- 13 Einschätzung des Potenzials des Vertriebs 4.0
- 14 Methodik des Provida Unternehmerreports (PUR)



# Wesentliche Ergebnisse auf einen Blick

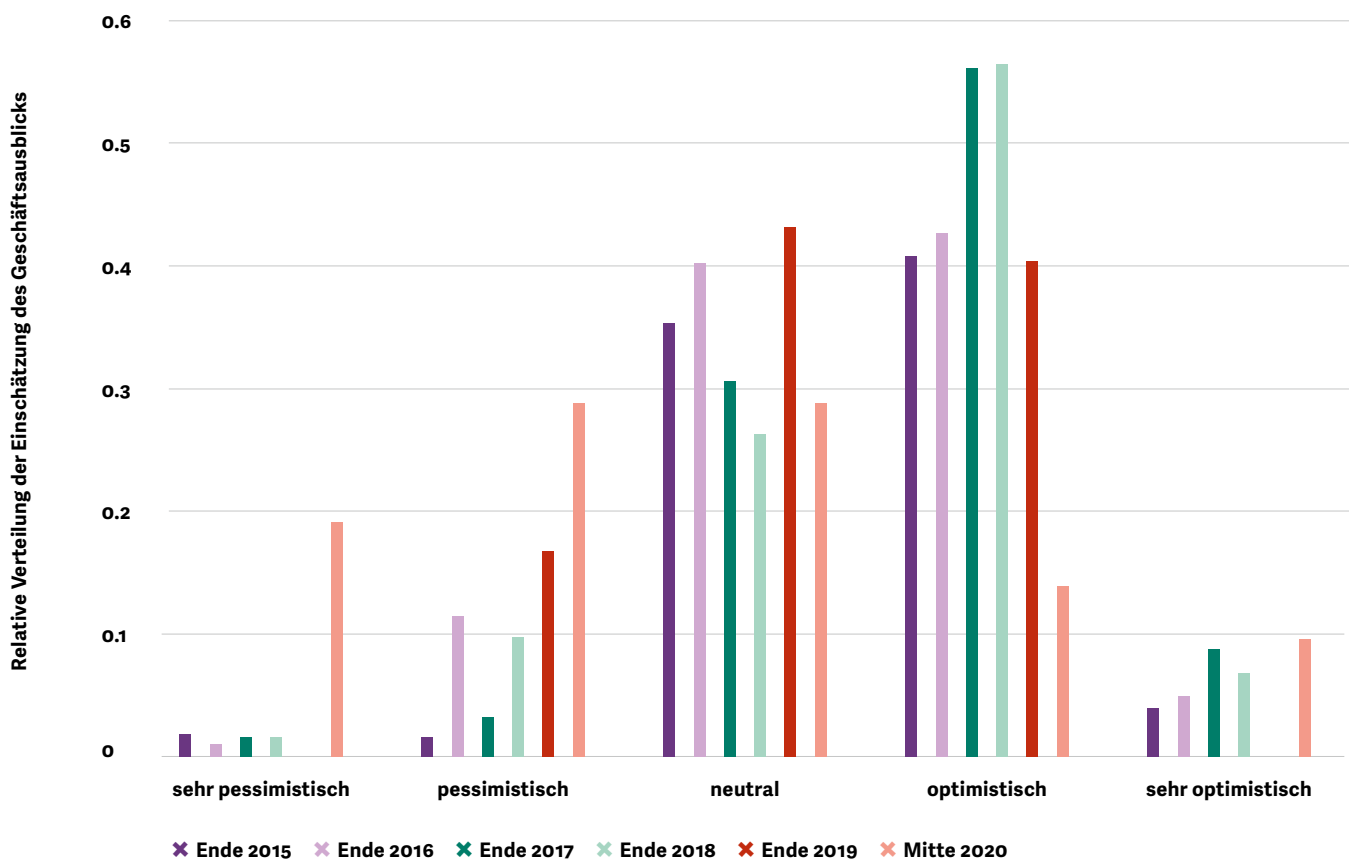
Der unternehmerische Ausblick auf das zweite Semester des Jahres 2020 zeigt folgendes Bild:

- Der wirtschaftliche Ausblick auf die kommenden sechs Monate ist mehrheitlich pessimistisch. Die Unsicherheit ist zu hoch.
- Wichtige Unternehmensgrössen wie Personalbestand und Investitionen sind offenbar für die nächsten sechs Monate erwartungsgemäss rückläufig, allerdings brechen sie nicht fundamental zusammen.
- Die Covid-Kredite und die Kurzarbeit zeigen gemäss Unternehmen die höchste Wirkung auf den unternehmerischen Erfolg, um die Corona-Krise zu überwinden.
- Der digitale Vertrieb kann eine Massnahme zur Überwindung der Corona-Krise sein. Allerdings wird dies (noch) zu wenig genutzt.
- Für den digitalen Vertrieb werden verschiedenartige Instrumente eingesetzt. Es ist ein sehr heterogenes Bild der Anwendung für den Vertrieb 4.0.
- Der Vertrieb 4.0 kann den persönlichen Kontakt nicht ersetzen, aber sinnvoll ergänzen, um die Kundenbindung zu stärken.
- Der Umgang mit Daten steht im Zusammenhang mit dem Vertrieb 4.0 im Zentrum.

