

Das Image von Familienunternehmen bei der Bevölkerung

Two large, solid orange parallelogram shapes are positioned below the title. They are slanted to the right and overlap each other, with the top one shifted further to the right than the bottom one.

Image von Familien- unternehmen 2025



Zusammenfassung



Ergebnisse

Unternehmenstypen als Arbeitgeber



Wahrnehmung der Unternehmenstypen



Wahrnehmung von Familienunternehmen



Politische Herausforderungen



Anpassungen der Erbschaftsteuer



Über die Studie



Ansprechpartnerin



Zusammenfassung (1/2)

Familienunternehmen schneiden aus Sicht der deutschen Bevölkerung **als Arbeitgeber** insgesamt am besten ab.



Wenn es um **Produkt- und Serviceleistungen** geht, schneiden Familienunternehmen ebenfalls am besten ab. Sie werden insbesondere für die **Regionalität und Qualität** ihrer Produkte sowie ihren persönlichen Service geschätzt. Start-ups profilieren sich durch ihre Kreativität und Innovationskraft, während Konzerne mit einer großen **Produktvielfalt** überzeugen.



Für rund ein Drittel der Deutschen wäre ein Familienunternehmen der Wunsch-Arbeitgeber, während sich nur 15 % für einen Konzern entscheiden würden.



Die **regionale Verwurzelung** bleibt ein zentrales Differenzierungsmerkmal von Familienunternehmen. Konzerne dominieren in Bezug auf Bekanntheit sowie internationale Karrierechancen und Einsatzmöglichkeiten. Öffentlichen Einrichtungen punkten insbesondere durch die Sicherheit von Arbeitsplätzen.



Besonders für Berufstätige gelten Familienunternehmen als attraktiv, während sich Auszubildende zusätzlich auch von Start-ups angezogen fühlen.



Eine besondere Stärke der Familienunternehmen liegt im Bereich **Nachhaltigkeit und Umwelterorientierung**. Ihr Engagement wird vor allem durch die **Regionalität der Produkte** und deren Erzeugung wahrgenommen. Aber auch in Bezug auf Ressourcenschonung, Langlebigkeit der Produkte und Produktionsbedingungen können sich Familienunternehmen gegenüber anderen Unternehmenstypen behaupten.



Zusammenfassung (2/2)

Im Bereich der **wirtschaftlichen Stärke und Stabilität** werden Familienunternehmen relativ schwach wahrgenommen. Hier liegen Konzerne weiterhin deutlich vorn, vor allem wegen ihrer **Marktmacht** und **internationalen Wettbewerbsfähigkeit**. Die öffentliche Hand zeichnet sich vor allem durch ihre Krisensicherheit aus. Start-ups wird hingegen ein hohes Maß an Risikobereitschaft zugeschrieben.



Aus Sicht der Deutschen stehen Familienunternehmen **politisch und wirtschaftlich** vor wachsenden **Herausforderungen**. Die größten Hürden bestehen in den hohen bürokratischen Anforderungen, wie etwa EU-Regelungen oder Dokumentationspflichten.



Familienunternehmen werden weiterhin als wirtschaftlich und gesellschaftlich bedeutend eingeschätzt. Ihr **Beitrag zum Gemeinwesen** durch die Zahlung von Steuern in Deutschland wird ebenso anerkannt wie ihre Rolle als **Rückgrat der Wirtschaft**. Allerdings sind sie aufgrund ihrer Eigentümerstruktur auch gefährdeter als andere Unternehmen.



In puncto **gesellschaftlicher Verantwortung** sind Familienunternehmen und Konzerne nahezu gleichauf. Familienunternehmen profilieren sich besonders durch ihre **Unterstützung regionaler Projekte** und Fairness gegenüber Geschäftspartnern, während bei Konzernen die Schaffung von **Arbeits- und Ausbildungsplätzen** im Vordergrund steht.



Bei der **Ausgestaltung der Erbschaftsteuer** spricht sich rund ein Drittel der Bundesbürger:innen für eine **steuerliche Entlastung** von Familienunternehmen aus, um Investitionen und Standortbindung zu fördern. Dabei sollte vor allem betrieblich gebundenes Vermögen stärker geschont werden als privates Kapitalvermögen.



Hinsichtlich ihres **Einflusses auf die Vermögensverteilung** in Deutschland hat sich das Bild von Familienunternehmen in den letzten Jahren jedoch stark gewandelt. Aktuell stimmt nur noch ein Drittel der Bundesbürger:innen der Aussage zu, dass Familienunternehmen durch die Schaffung von Arbeitsplätzen und ihr soziales Engagement einer ungleichen Vermögensverteilung vorbeugen.



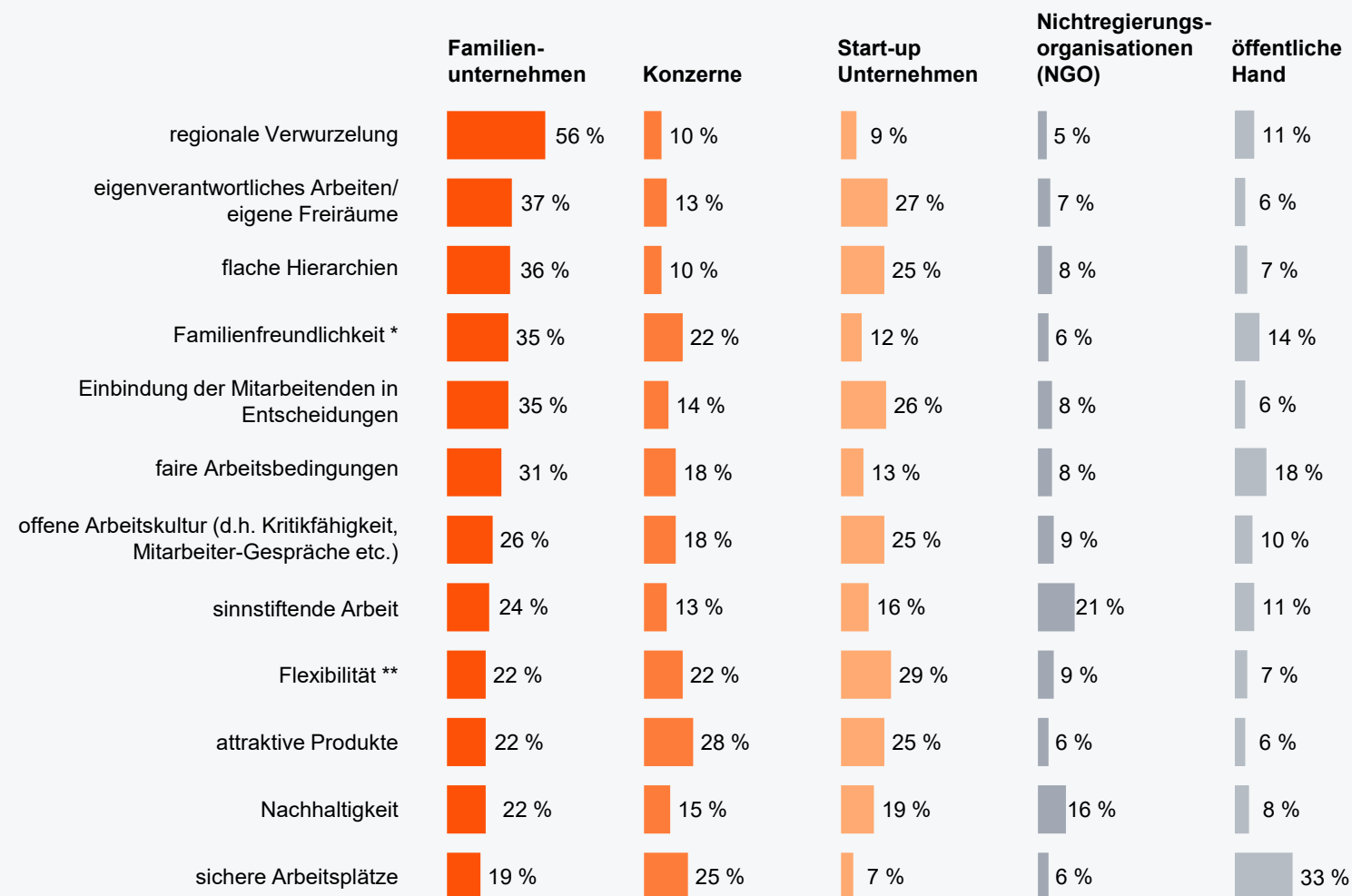
Welcher Unternehmenstyp ist am besten aufgestellt?

Arbeitgeber-Aspekte (1/2)

Aus Sicht der deutschen Bevölkerung steht bei Familienunternehmen die regionale Verwurzelung im Vordergrund, während Behörden oder öffentliche Einrichtungen mit sicheren Arbeitsplätzen punkten.

Frage 1: Zunächst geht es um Ihre Wahrnehmung der verschiedenen Unternehmenstypen als Arbeitgeber: Welcher Unternehmenstyp ist bei dem jeweiligen Aspekt aus Ihrer Sicht am besten aufgestellt?

Basis: alle Befragten, N = 2.000
(Einfachnennung, nicht dargestellt: 'weiß nicht')



* (z. B. Kita-Plätze, flexible Arbeitszeiten, Angebote zur Work-Life-Balance) ** (d.h. Fähigkeit zur Veränderung etablierter Strukturen, Verfahren etc.)

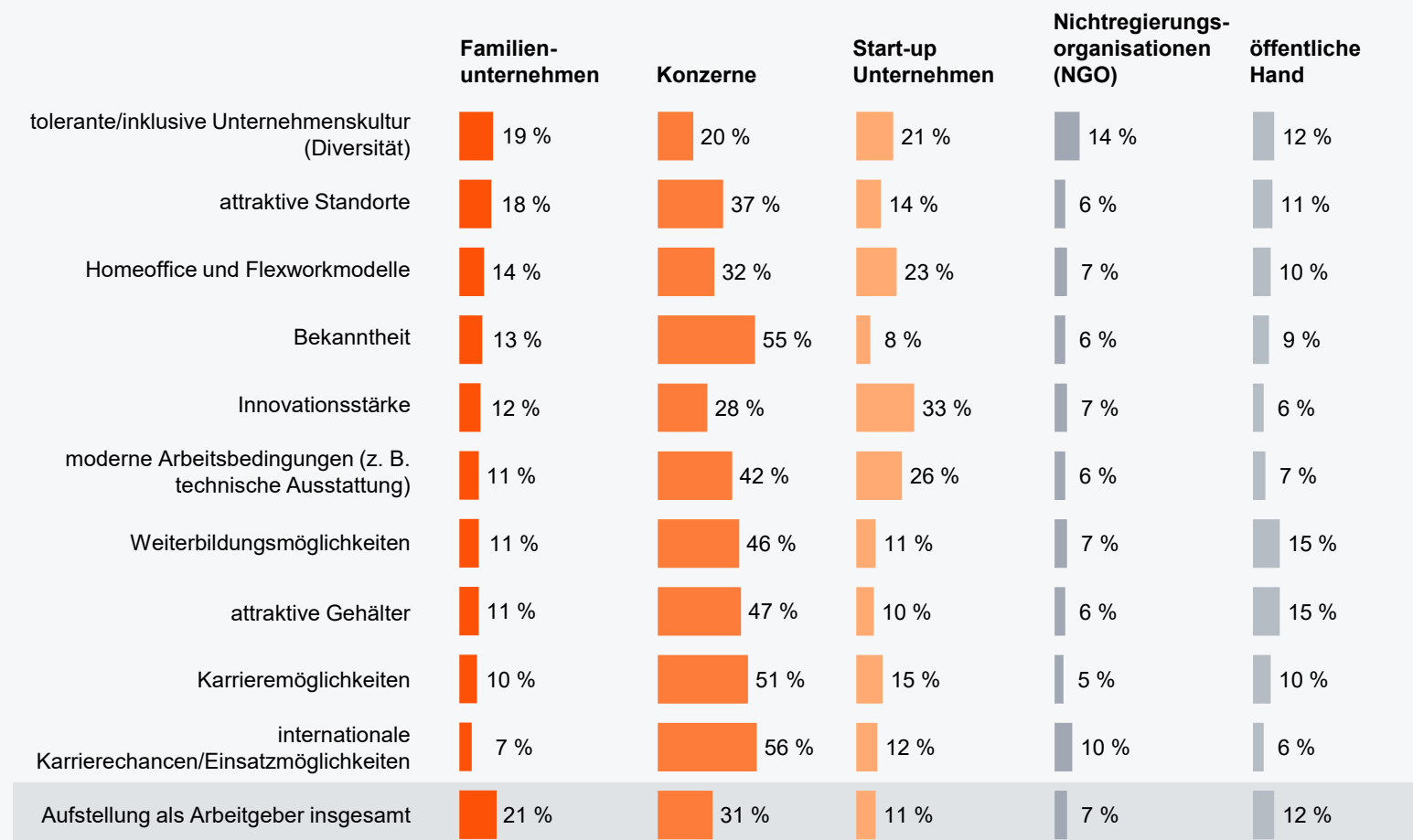
Welcher Unternehmenstyp ist am besten aufgestellt?

