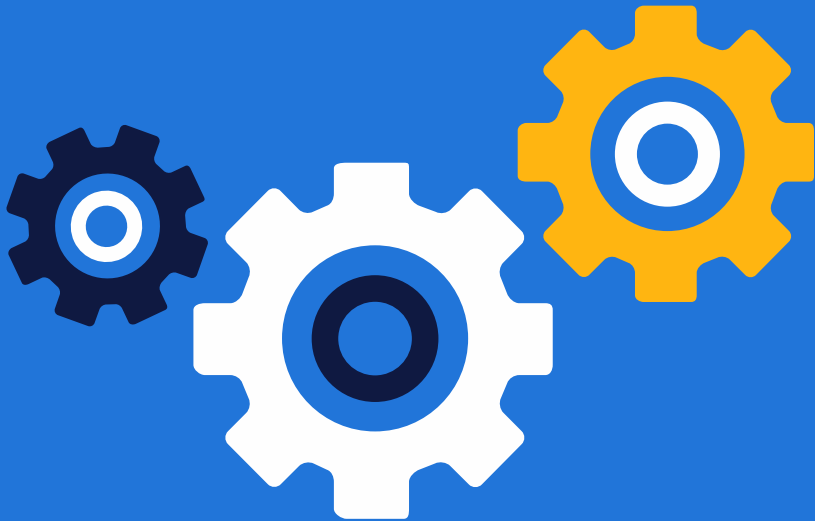


Randstad Deutschland (Hrsg.)

Wettbewerbsfähigkeit deutscher und französischer Industrieunternehmen



Ergebnisse der bi-nationalen
Vergleichsstudie Q4 2018

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	4
1. Zusammenfassung der Studie	5
2. Partner oder Konkurrenten?	6
3. So gleich und doch so verschieden	8
4. Gemeinsame Herausforderungen für die Zukunft	10
5. Unterschiedliche Antworten auf die Digitalisierung	14
6. Schlusswort	16
7. Methodik der Studie	18
Über Randstad Gruppe Deutschland	20

Vorwort



Richard Jager, Country General Manager,
Randstad Gruppe Deutschland

Deutschland und Frankreich gelten gemeinsam als wirtschaftlicher Motor Europas. Die Industrieunternehmen in beiden Ländern bewerten jedoch ihre Wettbewerbsfähigkeit sowie die Rahmenbedingungen für den Wettbewerb spürbar unterschiedlich. Daher hat das französische Marktforschungsinstitut OpinionWay im Auftrag von Randstad Inhouse Services eine Befragung unter je 200 deutschen und französischen Industrieunternehmen durchgeführt. Die Ergebnisse dieser Untersuchung zeigen, wie es im Jahr 2018 um die Wettbewerbsfähigkeit der beiden Industrienationen bestellt ist. Zudem zeigt die Untersuchung, wie deutsche Industrieunternehmen die Wettbewerbsfaktoren im Vergleich zu ihren französischen Kollegen beurteilen – und umgekehrt.

Die deutsch-französische Studie 2018 ist bereits die zweite Befragung dieser Art. Im Vergleich zur Studie 2017 zeigen die Ergebnisse, dass sich das deutsch-französische Verhältnis verändert. Die deutsche Wirtschaft konnte sich lange darauf ausruhen, wettbewerbsfähiger zu sein als die des Nachbarlandes. Diese Einschätzung wandelt sich gerade. Durch verschiedene Reformen haben die französischen Industrieunternehmen an Wettbewerbsfähigkeit gewonnen.

Diese Entwicklung zeigt, dass auf beiden Seiten des Rheins unterschiedliche Antworten auf die Herausforderungen von Digitalisierung und Globalisierung gesucht und gefunden werden. Um auch in Zukunft international wettbewerbsfähig zu sein, können sowohl Deutschland als auch Frankreich von ihren Nachbarn lernen.

Richard Jager
Country General Manager, Randstad Gruppe Deutschland

1. Zusammenfassung der Studie

Die deutschen Industrieunternehmen sehen sich im internationalen Wettbewerb weiterhin gut aufgestellt. Der wichtigste Erfolgsfaktor dafür ist und bleibt der Mensch:

Die deutsche Industrie ist stolz auf ihr gut ausgebildetes Personal. Daher bereitet der Fachkräftemangel den deutschen Unternehmen auch mehr Sorgen als ihren französischen Mitbewerbern. Um insbesondere Digitalkompetenzen zu schulen und qualifizierte Experten zu binden, setzt die deutsche Industrie auf Ausbildung, Weiterbildung und attraktive Gehälter.

Auf Seiten der französischen Industrie werden auch in der diesjährigen Studie mehrere deutliche Wettbewerbsvorteile für Deutschland wahrgenommen. Dazu gehören vor allem die umfassenden Arbeitsmarktreformen, aber auch die gute Fachausbildung insbesondere im technischen Bereich. Daher sehen die Franzosen die Deutschen auch auf den internationalen Märkten als einen ihrer Hauptwettbewerber – während die Deutschen eher in Richtung USA und China als nach Frankreich zu blicken scheinen. Aber in Frankreich kann man auf eigene Wettbewerbsvorteile verweisen: Dort ist man zu Recht stolz auf ein gutes Innovationsumfeld, das es in Deutschland so nicht gibt.

