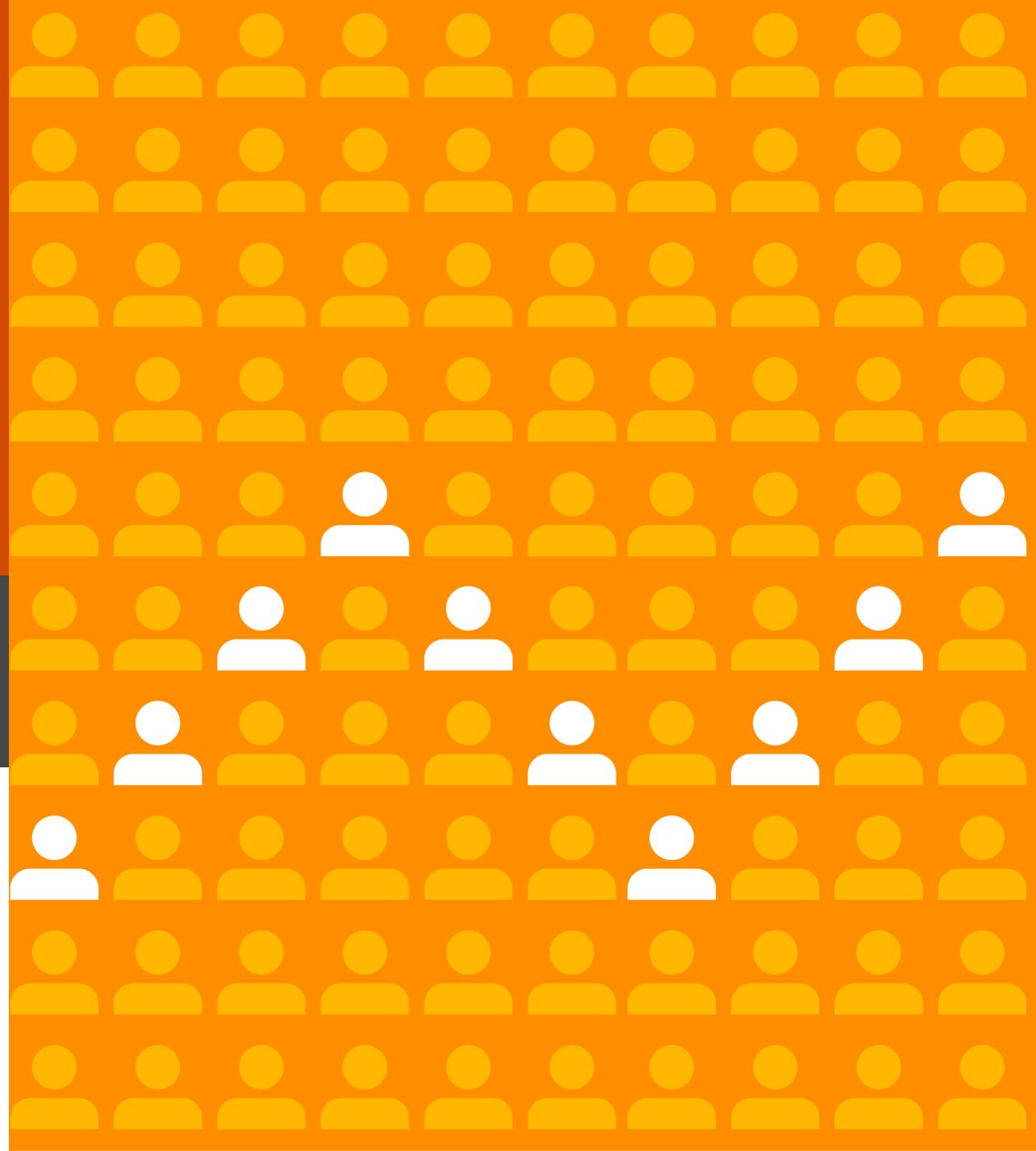


Das Image der deutschen Familienunternehmen

2019



Das Image der deutschen Familien- unternehmen 2019



Zusammenfassung



Ergebnisse

Wie Reputation entsteht



Einstellungen zu Familienunternehmen



Reputation von Familienunternehmen



Weitere Image-Faktoren



Stärkung von Familienunternehmen



Über die Studie



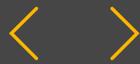
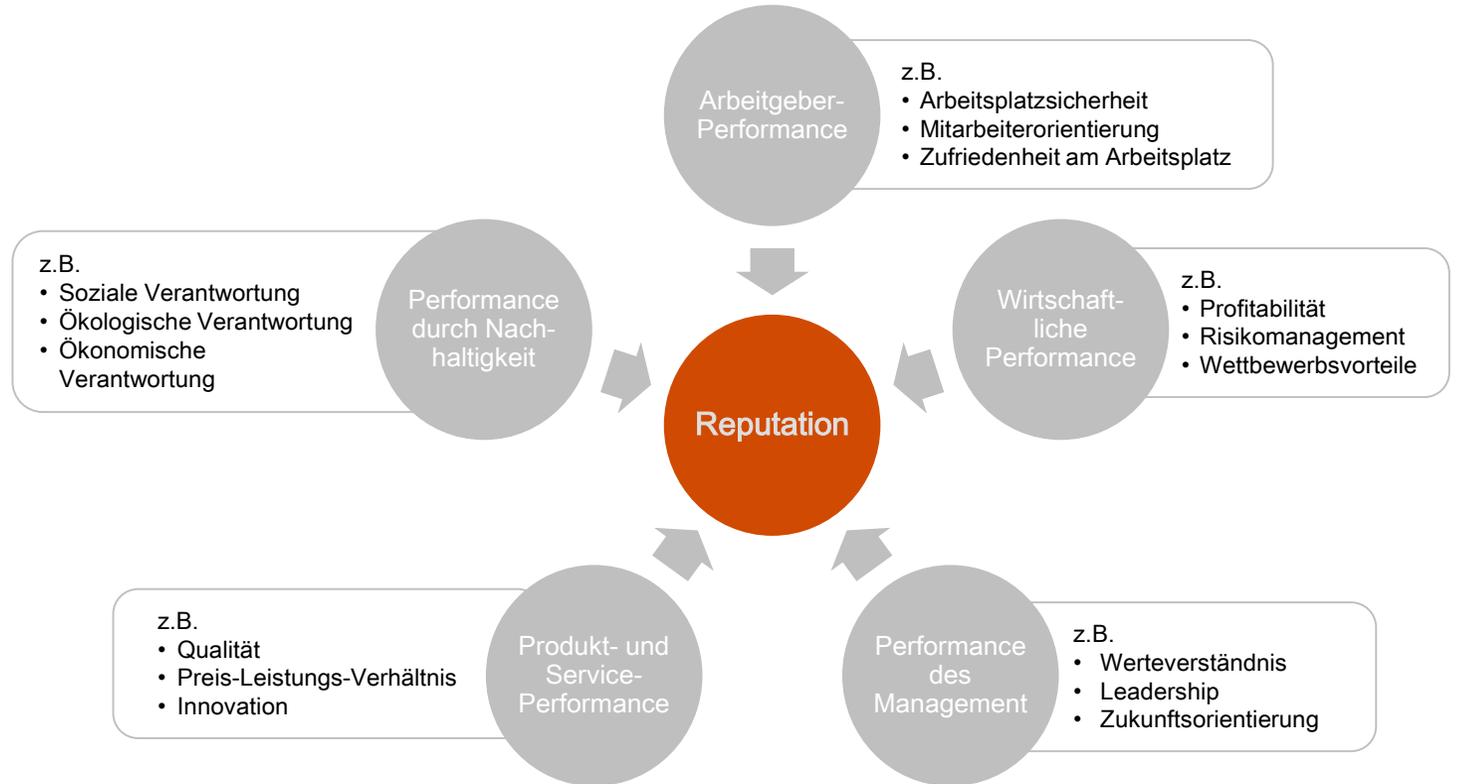
Ansprechpartnerin





Reputation

Für die Bevölkerungsbefragung „Das Image der deutschen Familienunternehmen“ wurden die Einschätzungen der Bundesbürger zu den fünf reputations-relevanten Bereichen – Performance in Nachhaltigkeit, Wirtschaftlichkeit, Produkt- und Service-Performance, Arbeitgeber-Performance und Performance des Managements – abgefragt.

