



European Private Business Survey

*Versteckte Reserve:
Das ungenutzte Potenzial des Mittelstands*



Executive Summary

Der Fachkräftemangel bremst das europäische Wirtschaftswachstum und wird zu einem immer größeren Problem für mittelständische Gesellschaften. In 31 europäischen Ländern (EU, Norwegen, Schweiz und Türkei) führt er zu massiven Umsatzausfällen von 324 Mrd. €, was etwa der gemeinsamen jährlichen Wirtschaftsleistung von Portugal, Ungarn und Kroatien entspricht. Besonders groß ist der Fachkräftemangel in Bulgarien, der Türkei, Rumänien, Polen und Ungarn. Aber auch deutsche Mittelständler haben massive Probleme, ausreichend qualifizierte Fachkräfte zu bekommen. Ihnen entstehen dadurch Umsatzverluste von 65 Mrd. € – und das pro Jahr!

Gleichzeitig wird die teils überhandnehmende Regulierung und Bürokratie zunehmend zur Belastungsprobe. Dabei sind es vor allem die Vorschriften in den Heimatmärkten, die mittelständische Unternehmen zu schaffen machen – weniger die der EU, allen populistischen Tendenzen zum Trotz. Dies gilt besonders für Rumänien, Griechenland, Kroatien und Finnland.

Und noch ein drittes zentrales Problem belastet den Mittelstand: Die digitale Infrastruktur, insbesondere in ländlichen Regionen, in denen die meisten deutschen Familienunternehmen und mittelständischen Betriebe angesiedelt sind. Wie wichtig die Digitalisierung für die Zukunftsfähigkeit ihres Unternehmens ist, haben viele Mittelständler aber noch nicht erkannt: Nur 38% der deutschen und 31% der europäischen Unternehmen nennen diese als zentralen Treiber ihrer Wachstumsstrategie. Diese Kombination aus einer unterentwickelten digitalen Infrastruktur und fehlendem Bewusstsein für die Chancen und Notwendigkeiten der Digitalisierung birgt die Gefahr, das künftige Wachstum zu bremsen.

Die Unternehmen selbst sehen allerdings optimistisch in die Zukunft: Dank der positiven wirtschaftlichen Rahmenbedingungen blicken sie auf eine solide Entwicklung in den letzten fünf Jahren zurück und erwarten, dass sie auch in Zukunft weiter wachsen – und das trotz protektionistischer Töne aus den USA, populistischer Strömungen in vielen

EU-Mitgliedsstaaten und der Unsicherheit über den Ausgang des Brexits. Doch um ihr Potenzial auszuschöpfen und international nicht den Anschluss zu verlieren, müssen mittelständische Unternehmen zeitnah handeln. Bei der Digitalisierung, aber auch beim Gewinnen und Binden von qualifizierten Fachkräften.

Letztlich ist auch der Staat gefordert: Er steht vor den Aufgaben, das Bildungssystem an die Bedarfe des Arbeitsmarkts anzupassen, die Weichen für den zügigen flächendeckenden Ausbau des Breitbandnetzes zu stellen, Regulierung und Bürokratie abzubauen und die Rahmenbedingungen für langfristiges unternehmerisches Wachstum durch Digitalisierung zu schaffen. Auch eine verlässliche und unbürokratische steuerliche Forschungsförderung, die es in anderen EU-Ländern schon lange gibt, ist dringend geboten.

Inhaltsverzeichnis



Geschäftsklima

4



Wachstums-
strategien

8



Risiken

11



Handlungs-
empfehlungen

20



Geschäftsklima

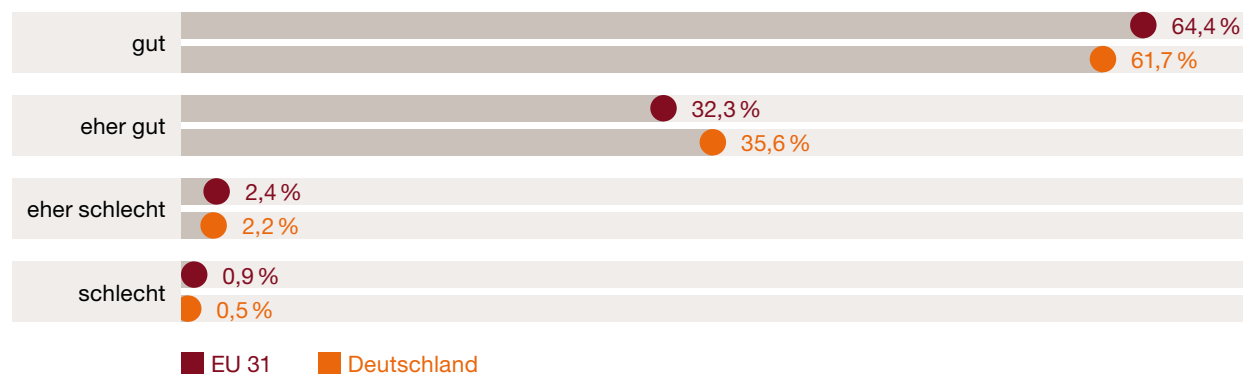




Vertrauen in das eigene Geschäft – Skepsis beim Blick auf die Weltwirtschaft

Die europäische Wirtschaft ist in Top-Form, die Wirtschaftslage ist erstmals so positiv wie vor der Finanzkrise und die Geschäfte laufen gut. Entsprechend zufrieden ist der europäische Mittelstand mit seinen Geschäften und optimistisch beim Blick in die Zukunft. Gestützt wird der Optimismus von einem starken Wirtschaftswachstum und einem positiven Ausblick – auch in den am stärksten von der Krise in der Eurozone betroffenen Volkswirtschaften Irland, Spanien, Italien und Griechenland. Im letzten Jahr ist das BIP in den 28 EU-Mitgliedsländern laut EU-Kommission um 2,4% gewachsen. Und Eurostat rechnet auch in diesem und im nächsten Jahr mit Wachstumsraten von 2,3% bzw. 2%, was die positiven Aussichten vieler mittelständischer Unternehmen in Europa beflügelt.

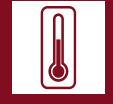
Abb. 1 Beurteilung der aktuellen Geschäftslage



Auch die Bundesregierung erwartet für Deutschland in diesem und im nächsten Jahr weiteres Wachstum von 2,3% bzw. 2,1%. Entsprechend zuversichtlich ist der deutsche Mittelstand. 97% der deutschen und der europäischen Unternehmen bezeichnen ihre

Geschäftslage als positiv, und 70% der deutschen und europäischen Unternehmen erwarten, dass sie ihr Wachstum in den nächsten sechs Monaten weiter ausbauen können.