# Ausblick im Zeichen der Corona-Krise

Der im zweiten Quartal 2020 verordnete Lockdown zeigte Wirkung. Eine Unsicherheit ist entfacht worden, welche ihresgleichen im historischen Vergleich sucht. Diese Unsicherheit schlägt sich auch auf den Ausblick 2020 nieder. Der Anteil jener Unternehmer, die pessimistisch bzw. sehr pessimistisch in die Zukunft blicken, beträgt insgesamt rund 48%. Daher zeigt sich: Auch in der Planung ist für die kommenden sechs Monate mit einer erhöhten Volatilität zu rechnen. Es hat zu viele Parameter, die sich derzeit kaum abschätzen lassen. Zugleich hat sich der Anteil der optimistischen Unternehmer deutlich reduziert.

Einschätzung der Geschäftsentwicklung

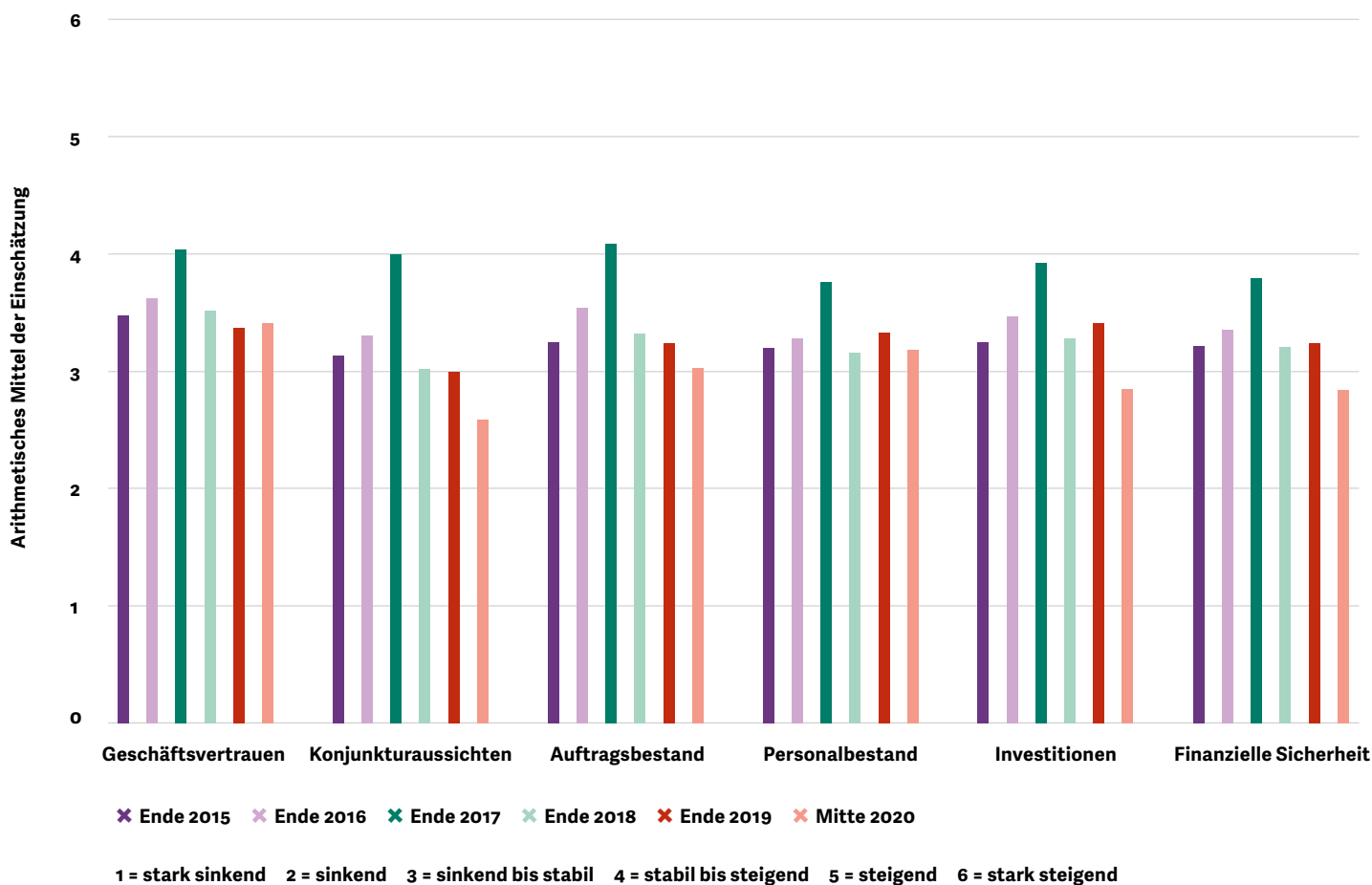


Quelle: Provida Unternehmerreport Mitte 2020

# Sinkende Unternehmensführungsgrößen

Für die Unternehmer ist der Ausblick pessimistisch, jedoch zeigt sich eine nicht derart drastische Reduktion von wichtigen Führungsgrößen. Obwohl die Konjunkturaussichten mehrheitlich sinkend