



Das Image deutscher Familienunternehmen 2021



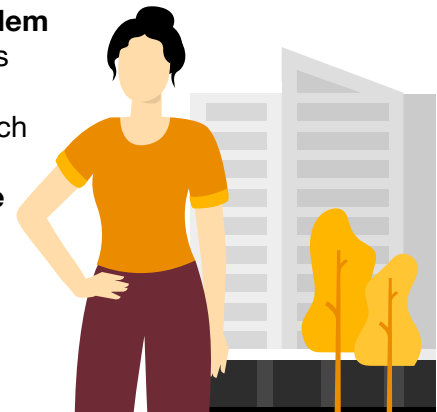
Hidden war gestern!

Eigentlich ist die Ausgangslage gut: Die Mehrheit der Deutschen weiß um die große Bedeutung von Familienunternehmen und Unternehmerfamilien für Wirtschaft und Gesellschaft. Sie kennt deren Rolle als Wirtschaftsmotor, als Innovationstreiber, als Krisenstabilisator, Arbeitgeber und Ausbildungsschmiede. Und sie schätzt ihr Engagement für Nachhaltigkeit und gesellschaftliche Teilhabe. So weit, so gut.

Dennoch zeigt die vorliegende Umfrage unter 1.000 erwachsenen Deutschen, dass das **Image von Familienunternehmen in der Bevölkerung schon besser war.** Und was besonders schwer wiegt: Bei der Bewertung zeigt sich eine deutliche Diskrepanz zwischen Alt und Jung. Die junge Generation hat ein deutlich schlechteres Image von Familienunternehmen als die ältere.

Ihre wirtschaftliche Stärke, Krisenresistenz und Innovationskraft werden dabei ebenso verkannt wie ihre Flexibilität und Internationalität. Auch werden sie nicht mit den Schlagwörtern der neuen Arbeitswelt wie Agilität und Digitalisierung in Verbindung gebracht. **Die jungen Deutschen verbinden mit Familienunternehmen vielmehr Tradition und Standortverwurzelung. Dennoch halten sie sie – das ist die gute Nachricht – für faire, familienfreundliche Arbeitgeber.**

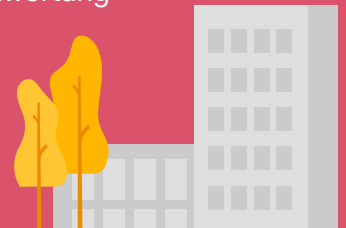
Diese Sicht ist in weiten Teilen allerdings schlicht falsch und **ein großes Problem für die Familienunternehmen.** Denn die Generation Z ist nicht nur wichtig als Konsument:innengruppe. Sie ist auch im Hinblick auf den anhaltenden Fachkräftemangel von zentraler Bedeutung für die Zukunftsfähigkeit. Schließlich ist es auch ihre Aufgabe, die digitale und nachhaltige Transformation von Wirtschaft und Gesellschaft weiter voranzutreiben. **Digital Natives und junge Talente sind für Familienunternehmen daher überlebenswichtig.**



Woran liegt es, dass die Deutschen – vor allem die junge Bevölkerung – die Stärke von Familienunternehmen verkennen? Drei Gründe sind dafür ausschlaggebend:

1. Familienunternehmen sind zu verschwiegen. Die Haltung des Hidden Champions, der mit hochwertigsten und innovativsten Produkten den Weltmarkt erobert, aber im Verborgenen in der Provinz agiert, passt nicht mehr in die neue Normalität. Wer Gutes tut, muss heute darüber sprechen. Familienunternehmen müssen in die Öffentlichkeit gehen, für sich werben und ihre Flexibilität, ihre Innovationskraft und Kundenorientierung noch stärker zur Schau stellen.
Hidden war gestern!
2. Daran knüpft ein weiterer Punkt an: **Familienunternehmen betreiben zu wenig "Lobbyarbeit" in eigener Sache.** Dass 90 % aller Unternehmen Familienunternehmen sind und knapp 60 % der sozialversicherungspflichtigen Beschäftigungsverhältnisse in Deutschland stellen, dass sie es sind, die durch ihre überdurchschnittliche Eigenkapitalquote die deutsche Wirtschaft auch in Krisenzeiten am Laufen halten und mit ihrem Steueraufkommen den deutschen Sozialstaat in großen Teilen finanzieren, muss sich noch stärker in den Köpfen der Bevölkerung und der Politiker verankern. Nur dann schaffen sie es, langfristig die besten Mitarbeiter:innen für sich zu gewinnen und zu binden. Und nur dann schaffen sie es auch, dass sie verstärkt politisches Gehör finden.
3. Familienunternehmen haben den Ruf, bei Strukturen, Anreizsystemen, Gehalt und Karriere intern noch nicht modern genug aufgestellt zu sein. Familienunternehmen sollten zeigen, dass sie mit Konzernen mithalten können: **durch gute Gehälter, Karriere- und Weiterbildungsmöglichkeiten.** Und dass es dank ihrer Mitarbeitendenorientierung, ihrer Familienfreundlichkeit, ihren fairen Arbeitsbedingungen und des wertschätzenden Umgangs einen klaren Unterschied macht, bei einem Familienunternehmen zu arbeiten.

Familienunternehmen sollten ihr Eigenmarketing also deutlich verbessern – allemal, weil sie unterm Strich schon heute als Arbeitgebende besonders beliebt sind und – das ist ganz wichtig – bei Kriterien rund um Nachhaltigkeit und gesellschaftliche Verantwortung gut abschneiden. Denn diese Faktoren werden für jüngere Arbeitnehmer:innen immer wichtiger. Wenn sie jetzt noch zeigen, dass die Arbeit im Familienunternehmen nicht nur sinnstiftend, sondern auch modern und abwechslungsreich ist und Familienunternehmen die interessantesten Ausbildungs- und Arbeitsplätze schaffen, steht der Zukunft nichts im Wege.



