

## Medienmitteilung

### **Videotelefonie, Clouds und Online-Plattformen: Digitale Tools bei der Arbeit immer wichtiger Visible-Umfrage: KMUs wegen Corona weiterhin unter Druck**

**Baar, 10. August 2020 – Obwohl die Massnahmen zur Eindämmung der Corona-Pandemie vor einigen Wochen gelockert wurden, ist die Schweizer Wirtschaft nach wie vor unter Druck. So leidet ein Drittel der Unternehmen unter signifikanten Umsatzeinbussen und bei 26,7 Prozent ist weiterhin Kurzarbeit angesagt. Dies zeigt eine aktuelle Umfrage vom Juli von Visible und YouGov mit 841 Führungskräften aus der Schweiz, Deutschland und Österreich. Visible ist Anbieter der führenden B2B-Plattformen EUROPAGES und «Wer liefert was».**

Trotz der Unternehmenskredite und der Möglichkeit für Kurzarbeit ist es zu Stellenabbau gekommen. Konkret gaben 9,3 Prozent der befragten Unternehmen in der Schweiz an, dass Personal abgebaut wurde. Allerdings gleicht sich das zumindest zahlenmässig etwas aus, da 6,7 Prozent der Unternehmen insgesamt neues Personal eingestellt haben. Auch sonst gibt es einige Lichtblicke. So haben 14,7 Prozent der Betriebe insgesamt von Corona profitiert. Und fast ein Viertel (23,3 %) ist von der Pandemie unbeeinflusst geblieben. Zwischen dem 17. und 27. Juli wurden von YouGov im Auftrag von Visible in der Schweiz und Österreich je 150 Entscheider von KMUs befragt sowie 541 in Deutschland.

#### **Corona verändert Arbeitsalltag in den Unternehmen**

COVID-19 verändert den Arbeitsalltag in vielen Unternehmen. Als mittel- und langfristige Veränderungen sehen 40,7 Prozent eine Zunahme von Homeoffice. 36,7 Prozent erkennen ein gestiegenes Gesundheitsbewusstsein und ein Drittel (32 %) rechnet mit einem vermehrten Einsatz von digitalen Tools und Programmen. Jeder Vierte (24 %) erwartet ein gestiegenes Bewusstsein für ökologische Belange.

#### **Digitalisierung schreitet rascher voran**

Mehr als die Hälfte aller Befragten (54 Prozent) gab an, dass die Krise die Digitalisierung in ihren Unternehmen voranschreiten lässt. Bei 32 Prozent davon sogar deutlich. Video-Telefonie gehört bei 61,5 Prozent der Befragten mittlerweile zum Arbeitsalltag. Jeder Dritte (33,9 %) nutzt digitale Plattformen, beispielsweise für das Management der Einkäufe im Beschaffungswesen. Und fast ebenso viele (30 %) verfügen im Unternehmen über Cloud-Systeme. Sogar eigene Online-Formate wie Webinare wurden von 14,6 Prozent nach Ausbruch der Pandemie kurzfristig ins Leben gerufen. Für Peter F. Schmid, CEO von Visible, ist das eine unumkehrbare Entwicklung: «Ohne den zeitnahen, gezielten Einsatz von digitalen Tools müssten eine Vielzahl der KMU in Europa um ihre Existenz fürchten. Zugespitzt bedeutet das: Nur wer digitalisiert, überlebt diese Krise.»

#### **Marketingbudgets schrumpfen – online wird gestärkt**

Fast jedes vierte Unternehmen (22,7 %) plant für das kommende Jahr mit weniger Marketingbudget als in 2020, um in der Krise entstandene Umsatzeinbussen auszugleichen. Die Budgets verlagern sich verstärkt in die Online-Kanäle. 55,9 Prozent der befragten

Entscheiderinnen und Entscheider wollen im kommenden Jahr vermehrt auf Online-Marketing setzen.

### «Jede vierte Messe wird es nach der Krise nicht mehr geben»

Besonders hart trifft es die Messebranche: Rund ein Drittel (31 %) derjenigen, die bisher auf Messen vertreten waren, planen im kommenden Jahr keine Messeauftritte oder -besuche mehr. Nur 15 Prozent sehen einen Messeauftritt generell noch als wichtiges Vertriebstool. Peter F. Schmid sieht sich durch die Ergebnisse bestätigt: «Meine Prognose: Jede vierte Messe wird es nach der Krise so nicht mehr geben. Schon vor dem Einsetzen der Corona-Krise gab es die Diskussion um die Zweckmässigkeit von vielen Messen weltweit. In Zeiten der Digitalisierung ist es weder zeitgemäss noch ökologisch und ökonomisch sinnvoll, komplexe Güter wie Maschinen um die halbe Welt zu transportieren, um sie für eine oder zwei Wochen auf einer Leitmesse auszustellen.» Eine Alternative könnten virtuelle Messen darstellen: 19,6 Prozent der Befragten wollen die Option künftig für ihr Unternehmen nutzen.