sind, bleiben der Personalbestand und der Umfang an Investitionen relativ stabil. Daraus lässt sich schließen, dass Unternehmer versuchen, die Pandemie so gut wie möglich zu überstehen und in den nächsten sechs Monaten nicht zu drastischen Mitteln zu greifen. Die staatlichen Massnahmen scheinen zur Stabilisierung beizutragen.

Sinkende Unternehmensführungsgrößen



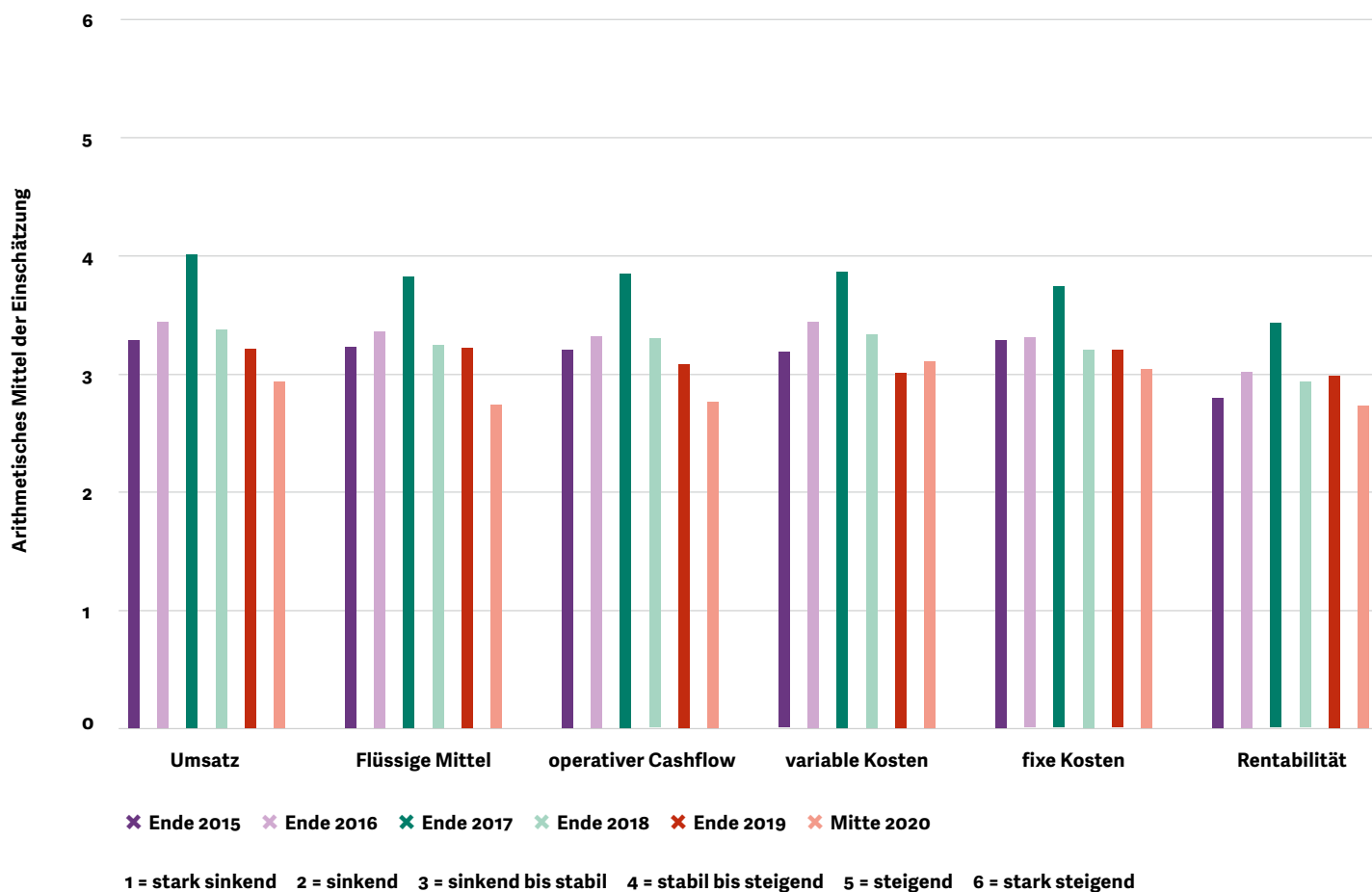
Quelle: Provida Unternehmerreport Mitte 2020



# Finanzgrößen: Liquidität im Fokus

Es ist zu erwarten, dass der Umsatz rückläufig ist. Die Intensität des Umsatzrückgangs für die nächsten sechs Monate ist noch verhältnismässig gering. Je nach Branche sind die Rückgänge allerdings doch höher. Insbesondere im Handel und Detailhandel sind die zu erwartenden Umsatzeinbussen für die nächsten sechs Monate enorm. Entsprechend sind auch die Rückstufungen bei den Flüssigen Mitteln und den operativen Geldflüssen rückläufig. Bis Ende des Jahres 2020 stehen die Liquiditätswahrung und die Kostenreduktionen im Fokus.

