

Branchenname:

Brancheklasse:

Umfrage

Unternehmens-ID

Kontakt-ID

Branchen-ID

- Alle Angaben werden streng vertraulich behandelt.
- Die Antworten beziehen sich, wenn nicht anders verlangt, auf den Standort Schweiz.
- Bei Unklarheiten bitte die Erläuterungen beachten.
- Zutreffendes Feld (  ) bitte ankreuzen oder Wert eintragen.
- Der Fragebogen ist für die Rückantwort auf der letzten Seite adressiert.

Bitte den Fragebogen zurücksenden bis:

**22. Mai 2015**

(Bitte Fragebogen auch dann zurücksenden, wenn Sie nicht alle Fragen beantworten oder nur Schätzwerte angeben können.)

## 1. Angaben zur Unternehmung und zu den Marktverhältnissen

1.1 **Gründungsjahr** der Unternehmung (ohne Berücksichtigung rein juristischer Statusveränderungen):

--	--	--	--

1.2 Ihre Unternehmung ist mehrheitlich in **ausländischem** Besitz:

ja  nein

a) Falls **ja**: bitte Land angeben: \_\_\_\_\_

b) Falls **nein**: ist Ihre Unternehmung Teil einer Unternehmensgruppe?  ja  nein

1.3 Anzahl der Beschäftigten in der Schweiz (inkl. Lehrlinge; Teilzeitbeschäftigte auf **Vollzeitstellen** umrechnen):

Ende 2012

--	--	--	--	--

Ende 2014

--	--	--	--	--

1.4 Der Anteil folgender **Personalkategorien** an der Gesamtbeschäftigung betrug Ende 2014 schätzungsweise (Teilzeitbeschäftigte auf Vollzeitstellen umrechnen):

- Absolventen von Hochschulen (Universitäten, Fachhochschulen) 

--	--	--	--

 %
- Personen mit einem Abschluss höher als Berufslehre 

--	--	--	--

 %
- Gelernte (Berufslehre) 

--	--	--	--

 %
- An- und Ungelernte 

--	--	--	--

 %
- Lehrlinge 

--	--	--	--

 %

**Total Beschäftigte**

1	0	0	
---	---	---	--

 %

1.5 **Umsatz** (ohne MWST) der Unternehmung ab Standort Schweiz:

(Banken: Erträge aus Zins-, Handels- und Kommissions-/ Dienstleistungsgeschäft;  
Versicherungen: Bruttoprämien – Bruttozahlungen für Versicherungsfälle + Nettoertrag aus Kapitalanlagen;  
Beratung etc.: Bruttohonorarertrag)

2012: CHF 

--	--	--	--

2014: CHF 

--	--	--	--

1.6 Ihre Unternehmung **exportiert Güter/Dienstleistungen**:

(Dienstleistungsexporte beinhalten auch die Dienstleistungen für ausländische Kunden, die in der Schweiz bezogen werden, z.B. Hotelaufenthalte von ausländischen Touristen)

ja  nein

Falls **ja**:

a) Anteil der **Exporte** am Umsatz 2014:     %

b) **Hauptexportmarkt** (nur eine Antwort möglich):

EU  USA  Asien  Andere

1.7 Anteil des **Personalaufwandes** am Umsatz 2014:

%

1.8 **Ausgaben für Vorleistungen**

Zu berücksichtigen sind Ausgaben für Vorleistungen für:  
 a) Waren (Materialien, Vor-/Zwischenprodukte, usw.) und  
 b) Dienstleistungen von Banken, Versicherungen, Telekommunikation usw., **nicht aber Ausgaben für Investitionsgüter**

a) Gesamtwert der Ausgaben für **Einkäufe** von Waren und Dienstleistungen **insgesamt** (ohne MWST) als Anteil am Umsatz 2014:

%

b) Gesamtwert der Ausgaben für **Einkäufe** von Waren und Dienstleistungen vom **Ausland** (ohne MWST) als Anteil am Umsatz 2014:

%

1.9 a) **Bruttoinvestitionen** (ohne MWST; notfalls Schätzwert angeben):

Erläuterung: Investitionen in eigengenutzten Betriebsbauten (neuerstellte Betriebsbauten, Umbauten, Renovationen etc.), Ausrüstungsinvestitionen (Fahrzeuge, Maschinen, Geräte, Büroausstattung etc.) und Softwareinvestitionen

