

Universität Hamburg
Institut für Industriebetriebslehre
und Organisation

Industrielles Management
Arbeitspapier Nr. 6

Karl-Werner Hansmann
Christian Marc Ringle

Finanzierung Mittelstand

Eine empirische Untersuchung



ISSN 1618-2952

Tor zur Welt der Wissenschaft

Zusammenfassung

- Etwa ein **Viertel** aller befragten Unternehmen klagt über eine **abnehmende** Bereitschaft der Banken zur Kreditvergabe und über eine **Verschlechterung** der Kundenbetreuung.
- Zwei Drittel der befragten Unternehmen konstatiert die Weigerung der Banken, aufgrund von **Forderungsausfällen** die **Kreditlinie zu erhöhen**.
- Die **Bereitschaft** der Banken zur **Kreditvergabe** und Kundenbetreuung ist **am schlechtesten** ausgeprägt in der Beziehung zu Unternehmen
 - mit ungünstiger Gewinnentwicklung seit 1995 (60%),
 - mit hohem Fremdkapitalanteil (50%) und
 - mit einem Jahresumsatz bis zu 2,5 Mio € (45%).
- Aufgrund dieser Fakten neigt knapp die Hälfte der unzufriedenen Unternehmen dazu, mit privaten Investoren zusammenzuarbeiten.
- Sparkassen **unterscheiden sich** in bezug auf Kundenbetreuung und Bereitschaft zur Kreditvergabe **nicht signifikant** von Geschäftsbanken.

■ Die **Kreditinstitute bevorzugen eindeutig große Firmen mit positiver Gewinnentwicklung** und hoher Eigenkapitalausstattung bei der Kundenbetreuung und Kreditvergabe. Damit verfolgen sie – betriebswirtschaftlich richtig – das Ziel, ihren eigenen Unternehmenswert zu steigern und ihr Risiko zu vermindern. Mittel- bis langfristig hat diese Strategie gravierende Nachteile:

- Langjährige vertrauensvolle Geschäftsbeziehungen zu mittelständischen Unternehmen werden aufs Spiel gesetzt.
- Das Versagen finanzieller Unterstützung bei Forderungsausfällen und einer vorübergehend ungünstigen Gewinnentwicklung trifft die Unternehmen empfindlich und belastet das Image der Kreditinstitute beim Mittelstand.
- Eine psychologisch belastete Geschäftsbeziehung wirkt sich mittelfristig zu Ungunsten der Kreditinstitute aus und führt zu einer verstärkten Hinwendung zu privaten Investoren.

Für weitere Informationen steht Ihnen gerne Herr Christian Marc Ringle (MBA) zur Verfügung:

Tel.-Nr.: +49/(0)40 – 42838 – 4652 bzw. – 4682
Fax.-Nr.: +49/(0)40 – 42838 – 6496
Email: cringle@econ.uni-hamburg.de
Internet: <http://www.uni-hamburg.de/fb03-ibl/>

Inhaltsverzeichnis

1. Einführung.....	5
2. Aufbau und Ziele der Untersuchung	7
3. Ergebnisse der empirischen Untersuchung	10
3.1 Allgemeine Geschäftstätigkeit der befragten Unternehmen	10
3.2 Maßnahmen zur Sicherung von Liquidität und Bonität	13
3.3 Das Verhältnis mittelständischer Unternehmen zu ihren Hausbanken.....	15
3.3.1 Beurteilung der Veränderungen in der Kundenbetreuung	18
3.3.2 Beurteilung der Veränderungen in der Bereitschaft zur Kreditvergabe.....	20
3.3.3 Vertiefende Analyse der Kundenbetreuung und Bereitschaft zur Kreditvergabe	21
3.4 Analyse alternativer Kapitalakquisitionsbemühungen mittelständischer Unternehmen.....	28
4. Schlußbetrachtung.....	31
Anhang	33
Fragebogen.....	34
Tabellarische Darstellung der Umfrageergebnisse.....	42

1. Einführung

Der Mittelstand umfaßt kleine und mittelgroße Unternehmen, die in der Regel durch den Inhaber bzw. die Inhaberfamilie geleitet werden. Für statistische Zwecke existieren verschiedene Kategorisierungen, die sich in der Regel an der Umsatzhöhe und Mitarbeiterzahl orientieren. Insbesondere die **Definition** durch den KMU–Gemeinschaftsrahmen der Europäischen Union findet eine hohe Beachtung und vielfache Anwendung, da sie oftmals die Grundlage für Genehmigungsverfahren von Förderprogrammen darstellt. Danach werden **kleine und mittlere Unternehmen (KMU)**, die den Mittelstand bilden, nach den folgenden Kriterien abgegrenzt:¹

- weniger als 250 Beschäftigte,
- Jahresumsatz von höchstens 40 Mio € oder eine Bilanzsumme von höchstens 27 Mio €,
- nicht zu 25 oder mehr Prozent im Besitz eines Unternehmens bzw. mehrerer Unternehmen, die selbst kein KMU im Sinne dieser Definition sind.²

Seit einigen Jahren werden **Finanzierungsprobleme des Mittelstands** in publizistischen und wirtschaftswissenschaftlichen Veröffentlichungen beklagt und diskutiert. Mitte des Jahres 2000 war eine erhöhte Intensität der Debatte zu erkennen, insbesondere, da sich die Kritik verstärkt auf das **Verhalten der Banken** gegenüber ihren mittelständischen Kunden konzentrierte. Eng mit dieser Entwicklung verbunden war die Diskussion um das Konsultationspapier des Baseler Ausschusses für Bankenaufsicht zur „**Neuregelung der angemessenen Eigenkapitalausstattung**“ (kurz Basel II). Es wird befürchtet, daß die

¹ Vgl. Empfehlung der Kommission vom 3.4.1996 (Amtsblatt der Europäischen Gemeinschaften Nr. L107/4 vom 30.4.1996).

² Eine alternative Definition des Mittelstands wird beispielsweise vom Institut für Mittelstandsforschung (IfM) zugrunde gelegt, das hierunter die Gesamtheit der Unternehmen zusammenfaßt, die weniger als 500 Beschäftigte haben und/oder einen Umsatz unter 50 Mio € erzielen.

festgelegten **Ratings**, über die eine Art Bonitätsprüfung der Kreditnehmer „institutionalisiert“ wird, zu einem erheblichen **zeitlichen Aufwand** und **hohen Kosten** für die mittelständischen Kreditnehmer sowie zu einer zunehmenden **Bürokratisierung und Inflexibilität** auf Seiten der Kreditgeber führt.

Über eine weitere Argumentationslinie wird behauptet, der Aufwand für die Betreuung von KMU sei im Vergleich zu den realisierten Gewinnen zu hoch. Die Abkehr vom Mittelstand und eine stärkere Orientierung mit entsprechenden Finanzprodukten in Richtung vermögender Privatkunden erscheint demnach vielversprechender. **Allgemein konzentriert sich die veröffentlichte Kritik auf die folgenden Bereiche:**

- Verschlechterte Wettbewerbs- und Rahmenbedingungen mittelständischer Unternehmen,
- erhöhter Fremdkapitalbedarf,
- Klagen über verschlechterte Betreuung durch Banken und
- Probleme in der Akquisition des benötigten Fremdkapitals.

Um den genannten Problemen zu begegnen, wird häufig von mittelständischen Unternehmen ein **solides Finanzmanagement** und von den Banken die Rolle als verlässlicher „**Partner des Mittelstandes**“ gefordert. Hierdurch wird deutlich, daß die Ursache für die formulierte Kritik nicht pauschalisierend bei den Banken zu suchen ist, zumal zu diesem Sachverhalt noch keine empirisch gesicherten Erkenntnisse vorliegen.

2. Aufbau und Ziele der Untersuchung

Die eingangs beschriebene Diskussion um die Finanzierungsprobleme mittelständischer Unternehmen war Auslöser für diese Studie. Es ergab sich eine Zusammenarbeit zwischen dem **Institut für Industriebetriebslehre und Organisation der Universität Hamburg** und dem **AGA Unternehmens- und Arbeitgeberverband – Großhandel – Außenhandel – Dienstleistung e.V.**, mit der **Zielsetzung, die tatsächliche Beziehung zwischen Mittelstand und Banken empirisch zu untersuchen**. Mit Hilfe dieser Untersuchung sollen die verschiedenen Argumente substantiell, mit empirisch gesicherten Ergebnissen untermauert oder widerlegt werden. Die Ergebnisse leisten dadurch einen Beitrag zur Objektivierung der Diskussion.

Dem AGA angeschlossen sind ca. 3000 zumeist mittelständische Unternehmen mit Sitz im norddeutschen Raum. Hiervon wurden **ca. 2500 Unternehmen angeschrieben**. Die reduzierte Zahl der befragten Unternehmen hat zweierlei Gründe: Nicht in die Erhebung aufgenommen wurden Unternehmen in den neuen Bundesländern, da es sich hierbei um relativ junge Unternehmen handelt, die erhöhten Finanzierungsproblemen ausgesetzt sind. Zum anderen blieben Unternehmen unberücksichtigt, die beispielsweise durch Tochterunternehmen eine mehrfache Mitgliedschaft beim AGA besitzen. Insgesamt haben sich **511 Unternehmen** an der Untersuchung **beteiligt**, so daß eine **Rücklaufquote von 20,22%** erzielt wurde. In der Abbildung 2–1 wird die Branchenverteilung der befragten Unternehmen dargestellt.

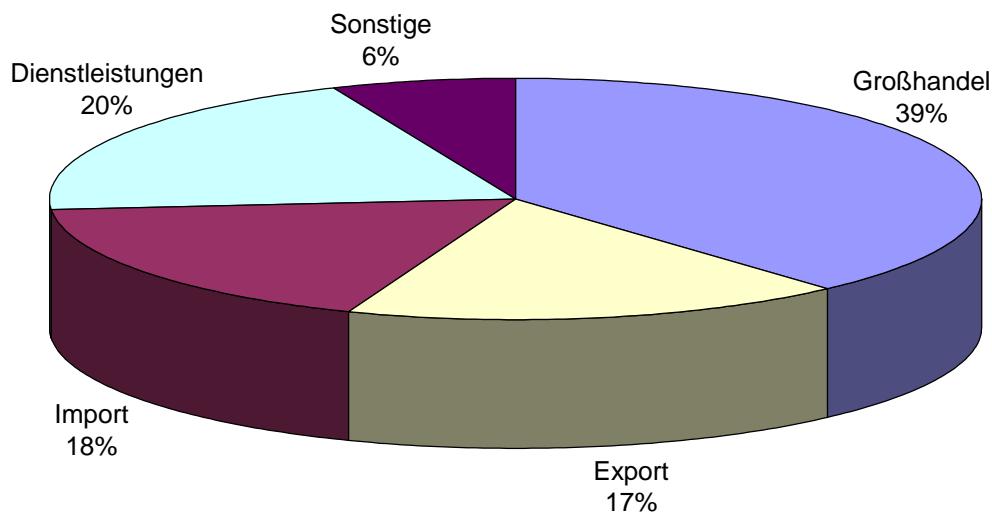


Abbildung 2–1: Branchenverteilung der befragten Unternehmen³

Für die Untersuchung wurde ein Fragebogen entwickelt, um Antworten zu den folgenden fünf Interessensbereichen zu liefern:

- Allgemeines zum Unternehmen und zum Geschäftsfeld,
- Fremdkapitalgeber,
- Zusammenarbeit mit der Hausbank,
- Maßnahmen der Sicherung von Liquidität und Bonität sowie
- Beurteilung von Ratings.

³ Die Abweichungen in den Prozentzahlen im Vergleich mit der Tabelle 1-1 im Anhang ergeben sich dadurch, daß in Tabelle 1-1 die Zahl der teilnehmenden Unternehmen ($N = 511$) als Grundgesamtheit gewählt wurde, während in Abbildung 2-1 die Summe aller Antworten, die aufgrund von Mehrfachantworten höher ausfällt, als Divisor die Prozentzahlen bestimmt.