Was denken Deutsche über Familienunternehmen?

Ausgezeichneter Ruf, doch er war schon besser

Familienunternehmen genießen in Deutschland einen sehr guten Ruf. Aber sie haben **seit 2019 leichte Imageverluste** zu verzeichnen.

Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu Familienunternehmen zu?

- 2019
- 2021
- Veränderung in Prozentpunkten

93 % **87 %** -5 %

Familienunternehmen zahlen ihre Steuern hier in Deutschland und tragen damit zu einem funktionierenden Gemeinwesen bei.

82 % **80 %** -2 %

Familienunternehmen sind das Rückgrat der deutschen Wirtschaft.

83 % **79 %** -4 %

In Familienunternehmen spielen Werte und Verantwortung eine größere Rolle als Profitstreben.

85 % **78 %** -7 %

Familienunternehmen sind mehr an einem nachhaltigen Unternehmenserfolg orientiert als andere Unternehmen.

74 % **71 %** -3 %

Familienunternehmen sind der Innovationsmotor der deutschen Wirtschaft.

72 % **70 %** -2 %

Familienunternehmen stellen die meisten Ausbildungsplätze und tragen so maßgeblich dazu bei, dass in Deutschland Fachkräfte zur Verfügung stehen.



Was denken Deutsche über Familienunternehmen

Gerade junge Deutsche wissen (zu) wenig über die Bedeutung von Familienunternehmen in Deutschland.

- 18–29 Jahre alt
- 60 Jahre alt oder älter

In Familienunternehmen spielen Werte und Verantwortung eine größere Rolle als Profitstreben.



Familienunternehmen zahlen ihre Steuern hier in Deutschland und tragen damit zu einem funktionierenden Gemeinwesen bei.



Familienunternehmen sind mehr an einem nachhaltigen Unternehmenserfolg orientiert als andere Unternehmen.



Familienunternehmen sind das Rückgrat der deutschen Wirtschaft.



Familienunternehmen übernehmen eine größere Verantwortung für soziale und gesellschaftliche Belange als andere Unternehmen.



Familienunternehmen engagieren sich für die Umwelt.



Familienunternehmen stellen die meisten Ausbildungsplätze und tragen so maßgeblich dazu bei, dass in Deutschland Fachkräfte zur Verfügung stehen.



Familienunternehmen kommen durch ihre Bodenständigkeit besser durch Krisenzeiten.



Familienunternehmen sind der Innovationsmotor der deutschen Wirtschaft.



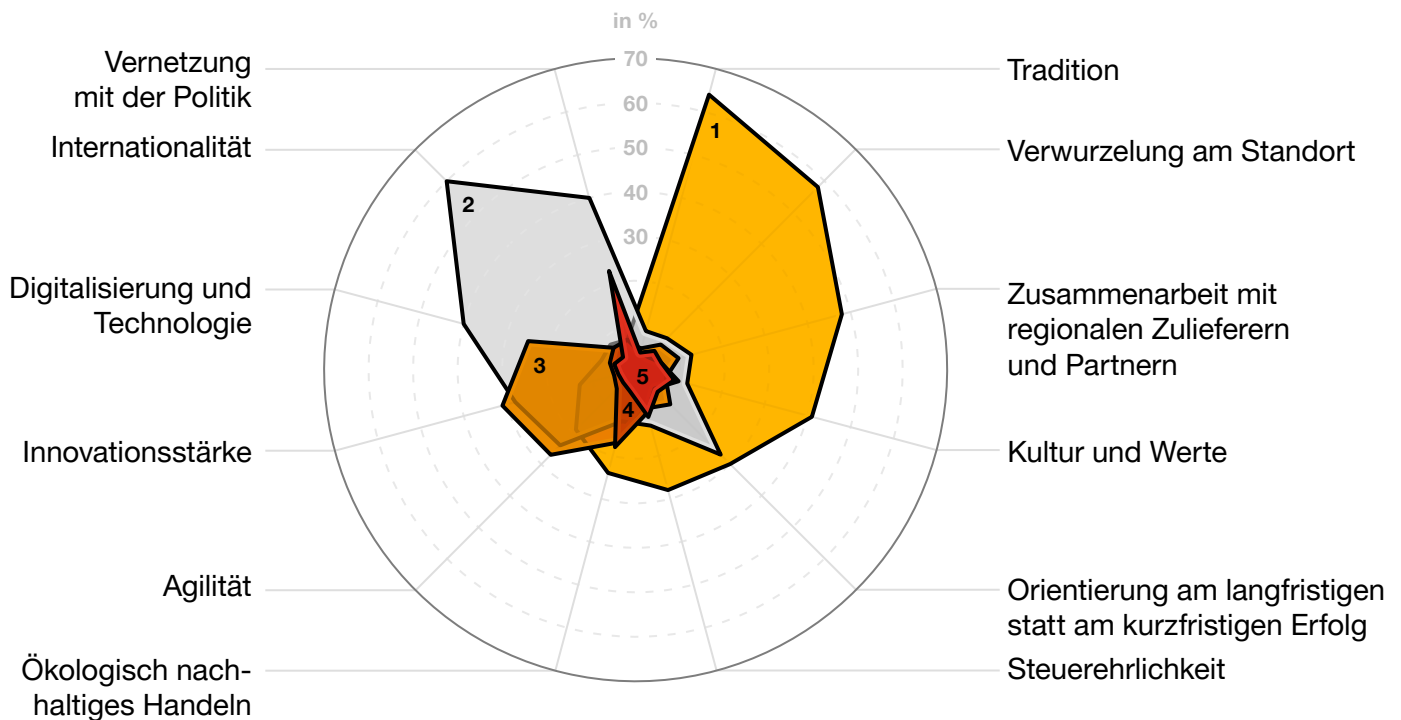
Image der Unternehmen im Vergleich

Traditionell, weniger innovativ

Die Deutschen verbinden Familienunternehmen eher mit **Tradition und Standortverwurzelung** als mit den Schlagwörtern der neuen Arbeitswelt wie Agilität, Innovation und Digitalisierung. Dabei liegen Familienunternehmen z. B. bei Forschungs- und Entwicklungsausgaben über dem Bundesdurchschnitt.