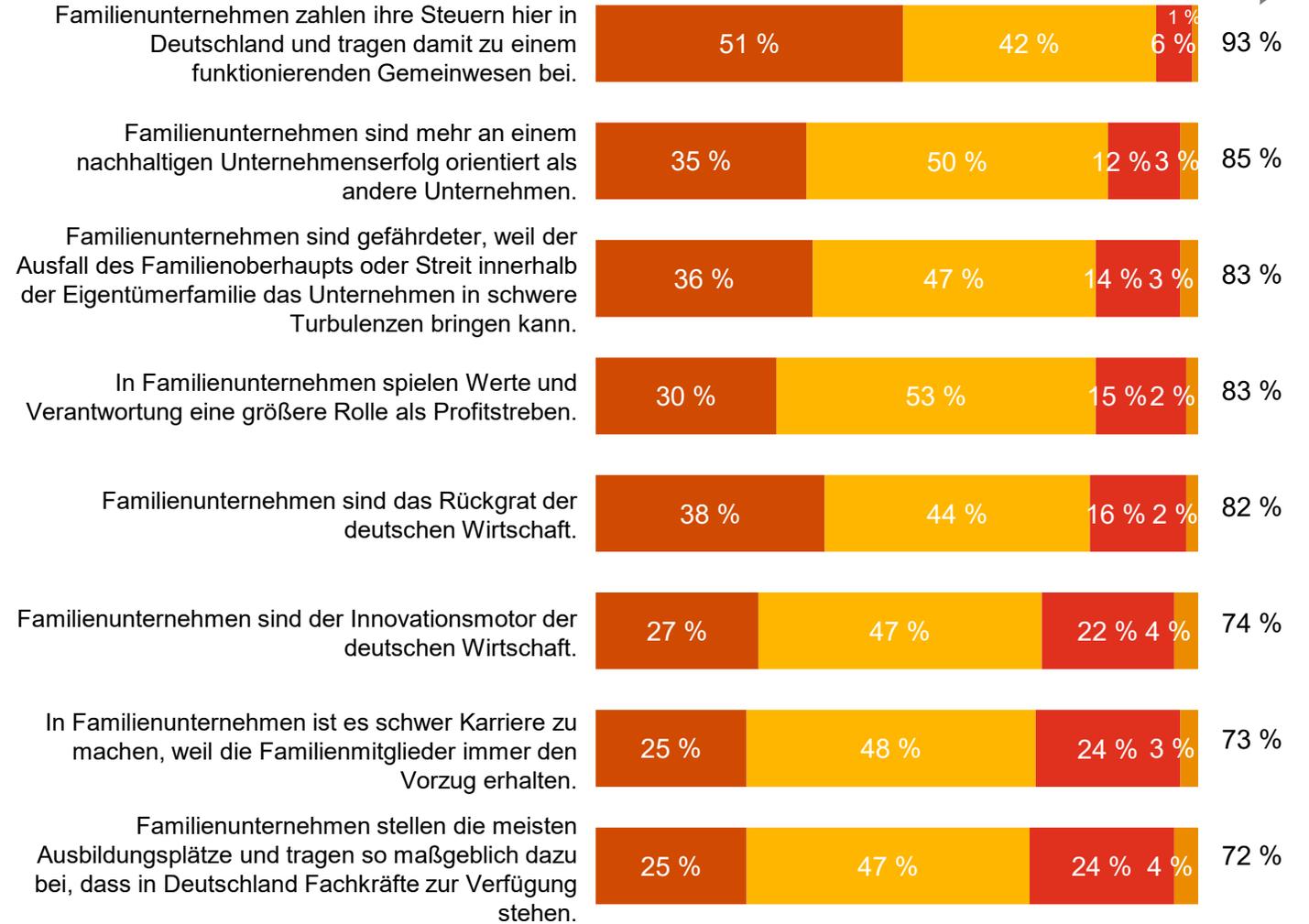




Was denken die Deutschen über Familienunternehmen?

Drei Viertel der Deutschen sehen Familienunternehmen als Innovationsmotor der deutschen Wirtschaft.

Top2



■ stimme voll und ganz zu ■ stimme eher zu ■ stimme eher nicht zu ■ stimme gar nicht zu

Frage 11: Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu Familienunternehmen zu? Basis: alle Befragten, N = 1.000 (skalierte Abfrage, sortiert nach „Top-2: stimme voll und ganz zu + stimme eher zu“)





Was denken die Deutschen über Familienunternehmen?

Mit steigendem Alter empfinden die Bundesbürger Familienunternehmen häufiger als Rückgrat und Innovationsmotor der deutschen Wirtschaft.

Frage 11: Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu Familienunternehmen zu? Basis: alle Befragten, N = 1.000 (skalierte Abfrage)



	Total	Alter (Jahre)				
		18-29	30-39	40-49	50-59	60+
Top2: stimme voll und ganz zu + stimme eher zu						
Basis	1.000	169	149	161	191	330
Familienunternehmen zahlen ihre Steuern hier in Deutschland und tragen damit zu einem funktionierenden Gemeinwesen bei.	93 %	92 %	91 %	91 %	94 %	95 %
Familienunternehmen sind mehr an einem nachhaltigen Unternehmenserfolg orientiert als andere Unternehmen.	85 %	77 %	83 %	86 %	86 %	90 %
In Familienunternehmen spielen Werte und Verantwortung eine größere Rolle als Profitstreben.	83 %	80 %	75 %	86 %	84 %	86 %
Familienunternehmen sind gefährdeter, weil der Ausfall des Familienoberhaupts oder Streit innerhalb der Eigentümerfamilie das Unternehmen in schwere Turbulenzen bringen kann.	83 %	73 %	81 %	86 %	90 %	85 %
Familienunternehmen sind das Rückgrat der deutschen Wirtschaft.	82 %	74 %	74 %	80 %	86 %	88 %
Familienunternehmen sind der Innovationsmotor der deutschen Wirtschaft.	74 %	56 %	69 %	73 %	78 %	83 %
In Familienunternehmen ist es schwer Karriere zu machen, weil die Familienmitglieder immer den Vorzug erhalten.	73 %	76 %	79 %	75 %	73 %	69 %
Familienunternehmen stellen die meisten Ausbildungsplätze und tragen so maßgeblich dazu bei, dass in Deutschland Fachkräfte zur Verfügung stehen.	72 %	62 %	70 %	68 %	72 %	79 %



Was denken die Deutschen über Familienunternehmen?

Auszubildende sehen Familienunternehmen vergleichsweise selten als innovativ an.

Frage 11: Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu Familienunternehmen zu? Basis: alle Befragten, N = 1.000 (skalierte Abfrage)



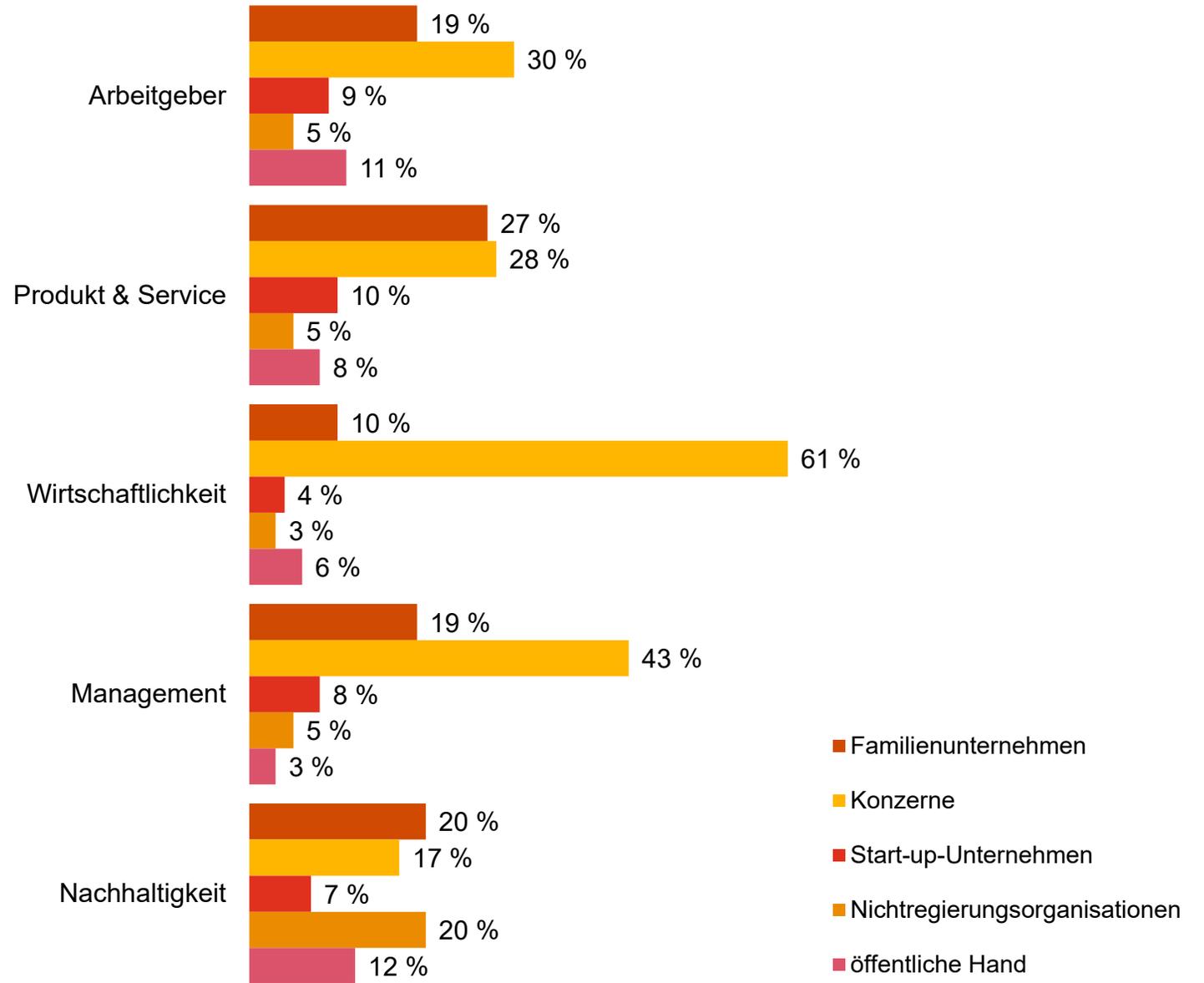
	Total	Berufstätigkeit		
		berufstätig	nicht berufstätig	davon Schüler/ Studenten/ Lehrlinge
Basis	1.000	554	446	76
Familienunternehmen zahlen ihre Steuern hier in Deutschland und tragen damit zu einem funktionierenden Gemeinwesen bei.	93 %	92 %	94 %	91 %
Familienunternehmen sind mehr an einem nachhaltigen Unternehmenserfolg orientiert als andere Unternehmen.	85 %	83 %	87 %	80 %
In Familienunternehmen spielen Werte und Verantwortung eine größere Rolle als Profitstreben.	83 %	82 %	84 %	74 %
Familienunternehmen sind gefährdeter, weil der Ausfall des Familienoberhaupts oder Streit innerhalb der Eigentümerfamilie das Unternehmen in schwere Turbulenzen bringen kann.	83 %	83 %	84 %	74 %
Familienunternehmen sind das Rückgrat der deutschen Wirtschaft.	82 %	82 %	82 %	66 %
Familienunternehmen sind der Innovationsmotor der deutschen Wirtschaft.	74 %	74 %	74 %	42 %
In Familienunternehmen ist es schwer Karriere zu machen, weil die Familienmitglieder immer den Vorzug erhalten.	73 %	75 %	71 %	71 %
Familienunternehmen stellen die meisten Ausbildungsplätze und tragen so maßgeblich dazu bei, dass in Deutschland Fachkräfte zur Verfügung stehen.	72 %	72 %	72 %	55 %



Wie sind die einzelnen Unternehmenstypen aufgestellt?

