

Medienmitteilung

Bern, 4. September 2019

Politik für KMU – Wertschöpfung für die Schweiz

Die Schweiz ist ein Land der KMU. Doch was bedeutet dies ganz genau? Der Wert der KMU zeigt sich nicht bloss in ihren unverzichtbaren Beiträgen für die Wertschöpfung und die Innovation. Auch ihr Beitrag an den sozialen Zusammenhalt der Schweiz ist kaum zu überschätzen. Wer eine Politik für die hoch differenzierten KMU machen will, muss auf ein ordnungspolitisches Konzept setzen, dass die unternehmerische Freiheit in den Mittelpunkt setzt und unnötige Regulierungskosten abbaut.

Hans-Ulrich Bigler, FDP-Nationalrat und Direktor des Schweizerischen Gewerbeverbands sgv und Henrique Schneider, Professor für Allgemeine Volkswirtschaftslehre, haben heute ihr Buch «Wert der KMU» den Medien vorgestellt. In seinem Referat betont Schneider die Vielfalt der KMU. Die Vielfalt sei ein Kapitalstock, auf welchen die KMU zurückgreifen würden, um daraus Ressourcen zu generieren. Ressourcen die sie wiederum einsetzen könnten. Vielfalt sei ein Stock an Humankapital. Mit zunehmenden Austauschbeziehungen nehme er auch zu. Das gelte sowohl für wirtschaftliche als auch für gesellschaftliche Austauschbeziehungen. Deshalb seien die KMU auch überproportional im Milizsystem engagiert: in der Politik, in Vereinen, im Karitativen und in Verbänden.

Politik für die KMU

«Die Vielfalt ist ein eminent wichtiger Erfolgsfaktor für die KMU und für die Schweiz», sagt FDP-Nationalrat Hans-Ulrich Bigler. Damit Vielfalt entstehen kann, müssen gemäss Bigler gewisse Rahmenbedingungen bestehen, wie zum Beispiel: Eine dem Berufsbild gerecht werdende Ausbildung oder Freiheit für die Unternehmerinnen und Unternehmer, welche zu Selbstverantwortung und Innovation führt.

Eine Politik für KMU respektiere und verankere diese Erfolgsfaktoren und halte davon zurück, die Ergebnisse der Marktprozesse im Voraus zu definieren, so Bigler. Politik für KMU bedeute, die Unternehmerinnen und Unternehmer als Trägerinnen und Träger grosser Verantwortung anzusehen und ihnen Handlungsspielraum zuzugestehen.

Natürlich existiere kein Staat ohne jegliche Regulierung. Doch jede Regulierung verursache Kosten. Kosten – für den Staatsapparat, für die Gesellschaft und für die einzelnen Unternehmen. KMU-Politik fokussiere auf die Letzten, nämlich auf die Kosten, welche Regulierungen in den einzelnen Firmen verursachten.

FDP-Nationalrat und sgv-Direktor Bigler folgert: «Wer eine Politik für die hoch differenzierten KMU machen will, muss die unternehmerische Freiheit in den Mittelpunkt stellen, unnötige Regulierungskosten abbauen und das Wachstum des Staatsapparates eindämmen.»

Das neu veröffentlichte Buch «Der Wert der KMU» zeigt den vielfältigen Beitrag der KMU für die Schweizer Wertschöpfung auf – mit Beispielen, anhand von Zahlen und Fakten, und gestützt auf die ökonomische Theorie. Und es macht verständlich, wie Politik für KMU in der Praxis funktioniert.

Die Autoren

Hans-Ulrich Bigler, FDP-Nationalrat (ZH), Direktor Schweizerischer Gewerbeverband, Tel. 031 380 14 20, Mobile 079 285 47 09

Henrique Schneider, Professor Allg. Volkswirtschaftslehre, stv. Direktor Schweizerischer Gewerbeverband, Tel. 031 380 14 38, Mobile 079 237 60 82

Wert der KMU in der Statistik

- Die Statistik untermauert den Wert der KMU. Beispiel Lehrstellenquote: Sie setzt die Lernenden ins Verhältnis zu den Arbeitsplätzen. Im schweizweiten Durchschnitt stehen pro 100-Prozent-Arbeitsplätze 4.71 Prozent Ausbildungsarbeitsplätze zur Verfügung.
- Bei kleinen Unternehmen ist sie mit 6.47 Prozent am höchsten. Ganz generell sind die Kleinunternehmen die dynamischste Kategorie. Auch beim Anteil wachstumsstarker Unternehmen, das heisst der Unternehmen, welche innerhalb von drei Jahren mindestens 10 Prozent Beschäftigungswachstum aufweisen, sind sie führend.
- Fast 60 % des wertmässigen Importvolumens geht auf die KMU zurück. Bei den Exporten ist es immerhin fast die Hälfte. «Damit ist die Mär von der Binnenorientierung der KMU vom Tisch», ist Schneider überzeugt.