Welcher Unternehmenstyp ist bei den folgenden Kategorien am besten aufgestellt?

- 1 Familienunternehmen
- 2 Konzerne
- 3 Startups
- 4 NGOs
- 5 Öffentliche Hand



International nicht wettbewerbsfähig?

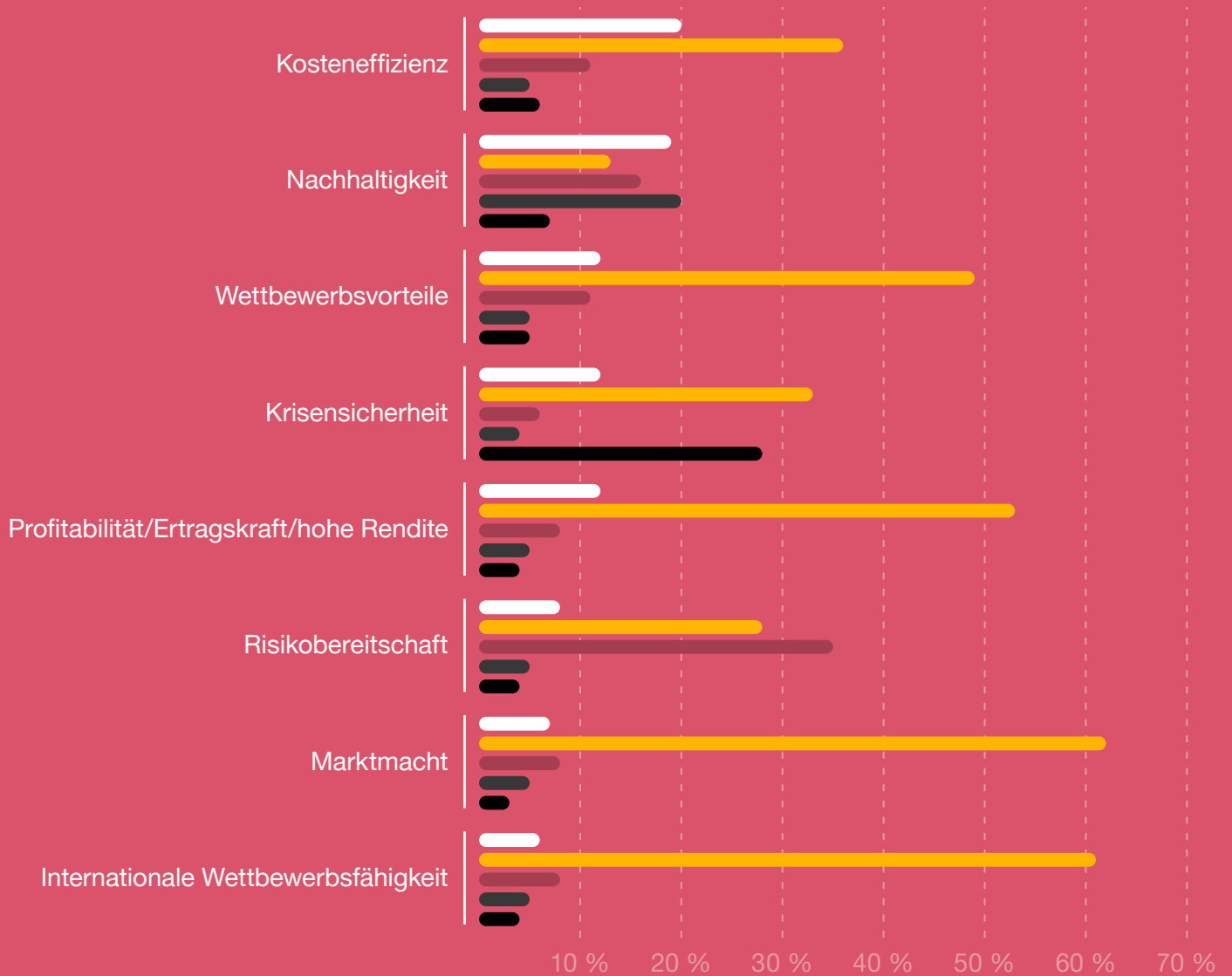
Und auch **wirtschaftliche Stärke, Krisensicherheit** und internationale Wettbewerbsfähigkeit werden eher mit Konzernen als mit Familienunternehmen in Verbindung gebracht: **Nur 6 % der Befragten halten Familienunternehmen für international wettbewerbsfähig, 12 % halten sie für krisensicher und weitere 12 % attestieren ihnen Wettbewerbsvorteile. Hier wird eine weitere Lücke zwischen Wahrnehmung und Wirklichkeit deutlich:** Familienunternehmen haben eine Eigenkapitalquote von 42 %, 10 Prozentpunkte mehr als andere Unternehmensformen. Damit verfügen sie über ein dickeres Polster, um eventuelle Krisen, wie die Corona-Pandemie, abzufedern.