Einschätzung wichtiger Finanzgrößen

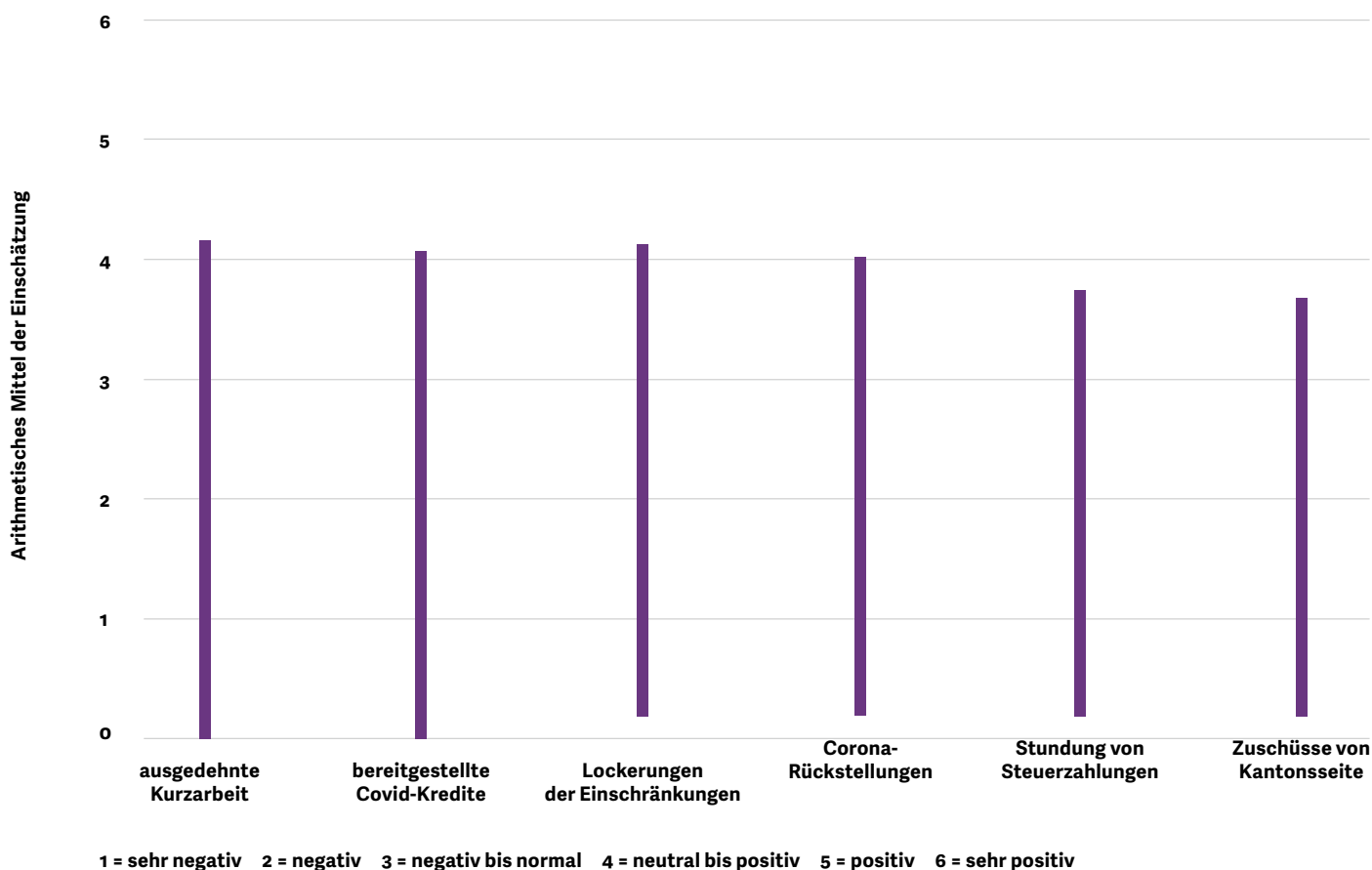


Quelle: Provida Unternehmerreport Mitte 2020

# Massnahmen zur Eindämmung der Corona-Krise

Der Bund und die Kantone haben zahlreiche Massnahmen beschlossen, um die Corona-Krise zu überwinden. Interessant ist, dass alle Massnahmen des Bundes und der Kantone auf hohe Zustimmung treffen, wenn es um die Beurteilung der Massnahmen in Bezug auf den unternehmerischen Erfolg geht. Die stärkste Wirkung gezeigt haben offenbar nach Auffassung der Unternehmer die Kurzarbeit und die bereitgestellten Covid-Kredite des Bundes. Gemäss aktueller Untersuchung von SwissBanking betragen die bis zum 2. Juli 2020 vergebenen Covid-Kredite CHF 13.4 Mrd. und es sind 130000 Anträge vergeben worden (swissbanking am 15.07.2020). Somit wurde für die Unternehmen ein effektives Mittel gefunden, um die Liquidität kurzfristig zu sichern.

Corona-Massnahmen des Bundes



Quelle: Provida Unternehmerreport Mitte 2020

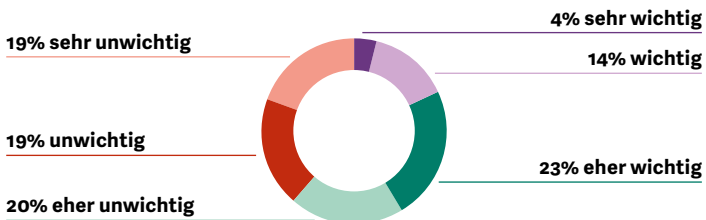
