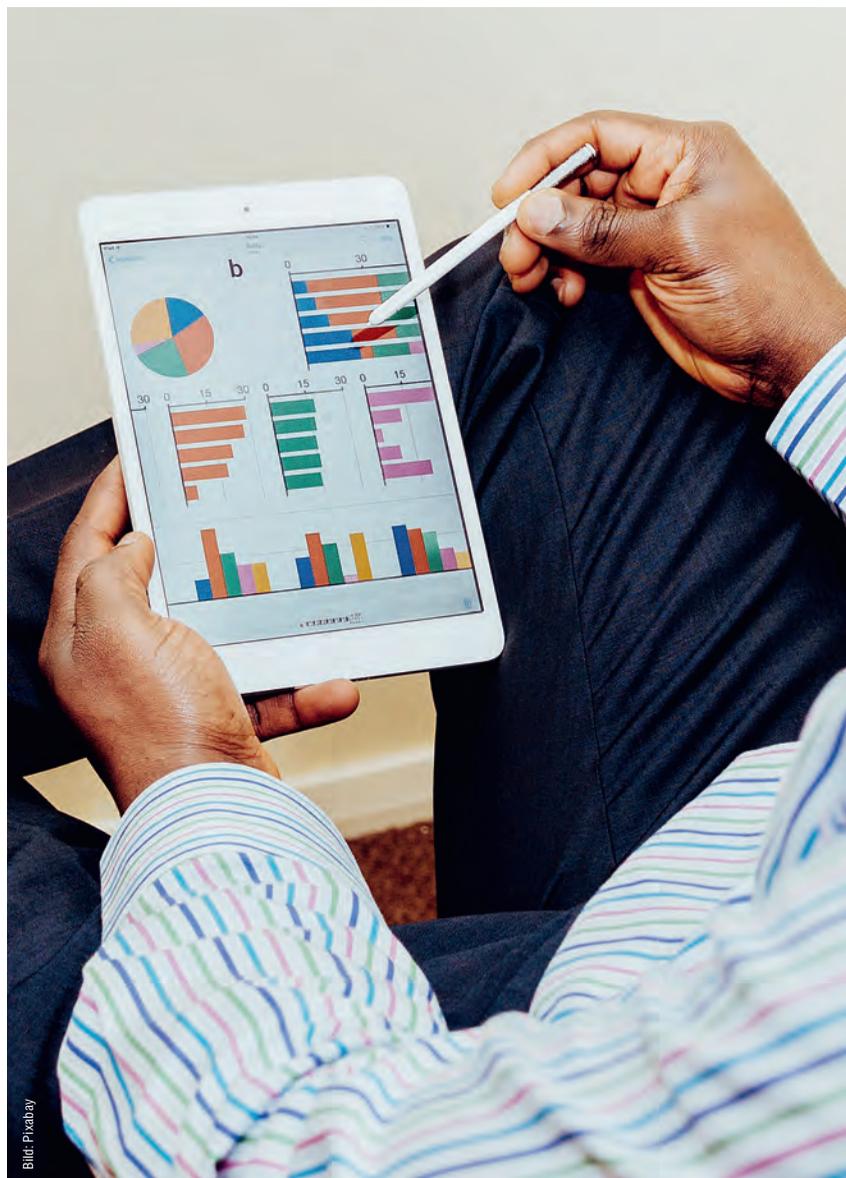


Softwarefirmen in der Schweiz – Performance, Wachstum, Märkte und Internationalisierung

Der Swiss Software Industry Survey der Universität Bern beleuchtet jährlich die wirtschaftliche Entwicklung der Schweizer Softwarebranche. Die aktuelle Ausgabe richtet den Fokus auf Chancen und Folgen der Internationalisierung der Schweizer Softwareunternehmen.