Einer der Haupttreiber der Veränderungen ist die fortschreitende Digitalisierung, auf die Gesellschaften unterschiedliche Antworten zu finden versuchen. Sowohl in Frankreich als auch in Deutschland beurteilen Industrieunternehmen die Potenziale der Digitalisierung sehr positiv. Sie sehen sich gut gerüstet für die digitale Welt: Die Deutschen durch hochqualifizierte Fachkräfte, die Franzosen durch ihr innovationsfreundliches Geschäftsumfeld. Beide Ansätze können dazu führen, auch in der digitalisierten Industrie die Wettbewerbsfähigkeit zu erhalten und auszubauen.



2. Partner oder Konkurrenten?

Die Sicht auf das deutsch-französische Verhältnis

Wie blicken deutsche Industrieunternehmen grundsätzlich auf Frankreich? Wie beurteilen ihre französischen Kollegen Deutschland? Die Ergebnisse der Untersuchung zeigen: Die Franzosen nehmen Deutschland als starken oder stärkeren Mitbewerber wahr, die Deutschen halten sich gegenüber Frankreich generell für wettbewerbsfähiger. Aber diese Einschätzungen verändern sich im Vergleich zu der Untersuchung im Vorjahr allmählich.

Erfolgreiche Reformen in Frankreich

Im Vergleich zu den Ergebnissen von 2017 dokumentiert die Untersuchung 2018 ein wieder erstarkendes Vertrauen der befragten französischen Industrieunternehmen. Die Mehrheit von ihnen hält sich für genauso wettbewerbsfähig wie (47 %) oder weniger wettbewerbsfähig als (43 %) die deutsche Konkurrenz. Nur eine Minderheit von 10 % sieht sich als wettbewerbsfähiger. Die französische Industrie bleibt also bescheiden, auch wenn sie langsam Aufwind verspürt: Der Anteil der Unternehmen, die sich als wettbewerbsfähiger betrachten, ist im Vergleich zu 2017 um 3 Punkte gestiegen, und der Anteil, derer, die sich als weniger wettbewerbsfähig empfinden, um

5 Punkte gesunken. Dies zeigt, dass sich die in den letzten Jahren eingeleiteten Reformen zur Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit der französischen Wirtschaft langsam positiv bemerkbar machen. Diese Einschätzung stimmt mit der Länderanalyse des World Economic Forum überein.

Großes Selbstvertrauen in Deutschland

In Deutschland zeigt sich ein genau umgekehrtes Bild: Eine Mehrheit von 59 % der deutschen Industrieunternehmen glaubt hier, dass sie genauso wettbewerbsfähig ist wie die französische Konkurrenz, und mehr als ein Drittel (35 %) ist der Ansicht, dass sie dem Wettbewerb überlegen ist. Der Anteil derjenigen, die die französischen Unternehmen als leistungsfähiger erachten, liegt bei gerade einmal 6 %. Aber auch diese Wahrnehmungen sind im



Vergleich zu 2017 weniger stark ausgeprägt. Der Anteil der deutschen Unternehmen, die sich im Vergleich zu ihren französischen Pendants für wettbewerbsfähiger halten, ist gegenüber dem Vorjahr um 3 Punkte gesunken.

Diese Wahrnehmung der jeweiligen Leistungsfähigkeit stimmt mit dem Trend der tatsächlichen Wirtschaftsleistungen beider Länder überein. Das deutsch-französische Verhältnis verschiebt sich also allmählich.

Der Konkurrent jenseits des Rheins?

Betrachten sich deutsche und französische Industrieunternehmen überhaupt als Konkurrenz? Oder sind die Ausrichtungen der Unternehmen dazu zu unterschiedlich?

Fragt man die französischen Studienteilnehmer, dann nennen 31 % von ihnen die deutsche Industrie als einen der Hauptwettbewerber. Im Gegenzug nehmen nur 18 % der deutschen Befragten die Franzosen als einen der Hauptwettbewerber wahr. Sowohl in Deutschland als auch in Frankreich bereitet den Industrieunternehmen die Konkurrenz aus China größere Sorgen als die aus dem Nachbarland. Ansonsten sind die Deutschen zunehmend auf sich fixiert: 90 % der Befragten nennen andere deutsche Unternehmen als Hauptwettbewerber. Auch wenn diese Einschätzung korrekt sein mag, lohnt sich unter Umständen ein Blick auf die andere Seite des Rheins, denn auch dort finden aus deutscher Sicht sehr interessante Entwicklungen statt.

Partner oder Konkurrenten?

Sehen Sie sich wettbewerbsfähiger als ihre Nachbarn?



Studie: „Wettbewerbsfähigkeit deutscher und französischer Industrieunternehmen“, Q4 2018
Quelle: OpinionWay für Randstad Inhouse Services

Grafik: Randstad Deutschland

3. So gleich und doch so verschieden

Jede Industrienation verfügt über eigene Stärken, die in der globalisierten Wirtschaft auch Alleinstellungsmerkmale sind.