Arbeitgeber-Aspekte (2/2)

In puncto Bekanntheit des Unternehmens, internationale Karrierechancen und Einsatzmöglichkeiten nehmen Konzerne die Führungsposition ein. Aber auch insgesamt sind Konzerne aus Sicht der Deutschen als Arbeitgeber am besten aufgestellt, gefolgt von Familienunternehmen.

Frage 1: Zunächst geht es um Ihre Wahrnehmung der verschiedenen Unternehmenstypen als Arbeitgeber: Welcher Unternehmenstyp ist bei dem jeweiligen Aspekt aus Ihrer Sicht am besten aufgestellt?

Basis: alle Befragten, N = 2.000
(Einfachnennung, nicht dargestellt: 'weiß nicht')



Welcher Unternehmenstyp ist am besten aufgestellt?

Arbeitgeber-Aspekte 2021 – 2025 (1/2)

Die Wahrnehmung der regionalen Verwurzelung von Familienunternehmen hat in den letzten zwei Jahren etwas nachgelassen.

Frage 1: Zunächst geht es um Ihre Wahrnehmung der verschiedenen Unternehmenstypen als Arbeitgeber: Welcher Unternehmenstyp ist bei dem jeweiligen Aspekt aus Ihrer Sicht am besten aufgestellt?

Basis: alle Befragten, N = 2.000 (Einfachnennung, nicht dargestellt: 'weiß nicht'), 2021: N = 1.001 / 2023: N = 1.055

	Familien- unternehmen			Konzerne			Start-up Unternehmen			NGO			öffentliche Hand		
	2021	2023	2025	2021	2023	2025	2021	2023	2025	2021	2023	2025	2021	2023	2025
Basis	1.001	1.055	2.000	1.001	1.055	2.000	1.001	1.055	2.000	1.001	1.055	2.000	1.001	1.055	2.000
regionale Verwurzelung	53 %	63 %	↓ 56 %	7 %	8 %	10 %	8 %	6 %	9 %	4 %	4 %	5 %	10 %	9 %	11 %
eigenverantwortliches Arbeiten/ eigene Freiräume	-	35 %	37 %	-	13 %	13 %	-	28 %	27 %	-	6 %	7 %	-	5 %	6 %
flache Hierarchien	29 %	35 %	36 %	9 %	8 %	10 %	24 %	26 %	25 %	6 %	9 %	8 %	5 %	5 %	7 %
Familienfreundlichkeit *	31 %	32 %	35 %	19 %	25 %	22 %	9 %	9 %	12 %	5 %	4 %	6 %	16 %	17 %	14 %
Einbindung der Mitarbeitenden in Entscheidungen	-	-	35 %	-	-	14 %	-	-	26 %	-	-	8 %	-	-	6 %
faire Arbeitsbedingungen	27 %	30 %	31 %	15 %	15 %	18 %	11 %	10 %	13 %	7 %	8 %	8 %	17 %	20 %	18 %
offene Arbeitskultur **	21 %	23 %	26 %	16 %	19 %	18 %	25 %	26 %	25 %	7 %	8 %	9 %	9 %	9 %	10 %
sinnstiftende Arbeit	21 %	24 %	24 %	12 %	11 %	13 %	14 %	14 %	16 %	18 %	23 %	21 %	8 %	9 %	11 %
Flexibilität ***	17 %	20 %	22 %	20 %	19 %	22 %	27 %	33 %	29 %	6 %	6 %	9 %	6 %	5 %	7 %
attraktive Produkte	-	-	22 %	-	-	28 %	-	-	25 %	-	-	6 %	-	-	6 %
Nachhaltigkeit	-	-	22 %	-	-	15 %	-	-	19 %	-	-	16 %	-	-	8 %
sichere Arbeitsplätze	15 %	16 %	19 %	23 %	26 %	25 %	5 %	4 %	7 %	2 %	3 %	6 %	35 %	38 %	33 %

* (z. B. Kita-Plätze, flexible Arbeitszeiten, Angebote zur Work-Life-Balance) ** (d.h. Kritikfähigkeit, Mitarbeiter-Gespräche etc.)

*** (d.h. Fähigkeit zur Veränderung etablierter Strukturen, Verfahren etc.) **** (z. B. technische Ausstattung)

Welcher Unternehmenstyp ist am besten aufgestellt?

Arbeitgeber-Aspekte 2021 – 2025 (2/2)

In der Einschätzung der deutschen Bevölkerung konnten sich Konzerne bei der Modernität der Arbeitsbedingungen etwas verbessern. Start-ups haben bei diesem Aspekt hingegen etwas verloren. Dagegen haben sich Konzerne im Hinblick auf Bekanntheit und internationalen Karrierechancen zugunsten von Start-ups in der Wahrnehmung verschlechtert.

Frage 1: Zunächst geht es um Ihre Wahrnehmung der verschiedenen Unternehmenstypen als Arbeitgeber: Welcher Unternehmenstyp ist bei dem jeweiligen Aspekt aus Ihrer Sicht am besten aufgestellt?

Basis: alle Befragten, N = 2.000 (Einfachnennung, nicht dargestellt: 'weiß nicht'), 2021: N = 1.001 / 2023: N = 1.055

	Familien- unternehmen			Konzerne			Start-up Unternehmen			NGO			öffentliche Hand		
	2021	2023	2025	2021	2023	2025	2021	2023	2025	2021	2023	2025	2021	2023	2025
Basis	1.001	1.055	2.000	1.001	1.055	2.000	1.001	1.055	2.000	1.001	1.055	2.000	1.001	1.055	2.000
tolerante/inklusive Unternehmenskultur (Diversität)	18 %	16 %	19 %	16 %	19 %	20 %	19 %	24 %	21 %	9 %	12 %	14 %	9 %	9 %	12 %
attraktive Standorte	17 %	15 %	18 %	38 %	43 %	37 %	10 %	12 %	14 %	4 %	4 %	6 %	9 %	11 %	11 %
Homeoffice und Flexworkmodelle	-	-	14 %	-	-	32 %	-	-	23 %	-	-	7 %	-	-	10 %
Bekanntheit	13 %	11 %	13 %	54 %	66 %	↓ 55 %	6 %	5 %	8 %	4 %	3 %	6 %	5 %	6 %	9 %
Innovationsstärke	12 %	11 %	12 %	26 %	28 %	28 %	29 %	38 %	33 %	5 %	4 %	7 %	4 %	4 %	6 %
attraktive Gehälter	10 %	10 %	11 %	46 %	52 %	47 %	7 %	9 %	10 %	4 %	3 %	6 %	11 %	14 %	15 %
moderne Arbeitsbedingungen ****	10 %	9 %	11 %	35 %	36 %	↑ 42 %	23 %	32 %	↓ 26 %	5 %	5 %	6 %	8 %	6 %	7 %
Weiterbildungsmöglichkeiten	9 %	7 %	11 %	46 %	51 %	46 %	7 %	9 %	11 %	4 %	4 %	7 %	15 %	16 %	15 %
Karrieremöglichkeiten	10 %	9 %	10 %	47 %	56 %	51 %	13 %	13 %	15 %	4 %	4 %	5 %	7 %	7 %	10 %
internationale Karrierechancen/ Einsatzmöglichkeiten	7 %	5 %	7 %	54 %	63 %	↓ 56 %	6 %	9 %	12 %	6 %	8 %	10 %	6 %	3 %	6 %
Aufstellung als Arbeitgeber insgesamt	19 %	23 %	21 %	29 %	30 %	31 %	8 %	9 %	11 %	5 %	5 %	7 %	10 %	12 %	12 %

* (z. B. Kita-Plätze, flexible Arbeitszeiten, Angebote zur Work-Life-Balance) ** (d.h. Kritikfähigkeit, Mitarbeiter-Gespräche etc.)

*** (d.h. Fähigkeit zur Veränderung etablierter Strukturen, Verfahren etc.) **** (z. B. technische Ausstattung)

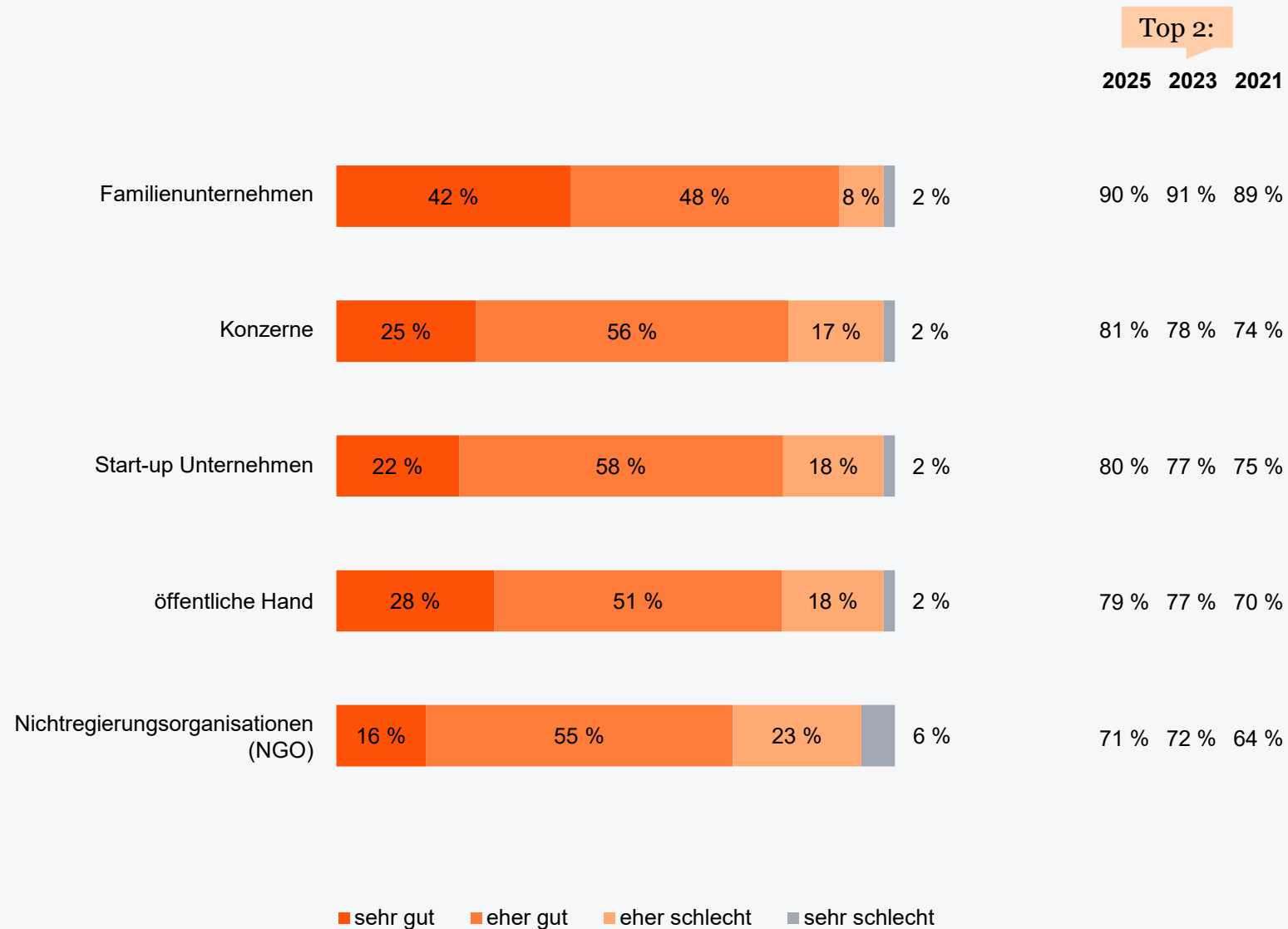
Wie werden Unternehmenstypen als Arbeitgeber bewertet?

