

Unternehmens-ID

Bitte beachten

- 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.

Bitte den Fragebogen zurücksenden bis:

19. Mai 2017

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

Innovationsaktivitäten in der Schweizer Wirtschaft

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

Falls **ja**: bitte Land angeben: _____

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 2014

--	--	--	--	--

Ende 2016

--	--	--	--	--

1.4 Der Anteil folgender **Personalkategorien** an der Gesamtbeschäftigung betrug Ende 2016 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)

2014: CHF

--	--	--	--	--

2016: 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 2016: %

b) **Hauptexportmarkt** (nur eine Antwort möglich):
 EU USA Asien Andere

1.7 Anteil des **Personalaufwandes** am Umsatz 2016:

%

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 2016:
 %

b) Gesamtwert der Ausgaben für **Einkäufe** von Waren und Dienstleistungen aus dem **Ausland** (ohne MWST) als Anteil am Umsatz 2016:
 %

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

2014: CHF

2016: CHF

b) Hat Ihre Unternehmung 2016 **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 2014-2016	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- in der Periode 2017-2019	<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 2014-2016 **Produktinnovationen** eingeführt?

ja nein

↓

Falls **'nein'**, bitte weiter zu **Frage 2.2**



17785

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 2016 auf folgende **Produkttypen**:

- Seit Anfang 2014 eingeführte **neue** Produkte %
- Seit Anfang 2014 **erheblich verbesserte** Produkte %
- Seit Anfang 2014 **nicht** oder nur **unerheblich veränderte** Produkte %

Gesamtumsatz %

e) Befanden sich unter den seit Anfang 2014 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 2014 eingeführten **Marktneuheiten** am Umsatz 2016 an: %

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

ja nein

Falls **ja**:

Bitte geben Sie den Anteil der seit Anfang 2014 eingeführten **Weltmarktneuheiten** am Umsatz 2016 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 2014-2016

Prozessinnovationen eingeführt? ja nein

Falls **'nein'**, 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 2016 ca. %

2.3 Gab es in Ihrer Unternehmung in der Periode 2014-2016 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 2014-2016 **Forschung und Entwicklung (F&E)** durchgeführt?

- | | ja | nein |
|---------------------|-----------------------|-----------------------|
| - im Inland | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| - im Ausland | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |



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:

	ja	nein
- Nordamerika (USA/Kanada)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- EU	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- Japan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- Andere Länder	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

c) Der **geschätzte Anteil der F&E-Ausgaben im Ausland** an den F&E-Ausgaben der Firma betrug im Jahr 2016: %

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"/>	
- Nähe zu innovativen Unternehmen (Netzwerke)	<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"/>	
- Unterstützung von Fertigung/Absatz in der Zielregion	<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"/>	
- Geringere F&E-Kosten	<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"/>	
- Andere, nämlich:	_____					

3.5 Externe F&E-Aufträge

a) Hat Ihre Unternehmung in der Periode 2014-2016 **F&E-Aufträge an Dritte** vergeben? ja nein

b) Falls **ja**: Ihre Unternehmung vergab in der Periode 2014-2016 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"/>
- Andere staatliche Forschungseinrichtungen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Private 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** 2016 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 2016 (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 2014-2016 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"/>	<input type="radio"/>
- Erwerb externen Wissens (Lizenzen etc.)	<input type="radio"/>	<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"/>	<input type="radio"/>
- Markteinführung neuer oder erheblich verbesserter Produkte	<input type="radio"/>	<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"/>	<input type="radio"/>

5. Öffentliche Innovationsförderung

5.1 Hat Ihre Unternehmung in der Periode 2014-2016 für Innovationsprojekte **öffentliche Förderung** nationaler oder internationaler Stellen in Anspruch genommen?

	ja	nein
- Kommission für Technologie und Innovation (KTI)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- Kantonale / Regionale Förderstellen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- Andere nationale Stellen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- EU-Programme	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- Andere internationale Stellen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

5.2 Beurteilung der Bedeutung folgender Motive, um **öffentliche Fördermittel** zu beantragen:

	keine					sehr grosse
	1	2	3	4	5	
- Technologisches Wissen / Know-how	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- Finanzielle Ressourcen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- Personelle Ressourcen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

6. Kooperationsaktivitäten im F&E-Bereich

6.1 Hat Ihre Unternehmung bei den **F&E-Aktivitäten** (ohne externe F&E-Aufträge) in der Periode 2014-2016 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 2014-2016 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 Ausrüs- tungsgütern	<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. Infor- matikunternehmen, 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, Fachhoch- schulen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Sonstige private oder staatliche Forschungs- einrichtungen	<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 2014-2016 **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"/>
- Design	<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					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 Forschungs- anstalten	<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"/>



17785

Allgemein verfügbare Informationen:

	nicht genutzt	gering	mittel	hoch
- 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 2014-2016

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 (z.B. Qualitätsmanagement, Supply Chain Management, Lean Production, Wissensmanagement)	ja <input type="radio"/>	nein <input type="radio"/>
- Einführung neuer Formen der Arbeitsorganisation (z.B. Dezentralisierung, Job Rotation, Teamwork, Neuausrichtung von Abteilungsgliederungen)	ja <input type="radio"/>	nein <input type="radio"/>
- Einführung neuer Formen der Gestaltung von Aussenbeziehungen zu anderen Unternehmungen oder Institutionen (z.B. Allianzen, Kooperationsvereinbarungen, Customer Relationship, Lieferantenintegration)	ja <input type="radio"/>	nein <input type="radio"/>

10.2 Marketinginnovationen 2014-2016

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) (z.B. neues Design oder Verpackungskonzept)	ja <input type="radio"/>	nein <input type="radio"/>
--	-----------------------------	-------------------------------

- Einführung neuer Werbetechniken bzw. Medien in der Produktwerbung, Einführung von Marken (z.B. erstmalige Nutzung eines neuen Mediums, von Marken, von Methoden der Kundenbindung)	ja <input type="radio"/>	nein <input type="radio"/>
- Einführung neuer Vertriebskanäle (inkl. neuer Formen der Präsentation von Produkten/Dienstleistungen) (z.B. Einführung von Direktmarketing, E-Commerce, Franchising)	ja <input type="radio"/>	nein <input type="radio"/>
- Einführung neuer Formen der Preispolitik (z.B. Einführung von Preisdifferenzierungs- oder Rabattsystemen)	ja <input type="radio"/>	nein <input type="radio"/>

11. Innovationshemmnisse

11.1 In folgenden Bereichen sind bei Ihren Innovationsaktivitäten in der Periode 2014-2016 **Hindernisse** aufgetreten, welche **wesentliche negative Konsequenzen** für die Realisierung Ihrer Innovationsprojekte hatten:

Erläuterung:

Negative Konsequenzen: Verzicht oder Abbruch geplanter Projekte; nennenswerte Projektverzögerungen

Kosten-/Risikoaspekte:	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"/>
- Fehlende Möglichkeiten zur Geheimhaltung	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Finanzierung:

- 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"/>

Mangel an qualifizierten Arbeitskräften für:

- 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"/>



nicht relevant gering mittel hoch

Fehlende Information über:

- Stand der Technik
- Vermarktungsmöglichkeiten neuer Produkte
- Förderungsangebote / Forschungsangebote

Mangelnde Akzeptanz neuer Technologien

-

Organisationsprobleme

-

Staatliche Regulierung:

- Erschwerter Zugang zum EU-Markt
- Erschwerter Zugang zu stark regulierten Märkten in der Schweiz
- Arbeitsmarktregulierung für Ausländer
- Hoher administrativer Aufwand
- Bedingungen / Ausschlusskriterien der öffentlichen Innovationsförderung
- Umweltgesetzgebung
- Raumplanung und Bauvorschriften