### Lokale und nationale Handelspartner gewinnen an Bedeutung

Mit dem COVID-19-bedingten Shutdown werden viele Unternehmen dazu gezwungen, ihre Einkaufsstrategie zu ändern. Bewährte Lieferketten brechen weg und Engpässe müssen mit neuen Partnern überwunden werden. Deshalb rücken bei einem Viertel der Befragten (24 %) lokale, nationale und Anbieter aus den umliegenden europäischen Märkten mit kürzeren Lieferwegen wieder stärker in den Fokus. 9,3 Prozent vermeiden sogar aktiv die Zusammenarbeit mit Lieferanten aus den USA oder Asien.

### Unternehmen in Deutschland von Corona weniger betroffen

Die Schweiz und Österreich scheinen deutlich mehr von der Corona-Krise beeinflusst zu werden als Deutschland. Während in Deutschland nur jeder vierte Befragte (25,3 %) von deutlichen Umsatzeinbussen berichtet, sind in der Schweiz und in Österreich ein Drittel der Unternehmen betroffen. Aber auch in der Schweiz und in Österreich trägt die Corona-Krise massgeblich zu einer Beschleunigung der Digitalisierung in den Unternehmen bei. Dieser Aussage stimmten in Deutschland 44 Prozent der Befragten zu. Wie in der Schweiz sind auch in Österreich sogar mehr als die Hälfte (54 Prozent) dieser Meinung. Bewerteten 44 Prozent der deutschen Befragten die Arbeitsweise im Unternehmen mit einem «Alles wie immer», können dieser Aussage in der Schweiz lediglich 24,7 Prozent zustimmen, in Österreich sogar nur 22 Prozent.

#### Medienkontakt

Visible GmbH  
Carsten Brandt  
ABC-Strasse 21  
20354 Hamburg  
+49 40 2 54 40-131  
carsten.brandt@visible.com

#### Medienkontakt

PULSCOM!  
Christian Iten  
076 548 47 44  
058 255 07 09  
visible@pulscom.ch

### **Über Visable**

Visable unterstützt industriell tätige Unternehmen, deren Produkte und Dienstleistungen für Einkäufer international zugänglich zu machen. Als speziell auf Geschäftskunden zugeschnittene Verbindung aus eigenen B2B-Marktplätzen und Online-Marketing-Services wie zum Beispiel Google Ads und Retargeting bietet das Unternehmen ein breit gefächertes digitales Portfolio zur Reichweiten-Steigerung im Internet.

Zu den von der Visable GmbH betriebenen Marktplätzen gehören «Wer liefert was» (wlw), heute der führende B2B-Marktplatz in der D-A-CH-Region, sowie die europäische B2B-Plattform EUROPAGES. Zusammen erreichen die Marktplätze monatlich über 3,7 Millionen B2B-Einkäufer, die nach detaillierten Unternehmens- und Produktinformationen suchen. Insgesamt sind über 3,6 Millionen Firmen auf beiden Plattformen registriert.

Mit seinen Online-Marketing-Services bietet Visable Unternehmen zusätzliche Möglichkeiten, ihre Reichweite im Internet zu erhöhen. Visable ist derzeit einziger Google Premium-Partner mit B2B-Schwerpunkt.

Das Unternehmen Visable entstand als Antwort auf die Herausforderungen der Internationalisierung und Digitalisierung im B2B-Bereich. Visable unterhält Büros an den Standorten Hamburg, Berlin sowie Paris und verfügt über eine Schweizer Zweigniederlassung in Baar. Insgesamt sind heute über 380 Mitarbeitende beschäftigt. Als gemeinsames Dach für die Marken «Wer liefert was» und EUROPAGES baut Visable seine Marktplätze und Online-Marketing-Services kontinuierlich aus.

Weitere Artikel, Informationen, Pressemitteilungen und Downloads finden Sie unter [www.visable.com/presse](http://www.visable.com/presse).