

Schweizer Ausgabe: «24th Annual CEO Survey»

Mit Optimismus und Tempo in die Zukunft

www.pwc.ch/ceo-survey-de



Inhalt



01 Editorial

4



02 Wachstum

5



03 Cybersecurity

10



04 Upskilling

13



05 Nachhaltigkeit

16



06 Kontakt

20

Das Studiendesign

Schweizer Ausgabe: «24th Annual CEO Survey»

Studienteilnehmende

Die vorliegende Studie basiert auf dem «24th Annual Global CEO Survey 2021» von PwC Global. Die Umfrage bei den Studienteilnehmenden fand im Januar 2021 statt. Weltweit wurden insgesamt 5'050 CEOs in 100 Ländern befragt, davon 111 in der Schweiz. Die globale Stichprobe wurde nach dem nationalen BIP gewichtet. So wird sichergestellt, dass die Ansichten der CEOs in den wichtigen Weltregionen gerecht vertreten sind. In der Schweiz wurde die Befragung mit einem Onlinefragebogen durchgeführt.

Struktur Stichprobe Schweiz

Von den 111 CEOs, die an der Schweizer Ausgabe teilgenommen haben, repräsentieren 6 Unternehmen einen Umsatz von über 10'000 Mio., 16 Unternehmen mit einem Umsatz zwischen 1'000 Mio. und 9'999 Mio. CHF, 51 Unternehmen mit einem Umsatz zwischen 101 Mio. und 999 Mio. CHF und 32 Unternehmen mit einem Umsatz von bis zu 100 Mio. CHF. 22 % der Unternehmen sind börsenkotiert, 66 % befinden sich in Privatbesitz und 12 % vertreten die öffentliche Hand. 42 % der Studienteilnehmenden sind Schweizer Familienunternehmen mit mindestens 32 % des Aktienanteils in Familienhand.

Darstellung

Die Grundgesamtheit für die Schweizer Ausgabe beträgt – sofern nicht anders angegeben – 111 CEOs von Unternehmen in der Schweiz. Nicht alle Resultate summieren sich auf 100 %, da die Prozentzahlen gerundet und die Antworten «weder/noch» und «weiss nicht» nicht oder nur teilweise berücksichtigt wurden.



Von CEO zu CEO

Liebe Leserin, lieber Leser

VUCA und COVID-19 – zwei Akronyme halten uns Entscheidungsträger zurzeit rund um die Uhr wach. Das erste beschreibt den aktuellen Ausnahmezustand unserer Welt; volatil, unsicher, komplex, mehrdeutig. Das zweite die wohl schlimmste Pandemie der letzten Jahrhunderte und seit Monaten Traktandum Nummer eins auf unseren Agenden.

Die Antwort auf diese paar Buchstaben lässt sich leider nicht gleich kurz fassen. Je nach politischen und regulatorischen Aktualitäten, Branchen, Märkten, unternehmerischen und persönlichen Schwerpunkten kann sie enorm variieren. Obwohl unsere Entscheidungen mit Weitsicht entstehen, so bleibt deren Abbild eine Momentaufnahme.

Eines jedoch verbindet uns CEOs über alle Herausforderungen hinweg: die Veränderung. Mit VUCA und COVID-19 ist diese zum modernen Überlebens- und Zukunftsprinzip avanciert. Die Transformation bedingt Mut, sich damit auseinanderzusetzen, diese als Chance zu sehen und zu packen. Denn nur wer transformiert, kann der Fliehkraft einer sich immer schneller drehenden Welt ein gleichwertiges Momentum entgegenhalten.

Wie wir CEOs diese Kräfte wahrnehmen und einsetzen, was wir erwarten und wie wir planen, halten wir seit 24 Jahren im «Annual CEO Survey» von PwC Global fest. Zum zweiten Mal in Folge haben wir dieses Jahr die Einschätzungen von Schweizer CEOs separat ausgewertet. Die Resultate finden Sie auf den folgenden Seiten, gegliedert in die Kapitel Wachstum, Cybersecurity, Upskilling und Nachhaltigkeit und angereichert mit Erläuterungen, Interpretationen und Empfehlungen unserer Experten.

An dieser Stelle so viel: COVID-19 hat die Transformation beschleunigt und die Schweizer CEOs sehen dem Wirtschaftswachstum optimistisch entgegen. In der Schweiz wird dieser Optimismus getragen von einer systemischen Solidität mit ausgewogenen politischen Ansätzen, schneller finanzieller Hilfe, sozialem Frieden, hohem Innovationsgrad und einem ausgeprägten Vertrauen in unsere staatlichen und privatwirtschaftlichen Strukturen. Neue Technologien und deren rasanten Wandel empfinden wir Schweizer CEOs als Chance, noch gezielter zu transformieren und die Auswirkungen der Pandemie erfolgreich in den Griff zu bekommen.

Cyberbedrohungen sind zum zweitdringlichsten Besorgnisthema vorgerückt. Denn COVID-19 hat der virtuellen Kriminalität neuen Aufwind verliehen. In der Schweiz besteht offensichtlich Handlungsbedarf im Umgang mit Cyberangriffen. Zwar wollen wir Schweizer CEOs in unsere Cybersecurity investieren. Doch schreiten die Transformation des Geschäfts und die Anpassung der Sicherheitsorganisation nicht gleich schnell voran.

Ganz anders bei der Ressource Mensch. Wir Schweizer Verantwortungsträger erachten die Verfügbarkeit von Schlüsselkompetenzen als Hauptrisiko. Gleichzeitig sind wir überzeugt, diesem gewachsen zu sein. Wir sind uns der Bedeutung von Technologien und Automatisierung wohl bewusst, befinden menschliche Aspekte für ein Gelingen der Transformation jedoch als ebenso zentral. Mit dieser Haltung kann es uns gelingen, auch in einem kleinen Land wie der Schweiz die nötigen Talente und Kompetenzen zu sichern.

Mit der vorliegenden Publikation möchten wir Sie darin unterstützen, COVID-19, VUCA & Co. mit einem besonnenen Rundumblick, einer fundierten Meinung und zielführenden Entscheidungen zu begegnen. Denn wir sehen es als Teil unserer Bestimmung, die Entwicklung unserer (Arbeits-)Welt mitzugestalten und eine zukunftssichere Transformation der Schweizer Wirtschaft und Gesellschaft zu ermöglichen.

Nun wünsche ich Ihnen eine anregende Lektüre mit bewegenden Denkanstössen.

Andreas Staubli, CEO, PwC Schweiz





02 Wachstum

Welle des Optimismus und beschleunigte Transformation

Grosse Hoffnung auf die Weltwirtschaft

CEOs von Schweizer Unternehmen zeigen sich äusserst zuversichtlich für ein wirtschaftliches Comeback (vgl. Abbildung 1). Dieses Stimmungsbild steht in einem scharfen Gegensatz zur Vorjahreserhebung. 67 % der Schweizer Studienteilnehmenden sehen dem Wirtschaftswachstum in den nächsten 12 Monaten optimistisch entgegen. 2020 waren es nur gerade 23 %. Noch optimistischer gibt sich dieses Jahr die Gesamtheit der Befragten (76 %).

Die Schweizer Angst vor der Unsicherheit des Wirtschaftswachstums bleibt hoch. 71 % der Befragten zeigen sich besorgt, global sind es 83 %. Diese Skepsis dürfte der VUCA-Welt insgesamt geschuldet sein und ist angesichts der unklaren Entwicklung der Pandemie nachvollziehbar. Denn Krisen stellen eine Kumulation

von Unsicherheiten dar. Massnahmen wie Kurzarbeitsentschädigungen oder Härtefallprogramme helfen zwar, plötzliche Schwankungen zu stabilisieren. Trotzdem bleibt es für die Akteure eine Herausforderung, ihre Kapazitäten auch in unsicheren Zeiten weitsichtig zu planen. Irgendwann müssen sie ohne Staatshilfe wieder gewinnbringend am Wirtschaftsgeschehen teilnehmen. Auch hier macht sich Optimismus breit: Der Anteil der Schweizer CEOs, die extrem besorgt sind, ist von 18 % im Jahr 2020 auf aktuell 8 % gesunken.

Für die insgesamt optimistischen Einschätzungen der Schweizer CEOs lassen sich vielerlei Gründe nennen. Zum einen hat die Schweiz schon manche Krise erfolgreich gemeistert, etwa die Ölkrise Anfang der 1970er-Jahre, die geplatze Dotcom-Blase, die Finanzkrise, den Frankenschock oder die Handelskriege. Ausnahme-

Glauben Sie, dass das globale Wirtschaftswachstum in den nächsten 12 Monaten steigen, gleich bleiben oder abnehmen wird?

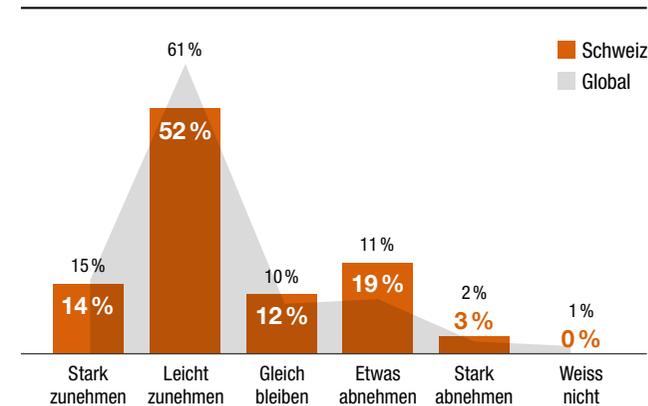


Abbildung 1: 67% der Befragten in der Schweiz gehen davon aus, dass sich die Wirtschaft erholen wird. 23% waren es im Vorjahr. Global sind es drei Viertel.

zuständen dieses Ausmasses begegnen die Schweizer Akteure mit einem Grundoptimismus. Zum anderen hat die Schweizer Regierung im ersten Lockdown im Frühjahr 2020 schnell reagiert und diverse Unterstützungsmassnahmen angeboten. Auch mit der zweiten Welle blieb dem Land ein Totallockdown erspart. Die Pandemie hat 2020 den Privatkonsum kaum tangiert.