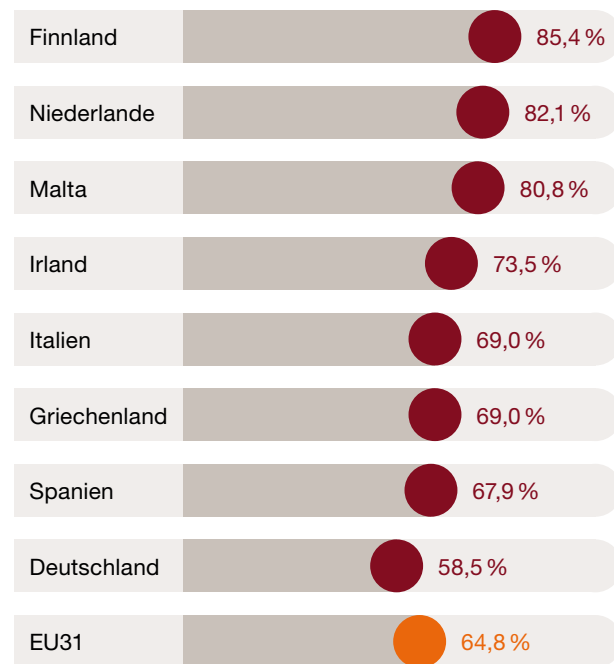


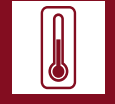


Wachstumserwartungen in den nächsten zwölf Monaten

Mittelfristig nimmt diese Zuversicht aber etwas ab: Nur noch 65% der europäischen und sogar nur 59% der deutschen Mittelständler rechnen damit, ihr Geschäft in den nächsten zwölf Monaten weiter ausbauen zu können.

Abb. 2 Erwartung an eine Verbesserung der Geschäftsentwicklung in den nächsten 12 Monaten



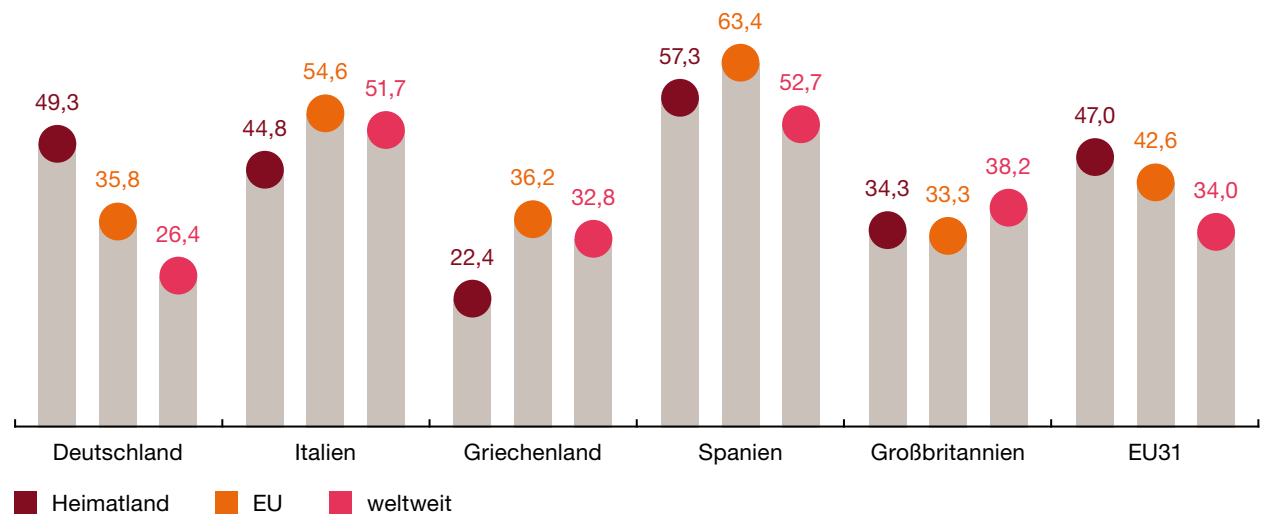


Wachstum im Heimatland, der EU und weltweit

Die größten Wachstumspotenziale versprechen sich die Unternehmen von ihren Heimatmärkten. Dagegen sehen sie das Wachstum innerhalb der EU und weltweit deutlich kritischer. Unternehmen in den Mittelmeerländern, allen voran Griechenland, Italien, Zypern und Spanien, haben dagegen höheres Vertrauen in die EU-Wirtschaft als in ihre eigene, was durch den herben Einbruch der Wirtschaft im Zuge der Eurokrise zu erklären ist. Großbritannien ist das einzige Land, das sich vor allem stärkere Wachstumspotenziale durch die Weltwirtschaft erhofft.

Die Ergebnisse spiegeln die Erwartung europäischer Unternehmen wider, dass das weltweite Wachstum seinen Höhepunkt bereits überschritten hat. Auch zeigen sich darin erste Auswirkungen der zunehmend protektionistischen Tendenzen und populistischen Bewegungen, die dem freien Warenverkehr Grenzen setzen. Insofern ist der Wunsch europäischer Mittelständler nur konsequent, insbesondere auf dem Heimatmarkt wachsen zu wollen, zumal diese Strategie am wenigsten Risiken verspricht. Großbritannien dagegen ist im Zuge des Brexits auf den Welthandel angewiesen.

Abb. 3 Wachstumserwartung Heimatland, EU und weltweit in den nächsten 12 Monaten, in %



Dass deutsche Unternehmen ihre künftige Entwicklung etwas pessimistischer einschätzen als ihre europäischen Nachbarn, dürfte Ausdruck der schärferen außen- und handelspolitischen Töne der Vereinigten Staaten und der teils zunehmend

kritischen Haltung gegenüber der EU sein. Hinzu kommt die Angst vor einem wirtschaftlichen Abschwung nach vier Jahren anziehender Konjunktur in Deutschland.

