

Die Schweiz als Unternehmerland

Gelebtes Unternehmertum 2020 – Ein Forderungskatalog

Von Dr. oec. Leonhard Fopp

Summary:

Eine Beschreibung der Schweiz - angenommen wir wären im Jahre 2020 - ergibt folgendes Bild: Unternehmertum ist Kult und Inhaltskern von Swiss Spirit. Unternehmertum wird in jeder Lebensphase einer Person gezielt unterstützt und von Familie, Privaten, Institutionen und Politik massiv gefördert. Dabei fokussieren alle Bezugsgruppen auf konkrete Programme, die schweizweit realisiert werden. Unternehmertum geniesst hier breite öffentliche Anerkennung. Die Schweiz ist „Unternehmens-Weltmeister“.

Nachfolgend eine Beschreibung der Situation im Jahre 2020, wie sie der Autor sich vorstellt. Er versetzt uns somit in die Zukunft und beschreibt die dann erhoffte Lage, immer unter der Annahme, dass bis dann viele hier beschriebenen Forderungen voll sich entfalten konnten. Wenn nötig, wird auch ein Blick zurück in die „Vergangenheit“ gemacht.

Unternehmertum – Motor und Erfolgsgarant

Unternehmertum wird aktuell (2020) umschrieben als Chancen erkennen, anpacken und umsetzen. Menschen mit Unternehmensgeist übernehmen Verantwortung und schaffen Bleibendes, das für alle Beteiligten Mehrwert generiert. Der Unternehmer entspricht einer Persönlichkeit, die vorausschaut und Pioniergeist hat, die sich und andere begeistert und Leidenschaft zeigt für das, was sie tut. Entrepreneurs können sich in andere hinein fühlen und sind fähig, starke Teams zu bilden; die sich durch Energie und enorme Arbeitskraft auszeichnen. Wirtschaftsführer sind emotional stabil und ausdauernd. Unterschiede zwischen Unternehmer und Unternehmerin gibt es keine mehr, weshalb wir nachfolgend der Einfachheit folgend nur noch die männliche Form verwenden.

Unternehmer werden seit Jahren konsequent mit allen Mitteln gefördert und sind nicht mehr Ausnahmetalente, sondern akzeptierte Motoren und Erfolgsgaranten für die positive Entwicklung in Firmen und der hiesigen Volkswirtschaft.

Unternehmertum ist gelebte Geisteshaltung

Entrepreneurship entspricht einem positiven Kult und wird von überall aktiv unterstützt. Private und öffentliche Initiativen sind in den letzten 10 Jahren wie Pilze aus dem Boden geschossen und haben einen „Klimawechsel“ bewirkt. Ein neues Denk- und Handlungsparadigma hat sich etabliert. In der Öffentlichkeit stehen unternehmerisches Denken und Engagement hoch im Kurs.

Privaten, Schulen, Stiftungen, politischen Behörden, neue Medien, Unternehmen sowie Finanzierungspartnern ist eines gemeinsam: Sie stützen die Übernahme von unternehmerischer Verantwortung durch verbesserte volkswirtschaftliche Rahmenbedingungen, attraktive Ausbildungsmodelle, institutionalisiertem Erfahrungsaustausch, Förderinitiativen und persönlichen generationenübergreifenden Dialog.

„Swiss made“ und „Swiss finish“, ja generell „Swissness“ stehen für Qualität, Bodenhaftung sowie zugleich Innovation und bedarfsgerechte Angebote mit starker Markenidentität.

Mit dieser neuen unternehmerischen Geisteshaltung ist die Schweiz ein Magnet für Unternehmer und unternehmerische Talente aus der ganzen Welt geworden. Die firmenfreundlichen Rahmenbedingungen in Verbindung mit dem vorhandenen Know how und den Finanzierungsmöglichkeiten sind auch international sehr attraktiv.