2012: CHF

2014: CHF

b) Hat Ihre Unternehmung 2014 **Auslandinvestitionen** getätigt?

ja  nein

1.10 Mittelfristige Entwicklung der **Nachfrage** auf dem

**Hauptabsatzmarkt:**

	starker Rückgang			starke Zunahme	
	-2	-1	0	+1	+2
- in der Periode 2012-2014	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- in der Periode 2015-2017	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

1.11 Anzahl in- und ausländischer **Hauptkonkurrenten** auf dem

**Hauptabsatzmarkt:**

bis 5  6-10  11-15  16-50  > 50

1.12 Beurteilung der Wettbewerbsintensität auf dem Hauptabsatzmarkt hinsichtlich:

	sehr schwach			sehr stark	
	1	2	3	4	5
- Preis	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- Nichtpreisliche Wettbewerbsdimensionen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Nichtpreisliche Wettbewerbsdimensionen: z.B. Produktdifferenzierung ("Customisation"), Produktqualität, (häufige) Einführung neuer Produkte, technischer Vorsprung, Flexibilität bei Kundenwünschen, Serviceleistungen

## 2. Innovationsaktivitäten

Bitte im Folgenden beachten:

**Produkte** können **Güter** oder **Dienstleistungen** sein.

### 2.1 Einführung von **Produktinnovationen**

Erläuterungen:

**Produktinnovationen** sind technisch neue oder erheblich verbesserte Produkte aus der Sicht Ihres Unternehmens, d.h. Produkte, die hinsichtlich ihres Einsatzes, ihrer Qualität oder wegen der zu ihrer Erstellung verwendeten physischen oder interaktiven Elemente für den Nachfrager neu sind oder in ihrer Leistungsart grundlegend verbessert bzw. verändert wurden.

Keine Produktinnovationen sind rein ästhetische Modifikationen von Produkten (z.B. Farbgebung, Styling) und Produktvariationen, z.B. aufgrund von Kundenspezifikationen, bei denen das Produkt (Gut oder Dienstleistung) hinsichtlich seiner technischen Grundzüge und Verwendungseigenschaften weitgehend unverändert bleibt.

(Handel: Produktinnovationen sind Neuerungen bei der Distribution, nicht aber Innovationen bei den gehandelten Gütern).

- a) Hat Ihre Unternehmung in der Periode 2012-2014 **Produktinnovationen** eingeführt?

ja  nein

Falls **keine Produktinnovationen** eingeführt wurden: bitte weiter zu **Frage 2.2**.

- b) **Handelt es sich** bei diesen Produktinnovationen um (Mehrfachantworten möglich):

- Physische Produkte (inkl. Software)
- Dienstleistungen

- c) Wer hat die eingeführten Produktinnovationen **entwickelt** (Mehrfachantworten möglich)?

- Hauptsächlich andere Unternehmungen/Institutionen
- Ihre Unternehmung zusammen mit anderen Unternehmungen/Institutionen
- Hauptsächlich Ihre Unternehmung
- Ihre Unternehmung durch Anpassung von Produkten anderer Unternehmungen

- d) Der Umsatz Ihrer Unternehmung verteilte sich 2014 auf folgende **Produkttypen**:

- Seit Anfang 2012 eingeführte **neue** Produkte    %
- Seit Anfang 2012 **erheblich verbesserte** Produkte    %
- Seit Anfang 2012 **nicht** oder nur **unerheblich veränderte** Produkte    %

**Gesamtumsatz**     %

- e) Befanden sich unter den seit Anfang 2012 eingeführten Produktinnovationen **Marktneuheiten**, d.h. Produkte, welche Ihre Unternehmung **als erster Anbieter im Markt eingeführt hat**?

ja  nein

Falls **ja**: bitte geben Sie den Anteil der seit Anfang 2012 eingeführten **Marktneuheiten** am Umsatz 2014 an:    %

- f) Waren unter diesen Marktneuheiten **Neuheiten für den Weltmarkt**?

ja  nein

Falls **ja**: bitte geben Sie den Anteil der seit Anfang 2012 eingeführten **Weltmarktneuheiten** am Umsatz 2014 an:

%

### 2.2 Einführung von **Prozessinnovationen**

Erläuterung:

**Prozessinnovationen** beziehen sich auf den für Ihre Unternehmung erstmaligen Einsatz technisch neuer oder erheblich verbesserter Fertigungs-/Verfahrenstechniken zur Herstellung der Güter bzw. zur Erbringung der Dienstleistungen an Personen oder Objekten. Zwar kann sich dabei auch das Produkt verändern, doch steht die Steigerung der Effizienz im Vordergrund.

