

Wirtschaftslage und Finanzierung im Mittelstand

Frühjahr 2005

Eine Untersuchung der
Creditreform Wirtschafts-
und Konjunkturforschung

INHALT

SEITE

1	Einleitung	1
2	Die aktuelle konjunkturelle Situation des Mittelstandes	1
	2.1 Geschäftslage	1
	2.2 Umsatzentwicklung	4
	2.3 Aktuelle Personalsituation	7
3	Mittelstand: Erwartungen bis Herbst 2005	9
	3.1 Erwartete Umsätze	9
	3.2 Zukunft des Personalbestandes	10
	3.3 Investitionen	12
4	Finanzierung des Mittelstandes	14
	4.1 Erträge, Eigenkapital, Liquidität	14
	4.2 Zahlungsverhalten der Kunden	20
	4.3 Insolvenzen im Mittelstand	24
5	Wirtschaftspolitisches Umfeld Preisgestaltung	27
6	Zusammenfassung	29
7	Basis der Untersuchung	33
	7.1 Begriffsbestimmung	33
	7.2 Untersuchungsbreite	34
	7.3 Struktur der Unternehmen nach Rechtsform	35
	7.4 Betriebsgrößenordnung	35
	7.5 Sitz des Unternehmens	36

■ 1 Einleitung

Allen Prognosen zum Trotz zeigte die Wirtschaft in Deutschland im letzten Quartal 2004 Rückgänge, nachdem das Wachstum bereits im dritten Quartal zum Erliegen gekommen war. Damit war der Start in das neue Jahr gründlich verhaselt. Und es sollte noch schlimmer kommen: Anfang März wurden die Arbeitslosenzahlen veröffentlicht: Astronomische 5,2 Millionen Menschen sind ohne Job. Die Rekordarbeitslosigkeit hat den Ruf nach weiteren Reformen und einem wirtschaftlichen Sofortprogramm verstärkt. Da nützt auch alles Reden um statistische Effekte nichts – diese Meldung schockierte Deutschland und sorgt nicht gerade für Aufbruchstimmung, die die Binnennachfrage in Schwung bringen könnte. Auch vom Euro und dem Ölpreis ist keine Verbesserung zu erwarten.

Doch es gibt auch Hoffnung: Der ZEW-Index der Konjunkturerwartungen ist im März unerwartet gestiegen und legte damit zum vierten Mal in Folge zu. „Momentan arbeitet sich die deutsche Volkswirtschaft mit größten Mühen aus dem Konjunkturtal, wobei der schwachen Binnenkonjunktur ein starker Wind entgegenbläst“ formuliert es Jürgen Michels von der Citigroup. Bleibt zu hoffen, dass Deutschland in diesem Jahr den Aufstieg aus dem Konjunkturtal bewältigt und nicht wieder auf halber Strecke umkehrt. Denn nur dann kann auch der Mittelstand teilhaben am Aufwärtstrend.

In schweren Schuhen

■ 2 Die aktuelle konjunkturelle Situation des Mittelstandes

2.1 Geschäftslage

Die Angaben der mehr als 4.000 befragten mittelständischen Unternehmer zur aktuellen konjunkturellen Lage ihrer Betriebe haben sich durchweg verschlechtert. Vergaben im Frühjahr 2004 noch 22,8 Prozent der Befragten die Noten sehr gut und gut, wenn nach ihrer aktuellen Geschäftslage gefragt wurde, sind es im Frühjahr 2005 nur noch 22,0 Prozent. Noch deutlicher fällt die Entwicklung am unteren Ende der Skala aus: Binnen Jahresfrist vergrößerte sich der Anteil der Unternehmen, die ihre Geschäftslage mit mangelhaft

oder ungenügend bezeichneten um 4,1 Prozentpunkte auf 20,2 Prozent. Der Saldo aus positiven und negativen Einschätzungen der Geschäftssituation rutschte im Jahresverlauf von 6,7 auf 1,8 Prozent.

Tab. 1: Geschäftslage im Mittelstand

■	sehr gut – gut	22,0 (22,8)
	befriedigend – ausreichend	57,5 (60,1)
	mangelhaft – ungenügend	20,2 (16,1)

Angaben in % der Befragten, Rest o. A., () = Vorjahresangaben

Im Mittelstandsmonitor – einem jährlichen Bericht zu Konjunktur- und Strukturfragen kleiner und mittelständischer Unternehmen, den Creditreform zusammen mit dem IfM, der KfW, dem RWI und dem ZEW herausgegeben hat – wurden Unternehmen nach der Beurteilung ihrer Geschäftslage gefragt. Im Winter 2004 verbesserten sich die Angaben gegenüber dem Vorjahr noch kräftig um 8,4 Zähler und lagen im Durchschnitt des Jahres 2004 nur noch knapp unter der konjunkturellen „Normallage“.

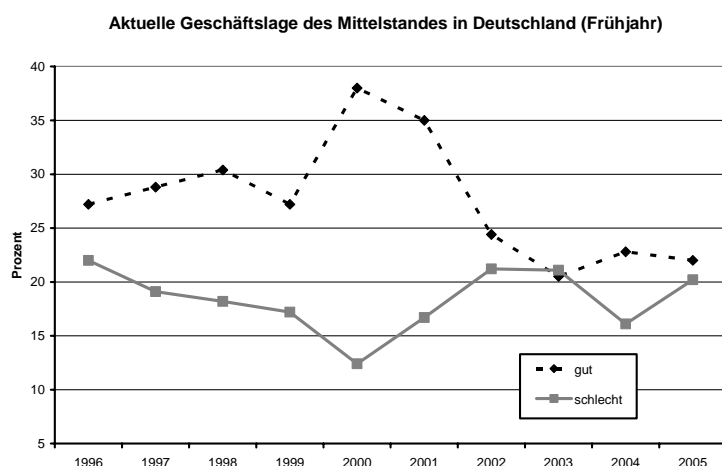
Das neue Jahr brachte wenig Gutes

Die Bewertungen haben sich sowohl in Ost- als auch in Westdeutschland verschlechtert, in Westdeutschland jedoch ungleich mehr. Allerdings können die alten Bundesländer noch auf einen – wenn auch mit 2,4 Prozent nur sehr knappen – positiven Saldo aus guten und schlechten Bewertungen blicken (Vorjahr: 7,3 Prozent), während der Saldo in den neuen Bundesländern in den roten Bereich rutschte: Lag er im Frühjahr 2004 noch bei 3,5 Prozent, ist er aktuell bei minus 1,1 Prozent angekommen.

Tab. 2: Geschäftslage im Mittelstand (West/Ost)

■	West	Ost
sehr gut – gut	21,9 (22,7)	22,3 (23,5)
befriedigend – ausreichend	58,3 (60,9)	53,7 (55,9)
mangelhaft – ungenügend	19,5 (15,4)	23,4 (20,0)

Angaben in % der Befragten, Rest o. A., () = Vorjahresangaben



Der Langzeitchart zeigt, dass nur 2003 noch weniger Betriebe als im Frühjahr 2005 ihre Geschäftslage mit sehr gut und gut beurteilten. Damals vergaben nur 20,5 Prozent gute Noten. Vom Höchststand aus dem Jahre 2000 (38,0 Prozent gute Bewertungen) sind die aktuellen Beurteilungen weit entfernt.

Getrennt nach den vier Hauptwirtschaftsbereichen zeigen sich deutliche Unterschiede in den einzelnen Branchen, wengleich sich das Nachgeben der Bewertungen durch alle Bereiche zieht. Am stärksten betrifft es das Baugewerbe: Noch nicht einmal jeder zehnte Betrieb (9,7 Prozent; Vorjahr: 12,8 Prozent) vergibt die Noten sehr gut und gut, aber ein Drittel (33,2 Prozent; Vorjahr: 24,0 Prozent) bezeichnet die eigene Geschäftslage mit mangelhaft oder ungenügend. Die meisten positiven Bewertungen kommen nach wie vor aus der Dienstleistungsbranche, auch wenn sich hier ein Rückgang der sehr guten und guten Bewertungen um 0,6 Prozentpunkte auf 27,5 Prozent vollzog. Gleichzeitig nahmen die schlechten Einschätzungen um 2,9 Prozentpunkte auf 15,3 Prozent zu. Im Handel stiegen die guten Einschätzungen zwar leicht – von 19,2 Prozent im Frühjahr 2004 auf aktuell 19,8 Prozent. Zugenommen haben aber auch die mit mangelhaft und ungenügend eingestufteten Geschäftslagen und zwar um 4,4 Prozentpunkte auf 24,0 Prozent, so dass hier insgesamt eine Verschlechterung der Situation festzustellen ist.

Unterschiede in Groß- und Einzelhandel

Tab. 3: Geschäftslage in den Hauptwirtschaftsbereichen

■	sehr gut bis gut	befriedigend bis ausreichend	mangelhaft bis ungenügend
Verarb. Gewerbe	22,6 (23,9)	51,8 (60,9)	15,6 (13,8)
Bau	9,7 (12,8)	57,1 (62,6)	33,2 (24,0)
Handel	19,8 (19,2)	55,9 (59,6)	24,0 (19,6)
Dienstleistungen	27,5 (28,1)	56,7 (58,8)	15,3 (12,4)

Angaben in % der Befragten, Rest o. A., () = Vorjahresangaben

Das KfW-ifo-Mittelstandsbarometer vom Februar 2005 berichtet von einer deutlichen Verschlechterung des Geschäftsklimas im Einzelhandel: Der Klimaindikator sank gegenüber dem Vormonat um 7,5 Prozent. Grund dafür soll die nachträgliche Enttäuschung über das Weihnachtsgeschäft sein, das sich umsatzmäßig als Flop herausstellte, nachdem es Verbandsvertreter zunächst als überraschend gut beschrieben hatten. Die von Creditreform befragten Einzelhändler votierten wie folgt: Zwar nahm die Zahl der mit gut und sehr gut eingeschätzten Geschäftslagen im Einzelhandel sogar leicht zu (um 1,2 Prozentpunkte auf 11,5 Prozent), zugenommen haben aber auch die schlechten Bewertungen – und zwar fast um zehn Prozentpunkte: Beurteilten im Frühjahr 2004 noch 19,4 Prozent ihre Geschäftslage mit mangelhaft oder ungenügend, sind es aktuell 29,0 Prozent. Ein deutliches Zeichen.