Als grösste Dachorganisation der Schweizer Wirtschaft vertritt der Schweizerische Gewerbeverband sgv über 230 Verbände und gegen 500 000 KMU, was einem Anteil von 99,8 Prozent aller Unternehmen in unserem Land entspricht.

Pressekonferenz «Neue, umfassende Studie zum Wert der KMU» vom 4. September 2019

Henrique Schneider, stellvertretender Direktor Schweizerischer Gewerbeverband sgv

Die Schweiz ist ein KMU-Land. Das sagen viele, doch: Was bedeutet es ganz genau? In unserem Buch sind Hans-Ulrich Bigler und ich der Sache nachgegangen. Wir haben uns zunächst eine qualitative Übersicht verschafft: Was gibt es für KMU? Was verbindet sie? Was unterscheidet sie? Wie schöpfen sie Werte?

Auf den ersten Blick ist das, was wir herausgefunden haben nicht besonders überraschend: Jedes kleine und mittlere Unternehmen ist ein Fall für sich. Das wundert auch nicht. Denn KMU sind inhaber- oder inhaberin-getriebene Unternehmen. Je nach Persönlichkeit der Unternehmerin oder des Unternehmers sieht die ganze Firma völlig anders aus.

Doch was wir auch herausgefunden haben, ist bisher nicht oder nicht ausreichend beleuchtet worden. Die Vielfalt ist wie ein Kapitalstock. KMU greifen auf diese Vielfalt zurück, um daraus Ressourcen zu generieren, die sie wiederum unternehmerisch einsetzen.

In der ökonomischen Theorie ist diese Erkenntnis nicht neu. Ökonomin und Nobelpreisträgerin Elinor Ostrom (1933 – 2012) hat vertieft, wie Vielfalt zu Kapital wird und wie dieser Kapitalstock bewirtschaftet werden kann. Sie untersuchte dabei das Humankapital insgesamt. Humankapital beinhaltet verschiedene Aspekte, wie zum Beispiel Wissen, Können und eben auch die Vielfalt. Denn nach Ostrom entsteht das Humankapital in der sozialen Interaktion. Wenn sich Menschen miteinander austauschen, benötigen sie Wissen und Können. Doch nicht nur das: Im Austauschprozess kreieren sie automatisch noch mehr Wissen und Können. Dabei gilt es: Je mehr Vielfalt, desto mehr Austausch, und desto mehr Wissen und Können.

Ostrom sieht im Austausch einen doppelten Lernprozess. Der Austausch ist für die einzelne Person, die sich an diesem beteiligt, ein Lernprozess. Er ist aber auch ein Lernprozess für die Gesellschaften, in denen ausgetauscht wird. Austausch ist nach Ostrom ein weit gefasster Begriff. Er umfasst das Kaufen und Verkaufen aber auch die Bildung des politischen Willens. Sie stellt dabei fest, dass Gesellschaften, die auf den Austausch angewiesen sind, meist friedlicher und innovativer funktionieren als geschlossene Systeme.

Was die ökonomische Theorie macht ist das eine. Wie sie benutzt werden kann, um Wertschöpfungsprozesse in Schweizer KMU zu beschreiben, ist das andere. Das leistet unser Buch.

Gerade die Vielfalt der KMU in der Schweiz ist eine wichtige Quelle für Kapital. Im Austausch miteinander, aber auch in der Differenzierung gegeneinander, schaffen Unternehmerinnen und Unternehmer Werte.

Hier einige Beispiele:

- Ein Treuhandunternehmen in Glarus-Nord hat eine Idee für eine neue Rechnungslegungs-Software für Kleinstunternehmen. Das Unternehmen überlegt sich, was die allgemeinen Standards der Buchhaltung sind, was die Konkurrenten bereits anbieten und was die vermeintliche Zielgruppe der Software will. Doch um ein Gut zu machen, muss das Unternehmen auch etwas Privates beisteuern, nämlich eine eigene unternehmerische Idee. Diese Idee basiert zwar auf dem allgemeinen Kapitalstock. Sie wird jedoch durch die individuelle Ausgestaltung ergänzt, in diesem Fall mit einer einfachen Eingabemaske. Diese Maske macht Rechnungslegung möglich, gerade für jene Kleinstunternehmen, die keine systematische Jahresbuchhaltung führen.