Um einen möglichst hohen Rücklauf zu erreichen wurde der Fragebogen so konzipiert, daß eine **elektronische Auswertung**, mit der die vollkommene **Anonymität der Teilnehmer** sichergestellt wurde, durchgeführt werden konnte. Aus diesem Grund wurden in der Regel **geschlossene Fragen** (mit vorgegebenen Antwortmöglichkeiten) gestellt (vgl. Fragebogen im Anhang).

3. Ergebnisse der empirischen Untersuchung

3.1 Allgemeine Geschäftstätigkeit der befragten Unternehmen

Die von uns untersuchten Unternehmen zählen in der Regel nach dem Definitionsvorschlag der EU – mit entweder weniger als 40 Mio € Umsatz oder weniger als 250 Mitarbeitern – zu dem Kreis mittelständischer Unternehmen. Die Abbildung 3–1 verdeutlicht die Zusammensetzung der befragten Unternehmen anhand verschiedener Jahresumsatzintervalle. Knapp **80%** der von uns untersuchten Mittelständler haben danach einen **Jahresumsatz von 50 Mio DM und weniger**.

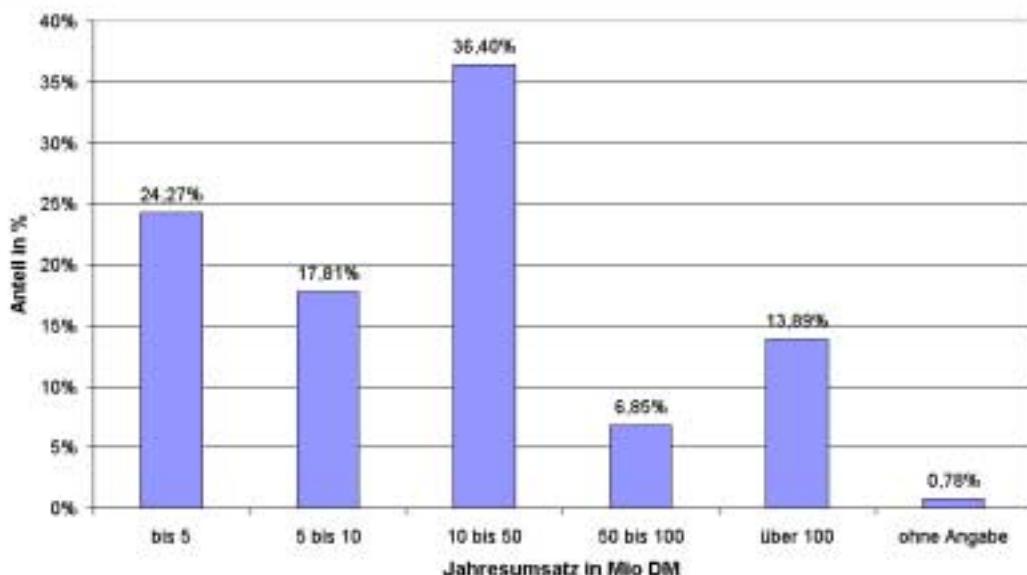


Abbildung 3–1: Jahresumsatz der beteiligten Firmen⁴

⁴ Bei Abbildungen, die die prozentuale Verteilung der Antworten anzeigen, konnten die Unternehmen nur **eine** von verschiedenen vorgegebenen Antworten auswählen. Wird die Verteilung der absoluten Anzahl der Antworten dargestellt, so waren Mehrfachantworten möglich.

In Abbildung 3–2 wird die Verteilung der Mitarbeiterzahlen auf verschiedene Intervalle dargestellt. Mehr als **60%** der Unternehmen beschäftigen **bis zu 30 Mitarbeiter** und über **94%** der befragten Mittelständler haben **bis zu 250 Mitarbeiter**. Hierdurch wird eine Besonderheit des Groß– und Außenhandels gegenüber dem verarbeitenden Gewerbe deutlich: Mit relativ wenigen Mitarbeitern können hohe Umsätze erwirtschaftet werden.

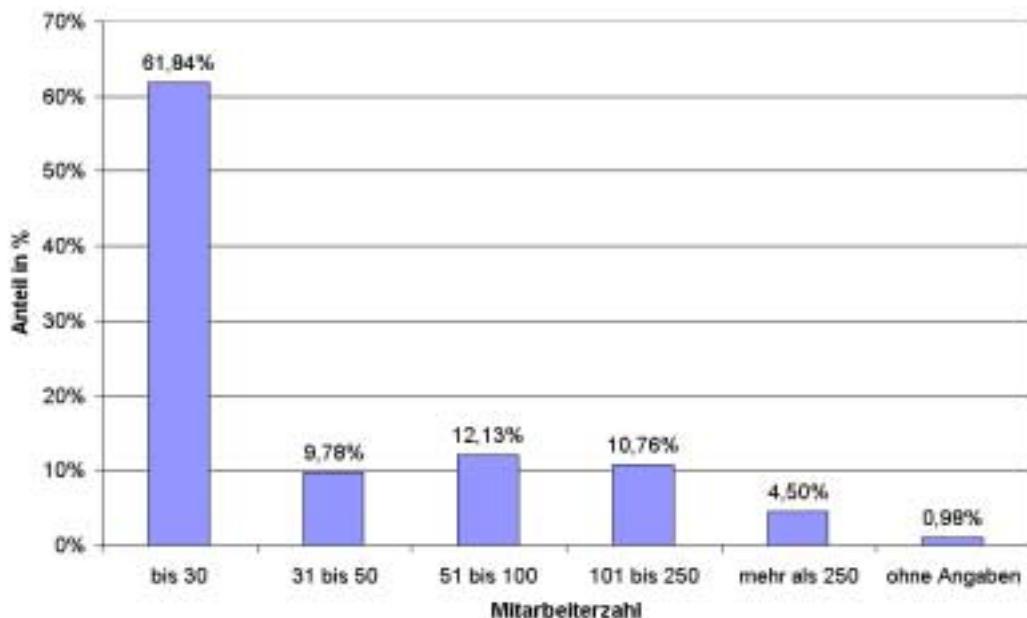


Abbildung 3–2: Mitarbeiterzahl der beteiligten Firmen

Die Darstellung der Umsatzentwicklung (vgl. Abbildung 3–3) soll – unbeeinflußt von konjunkturell bedingten Umsatzschwankungen – die grundsätzliche Entwicklungsrichtung nach Einschätzung der befragten Mittelständler für die letzten fünf Jahre wiedergeben. Die Angaben zur Gewinnentwicklung für den gleichen Zeitraum (vgl. Tabelle 5–4 im Anhang) sind ähnlich verteilt, fallen allerdings wesentlich schlechter aus. Danach haben rund **23%** der Unternehmen angegeben, daß sich ihre **Gewinnsituation** in den letzten fünf Jahren **verschlechtert** hat (bzw. knapp **40% einschließlich** derer, die eine **leichte Verschlechterung** zu verzeichnen haben).

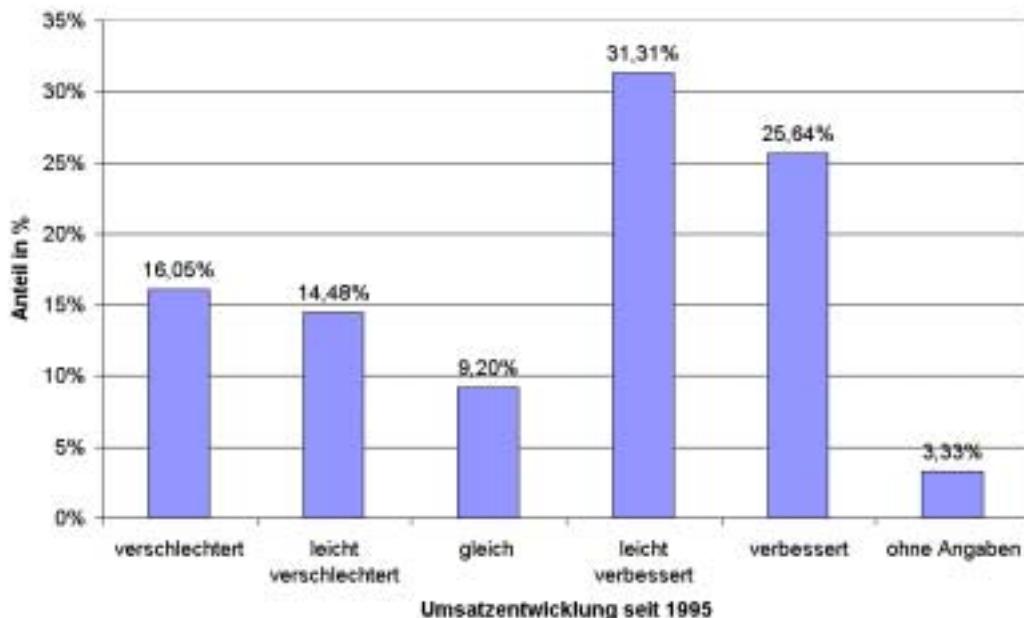


Abbildung 3–3: Umsatzentwicklung seit 1995

Bei beiden Fragen überwiegt der Anteil der Mittelständler, die eine grundsätzliche Verbesserung feststellen. Jedoch verzeichnet ein auffällig hoher Anteil der befragten Unternehmen – trotz positiver konjunktureller Gesamtwirtschaftslage und relativ positiver Aussagen bezüglich der Umsatzentwicklung in den letzten fünf Jahren – eine Verschlechterung ihrer Gewinnsituation. Dies deutet darauf hin, daß ein nicht unerheblicher Teil der Unternehmen Schwierigkeiten hat, notwendige finanzielle Reserven für wirtschaftlich schlechtere Zeiten aufzubauen. **Gerade diese Unternehmen werden in konjunkturell schwächeren Zeiten auf die Unterstützung ihrer Banken angewiesen sein.** Eine gute „Beraterbank“ zeichnet sich dadurch aus, die geschilderten Risiken in gesamtwirtschaftlich guten Zeiten zu erkennen und mit Hilfe einer soliden Finanzberatung sich abzeichnende Schwierigkeiten entsprechend abzufedern.

3.2 Maßnahmen zur Sicherung von Liquidität und Bonität

Ein großes Problem für mittelständische Unternehmen stellt die Sicherung ihrer Liquidität und Bonität dar. In konjunkturell schlechten Zeiten geht die Auftragslage und damit entsprechend der Umsatz bzw. Gewinn zurück. In einer solchen Situation stellen Forderungsausfälle und negative Entwicklungen in der Zahlungsbereitschaft der Kunden Risiken dar, die die Liquidität des eigenen Unternehmens zusätzlich belasten.

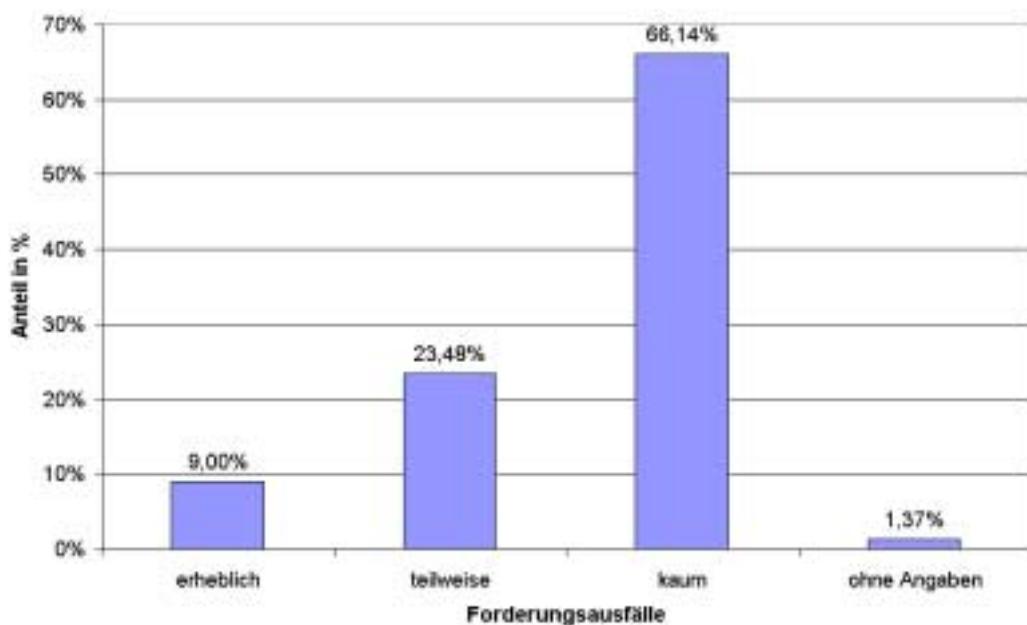


Abbildung 3–4: Forderungsausfälle der beteiligten Firmen

Forderungsausfälle entstehen in der Regel, wenn es dem Kunden so schlecht geht, daß aufgrund eines Insolvenzverfahrens die Zahlungen gänzlich oder teilweise ausbleiben. Die Abbildung 3–4 stellt dar, daß mittelständische Unternehmen in der Wahl ihrer Geschäftspartner entsprechend vorsichtig vorgehen, so daß nur **9%** der Befragten einen **erheblichen Forderungsausfall** verzeichnen. Einen **teilweisen Forderungsausfall** müssen jedoch **23,48%** der Unternehmen in Kauf nehmen. Insgesamt ist also rund **ein Drittel** der untersuchten Unternehmen **von diesem Umstand betroffen**.