Wachstums- strategien



1

Wachstumsstrategien

2

3

4





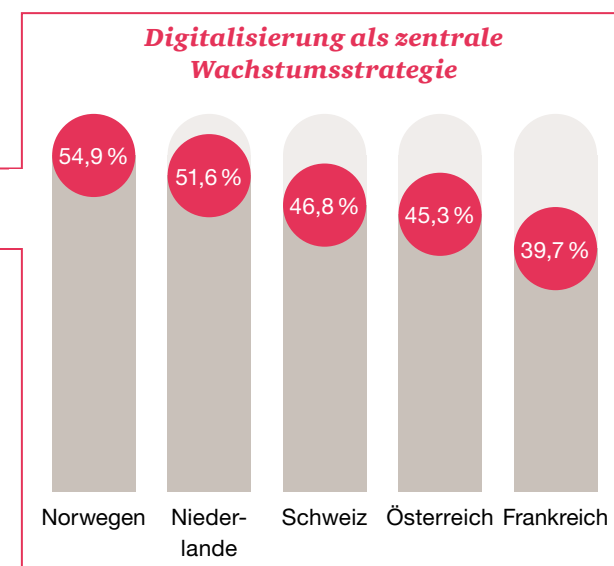
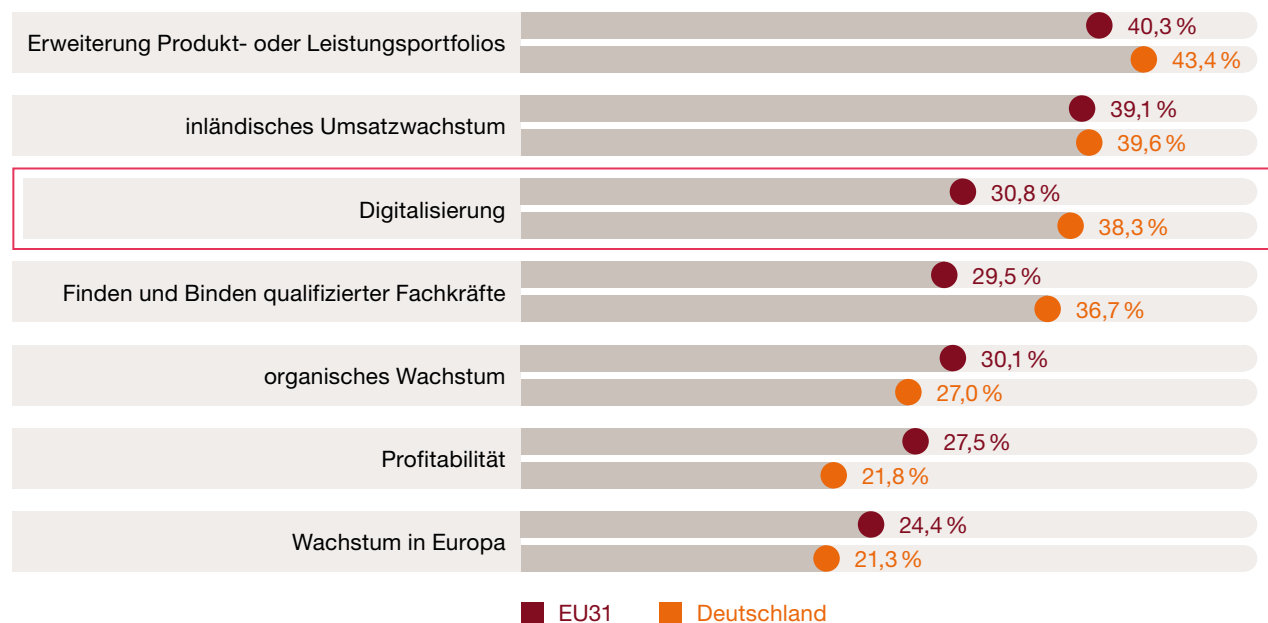
Disruptive Kraft der Digitalisierung noch immer unterschätzt

Um ihre Wachstumsziele zu erreichen, konzentrieren sich mittelständische Unternehmen in Europa auf ihre Stärken: Sie wollen durch Kundenorientierung und Investitionen in innovative Technologien vor allem in ihren Heimatmärkten wachsen. Die Digitalisierung ist für sie dabei wichtiger Bestandteil der Wachstumsstrategie.

Dass diese jedoch erst an dritter Stelle der zentralen Wachstumstreiber europäischer Unternehmen steht (31%, nach Erweiterung des Produkt- und Leistungsportfolios (40%) und inländischem Wachstum (39%) s. Abb. 4), verdeutlicht, dass viele Unternehmen ihre disruptive Wirkung unterschätzen. Und nicht nur die: Auch den Risiken durch

Cyberangriffen wird in vielen Unternehmen nicht genug Bedeutung beigemessen. Auf EU31-Ebene sieht nicht einmal jedes fünfte Unternehmen (19%) die Risiken durch Cyberangriffe als Bedrohung für ihr Unternehmen an (Deutschland: 26%).

Abb. 4 Die drei wichtigsten Wachstumsstrategien europäischer und deutscher Mittelständler





Aus deutscher Sicht ist zwar ermutigend, dass mittlerweile 83% der mittelständischen Unternehmen überzeugt sind, dass die Digitalisierung ihr Unternehmen am meisten beeinflussen wird (PwC, Generationenkonflikt Digitalisierung, 2018), und – wie die Umfrage zeigt – 38% ihr Wachstum mit digitalen Technologien vorantreiben wollen. Vor allem einige östliche EU-Mitgliedsländer (Baltikum 10%, Kroatien 8%, Slowenien 11% und Ungarn 19%) messen dagegen der Digitalisierung kaum Bedeutung zu. Gleichzeitig zeigt sich aber auch, dass deutsche Unternehmen vor allem im Vergleich zu den deutschsprachigen Nachbarländern ins Hintertreffen zu geraten drohen. Insbesondere die Niederlande sind mit 52% Zustimmung in diesem Punkt einen großen Schritt weiter als Deutschland. An der Spitze der europäischen Länder steht Norwegen mit 55%.

Digitalisierung ist mehr als digitale Prozesse und Produkte

Unternehmen aller Branchen müssen sich mit den grundlegenden Veränderungen der Digitalisierung auseinandersetzen. Diese zu ignorieren und an alten Geschäftsmodellen festzuhalten, ruiniert nicht nur ihren guten Ruf, sondern gefährdet auch die Grundlage für ihr weiteres Bestehen. Daher gilt es zu verstehen, dass Digitalisierung weit mehr bedeutet als nur die Digitalisierung von einzelnen Produkten oder Prozessen. Dieses Potenzial nutzen viele kleine und mittelständische Unternehmen noch nicht. Die Unternehmen verwenden digitale Technologien derzeit vor allem, um betriebliche Abläufe zu verbessern

und Kosten einzusparen. So werten lediglich 5% der deutschen Mittelständler Kundendaten systematisch aus, während es EU-weit 10% sind. Und 55% nutzen das Internet als Einkaufsmöglichkeit, doch nur 25% haben es laut Institut für Mittelstandsforschung (IfM) Bonn als Absatzweg für sich erschlossen. In diesem Punkt wird enorm viel Wertschöpfungspotenzial verschenkt. Schließlich ermöglichen digitale Technologien erst, den Bedürfnissen von Kunden in einer zunehmend digitalisierten Welt Rechnung zu tragen und das Produkt- und Serviceportfolio zukunftssicher aufzustellen. Das gilt sowohl im In- als auch im Ausland.