# Vertrieb 4.0 als Massnahme zur Überwindung der Corona-Krise

Eine mögliche Massnahme gegen die Corona-Krise kann die Etablierung des Vertriebs 4.0 sein. In diesem Sinne werden unter Vertrieb 4.0 alle Massnahmen zur Umsatzrealisierung verstanden, welche unter dem Einsatz von digitalen Instrumenten und Medien generiert werden. Die befragten Unternehmen geben an, dass der Vertrieb 4.0 derzeit (noch) nicht von hoher Relevanz für ihr Unternehmen ist.

Weiter geben die Unternehmer an, dass spezifisch der digitale Vertrieb ein strategisches Thema ist.

Rund 44% der befragten Unternehmen sind dieser Auffassung. Aktuell investieren rund 63% der befragten Unternehmen bis zu 5% des Marketingbudgets in den digitalen Vertrieb. 18% investieren gar bis zu 10% des Marketingbudgets. Trotz aller Überlegungen ist die grosse Mehrheit der befragten Unternehmen der Meinung, dass durch die Investitionen in den digitalen Vertrieb kein Alleinstellungsmerkmal erreicht werden kann. Die technischen Möglichkeiten bieten sich auch den Mitbewerbern. Aber ein Innovationsvorsprung kann durchaus erreicht werden.

Relevanz Vertrieb 4.0



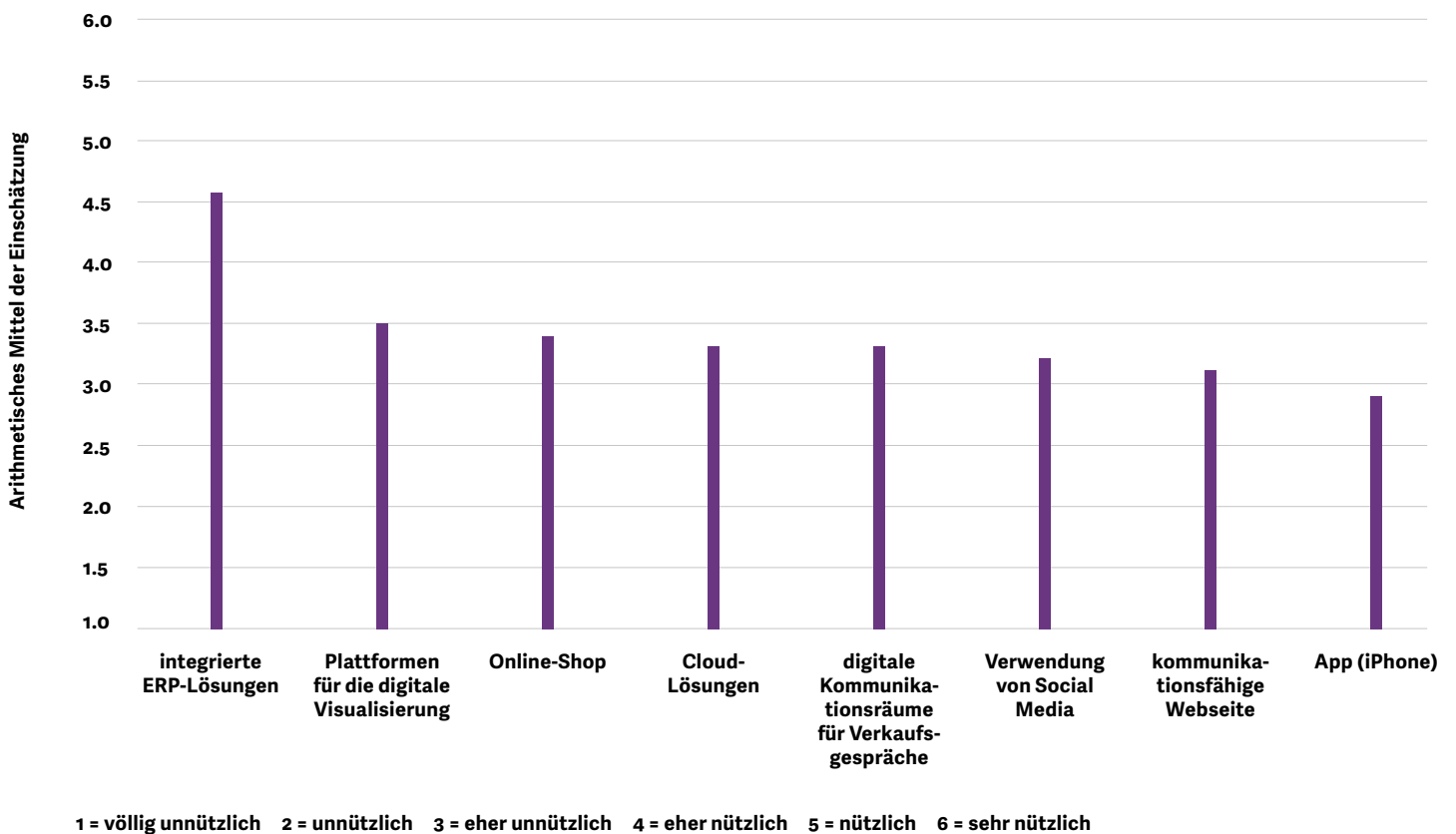
Quelle: Provida Unternehmerreport Mitte 2020

