

Pressemitteilung

10. Mai 2023

Commerzbank-Mittelstandsstudie: Unternehmen trotzen multiplen Krisen

- **Der Mittelstand ist für die Zukunft gut aufgestellt. 75 Prozent der befragten Mittelständler schätzen sich als sehr oder eher resilient ein**
- **Für drei Viertel der Unternehmen ist der Fach- und Arbeitskräftemangel die größte Herausforderung**
- **Michael Kotzbauer: „Wir müssen den Unternehmen das Leben einfacher machen.“**

Zwei Drittel der mittelständischen Unternehmen spüren negative Auswirkungen der aktuellen vielschichtigen Krisenlage. Dennoch schätzen sie in der Mehrzahl ihre eigene unternehmerische Resilienz als hoch ein. Das zeigt die 22. Studie der Commerzbank Initiative Unternehmerperspektiven mit dem Titel "Wirtschaft nach der Zeitenwende: Wie resilient ist der Mittelstand?". Die vom Marktforschungsunternehmen forsa im Auftrag der Bank durchgeführte Befragung von 1.500 Unternehmen untersucht, wie krisenfest Unternehmen angesichts der wirtschaftlichen Zeitenwende sind.

Arbeits- und Fachkräftemangel ist die größte Herausforderung

Es gibt einige Auswirkungen der derzeitigen Krisenlage, die Unternehmen besonders beschäftigen, etwa die gestiegenen Energiepreise (72 Prozent). Doch das mit 74 Prozent am häufigsten genannte Thema ist nicht zwangsläufig an die akuten Entwicklungen gekoppelt: Der Arbeits- und Fachkräftemangel stellt Mittelständler vor die größten Herausforderungen. Die vieldiskutierten Krisenthemen „gestiegene Rohstoffpreise“ (63 Prozent) oder „gestörte Lieferketten“ (54 Prozent) machen den Unternehmen ebenfalls zu schaffen.

Flexibilität und eine gute Kapitalausstattung machen resilient

Die Unternehmen wurden zunächst gefragt, was krisenfeste Unternehmen ausmacht und welche Aspekte der Resilienz sie für die wichtigsten halten. 79 Prozent der Befragten nennen Flexibilität und Anpassungsfähigkeit als die wichtigsten Eigenschaften, um Krisen abfedern zu können. Auch eine gute Eigenkapitaldecke und Diversifizierung machen Unternehmen laut eigenen Angaben widerstandsfähiger gegen krisenhafte Unwägbarkeiten. Doch „softere“ Faktoren spielen ebenfalls eine große Rolle: Resilient ist demnach, wer die Krise als Chance begreift und gut vernetzt ist – das sagen 64 beziehungsweise 63 Prozent der Unternehmen. Drei Viertel der Unternehmen schätzen sich in diesem Sinne als sehr resilient oder eher resilient ein.

Krisenstrategien: Die Hälfte der Unternehmen setzt auf mehr Tempo

Auch wenn Anpassungsfähigkeit bei den Unternehmerinnen und Unternehmern großgeschrieben wird – nicht alle sehen hier einen vermehrten Handlungsbedarf. Etwa die Hälfte der Befragten hält an den bisherigen vertrauten Krisenstrategien fest. Die andere Hälfte sieht jedoch die Notwendigkeit, sich noch schneller und fortlaufend anzupassen, um widerstandsfähiger zu werden. Bei der Frage nach dem besten Führungsstil zur Krisenbewältigung setzen knapp zwei Drittel auf Kooperation und binden die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in die Maßnahmen mit ein.

Weichenstellungen erfordern beides – Einsparungen und Investitionen

Welche Maßnahmen das sind – auch das ist Gegenstand der Studie. Etwa die Hälfte der Unternehmen hat bereits einiges auf den Weg gebracht, um sich anzupassen. Hier stehen die Optimierung des Energiebedarfs (56 Prozent), aber auch die Kostensenkungen (48 Prozent) und die Diversifizierung in der Beschaffung (39 Prozent) im Fokus. Damit lassen es die Befragten nicht bewenden – in Zukunft stehen auch einige eher langfristige Maßnahmen auf dem Plan, etwa die Entwicklung neuer Geschäftsmodelle. In jedem Fall sind sich die Unternehmen darüber im Klaren, dass es ohne höhere Investitionen nicht gehen wird.