Basis für den Erfolg der pandemiebedingten Massnahmen sind ein gesunder Staatshaushalt und ein stabiler Binnenmarkt. Der Umgang mit COVID-19 in der Schweiz hat gezeigt, dass sich die Krise adressieren lässt, dass sich das Land erholen und wieder auf einen Wachstumspfad zurückfinden kann und die Gesamtwirtschaft nicht nachhaltig leidet.

Zuversichtlich fürs eigene Wachstum

Die Zuversicht hinsichtlich der makroökonomischen Situation kommt auch in der Betrachtung der Umsatzentwicklung über die nächsten 12 Monate zum Ausdruck. Als Antwort auf die Pandemie haben viele Firmen höchst innovativ gehandelt und ihre Tätigkeit allen widrigen Umständen zum Trotz fortgesetzt oder sogar ausgebaut.¹ 84 % der Schweizer Entscheidungsträger gehen von einem Umsatzwachstum aus. 53 % schätzen ihre Aussichten auf Umsatzwachstum für die nächsten drei Jahre als ziemlich und 40 % als sehr zuversichtlich ein (vgl. Abbildung 2). 69 % der Schweizer CEOs erwarten, dass die Anzahl ihrer Mitarbeitenden in den nächsten drei Jahren steigen wird, ähnlich wie der C-Level weltweit (67 %).

¹ Vgl. «Krisenchampions – Was sollten Schweizer Unternehmen jetzt tun, um gestärkt aus der Krise zu kommen?», PwC, 2020

Mit der Transformation in Fahrt gekommen

Schweizer CEOs zeigen sich weniger besorgt über die Geschwindigkeit des technologischen Wandels als ihre internationalen Pendanten (vgl. Abbildung 3). Das dürfte sich einerseits mit dem hohen Ausbildungsniveau der Schweiz begründen lassen. Mit diesem gehen Offenheit gegenüber dem technologischen Fortschritt und ein solides Selbstvertrauen in die eigenen Kräfte einher. Andererseits hat die Schweizer Wirtschaft gezeigt, dass sie sich schnell an Veränderungen anpassen kann. Die meisten Akteure gerade im Dienstleistungssektor sind technologiebedingt agiler geworden. Auch der Industriesektor hat sich anpassungsfähig und damit wettbewerbsfähiger gezeigt, unter anderem durch den zusätzlichen Druck von Wechselkursschwankungen.

92 % der Befragten in der Schweiz werden als Folge von COVID-19 ihre Investitionen in die digitale Transformation in den nächsten drei Jahren erhöhen. Weltweit sind es 83 % (vgl. Abbildung 4). Die Pandemie hat die Entscheidungsträger veranlasst, ihre Geschäftsgrundsätze und strategische Ausrichtung zu hinterfragen. Sie hat die Notwendigkeit zur konsequenten und konstanten digitalen Transformation – sowohl unternehmensintern als auch im Verhältnis mit Kunden, Lieferanten und Partnern – zum neuen Axiom erhoben. Die Digitalisierung tangiert fast die gesamte Wertschöpfungskette und birgt sowohl Chancen als auch Risiken, die es umsichtig einzuschätzen gilt.

Wie zuversichtlich sind Sie hinsichtlich der Aussichten Ihres Unternehmens auf Umsatzwachstum in den nächsten drei Jahren?

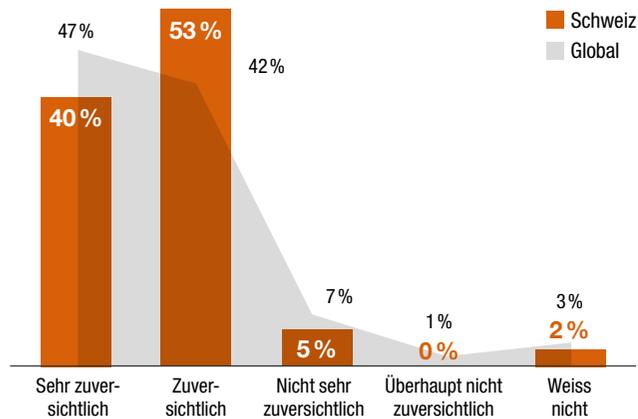


Abbildung 2: 93 % der CEOs in der Schweiz sind zuversichtlich im Hinblick auf ihr mittelfristiges Umsatzwachstum.

Wie besorgt sind Sie, wenn überhaupt, über die Geschwindigkeit des technologischen Wandels?

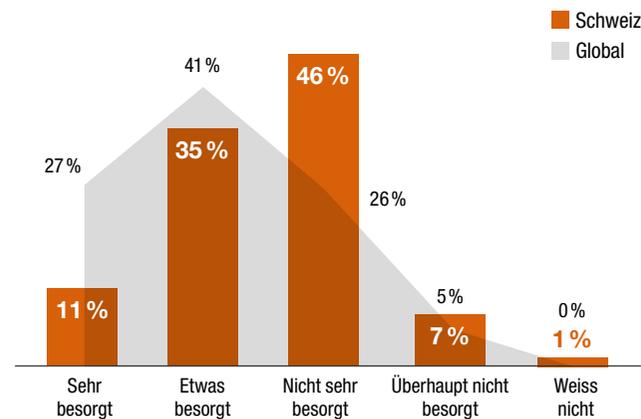


Abbildung 3: Schweizer Entscheidungsträger fürchten den rasanten Technologiewandel deutlich weniger als der Rest der Welt.

Wie planen Sie, Ihre langfristigen Investitionen in die digitale Transformation als Folge der Pandemie in den nächsten drei Jahren zu verändern?

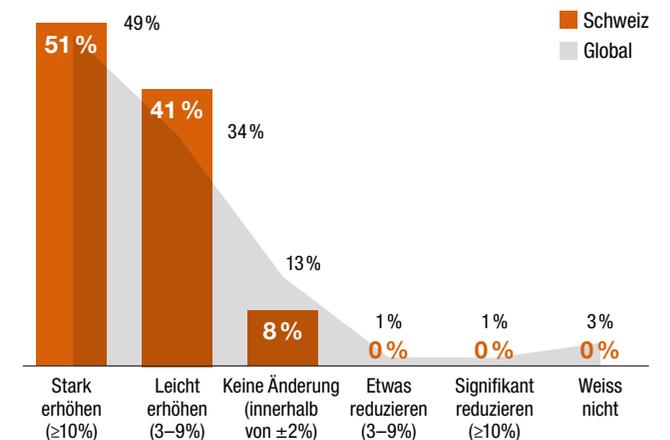


Abbildung 4: Als Folge von COVID-19 setzen Schweizer CEOs verstärkt auf die digitale Transformation.

Differenzieren, digitalisieren, innovieren

Innovation steht traditionsgemäss ganz oben auf der Agenda der Schweizer CEOs. Die COVID-19-Krise hat diese Einschätzung akzentuiert. 59 % der Studienteilnehmenden glauben, mehr dafür tun zu müssen (global: 55 %). Diese Resultate erstaunen wenig, ist Innovation doch ein Schlüsselfaktor der Schweizer Wettbewerbsfähigkeit und tief in der lokalen Kultur verankert. Dadurch erhält sie eine strategische Dimension. Die Digitalisierung und steigende Nachhaltigkeitsansprüche haben die Möglichkeiten, in Innovation zu investieren, exponentiell ansteigen lassen. Das erfordert eine konsequente Ausrichtung der Innovationsinvestitionen auf die strategischen Ziele des Unternehmens.

55 % der Schweizer Entscheidungsträgerinnen und -träger möchten als Folge der Pandemie ihre 3-Jahres-Investitionen in Forschung und Entwicklung sowie in Produktinnovationen erhöhen. Auf internationaler Ebene sind es 58 % der Befragten. Manche Produkte und Dienstleistungen erweisen sich in der Pandemie als überholt. Sie halten den veränderten Kundenbedürfnissen und dem starken Wettbewerb nicht mehr unbedingt stand. Ihr Zugang muss (neuen) gesetzlichen Vorgaben und einer globalen Lieferkette entsprechen. Deshalb brauchen die Unternehmen mittelfristig neue Angebote und Nutzenversprechen, die das digitale Konsumentenverhalten besser aufgreifen, sich über Onlinekanäle verkaufen lassen, dem geschärften Umweltbewusstsein gerecht werden, stärker personalisiert und mit Zusatzleistungen und Daten angereichert werden können.