Wie nehmen französische und deutsche Unternehmen ihre eigenen Stärken wahr? Welche Stärken schreiben sie ihrem Nachbarland zu? Frankreich setzt vor allem auf Innovation – Deutschland dagegen auf eine Weiterentwicklung bisher erfolgreicher Modelle.

Frankreich legt bei Innovationen vor

Die deutsch-französische Studie befragte Industrieunternehmen in Frankreich und Deutschland nach ihrer Einschätzung, welche Wettbewerbshebel die eigene Wirtschaft und die des Nachbarlandes konkurrenzfähiger machen.

Franzosen und Deutsche nennen dabei sehr unterschiedliche Faktoren als Stärke des jeweiligen Nachbarn. Für die deutschen Industrieunternehmen ist der wichtigste Faktor für die Wettbewerbsfähigkeit Frankreichs die Qualität des Innovationsumfeldes. Sie blicken neidvoll auf die guten Beziehungen der französischen Industrie zu Start-ups und Forschungszentren. Diese Wahrnehmung geht auf erfolgreiche Initiativen zur Strukturierung des Innovationsumfelds in Frankreich zurück, wie zum Beispiel die Initiative „French Tech“ für Start-ups und IT-Unternehmen oder „French Fab“ für innovative Industrie. Auch wenn die deutschen Befragten sich selbst noch als wettbewerbsfähiger sehen, zeigen die Ergebnisse dennoch, dass Frankreich erfolgreich ein Wettbewerbsumfeld schaffen konnte, das Innovationen gezielt begünstigt.

Dadurch ist es gelungen, das Image der französischen Industrie zu verbessern und ihre Stärken auszubauen.

Deutschland setzt auf vertraute Stärken

Blicken französische Industrieunternehmen nach Deutschland, nehmen sie demgegenüber eher traditionelle Stärken wahr: Für sie liegen die Vorteile in Deutschland vor allem in der Qualität der Infrastruktur (74 %), dem niedrigen Steuerniveau (72 %) und der Stabilität des regulatorischen und gesetzlichen Rahmens (71 %). Das deutsche Innovationsumfeld wird erst an fünfter Stelle genannt. Die Erfahrungen in Frankreich zeigen jedoch, dass es durch zielgerichtete Industriepolitik möglich ist, diesen Wettbewerbsfaktor zu stärken.

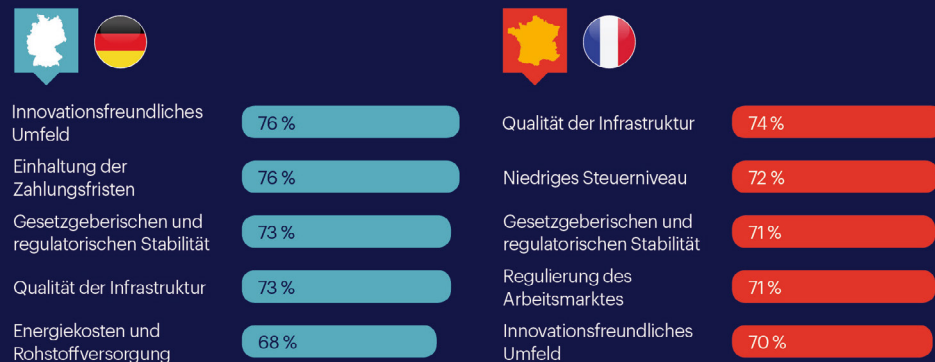
Welche eigenen Stärken nennen die Befragten beiderseits des Rheins? In Frankreich

gilt die Investitions- und Innovationsfähigkeit für 84 % der Befragten als der wichtigste Wettbewerbshebel, gleichauf mit der Geschäftsstrategie und knapp vor der Preispositionierung (81 %). In Deutschland sind es vor allem die qualifizierten Arbeitskräfte (77 %), gefolgt vom Geschäftsmodell (76 %) und den Produktionsprozessen (74 %).

Dieses Ergebnis verdeutlicht, wie unterschiedlich die beiden Volkswirtschaften aufgestellt sind. Die deutsche Industrie ist im Premium-Segment positioniert und setzt daher vor allem auf Faktoren, die dauerhaft eine qualitativ hochwertige Produktion auf höchstem Niveau sichern. Die französische Industrie ist dagegen im mittleren Segment positioniert und muss sich daher im Wettbewerb sowohl gegen Länder mit niedrigen Lohnkosten als auch Länder mit hochwertiger Fertigung behaupten. Daher nehmen hier Strategie, Innovation und Preisgestaltung eine wesentliche Rolle ein.

So gleich und doch so verschieden

Welche Wettbewerbshebel bieten Ihrem Nachbarland den größten Vorteil?