AUTOREN

- **Pascal Sieber**
Geschäftsleitung, Sieber & Partners
- **Thomas Hurni**
Wissenschaftlicher Mitarbeiter,
Institut für Wirtschaftsinformatik,
Universität Bern
- **Thomas Huber**
Wissenschaftlicher Mitarbeiter,
Institut für Wirtschaftsinformatik
der Universität Bern
- **Norman Briner**
Leiter Business Consulting,
Sieber & Partners
- **Andreas Kaelin**
Geschäftsführer, ICT-Switzerland
- **Christoph Hugenschmidt**
Chefredaktor, Inside-IT

Angeblich ist die Schweiz ein Software-Anwenderland, bedeutende Exporte stammen hingegen fast ausschliesslich aus den USA. Kann diese weit verbreitete Meinung bereits korrigiert werden? Die Schweizer Softwarebranche ist nicht nur ein Faktor der Binnenwirtschaft, sondern gewinnt auch im Export an Bedeutung. Die Handelsbilanz bei den ICT-Dienstleistungen – und dazu gehört die Softwarebranche – ist bereits fast ausgeglichen.

Umsatz, Margen und Wachstum

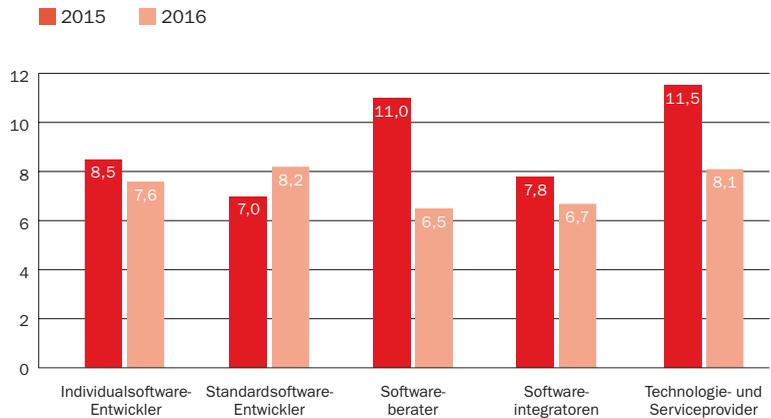
Vorerst kann festgestellt werden, dass etwa 20 Prozent der befragten Unternehmen den grössten Teil des Umsatzes (80 Prozent) erwirtschaften. Die übrigen 20 Prozent werden von sehr vielen kleinen und Kleinstunternehmen realisiert. Der grösste Teil des Branchenumsatzes wird mit Individualsoftware-Entwicklung (33 Prozent), Standardsoftware-Entwicklung (27 Prozent) und Softwareberatung (24 Prozent) erwirtschaftet.

Der Umsatz pro Mitarbeitenden liegt zwischen 200 000 und über 300 000 Franken pro Jahr, wobei in der Systemintegration und in der Beratung die höchsten Umsätze pro Mitarbeiter erreicht werden. Im Vergleich zum Vorjahr sind die Umsätze pro Mitarbeiter sogar gestiegen.

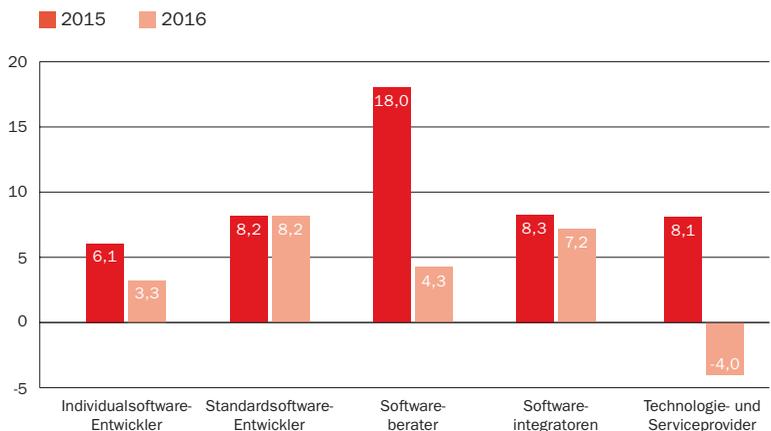
Die Margen (Gewinn vor Steuern im Verhältnis zum Umsatz) liegen zwischen 6 Prozent und rund 8 Prozent. Standardsoftware-Entwickler realisieren die höchsten Margen, Beratungsunternehmen die tiefsten. Im letzten Jahr war dies genau umgekehrt, und die Margen sind insgesamt gefallen (Grafik 1). Im Vergleich zu anderen Branchen liegen sie nun im unteren Durchschnitt. Die Finanzdienstleistungen erreichen Margen von 12 Prozent. Unter 6 Prozent liegt keine der miteinander verglichenen Branchen.