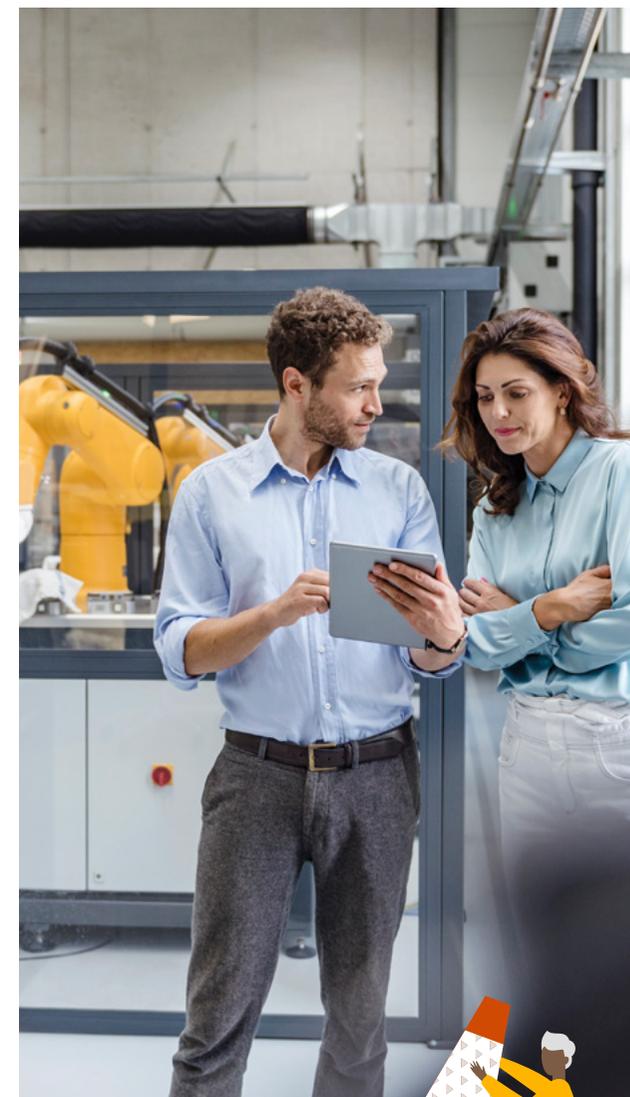
Geschärfter Blick für Risiken

Mit der Pandemie ist auch das Bewusstsein für die damit verbundenen Risiken gestiegen. Immer mehr CEOs erachten es als zentral, diese in ihr Risikomanagement zu

integrieren. So richten 92 % der Schweizer Studienteilnehmenden ihr Augenmerk verstärkt auf systemische Risiken und Ereignisse mit geringer Wahrscheinlichkeit und hoher Auswirkung (global: 90 %). Diese Aussage deckt sich mit der gestiegenen Besorgnis um Pandemien als Bedrohung. Da die Auswirkungen von Risiken rückblickend beurteilt werden (Erfahrungswerte), gaben die Befragten Ereignissen wie Pandemien in den Vorjahresstudien deutlich weniger Gewicht als in der aktuellen Erhebung.

Auch die Prioritätenliste des strategischen Risikomanagements haben die Schweizer CEOs neu aufgesetzt. Ganz oben sehen sie mit 84 % Cyberbedrohungen (vgl. Themenschwerpunkt «Cybersecurity» ab Seite 10). An zweiter Stelle stehen Pandemien (74 %), dann die Verfügbarkeit von Schlüsselqualifikationen (64 %), die Geschwindigkeit des technologischen Wandels (63 %) und Wechselkursvolatilität (50 %).

88 % der Schweizer CEOs wollen die Risikotoleranz ihres Unternehmens neu bewerten (global: 92 %). 77 % fassen eine Digitalisierung der Risikomanagementfunktion ins Auge (global: 85 %). 59 % der Befragten gedenken, gewisse Aspekte der Risikominimierung, die üblicherweise in den Händen von Staat und multilateralen Organisationen liegen, selber zu übernehmen. Bei den globalen Kolleginnen und Kollegen sind es 75 %. In der Schweiz konnten die Unternehmen nach Ausbruch von COVID-19 sehr schnell auf Soforthilfen wie Kurzarbeitsentschädigung, Überbrückungsgelder oder A-fonds-perdu-Beiträge zählen. In anderen Ländern hat diese Hilfe gedauert. Das könnte erklären, warum weniger CEOs in der Schweiz den Weg der Selbsthilfe einschlagen als ihre internationalen Pendanten. Solche Betrachtungen sollten die Aspekte Liquidität und Betriebskapital gleichermaßen enthalten. Das bedingt eine Szenarioplanung nicht nur aus der Cash-Perspektive, sondern integriert aus makroökonomischer und branchenspezifischer Sicht.





Als Antwort auf die Pandemie haben viele Firmen höchst innovativ gehandelt und gezielt investiert. Das ist Ausdruck der ausgeprägten Zuversicht von Schweizer CEOs.»

Reto Brunner, Partner Advisory, PwC Schweiz

Von der Globalisierung zur Glokalisierung

78 % der Studienteilnehmenden möchten intensiver mit Lieferkettenpartnern zusammenarbeiten, um Risiken gemeinsam zu bewältigen (global: 84 %). Die Pandemie hat die Lieferkette in den Mittelpunkt gerückt. Die meisten grossen Schweizer Unternehmen verfügen aufgrund ihrer Aussenhandelsaktivitäten über internationale Lieferketten. Das erklärt den tieferen Wert zur globalen Einschätzung. Derzeit zeichnet sich ein Paradigmenwechsel hin zu einer lokalen Lieferkette ab. Dieses Umdenken wird von der zunehmenden Digitalisierung angetrieben, entstand also schon vor COVID-19. Mithilfe von neuen Technologien lassen sich personalintensive Arbeitsschritte standardisieren und automatisieren. Das führt dazu, dass die Unternehmen gewisse Wertschöpfungstätigkeiten – etwa die Buchhaltung oder Teile der Produktion – aus Kostenerüberlegungen weniger häufig ins Ausland auslagern. Der pandemiebedingte Digitalisierungsschub könnte bewirken, dass Teile der Wertschöpfung und damit der Lieferketten wieder vermehrt in der Schweiz stattfinden. Zudem werden 71 % der Schweizer Studienteilnehmenden im Rahmen der COVID-19-Krise ihre langfristigen Investitionen in die Realisierung von Kosteneffizienz erhöhen (global: 76 %).

Auf soliden Grund gebaut

Das Vertrauen der befragten CEOs in den Wirtschaftsstandort Schweiz ist im Vergleich zu anderen Ländern hoch. Zwar äussern sie Bedenken in diversen Bereichen. Doch sie schätzen die Bedrohungslage deutlich milder ein als ihre internationalen Kolleginnen und Kollegen (vgl. Abbildung 5).

Das Sorgenbarometer schlägt in der Schweiz mit 93 % bei Cyberbedrohungen und mit 81% bei der Überregulierung aus. COVID-19 hat das Bewusstsein für Gefahren aus dem Cyberspace akzentuiert (mehr dazu im Themen-

schwerpunkt «Cybersecurity» ab Seite 10). Die liberale und soziale Marktwirtschaft in der Schweiz hat ein zu intensives Eingreifen des Staates noch nie gutgeheissen. Denn regulatorische Vorgaben wirken sich ökonomisch negativ aus; sie beschneiden die Profitabilität. Offenbar herrscht ein Bedürfnis nach gleichen Regeln, die ökonomische Freiheit zulassen. Ziel solcher Regelungen soll es sein, Transparenz zu schaffen und Vergleichbarkeit zu ermöglichen.

Im Hinblick auf die Umsetzung geopolitischer Zielsetzungen – zum Beispiel Klimaziele – muss der Staat in mikroökonomische Mechanismen eingreifen. Bei der Nachhaltigkeit wird das mittlerweile sogar erwartet (mehr dazu im Themenschwerpunkt «Nachhaltigkeit» ab Seite 16).

Populismus stellt für 66 % der Schweizer CEOs eine Gefahr dar. 2020 lag dieser Wert bei nur 57 %. In der Schweiz haben populistische Debatten zu identitären Fragestellungen wie der Zuwanderung zugenommen. Den Schweizer Entscheidungsträgern scheinen diese zunehmend Kopfzerbrechen zu bereiten.

Gerade die Themen Überregulierung und Populismus haben gegenüber 2020 besonders zugelegt. Dieselbe Einschätzung ist für steigende Steuerpflichten zu beobachten. Die Besorgnis könnte unter anderem in den noch nicht vollständig absehbaren Folgen der Steuerreform und AHV-Finanzierung (STAF) begründet liegen.² Ausserdem ist es für international tätige Konzerne in der Schweiz schwer abschätzbar, wie sich die immer intensiveren globalen Steuerregulierungs- und -harmonisierungsvorgaben auswirken. Gesunken gegenüber der Vorjahreserhebung sind in der Schweiz die Sorgen um Protektionismus und Währungsschwankungen, eventuell als Resultat aus der amerikanischen Präsidentenwahl 2020.

² Vgl. Steuerreform und AHV-Finanzierung (STAF) – Die wichtigsten Entwicklungen zur Steuervorlage 17 im Überblick; www.pwc.ch/staf

Wie besorgt sind Sie über die folgenden Bedrohungen für Ihr Unternehmen?



Abbildung 5: Das aktuelle Bedrohungsbarometer zeigt in der Schweiz die grössten Ausschläge bei Überregulierung, Cyberbedrohungen, Pandemien und andere Gesundheitskrisen.

Die grössten Differenzen zwischen der Schweizer und der weltweiten Einschätzung liegen bei politischen und steuerpolitischen Unsicherheiten, steigenden Steuerpflichten, wirtschaftlicher Ungleichheit, Pandemien, unsicherer Wirtschaftsentwicklung oder sozialer Instabilität. Insgesamt werten die Schweizer CEOs diese Themen deutlich weniger besorgniserregend als ihre internationalen Pendanten. Arbeitslosigkeit sehen nur 37 % der Schweizer Befragten als kritisch, hingegen fast zwei Drittel (60 %) der globalen Studienteilnehmenden. Nur knapp die Hälfte äussert mangelndes Vertrauen in die Wirtschaft.