Bewertung der Unternehmenstypen

Familienunternehmen schneiden als Arbeitgeber insgesamt am besten ab. Vergleichsweise gering ist die Arbeitgeber-Attraktivität von Nichtregierungsorganisationen.

Frage 2: Wie bewerten Sie alles in allem die verschiedenen Unternehmenstypen als Arbeitgeber?

Basis: alle Befragten, N = 2.000 (skalierte Abfrage, sortiert nach Top 2), 2021: N = 1.001 / 2023: N = 1.055



Welcher Unternehmenstyp ist der Wunsch-Arbeitgeber?

Wunsch-Arbeitgeber

Für rund ein Drittel der Deutschen wäre ein Familienunternehmen der Wunsch-Arbeitgeber. Für einen Konzern würden sich dagegen nur 15 % der Befragten entscheiden.

Frage 3: Wenn Sie sich heute entscheiden müssten:
Welcher Unternehmenstyp wäre Ihr Wunsch-Arbeitgeber?

Basis: alle Befragten, N = 2.000 (Einfachnennung),
2021: N = 1.001 / 2023: N = 1.055

Familienunternehmen

(Unternehmen, das von Mitgliedern der Inhaberfamilie geleitet bzw. kontrolliert wird)



2023 2021

30 % 30 %

öffentliche Hand

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



31 %

Konzern



13 %

Start-up Unternehmen

(Jungunternehmen mit neuen, kreativen Geschäftsmodellen)



14 %

Nichtregierungsorganisation

(gemeinnützige Organisation, die humanitäre, soziale oder ökologische Ziele verfolgt)



9 %

ein anderer



3 %

Welcher Unternehmenstyp ist der Wunsch-Arbeitgeber?

Wunsch-Arbeitgeber

Ein Familienunternehmen wäre sowohl für Auszubildende als auch für Berufstätige der Wunsch-Arbeitgeber. Für Auszubildende sind darüber hinaus Start-ups vergleichsweise attraktiv, für Berufstätige hingegen die öffentliche Hand.

Frage 3: Wenn Sie sich heute entscheiden müssten:
Welcher Unternehmenstyp wäre Ihr Wunsch-Arbeitgeber?

Basis: alle Befragten, N = 2.000 (Einfachnennung)

	Total	Berufstätigkeit		
		in Ausbildung	berufstätig	nicht (mehr) berufstätig
Basis	2.000	129	1.210	661
Familienunternehmen (Unternehmen, das von Mitgliedern der Inhaberkategorie geleitet bzw. kontrolliert wird)	35 %	39 %	37 %	33 %
Öffentliche Hand (z. B. kommunale Verwaltungen, staatliche Schulen und Kindergärten, Feuerwehr oder Polizei)	29 %	20 %	25 %	37 %
Konzern	15 %	10 %	16 %	12 %
Start-up Unternehmen (Jungunternehmen mit neuen, kreativen Geschäftsmodellen)	12 %	22 %	13 %	9 %
Nichtregierungsorganisation (gemeinnützige Organisation, die humanitäre, soziale oder ökologische Ziele verfolgt)	8 %	9 %	8 %	8 %
ein anderer	1 %	-	0 %	1 %

Welche Aspekte sind beim Arbeitgeber am wichtigsten?

Wichtigste Aspekte bei einem Unternehmen als Arbeitgeber

Die wichtigsten Arbeitgeberaspekte sind Gehalt und Arbeitsklima. Verwurzelung am Standort, Tradition und vor allem auch Internationalität spielen dagegen eine untergeordnete Rolle.

Frage 9: Welche der folgenden Aspekte sind Ihnen bei Ihrem Arbeitgeber am wichtigsten?

Basis: angestellte Berufstätige, N = 1.034
(Mehrfachnennung, maximal fünf Nennungen)



* d.h. die Fähigkeit, sich flexibel neuen Gegebenheiten anzupassen

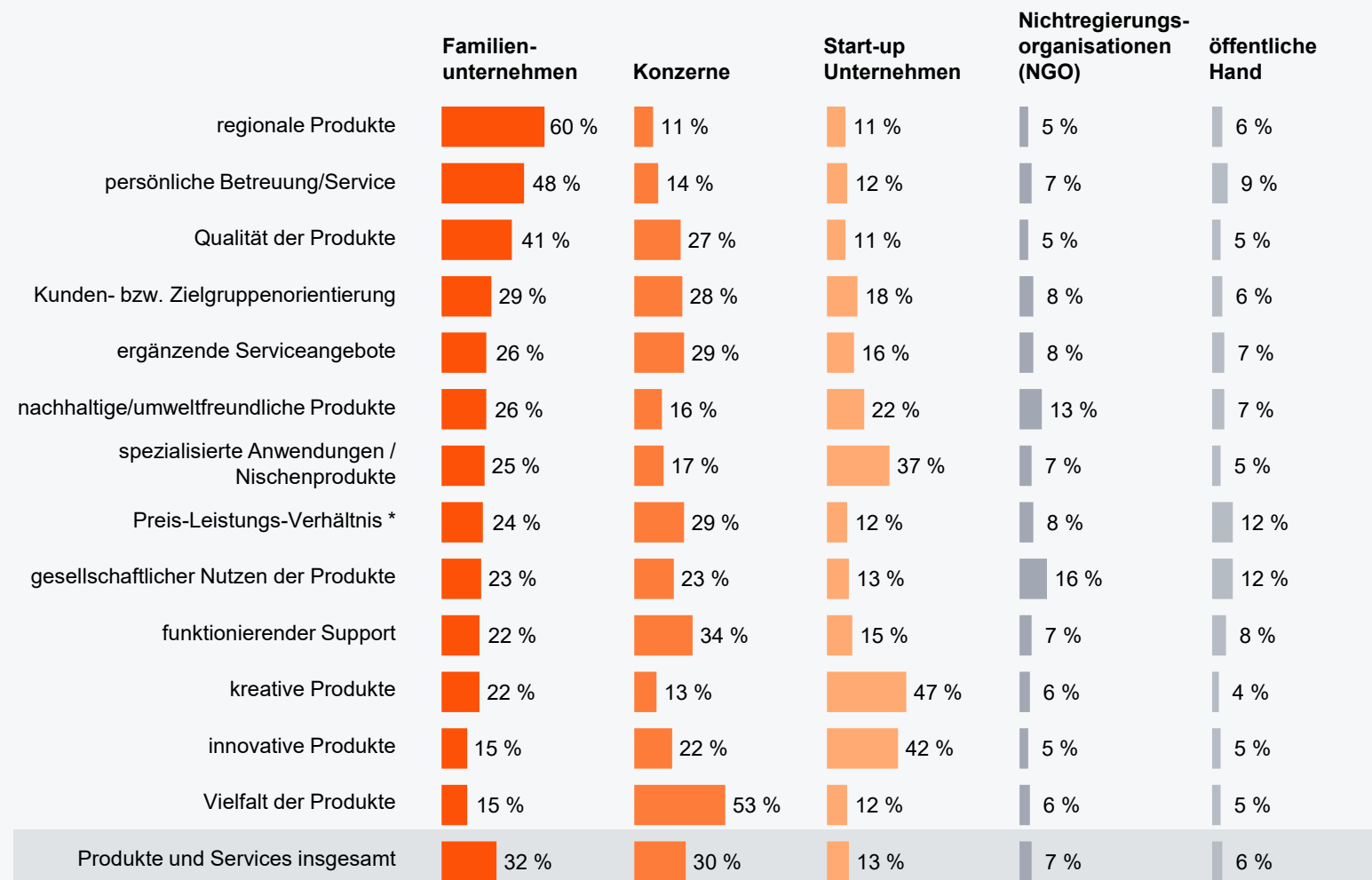
Welcher Unternehmenstyp ist am besten aufgestellt?

Produkt- und Service-Aspekte

In puncto Produkt- und Serviceaspekte schneiden Familienunternehmen aus Sicht der Deutschen in Bezug auf Regionalität am besten ab. Start-ups können sich hingegen mit kreativen und innovativen Produkten profilieren. Konzerne bieten die größte Produktvielfalt.

Frage 4: Nun geht es um Ihre Wahrnehmung der Produkte/ Serviceleistungen bzw. geleisteten Aufgaben der verschiedenen Unternehmenstypen: Welcher Unternehmenstyp ist bei dem jeweiligen Aspekt am besten aufgestellt?

Basis: alle Befragten, N = 2.000
(Einfachnennung, nicht dargestellt: 'weiß nicht')



* (bzw. Verhältnis von Beiträgen, Steuern oder Gebühren)

Welcher Unternehmenstyp ist am besten aufgestellt?

Produkt- und Service-Aspekte 2021 – 2025

Der wahrgenommene gesellschaftliche Nutzen der Produkte ist bei NGOs deutlich stärker ausgeprägt als vor zwei Jahren. In puncto Umweltfreundlichkeit und Nachhaltigkeit konnten sich hingegen Familienunternehmen verbessern.

Frage 4: Nun geht es um Ihre Wahrnehmung der Produkte/Serviceleistungen bzw. geleisteten Aufgaben der verschiedenen Unternehmenstypen: Welcher Unternehmenstyp ist bei dem jeweiligen Aspekt am besten aufgestellt?

Basis: alle Befragten, N = 2.000 (Einfachnennung, nicht dargestellt: 'weiß nicht'), 2021: N = 1.001 / 2023: N = 1.055

	Familien- unternehmen			Konzerne			Start-up Unternehmen			NGO			öffentliche Hand		
	2021	2023	2025	2021	2023	2025	2021	2023	2025	2021	2023	2025	2021	2023	2025
Basis	1.001	1.055	2.000	1.001	1.055	2.000	1.001	1.055	2.000	1.001	1.055	2.000	1.001	1.055	2.000
regionale Produkte	54 %	65 %	60 %	9 %	8 %	11 %	11 %	8 %	11 %	5 %	5 %	5 %	5 %	4 %	6 %
persönliche Betreuung/Service	-	-	48 %	-	-	14 %	-	-	12 %	-	-	7 %	-	-	9 %
Qualität der Produkte	38 %	46 %	41 %	23 %	26 %	27 %	10 %	10 %	11 %	5 %	2 %	5 %	4 %	4 %	5 %
Kunden- bzw. Zielgruppenorientierung	28 %	29 %	29 %	25 %	30 %	28 %	17 %	18 %	18 %	5 %	6 %	8 %	6 %	5 %	6 %
ergänzende Serviceangebote	21 %	25 %	26 %	28 %	32 %	29 %	13 %	14 %	16 %	7 %	5 %	8 %	7 %	7 %	7 %
nachhaltige/umweltfreundliche Produkte	22 %	20 %	↑ 26 %	12 %	11 %	16 %	22 %	25 %	22 %	15 %	20 %	↓ 13 %	5 %	5 %	7 %
spezialisierte Anwendungen / Nischenprodukte	23 %	26 %	25 %	13 %	12 %	17 %	33 %	40 %	37 %	8 %	5 %	7 %	4 %	3 %	5 %
Preis-Leistungs-Verhältnis *	21 %	21 %	24 %	28 %	32 %	29 %	8 %	10 %	12 %	7 %	7 %	8 %	11 %	12 %	12 %
gesellschaftlicher Nutzen der Produkte	19 %	19 %	23 %	21 %	26 %	23 %	10 %	11 %	13 %	13 %	5 %	↑ 16 %	13 %	15 %	12 %
funktionierender Support	-	-	22 %	-	-	34 %	-	-	15 %	-	-	7 %	-	-	8 %
kreative Produkte	20 %	21 %	22 %	12 %	11 %	13 %	44 %	53 %	47 %	5 %	4 %	6 %	3 %	2 %	4 %
innovative Produkte	15 %	13 %	15 %	21 %	20 %	22 %	37 %	50 %	↓ 42 %	7 %	4 %	5 %	4 %	2 %	5 %
Vielfalt der Produkte	12 %	12 %	15 %	53 %	63 %	↓ 53 %	8 %	8 %	12 %	5 %	4 %	6 %	5 %	3 %	5 %
Produkte und Services insgesamt	27 %	32 %	32 %	28 %	30 %	30 %	11 %	11 %	13 %	5 %	5 %	7 %	5 %	6 %	6 %

* (bzw. Verhältnis von Beiträgen, Steuern oder Gebühren)