„*Mittelständische Unternehmen unterschätzen noch immer die disruptive Kraft des digitalen Wandels. Die Digitalisierung ist kein ‚Kann‘, sondern ein ‚Muss‘ – jedes Unternehmen ist davon betroffen. Unternehmen, die das volle Potenzial der Digitalisierung ausschöpfen wollen, müssen ihr Geschäftsmodell ganzheitlich hinterfragen, aber dabei auch die Risiken im Blick behalten.*“

*Olaf Acker, PwC EMEA
Digital Services Leader*



1

Wachstumsstrategien

2

3

4



Risiken



1

2

Risiken

3

4



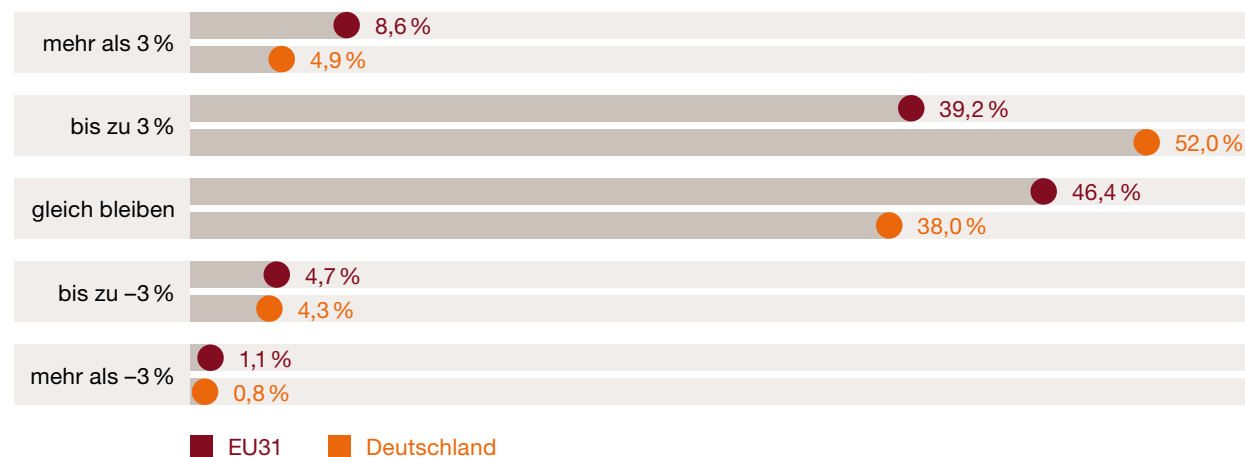


Die drei zentralen Risiken: Fachkräfte, Breitbandausbau, Überregulierung

Das größte Risiko überhaupt: Fachkräftemangel

Um ihre Geschäfte auszubauen, sind mittelständische Unternehmen auf qualifizierte Mitarbeiter angewiesen. Daher überrascht es nicht, dass die Rekrutierung qualifizierter Fachkräfte ebenfalls zu ihren zentralen Wachstumsstrategien zählt (s. Abb. 4). Bei 37% der deutschen und 30% der europäischen Unternehmen sind Mitarbeiter ein wichtiger Wachstumstreiber. 48% der europäischen Mittelständler und sogar 57% der deutschen Unternehmen planen auch, in den nächsten zwölf Monaten mehr Mitarbeiter einzustellen (s. Abb. 5).

Abb. 5 Mitarbeiterentwicklung europäischer und deutscher Mittelständler in den nächsten 12 Monaten



1

2

Risiken

3

4

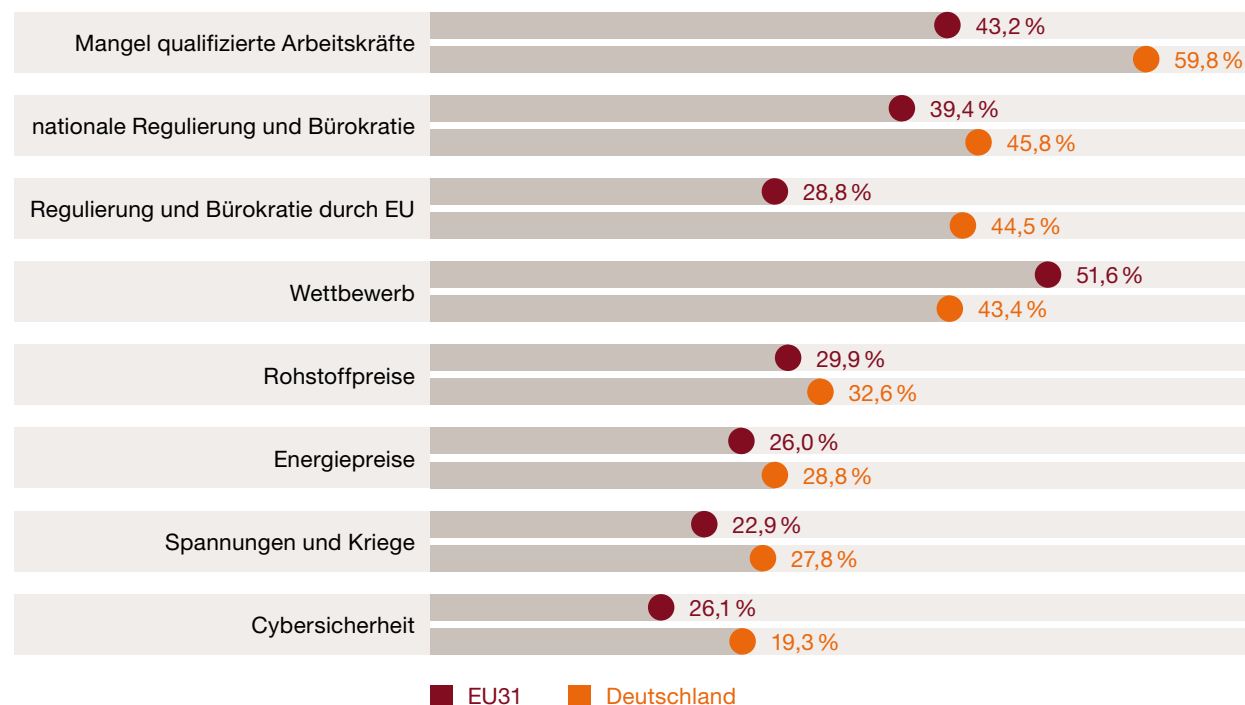




Doch genau an diesem Plan scheitern viele mittelständische Unternehmen durch den Mangel an qualifizierten Bewerbern, vor allem in Deutschland. Für 60% der deutschen und 43% der europäischen Unternehmen ist der Fachkräftemangel das größte Wachstumsrisiko (s. Abb. 6).

Das ist nicht nur ein zentrales Problem für mittelständische Unternehmen, sondern für die gesamte europäische Wirtschaft. In Summe führt der Mangel an qualifizierten Arbeitskräften in den 28 EU-Ländern und den drei weiteren untersuchten Volkswirtschaften (Norwegen, Schweiz und Türkei) zu massiven Umsatzverlusten in Höhe von 324 Mrd. € pro Jahr – alleine im Mittelstand. Das entspricht 2% der gesamten Wirtschaftsleistung – oder etwa dem BIP von Portugal, Ungarn und Kroatien zusammen!

Abb. 6 Die größten Risiken des europäischen und deutschen Mittelstands



1

2

Risiken

3

4





Der Fachkräftemangel trifft den Mittelstand zu einer Zeit, in der er mehr investieren möchte, weiteres qualifiziertes Personal für sein Wachstum einstellen will und die Arbeitslosigkeit in weiten Teilen Europas sinkt: Die Arbeitslosenquote in der EU28 hat sich seit 2013 auf 7,1% im Februar 2018 reduziert – gegenüber 8% vor einem Jahr. Allerdings ist die Jugendarbeitslosigkeit in vielen Ländern nach wie vor hoch, vor allem in südeuropäischen Ländern. Genau hier liegt das Problem: Obwohl viele, vor allem junge Menschen nach Arbeit suchen, werden sie nicht eingestellt, weil ihnen die richtigen Qualifikationen fehlen. Qualifizierte Fachkräfte haben andererseits vor allem in den südlichen Ländern ihre Heimat verlassen, um in wachstumsstärkeren Regionen Arbeit zu finden. Damit verschärft sich dort die Knappheit.