# Instrumente für den Vertrieb 4.0

Es stellt sich die Frage, mit welchen Instrumenten ein Vertrieb 4.0 umgesetzt werden kann. Offenbar existieren dabei bei der Frage betreffend Nützlichkeit diverse Massnahmen, die man ergreifen könnte. In den Vordergrund gerückt und besonders nützlich scheint eine integrierte ERP-Lösung mit Schnittstellen zum Kunden. Hierbei steht weniger der Vertrieb als die Intensivierung der Kundenbeziehung im Vordergrund. Die übrigen Massnahmen scheinen (noch) weniger bekannt zu sein bzw. werden noch kaum angewendet.

Je nach Vertrieb eines Unternehmens kann es angezeigt sein, dass die aufgeführten Massnahmen den traditionellen Vertrieb eher unterstützen als diesen zu ersetzen. Insofern kann erwartet werden, dass die Massnahmen in Zukunft an Bedeutung gewinnen werden. Insbesondere im Handel und in der Dienstleistungsbranche ist zu erwarten, dass die Bedeutung des digitalen Vertriebs zunehmen wird.

Instrumente für den Vertrieb 4.0



Quelle: Provida Unternehmerreport Mitte 2020

# Mehr Umsatz dank Online-App

Die Gunterswiler AG gehört als Traditionsunternehmen zu den etablierten Firmen im Früchte und Gemüse Engroshandel. Zu ihren Kunden gehören Restaurants, Lebensmittelgeschäfte, Kantinen, Marktfahrer sowie Heime und Spitäler.

Der Grundstein der Gunterswiler AG wurde bereits im Jahr 1956 gelegt mit der Eröffnung eines Lebensmittelgeschäfts. Weiter wurden auch Grosskunden mit Früchten und Gemüse aus dem Thurgau beliefert. Das Unternehmen wuchs über die Jahre. Im Jahr 1986 übernahmen Jakob und Margrit Gunterswiler den Betrieb und setzten das Wachstum fort. Im Jahr 2019 wurde aufgrund des Wachstums ein neuer Standort in Messenriet 30 in Frauenfeld bezogen.

Aufgrund neuer technologischer Möglichkeiten entschied die Gunterswiler AG eine App zu entwickeln, damit Kunden ihre Bestellungen online vollziehen können. Eine Entscheidung, die sich als goldene Investition ausgezahlt hat. Die neue App hat die Beziehung zum Kunden grundlegend verändert. Wo früher der persönliche Kundenkontakt das Elementare in der Kundenbindung war, ist es heute die App und die Kundenbeziehung. Die App hat die Kundenbindung noch intensiviert. «Die Kunden sehen heute, was wir bieten und liefern können.» führt Jakob Gunterswiler im Gespräch aus. Die Visualisierung der Früchte, Gemüse und Zusatzprodukte ist ein wesentlicher Erfolgsfaktor. Man kann aber auch sagen, dass es heute ein Muss ist, gegenüber dem Kunden modern zu sein und weitere Möglichkeiten zu bieten. Es konnten auch zusätzliche Kunden dank der neuen App gewonnen werden. Die Mund-zu-Mund-Propaganda dank den positiven Kundenerlebnissen mit der App sind bemerkenswert. Der Umsatz ist entsprechend und nachhaltig gewachsen über die letzten zwei Jahre.

