

22.06. 2023

Schwachstelle Vertrieb? Schweizer Familienunternehmen müssen handeln, um rentabel zu bleiben

Von PPS

- **Zahlreiche Schweizer Familienunternehmen und KMU bieten weltweit führende Spitzenprodukte an, verschenken aber viel Marge im Verkaufsprozess**
- **Fast die Hälfte aller Teilnehmenden sieht daher klaren Handlungsbedarf im Vertrieb**
- **Aussendienstmitarbeitende und persönliche Kontakte bleiben trotz Digitalisierung der wichtigste Absatzkanal, durch das Unternehmen selbst gesteuerte Absatzkanäle gewinnen an Bedeutung**
- **Unternehmen mit einem hohen Anteil an gut ausgebildetem Verkaufspersonal sind deutlich profitabler**

(Zürich)(PPS) Mit ihren Produkten und Dienstleistungen gehören viele Schweizer Familienunternehmen und KMU international zur Weltspitze. Aber nicht alle können ihr Potenzial voll ausschöpfen. Zahlreiche Betriebe haben Schwierigkeiten, ihre qualitativ hochwertigen Produkte und ihr enormes Knowhow zu kapitalisieren – und verschenken somit Marge und betrieblichen Erfolg. Um langfristig erfolgreich zu wirtschaften, sind deswegen Vertrieb und Verkauf von zentraler Bedeutung. Dies zeigt die neue Studie «Zwischen Spitzenleistung, Anspruch und Marge» von PwC Schweiz. Dazu haben die Autoren 120 Unternehmen verschiedenster Grössen und Branchen aus allen Regionen der Schweiz befragt. Dabei unterstreichen 6 zusätzliche Interviews die Studienergebnisse.

Preiskampf und Fachkräftemangel treiben Wandel im Vertrieb voran

Die aktuelle Stimmung hinsichtlich Profitabilität ist wenig optimistisch: Nur knapp die Hälfte (45 %) schätzt ihre Profitabilität höher ein als diejenige der direkten Mitbewerbern. Insbesondere Unternehmen mit hohem Marktanteil rechnen für die Zukunft tendenziell mit abnehmender Profitabilität. Betriebe mit kleinen Marktanteilen sind dagegen optimistischer und erwarten, künftig mehr Margen zu erwirtschaften. Generell ist deutlich, dass Handlungs- und Wandlungsbedarf bestehen. Zu den stärksten Treibern für den Wandel im Vertrieb gehören laut den Teilnehmenden Preiskampf, Fachkräftemangel und steigende Kundenanforderungen.

Upskilling der Mitarbeitenden ist essenziell für langfristigen Unternehmenserfolg

Infolge der Digitalisierung verschieben sich die Absatzkanäle. Zwar bleiben Aussendienstmitarbeitende für über die Hälfte der Befragten und die hauseigenen Verkaufsstellen bzw. Auslandsgesellschaften für ein Drittel klar die bedeutendsten Absatzkanäle. Doch diese Sparten verlieren in den nächsten Jahren an Relevanz. Dafür erwarten die Teilnehmenden, dass Social Commerce mit Social Media und E-Commerce mit eigenem Online-Shop kräftig zulegen werden. «Wir sehen zunehmend, dass Unternehmen die Nähe zu ihrer Kundschaft suchen und die Kundenbeziehung über steuerbare Berührungspunkte selbst in die Hand nehmen möchten», erklärt Roland Schegg, Director und Leiter Familienunternehmen und KMU bei PwC Schweiz. «Die Erweiterung ins Digitale erfordert ein grosses digitales Fachwissen der Mitarbeitenden, weswegen Weiterbildungen und Upskilling immer wichtiger werden».

Insbesondere in Zeiten des Fachkräftemangels ist eine verlässliche und kompetente Belegschaft für viele Unternehmen zentral. 46 % der Studienteilnehmenden beschäftigen Aussendienstmitarbeitende mit einer technischen Grundausbildung und einer Weiterbildung im Verkauf. 20% der Unternehmen haben Personen mit einer Grundausbildung im Verkauf und einer technischen Weiterbildung angestellt. Nur 14 % der Aussendienstmitarbeitenden haben keine Weiterbildung. Die Studie zeigt, dass sich geschultes Fachpersonal finanziell lohnt: Unternehmen mit einem hohen Anteil

an weitergebildetem Verkaufspersonal sind deutlich profitabler als Unternehmen ohne Personal mit Weiterbildungen.

