

32 DOSSIER KOMPAKT Sicherheitslösungen

In Kooperation mit Eset Deutschland

Umfrage zeigt Trend: Schweizer Unternehmen wollen europäische IT-Sicherheit

Immer mehr Schweizer Unternehmen stellen sich die Frage: Wem kann man bei der IT-Sicherheit noch vertrauen? Eine neue Umfrage zeigt: Die Herkunft der eingesetzten Lösungen rückt zunehmend in den Mittelpunkt strategischer Entscheidungen.

DER AUTOR
Rainer Schwegler
Senior Territory Manager
Switzerland, Eset Deutschland

Datensouveränität und digitale Abhängigkeit sind für Schweizer Unternehmen längst keine leichten Themen mehr. Eine aktuelle, repräsentative Umfrage des Analyseinstitutes Techcomit im Auftrag von netzmedien und dem Anbieter Eset zeigt: Die Mehrheit der befragten Unternehmen in der Schweiz denkt um und hinterfragt die Herkunft ihrer IT-Sicherheitslösungen.

Laut der Studie würden 72 Prozent der Unternehmen bei einer Neumöglichung gezielt einen Anbieter aus Europa bevorzugen. Knapp 40 Prozent setzen bereits auf europäische oder schweizerische Lösungen. US-amerikanische Hersteller folgen mit 22 Prozent, Anbieter aus Asien oder anderen Weltregionen spielen in der Schweiz kaum eine Rolle.

Anbieterwechsel wird aktiv erwartet
Aufgrund der hohen Wechselbereitschaft: Zwei Drittel der befragten Unternehmen geben an, mögssig bis sehr stark über einen Anbieterwechsel nachzudenken. Dabei dürften nicht allein technische oder wirtschaftliche Gründe die Befragten zu einem Wechsel bewegen, sondern zunehmend auch Aspekte wie Datenschutz, rechtliche Rahmenbedingungen und Unabhängigkeit.

Die Ergebnisse lassen darauf schließen, dass sich der Trend zur europäischen IT-Sicherheit weiter verstärken wird. Denn die Umfrage wurde noch vor der jüngsten Affäre rund um den Schweizer Nachschubdienst und die vermeintliche Weitergabe sensibler Daten an einen russischen IT-Anbieter durchgeführt: ein Vorfall, der in Medien und Politik für Diskussionen über die digitale Souveränität der Schweiz sorgte.

Rechtsrahmen als Argument für Europa
Ein zentrales Argument der befragten Unternehmen: Europäische Anbieter unterliegen einem klar definierten Rechtsrahmen, der mit dem revidierten Schweizer Datenschutzgesetz (DSG) weitgehend kompatibel ist. Das schafft Vertrauen, vor allem im Hinblick auf Compliance-Anforderungen, Zertifizierungen und Kundenbeziehungen im europäischen Wirtschaftsraum.

Im Gegensatz dazu führen andere Rechtsrahmen, die teilweise Gegenstand unterliegen, die Zufriedenheit eines Anbieters, die tatsächlichen Gegebenheiten ermöglichen (etwa dem US Cloud Act). Für viele Unternehmen sind solche rechtlichen Unsicherheiten zunehmend ein Ausschlusskriterium.

Souveränität wird strategisch
Die Studienergebnisse zeigen auch, dass IT-Sicherheit heute strategisch bewertet wird als mehr als 100 Jahren. Es geht um mehr als nur die Sicherheit von Funktionen, sondern um Komplexität, Transparenz und Verlässlichkeit. Digitale Souveränität ist für viele Unternehmen in der Schweiz ein erklärtes Ziel und die Wahl des richtigen Anbieters ein erster Schritt dorthin.

BEFRAGTE UNTERNEHMEN IN DER SCHWEIZ

Aus welcher Region würden Sie bevorzugt einen neuen Anbieter Ihrer zukünftigen IT-Sicherheitslösung wählen?

n = 437; Befragungszeitraum: 27.05. – 02.06.2025
Angaben in Prozent

Europäische Union	72,2
USA	6,4
andere ostasiatische Länder (ohne China)	5,9
Russland	4,9
Andere Region, anderes Land	3,1
Irland	0,7
Vereinigtes Königreich	0,1
China	0,1
Ich weiß es nicht	5,5

QUELLEN: TECHCOMIT, NETZMEDIEN AG

In Kooperation mit Eset Deutschland

«Digitale Souveränität beginnt bei der Wahl der Sicherheitslösung»

Immer mehr Schweizer Unternehmen entscheiden sich für IT-Sicherheit aus Europa. Rainer Schwegler, Senior Territory Manager Switzerland bei Eset, erklärt im Gespräch, warum «Made in Europe» mehr ist als ein Label und was Unternehmen jetzt beachten sollten. Interview: Joell Orlitz

Rainer Schwegler, Senior Territory Manager Switzerland, Eset

Ein zentrales Argument der befragten Unternehmen: Europäische Anbieter unterliegen einem klar definierten Rechtsrahmen, der mit dem revidierten Schweizer Datenschutzgesetz (DSG) weitgehend kompatibel ist. Das schafft Vertrauen, vor allem im Hinblick auf Compliance-Anforderungen, Zertifizierungen und Kundenbeziehungen im europäischen Wirtschaftsraum.

Was sich für einen europäischen Hersteller entscheidet, sendet ein starkes Signal.

Rainer Schwegler, Senior Territory Manager Switzerland, Eset

tativen Auswertung viele Befragte explizit den Wunsch nach mehr Transparenz in der Lieferkette und nach Produkten, die im europäischen Rechtsraum entwickelt und betreut werden. Wir sehen darin ein Ondektor, das vor allem durch Erfahrungen in den letzten zwei Jahren beschleunigt wurde.