Familienunternehmen und Konzerne liegen in den Dimensionen Produkt & Service und Nachhaltigkeit gleichauf.

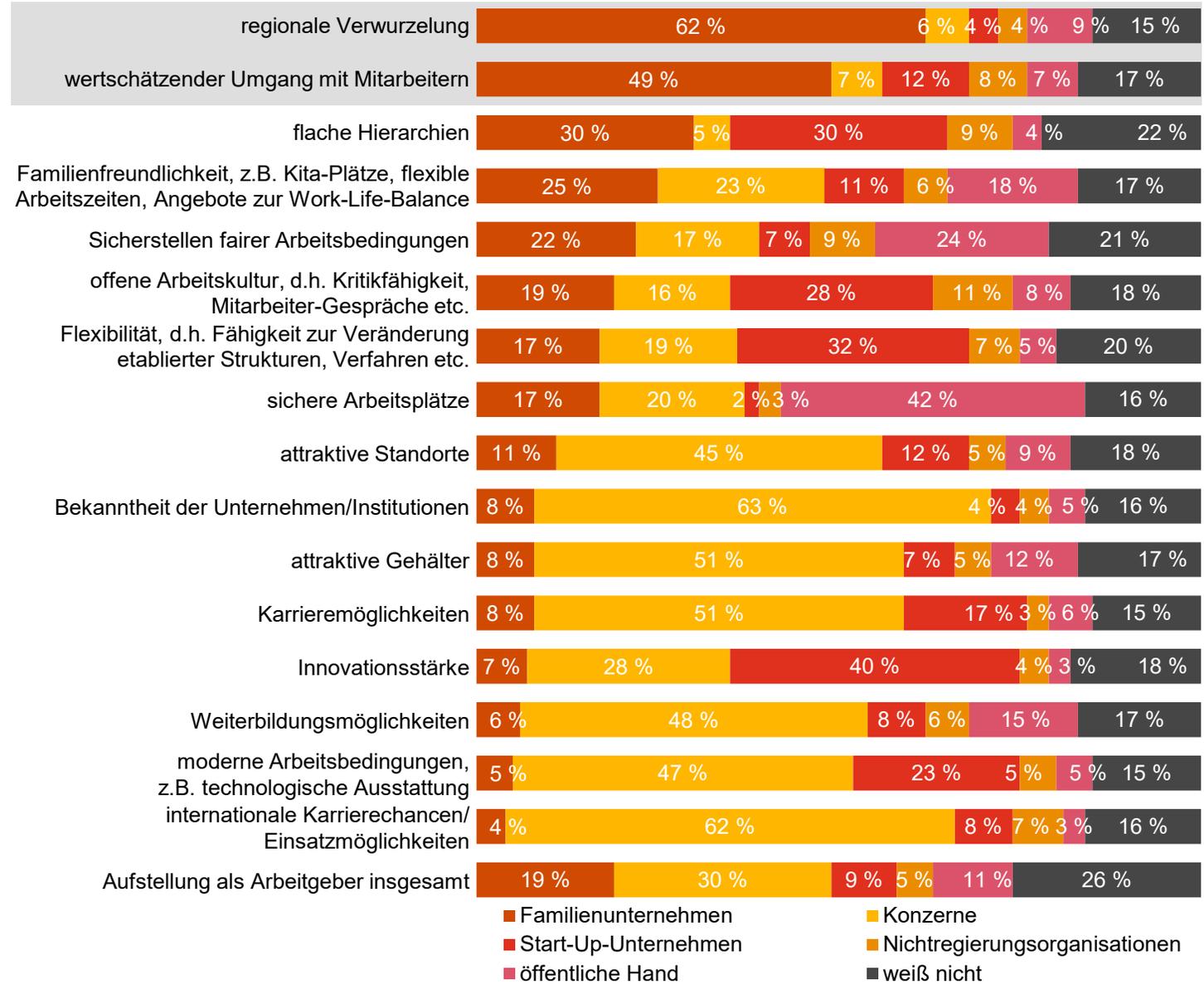
Ausprägungen der Reputationsfaktoren laut den Fragen 1, 4, 5, 6 und 7 ohne „weiß nicht“





Wie ist das Arbeitgeber-Image?

Die Deutschen verbinden mit Familienunternehmen als Arbeitgeber vor allem regionale Verwurzelung und einen wertschätzenden Umgang mit Mitarbeitern.



Frage 1: Wie nehmen Sie die unterschiedlichen Unternehmenstypen bzw. Institutionen als Arbeitgeber wahr, nach allem, was Sie mitbekommen haben? Welcher Unternehmenstyp bzw. welche Institution ist bei dem jeweiligen Aspekt aus Ihrer Sicht am besten aufgestellt? Basis: alle Befragten, N = 1.000 (skalierte Abfrage, sortiert nach Familienunternehmen)

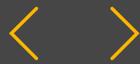




Wie ist das Arbeitgeber-Image?

(Ehemals) Beschäftigte aus Familienunternehmen bewerten diese besser.

Frage 1: Wie nehmen Sie die unterschiedlichen Unternehmenstypen bzw. Institutionen als Arbeitgeber wahr, nach allem, was Sie mitbekommen haben? Welcher Unternehmenstyp bzw. welche Institution ist bei dem jeweiligen Aspekt aus Ihrer Sicht am besten aufgestellt? Basis: alle Befragten, N = 1.000 (skalierte Abfrage, sortiert nach Familienunternehmen) *ohne „niemals berufstätig gewesen“



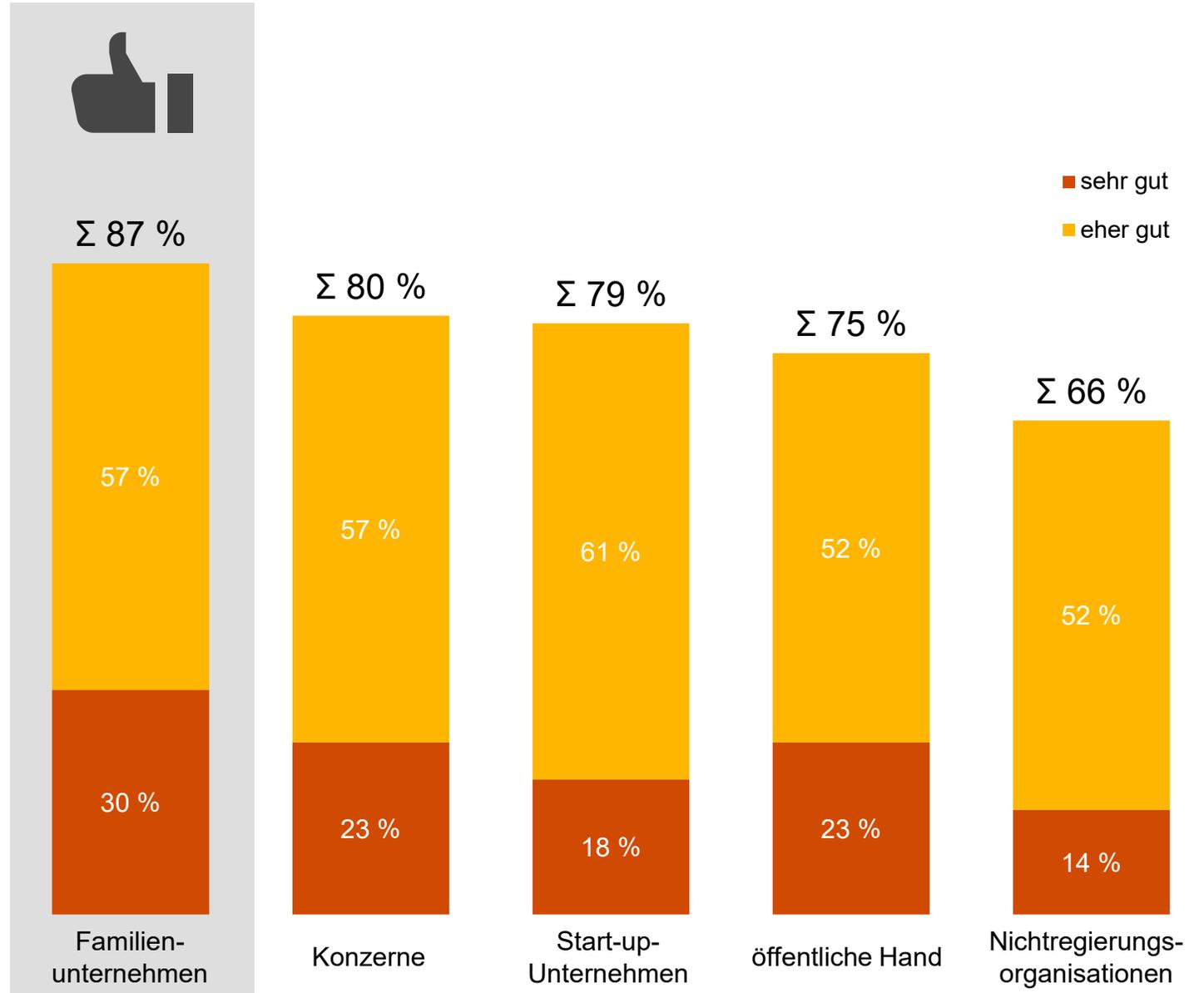
	Total	Letztes Beschäftigungsverhältnis*				
		Familienunternehmen	Konzern	Start-up	NGO	öffentliche Hand
Basis	1.000	315	249	30	65	191
regionale Verwurzelung	62%	64 %	62 %	50 %	57 %	62 %
wertschätzender Umgang mit Mitarbeitern	49%	53 %	49 %	43 %	35 %	46 %
flache Hierarchien	30%	33 %	33 %	17 %	35 %	26 %
Familienfreundlichkeit, z.B. Kita-Plätze, flexible Arbeitszeiten, Angebote zur Work-Life-Balance	25%	27 %	24 %	27 %	28 %	18 %
Sicherstellen fairer Arbeitsbedingungen	22%	25 %	21 %	20 %	18 %	18 %
offene Arbeitskultur, d.h. Kritikfähigkeit, Mitarbeiter-Gespräche etc.	19%	22 %	18 %	10 %	17 %	16 %
Flexibilität, d.h. Fähigkeit zur Veränderung etablierter Strukturen, Verfahren etc.	17%	19 %	20 %	10 %	20 %	12 %
sichere Arbeitsplätze	17%	20 %	17 %	23 %	12 %	10 %
attraktive Standorte	11%	12 %	13 %	10 %	14 %	10 %
Bekanntheit der Unternehmen/Institutionen	8%	10 %	8 %	3 %	6 %	7 %
attraktive Gehälter	8%	6 %	8 %	10 %	9 %	6 %
Karrieremöglichkeiten	8%	8 %	7 %	27 %	5 %	6 %
Innovationsstärke	7%	9 %	4 %	23 %	9 %	6 %
Weiterbildungsmöglichkeiten	6%	8 %	6 %	3 %	2 %	6 %
moderne Arbeitsbedingungen, z.B. technologische Ausstattung	5%	5 %	4 %	3 %	2 %	5 %
internationale Karrierechancen/Einsatzmöglichkeiten	4%	5 %	2 %	13 %	2 %	4 %
Aufstellung als Arbeitgeber insgesamt	19%	28 %	16 %	13 %	12 %	13 %