Von Ihnen neu entwickelte Produktionsverfahren, die an andere Unternehmen verkauft werden, sind Produktinnovationen. Rein organisatorische oder Management-Veränderungen werden nicht zu den Prozessinnovationen gezählt.

- a) Hat Ihre Unternehmung in der Periode 2012-2014 **Prozessinnovationen** eingeführt?

ja  nein

Falls **keine Prozessinnovationen** eingeführt wurden: bitte weiter zu **Frage 2.3**.

- b) **Handelt es sich** bei diesen Prozessinnovationen um (Mehrfachantworten möglich):

- Fertigungsverfahren bzw. Verfahren zur Dienstleistungserbringung
- Logistische Verfahren, Auslieferungs-/ Vertriebsmethoden
- Unterstützende Aktivitäten für Prozesse (z.B. Wartungssysteme, Rechnungsverfahren)

- c) Wer hat die eingeführten Prozessinnovationen **entwickelt** (Mehrfachantworten möglich)?

- Hauptsächlich andere Unternehmungen/Institutionen
- Ihre Unternehmung zusammen mit anderen Unternehmungen/Institutionen
- Hauptsächlich Ihre Unternehmung
- Ihre Unternehmung durch Anpassung von Prozessen anderer Unternehmungen

- d) Haben diese Prozessinnovationen zu einer **wesentlichen** Reduktion der durchschnittlichen Produktionskosten geführt?

ja  nein

Falls **ja**: die Kostenreduktion betrug 2014 ca.    %

- 2.3 Gab es in Ihrer Unternehmung in der Periode 2012-2014 Innovationsprojekte, die **nicht abgeschlossen oder ganz abgebrochen** wurden?

ja  nein

Falls **'nein'** und auch **'nein'** zu den Fragen 2.1a und 2.2a (weder Produkt- noch Prozessinnovationen), **bitte weiter zu Frage 7.2**

### 3. F&E-Aktivitäten im Inland und Ausland

- 3.1 Hat Ihre Unternehmung in der Periode 2012-2014 **Forschung und Entwicklung (F&E)** durchgeführt?
- im **Inland**  ja  nein
  - im **Ausland**  ja  nein

Falls zweimal 'nein', bitte weiter zu Frage 3.5.

- 3.2 Falls **F&E-Aktivitäten im Inland** durchgeführt wurden, wie **häufig**?
- gelegentlich  kontinuierlich
- 3.3 Hat Ihre Unternehmung eine **F&E-Abteilung** in der Schweiz?
- ja  nein

- 3.4 Falls **F&E-Aktivitäten im Ausland** vorhanden sind:
- a) Ihre Unternehmung realisiert F&E-Aktivitäten im Ausland bereits seit dem **Jahr**:
- |  |  |  |  |
|--|--|--|--|
|  |  |  |  |
|--|--|--|--|
- b) Die F&E-Aktivitäten im Ausland finden in den folgenden **Regionen/Ländern** statt:
- Nordamerika (USA/Kanada)  ja  nein
  - EU  ja  nein
  - Japan  ja  nein
  - Andere Länder  ja  nein

- c) Der **geschätzte Anteil der F&E-Ausgaben im Ausland** an den F&E-Ausgaben der Firma betrug im Jahr 2014:
- |  |  |  |  |
|--|--|--|--|
|  |  |  |  |
|--|--|--|--|

%

- d) Beurteilung der Bedeutung folgender **Motive** für die Aufnahme bzw. Ausdehnung von F&E-Aktivitäten an ausländischen Standorten:
- |  |                       | keine                 |                       |                       |                       | sehr grosse           |
|--|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
|  | 1                     | 2                     | 3                     | 4                     | 5                     |                       |
| - Nähe zu führenden Hochschulen/Forschungsstätten      | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| - Nähe zu innovativen Unternehmen (Netzwerke)          | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| - Wissenstransfer an den Standort Schweiz              | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| - Unterstützung von Fertigung/Absatz in der Zielregion | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| - Bessere Verfügbarkeit von F&E-Personal               | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| - Geringere F&E-Kosten                                 | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| - Stärkere F&E-Förderung (inkl. Steuervorteile)        | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| - Andere, nämlich: _____                               |                       |                       |                       |                       |                       |                       |

