

Champagner-Index Schweiz

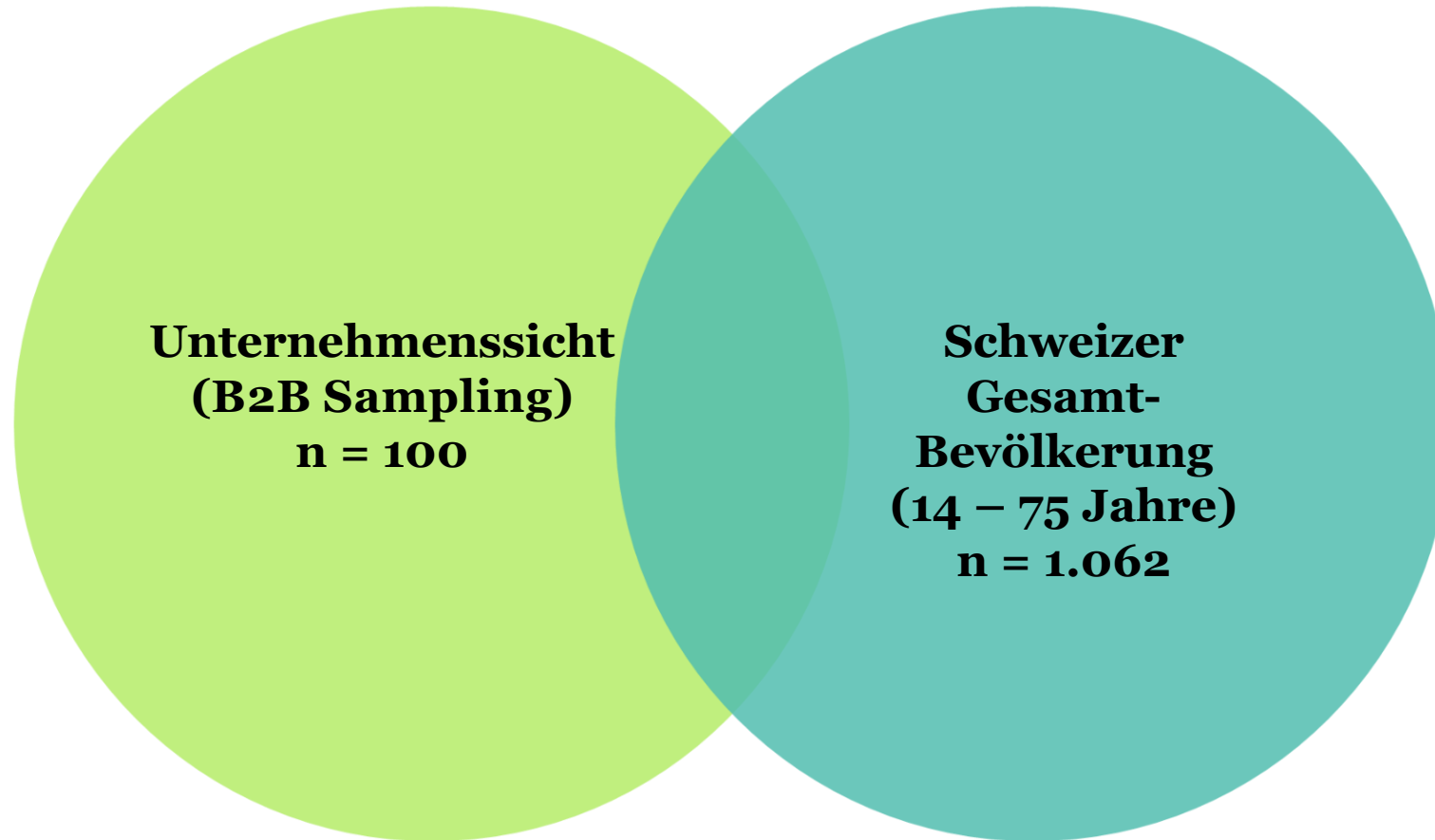
Das etwas andere Konjunktur-Barometer



Mai 2025

marketagent.

Studiendesign: Unternehmenssicht vs. Gesamt-Bevölkerung



Unternehmenssicht



April 2025

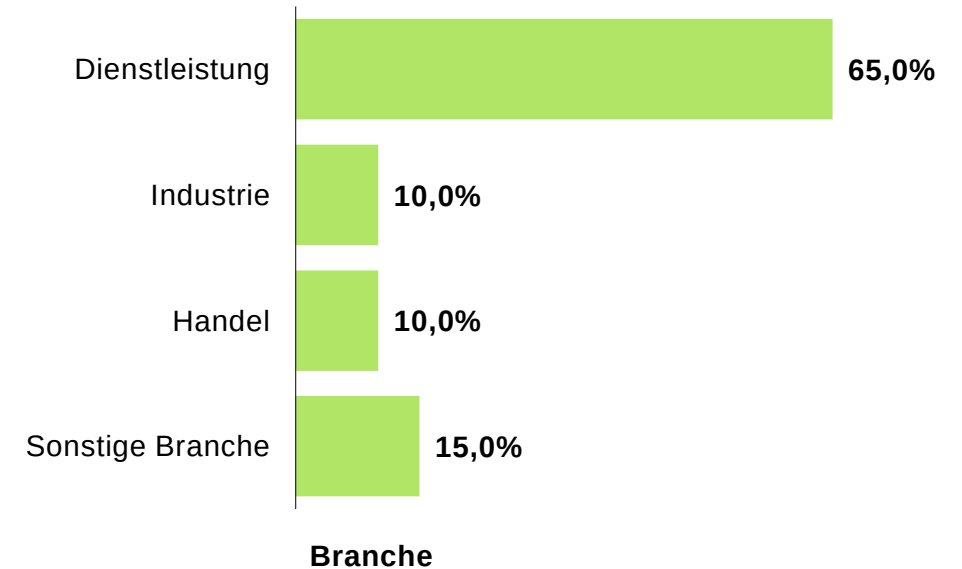
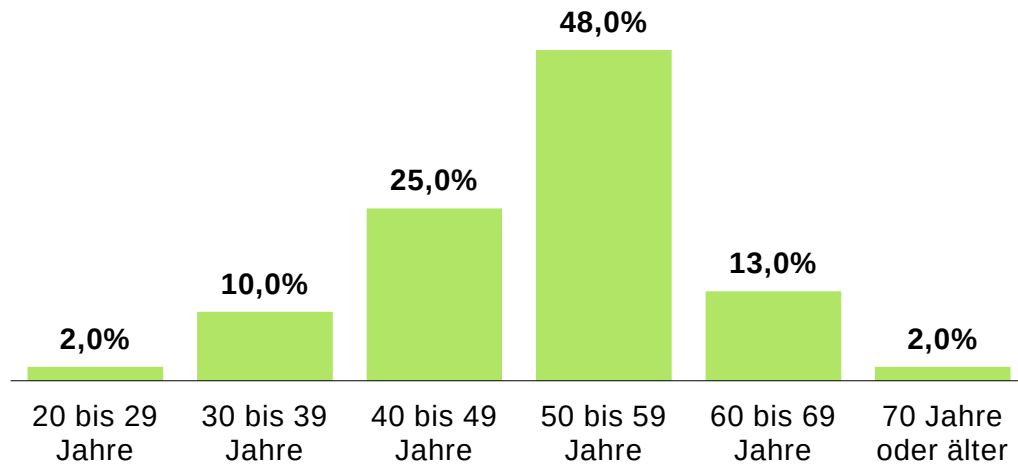
marketagent.

Umfrage-Basics | Studiensteckbrief: B2B - Unternehmenssicht

Auftraggeber	Eigenstudie
Methode	CAWI Computer Assisted Web Interviews
Sample-Grösse	n = 100 Netto-Interviews anfallende Stichprobe, nicht repräsentativ
Kernzielgruppe	Social Media Sampling (LinkedIn-Kontakte von Marketagent) und Newsletter-Abonnent*innen von Marketagent
Feldzeit	08.01.2025 - 25.02.2025
Studienumfang	17 Fragen
Mobile Teilnahme	25,4%

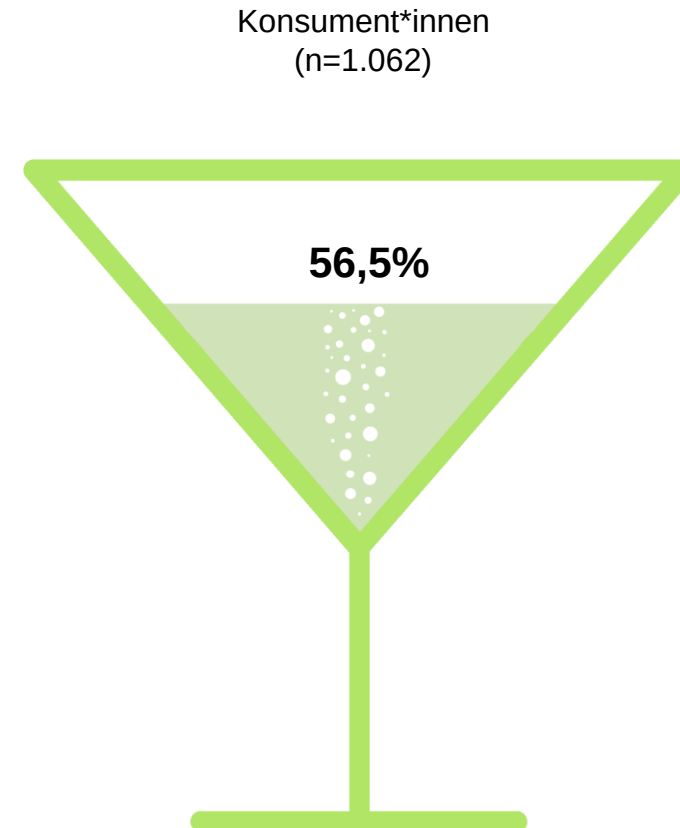
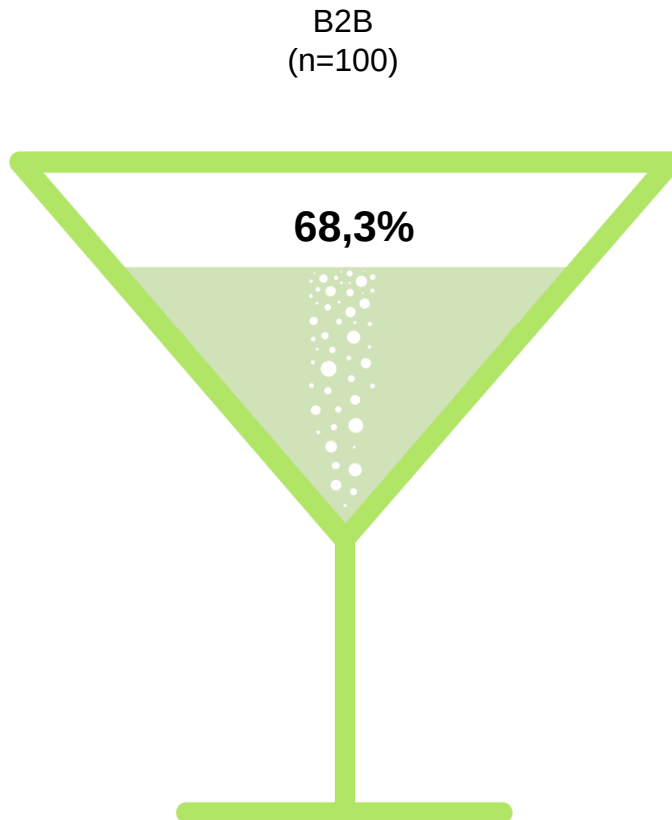
Zusammensetzung des Samples | n = 100

♂ 62,0% ♀ 38,0%



Füllstand im Champagner-Glas: Aktuelle Wirtschaftslage in der Schweiz

Unternehmenssicht vs. Konsument*innen

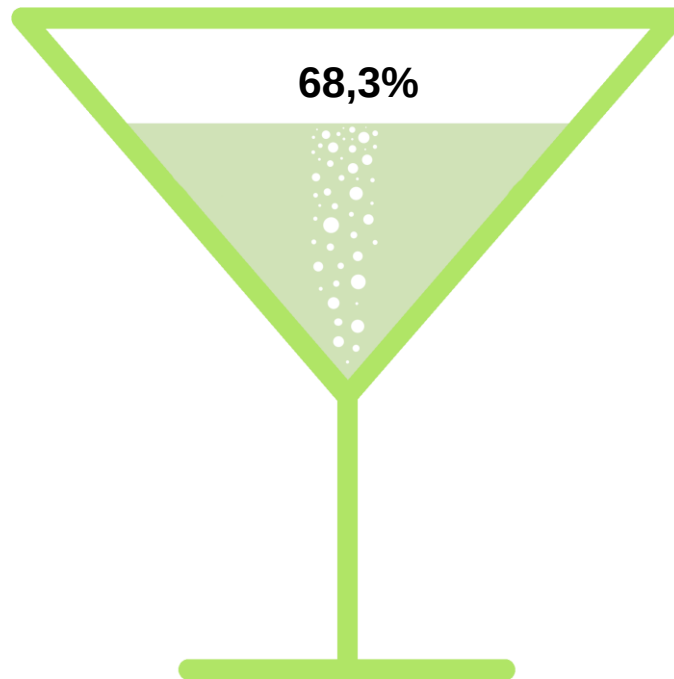


Füllstand im Champagner-Glas: Aktuelle Wirtschaftslage im Land

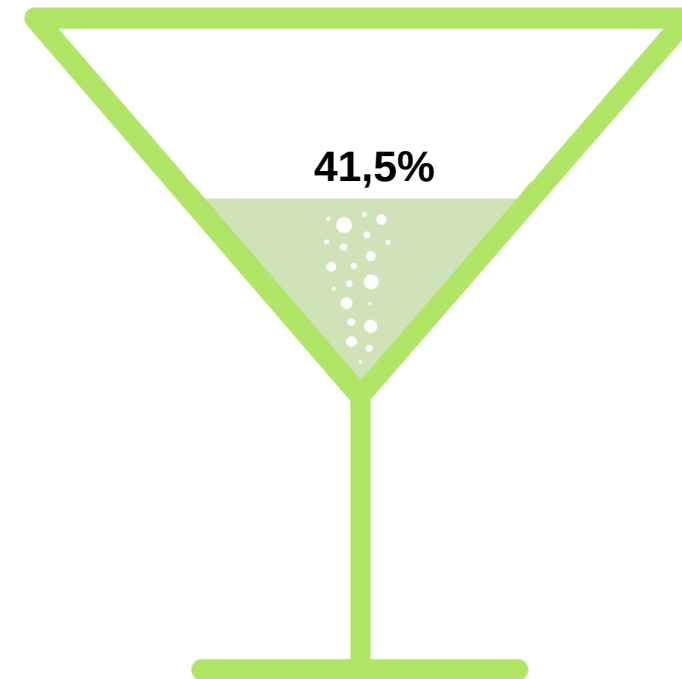
Unternehmenssicht (2025) | Ländervergleich CH vs. AT