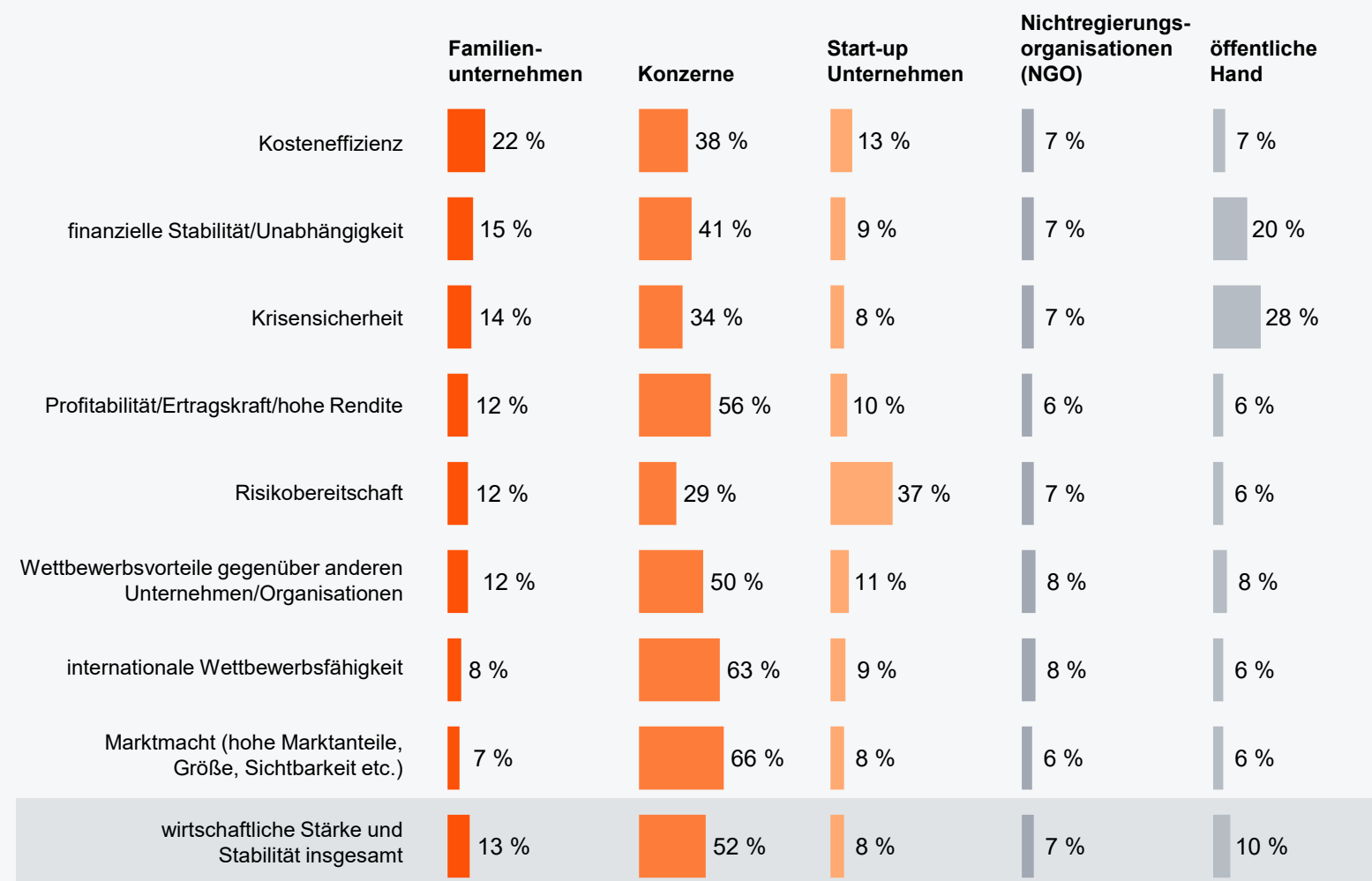
Welcher Unternehmenstyp ist am besten aufgestellt?

Wirtschaftliche Stärke und Stabilität

Bezüglich wirtschaftlicher Stärke und Stabilität liegen Konzerne deutlich vorne, was vor allem auf ihre Marktmacht und internationale Wettbewerbsfähigkeit zurückzuführen ist. Start-ups wird hingegen ein hohes Maß an Risikobereitschaft zugeschrieben.

Frage 5: Wie nehmen Sie die unterschiedlichen Unternehmenstypen mit Blick auf die wirtschaftliche Stärke und Stabilität wahr? Welcher Unternehmenstyp ist bei dem jeweiligen Aspekt am besten aufgestellt?

Basis: alle Befragten, N = 2.000
(Einfachnennung, nicht dargestellt: 'weiß nicht')



Welcher Unternehmenstyp ist am besten aufgestellt?

Wirtschaftliche Stärke und Stabilität 2021 – 2025

Aus Sicht der Bevölkerung mussten Konzerne seit 2023 Einbußen hinsichtlich ihrer Marktmacht und internationalen Wettbewerbsfähigkeit hinnehmen.

Frage 5: Wie nehmen Sie die unterschiedlichen Unternehmenstypen mit Blick auf die wirtschaftliche Stärke und Stabilität wahr? Welcher Unternehmenstyp ist bei dem jeweiligen Aspekt am besten aufgestellt?

Basis: alle Befragten, N = 2.000 (Einfachnennung, nicht dargestellt: 'weiß nicht'), 2021: N = 1.001 / 2023: N = 1.055

	Familien- unternehmen			Konzerne			Start-up Unternehmen			NGO			öffentliche Hand		
	2021	2023	2025	2021	2023	2025	2021	2023	2025	2021	2023	2025	2021	2023	2025
Basis	1.001	1.055	2.000	1.001	1.055	2.000	1.001	1.055	2.000	1.001	1.055	2.000	1.001	1.055	2.000
Kosteneffizienz	20 %	18 %	22 %	36 %	44 %	38 %	11 %	9 %	13 %	5 %	6 %	7 %	6 %	6 %	7 %
finanzielle Stabilität/Unabhängigkeit	-	-	15 %	-	-	41 %	-	-	9 %	-	-	7 %	-	-	20 %
Krisensicherheit	12 %	12 %	14 %	33 %	35 %	34 %	6 %	4 %	8 %	4 %	3 %	7 %	28 %	34 %	28 %
Profitabilität/Ertragskraft/hohe Rendite	12 %	10 %	12 %	53 %	62 %	56 %	8 %	7 %	10 %	5 %	4 %	6 %	4 %	4 %	6 %
Risikobereitschaft	8 %	8 %	12 %	28 %	27 %	29 %	35 %	45 %	37 %	5 %	5 %	7 %	4 %	3 %	6 %
Wettbewerbsvorteile gegenüber anderen Unternehmen/Organisationen	12 %	12 %	12 %	49 %	57 %	50 %	11 %	8 %	11 %	5 %	4 %	8 %	5 %	6 %	8 %
internationale Wettbewerbsfähigkeit	6 %	5 %	8 %	61 %	71 %	63 %	8 %	6 %	9 %	5 %	4 %	8 %	4 %	4 %	6 %
Marktmacht (hohe Marktanteile, Größe, Sichtbarkeit etc.)	7 %	6 %	7 %	62 %	73 %	66 %	8 %	5 %	8 %	5 %	2 %	6 %	3 %	4 %	6 %
wirtschaftliche Stärke und Stabilität insgesamt	14 %	12 %	13 %	48 %	56 %	52 %	6 %	5 %	8 %	5 %	3 %	7 %	9 %	11 %	10 %

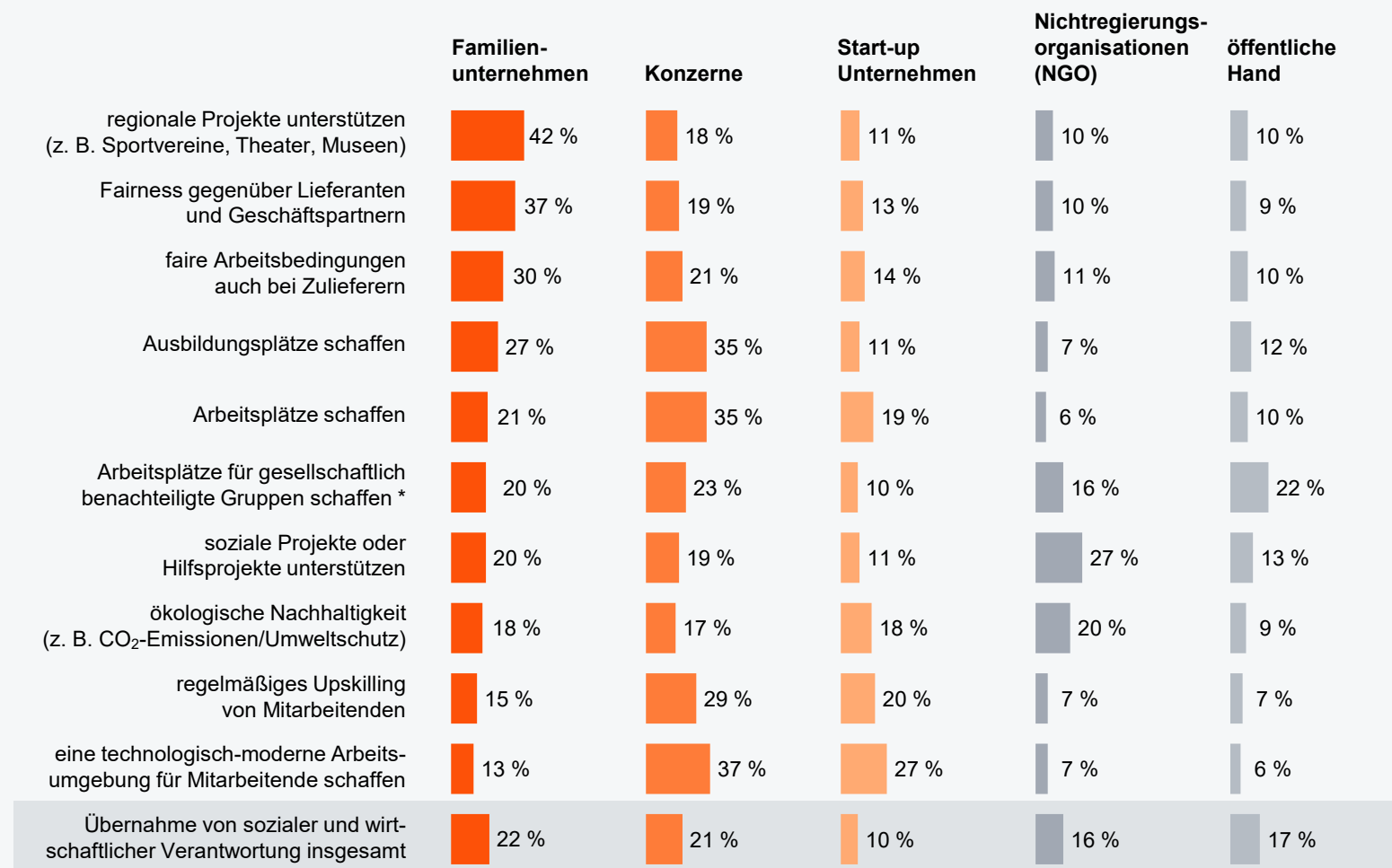
Welcher Unternehmenstyp engagiert sich am stärksten?

Gesellschaftliche Verantwortung

Wenn es um die Übernahme von sozialer und wirtschaftlicher Verantwortung geht, liegen Familienunternehmen und Konzerne nahezu gleichauf. Während bei Konzernen neben einer technologisch-modernen Arbeitsumgebung vor allem auch die Schaffung von Arbeits- und Ausbildungsplätzen im Vordergrund steht, zeichnen sich Familienunternehmen durch die Unterstützung regionaler Projekte sowie durch Fairness gegenüber ihren Lieferanten und Geschäftspartnern aus.

Frage 6: Wie nehmen Sie die gesellschaftliche Verantwortung der unterschiedlichen Unternehmenstypen wahr? Welcher Unternehmenstyp engagiert sich Ihrer Meinung nach in den folgenden Bereichen am stärksten?

Basis: alle Befragten, N = 2.000
(Einfachnennung, nicht dargestellt: 'weiß nicht')



* (z. B. Schwerbehinderte, Personen ohne Schulabschluss, Flüchtlinge etc.)

Welcher Unternehmenstyp engagiert sich am stärksten?

