

Umfrage von Visible:

Deutschlands Unternehmen im Krisenmodus

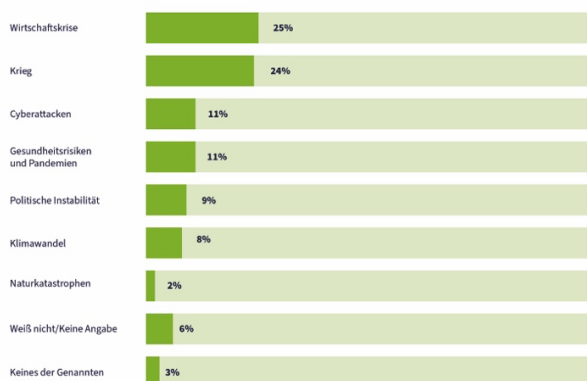
- Wirtschaftskrise und Krieg – die Urängste sind zurück
- Kostenanstieg, Umsatzrückgang und Forderung nach Unterstützung
- Befürchtung: Noch mehr Krisen in den nächsten Jahren

Hamburg, 02. Mai 2022 – Die kleinen und mittleren Unternehmen in Deutschland sind im Krisenmodus und erwarten, dass es noch schlimmer wird. Das hat der B2B-Plattformbetreiber Visible in einer Umfrage mit dem Meinungsforschungsinstitut YouGov herausgefunden. Es dominieren die Urängste: Wirtschaftskrise und Krieg werden von 25 bzw. 24 Prozent der Befragten als größte Bedrohung für die Geschäftstätigkeit ihres Unternehmens genannt. Mehr als zwei Drittel (68 Prozent) der teilnehmenden Entscheider befürchten außerdem, dass es Krisen dieser Größenordnung in den nächsten drei Jahren sogar noch häufiger (44 Prozent) oder viel häufiger (24 Prozent) geben wird. Auffällig: Corona verliert an Gewicht. Nur noch 11 Prozent der Befragten sehen darin die derzeit größte Bedrohung. Damit liegt die Pandemie nach Stimmen sogar noch knapp hinter Cyberattacken (ebenfalls 11 Prozent).

Die Bedrohung durch die in der Umfrage genannten Krisenszenarien ist für KMU in Deutschland real und lässt sich in Umsatzeinbußen beziffern: 35 Prozent der befragten Entscheider geben an, dass ihr Unternehmen seit Anfang 2021 bis zu einem Viertel des Umsatzes durch die großen Krisen eingebüßt hat. Fast jedes fünfte Unternehmen (18 Prozent) hat sogar noch höhere Umsatzverluste erlitten. Peter F. Schmid, CEO von Visible, zu den Ergebnissen: „KMU haben gerade richtig zu kämpfen. Auf eine Krise folgt die nächste. Zentrales Thema für die nächsten Jahre wird sein, unseren Mittelstand krisenfest zu machen. Sonst ist der Wohlstand in ganz Deutschland und in Europa bedroht.“

Bedrohung für KMU

Von welchem dieser Krisenszenarien geht die größte Bedrohung für Ihre Geschäftstätigkeit aus?