(n=100)

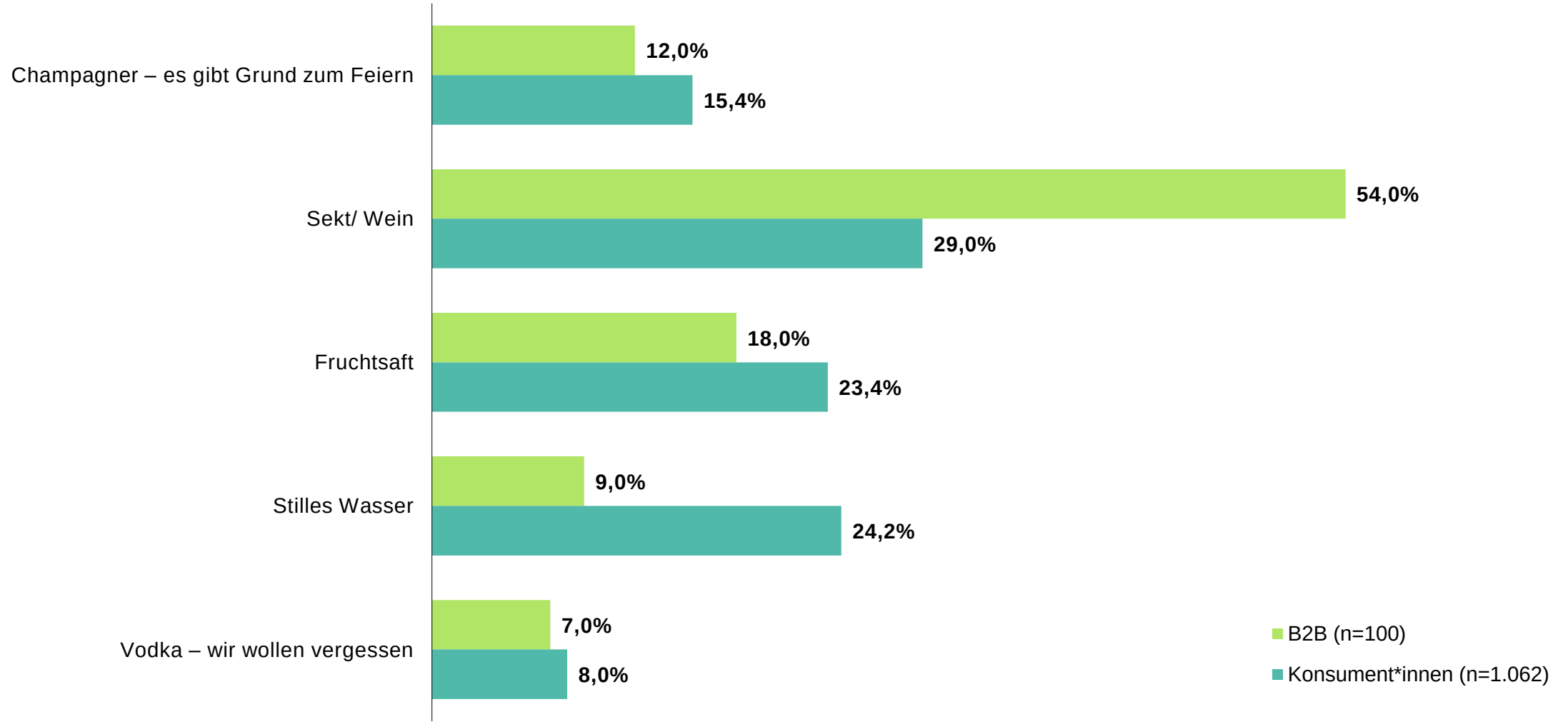


(n=331)



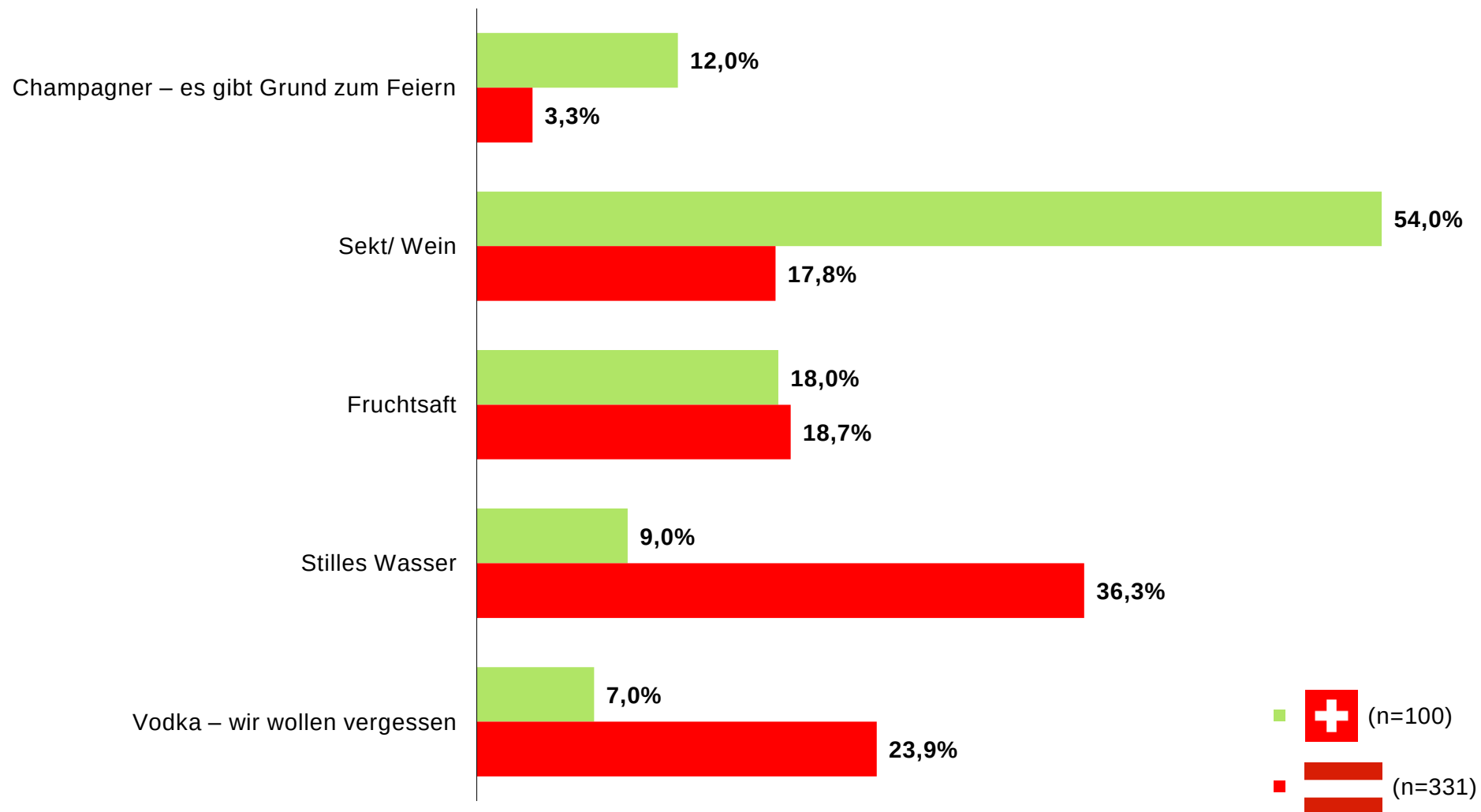
Anstossen auf die wirtschaftliche Gesamt-Entwicklung

Unternehmenssicht vs. Konsument*innen



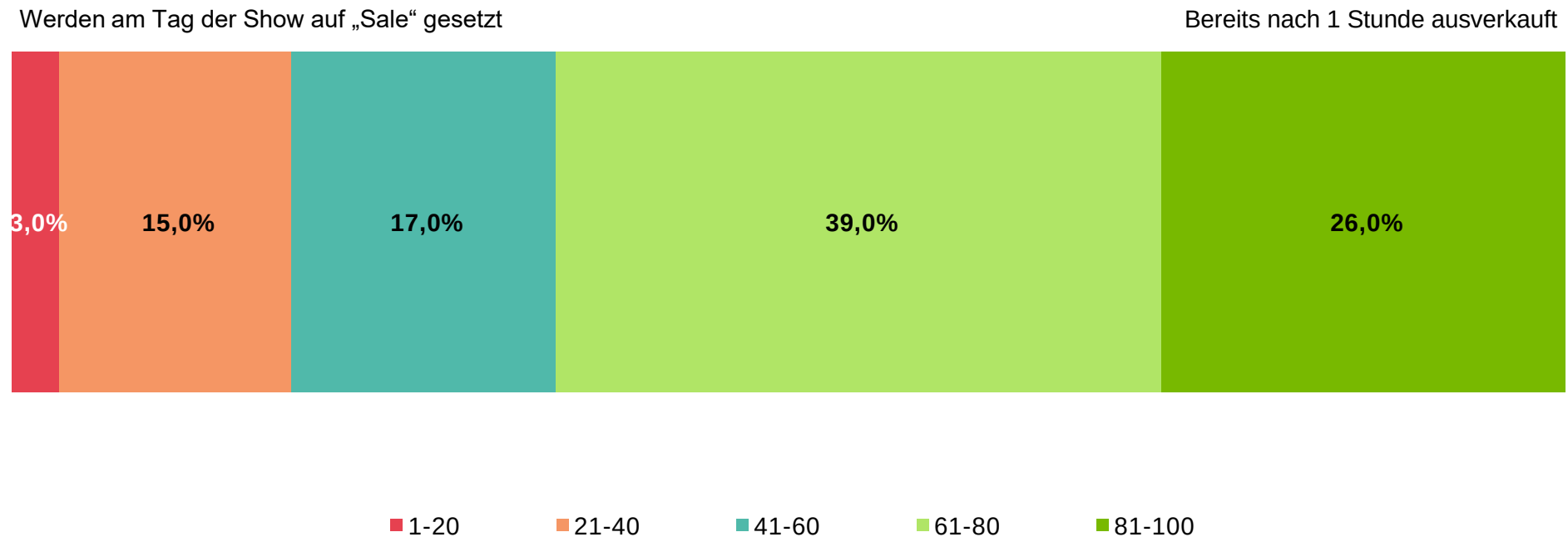
Anstossen auf die wirtschaftliche Gesamt-Entwicklung

Unternehmenssicht (2025) | Ländervergleich CH vs. AT



Das eigene Unternehmen als Band auf Tour: Ticket-Andrang

Unternehmenssicht



[...] Wenn Ihr Unternehmen eine Band auf Tour wäre, wie gross wäre aktuell der Andrang auf Tickets zu Ihrer Show (bzw. die Nachfrage nach Ihren Dienstleistungen)? || n=100 || Slider von 0-100

Performance des eigenen Unternehmens in den kommenden 12 Monaten

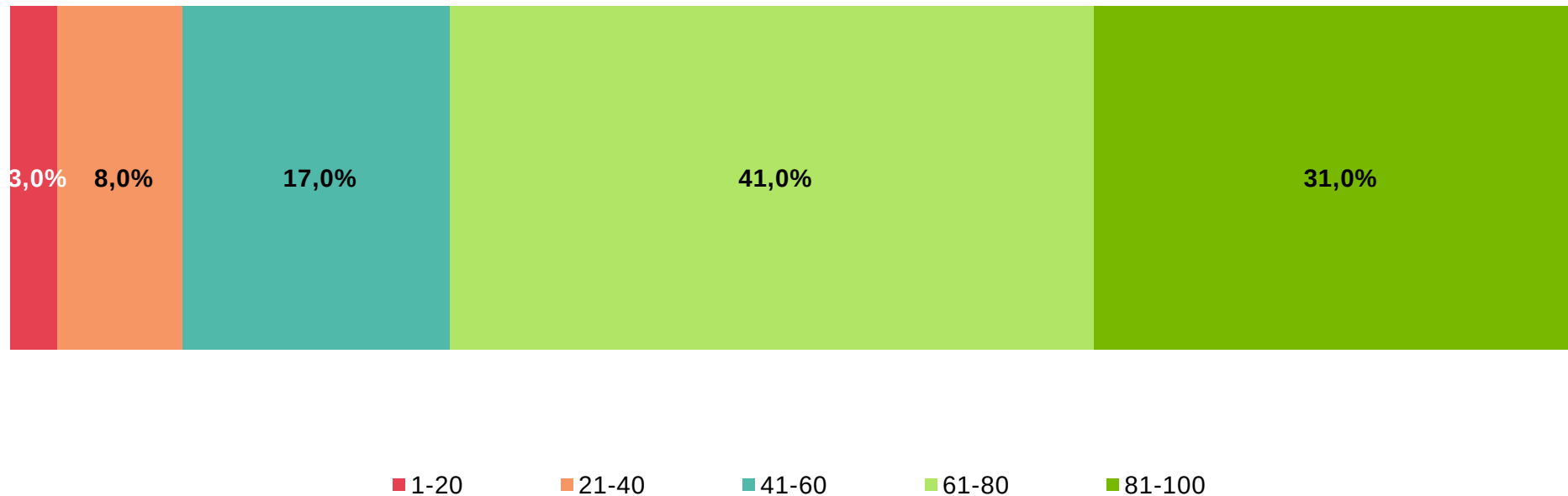
Unternehmenssicht



Goldene Himbeere (Schmähpreis)