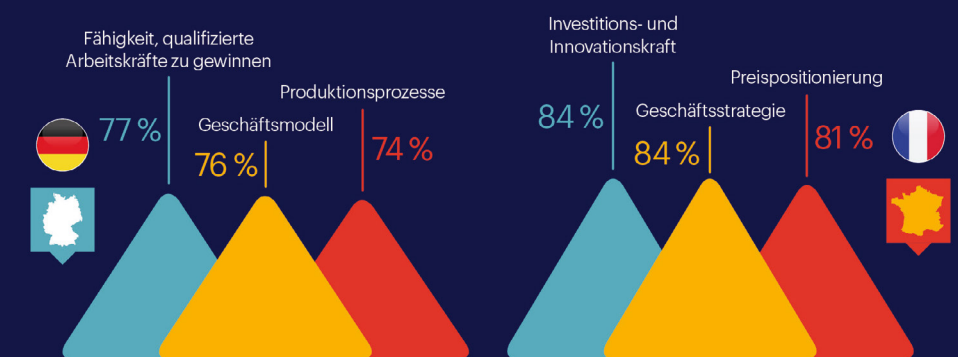


Studie: „Wettbewerbsfähigkeit deutscher und französischer Industrieunternehmen“, Q4 2018
Quelle: OpinionWay für Randstad Inhouse Services

Grafik: Randstad Deutschland

So gleich und doch so verschieden

Welche Wettbewerbshebel bieten Ihrem eigenen Land einen Vorteil?



Studie: „Wettbewerbsfähigkeit deutscher und französischer Industrieunternehmen“, Q4 2018
Quelle: OpinionWay für Randstad Inhouse Services

Grafik: Randstad Deutschland

4. Gemeinsame Herausforderungen für die Zukunft

Die Wissensgesellschaft und industrielle Produktion der Zukunft erfordern günstige Rahmenbedingungen für die Wirtschaft, großes Humankapital und gut ausgebildetes Personal. Sowohl in Deutschland als auch in Frankreich lautet das größte Problem: Fachkräftemangel.

In beiden Ländern fehlen Facharbeiter

In Frankreich wie auch in Deutschland stehen die Industrieunternehmen vor der gleichen, die Wettbewerbsfähigkeit bedrohenden Herausforderung: Probleme bei der Rekrutierung. Mehr als 8 von 10 französischen (85%) und 9 von 10 deutschen (91%) Unternehmen haben Schwierigkeiten, die

benötigten Fachkräfte zu finden. Auf beiden Seiten des Rheins erwarten die Industrieunternehmen insbesondere, dass sich der digitale Wandel der Unternehmen auf den Nachwuchsmangel auswirken wird. Daher wird sowohl in Frankreich (62%) als auch in Deutschland (77%) die Rekrutierung von Personal als größte zukünftige Herausforderung des Industriesektors angesehen.

Zur Lösung des Rekrutierungsproblems setzt man dies- und jenseits des Rheins auf unterschiedliche Strategien: In Deutschland möchten Unternehmen die Herausforderung aus eigener Kraft bewältigen und verfolgen daher unternehmensinterne Ansätze, wie das Anbieten einer

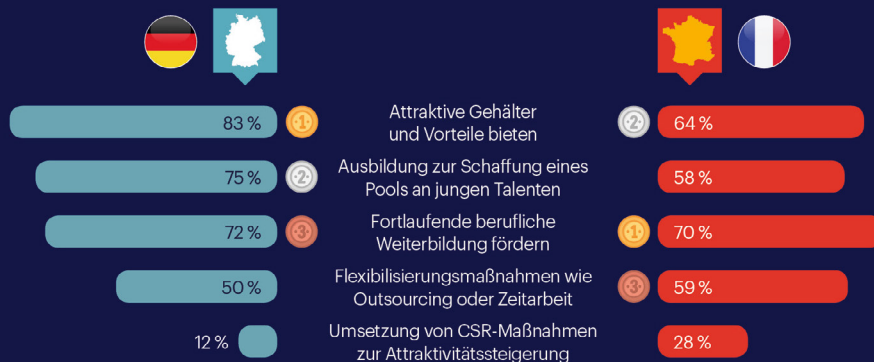
attraktiven Vergütung (83 %), aber auch die Erhaltung und Weiterentwicklung des eigenen Know-hows durch Konzentration auf Ausbildung (75 %) und Weiterbildung (72%). In Frankreich besteht die vorrangige Zielsetzung darin, die Weiterbildung (70%) zu fördern, bevor ein höheres Gehalt (64 %) angeboten wird. Für französische Unternehmen stellen auch Outsourcing und Zeitarbeit (59%) einen Ansatz dar, um die notwendigen Fachkräfte zu finden.

Diese unterschiedlichen Ansätze zur Bewältigung einer gemeinsamen Herausforderung spiegeln eine andere Industriekultur und Positionierung wider. Die deutsche Industrie reagiert weniger empfindlich auf Preiselastizität und zögert daher nicht, die Löhne zu erhöhen, um Talente zu gewinnen und zu halten. Die französische Industrie hingegen ist zögerlicher, die Lohnkosten zu steigern.



Gemeinsame Herausforderungen für die Zukunft

Welche Strategien verfolgen Sie, um das Fachkräfteproblem zu lösen?