Gesellschaftliche Verantwortung 2021 – 2025

Die Schaffung von Arbeitsplätzen für gesellschaftlich benachteiligte Gruppen steht bei Behörden und öffentlichen Einrichtungen nicht mehr so im Fokus wie vor zwei Jahren.

Frage 6: Wie nehmen Sie die gesellschaftliche Verantwortung der unterschiedlichen Unternehmenstypen wahr? Welcher Unternehmenstyp engagiert sich Ihrer Meinung nach in den folgenden Bereichen am stärksten?

Basis: alle Befragten, N = 2.000 (Einfachnennung, nicht dargestellt: ‘weiß nicht’), 2021: N = 1.001 / 2023: N = 1.055

	Familien- unternehmen			Konzerne			Start-up Unternehmen			NGO			öffentliche Hand		
	2021	2023	2025	2021	2023	2025	2021	2023	2025	2021	2023	2025	2021	2023	2025
Basis	1.001	1.055	2.000	1.001	1.055	2.000	1.001	1.055	2.000	1.001	1.055	2.000	1.001	1.055	2.000
regionale Projekte unterstützen (z. B. Sportvereine, Theater, Museen)	39 %	43 %	42 %	18 %	19 %	18 %	8 %	7 %	11 %	8 %	9 %	10 %	10 %	10 %	10 %
Fairness gegenüber Lieferanten und Geschäftspartnern	35 %	40 %	37 %	14 %	16 %	19 %	14 %	11 %	13 %	9 %	9 %	10 %	7 %	7 %	9 %
faire Arbeitsbedingungen auch bei Zulieferern	26 %	30 %	30 %	22 %	19 %	21 %	11 %	10 %	14 %	10 %	11 %	11 %	10 %	11 %	10 %
Ausbildungsplätze schaffen	25 %	28 %	27 %	33 %	38 %	35 %	9 %	7 %	11 %	5 %	4 %	7 %	12 %	12 %	12 %
Arbeitsplätze schaffen	19 %	19 %	21 %	34 %	40 %	35 %	15 %	17 %	19 %	5 %	4 %	6 %	9 %	8 %	10 %
Arbeitsplätze für gesellschaftlich benachteiligte Gruppen schaffen *	19 %	17 %	20 %	18 %	22 %	23 %	9 %	8 %	10 %	12 %	13 %	16 %	24 %	27 %	22 %
soziale Projekte oder Hilfsprojekte unterstützen	18 %	19 %	20 %	17 %	19 %	19 %	9 %	8 %	11 %	24 %	29 %	27 %	13 %	11 %	13 %
ökologische Nachhaltigkeit (z. B. CO ₂ -Emissionen/Umweltschutz)	-	-	18 %	-	-	17 %	-	-	18 %	-	-	20 %	-	-	9 %
regelmäßiges Upskilling von Mitarbeitenden	-	-	15 %	-	-	29 %	-	-	20 %	-	-	7 %	-	-	7 %
eine technologisch-moderne Arbeits- umgebung für Mitarbeitende schaffen	-	-	13 %	-	-	37 %	-	-	27 %	-	-	7 %	-	-	6 %
Übernahme von sozialer und wirt- schaftlicher Verantwortung insgesamt	23 %	23 %	22 %	21 %	24 %	21 %	9 %	7 %	10 %	10 %	13 %	16 %	15 %	16 %	17 %

* (z. B. Schwerbehinderte, Personen ohne Schulabschluss, Flüchtlinge etc.)

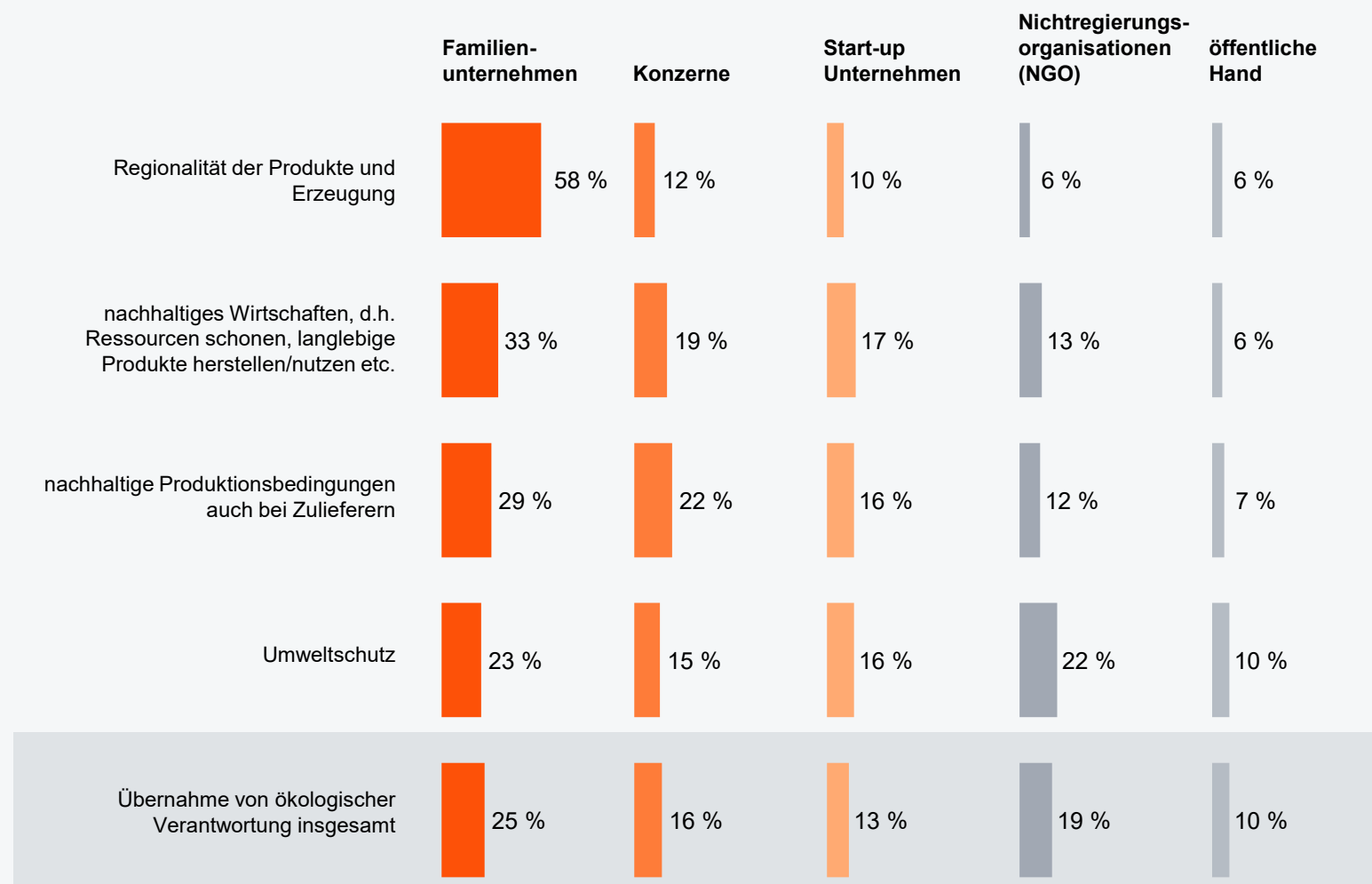
Welcher Unternehmenstyp engagiert sich am stärksten?

Nachhaltigkeit/Umweltorientierung

Das Engagement von Familienunternehmen für Nachhaltigkeit und Umweltorientierung wird vor allem durch die Regionalität der Produkte und deren Erzeugung wahrgenommen.

Frage 7: Wie nehmen Sie die Nachhaltigkeit/Umweltorientierung der unterschiedlichen Unternehmenstypen wahr? Welcher Unternehmenstyp engagiert sich Ihrer Meinung nach in den folgenden Bereichen am stärksten?

Basis: alle Befragten, N = 2.000
(Einfachnennung, nicht dargestellt: 'weiß nicht')



Welcher Unternehmenstyp engagiert sich am stärksten?

Nachhaltigkeit/Umweltorientierung 2021 – 2025

Allerdings konnten Familienunternehmen ihren Vorsprung hinsichtlich Regionalität der Produkte nicht auf dem Niveau des Jahres 2023 halten.

Frage 7: Wie nehmen Sie die Nachhaltigkeit/Umweltorientierung der unterschiedlichen Unternehmenstypen wahr? Welcher Unternehmenstyp engagiert sich Ihrer Meinung nach in den folgenden Bereichen am stärksten?

Basis: alle Befragten, N = 2.000 (Einfachnennung, nicht dargestellt: 'weiß nicht'), 2021: N = 1.001 / 2023: N = 1.055

	Familienunternehmen			Konzerne			Start-up Unternehmen			NGO			öffentliche Hand		
	2021 1.001	2023 1.055	2025 2.000	2021 1.001	2023 1.055	2025 2.000	2021 1.001	2023 1.055	2025 2.000	2021 1.001	2023 1.055	2025 2.000	2021 1.001	2023 1.055	2025 2.000
Basis															
Regionalität der Produkte und Erzeugung	54 %	65 %	↓ 58 %	10 %	8 %	12 %	11 %	8 %	10 %	7 %	5 %	6 %	4 %	3 %	6 %
nachhaltiges Wirtschaften, d.h. Ressourcen schonen, langlebige Produkte herstellen/nutzen etc.	28 %	29 %	33 %	17 %	16 %	19 %	15 %	19 %	17 %	14 %	13 %	13 %	5 %	5 %	6 %
nachhaltige Produktionsbedingungen auch bei Zulieferern	26 %	26 %	29 %	22 %	21 %	22 %	12 %	15 %	16 %	12 %	13 %	12 %	6 %	5 %	7 %
Umweltschutz	20 %	19 %	23 %	13 %	13 %	15 %	17 %	16 %	16 %	20 %	26 %	22 %	9 %	8 %	10 %
Übernahme von ökologischer Verantwortung insgesamt	24 %	24 %	25 %	15 %	14 %	16 %	14 %	14 %	13 %	16 %	20 %	19 %	8 %	10 %	10 %

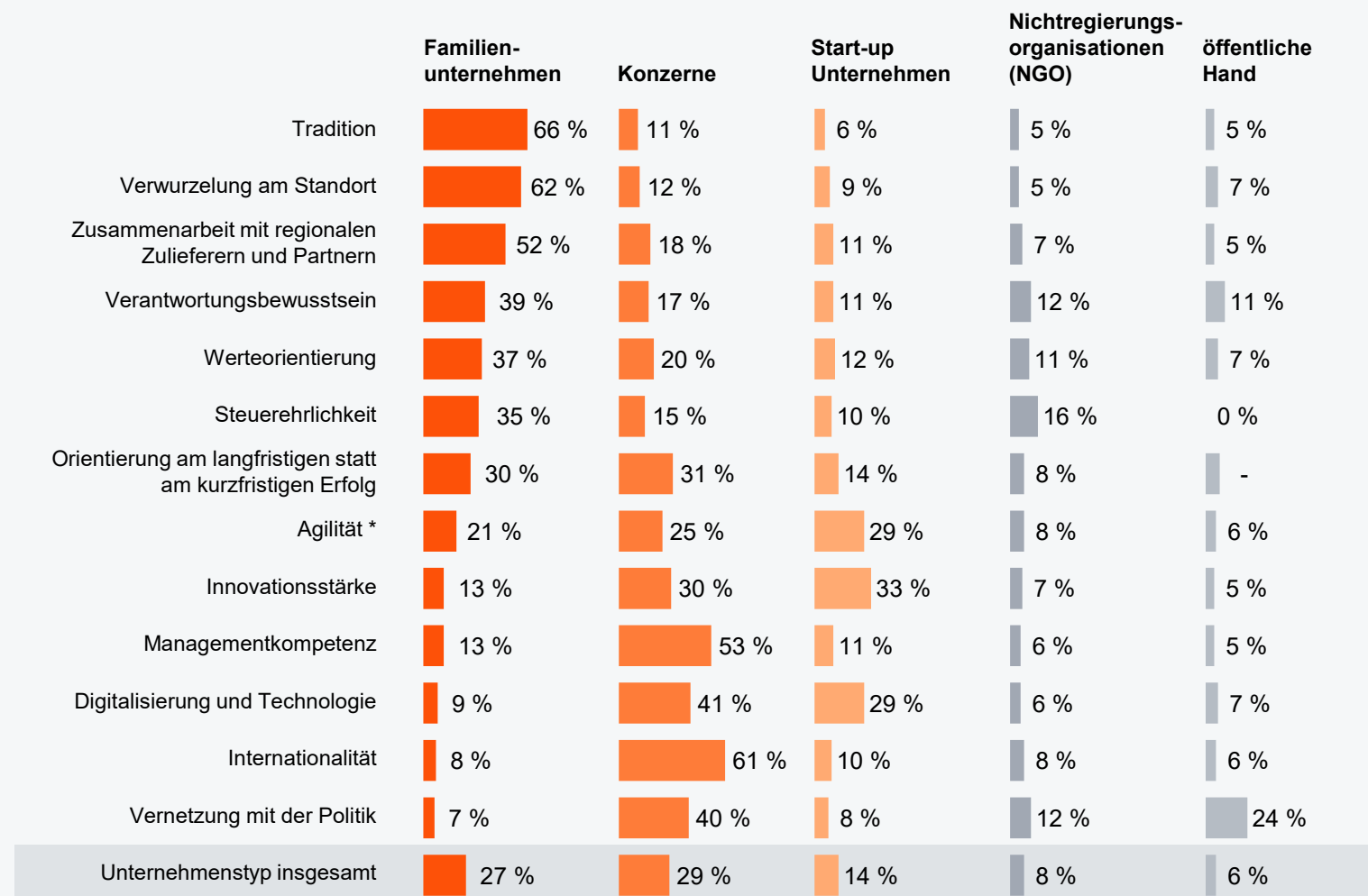
Welcher Unternehmenstyp ist am besten?