Tab. 1 Verlust durch Fachkräftemangel

	Verlust in Mrd. €	BIP in Mrd. €	Verlust relativ zu BIP		Verlust in Mrd. €	BIP in Mrd. €	Verlust relativ zu BIP
Baltikum	1,9	80,1	2,3 %	Österreich	10,8	345,4	3,1 %
Belgien	3,1	416,9	0,7 %	Polen	23,8	419,7	5,7 %
Bulgarien	6,2	46,8	13,2 %	Portugal	5,4	163,5	3,3 %
Dänemark	4,1	273,6	1,5 %	Rumänien	10,1	166,9	6,0 %
Deutschland	64,6	2.917,0	2,2 %	Schweden	8,1	456,8	1,8 %
Finnland	2,2	211,7	1,0 %	Schweiz	5,2	589,8	0,9 %
Frankreich	30,4	2.203,7	1,4 %	Slowakei	1,5	80,1	1,9 %
Griechenland	2,0	174,0	1,1 %	Slowenien	1,4	39,3	3,5 %
Großbritannien	39,3	2.341,3	1,7 %	Spanien	14,5	1.101,4	1,3 %
Irland	2,2	262,9	0,8 %	Tschechien	5,4	172,5	3,1 %
Italien	15,1	1.653,9	0,9 %	Türkei	47,5	766,8	6,2 %
Kroatien	1,5	45,1	3,3 %	Ungarn	5,8	111,1	5,2 %
Luxemburg	0,9	55,8	1,6 %	Zypern	0,4	17,7	2,4 %
Malta	0,5	9,8	5,6 %	EU28	268,9	14.456,1	1,9 %
Niederlande	7,6	689,1	1,1 %	EU31	323,7	16.144,0	2,0 %
Norwegen	2,1	331,3	0,6 %				





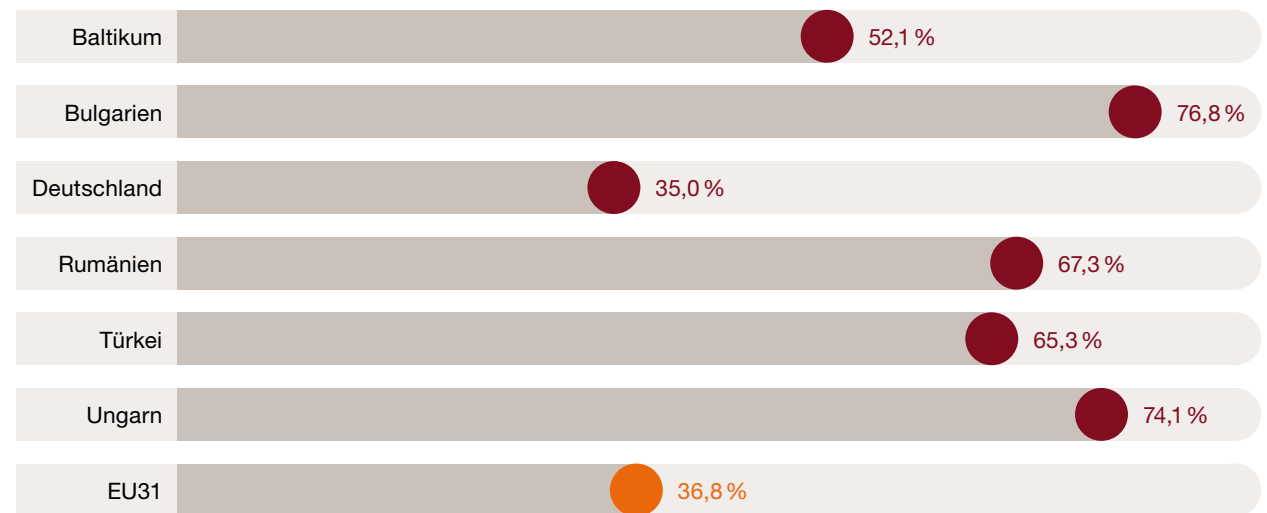
„ *Der Mangel an Top-Talenten ist ein erheblicher Wettbewerbsnachteil für den Mittelstand. Er braucht sie dringend, um seine Innovationskraft zu stärken und die Digitalisierung voranzutreiben. Hier sehe ich das Schul- und Hochschulsystem und damit die Politik in der Pflicht: Neue Technologien sollten schleunigst Teil der Lehrpläne werden. Bis zum Jahr 2030 fehlen uns zwei Millionen Hochschulabsolventen mit Schwerpunkt auf den MINT-Fächern.* “

Dr. Peter Bartels, Vorstand für Familienunternehmen und Mittelstand PwC Europe

Und sie dürfte in der Zukunft weiter zunehmen. Schließlich brauchen Europas Unternehmen qualifiziertes Personal. Die Bildungssysteme bieten derzeit jedoch nicht das richtige Angebot und bilden nicht genügend Menschen mit den entsprechenden Fähigkeiten für aktuelle und zukünftige Tätigkeitsfelder aus.

In Bulgarien, Ungarn, Rumänien, der Türkei und Deutschland, wo der Fachkräftemangel sehr hohe Verluste verursacht, sind mittelständische Unternehmer besonders unzufrieden mit ihren Bildungssystemen – weit mehr als Befragte aus Ländern wie der Schweiz, Finnland oder Niederlande (s. Abb. 7). Neue Arbeitsgebiete und Tätigkeitsfelder – zum Beispiel rund um die Digitalisierung – müssen daher auch Einzug in Schulen und Hochschulen halten. Deutschland droht, den Anschluss zu verlieren, wenn sich veränderte Anforderungen im späteren Berufsleben nicht auch in den Lehrplänen widerspiegeln.