geringe Fallzahl

Wie gut ist die Aufstellung als Arbeitgeber?

Fast neun von zehn Deutschen bewerten die Aufstellung von Familienunternehmen als Arbeitgeber positiv.

Frage 2: Wie bewerten Sie alles in allem die Aufstellung der folgenden Unternehmenstypen bzw. Institutionen als Arbeitgeber? Basis: alle Befragten, N = 1.000 (skalierte Abfrage, sortiert nach „Top2: sehr gut + eher gut“)



Wie gut ist die Aufstellung als Arbeitgeber?

Auszubildende bewerten Start-up-Unternehmen am besten.

Top2: sehr wichtig + eher wichtig

	Total	Berufstätigkeit		
		berufstätig	nicht berufstätig	davon Schüler/Studenten/Lehrlinge
Basis	1.000	554	446	76
Familienunternehmen	87 %	87 %	87 %	87 %
Konzerne	80 %	79 %	82 %	87 %
Start-up-Unternehmen	78 %	77 %	80 %	89 %
öffentliche Hand	74 %	75 %	74 %	82 %
Nichtregierungsorganisationen	66 %	66 %	66 %	66 %

Frage 2: Wie bewerten Sie alles in allem die Aufstellung der folgenden Unternehmenstypen bzw. Institutionen als Arbeitgeber? Basis: alle Befragten, N = 1.000 (skalierte Abfrage, sortiert nach „Top2: sehr gut + eher gut“)

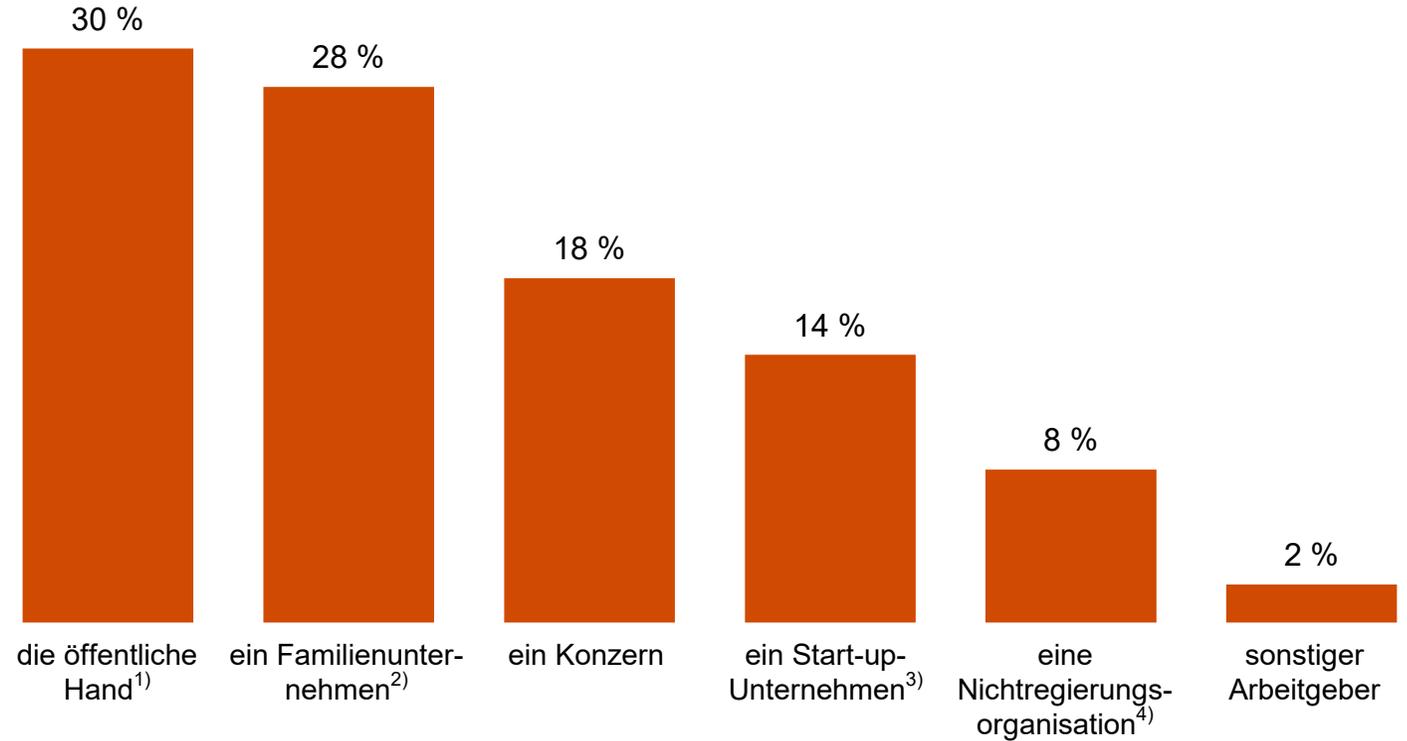




Wer ist der Wunsch-Arbeitgeber der Bundesbürger?

Besonders die öffentliche Hand und Familienunternehmen sind beliebte Arbeitgeber.

Wunsch-Arbeitgeber



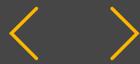
1) z.B. kommunale Verwaltungen, staatliche Schulen und Kindergärten, Feuerwehr oder Polizei

2) also ein Unternehmen, das von Mitgliedern der Inhaberfamilie geleitet bzw. kontrolliert wird

3) d.h. ein Jungunternehmen mit neuen, kreativen Geschäftsmodellen

4) d.h. eine gemeinnützige Organisation, die humanitäre, soziale oder ökologische Ziele verfolgt

Frage 3: Wenn Sie sich heute entscheiden müssten: Welcher Unternehmenstyp bzw. welche Institution wäre Ihr Wunsch-Arbeitgeber? Basis: alle Befragten, N = 1.000 (Einfachnennung)





Wer ist der Wunsch-Arbeitgeber der Bundesbürger?

Für mehr als jeden Vierten (zuletzt) in Konzernen Beschäftigten sind Familienunternehmen die Wunsch-Arbeitgeber.

Wunsch-Arbeitgeber	Total	Letztes Beschäftigungsverhältnis*				
		Familienunternehmen	Konzern	Start-up	NGO	öffentliche Hand
Basis	1.000	315	249	30	65	191
die öffentliche Hand ¹⁾	30 %	24 %	24 %	10 %	32 %	50 %
ein Familienunternehmen ²⁾	28 %	41 %	27 %	13 %	17 %	16 %
ein Konzern	18 %	15 %	31 %	13 %	15 %	12 %
ein Start-up-Unternehmen ³⁾	14 %	10 %	13 %	54 %	12 %	13 %
eine Nichtregierungsorganisation ⁴⁾	8 %	8 %	4 %	10 %	22 %	7 %
sonstiger Arbeitgeber	2 %	2 %	1 %	-	2 %	2 %

1) z.B. kommunale Verwaltungen, staatliche Schulen und Kindergärten, Feuerwehr oder Polizei

2) also ein Unternehmen, das von Mitgliedern der Inhaberbefamie geleitet bzw. kontrolliert wird

3) d.h. ein Jungunternehmen mit neuen, kreativen Geschäftsmodellen

4) d.h. eine gemeinnützige Organisation, die humanitäre, soziale oder ökologische Ziele verfolgt

geringe Fallzahl

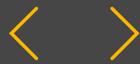
Frage 3: Wenn Sie sich heute entscheiden müssten: Welcher Unternehmenstyp bzw. welche Institution wäre Ihr Wunsch-Arbeitgeber? Basis: alle Befragten, N = 1.000 (Einfachnennung) *ohne „niemals berufstätig gewesen“



Wer ist der Wunsch-Arbeitgeber der Bundesbürger?