Allgemeine Unternehmenswerte

Während bei Familienunternehmen Tradition und Verwurzelung am Standort den höchsten Stellenwert haben, liegen die Stärken von Konzernen vor allem in ihrer Internationalität und Managementkompetenz.

Frage 8: Neben den bisher genannten Aspekten und Werten gibt es weitere Kategorien, für die Unternehmen stehen können. Welcher Unternehmenstyp ist aus Ihrer Sicht jeweils am besten?

Basis: alle Befragten, N = 2.000
(Einfachnennung, nicht dargestellt: 'weiß nicht')



* d.h. die Fähigkeit, sich flexibel neuen Gegebenheiten anzupassen

Welcher Unternehmenstyp ist am besten?

Allgemeine Unternehmenswerte 2021 – 2025

Im Vergleich zu 2023 haben Familienunternehmen in puncto Tradition und Konzerne hinsichtlich Internationalität etwas an Ansehen verloren.

Frage 8: Neben den bisher genannten Aspekten und Werten gibt es weitere Kategorien, für die Unternehmen stehen können. Welcher Unternehmenstyp ist aus Ihrer Sicht jeweils am besten?

Basis: alle Befragten, N = 2.000 (Einfachnennung, nicht dargestellt: 'weiß nicht'), 2021: N = 1.001 / 2023: N = 1.055

	Familienunternehmen			Konzerne			Start-up Unternehmen			NGO			öffentliche Hand		
	2021	2023	2025	2021	2023	2025	2021	2023	2025	2021	2023	2025	2021	2023	2025
Basis	1.001	1.055	2.000	1.001	1.055	2.000	1.001	1.055	2.000	1.001	1.055	2.000	1.001	1.055	2.000
Tradition	64 %	76 %	↓ 66 %	9 %	7 %	11 %	5 %	3 %	6 %	4 %	3 %	5 %	4 %	4 %	5 %
Verwurzelung am Standort	58 %	66 %	62 %	10 %	10 %	12 %	8 %	6 %	9 %	4 %	3 %	5 %	6 %	6 %	7 %
Zusammenarbeit mit regionalen Zulieferern und Partnern	48 %	55 %	52 %	13 %	15 %	18 %	10 %	9 %	11 %	6 %	5 %	7 %	6 %	5 %	5 %
Verantwortungsbewusstsein	-	-	39 %	-	-	17 %	-	-	11 %	-	-	12 %	-	-	11 %
Werteorientierung	-	-	37 %	-	-	20 %	-	-	12 %	-	-	11 %	-	-	7 %
Steuerehrlichkeit	28 %	35 %	35 %	13 %	14 %	15 %	9 %	8 %	10 %	10 %	16 %	16 %	11 %	-	-
Orientierung am langfristigen statt am kurzfristigen Erfolg	30 %	32 %	30 %	27 %	32 %	31 %	11 %	11 %	14 %	6 %	7 %	8 %	7 %	5 %	8 %
Agilität *	19 %	20 %	21 %	24 %	27 %	25 %	27 %	29 %	29 %	6 %	4 %	8 %	4 %	5 %	6 %
Innovationsstärke	13 %	11 %	13 %	28 %	29 %	30 %	31 %	39 %	33 %	5 %	5 %	7 %	4 %	3 %	5 %
Managementkompetenz	-	13 %	13 %	-	57 %	53 %	-	7 %	11 %	-	5 %	6 %	-	4 %	5 %
Digitalisierung und Technologie	8 %	6 %	9 %	40 %	46 %	41 %	25 %	29 %	29 %	6 %	4 %	6 %	5 %	4 %	7 %
Internationalität	8 %	6 %	8 %	60 %	70 %	↓ 61 %	7 %	5 %	10 %	7 %	6 %	8 %	4 %	4 %	6 %
Vernetzung mit der Politik	7 %	5 %	7 %	40 %	43 %	40 %	6 %	5 %	8 %	7 %	7 %	12 %	23 %	29 %	24 %
Unternehmenstyp insgesamt	-	-	27 %	-	-	29 %	-	-	14 %	-	-	8 %	-	-	6 %

*d.h. die Fähigkeit, sich flexibel neuen Gegebenheiten anzupassen

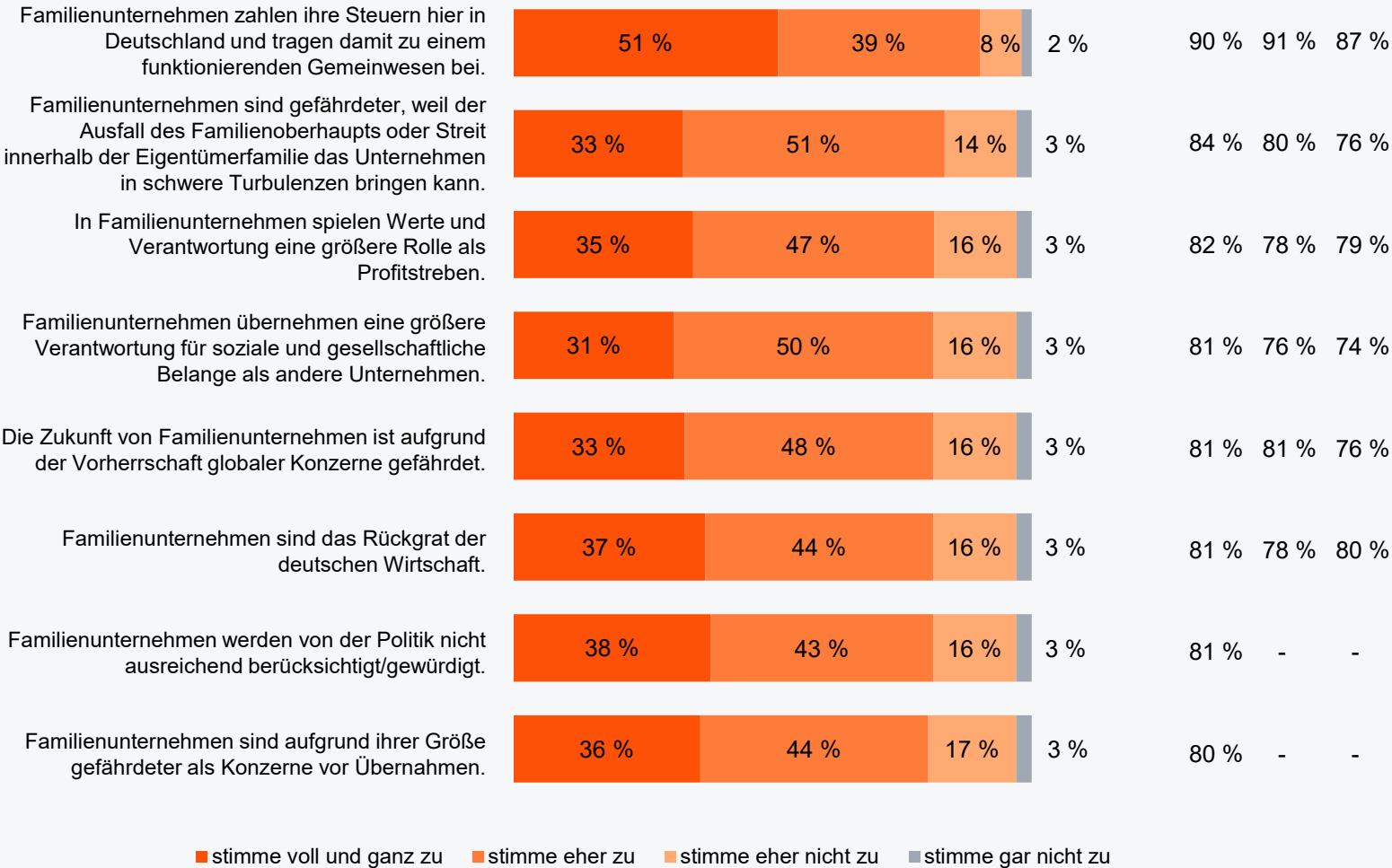
Wie werden Familienunternehmen wahrgenommen?

Wahrnehmung von Familienunternehmen (1/2)

Für die Mehrheit der Deutschen spielen Familienunternehmen hinsichtlich wirtschaftlicher und gesellschaftlicher Aspekte eine wichtige Rolle. Da sie ihre Steuern in Deutschland zahlen, tragen sie vor allem zu einem funktionierenden Gemeinwesen bei. Aufgrund ihrer Eigentümerstruktur sind sie allerdings auch gefährdeter als andere Unternehmen.

Frage 10: Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu Familienunternehmen zu?

Basis: alle Befragten, N = 2.000 (skalierte Abfrage, sortiert nach Top 2), 2021: N = 1.001 / 2023: N = 1.055



Wie werden Familienunternehmen wahrgenommen?

Wahrnehmung von Familienunternehmen (2/2)

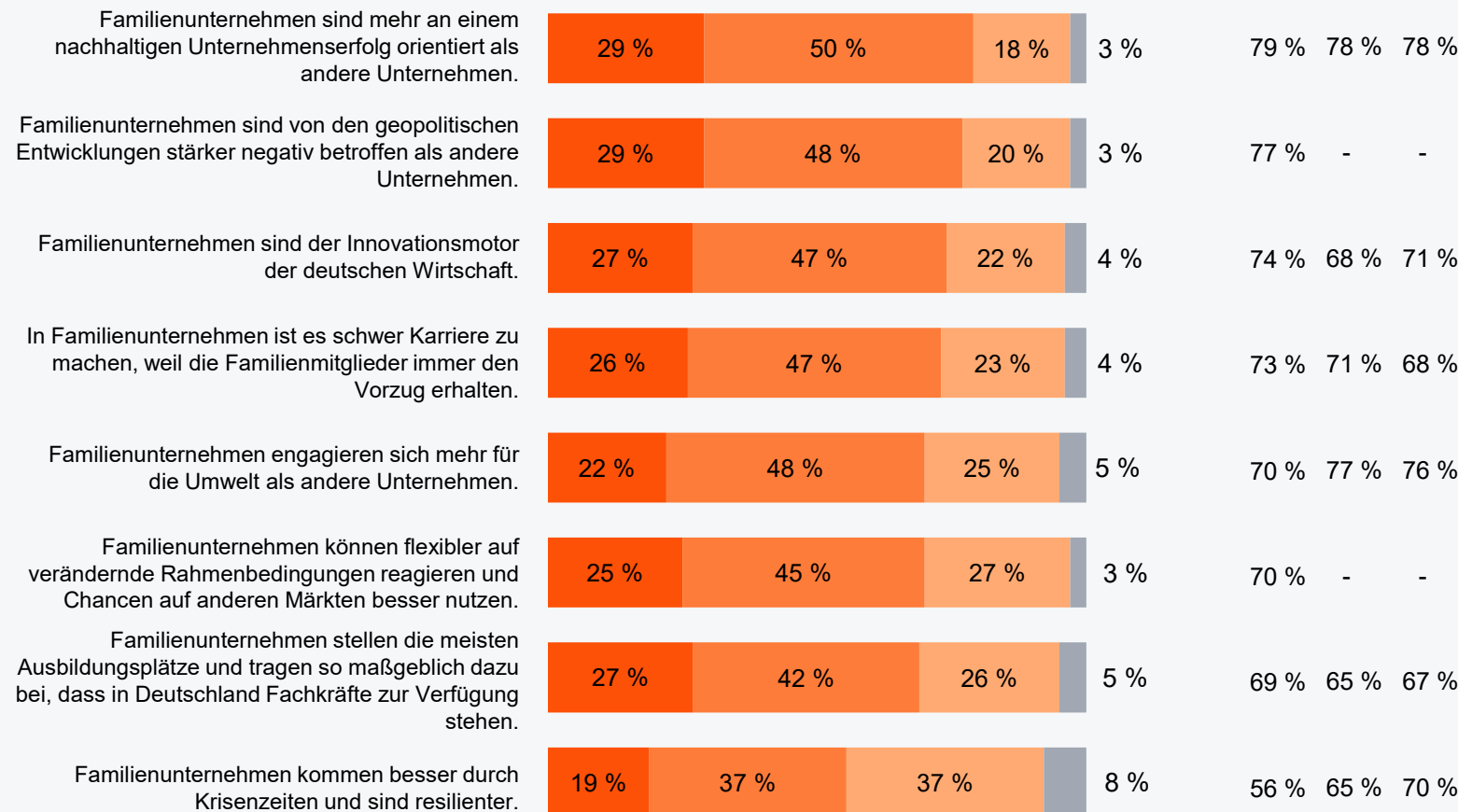
Darüber hinaus hat die Meinung, dass Familienunternehmen widerstandsfähiger gegenüber Krisen sind, seit 2021 deutlich abgenommen.