- Schreinerinnen und Schreiner haben eine hohe Branchenidentifikation. Sie treffen sich regelmässig zur Weiterführung des Berufsbildes, aber auch zum Informations- und Erfahrungsaustausch. Das Humankapital in der Branche ist hoch. Trotzdem muss jede einzelne Schreinerei zu den Ressourcen dieses Stocks auch die unternehmerische Idee setzen: Akquise, Design, Material und Schnelligkeit sind je nach Schreinerei ganz unterschiedlich. Sie bauen auf das gleiche Humankapital und ergänzen es durch jeweils individuelle Ideen.
- Viele Schweizer Buchhandlungen haben ihre Geschäfte durch andere Tätigkeiten ersetzt, zum Beispiel durch die Integration von Produkten aus Papier-, Schreibwaren-, Spielzeug- und Informationsgeschäft, mit der Ergänzung durch Cafés, Kulturklubs oder sogar Reisebüros. Eine Buchhandlung in Genf stellte fest, dass die Ergänzung geschäftsfördernd ist, setzte aber die persönliche Note durch eine gemeinsame Verkaufsfläche mit einem Kosmetikstudio durch. Ganz bewusst wurden Kosmetikprodukte und Behandlungen mit Büchern gemixt.
- Unter KMU in der Maschinenbranche ist es schon lange üblich, überschüssige Produktionskapazitäten zu verkaufen. Noch lange vor den digitalen Plattformen haben diese Unternehmen untereinander ausgetauscht, wo noch freie Kapazitäten bestehen. Die Vielfalt der Unternehmensstrukturen hat diesen Austausch möglich gemacht. Digital geht er heute sogar einfacher.
- Die Attraktivität verschiedener Dörfer und Nachbarschaften in Städten hängt in grossem Masse von der Vielfalt des lokalen Handels- und Gastronomieangebots ab.

Sie mögen vielleicht nun einwenden, das sei nichts anderes als das normale Differenzierungsverhalten im Markt und das seien vielleicht sehr kleingliedrige, ja geradezu provinzielle Beispiele. Ich entgegne: Gerade das ist die Vielfalt von der Ostrom und wir reden. Sie ist nicht ein gesellschaftspolitischer Plan, mit dem man in einer Zentrale Hierarchien und Effizienz festlegen kann. Vielfalt entsteht im kleinen Verhältnis, in den kleinen Schritten, im Bereich dessen, was für die Unternehmerinnen und Unternehmer überblickbar ist.

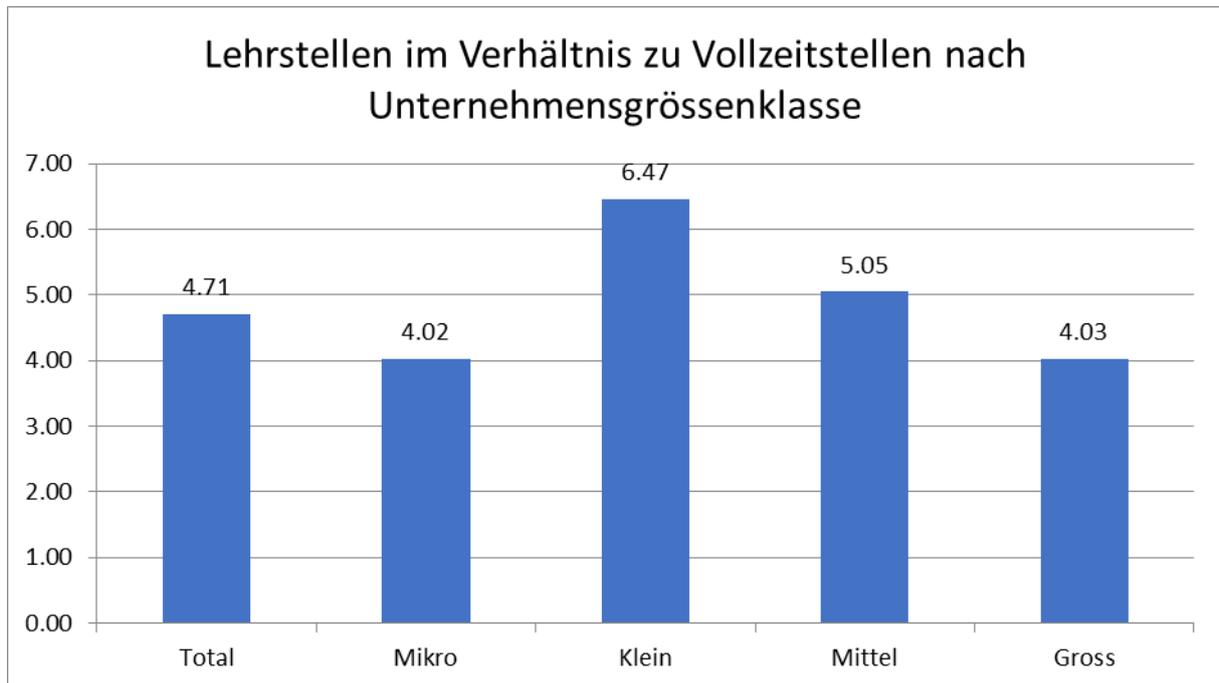
Diese Beispiele zeigen auch, dass Vielfalt mit Chancen und Risiken zu tun hat, mit neuem Lernen und bereits Gewusstem, mit Wettbewerb und Kooperation, mit Innovation und Tradition und mit Markt und Gesellschaft. Im Übrigen ist die Vielfalt bei Ostrom bewusst nicht ein auf Marktverhältnisse abgegrenzter Bereich. Im Gegenteil sieht sie die Vielfalt auch als eine soziale Wirkungskraft.