Bevor es allerdings zu Zahlungsausfällen kommt, versuchen finanzschwache Kunden ihre Liquidität durch Streckung der Zahlungsziele zu erhöhen. Hierdurch verschlechtert sich jedoch im Gegenzug die Liquidität des Geschäftspartners. Deshalb wurde gefragt, wie sich nach Einschätzung der Mittelständler die **Zahlungsbereitschaft der Kunden** entwickelt hat. Während nur **3,91%** eine **Verbesserung** feststellen, haben immerhin **44,62%** eine **Verschlechterung** verzeichnet (vgl. Abbildung 3–5). Zwar geben mit **50,10%** die meisten Unternehmen an, daß sie **keine Veränderungen** registrieren, jedoch zeigt dieses Ergebnis einen klaren **Trend zum verschlechterten Zahlungsverhalten der Kunden auf, der die befragten Mittelständler in ihrer Liquidität schwächt.**

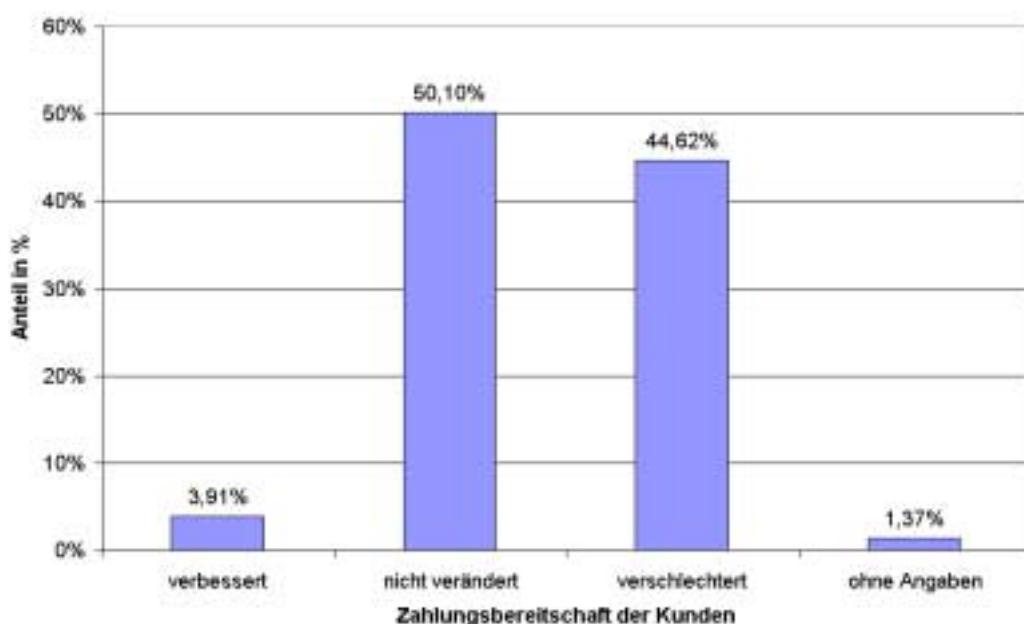


Abbildung 3–5: Zahlungsbereitschaft der Kunden

Diejenige Bankenklientel, die unter Forderungsausfällen bzw. verschlechterter Zahlungsbereitschaft ihrer Kunden leidet, bedarf besonderer Zuwendung und Beratung. Befindet sich das Unternehmen grundsätzlich auf **einem soliden geschäftlichen Weg, der aber durch Forderungsausfälle** bzw. verlängerte Zahlungsziele der Kunden und daraus entstehender **Liquiditätsengpässe** gefährdet wird, so muß die **Bank** in der Rolle eines

„Partners des Mittelstandes“, wie aus Bankenkreisen immer wieder geäußert, in der Lage sein, schnell und unbürokratisch **Überbrückungskredite** zur Verfügung zu stellen. **Dabei kann eine langjährige Betreuung durch feste Ansprechpartner für beide Seiten nur von Nutzen sein.**

Ein Geschäftsverhältnis in diesem Sinne zwischen **Banken** und **Mittelständlern** kann schon **im Vorwege über entsprechende Beratung die geschilderten Probleme mildern**. Dabei spielt die Frage nach Absicherung der Liquidität eine wichtige Rolle. Unsere Untersuchung ergibt, daß die Unternehmen mehrheitlich keine Absicherungsmaßnahmen ergreifen: **62,23%** nehmen keine **Warenkreditversicherung** in Anspruch (vgl. Tabelle 4–5 im Anhang) und **94,32%** nutzen **nicht** die Möglichkeiten des **Factoring** (vgl. Tabelle 4–4 im Anhang). Im selben Zusammenhang könnte ein stärkeres Drängen der Banken zur Aufstellung einer soliden **Finanzplanung** beiden Seiten dienlich sein, wobei die Banken allerdings den mittelständischen Unternehmen eine unter Umständen notwendige Unterstützung zukommen lassen müßten. Mit **48,14%** (vgl. Tabelle 4–7 im Anhang) geben die meisten Mittelständler an, **keinen Finanzplan** aufzustellen (jeweils ungefähr ein Viertel bejaht dies bzw. macht keine Angaben zu dieser Frage). Hierin zeigt sich deutlich der potentielle **Handlungsspielraum** für den Aufbau eines partnerschaftlichen Verhältnisses zwischen Banken und Mittelstand.

3.3 Das Verhältnis mittelständischer Unternehmen zu ihren Hausbanken

Ein Schwerpunkt dieser Studie liegt auf der Darstellung des Verhältnisses mittelständischer Unternehmen zu ihren Hausbanken. Der Großteil der befragten Unternehmen wird von **Geschäftsbanken** (beispielsweise Deutsche Bank, Dresdner Bank oder Commerzbank) betreut, und knapp die Hälfte der untersuchten Unternehmen führt Bankgeschäfte mit **Sparkassen** durch. **Genossenschaftsbanken**, **Direktbanken** und die **Postbank** spielen eine untergeordnete Rolle in der Betreuung mittelständischer Unternehmen (vgl. Abbildung 3–6).

Der mit lediglich 13,11% ermittelte Anteil der Zusammenarbeit mittelständischer Unternehmen mit **Genossenschaftsbanken** – als einzige Bankverbindung bzw. auch bei weiteren Bankkontakten – muß verwundern, wenn bedacht wird, daß sich gerade die genossenschaftsorientierten Bankinstitute (Volksbanken, Raiffeisenbanken u.a.) seit jeher als Partner, Finanziers und Förderer des Mittelstandes verstehen, wie werbliche Aussagen sowie Inhalte von Satzungen und Leitbildern belegen. **Durchschnittlich arbeiten die befragten Unternehmen mit drei Banken zusammen** (der exakte Wert beträgt 2,78).

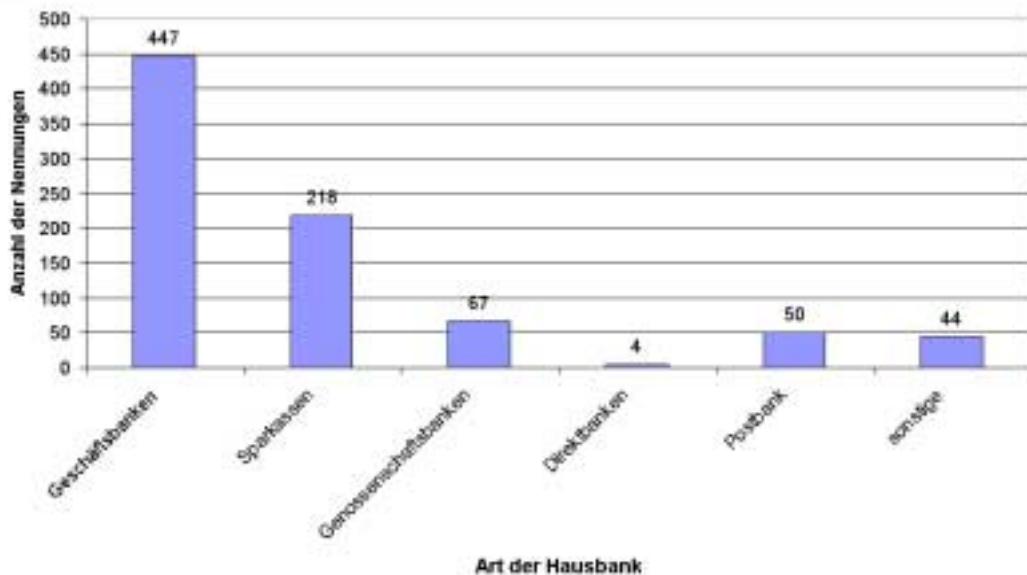


Abbildung 3–6: Art der Hausbank der beteiligten Firmen

Die Ergebnisse unserer Studie wurden daraufhin überprüft, ob **Unterschiede zwischen den verschiedenen Typen der Kreditinstitute** existieren. Es ergeben sich zwar leichte Abweichungen bei der Beantwortung dieser Fragestellungen, allerdings ergibt sich hierbei

kein signifikanter⁵ Unterschied, so daß unsere Ergebnisse für jede Art von Kreditinstituten in gleichem Maße gelten.

Als die wichtigste **Maßnahme zur Pflege des Kontaktes mit der Hausbank** wird das regelmäßige **Gespräch mit einem Firmenkundenbetreuer** über die Geschäftsentwicklung angesehen (**59,49%**). Die **Zusendung der Geschäftsergebnisse (52,45%)** und die **Erläuterung dieser Ergebnisse (50,68%)** gelten als weitere wichtige Maßnahmen. Lediglich **9,39%** der befragten Unternehmen geben an, daß **keine besonderen Maßnahmen** zur Kontaktpflege mit der Hausbank betrieben werden (vgl. Tabelle 3–1 im Anhang).

Zwei wichtige Fragestellungen, die das Verhältnis zwischen Banken und mittelständischen Unternehmen kennzeichnen, betreffen die Beurteilung seitens der mittelständischen Kundschaft, inwiefern sich die **Kundenbetreuung** und die **Bereitschaft zur Kreditvergabe** der Banken verändert haben. Diese Fragestellungen werden in den folgenden Abschnitten einer genaueren Analyse unterzogen.

⁵ Signifikant in diesem Sinne sind Ergebnisse, die mit hoher Wahrscheinlichkeit (meist 95%) **nicht** durch Zufall hervorgerufen werden.

3.3.1 Beurteilung der Veränderungen in der Kundenbetreuung

Rund zwei Drittel der befragten Unternehmen stellt **kaum eine Veränderung** in der Kundenbetreuung fest, während gut **ein Viertel** eine **Verschlechterung** angibt und nur **7,63%** eine **Verbesserung** erfahren hat. In Abbildung 3–7 sind die Ergebnisse einer Einstufung der Kundenbetreuung dargestellt.

