

Mittelstandsbarometer 2025

Weckruf ja, Kündigungen nein: So blickt der Mittelstand in die Zukunft

- Trotz teilweise sinkender Umsätze: Fast zwei Drittel der kleinen und mittleren Unternehmen hält am Personal fest
- *Mittelstandsbarometer 2025* belegt: Fachkräftemangel bleibt größte Herausforderung, noch vor Digitalisierungslücken oder zu hohen Energiepreisen
- „Im Mittelstand herrscht kein Hire and Fire“, sagt Frank Schieback, CMO bei [SELLWERK](#), „die Unternehmen zeigen in schwierigen Zeiten Verantwortung – gerade gegenüber ihren Beschäftigten.“

Wie erwarten Sie die Entwicklung der Beschäftigungssituation in Ihrem Unternehmen in diesem Jahr?



*N=61, Frage 12: Wie erwarten Sie die Entwicklung der Beschäftigungssituation in Ihrem Unternehmen in diesem Jahr?

Die Auftragsbücher füllen sich langsamer, die Ausgabenseite steigt und die wirtschaftliche Großwetterlage trübt sich. Doch wer dieser Tage durch die Werkshallen, Ladengeschäfte und Büros mittelständischer Betriebe geht, hört nicht nur Düsteres. Durchhalten, weitermachen und zusammenbleiben lautet das Credo. Dieses Stimmungsbild zeichnet das aktuelle *Mittelstandsbarometer* von [SELLWERK](#), dem führenden Anbieter digitaler Sichtbarkeitslösungen für KMU.

Trotz sinkender Umsätze: Zwei Drittel halten beim Personal Kurs

Der Weckruf ist da: Rund ein Drittel (34,2 Prozent) der befragten kleinen und mittleren Unternehmen in Deutschland meldet rückläufige Umsätze. Etwa ebenso viele (35,5 Prozent) erwarten im kommenden Jahr eine weitere Verschlechterung der wirtschaftlichen Lage. Doch die Mehrheit hält am Personal fest. Zwei Drittel (67 Prozent) wollen an der Belegschaft nichts verändern.

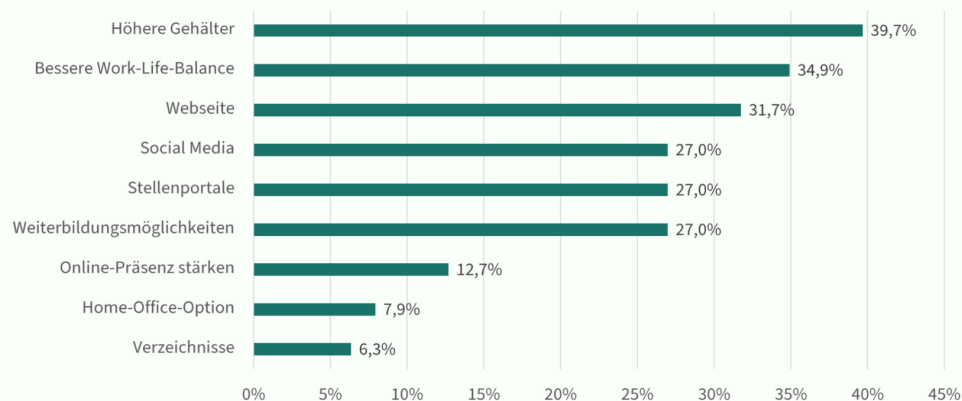
Für viele Firmen im etablierten Mittelstand gehören ihre Mitarbeitenden seit Jahren, oft Jahrzehnten, zum Unternehmen wie das Werkzeug zur Werkbank. Der überwiegende Teil der im *Mittelstandsbarometer* Befragten ist seit mehr als zehn Jahren am Markt (98,4 Prozent). Während sowohl Startups als auch große Konzerne regelmäßig ihre Belegschaft umstrukturieren, agiert der etablierte Mittelstand anders. Für kleine und mittlere Unternehmen sind die Mitarbeitenden keine bloße Zahl in der Kostenrechnung, vielmehr machen ihre Erfahrung und Verbundenheit mit einem Betrieb sie zum Teil der Unternehmens-DNA.

Unabhängig von der Personalsuche: Fachkräftemangel bleibt große Herausforderung

Einerseits halten die Unternehmerinnen und Unternehmer an ihrem Personal fest. Andererseits spiegelt die Beschäftigungssituation an anderer Stelle die schwierige wirtschaftliche Lage wider: Nur jeder sechste Betrieb (15 Prozent) plant in diesem Jahr noch Neueinstellungen. Dennoch stufen weit über die Hälfte der Unternehmen (56,1 Prozent) den Fachkräftemangel als große Herausforderung ein. Damit sind auch viele kleinere und mittlere Unternehmen betroffen, die nicht aktiv auf Personalsuche sind.

„Selbst Unternehmen, die gerade keine Stellen ausschreiben, engagieren sich im Rahmen ihrer Möglichkeiten als gute Arbeitgeber, weil sie wissen, wie schwer es ist, geeignetes Personal zu finden“, erklärt Frank Schieback, Head of Brand Communication und Chief Marketing Officer bei SELLWERK.

Welche Maßnahmen ergreifen Sie, um Fachkräfte zu gewinnen?



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

KMU sichern gute Beschäftigung

Vier von zehn Unternehmen (39,7 Prozent) haben bereits die Löhne erhöht, um vorhandene Mitarbeitende zu halten oder neue Fachkräfte anzuziehen. Mehr als ein Drittel (34,9 Prozent) ermöglicht eine bessere Vereinbarkeit von Beruf und Familie. Kurzfristig verschafft das den kleinen und mittleren Unternehmen eine Verschnaufpause. Doch langfristig wirken diese Schritte nur, wo auf der anderen Seite Wachstumschancen genutzt werden können, etwa – am häufigsten genannt – durch 1) die steigende Nachfrage in der Branche, 2) Kooperationen und Partnerschaften, 3) die Erweiterung des Angebots-Portfolios, 4) die Digitalisierung und Automatisierung sowie 5) die

Erschließung neuer Märkte. Politisch heißt das: Wer den Mittelstand stärken will, muss Handlungsspielräume erweitern.

Fazit: Mittelstand gestaltet

Das Mittelstandsbarometer 2025 zeigt: Der deutsche Mittelstand reagiert verantwortungsvoll auf die angespannte Wirtschaftslage. Trotz sinkender Umsätze bleibt die große Kündigungswelle aus. Kleine und mittlere Unternehmen investieren in Mitarbeiterbindung, faire Löhne und familienfreundliche Strukturen. Der Fachkräftemangel bleibt eine zentrale Herausforderung, doch er trifft auf eine Unternehmenslandschaft, die nicht nur reagiert, sondern gestaltet. Der Mittelstand denkt dabei nicht in Quartalen, sondern in Generationen. Und genau darin liegt seine Stärke.

Hintergrund zur Studie

Das *SELLWERK Mittelstandsbarometer* wurde im Zeitraum März bis Mai 2025 durchgeführt. Die anonyme Online-Umfrage 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. Bei den renommierten [Siinda Awards](#) 2025, dem europäischen Branchenpreis für digitale Innovationen und lokale Suchdienste, wurde das Unternehmen für seine Lösungen KI-Websites (Website Basics) und Mini-Websites doppelt mit Gold ausgezeichnet.

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