Die Einschätzung der Bedrohungsprioritäten durch die hiesigen CEOs bringt die systemische Grundkonstellation der Schweiz zum Ausdruck. Unser Land verfügt über ein höchst stabiles Sozialsystem mit griffigen Auffangmechanismen für mittellose Menschen. Damit lässt sich auch die Kriminalität überblicken. Sozialer Konsens ist ein fruchtbarer Nährboden für sachdienliche und nachhaltige politische Entscheidungen. Solche wiederum gewähren Planungssicherheit für Unternehmen und fördern das Vertrauen in einen Standort. Kommen in der Krise keine zusätzlichen sozialen und politischen Unsicherheiten hinzu, dann können sich sowohl die Regierung als auch die Wirtschaftsindividuen besser auf deren Bewältigung konzentrieren. Ausserdem profitiert die Schweizer Wirtschaft gerade in schwierigen Zeiten von der Anziehungskraft ihrer renommierten Hochschulen und Universitäten, vom Nimbus der Swissness, von ihrer namhaften Innovationskraft und einer nach wie vor hohen steuerlichen Attraktivität. Der Preis, den die Schweiz für dieses krisenresiliente System bezahlt, ist der starke Schweizer Franken.





03 Cybersecurity

Schützen ist gut,
stärken ist besser

Alte Bedrohung, neue Brisanz

Auf der Liste der potenziellen Bedrohungen für die Wachstumsaussichten ihrer Unternehmen sehen die Schweizer CEOs Cyberrisiken mit 43 % auf Rang zwei. Dieser Wert lag in der Vorjahresstudie noch bei 26 % (Rang 3). Der drastische Besorgnissprung hat mehrschichtige Ursachen: Schweizer Unternehmen haben Cyberbedrohungen bisher schlicht unterschätzt. 2020 kamen zahlreiche Vorfälle in die Medien – manche sogar mit konkreten Kosten resultierend aus einem Cyberangriff. Das hat das Thema verstärkt auf den Radar der Führungsgremien geschoben. Die Pandemie hat die Aktualität zusätzlich verschärft. Denn mit dem Ausbruch von COVID-19 und der breiten Aktivierung von Heimarbeitsplätzen mussten die Unternehmen IT-seitig neue Arbeitsmodelle und Formen der Zusammenarbeit abbilden. Sie mussten neue Plattformen und Anwendungen ausrollen,

orchestrierten die Teile der Hardwarelandschaft neu, gingen in die Cloud oder bauten neue Schnittstellen. Aufgrund von Home-Office und Telearbeit wurden Prozesse anfälliger, gleichzeitig die Kontroll- und Überwachungsmechanismen schwieriger. In der Folge entstanden Lücken und zusätzliche Schlupflöcher, die Kriminellen und Bedrohungsakteuren zusätzliche Gelegenheiten boten. Und schliesslich ist die Professionalität der Cyberkriminellen über die letzten Monate weiter gewachsen. So kamen Unternehmen ins Fadenkreuz, die sich selbst in der Vergangenheit niemals gefährdet glaubten.

CEOs sind alarmiert

93 % der befragten Schweizer CEOs äussern ihre generelle Besorgnis bezüglich Cyberbedrohungen (vgl. Abbildung 6). Der Rest der Führungswelt ist mit 85 %

Wie besorgt sind Sie über Cyberbedrohungen?

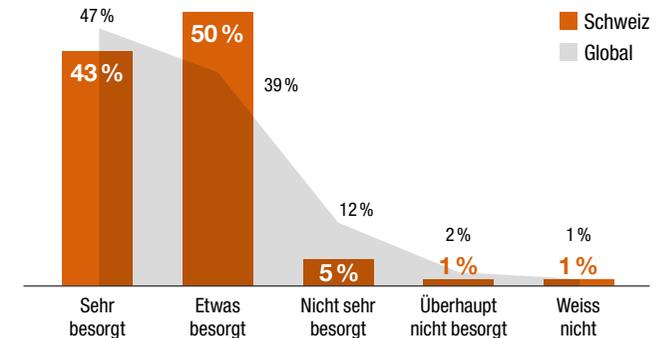


Abbildung 6: Die allgemeine Besorgnis von Schweizer CEOs über Cyberbedrohungen ist enorm hoch.

ebenfalls stark besorgt, auch wenn der Anteil leicht tiefer liegt. Erstens zeichnen sich Schweizer Unternehmen traditionsgemäss durch grosses Sicherheitsbewusstsein aus. Zweitens geniessen Datenschutz und die Wahrung von Persönlichkeitsrechten in der Schweiz einen hohen Stellenwert. Wer diese beiden Aspekte als Teil der Cybersecurity sieht, gerät in Unruhe, wenn sie in Frage stehen. Trotzdem haben Schweizer Unternehmen das Risiko von Cyberbedrohungen bisher unterbewertet. Drittens tauscht sich der C-Level in einem kleinen Land wie der Schweiz regelmässig aus. Wer aus erster Hand von einem Vorfall erfährt, macht sich automatisch Sorgen. Viertens wies die Schweiz noch vor COVID-19 im Vergleich zum nahen Ausland erhebliche Defizite in der Digitalisierung auf, zum Beispiel bei der Adaption von Cloudservices. Da die Pandemie der Digitalisierung einen ungeahnten Drive verlieh, entstand gleichzeitig eine Überempfindlichkeit auf das Thema.

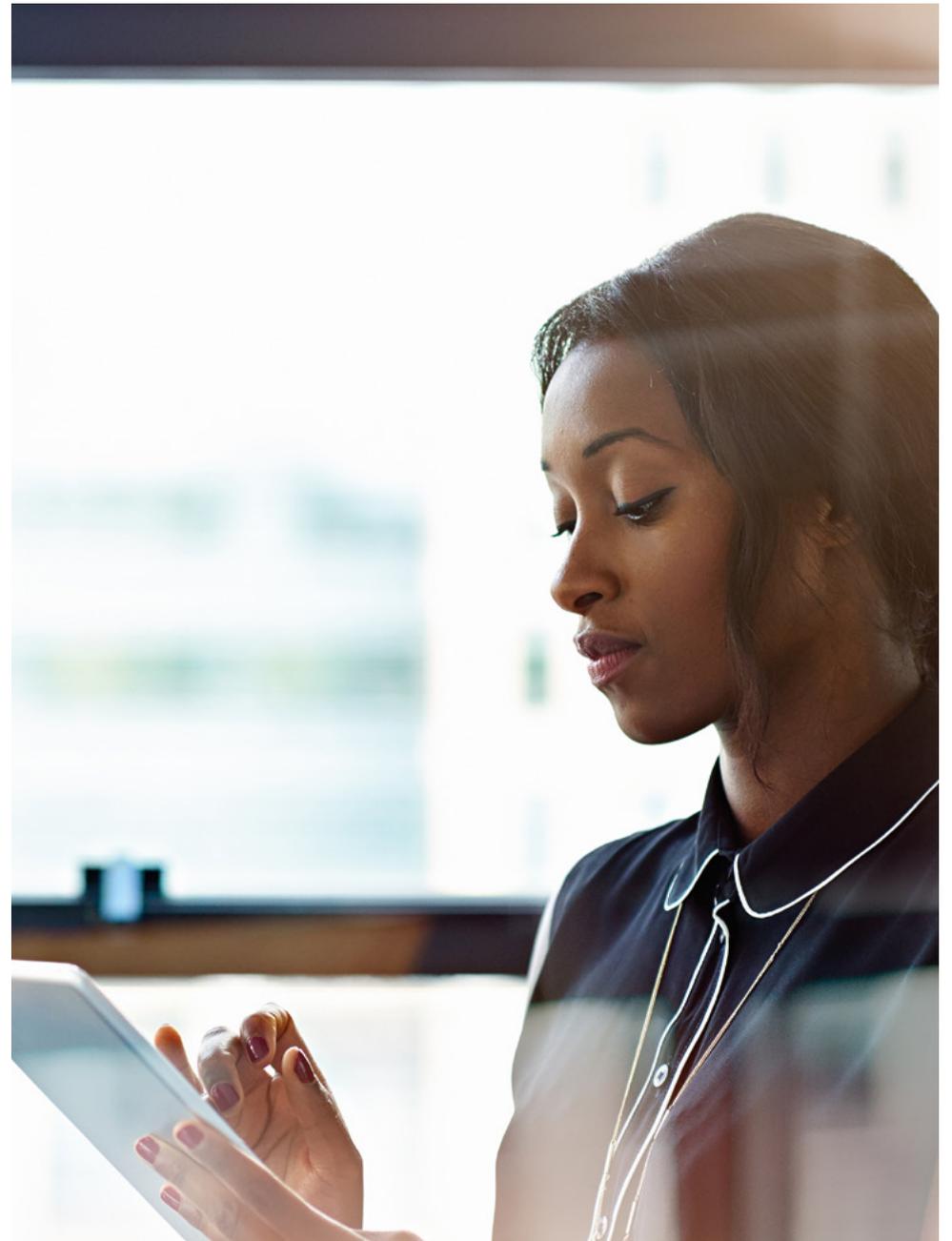
Strategieziel Cyberresilienz

Nicht nur die Virologen, sondern auch die Cyberexperten sprechen von Resilienz. Diese beschreibt die Widerstandsfähigkeit eines Unternehmens gegen Cyberangriffe. Und sie resultiert aus einem geschlossenen Kreislauf aus Gefahrenerkennung (identifizieren), geeigneten Schutzmassnahmen (schützen), überwachenden Kontrollen (erkennen), Krisenfähigkeit und Fähigkeit, einen Cybervorfall zu handhaben (reagieren), um letztlich gestärkt daraus hervorzugehen (wiederherstellen). Auch mit regelmässigen Trainings und Simulationen können die Unternehmen ihre Cyberresilienz kontinuierlich verbessern.