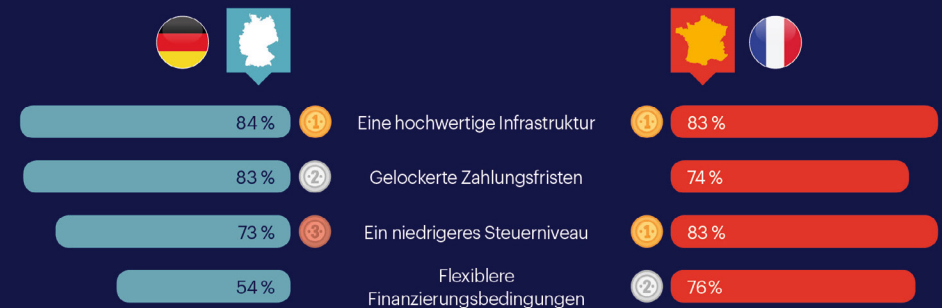


Studie: „Wettbewerbsfähigkeit deutscher und französischer Industrieunternehmen“, Q4 2018
Quelle: OpinionWay für Randstad Inhouse Services

Grafik: Randstad Deutschland

Gemeinsame Herausforderungen für die Zukunft

Durch welche externen Einflüsse könnte sich Ihre Wettbewerbsfähigkeit verbessern?



Studie: „Wettbewerbsfähigkeit deutscher und französischer Industrieunternehmen“, Q4 2018
Quelle: OpinionWay für Randstad Inhouse Services

Grafik: Randstad Deutschland



Sie scheut sich daher im Sinne einer größeren Flexibilität auch weniger vor Flexibilisierungsmaßnahmen wie Zeitarbeit oder Outsourcing.

Die Rahmenbedingungen für erfolgreiches Wirtschaften

Welche Auswirkungen haben die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen auf die Wettbewerbsfähigkeit der Industrie? Sowohl in Frankreich als auch in Deutschland sehen sich die Unternehmen ähnlichen Herausforderungen gegenüber und formulieren ähnliche Wünsche an die Politik. Die französischen Unternehmer wünschen sich vorrangig ein niedrigeres Steuerniveau (83 %), eine qualitativ hochwertige Infrastruktur (83 %)

und flexiblere Finanzierungsbedingungen, um weiterhin erfolgreich zu wirtschaften. Auch in Deutschland wird vor allem die Qualität der Infrastruktur genannt (84 %). Außerdem nennen 83 % der Befragten in Deutschland Zahlungsfristen als Herausforderung und weisen so auf einen empfundenen Wettbewerbsnachteil hin:

In Frankreich ist die Zahlungsfrist in Übereinstimmung mit der diesbezüglichen europäischen Richtlinie auf 60 Tage festgesetzt. Deutschland ist hier noch einen Schritt weiter gegangen und hat seinen Unternehmen eine 30-tägige Frist auferlegt. Dies beeinflusst den verfügbaren Cashflow für deutsche Unternehmen. Diese Wünsche an die Politik verdeutlichen, dass es auch innerhalb des gemeinsamen europäischen

Regulierungsrahmens noch einen großen Spielraum für nationale Industrie- und Wirtschaftspolitik gibt. Exogene Faktoren wie diese zeigen das Potenzial, das Standortpolitik in einer globalisierten Welt entfalten kann.



Der Mensch steht im Mittelpunkt

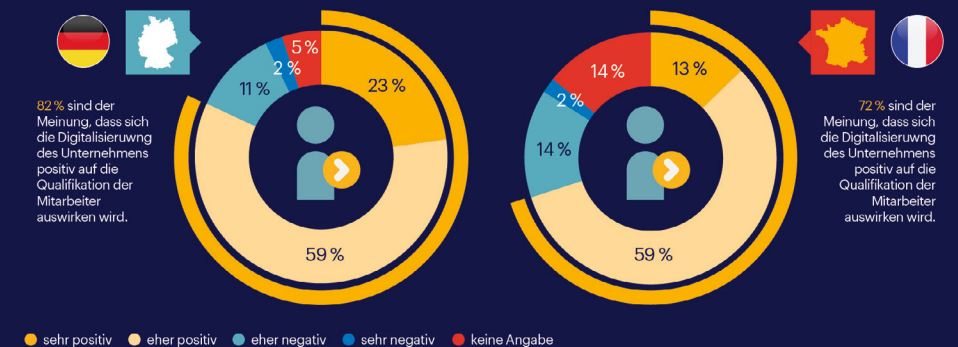
„Die befragten Industrieunternehmen beschäftigt neben dem Fachkräftemangel vor allem die Frage, welchen Platz der Mensch in der Arbeitswelt der Zukunft einnehmen soll. Mit gutem Grund: Auch wenn es die Technologien in der Fabrik von morgen ermöglichen werden, bestimmte Aufgaben zu automatisieren, sind es die menschlichen Fähigkeiten, die im Mittelpunkt der industriellen Wettbewerbsfähigkeit stehen werden. Deswegen stellen sowohl die französischen als auch die deutschen Unternehmen die Kompetenzen der Mitarbeiter in den Mittelpunkt. Die Weiterbildung ist als eines der besten Mittel erkannt worden, um dem Fachkräftemangel

zu begegnen. Daher überrascht es nicht, dass 7 von 10 Befragten in Frankreich und 8 von 10 in Deutschland der Meinung sind, dass durch die Digitalisierung die Qualifikation der Mitarbeiter steigen wird.“

Dr. Christoph Kahlenberg, Leiter der Randstad Akademie

Gemeinsame Herausforderungen für die Zukunft

Wie wird sich der digitale Wandel auf die Qualifikation Ihrer Mitarbeiter auswirken?