Auszubildende möchten vergleichsweise selten für die öffentliche Hand arbeiten.

Frage 3: Wenn Sie sich heute entscheiden müssten: Welcher Unternehmenstyp bzw. welche Institution wäre Ihr Wunsch-Arbeitgeber? Basis: alle Befragten, N = 1.000 (Einfachnennung)



Wunsch-Arbeitgeber	Total	Berufstätigkeit		
		berufstätig	nicht berufstätig	davon Schüler/ Studenten/ Lehrlinge
Basis	1.000	554	446	76
die öffentliche Hand¹⁾	30 %	28 %	32 %	20 %
ein Familienunternehmen ²⁾	28 %	30 %	27 %	24 %
ein Konzern	18 %	21 %	15 %	20 %
ein Start-up-Unternehmen ³⁾	14 %	14 %	15 %	25 %
eine Nichtregierungsorganisation ⁴⁾	8 %	7 %	9 %	12 %
sonstiger Arbeitgeber	2 %	1 %	2 %	-

1) z.B. kommunale Verwaltungen, staatliche Schulen und Kindergärten, Feuerwehr oder Polizei

2) also ein Unternehmen, das von Mitgliedern der Inhaberfamilie geleitet bzw. kontrolliert wird

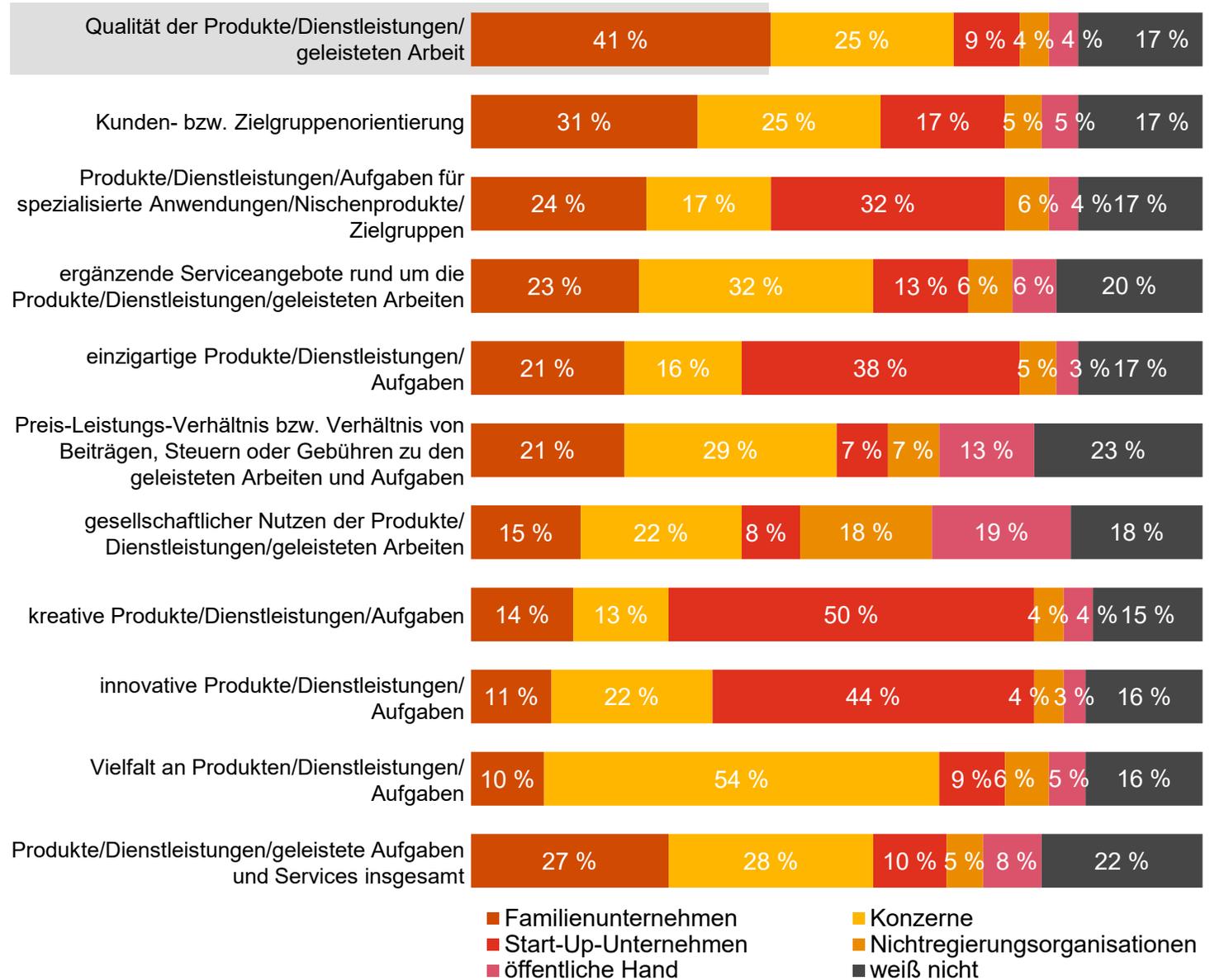
3) d.h. ein Jungunternehmen mit neuen, kreativen Geschäftsmodellen

4) d.h. eine gemeinnützige Organisation, die humanitäre, soziale oder ökologische Ziele verfolgt

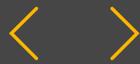


Wer bietet die besten Produkte und Services an?

Familienunternehmen gelten für mehr als vier von zehn Deutschen als die besten Anbieter qualitativ hochwertiger Produkte und Dienstleistungen.



Frage 4: Wie nehmen Sie die unterschiedlichen Unternehmenstypen bzw. Institutionen in Verbindung mit ihren Produkten und Serviceleistungen bzw. den geleisteten Aufgaben wahr, nach allem, was Sie mitbekommen haben? Welcher Unternehmenstyp bzw. welche Institution ist bei dem jeweiligen Aspekt am besten aufgestellt? Basis: alle Befragten, N = 1.000 (skalierte Abfrage, sortiert nach Familienunternehmen)

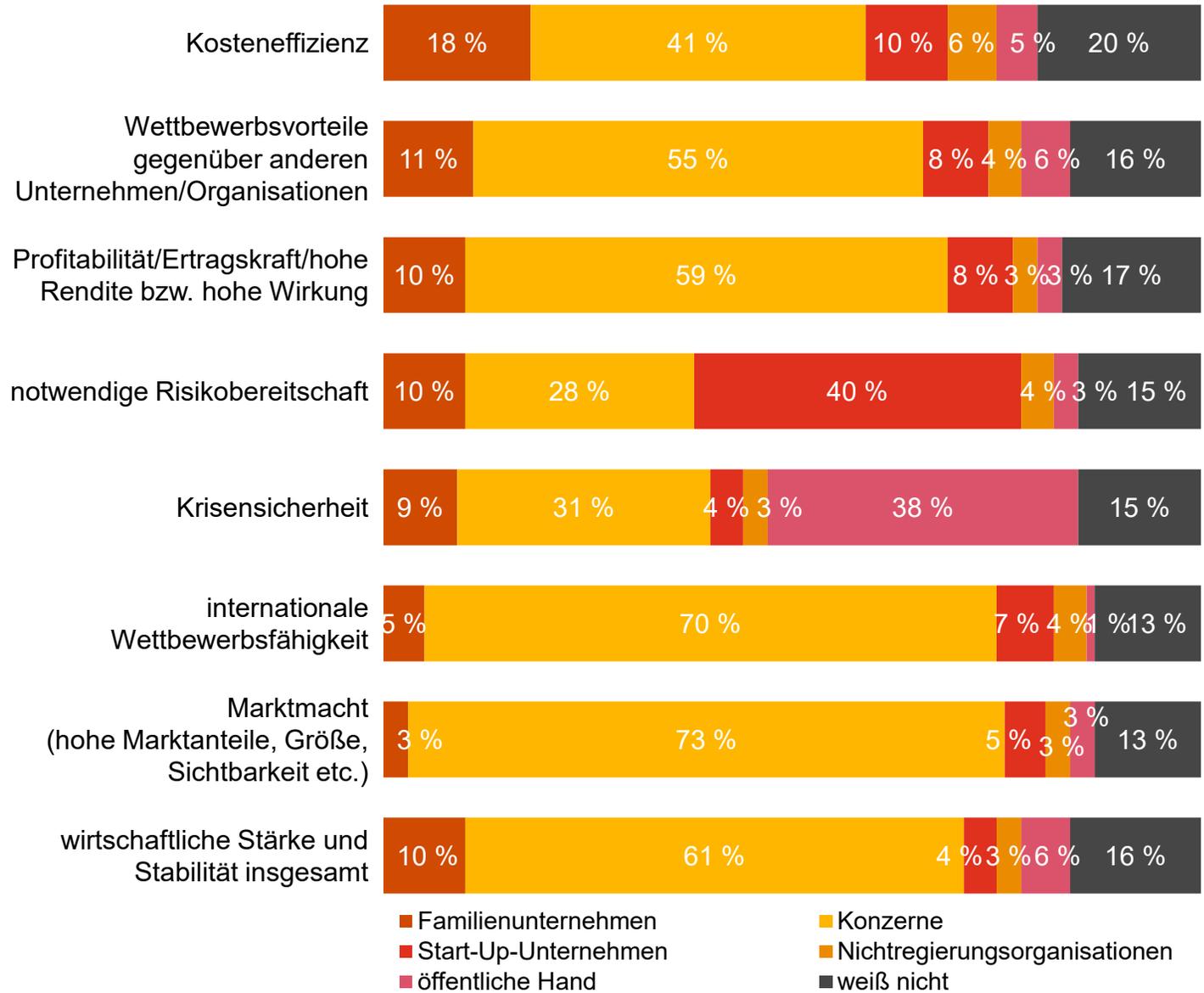
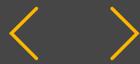




Wer hat die beste wirtschaftliche Performance?