Besonders beim Erkennen tun sich Schweizer Unternehmen nach wie vor schwer. Sie haben traditionsgemäss stark in den Schutz investiert. Der Schadensmoment eines Cyberangriffes ist nicht unmittelbar und bahnt sich in den meisten Fällen an. Wer diese Zeichen dank Detektion frühzeitig erkennt, erhöht das präventive Momentum seiner Cyberresilienz. Diese ist denn auch die Grundlage, um auf eine Cyberattacke reagieren zu können, sogar während einer COVID-19-Krise. Bisher haben die Unternehmen mit ihren Sicherheitsdispositiven kaum massive cyberspezifische Schadensfälle abgebildet, zum Beispiel einen Gesamtausfall der IT-Mittel aufgrund einer Cyberattacke, wie wir es in der letzten Zeit vermehrt beobachten können. Sie haben einen regionalen Stromausfall oder den Brand im Serverraum, eventuell sogar den Totalausfall eines Rechenzentrums geplant und durchgespielt. Nicht aber ein Szenario, wonach die gesamte IT-Infrastruktur verschlüsselt wird und der Zugang nicht nur zu den Daten, sondern auch zu den Backup-Informationen nicht mehr möglich ist.

Mehr ist noch nicht genug

46 % der Schweizer CEOs sind der Meinung, dass ihre Organisation mehr Massnahmen im Bereich Cybersecurity und Datenschutz ergreifen sollte. Weltweit sind es 36 %. Immerhin geben 77 % der Schweizer Studienteilnehmenden an, dass sie ihre Langzeitinvestitionen für Cybersecurity und Datenschutz als Resultat der COVID-19-Krise erhöhen wollen. Dieser Wert liegt leicht über der globalen Einschätzung. Im Hinblick auf die aktuelle Sicherheitsmaturität der Unternehmen sollte er allerdings näher bei 100 % liegen. Gerade bei der Krisenplanung bestehen in der Schweiz grosse Unterschiede. Es existieren unzählige einzelne Programmelemente, doch selten eine übergeordnete Strategie. Die Pandemie und die damit einhergehende Digitalisierung haben die Transformation der Unternehmen und deren Prozesse vorangetrieben; der Sicherheitsansatz hingegen wurde nicht zeitgleich oder gar nicht transformiert. Hier gilt es, Sicherheitsorganisation und Business stärker zu verbinden.



Faktor Mensch einbeziehen

Pandemiebedingt gehören Home-Office und Videokonferenzen zur neuen Normalität. Allerdings beeinträchtigen die neuen Technologien und Anwendungen den persönlichen Austausch, was das Umgehen von mitdenkenden Menschen für Cyberangreifer einfacher macht. Noch immer investieren die Unternehmen ungenügend in die Sicherheitsausbildung ihres Personals. Wachsame Mitarbeitende sind Teil einer wirksamen Früherkennung. Eine solche gilt es mit einer hohen Reaktionsfähigkeit durch Menschen und Technologien zu ergänzen. Dieses doppelte Potenzial schöpfen die Unternehmen aktuell noch zu wenig aus. Unternehmen sollten sich zudem Richtung fehlertolerante Kultur weiterentwickeln. Es ist besser, Mitarbeitende, die versehentlich auf ein Phishing-Mail geantwortet haben, zu bestärken, das zu melden. So lässt sich ein potenzieller Schaden früh erkennen und präventive Massnahmen ergreifen.

Regulierung beeinflusst Risikomanagement

84 % der Schweizer CEOs decken Cyberbedrohungen mit ihrem Risikomanagement ab. Global sind es lediglich 59 %. Das reflektiert die Tatsache, dass in der Schweiz manche Branchen stark reguliert sind, zum Beispiel die Finanzdienstleister. Für solche gehören Cyberbedrohungen von Gesetzes wegen in den alltäglichen Umgang mit Risiken. Die Frage, ob ihr Unternehmen im Bereich Cybersecurity und Datenschutz mehr berichten sollte, beantworteten 25 % der Schweizer CEOs mit Ja, nur 2 Prozentpunkte mehr als die Kollegen weltweit. Hinsichtlich Offenlegung scheinen die Entscheidungsträger keinen Handlungsbedarf zu sehen.

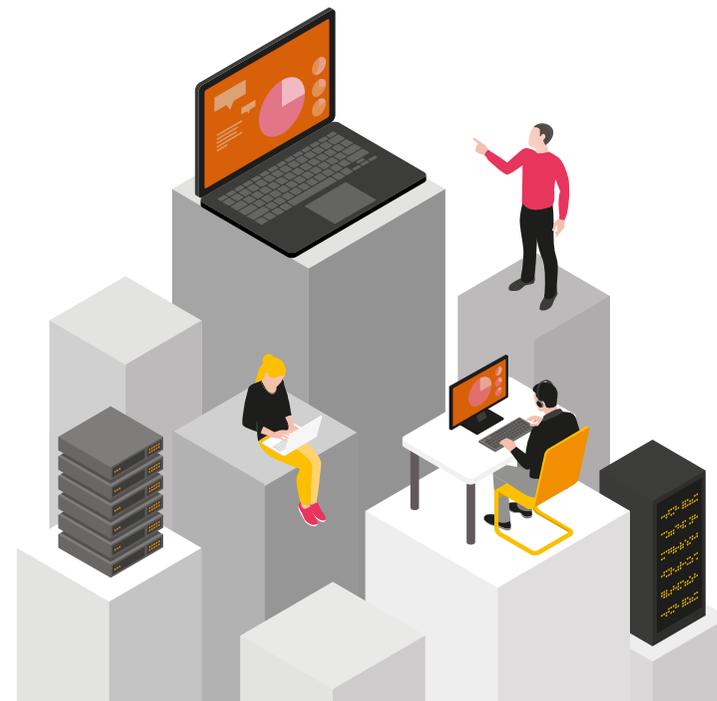
Informationssicherheit gewährleisten

59 % der Schweizer CEOs äussern sich besorgt über Fehlinformationen. Das deutet darauf hin, dass die Dunkelziffer der Fälle und deren Schweregrad immer noch hoch sind. Dieses Resultat könnte auch auf die Befürchtung hinweisen, dass Cyberkriminelle Informationen abgreifen und verfälschen, die entweder die Geschäftsentwicklung beeinträchtigen oder zu Fehlentscheidungen führen. In cyberbewussten Unternehmen informieren Chief Information Security Officer (CISO) die Verantwortungsträger regelmässig darüber, welche Bedrohungen, Risiken, Akteure und Arten von Angriffen geschäftsrelevant sind und mit welchen Massnahmen sie ihre Sicherheitsmaturität verbessern.



«Die Unternehmen sollten die Transformation ihrer Sicherheitsorganisation stärker an diejenige ihres Business knüpfen.»

Urs Küderli, Partner Cybersecurity and Privacy, PwC Schweiz





04 Upskilling

Schweizer Unternehmen auf dem richtigen Weg

Die Verfügbarkeit von Kompetenzen bereitet grosse Sorge

64 % der CEOs in der Schweiz machen sich um die Verfügbarkeit von Kernkompetenzen Sorgen. Das ist zwar weniger als die 2020 erhobenen 69 %, aber immer noch stattlich. Der Rest der Welt teilt diese Sorge: Ob die Mitarbeitenden über die Kompetenzen verfügen, die sie für die laufenden Transformationen benötigten, scheint die CEOs stark zu beschäftigen.

Es stellt sich die Frage, ob diese Zahlen mit COVID-19 zusammenhängen. Dass die Sorge um Kernkompetenzen geringer ist als im Vorjahr, erscheint angesichts der beispiellosen Unsicherheit über Wirtschaft und Gesellschaft auf den ersten Blick widersprüchlich. Wir halten den Rückgang um fünf Prozentpunkte nicht unbedingt für

statistisch signifikant. Fakt ist: Fast zwei Drittel der CEOs sind besorgt. Unserer Meinung nach hat der leichte Rückgang der Besorgtheit mit der Anpassungsfähigkeit, Agilität und Widerstandskraft der Mitarbeitenden im letzten Jahr zu tun. Ebenso mit ihrer Bereitschaft, sich im Zug der breit angelegten Umstellung auf Heimarbeit praktisch über Nacht neue digitale Kompetenzen anzueignen. Die Mitarbeitenden haben den CEOs ihre Flexibilität bewiesen. Bei der Vorbereitung auf eine Zukunft, in der Anpassungsfähigkeit so wichtig sein wird, ist das beruhigend.

Die Umfrageergebnisse werden durch persönliche Gespräche mit Schweizer CEOs bestätigt. Diese machen deutlich, dass sie die Verfügbarkeit von Talenten zwar als das grösste, mit viel Arbeit und Mühe verbundene Risiko betrachten. Trotzdem sind sie zuversichtlich, diese Herausforderung zu meistern.