Studie: „Wettbewerbsfähigkeit deutscher und französischer Industrieunternehmen“, Q4 2018
Quelle: OpinionWay für Randstad Inhouse Services

Grafik: Randstad Deutschland

5. Unterschiedliche Antworten auf die Digitalisierung

Die Digitalisierung ist eine globale Herausforderung. Die Unternehmen, Industrien und Gesellschaften, die die besten Antworten auf diese Herausforderung finden, haben potenziell viel zu gewinnen. Die digitale Transformation erfordert allerdings auch zum Teil, hart erarbeitete wirtschaftliche Positionen zu räumen oder zu überdenken.

Schwieriger Aufbruch in die Industrie 4.0

Dieser Aufbruch fällt weder den deutschen noch den französischen Industrieunternehmen leicht. Die meisten Unternehmen haben den Aktionsplan in Richtung der Industrie 4.0 noch nicht umgesetzt. Immerhin hat sich in beiden Ländern

bereits über ein Drittel der Unternehmen auf den Weg gemacht. Insgesamt haben mehr deutsche Unternehmen begonnen, sich mit der Digitalisierung auseinanderzusetzen und eigene Maßnahmen für die digitale Transformation zu formulieren. Aber die Ergebnisse der Studie zeigen auch: Obwohl in Deutschland weit mehr Maßnahmenpläne aufgesetzt werden, wurden in Frankreich bereits mehr Maßnahmen umgesetzt. Handelt es sich hier um eine typisch deutsche Gründlichkeit, einen späten Start in die Digitalisierung – oder verlaufen in Deutschland Digitalisierungsanstrengungen im Sande, nachdem ein Komitee gegründet wurde?

Innovation, Disruption oder Optimierung?

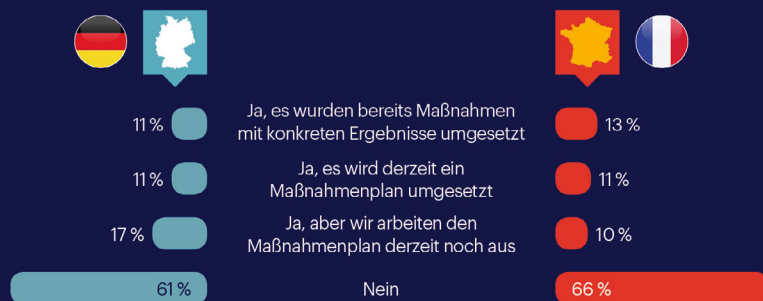
Welchen Fokus setzen diese Maßnahmenpläne? Die Schwerpunktsetzungen der Digitalisierungs-Roadmaps spiegeln das unterschiedliche Profil der deutschen und französischen Industrie wider. Die Prioritäten sind dabei zunächst größtenteils gleich: Sowohl in Deutschland als auch in Frankreich bemühen sich die Transformationsanstrengungen um neue Formen der Arbeit, der Personal- und Unternehmensführung. Die Digitalisierung bringt neue Möglichkeiten, etwa durch flexible Arbeitsmodelle, die die Unternehmen für sich nutzen möchten. Hinzu kommen innovative Produktionstechniken, etwa durch 3D-Druck und selbststeuernde Produktionszellen. Und auch die Vernetzung ganzer Werke und Produktionslinien miteinander steht bei zahlreichen Unternehmen auf der Agenda. Dieser Aspekt wird in deutschen

Unternehmen häufiger genannt. Darin zeigt sich eine höhere Wertschätzung für eine ganzheitlich integrierte, digitale Wertschöpfungskette. Diese äußert sich auch darin, dass die Befragten in Deutschland häufiger anstreben, die Kunden-Lieferanten-Beziehungen vollständig zu integrieren. Im Gegenzug möchten französische Industrieunternehmen die Digitalisierung mehr dafür nutzen, vollständig neue Geschäftsmodelle zu entwickeln.

Diese Ergebnisse legen nahe, dass die deutsche Industrie grundsätzlich stärker auf die Optimierung vorhandener Wertschöpfungsprozesse abzielt, während die französische Industrie größere Benefits in Innovation und Disruption der Geschäftsmodelle sieht. Auch hier zeigt sich also wieder: Die deutsche Industrie verspürt, im Gegensatz zur französischen, gegenwärtig keinen Druck sich komplett neu zu erfinden.

Unterschiedliche Antworten für die Digitalisierung

Konzipiert ihr Unternehmen einen Maßnahmenplan für die Industrie 4.0 oder setzt diesen bereits um?



Studie: „Wettbewerbsfähigkeit deutscher und französischer Industrieunternehmen“, Q4 2018
Quelle: OpinionWay für Randstad Inhouse Services

Grafik: Randstad Deutschland

Unterschiedliche Antworten für die Digitalisierung

Welche Schwerpunkte setzt Ihr Unternehmen auf dem Weg in die Industrie der Zukunft?



