

Pressemitteilung

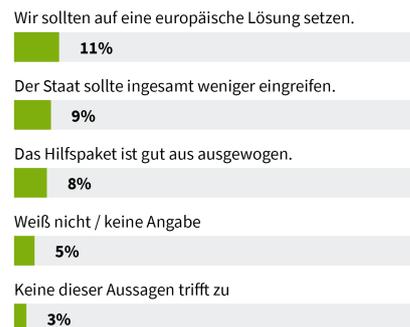
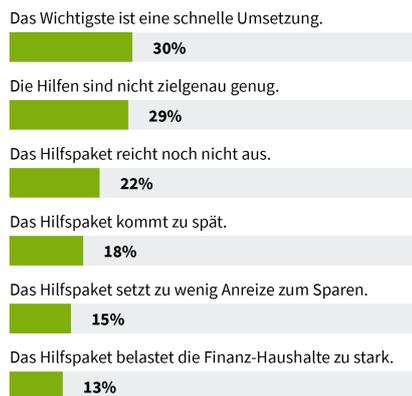
## **Umfrage unter KMU: Große Sorgen vor dem Winter – „es wummst nicht“**

- Unternehmen fürchten hohe Energiekosten, Inflation und Personalausfälle – Hilfsmaßnahmen der Regierung nicht ausreichend?
- „Atomkraft, ja bitte“: 58 Prozent der Befragten wünschen sich mehr Atomkraft als bisher beschlossen

**Hamburg, 26. Oktober 2022 – Eine Umfrage des Instituts YouGov im Auftrag des B2B-Plattformbetreibers Visible unter Entscheidern in kleinen und mittleren Unternehmen ergibt: Die deutschen Unternehmen sorgen sich vor einem schwierigen Winter mit steigenden Energiekosten, Inflation und Personalausfall. Der „Doppel-Wumms“, das Hilfspaket der Regierung, wird nur von 8 Prozent der Befragten als „gut und ausgewogen“ beurteilt. Peter F. Schmid, CEO von Visible und Auftraggeber der Umfrage, sieht klare Anzeichen einer Rezession: „Wenn sich die Befürchtungen der KMU bewahrheiten, hätte das ernste und nachhaltige Schäden für die deutsche Wirtschaft zur Folge.“**

Die Umfrage „Wie kommen KMU durch den Winter 2022/23?“ wurde vom 11.-18. Oktober 2022 durchgeführt und berücksichtigt die aktuellsten Entwicklungen in der deutschen Politik – etwa den „Doppel-Wumms“ und die Frage der Laufzeiten der Atomkraftwerke. Bei beiden Themen weicht die Meinung der Unternehmen offenbar stark von den aktuellen politischen Weichenstellungen ab: Das Hilfspaket der Regierung überzeugt nicht, und die Atomkraft soll nach Meinung der Befragten nicht nur kurzfristig als Krisenbrecher eingesetzt werden, sondern länger verfügbar bleiben. Die Umfrage wurde vor dem Machtwort von Kanzler Scholz durchgeführt, mit dem er die Laufzeit der noch nicht abgeschalteten Atomkraftwerke bis Mitte April 2023 verlängert und den Streit in der Ampelkoalition beendet hatte.