Andere, nämlich: _____

12. Einsatz von Informations- und Kommunikationstechnologien (IKT)

12.1 In Ihrer Unternehmung werden derzeit (2017) die folgenden IKT eingesetzt:

(bitte Zutreffendes ankreuzen)

- Open-Source Betriebssysteme (z.B. Linux) ja nein
- Voice over IP / Video over IP
- RFID (für Personen- bzw. Produktidentifikation, Produktverfolgung)

IT-Software für betriebliche Prozesse:

- EPR ja nein
- CRM
- SCM
- Business intelligence / business analytics software

Sicherheitstechnologien:

- Externe Datensicherung (offsite data backup) ja nein
- "Secure"-Servers
- Authentifikationssysteme (z.B. digitale Unterschrift, PIN Code, biometrische Methoden, smart cards)
- Datenverschlüsselung
- "Intrusion detection systems" IDS Software
- Aufzeichnung von Netzwerkaktivitäten (Logs)

Falls ja:

- Wie lange werden Netzwerkaktivitäten in Ihrer Unternehmung aufgezeichnet? **Monate**

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

- ja nein

Gibt es in Ihrer Unternehmung die Funktion Cyber Security Verantwortliche?

- ja nein

Falls ja:

Anzahl der Beschäftigten (Teilzeitbeschäftigte auf Vollzeit umrechnen) **Anzahl**

12.3 War Ihre Unternehmung in der Periode 2014-2016 mit **Sicherheitsproblemen** (z.B. Virus, Trojaner, nicht-autorisiertem Zugang zu Computer-Systemen oder Daten) konfrontiert?

- ja nein

Falls ja:

Wie hoch war der Erwerbsausfall in Relation zum Gesamtumsatz Ihrer Unternehmung? klein mittel hoch

Wie hoch war der Aufwand zur Behebung des Schadens in Relation zum Gesamtumsatz Ihrer Unternehmung?



17785

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 2014-2016.

%

12.6 Geschätzte Investitionen in Cyber Security im Durchschnitt der Jahre 2014-2016.

CHF

12.7 Geschätzte Ausgaben für Weiterbildung im Bereich IKT im Durchschnitt der Jahre 2014-2016.

CHF

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

Festnetz (fixe) Verbindung

- weniger als 10 Mbit/s
- mind. 10 aber weniger als 30 Mbit/s
- mind. 30 aber weniger als 100 Mbit/s
- mind. 100 aber weniger als 250 Mbit/s
- mind. 250 aber weniger als 500 Mbit/s
- mehr als 500 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, 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

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) Tätig Ihre Unternehmung **Einkäufe** über das Internet?

ja nein

Falls **'nein'**, bitte weiter zu **Frage 15.2**

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):

2016
. %

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) Tätig Ihre Unternehmung **Verkäufe** über das Internet?

- | | |
|-----------------------|-----------------------|
| ja | nein |
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
- ↓

Falls 'nein', bitte weiter zu **Frage 16**

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):

2016
. %

c) Zahlungsart:

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

d) Die Internetverkäufe gehen an Kunden in:

- | | | |
|----------------------------------|-----------------------|-----------------------|
| | ja | nein |
| - der Schweiz | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| - Ländern der Europäischen Union | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| - andere Länder | <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**:

Art des Hemmnisses	ohne Bedeutung	hohe Bedeutung
- 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"/>

Besten Dank für Ihre Teilnahme!

Kontaktperson der Unternehmung: _____

Funktion/Stellung: _____ Telefon: _____

E-Mail: _____

Kontaktpersonen der KOF/ETH Zürich:

Barbara Frank 044 632 43 26
 Nadja Genova 044 632 80 64
 Andrin Spescha 044 632 37 84
 E-Mail: inno@kof.ethz.ch