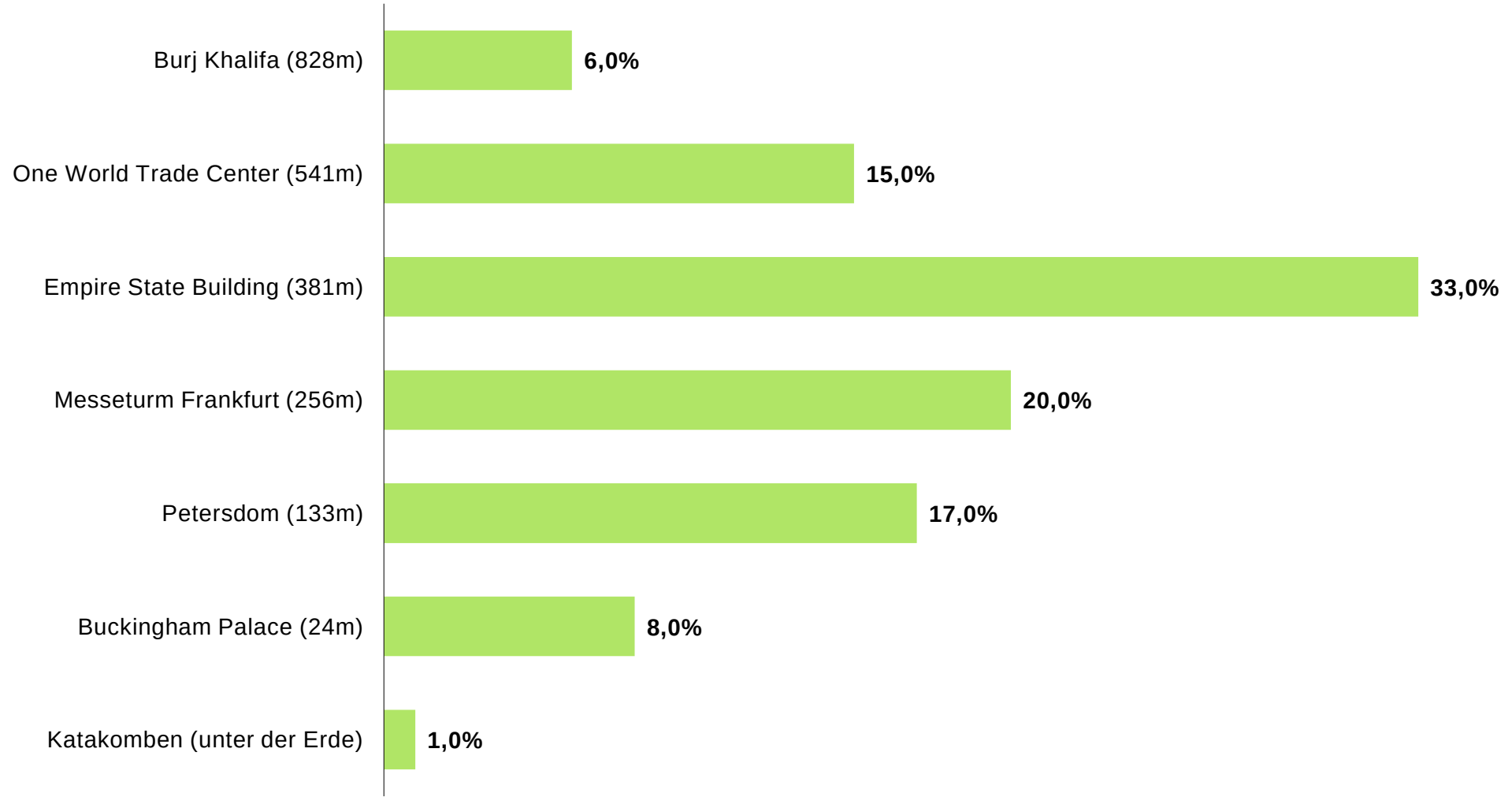
Oscar (höchster Filmpreis)



Denken Sie nun an die erwartete Performance Ihres Unternehmens in den kommenden 12 Monaten. Welche Auszeichnung würde Ihr Unternehmen wahrscheinlich erhalten? || n=100 || Slider von 0-100

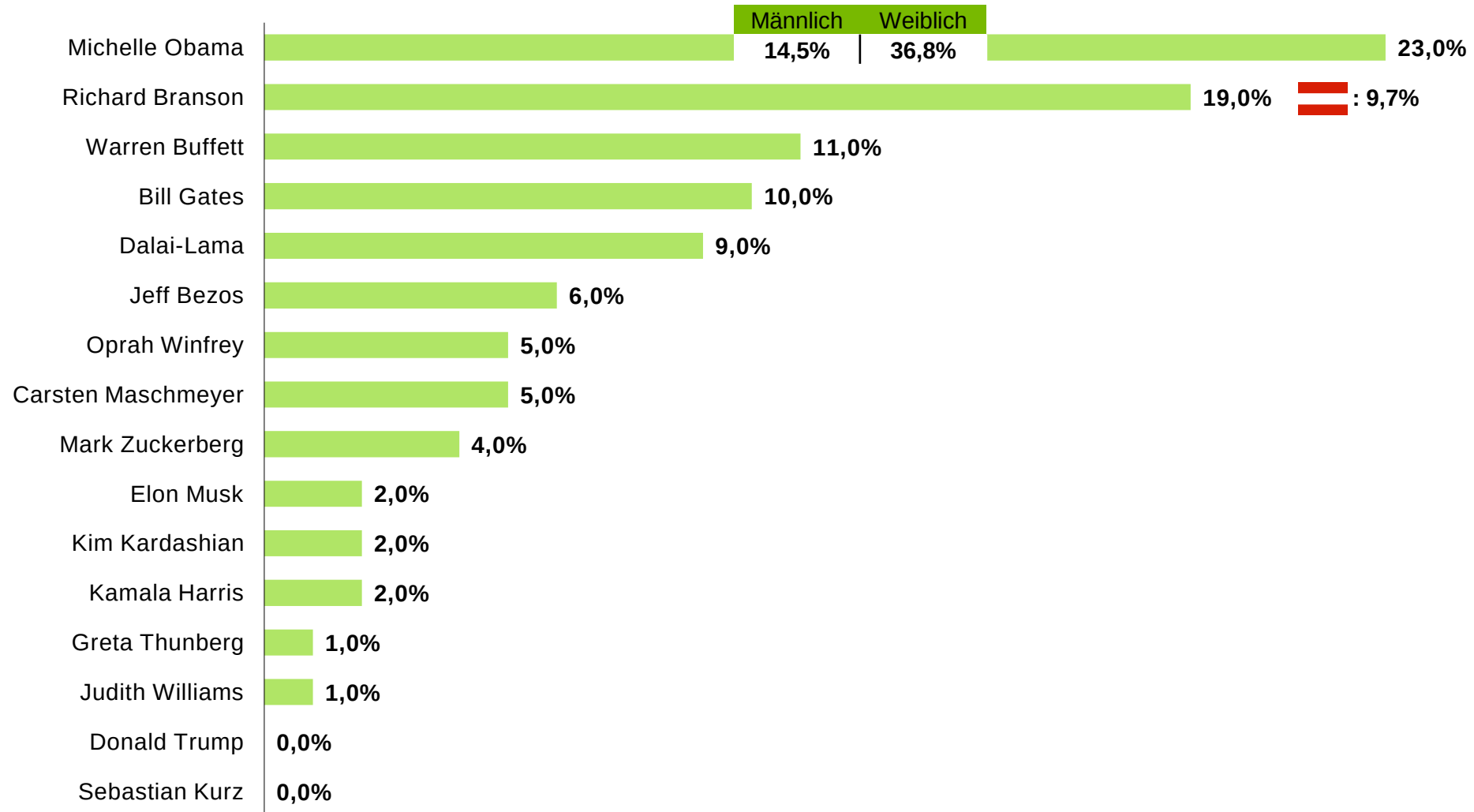
10-Jahres-Ausblick: Aufstieg des Unternehmens

Unternehmenssicht



Präferierte Persönlichkeit für ein Advisory Board

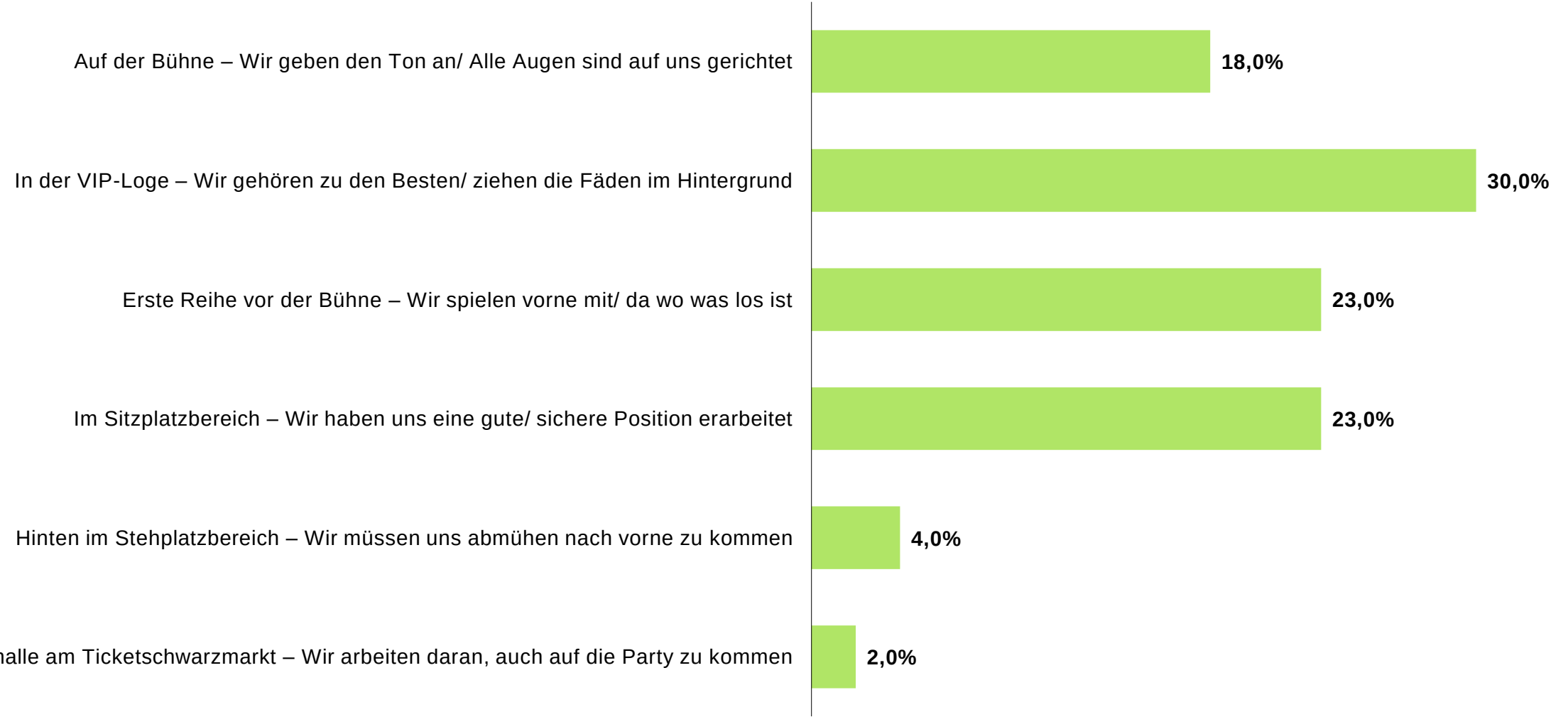
Unternehmenssicht



Angenommen, Sie hätten die Möglichkeit eine der untenstehenden Persönlichkeiten in ein Advisory Board für Ihr Unternehmen aufzunehmen. Auf welche Person würde Ihre Wahl am ehesten fallen? || n=100

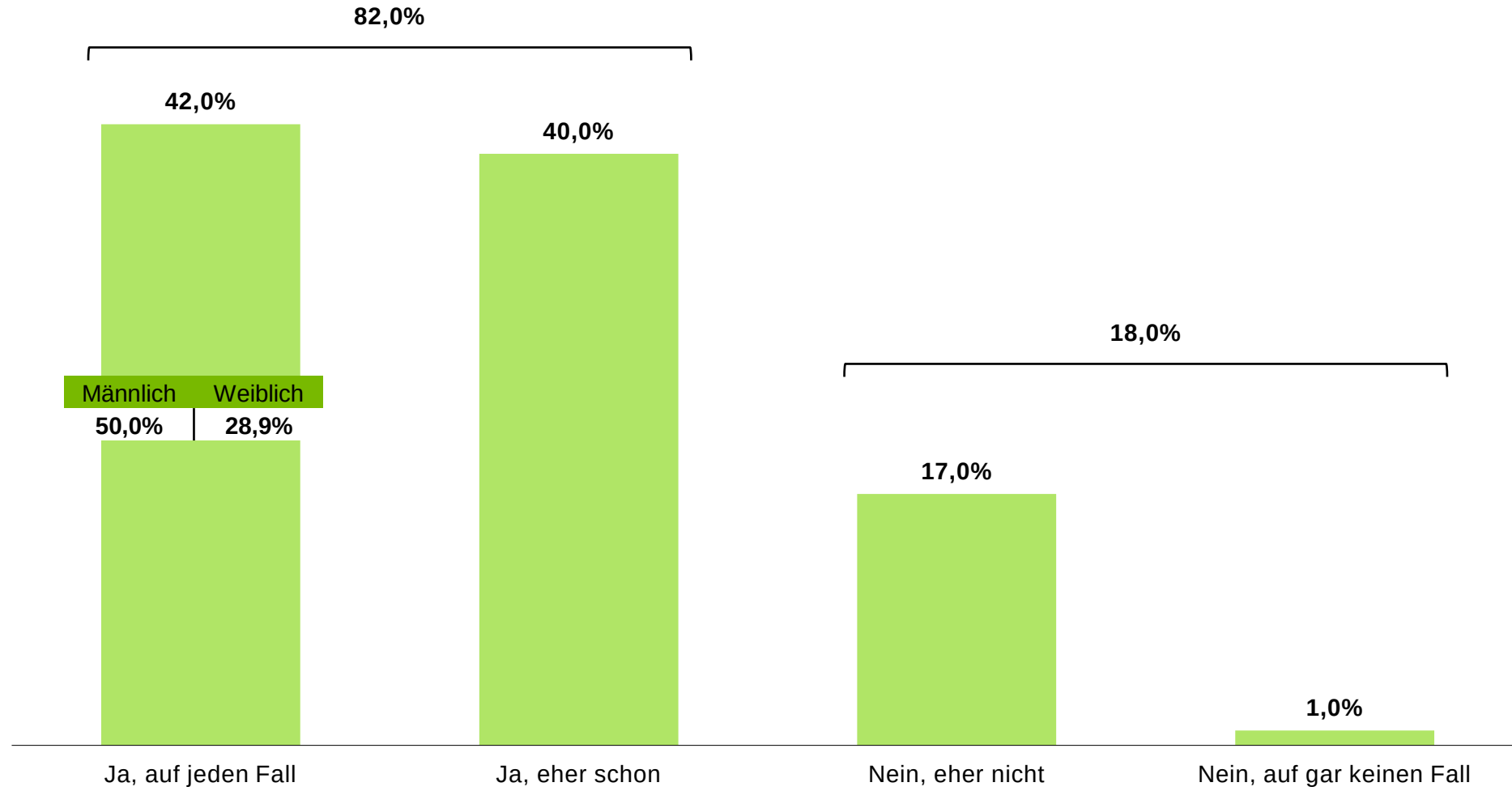
Konkurrenzvergleich: Das eigene Unternehmen auf einem Konzert