## WAS IST IHRE MEINUNG ZUM „DOPPEL-WUMMS“ DER BUNDESREGIERUNG?\*



\*Auswahl von bis zu zwei Aussagen möglich

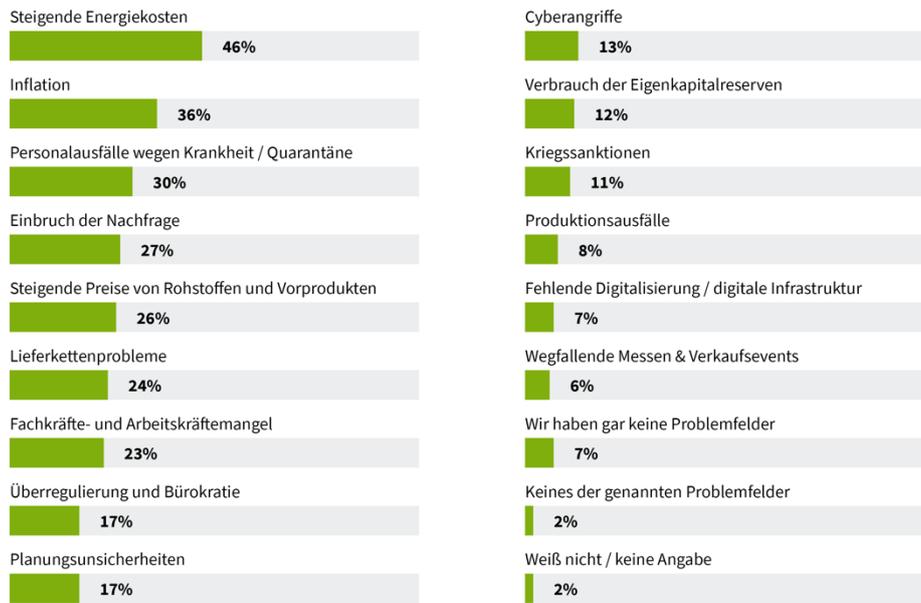
N=591

### Vernetzung unterschiedlicher Krisen sorgt für schlechte Aussichten

Insgesamt schätzt jedes dritte Unternehmen (33 Prozent) das Risiko einer Einschränkung der Betriebstätigkeit im kommenden Winter als „hoch“ oder „eher hoch“ ein. Fast eines von zwanzig Unternehmen (4 Prozent) hält das Risiko einer Insolvenz für „hoch“, jedes zehnte (10 Prozent) immerhin noch für „eher hoch“. Mit 46 Prozent machen die steigenden Energiekosten ganz klar die größten Sorgen. Es folgen die Inflation mit 36 Prozent und Personalausfälle wegen Krankheit / Quarantäne mit 30 Prozent – Corona ist immer noch ein ernstzunehmender Risikofaktor.

Auch der Einbruch der Nachfrage (27 Prozent), steigende Preise von Rohstoffen und Vorprodukten (26 Prozent) und Lieferkettenprobleme (24 Prozent) werden häufig als besorgniserregende Problemfelder genannt. „Wir sehen eine starke Verkettung verschiedener Krisenfelder: Die Energieproblematik, verschärft durch die Folgen des Ukraine-Kriegs, die Inflation, nach wie vor ein Stocken der globalisierten Lieferketten sowie die Auswirkungen einer noch nicht überwundenen Corona-Krise führen zu einer sehr schwierigen kurzfristigen wirtschaftlichen Perspektive. Es ist gut, dass die Regierung, wenn auch spät, unterstützend eingreift – aber die deutschen Unternehmen erwarten noch mehr Unterstützung. Bis jetzt wummt es noch nicht“, kommentiert Peter F. Schmid.

## WELCHE PROBLEMFELDER STELLEN DAS GRÖßTE RISIKO FÜR IHR GESCHÄFT IM WINTER 2022/23 DAR?\*



\*Auswahl von bis zu fünf Problemfeldern möglich

N=591

### Gegenmaßnahmen, Forderungen: So reagieren KMU auf die Situation

Dabei sind die KMU sehr engagiert dabei, Gegenmaßnahmen zu ergreifen und sind definitiv im „Team Energiesparen“: 43 Prozent haben Energiesparmaßnahmen geplant. Das ist der mit Abstand am häufigsten genannte Ansatz zur Kostenreduktion. 12 Prozent wollen die Energieversorgung außerdem auf erneuerbare Energien umstellen. 19 Prozent planen die Reduktion von Dienstreisen, 16 Prozent wollen die Digitalisierung vorantreiben. Kein gutes Zeichen für die Entwicklung des Wirtschaftsstandortes Deutschland ist jedoch, dass 17 Prozent der Unternehmen geplante Investitionen vorerst aussetzen wollen. Immerhin fast jedes fünfte Unternehmen (18 Prozent) hat zudem angegeben, dass sie keine besonderen Maßnahmen ergreifen wollen.