Abb. 7 Unzufriedenheit mit dem nationalen Bildungssystem



1

2

Risiken

3

4



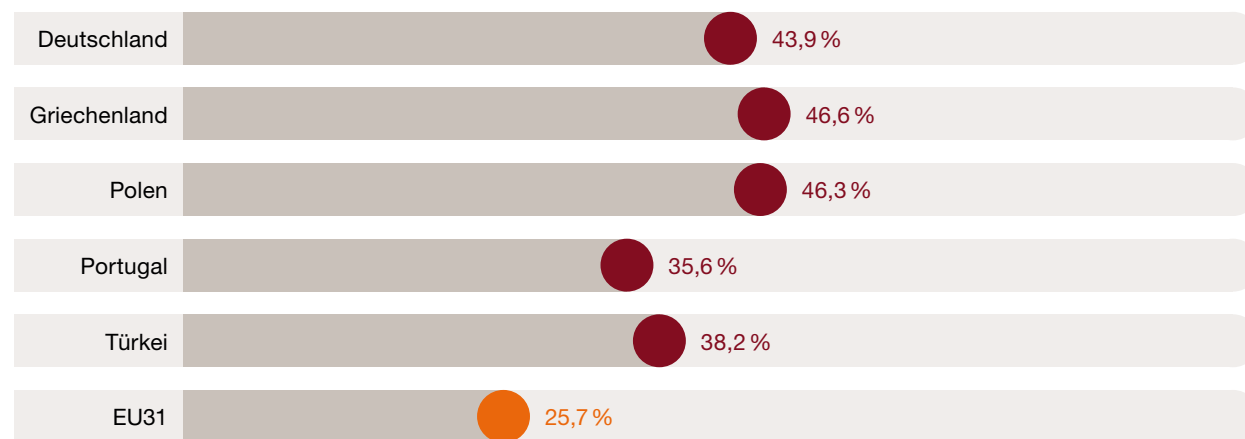


Das zweite zentrale Problem: Die Breitbandinfrastruktur

Noch unzufriedener sind deutsche Unternehmer nur mit der Verfügbarkeit von schnellem Internetzugang, den 44% bemängeln und der bei der Bewertung der hiesigen Infrastruktur am schlechtesten abschneidet. Zum Vergleich: Bei den EU31 liegt die Unzufriedenheit mit der digitalen Infrastruktur nur bei knapp 26%. Leistungsfähige flächendeckende Breitbandnetze für schnelles Internet sind in anderen europäischen Ländern längst Standard.

Nach Angaben des Statistischen Bundesamtes verfügten im Jahr 2017 42% aller deutschen Unternehmen mit mindestens zehn Angestellten über einen schnellen Internetzugang. Damit liegt Deutschland im europäischen Mittelfeld. Zum Vergleich: EU-weit belegen Dänemark mit 73% Abdeckung und die Niederlande (65%) die Spitzenplätze. Verzögert sich der Breitbandausbau weiterhin, drohen deutsche Unternehmen von ihrer internationalen Konkurrenz abgehängt zu werden. In diesem Punkt ist auch die Politik gefordert, die entsprechenden Weichen zu stellen. Hohe

Abb. 8 Unzufriedenheit mit der Kommunikationsinfrastruktur im Heimatland



Erlöse bei der Versteigerung der Frequenzen für die 5G-Netze würden zwar den Subventionstopf der Bundesregierung für den Breitbandausbau in ländlichen Regionen füllen. Gleichzeitig konterkariert diese Versteigerung aber genau das Ziel, die weißen Flecken zu beheben. Denn durch den teuren

Frequenzerwerb fehlen den Netzbetreibern die entsprechenden finanziellen Ressourcen, um die Netze aufzubauen und aufzurüsten.



1

2

Risiken

3

4

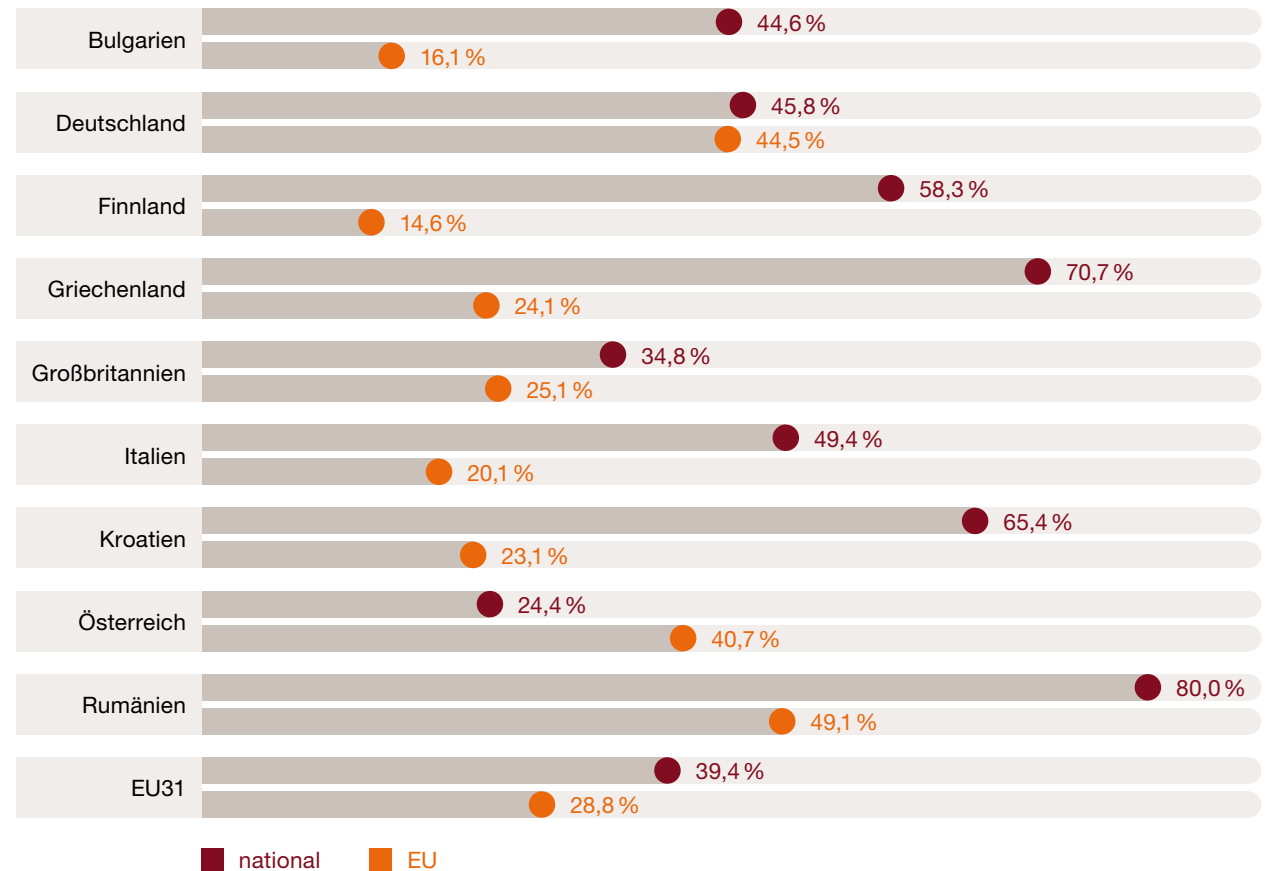




Die dritte Wachstumsbremse: Die überbordende Regulierung und Bürokratie

Doch nicht nur die deutschen Netzbetreiber leiden unter der strikten Regulierung. Gerade für mittelständische Unternehmen ist die zunehmende Regelungsdichte ein zentrales Problem – und zwar in ganz Europa. Während börsennotierte Konzerne ganze Stäbe beschäftigen, um betriebliche Strukturen an neue Gesetze anzupassen, hat der Mittelstand dafür nur wenig Ressourcen. Damit fehlt es an Mitarbeitern, die sich um Compliance kümmern können. Zudem verfügen kleinere und mittelständische Unternehmen nicht über die Mittel, um ihre Interessen über Lobbyarbeit zu vertreten.