Das erwartete Umsatzwachstum der befragten Softwarefirmen liegt zwischen minus 4 Prozent (Technologie & Service Providers) und rund 8 Prozent (Standardsoftware-Entwickler). Das Branchenwachstum wird von den befragten Unternehmen auf knapp 5 Prozent geschätzt, was im Vergleich zum Vorjahr (11,8 Prozent) deutlich geringer ist (Grafik 2).

GRAFIK 1: Gewinn vor Steuern in Prozent des Umsatzes



GRAFIK 2: Wachstumserwartungen in Prozent des Umsatzes

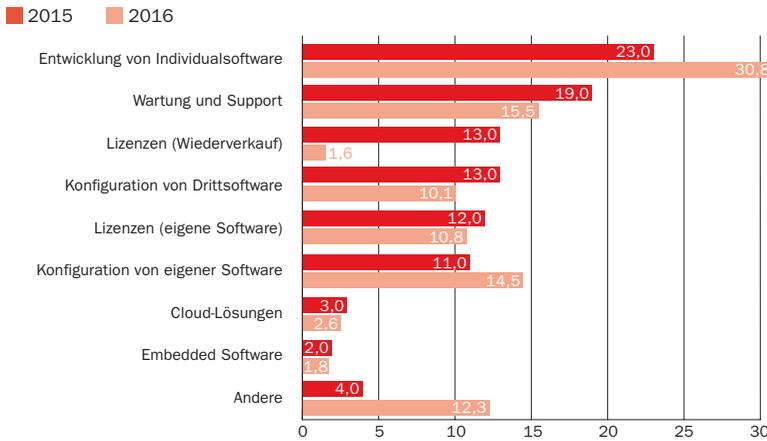


Die Investitionstätigkeit ist bei den Standardsoftware-Entwicklern wie im Vorjahr mit 24 Prozent des Umsatzes am höchsten. Die übrigen Softwarefirmen investieren deutlich weniger als im Vorjahr. Durchschnittlich sind es weniger als 5 Prozent des Umsatzes. Einzig die Softwareberater investieren mit fast 10 Prozent deutlich mehr als im Vorjahr (knapp 5 Prozent).

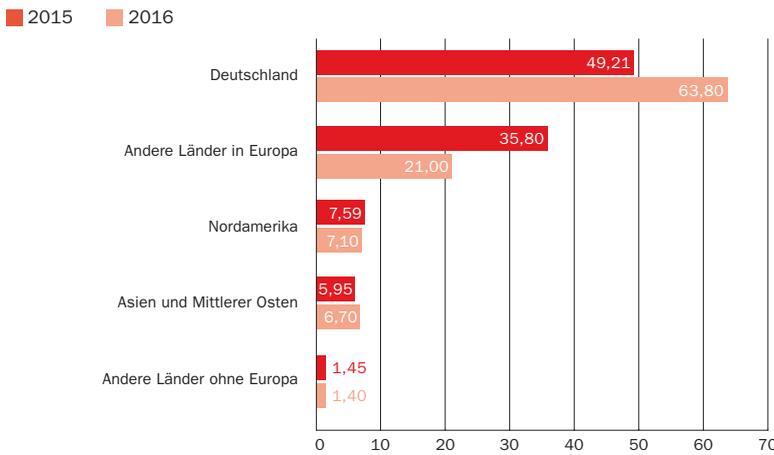
Die tieferen Wachstumserwartungen spiegeln sich auch in der Entwicklung der Mitarbeiterzahlen wider. Einzig in der Systemintegration ist ein antizyklisches Verhalten



GRAFIK 3: Umsatz nach Tätigkeiten (in Prozent)



GRAFIK 4: Export in Prozent des Umsatzes



erkennbar. Dort werden nämlich fast 15 Prozent mehr Mitarbeitende eingestellt, obwohl die Wachstumserwartungen geringer sind. In den übrigen Teilbranchen wird nur wenig mehr Personal aufgebaut, als es das erwartete Wachstum vermuten liesse.