Wirtschaftliche Stärke sehen die Deutschen eher bei Konzernen.

Frage 5: Und wie nehmen Sie die unterschiedlichen Unternehmenstypen bzw. Institutionen mit Blick auf die wirtschaftliche Stärke und Stabilität wahr, nach allem, was Sie mitbekommen haben? Welcher Unternehmenstyp bzw. welche Institution ist bei dem jeweiligen Aspekt am besten aufgestellt? Basis: alle Befragten, N = 1.000 (skalierte Abfrage, sortiert nach Familienunternehmen)





Wer hat die beste wirtschaftliche Performance?

Männer bewerten die Wirtschaftlichkeit von Familienunternehmen tendenziell besser als Frauen.

Familienunternehmen

	Total	Geschlecht	
		Männer	Frauen
Basis	1.000	489	511
Kosteneffizienz	18 %	22 %	14 %
Wettbewerbsvorteile gegenüber anderen Unternehmen/Organisationen	11 %	15 %	8 %
Profitabilität/Ertragskraft/hohe Rendite bzw. hohe Wirkung	10 %	15 %	5 %
notwendige Risikobereitschaft	10 %	12 %	7 %
Krisensicherheit	9 %	10 %	9 %
internationale Wettbewerbsfähigkeit	5 %	7 %	3 %
Marktmacht (hohe Marktanteile, Größe, Sichtbarkeit etc.)	3 %	4 %	3 %
wirtschaftliche Stärke und Stabilität insgesamt	10 %	10 %	10 %

Frage 5: Und wie nehmen Sie die unterschiedlichen Unternehmenstypen bzw. Institutionen mit Blick auf die wirtschaftliche Stärke und Stabilität wahr, nach allem, was Sie mitbekommen haben? Welcher Unternehmenstyp bzw. welche Institution ist bei dem jeweiligen Aspekt am besten aufgestellt? Basis: alle Befragten, N = 1.000 (skalierte Abfrage, Darstellung von Familienunternehmen)

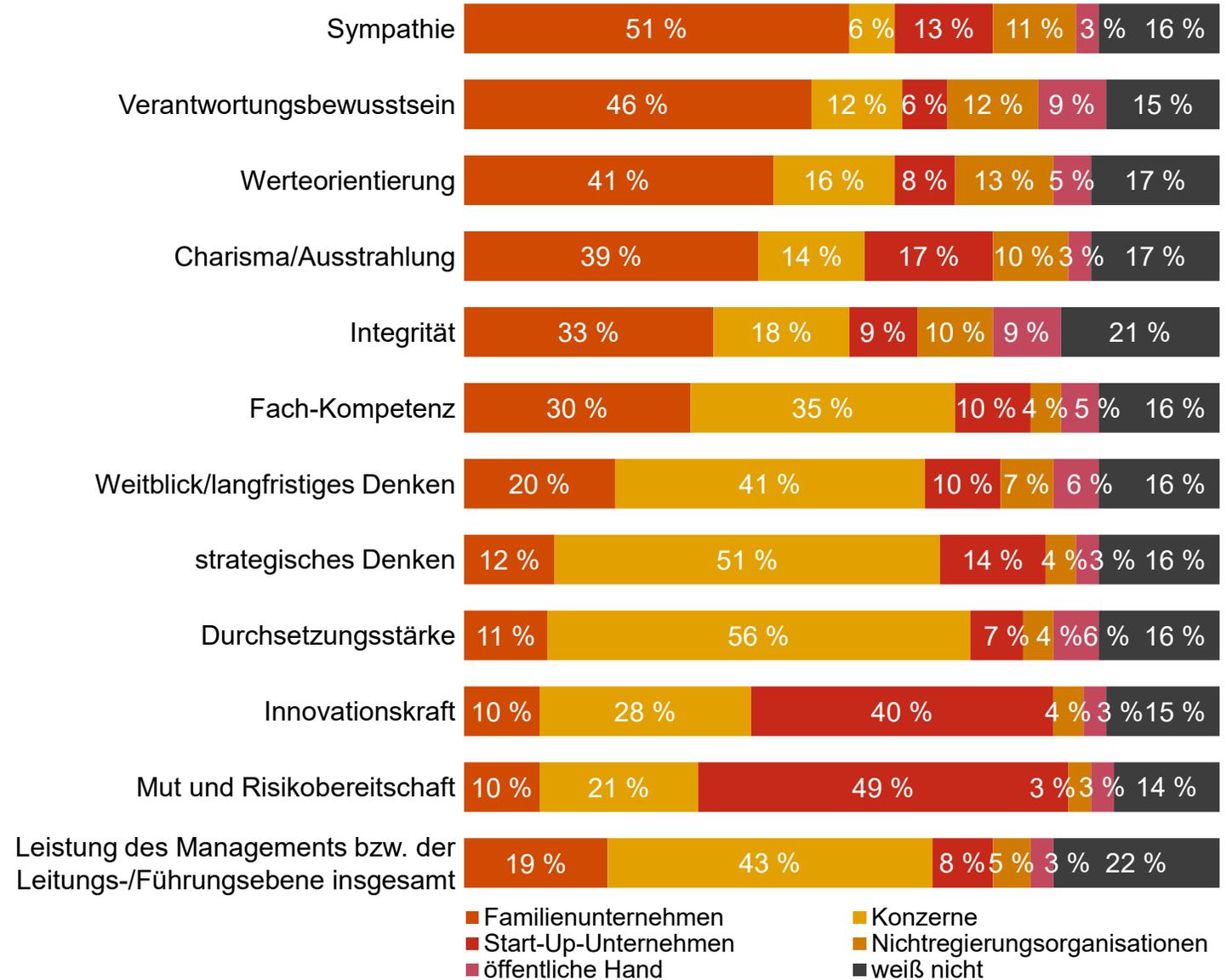




Welches Management ist am besten?

Das Management von Familienunternehmen steht vor allem für Sympathie und Verantwortungsbewusstsein.

Frage 6: Denken Sie jetzt einmal an das Management/Leitung und die Führungspersönlichkeiten in den unterschiedlichen Unternehmenstypen bzw. Institutionen. Welcher Unternehmenstyp bzw. welche Institution hat bei dem jeweiligen Aspekt nach allem, was Sie mitbekommen haben, das beste Top-Management bzw. die beste Leitungs-/Führungsebene? Basis: alle Befragten, N = 1.000 (skalierte Abfrage, sortiert nach Familienunternehmen)



Welches Management ist am besten?

Je älter die Bundesbürger sind, desto häufiger gilt für sie die Führung von Familienunternehmen als verantwortungsbewusst und wertorientiert.

Frage 6: Denken Sie jetzt einmal an das Management/Leitung und die Führungspersönlichkeiten in den unterschiedlichen Unternehmenstypen bzw. Institutionen. Welcher Unternehmenstyp bzw. welche Institution hat bei dem jeweiligen Aspekt nach allem, was Sie mitbekommen haben, das beste Top-Management bzw. die beste Leitungs-/Führungsebene? Basis: alle Befragten, N = 1.000 (skalierte Abfrage, Darstellung von Familienunternehmen)