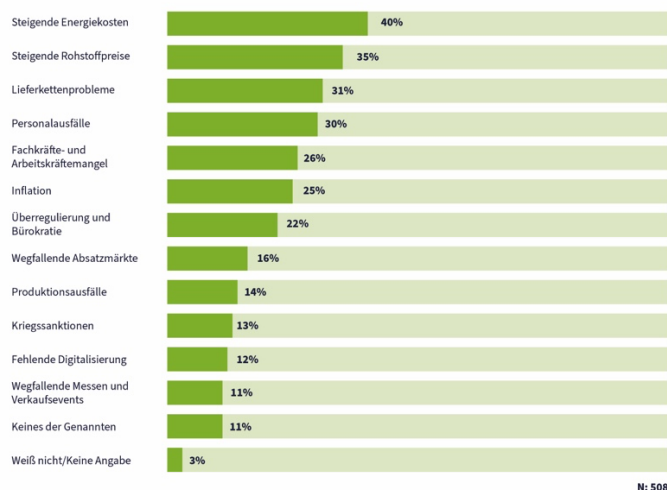
N: 508

Steiler Kostenanstieg bedroht den Geschäftserfolg

Konkret machen den Unternehmen vor allem die massiv steigenden Kosten zu schaffen: 40 Prozent der Befragten sehen die steigenden Energiekosten als Bedrohung für ihren Geschäftserfolg. Immer noch mehr als ein Drittel (35 Prozent) der Entscheider sehen das Geschäftsergebnis durch steigende Rohstoffpreise bedroht, 31 Prozent klagen über Lieferkettenprobleme. Die Personalabteilungen haben zudem mit Ausfällen durch Krankheit und Quarantäne (30 Prozent) sowie Fachkräfte- und Arbeitskräftemangel (26 Prozent) zu kämpfen – eine Herausforderung, die deutsche KMU schon lange begleitet. Die anziehende Inflation ist für ein Viertel der Befragten (25 Prozent) ein akutes Problem. Schmid kommentiert: „Bereits die Pandemie und ihre Folgen und jetzt der Krieg in der Ukraine haben die Kosten in vielen Bereichen teilweise dramatisch ansteigen lassen. Energiekosten sind die Brotpreise des 21. Jahrhunderts. Das Problem trifft direkt (bei Benzin oder Heizungen) aber insbesondere indirekt (durch steigende Produktionskosten in der Industrie) die gesamte Bevölkerung. Wir müssen unsere einseitigen Abhängigkeiten bei Energie und auch Rohstoffen schnell und massiv reduzieren. Nur so ist Resilienz gegen Krisen erreichbar.“

Auswirkungen der Krisen

Welche der folgenden konkreten Problemfelder bedrohen derzeit den Betriebserfolg Ihres Unternehmens besonders stark?



KMU-Forderungen an die Politik: Digitale Infrastruktur, Klimaschutz, mehr Europa

Die Unternehmen beugen selbst mit einem breiten Maßnahmenkatalog gegen kommende Krisen vor: Jedes fünfte (20 Prozent) hat dafür bereits betriebliche Notfallpläne in der Schublade liegen. Weitere Vorsorgemaßnahmen sind die Bevorratung von Materialien (18 Prozent), erhöhte Rückstellungen (16 Prozent) und Investitionen in die IT-Kompetenz (16 Prozent). Daneben stehen sehr deutliche Forderungen an die Politik zur Steigerung der Resilienz gegen Krisen. Die beiden meistgenannten Punkte sind recht klassisch: Am häufigsten wünschen sich KMU Bürokratieabbau und größere gesetzliche Flexibilität (38 Prozent). Steuersenkungen und andere finanzielle Unterstützung liegen mit 36 Prozent auf Platz 2 der Rangliste. Auf den Plätzen 3 und 4 folgen die

Megathemen unserer Zeit: Bessere digitale Infrastruktur (30 Prozent) und schärfere Maßnahmen gegen den Klimawandel sowie Investitionen in Umweltschutz (29 Prozent). Die deutschen KMU setzen außerdem voll auf Europa: 28 Prozent schreiben der Politik eine stärkere europäische Zusammenarbeit ins Pflichtenheft.