Investitionen in Talente und Fokus auf Kosteneffizienz widersprechen sich nicht

Die meisten Schweizer CEOs (65 %) wollen wegen der COVID-19-Krise langfristig mehr in Führungskräfte- und Talententwicklung investieren. Das liegt wahrscheinlich daran, dass COVID-19 viele Unternehmen gezwungen hat, ihr Geschäftsmodell zu überdenken, um wettbewerbsfähig zu bleiben. Dabei müssen sie sich fragen, welche Talente und Kompetenzen nötig sind, um jetzt und in der Zukunft erfolgreich zu sein (und nicht nur, um Kosten zu kontrollieren). Sie begreifen, dass es darauf ankommt, Mitarbeitende mit passenden Talenten, Kompetenzen und Verhaltensweisen für transformierte Geschäftsmodelle sowie die richtigen Führungskräfte für das Management dieser Entwicklung zu haben.

Auf den ersten Blick scheinen diese Pläne, mehr in die Führungskräfte- und Talententwicklung zu investieren, nicht zu jenem Umfrageergebnis zu passen, wonach 71 % der CEOs auch langfristig mehr in Kostensenkungsinitiativen investieren wollen. Bei näherer Betrachtung sind diese Aussagen hingegen nicht widersprüchlich: Es gibt einen direkten Zusammenhang zwischen Upskilling (im Gegensatz zur Entlassung vorhandener Mitarbeitender und Einstellung neuer Talente) und Kosteneffizienz. Die Herausforderung bei einer schnellen Transformation besteht darin, neue Kompetenzen aufzubauen, indem man nicht mehr benötigte Kapazitäten abbaut und die Mitarbeitenden den neuen Bedürfnissen des Unternehmens entsprechend umschuldet. Tatsächlich ist Upskilling wesentlich kostengünstiger, als Talente einzukaufen. Mitarbeitende zu entlassen und externe Kräfte neu einzustellen kann einschliesslich der Onboarding-Kosten gut und gerne sechs bis zwölf Monatsgehälter kosten. Und selbst dann ist nicht garantiert, dass sich die neue Kollegin oder der neue Kollege in einer bestehenden Kultur zum Leistungsträger entwickelt. Das Upskilling vorhandener Mitarbeitender ist längst nicht so teuer und – da die Mitarbeitenden motiviert sind – auch weniger riskant. Zudem geht weniger Know-how verloren.

Investitionen in die Kultur sind für Technologie und Automatisierung erfolgsentscheidend

Auf die Frage, wo sie ihre Personalstrategie ändern wollen, antworten 45 % der Schweizer CEOs, Änderungen ihrer Unternehmenskultur würden sich am stärksten auf die Wettbewerbsfähigkeit ihres Unternehmens auswirken. Die Pandemie hat klar gezeigt, dass wir heute ganz anders arbeiten müssen als früher. Ursprünglich lag der Fokus auf den digitalen Fähigkeiten der Mitarbeitenden für Telearbeit. Jetzt achten die Unternehmen auf Nachhaltigkeit und langfristige Fähigkeiten: Flexibilität, Widerstandskraft, Agilität, Anpassungsfähigkeit und lebenslanges Lernen. Selbst vor COVID-19 waren diejenigen Unternehmen am erfolgreichsten, denen die Bedeutung

eines echten Kulturwandels klar war. Die Krise hat noch mehr Führungskräften in der Schweiz gezeigt, dass sie die Kultur und das Verhalten ändern müssen, auf denen Erfolg und Wettbewerbsfähigkeit langfristig beruhen.

An dieser Stelle liegt ein Vergleich mit den Ergebnissen der globalen Umfrage nahe: Weltweit hat die Produktivitätssteigerung durch Automatisierung und Technologie höchste Priorität (36 %). Das könnte zu der Annahme führen, dass die Schweizer CEOs mit ihrer Betonung des Kulturwandels gegen den Strom schwimmen. Im Gegenteil: Unserer Meinung nach liegen die Schweizer CEOs richtig. Sie denken langfristig. Natürlich betrachten sie Automatisierung und Technologie als wichtig, aber sie erkennen, dass dies in vielerlei Hinsicht die einfachere Seite der Gleichung ist. Menschen sind komplexer als Maschinen;

wir brauchen die richtigen Kompetenzen und Verhaltensweisen sowie die richtige Kultur, damit die Mitarbeitenden produktiv bleiben, indem sie Hand in Hand mit Technologien arbeiten und sie unterstützend einsetzen.

Langfristiges Denken und Nachhaltigkeit gehören zur DNA der Schweizer Wirtschaft. Während in vielen Ländern oft reflexartig Mitarbeitende entlassen und durch Maschinen ersetzt werden, betrachten die Unternehmen hierzulande gern das ganze Bild und bedenken die kulturellen und sozialen Auswirkungen. Sie erachten den Kulturwandel als entscheidende Voraussetzung für Widerstandsfähigkeit und begreifen, dass Faktoren wie der Unternehmenszweck, das richtige Verhalten, Vielfalt und Inklusion sowie die körperliche und psychische Gesundheit ihrer Mitarbeitenden Bausteine dieser Widerstandsfähigkeit sind.

Wie besorgt sind Sie über die Verfügbarkeit von Kernkompetenzen?

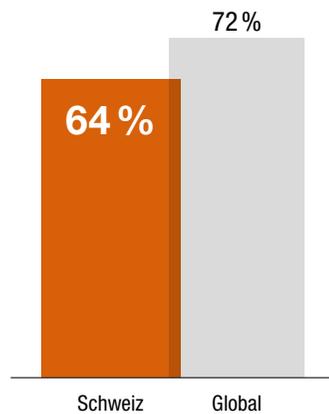


Abbildung 7: Verfügbarkeit von Kernkompetenzen



Sollten qualifizierte, gebildete und anpassungsfähige Mitarbeitende eine Priorität der Regierung sein?

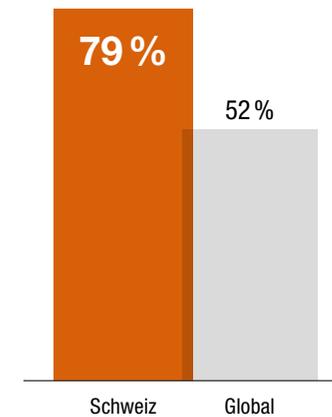


Abbildung 8: Qualifizierte, gebildete und anpassungsfähige Mitarbeitende als Priorität der Regierung

Fokus in der Schweiz auf der Rolle der Regierung

In der Schweiz wird mehr Wert auf hoch qualifizierte Mitarbeitende gelegt als in der übrigen Welt. 79 % der Schweizer Studienteilnehmenden betrachten kompetente, gut ausgebildete und anpassungsfähige Mitarbeitende als eine der wichtigsten Voraussetzungen für unternehmerischen Erfolg (gegenüber nur 61 % weltweit). 79 % der Schweizer CEOs sehen dies als Priorität der Regierung (gegenüber 52 % weltweit). Diese Zahlen widerspiegeln, welche Art von Kompetenzen die Schweiz benötigt und wie sie diesen Bedarf deckt.

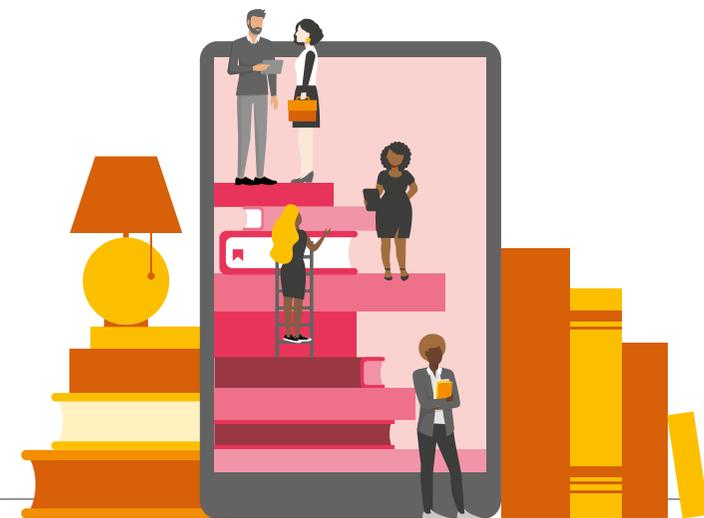
Die Schweiz ist ein kleines Land, das für seine Grösse ausserordentlich erfolgreich ist, aber ein begrenztes Angebot an Talenten für globale und führende Unternehmen jeder Grösse hat. Die volkswirtschaftlich zentralen Sektoren Finanzdienstleistungen, Pharmazie und Spezialmaschinenbau haben einen enormen Bedarf an hoch qualifizierten Mitarbeitenden. Das duale Bildungs- und Ausbildungssystem des Landes mit seinen hoch strukturierten Ausbildungswegen – sowohl für eher akademisch ambitionierte junge Menschen als auch für diejenigen, die sich für eine Lehre entscheiden – wird dieser Anforderung gerecht. Das gut etablierte Lehrlingssystem der Schweiz basiert auf einem engen Zusammenspiel von Schulen und Unternehmen. Es existiert also bei der Entwicklung und Bereitstellung von Talenten eine starke Tradition der Zusammenarbeit zwischen dem privaten und dem öffentlichen Sektor. Die staatliche Ausbildungs- und Bildungspolitik und die Unternehmen vor Ort sind stärker miteinander verbunden als in vielen Teilen der Welt.