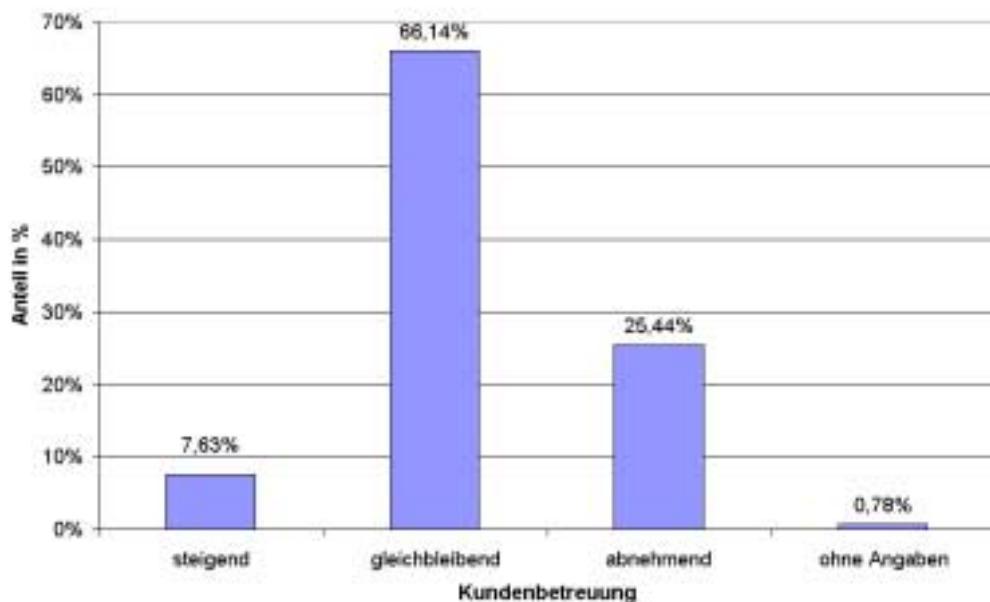


Abbildung 3–7: Bewertung der Kundenbetreuung durch die Hausbank

Für eine weitere Einordnung dieser Ergebnisse wurden die Unternehmen aufgefordert, den Service ihrer Hausbank im Firmenkundengeschäft mit Schulnoten zu bewerten. Dabei wurden zu rund **43%** die Noten **eins und zwei**, zu **35%** die Note **drei** und zu rund **20%** die Noten **vier bis sechs** vergeben (vgl. Tabelle 3–6 im Anhang). Die Beurteilung der zuvor dargestellten Veränderungen in der Kundenbetreuung wird vom „Ausgangsniveau“ mitbestimmt. Wie gut oder schlecht dieses Ausgangsniveau eingeschätzt wird, hängt in starkem Maße von der subjektiven Einordnung der Schulnoten ab (Ist die Note 3 noch als recht ordentlich, oder eher als „schlecht“ anzusehen?). Wir bewerten die ermittelte **Durchschnittnote 2,8** (befriedigend) als **mittelmäßig** mit entsprechend hohem Verbesserungspotential für die Banken.

Die **Gründe für eine Verschlechterung** der Kundenbetreuung werden in erster Linie auf die **Verschärfung der Bedingungen für die Kreditvergabe** seitens der Banken zurückgeführt. Weitere Ursachen sind die **schrittweise Reduzierung der Kreditlinie**, das **Fehlen eines festen Firmenkundenbetreuers** bzw. Ansprechpartners und die **Schließung ortsansässiger Filialen** (vgl. Abbildung 3–8). Im Zusammenhang damit fällt auf, daß lediglich **20,16%** der Unternehmen angeben, grundsätzlich über **öffentliche Förderungsprogramme** durch ihre Hausbank **informiert** zu werden (vgl. Tabelle 3–5 im Anhang). Diese Quote ist auffallend niedrig, insbesondere, da mehr als **30%** (vgl. Tabelle 2–3 im Anhang) der befragten Unternehmen an solchen **Förderungsprogrammen teilgenommen** haben.

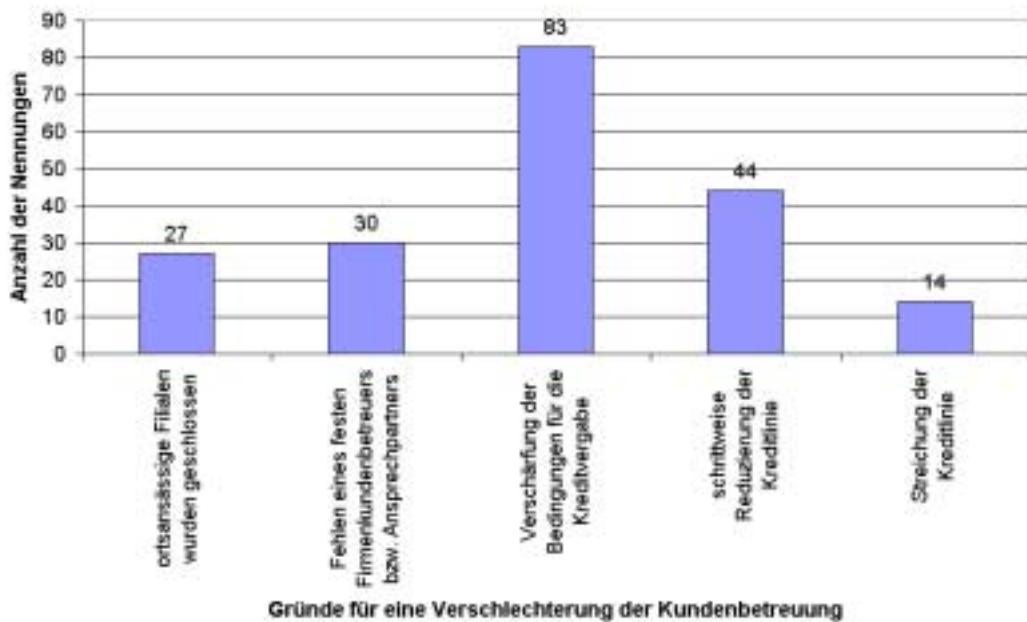


Abbildung 3–8: Gründe für verschlechterte Kundenbetreuung

3.3.2 Beurteilung der Veränderungen in der Bereitschaft zur Kreditvergabe

Ähnlich wie bei der Kundenbetreuung gaben **rund zwei Drittel** der befragten Unternehmen an, **kaum eine Veränderung** in der **Bereitschaft zur Kreditvergabe** festgestellt zu haben, während knapp **ein Viertel** eine **Verschlechterung** angibt und nur **11,15%** eine **Verbesserung** erfahren haben. In Abbildung 3–9 sind die Ergebnisse dargestellt.

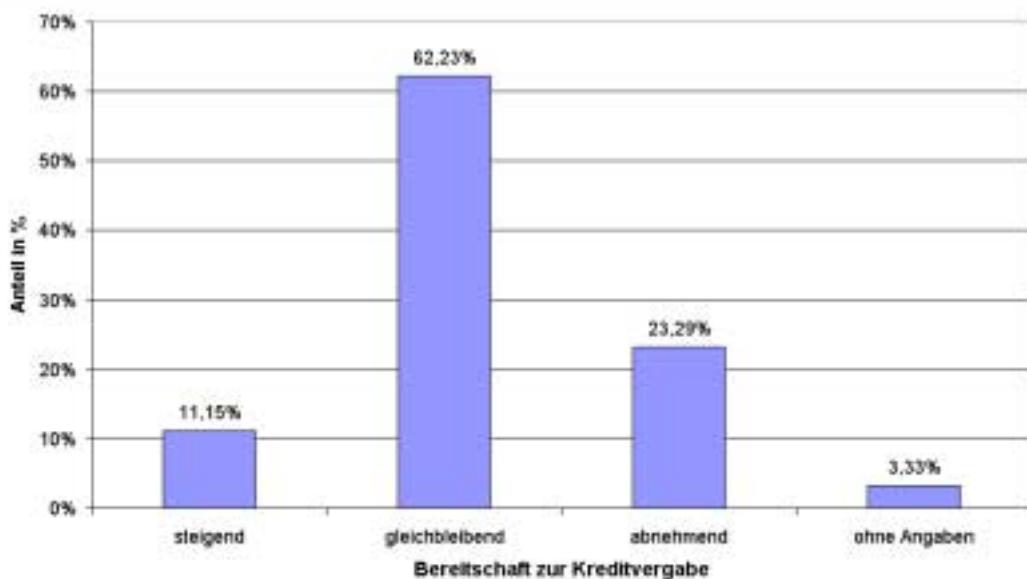


Abbildung 3–9: Bewertung der Bereitschaft zur Kreditvergabe durch die Hausbank

Die **Bereitschaft zur Kreditvergabe** ist für diejenigen Firmen **am wichtigsten**, die einen **steigenden Fremdkapitalbedarf** aufweisen. Dies betrifft **27,79% der befragten Firmen** (vgl. Tabelle 1–5 im Anhang). Zu den Ursachen für den steigenden Fremdkapitalbedarf zählen **Forderungsausfälle**, unter denen **über 30%** der Unternehmen **leiden** (vgl. Tabelle 4–1 im Anhang), und eine **Verschlechterung der Zahlungsbereitschaft der Kunden**, die von rund **45%** der Mittelständler **festgestellt** wird (vgl. Tabelle 4–2 im Anhang). Zu dieser Entwicklung steht in scharfem Kontrast, daß knapp **50%** der befragten Unternehmen **kei-**

ne Erhöhung der Kreditlinie bei Forderungsausfällen durch ihre Hausbank erhalten. In der Abbildung 3–10 wird dieses Ergebnis dargestellt.

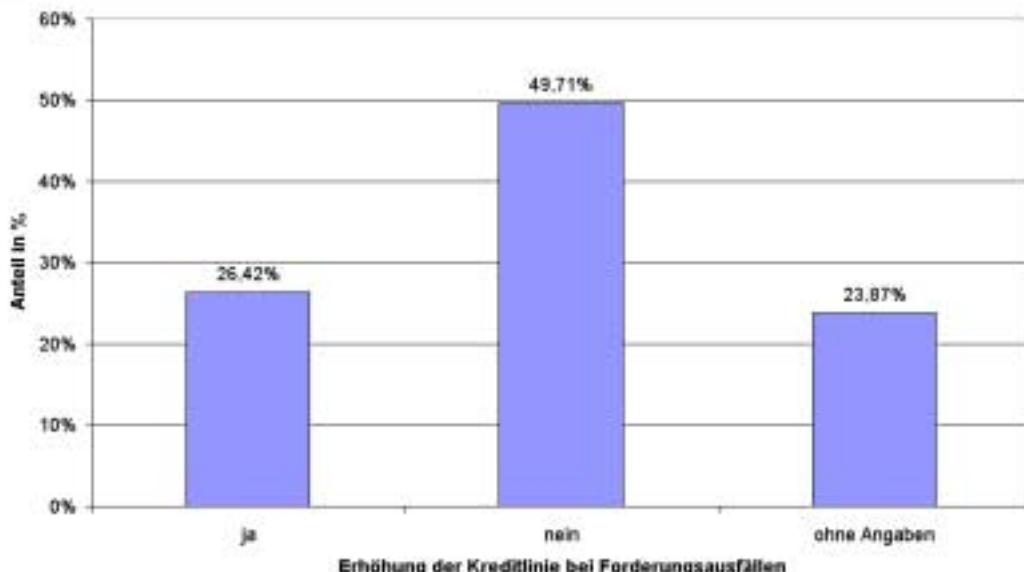


Abbildung 3–10: Erhöhung der Kreditlinie bei Forderungsausfällen

Mittelständische Unternehmen können sich somit in wirtschaftlich härteren Zeiten wenig auf den Rückhalt durch ihre Bank verlassen und tendieren in einer solchen Situation, wie an anderer Stelle analysiert, zu alternativen Formen der Kapitalbeschaffung.