Beim Evaluieren für oder gegen die Digitalisierung des Vertriebs über die App war ein aktives Abwägen von Vor- und Nachteilen notwendig. Das bisherige Modell mit Fax und schriftlichen Aufträgen war aber altmodisch. Die jüngere Generation braucht eine neue Art, um miteinander zu kommunizieren. Eine App ist der Gang der Zeit. Darum hat man nach einem geeigneten Partner für die Entwicklung einer App gesucht und ihn auch gefunden. Die Referenzen waren am Schluss bei der Wahl des Partners entscheidend.

Trotz aller Vorteile ist aber zu beachten, dass die Entwicklung einer App auch eine grosse Investition bedeutet. Das Wissen muss intern erarbeitet werden, was nicht zu vernachlässigen ist. Auch ist der manuelle Aufwand für die Bestellungen zu beachten. Die Umstellung auf eine Online-Vertriebsstruktur geschieht nicht ohne weiteres. Es braucht in allen Bereichen eine Investition. Sie hat sich allerdings ausgezahlt. Und: Es ist gegenüber den Mitbewerbern kein ewiges Alleinstellungsmerkmal, aber man hat einen Vorsprung.

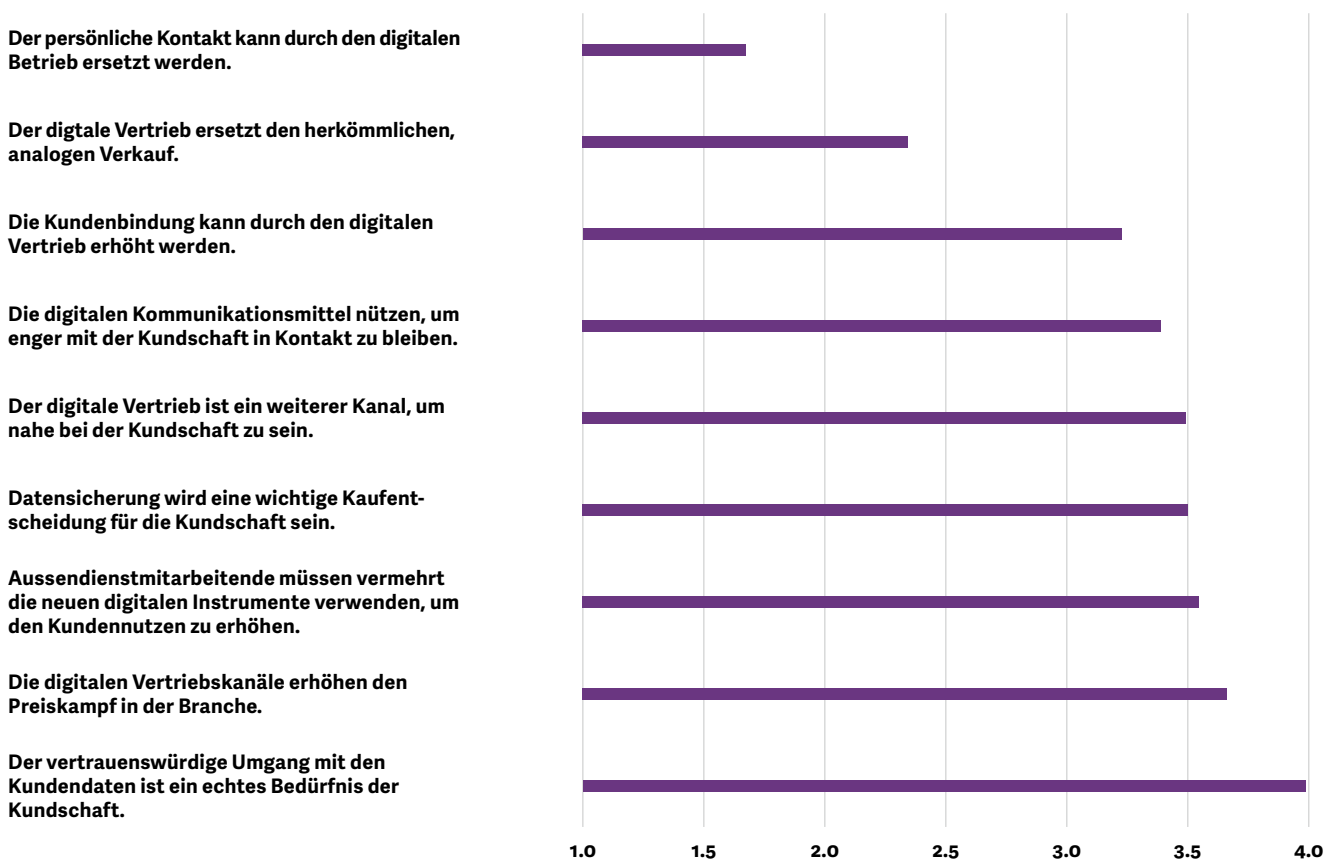
Als nächstes sollen auch Arbeitsprozesse auf Digitalisierung geprüft werden. Zudem werden weitere Geschäftsmodelle geprüft, die digitalisiert werden können. Die Kundenbindung bleibt aber zentral. Die Digitalisierung bietet heute neue Möglichkeiten, wie man mit den Kunden kommuniziert und wie man Produkte anbieten kann. Weitere Schritte werden folgen und zudem lässt sich etwas verdienen mit dem digitalen Vertrieb.