Wie andere kleine, wirtschaftlich erfolgreiche Länder begreift die Schweiz, dass alles mit allem zusammenhängt. Die Sicherstellung eines qualifizierten Arbeitskräfteangebots ist eine gesellschaftliche Aufgabe, bei der Politik, Gewerkschaften, Unternehmen und andere Akteure der Gesellschaft eine Rolle spielen. Öffentlich-private Allianzen in anderen Teilen der Welt treiben diese Bemühungen erfolgreich voran (zum Beispiel Singapur und Luxemburg). Die Unternehmen in der Schweiz – insbesondere KMUs mit begrenzten Weiterbildungsressourcen – wissen, dass sie ohne eine nationale und kantonale Strategie und ohne Ökosystem, das diese Anspruchsgruppen zusammenbringt, keine langfristigen Antworten auf diese Herausforderung finden.



Die Schweizer CEOs wissen, dass Technologie und Automatisierung zwar der Schlüssel zu Wettbewerbsfähigkeit sind, dass aber Menschen die komplexere Seite der Gleichung sind – und daher noch mehr Aufmerksamkeit erfordern.»

Jose Marques, Partner People and Organisation and Leader New world. New skills., PwC Schweiz



Eine Frage mit politischer und regulatorischer Dimension

Ambitionierte Klima- und Emissionsziele

Die Besorgnis der Schweizer Studienteilnehmenden zu Klimawandel und Umweltschäden ist von 51 % im Vorjahr auf 62 % in der aktuellen Studie gestiegen (vgl. Abbildung 9). Diese Entwicklung ist in den aktuellen Kontext einzubetten, in dem das Thema eine (geo-)politische Dimension aufweist.

Der Bundesrat hat mit der Klimastrategie 2050 das Pariser Klimaübereinkommen konkretisiert. Demnach soll die Schweiz nicht mehr Treibhausgase ausstossen, als natürliche und technische Speicher aufnehmen können. Das bedeutet Netto-Null-Emissionen bis zum Jahr 2050. Des Weiteren hat das Parlament im September 2020 die Totalrevision des CO₂-Gesetzes verabschiedet. Am 13. Juni 2021 soll das Stimmvolk darüber befinden.

Es enthält ein ehrgeiziges Gesamtreduktionsziel von 50 % bis 2030 gegenüber 1990. Unter anderem sollen damit die Emissionshandelssysteme der Europäischen Union (EU) und der Schweiz miteinander verknüpft werden.

Immer häufiger Sache der Regierung

45 % der Befragten erachten den Kampf gegen Klimawandel und Umweltschäden als Sache der Regierung. Auf internationaler Ebene sind es nur 34 % (vgl. Abbildung 10). Nur ein gutes Drittel der Schweizer CEOs (35%) sieht es als Priorität der Wirtschaftsakteure selbst. Traditionsgemäss werden Regierungseingriffe in der Schweiz als Einschränkung der marktwirtschaftlichen Freiheit gesehen. Das Studienresultat reflektiert den immer lauterem Ruf nach einem «level playing field», also

Wie besorgt sind Sie, wenn überhaupt, über den Klimawandel und Umweltschäden?

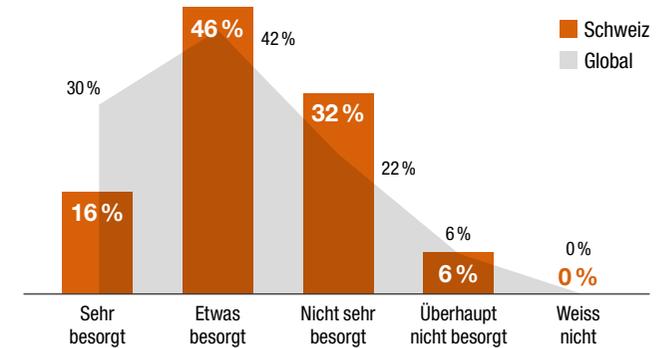


Abbildung 9: Fast zwei Drittel der befragten Schweizer CEOs sind besorgt über Klimawandel und Umweltschäden.

nach einem Wettbewerbsumfeld eingeebneter, gleicher Bedingungen. Ein regulatorischer Rahmen wird der Selbstinitiative vorgezogen, weil er gleich lange Spiesse für alle ermöglicht und Wettbewerbsverzerrungen beseitigt. Er ermöglicht zudem den Unternehmen, den Zugang zu Kapital unter gleichen Bedingungen zu sichern und ihre wirtschaftlichen Entwicklungen auf Marktgängigkeit hin voranzutreiben. Sie müssen nicht mehr Grundlagen diskutieren, weil diese allgemein anerkannt sind. Dieses Umdenken ist erst seit COVID-19 zu beobachten und könnte auf eine gewisse Erwartungshaltung aus der Pandemieregulierung zurückzuführen sein. Hier hat der Staat kurzfristig in die unternehmerische Freiheit eingegriffen und gleichzeitig zeitnah entsprechende finanzielle Hilfen zur Verfügung gestellt.

Welche drei dieser Ergebnisse sollten Ihrer Meinung nach in Ihrem Land Regierungsprioritäten sein?

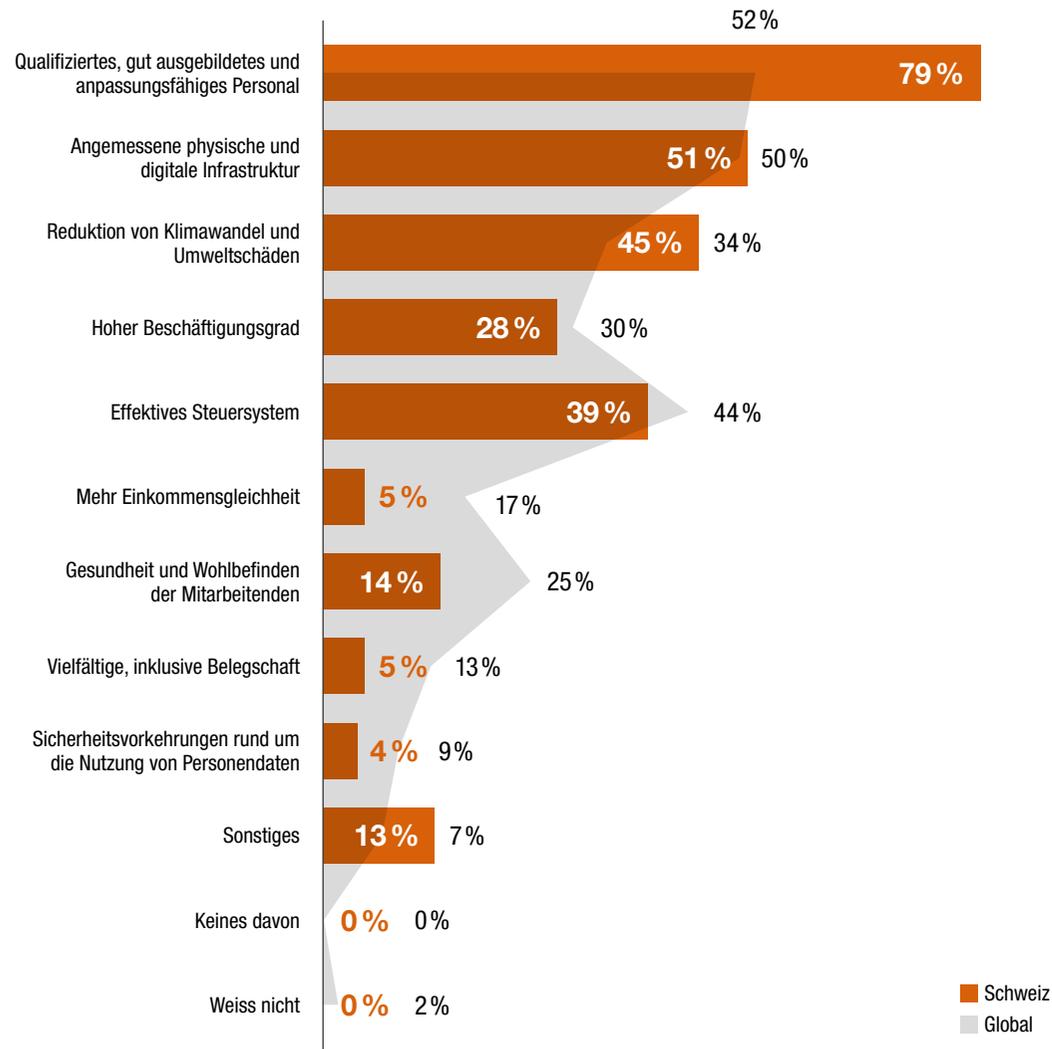


Abbildung 10: Der Ruf nach staatlichen Rahmenbedingungen wird in der Schweiz immer lauter.

Green Deal tangiert ressourcen- und energieintensive Sektoren

Verglichen mit ihren globalen oder westeuropäischen Gleichgesinnten halten die Schweizer Entscheidungsträger Nachhaltigkeit für weniger strategisch prioritär. COVID-19 hat den Punkt auf der Tagesordnung nach hinten verdrängt. Die Befragten CEOs sehen darin auch keine wesentliche Bedrohung für die Wachstumsaussichten ihres Unternehmens (Schweiz: 16 %, global: 30 %). Das hat unter anderem mit der Struktur des Schweizer Arbeitsplatzes zu tun. Dieser ist eher indirekt von Klimaproblemen betroffen, da hier weniger produziert wird als im Ausland. Allerdings ist unklar, inwiefern sich Klimaschutzbestimmungen im Ausland auf Schweizer Unternehmen auswirken und das in die Beurteilung der CEOs in der Schweiz einfließt.

