NACHHALTIG SCHWYZ

Nachhaltigkeit bei KMU im Kanton Schwyz — Kurzfassung der Studienergebnisse

Projekt «Nachhaltig Schwyz» — Schwyz Next und Fachhochschule Nordwestschweiz (FHNW), 2026

Einleitung und Methodik

Nachhaltigkeit hat sich für Unternehmen zu einem zentralen Thema entwickelt. Gesellschaftliche Erwartungen, ökologische Herausforderungen und zunehmende regulatorische Anforderungen führen dazu, dass nachhaltiges Wirtschaften an Bedeutung gewinnt. Für den Kanton Schwyz, dessen Wirtschaft stark durch kleine und mittlere Unternehmen (KMU) geprägt ist, wurde im Rahmen des Projekts «Nachhaltig Schwyz» eine umfassende Studie zur Nachhaltigkeit bei KMU durchgeführt. Das Projekt entstand in Zusammenarbeit zwischen Schwyz Next und der Fachhochschule Nordwestschweiz (FHNW).

Für die Datenerhebung wurde in Zusammenarbeit mit dem Bundesamt für Statistik (BFS) eine Stichprobe von 4'000 KMU im Kanton Schwyz angeschrieben. Insgesamt lagen 566 vollständig ausgefüllte und gültige Fragebogen vor, die ausgewertet wurden. Ergänzend wurden zehn halbstrukturierte Interviews mit Unternehmensvertreterinnen und -vertretern geführt, um die quantitativen Ergebnisse zu vertiefen. Die Stichprobe wird von Kleinunternehmen dominiert (83 % mit 1–9 Mitarbeitenden) und spiegelt eine dienstleistungsorientierte Wirtschaft wider.

Bewusstsein, Strategie und Verantwortlichkeiten

Nachhaltigkeit ist im Bewusstsein der Schwyzer KMU klar angekommen: 84 % der befragten Unternehmen geben an, den Begriff gut oder sehr gut zu verstehen. Dieses hohe Verständnis führt jedoch nicht automatisch zu einer strategischen Verankerung. Nur 32 % der Unternehmen haben Nachhaltigkeit klar oder teilweise strategisch verankert, während 26 % das Thema bislang komplett ignorieren und die Mehrheit informell oder unstrukturiert vorgeht. Diese Wissens-Umsetzungslücke zieht sich als zentrales Ergebnis durch die gesamte Studie.

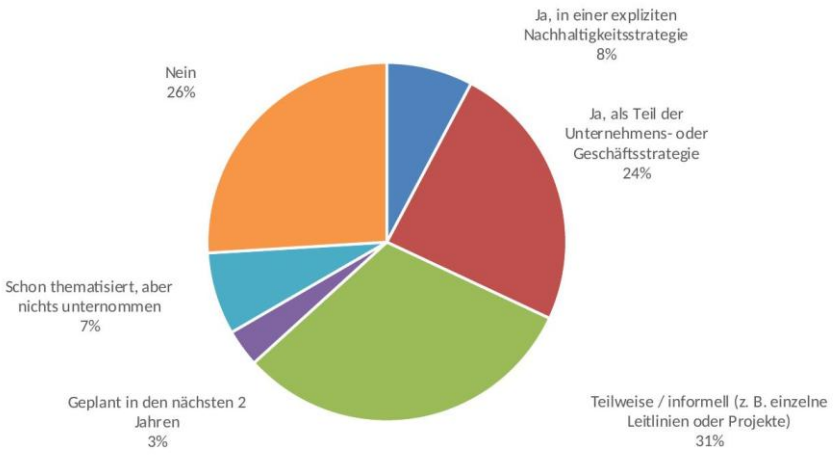


Abbildung 1: Formelle Verankerung von Nachhaltigkeit in den Unternehmen

Auch bei den organisatorischen Voraussetzungen zeigt sich diese Lücke: Lediglich 28 % der Unternehmen haben eine für Nachhaltigkeit verantwortliche Person benannt, und nur 24 % verfügen über klar definierte Nachhaltigkeitsziele. Entsprechend befindet sich die Mehrheit der Schwyzer KMU auf einem frühen bis mittleren Reifegrad – Nachhaltigkeit wird eher punktuell und operativ als strategisch und systematisch gesteuert umgesetzt.