### 3.5 Externe F&E-Aufträge

- a) Hat Ihre Unternehmung in der Periode 2012-2014 **F&E-Aufträge an Dritte** vergeben?
- ja  nein
- b) Falls **ja**: Ihre Unternehmung vergab in der Periode 2012-2014 F&E-Aufträge an folgende **Partner** (Mehrfachantworten möglich):

	Schweiz	EU	USA	Japan	Sonstiges Ausland
- Universitäten, Fachhochschulen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Sonstige private oder staatliche Forschungseinrichtungen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Andere Unternehmen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### 4. Innovationsaufwendungen

Erläuterungen:

- 1) **Forschung** umfasst Grundlagenforschung und Forschungsarbeiten mit direktem Bezug zu spezifischen Einsatzmöglichkeiten (angewandte Forschung).
- 2) **Entwicklung** umfasst die Nutzung bekannter wissenschaftlicher Erkenntnisse zur Herstellung neuer bzw. Verbesserung bestehender Produkte und Verfahren.
- 3) **Konstruktion, Design** umfassen:
  - weiterführende Veränderungen eines neu entwickelten Produkts bzw. Verfahrens, um den Markt- und Herstellungsanforderungen zu genügen.
  - über F&E-Aktivitäten und Prototypenentwicklung hinausgehende Konstruktionsarbeiten und Tätigkeiten zum Zweck der Gestaltung und des Designs neuer oder verbesserter Produkte.
- 4) Die **Folgeinvestitionen** umfassen:
  - Pilotprojekte, Versuchsproduktion, -erstellung von Dienstleistungen, Prototypen/Testversionen (soweit nicht F&E)
  - Investitionen für die Produktion neuer oder verbesserter Produkte und für die Einführung von Prozessinnovationen
  - Markttests, Markteinführungskosten (ohne Aufwendungen für den Aufbau eines Vertriebsnetzes)
  - den Erwerb von Lizenzen und ähnlichen Nutzungsrechten (z.B. Software)
  - Weiterbildung und Schulung der Mitarbeitenden im Zusammenhang mit Innovationsprojekten bzw. der Einführung von Produkt- und Prozessinnovationen
  - die Anmeldung und Aufrechterhaltung eigener Patente, Zertifizierung, Zulassungsprüfung (inkl. Aufwendungen für administrative und juristische Tätigkeiten)

#### 4.1 Geschätzte Ausgaben für Innovationsaktivitäten Ihrer Unternehmung am **Standort Schweiz** 2014 für:

- Forschung und Entwicklung (F&E):
- CHF 

--	--	--	--	--

--	--	--	--	--

--	--	--	--	--

--	--	--	--	--
- davon Anteil für F&E-Aufträge an Dritte: 

--	--	--	--

 %
- Konstruktion, Design:
- CHF 

--	--	--	--	--

--	--	--	--	--

--	--	--	--	--

--	--	--	--	--
- Folgeinvestitionen:
- CHF 

--	--	--	--	--

--	--	--	--	--

--	--	--	--	--

--	--	--	--	--

4.2 Anteil der **Beschäftigten in F&E** an der Gesamtbeschäftigung Ende 2014 (Teilzeitbeschäftigte auf Vollzeitstellen umrechnen):

%

Erläuterung; **Beschäftigte in F&E**: In F&E tätige Mitarbeitende inner- und ausserhalb der F&E-Abteilung(en).

4.3 Allfällige **Folgeinvestitionen** in der Periode 2012-2014 erforderten **innovationsbezogene** Aufwendungen für:

	keine					sehr viel
	1	2	3	4	5	
- Maschinen und Sachmittel	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
- Erwerb externen Wissens (Lizenzen etc.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
- Mitarbeiterschulung	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
- Markteinführung neuer oder erheblich verbesserter Produkte	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
- Zertifizierung, Zulassungsprüfung, etc.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	

**5. Öffentliche Innovationsförderung**

5.1 Hat Ihre Unternehmung in der Periode 2012-2014 für Innovationsprojekte **öffentliche Förderung** nationaler oder internationaler Stellen in Anspruch genommen?

