**Pressemitteilung**

**Image deutscher Familienunternehmen:   
Als Arbeitgeber beliebt, volkswirtschaftlich unterschätzt**

**Für 35 Prozent der Bürger:innen in Deutschland sind Familienunternehmen Wunsch-Arbeitgeber / Gerade junge Generation zieht es zu dieser Unternehmensform / Wirtschaftliche Stärke und Stabilität werden im Vergleich zu Konzernen stark unterschätzt**

***Frankfurt, 14. August 2025.*** Hochgeschätzt als Arbeitgeber, stark unterschätzt, wenn es um die wirtschaftliche Stärke geht: Das ist das Spannungsfeld, in dem sich die deutschen Familienunternehmen bewegen. In Sachen wirtschaftliche Stärke und Stabilität liegen Konzerne aus Perspektive der Deutschen mit 52 Prozent klar vor Familienunternehmen, die nur auf 13 Prozent kommen. Dennoch sind eigentümergeführte Unternehmen die beliebtesten Arbeitgeber in Deutschland, wie 35 Prozent bestätigen. Gerade für die umworbene junge Zielgruppe der Gen Z in Ausbildung sind Familienunternehmen der Wunsch-Arbeitgeber – weit vor Konzernen (39 Prozent versus 10 Prozent). Das sind zentrale Ergebnisse einer Umfrage der Wirtschaftsprüfungs- und Beratungsgesellschaft PwC Deutschland zum Image von Familienunternehmen unter 2.000 Bürger:innen in Deutschland.

„Familienunternehmen stehen nach wie vor im Schatten der großen Konzerne. Dabei sind sie das eigentliche Rückgrat der deutschen Wirtschaft. Eigentümergeführte Unternehmen stellen mehr als die Hälfte der Arbeitsplätze in Deutschland, sie tragen die Hälfte zum Gesamtumsatz der deutschen Wirtschaft bei und schaffen fast 60 Prozent der Ausbildungsplätze “, sagt Uwe Rittmann, Leiter Familienunternehmen und Mittelstand bei PwC Deutschland. „Es überrascht mich sehr, dass Image und Realität noch immer so weit auseinanderliegen. Familienunternehmen müssen insbesondere angesichts des Fachkräftemangels endlich aus dem Hidden heraustreten und sichtbarer werden.“

**Familienunternehmen haben ein Imageproblem**

Nicht nur in puncto wirtschaftliche Stärke, sondern zum Beispiel auch bei der internationalen Wettbewerbsfähigkeit (63 versus 8 Prozent) liegen Konzerne nach Einschätzung der Bürger:innen mit großem Abstand vor Familienunternehmen. Ein ähnliches Bild zeichnet sich bei weiteren „Hard Facts“ wie Rendite, Krisenfestigkeit und finanzielle Stabilität ab – auch in diesen Punkten schneiden Familienunternehmen schlechter als Konzerne ab. „Viele Menschen wissen nicht, dass zahlreiche internationale Weltmarktführer – die Hidden Champions – aus Deutschland stammen und finanziell ausgesprochen stabil aufgestellt sind. Um als internationale Player mehr Anerkennung zu bekommen, müssen deutsche Familienunternehmen ihre Leistung dringend offensiver kommunizieren und ihre Marke ausbauen – im Hinblick auf Fachkräfte und weitere Stakeholder“, kommentiert Uwe Rittmann.

**Hohes Vertrauen in Familienunternehmen als Arbeitgeber**

Doch es gibt auch gute Nachrichten: Als Arbeitgeber können Familienunternehmen überzeugen. Wie in der Vergleichsbefragung aus dem Jahr 2023 sind Familienunternehmen weiterhin die Wunsch-Arbeitgeber und haben damit die öffentliche Hand, die in den Jahren 2019 und 2021 am besten abschnitt, abgelöst. Diese landet aktuell nur noch auf Platz 2 der beliebtesten Arbeitgeber, gefolgt von Konzernen, Startups und Nichtregierungsorganisationen (NGO). „Offenbar schätzen die Menschen in einer unruhigen Welt die Sicherheit, ein stabiles Wertesystem und die langfristige Orientierung, die Familienunternehmen ihnen bieten können“, erklärt Uwe Rittmann. „Familienunternehmen wird ein großes Vertrauen entgegengebracht. Obwohl sie bei Gehalt, Karriere- und Weiterbildungsmöglichkeiten schlechter abschneiden als Konzerne – Faktoren, die Angestellten eigentlich sehr wichtig sind.“