Was bringt Unternehmen das Label «Made in Europe» konkret?
Zum einen Rechtssicherheit: Europäische und schweizerische Datenschutzgesetze definieren klare Regeln, die für beide Seiten gelten. Es gibt keine Grenzen oder aussergerichtliche Zugriffe. Zum anderen stützt ein Label mit europäischen Lösungen ihre digitale Souveränität. Sie herstellen Konfidenzialität, Sicherheit, Datenschutz und Verlässlichkeit. Drittens bieten europäische Anbieter oftmals eine höhere Transparenz hinsichtlich Produktentwicklung, Sicherheitsarchitektur und Betriebserfüllung. Und nicht zuletzt: Wer sich für einen europäischen Hersteller entscheidet, sendet ein starkes Signal an Kunden, Partner und Öffentlichkeit.

Wie wichtig ist aus Ihrer Sicht der rechtliche Rahmen für die tägliche Praxis?
Sehr wichtig – aber oft unterschätzt. In der Praxis hängen viele Prozesse davon ab, dass man auf rechtlich eindeutige Grundlagen basiert. Mit einem Anbieter, der dem europäischen oder schweizerischen Datenschutzrecht unterliegt, lassen sich Audits, Zertifizierungen oder Sicherheitsaudits deutlich einfacher bewältigen. Man spricht gewissermaßen die gleiche Sprache. Bei Anbietern aus Drittstaaten wird es schnell komplexer: etwa durch divergierende Gesetzeslagen, mögliche Zugriffsansprüche fremder Behörden oder Unsicherheiten im Haftungsfeld. Wer diese Risiken reduzieren will, muss sie aktiv im Beschaffungsprozess berücksichtigen.

Was können Sie Unternehmen sonst noch empfehlen?
Unternehmen, die sich mit dem Thema auseinandersetzen, sollten sich vor allem Klarheit über ihre individuellen Sicherheitsbedürfnisse und regulatorischen Anforderungen verschaffen. Es beginnt mit der Frage: «Betreibe ich meine Infrastruktur via Cloud oder On-Premises?» Und es geht weiter mit der Frage: «Welche Anbieter sind relevant, die die eigene Security betreffen?». Wie langfristig plant, sollte IT-Sicherheit als strategischer Erfolgsfaktor bepflanzt und damit auch Herkunft, Datenschutzkonformität und Transparenz zur Chefsoche machen. Es lohnt sich, genau hinzuschauen und nicht nur auf Funktionalität, sondern auch auf Vertrauenswürdigkeit zu setzen.

Haben Schweizer Unternehmen die Vorteile von «Made in Europe» erkannt?
Ja, und zwar zunehmend differenzierter. Unsere aktuelle Umfrage zeigt, dass viele Unternehmen ihre bisherigen Anbieterbeziehungen überdenken. Das betrifft nicht nur die Herkunft der eingesetzten Lösungen, sondern auch Fragen der Verfügbarkeit im Krisefall und politische Neutralität. Besonders interessant ist, dass in der qualitativen Auswertung viele Befragte explizit den Wunsch nach mehr Transparenz in der Lieferkette und nach Produkten, die im europäischen Rechtsraum entwickelt und betreut werden. Wir sehen darin ein Ondektor, das vor allem durch Erfahrungen in den letzten zwei Jahren beschleunigt wurde.

Was sich für einen europäischen Hersteller entscheidet, sendet ein starkes Signal.

Rainer Schwegler, Senior Territory Manager Switzerland, Eset

netzwoche 09/2025

netzwoche.ch © netzmedien ag

netzwoche 09/2025

netzwoche.ch © netzmedien ag

Beispiel online:

<https://www.netzwoche.ch/news/2025-08-25/umfrage-zeigt-trend-schweizer-unternehmen-wollen-europaeische-it-sicherheit>Bitte senden Sie alle Daten an: produktion@netzmedien.ch

Netzmedien AG · Heinrichstrasse 235 · 8005 Zürich · Tel: 044 355 63 63

netzmedien

Text

Spezifikationen

Grundtext Fachbeitrag

1 Seite: 3000–3500* Zeichen**
Titel: max. 80 Zeichen**
Lead: 250–300* Zeichen**

Angaben inkl. 1 Abbildung;
pro jede weitere Abbildung
ca. 500 Zeichen weniger

Grundtext Interview

1 Seite: 3000–3500* Zeichen** (inkl. Fragen)
*Minimum – Maximum | **inklusive Leerzeichen

Inhalt

Fachbeitrag: muss firmen- und produkt neutral verfasst sein.
Kein Marketing – kein Advertorial!

Grundtext: Titel, Lead, Friesstext
Bild: neutrales Themenbild
Autor: Name, Funktion, Firma, Farbfoto

Nutzen Sie die digitalen Möglichkeiten!
Senden Sie uns einen **Call-to-Action** mit!

Interview: Fragen werden von der Redaktion gestellt
Interviewpartner: Name, Funktion, Firma, Farbfoto

Bitte beachten Sie, dass wir bei Firmenschreibungen keine Marketing-schreibweisen berücksichtigen (kleine Anfangsbuchstaben, Binnen-majuskel, Versalschreibung etc.).

Bild

Porträtfotografien: Farbfotos
Auflösung: mind. 1500 Pixel breit
(Bilder online haben ein Format von 16:9)
Bildformat: JPG, PNG

Preise – Print + online

	Netzwoche	IT-Markt	ICTjournal (FR)
2 Seiten	6950.–	6250.–	6250.–