Böses Erwachen

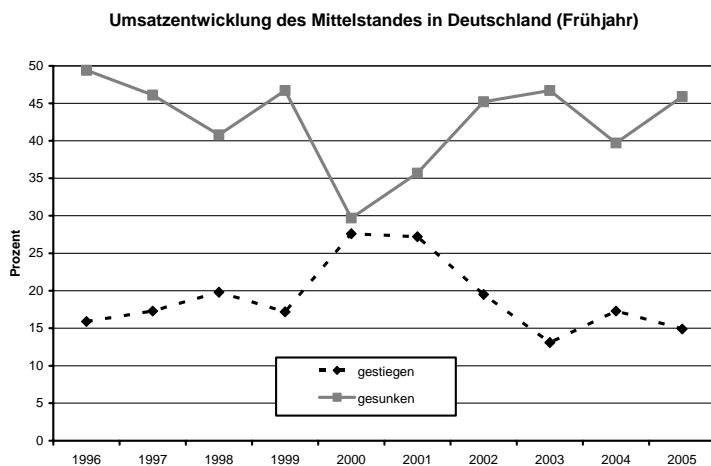
2.2 Umsatzentwicklung

Während die Beurteilungen zur Geschäftslage immer auch ein Stimmungsbild des Mittelstandes abgeben, beruhen die Angaben zur Umsatzsituation auf harten Fakten. Die Zahlen belegen: Nicht nur die Stimmung hat sich eingetrübt – auch die tatsächliche Lage verschlechtert sich. Die Umsatzentwicklung zeigt sich schwächer als noch vor einem Jahr: Nur noch 14,9 Prozent der Unternehmen berichten im Frühjahr 2005 von gestiegenen Umsätzen (Vorjahr: 17,3 Prozent) und 45,9 Prozent mussten Umsatzeinbußen hinnehmen – binnen Jahresfrist ein Zuwachs um 6,2 Prozentpunkte. Der Saldo aus Umsatzsteigerungen und -rückgängen liegt mit minus 31 Prozent tief im roten Bereich (Vorjahr: 22,4 Prozent).

Tab. 4: Umsatzentwicklung im Mittelstand

■	gestiegen	14,9 (17,3)
	stabil	38,9 (42,2)
	gesunken	45,9 (39,7)

Angaben in % der Befragten, Rest o. A., () = Vorjahresangaben



Der Langzeitvergleich verdeutlicht die Entwicklung im Mittelstand im Frühjahr 2005 einmal mehr: Der negative Trend, der 2001 einsetzte, wurde im vergangenen Frühjahr erstmalig durchbrochen, doch mehr als ein Strohfeuer blieb nicht übrig von der einsetzenden Konjunkturerholung – im Frühjahr 2005 zeigen die Bewertungen wieder nach unten.

Sowohl in West- als auch in Ostdeutschland verschlechterte sich die Umsatzsituation der mittelständischen Unternehmen. Nur noch 15,4 Prozent der westdeutschen (Vorjahr: 17,4 Prozent) und 12,3 Prozent (Vorjahr: 16,7 Prozent) der ostdeutschen Betriebe berichten von Umsatzsteigerungen. Dagegen stehen 44,5 Prozent der Betriebe in Westdeutschland (Vorjahr: 38,1 Prozent) und mehr als die Hälfte der befragten Unternehmen in Ostdeutschland (53,4 Prozent; Vorjahr: 47,9 Prozent), die Umsatzeinbußen verzeichneten.

Ostdeutschland bestimmt von Umsatzeinbußen

Tab. 5: Umsatzentwicklung im Mittelstand (West/Ost)

■	West	Ost
gestiegen	15,4 (17,4)	12,3 (16,7)
stabil	40,0 (43,6)	32,9 (34,7)
gesunken	44,5 (38,1)	53,4 (47,9)

Angaben in % der Befragten, Rest o. A., () = Vorjahresangaben

Nach Wirtschaftsbereichen ist die Umsatzentwicklung per Saldo in allen vier Branchen rückläufig. Am dramatischsten stellt sich die Situation am Bau dar: Nur noch 4,7 Prozent (Frühjahr 2004: 8,4 Prozent) der Betriebe konnten ihren Umsatz steigern, aber mehr als zwei Drittel (68,3 Prozent; Vorjahr: 52,1 Prozent) mussten sinkende Umsätze verkraften. Nach Angaben des Statistischen Bundesamtes (destatis) sanken die Umsätze im Bauhauptgewerbe 2004 um 5,2 Prozent auf 79,9 Milliarden Euro. Die Auftrageingänge gar um 6,9 Prozent.

Bau: Tunnel ohne Ende

Tab. 6: Umsatzentwicklung in den Hauptwirtschaftsbereichen

■	gestiegen	stabil	gesunken
Verarb. Gewerbe	14,9 (18,9)	47,8 (41,0)	36,7 (39,2)
Bau	4,7 (8,4)	26,9 (39,5)	68,3 (52,1)
Handel	15,4 (19,7)	34,2 (38,2)	50,0 (41,0)
Dienstleistungen	18,5 (18,7)	41,7 (46,1)	39,6 (34,2)

Angaben in % der Befragten, Rest o. A., () = Vorjahresangaben

Der Abwärtsbewegung trotzen kann noch am ehesten das Verarbeitende Gewerbe: Zwar sank auch hier die Zahl der Betriebe, die Umsatzsteigerungen erreichen konnten (um 4,0 Prozentpunkte auf 14,9 Prozent), gesunken ist aber auch die Zahl der Unternehmen, die Umsatzeinbußen hinnehmen mussten und zwar um 2,5 Prozentpunkte, so dass sich der Saldo nur leicht um 1,5 Prozentpunkte auf minus 21,8 Prozent verschlechterte. Anlass zur Hoffnung geben die Januar-Zahlen von destatis: Gegenüber dem Januar 2004 erhöhte sich der Gesamtumsatz im Verarbeitenden Gewerbe um 5,4 Prozent auf 108,4 Mrd. Euro. Hält diese Entwicklung an, profitieren vielleicht auch mittelständische Betriebe von den Aufwärtstendenzen.

Die Angaben zur Entwicklung der Angebotspreise korrespondieren mit der Umsatzentwicklung: Nur noch 11,5 Prozent der Befragten berichten von gestiegenen Angebotspreisen (Vorjahr: 11,7 Prozent). Einzig im Verarbeitenden Gewerbe konnten mehr Betriebe höhere Preise durchsetzen (13,2 Prozent Frühjahr 2005; 12,9 Prozent Frühjahr 2004). Deutliche Rückgänge mussten die Unternehmen aus dem Baugewerbe hinnehmen: Nur noch 6,2 Prozent konnten höhere Angebotspreise durchsetzen – vor einem Jahr waren es noch 9,5 Prozent (weitere Ausführungen zur Preissituation im „wirtschaftspolitischen Umfeld“).

2.3 Aktuelle Personalsituation

„5,2 Millionen Arbeitslose“. Diese Meldung schockierte Anfang März die Republik. Allen statistischen Verschiebungen zum Trotz: Die Arbeitsmarktlage in Deutschland ist bedenklich. Ob die Resultate aus dem eilig einberufenen Jobgipfel die Lage am Arbeitsmarkt verbessern können, wird sich noch zeigen.

Auf dem mittelständischen Arbeitsmarkt stellt sich die Lage auch nicht rosiger dar: Nur noch 11,7 Prozent der Befragten konnten im vergangenen halben Jahr mehr Personal einstellen (Vorjahr: 14,4 Prozent), aber 28,7 Prozent mussten sich von Mitarbeitern trennen (Vorjahr: 28,4 Prozent).

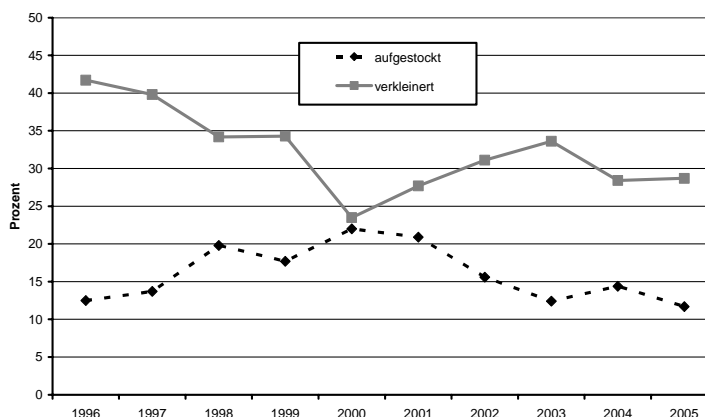
Schlechte Nachrichten für Arbeitsmarkt und Binnen- nachfrage

Tab. 7: Personalbestand im Mittelstand

■	aufgestockt	11,7 (14,4)
	unverändert	58,7 (56,2)
	verkleinert	28,7 (28,4)

Angaben in % der Befragten, Rest o. A., () = Vorjahresangaben

Personalentwicklung im Mittelstand in Deutschland (Frühjahr)



11,7 Prozent Neueinstellungen, das ist der schlechteste Wert der letzten zehn Jahre. Seit 1996 wurden nicht mehr so wenige Neueinstellungen vorgenommen wie innerhalb des letzten halben Jahres. Wenig tröstlich: Die Zahl der Betriebe, die ihren Personalbestand verkleinern mussten, bewegt sich im Mittelfeld, wie der Langzeitchart darstellt. Das Jahr 1996 markiert den Höhepunkt der Personalreduzierungen: Damals mussten sich 41,7 Prozent der Befragten von Mitarbeitern trennen.

Tab. 8: Personalbestand in den Hauptwirtschaftsbereichen

■	aufgestockt	unverändert	verkleinert
Verarb. Gewerbe	13,3 (16,1)	61,4 (58,1)	24,8 (24,3)
Bau	3,5 (4,5)	44,0 (48,8)	51,3 (46,1)
Handel	10,2 (13,7)	62,9 (60,9)	26,5 (23,3)
Dienstleistungen	14,9 (17,6)	60,8 (55,5)	23,0 (26,6)

Angaben in % der Befragten, Rest o. A., () = Vorjahresangaben

Konsolidierung bei den Dienstleistern

Die Betriebe aus dem Dienstleistungssektor können als einziger Hauptwirtschaftsbereich auf eine positive Saldenentwicklung verweisen: Zwar nahm hier die Zahl der Unternehmen, die ihren Mitarbeiterstab vergrößerten, um 2,7 Prozentpunkte auf jetzt 14,9 Prozent ab, doch stärker ging allerdings die Zahl der Betriebe zurück, die sich von Mitarbeitern trennen mussten, und zwar um 3,6 Prozentpunkte auf 23,0 Prozent, so dass der Saldo aus Personalaufstockungen und

-abbau im Jahresverlauf von minus 9,0 auf minus 8,1 Prozent kletterte.