Besonders ist es den Familienunternehmen gelungen, gute Kaufmannspraxis mit emotionaler Intelligenz noch besser zu verknüpfen. Dies führt zu einer Symbiose der besten familiären und unternehmerischen Werte, welche den exzellenten Ruf von Schweizer Betrieben im In- und Ausland begründet. In Familienunternehmen finden die Mitarbeitenden Zusammenhalt und Nestwärme, wie nirgendwo sonst.

In jeder Lebensphase, von der Wiege bis zum Rückzug aus dem Arbeitsleben, wird jetzt Unternehmertegeist gefördert. Bereits das Kleinkind erfährt Unterstützung und Anerkennung, wenn es Neues wagt und Verantwortung übernimmt. Initiative jeglicher Art wird lebenslang mit Beifall honoriert. Die Schweiz hat das Beste von den Traditionen anderer Kulturen übernommen. So wie beispielsweise in Indien ein Neugeborenes bildlich gesprochen „in Unternehmertum getauft“ wird, so pflanzen wir auch in der Schweiz dem Kleinkind „den Unternehmervirus“ ein.

Unternehmerfamilien aus der Schweiz haben in der Erziehung ihrer Kinder auf diese Mentalität umgeschwenkt und nutzen jede Gelegenheit, um Nachkommen gleichsam an der Hand durch das Unternehmen zu führen. Sie sollen riechen, hören, erleben sowie mit anpacken. Und dadurch lernen, was ein das Familienunternehmen ausmacht.

Schulkinder und Jugendliche dürfen „unternehmen“

Die Unternehmerschule beginnt 2020 schon in der Primarschule. Auf dem Lernplan sind Lektionen über unternehmerische Themen Pflichtfach. Pro Quartal wird zudem eine Firma aus der Region besucht und jeweils vor Ort in deren Räumlichkeiten ein Dialog mit den Unternehmern veranstaltet. Firmeninhaber sind zum Anfassen nahe. Die Stiftung Pro Juventute zeigt Kindern, wie mit Geld, Zeit und Ideen vernünftig sowie sinnvoll umzugehen ist. Entsprechende Programme werden in der ersten Primarklasse in allen Schweizer Gemeinden umgesetzt.

Eltern ermöglichen den Kindern das Teilnehmen an „Erlebniswelten“, wo Führung hautnah erlebt werden kann, wie früher dies bei den Pfadfindern oder in der Wirtschaftswoche möglich war. Jetzt gibt es überall Erstunternehmerzirkel, wo Mikrokredite für Unter-sechszehn-Jährige vergeben werden, maximal CHF 1'000.--. So können Schüler in ihrer Freizeit ihre unternehmerischen Fähigkeiten ausleben und ihr Sackgeld markant verbessern.

75 % der Studenten finanzieren ihre Lernzeit ganz oder teilweise selbst durch unternehmerische Initiativen, sei dies als Unternehmer oder in Netzwerken mit Gleichgesinnten („peer“-networking). An der Universität St. Gallen hat sich das im 2008 gegründete Center for Entrepreneurial Excellence zur Förderung des nachhaltigen Unternehmertums erfolgreich etabliert. Dort lernen und erleben derzeit (2020) über 500 Studenten in eigenen Praxisprojekten was es heisst, unternehmerische Verantwortung zu tragen.

Die am besten besuchten Ausbildungslehrgänge sind jeweils der Bachelor und der Master of Entrepreneurship. Hier ist die HSG europäischer Trendsetter und seit 4 Jahren mit der Harvard - und Shanghai Business School vernetzt. In der Westschweiz (am Lausanner IMD) sowie an der Universität Tessin gibt es ähnliche Kompetenzzentren. Die drei Kompetenzzentren haben eine gemeinsame Führungsstruktur und werden zu 80 % aus der Privatwirtschaft finanziert.

Attraktive Start- ups nach der Ausbildung

Nach der Ausbildung entscheiden sich die besten Absolventen jedes Jahrganges für eine Unternehmerkarriere. Ein etwaiges Scheitern beim ersten Anlauf wird als Erfahrung abgebucht, und nicht mehr als gesellschaftliche Ächtung wahrgenommen.