Und viele unter den deutschen Familienunternehmen sind Weltmarktführer mit starkem internationalen Wachstum und wirtschaftlicher Stärke. Ihre wirtschaftliche Stärke wird aber nur von 14 % der Deutschen wahrgenommen. **Dabei erwirtschaften Familienunternehmen in Deutschland 52 % des wirtschaftlichen Gesamtumsatzes.** Familienunternehmen müssen ihre Stärken noch besser kommunizieren. **Hidden war gestern!**

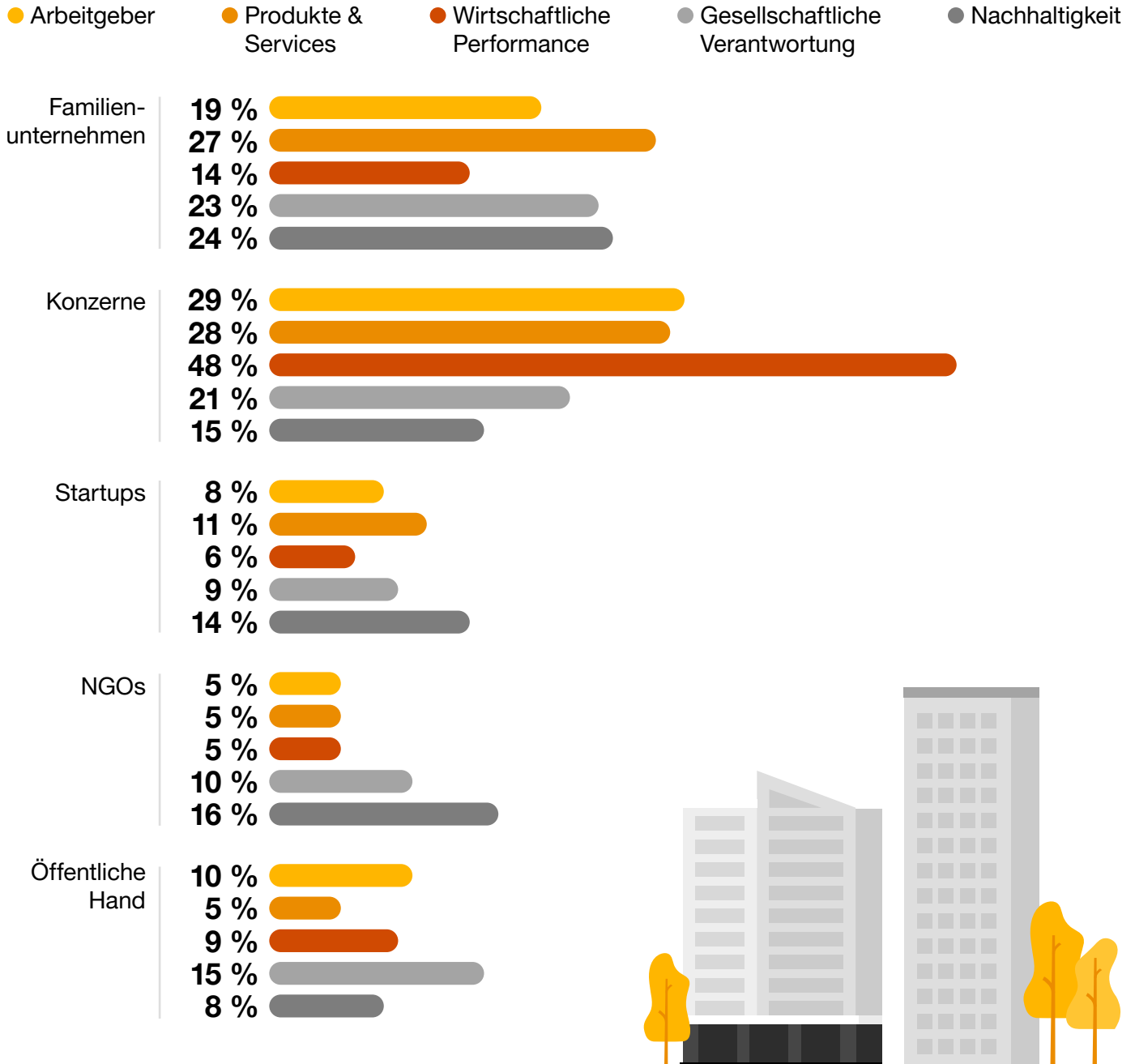


Wirtschaftliche Performance: Einschätzung der Befragten

● Familienunternehmen ● Konzerne ● Startups ● NGOs ● Öffentliche Hand



Welcher Unternehmenstyp ist bei dem jeweiligen Aspekt am besten aufgestellt?



Mehr Möglichkeiten bei Konzernen?

Wenn es um **Gehalt oder Weiterbildung** geht, werden Konzerne von den Befragten signifikant besser bewertet, sogar die öffentliche Hand schneidet besser ab als Familienunternehmen.

Bei **Karrieremöglichkeiten und modernen Arbeitsbedingungen** liegen Familienunternehmen an dritter Stelle, noch hinter Startups.