Studie: „Wettbewerbsfähigkeit deutscher und französischer Industrieunternehmen“, Q4 2018
Quelle: OpinionWay für Randstad Inhouse Services

Grafik: Randstad Deutschland

6. Schlusswort

Das Verhältnis zwischen deutscher und französischer Industrie ist im Begriff, sich nachhaltig zu verändern.

Jahrelang konnten deutsche Industrieunternehmen auf ihre Positionierung im Premium-Segment verweisen und sich, auch als Folge erfolgreicher Reformen in den vergangenen Jahrzehnten, als wettbewerbsfähiger betrachten als ihre französischen Pendants.

Aber durch die Reformen der letzten Jahre richtet sich der Wirtschaftsstandort Frankreich als innovationsfreundliches Umfeld für Start-Ups, Technologiefirmen und andere Innovationsträger neu aus.

Als Vorlage für die angestoßenen Reformen dient der französischen Politik oftmals ausgerechnet Deutschland. Im Umkehrschluss könnte die deutsche Politik von der französischen Innovationsstrategie lernen. Die jeweiligen Stärken beider Industrienationen bleiben dennoch gut erkennbar. Obwohl sich die Wettbewerbsfähigkeit einander annähert, sind die Profile der beiden Nachbarländer sehr verschieden. Dies zeigen die unterschiedlichen Wettbewerbshebel, die die Industrieunterneh-

men jeweils auf den Weltmärkten zur Anwendung bringen. Als direkte Konkurrenz nehmen sich Deutsche und Franzosen daher auch nur eingeschränkt wahr. Die große Herausforderung der Zukunft ist in beiden Ländern der demografische Wandel und der mit ihm verbundene Fachkräftemangel. Zur Lösung dieser Herausforderung setzen Deutschland und Frankreich jeweils auf ihre eigenen Stärken. Daher unterscheiden sich die eingeschlagenen Wege: Während in Deutschland auf unternehmensinterne Lösungen gebaut wird, nutzt man in Frankreich die Flexibilität und Innovationskraft der Märkte.

Die Ausgangslagen unterscheiden sich, ebenso die eingeschlagenen Wege, aber die großen Herausforderungen sind in Deutschland und Frankreich letztendlich gleich. Wie können zwei Industrienationen mit diesen Veränderungen umgehen und gleichzeitig den eigenen Wirtschaftscharakter erhalten? Wie lässt sich Wettbewerbsfähigkeit schaffen, ohne austauschbar zu werden oder den anderen hinterherzurrennen? Auf diese Fragen müssen die Entscheider in Politik und Wirtschaft auch in Zukunft tragfähige Antworten finden.

Technologie mit



human touch.

Bei Randstad verbinden wir die Kompetenz und Erfahrung unserer Consultants mit den Möglichkeiten innovativer Technologie. Dadurch können wir gezielt auf die Wünsche unserer Kunden eingehen und handverlesene Lösungen entwickeln.

Mit Randstad kommen Sie weiter.

7. Methodik der Studie



An zwei Stichproben durchgeführte Studie:

- 202 Einrichtungen mit 10 Angestellten oder mehr der dt. Industriebranche
- 200 Einrichtungen mit 10 Angestellten oder mehr der fr. Industriebranche



Die Stichproben wurden nach der Quotenmethode zusammengestellt im Hinblick auf Kriterien wie Unternehmensgröße und Aktivitätsbereich innerhalb des jeweiligen Standortlandes. Die Stichproben wurden hochgerechnet, um für Einrichtungen mit 10 Mitarbeitern und mehr im Hinblick auf dieselben Kriterien repräsentativ zu sein.



Die Stichproben wurden telefonisch von der Firma Callson über ein CATI-System (Computer Assisted Telephone Interview) befragt.



- Feld-Daten: Die Interviews wurden vom 27. August bis zum 14. September 2018 durchgeführt.
- Dauer des Fragebogens: Durchschnittlich 17,4 Minuten.



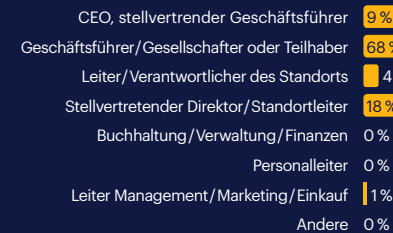
OpinionWay erinnert übrigens daran, dass die Ergebnisse dieser Umfrage unter Berücksichtigung einer Ungewissheitstoleranz ausgewertet werden müssen: 6,9 Punkte maximal für eine Stichprobe von 200 Befragten.



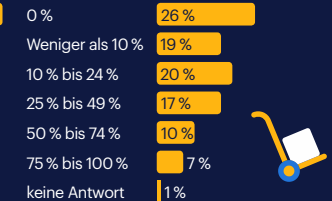
OpinionWay hat diese Umfrage unter Anwendung der Prozeduren und Regeln der ISO-Norm 2052 durchgeführt.

