

PRESSEMITTEILUNG

7. Mai 2020

Umfrage: Mittelstand will nach Corona digitaler werden und lokaler produzieren

- McKinsey-Umfrage: Knapp zwei Drittel der mittelständischen Unternehmen erwarten für das zweite Quartal durch Corona Umsatzverluste
- 73% von Ausfällen in der Lieferkette betroffen
- 60% wollen Wettbewerber übernehmen
- Trotz der negativen Effekte sind 77% der Unternehmen optimistisch

DÜSSELDORF. Die COVID-19-Krise hat den deutschen Mittelstand hart getroffen: 73% der kleineren oder mittleren Unternehmen (KMU) sind von Ausfällen in der Lieferkette betroffen. Jedes zweite KMU hat den Betrieb noch gar nicht oder erst teilweise wieder aufgenommen (56%). Entsprechend eingetrübt sind die Umsatzerwartungen. 63% der Unternehmen erwarten für das aktuelle Quartal einen Umsatzrückgang, für fast jedes zehnte beträgt der Einbruch mehr als 50%. Doch es gibt auch Gewinner: 11% der KMU erwarten in diesem Quartal ein Umsatzwachstum.

Trotz der negativen Auswirkungen bleibt der deutsche Mittelstand optimistisch: 77% der befragten Unternehmen blicken positiv in die Zukunft. Dies sind Ergebnisse einer von McKinsey & Company beauftragten Umfrage, an der zwischen dem 24. und 28. April Geschäftsführer und leitende Angestellte aus 522 Unternehmen aus allen Branchen teilnahmen.

„Die aktuelle Krise trifft viele Branchen heftig, wenn auch mit unterschiedlicher Wucht. Gelingt es Unternehmensverantwortlichen nun, die richtigen Weichen zu stellen und sich nicht nur auf die akute Krisenbewältigung zu konzentrieren, können sie sich einen Wettbewerbsvorteil für die Zeit nach der COVID-19-Krise verschaffen“, sagt Niko Mohr, Seniorpartner im Düsseldorfer Büro von McKinsey. Rund 43% der Unternehmen wollen ihre Lieferketten regionalisieren. 81% gehen davon aus, dass bei ihnen die Arbeitsmodelle flexibler werden. 37% der KMU wollen als Reaktion auf die Krise Prozesse automatisieren, 45% in 5G investieren, 36% ins Internet der Dinge (IoT) und ebenfalls 36% in künstliche Intelligenz (KI).

Sieben Ansätze zur Krisenbewältigung

Die McKinsey-Analyse zeigt, an welchen Stellen mittelständische Unternehmen ansetzen können, um nicht zu den Krisenverlierern zu zählen.

- 1. Antizyklisch handeln:** Der Großteil konzentriert sich ausschließlich darauf, Maßnahmen zu formulieren und Stabilität innerhalb kritischer Unternehmensfunktionen wiederherzustellen. Nur 17% der befragten Unternehmen sehen die Krise als Impuls, um notwendige Veränderungen voranzutreiben.
- 2. Kundenverhalten berücksichtigen:** 53% haben gegenläufige Umsatzentwicklungen innerhalb ihrer Produktgruppen festgestellt. Als Reaktion

darauf versuchen 88% der Unternehmen, die Interaktion mit den Kunden zu verbessern. 80% führen neue Produkte, Services oder Geschäftsmodelle ein oder planen dies.