- Kommission für Technologie und Innovation (KTI)  ja  nein
- Kantonale Förderstellen  ja  nein
- Andere nationale Stellen  ja  nein
- Internationale Stellen (z.B. EU-Programme)  ja  nein

**6. Kooperationsaktivitäten im F&E-Bereich**

6.1 Hat Ihre Unternehmung bei den **F&E-Aktivitäten** (ohne externe F&E-Aufträge) in der Periode 2012-2014 mit anderen Unternehmungen/Institutionen **kooperiert**? (z.B. Joint Venture, F&E-Vereinbarung, Minderheitsbeteiligung an F&E-treibenden Firmen, Vereinbarung zum Technologieaustausch etc.)

ja  nein

Falls 'nein', bitte weiter zu Frage 7.1.

**6.2 Kooperationspartner**

Im **F&E-Bereich** haben wir in der Periode 2012-2014 mit folgenden **Partnern** kooperiert (ohne externe F&E-Aufträge; Mehrfachantworten möglich):

	Schweiz	EU	USA	Japan	China/ Indien	Sonstiges Ausland
- Kunden	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Zulieferer von Material/ Komponenten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Zulieferer von Ausrüstungsgütern	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Firmen der gleichen Branche (Wettbewerber)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Firmen aus anderen Branchen (exkl. Kunden, Lieferanten), z.B. Informatikunternehmen, Designbüros	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Firmen des gleichen Konzerns	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Universitäten, Fachhochschulen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Sonstige private oder staatliche Forschungseinrichtungen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**7. Schutz innovationsbedingter Wettbewerbsvorteile**

7.1 Hat Ihre Unternehmung in der Periode 2012-2014 **Patente** angemeldet?  ja  nein

7.2 Wie **wirksam** ist der **Schutz** innovationsbedingter Wettbewerbsvorteile durch:

	nicht genutzt	wenig wirksam	mittel wirksam	sehr wirksam
- Patente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- Gebrauchsmuster	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- Handelsmarken	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- Urheberrechte (Copyrights)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

## 8. Technologisches Potential

### Erläuterungen:

Unter dem **technologischen Potential** verstehen wir das weltweit privat und öffentlich vorhandene technologische Wissen, welches für das Hervorbringen marktfähiger Neuerungen in Ihrem Tätigkeitsbereich genutzt werden kann. Dieses umfasst:

- wissenschaftliches Grundlagenwissen;
- Wissen über Schlüsseltechnologien (z.B. Nanotechnologie, Halbleitertechnik, Biotechnologie, Informatik, audiovisuelle Techniken, etc.), das zur Umsetzung in Neuerungen geeignet ist;
- Spezifisch auf Ihren Tätigkeitsbereich ausgerichtetes technologisches und/oder organisatorisches Wissen.

8.1 Beurteilung des für den Tätigkeitsbereich Ihrer Unternehmung relevanten **technologischen Potentials** (ausserhalb der Firma):

	sehr niedrig	2	3	4	sehr hoch
	1	2	3	4	5
	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

## 9. Externe Quelle des innovationsrelevanten Wissens

9.1 Bedeutung verschiedener **firmenexterner** Quellen des Wissens für die eigene Innovationstätigkeit:

	nicht genutzt	gering	mittel	hoch
--	------------------	--------	--------	------

### Andere Unternehmungen:

- Kunden	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- Lieferanten von Material/Komponenten	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- Lieferanten von Software	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- Lieferanten von Ausrüstungsgütern	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- Firmen der gleichen Branche (Konkurrenten)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- Firmen des gleichen Konzerns	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

### Institutionen, Beratung:

- Universitäten, Fachhochschulen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- Sonstige private oder staatliche Forschungsanstalten	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- Beratungsfirmen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- Technologietransferstellen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

### Allgemein verfügbare Informationen:

- Patentschriften	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- Messen, Ausstellungen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- Fachtagungen, Fachliteratur	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- Computergestützte Informationsnetze	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

## 10. Organisations- und Marketinginnovationen

10.1 Organisationsinnovationen 2012-2014

### Erläuterungen:

Eine **Organisationsinnovation** ist die Einführung einer neuen organisatorischen Massnahme, Methode oder Form, die von Ihrer Unternehmung **zuvor noch nicht angewendet wurde**. Organisatorische Innovationen sind das Ergebnis von strategischen Entscheidungen der Geschäftsleitung. Organisatorische Veränderungen durch Verkauf oder Erwerb anderer Unternehmen oder von Niederlassungen sind **keine** organisatorischen Innovationen.