■ 3 Mittelstand: Erwartungen bis Herbst 2005

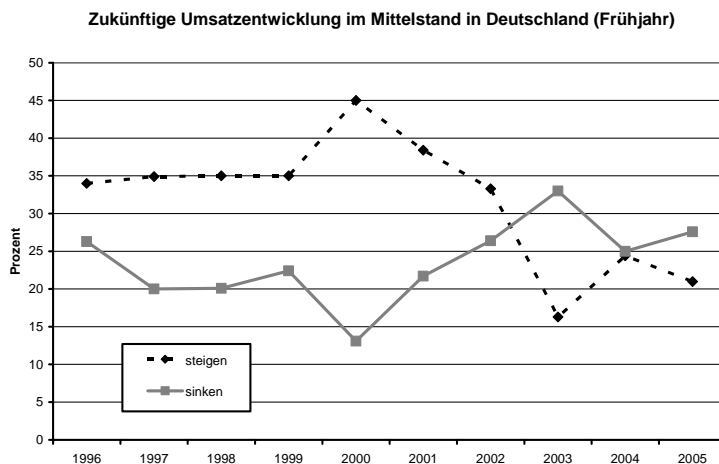
3.1 Erwartete Umsätze

Nicht nur die aktuelle konjunkturelle Lage des Mittelstandes hat sich eingetrübt, auch die Zukunftsperspektiven sehen dunkler aus. Nur noch 21,0 Prozent der KMU hoffen für die nächsten sechs Monate auf steigende Umsätze. Im letzten Frühjahr war es noch knapp jedes vierte Unternehmen (24,4 Prozent). Umsatzeinbrüche befürchten 27,6 Prozent der Betriebe, 2,6 Prozent mehr als im Jahr zuvor.

Tab. 9: Umsatzerwartungen im Mittelstand

■	steigend	21,0 (24,4)
	stabil	49,8 (49,5)
	sinkend	27,6 (25,0)

Angaben in % der Befragten, Rest o. A., () = Vorjahresangaben



Schere öffnet sich wieder

Zwar reichen die Umsatzperspektiven noch nicht an das Zehnjahrestief von 2003 heran – damals gaben nur 16,3 Prozent der Befragten an, auf steigende Umsätze zu hoffen und 33,0 Prozent rechneten mit sinkenden – vom Boomjahr 2000 aber sind die Perspektiven weit entfernt: Im Millenniumsjahr gingen 45,0 Prozent von steigenden Umsätzen aus und nur 13,1 Prozent befürchteten sinkende.

Tab. 10: Umsatzerwartungen in den Hauptwirtschaftsbereichen

■	steigend	stabil	sinkend
Verarb. Gewerbe	24,7 (23,5)	55,1 (49,4)	19,8 (25,3)
Bau	13,2 (19,1)	40,8 (45,6)	44,0 (35,2)
Handel	20,3 (25,9)	49,9 (46,7)	28,0 (25,6)
Dienstleistungen	22,5 (26,2)	50,7 (52,6)	24,9 (20,4)

Angaben in % der Befragten, Rest o. A., () = Vorjahresangaben

**Verarbeitendes Gewerbe
schafft positiven Saldo**

Bei den erwarteten Umsätzen zeigen sich unterschiedliche Bewertungen in den einzelnen Wirtschaftsbereichen: Das Verarbeitende Gewerbe ist optimistischer als noch vor einem Jahr: Fast jedes vierte Unternehmen (24,7 Prozent; Vorjahr: 23,5 Prozent) erwartet steigende Umsätze und nur noch jedes fünfte Unternehmen (19,8 Prozent) befürchtet sinkende (Vorjahr: 25,3 Prozent). Der Saldo kommt damit aus dem roten Bereich (minus 1,8 Prozent im Frühjahr 2004; 4,9 Prozent aktuell). Erste Konjunkturdaten anderer Quellen erlauben keinen klaren Schluss über die Entwicklung des Verarbeitenden Gewerbes: Der für die Europäische Kommission erhobene Index des Industrievertrauens ging im Februar 2005 erneut zurück; der für die Nachrichtenagentur Reuters erhobene Einkaufsmanagerindex erholte sich von seinem Dezembertief und zeigt eine moderate Aufwärtsbewegung der Industrieproduktion an.

Eindeutig ist dagegen die Entwicklung der anderen drei Wirtschaftsbereiche: Insbesondere im Bau setzen nur noch wenige Betriebe auf Umsatzsteigerungen: 13,2 Prozent rechnen im nächsten halben Jahr mit mehr Umsatz (Vorjahr: 19,1 Prozent), 44,0 Prozent befürchten Umsatzeinbrüche (Vorjahr: 35,2 Prozent).

3.2 Zukunft des Personalbestandes

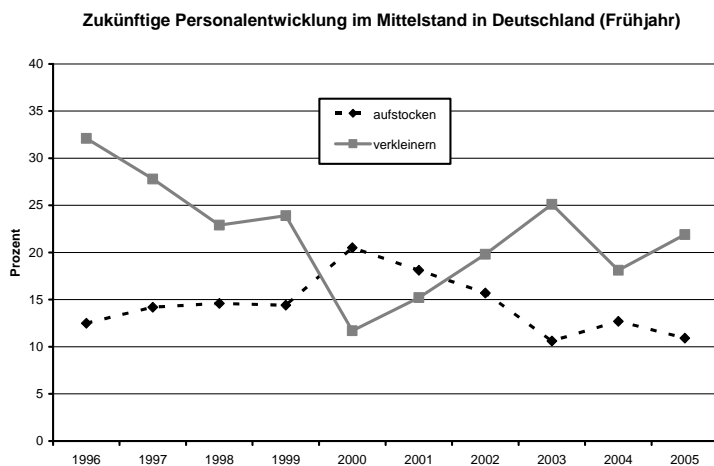
Die Bekämpfung der Arbeitslosigkeit ist das alles beherrschende Thema in Deutschland. Die Gelehrten bieten im Hinblick auf den Arbeitsmarkt die bekannten unterschiedlichen Ansätze: Gustav A. Horn, jetzt Chef eines neuen Instituts für Makroökonomie und Konjunkturforschung, vorher Leiter der Konjunkturabteilung

des DIW, setzt bei seinen Vorschlägen vor allem auf die höhere Nachfrage: Höhere Staatsausgaben, mehr Investitionen und steigende Löhne sollen die Wirtschaft kurzfristig in Schwung bringen. Hans-Werner Sinn, Präsident des ifo-Instituts, setzt vor allem auf die Angebotspolitik: Die langfristigen Bedingungen für Unternehmen sollen verbessert werden und so die Wirtschaft in Schwung bringen. Dass etwas getan werden muss, zeigen die Personalperspektiven der mittelständischen Unternehmen: Nur noch jedes zehnte (10,9 Prozent) mittelständische Unternehmen sieht sich in der Lage, seinen Personalbestand aufzustocken; vor einem Jahr waren es noch 12,7 Prozent. Dagegen planen 21,9 Prozent, sich von Mitarbeitern zu trennen – 3,8 Prozent mehr als vor einem Jahr.

Tab. 11: Entwicklung des Personalbestandes

■	aufstocken	10,9 (12,7)
	unverändert	65,9 (68,0)
	verkleinern	21,9 (18,1)

Angaben in % der Befragten, Rest o. A., () = Vorjahresangaben



Geht dem Mittelstand die Arbeit aus?

Wie die Entwicklung der letzten Jahre zeigt, geben sich mittelständische Unternehmen zurückhaltend, wenn es um die Aufstockung des Personalstammes geht: Nur in den Jahren 2000 und 2001 war der Saldo aus Personalverstärkungen und -reduzierungen im positiven Bereich.

Tab. 12: Entwicklung des Personalbestandes in den Hauptwirtschaftsbereichen

■	aufstocken	unverändert	verkleinern
Verarb. Gewerbe	8,0 (11,1)	66,8 (66,3)	24,7 (21,3)
Bau	9,9 (10,5)	55,6 (66,9)	32,6 (21,8)
Handel	8,2 (10,3)	67,6 (70,4)	23,3 (17,1)
Dienstleistungen	14,2 (15,9)	68,6 (68,3)	15,9 (15,0)

Angaben in % der Befragten, Rest o. A., () = Vorjahresangaben

Die negativen Aussagen zur Entwicklung des Personalbestandes ziehen sich durch alle vier Hauptwirtschaftsbereiche. Der Dienstleistungssektor verzeichnet die schwächste Abwärtsbewegung und sieht sich noch am ehesten in der Lage, seinen Mitarbeiterstab zu vergrößern: 14,2 Prozent der Befragten wollen ihren Personalbestand aufstocken (Vorjahr: 15,9 Prozent) und 15,9 Prozent planen, sich von Mitarbeitern zu trennen (Vorjahr: 15,0 Prozent). Damit fiel der Saldo von 0,9 auf minus 1,7 im Jahresverlauf. Von solchen Zahlen nur träumen können die Betriebe aus dem Bausektor: Hier vergrößerte sich der Saldo von minus 11,3 auf minus 22,7 Prozent. Aber auch das Verarbeitende Gewerbe – bei den Umsatzerwartungen noch dem allgemeinen Trend trotzend – sieht sich nicht in der Lage, an der Arbeitsplatzmisere etwas zu ändern: Der Saldo aus Personalneueinstellungen und -freisetzungen fiel im Jahresverlauf um 6,5 Prozentpunkte auf minus 16,7 Prozent.

3.3 Investitionen

Die Investitionen erwiesen sich zum Jahresende 2004 – als die Wirtschaftsleistung wider Erwarten nachgab – als relativ robust. Nach Angaben des monatlichen Konjunkturberichts der Frankfurter Allgemeinen Zeitung sind in den vergangenen sechs Quartalen die Investitionen nur einmal leicht geschrumpft. Eine solche gute Entwicklung gab es seit 2000 nicht mehr. Und auch die Angaben der mittelständischen Unternehmen untermauern diese Vermutung: Konträr zu den sonstigen Aussagen zum konjunkturellen Befinden der KMU stieg die Investitionsbereitschaft. 40,0 Prozent der befragten mittelständischen Betriebe signalisieren Inves-

Immerhin investitionsbereit

titionsbereitschaft, 2,8 Prozentpunkte mehr als im Frühjahr 2004. Das ist der höchste Wert seit dem Jahre 2001 – damals wollte noch fast jedes zweite Unternehmen (47,7 Prozent) investieren.

Tab. 13: Investitionsbereitschaft des Mittelstandes

■	ja	nein
2001	47,7	51,6
2002	38,0	61,3
2003	32,2	67,3
2004	37,2	61,4
2005	40,0	58,9

Angaben in % der Befragten, Rest o. A.