Bei den Forderungen an die Politik dominieren der Strompreisdeckel mit 41 Prozent sowie der Gaspreisdeckel mit 32 Prozent. Trotz der Diskussion um die steigenden Gaspreise im Winter ist den Unternehmen scheinbar der Strompreis noch wichtiger. Frühere Einschätzungen aus der Politik, Deutschland hätte ein Gas- und kein Stromproblem, sind damit offensichtlich überholt. Es folgen auf den Plätzen drei und vier klassische Unternehmensforderungen wie Steuersenkungen (26 Prozent) und Bürokratieabbau (25 Prozent).

### Atomkraft und Doppel-Wumms: KMU gehen in die Opposition, Bevölkerung unzufrieden

Nach dem Betrieb von Atomkraftwerken befragt, stimmen 28 Prozent der Befragten mit der Position von Kanzler Scholz überein und möchten die Laufzeit der noch nicht abgeschalteten Atomkraftwerke um einige Monate verlängern. Insgesamt wünschen sich jedoch 58 Prozent eine darüber hinaus gehende Laufzeit (30 Prozent), Verlängerungen für weitere Atomkraftwerke (12

Prozent) oder sogar die Planung neuer Meiler (16 Prozent). Nur 9 Prozent wollen alle AKW wie ursprünglich geplant zum Jahresende 2022 abschalten.

## WIE IST IHRE POSITION ZUM BETRIEB VON ATOMKRAFTWERKEN IN DEUTSCHLAND?



N=591

Eine völlig von der Position der Regierungskoalition abweichende Einschätzung haben die KMU zur Wirksamkeit des Hilfspaketes, das Bundeskanzler Scholz den „Doppel-Wumms“ genannt hat. Nur 8 Prozent halten es für „gut und ausgewogen“. 29 Prozent halten die Hilfen für nicht zielgenau genug, 22 Prozent für nicht ausreichend, und 15 Prozent kritisieren, dass es zu wenig Anreize zum Sparen setze. Für 30 Prozent ist das Wichtigste eine schnelle Umsetzung. Die Frage nach der Einschätzung des Hilfspaketes wurde vom 17.-19. Oktober auch einer bevölkerungsrepräsentativen Stichprobe gestellt: Hier empfinden sogar nur 4 Prozent der 2040 Befragten die Maßnahmen als „gut und ausgewogen“. In Summe eine schallende Ohrfeige für die Ampelregierung.

### Keine große Hoffnung auf 2023

Abschließend wurden die Unternehmen nach den erwarteten Gewinneinbußen im Jahr 2022 durch Inflation und steigende Energiepreise befragt. Jeweils 19 Prozent rechnen mit Einbußen in Höhe von 1-10 Prozent und von 11-20 Prozent. Fast drei Viertel der Unternehmen (71 Prozent) glauben, dass sie ihr Ergebnis von 2021 bestenfalls halten, aber nicht steigern können. Ein „Silberstreif am Horizont“ ist auch für 2023 kaum sichtbar – nur 19 Prozent der Unternehmen rechnen dann mit etwas (16 Prozent) oder stark steigenden Gewinnen (3 Prozent). Es sind immer noch 68 Prozent, die auch für 2023 glauben, dass sie ihr Vorjahresergebnis bestenfalls halten, aber nicht steigern

können. Immerhin sinkt der Anteil der Unternehmen, die für 2023 mit Gewinneinbußen rechnen, im Vergleich zu 2022 leicht von 46 Prozent auf 39 Prozent.

Die vollständigen Daten der Befragung können auf Wunsch gerne zur Verfügung gestellt werden. Insgesamt nahmen 591 B2B-Entscheider daran teil.



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](https://www.visible.com/de_de/ueber-uns/presse)