Unternehmenssicht



Kauf von Aktien des eigenen Unternehmens

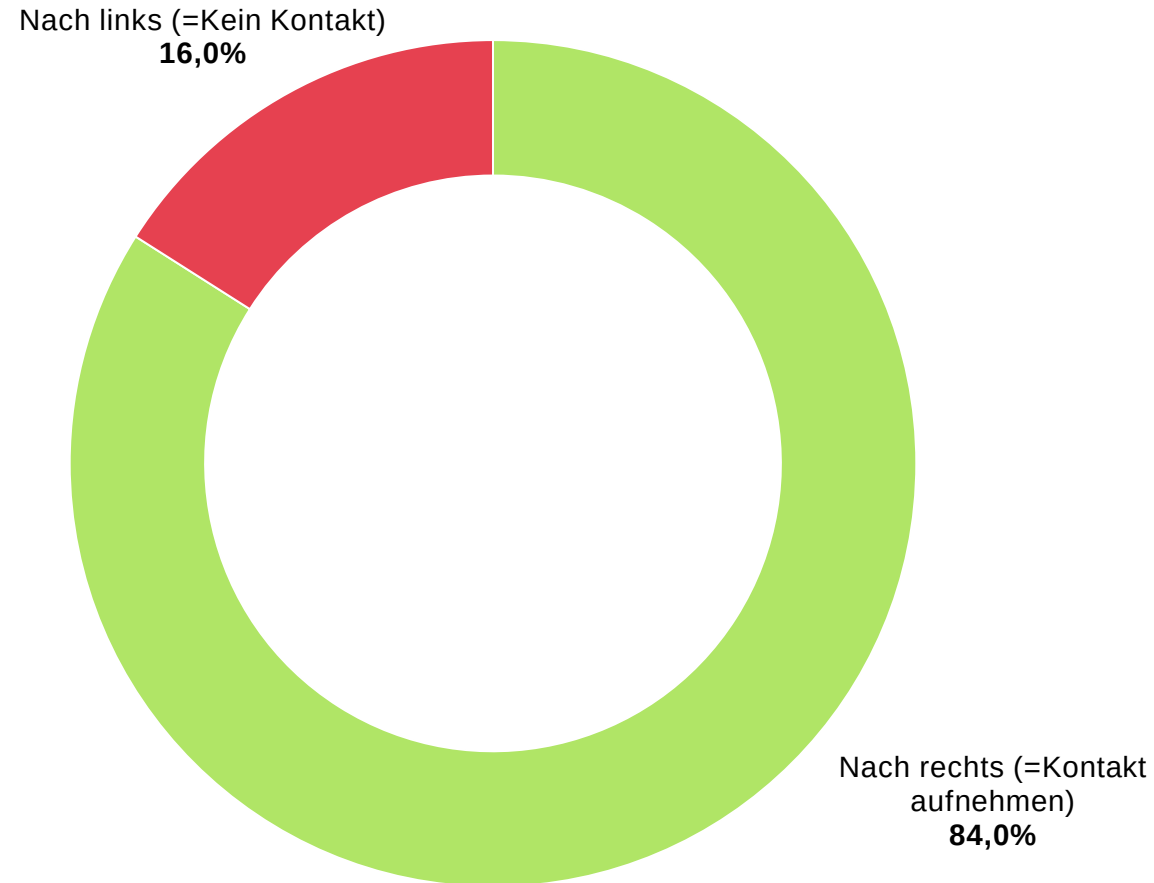
Unternehmenssicht



Angenommen Sie würden Ihr privates Geld investieren wollen. Würden Sie sich Aktien von Ihrem Unternehmen kaufen? || n=100 ||
MW 3,2 (Skala von "4 = Ja, auf jeden Fall" bis "1 = Nein, auf gar keinen Fall")

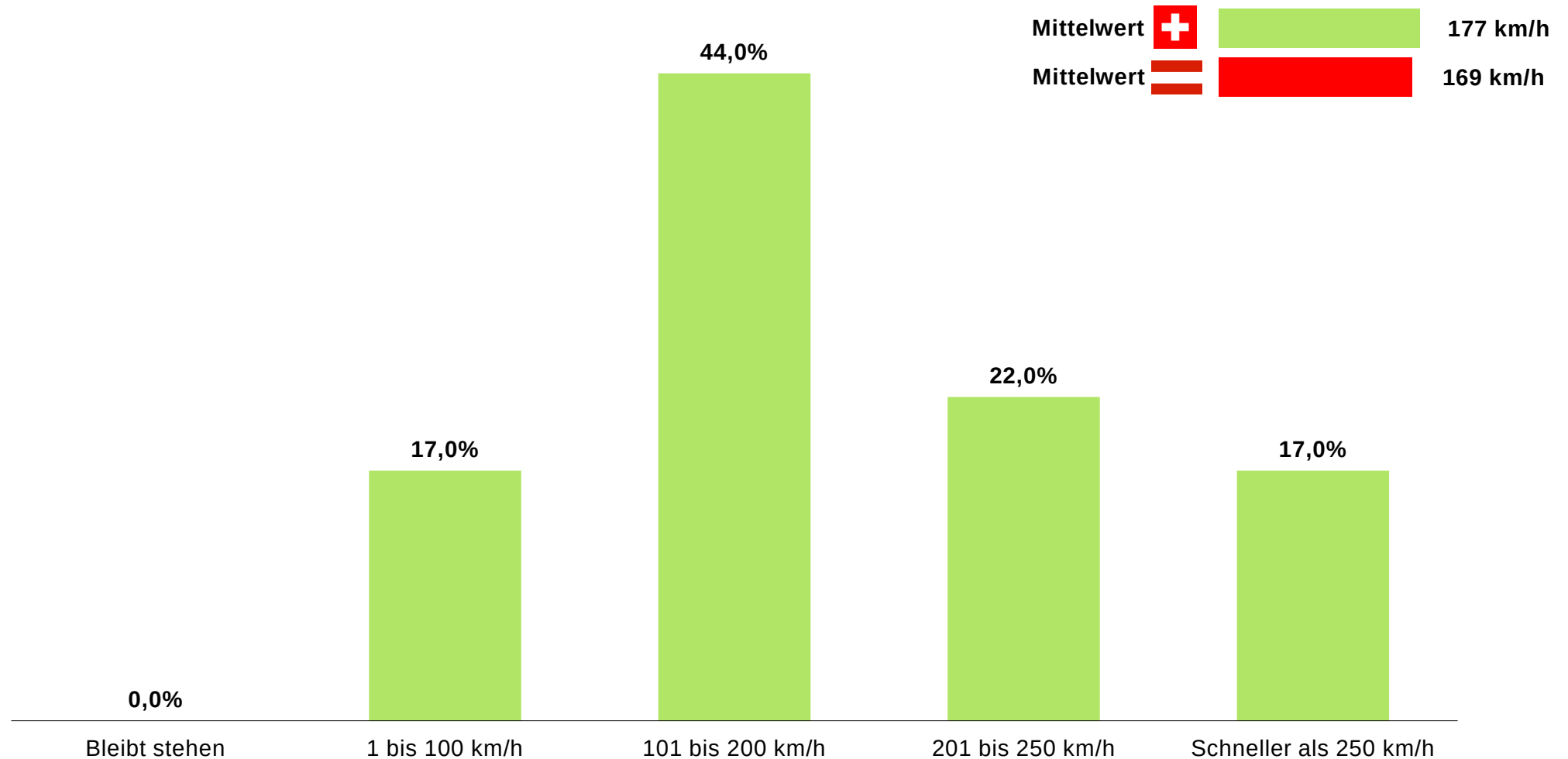
Das Unternehmen als Tinder-Vorschlag

Unternehmenssicht



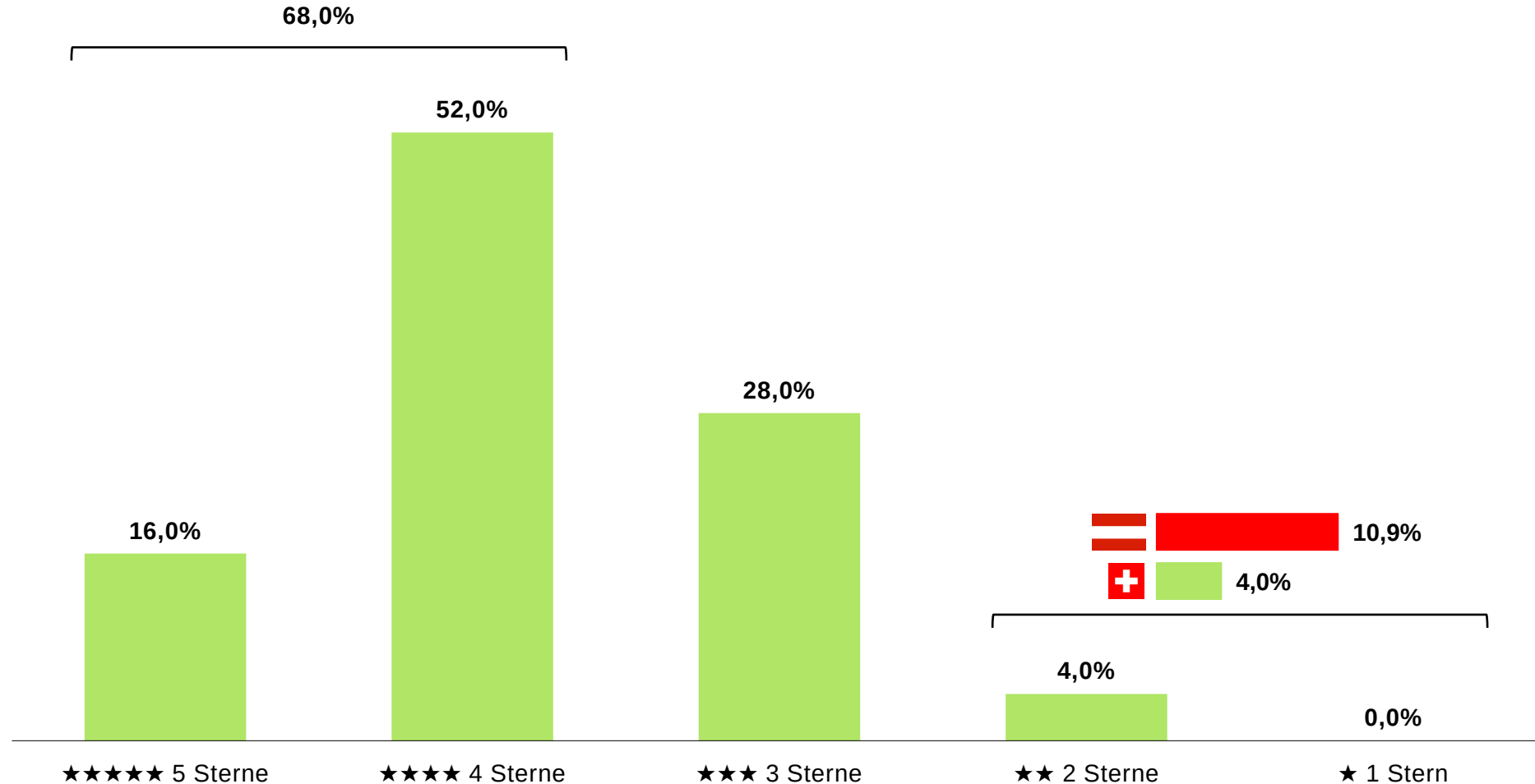
Schnelligkeit der Entscheidungsfindung: Das Unternehmen als Auto

Unternehmenssicht



Google-Rezension: Qualität der Entscheidungen im Unternehmen

Unternehmenssicht



Und wie beurteilen Sie alles in allem die Qualität von getroffenen, wichtigen Entscheidungen in Ihrem Unternehmen? Wie viele Sterne würden Sie für die Entscheidungsqualität in einer Google Rezension vergeben? || n=100 || MW 3,8 (Skala von "1 = ★ 1 Stern" bis "5 = ★★★★★ 5 Sterne")

Konsument*innensicht



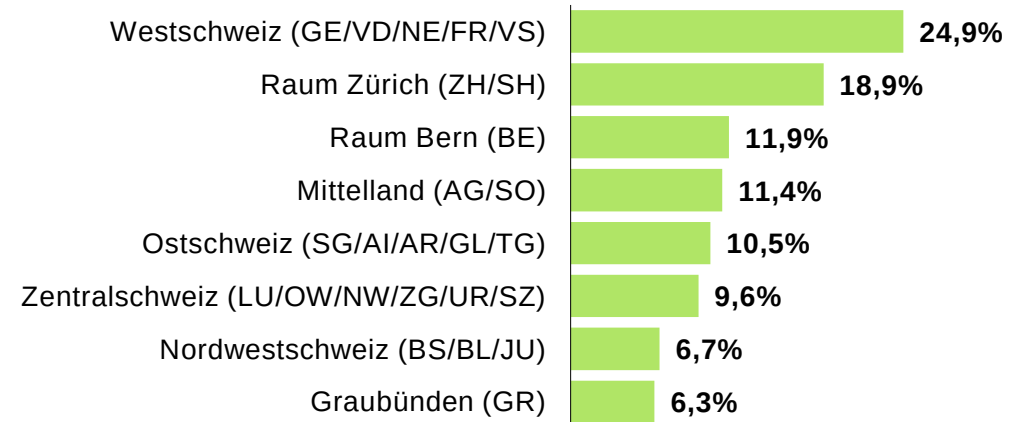
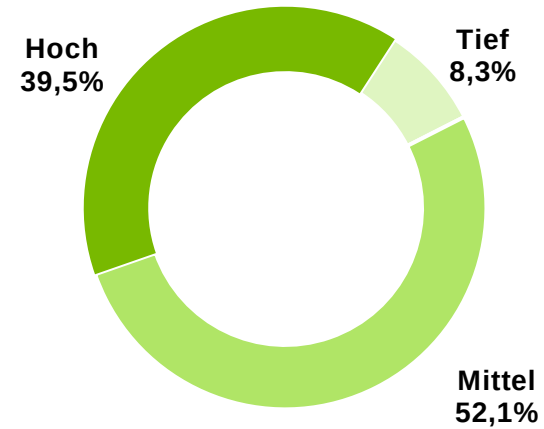
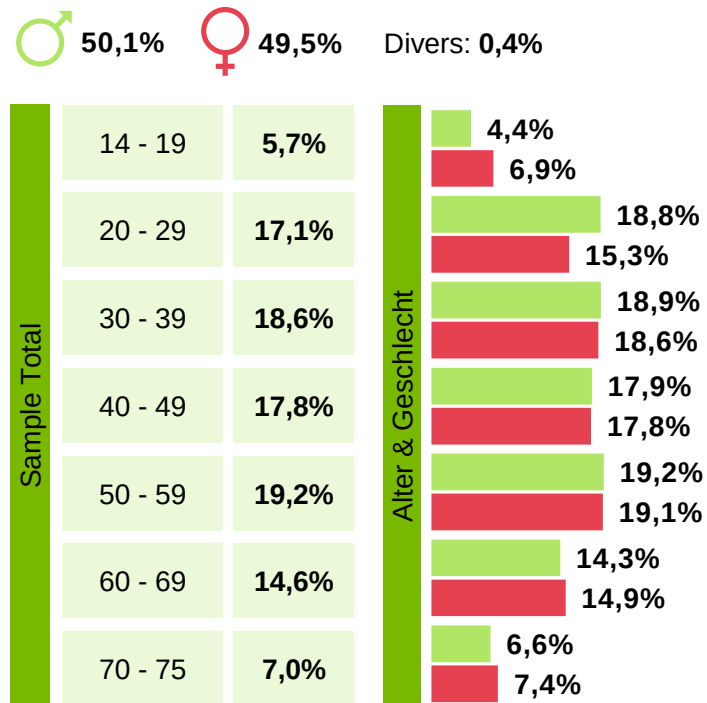
marketagent.

m.