Leider werden die geplanten Investitionen mehrheitlich für den Ersatz alter Maschinen und Anlagen eingesetzt (62,4 Prozent; Vorjahr: 58,1 Prozent). Die konjunktursensiblen Erweiterungsinvestitionen verzeichnen hingegen einen Rückgang um 2,4 Prozentpunkte auf 45,8 Prozent investitionswillige Betriebe.

Tab. 14: Art der Investitionen

■	Erweiterung	45,8 (48,2)
	Rationalisierung	23,4 (28,6)
	Ersatz	62,4 (58,1)

Angaben in % der Befragten, Mehrfachnennung möglich
() = Vorjahresangaben

Insbesondere das Verarbeitende Gewerbe sieht sich imstande zu investieren: Mehr als die Hälfte der befragten Betriebe (50,5 Prozent; Vorjahr: 43,8 Prozent) möchte Geld in Erweiterungen, Rationalisierungen oder den Ersatz stecken. Aber auch mehr Dienstleister investieren: Binnen Jahresfrist stieg die Investitionsbereitschaft in diesem Wirtschaftsbereich um 5,6 Prozentpunkte auf 46,2 Prozent. Dem Trend entgegen laufen nur die Betriebe aus dem Handel. Hier schwand die Investitionsbereitschaft um drei Prozentpunkte auf 28,4 Prozent.

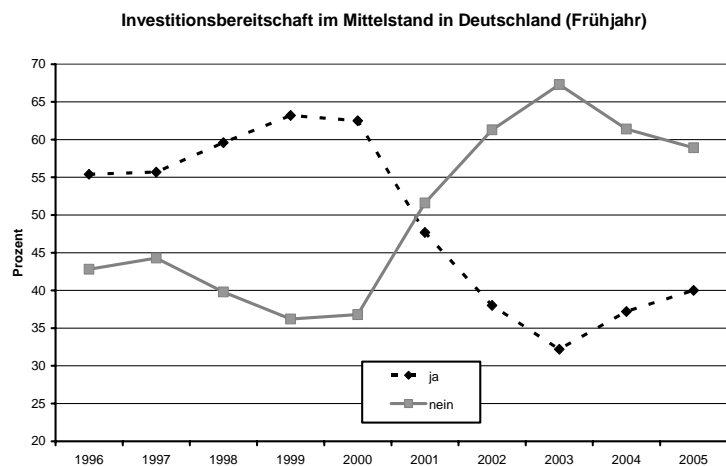
Keine neuen Einkaufslandschaften?

Tab. 15: Investitionsbereitschaft in den Hauptwirtschaftsbereichen

■	ja	nein
Verarbeitendes Gewerbe	50,5 (43,8)	49,0 (54,0)
Bau	27,4 (25,9)	72,0 (74,1)
Handel	28,4 (31,4)	70,8 (66,4)
Dienstleistungen	46,2 (40,6)	52,2 (58,3)

Angaben in % der Befragten, Rest o. A., () = Vorjahresangaben

Investitionen erholt



Die Talsohle bei den Investitionen ist überwunden. Zwar reicht die aktuelle Investitionsbereitschaft noch nicht an die der Jahrtausendwende heran (damals signalisierten über sechzig Prozent ihren Investitionswillen), die Bewertungen im Frühjahr 2005 zeigen jedoch das zweite Jahr in Folge eine Verbesserung.

■ 4 Finanzierung des Mittelstandes

4.1 Erträge, Eigenkapital, Liquidität

Ebenso wie die Angaben zur konjunkturellen Situation, sind auch die Bewertungen der finanziellen Lage von Skepsis geprägt. Sowohl die Beurteilung der aktuellen Ertragslage als auch die der Ertragsaussichten geben nach. Das Zahlungsverhalten stagniert und bei den Eigenkapitalquoten gehen die Zahlen auseinander.

Nur noch 8,8 Prozent der Befragten berichten von gestiegenen Erträgen (Vorjahr: 13,1 Prozent), aber 54,1 Prozent mussten sinkende Gewinne verkraften. Im Frühjahr 2004 waren es noch 49,7 Prozent.

Tab. 16: Ertragslage im Mittelstand

■	gestiegen	8,8 (13,1)
	stabil	36,6 (36,0)
	gesunken	54,1 (49,7)

Angaben in % der Befragten, Rest o. A., () = Vorjahresangaben

Bei Betrachtung der Entwicklung in den Hauptwirtschaftsbereichen fallen zwei Dinge ins Auge: Zum einen, dass sich die Verschlechterung der Situation durch alle vier Hauptbranchen zieht, zum zweiten die bedenkliche Entwicklung im Baugewerbe. Nur noch gut jeder einhundertste Betrieb (1,4 Prozent; Vorjahr: 6,0 Prozent) konnte seinen Ertrag im letzten halben Jahr steigern, aber 71,8 Prozent der Unternehmen mussten sinkende Gewinne hinnehmen. Diese Entwicklung findet ihren schärfsten Ausdruck aktuell in der Walter-Bau-Pleite.

Die Bauindustrie leidet seit dem Ende des (subventionierten) Baubooms im Osten vor zehn Jahren unter gewaltigen Überkapazitäten. Und diese Überkapazitäten verschwinden nicht. Geht ein Unternehmen pleite, geht es den Konkurrenten nicht besser. Nach Bekanntgabe der Walter-Insolvenz bewegten sich die Aktien der Konkurrenten Bilfinger-Berger und Hochtief praktisch nicht. Und obwohl sich die Zahl der Beschäftigten am Bau seit der Mitte der neunziger Jahre auf unter 800.000 halbierte, liegt die Zahl der Bauunternehmen bei konstant 80.000. Hinzu kommen Schwarz- und Fremdarbeiter, die für billiges Personal sorgen und der Druck auf die Preise, der in dieser Branche bestenfalls für schmale Gewinne sorgt.

Verdrängungswettbewerb

Tab. 17: Ertragslage in den Hauptwirtschaftsbereichen

■	gestiegen	stabil	gesunken
Verarb. Gewerbe	8,8 (9,9)	44,4 (39,4)	46,8 (49,3)
Bau	1,4 (6,0)	26,2 (34,8)	71,8 (59,2)
Handel	8,2 (13,9)	30,0 (37,3)	60,5 (47,1)
Dienstleistungen	12,0 (17,5)	40,4 (33,8)	47,4 (47,6)

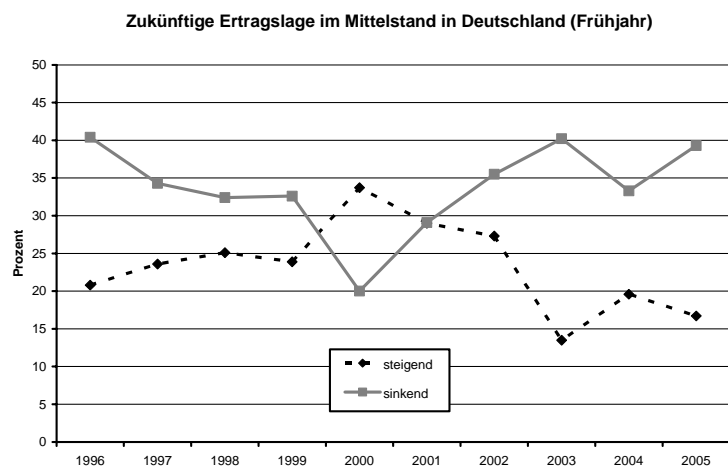
Angaben in % der Befragten, Rest o. A., () = Vorjahresangaben

Die Ertragsaussichten gestalten sich zwar positiver als die aktuelle Ertragslage, jedoch ist auch hier eine Abnahme der positiven Aussagen zu verzeichnen. Rechnete im vergangenen Frühjahr noch knapp jedes fünfte Unternehmen (19,6 Prozent) mit steigenden Erträgen innerhalb der nächsten sechs Monate, sind es aktuell nur noch 16,7 Prozent. Gestiegen ist dagegen der Anteil an Betrieben, die mit Ertragseinbußen rechnen, und zwar von 33,3 Prozent im Frühjahr 2004 auf nunmehr 39,3 Prozent.

Tab. 18: Zukünftige Ertragslage im Mittelstand

■	steigend	16,7 (19,6)
	stabil	42,0 (45,7)
	sinkend	39,3 (33,3)

Angaben in % der Befragten, Rest o. A., () = Vorjahresangaben



Der Zehnjahresverlauf verdeutlicht: Nur 2003 gaben sich die KMU noch pessimistischer, was ihre Ertrags-erwartungen betraf, als es gegenwärtig der Fall ist. Damals hofften nur 13,5 Prozent der Befragten auf steigende Erträge und 40,2 Prozent befürchteten sinkende. Der Saldo aus steigenden und sinkenden Ertragserwartungen war innerhalb der letzten zehn Jahre nur einmal in den schwarzen Zahlen – nämlich 2000 – mit 13,7 Prozent. Im Frühjahr 2005 liegt er bei mageren minus 22,6 Prozent.

Tab. 19: Zukünftige Ertragslage (West/Ost)

■	West	Ost
steigend	17,6 (19,7)	12,0 (19,5)
stabil	41,7 (46,8)	43,8 (40,1)
sinkend	38,5 (32,4)	43,6 (38,2)

Angaben in % der Befragten, Rest o. A., () = Vorjahresangaben

Die Zahl der Betriebe in Ostdeutschland, die ihre Erträge zu steigern hofften, nahm im Jahresverlauf 2003/2004 sprunghaft um 11,1 Prozentpunkte zu und lag im vergangenen Frühjahr bei 19,5 Prozent. Dieser positive Trend ist nun wieder Ernüchterung gewichen. Die guten Ertragsaussichten sanken um 7,5 Prozentpunkte auf 12,0 Prozent. Im Gegenzug nahm die Zahl der Betriebe, die Ertragseinbußen befürchten, um 5,4 Prozentpunkte auf 43,6 Prozent zu.

Strohfeuer Ertragsaussichten

Im Westen trübten sich die optimistischen Ertragserwartungen zwar nicht so stark ein, wie in den neuen Bundesländern (um 2,1 Prozentpunkte auf 17,6 Prozent). Dafür nahm aber die Zahl der Betriebe, die mit Ertragseinbußen rechnen, deutlicher (um 6,1 Prozentpunkte auf 38,5 Prozent) zu.

