

Mittelstandsbarometer

Fachkräftemangel bleibt größte Herausforderung – Mittelstand sucht Lösungen zwischen Verantwortung und Realität

- Über die Hälfte der mittelständischen Betriebe sieht Fachkräftemangel als Top-Thema
- Viele erhöhen Löhne und verbessern Arbeitsbedingungen, doch die Spielräume schrumpfen
- Besonders betroffen: Handwerk und ausbildungsintensive Branchen
- Praxisbeispiele zeigen, wie Betriebe mit Kreativität und Zusammenhalt reagieren

Nürnberg, 02. Februar 2026: Der Fachkräftemangel bleibt die größte Herausforderung für kleine und mittlere Unternehmen in Deutschland. Das zeigt das aktuelle *Mittelstandsbarometer*. Über 56 Prozent der Befragten nennen ihn als Hauptproblem, noch vor hohen Energiepreisen oder Digitalisierungslücken. Besonders im Handwerk und in ausbildungsintensiven Branchen ist der Druck groß.

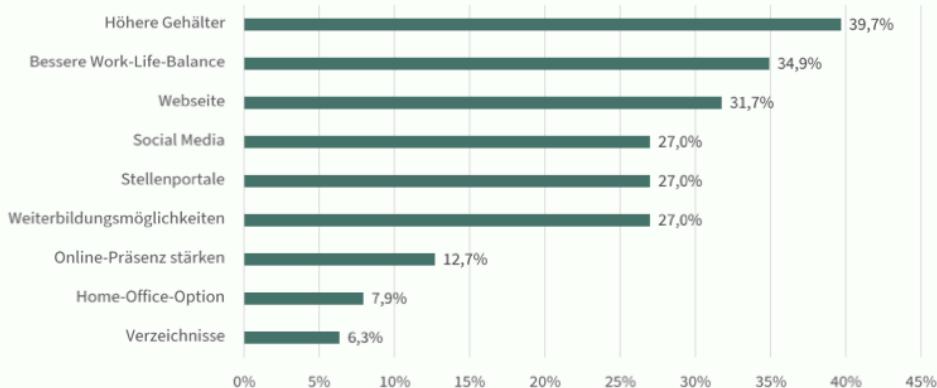
Recruiting im Realitätscheck: Hörgerätebetrieb sucht seit Monaten Fachkräfte

Fachkräfte zu finden, ist schwer. Das zeigt sich im Hörgerätehandwerk besonders deutlich. Ein Betrieb aus Süddeutschland sucht seit Anfang 2025 nach qualifizierten Höraudiologen, bislang vergeblich.

„Wir bilden Menschen aus anderen Berufen weiter. Das funktioniert, aber es kostet Zeit und Energie“, erklärt die Geschäftsführerin. „Viele Bewerber kommen aus sozialen Berufen, sind engagiert, aber müssen viel neu lernen.“ Trotz attraktiver Bedingungen, keiner Samstagsarbeit, 36-Stunden-Woche, 13. Monatsgehalt und übertariflicher Azubi-Vergütung, bleibt der Bewerbermarkt für sie leer. Der Fachkräftemangel zwingt Betriebe, neue Wege im Recruiting zu gehen: Quereinsteiger und interne Schulungen statt externer Neubesetzungen.

Laut *Mittelstandsbarometer* plant nur jeder sechste Betrieb (15 Prozent) in diesem Jahr Neueinstellungen. Vier von zehn Unternehmen (39,7 Prozent) haben bereits Löhne erhöht, ein Drittel (34,9 Prozent) setzt auf bessere Vereinbarkeit von Beruf und Familie.

Welche Maßnahmen ergreifen Sie, um Fachkräfte zu gewinnen?



*N=63, Frage 14: Welche Maßnahmen ergreifen Sie, um Fachkräfte zu gewinnen? Mehrfachnennungen möglich

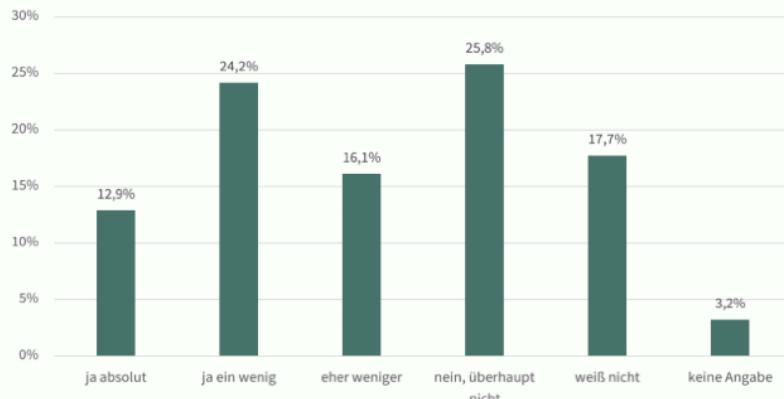
Handwerk kämpft um Nachwuchs: Geförderter Wohnraum soll helfen

Besonders betroffen ist das Handwerk. In Dortmund etwa ist die Zahl der neuen Ausbildungsverträge im Vergleich zum Vorjahr um 8,7 Prozent gesunken, bei Elektro- und Sanitärbetrieben sogar um bis zu 12 Prozent.