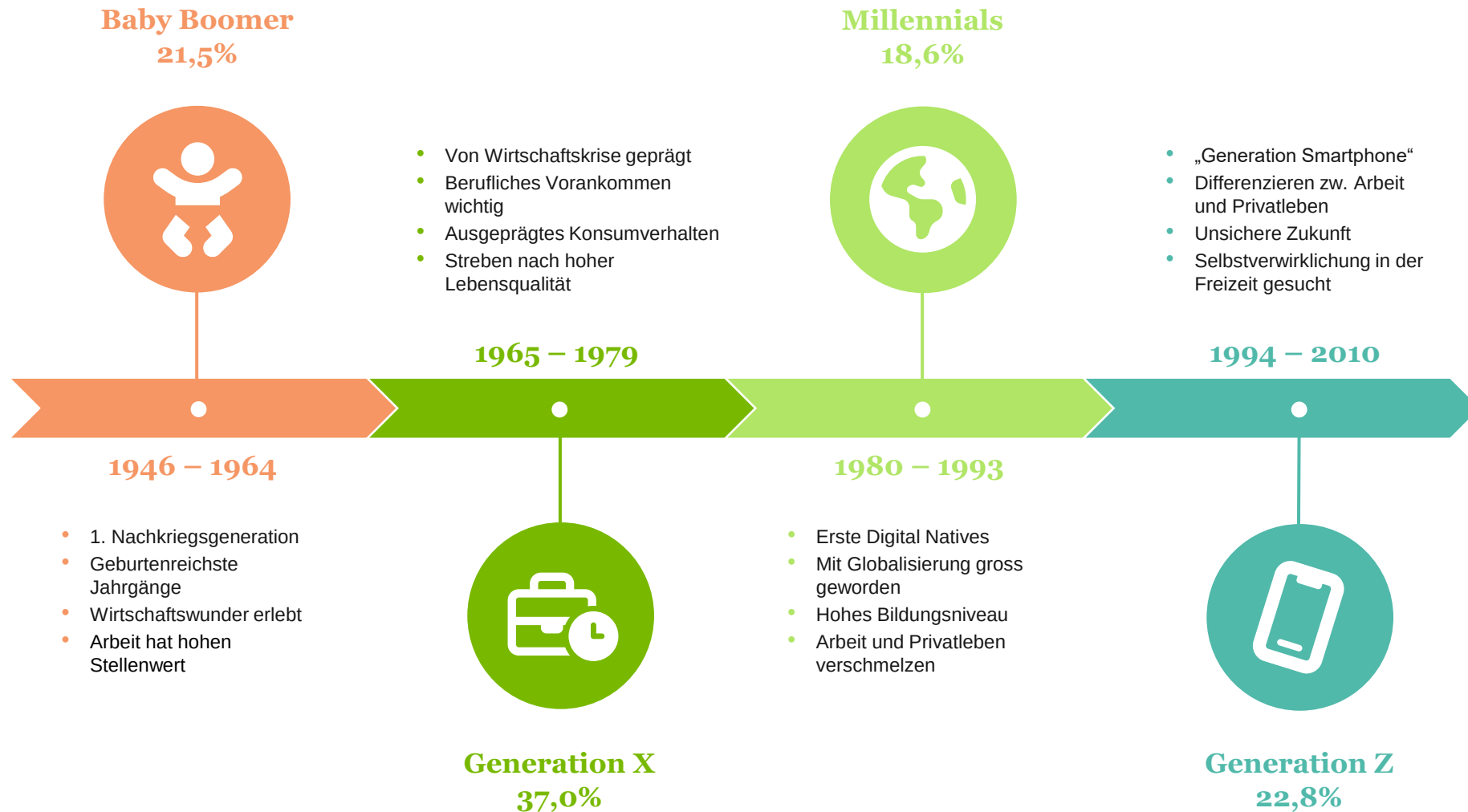
Umfrage-Basics | Studiensteckbrief: Konsument*innen

Auftraggeber	Eigenstudie
Methode	CAWI Marketagent Online Access Panel
Sample-Grösse	n = 1.062 Netto-Interviews
Kernzielgruppe	Personen im Alter zwischen 14 und 75 Jahren Inzidenz: 100%
Quotensteuerung	Sample repräsentativ für die Schweizer Bevölkerung Random Selection gewichtet
Feldzeit	04.02.2025 - 10.02.2025
Studienumfang	12 Fragen
Mobile Teilnahme	49,1%

Zusammensetzung des Samples | n = 1.062



Generationen im Überblick | n = 1.062

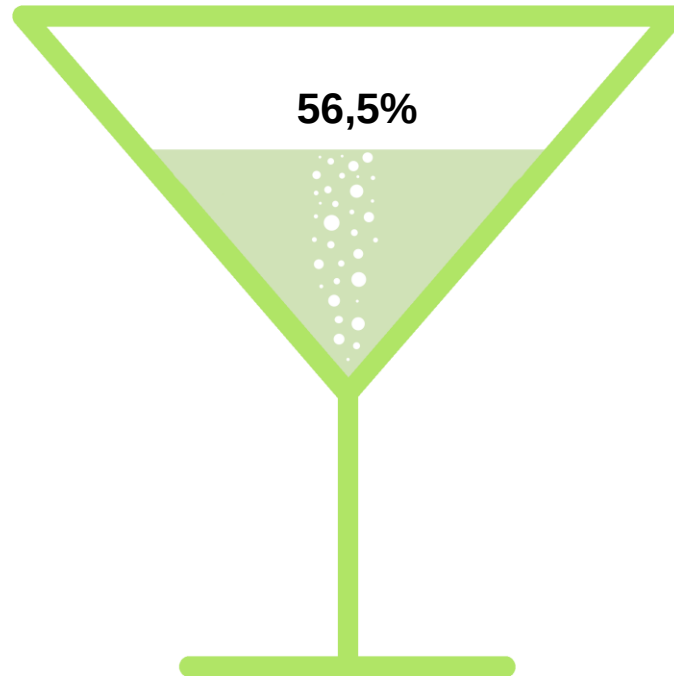


Füllstand im Champagner-Glas: Aktuelle Wirtschaftslage im Land

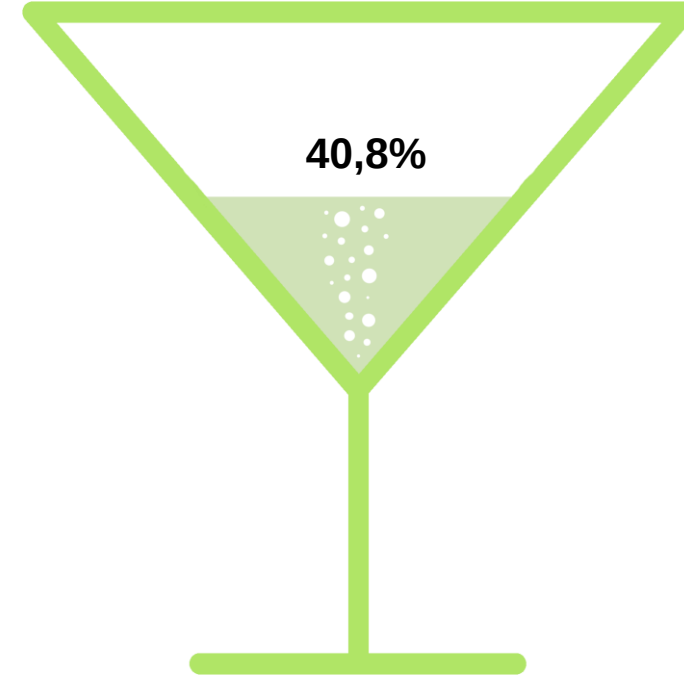
Konsument*innen (2025) | Ländervergleich CH vs. AT



(n=1.062)

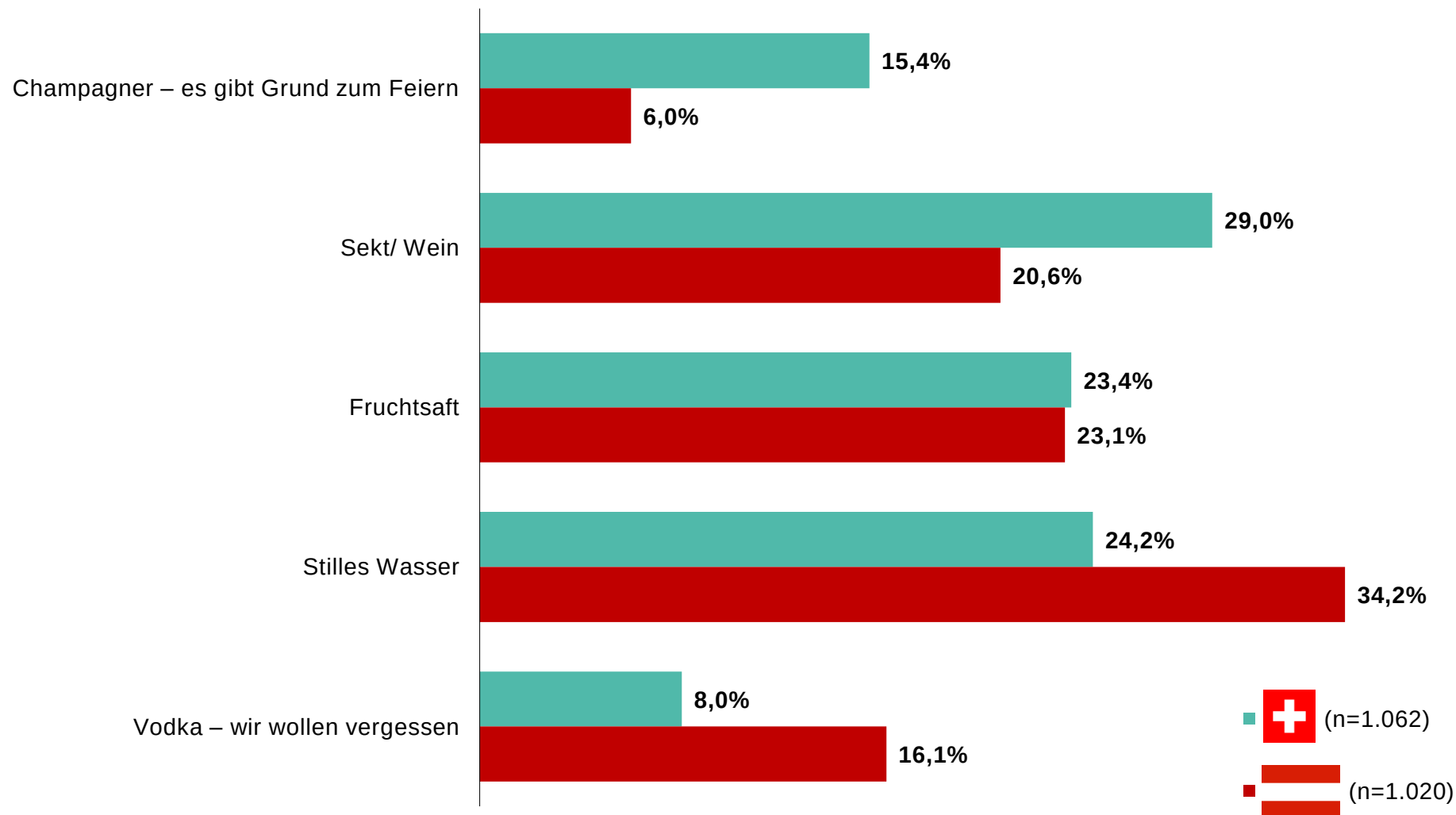


(n=1.020)



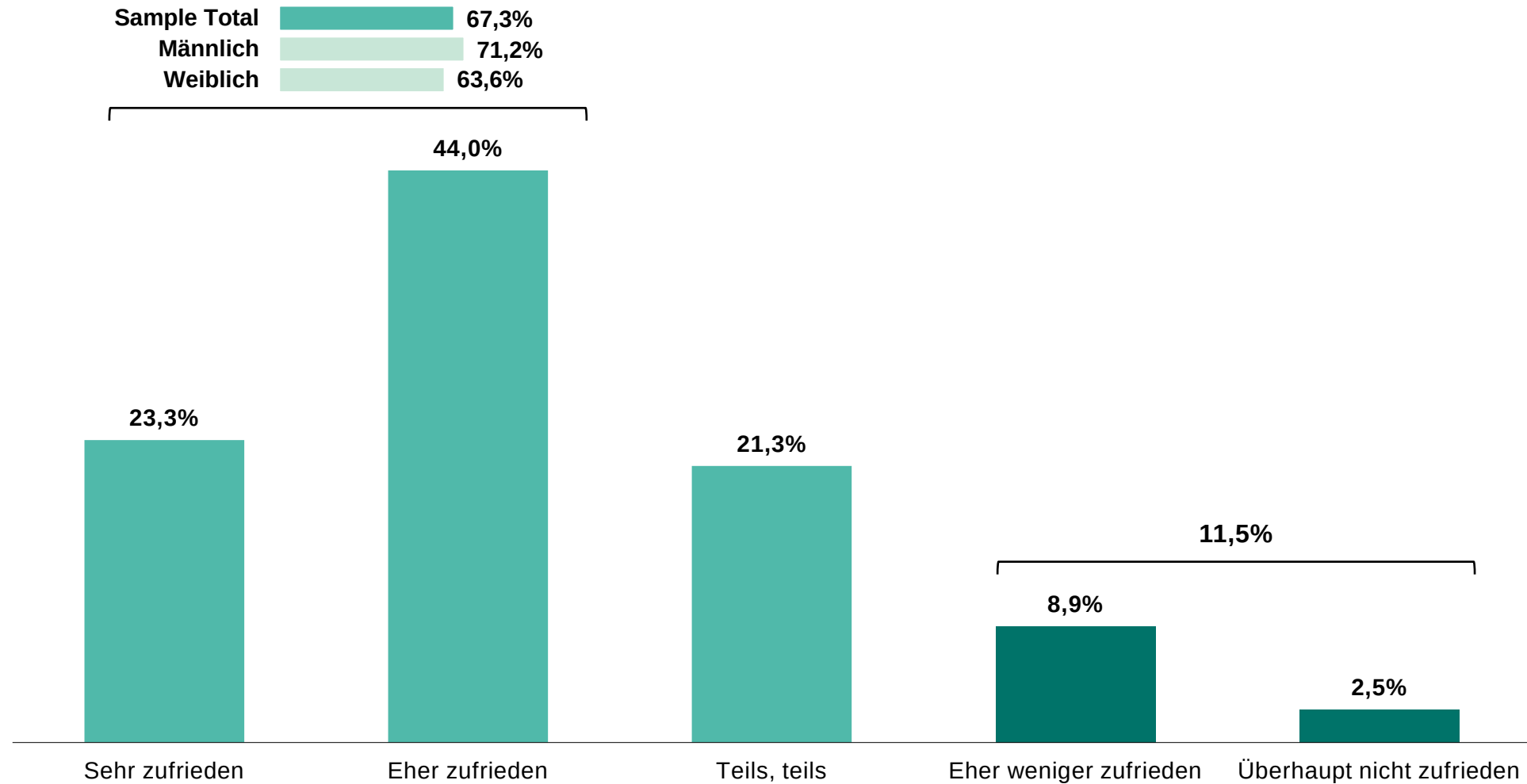
Anstossen auf die wirtschaftliche Gesamt-Entwicklung