Gerade EU-Länder sind derzeit einem hohen regulatorischen Druck ausgesetzt, insbesondere durch den Green Deal, mit dem die EU die Energiewende vorantreibt. Bis 2030 sollen die Treibhausgasemissionen im Vergleich zu 1990 um 50 % bis 55 % sinken. Um diese Ziele zu erreichen, will die EU sämtliche politischen und wirtschaftlichen Sektoren miteinbeziehen. Die EU-Industrie muss künftig scharfe Umweltauflagen erfüllen. Geplant sind rund 50 sektorenübergreifende Massnahmen in den Bereichen Energie, Gebäude, Industrie und Mobilität. Diese Anordnungen gelten auch für Schweizer Unternehmen mit entsprechender Tätigkeit in der EU oder solche, welche den grenzüberschreitenden Finanzströmen (Finanzierung und Investitionsziele) ausgesetzt sind.

Förderung und Investitionswille korrelieren

Nur 47 % der Schweizer Studienteilnehmenden wollen als Folge der COVID-19-Krise ihre langfristigen Investitionen in Nachhaltigkeit und ESG-Initiativen erhöhen. Weltweit sind es 60 % der Befragten. In manchen Ländern werden erneuerbare Energien wie Wasserstofftechnologien oder Solarkraft stark gefördert. Entsprechend interessant ist es für die Unternehmen, in diesen Bereichen zu investieren. In der Schweiz sind zwar Fördermöglichkeiten vorhanden, doch werden sie nur zurückhaltend genutzt oder entsprechen nicht einer klassischen Wirtschafts- oder Sektorförderung.

Transparenzanspruch gesetzlich verankert

Schweizer CEOs erachten Umweltbelange zu 38 % als Schlüsselbereich mit Wirkung und Wert, über den sie mehr berichten sollten (vgl. Abbildung 11). Sie setzen Umweltauswirkungen hinter Innovation auf Platz zwei. Diese Beurteilung dürfte mit dem Abstimmungsausgang der Konzernverantwortungsinitiative (KVI) von November 2020 zusammenhängen. Der angenommene Gegenvorschlag sieht eine allgemeine Berichtspflicht sowie themenspezifische Sorgfaltspflichten in den Bereichen Konfliktmineralien und Kinderarbeit vor. Das Schweizerische Obligationenrecht (OR) wurde in Anlehnung an die Richtlinie 2014/95/ der EU angepasst. Nach dem indirekten Gegenvorschlag werden Unternehmen mit einer Bilanzsumme von mindestens 20 Mio. CHF oder einem Umsatzerlös von mindestens 40 Mio. CHF sowie wenigstens 500 Vollzeitstellen im Jahresdurchschnitt gesetzlich verpflichtet, ab dem Geschäftsjahr 2021 jedes Jahr einen Bericht mit Informationen zu nicht-finanziellen Belangen zu erstellen. Die neue Sorgfaltspflicht wurde inspiriert durch die EU-Verordnung 2017/821 (Konfliktmineralien) und das niederländische Gesetz zur Sorgfaltspflicht bei Kinderarbeit, das seinerseits auf den grundlegenden Konventionen der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO) basiert.

Der Gegenvorschlag seinerseits ist eine logische Konsequenz aus der regulatorisch bedingten Entwicklung der Datenwerterschöpfungskette. Das Bedürfnis nach ESG-relevanten Informationen ist über die letzten Jahre enorm gestiegen. Entsprechend hat der Gesetzgeber der Finanzwelt immer höhere Vorgaben zur Transparenz von Anlagen und Anlegern abverlangt. Heute beziehen Banken, Anlageberater und Analysten ESG-Themen in ihre Leistungsbeurteilung ein. Dafür brauchen sie mehr und bessere Informationen über die Nachhaltigkeit von Anlagen und Finanzierungen. Also verlangen sie, dass die Unternehmen mehr und transparenter über ihre Nachhaltigkeitsziele und -massnahmen berichten. Insgesamt wirkt sich die Regulierung der Finanzwelt so indirekt auf die Realwirtschaft aus.

In welchen der folgenden Schlüsselbereiche mit Wirkung und Wert sollte Ihre Organisation Ihrer Meinung nach mehr berichten?

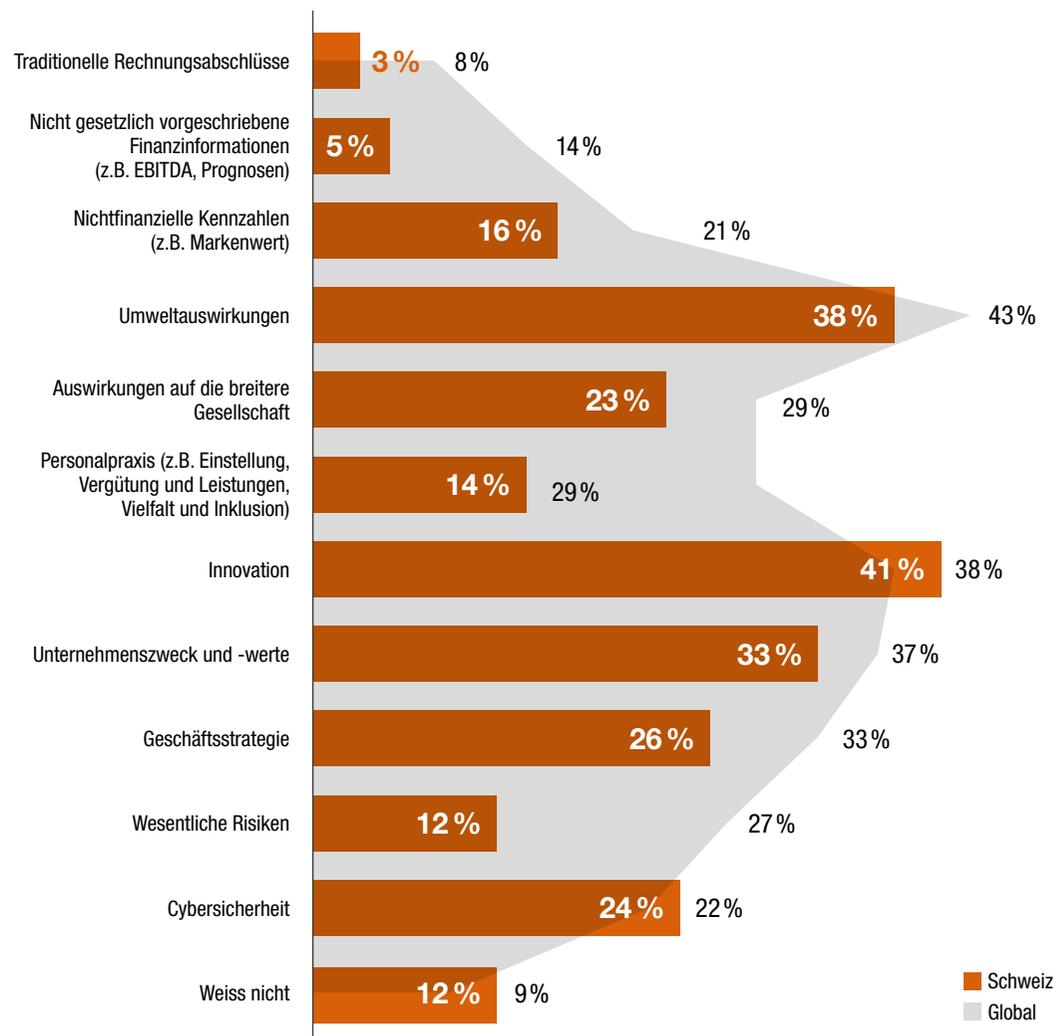


Abbildung 11: Schweizer CEOs rangieren die Berichterstattung von Umweltauswirkungen auf Rang zwei.



ESG-Kriterien machen die holistische Dimension der Nachhaltigkeit deutlich. Darum widerspiegelt die Meinung der Entscheidungsträger immer auch den aktuellen regulatorischen und gesellschaftspolitischen Kontext.»

Christophe Bourgoïn, Partner and Leader Sustainability and Investor Reporting, PwC Schweiz



Die CEOs in der Schweiz erkennen verstärkt, dass transparent aufzuzeigen wie Nachhaltigkeit sich auf die finanzielle Leistungsfähigkeit auswirkt, einen Mehrwert gegenüber den Investoren, den Kunden, den Mitarbeitern und allen weiteren Anspruchsgruppen liefert. Dies trifft insbesondere auf die Industrie-sektoren zu, die als Antwort auf ESG-Herausforderungen Lösungen entwickeln, innovativ denken und dadurch Opportunitäten ergreifen.»

Stephan Hirschi, Director and Sustainability Leader, PwC Schweiz

Kontakt

Globale Studie

Die Ergebnisse und Interpretation des «24th Annual Global CEO Survey» von PwC Global finden Sie auf:

www.ceosurvey.pwc

In der Schweiz für Sie da

Andreas Staubli

CEO, PwC Schweiz

+41 58 792 44 72

andreas.staubli@pwc.ch

ch.linkedin.com/in/andreasstaubli

Jan-Hendrik Völker-Albert

Head of Marketing & Communications, PwC Schweiz

+41 58 792 18 85

jan-hendrik.voelker-albert@pwc.ch

ch.linkedin.com/in/voelker-albert

Danke!

Wir danken allen Studienteilnehmerinnen und -teilnehmern für ihren wertvollen Beitrag zur vorliegenden Publikation. Ebenfalls danken möchten wir allen Experten von PwC Schweiz und aus dem PwC-Netzwerk fürs konstruktive Mitwirken und ihre aufklärenden Interpretationen und Kommentare.

Schweizer Ausgabe: «24th Annual Swiss CEO Survey»

www.pwc.ch/ceo-survey-de