„Die Konkurrenz um junge Talente ist groß. Öffentlicher Dienst, Handel und Industrie werben ebenfalls um die wenigen Nachwuchskräfte“, sagt Sebastian Baranowski, Hauptgeschäftsführer der Kreishandwerkerschaft Dortmund Hagen Lünen. Mit Projekten wie dem Azubi Campus Handwerk Dortmund versucht die Kreishandwerkerschaft gegenzusteuern. Das Modell bietet geförderten Wohnraum für Auszubildende – inklusive möblierter Zimmer, WLAN und Gemeinschaftsflächen. Ziel ist es, Ausbildung im Handwerk wieder attraktiv zu machen. „Viele Jugendliche wissen gar nicht, wie spannend und zukunftssicher Handwerksberufe sind. Diese Jobs sind krisenfest und sinnstiftend. Sie werden gebraucht, auch in der Energiewende“, so Baranowski.

Laut *Mittelstandsbarometer* sehen 56,1 Prozent der KMU im Fachkräftemangel ihr größtes Risiko, doch Migration oder Quereinstieg werden nur bedingt als Lösung gesehen. Nur 13 Prozent bewerten Zuwanderung als große Chance, weitere 24 Prozent als „ein wenig“. Rund 26 Prozent lehnen diesen Weg komplett ab.

Sehen Sie Migration als Chance gegen den Fachkräftemangel?


*N=62, Frage 16: Sehen Sie Migration als Chance gegen den Fachkräftemangel?

Der Mittelstand hält Kurs, doch die Luft wird dünner

Trotz Fachkräftemangel und steigender Kosten halten die meisten Betriebe an ihren Mitarbeitenden fest. Zwei Drittel (67 Prozent) wollen ihre Belegschaft unverändert lassen. „Unsere Kunden wollen gute Arbeitgeber sein und tun viel dafür. Aber sie stehen unter Druck: steigende Löhne, hohe Betriebskosten und wenig Zeit für strategische Planung. Da reicht guter Wille allein irgendwann nicht mehr aus“, erklärt Frank Schieback, Head of Brand Communication und Chief Marketing Officer bei **SELLWERK**. Auch im Recruiting wird die Luft dünner. Viele Mittelständler wissen, dass sie ohne professionelle Unterstützung kaum noch sichtbar sind. Besonders kleine Betriebe außerhalb der Metropolen fehlen Zeit, Know-how und Ressourcen für moderne Personalgewinnung.

Fazit: Verantwortung zeigen, gemeinsam Lösungen finden

Der Fachkräftemangel ist eine strukturelle Herausforderung, die alle betrifft. Doch der Mittelstand zeigt Haltung: Er bildet aus, zahlt fair und schafft neue Anreize, um Beschäftigung zu sichern. Gleichzeitig werden die Handlungsspielräume enger. Viele Betriebe wünschen sich mehr politische Unterstützung, weniger Bürokratie und praxisnahe Lösungen. „Ob beim Recruiting, bei der Digitalisierung oder bei den Betriebskosten, unsere Kunden fühlen sich oft alleingelassen. Der Mittelstand braucht keine Symbolpolitik, sondern Maßnahmen, die im Alltag tatsächlich greifen“, so Schieback.

Hintergrund zur Studie

Das **SELLWERK Mittelstandsbarometer** wurde als anonyme Online-Umfrage durchgeführt und richtete sich an Unternehmerinnen und Unternehmer im Mittelstandsnetzwerk von SELLWERK. Die rund 85 teilnehmenden Firmen stammen aus unterschiedlichen Branchen und Regionen Deutschlands. Die Auswertung erfolgt intern durch das Marktforschungsteam von SELLWERK.

SELLWERK bietet als Netzwerk des deutschen Mittelstands einfache, zukunftssichere und bezahlbare digitale Lösungen und sorgt dafür, dass kleine und mittlere Unternehmen zukunftsorientiert aufgestellt und bundesweit vernetzt sind. Mit SELLWERK werden Unternehmen optimal im Netz positioniert und so von ihren (potenziellen) Kunden schnell und einfach gefunden und als relevant

erkannt. Je nach digitalem Kenntnisstand/Ambition kann das Unternehmen die digitale Lösung in Eigenregie, mit Unterstützung oder als Rundum-Sorglos-Servicepaket umsetzen. Dabei verfolgt SELLWERK die Mission, dass die Digitalisierung nicht nur für die großen Player, sondern auch für den Mittelstand zum Gewinn wird und somit wieder Chancengleichheit im Markt herrscht. Dies ist besonders wichtig, da der Mittelstand als Motor der Wirtschaft die meisten Arbeits- und Ausbildungsplätze zur Verfügung stellt und mit seinen Investitionen vor Ort ein wesentlicher Garant für den Wohlstand der jeweiligen Regionen ist.

Weitere Informationen zu SELLWERK finden Sie hier: www.sellwerk.de/pressebereich

Pressekontakt Agentur

Laurence Stroedter | Mashup Communications | +49.30. 25749580 |
sellwerk@mashup-communications.de

Kontakte SELLWERK

Frank Schieback

CMO – Marketing/Produkt

frank.schieback@sellwerk.de

Angela Steinhart

Leiterin Markenkommunikation

angela.steinhart@sellwerk.de