3. **Digitale Lücke schließen:** Die Relevanz der Digitalisierung bleibt unverändert. Für 9 von 10 Unternehmen genießt Digitalisierung einen ungebrochen hohen Stellenwert. Für jedes dritte Unternehmen hat sich die Relevanz durch die aktuelle Krise sogar noch verstärkt. Doch gehen die Unternehmen unterschiedlich mit ihr um: 68% der KMU, die sich in der Corona-Phase Umsatzzuwächse erhoffen, planen oder realisieren aktuell ein komplett neues Geschäftsfeld mit eigenständigen digitalen Produkten oder Dienstleistungen. 37% wollen Prozesse automatisieren, 45% in 5G investieren, 36% ins Internet der Dinge (IoT) und ebenfalls 36% in künstliche Intelligenz (KI).
4. **Lieferketten überprüfen:** Branchenübergreifend sind 73% der KMU von Ausfällen in ihrer Lieferkette betroffen. Diese Negativerfahrung führt dazu, dass 43% der befragten Unternehmen Reshoring-Maßnahmen analysieren, um Teile der Lieferkette wieder näher ans Unternehmen zu rücken. Allerdings zeigen die Analysen einen signifikanten Unterschied zwischen Branchen: Während über 70% der Betroffenen aus IT, Telekommunikation und Finanz- oder Versicherungsdienstleistungen planen, bestehende Lieferketten auf Reshoring-Optionen zu überprüfen, liegt der Anteil in den Sektoren Automobil sowie Anlagen- und Maschinenbau unter 50%.
5. **Arbeitsmodelle flexibilisieren:** Die meisten deutschen KMU erwarten, dass flexible Arbeitsweisen langfristig bestehen bleiben. Auch wenn in 9 von 10 Unternehmen vor den COVID-19 bedingten Einschränkungen eine Präsenzpflcht existierte, erwarten 81%, dass die Corona-Krise die Arbeitsmodelle in ihren Unternehmen nachhaltig flexibilisieren wird.
6. **In Ökosystemen zusammenschließen:** Mittelständische Unternehmen wollen in Zukunft mehr auf eine Idee aus der Digitalwirtschaft setzen: Jedes zweite Unternehmen plant in Zukunft eine stärkere Organisation in Ökosystemen oder Netzwerken mit Wettbewerbern. Über 80% denken, dass Ökosysteme oder Branchennetzwerke die Wettbewerbsfähigkeit des deutschen Mittelstands im internationalen Wettbewerb unterstützt.
7. **Konsolidierungsmaßnahmen einleiten:** 64% der befragten KMU verfolgen bereits oder planen Konsolidierungsmaßnahmen, z.B. strategische Allianzen, Fusionen oder den Einkauf von erfolgskritischem geistigen Eigentum. 60% planen die Übernahme oder den Kauf von Mitbewerbern. Auffällig ist, dass jedes zweite Unternehmen mit positiven Umsatzerwartungen bereits Konsolidierungsmaßnahmen eingeleitet hat.

“Die Befragung zeigt, dass der deutsche Mittelstand viele Maßnahmen erkennt, um erfolgreich aus einer solch einmaligen Krisensituation zu gelangen. Doch zwischen der Erkenntnis und tatsächlichem Handeln klafft eine Lücke. Hier muss der Mittelstand seine Stärke ausspielen: Unternehmertum und Tatkraft,“ sagt Jürgen Meffert, Mittelstandsexperte und Seniorpartner im Düsseldorfer Büro von McKinsey. “Wichtig ist vor allem die Schließung der digitalen Lücke. Die aktuelle Krise hat allen vor Augen geführt, wie wichtig die Entwicklung neuer Geschäftsfelder mit eigenständigen digitalen Produkten und Dienstleistungen ist,“ so Gérard Richter, Leiter von McKinsey Digital und Seniorpartner im Frankfurter Büro von McKinsey.

Mittelstand mit staatlicher Unterstützung unzufrieden

Auch wenn die befragten KMU trotz der wirtschaftlichen Schäden optimistisch bleiben, sehen die Befragten die Rolle des Staates weniger positiv: Nur 21% zeigen sich mit der staatlichen Unterstützung zufrieden. 41% verlangen mehr finanzielle Unterstützung, und 39% fordern bessere gesetzliche Rahmenbedingungen.

Über McKinsey

McKinsey & Company ist die in Deutschland und weltweit führende Unternehmensberatung für das Topmanagement. In partnerschaftlicher Zusammenarbeit mit den Klienten bietet McKinsey unter anderem strategische Beratung, digitale Transformation, Talententwicklung, Risikomanagement, Marketing, Design, Prozessoptimierung und funktionale Exzellenz für Privatunternehmen, öffentliche Einrichtungen und soziale Organisationen. Zu den Klienten zählen 28 der 30 DAX-Konzerne. In Deutschland und Österreich ist McKinsey mit Büros an den Standorten Berlin, Düsseldorf, Frankfurt am Main, Hamburg, Köln, München, Stuttgart und Wien aktiv, weltweit mit über 130 Büros in 65 Ländern. Gegründet wurde McKinsey 1926, das deutsche Büro 1964. Globaler Managing Partner ist Kevin Sneader, für Deutschland und Österreich zuständig ist seit 2014 Cornelius Baur.

Erfahren Sie mehr unter: <https://www.mckinsey.de/uber-uns>

Für weitere Informationen wenden Sie sich bitte an:

Philipp Hühne, Telefon 0211 136-4486,
E-Mail: philipp_huehne@mckinsey.com
www.mckinsey.de/news

Alle Pressemitteilungen im Abo unter <https://www.mckinsey.de/news/kontakt>