Vielfalt ist ein Stock an Humankapital. Mit zunehmenden Austauschbeziehungen nimmt er auch zu. Das gilt sowohl für wirtschaftliche als auch für gesellschaftliche Austauschbeziehungen. Deshalb sind KMU auch überproportional im Milizsystem engagiert: in der Politik, in Vereinen, im Karitativen und in Verbänden.

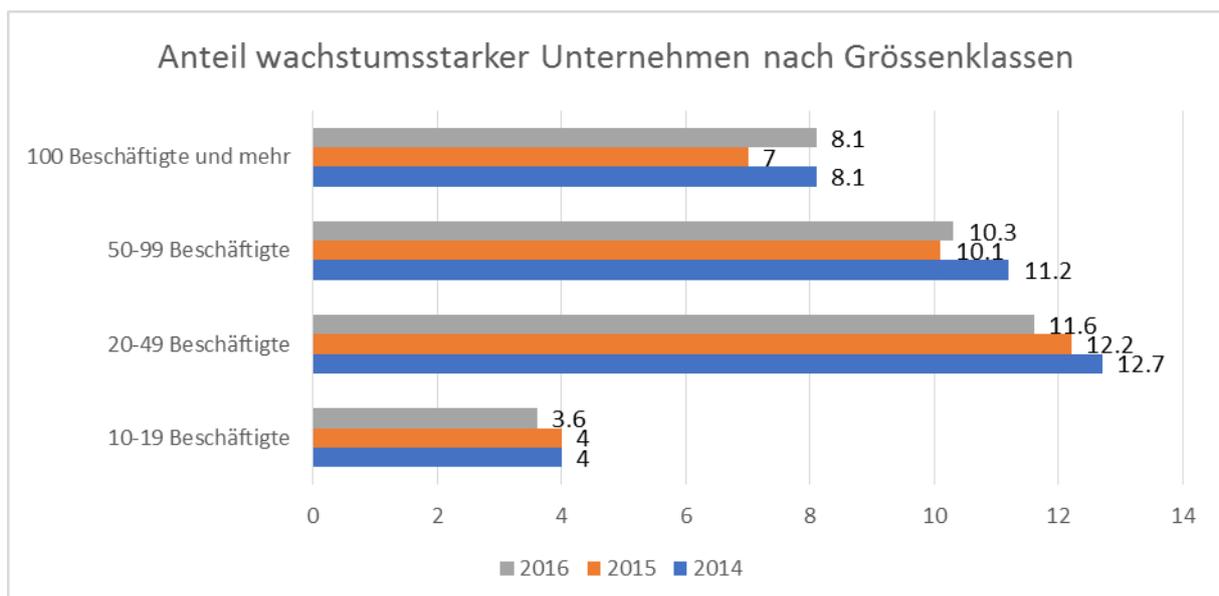
Grob gesagt, entwickeln wir im ersten Kapitel des Buches diesen qualitativen Gedankenstrang - geführt durch die ökonomische Theorie und fundiert mit vielen Beispielen aus der KMU Welt. Im zweiten Kapitel geht es uns um die empirische Überprüfung dieses Bildes. Mit Hilfe der bestehenden Statistiken haben wir genau dieses Bild validieren können.