Tab. 20: Ertragserwartungen in den Hauptwirtschaftsbereichen

■	steigend	stabil	sinkend
Verarb. Gewerbe	19,6 (18,1)	46,5 (46,7)	33,3 (32,9)
Bau	8,1 (12,0)	33,2 (46,8)	56,2 (40,5)
Handel	14,0 (16,1)	42,2 (50,4)	40,7 (31,8)
Dienstleistungen	20,1 (25,5)	43,1 (42,1)	35,0 (31,5)

Angaben in % der Befragten, Rest o. A., () = Vorjahresangaben

Mehr Betriebe mit steigenden Ertragserwartungen verzeichnet das Verarbeitende Gewerbe. 19,6 Prozent der befragten Mittelständler aus diesem Hauptwirtschaftsbereich rechnen mit steigenden Erträgen innerhalb des nächsten halben Jahres. Vor einem Jahr waren es noch 18,1 Prozent.

Die recht deutlich pessimistisch ausfallende Zukunftsprognose der Baubetriebe macht auch vor den Ertragserwartungen nicht halt: 56,2 Prozent der Unter-

nehmen befürchten hier sinkende Erträge, was einer Zunahme von 15,7 Prozentpunkten entspricht.

Tab. 21: Eigenkapitalausstattung des Mittelstandes im Verhältnis zur Bilanzsumme

■	bis 10%	37,0 (31,4)
	bis 20%	24,5 (30,5)
	bis 30%	16,4 (16,4)
	über 30%	22,1 (21,7)

Angaben in % der Befragten, Rest o. A., () = Vorjahresangaben

Die Unternehmensbilanzstatistik der Deutschen Bundesbank belegt, dass die durchschnittliche Eigenkapitalquote deutscher Unternehmen seit Mitte der sechziger Jahre von rund 30 Prozent auf zuletzt etwa 17 Prozent gesunken ist. Dabei ist zu beobachten, dass sich die Ausstattung mit Eigenkapital in Abhängigkeit von der Unternehmensgröße, dem Zugang zur Börse sowie im internationalen Vergleich stark unterscheidet. Vereinfacht lässt sich sagen, je kleiner ein Unternehmen ist, desto weniger Eigenkapital hat es durchschnittlich zur Verfügung.

37,0 Prozent (Vorjahr: 31,4 Prozent) der befragten KMU verfügen über weniger als 10 Prozent Eigenkapital im Verhältnis zur Bilanzsumme. Und nur gut jedes fünfte Unternehmen (22,1 Prozent; Vorjahr: 21,7 Prozent) ist mit mehr als 30 Prozent Eigenkapital ausreichend finanziert. Weiter zu beobachten ist, dass in Krisenzeiten die Bewertungen auseinander laufen: Es gibt mehr Betriebe, die sich eine kräftige Eigenkapitaldecke zulegen, aber auch mehr Unternehmen, die weniger Eigenkapital zur Verfügung haben.

Tab. 22: Eigenkapitalquoten in den Hauptwirtschaftsbereichen

■	bis 10%	bis 20%	bis 30%	über 30%
Verarb. Gew.	28,6 (26,5)	26,5 (31,6)	17,9 (17,3)	27,0 (24,6)
Bau	46,1 (37,3)	22,7 (35,1)	17,3 (17,0)	13,9 (10,6)
Handel	36,2 (29,8)	23,9 (33,1)	17,1 (12,2)	22,8 (24,8)
Dienstleist.	38,1 (32,9)	24,5 (26,7)	15,0 (17,8)	22,4 (22,5)

Angaben in % der Befragten, Rest o. A., () = Vorjahresangaben

Polarisierung beim Eigenkapital

Wenig Eigenkapital wirkt krisenverschärfend – das belegen die Rückgänge der Eigenkapitalquoten einerseits und der Anstieg der Unternehmensinsolvenzen andererseits. So kann in Branchen, die über wenig Eigenkapital verfügen, eine höhere Insolvenzquote gemessen werden. Eine Verschlechterung der Eigenkapitalausstattung geht also häufig – zeitlich nachgelagert – mit einer erhöhten Insolvenzanfälligkeit einher. So herrscht im Baugewerbe die mit Abstand schlechteste Eigenkapitalsituation der vier Hauptwirtschaftsbereiche – knapp die Hälfte aller Befragten (46,1 Prozent; Vorjahr: 37,3 Prozent) verfügen über weniger als 10 Prozent haftendes Eigenkapital. Die Insolvenzquote (also die Zahl der Insolvenzen pro 10.000 existente Betriebe) liegt bei 251. Der Gesamtdurchschnitt aller Branchen findet sich bei 135 Insolvenzen pro 10.000 Betriebe. Im Verarbeitenden Gewerbe gibt es die meisten ausreichend kapitalisierten Unternehmen: 27,0 Prozent (Vorjahr: 24,6 Prozent) der KMU haben eine Eigenkapitalquote von mehr als 30 Prozent im Verhältnis zur Bilanzsumme – und die Insolvenzquote beträgt nur 89 pro Zehntausend.

**Eigenkapital:
Schutz vor Insolvenz**

Ohne ausreichendes Eigenkapital kommen Unternehmen in Krisenzeiten – die durch konjunkturelle Abschwünge, Probleme auf der Lieferantenseite, natürlich auch Managementfehler oder sich beschleunigende Strukturveränderungen ausgelöst werden können – schwer an Fremdkapital und sind auch so stärker insolvenzgefährdet.

Tab. 23: Geringe Eigenkapitalausstattung nach Branchen

■	Eigenkapital unter 10%	
	Gastgewerbe	54,5
	Einzelhandel mit Gebrauchsgütern	51,3
	Bauhauptgewerbe	50,4
	<i>Branchendurchschnitt</i>	<i>37,0</i>

Angaben in % der Befragten

In ihrer Abhandlung „Aufbruch aus dem Jammertal – Eigenkapitalücke und Eigenkapitalstrategien im Mittelstand“ setzen sich die Autoren Stephan und Thomas Paul, Helmut Rödl und Stefan Stein mit den Ursachen

Viele Gründe für Eigenkapitalschwäche

der deutschen Eigenkapitalschwäche auseinander. Dabei zeigen sie, dass auch der Mittelstand selbst noch „Hausaufgaben“ zu machen hat, wenn es um die Verbesserung der Eigenkapitalquote geht. Häufig werde eine unterdurchschnittliche Ertragslage als Grund für die Eigenkapitalschwäche im Mittelstand angeführt. Dagegen spräche, dass in den vergangenen, konjunkturell besseren Jahren mit einer vergleichsweise günstigen Ertragslage die Unternehmen nicht an einer substantziellen Verbesserung ihrer Eigenkapitalausstattung gearbeitet haben. Insbesondere bei Nicht-Kapitalgesellschaften konnten immer wieder zu hohe Privatentnahmen der Firmeneigner beobachtet werden, die die finanzielle Substanz der Unternehmen auszehre.

Auch eine niedrigere Steuerbelastung der Unternehmen führe nicht zwingend zu einer Verbesserung der Eigenkapitalstruktur. Nach Ansicht von ikf-Finanzierungsexperte Professor Stephan Paul trägt auch der Mittelstand selbst Verantwortung für die schlechte Eigenkapitalausstattung, da es gerade bei kleinen und mittleren Unternehmen an einem planvollen Umgang mit der Ressource Eigenkapital mangle.

Ebenso träfe eine Mitschuld die Banken, Kammern und Verbände, die ihrer Aufklärungs- und Beratungspflicht unzureichend nachkommen würden. Ihnen fehle die Branchenkompetenz, oft auch die soziale und methodische Kompetenz, etwa um Ratings zu erklären oder so sensible Themen wie Nachfolgeregelungen anzusprechen.

4.2 Zahlungsverhalten der Kunden

62,8 Prozent der Kunden mittelständischer Unternehmen zahlen fristgerecht innerhalb von 30 Tagen ihre Rechnung – dieser Wert hat sich im Laufe des letzten Jahres nicht verändert. Ebenso verhält es sich am unteren Ende der Skala: 3,1 Prozent der Kunden lassen sich mehr als 90 Tage Zeit, ehe sie offene Forderungen ausgleichen, im Frühjahr 2004 waren es ebenfalls 3,1 Prozent.

Tab. 24: Zahlungsfristen der Kunden des Mittelstandes

■	Kunden / Gesamt	private Kunden	öffentliche Kunden
bis 5 Tage	3,6 (4,2)	4,2 (4,9)	2,8 (3,1)
bis 10 Tage	7,7 (8,2)	10,1 (9,4)	4,0 (6,3)
bis 20 Tage	16,2 (15,8)	17,7 (19,0)	13,9 (11,0)
bis 30 Tage	35,3 (34,6)	35,6 (33,2)	35,0 (36,9)
bis 60 Tage	22,3 (22,8)	19,7 (20,4)	26,3 (26,4)
bis 90 Tage	7,9 (6,6)	5,0 (3,3)	12,2 (11,5)
über 90 Tage	3,1 (3,1)	1,3 (2,0)	5,9 (4,9)

Angaben in % der Befragten, Rest o. A., () = Vorjahresangaben

Unterschiedliche Entwicklungen offenbaren sich beim Blick auf die Unterteilung zwischen privaten und öffentlichen Schuldnern. Während sich das Zahlungsverhalten der privaten Kunden mittelständischer Unternehmen verbesserte, zahlt die öffentliche Hand langsamer als noch vor einem Jahr. 67,6 Prozent der privaten Kunden zahlen fristgerecht (Vorjahr: 66,5 Prozent) und nur noch 1,3 Prozent (Vorjahr: 2,0 Prozent) lassen sich mehr als drei Monate Zeit. 55,7 Prozent der öffentlichen Kunden – also Bund, Länder, Städte und Gemeinden – gleichen Forderungen pünktlich aus, im letzten Frühjahr waren es noch 1,6 Prozentpunkte mehr. Und auch am unteren Ende der Skala gab es Verschlechterungen: Die Zahl der „öffentlichen Kunden“, die sich mit der Rechnungsbegleichung mehr als 90 Tage Zeit lassen, stieg um einen Prozentpunkt auf jetzt 5,9 Prozent – mehr als viermal so viele wie bei den privaten Kunden.

Öffentliche Hand wieder verschlechtert

Tab. 25: Zahlungsfristen der Kunden in den Hauptwirtschaftsbereichen

■	Verarb. Gewerbe	Bau	Handel	Dienstlei- stungen
bis 5 Tage	3,5 (5,4)	0,4 (1,8)	3,9 (5,0)	4,9 (4,1)
bis 10 Tage	7,0 (6,4)	10,8 (12,7)	6,9 (7,8)	7,2 (7,5)
bis 20 Tage	8,8 (12,9)	15,9 (21,2)	17,2 (15,6)	19,2 (15,3)
bis 30 Tage	38,1 (35,0)	31,3 (31,3)	37,2 (37,3)	34,7 (34,4)
bis 60 Tage	27,7 (26,0)	27,2 (20,8)	21,1 (20,8)	18,4 (22,7)
bis 90 Tage	8,0 (8,8)	8,0 (7,4)	7,6 (5,6)	7,9 (5,2)
über 90 Tage	3,8 (2,0)	4,9 (4,1)	2,6 (3,0)	2,3 (3,5)

Angaben in % der Befragten, Rest o. A., () = Vorjahresangaben

Die meisten langsamen Zahler hat – wie schon in den Jahren zuvor – die Baubranche zu verzeichnen. 4,9 Prozent der Auftraggeber dieses Wirtschaftsbereiches zahlen erst nach mehr als drei Monaten (Vorjahr: 4,1 Prozent). Pünktlich überweisen 58,4 Prozent der offenen Forderungen. Im Frühjahr 2004 waren es noch fast zehn Prozent mehr (67,0 Prozent).