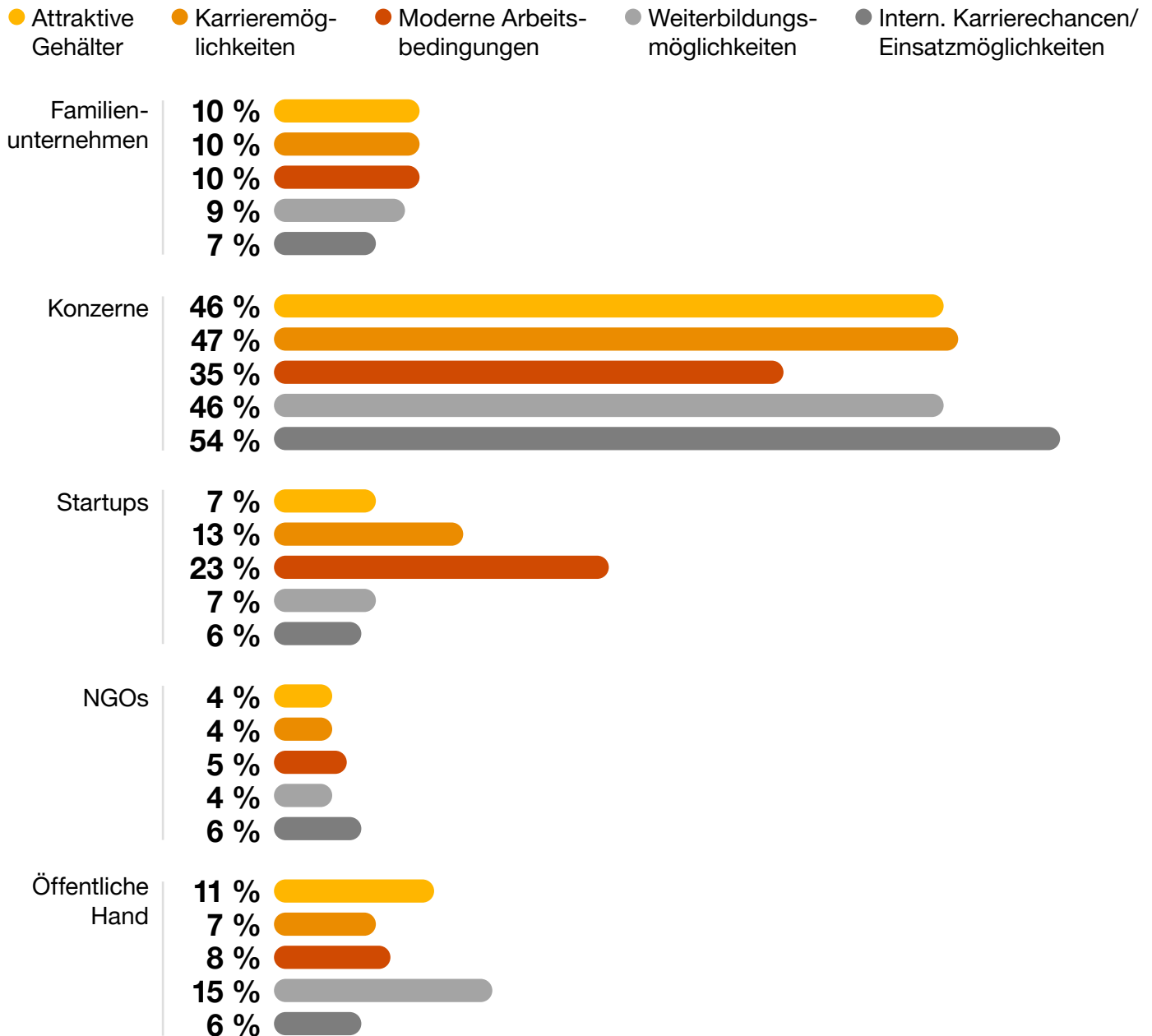
Hier haben Familienunternehmen eine offene Baustelle:

Sie müssen beweisen, dass sie bei Gehaltsstrukturen, Entwicklungsperspektiven und internationaler Ausrichtung durchaus mit Konzernen mithalten können. Zudem sollten sie hervorheben, dass sie dank ihres Purpose auch ein attraktiveres Arbeitsumfeld für die Generation Z bieten können.

Ansonsten geraten sie beim war for talents ins Hintertreffen.



Welcher Unternehmenstyp ist bei dem jeweiligen Aspekt am besten aufgestellt? (Top 5)



Fair und regional engagiert

Die Deutschen verbinden Familienunternehmen insbesondere mit **Fairness und regionalem Engagement**. Bei der Schaffung von Arbeits- und Ausbildungsplätzen sehen sie dagegen Konzerne vorne. Auch das entspricht nicht den Tatsachen: Die meisten Auszubildenden werden in kleinen und Kleinstbetrieben ausgebildet, die zu 93 % bzw. 85 % Familienunternehmen sind.

Welcher Unternehmenstyp engagiert sich in den folgenden Bereichen am stärksten?

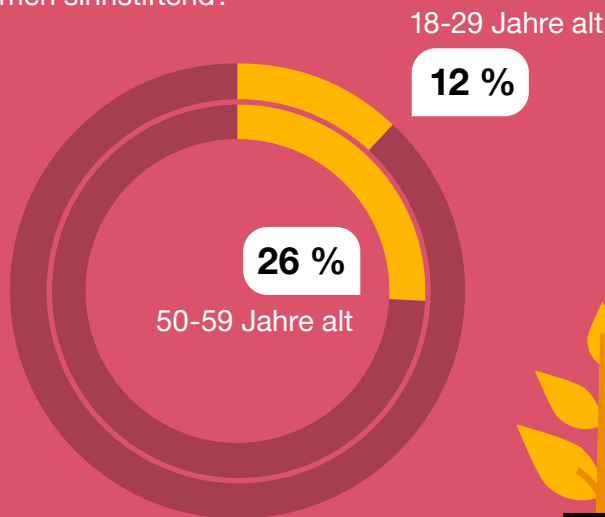
	Familien- unternehmen	Konzerne	Startups	NGOs	Öffentliche Hand
Regionale Projekte wie (Sport-)Vereine unterstützen	39 %	18 %	8 %	8 %	10 %
Fairness gegenüber Lieferanten und Geschäftspartnern	35 %	14 %	14 %	9 %	7 %
Sicherstellen fairer Arbeitsbedingungen, auch bei Zulieferern	26 %	22 %	11 %	10 %	10 %
Ausbildungsplätze schaffen	25 %	33 %	9 %	5 %	12 %
Arbeitsplätze für gesellschaftlich benachteiligte Gruppen schaffen	19 %	18 %	9 %	12 %	24 %
Arbeitsplätze schaffen	19 %	34 %	15 %	5 %	9 %
Soziale Projekte oder Hilfsprojekte unterstützen	18 %	17 %	9 %	24 %	13 %
Übernahme von sozialer und wirtschaftlicher Verantwortung insgesamt	23 %	21 %	9 %	10 %	15 %