Schwerpunkte, Treiber und konkrete Massnahmen

Inhaltlich konzentrieren sich die Aktivitäten der KMU vorwiegend auf den ökologischen Bereich (63,3 %), gefolgt vom sozialen (47,9 %) und ökonomischen Bereich (42,0 %). Die wichtigsten externen Treiber sind Kundenanforderungen (44,5 %), öffentliche Wahrnehmung und Reputation (32,5 %) sowie Erwartungen von Geschäftspartnern (25,8 %); regulatorische Vorgaben sowie Erwartungen von Banken und Investoren spielen mit 8,3 % bislang eine untergeordnete Rolle. Nachhaltigkeit wird in den Schwyzer KMU somit vor allem marktgetrieben (pull) und weniger regulatorisch (push) vorangetrieben.

Bei den konkret umgesetzten Massnahmen dominieren einfach realisierbare, kostensparende Massnahmen: Abfallvermeidung und Recycling (413 Unternehmen), Energieeffizienz (288) sowie die Vereinbarkeit von Beruf und Familie (264). Strategisch anspruchsvollere Themen wie eine systematische CO_2-Reduktion oder nachhaltige Lieferketten sind hingegen deutlich weniger verbreitet – Nachhaltigkeit wird mehrheitlich als Optimierung bestehender Prozesse verstanden, weniger als langfristiger Transformationsprozess.

Hindernisse bei der Umsetzung

Als grösste Hindernisse nennen die Unternehmen fehlende Relevanz für das eigene Geschäftsmodell (33,4 %), zusätzliche Kosten (29,7 %), die hohe Belastung durch das Tagesgeschäft (27,0 %) sowie fehlenden wahrgenommenen Bedarf (22,6 %). Bemerkenswert: Fehlendes Wissen (9,4 %) oder fehlende Orientierung (8,5 %) werden deutlich seltener genannt. Die zentrale Herausforderung liegt damit nicht im Wissen, sondern in Ressourcenverfügbarkeit, Priorisierung und wahrgenommener Relevanz.