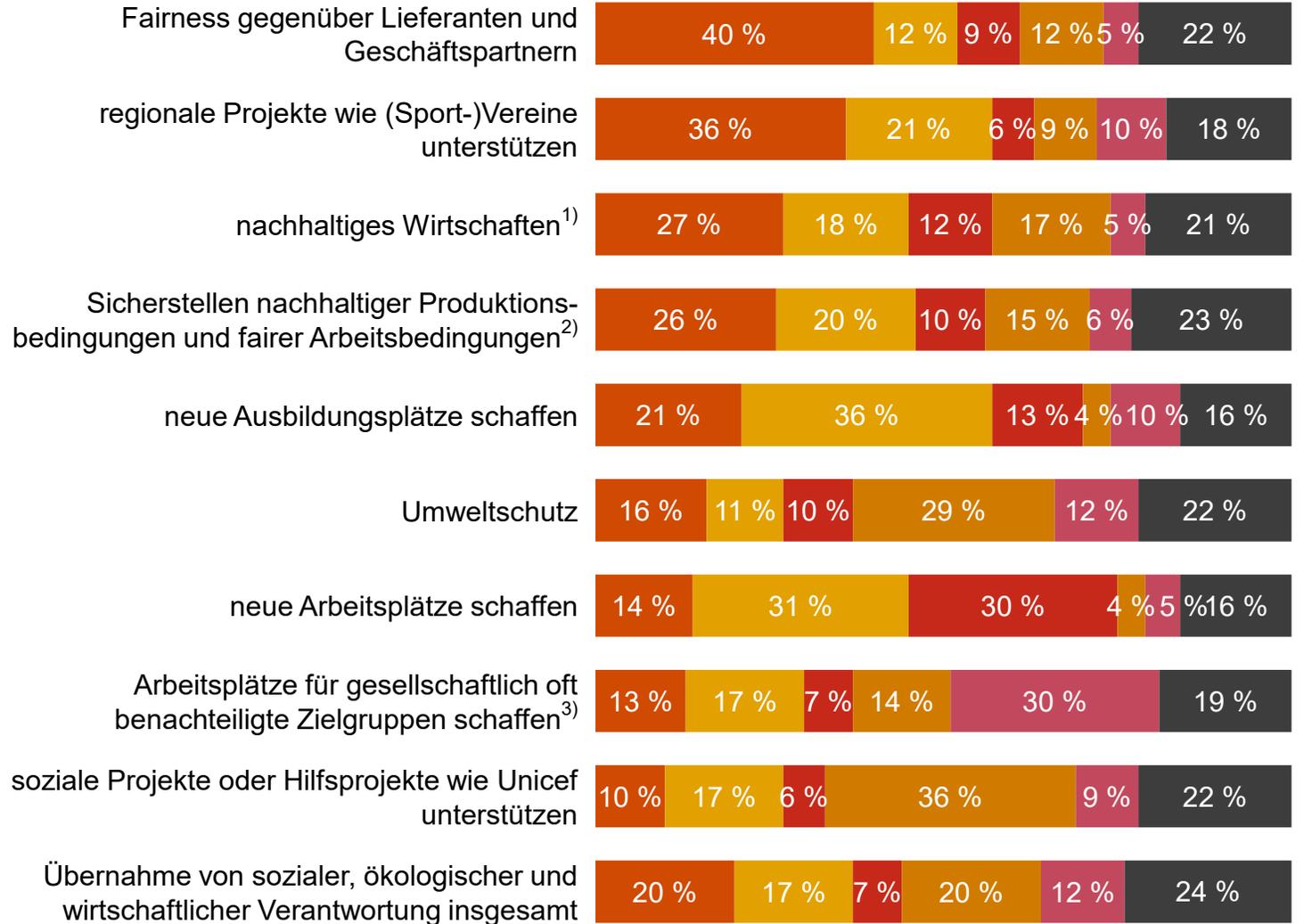


Familienunternehmen	Total	Alter (Jahre)				
		18-29	30-39	40-49	50-59	60+
Basis	1.000	169	149	161	191	330
Sympathie	51 %	52 %	40 %	47 %	54 %	56 %
Verantwortungsbewusstsein	46 %	34 %	32 %	47 %	49 %	54 %
Wertorientierung	41 %	35 %	33 %	40 %	46 %	47 %
Charisma/Ausstrahlung	39 %	33 %	30 %	32 %	42 %	47 %
Integrität	33 %	31 %	23 %	35 %	34 %	38 %
Fach-Kompetenz	30 %	24 %	27 %	30 %	31 %	35 %
Weitblick/langfristiges Denken	20 %	17 %	19 %	20 %	20 %	23 %
strategisches Denken	12 %	11 %	12 %	10 %	13 %	14 %
Durchsetzungsstärke	11 %	14 %	7 %	11 %	13 %	12 %
Innovationskraft	10 %	8 %	13 %	7 %	9 %	12 %
Mut und Risikobereitschaft	10 %	9 %	5 %	10 %	8 %	12 %
Leistung des Managements bzw. der Leitungs-/Führungsebene insgesamt	19 %	18 %	15 %	17 %	19 %	23 %



Wer übernimmt gesellschaftliche Verantwortung?

Mehr als ein Drittel der Deutschen verbindet Fairness und regionales Engagement am ehesten mit Familienunternehmen.



1) d.h. Ressourcen schonen, langlebige Produkte herstellen/nutzen etc

2) auch bei Zulieferern

3) (z.B. Schwerbehinderte, Personen ohne Schulabschluss, Geflüchtete etc.)



Frage 7: Wie nehmen die unterschiedlichen Unternehmenstypen bzw. Institutionen nach allem, was Sie mitbekommen haben, gesellschaftliche Verantwortung wahr? Welcher Unternehmenstyp bzw. welche Institution engagiert sich in den folgenden Bereichen am stärksten? Basis: alle Befragten, N = 1.000 (skalierte Abfrage, sortiert nach Familienunternehmen)





Worauf achten die Deutschen bei Unternehmen?

Unternehmen müssen primär gute Arbeitgeber sein und gute Produkte und Dienstleistungen anbieten.

Top: sehr wichtig



Frage 9: Und wie wichtig sind Ihnen die folgenden Aspekte bei einem Unternehmen? Basis: alle Befragten, N = 1.000 (skalierte Abfrage, Darstellung von „Top: sehr wichtig“)





Worauf achten die Deutschen bei Unternehmen?

Auszubildenden sind Digitalisierung und Technologie wichtiger als Berufstätigen.

Top: sehr wichtig

	Total	Berufstätigkeit		
		berufstätig	nicht berufstätig	davon Schüler/Studenten/Lehrlinge
Basis	1.000	554	446	76
guter Arbeitgeber	70 %	67 %	74 %	74 %
gute Produkte/Dienstleistungen/Tätigkeiten und Services	61 %	56 %	69 %	62 %
Steuerehrlichkeit	55 %	50 %	63 %	47 %
Orientierung am langfristigen statt am kurzfristigen Erfolg	55 %	48 %	63 %	50 %
wirtschaftliche Stärke und Stabilität	51 %	45 %	59 %	49 %
Leistung des Managements eines Unternehmens	46 %	39 %	54 %	37 %
Übernahme von sozialer, ökologischer und wirtschaftlicher Verantwortung	44 %	40 %	50 %	39 %
Agilität, d.h. die Fähigkeit, sich flexibel neuen Gegebenheiten anzupassen	42 %	38 %	48 %	34 %
Zusammenarbeit mit regionalen Zulieferern und Partnern	41 %	38 %	45 %	25 %
Innovationsstärke	39 %	34 %	46 %	37 %
Verwurzelung am Standort	37 %	36 %	38 %	18 %
Digitalisierung und Technologie	35 %	27 %	46 %	46 %
Kultur und Werte	33 %	34 %	33 %	29 %
Tradition	30 %	30 %	31 %	13 %
Internationalität	20 %	18 %	23 %	28 %
Vernetzung mit der Politik	10 %	10 %	9 %	7 %

Frage 9: Und wie wichtig sind Ihnen die folgenden Aspekte bei einem Unternehmen?

Basis: alle Befragten, N = 1.000 (skalierte Abfrage)





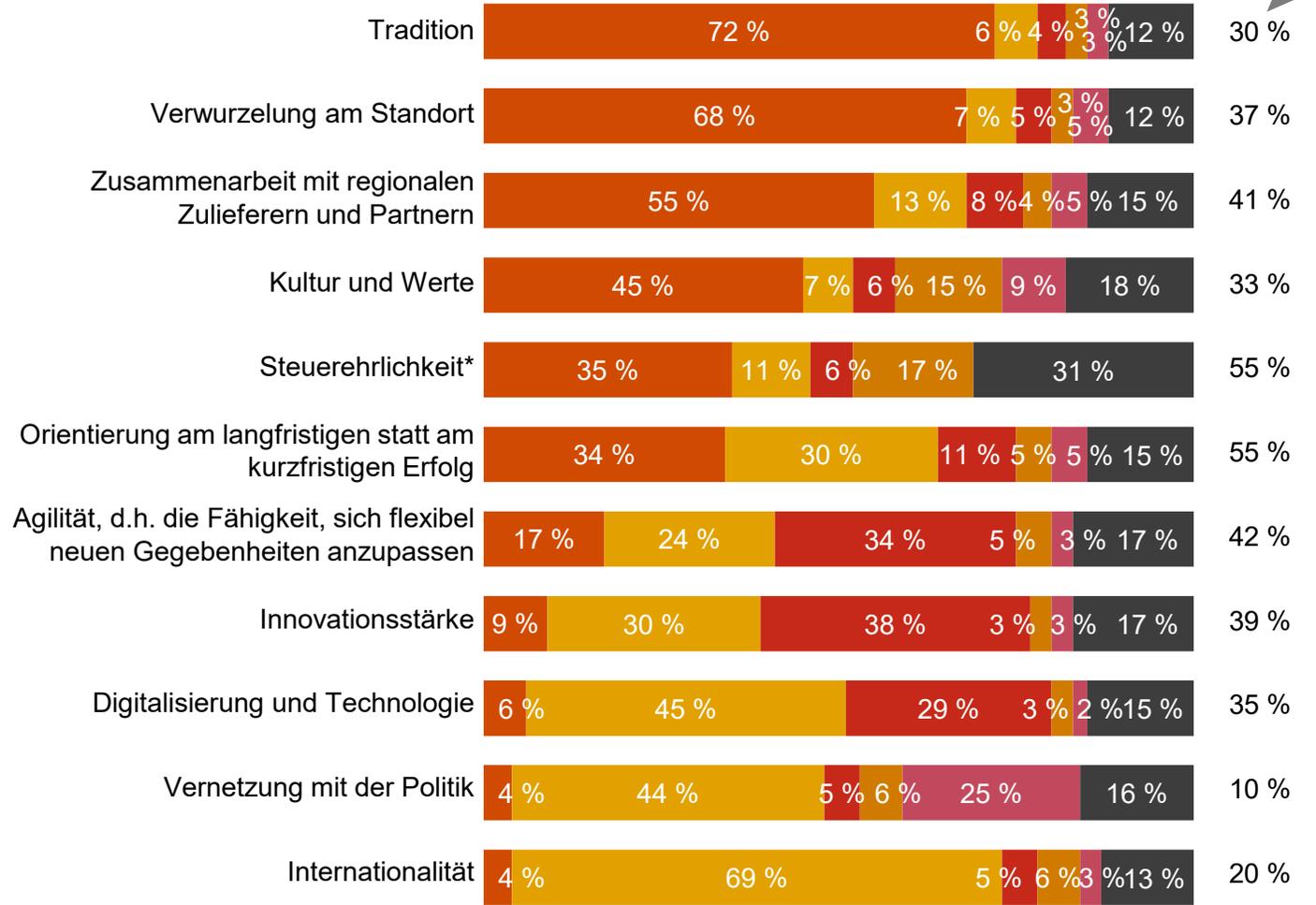
Was macht die Unternehmenstypen noch aus?