3.3.3 Vertiefende Analyse der Kundenbetreuung und Bereitschaft zur Kreditvergabe

Die in den beiden vorausgegangenen Abschnitten dargestellten Resultate gilt es nun in einer **vertiefenden Analyse** zu untersuchen, indem eine Beziehung zwischen den Veränderungen in der Kundenbetreuung durch die Hausbanken bzw. deren Bereitschaft zur Kreditvergabe einerseits und bestimmten Merkmalen mittelständischer Unternehmen andererseits hergestellt wird. Hierfür wurden Kreuztabellen zwischen Kundenbetreuung bzw. Bereitschaft zur Kreditvergabe und dem zu untersuchenden Merkmal erstellt. Mit Hilfe des **Chi–Quadrat–Tests** erfolgte eine Analyse, ob die Abweichungen der empirisch beobachteten Werte von denen, die man beim Fehlen eines Einflusses der Merkmale erwarten würde, zufällig sind.

Ein signifikanter Einfluß

- der **Unternehmensgröße** (gemessen am Jahresumsatz),
- der **Gewinnentwicklung** seit 1995 und
- der **Höhe des Fremdkapitalbedarfs**

auf die **Bereitschaft zur Kreditvergabe** und auf die **Kundenbetreuung** konnte eindeutig nachgewiesen werden. Um diese wichtigen Ergebnisse zu veranschaulichen, sind sie in den Abbildungen 3–11 bis 3–15 in besonderer Form **optisch aufbereitet**, die detailliert für Abbildung 3–11 erläutert wird.

Abbildung 3–11 stellt die Beurteilung der Kundenbetreuung in Abhängigkeit vom Jahresumsatz dar. Die Balken des Diagramms sind auf 100% normiert, um eine bessere Vergleichbarkeit zu ermöglichen. Der erste Balken bedeutet z.B., daß von den Unternehmen, die bis zu 5 Mio DM Jahresumsatz aufweisen, 47% eine verschlechterte Kundenbetreuung angeben (hellgraue Fläche), 37% eine unveränderte (graue Fläche) und 16% eine verbesserte Betreuung angeben (schwarze Fläche). Entsprechend sind die weiteren Balkendiagramme zu interpretieren.

Auf diese Weise wird der durch den **Chi–Quadrat–Test** nachgewiesene **signifikante Zusammenhang auch optisch erkennbar**. Es zeigt sich, daß **Unternehmen** mit einem **niedrigeren Umsatz** in höherem Maße eine **Verschlechterung der Kundenbetreuung empfinden** als umsatztstärkere Unternehmen. Dieser Zusammenhang ist nahezu identisch mit jenem zwischen der Bereitschaft zur Kreditvergabe von Banken und dem Jahresumsatz kreditsuchender Unternehmen.

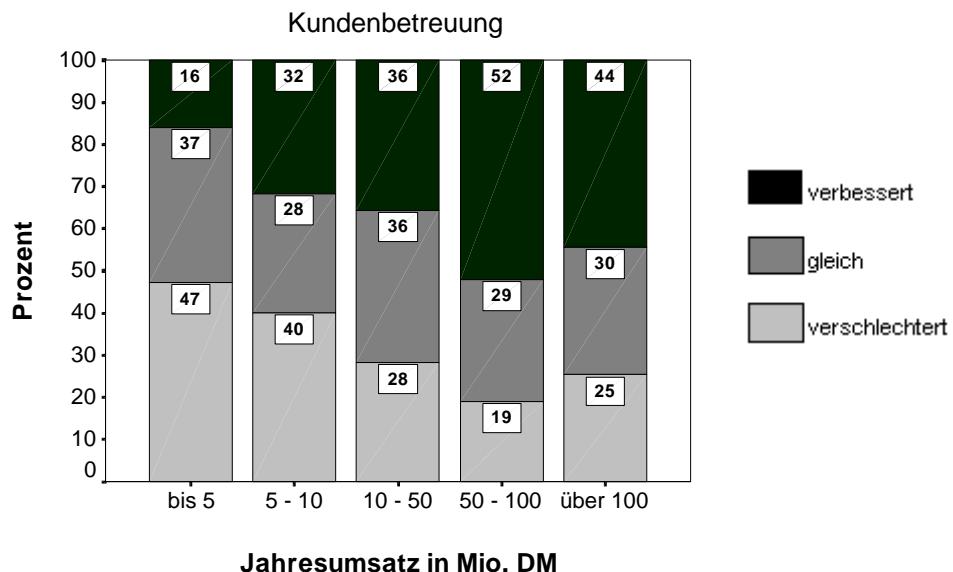
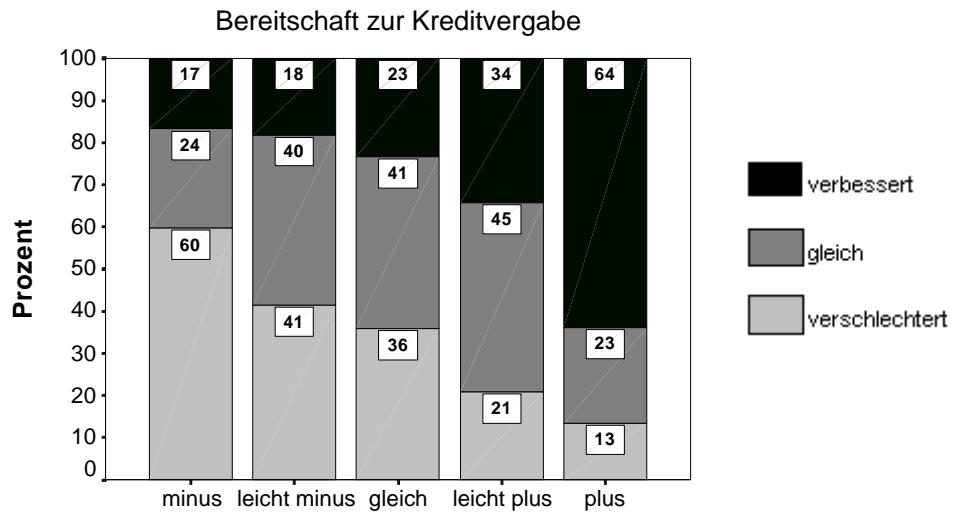


Abbildung 3–11: Veränderung der Kundenbetreuung in Abhängigkeit vom Jahresumsatz

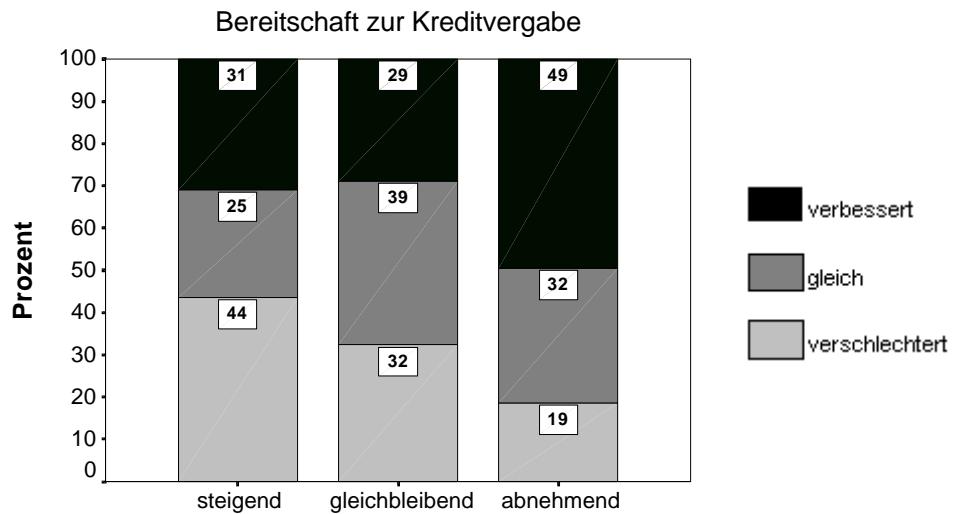
Noch stärker ausgeprägt sind die Resultate hinsichtlich der Kundenbetreuung in Abhängigkeit von der Gewinnentwicklung, wobei sich die Bereitschaft zur Kreditvergabe in Abhängigkeit von der Gewinnentwicklung wiederum als nahezu identisch darstellt. Für **beide Fälle** kann als hochsignifikantes Ergebnis festgehalten werden, **daß es im Verlauf einer Verschlechterung der Gewinnsituation eines Unternehmens auch zunehmend schlechter um die Kundenbetreuung bzw. die Bereitschaft zur Kreditvergabe der Banken bestellt ist** (siehe Abbildung 3–12).



Gewinnentwicklung seit 1995

Abbildung 3–12: Bereitschaft zur Kreditvergabe in Abhängigkeit von der Gewinnentwicklung

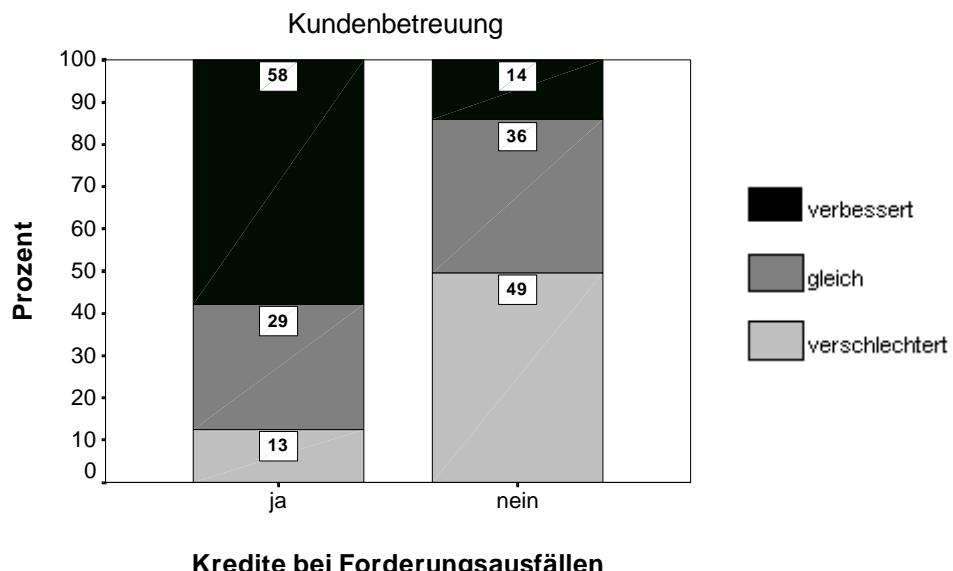
Hinsichtlich des **Fremdkapitalbedarfs** zeigen sich entsprechende Ergebnisse: **steigt der Fremdkapitalbedarf, so verschlechtern sich sowohl die Kundenbetreuung als auch die Bereitschaft zur Kreditvergabe** (siehe Abbildung 3–13). Dies verdeutlicht, daß gerade diejenigen Unternehmen, die einer verstärkten Bereitstellung von Krediten bedürfen, von den Banken am ehesten enttäuscht werden.



Fremdkapitalbedarf

Abbildung 3–13: Bereitschaft zur Kreditvergabe in Abhängigkeit vom Fremdkapitalbedarf

Folgerichtig attestieren Mittelständler, die keine Bereitschaft der Banken zu einer Erhöhung der Kreditlinie bei Forderungsausfällen erkennen, diesen eine besonders hohe Verschlechterung in der Kundenbetreuung. Diese Ergebnisse verdeutlichen auffallend, wie sehr die Beurteilung der Kundenbetreuung von der Kreditvergabebereitschaft der Banken abhängt (siehe Abbildung 3–14).



Kredite bei Forderungsausfällen

Abbildung 3–14: Kundenbetreuung in Abhängigkeit von der Kreditvergabe bei Forderungsausfällen

In der nächsten Abbildung 3–15 scheint ein Paradoxon vorzuliegen. Auf den ersten Blick stellen sich die Ergebnisse hinsichtlich der **Offenlegung von Geschäftsinformationen**, des **Businessplans** oder der **privaten Vermögensverhältnisse** der Firmeninhaber überraschend dar: **Diejenigen Unternehmen, die solche Informationen offen legen, erfahren eine vergleichsweise geringere Bereitschaft in der Kreditvergabe der Banken** (siehe Abbildung 3–15). Das liegt jedoch in erster Linie daran, daß insbesondere Unternehmen in wirtschaftlich problematischer Lage zum Offenlegen ihrer Verhältnisse gedrängt werden, den beantragten Kredit aufgrund der Prüfung aber eventuell nicht bekommen.