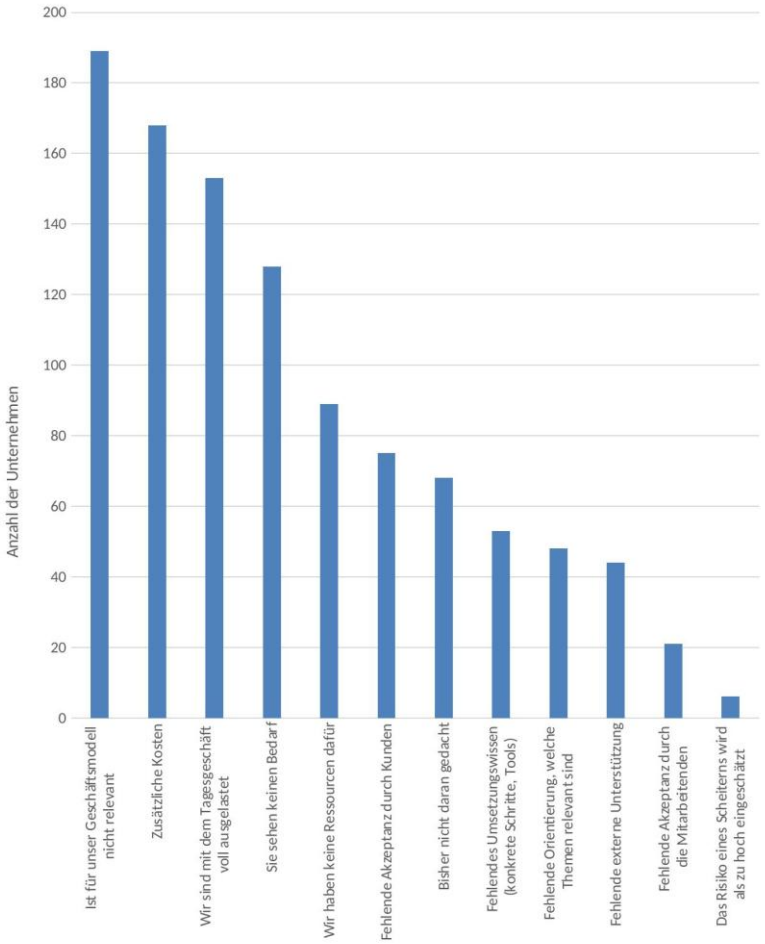


Abbildung 2: Wahrgenommene Hindernisse bei der Implementierung von Nachhaltigkeitsmassnahmen

Zukunftsperspektive und Unterstützungsbedarf

Mit Blick auf die kommenden fünf Jahre gehen 52 % der Unternehmen davon aus, dass Nachhaltigkeit wichtig oder sehr wichtig sein wird; nur 10 % halten sie langfristig für unwichtig. Bei den erwarteten wirtschaftlichen Vorteilen zeigt sich die Branche jedoch gespalten: 43 % erwarten künftig wirtschaftliche Vorteile, während 47 % eher keine oder keine Vorteile erwarten. Diese Unsicherheit über den konkreten Business Case dürfte massgeblich dazu beitragen, dass Nachhaltigkeit bislang häufig auf einzelne operative Massnahmen beschränkt bleibt.

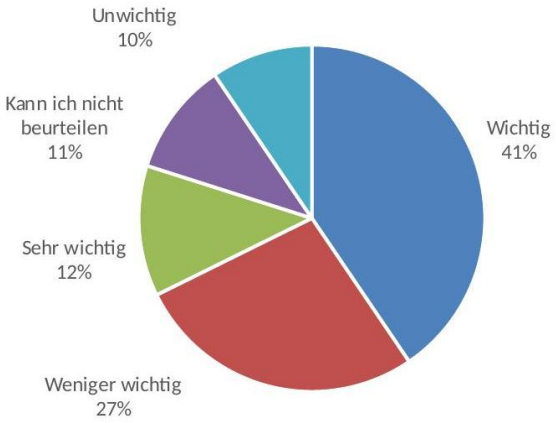


Abbildung 3: Einschätzung der Bedeutung von Nachhaltigkeit für die nächsten fünf Jahre

Ein weiteres zentrales Ergebnis betrifft den Wissenstransfer: Mehr als 86 % der KMU verfügen über keinerlei Kooperationen mit Hochschulen, Beratungsunternehmen oder anderen externen Institutionen. Die Unternehmen arbeiten damit weitgehend isoliert und nutzen vorhandenes externes Fachwissen kaum. Entsprechend äussern viele Unternehmen einen konkreten Unterstützungsbedarf: am häufigsten genannt werden finanzielle Unterstützung (186 Nennungen), praxisnahe Leitfäden und Best-Practice-Beispiele (158) sowie Vernetzung mit ähnlichen Unternehmen (107) – wobei gleichzeitig 235 Unternehmen angeben, aktuell keine Unterstützung zu benötigen. Dies deutet auf eine Polarisierung zwischen aktiven und bislang unbeteiligten Betrieben hin.