Wertschätzend und fair

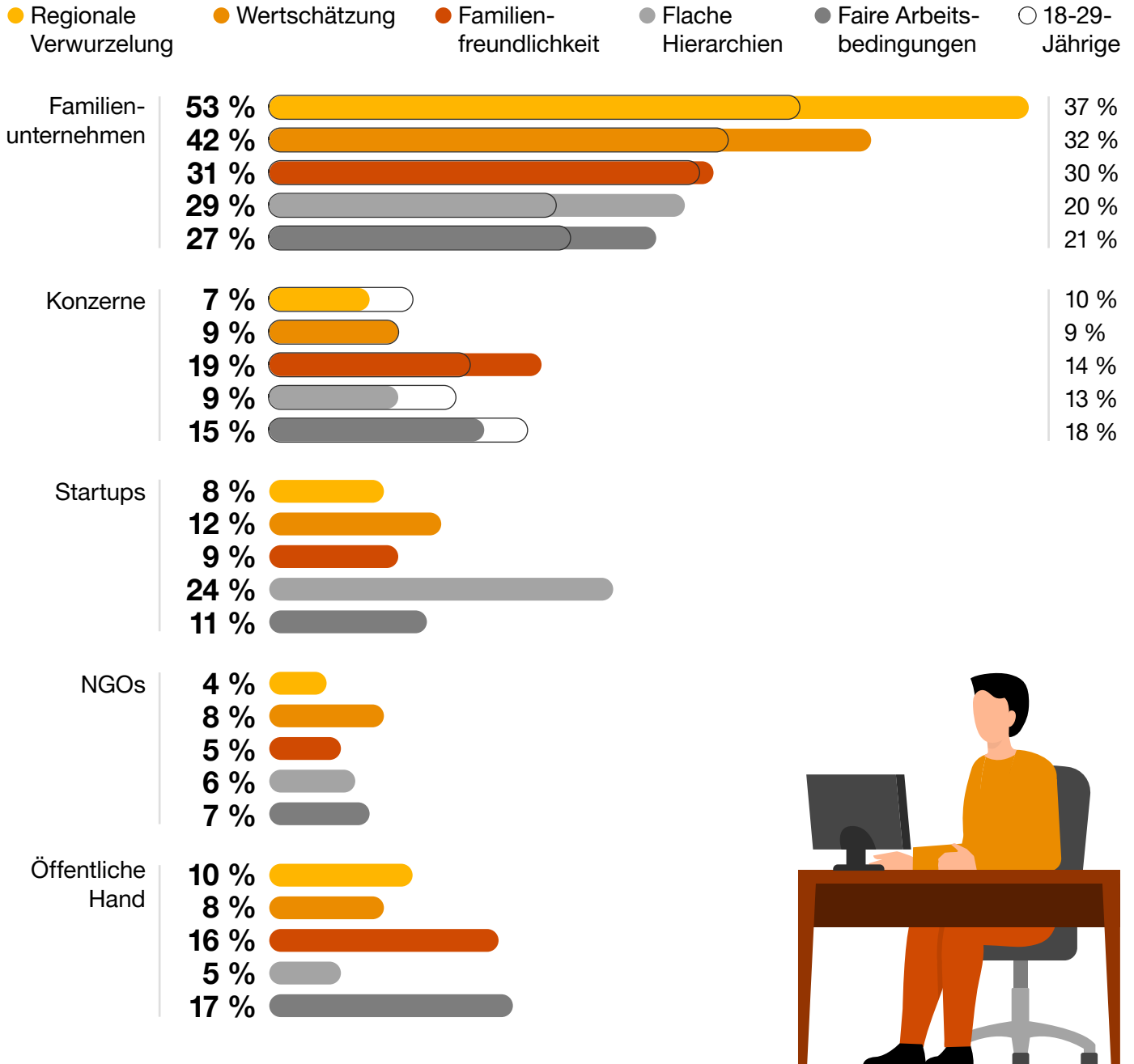
Gut schneiden Familienunternehmen bei Aspekten wie Wertschätzung, regionale Verwurzelung und Familienfreundlichkeit ab.

Auffällig: **Die 18- bis 29-Jährigen bewerten Familienunternehmen weniger positiv** als ältere Befragte, während sie Konzerne, außer bei der Kategorie Familienfreundlichkeit, gleich gut oder besser bewerten. Das gilt auch bei der Frage, bei welchem Unternehmenstyp die Arbeit als besonders sinnstiftend wahrgenommen wird, was neudeutsch Purpose genannt wird. Sinnstiftende Arbeit verbinden die 18- bis 29-Jährigen am ehesten mit NGOs und Konzernen, selbst Startups schneiden besser ab als Familienunternehmen. Das wiegt besonders schwer, weil gerade die jüngere Mitarbeitengeneration die Attraktivität eines Arbeitgebers nicht so sehr über Aufgaben und Geld definiert, sondern auch darüber, ob ein Unternehmen über einen Purpose verfügt.

Ist die Arbeit bei Familienunternehmen sinnstiftend?



Welcher Unternehmenstyp ist bei dem jeweiligen Aspekt am besten aufgestellt? (Top 5)



