



Pressemitteilung

CEOs erwarten drittes Rezessionsjahr – Deutschland braucht neue Geschäfts- modelle

- Weltweit sehen knapp 60 % der Unternehmenslenker die globale Wirtschaftsentwicklung 2025 optimistisch
- Die Stimmung in deutschen Chefetagen bleibt demgegenüber gedrückt: 41 % rechnen für die kommenden zwölf Monate mit einem Stellenabbau, 37 % bezweifeln, dass ihr Unternehmen in zehn Jahren noch tragfähig ist
- Dennoch ist Deutschland nach den USA und Großbritannien der drittattraktivste Markt für ausländische Investoren – und 59 % der deutschen CEOs haben bereits Maßnahmen ergriffen, um ihr Geschäftsmodell neu zu erfinden

Frankfurt, 20. Januar 2025. Knapp 60 Prozent der Unternehmenslenker weltweit erwarten, dass 2025 global ein zunehmendes Wirtschaftswachstum bringt, so der heute beim Weltwirtschaftsforum in Davos vorgestellte 28. Annual Global CEO Survey von PwC. Für den Bericht wurden 4.701 CEOs in 109 Ländern befragt.

Stimmung in deutschen Chefetagen bleibt gedrückt

Trotz dieser positiven Stimmung erwartet die Mehrheit der deutschen Führungskräfte (56 Prozent) im Inland einen Rückgang des Wachstums. Das würde 2025 für Deutschland zum dritten Rezessionsjahr in Folge machen.

Die Sorgen der CEOs in Deutschland gelten dabei nicht nur dem Standort, sondern auch den eigenen Organisationen: Nur 16 Prozent sind zuversichtlich, dass ihr Unternehmen in den kommenden zwölf Monaten wachsen wird – im vergangenen Jahr waren es noch 42 Prozent. 41 Prozent rechnen für die kommenden zwölf Monate sogar mit einem Stellenabbau im eigenen Unternehmen. Für die kommenden drei Jahre rechnen 32 Prozent mit Wachstum (Vorjahr: 49 Prozent).

Deutsche Unternehmen zieht es in die USA



28 Prozent der CEOs in Deutschland sehen mindestens die Hälfte ihrer Investitionen im Ausland (Global: 13 Prozent). Dabei sind die USA weltweit das Lieblings-Investitionsland – in Deutschland sogar mit deutlich größerem Abstand (54 Prozent; Global: 30 Prozent). Auf Platz 2 liegt China (18 Prozent), in das globale CEOs inzwischen deutlich weniger investieren (9 Prozent). Aus Sicht der globalen CEOs ist Deutschland nach den USA und Großbritannien der drittattraktivste Markt für ausländische Investoren (12 Prozent).

„Der ehemalige Exportweltmeister Deutschland hat von der Globalisierung überdurchschnittlich profitiert“, so Petra Justenhoven, Sprecherin der Geschäftsführung bei PwC Deutschland, „entsprechend herausfordernd ist es für sie, die zunehmend anspruchsvolle geopolitische Lage zu managen. Klar ist: Ein Zurück wird es auch für deutsche Unternehmen nicht mehr geben.“

Management der volatilen Lage ist Kern-Herausforderung für CEOs in Deutschland

Verunsichert sind die deutschen CEOs durch makroökonomische (35 Prozent), geopolitische (31 Prozent) und Cyber-Risiken (31 Prozent) sowie den Fachkräftemangel (21 Prozent). Weltweit sind die Hauptsorgen die instabile makroökonomische Lage (29 Prozent) sowie die anhaltende Inflation (27 Prozent). Im mittleren Osten (41 Prozent) sowie in Mittel- und Osteuropa (34 Prozent) dominiert zudem die Angst vor geopolitischen Konflikten. Die Bekämpfung des Klimawandels hat in den Augen der CEOs demgegenüber an Dringlichkeit verloren (Deutschland: 9 Prozent, Vorjahr: 28 Prozent; Global: 14 Prozent, Vorjahr: 12 Prozent).

„Der 28. Annual Global CEO Survey liefert ein ambivalentes Bild“, erklärt Petra Justenhoven, „die CEOs sind optimistisch, dass 2025 global ein wirtschaftlich gutes Jahr wird. Gleichzeitig ist ihnen klar, dass uns dramatische Veränderungen bevorstehen. Erfolgreiche CEOs nutzen das positive Momentum, um ihre Organisationen zukunftsfähiger zu machen.“

Technik-Skepsis und Bürokratie bremsen Profitabilität

Klare Abweichungen gibt es beim Umgang mit den globalen Megatrends künstliche Intelligenz und Nachhaltigkeit. „Nachhaltigkeit als strategischer Wachstumstreiber



bietet Unternehmen die Chance, durch Dekarbonisierung neue Produkte zu entwickeln und gleichzeitig Kosten zu senken. Es zeigt sich, dass eine umfassende Nachhaltigkeitsstrategie, die sowohl in die Entscheidungsprozesse als auch in die Berichterstattung einfließt, unerlässlich ist, um den Marktanforderungen gerecht zu werden“, empfiehlt Petra Justenhoven.