Die Dienstleistungsbranche hat das Zahlungsverhalten ihrer Kunden am besten im Griff. Zwei Drittel (66,0 Prozent) aller Kunden zahlen innerhalb eines Monats (Vorjahr: 61,3 Prozent) – 2,3 Prozent (Vorjahr: 3,5 Prozent) erst nach mehr als drei Monaten.

Tab. 26: Zahlungsfristen privater Kunden nach Branchen

■	bis 30 Tage:	
	Eisen- und NE-Metallerzeugung, Gießerei und Stahlverformung sowie Stahlbauer	86,7
	Herstellung von EBM-Waren, Möbeln, Musikinstrumenten, Sportgeräten	84,4
	Nahrungs- und Genussmittelgewerbe	82,7
	<i>Branchendurchschnitt</i>	67,6
	bis 90 Tage und länger:	
	Leder-, Textil- und Bekleidungsgewerbe	35,9
	Einzelhandel mit Verbrauchsgütern	13,9
	Maschinenbau	11,6
	<i>Branchendurchschnitt</i>	6,3

Angaben in % der Befragten

Die meisten privaten Kunden, die fristgerecht leisten, hat die Branche Eisen- und NE-Metallerzeugung, Gießerei und Stahlverformung sowie Stahlbauer. 86,7 Prozent der Kunden dieser Branche zahlen pünktlich.

Mit den meisten „schlechten“ Zahlern hat das Leder-, Textil- und Bekleidungsgewerbe zu kämpfen. Mehr als ein Drittel (35,9 Prozent) aller Kunden zahlen erst nach mehr als drei Monaten.

Tab. 27: Zahlungsfristen öffentlicher Kunden nach Branchen

■	bis 30 Tage:	
	Kredit- und Versicherungsgewerbe	86,4
	Forschung und Entwicklung	84,6
	Gastgewerbe	78,5
	<i>Branchendurchschnitt</i>	55,9
bis 90 Tage und länger:		
	Gewinnung und Verarbeitung von Steinen und Erden, Feinkeramik und Glasgewerbe	31,0
	sonstige persönliche/konsumnahe Dienstleistungen	24,2
	unternehmensnahe Dienstleistungen	23,7
	<i>Branchendurchschnitt</i>	18,1

Angaben in % der Befragten

Öffentliche Kunden zahlen – wie bereits aus den vorangegangenen Tabellen ersichtlich – später als private Auftraggeber. Den Spitzenplatz hat die Branche Gewinnung und Verarbeitung von Steinen und Erden, Feinkeramik und Glasgewerbe. 31,0 Prozent der Betriebe brauchen mehr als drei Monate, ehe ihre offenen Forderungen beglichen werden. Eine Sorge, die das Kredit- und Versicherungsgewerbe nicht so sehr drückt: Hier zahlen 86,4 Prozent aller Kunden pünktlich ihre Rechnung.

Tab. 28: Durchschnittliche Forderungsausfälle des Mittelstandes in Prozent zum Umsatz

■	bis 0,1%	22,7 (22,2)
	bis 0,5%	22,2 (20,6)
	bis 1,0%	17,0 (19,7)
	über 1,0%	25,3 (24,5)
	keine Verluste	10,0 (11,6)

Angaben in % der Befragten, Rest o. A., () = Vorjahresangaben

Im Zusammenhang mit der bereits behandelten Eigenkapitalquote von Unternehmen sind auch die Forderungsverluste zu betrachten, die ein Unternehmen erleiden muss. Denn, wer gezwungen wird, eine Forderung auszuklagen, muss die entstandene Liquiditätslücke mit eigenen Mitteln schließen. Eine solide Eigenkapitalbasis übernimmt in solchen Fällen eine Puffer-

Liquidität erhalten

funktion zur Erhaltung der Zahlungsfähigkeit. Dass Forderungsverluste zum mittelständischen Unternehmensalltag gehören, zeigen die Fakten: Nur 10,0 Prozent (Frühjahr: 2004: 11,6 Prozent) der befragten rund 4.000 Unternehmen hatte innerhalb der vergangenen sechs Monate keine Forderungsverluste zu beklagen. Die Zahl der Betriebe, die hohe Forderungsverluste von mehr als einem Prozent im Verhältnis zum Umsatz hinzunehmen hatten, stieg im Jahresverlauf um 0,8 Prozentpunkte an und liegt aktuell bei 25,3 Prozent.

Tab. 29: Forderungsverluste in Prozent zum Umsatz in den Hauptwirtschaftsbereichen

■	Verarb. Gewerbe	Bau	Handel	Dienstlei- stungen
bis 0,1	23,5 (24,3)	16,0 (18,4)	30,1 (21,6)	20,9 (22,8)
bis 0,5	24,0 (26,9)	19,9 (15,5)	29,1 (27,7)	18,6 (14,9)
bis 1,0	17,8 (17,4)	18,1 (22,1)	12,4 (22,5)	18,7 (18,6)
über 1,0	19,8 (19,3)	33,3 (36,7)	19,7 (18,2)	27,9 (26,1)
keine Verluste	13,5 (9,5)	8,5 (5,4)	6,4 (7,8)	10,8 (16,1)

Angaben in % der Befragten, Rest o. A., () Vorjahresangaben

Insbesondere Betriebe aus der Baubranche leiden unter hohen Forderungsverlusten, auch wenn hier der Wert innerhalb des letzten Jahres abnahm: Ein Drittel der Unternehmen (33,3 Prozent) musste Forderungsverluste von mehr als einem Prozent des Umsatzes hinnehmen, im Frühjahr 2004 waren es noch 36,7 Prozent. Aber auch die Betriebe der Dienstleistungsbranche leiden unter Forderungsausfällen: 27,9 Prozent der Unternehmen dieser Branche erlitten hohe Forderungsausfälle, 1,8 Prozent mehr als im vergangenen Frühjahr. Vergleichsweise gut geht es dagegen dem Handel: 6,4 Prozent der Befragten hatten keine Forderungsverluste und nur 19,7 Prozent (Vorjahr: 18,2 Prozent) hatten hohe Ausfälle von mehr als einem Prozent vom Umsatz hinzunehmen.

4.3 Insolvenzen im Mittelstand

39.600 Unternehmensinsolvenzen waren 2004 zu zählen – ein neuer Rekord und ein erneuter Anstieg der Firmenpleiten – wenn auch nur moderat um 0,3 Prozent. Insgesamt erreichte die Zahl der Insolvenzen

115.700 Fälle und stieg um 15,3 Prozent an. Der enorme Zuwachs rührt maßgeblich von der Entwicklung der Insolvenzen von Privatpersonen her, die immer noch ungebrochen ist. 76.100 Verbraucher und ehemals selbstständig Tätige traten den Gang zum Insolvenzgericht an, um in den Genuss der Restschuldbefreiung zu gelangen, die nach sechs Jahren einen schuldenfreien Neuanfang verheißt.

Unternehmensinsolvenzen bleiben hoch

Tab. 30: Insolvenzverfahren in Deutschland

■	Gesamt- Insolvenzen		Unternehmens- Insolvenzen	
	Anzahl	Veränderung	Anzahl	Veränderung
2000	41.780	+ 23,4%	27.930	+ 4,9%
2001	49.510	+ 18,5%	32.390	+ 16,0%
2002	84.330	+ 70,3%	37.620	+ 16,1%
2003	100.350	+ 19,0%	39.470	+ 4,9%
2004 *)	115.700	+ 15,3%	39.600	+ 0,3%

*) von Creditreform geschätzt

Der Zuwachs bei den Unternehmensinsolvenzen rührt von Westdeutschland her. Hier stieg die Zahl der Unternehmensinsolvenzen um 1,9 Prozent oder 550 betroffene Betriebe an und lag für das Jahr 2004 bei 30.200 Fällen. Ostdeutschland verzeichnet seit 2003 eine rückläufige Insolvenzentwicklung im Unternehmensbereich. Um 4,3 Prozent ging die Zahl der Unternehmenspleiten im letzten Jahr zurück. Insgesamt waren in den neuen Bundesländern 9.400 Unternehmen betroffen – 2003 waren es noch 9.820.

Tab. 31: Unternehmensinsolvenzen in Westdeutschland

■	Insolvenz- verfahren	mangels Masse abgelehnt	
		Absolut	in Prozent
2000	18.120	10.102	55,8
2001	21.750	11.953	55,0
2002	26.550	10.930	41,2
2003	29.650	11.830	39,9
2004 *)	30.200	11.600	38,4

*) von Creditreform geschätzt

Anders als etwa in Österreich haben die gesetzlichen Vorgaben, die zur Anreicherung der Insolvenzmasse in

einem Verfahren eingeführt wurden, Wirkung gezeigt: Die Zahl der mangels Masse abgelehnten Insolvenzverfahren ist seit Einführung der Insolvenzordnung sowohl in West- als auch in Ostdeutschland rückläufig.

Mehr Verfahren eröffnet

In Westdeutschland werden mittlerweile 61,6 Prozent aller Verfahren eröffnet, in Ostdeutschland sind es 55,3 Prozent. Österreich verzeichnet eine gegenläufige Entwicklung: Dort nahm die Zahl der mangels Masse abgewiesenen Konkurse im Jahresverlauf 2004 um 24,0 Prozent zu. Mehr als die Hälfte aller Konkursverfahren in Österreich werden gar nicht erst eröffnet.