Nun gehe ich natürlich nicht auf alle Zahlen ein. Ich möchte aber drei Zusammenhänge erläutern, die eher unbekannt sind:

Die Lehrstellenquote ist der erste Punkt: Sie setzt die Lernenden ins Verhältnis zu den Arbeitsplätzen. Im schweizweiten Durchschnitt stehen pro 100-Prozent-Arbeitsplätze 4.71 Prozent Ausbildungsarbeitsplätze zur Verfügung. Grossunternehmen und Mikrounternehmen bilden etwa gleich intensiv aus. Bei ihnen beträgt diese Quote 4.03 respektive 4.02 Prozent. Bei den mittleren Unternehmen ist sie signifikant höher und beträgt 5.05 Prozent. Bei kleinen Unternehmen ist sie mit 6.47 am höchsten.

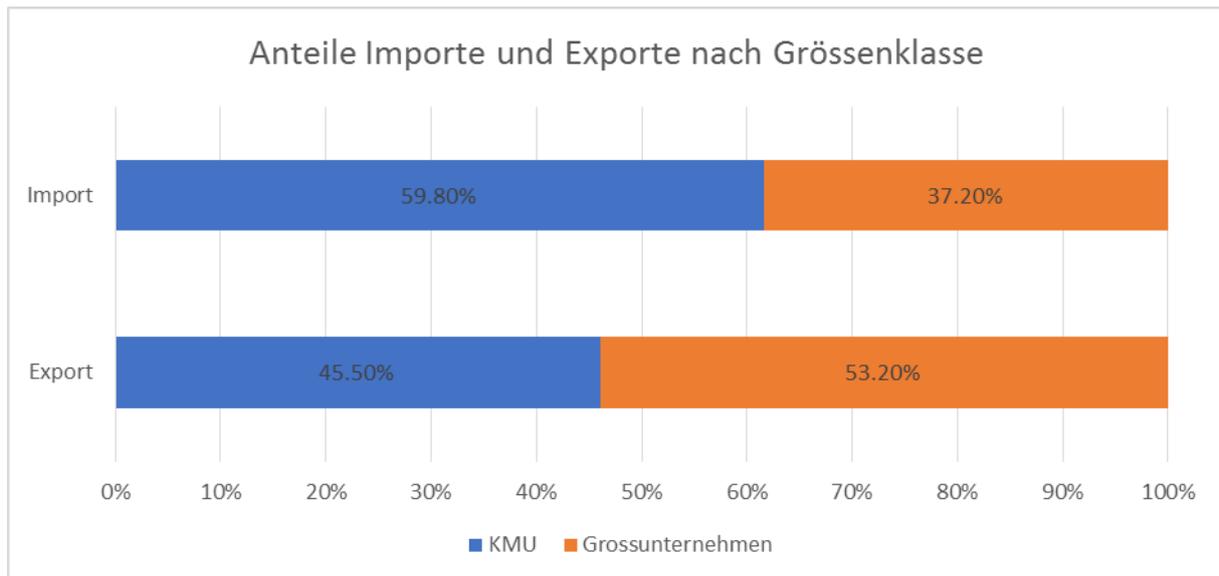


Ganz generell sind die Kleinunternehmen die dynamischste Kategorie. Auch beim Anteil wachstumsstarker Unternehmen sind sie führend. Diese Unternehmen werden folgendermassen definiert: «Ein wachstumsstarkes Unternehmen ist ein marktwirtschaftliches Unternehmen, das zu Beginn des Beobachtungszeitraums (t-3 Jahre) mindestens zehn Beschäftigte aufweist und dessen durchschnittliches jährliches Beschäftigungswachstum in einem Zeitraum von drei Jahren über 10 Prozent beträgt. Ist das Beschäftigungswachstum auf Fusionen oder Übernahmen zurückzuführen, wird das entsprechende Unternehmen nicht zu den wachstumsstarken Unternehmen gezählt, wenn die 10-Prozent-Marke nach Abzug der aus Fusionen und Übernahmen entstandenen Stellen nicht erreicht wird (BfS 2019).»



Während etwa 3.6 % der kleineren Kleinunternehmen im Jahr 2016 als wachstumsstark galten, waren es schon um die 8 Prozent bei den Firmen mit mehr als 100 Angestellten. Doch schon über 10 % der kleineren Mittleren Unternehmen und sogar 11.6 % der grösseren Kleinunternehmen waren wachstumsstark.

Zuletzt gehe ich noch auf die obligate Kontroverse ein. Wie sieht es mit der Internationalität aus? Auch hier überraschen die Zahlen.