Frage 10: Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu Familienunternehmen zu?

Basis: alle Befragten, N = 2.000 (skalierte Abfrage, sortiert nach Top 2), 2021: N = 1.001 / 2023: N = 1.055

Top 2:

2025 2023 2021



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

Wie werden Familienunternehmen wahrgenommen?

Wahrnehmung von Familienunternehmen (1/2)

Vor allem aus Sicht der Nicht-Berufstätigen leisten Familienunternehmen einen wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Beitrag und werden als das Rückgrat der deutschen Wirtschaft angesehen.

Frage 10: Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu Familienunternehmen zu?

Basis: alle Befragten, N = 2.000 (skalierte Abfrage, dargestellt: Top 2)

Top 2: stimme voll und ganz zu + stimme eher zu	Total	Berufstätigkeit		
		in Ausbildung	berufstätig	nicht (mehr) berufstätig
Basis	2.000	129	1.210	661
Familienunternehmen zahlen ihre Steuern hier in Deutschland und tragen damit zu einem funktionierenden Gemeinwesen bei.	90 %	77 %	88 %	95 %
Familienunternehmen sind gefährdeter, weil der Ausfall des Familienoberhaupts oder Streit innerhalb der Eigentümerfamilie das Unternehmen in schwere Turbulenzen bringen kann.	83 %	72 %	84 %	85 %
In Familienunternehmen spielen Werte und Verantwortung eine größere Rolle als Profitstreben.	81 %	71 %	80 %	85 %
Familienunternehmen übernehmen eine größere Verantwortung für soziale und gesellschaftliche Belange als andere Unternehmen.	80 %	77 %	80 %	82 %
Die Zukunft von Familienunternehmen ist aufgrund der Vorherrschaft globaler Konzerne gefährdet.	81 %	71 %	80 %	86 %
Familienunternehmen sind das Rückgrat der deutschen Wirtschaft.	81 %	70 %	79 %	87 %
Familienunternehmen werden von der Politik nicht ausreichend berücksichtigt/gewürdigt.	81 %	71 %	80 %	83 %
Familienunternehmen sind aufgrund ihrer Größe gefährdeter als Konzerne vor Übernahmen.	80 %	71 %	80 %	83 %

Wie werden Familienunternehmen wahrgenommen?

Wahrnehmung von Familienunternehmen (2/2)

Auszubildende sehen Familienunternehmen eher weniger als Innovationsmotor der deutschen Wirtschaft.

Frage 10: Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu Familienunternehmen zu?

Basis: alle Befragten, N = 2.000 (skalierte Abfrage, dargestellt: Top 2)

Top 2: stimme voll und ganz zu + stimme eher zu	Total	Berufstätigkeit		
		in Ausbildung	berufstätig	nicht (mehr) berufstätig
Basis	2.000	129	1.210	661
Familienunternehmen sind mehr an einem nachhaltigen Unternehmenserfolg orientiert als andere Unternehmen.	78 %	67 %	78 %	80 %
Familienunternehmen sind von den geopolitischen Entwicklungen stärker negativ betroffen als andere Unternehmen.	77 %	64 %	77 %	80 %
Familienunternehmen sind der Innovationsmotor der deutschen Wirtschaft.	75 %	59 %	75 %	77 %
In Familienunternehmen ist es schwer Karriere zu machen, weil die Familienmitglieder immer den Vorzug erhalten.	73 %	65 %	74 %	72 %
Familienunternehmen engagieren sich mehr für die Umwelt als andere Unternehmen.	70 %	69 %	68 %	75 %
Familienunternehmen können flexibler auf verändernde Rahmenbedingungen reagieren und Chancen auf anderen Märkten besser nutzen.	70 %	69 %	70 %	69 %
Familienunternehmen stellen die meisten Ausbildungsplätze und tragen so maßgeblich dazu bei, dass in Deutschland Fachkräfte zur Verfügung stehen.	69 %	63 %	68 %	72 %
Familienunternehmen kommen besser durch Krisenzeiten und sind resilienter.	55 %	57 %	57 %	52 %

Welche Rolle spielen Familienunternehmen bei der Vermögensverteilung?

Einfluss auf die Vermögensverteilung

Das positive Bild von Familienunternehmen hinsichtlich ihres Einflusses auf die Vermögensverteilung in Deutschland hat seit 2021 stetig abgenommen. Aktuell bestätigt nur noch ein Drittel der Bundesbürger:innen, dass Familienunternehmen durch die Schaffung von Arbeitsplätzen und ihr soziales Engagement einer ungleichen Vermögensverteilung vorbeugen.

Frage 11: Soziale Ungleichheit generell und die ungleiche Verteilung von Privatvermögen sind auch in Deutschland wichtige Themen. Was glauben Sie, welche Rolle Familienunternehmen dabei spielen?

Basis: alle Befragten, N = 2.000 (skalierte Abfrage, Schieberegler 0 - 10), 2021: N = 1.001 / 2023: N = 1.055

2025: 5,1
2023: 5,8
2021: 6,0
Ø



(Skalenpunkt 7 – 10)

„Familienunternehmen verstärken durch die Familiendynastien eine ungleiche Vermögensverteilung.“

„Familienunternehmen beugen mit Arbeitsplätzen und sozialem Engagement einer ungleichen Vermögensverteilung vor.“

2025

30 %

37 %

33 %

2023

15 %

46 %

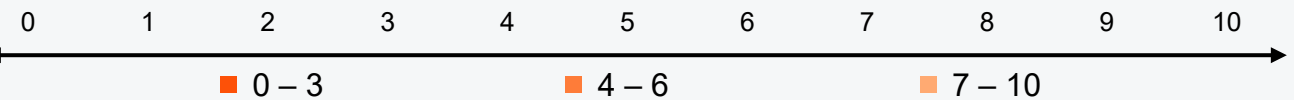
39 %

2021

15 %

39 %

46 %



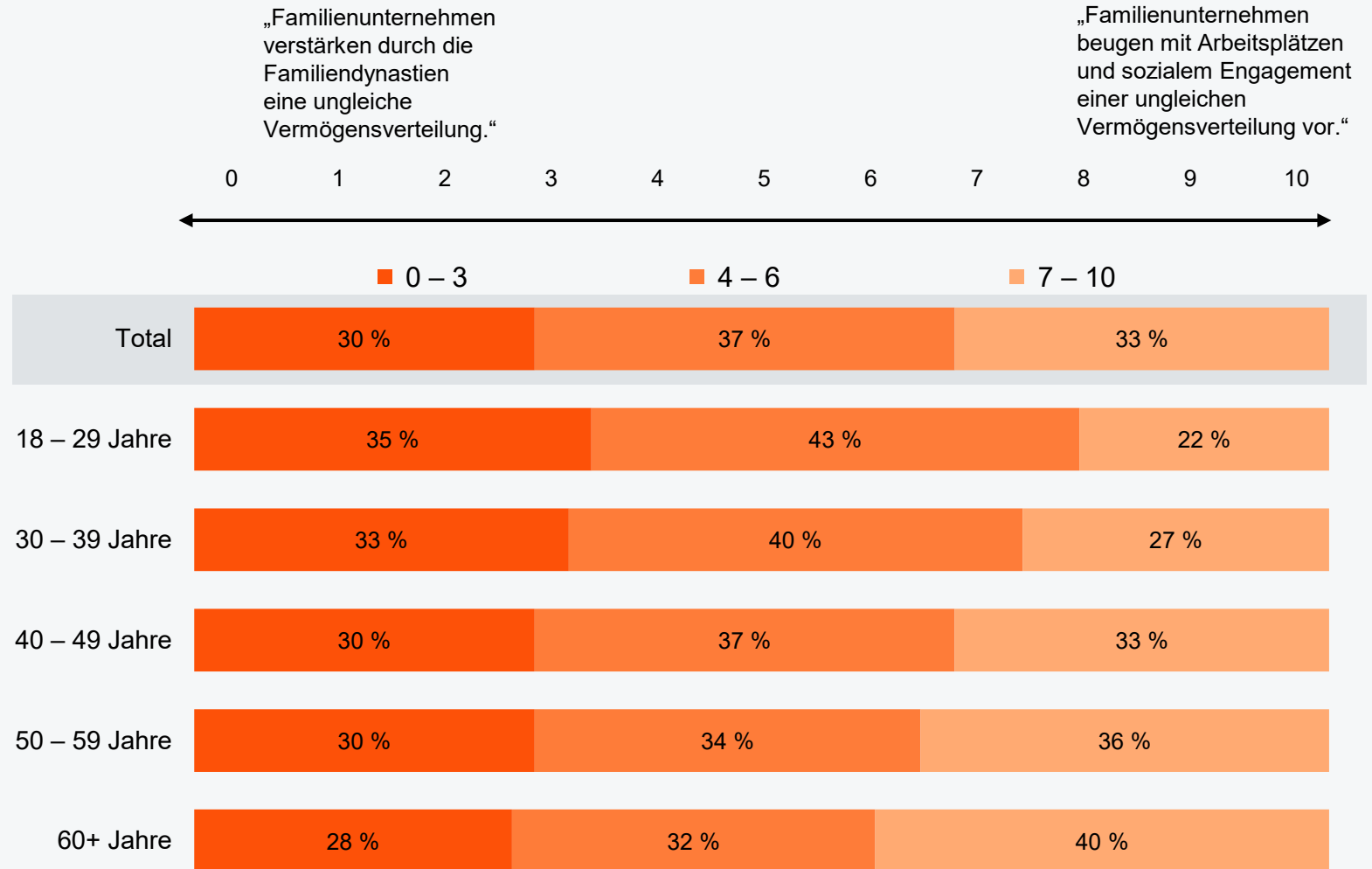
Welche Rolle spielen Familienunternehmen bei der Vermögensverteilung?

Einfluss auf die Vermögensverteilung

Wenn, dann sind eher ältere Menschen der Ansicht, dass Familienunternehmen durch die Schaffung von Arbeitsplätzen und ihr soziales Engagement dazu beitragen, einer ungleichen Vermögensverteilung entgegenzuwirken.

Frage 11: Soziale Ungleichheit generell und die ungleiche Verteilung von Privatvermögen sind auch in Deutschland wichtige Themen. Was glauben Sie, welche Rolle Familienunternehmen dabei spielen?