- Einführung neuer Methoden zur **Organisation von Geschäftsprozessen**  ja  nein  
(z.B. Qualitätsmanagement, Supply Chain Management, Lean Production, Wissensmanagement)
- Einführung neuer **Formen der Arbeitsorganisation**  ja  nein  
(z.B. Dezentralisierung, Job Rotation, Teamwork, Neuausrichtung von Abteilungsgliederungen)
- Einführung neuer **Formen der Gestaltung von Aussenbeziehungen** zu anderen Unternehmungen oder Institutionen  ja  nein  
(z.B. Allianzen, Kooperationsvereinbarungen, Customer Relationship, Lieferantenintegration)

10.2 Marketinginnovationen 2012-2014

### Erläuterungen:

Eine **Marketinginnovation** ist die Einführung einer neuen **Marketing-/Verkaufsmethode**, die von Ihrer Unternehmung **zuvor noch nicht angewendet** wurde. Marketinginnovationen sind Teil eines neuen Marketingkonzepts bzw. einer neuen Marketingstrategie. Saisonale oder andere regelmässige Veränderungen von Marketinginstrumenten sind **keine** Marketinginnovationen.

- Einführung deutlich veränderter **Designs** von Produkten/ Dienstleistungen (inkl. Verpackung)  ja  nein  
(z.B. neues Design oder Verpackungskonzept)
- Einführung neuer **Werbetechniken** bzw. **Medien** in der Produktwerbung, Einführung von **Marken**  ja  nein  
(z.B. erstmalige Nutzung eines neuen Mediums, von Marken, von Methoden der Kundenbindung)
- Einführung neuer **Vertriebskanäle** (inkl. neuer Formen der **Präsentation** von Produkten/Dienstleistungen)  ja  nein  
(z.B. Einführung von Direktmarketing, E-Commerce, Franchising)
- Einführung neuer **Formen der Preispolitik**  ja  nein  
(z.B. Einführung von Preisdifferenzierungs- oder Rabattsystemen)

## 11. Innovationshemmnisse

- 11.1 In folgenden Bereichen sind bei Ihren Innovationsaktivitäten in der Periode 2012-2014 **Hindernisse** aufgetreten, welche **wesentliche negative Konsequenzen** für die Realisierung Ihrer Innovationsprojekte hatten:

Erläuterung:

**Negative Konsequenzen:** Verzicht oder Abbruch geplanter Projekte; nennenswerte Projektverzögerungen

<b>Kosten-/Risikoaspekte:</b>	nicht relevant	gering	mittel	hoch
- Hohe Kosten der Innovationsprojekte	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- Lange Amortisationszeit der Innovationen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- Leichte Kopierbarkeit der Innovationen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- Hohes Risiko bezüglich der:				
• technischen Durchführbarkeit der Projekte	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
• Marktchancen der Innovationen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<b>Finanzierung:</b>				
- Fehlende Eigenmittel für Innovationsprojekte	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- Fehlende Fremdmittel für Innovationsprojekte	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- Hohe Steuerbelastung	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<b>Mangel an qualifizierten Arbeitskräften für:</b>				
- Forschung & Entwicklung	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- Produktion / Absatz	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- Informatik	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<b>Fehlende Information über:</b>				
- Stand der Technik	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- Vermarktungsmöglichkeiten neuer Produkte	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<b>Mangelnde Akzeptanz neuer Technologien</b>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<b>Organisationsprobleme</b>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<b>Staatliche Regelungen</b>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
(z.B. erschwerner Zugang zum EU-Markt, Umweltgesetzgebung, Raumplanung und Bauvorschriften)				
<b>Andere, nämlich:</b> _____				

## 12. Einsatz von Informations- und Kommunikationstechnologien (IKT)

- 12.1 In Ihrer Unternehmung werden derzeit (2015) die folgenden **IKT** eingesetzt:

(bitte Zutreffendes ankreuzen)

- Open-Source Betriebssysteme (z.B. Linux)	ja <input type="radio"/>	nein <input type="radio"/>
- Voice over IP / Video over IP	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- RFID (für Personen- bzw. Produktidentifikation, Produktverfolgung)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