Abb. 9 Regulierung und Bürokratie im Heimatland und der EU als zentrales Wachstumsrisiko



1

2

Risiken

3

4





Das ist ein gefundenes Fressen vor allem für populistische Parteien in Europa. Sie kritisieren vielfach, dass die regulatorischen und bürokratischen Interventionen aus Brüssel die Demokratie ersticken und mittelständische Unternehmen unnötig von ihrem Tagesgeschäft abhalten. Die Umfrageergebnisse zeigen jedoch, dass privaten Unternehmen weniger die Vorschriften der Europäischen Kommission zu schaffen machen. Vielmehr sind es vor allem nationale Regularien, die mittelständische Betriebe kritisieren. So halten knapp 40% die Vorschriften im Heimatland

für eine zentrale Wachstumsbremse; in Rumänien und Griechenland sind es sogar 80 bzw. 71%, in Kroatien 65% und Finnland 58%. Dagegen sehen nur 29% aller mittelständischen Unternehmen in der Bürokratie und Regulierung der EU ein großes Risiko für ihr künftiges Wachstum (Rumänien: 49%, Griechenland 24%, Kroatien 23%, Finnland 15%), s. Abb. 9. In Deutschland hingegen empfinden 46% bzw. 45% die Vorschriften hierzulande und in Europa als erdrückend – ein Ergebnis deutlich über EU-Durchschnitt. Dies dürfte daran liegen, dass viele

der deutschen Regelungen ihren Ursprung in Brüssel haben und in nationales Recht umgesetzt werden müssen, wie aktuell die Datenschutzgrundverordnung, die zahlreichen Unternehmen extreme Anstrengungen abverlangt. Der deutsche Mittelstand empfindet die Bürokratiekosten schon lange als belastend. Hier ist die Bundesregierung gefordert, über die Bürokratieentlastungsgesetze I und II hinaus. Beispielsweise mit einer raschen und unbürokratischen Einführung der steuerlichen F&E-Förderung, die es in anderen EU-Ländern schon lange gibt.

„*Mittelständische Unternehmen sind agil, belastbar, flexibel. Das beweisen sie seit Jahrzehnten. Doch die Rahmenbedingungen verändern sich – mit einem Kundenverhalten, das sich nur noch schwer vorhersagen lässt, neuen Technologien und einem zunehmend komplexer werdenden regulatorischen Umfeld. Wenn der Mittelstand das Rückgrat der europäischen Wirtschaft bleiben soll, müssen die Regierungen dringend handeln und Entlastung schaffen – statt zu sehr auf die Großunternehmen zu blicken.*“

Uwe Rittmann, Leiter Familienunternehmen und Mittelstand PwC Deutschland



1

2

Risiken

3

4





Ein weiterer Unsicherheitsfaktor: Der Brexit

Eine Ironie des Brexit-Votums, das vor allem auf die Beendigung der EU-Vorschriften ausgerichtet war: Selbst mittelständische Unternehmen aus Großbritannien schätzen die heimische Bürokratie und Regulierung als größere Bedrohung für ihr Unternehmen ein als die Bürokratie und Regulierung innerhalb der EU (35% gegenüber 25%).

Welche Auswirkungen der Brexit auf ihr Unternehmen haben wird, ist für viele mittelständische Betriebe in Europa mit Fragezeichen behaftet. Große Sorgen machen sie sich aber nicht. Gerade mal ein Viertel

wertet den Brexit als negativ; in den Niederlanden und Frankreich sind es sogar nur 20% bzw. 16%, in Deutschland 30%. Lediglich mittelständische Unternehmen in Irland reagieren empfindlich auf die Ergebnisse der Brexit-Verhandlungen. Und einige Unternehmen wie die Türkei wittern sogar eine Chance, neue Beziehungen mit britischen Unternehmen einzugehen.

Zeit zum Handeln

Es dauert nicht einmal mehr ein Jahr, bis Großbritannien aus der Europäischen Union austritt. Auch wenn es eine Übergangsfrist geben

wird, die die Folgen des Brexits abfedern soll: Es wird für Unternehmen höchste Zeit, sich mit den regulatorischen und operativen Herausforderungen des Brexits zu beschäftigen, trotz der Unsicherheiten, die Auswirkungen für ihr Geschäft realistisch einzuschätzen und daraus Strategien abzuleiten. Auch die deutsche Wirtschaft unterhält enge Handelsverflechtungen mit Großbritannien und ist daher gut beraten, sich rechtzeitig auf etwaige negative Folgen vorzubereiten und Umsatzverluste abzusichern.

„*Vielen Unternehmen ist die Lage noch zu unsicher, um zu handeln. Doch der EU-Austritt Großbritanniens steht in weniger als einem Jahr bevor und Unternehmen müssen sich jetzt dringend darauf vorbereiten. Zum Beispiel, indem sie ihre Lieferkette ebenso wie ihre Verträge überprüfen, über neue Datenanforderungen nachdenken und sich in einer Phase politischer Unsicherheit darauf einstellen, agil reagieren zu können.*“

Andrew Gray, PwC
Global Head of Brexit



1

2

Risiken

3

4



Handlungsempfehlungen



1

2

3

Handlungsempfehlungen

4





Digitalisierung vorantreiben, Bürokratie abbauen

Was können Mittelständler tun, um ihr Unternehmen zukunftssicher aufzustellen und in den kommenden Jahren weiter zu wachsen? Und welche Konsequenzen ergeben sich daraus für Regierungen und Kommunen – was müssen sie leisten, um die Wirtschaftskraft des deutschen Mittelstands zu stärken und Arbeitsplätze zu sichern?

Anforderungen an Familienunternehmen und Mittelständler

Das eigene Geschäftsmodell anpassen: Innovation ist der Schlüssel für jedes Geschäft, und zunehmend wird Innovation durch digitale Technologien vorangetrieben. Dass die Digitalisierung erst auf Platz 3 der zentralen Wachstumsstrategien landet, sollte Unternehmen zu denken geben. An erster Stelle steht nach wie vor die Erweiterung des Produkt- und Serviceportfolios. Doch dieser Schritt greift zu kurz: Digitale Technologien ermöglichen erst, Kundenbedürfnisse zu verstehen und darauf basierend die passenden Produkte und Dienstleistungen in einer zunehmend digitalisierten Welt zu entwickeln. Beispiel Niederlande: Das Nachbarland bewertet die Digitalisierung als wichtigste Wachstumsstrategie und gilt innerhalb der EU als einer der Vorreiter des digitalen Wandels. Mittelständische Unternehmen

müssen sich mit den Auswirkungen der Digitalisierung befassen und ihr Geschäftsmodell hinterfragen, um nicht den Anschluss an (internationale) Wettbewerber zu verlieren.