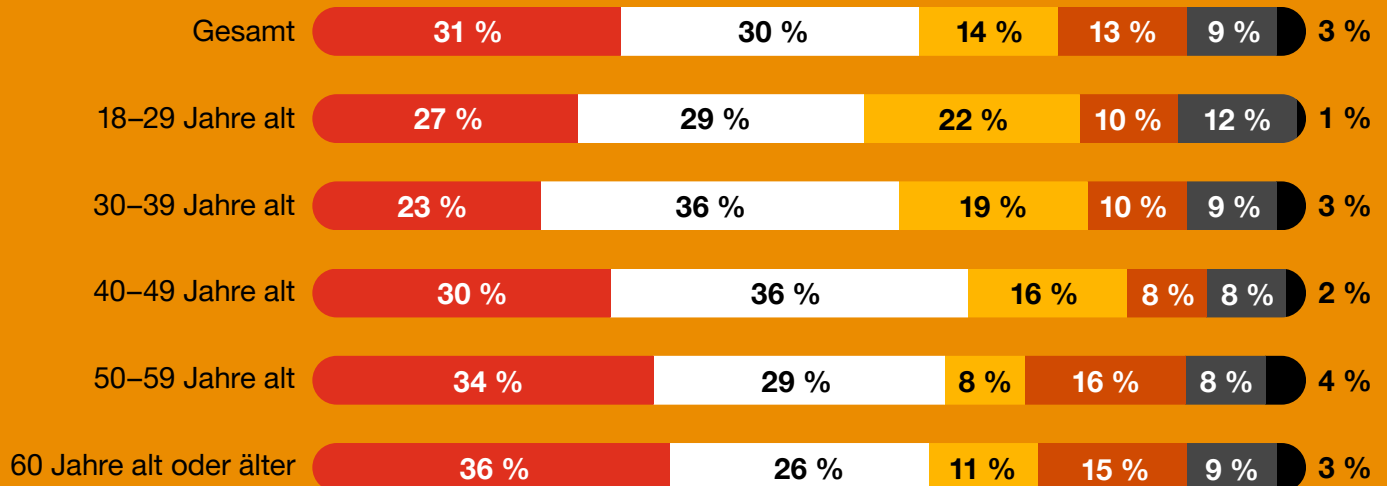
Wunsch-Arbeitgeber

Öffentliche Hand und Familienunternehmen geschätzt

Familienunternehmen werden trotz ihres schlechteren Images in wirtschaftlichen Kriterien als beliebtester Arbeitgeber angesehen. Noch besser schneidet nur die öffentliche Hand ab. Dass Familienunternehmen bei Aspekten wie **Agilität, Innovation und Digitalisierung** weit hinter Konzernen liegen, kam ihnen in der COVID-19-Pandemie, die mit viel Unsicherheit, mit Angst und Sorgen verbunden war, sogar entgegen. Bemerkenswert: Auch bei den Jungen liegen sie vorne. Das passt zu der aktuellen Debatte rund um sinnstiftendes Arbeiten und eine ausgewogene Work-Life-Balance.

Welcher Unternehmenstyp wäre Ihr Wunsch-Arbeitgeber?

● Öffentliche Hand ● Familienunternehmen ● Startups ● Konzerne ● NGOs ● Sonstige



Wunsch-Arbeitgeber

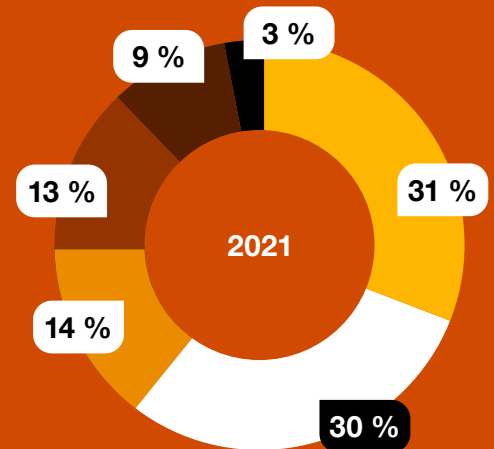
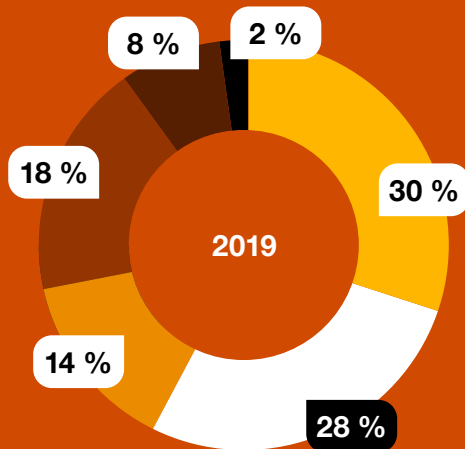
Lieber Startup als Konzern

Im Vergleich zu unserer Imageumfrage von 2019 haben die öffentliche Hand und Familienunternehmen in der Gunst der Befragten sogar leicht zugelegt und bleiben weiterhin Spitzenreiter. **Konzerne haben dagegen eingebüßt und rangieren mittlerweile sogar erst auf Platz vier, nach Startups.**

Wirecard, Lufthansa und Co. – ein möglicher Grund für die Bewertung könnten die vielen negativen Schlagzeilen während der Pandemie sein, die das Image von Konzernen als Arbeitgeber negativ beeinflusst haben könnten.