Profil der Betriebe – Deutschland

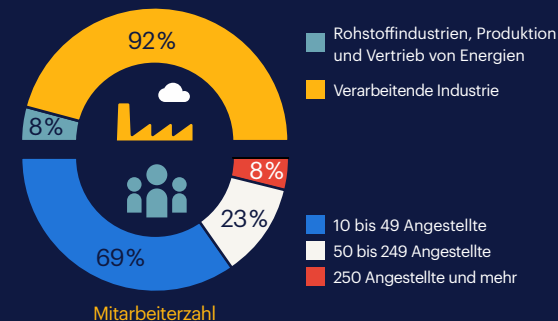
Funktion des Befragten



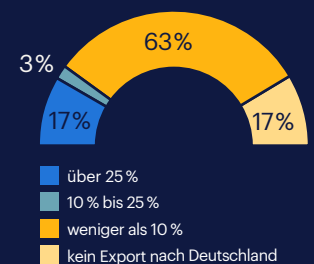
Für den Export bestimmter Produktionsanteil



Tätigkeitsbereich

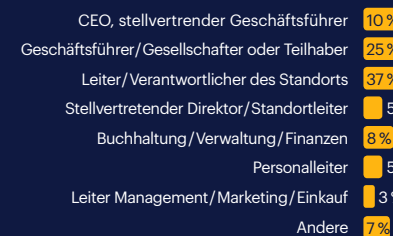


Prozentanteil des Exports nach Frankreich

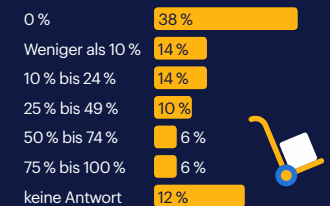


Profil der Betriebe – Frankreich

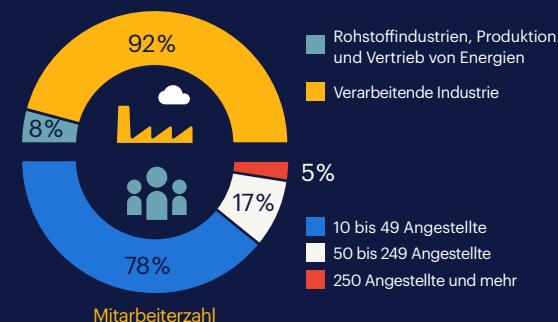
Funktion des Befragten



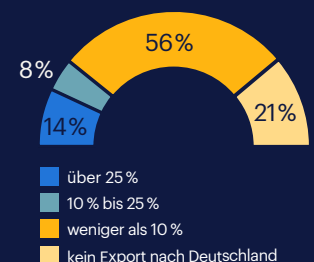
Für den Export bestimmter Produktionsanteil



Tätigkeitsbereich



Prozentanteil des Exports nach Deutschland



Über Randstad Gruppe Deutschland

Mit durchschnittlich rund 58.000 Mitarbeitern und rund 550 Niederlassungen in 300 Städten sowie einem Umsatz von rund 2,38 Milliarden Euro (2018) ist die Randstad Gruppe der führende Personaldienstleister in Deutschland. Randstad bietet Unternehmen unterschiedlicher Branchen umfassende Personalservice-Konzepte. Neben der klassischen Zeitarbeit gehören zum Portfolio der Randstad Gruppe unter anderem die Geschäftsbereiche Professional Services, Personalvermittlung, HR Lösungen und Inhouse Services. Mit seinen passgenauen Personallösungen ist Randstad ein wichtiger strategischer Partner für seine Kundenunternehmen. Durch die langjährige Erfahrung unter anderem in der Personalvermittlung und Personalüberlassung sowie individuelle Leistungs- und Entwicklungsangebote für Mitarbeiter und Bewerber, ist Randstad auch für Fach- und Führungskräfte ein attraktiver Arbeitgeber und Dienstleister.

Als Impulsgeber für den Arbeitsmarkt hat Randstad bereits im Jahr 2000 einen flächendeckenden Tarifvertrag mit ver.di abgeschlossen, der als Grundlage für die geltenden tariflichen Regelungen in der gesamten Branche diente. Randstad ist seit mehr als 50 Jahren in Deutschland aktiv und gehört zur niederländischen Randstad N.V.: mit einem Gesamtumsatz von rund 23,8 Milliarden Euro (Jahr 2018), über 670.900 Mitarbeitern täglich im Einsatz und rund 4.800 Niederlassungen in 38 Ländern, ist Randstad der größte Personaldienstleister weltweit. Zur deutschen Randstad Gruppe gehören neben den Unternehmen Randstad Deutschland GmbH & Co KG auch die Unternehmen Tempo Team, Gulp, Monster, twago, Randstad Sourceright, Randstad Outsourcing GmbH sowie Randstad Automotive und Randstad Financial Services. Vorsitzender und Sprecher der Geschäftsführung der Randstad Gruppe Deutschland ist Richard Jäger.

Verantwortlich

Randstad Deutschland Pressestelle

Petra Timm

Helfmann-Park 8

65760 Eschborn

Fon 06196 / 408-1770

Fax 06196 / 408-1775

E-Mail: presse@randstad.de

www.randstad.de

Impressum

Randstad Deutschland (Hrsg.)

Wie hoch ist die Wettbewerbsfähigkeit deutscher und französischer Industrieunternehmen?
Stand: März 2019

© Randstad Deutschland GmbH & Co. KG,
Helfmann-Park 8, 65760 Eschborn
E-Mail: presse@randstad.de

Registergericht: AG Frankfurt am Main, HRA 30640