Unterstützung ist gefragt

Wer auf diese Weise Maßnahmen ergreift, sieht auch die Chancen, die darin stecken. 76 Prozent der Unternehmen nennen hier die Optimierung von Prozess- und Kosteneffizienz als positiven Effekt. Auch die Imagepflege oder die Steigerung der Arbeitgeberattraktivität (jeweils 62 Prozent) werden jetzt im Zuge der Krisenmaßnahmen angegangen. So ergibt sich eine insgesamt positive Tendenz: Drei Viertel der Unternehmen sehen sich für die Zukunft gut gerüstet. Weit über die Hälfte von ihnen holt sich dabei Unterstützung im eigenen Umfeld – durch Geschäftspartner, andere Unternehmer oder ihre Verbände. Doch vor allem bei ihren größten Herausforderungen, dem Arbeits- und Fachkräftemangel, den Energie- und Rohstoffpreisen sind ihren Möglichkeiten Grenzen gesetzt. Hier kommt es ganz besonders auf die politischen Rahmenbedingungen an.

Die Bank hat als Partner eine besondere Rolle

Für 83 Prozent der Befragten ist es sehr wichtig beziehungsweise eher wichtig, dass ihre Bank als zuverlässiger Partner an ihrer Seite steht. Spezielle Finanzierungsangebote, aber auch die Beratung werden als wichtig und hilfreich erachtet. „Der deutsche Mittelstand hat seine Hausaufgaben gemacht und stellt seine Resilienz auch in dieser Krise erneut unter Beweis. Doch jetzt geht es auch um Investitionen, um heute die Transformation für die Zukunft zu starten. Als Mittelstandsbank sind wir hier nicht nur Finanzierer, sondern auch kompetente Berater, beispielsweise wenn es um die Diversifizierung von Lieferbeziehungen oder neue Netzwerke

geht“, so Michael Kotzbauer, Firmenkundenvorstand der Commerzbank und ergänzt: „Wir müssen in Deutschland den Unternehmen insgesamt das Leben einfacher machen. Dafür braucht es die gemeinsame Anstrengung von Banken, Politik, Verwaltung und Wirtschaft, um die richtigen Rahmenbedingungen zu schaffen.“ Michael Kellner, Parlamentarischer Staatssekretär beim Bundesminister für Wirtschaft und Klimaschutz und Mittelstandsbeauftragter der Bundesregierung betont: „Überzeugende Antworten auf die Frage, wie sich Krisenresilienz und Wettbewerbsfähigkeit stärken lassen, gewinnen wir nur gemeinsam mit der Wirtschaft. Daher habe ich letztes Jahr den Dialog- und Arbeitsprozess ‚Mittelstand, Klimaschutz und Transformation‘ gestartet.“

Die Initiative „Unternehmerperspektiven“ und ihre Studien

Die Mittelstandsinitiative „Unternehmerperspektiven“ bildet seit 2006 ein Forum für unternehmerische Themen in der Öffentlichkeit. Einmal jährlich befragt sie 1.500 bis 2.000 Eigentümer und Manager der ersten Führungsebene von Unternehmen aller Größenordnungen und Branchen. Die repräsentativen Umfragen werden von forsa durchgeführt. Vertreter aus Wirtschaft, Verbänden, Politik und Wissenschaft diskutieren die Ergebnisse im Rahmen öffentlicher Podien.

Weitere Informationen unter www.unternehmerperspektiven.de.

Pressekontakt

Andreas Framke +49 69 136-27871
Barbara Stein +49 69 136-46273

Über die Commerzbank

Die Commerzbank ist die führende Bank für den Mittelstand und starker Partner von rund 26.000 Firmenkundenverbänden sowie knapp 11 Millionen Privat- und Unternehmerkunden in Deutschland. In zwei Geschäftsbereichen – Privat- und Unternehmerkunden sowie Firmenkunden – bietet die Bank ein umfassendes Portfolio an Finanzdienstleistungen. Die Commerzbank wickelt rund 30 Prozent des deutschen Außenhandels ab und ist im Firmenkundengeschäft international in knapp 40 Ländern vertreten. Die Bank konzentriert sich auf den deutschen Mittelstand, Großunternehmen sowie institutionelle Kunden. Im internationalen Geschäft begleitet die Commerzbank Kunden mit einem Geschäftsbezug zu Deutschland und Unternehmen aus ausgewählten Zukunftsbranchen. Im Segment Privat- und Unternehmerkunden steht die Bank mit den Marken Commerzbank und comdirect an der Seite ihrer Kunden: online und mobil, im Beratungszentrum und persönlich vor Ort. Die polnische Tochtergesellschaft mBank S.A. ist eine innovative Digitalbank und betreut rund 5,7 Millionen Privat- und Firmenkunden überwiegend in Polen sowie in der Tschechischen Republik und der Slowakei.