### IT-Software für betriebliche

<b>Prozesse:</b>	ja	nein
- EPR	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- CRM	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- SCM	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- Business intelligence / business analytics software	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

### Sicherheitstechnologien:

	ja	nein
- Externe Datensicherung (offsite data backup)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- "Secure"-Servers	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- Authentifikationssysteme (z.B. digitale Unterschrift, PIN Code, biometrische Methoden, smart cards)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- Datenverschlüsselung	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- "Intrusion detection systems" IDS Software	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

- 12.2 Verfügt Ihre Unternehmung über eine **explizit definierte** Strategie bezüglich der Sicherheit von verwendeten IKT?

ja  nein

Falls **ja**, deckt die Sicherheitsstrategie Ihrer Unternehmung folgende **Risiken** ab:

- Zerstörung oder Verfälschung von Daten infolge eines Angriffs oder eines unerwarteten Ereignisses	ja <input type="radio"/>	nein <input type="radio"/>
- Aufdeckung von vertraulichen Daten durch Eindringen, Pharming-, Phishing-Angriffen oder Unfall	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- Fehlende Verfügbarkeit von IKT-Dienstleistungen infolge eines externen Angriffs (z.B. "Denial of Service"-Angriff)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

- 12.3 War Ihre Unternehmung in der Periode 2012-2014 mit **Sicherheitsproblemen** (z.B. Virus, Trojaner, nicht-autorisierter Zugang zu Computer-Systemen oder Daten) konfrontiert?

ja  nein

12.4 Der **Anteil der Beschäftigten**, die in ihrer Arbeit die folgenden IKT einsetzen, beträgt schätzungsweise:

	0%	1-20%	21-40%	41-60%	61-80%	81-100%
- Computer (z.B. PC, Workstation, Terminal, Laptop)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- Internet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- Intranet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- Mobile Breitband- verbindungen (3G, 4G(LTE))	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

12.5 Anteil der Investitionen in **IKT** (Hard- und Software) an den gesamten Bruttoinvestitionen im Durchschnitt der Jahre 2012-2014.

%

12.6 Maximale (vertragliche) **Verbindungsgeschwindigkeit** (downstream) der Internetverbindung(en) Ihrer Unternehmung:  
(bitte Zutreffendes ankreuzen)

**Festnetz (fixe) Verbindung**

- weniger als 2 Mbit/s
- mind. 2 aber weniger als 10 Mbit/s
- mind. 10 aber weniger als 20 Mbit/s
- mind. 20 aber weniger als 30 Mbit/s
- mind. 30 aber weniger als 100 Mbit/s
- mehr als 100 Mbit/s

**13. Social media**

13.1 Verwendet Ihre Unternehmung **soziale Medien** für betriebliche Zwecke?

ja    nein  
   

Falls **ja**, für folgende Zwecke:

	nicht genutzt	wenig intensiv	sehr intensiv
- Personalrekrutierung (z.B. LinkedIn, Facebook, Twitter)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- Ideenfindung / Entwicklung / Innovation von Produkten / DL (z.B. Innocentive)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- Verkaufsförderung (z.B. Facebook, Myspace, Friendster)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- Konsumentenrückmeldungen (z.B. Onlineforen, Twitter, Facebook)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- Unternehmensinterner Austausch oder Kooperationen (z.B. SharePoint, Lync, Yammer, Wiki- basierte Plattform)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- Kooperation mit Geschäftspartnern oder anderen Institutionen (z.B. SharePoint, Yammer)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**14. "Cloud Computing"-Dienste (CC-Dienste)**

14.1 Verwendet Ihre Unternehmung **"Cloud Computing"**?

ja    nein  
   

14.2 Falls **ja**:

a) Verwendet Ihre Unternehmung folgende Typen von CC-Diensten:

	nicht genutzt	wenig intensiv	sehr intensiv
- IaaS (Infrastructure as a Service) (virtuelle Nutzung von Computer- hardware)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- PaaS (Platform as a Service) (virtuelle Nutzung von Programm- ierungsumgebung)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- SaaS (Software as a Service) (virtuelle Nutzung von Software)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

b) In welchem Ausmass hat Ihre Unternehmung die folgenden zur Verwendung von CC-Diensten **komplementären** Massnahmen ergriffen:

	nicht genutzt	wenig intensiv	sehr intensiv
- Erwerb seitens des IKT-Personals von spezifischem Wissen für die Nutzung, Integration und Verwaltung von CC-Diensten	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- Entwicklung von spezifischen IKT-Prozessen (z.B. für die Qualitätskontrolle von CC-Diensten, die interne Kooperation, die Kooperation mit den Provider, Unterstützung der Nutzung)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



## 15. E-Commerce über das Internet

Definition internetgestützter "E-Commerce":  
Über das Internet abgewickelte Transaktionen. Waren / Dienstleistungen werden über das Internet bestellt; Zahlung und Lieferung können online oder auf herkömmlichen Wegen erfolgen (Aufträge durch handgeschriebene E-Mails fallen nicht unter E-Commerce).