Venture Clubs für Jungunternehmer (unter 30 Jahren) haben nach wie vor grossen Zulauf. Jede grössere Stadt tritt als Schirmherr solcher Vereinigungen auf. Spezielle Vereinigungen für den Unternehmernachwuchs („next generation“) sind beliebte Treffpunkte und Austauschbörsen. Hier hat sich das privat organisierte „Family Business Network“ (FBN) als die am breitesten abgestützte Organisation etabliert.

Pensionskassen sind gesetzlich seit zwei Jahren verpflichtet, 3 % der gesamten Vorsorgegelder in Neugründungen zu investieren. Damit hat sich ein grosser Boom an Jungunternehmen ergeben.

Familienunternehmen im Plus

Familienunternehmen ist es gelungen, dank weiser Voraussicht, emotionaler Intelligenz und harter Arbeit in ihrem Wirtschaftszweig zu Referenzunternehmen zu werden. Dank dem konsequenten Fokus auf den Kunden und seine individuellen Anforderungen sowie der ständigen Innovation auf der ganzen Wertschöpfungskette sind Schweizer Firmen sehr geschätzt. Sie erzielen überdurchschnittliche Wertsteigerungen (economic value added).

Der kleine Heimmarkt bildet für die meisten Mittelständler eine ideale Startrampe, um auch auf ausländischen Märkten erfolgreich sein zu können. Wie in der Vergangenheit kann dabei der Unternehmer aus der Schweiz seine Mehrsprachigkeit und seine kulturelle Vielfalt gekonnt zum eigenen Nutzen einsetzen.

Die internationale und oft auch globale Multiplikation des nationalen Erfolgsmodells wird erleichtert durch die ausgezeichnete Arbeit staatlicher Dienstleister, wie beispielsweise die OSEC. Sie unterstützt Firmen auf Selbstkostenbasis beim Aufbau von wirkungsvollen Distributionspartnerschaften.

Am Ziel: der „Unternehmens-Weltmeister“

Eine Erfolgsformel aus dem letzten Jahrzehnt lautet: Fokus X Multiplikation X Konsequenz (F • M • K). Schweizer Unternehmer pflegen diese drei Kernkompetenzen sehr erfolgreich und haben exzellente Leaderpositionen in allen wichtigen Märkten aufgebaut.

Dies ist auch darauf zurückzuführen, dass sie dem Grundsatz der „Diversity“ nachleben: Die Geschäftsleitungen sind zusammengesetzt mit Führungspersönlichkeiten unterschiedlichen Alters, Nationalitäten und Geschlechtern. Dasselbe gilt für die Verwaltungsräte, deren Fach- und Sozialkompetenzen eine vorbildliche Corporate Governance sichern.

Finanziert im Jahre 2010 durch siebzehn Stiftungen von Unternehmern hat das Programm „**New Swiss Entrepreneurial Spirit**“ überall in der ganzen Schweiz eine echte Aufbruchstimmung und eine Neupositionierung des Unternehmergeistes bewirkt.

Einfache wirkungsvolle Veränderungsansätze

Als Veränderungsinstrument dienten einfache aber wirkungsvolle Forderungen an die beteiligten Bezugsgruppen wie Eltern, Grundschulen, Weiterbildungsstätten, Unternehmen, Medien, Regierungsstellen, öffentliche Verwaltungen, Pensionskassen und Denkfabriken.

Die Anfangs 2010 breit publizierten nachfolgenden Veränderungsinitiativen haben seither den Weg in den schweizerischen Betriebsalltag gefunden. Heute (im 2020) gilt:

1. Eltern lassen bei Kleinkindern Experimente zu und fördern damit den unternehmerischen Geist und engagierte Einstellungen ihrer Kinder, die den Umgang mit Geld und Verantwortung spielerisch erlernen.
2. Grundschulen organisieren Unternehmerspiele und sorgen für die individuelle Förderung eines jeden Kindes - die „Gleichmacherei“ in den unteren Schulstufen ist Geschichte! Speziell begabte Kinder werden aktiv gefördert und unternehmerisch gefordert. In Primar-, Bezirks-, Sekundar- und Berufsschulen lernen Jugendliche die Grundlagen des Wirtschaftens (aufbauend auf dem damaligen Modell der Wirtschaftswoche).
3. Bildungsstätten betreiben „Unternehmerschulen“. Sie haben sich Unternehmergeist und Entrepreneurship auf die Fahne geschrieben. Ob Anwalt oder Arzt, ob Architekt oder Chemiker, alle lernen spätestens an der Hochschule/Universität, wie Unternehmen konkret funktionieren und welche Anforderungen an die Mitarbeiterführung gestellt werden. Am beliebtesten sind Wochen-Workshops mit Praxisreferenten. In den beruflichen Weiterbildungsprogrammen und eidgenössischen Meisterprüfungen beanspruchen betriebswirtschaftliche Module mehr als ein Drittel aller Stunden.

4. Unternehmer beschleunigen „spin-offs und venture labs“. Unternehmen jeder Grösse optimieren ihr Portfolio an Geschäftsfeldern und setzen gezielt auf neue Geschäftspotentiale. Deren Leitung wird vorzugsweise jungen Führungskräften anvertraut, damit diese gezielt im kleineren Umfeld Gesamtleitungserfahrungen sammeln können.

5. „Passion for excellence“. Das SECO hat 2012 erstmals über ein nationales Coaching-Projekt mehr als 400 KMU animiert, sich diesbezüglich zertifizieren zu lassen. In den Folgejahren waren es bereits über 700 Firmen, die eine entsprechende Auszeichnung erhalten haben.

6. Finanzierungspartner stehen bereit. KMU mit Finanzbedarf finden zu attraktiven Konditionen die notwendigen Finanzierungsmitteln, sei es für Gründungs- oder Wachstumsinvestitionen, oder für die Gestaltung der Unternehmer-Nachfolge. Ein „Management buy-in“ kann über die Pensionskassen-Fonds finanziert werden. Gute Ideen finden immer einen attraktiven Investor.

7. Politische Gremien optimieren stufengerecht die Rahmenbedingungen. Auf Ebene Gemeinde, Bezirk, Kanton und Bund haben Exekutive und Legislative erkannt, dass die Erfolgsgeschichte Schweiz auch ihren individuellen Beitrag fordert. Das erlebte Durchstarten von KMU wurde erleichtert durch ein radikales Umdenken in Politik und Verwaltung. So hat der Bundesrat noch im Jahre 2011 die unternehmerische Besteuerung völlig umgekrempelt, auf eine Dividendenbesteuerung ganz verzichtet und die KTI-Innovationsförderung verzehnfacht. Zwischenzeitlich haben Firmen auch billigeren Zugang zu Wasser und Strom, nachdem der Gesetzgeber die Märkte per Dekret schnell liberalisiert hat. Auch haben fast alle Kantone einen „Formalismus-Stop“ eingelegt, indem viele administrative Hürden (insbesondere für KMU) abgeschafft wurden.

Von der Vision zur Realität

Erfolg für Unternehmertum war nur möglich dank einem jahrelang betriebenen professionelles Marketing, mit einer klaren Absendermarke, einer leicht einprägsamen Botschaft und einer überzeugenden multimedialen Kommunikationsplattform. Was 2010 noch als wenig realistische Zukunftsmusik belächelt werden mochte, ist heute – 2020 – weitgehend Realität. Die hier genannten Ideen und Denkanstösse sind längst zum Allgemeingut geworden. Die breite Diskussion seit 2010 hat das Image des Unternehmers markant verbessert. Heute wollen und können die fähigsten Persönlichkeiten ihren Unternehmergeist ausleben und wissen, dass sie dabei optimal unterstützt werden – an allen Fronten.

Der Autor:

Dr. oec. Leonhard Fopp ist Inhaber der CONTINUUM AG und Präsident des FBN (Family Business Network) Deutsche Schweiz, beide in Zürich.