Wunsch-Arbeitgeber 2019 vs. 2021

● Öffentliche Hand ● Familienunternehmen ● Startups ● Konzerne ● NGOs ● Sonstige



Lieber traditionell als innovativ

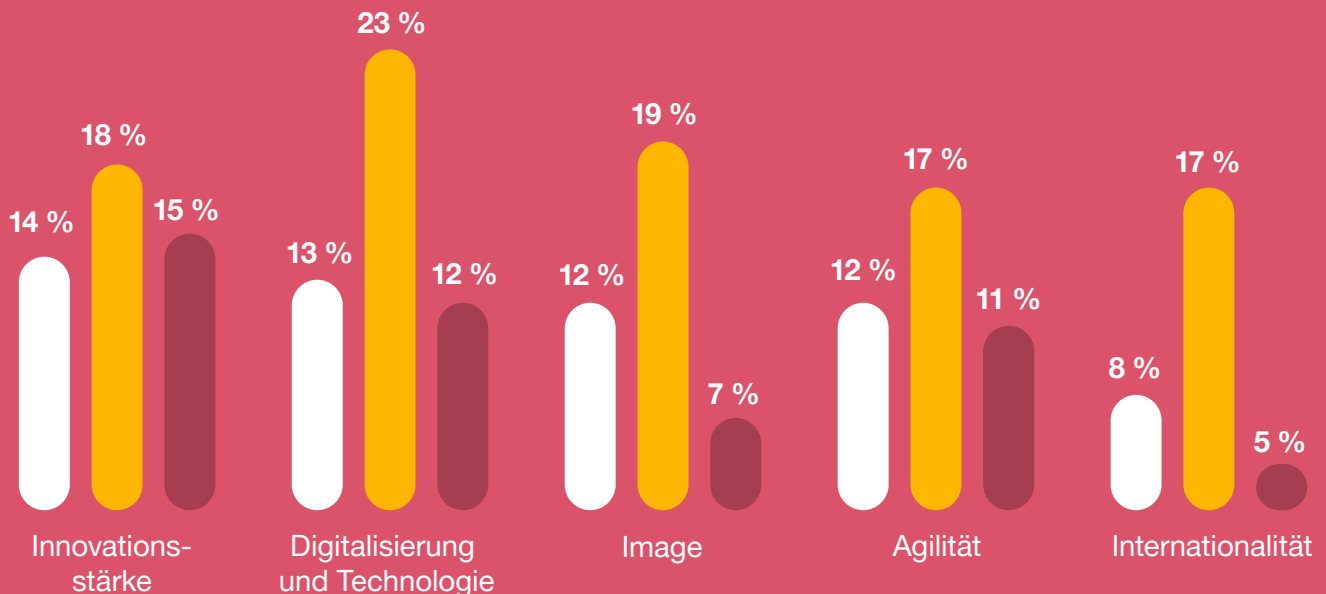
Neue Arbeitswelt: Eher abschreckend?

Die Schlagwörter der neuen Arbeitswelt wie Agilität, Digitalisierung und Innovation, die besonders stark mit Konzernen in Verbindung gebracht werden, haben für die meisten Befragten nur eine geringe Priorität.

Allerdings sind diese Kriterien – allen voran die Digitalisierung – bei jüngeren Befragten signifikant wichtiger. Hier müssen Familienunternehmen stärker investieren und offener kommunizieren, um bei jungen Deutschen anzukommen.

Welche Aspekte sind bei einem Unternehmen am wichtigsten? (Top 5)

● Gesamt ● 18–29 Jahre alt ● 60 Jahre alt oder älter



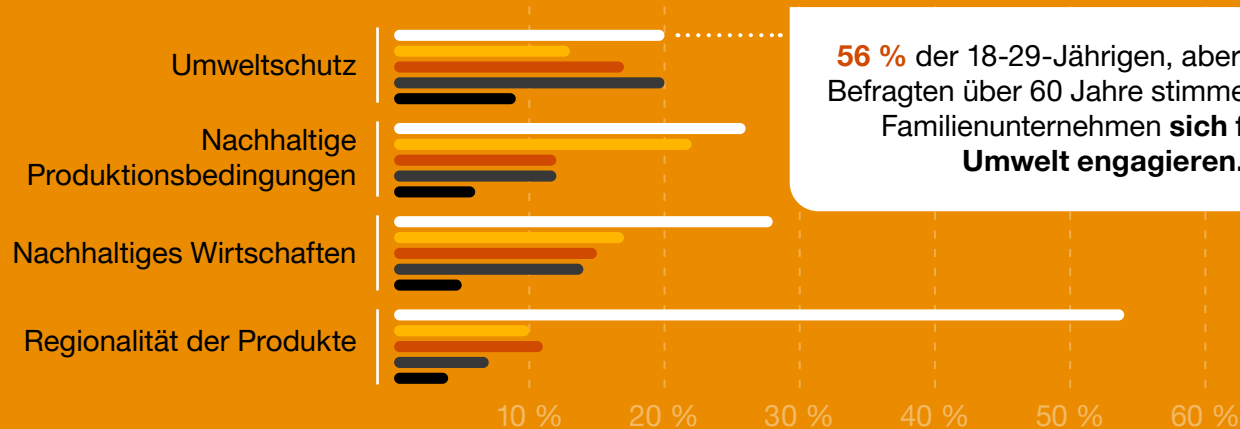
Familienunternehmen stellen sich der Verantwortung

Für knapp ein Viertel der Deutschen haben Familienunternehmen beim Thema Nachhaltigkeit die Nase vorn. Bei fast allen Nachhaltigkeitsaspekten liegen familiengeführte Unternehmen sogar vor NGOs.

Darin liegt eine große Chance für Familienunternehmen: **Klimawandel, Naturkatastrophen und soziale Ungerechtigkeit** beherrschen die Nachrichten. Das Thema Nachhaltigkeit wird daher immer wichtiger für Konsument:innen und (künftige) Arbeitnehmer:innen gleichermaßen. Familienunternehmen haben hier eine gute Außenwirkung, die sie weiter ausbauen sollten. Nachholbedarf haben Familienunternehmen aber auch hier bei jungen Deutschen. Ihre Wahrnehmung von Familienunternehmen ist auch bei Umwelt- und Nachhaltigkeitsthemen weniger positiv.

Welcher Unternehmenstyp engagiert sich in den folgenden Bereichen am stärksten?

● Familienunternehmen ● Konzerne ● Startups ● NGOs ● Öffentliche Hand



56 % der 18-29-Jährigen, aber **86 %** der Befragten über 60 Jahre stimmen zu, dass Familienunternehmen **sich für die Umwelt engagieren.**

Uwe Rittmann (DE)

Mitglied der Geschäftsführung, Leiter Familienunternehmen und Mittelstand

Tel: +49 211 981 1998

Mail: uwe.rittmann@pwc.com

Dr. Christina Müller

Business Development & Thought Leadership Familienunternehmen und Mittelstand

Tel: +49 69 9585 1714

Mail: christina.mueller@pwc.com