Krisenstimmung in allen Kernmärkten von Visible

Dass nicht nur in Deutschland die Krise in den Köpfen der KMU-Entscheider steckt, zeigen parallele Befragungen über YouGov in Frankreich, Österreich und in der Schweiz: Überall erwarten mehr als zwei Drittel der Befragten häufigere Krisen in den nächsten drei Jahren. Am pessimistischsten sind dabei die Franzosen: Hier fürchten insgesamt 72 Prozent häufigere Krisen, knapp dahinter folgt die Schweiz mit 71 Prozent, in Österreich liegt der Wert mit 68 Prozent gleichauf mit dem deutschen Ergebnis. Schmid dazu: „So viele Krisen wie im Moment gab es in Mitteleuropa zum Glück sehr lange nicht mehr. Es ist beunruhigend, dass über zwei Drittel aller KMUs in einer solch zugespitzten Lage von einer weiteren Verschlimmerung ausgehen. Wer Angst hat, der investiert weniger in die Zukunft.“

Digitalisierung öffnet Wege zur Lösung vernetzter Probleme

Viele Herausforderungen könnten Unternehmen lösen, indem sie Geschäftsbereiche und Prozesse in den digitalen Raum überführen. So ließe sich beispielsweise der Einkauf über digitale B2B-Plattformen diversifizieren, um Problemen in der Lieferkette und steigenden Rohstoffpreisen sowie dem steigenden Nachhaltigkeitsbewusstsein zu begegnen. Bereits 15 Prozent der deutschen KMU setzen laut der Umfrage die Diversifizierung des Einkaufs als Vorbeugemaßnahme gegen Krisen um. Schmid stellt hierzu fest: „Über unsere beiden europaweit führenden Online-B2B-Plattformen wlw und EUROPAGES finden Einkäufer dank unserer KI-gestützten Volltextsuche schnell und unkompliziert, was auch immer sie suchen.“

Die Online-Umfragen wurden vom 5.-10. April vom Marktforschungsinstitut YouGov durchgeführt. In Deutschland nahmen 508 Personen mit Entscheidungsbefugnis in kleinen und mittleren Unternehmen teil, in Frankreich 530 Personen, in der Schweiz und in Österreich wurden jeweils 217 Menschen befragt.

Die gesamten Ergebnisse der Befragung können auf Anfrage gerne zur Verfügung gestellt werden.



Peter F. Schmid, CEO von Visible

Pressekontakt

Visible GmbH
Carsten Brandt
ABC-Straße 21
20354 Hamburg
+49 40 2 54 40-131
carsten.brandt@visible.com

Pressekontakt

TDUB Kommunikationsberatung
Daniel Gerloff, Karsten Hoppe
Hongkongstraße 7
20457 Hamburg
+49 40 80 79 212-27
visible@tdub.de

Über Visible

Visible unterstützt den industriellen Mittelstand, Produkte und Dienstleistungen für Einkäufer international zugänglich zu machen. Als speziell auf Geschäftskunden zugeschnittene Verbindung aus eigenen B2B-Plattformen und Online-Marketing-Services wie zum Beispiel Google Ads und Retargeting bietet das Unternehmen ein breit gefächertes digitales Portfolio zur Reichweiten-Steigerung im Internet.

Zu den von der Visible GmbH betriebenen Plattformen gehören wlw („Wer liefert was“), heute die führende B2B-Plattform in der D-A-CH-Region, sowie die europäische B2B-Plattform EUROPAGES, auf denen rund 3 Millionen Firmen registriert sind. Zusammen erreichen die Plattformen monatlich über 4 Millionen B2B-Einkäufer, die nach detaillierten Unternehmens- und Produktinformationen suchen. Mit seinen Online-Marketing-Services bietet Visible Unternehmen zusätzliche Möglichkeiten, ihre Reichweite im Internet zu erhöhen.

Das Unternehmen Visible entstand als Antwort auf die Herausforderungen der Internationalisierung und Digitalisierung im B2B-Bereich und beschäftigt heute an seinen Standorten Hamburg, Berlin, Münster und Paris rund 480 Mitarbeiter. Als gemeinsames Dach für die Marken wlw und EUROPAGES baut Visible seine B2B-Plattformen und Online-Marketing-Services kontinuierlich aus.

Weitere Artikel, Informationen, Pressemitteilungen und Downloads finden Sie unter https://www.visible.com/de_de/ueber-uns/presse