Tab. 32: Unternehmensinsolvenzen in Ostdeutschland

■	Insolvenzverfahren	mangels Masse abgelehnt	
		absolut	in Prozent
2000	9.810	6.400	65,2
2001	10.640	5.810	54,6
2002	11.070	6.280	56,7
2003	9.820	4.700	47,9
2004 *)	9.400	4.200	44,7

*) von Creditreform geschätzt

Die Schäden, die durch das hohe Insolvenzaufkommen in der Volkswirtschaft verursacht wurden, beliefen sich für das vergangene Jahr auf 39,4 Mrd. Euro. Der Rückgang der Insolvenzscha den (um 1,1 Mrd. Euro) bei gleichzeitiger Stagnation der Unternehmensinsolvenzen untermauert die These von der überproportionalen Betroffenheit kleiner und mittelständischer Unternehmen von Insolvenzen. Von der Insolvenz ihres Arbeitgebers betroffen waren 605.000 Arbeitnehmer. Erstmals seit dem Jahr 2000 ist diese Zahl rückläufig (minus 1,3 Prozent)

Für 2005 rechnet die Creditreform Wirtschafts- und Konjunkturforschung mit etwa 38.000 bis 40.000 Unternehmensinsolvenzen und etwa 135.000 bis 140.000 Gesamtinsolvenzen.

■ 5 Wirtschaftspolitisches Umfeld Preisgestaltung

„Der Wettbewerb ist knallhart in Deutschland“ – äußerte der Generalsekretär des Zentralverbandes des deutschen Handwerks, Hanns-Eberhard Schleyer, am 12.03.2005 in einem Interview des Deutschlandradios.

Zu dieser Einschätzung kommt auch die Mehrheit der über viertausend von Creditreform befragten mittelständischen Unternehmen. Dabei gaben mehr als die Hälfte (51,8 Prozent) an, sich momentan in einem „Preiskrieg“ zu befinden, ein weiteres Fünftel muss im größeren Umfang Rabatte einräumen und nur ein Viertel der Unternehmen erklärte, seine kalkulierten Preise durchsetzen zu können. Preiserhöhungen hingegen spielen derzeit für die wenigsten Mittelständler eine Rolle und sind am ehesten noch im verarbeitenden Gewerbe zu finden.

Wettbewerb über Preiskrieg

Das Baugewerbe und der Einzelhandel spüren den Wettbewerbsdruck besonders stark. In diesen Bereichen sehen sich etwa zwei Drittel der befragten Betriebe im Preiskrieg und nur 11,3 bzw. 15,4 Prozent sind in der Lage, ihre kalkulierten Preise ohne größere Rabatte durchzusetzen.

Tab. 33: Momentane Preissituation

■	befinden uns im „Preiskrieg“, in der Branche findet ein ständiges Unterbieten statt	51,8
	setzen unsere kalkulierten Preis am Markt durch, geben lediglich kleinere Rabatte	25,1
	kalkulierte Preise lassen sich kaum halten, müssen in größerem Umfang Rabatte geben	19,1
	können regelmäßige Preiserhöhungen durchsetzen	1,8

Angaben in % der Befragten, Rest o. A.

Die Mehrheit (61,8 Prozent) der befragten mittelständischen Betriebe erwartet, dass sich die derzeitige Preissituation in den kommenden 12 Monaten nicht ändern wird. 31,2 Prozent rechnen mit einer weiteren Verschlechterung der Verhältnisse, wobei wiederum

überwiegend Unternehmen aus Einzelhandel und Baugewerbe zu dieser pessimistischen Einschätzung kommen. Unternehmen, die optimistisch in die Zukunft schauen und abnehmenden Preisdruck erwarten, sind hauptsächlich in den Bereichen Verarbeitendes Gewerbe und Dienstleistungen zu finden. Allerdings bleibt ihr Anteil mit insgesamt 4,9 Prozent (Branchendurchschnitt) sehr gering.

Tab. 34: Strategie der Preisbildung

■	kalkulieren unsere Kosten und korrigieren dann je nach Marktlage	29,0
	gleichen Wettbewerbspreis und Zahlungsbereitschaft der Kunden mit unseren Kosten ab	23,1
	orientieren uns an den Wettbewerbern	21,2
	kalkulieren die Kosten und schlage eine feste Spanne auf	19,2
	ermitteln die Zahlungsbereitschaft unserer Kunden	4,5

Angaben in % der Befragten, Rest o. A.

Nur Kosten durchreichen?

Bei der Preisbildung stehen bei vielen Unternehmen immer noch die Kosten im Mittelpunkt. Zum Verfahren der Preisbildung befragt, berichteten die meisten der befragten Unternehmen (29,0 Prozent), die Kosten zu kalkulieren und ggf. zu korrigieren. Einzig der Handel erklärte mehrheitlich (27,2 Prozent), nicht die Kosten in den Vordergrund zu stellen, sondern sich vielmehr an den Wettbewerbern zu orientieren. Kostenorientierung bei der Preissetzung birgt die Gefahr, dass Kostensenkungen – trotz höheren Nutzens – an die Kunden weitergegeben werden und dadurch die Umsatzrendite leidet. Darauf wies das Manager Magazin bereits im Juli 2003 hin und empfahl alternative Pricing-Strategien.

Tab. 35: Instrumente der aktiven Preispolitik

■	verschiedene Kundengruppen erhalten unterschiedliche Preise (Preisdifferenzierung)	49,0
	bieten Bündel der Produkte/Dienstleistungen zu einem gemeinsamen, günstigeren Gesamtpreis an	24,4
	geben Rabatte bei hohen abgenommenen Mengen	13,0
	geben Rabatte, wenn Kunden zu bestimmten Zeiten kaufen (Tages-/Jahreszeiten)	4,5
	geben am Jahresende einen Bonus auf den Gesamtbezug bei uns	3,9

Angaben in % der Befragten, Rest o. A.

Bei den Instrumenten aktiver Preispolitik erfreut sich die Preisdifferenzierung großer Beliebtheit. Fast die Hälfte (49,0 Prozent) der befragten mittelständischen Unternehmen gaben an, für verschiedene Kundengruppen unterschiedliche Preise zu haben. Paketlösungen für ihre Produkte werden von etwa einem Viertel (24,4 Prozent) angeboten. Diese Strategie wird insbesondere von Betrieben im Baugewerbe und von Dienstleistern angewendet. Zwar spielen im Vergleich zu Preisdifferenzierungen und Paketlösungen Rabatte und Boni eine geringere Rolle, doch fand die Aussage, dass Rabatte heutzutage unverzichtbar sind, breite Zustimmung. Darüber hinaus berichtete eine Mehrheit (55,6 Prozent), dass fast jeder Kunde individuelle Konditionen hat. Rabatte nur bei Gegenleistung des Kunden einzuräumen, konnten die befragten Mittelständler jedoch nicht bestätigen.

Ohne Rabatte geht es nicht

■ 6 Zusammenfassung

Die Angaben der 4.000 von Creditreform im Frühjahr 2005 befragten mittelständischen Unternehmen zur aktuellen und künftigen konjunkturellen und finanziellen Situation haben sich im Vergleich zum Vorjahr deutlich eingetrübt. Nur noch 22,0 Prozent (Vorjahr: 22,8 Prozent) der befragten Unternehmen vergeben die Noten sehr gut und gut, werden sie nach einer Einschätzung ihrer aktuellen Geschäftslage gefragt. Jeder fünfte Betrieb (20,2 Prozent) urteilt dagegen mit mangelhaft und ungenügend – ein Zuwachs von 4,1 Prozentpunkten im Jahresverlauf. Parallel zur Einschät-

zung der Geschäftslage hat sich auch die Umsatzentwicklung negativ verändert: Nur noch 14,9 Prozent der Unternehmen können von Umsatzsteigerungen berichten – im Vorjahr waren es noch 17,3 Prozent. 45,9 Prozent (Vorjahr: 39,7 Prozent) müssen Umsatzeinbußen hinnehmen. Eingebrochen ist insbesondere die Umsatzentwicklung im Bau: Nur noch 4,7 Prozent der Befragten spricht von Umsatzsteigerungen (Vorjahr: 8,4 Prozent), und 68,3 Prozent müssen sinkende Umsätze verkraften (Frühjahr: 2004: 52,1 Prozent).

Bei 5,2 Millionen Arbeitslosen in Deutschland vermag auch der Mittelstand keine positiven Signale zu senden: Nur gut jeder zehnte Betrieb (11,7 Prozent) konnte im vergangenen halben Jahr seinen Personalbestand aufstocken, im Frühjahr 2004 waren es noch 14,4 Prozent. Dagegen mussten sich 28,7 Prozent von Mitarbeitern trennen (Vorjahr: 28,4 Prozent).

Auch ihre zukünftige Lage schätzen die Befragten schlechter ein als noch vor einem Jahr. 21,0 Prozent der Betriebe hoffen auf steigende Umsätze (Vorjahr: 24,4 Prozent), aber 27,6 Prozent rechnen mit sinkenden Umsätzen – 2,6 Prozentpunkte mehr als im Frühjahr 2004. Nur das Verarbeitende Gewerbe widersetzt sich dem allgemeinen Trend: Hier nahm die Zahl der Betriebe, die mit steigenden Umsätzen rechnen, im Jahresverlauf um 1,2 Prozentpunkte auf 24,7 Prozent zu und die Zahl der Betriebe mit sinkenden Erwartungen um 5,5 Prozentpunkte auf 19,8 Prozent ab.

Die Zahl der Betriebe, die im nächsten halben Jahr Personalaufstockungen planen, ist ebenfalls rückläufig: Nur noch jeder zehnte Betrieb (10,9 Prozent; Frühjahr 2004: 12,7 Prozent) will seinen Personalbestand vergrößern. Mehr als jedes fünfte Unternehmen (21,9 Prozent; Vorjahr: 18,1 Prozent) plant dagegen, sich von Mitarbeitern zu trennen.

Im Gegensatz zu den sonstigen Angaben zum weiteren konjunkturellen Gang stieg die Investitionsbereitschaft im Mittelstand an: 40,0 Prozent der befragten Unternehmen planen Investitionen, im Frühjahr 2004 waren es noch 37,2 Prozent. Allerdings werden die

Investitionen mehrheitlich (62,4 Prozent) zum Ersatz alter Maschinen und Anlagen aufgewendet, die konjunkturstützenden Erweiterungsinvestitionen verzeichnen dagegen einen Rückgang um 2,4 Prozentpunkte auf 45,8 Prozent investitionswillige Betriebe.