Kundenbedürfnisse stehen im Zentrum

Rund zwei Drittel der Teilnehmenden orientieren sich an ihrer Kundschaft, knapp 30 % verfolgen die Strategie einer Produktführerschaft, nur 5 % wählen die Kostenführerschaft. Obwohl 55 % der Befragten aussagen, dass ihre Kund:innen bereit sind, für qualitativ hochwertige Produkte angemessene Preise zu bezahlen, bereitet der Preisdruck den Unternehmen grosse Sorgen. Denn dadurch schrumpfen für zahlreiche Unternehmen die Margen.

Wer nicht abgehängt werden will, muss handeln

Fast die Hälfte aller Teilnehmenden gibt an, klaren Handlungsbedarf hinsichtlich der Vertrieboptimierung zu haben. 38% schätzen ihn als mittel ein und 19% empfinden ihn als klein. In Relation mit der Unternehmensgrösse zeigt sich, dass grosse Unternehmen (>250 Vollzeitstellen) einen eher kleinen Handlungsbedarf sehen, während es bei den mittleren Unternehmen (51-250 Vollzeitstellen) die Hälfte und bei den kleinen Unternehmen (10 Vollzeitstellen) sogar 100% sind. Gerade mittelgrosse Unternehmen stehen oft vor Schwierigkeiten, da sie nicht vom Grössenvorteil profitieren können, aber trotzdem komplexer und ineffizienter zu führen sind als kleinere Betriebe. Aufgeschlüsselt nach Geschäftsmodellen besteht der grösste Handlungsbedarf bei Unternehmen mit Mono-Absatzkanalsystem, am erfolgreichsten ist das Omni-Absatzkanalsystem. Wird der Handlungsbedarf konkret angegangen, haben technologische Investitionen, z.B. Sales und After-Sales-Tools oder die Integration der Absatzkanäle höchste Priorität. An zweiter Stelle möchten die Studienteilnehmenden das Verkaufstraining verbessern. Erst danach planen die Befragten, den Betrieb strategisch richtig aufzustellen.

Über diese Studie

Für diese Studie wurden 120 Unternehmen diverser Betriebsgrössen aus allen Regionen der Schweiz befragt. 57 % sind im B2B-Bereich tätig, 12 % im B2C, 31 % in sind beiden Bereichen aktiv. Die Unternehmen lassen sich primär den Industriezweigen Maschinen-, Anlagen-, Fahrzeugbau, elektrische Ausrüstung, klassische Baubranche, Holzbau und Baunebengewerbe zuordnen.

Über die Organisation:

Über PwC

PwC Schweiz ist das führende Prüfungs- und Beratungsunternehmen in der Schweiz. Der Zweck von PwC ist es, das Vertrauen in der Gesellschaft aufzubauen und wichtige Probleme zu lösen. Wir sind ein Netzwerk von Firmen, das in 152 Ländern rund 328'000 Mitarbeitende beschäftigt. Diese setzen sich dafür ein, in den Bereichen Wirtschaftsprüfung, Beratung, Recht und Steuern erstklassige Dienstleistungen zu erbringen. PwC Schweiz hat über 3'480 Mitarbeitende und Partner:innen an 14 verschiedenen Standorten in der Schweiz sowie einem im Fürstentum Liechtenstein. Erfahren Sie mehr und sagen Sie uns, was für Sie wichtig ist, unter pwc.ch. «PwC» bezieht sich auf das PwC-Netzwerk und/oder eine oder mehrere seiner Mitgliedsfirmen, von denen jede ein eigenständiges Rechtssubjekt ist. Nähere Angaben dazu finden Sie unter pwc.com/structure.

Pressekontakt:

PricewaterhouseCoopers AG
Birchstrasse 160
Postfach
CH-8050 Zürich

Bianca Helbling
PwC | External Relations Consultant
Mobile: +41 58 792 41 02
Email: [bianca.helbling @ pwc.ch](mailto:bianca.helbling@pwc.ch)

Kategorie

Handel & Finanzen & Wirtschaft

Source URL: <https://www.presseportal-schweiz.ch/pressemeldungen/schwachstelle-vertrieb-schweizer-familienunternehmen-muessen-handeln-um-rentabel-zu>