Während weltweit 56 Prozent der CEOs angeben, dass generative KI die Effizienz ihrer Mitarbeitenden erhöht hat, sind es in Deutschland nur 38 Prozent. Auch die Erwartungen an KI sind hierzulande geringer: Weltweit gehen 49 Prozent der CEOs davon aus, dass KI die Profitabilität ihrer Organisationen in den nächsten zwölf Monaten steigert, in Deutschland sind es nur 35 Prozent. „Um die Potenziale von künstlicher Intelligenz voll auszuschöpfen und das Vertrauen darin zu stärken, sollten Unternehmen KI in ihre Geschäftsmodelle integrieren, in fortschrittliche Technologie investieren und ihre Mitarbeitenden schulen“, so Petra Justenhoven. „Nur durch systematische Integration und gezielte Weiterbildung kann das Vertrauen in diese transformative Technologie gestärkt werden.“

Auch das Thema Klima wird in Deutschland anders angegangen als im Rest der Welt. Fast alle teilnehmenden deutschen Unternehmen (96 Prozent) haben in den vergangenen fünf Jahren klimafreundliche Investitionen initiiert, weltweit liegt der Anteil bei 85 Prozent. Doch während zwei Drittel der globalen CEOs angibt, dass diese Investitionen ihre Kosten gesenkt oder zumindest nicht erhöht haben, waren sie in Deutschland in 51 Prozent der Fälle höher. Weltweit haben diese Klima-Investitionen zudem bei einem von drei Unternehmen den Umsatz gesteigert (33 Prozent; Deutschland: 20 Prozent) – in Deutschland wird für sie auch oft eine geringere Rendite akzeptiert (38 Prozent; Global: 25 Prozent). Ein Grund: komplexe Regulierung der Nachhaltigkeit. Deutsche Unternehmen fühlen sich durch sie wesentlich stärker belastet als ihre Kollegen im Rest der Welt (50 Prozent; Global: 24 Prozent).

Was müssen CEOs tun, um morgen noch erfolgreich zu sein?

Insgesamt bezweifeln 37 Prozent der CEOs in Deutschland, dass ihr Unternehmen bei unverändertem Kurs in zehn Jahren noch wirtschaftlich tragfähig ist (Vorjahr: 30 Prozent). Damit nähern sie sich dem weltweiten Durchschnitt von 42 Prozent (Vorjahr: 45 Prozent).



„Wer ein Gewinner von morgen sein will, der sollte schon heute seine Wertschöpfung grundlegend neu denken: CEOs sollten dabei selbst Vorreiter einer Kultur des ständigen Wandels sein und Agilität im Unternehmen fördern, um flexibel und erfolgreich auf die anstehenden Veränderungen reagieren zu können“, erläutert Petra Justenhoven.

Weltweit haben bereits zwei Drittel der CEOs (63 Prozent) mindestens eine wichtige Maßnahme ergriffen, um ihr Geschäftsmodell neu zu erfinden, in Deutschland waren es 59 Prozent. „Eine langfristige Perspektive und die Bereitschaft zur Veränderung sind entscheidend, um in einem sich schnell wandelnden Geschäftsumfeld erfolgreich zu bleiben“, so Justenhoven.

CEOs in Deutschland machen laut der Ergebnisse schon viel, um Veränderungen voranzutreiben: 43 Prozent der befragten deutschen Unternehmen geben an, in den letzten fünf Jahren innovative Produkte und Dienstleistungen entwickelt zu haben – damit liegen sie über dem globalen Durchschnitt von 38 Prozent. 24 Prozent erschließen neue Kundenstämme (Global: 32 Prozent). 18 Prozent implementieren neue Preismodelle (Global: 24 Prozent).

Über PwC:

PwC betrachtet es als seine Aufgabe, gesellschaftliches Vertrauen aufzubauen und wichtige Probleme zu lösen. Mehr als 370.000 Mitarbeitende in 149 Ländern tragen hierzu mit hochwertigen, branchenspezifischen Dienstleistungen in den Bereichen Wirtschaftsprüfung, Steuer- und Unternehmensberatung bei.

Die Bezeichnung PwC bezieht sich auf das PwC-Netzwerk und/oder eine oder mehrere der rechtlich selbstständigen Netzwerkgesellschaften. Weitere Details unter www.pwc.com/structure.

Pressekontakt

Nina Elisabeth Korbmacher

Corporate Communications, PwC Deutschland

Tel.: +49 171 558 5603

E-Mail: nina.elisabeth.korbmacher@pwc.com