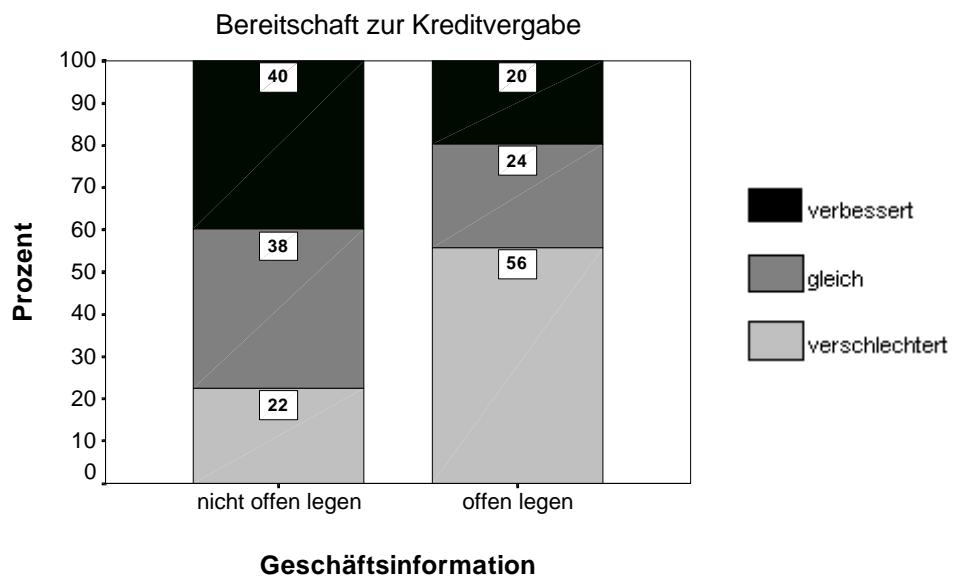


Abbildung 3–15: Bereitschaft zur Kreditvergabe in Abhängigkeit von der Offenlegung von Geschäftsinformationen

In diesem Teilabschnitt konnte verdeutlicht werden, daß Mittelständler, die auf einer sehr guten finanziellen Basis operieren, kaum Probleme haben, über ihre Banken Fremdkapital zu beschaffen. Von diesen Unternehmen wird die Kundenbetreuung auch als gut eingeschätzt. Genau entgegengesetzt stellt sich die Beurteilung durch Unternehmen mit verschlechterter Gewinnentwicklung, hohem Fremdkapitalanteil und Forderungsausfällen dar. **Diese Ergebnisse deuten darauf hin, daß die Banken zunehmend eine langfristige**

Steigerung ihres Unternehmenswertes durch Verminderung ihrer Kreditrisiken verfolgen. Durch dieses betriebswirtschaftlich an sich richtige Verhalten wird aber die langfristige und vertrauensvolle Beziehung zwischen Mittelstand und Banken, in der sich die Banken als „Partner des Mittelstandes“ verstehen, in Frage gestellt. **Es droht ein starker Wettbewerb der Banken um gewinnträchtige Kunden, bei dem viele umsatz- und finanzschwächere Unternehmen vernachlässigt werden.** Eine solche **Selektion ist auf Grundlage von Ratings** praktizierbar. Von daher sind diese Ergebnisse im Zusammenhang mit den Diskussionen um den Akkord Basel II und der verpflichtenden Einführung von Ratings nicht überraschend.

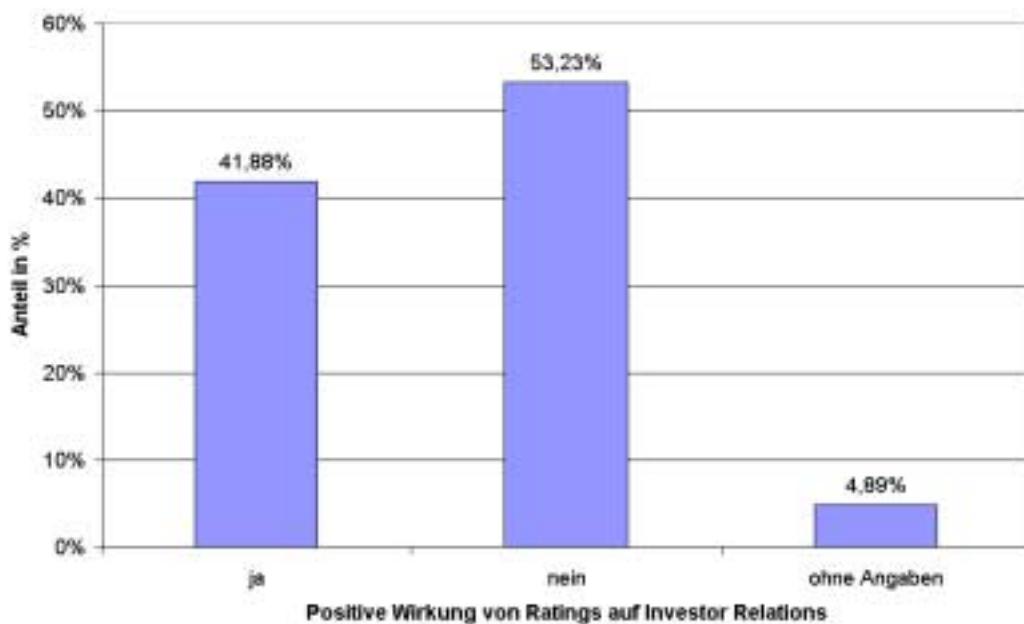


Abbildung 3–16: Frage nach positiver Auswirkung von Ratings auf „Investor Relations“

Aufgrund der erkennbaren Gefahren, die solche Ratings für mittelständische Unternehmen mit sich bringen, gibt knapp **die Hälfte** (48,92%) der von uns befragten Unternehmen an, **nicht freiwillig an solchen Ratingverfahren teilzunehmen** (vgl. Tabelle 5–1 im Anhang). Die Frage nach einer positiven Auswirkung solcher Ratings auf „Investor Relations“ wird entsprechend von etwas mehr als der **Hälfte** (53,23%) der Unternehmen **erneint** (vgl. Abbildung 3–16).

3.4 Analyse alternativer Kapitalakquisitionsbemühungen mittelständischer Unternehmen

Unsere Ergebnisse bezüglich des Verhältnisses zwischen Mittelstand und Banken, das sich aufgrund der Einführung von Ratings bei der Kreditvergabe und der aufgezeigten ablehnenden Haltung weiter Teile des Mittelstandes offensichtlich noch weiter verschlechtern wird, führen uns zur Analyse potentieller alternativer Kapitalquellen für mittelständische Unternehmen. Wie bereits im vorigen Abschnitt erwähnt, nehmen etwas mehr als **30%** der Unternehmen an **öffentlichen Förderungsprogrammen** teil (vgl. Tabelle 2–3 im Anhang). Knapp **3%** der befragten Mittelständler haben **Mitarbeiterbeteiligungsmodelle eingeführt**, wobei mit **22,7%** eine relative große Zahl der Unternehmen angibt, **über diese Option nachzudenken** (vgl. Tabelle 2–5 im Anhang). Ähnlich sehen die Angaben für die **Kapitalbeschaffung durch einen Börsengang** und eine Umwandlung der Rechtsform in eine Aktiengesellschaft aus: **2,35%** der befragten Mittelständler haben den **Schritt bereits vollzogen**, während immerhin **22,31% ernsthaft über diese Möglichkeit nachdenken** (vgl. Tabelle 2–6 im Anhang).

Eine weitere Frage beschäftigt sich mit der Einbeziehung **privater Investoren**, um etwaige Kapitalengpässe zu überbrücken. Bisher besteht noch weitestgehend Zurückhaltung, fremde Kapitalgeber an dem eigenen Unternehmen zu beteiligen: nur **5,48%** der Unternehmen geben an, **dies zu praktizieren**. Diese Zurückhaltung hängt sicherlich mit dem Bestreben zusammen, die Unternehmenskontrolle in der bisherigen Familien- bzw. Teilhaberstruktur beizubehalten. Ein zusätzlicher Teilhaber würde zu Einfluß- und Kontroll-einbuße führen. Allerdings ist eine schnelle Änderung dieser generellen Denkhaltung durchaus möglich, da sich immerhin **35,03%** der befragten Mittelständler **mit dieser Option beschäftigen** (vgl. Abbildung 3–17).

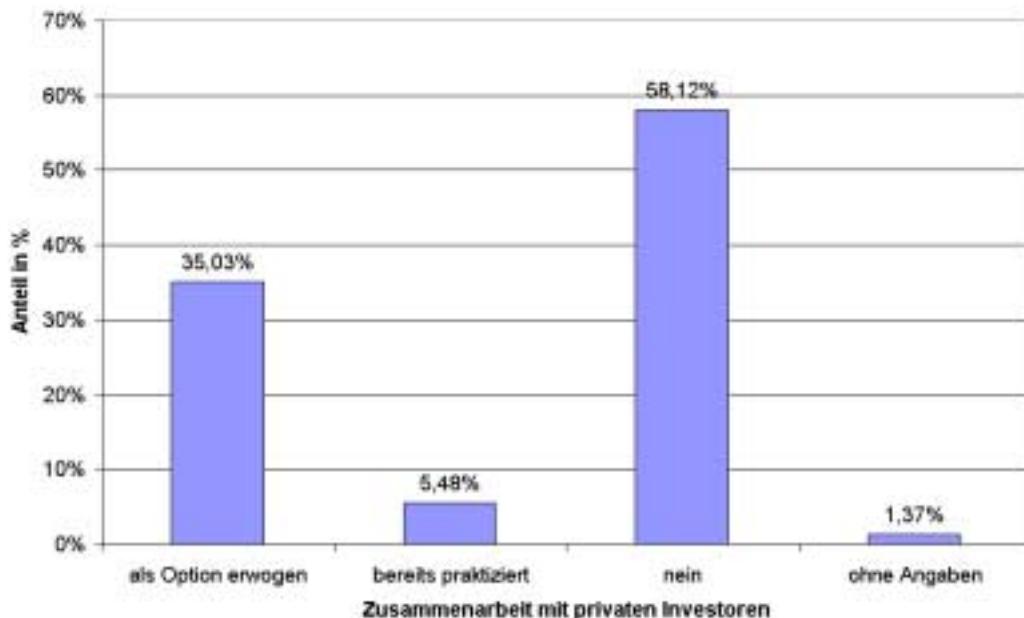


Abbildung 3–17: Zusammenarbeit mit einem privaten Investor

Diese interessante Entwicklung veranlaßte uns, die Bereitschaft zur Zusammenarbeit mit privaten Investoren in Abhängigkeit der Einschätzung der Bereitschaft zur Kreditvergabe der Banken zu analysieren. Dabei zeigt sich, daß insbesondere bei denjenigen Unternehmen eine Hinwendung zu privaten Investoren erfolgt, die eine Verschlechterung der Bereitschaft der Banken zur Kreditvergabe verspüren: 49% bzw. 46% der Unternehmen, die diese Option erwägen oder praktizieren, klagen über die verschlechterte Bereitschaft zur Kreditvergabe; von den übrigen sind es mit 21% nur halb so viele (vgl. Abbildung 3–18).