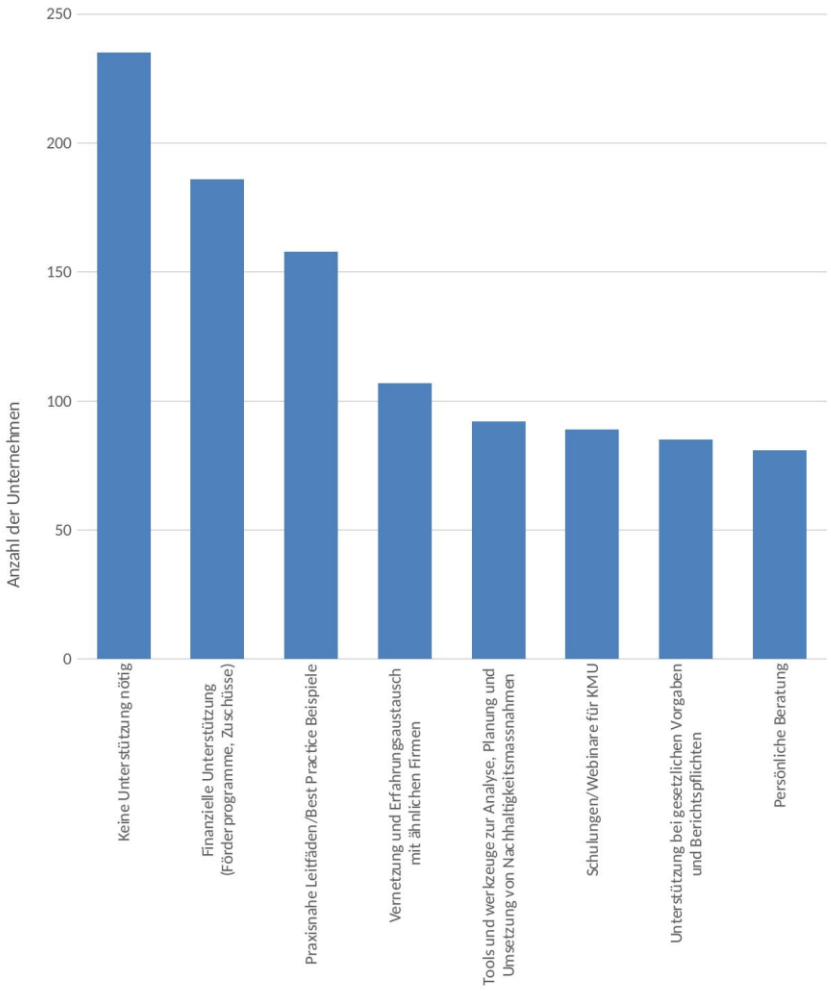


Abbildung 4: Gewünschte Unterstützungsangebote für Nachhaltigkeit in KMU

Schlussfolgerungen

Die Studie zeigt, dass Nachhaltigkeit bei den KMU im Kanton Schwyz grundsätzlich als relevantes Thema wahrgenommen wird und die grosse Mehrheit über ein gutes Verständnis des Begriffs verfügt. Zwischen diesem Bewusstsein und einer systematischen Umsetzung besteht jedoch eine erhebliche Lücke: Nachhaltigkeit ist in vielen Unternehmen noch nicht strategisch verankert, klare Verantwortlichkeiten, messbare Ziele und eine systematische Erfolgskontrolle fehlen vielfach. Die Mehrheit der Schwyzer KMU befindet sich damit auf einem frühen bis mittleren Reifegrad.

Auffällig ist, dass fehlendes Fachwissen kaum als Hindernis genannt wird – deutlich stärker wiegen begrenzte personelle und finanzielle Ressourcen, die Belastung durch das Tagesgeschäft sowie die teilweise geringe wahrgenommene Relevanz für das eigene Geschäftsmodell. Nachhaltigkeitsaktivitäten sind zudem primär marktgetrieben durch Kundenanforderungen und Reputation, während regulatorische und finanzielle Erwartungen aktuell noch eine untergeordnete Rolle spielen – ein Umstand, der sich mit zunehmender Bedeutung von Lieferketten- und EU-Anforderungen absehbar verändern dürfte.

Für die Wirtschaftsförderung des Kantons Schwyz und für Schwyz Next ergeben sich daraus konkrete Ansatzpunkte: Zukünftige Fördermassnahmen sollten weniger auf allgemeine Sensibilisierung setzen und stattdessen praxisnahe, niederschwellige Unterstützung bei der Umsetzung bieten – etwa durch Beratungsangebote, regionale Vernetzungsplattformen, praxisnahe Werkzeuge sowie finanzielle Förderinstrumente. Gleichzeitig besteht Potenzial, den wirtschaftlichen Nutzen nachhaltiger Unternehmensführung anhand erfolgreicher regionaler Beispiele sichtbarer zu machen und Nachhaltigkeit so verstärkt als unternehmerische Chance statt als zusätzliche Belastung zu positionieren.