Familienunternehmen werden bisher kaum mit Digitalisierung und Technologie in Verbindung gebracht.

Frage 8: Neben den bisher genannten Aspekten und Werten gibt es weitere Kategorien, für die Unternehmen stehen können. Welcher Unternehmenstyp ist da jeweils am besten? Basis: alle Befragten, N = 1.000 (skalierte Abfrage, sortiert nach Familienunternehmen)/Frage 9: Und wie wichtig sind Ihnen die folgenden Aspekte bei einem Unternehmen? Basis: alle Befragten, N = 1.000 (skalierte Abfrage, Darstellung von „Top: sehr wichtig“)



Top: sehr wichtig



* nicht für Behörden erhoben

- Familienunternehmen
- Start-Up-Unternehmen
- öffentliche Hand
- Konzerne
- Nichtregierungsorganisationen
- weiß nicht



Wie sollen Familienunternehmen gestärkt werden?

Um Familienunternehmen zu stärken, fordern vier von zehn Befragten eine Verbesserung der digitalen Infrastruktur und eine Unterstützung bei der Digitalisierung.

Frage 10: Immer wieder wird gefordert, dass Familienunternehmen gestärkt werden sollen. Welche Maßnahmen sollten aus Ihrer Sicht zur Stärkung von Familienunternehmen umgesetzt werden? Basis: alle Befragten, N = 1.000 (Mehrfachnennung)





Wie sollen Familienunternehmen gestärkt werden?

Für Jüngere hat Unterstützung im Bereich der Digitalisierung die höchste Priorität.

Frage 10: Immer wieder wird gefordert, dass Familienunternehmen gestärkt werden sollen. Welche Maßnahmen sollten aus Ihrer Sicht zur Stärkung von Familienunternehmen umgesetzt werden? Basis: alle Befragten, N = 1.000 (Mehrfachnennung)



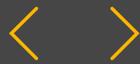
Stärkung von Familienunternehmen	Total	Alter (Jahre)				
		18-29	30-39	40-49	50-59	60+
Basis	1.000	169	149	161	191	330
Abbau von Bürokratie und Berichtspflichten	50 %	30 %	36 %	45 %	52 %	69 %
Steuersenkungen (z.B. Erbschaftsteuer)	41 %	33 %	35 %	43 %	43 %	46 %
Verbesserung der digitalen Infrastruktur	40 %	38 %	28 %	34 %	39 %	50 %
Unterstützung bei der Digitalisierung	38 %	43 %	26 %	34 %	31 %	45 %
Unterstützung beim Zugang zu Kapital (z.B. Bürgschaften)	35 %	25 %	30 %	33 %	37 %	43 %
Unterstützung bei der Entwicklung von Innovationen	34 %	33 %	22 %	25 %	36 %	43 %
Verbesserung der Verkehrsinfrastruktur	31 %	26 %	23 %	24 %	35 %	39 %
Entwicklung eines 'Gütesiegels Familienunternehmen'	31 %	30 %	27 %	28 %	31 %	34 %
flexibleres Arbeitsrecht	29 %	25 %	28 %	31 %	26 %	32 %
Unterstützung bei internationalen Geschäftsbeziehungen	29 %	30 %	21 %	25 %	22 %	37 %
Förderung von Fachkräftezugang/Einwanderung	24 %	15 %	21 %	20 %	19 %	35 %
Sonstige	1 %	0 %	1 %	1 %	0 %	1 %
Keine, denn Familienunternehmen müssen nicht gezielt gestärkt werden.	9 %	8 %	13 %	11 %	8 %	6 %



Wie sollen Familienunternehmen gestärkt werden?

Berufstätige fordern einen Abbau von Bürokratie, Auszubildende setzen hingegen auf unterstützende Maßnahmen für die Digitalisierung.

Frage 10: Immer wieder wird gefordert, dass Familienunternehmen gestärkt werden sollen. Welche Maßnahmen sollten aus Ihrer Sicht zur Stärkung von Familienunternehmen umgesetzt werden? Basis: alle Befragten, N = 1.000 (Mehrfachnennung)



Stärkung von Familienunternehmen

	Total	Berufstätigkeit		
		berufstätig	nicht berufstätig	davon Schüler/ Studenten/ Lehrlinge
Basis	1.000	554	446	76
Abbau von Bürokratie und Berichtspflichten	50 %	43 %	59 %	37 %
Steuersenkungen (z.B. Erbschaftsteuer)	41 %	40 %	43 %	30 %
Verbesserung der digitalen Infrastruktur	40 %	36 %	45 %	43 %
Unterstützung bei der Digitalisierung	38 %	32 %	45 %	53 %
Unterstützung beim Zugang zu Kapital (z.B. Bürgschaften)	35 %	33 %	38 %	33 %
Unterstützung bei der Entwicklung von Innovationen	34 %	29 %	40 %	36 %
Verbesserung der Verkehrsinfrastruktur	31 %	28 %	36 %	29 %
Entwicklung eines 'Gütesiegels Familienunternehmen'	31 %	29 %	33 %	28 %
flexibleres Arbeitsrecht	29 %	27 %	31 %	24 %
Unterstützung bei internationalen Geschäftsbeziehungen	29 %	27 %	31 %	34 %
Förderung von Fachkräftezugang/Einwanderung	24 %	20 %	30 %	20 %
Sonstige	1 %	0 %	1 %	1 %
Keine, denn Familienunternehmen müssen nicht gezielt gestärkt werden.	9 %	9 %	8 %	8 %



Hintergrund und Untersuchungsansatz



Hintergrund

Der Berichtsband stellt die Ergebnisse einer Onlinebevölkerungsbefragung zum Thema „**Das Image der deutschen Familienunternehmen**“ dar, die im Auftrag der PricewaterhouseCoopers GmbH durchgeführt wurde.



Untersuchungsansatz

- Erhebungsmethode: Onlinepanelbefragung
- Zielgruppe: Deutsche ab 18 Jahren, bevölkerungsrepräsentativ
- Stichprobengröße: N = 1.000
- Erhebungszeitraum: Januar 2019
- Die Ergebnisse sind auf ganze Zahlen gerundet.



Statistik



Geschlecht	Total
männlich	49 %
weiblich	51 %



Alter	Total
18-29 Jahre	17 %
30-39 Jahre	15 %
40-49 Jahre	16 %
50-59 Jahre	19 %
60 Jahre und älter	33 %



Haushaltsnettoeinkommen	Total
unter 1.000 Euro	9 %
1.000 bis unter 2.000 Euro	22 %
2.000 bis unter 3.000 Euro	27 %
3.000 bis unter 4.000 Euro	18 %
4.000 Euro und höher	13 %
keine Angabe	11 %



Bundesland	Total
Baden-Württemberg	13 %
Bayern	16 %
Berlin	4 %
Brandenburg	3 %
Bremen	1 %
Hamburg	2 %
Hessen	7 %
Mecklenburg-Vorpommern	2 %
Niedersachsen	10 %
Nordrhein-Westfalen	22 %
Rheinland-Pfalz	5 %
Saarland	1 %
Sachsen	5 %
Sachsen-Anhalt	3 %
Schleswig-Holstein	3 %
Thüringen	3 %

Basis: alle Befragten, N = 1.000 (Einfachnennung)





Statistik



Höchster Bildungsabschluss **Total**

Volks-/Hauptschulabschluss	14 %
Mittlere Reife oder gleichwertig	37 %
Fachhochschulreife/Abitur	23 %
abgeschlossenes Studium	26 %



Berufssituation **Total**

voll oder teilweise berufstätig	55 %
in Ausbildung (Schüler, Student, Lehrling)	8 %
in Umschulung	1 %
vorübergehend arbeitslos	2 %
Rentner/Pensionär	28 %
Hausfrau/Hausmann	6 %



Familienstand **Total**

ledig	25 %
verheiratet/mit Partner(in) zusammenlebend	60 %
geschieden/verwitwet/getrennt lebend	14 %
keine Angabe	1 %



Haushaltsgröße **Total**

Einpersonen-Haushalt	26 %
Mehrpersonen-Haushalt ohne Kind	53 %
Mehrpersonen-Haushalt mit Kind(ern)	21 %



Letztes Beschäftigungsverhältnis* **Total**

Familienunternehmen	37 %
Konzern	29 %
Start-up-Unternehmen	3 %
Nichtregierungsorganisation	8 %
Behörde oder öffentliche Einrichtung	22 %
Ich war nie erwerbstätig.	1 %

Basis: alle Befragten, N = 1.000 (Einfachnennung)

* Basis: Berufstätige, Arbeitslose und Rentner/Pensionäre, N = 856





Ihre Ansprechpartnerin

Corinna Freudig

PwC Communications

Moskauer Straße 19

40227 Düsseldorf

Telefon: +49 211 981-1123

Mobil: +49160 90861204

E-Mail: corinna.freudig@pwc.com