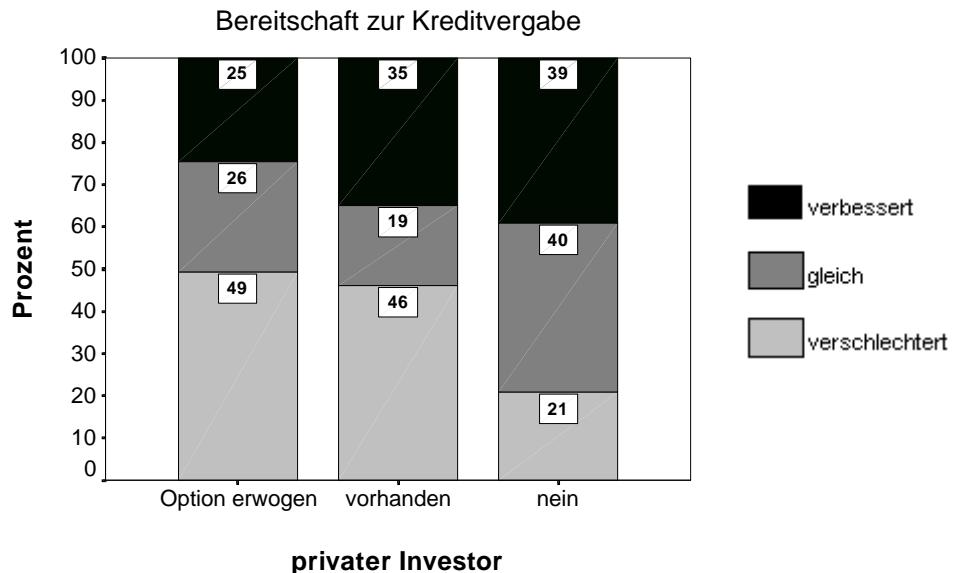


Abbildung 3–18: Kapitalbeschaffung über private Investoren in Abhängigkeit von der Bereitschaft zur Kreditvergabe

Diese Entwicklung birgt **zweierlei Gefahren** in sich. Außer den Investoren, die sich mit Kapital direkt an den Unternehmen beteiligen, können sich **neben** den Banken private Geldgeber etablieren, die ausschließlich am Kreditgeschäft interessiert sind. Somit besteht die Gefahr, daß sich von den Banken enttäuschte Mittelständler solchen Geldgebern zuwenden. Auf diese Weise würde **ein „grauer“ Kreditmarkt entstehen**, der nicht der Bankenaufsicht und den damit verbundenen Kontrollen unterliegt. Die Banken hingegen werden feststellen, daß eine zu starke Orientierung an den „wertvollen“ Kunden keine langfristige Stärkung ihres Shareholder–Value mit sich bringt. Eine reine Shareholder–Value–Ausrichtung der Unternehmensaktivitäten führt, wie eine am Institut für Industriebetriebslehre und Organisation der Universität Hamburg durchgeföhrte Untersuchung gezeigt hat, langfristig nicht zu besseren Ergebnissen als eine **alle Anspruchsgruppen** des Unternehmens (Eigentümer, Mitarbeiter, Kunden, Lieferanten und Gesellschaft) berücksichtigende Strategie (**Stakeholder–Value–Ansatz**).

Banken, die sich dem reinen Shareholder–Value–Denken verschreiben, laufen Gefahr, langfristig viele ihrer mittelständischen Kunden zu verlieren und werden darüber hinaus ihrer gesamtwirtschaftlichen Rolle und Verpflichtung nicht gerecht.

4. Schlußbetrachtung

Die vorliegende Untersuchung hatte die Analyse der Finanzierungsproblematik des Mittelstandes zum Ziel. Neben einer allgemeinen Darstellung der aktuellen Situation mittelständischer Unternehmen im norddeutschen Groß- und Außenhandel konnte über gezielte Fragen das Verhältnis zu ihren Banken detailliert analysiert werden.

Als wesentliches Ergebnis zeigt die Analyse, daß etwa ein **Viertel** aller befragten Unternehmen über eine **abnehmende** Bereitschaft der Banken zur Kreditvergabe und über eine **Verschlechterung** der Kundenbetreuung klagt. Gründe für eine **Verschlechterung in der Kundenbetreuung** werden im wesentlichen auf eine **Verschärfung der Bedingungen für die Kreditvergabe**, eine **schrittweise Reduzierung der Kreditlinie**, die **Schließung ortsansässiger Filialen** und das **Fehlen eines festen Firmenkundenbetreuers** bzw. Ansprechpartners auf der Seite der Banken zurückgeführt. Hinsichtlich der **Bereitschaft zur Kreditvergabe** wiegt besonders schwer, daß **zwei Drittel** der befragten Unternehmen eine Weigerung der Banken, aufgrund von temporären **Forderungsausfällen** die **Kreditlinie zu erhöhen**, feststellen.

Für beide Kriterien, Bereitschaft zur Kreditvergabe und Kundenbetreuung, empfinden insbesondere Unternehmen mit einer **ungünstigeren Gewinnentwicklung**, einem **Jahresumsatz bis zu 5 Mio DM** oder einem **hohen Fremdkapitalanteil** eine Verschlechterung ihrer Situation.

Verschiedene Bankentypen (Geschäftsbanken, Sparkassen oder Genossenschaftsbanken) **unterscheiden sich** in bezug auf Kundenbetreuung und Bereitschaft zur Kreditvergabe **nicht signifikant** voneinander. Die **Kreditinstitute bevorzugen eindeutig große Firmen mit positiver Gewinnentwicklung und hoher Eigenkapitalausstattung** bei der Kundenbetreuung und Kreditvergabe. Damit verfolgen die **Banken** – betriebswirtschaftlich richtig – das Ziel, **ihren eigenen Unternehmenswert zu steigern**, indem sie die Kreditrisiken reduzieren. Jedoch sollte dies **nicht auf Kosten einer langjährigen vertrauensvol-**

len **Geschäftsbeziehung zu mittelständischen Unternehmen** geschehen. Forderungsausfälle und eine vorübergehend ungünstige Gewinnentwicklung sollten demnach noch kein Grund für eine restriktivere Kreditvergabepraxis und verschlechterte Kundenbetreuung sein.

Eine psychologisch belastete Geschäftsbeziehung wirkt sich mittelfristig zu Ungunsten der Kreditinstitute aus und führt zu einer verstärkten **Hinwendung des Mittelstandes zu privaten Investoren**. Unsere Ergebnisse zeigen eindeutig, daß **eine solche Gefahr besteht**, da knapp die **Hälfte der unzufriedenen Unternehmen** dazu neigt, mit privaten Investoren zusammenzuarbeiten.

Anhang

- Fragebogen S. 34 ff.

- Tabellarische Darstellung der Umfrageergebnisse S. 42 ff.

Fragebogen

1. Allgemeine Fragen zum Unternehmen und dem Geschäftsumfeld

Angaben bitte nur für den überwiegenden Geschäftszweig, Schätzwerte genügen

- 1.1. Welcher der folgenden Bereiche ist der überwiegende Geschäftsbereich Ihres Unternehmens? (Mehrere Antworten möglich)

Großhandel Export Import Dienstleistungen sonstige

Art der Ware oder Dienstleistung: _____

- 1.2. Welche Gesellschaftsform hat Ihr Unternehmen (z.B. GmbH, KG, AG)?

Unser Unternehmen hat die Rechtsform _____

- 1.3. Wie hoch war im vergangenen Geschäftsjahr der Jahresumsatz in Mio DM im überwiegenden Geschäftsbereich?

bis 5 5 – 10 10 – 50 50 – 100 über 100

- 1.4. Wie hoch ist die Fremdkapitalquote Ihres Unternehmens (Anteil des Fremdkapitals am Gesamtkapital, d.h.: (Fremdkapital ÷ Bilanzsumme) x 100)?

bis 20% 20–40% 40–60% 60–80% mehr als 80%

- 1.5. Wie beurteilen Sie Ihren Fremdkapitalbedarf?

steigend gleichbleibend abnehmend

- 1.6. Wieviele Mitarbeiter waren im vergangenen Jahr in Ihrem Unternehmen im Durchschnitt beschäftigt?

Im Durchschnitt wurden _____ Mitarbeiter beschäftigt.

2. Fragen zu Ihren Fremdkapitalgebern

2.1. Mit wievielen Banken arbeitet Ihr Unternehmen zusammen?

Es werden derzeit _____ Bankverbindungen in unserem Unternehmen genutzt

2.2. Aus welchem Bankensektor kommen diese Institute? (*Mehrere Antworten möglich*)

- Geschäftsbanken (z.B. Commerzbank, Vereinsbank, Dresdener Bank)
 - Sparkassen
 - Genossenschaftsbanken (z.B. Raiffeisenbanken)
 - Direktbanken
 - Sonstige: _____
-

2.3. Haben Sie mit Ihrem Unternehmen mindestens einmal an öffentlichen Finanzierungsprogrammen (z.B. Eigenkapital- und Liquiditätshilfen) teilgenommen? (*Mehrere Antworten möglich*)

- ja, von der Deutschen Ausgleichsbank
 - ja, von der Kreditanstalt für Wiederaufbau
 - ja, sonstige: _____
 - nein
-

2.4. Würden Sie mit einem privaten Investor (z.B. Beteiligungsgesellschaft) zur Stärkung Ihrer Kapitalkraft zusammenarbeiten?

- wird als Option in Erwägung gezogen
 - wird bereits praktiziert
 - nein
-

2.5. Würden Sie Mitarbeiterbeteiligungsmodelle zur Stärkung Ihrer Kapitalkraft einführen?

- wird als Option in Erwägung gezogen
 - wird bereits praktiziert
 - nein
-

2.6. Würden Sie zur Stärkung Ihrer Kapitalkraft die Rechtsform Ihrer Unternehmung in eine Aktiengesellschaft ändern?

- wird als Option in Erwägung gezogen
- wird bereits praktiziert
- nein

3. Fragen zur Zusammenarbeit mit Ihrer Hausbank

3.1. Wie pflegen Sie den Kontakt zu Ihrer Hausbank? (Mehrere Antworten möglich)

- Zusendung der Geschäftsergebnisse (z.B. Bilanz oder Jahresabschluß) per Post
 - Erläuterung der Geschäftsergebnisse (z.B. Bilanz oder Jahresabschluß)
 - Regelmäßige Gespräche mit dem Firmenkundenbetreuer über die Geschäftsentwicklung
 - Es werden keine besonderen Maßnahmen zur Kontaktpflege betrieben

3.2. Was fordert Ihre Hausbank, um über einen Kreditantrag entscheiden zu können?
(Mehrere Antworten möglich)

- Geschäftsergebnisse (z.B. Bilanz oder Jahresabschluß)
 - Businessplan
 - Offenlegen der privaten Vermögensverhältnisse

3.3. Welche Tendenz in der Bereitschaft zur Kreditvergabe stellen Sie bei Ihrer Hausbank für Ihr Unternehmen in den vergangenen 24 Monaten fest?