Basis: alle Befragten, N = 2.000 (skalierte Abfrage, Schieberegler 0 - 10)



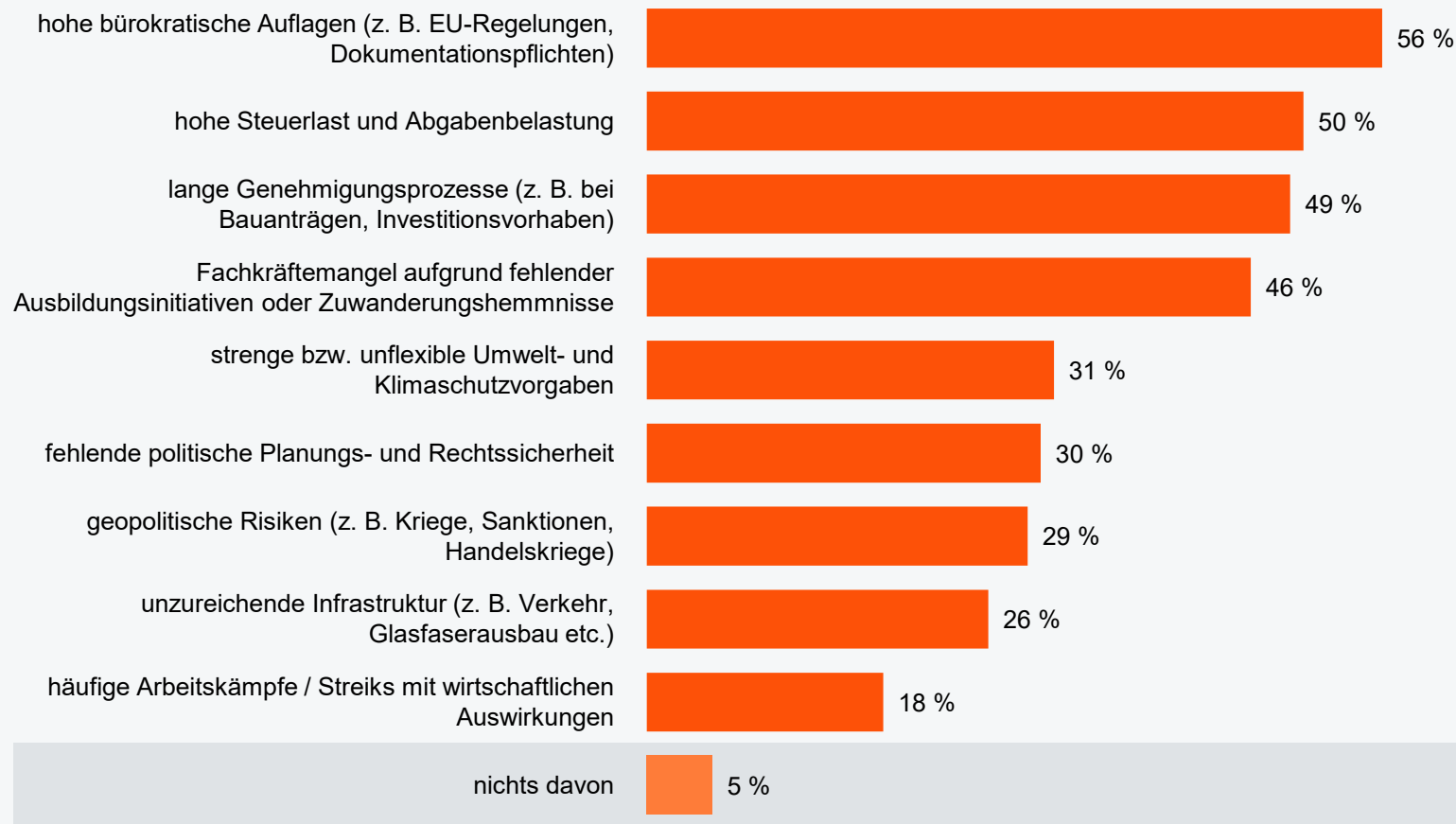
Welche politischen Herausforderungen gibt es?

Politische Herausforderungen

Die größte Herausforderung für Familienunternehmen sind die hohen bürokratischen Auflagen, wie z. B. EU-Regelungen oder Dokumentationspflichten.

Frage 12: Welche der folgenden politischen Rahmenbedingungen stellen aus Ihrer Sicht aktuell die größten Herausforderungen für Familienunternehmen dar?

Basis: alle Befragten, N = 2.000 (Mehrfachnennung)



Welche politischen Herausforderungen gibt es?

Politische Herausforderungen

Viele politische Rahmenbedingungen werden insbesondere von älteren Menschen als Herausforderung für Familienunternehmen angesehen.

Frage 12: Welche der folgenden politischen Rahmenbedingungen stellen aus Ihrer Sicht aktuell die größten Herausforderungen für Familienunternehmen dar?

Basis: alle Befragten, N = 2.000 (Mehrfachnennung)



	Total	Alter (Jahre)				
		18 – 29	30 – 39	40 – 49	50 – 59	60+
Basis	2.000	314	316	296	352	722
hohe bürokratische Auflagen (z. B. EU-Regelungen, Dokumentationspflichten)	56 %	36 %	39 %	49 %	58 %	74 %
hohe Steuerlast und Abgabenbelastung	50 %	33 %	37 %	46 %	56 %	62 %
lange Genehmigungsprozesse (z. B. bei Bauanträgen, Investitionsvorhaben)	49 %	26 %	35 %	39 %	50 %	68 %
Fachkräftemangel aufgrund fehlender Ausbildungsinitiativen oder Zuwanderungshemmnisse	46 %	31 %	36 %	40 %	51 %	57 %
strenge bzw. unflexible Umwelt- und Klimaschutzvorgaben	31 %	21 %	24 %	24 %	35 %	40 %
fehlende politische Planungs- und Rechtssicherheit	30 %	20 %	26 %	25 %	32 %	36 %
geopolitische Risiken (z. B. Kriege, Sanktionen, Handelskriege)	29 %	26 %	28 %	26 %	26 %	32 %
unzureichende Infrastruktur (z. B. Verkehr, Glasfaserausbau etc.)	26 %	20 %	24 %	23 %	24 %	32 %
häufige Arbeitskämpfe / Streiks mit wirtschaftlichen Auswirkungen	18 %	19 %	24 %	16 %	15 %	16 %
nichts davon	5 %	3 %	5 %	6 %	8 %	5 %

Wie soll die Erbschaftsteuer ausgestaltet werden?

Anpassungen der Erbschaftsteuer (1/2)

Rund ein Drittel der Deutschen ist der Ansicht, dass Familienunternehmen insgesamt steuerlich entlastet werden sollten, um Investitionen und Standortbindung zu fördern. Mit einer Anpassung der Erbschaftsteuer sollte vor allem betrieblich gebundenes Vermögen stärker geschont werden als privates Kapitalvermögen.

Frage 13: Die Ausgestaltung der bestehenden Erbschaftsteuer wird in der Politik immer wieder diskutiert – insbesondere im Hinblick auf Unternehmensnachfolgen. Wie stehen Sie zu möglichen Anpassungen der Erbschaftsteuer?

Basis: alle Befragten, N = 2.000 (Mehrfachnennung)

Familienunternehmen sollten insgesamt steuerlich entlastet werden, um Investitionen und Standortbindung zu fördern.



Betrieblich gebundenes Vermögen (z. B. Maschinen, Immobilien) sollte bei der Erbschaftsteuer stärker geschont werden als privates Kapitalvermögen.



Statt Erbschaften zu besteuern, sollte der Fokus stärker auf der Besteuerung von laufenden Unternehmensgewinnen liegen.



Die Erbschaftsteuer sollte bei Unternehmensnachfolgen ganz entfallen, wenn das Unternehmen fortgeführt wird.



Es ist richtig, dass Erbschaften – auch bei Unternehmen – grundsätzlich besteuert werden, unabhängig davon, ob das Vermögen privat oder betrieblich gebunden ist.



Es sollte keine Änderungen an der aktuellen Erbschaftsteuer geben.



weiß nicht



Wie soll die Erbschaftsteuer ausgestaltet werden?

Anpassungen der Erbschaftsteuer (2/2)

Vor allem Ältere sind der Ansicht, dass Familienunternehmen steuerlich entlastet werden sollten.

Frage 13: Die Ausgestaltung der bestehenden Erbschaftsteuer wird in der Politik immer wieder diskutiert – insbesondere im Hinblick auf Unternehmensnachfolgen. Wie stehen Sie zu möglichen Anpassungen der Erbschaftsteuer?

Basis: alle Befragten, N = 2.000 (Mehrfachnennung)

	Total	Alter (Jahre)				
		18 – 29	30 – 39	40 – 49	50 – 59	60+
Basis	2.000	314	316	296	352	722
Familienunternehmen sollten insgesamt steuerlich entlastet werden, um Investitionen und Standortbindung zu fördern.	36 %	27 %	34 %	37 %	36 %	41 %
Betrieblich gebundenes Vermögen (z. B. Maschinen, Immobilien) sollte bei der Erbschaftsteuer stärker geschont werden als privates Kapitalvermögen.	32 %	26 %	28 %	26 %	32 %	39 %
Statt Erbschaften zu besteuern, sollte der Fokus stärker auf der Besteuerung von laufenden Unternehmensgewinnen liegen.	28 %	29 %	32 %	28 %	27 %	26 %
Die Erbschaftsteuer sollte bei Unternehmensnachfolgen ganz entfallen, wenn das Unternehmen fortgeführt wird.	27 %	19 %	27 %	26 %	25 %	32 %
Es ist richtig, dass Erbschaften – auch bei Unternehmen – grundsätzlich besteuert werden, unabhängig davon, ob das Vermögen privat oder betrieblich gebunden ist.	22 %	30 %	27 %	21 %	20 %	18 %
Es sollte keine Änderungen an der aktuellen Erbschaftsteuer geben.	5 %	5 %	4 %	7 %	6 %	5 %
weiß nicht	13 %	11 %	11 %	12 %	14 %	13 %

Hintergrund und Untersuchungsansatz



Hintergrund

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



Untersuchungsansatz

- Erhebungsmethode: Onlinepanelbefragung
- Zielgruppe: deutschsprachige Bevölkerung ab 18 Jahren
- Stichprobengröße: $N = 2.000$
- Erhebungszeitraum: Mai 2025
- Die Ergebnisse sind auf ganze Zahlen gerundet.
- Für die Darstellung eines Zeitvergleichs wird auf die Ergebnisse der Studien aus 2021 und 2023 an entsprechenden Stellen hingewiesen.

Statistik



Geschlecht	Total
männlich	49 %
weiblich	51 %

Alter	Total
18 – 29 Jahre	16 %
30 – 39 Jahre	15 %
40 – 49 Jahre	15 %
50 – 59 Jahre	18 %
60+ Jahre	36 %

Haushaltsgröße	Total
1 Person	30 %
2 Personen	39 %
3 Personen	16 %
4 Personen und mehr	15 %

Kinder unter 18 Jahren im Haushalt	Total
ja	25 %
nein	75 %

höchster Bildungsabschluss	Total
kein allgemeiner Schulabschluss	1 %
Volks-/Hauptschule	15 %
Mittlere Reife	36 %
Fachhochschulreife/Abitur	25 %
abgeschlossenes Studium	22 %
keine Angabe	1 %

Familienstand	Total
ledig	30 %
verheiratet/mit Partner bzw. Partnerin zusammenlebend	53 %
geschieden/verwitwet/getrennt lebend	16 %
keine Angabe	1 %

Basis: alle Befragten, N = 2.000 (Einfachnennung)

Statistik



monatliches Haushaltsnettoeinkommen	Total
unter 1.000 Euro	6 %
1.000 bis unter 2.000 Euro	23 %
2.000 bis unter 3.000 Euro	27 %
3.000 bis unter 4.000 Euro	20 %
4.000 Euro und mehr	18 %
keine Angabe	6 %

Berufstätigkeit	Total
in Ausbildung (Schüler, Student, Auszubildender/Lehrling)	6 %
berufstätig (Voll- bzw. Teilzeit)	61 %
nicht (mehr) berufstätig (z. B. Rente, Pension)	33 %

Arbeitgeber	Total
Familienunternehmen	29 %
Konzern	25 %
Start-up Unternehmen	6 %
Nichtregierungsorganisation	10 %
Behörde oder öffentliche Einrichtung	15 %
in keinem Unternehmen (selbständig/freiberuflich tätig)	15 %

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 = 2.000 (Einfachnennung)

Ihre Ansprechpartnerin

Corinna Freudig

PwC | Communications & Marketing
Friedrich-Ebert-Anlage 35-37
60327 Frankfurt

Telefon: +49 69 95855555
Mobil: +49 160 90861204
E-Mail: corinna.freudig@pwc.com

pwc.com

© Juni 2025 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.