# Einschätzung des Potenzials des Vertriebs 4.0

Zur Bedeutung von Vertrieb 4.0 im Unternehmertum zeigt sich ein differenziertes, aufschlussreiches Bild. Trotz aller Vorteile kann der Vertrieb 4.0 nicht den traditionellen Verkauf ersetzen. Der persönliche Kontakt ist und bleibt das zentrale Element zum Kunden. Der digitale Vertrieb 4.0 vermag diesen wohl zu ergänzen. Mit der Digitalisierung werden der Rohstoff und das Gold der Zukunft geschaffen. Der Umgang mit Daten wird immer wichtiger, denn damit lässt sich der Kunde besser erkennen und analysieren. Die Datensicherheit wird in Zukunft an Bedeutung gewinnen.

## Beurteilung des Vertriebs 4.0



1 = ich stimme gar nicht zu 2 = ich stimme nicht zu 3 = ich stimme eher nicht zu 4 = ich stimme eher zu 5 = ich stimme zu 6 = ich stimme vollständig zu

Quelle: Provida Unternehmerreport Mitte 2020

# Methodik des Provida Unternehmerreports (PUR)

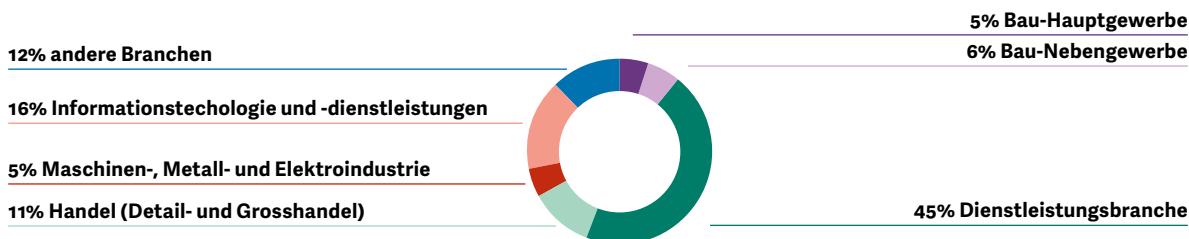
Die Rücklaufquote beträgt 3.76% (94 beantwortete Fragebogen auf in etwa 2500 angeschriebene Unternehmer) und deckt alle relevanten Branchen ab (Bau, Handel, Dienstleistungen, Maschinenbau und Industrie, Sozialinstitutionen, Gesundheitswesen und Informationstechnologie).

Der Provida Unternehmensreport bietet eine Hilfestellung für die Budgetierung und Planung und soll die Grundlage sein, selbst Vergleiche zu wichtigen Finanzgrössen zu erhalten. Er bezweckt die regelmässige Untersuchung, Befragung und Analyse von Fragen zur finanziellen Unternehmensführung. Er umfasst Aspekte zu zentralen Führungsgrössen, der Branchenentwicklung, finanziellen Kerngrössen und gegenwärtigen Herausforderungen, die sich auf den finanziellen Erfolg eines Unternehmens auswirken können. Zudem umfasst er ein Unternehmer-Sorgenbarometer, um auf aktuelle Themen der Unternehmen hinzuweisen.

Der Provida Unternehmerreport wird halbjährlich (Hauptbefragung zum Jahreswechsel, Up-Date Mitte Jahr) durchgeführt. Dabei werden Schweizer Unternehmer angeschrieben. Es erfolgt jeweils eine schriftliche Befragung. Die Perspektive der Befragung ist jeweils die Folgeperiode (ein Jahr bzw. Halbjahr) und zeigt die vergangenen Werte auf, sodass eine Entwicklung erkennbar wird.

Der Provida Unternehmerreport ist in männlicher Form verfasst. Die Unternehmerinnen sind gleichermassen angesprochen. Aus Gründen der Lesbarkeit wird auf die weibliche Form verzichtet.

Zusammensetzung der befragten Unternehmen



## Impressum

Herausgeberin  
OST – Ostschweizer Fachhochschule

Konzept und Layout  
Marketing OST

Stand  
September 2020



OST  
Ostschweizer Fachhochschule  
IFU Institut für Unternehmensführung  
Rosenbergstrasse 59  
9001 St.Gallen, Switzerland  
T +41 71 226 13 80

marco.gehrig@ost.ch  
ost.ch/ifu