- unverändert abnehmend steigend

3.4. Haben Sie Veränderungen in der Kundenbetreuung durch Ihre Hausbank in den letzten 24 Monaten festgestellt? (*Mehrere Antworten möglich*)

- Die Betreuung hat sich grundsätzlich verbessert
- Die Kundenbetreuung ist mehr oder wenig gleich geblieben
- Die Betreuung hat sich grundsätzlich verschlechtert (bitte Gründe auswählen)
 - ortsansässige Filialen wurden geschlossen
 - Fehlen eines festen Firmenkundenbetreuers bzw. Ansprechpartners
 - Verschärfung der Bedingungen für die Kreditvergabe
 - schrittweise Reduzierung der Kreditlinie
 - Streichung der Kreditlinie

3.5. Werden Sie über öffentliche Förderungsmittel von Ihrer Hausbank informiert?



grundsätzlich ja



eher nicht

3.6. Wie bewerten Sie den Service Ihrer Hausbank in der Firmenkundenbetreuung?
(1 = *beste Bewertung*, 6 = *schlechteste Bewertung*)



1

2

3

4

5

6

3.7. Wie bewerten Sie den Service Ihrer Hausbank im Privatkundengeschäft?
(1 = beste Bewertung, 6 = schlechteste Bewertung)

<input type="radio"/>					
1	2	3	4	5	6

4. Fragen zu Maßnahmen der Sicherung von Liquidität und Bonität

4.1. In welchem Umfang beeinträchtigen Forderungsausfälle zur Zeit Ihre Liquidität?

<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
erheblich	teilweise	kaum

4.2. Wie hat sich das Zahlungsverhalten Ihrer Kunden in den letzten 24 Monaten entwickelt?

<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
verbessert	nicht verändert	verschlechtert

4.3. Ist Ihre Hausbank bereit, aufgrund von Forderungsausfällen Ihre Kreditlinie zu erhöhen?

<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ja	nein

4.4. Nutzen Sie Factoring, um das Risiko von Forderungsausfällen zu minimieren?

<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ja	nein

4.5. Nutzen Sie Warenkreditversicherungen, um das Risiko von Forderungsausfällen abzusichern?

<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ja	nein

4.6. Geben Sie durch Selbstauskünfte Informationen über Ihre Bonität an Wirtschaftsinformationsdienste oder vergleichbare Organisationen?

ja

nein

4.7. Nutzen Sie eine strukturierte, in die Zukunft ausgerichtete (z.B. Planungszeitraum von fünf Jahren) Finanzplanung?

ja

nein

in Vorbereitung

4.8. Sehen Sie in der jüngsten Steuerreform ein Stärkung Ihrer Selbstfinanzierungskraft und/oder Bonität?

ja

nein

5. Fragen zur Beurteilung von Ratings

- 5.1. Künftig sollen Ratings (d.h. die Beurteilung der Bonität durch externe Analysten) auch für kleine und mittelständische Unternehmen die wesentliche Entscheidungsgrundlage für die Kreditvergabe sein? Würden Sie freiwillig Ihr Unternehmen einem solchen Rating-Verfahren unterziehen?

ja nein

-
- 5.2. Befürworter von Ratings sehen in deren Ergebnis ein positives Argument für die Pflege und den Aufbau von Kommunikation zwischen Kapitalgebern und –nehmern (Investor Relations). Teilen Sie diese Auffassung?

ja nein

-
- 5.3. Halten Sie die Entwicklung der Umsatzrentabilität (Gewinn nach Steuern im Verhältnis zum Umsatz) für ein ausreichendes Bewertungskriterium?

ja nein

-
- 5.4. Wie hat sich Ihr Gewinn seit 1995 entwickelt?

- verschlechtert
 leicht verschlechtert
 gleich geblieben
 leicht verbessert
 stark verbessert

5.5. Wie hat sich Ihr Umsatz seit 1995 entwickelt?

- verschlechtert
- leicht verschlechtert
- gleich geblieben
- leicht verbessert
- stark verbessert

Tabellarische Darstellung der Umfrageergebnisse

1. Allgemeine Fragen zum Unternehmen und zum Geschäftsumfeld

Tabelle 1–1: Geschäftsbereich des Unternehmens (mehrere Antworten möglich)

	Anzahl	Anteil
Großhandel	286	55,97%
Export	130	25,44%
Import	134	26,22%
Dienstleistungen	149	29,16%
Sonstige	47	9,20%

Tabelle 1–2: Gesellschaftsform des Unternehmens

	Anzahl	Anteil
AG	11	2,15%
KG	51	9,98%
GmbH & Co. KG	142	27,79%
GmbH	275	53,82%
oHG	5	0,98%
Personengesellschaft	17	3,33%
sonstige / ohne Angabe	10	1,96%

Tabelle 1–3: Jahresumsatz in Mio DM

	Anzahl	Anteil
bis 5	124	24,27%
5 bis 10	91	17,81%
10 bis 50	186	36,40%
50 bis 100	35	6,85%
über 100	71	13,89%
ohne Angabe	4	0,78%

Tabelle 1–4: Fremdkapitalquote

	Anzahl	Anteil
bis 20%	168	32,88%
20 bis 40%	107	20,94%
40 bis 60%	79	15,46%
60 bis 80%	86	16,83%
über 80%	51	9,98%
ohne Angabe	20	3,91%

Tabelle 1–5: Fremdkapitalbedarf

	Anzahl	Anteil
steigend	142	27,79%
gleichbleibend	273	53,42%
abnehmend	84	16,44%
ohne Angaben	12	2,35%

Tabelle 1–6: Mitarbeiterzahl

	Anzahl	Anteil
bis 30	316	61,84%
30 bis 50	50	9,78%
50 bis 100	62	12,13%
100 bis 250	55	10,76%
mehr als 250	23	4,50%
ohne Angaben	5	0,98%

2. Fragen zu den Fremdkapitalgebern

Tabelle 2–1: Anzahl der Banken

Die Unternehmen arbeiten durchschnittlich mit 2,78 Banken zusammen.

Tabelle 2–2: Art des Kreditinstituts (mehrere Antworten möglich)

	Anzahl	Anteil
Gesellschaftsbanken	447	87,48%
Sparkassen	218	42,66%
Genossenschaftsbanken	67	13,11%
Direktbanken	4	0,78%
Postbank	50	9,78%
sonstige	44	8,61%

**Tabelle 2–3: Teilnahme an öffentlichen Finanzierungsprogrammen
(mehrere Antworten möglich)**

	Anzahl	Anteil
ja, von der Deutschen Ausgleichsbank	28	5,48%
ja, von der Kreditanstalt für Wiederaufbau	129	25,24%
ja, sonstige	19	3,72%
nein	346	67,71%

Tabelle 2–4: Zusammenarbeit mit privaten Investoren

	Anzahl	Anteil
als Option erwogen	179	35,03%
bereits praktiziert	28	5,48%
nein	297	58,12%
ohne Angaben	7	1,37%

Tabelle 2–5: Mitarbeiterbeteiligungsmodelle

	Anzahl	Anteil
als Option erwogen	116	22,70%
bereits praktiziert	15	2,94%
nein	374	73,19%
ohne Angaben	6	1,17%

Tabelle 2–6: Rechtsform einer Aktiengesellschaft

	Anzahl	Anteil
als Option erwogen	114	22,31%
bereits praktiziert	12	2,35%
nein	375	73,39%
ohne Angaben	10	1,96%

3. Fragen zur Zusammenarbeit mit der Hausbank

Tabelle 3–1: Kontaktpflege (mehrere Antworten möglich)

	Anzahl	Anteil
Zusendung der Geschäftsergebnisse	268	52,45%
Erläuterung der Geschäftsergebnisse	259	50,68%
Regelmäßige Gespräche mit dem Firmenkundenbetreuer über die Geschäftsentwicklung	304	59,49%
Es werden keine besonderen Maßnahmen zur Kontaktpflege betrieben	48	9,39%

Tabelle 3–2: Verlangte Informationen zur Bearbeitung eines Kreditantrags (mehrere Antworten möglich)

	Anzahl	Anteil
Geschäftsergebnisse	417	81,60%
Businessplan	152	29,75%
Offenlegen der Vermögensverhältnisse	132	25,83%

Tabelle 3–3: Tendenz der Kreditvergabebereitschaft

	Anzahl	Anteil
steigend	57	11,15%
gleichbleibend	318	62,23%
abnehmend	119	23,29%
ohne Angaben	17	3,33%

Tabelle 3–4: Veränderung der Kundenbetreuung

	Anzahl	Anteil
steigend	19	7,63%
gleichbleibend	338	66,14%
abnehmend	130	25,44%
ohne Angaben	4	0,78%

**Gründe für die Verschlechterung der Kundenbetreuung
(mehrere Antworten möglich)**

	Anzahl	Anteil
ortsansässige Filialen wurden geschlossen	27	5,28%
Fehlen eines festen Firmenkundenbetreuers bzw. Ansprechpartners	30	5,87%
Verschärfung der Bedingungen für die Kreditvergabe	83	16,24%
schrittweise Reduzierung der Kreditlinie	44	8,61%
Streichung der Kreditlinie	14	2,74%

Tabelle 3–5: Frage nach Informationen über öffentliche Fördermittel

	Anzahl	Anteil
grundsätzlich ja	103	20,16%
eher nicht	397	77,69%
ohne Angaben	11	2,15%

Tabelle 3–6: Service der Hausbank im Firmenkundengeschäft

	Anzahl	Anteil
Note 1	28	5,48%
Note 2	190	37,18%
Note 3	178	34,83%
Note 4	68	13,34%
Note 5	21	4,11%
Note 6	10	1,96%
ohne Angaben	16	3,13%

Tabelle 3–7: Service der Hausbank im Privatkundengeschäft

	Anzahl	Anteil
Note 1	15	2,94%
Note 2	129	25,24%
Note 3	180	35,23%
Note 4	77	15,07%
Note 5	27	5,28%
Note 6	10	1,96%
ohne Angaben	73	14,29%

4. Fragen zu Maßnahmen der Sicherung von Liquidität und Bonität

Tabelle 4–1: Beeinträchtigung durch Forderungsausfälle

	Anzahl	Anteil
erheblich	46	9,00%
teilweise	120	23,48%
kaum	338	66,14%
ohne Angaben	7	1,37%

Tabelle 4–2: Zahlungsverhalten der Kunden

	Anzahl	Anteil
verbessert	20	3,91%
nicht verändert	256	50,10%
verschlechtert	228	44,62%
ohne Angaben	7	1,37%

Tabelle 4–3: Erhöhung der Kreditlinie bei Forderungsausfälle

	Anzahl	Anteil
ja	135	26,42%
nein	254	49,71%
ohne Angaben	122	23,87%

Tabelle 4–4: Inanspruchnahme von Factoring

	Anzahl	Anteil
ja	25	4,89%
nein	482	94,32%
ohne Angaben	4	0,78%

Tabelle 4–5: Warenkreditversicherung

	Anzahl	Anteil
ja	190	37,18%
nein	318	62,23%
ohne Angaben	3	0,59%

Tabelle 4–6: Selbstauskünften über Bonität an Wirtschaftsinformationsdienste

	Anzahl	Anteil
ja	374	73,19%
nein	134	26,22%
ohne Angaben	3	0,59%

Tabelle 4–7: Einsatz einer Finanzplanung

	Anzahl	Anteil
ja	125	24,46%
nein	246	48,14%
ohne Angaben	140	27,40%

Tabelle 4–8: Steigerung der Selbstfinanzierungskraft und Bonität durch die Steuerreform

	Anzahl	Anteil
ja	125	24,46%
nein	374	73,19%
ohne Angaben	12	2,35%

5. Fragen zur Beurteilung von Ratings

Tabelle 5–1: Freiwillige Teilnahme an Ratingverfahren

	Anzahl	Anteil
ja	246	48,14%
nein	250	48,92%
ohne Angaben	15	2,94%

Tabelle 5–2: Positiven Auswirkung von Ratings auf Investor Relations

	Anzahl	Anteil
ja	214	41,88%
nein	272	53,23%
ohne Angaben	25	4,89%

Tabelle 5–3: Umsatzrentabilität als ausreichendes Bewertungskriterium

	Anzahl	Anteil
ja	114	22,31%
nein	379	74,17%
ohne Angaben	18	3,52%

Tabelle 5–4: Gewinnentwicklung

	Anzahl	Anteil
verschlechtert	116	22,70%
leicht verschlechtert	74	14,48%
gleich geblieben	70	13,70%
leicht verbessert	144	28,18%
verbessert	88	17,22%
ohne Angaben	19	3,72%

Tabelle 5–5: Umsatzentwicklung

	Anzahl	Anteil
verschlechtert	82	16,05%
leicht verschlechtert	74	14,48%
gleich geblieben	47	9,20%
leicht verbessert	160	31,31%
verbessert	131	25,64%
ohne Angaben	17	3,33%

Übersicht bisher erschienener Arbeitspapiere

Arbeitspapier Nr. 1 (1998)

Business Process Reengineering in deutschen Unternehmen

Hansmann/Höck

Arbeitspapier Nr. 2 (1999)

Das Jahr 2000 Problem in mittelständischen Unternehmen

Hansmann/Höck

Arbeitspapier Nr. 3 (2000)

Studie zum Shareholder Value in deutschen Unternehmen

Hansmann/Kehl

Arbeitspapier Nr. 4 (2000)

Wettbewerb im lokalen Telekommunikationsmarkt

Hansmann/Kehl/Ringle

Arbeitspapier Nr. 5 (2000)

Studie zur Qualität von Beratungsgesellschaften

Hansmann/Höck

Arbeitspapier Nr. 6 (2001)

Finanzierung im Mittelstand

Hansmann/Ringle