KMU sind sowohl als Importeure als auch als Exporteure tätig. Fast 60 % des wertmässigen Importvolumens geht auf sie zurück. Bei den Exporten sind es immerhin fast die Hälfte. Damit ist die Mär von der Binnenorientierung der KMU vom Tisch.

Pressekonferenz «Neue, umfassende Studie zum Wert der KMU» vom 4. September 2019

Hans-Ulrich Bigler, Nationalrat FDP Zürich, Direktor Schweizerischer Gewerbeverband sgV

«Plädoyer für die Ordnungspolitik»

Was kann die Politik für die KMU machen? Diese Frage wird oft gestellt. Dabei ist es die falsche Frage. Sie verleitet nämlich zu falschen Antworten. Denn oft kommt die Antwort in Form eines opportunistischen Bestellzettels. Mit diesen Bestellzetteln werden meist einige auf Kosten anderer begünstigt. Im schlimmsten Fall sind die bestellten Massnahmen auf diesen Zetteln Protektionismus oder Subventionen. Eine Bestellung, die in letzter Zeit besonders in Mode gekommen ist: Mittels Regulierungen das eigene Geschäftsmodell legitimieren oder andere Geschäftsmodelle verunmöglichen.

Das ist nicht Politik für KMU. Dies ist ganz generell gesehen auch schlechte Wirtschaftspolitik. Polit-Opportunismus und Partikularansätze können der Vielfalt der KMU gar nicht gerecht werden. Es ist sogar schlimmer: Opportunismus, Protektionismus, Subventionen und regulatorische Sperren schaden. Sie vermindern die Potenziale zur Differenzierung, Investition, Innovation, Wettbewerb und Kooperation der KMU. Eine gute Politik für KMU und allgemein eine gute Wirtschaftspolitik schafft Voraussetzungen zur Entfaltung dieser Potenziale. Es ist dann an den Unternehmerinnen und Unternehmern selbst, ihre Geschäftsideen umzusetzen und die Konsequenzen daraus zu tragen.

In unserer qualitativen und quantitativen Analyse haben wir Erfolgsfaktoren für die KMU und für die Schweiz identifiziert.

- Vielfalt: Darüber haben wir schon gesprochen: Je mehr und je unterschiedlichere Unternehmen es gibt, desto mehr Differenzierung, Wettbewerb, Innovation und Kooperation. Von der Vielfalt abgeleitet haben wir die Rahmenbedingungen, die Vielfalt entstehen lassen:
- Berufsbildung: Je näher am Berufsbild die Ausbildung erfolgt, desto besser können sich Menschen im Arbeitsmarkt behaupten und einfacher eine unternehmerische Idee verwirklichen.
- Freiheit: Je freier sich Unternehmerinnen und Unternehmer entfalten können, desto verantwortlicher und innovativer handeln sie.
- Eigentum: Je sicherer es für Unternehmerinnen und Unternehmer ist, dass sie die Früchte ihres Erfolgs behalten können und für ihre Fehler Verantwortung tragen, desto besser planen sie ihre unternehmerische Idee und setzen sie entsprechend um.
- Subsidiarität: Je stärker die Verantwortung des einzelnen Menschen oder der einzelnen KMU verankert ist, desto stärker engagieren sie sich auch zivilgesellschaftlich und politisch – in der Miliz.

Unter diesen Bedingungen? Was macht KMU-Politik?

Eine Politik für KMU respektiert und verankert diese Erfolgsfaktoren und hält davon zurück, die Ergebnisse der Marktprozesse im Voraus zu definieren. Sie hält auch davon zurück im Nachhinein zu korrigieren. Politik für KMU bedeutet, die Unternehmerinnen und Unternehmer als Trägerinnen und Träger grosser Verantwortung anzusehen und ihnen Handlungsspielraum zuzugestehen. Doch nicht nur das. Politik für KMU ist dem mündigen Menschen verpflichtet, der für sich und seine Entscheidungen Verantwortung trägt. Das ist Ordnungspolitik.

Der Ausdruck «Ordnungspolitik» geht auf Ökonom Walter Eucken (1891 – 1950) zurück. Auf ihn geht im Übrigen auch die soziale Marktwirtschaft zurück. Bei der Ordnungspolitik handelt sich um eine auf die lange Frist ausgelegte Arbeitsaufteilung zwischen dem Staat und den Privaten. Gemäss der Ordnungspolitik sind einige Sachen besser in der Verantwortung des Staates, während andere ohne Staat, d.h. von Privaten in privater Initiative und ohne staatliche Intervention erledigt werden.