Konsument*innen (2025) | Ländervergleich



Zufriedenheit mit dem eigenen Leben

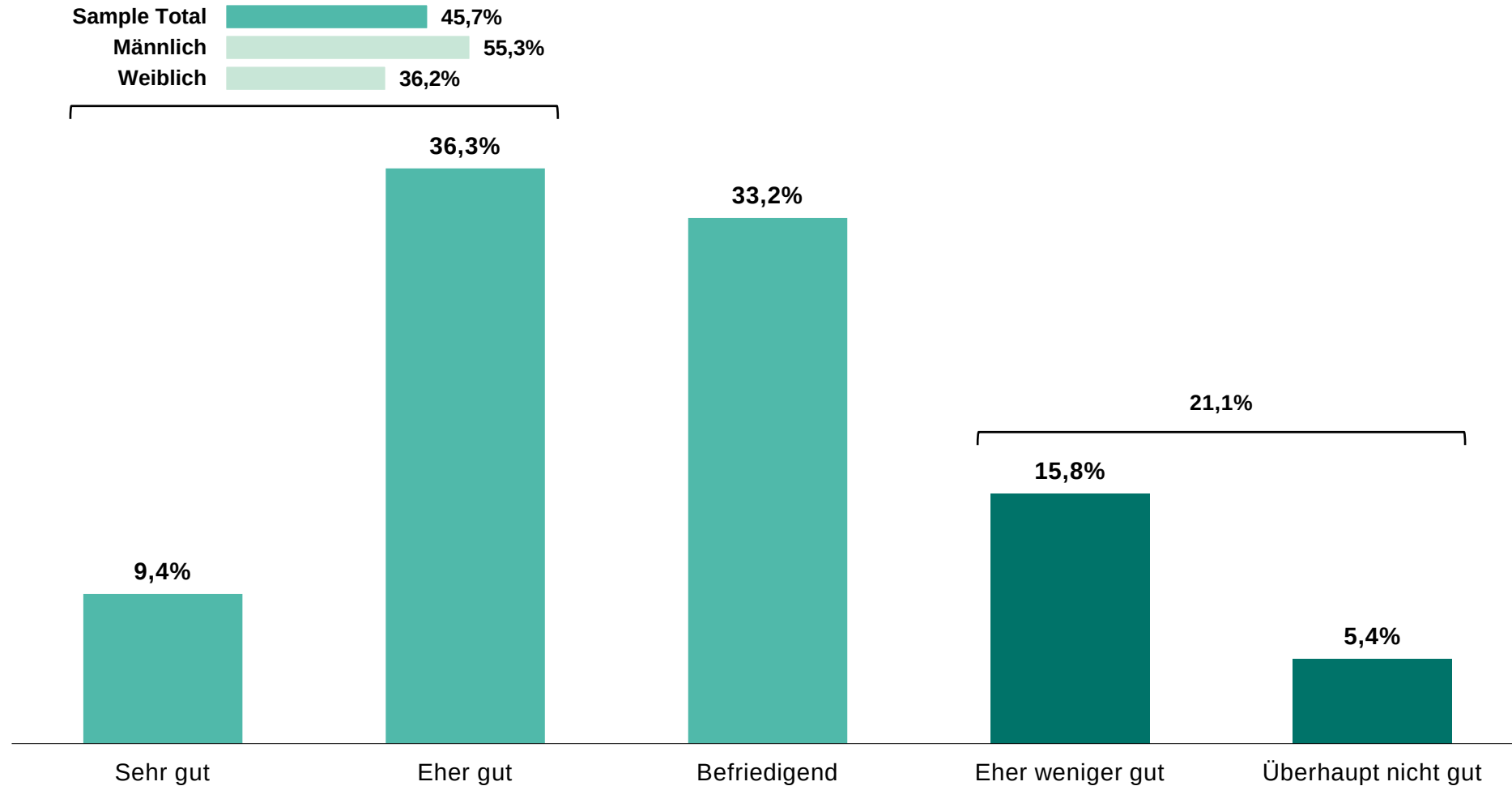
Konsument*innen



Wie zufrieden sind Sie derzeit mit Ihrem Leben? || n=1.062 || MW 3,8 (Skala von "5 = Sehr zufrieden" bis "1 = Überhaupt nicht zufrieden")

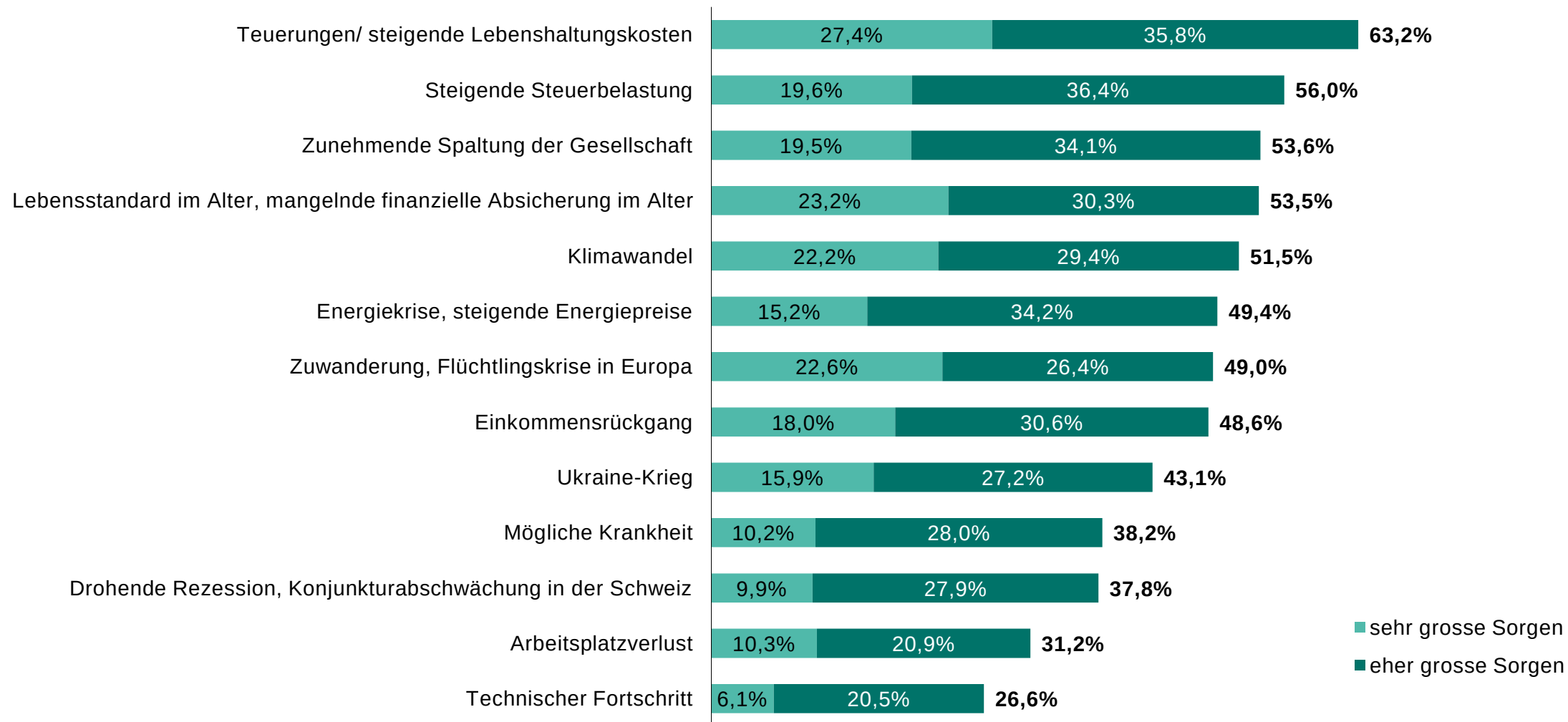
Aktuelle eigene finanzielle/ wirtschaftliche Situation

Konsument*innen



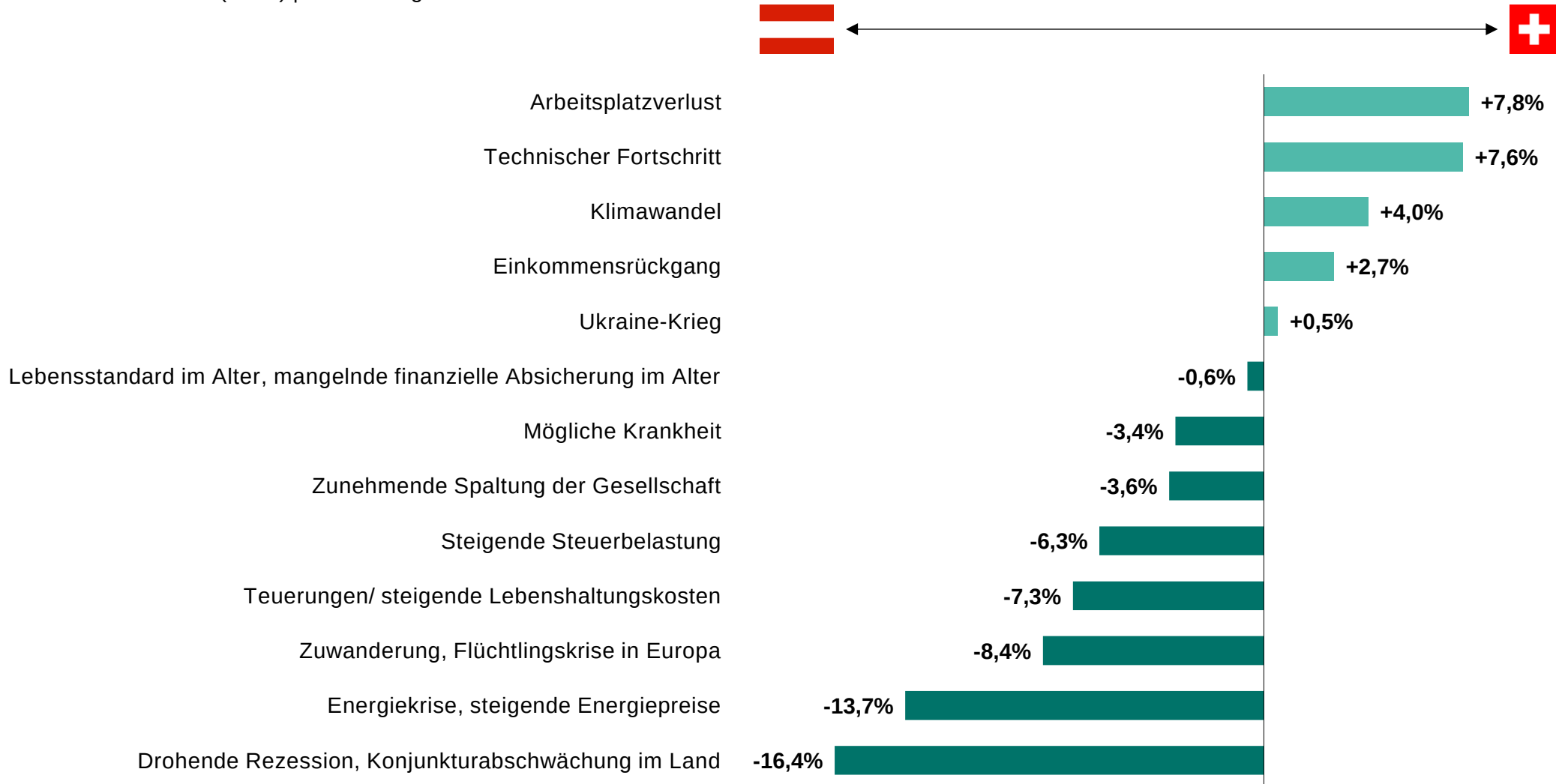
Sorgen bzgl. folgender Entwicklungen/ Ereignisse

Konsument*innen



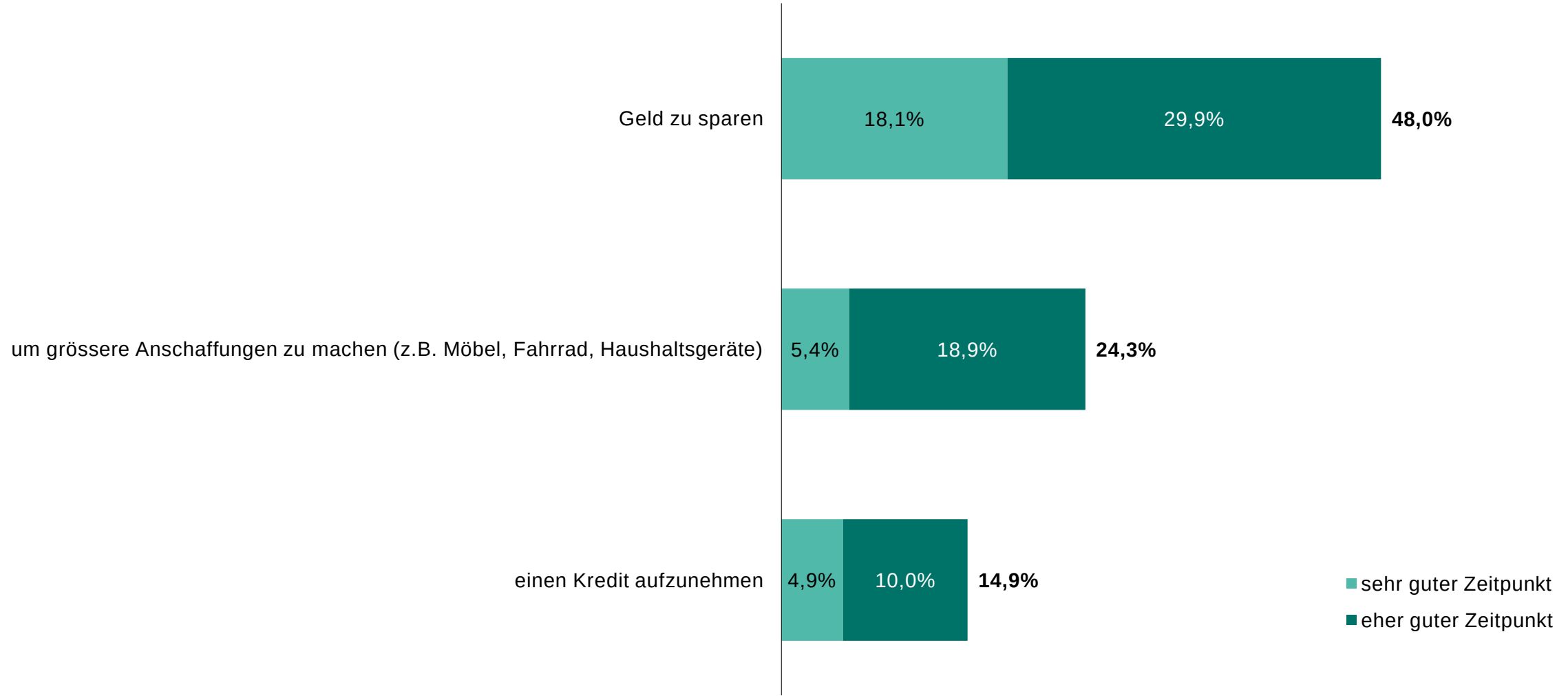
Sorgen bzgl. folgender Entwicklungen/ Ereignisse – Differenz CH-AT