Nachwuchskräfte ausbilden: Der Fachkräftemangel hat sich zu einem der größten Konjunkturrisiken in Deutschland, aber auch europaweit entwickelt. Durch den demografischen Wandel wird er sich weiter verschärfen. Gerade in den MINT-Bereichen fehlen viele Arbeitskräfte. Daher müssen auch die Unternehmen ihren Beitrag leisten, um die Fachkräfte der Zukunft auszubilden. Vor allem in ländlichen Regionen, in denen viele mittelständische Unternehmen ansässig sind, ist es wichtig, frühzeitig Schulabsolventen zu kontaktieren und als attraktiver Arbeitgeber auf sich aufmerksam zu machen. So kann es durch berufliche Ausbildungsangebote gelingen, die Fachkräfte von morgen zu rekrutieren.

Mitarbeiter stetig weiterbilden: Obwohl Mitarbeiter heute noch die richtigen Fähigkeiten für die Unternehmen besitzen, fehlen ihnen für die Zukunft die nötigen Qualifikationen. Daher sind Familienunternehmen und mittelständische Gesellschaften gefordert, kontinuierlich in die

Ausbildung ihrer Mitarbeiter zu investieren. Insbesondere die Digitalisierung durch Künstliche Intelligenz oder Robotics stellt hohe Anforderungen an die Mitarbeiter, denen die Unternehmen nur durch kontinuierliche Fort- und Weiterbildung begegnen können. In diesem Bereich digitaler Bildung sind viele Mittelständler bereits aktiv, doch sie können ihre Anstrengungen noch intensivieren. Eine kontinuierliche Fortbildung hilft auch, qualifizierte Mitarbeiter an das Unternehmen zu binden.

Allianzen schmieden: Um Innovationen voranzutreiben und Forderungen an die Politik mehr Gewicht zu verleihen, sind branchenübergreifende Netzwerke, gemeinsame Entwicklungsplattformen, Kooperationen mit Start-ups und Accelerator-Programme hilfreich. Sie erleichtern den Zugang zu digitalen Innovationen, neuen Technologien, neuen Märkten und Kundengruppen, aber auch digitalen Talenten, die so dringend benötigt werden.



1

2

3

Handlungsempfehlungen

4





Anforderungen an Regierungen und Kommunen

Das Bildungssystem anpassen: Wie kann Deutschland dem Fachkräftemangel begegnen? Eine entscheidende Rolle kommt dabei der Bundesregierung und den Landesregierungen zu. Sie stehen vor der Aufgabe, durch die Bildungspolitik Schülerinnen und Schüler besser auf die Arbeitswelt vorzubereiten. Wie diese Studie belegt, bringt das deutsche Bildungswesen derzeit noch nicht die Arbeitskräfte hervor, die Arbeitgeber benötigen. Daher ist es wichtig, das Schul- und Hochschulsystem stärker an den Bedarf der Arbeitswelt anzupassen und neue Technologien – längst Wirklichkeit in den Unternehmen – auch in die Lehrpläne aufzunehmen.

Doch Deutschlands Regierung hat noch weitere Hebel, um dem Fachkräftemangel zu begegnen: etwa durch die bessere Integration von Flüchtlingen in den deutschen Arbeitsmarkt und durch die gezielte Anwerbung von qualifizierten Zuwanderern. In den vergangenen Jahren konnte Deutschland durch den boomenden Arbeitsmarkt Fachkräfte aus Europa

anziehen. Dieser Effekt wird mit der wirtschaftlichen Erholung der EU-Länder abnehmen. Der Aktionsplan der Bundesregierung zur Förderung des Mittelstands geht in die richtige Richtung. Ob er die gewünschten Effekte erzielt, wird sich zeigen.

Überregulierung und Bürokratie abbauen und unbürokratische F&E-Förderung einführen: Regulierung und Bürokratie belasten kleinere und mittelständische Unternehmen in Deutschland enorm. Mehr noch als die EU-Bürokratie fürchten die Unternehmen die nationalen Regularien. Umso wichtiger ist es, dass Deutschland den Bürokratie- und Erfüllungsaufwand für Unternehmen weiter reduziert. Die geplanten Einschränkungen bei befristeten Arbeitsverträgen und das Rückkehrrecht von Teil- auf Vollzeitarbeit werden als Hemmnis empfunden und behindern Mittelständler in ihrer Flexibilität. Und auch die Bürokratiebremse und die Bürokratieentlastungsgesetze I und II zeigen noch nicht die gewünschte Wirkung. Hier ist weitere Entlastung dringend geboten. Ein sinnvolles Instrument ist auch die steuerliche F&E-Förderung

in Form von Sonderabzügen für Forschungsausgaben (sog. super deductions) oder Steuergutschriften (sog. tax credits) für den F&E-Aufwand.

Den Breitbandausbau vorantreiben: Der Breitbandausbau, der den Bürgern und Unternehmen schnelles Internet sichern soll, ist in den vergangenen fünf Jahren kaum vorangekommen. Eine Infrastruktur mit schnellem Internet ist nicht nur eine der wichtigsten Voraussetzungen für den digitalen Wandel der Unternehmen. Er ist auch geboten, um ländliche Regionen wieder für Fachkräfte attraktiv zu machen. Gelingt der zügige Ausbau nicht, droht Deutschland den Anschluss an andere EU-Länder und weltweite Vorreiter zu verlieren. Die neue Bundesregierung hat die Aufgabe, dem Versprechen ihrer Vorgänger von 2013 nachzukommen und den Breitbandausbau endlich voranzutreiben. Kommunen in unterversorgten ländlichen Gebieten sind auf Fördermittel angewiesen, und auch Netzbetreiber müssen unterstützt werden.



1

2

3

Handlungsempfehlungen

4



Über die Studie

Für den „European Private Business Survey“ hat PwC 2.447 Verantwortliche aus Familienunternehmen und mittelständischen Gesellschaften ab einem jährlichen Umsatz von 10 Mio. € aus 31 europäischen Ländern befragt (EU28 sowie Norwegen, Schweiz und Türkei). 371 der befragten Unternehmen stammen aus Deutschland. Die telefonischen Interviews wurden im Frühjahr 2018 von einem unabhängigen Marktforschungsinstitut durchgeführt.



Peter Bartels

Vorstand Familienunternehmen
und Mittelstand PwC Europe
Tel.: +49 40 6378-2170
peter.bartels@pwc.com



Peter Englisch

Leiter Familienunternehmen und
Mittelstand PwC EMEA und Global
Tel.: +49 201 438-1812
peter.englich@pwc.com



Uwe Rittmann

Leiter Familienunternehmen und
Mittelstand PwC Deutschland
Tel.: +49 211 981-1998
uwe.rittman@pwc.com



1

2

3

4

Über die Studie / Ihre Ansprechpartner



www.pwc.de/familienunternehmen

© 2018 PricewaterhouseCoopers GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft. Alle Rechte vorbehalten.

„PwC“ bezeichnet in diesem Dokument die PricewaterhouseCoopers GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, die eine Mitgliedsgesellschaft der PricewaterhouseCoopers International Limited (PwCIL) ist. Jede der Mitgliedsgesellschaften der PwCIL ist eine rechtlich selbstständige Gesellschaft.