In der Ordnungspolitik kommt im konkreten Fall immer die Eigenverantwortung der Menschen vor dem staatlichen Handeln. Der Staat soll nur in jenen Bereichen Regeln setzen und Aufgaben übernehmen, die tatsächlich eine gesamtgesellschaftliche Koordination brauchen und die er mit seinen Mitteln auch tatsächlich lösen kann. Er handelt nach dem Subsidiaritätsprinzip bloss mit Hilfe zur Selbsthilfe, bürgernah und dezentral.

Staatliche Aufgaben sind primär die Definition der Freiheitsrechte, die Garantie der Eigentumsordnung, die Aufrechterhaltung des Wettbewerbs, und die Aufstellung sozialer Sicherungssysteme – idealerweise als Versicherungen konzipiert. Gemäss der Ordnungspolitik ist der Staat auch für die Errichtung von Infrastruktur und für die Finanzierung der Grundlagenforschung zuständig.

Was heisst nun Ordnungspolitik als Politik für KMU? Unternehmerinnen und Unternehmer brauchen Freiheit, um ihre Betriebe zum Erfolg führen zu können. Freiheit verlangt Verantwortung, um mit Erfolgen und Misserfolgen umzugehen. Ordnungspolitik setzt diese Erkenntnis politisch um.

Am besten lässt sich unternehmerische Freiheit mit unternehmerischer Selbstverantwortung verbinden, wenn die politischen, rechtlichen und ökonomischen Rahmenbedingungen für möglichst freien Wettbewerb in einem möglichst freien Markt sorgen. Freie Marktprozesse und die Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen sind die Voraussetzung für Innovation, für die Verbesserung der Produktivität und damit auch für die Steigerung des Wohlstandes. Industriepolitik und Abschottungen sind Risiken für KMU.

Konkret muss sich der Staat auf seine Kernaufgaben beschränken und nur dort eingreifen, wo andere private Institutionen nicht in der Lage sind, Änderungen durchzuführen. Der Staat hat eine subsidiäre Rolle zu spielen, indem er die unternehmerische Freiheit garantiert, die den Unternehmungen einen möglichst grossen Handlungsspielraum lassen. Es ist dann Sache jedes Unternehmens selbst, sich am freien Markt zu bewegen und zu behaupten.

Von einem ordnungspolitischen Konzept profitieren alle Unternehmen gleichermaßen, weil es Voraussetzungen für die Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit schafft, Marktverzerrungen abbaut und Abschottungen minimiert. Anders gesagt: Ordnungspolitik setzt auf die Vielfalt als Kapital. Damit schafft es Voraussetzungen für Innovation und für die Verbesserung der Produktivität aus eigener Kraft.

Das ordnungspolitische Konzept ist der Grundsatz der Politik für KMU. Bildhaft umschrieben ist es der Kompass, der die Richtung angibt. Allerdings braucht es auch eine Landkarte, mit der zusammen der Kompass für Orientierung sorgt. Die Landkarte gibt das tatsächliche Gelände wieder. Im Fall der Wirtschaftspolitik sind die Rahmenbedingungen auf der Gesetzes-, Verordnungs- und Umsetzungsstufe, die Regulierung also, die Landkarte. Eine Politik für KMU muss sowohl die grundsätzlichen Aspekte, die Ordnungspolitik, als auch die Regulierung adressieren.

Es gibt keinen Staat ohne Regulierung. Auch der ordnungspolitische Staat hat Regulierungen. Einige der oben erwähnten Erfolgsfaktoren bedingen sogar Regulierungen. Die Eigentumsgarantie bedingt Rechtssicherheit. Die Berufsbildung braucht ein bestimmtes Mass an Regeln, welche in letzter Instanz vom Staat durchgesetzt werden. Vertragsfreiheit braucht Rechtsgarantien, die der Staat mit Regulierung sicherstellt.

Doch jede Regulierung verursacht Kosten. Kosten für den Staatsapparat, für die Gesellschaft und für die einzelnen Unternehmen. KMU-Politik fokussiert auf die Letzten, nämlich auf die Kosten, welche Regulierungen in den einzelnen Firmen verursachen. Denn Regulierung verursacht Kosten auf der Ebene des Betriebs, betriebswirtschaftliche Kosten also.

Regulierungskosten wirken sich betriebswirtschaftlich wie Fixkostenblöcke auf Unternehmen aus. Sie binden Kapital und verursachen Ausgaben; darüber hinaus lassen sie sich nicht unternehmerisch oder durch die Führung beeinflussen.