Konsument*innen (2025) | Ländervergleich CH - AT



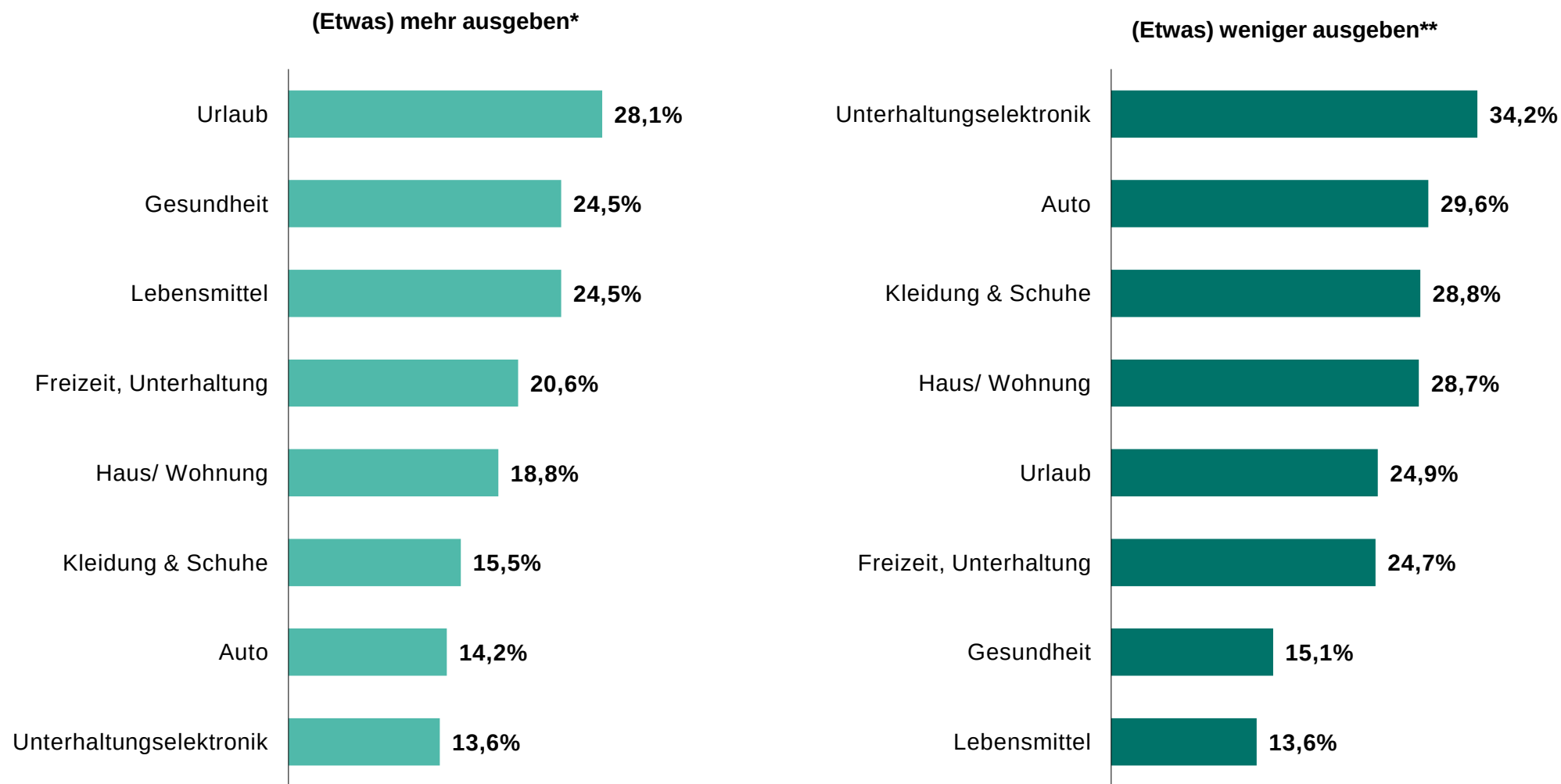
Aktuell ist ein guter Zeitpunkt, um ...

Konsument*innen



Ausgabeverhalten im kommenden Jahr

Konsument*innen



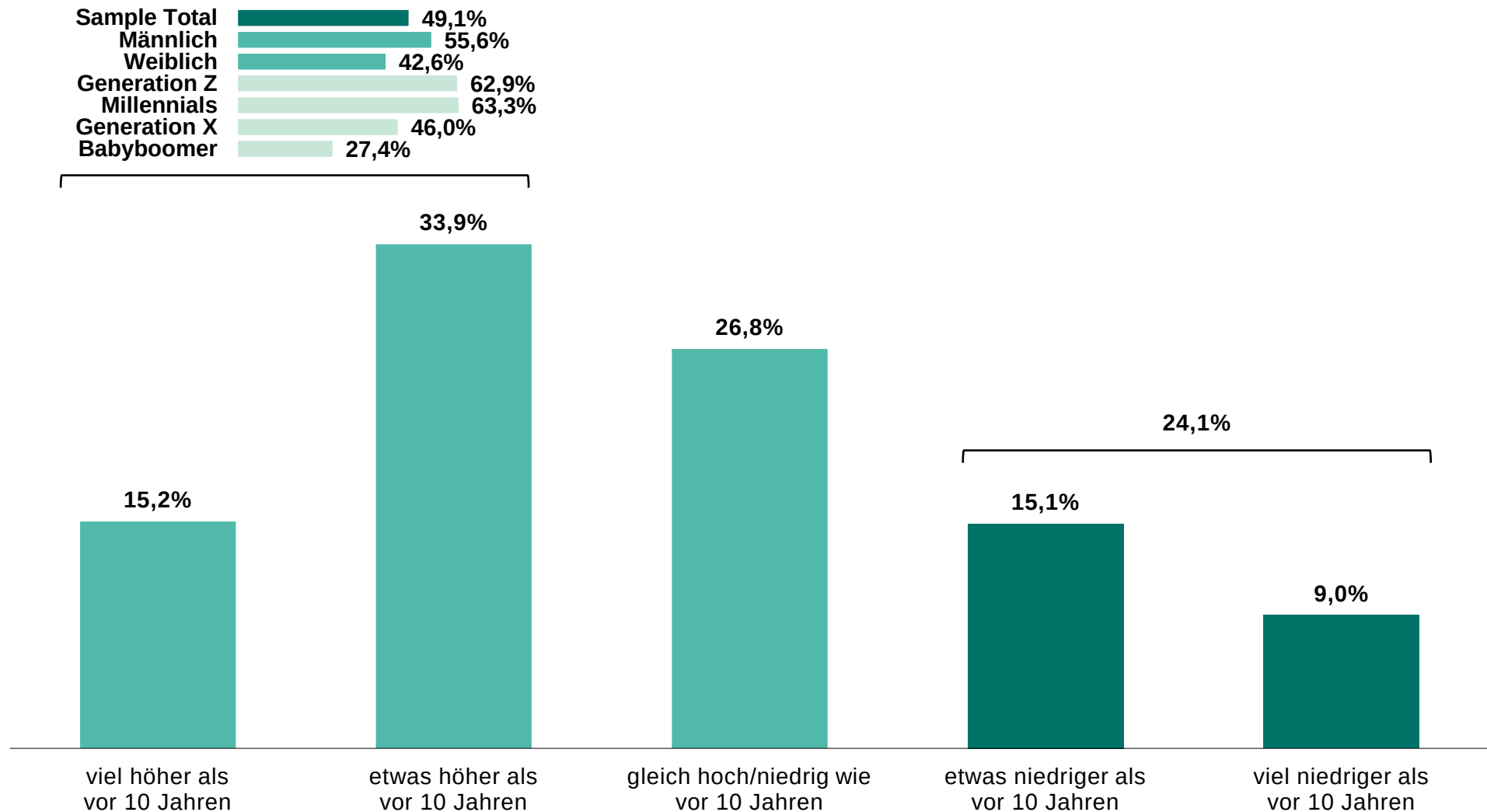
Werden Sie dieses Jahr für folgende Dinge voraussichtlich mehr, gleich viel oder weniger ausgeben als letztes Jahr? || n=1.062 ||

*Top-2-Box: viel mehr ausgeben / etwas mehr ausgeben || **Bottom-2-Box: viel weniger ausgeben / etwas weniger ausgeben ||

Skala von "5 = viel mehr ausgeben" bis "1 = viel weniger ausgeben"

Eigener Lebensstandard im 10-Jahres-Vergleich

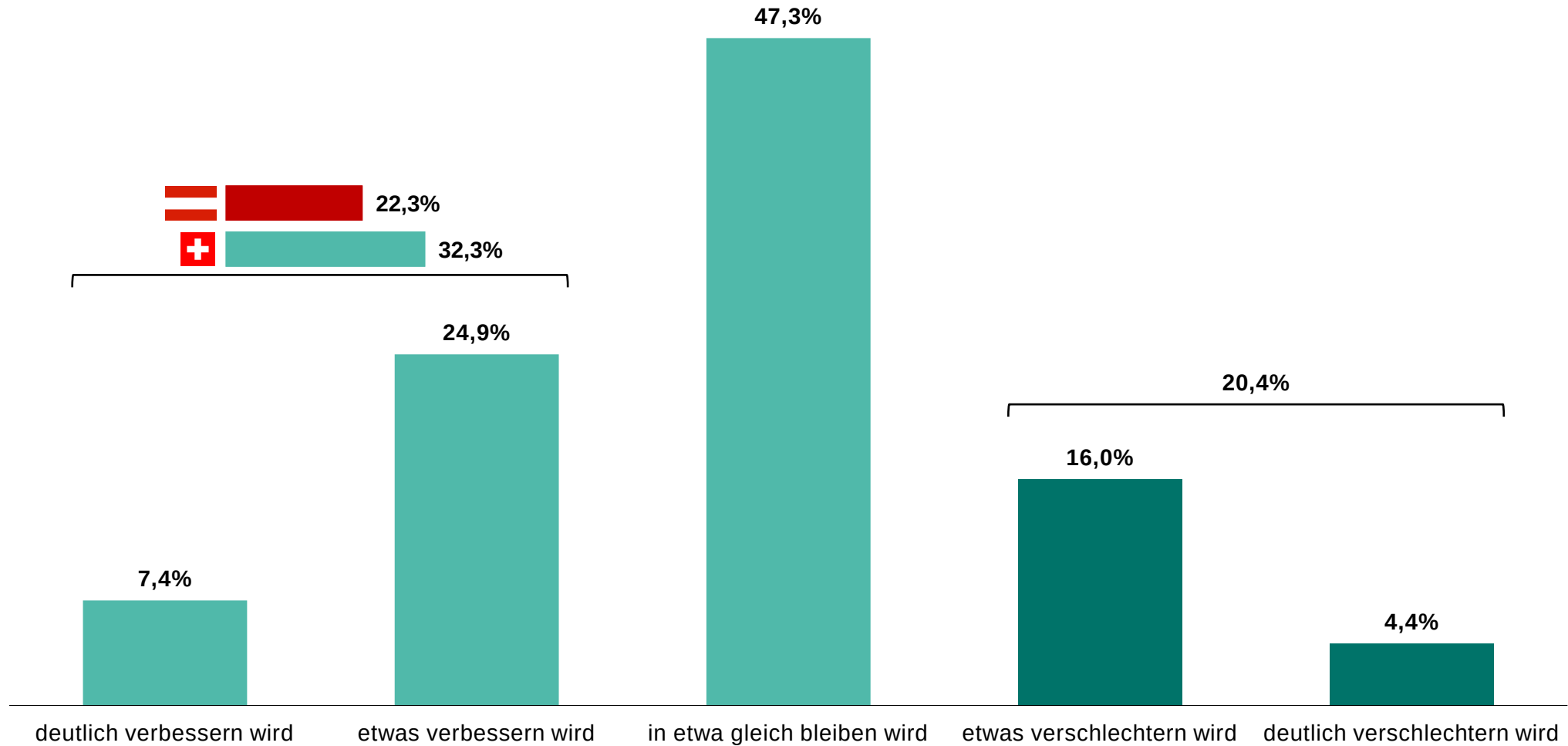
Konsument*innen



Verglichen mit vor 10 Jahren – würden Sie sagen, Ihr Lebensstandard ist aktuell ... || n=1.062 ||
MW 3,3 (Skala von "5 = viel höher als vor 10 Jahren" bis "1 = viel niedriger als vor 10 Jahren")