### 15.1 Beschaffung von Waren und Dienstleistungen über das Internet

a) Tätigt Ihre Unternehmung **Einkäufe** über das Internet?

ja    nein  
   

**Falls 'nein', bitte weiter zu Frage 15.2**  
**Falls 'ja', beantworten Sie bitte die folgenden Fragen:**

b) Anteil der **über das Internet getätigte Einkäufe** von Waren und Dienstleistungen am Gesamtwert der Einkäufe (ohne MWST). Notfalls bitte **Schätzwerte** angeben. Bitte auch Werte unter 1% aufführen):

2014  

				.				%
--	--	--	--	---	--	--	--	---

c) Zahlungsart:

	ja	nein
- Online	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- Offline	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

d) Die Internetbeschaffungen stammten aus:

	ja	nein
- der Schweiz	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- Ländern der Europäischen Union	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- anderen Ländern	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

### 15.2 Verkäufe von Waren und Dienstleistungen über das Internet

a) Tätigt Ihre Unternehmung **Verkäufe** über das Internet?

ja    nein  
   

**Falls 'nein', bitte weiter zu Frage 16**  
**Falls 'ja', beantworten Sie bitte die folgenden Fragen:**

b) Anteil der **über das Internet getätigte Verkäufe** von Waren und Dienstleistungen am gesamten Umsatz (ohne MWST). Notfalls bitte **Schätzwerte** angeben. Bitte auch Werte unter 1% aufführen):

2014  

				.				%
--	--	--	--	---	--	--	--	---

c) Zahlungsart:

	ja	nein
- Online	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- Offline	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

d) Die Internetbeschaffungen stammten aus:

	ja	nein
- der Schweiz	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- Ländern der Europäischen Union	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- anderen Ländern	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

## 16. Nutzung des Internets beim Behördenverkehr

16.1 Verwendet Ihre Unternehmung das Internet für folgende **Zwecke**

	ja	nein
- Beschaffung von Informationen auf Websites von Behörden	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- Herunterladen von benötigten Formularen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- Aufladen von ausgefüllten Formularen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- Offerten zu Ausschreibungen der nationalen Behörden oder Behörden von EU-Ländern	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

## 17. Hemmnisse für Internetverkäufe

17.1 Beurteilung der Bedeutung folgender **Hemmnisse** für die Einführung bzw. Intensivierung des **Verkaufs über das Internet:**

	ohne Bedeutung	hohe Bedeutung
<b>Art des Hemmnisses</b>		
- Produkte für Internet-Verkäufe nicht geeignet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- Investitions- und Betriebskosten zu hoch	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- Probleme bei der Zahlungs-Abwicklung	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- Sicherheitsprobleme, Datenschutzprobleme	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- Unklarer rechtlicher Rahmen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- Logistikprobleme	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**\*\*\* Wir danken Ihnen für Ihre wertvolle Mitarbeit \*\*\***

Kontaktperson der Unternehmung: \_\_\_\_\_

Funktion/Stellung: \_\_\_\_\_ Telefon: \_\_\_\_\_

E-Mail: \_\_\_\_\_

**Bemerkungen zur Umfrage:**

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

**Kontaktpersonen der KOF/ETH Zürich:**

Andrin Spescha      044 632 37 84  
Flavio Schönholzer    044 632 40 75  
E-Mail:                inno@kof.ethz.ch

Rückantwortadresse für Fenster-Couvert:

ETH Zürich  
Konjunkturforschungsstelle  
Innovationsumfrage 2015  
LEE F 105  
Leonhardstrasse 21  
8092 Zürich

ETH Zürich  
Konjunkturforschungsstelle  
Innovationsumfrage 2015  
LEE F 105  
Leonhardstrasse 21  
8092 Zürich