In allen Teilbranchen wird über eine Verlangsamung im Aufbau von Freelancern berichtet, ausser in der Standardsoftware-Entwicklung. Im Consulting berichten die Befragten sogar über einen Abbau von Freelancern.

Thesen zur Diskussion: Der Umsatz pro Mitarbeiter liegt höher als im letzten Jahr, obwohl die Margen tiefer sind. Dies muss auf eine höhere Auslastung zurückzuführen sein, die auch auf den Fachkräftemangel zurückzuführen ist. Es konnten also gar nicht so viele Mitarbeitende gefunden werden, wie nötig gewesen wären, um die Wachstumsprognosen zu erreichen. Im Vergleich dazu war es 2016 einfacher, qualifizierte Mitarbeitende zu finden. Es findet zudem im Moment ein langsamerer Aufbau von externen Mitarbeitenden (Freelancern) zugunsten des Aufbaus interner statt.

Tätigkeiten und Umsatzquellen

Die Schweizer Softwarebranche ist zu 95 Prozent eine Zulieferindustrie. Sie liefert Software in andere Branchen. Nur gerade 5 Prozent wird direkt an Privatkunden geliefert. Die Hauptabnehmer-Branchen sind die Finanzdienstleistungen, die öffentliche Verwaltung, Versicherungen und die herstellenden Industrien (inkl. Pharma).

An diese Abnehmerindustrien liefert die Softwarebranche Entwicklungsleistungen (30 Prozent, Vorjahr: 23 Prozent), Wartung und Support (15,5 Prozent, Vorjahr: 20 Prozent), Konfiguration von Drittsoftware (10,1 Prozent, Vorjahr: 13 Prozent), Konfiguration von eigener Software (14,5 Prozent, Vorjahr: 11 Prozent) sowie Lizenzen und Subscriptions (12,4 Prozent, Vorjahr: 25 Prozent) (Grafik 3).

Thesen zur Diskussion: Die Lizeineinnahmen insbesondere für Drittsoftware nahmen deutlich ab. Diese Tendenz wird anhalten. Schweizer Softwarefirmen werden zunehmend weniger mit dem Vertrieb von Standardsoftware anderer Anbieter umsetzen können und müssen sich auf eigene Software und Services konzentrieren. Indirekt trägt Standardsoftware anderer Anbieter aber weiterhin zum Umsatz bei, indem die Services wie etwa das Customizing solcher Software verkauft wird.

Internationalisierung – Exportmärkte

Nur knapp 12 Prozent des Umsatzes in der Softwarebranche wird mit dem Ausland

erwirtschaftet. Im letzten Jahr waren es knapp 15 Prozent. Hauptabnehmer ist nach wie vor Deutschland (64 Prozent, Vorjahr: 50 Prozent). Über 7 Prozent (Vorjahr: 7,5 Prozent) werden in die USA und fast 7 Prozent (Vorjahr: 6 Prozent) nach Asien geliefert. Europa ist mit 85 Prozent (Vorjahr: 86 Prozent) immer noch der wesentliche Markt für Schweizer Softwarefirmen im Ausland (Grafik 4).

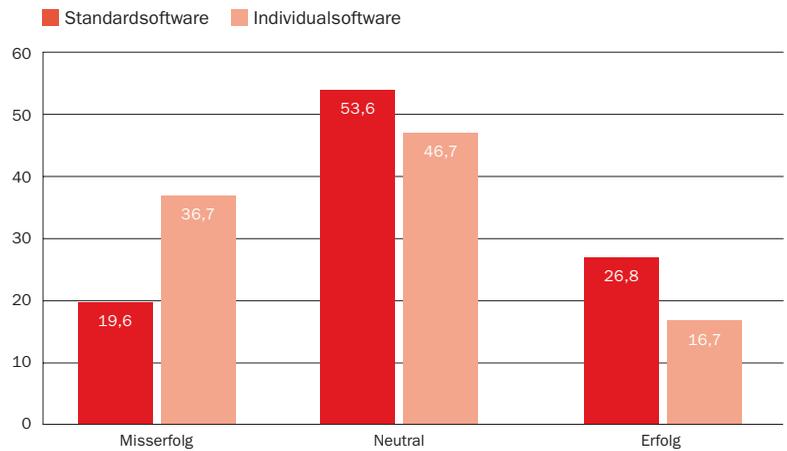
Thesen zur Diskussion: Knapp die Hälfte der Schweizer Softwareunternehmen exportieren ihre Lösungen und Leistungen. Gleichwohl ist der Umsatzanteil aus dem Export bescheiden und bietet noch viel Entwicklungspotenzial. Die Handelsbilanz in den ICT-Dienstleistungen gleicht sich zwar über die Jahre an. Die Software-Exporte schwanken aber und steigen nicht konstant an.