Regulierung kostet also. Doch einige Regulierungen sind notwendig. Will man zum Beispiel eine gewisse Sicherheit im Verkehr, muss der Verkehr reguliert werden. Das verursacht Regulierungskosten. Die Ordnungspolitik will nicht die Regulierung gänzlich abbauen. KMU- und Wirtschaftspolitik haben sich nicht zum Ziel gesetzt, die Regulierungskosten auf null zu setzen.

Worum geht es also in der KMU-Politik? Regulierung kostet. Entsprechend müssen ihre Kosten analytisch korrekt aufgedeckt werden. Erst wenn das «Preisschild» der Regulierung steht, ist es möglich, darüber zu diskutieren, ob man bereit ist, den Preis zu bezahlen. Oder auch, ob der Preis im Verhältnis zu den gewünschten Folgen der Regulierung steht. Die analytische Bestimmung der Regulierungskosten ist eine technische Arbeit, die mit wissenschaftlichen Standards erfolgen kann. Die Diskussion über das Verhältnis vom Regulierungsziel zu den von ihr verursachten Kosten ist hingegen etwas für den politischen Diskurs.

Noch anders gesagt: Die Bestimmung der Regulierungskosten erlaubt die Unterscheidung zwischen nötiger und unnötiger Regulierung. Nötig ist die Regulierung, die sich durch ein ausgeglichenes Ziel-/Kostenverhältnis kennzeichnet. Unnötige Regulierung ist jene, die zwar viel kostet, aber das eigene Ziel nicht umsetzt; oder jene, die der Gesellschaft und Wirtschaft einen zu hohen Preis aufbürdet, auch wenn sich das Ziel mit weniger Kosten umsetzen liesse.

Der Abbau unnötiger Regulierungskosten bzw. die Drosselung neuer unnötiger Regulierungskosten ist mehr als ein ordnungspolitisches Gebot. Es ist ein Wachstumsprogramm – es ermöglicht den Unternehmen, aus eigener Kraft zu wachsen.

Unnötige Regulierungskosten führen insbesondere bei KMU zu einer Schwächung der eigenen Wettbewerbsposition im Markt. Damit führen sie auch generell zur Schwächung der nationalen und internationalen Wettbewerbsfähigkeit der Schweiz. Ganz konkret schränken also unnötige Regulierungskosten Wirtschaftswachstum ein, gefährden Arbeitsplätze und behindern die Schaffung neuer Arbeitsplätze.

Diese unerwünschten Effekte gehen dabei zu Lasten der gesamten Schweizer Volkswirtschaft. Sie betreffen so auch die Bevölkerung als Ganzes. Der Abbau unnötiger Regulierungskosten ist nur schon deshalb notwendig, weil dadurch die Schweizer Volkswirtschaft nachhaltig auf Wachstumskurs gebracht werden kann – mit positiven Auswirkungen auf Beschäftigung und Wohlstand in der Schweiz.

Wenn sich Regulierungskosten wie Fixkostenblöcke auf die Unternehmen auswirken, dann kommt der Abbau der unnötigen Regulierungskosten einer Freisetzung von Mitteln, d.h. von Geld und Ressourcen, gleich. Die so freigesetzten Mittel können genutzt werden, um neue Produkte oder Märkte zu entwickeln, um Werbung zu machen, um Mitarbeitende zu fördern, um auszubilden oder auch um die Margensituation zu verbessern. Mit anderen Worten führt der Abbau unnötiger Regulierungskosten zum Wachstum aus eigener unternehmerischer Kraft. Das ist Nachhaltigkeit.

Unternehmerinnen und Unternehmer können die frei gewordenen Mittel in die Wertschöpfung investieren. Davon profitieren alle. Zunächst die Unternehmen selber. Dann, aufgrund ihrer Innovation, Wettbewerbsfähigkeit und Arbeitgeberfunktion die Gesellschaft als Ganze. Der Abbau von unnötigen Regulierungskosten hat also positive Effekte auf den Wohlstand und auf die Lebensqualität.

Ich fasse also zusammen: In diesem Buch machen wir einen Dreischritt. Wir geben einen Überblick über die wirtschaftliche und gesellschaftliche Wertschöpfung durch KMU. Wir erhärten diese empirisch. Wir fragen uns dann, was Politik für KMU ist. Unsere Antwort: Ordnungspolitik plus Abbau unnötiger Regulierungskosten.

Und schon bin ich beim Fazit. Mehr Vielfalt, mehr KMU, mehr Werte.