Im Bereich Finanzierung sind die Angaben der Unternehmen dagegen wieder von Zurückhaltung geprägt: Nur noch 8,8 Prozent der Unternehmen berichten von gestiegenen Erträgen – im Jahr zuvor waren es noch 13,1 Prozent. Mehr als die Hälfte der befragten Betriebe (54,1 Prozent) gibt hingegen an, Ertragseinbußen ausgesetzt gewesen zu sein; im Frühjahr 2004 waren es noch 49,7 Prozent. Dramatisch ist die Ertragslage im Baugewerbe: Nur noch 1,4 Prozent der Unternehmen konnten ihre Gewinne steigern (Vorjahr: 6,0 Prozent), 71,8 Prozent (Vorjahr: 59,2 Prozent) mussten sinkende Erträge verkraften. Die Ertragsaussichten gestalten sich positiver als die Beurteilungen zur aktuellen Ertragslage, dennoch verschlechterte sich auch hier der Saldo aus steigenden und sinkenden Ertragserwartungen. 16,7 Prozent der KMU hoffen auf steigende Erträge, im Frühjahr 2004 waren es noch 19,6 Prozent; 39,3 Prozent rechnen mit sinkenden Erträgen (Vorjahr: 33,3 Prozent). Der Saldo der Ertragserwartungen rutschte von minus 13,7 Prozent im vergangenen Frühjahr auf aktuell minus 22,6 Prozent.

Beim Eigenkapital gehen die Zahlen auseinander: Mehr Betriebe als noch vor einem Jahr verfügen über ausreichendes Eigenkapital – die Zahl der Unternehmen, die unterkapitalisiert sind, steigt ebenfalls: 22,1 Prozent der befragten Betriebe verfügen über mehr als 30 Prozent Eigenkapital im Verhältnis zur Bilanzsumme; im Vorjahr waren es 21,7 Prozent. Weniger als 10 Prozent Eigenkapital haben 37,0 Prozent der Unternehmen, 5,6 Prozent mehr als im Frühjahr 2004. Die Branche mit den meisten Firmen mit geringem Eigenkapital ist das Gastgewerbe – 54,5 Prozent der Unternehmen verfügen über noch nicht einmal 10 Prozent haftendes Eigenkapital.

62,8 Prozent der Kunden der mittelständischen Unternehmen zahlen fristgerecht innerhalb von 30 Tagen

ihre Rechnung – im Frühjahr 2004 waren es genauso viele. Auch am unteren Ende der Skala hat sich nichts bewegt: Immer noch lassen sich 3,1 Prozent der Vertragspartner mittelständischer Unternehmen mehr als 90 Tage mit dem Begleichen einer Rechnung Zeit. Unterteilt man das Zahlungsverhalten nach privaten und öffentlichen Auftraggebern, offenbaren sich jedoch sehr wohl unterschiedliche Tendenzen: Während sich das Zahlungsverhalten der privaten Abnehmer verbesserte, zahlt die Öffentliche Hand langsamer als noch vor einem Jahr. 67,6 Prozent der privaten Kunden zahlen pünktlich (Vorjahr: 66,5 Prozent), und nur noch 1,3 Prozent lassen sich mehr als drei Monate Zeit. Im Vorjahr waren es noch 2,0 Prozent. Fristgerecht zahlen 55,7 Prozent der öffentlichen Kunden – also Bund, Länder, Städte und Gemeinden –, 1,6 Prozent weniger als im Frühjahr 2004. Die Zahl der öffentlichen Kunden, die sich mit der Rechnungsbegleichung mehr als drei Monate Zeit lässt stieg um einen Prozentpunkt auf aktuell 5,9 Prozent.

90 Prozent der befragten Unternehmen hatten im vergangenen halben Jahr Forderungsverluste hinzunehmen, 1,6 Prozent mehr als im Vergleichszeitraum. Hohe Verluste von mehr als einem Prozent im Verhältnis zum Umsatz beklagt mehr als jedes vierte Unternehmen (25,3 Prozent; Vorjahr: 24,5 Prozent). Weniger als 0,1 Prozent Verluste durch Forderungsausfälle haben 22,7 Prozent der Unternehmen, im letzten Frühjahr waren es noch 22,2 Prozent.

Die Zahl der Unternehmensinsolvenzen in Deutschland nahm im Laufe des Jahres 2004 nur leicht um 0,3 Prozent zu und liegt bei 39.600 betroffenen Firmen. Die Schäden, die die Insolvenzflut der Volkswirtschaft beibrachte, beliefen sich auf 39,4 Mrd. Euro; 1,1 Mrd. Euro weniger als 2003. 605.000 Arbeitnehmer waren von der Insolvenz ihres Arbeitgebers betroffen. Für 2005 rechnet die Creditreform Wirtschafts- und Konjunkturforschung mit etwa 38.000 bis 40.000 Unternehmensinsolvenzen.

Eine besondere Rolle für den Mittelstand spielt die Preissituation. Mehr als die Hälfte (51,8 Prozent) der

befragten Unternehmer gibt an, sich momentan in einem „Preiskrieg“ zu befinden, der durch ein ständiges gegenseitiges Unterbieten der Anbieter gekennzeichnet ist. Nur ein Viertel (25,1 Prozent) kann seine kalkulierten Preise am Markt durchsetzen und sich erlauben, lediglich kleinere Rabatte zu gewähren. 19,1 Prozent sind gezwungen, Rabatte in größerem Umfang zu geben und lediglich 1,8 Prozent der Befragten können regelmäßige Preiserhöhungen durchsetzen.

Nach der Strategie ihrer Preisbildung gefragt geben 29,0 Prozent der KMU an, ihre Kosten zu kalkulieren und die Preise auf dieser Basis dann je nach Marktlage zu berechnen. 23,1 Prozent gleichen den Wettbewerbspreis und die Zahlungsbereitschaft der Kunden mit ihren Kosten ab. 21,2 Prozent orientieren sich hauptsächlich am Wettbewerb und immerhin 19,2 Prozent kalkulieren ihre Kosten und schlagen eine feste Spanne auf. Nur 4,5 Prozent der Befragten ermitteln die Zahlungsbereitschaft ihrer Kunden. Bei den Instrumenten der aktiven Preispolitik erfreut sich die Preisdifferenzierung größter Beliebtheit: Bei 49,0 Prozent der befragten Unternehmen erhalten verschiedene Kundengruppen unterschiedliche Preise. Nur 13,0 Prozent geben Rabatte, wenn hohe Mengen abgenommen werden und nur 4,5 Prozent geben Rabatte, wenn Kunden zu bestimmten Zeiten – etwa Jahres- oder Tageszeiten – kaufen.

■ 7 Basis der Untersuchung

7.1 Begriffsbestimmung

Die vorliegende Untersuchung schließt sich der überwiegenden wissenschaftlichen Lehre an, die eine Definition des Mittelstandes auf die Mitarbeiterzahl abstellt (nicht mehr als 500 Beschäftigte) und eine Umsatzgröße von nicht mehr als 50 Mio. Euro zulässt. Entscheidend für die Definition kleiner und mittlerer Unternehmen ist darüber hinaus die „Personaleinheit“ von Geschäftsführer und Inhaber. Bei der Selektion der für diese Umfrage repräsentativen Unternehmen wurde auf dieses Merkmal geachtet. Weiterhin wurde darauf geachtet, dass keine Tochterunternehmen von Großunternehmen erscheinen.

7.2 Untersuchungsbreite

Tab. 36: Anzahl der befragten Unternehmen

■	Verarbeitendes Gewerbe	810
	Bau	657
	Handel	924
	Dienstleistungen	1.721
	Gesamt	4.112

Folgende Branchen haben sich an der Umfrage beteiligt:

Verarbeitendes Gewerbe

- Chemische Industrie (einschl. Kunststoff-, Gummi- und Asbestverarbeitung)
- Gewinnung und Verarbeitung von Steinen und Erden; Feinkeramik und Glasgewerbe
- Eisen- und NE-Metallerzeugung, Gießerei und Stahlverformung sowie Stahlbau
- Maschinenbau
- Fahrzeugbau
- Elektrotechnik
- Feinmechanik/Optik
- Herstellung von EBM-Waren, Möbeln, Musikinstrumenten, Sportgeräten, Spiel- und Schmuckwaren
- Holz-, Papier- und Druckgewerbe
- Leder-, Textil- und Bekleidungsgewerbe
- Nahrungs- und Genussmittelgewerbe

Baugewerbe

- Bauhauptgewerbe
- Ausbau- und Bauhilfsgewerbe

Großhandel

- Investitionsgüter
- Konsumgüter

Einzelhandel

- Gebrauchsgüter
- Verbrauchsgüter

Dienstleistungen

- Verkehr und Nachrichtenübermittlung
- Kredit- und Versicherungsgewerbe
- Grundstücks- und Wohnungswesen, Vermietung beweglicher Sachen
- Datenverarbeitung und Datenbanken
- Forschung und Entwicklung
- Gastgewerbe
- unternehmensnahe Dienstleistungen
- sonstige persönliche und konsumnahe Dienstleistungen

7.3 Struktur der Unternehmen nach Rechtsform

Die 4.112 befragten Unternehmen in Deutschland bevorzugen folgende Rechtsform:

Tab. 37: Rechtsformen der befragten Unternehmen

■	Einzelkaufmann	26,0
	OHG	1,3
	KG	1,3
	GmbH & Co. KG	11,6
	GmbH	53,5
	AG	1,8
	Sonstige	3,7

Angaben in % der Befragten, Rest o. A.

7.4 Betriebsgrößenordnung

Tab. 38: Anzahl der Beschäftigten

■	1 – 5 Personen	27,6
	6 – 10 Personen	20,0
	11 – 20 Personen	19,0
	21 – 50 Personen	17,5
	51 – 100 Personen	7,3
	101 – 200 Personen	5,4
	201 – 500 Personen	2,0

Angaben in % der Befragten, Rest o. A.

7.5 Sitz des Unternehmens

Tab. 39: Sitz des Unternehmens

■	Baden-Württemberg	8,4
	Bayern	13,9
	Bremen	0,8
	Hamburg	1,5
	Hessen	11,0
	Niedersachsen	10,7
	Nordrhein-Westfalen	27,3
	Rheinland-Pfalz	6,7
	Saarland	0,8
	Schleswig-Holstein	2,8
	Berlin	2,8
	Brandenburg	3,8
	Mecklenburg-Vorpommern	1,5
	Sachsen	3,3
	Sachsen-Anhalt	1,3
	Thüringen	3,4

Angaben in % der Befragten

Verantwortlich für den Inhalt:

Creditreform Wirtschafts- und Konjunkturforschung
Leitung: Michael Bretz, Telefon: (02131) 109-171
Hellersbergstr. 12, D - 41460 Neuss

Alle Rechte vorbehalten

© 2005, Verband der Vereine Creditreform e.V.,
Hellersbergstr. 12, 41460 Neuss

Ohne ausdrückliche Genehmigung des Verbandes der Vereine Creditreform e. V. ist es nicht gestattet, diese Untersuchung/Auswertung oder Teile davon in irgendeiner Weise zu vervielfältigen oder zu verbreiten. Lizenzangaben sind nach Vereinbarung möglich. Ausgenommen ist die journalistische und wissenschaftliche Verbreitung.

Neuss, 07. April 2005