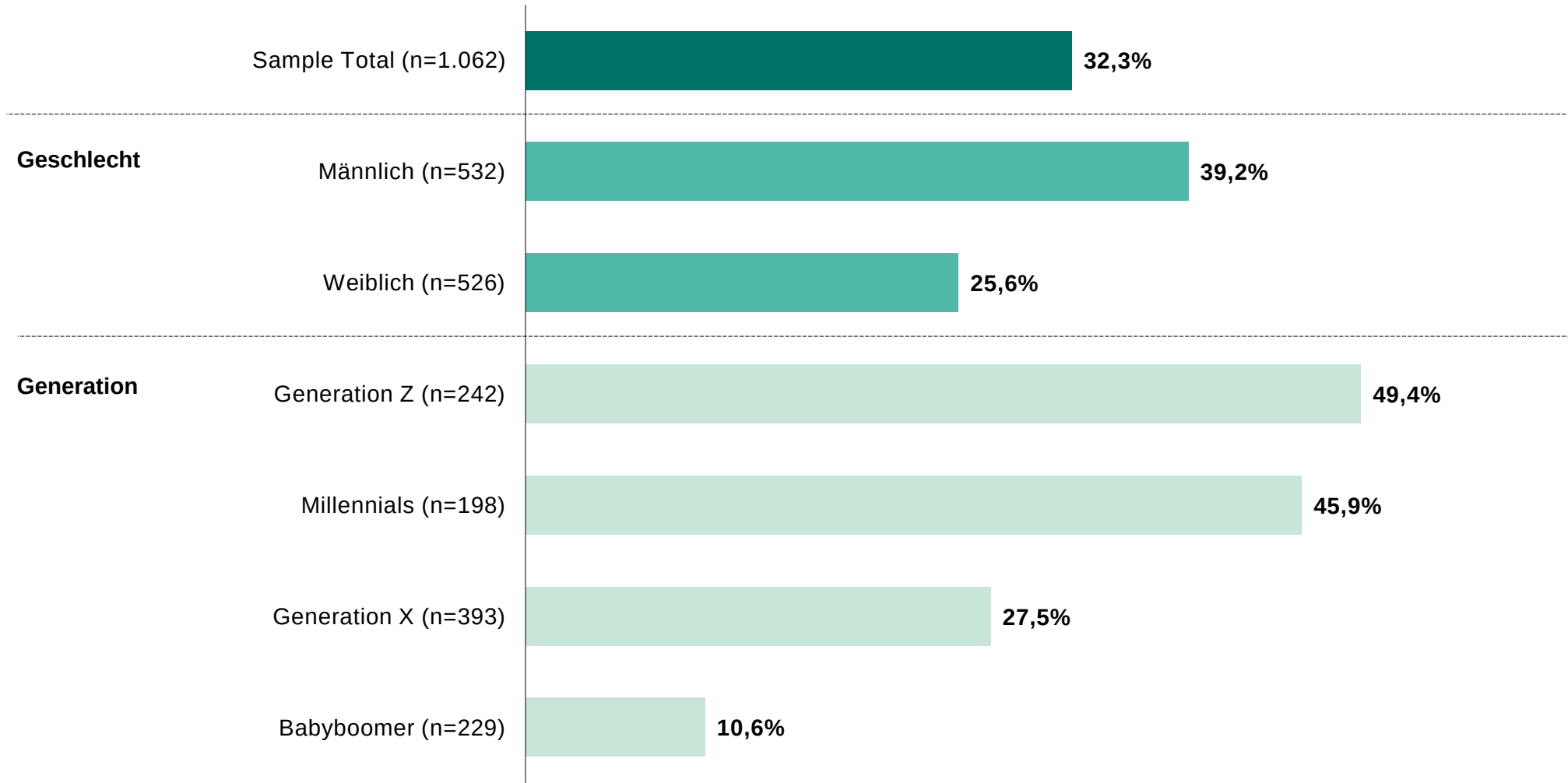
Erwartungen für 2025: Eigene finanzielle/ wirtschaftliche Situation

Konsument*innen



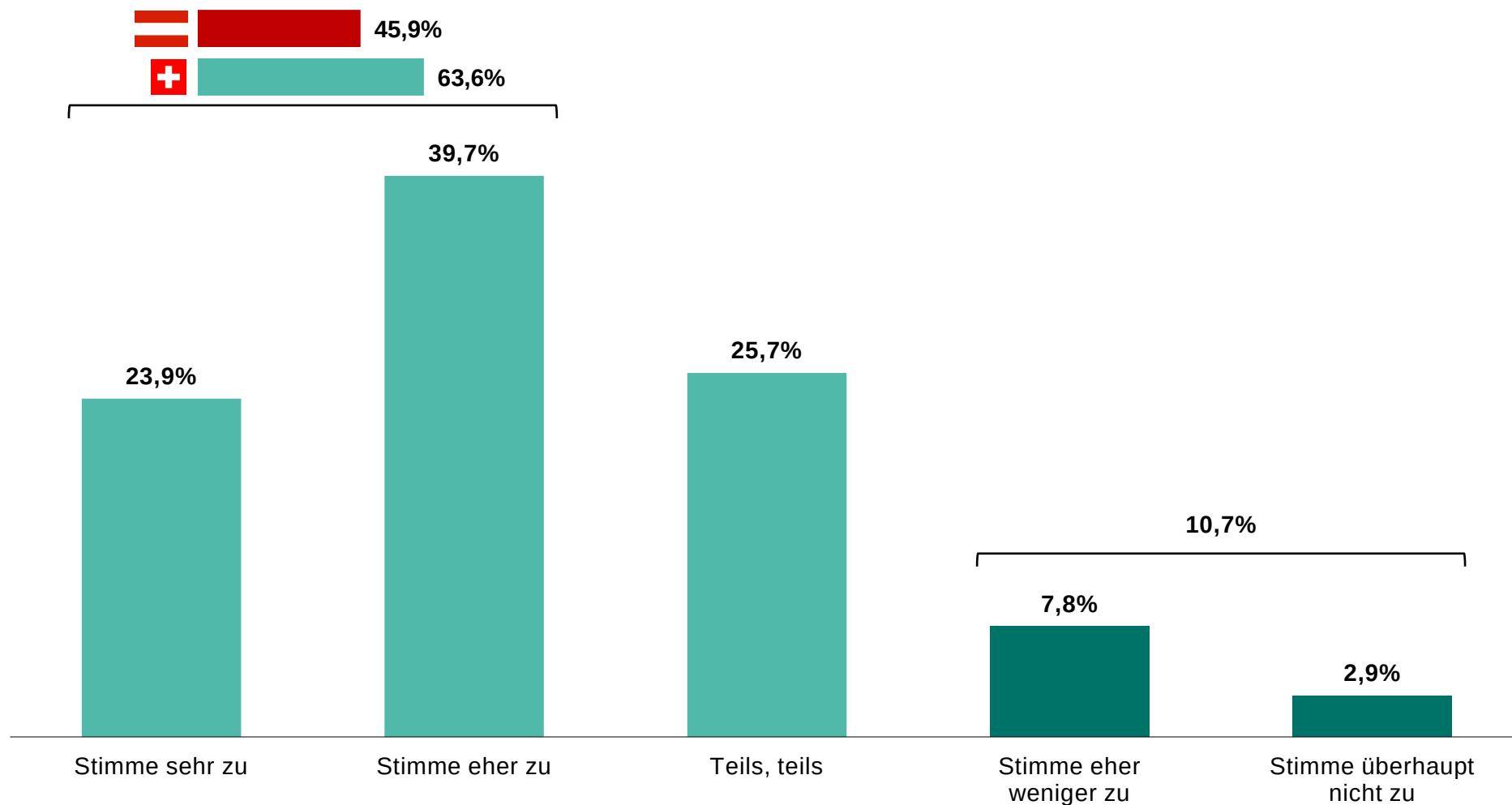
Erwartungen für 2025: Eigene finanzielle/ wirtschaftliche Situation

Konsument*innen im Detail



Zustimmung zur Aussage: „Arbeit lohnt sich noch“

Konsument*innen



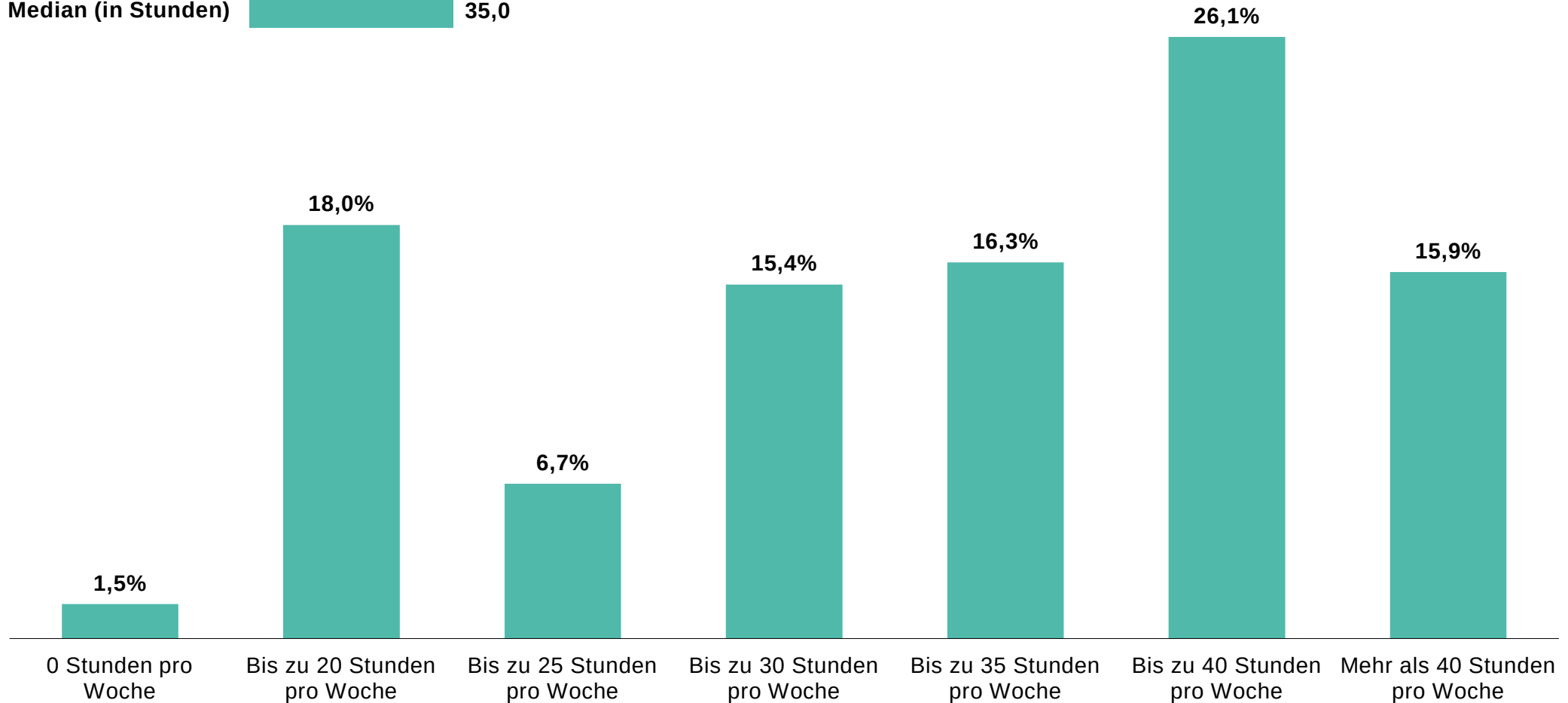
Inwieweit stimmen Sie der Aussage „Arbeit lohnt sich noch.“ zu? || n=1.062 || MW 3,7 (Skala von "5 = Stimme sehr zu" bis "1 = Stimme überhaupt nicht zu")

Das ideale Beschäftigungsausmass

Konsument*innen

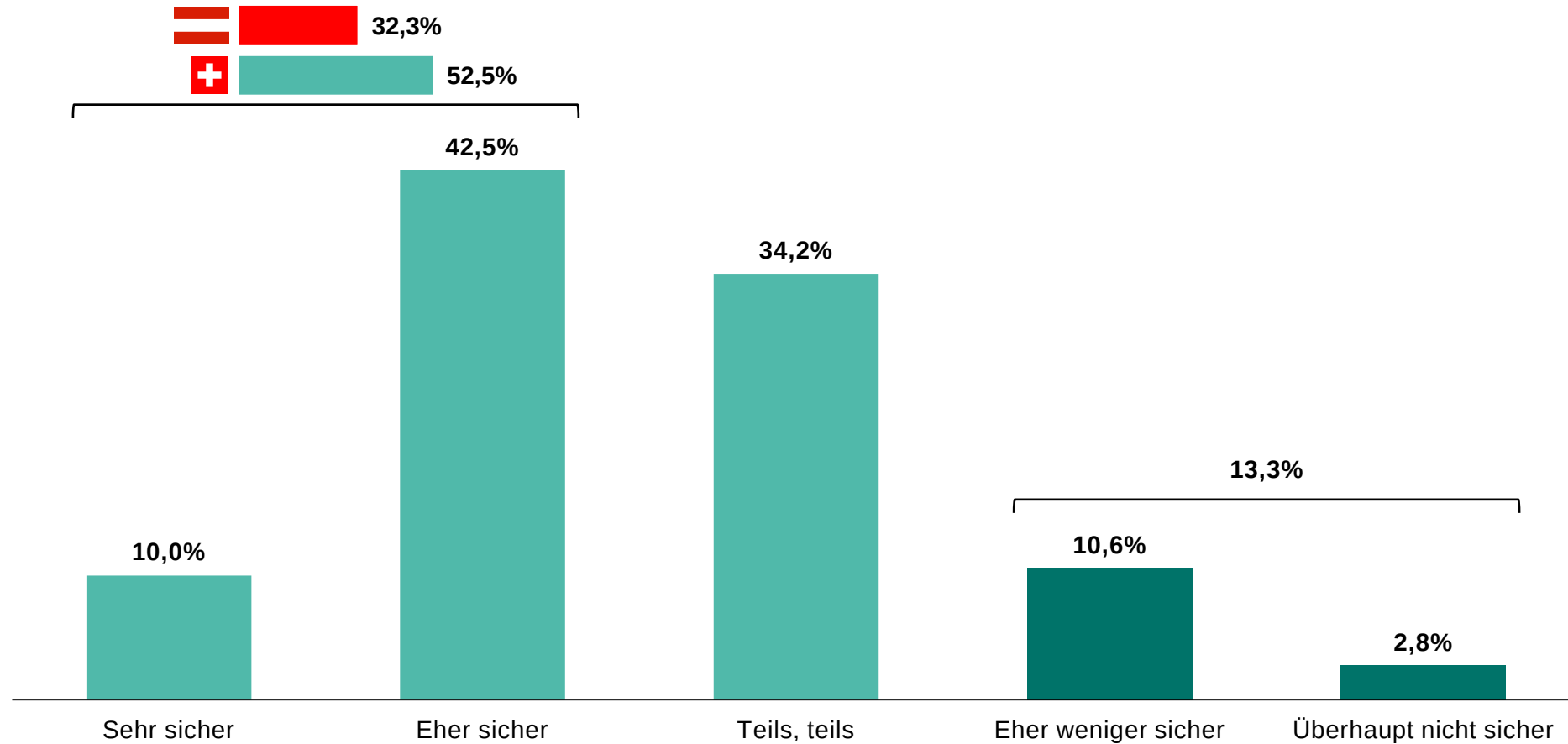
Mittelwert (in Stunden) 31,8

Median (in Stunden) 35,0



Sicherheit der Arbeitsplätze in der Schweiz

Konsument*innen



Wie sicher schätzen Sie die Arbeitsplätze in der Schweiz ein? || n=1.062 || MW 3,5 (Skala von "5 = Sehr sicher" bis "1 = Überhaupt nicht sicher")



**professionell
schnell
individuell**

Roland Zeindler

Geschäftsführer

+41 (0)43 555 06 51

r.zeindler@marketagent.com

Mag. Andrea Berger

Research & Communications

a.berger@marketagent.com

marketagent-schweiz.ch

Market and Social
Research by

SWISS INSIGHTS

marketagent.