



Medienmitteilung, 3. Februar 2026

Schweizer Unternehmen setzen weiterhin auf China

Trotz geopolitischer Spannungen und anhaltender Diskussionen über eine Entkopplung internationaler Investitionen bleibt China für Schweizer Unternehmen ein zentraler Markt. Der soeben veröffentlichte «The Swiss Business in China Survey 2025» zeigt, dass das Vertrauen in den Standort China weiterhin hoch ist, auch wenn die Rahmenbedingungen anspruchsvoller werden. Gleichzeitig verschärft sich der Wettbewerb deutlich und verlangt nach angepassten Strategien.

Die Studie «[The Swiss Business in China Survey 2025](#)», geleitet vom China Competence Center der Universität St.Gallen (HSG), untersucht die Situation und Erwartungen Schweizer Unternehmen mit Geschäftstätigkeit in China. Sie analysiert Investitionsabsichten, Wettbewerbsbedingungen, Innovationsdynamiken sowie rechtliche und regulatorische Rahmenbedingungen. Das Gesamtergebnis zeigt: Schweizer Unternehmen bleiben langfristig zuversichtlich gegenüber China, auch wenn Margendruck, Wettbewerb und geopolitische Risiken zunehmen.

Schweizer Unternehmen in China

Mit Blick auf das Engagement Schweizer Unternehmen in der Volksrepublik China sind folgende Punkte hervorzuheben:

1. Schweizer Unternehmen bleiben trotz schwierigerer Rahmenbedingungen zuversichtlich gegenüber China.

Trotz geopolitischer Herausforderungen bleiben die Unternehmen optimistisch, insbesondere im Hinblick auf die nächsten fünf Jahre (Vertrauensindex 7,24 von 10 Punkten), auch wenn das Umsatzwachstum schwächer ist und die Gewinnmargen sinken.

2. China bleibt ein wichtiges Investitionsziel für Schweizer Unternehmen.

Rund die Hälfte (51 %) der Befragten zählt China zu ihren drei wichtigsten globalen Märkten für zukünftige Investitionen. Nur 10 % der Unternehmen planen, einen Teil ihrer vorgesehenen Investitionen aus geopolitischen Gründen zu reduzieren, während 42 % beabsichtigen, ihre Investitionen zu erhöhen – gegenüber 35 % in der letzten Erhebung im Jahr 2024.

3. Der Wettbewerb hat sich deutlich verschärft und chinesische Wettbewerber holen bei Innovation rasch auf.

In den letzten drei Jahren sind chinesische Unternehmen zu deutlich stärkeren Konkurrenten geworden, insbesondere in der fortgeschrittenen Fertigung, bei Elektrofahrzeugen, in der Biotechnologie und im Maschinenbau. Ein wesentlicher Grund dafür, dass 87 % der befragten Unternehmen die «verschärfte Wettbewerbssituation» als wichtigsten externen Veränderungsfaktor sehen, ist, dass sich die technologische Lücke schliesst und lokale Firmen inzwischen stark in Bezug auf Produktqualität, Markenbildung sowie Forschung und Entwicklung konkurrieren.

4. Der Druck zur Lokalisierung der Produktion nimmt zu.

Schweizer Unternehmen berichten von steigenden Erwartungen, in China lokal zu produzieren, während sie die regulatorischen Rahmenbedingungen insgesamt als ausgeglichener wahrnehmen.



5. **China ist zu einem Innovationsstandort im grossen Massstab geworden.**

Staatliche Politik, hohe Ausgaben für Forschung und Entwicklung sowie Programme wie «*Made in China 2025*» haben China von einem Produktionsstandort zu einem globalen Technologieführer gemacht, insbesondere bei Elektrofahrzeugen, künstlicher Intelligenz und Patenten.

6. **Umsatzerwartungen steigern sich, aber Profite bleiben gleich.**

43 % der Befragten erwarten 2025 höhere Umsätze, gegenüber 21 %, die mit Rückgängen rechnen (Saldo +22 %), während nur 29 % höhere Gewinne erwarten und 27 % niedrigere (Saldo +2 %). Dies deutet auf sinkende Margen hin.

Der Direktor des China Competence Center, Prof. Dr. Tomas Casas Klett, der die Untersuchung seitens der Universität St.Gallen begleitet hat, führt aus: «Viele Schweizer und westliche Unternehmen, die auf dem globalen Markt wettbewerbsfähig sind, sehen eine aktive Teilnahme an Chinas industriellen Ökosystemen weiterhin als einen Schlüssel zu ihrem Erfolg.»