Ausserhalb des deutschsprachigen Raums ist die Schweizer Softwarebranche in jenen Exportmärkten stark, die hochentwickelte Finanzdienstleistungs- und Pharmabranchen haben. Dies erklärt auch das Wachstum in Asien, wo diese Branchen schneller wachsen als in anderen Regionen.

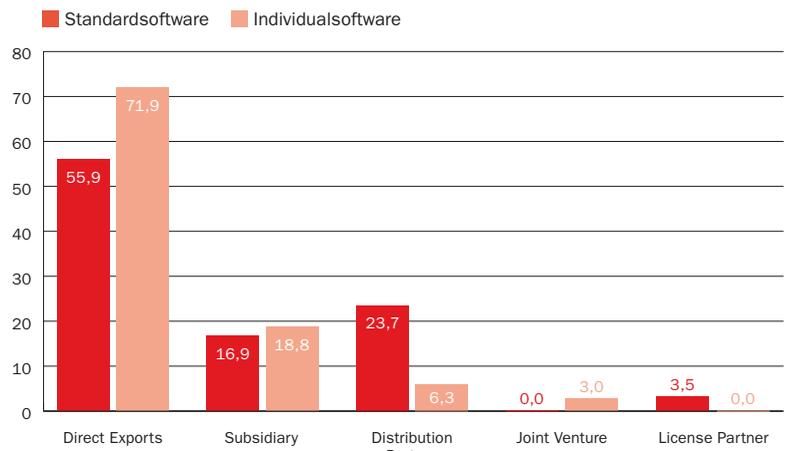
Erfolge und Misserfolge in der Internationalisierung

Von allen Schweizer Softwarefirmen verkaufen 41 Prozent auch Leistungen im Ausland oder ins Ausland. Wir unterscheiden im Folgenden zwischen den Standardsoftware- und den Individualsoftware-Entwicklern. Nur rund ein Viertel der Befragten bezeichnen ihre internationalen Geschäfte als erfolgreich. Über ein Viertel spricht von einem Misserfolg, knapp die Hälfte kann noch nicht sagen, inwiefern die Internationalisierung erfolgreich ist. Bei den Standardsoftware-Entwicklern ist die Internationalisierung häufiger erfolgreich als bei den Individualsoftware-Entwicklern. Aber auch unter diesen sind nur rund ein Viertel erfolgreich. Die Misserfolgsquote der Standardsoftware-Entwickler ist mit 20 Prozent aber deutlich tiefer als bei der Individualsoftware (Grafik 5). Was treibt die Internationalisierung aber an? Dazu unterscheiden wir drei Gründe:

GRAFIK 5: Internationalisierung (in Prozent)



GRAFIK 6: Internationalisierung (in Prozent)

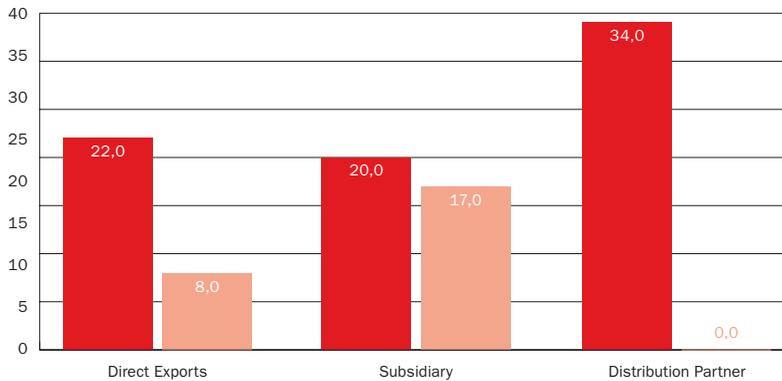


- Where should I go: Nur rund ein Viertel der Softwarefirmen analysiert die ausländischen Märkte und entscheidet sich dann für die Internationalisierung in Abhängigkeit der Attraktivität der jeweiligen Länder oder Regionen.
- What can I do: Die Mehrheit, nämlich 64 Prozent der Firmen, gehen von den eigenen Fähigkeiten aus. Sie sind im Schweizer Markt mit ihren Fähigkeiten erfolgreich und beginnen deshalb, dieselben Fähigkeiten auch im Ausland anzubieten.



GRAFIK 7: Internationalisierung (in Prozent)

■ Standardsoftware ■ Individualsoftware



Diese Markteintrittsstrategien sind nicht alle gleich erfolgreich. Am häufigsten sind Softwarefirmen erfolgreich, wenn sie ihre Standardsoftware über Vertriebspartner im Ausland verkaufen. Der direkte Export ist bei Standardsoftware in über 20 Prozent der Fälle ebenfalls erfolgreich. Mit Individualsoftware sind hingegen nur 8 Prozent der Firmen durch den Direktexport erfolgreich. Für sie ist die erfolgreichste Strategie die Gründung einer Niederlassung oder Tochtergesellschaft im Ausland. Allerdings ist dies auch nur in 20 Prozent der Fälle erfolgreich (Grafik 7).

Thesen zur Diskussion: Die Umfrage zeigt deutlich, dass die Suche nach guten Vertriebs- und Implementationspartnern entscheidend für den Erfolg beim Export von Standardsoftware ist. Alternativ bietet sich die Strategie, eine eigene Vertriebsniederlassung zu eröffnen. Der Versuch, aus der Schweiz heraus Software zu exportieren, ist nicht oft von Erfolg gekrönt.

– With whom should I go: Bei 43 Prozent sind es die Kunden, die sie zur internationalen Tätigkeit veranlassen.

Ist einmal klar, in welche Auslandsmärkte der Eintritt gewagt werden kann, so stellt sich die Frage, wie der Markteintritt erfolgen soll. Wir unterscheiden fünf unterschiedliche Vorgehen:

- Direct Exports: Knapp 62 Prozent exportieren ihre Leistungen aus der Schweiz in andere Länder.
- Subsidiary: Rund 19 Prozent gründen Niederlassungen (das kann auch eine eigene rechtliche Gesellschaft sein) im Ausland und verkaufen ihre Leistungen von dort aus an die Kunden im jeweiligen Land.
- Distribution Partner: Rund 15 Prozent setzen auf Vertriebspartner, die die Leistungen (z. B. Standardsoftware) im Ausland vertreiben.
- Joint Venture: Rund 2 Prozent gründen Unternehmen im Ausland zusammen mit Investoren im jeweiligen Land.
- License Partner: Knapp 2 Prozent der Softwarefirmen vergeben Vertriebslizenzen an Dritte für den Vertrieb der Leistungen im Ausland.

Unterscheidet man wiederum zwischen den Individual- und Standardsoftware-Entwicklern so sind diese Markteintrittsstrategien wie in der Grafik 6 dargestellt verteilt.

ZUR SWISS SOFTWARE INDUSTRY SURVEY

Die SSIS ist ein «Dienst von der Branche an die Branche». Je mehr Branchenteilnehmer mitmachen, desto wertvoller wird sie. Dank der internationalen Zusammenarbeit gewinnt die SSIS mit den Jahren an Wert. Zudem erhalten alle Teilnehmer der Studie Zugriff auf die Benchmarking-Plattform und können ihre Daten mit selber ausgewählten Teilbranchen vergleichen. Die Universität Bern führt die jährliche Befragung durch und garantiert im höchsten Mass die Anonymität sowie die Wissenschaftlichkeit der Auswertungen und Benchmarks. Finanziert wurde der SSIS im 2016 von ICT-Schweiz. Unterstützung in der inhaltlichen Arbeit sowie der Dissemination leisten zusätzlich insbesondere Inside-IT und Sieber & Partners.

Der ausführliche Bericht kann bezogen werden unter: http://ictschweiz.ch/media/dateien/Studien/SSIS_2016_Report_HQ.pdf