**Bürokratie und Steuerlast gelten als größte Hemmnisse**

Trotz des großen Vertrauens gibt es einen Aspekt, der den Studienteilnehmer:innen Sorge bereitet: Sie halten Familienunternehmen für gefährdeter als andere Unternehmensformen, weil ein Ausfall auf Inhaberebene oder ein Streit innerhalb der Familie die Firma in schwere Turbulenzen bringen kann. Dem stimmen 84 Prozent zu – acht Prozentpunkte mehr als in der Vergleichsbefragung aus dem Jahr 2021. „Das mag an der medialen Berichterstattung zu schwierigen Nachfolgeregelungen liegen. Dazu kommt, dass viele Unternehmerfamilien sich gerade im Hinblick auf die schwierigen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen, technologischer Disruption und des demographischen Wandels die Frage stellen, ob sie noch der richtige Gesellschafter für das Unternehmen sind“, kommentiert Uwe Rittmann.

**Bevölkerung weiß um die schwierigen Rahmenbedingungen**

Gleichzeitig zeigen die Umfrageergebnisse, dass die großen Belastungen für Familienunternehmen von der Bevölkerung erkannt werden. Dazu zählen sie vor allem die hohen bürokratischen Auflagen wie EU-Regelungen und Dokumentationspflichten (56 Prozent), die hohe Steuerlast (50 Prozent), lange Genehmigungsprozesse (49 Prozent) und der Fachkräftemangel (46 Prozent). Mehr als ein Drittel spricht sich dafür aus, dass Familienunternehmen steuerlich entlastet werden sollen, um mehr Investitionen tätigen zu können. Bei der Erbschaftssteuer zeigt sich ein differenzierter Blick: 32 Prozent sprechen sich dafür aus, dass betrieblich gebundenes Vermögen wie Maschinen stärker geschont werden sollte als privates Kapitalvermögen. Aktuelle Herausforderungen wie der Handelskonflikt mit den USA und weitere geopolitische Risiken werden hingegen mit 29 Prozent deutlich unterschätzt.

**„Gefühlte“ Wahrheit versus Realität**

Insgesamt sind die Bedenken zur Widerstandskraft von Familienunternehmen leicht gewachsen: Der Aussage, dass Familienunternehmen besser als andere durch Krisenzeiten kommen, stimmen nur noch 56 Prozent zu (2023 65 Prozent). Dazu kommt, dass nur 14 Prozent Familienunternehmen als krisensicher ansehen (Konzerne 34 Prozent, öffentliche Hand 28 Prozent). „Dabei haben Familienunternehmen in den Krisenzeiten der vergangenen Jahre gezeigt, dass sie resilienter als andere Unternehmensformen sind – nicht zuletzt, weil sie über eine hohe Eigenkapitalquote verfügen und finanziell dadurch unabhängig und investitionsfähig sind.“

**Alle Umfrageergebnisse finden Sie unter**[www.pwc.de/imageumfrage](http://www.pwc.de/imageumfrage)

**Weitere Informationen erhalten Sie bei:**

Corinna Freudig

PwC-Pressestelle

Phone: +49 170 9086-1204

E-Mail: [corinna.freudig@pwc.com](mailto:corinna.freudig@pwc.com)

www.pwc.de/mittelstand

**Übrigens: Wir feiern Geburtstag!**Die Familie. Das Unternehmen und wir. Seit 25 Jahren.   
Mehr unter: www.pwc.de/mm-geburtstag

**Über PwC:**PwC unterstützt seine Kunden dabei, Vertrauen aufzubauen und sich neu zu erfinden. Im PwC-Netzwerk verwandeln mehr als 370.000 Mitarbeitende in 149 Ländern täglich komplexe Herausforderungen in Chancen und Wettbewerbsvorteile. Mit modernsten Technologien und fundiertem Fachwissen in den Bereichen Wirtschaftsprüfung, Steuern, Recht und Beratung tragen wir dazu bei, Momentum zu schaffen, auszubauen und zu erhalten.

PwC Deutschland 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.

Die Bezeichnung PwC bezieht sich auf das PwC-Netzwerk und/oder eine oder mehrere der rechtlich selbstständigen Netzwerkgesellschaften. Weitere Details unter www.pwc.com/structure.