Chinesische Unternehmen in der Schweiz

In Abstimmung mit der Swiss Chinese Enterprises Association wurde erstmals auch untersucht, wie chinesische Firmen mit Niederlassungen in der Schweiz ihr Engagement beurteilen. Dabei zeichnen sich folgende Einschätzungen ab:

- Die Schweiz wird als strategischer Standort für den Markteintritt und die Positionierung in Europa geschätzt.
- Der Fokus liegt weniger auf kurzfristiger Gewinnmaximierung als auf dem Aufbau einer langfristigen Präsenz.
- Besonderes Interesse gilt dem Zugang zu Managementkompetenz und Know-how, weniger den physischen Produktionsstätten.

Zu den Studienpartnern zählen Institutionen wie die Swiss Chamber of Commerce, deren Präsident Robert M. Wiest die Marktchancen hervorhebt, die sich aus den traditionell hochwertigen Produkten Schweizer Unternehmen ergeben. Allerdings reicht «ein starkes Produkt allein für den chinesischen Markt nicht mehr aus», meint Nicolas Musy, Delegierter des Verwaltungsrats der Swiss Centers Group, der führenden gemeinnützigen chinesisch-schweizerischen öffentlich-privaten Partnerschaft zur Unterstützung Schweizer Unternehmen in China. «Schweizer Unternehmen können ihren Wettbewerbsvorteil nur dann sichern, wenn sie Innovationen beschleunigen und sich schneller an das Tempo ihrer chinesischen Wettbewerber anpassen.»

Zu den robusten Rahmenbedingungen, wie sie das Freihandelsabkommen zwischen China und der Schweiz definiert, äussert sich im Vorwort der Studie Krystyna Marty Lang, Botschafterin der Schweiz in der Volksrepublik China. Sie betont, dass «die Schweizer Regierung weiterhin entschlossen ist, Handel und Investitionen zu fördern und zu einem offenen und verlässlichen Rahmen für den wirtschaftlichen Austausch beizutragen».

Das China Competence Center der Universität St.Gallen ist am Institut für Internationales Management und Diversity Management (IIDM) verankert, fungiert als Brückenbauer und konzentriert sich auf Forschungsvorhaben wie «*The Swiss Business in China Survey*» sowie auf die nachhaltige Wertschöpfung chinesischer Eliten, die die Inhalte seiner Executive-Education-Programme prägen.

Die Studie «*The Swiss Business in China Survey 2025*» steht online zum Download zur Verfügung.



Universität St.Gallen



Kontakt für Rückfragen:

[Prof. Dr. Tomas Casas Klett](#)

tomas.casasiklett@unisg.ch

Universität St.Gallen (HSG)

Die Universität St.Gallen (HSG) ist die Universität des Kantons St.Gallen und die Wirtschaftsuniversität der Schweiz. Internationalität, Praxisnähe und eine integrative Sicht zeichnen die Ausbildung an der HSG seit ihrer Gründung im Jahr 1898 aus. Heute bildet die Universität rund 10'000 Studierende aus rund 120 Staaten in Betriebswirtschaft, Volkswirtschaft, Rechts- und Sozialwissenschaften, Internationalen Beziehungen und Informatik aus. Mit Erfolg: Die HSG gehört zu den führenden Wirtschaftsuniversitäten Europas. Im European Business School Ranking der «Financial Times» 2025 ist sie unter den Top Ten auf Rang 8. Zudem hat die «Financial Times» den Master in «Strategy and International Management» (SIM-HSG) 2025 zum vierzehnten Mal als weltweit besten Management-Master bewertet. Für ihre ganzheitliche Ausbildung auf höchstem akademischem Niveau trägt die HSG mit der EQUIS-, AACSB- und AMBA-Akkreditierung internationale Gütesiegel. Studienabschlüsse sind auf Bachelor-, Master- und Doktorats-Stufe möglich. Zudem bietet die HSG erstklassige und umfassende Angebote zur Weiterbildung für jährlich über 6000 Teilnehmende. Kristallisationspunkte der Forschung an der Universität St.Gallen sind ihre rund 40 Institute, Forschungsstellen und Centers, welche einen integralen Teil der HSG bilden. Die weitgehend autonom organisierten Institute finanzieren sich zu einem grossen Teil selbst, sind aber eng mit dem Universitätsbetrieb verbunden. – Besuchen Sie uns auf [unisg.ch](https://www.unisg.ch) und:

