

Unternehmensfinanzierung vor dem Hintergrund der Krise

Auswertung der Unternehmensbefragung 2009 zu den Themen

Rating, Ratingkommunikation und Unternehmensfinanzierung

1. Ausgewählte Hauptergebnisse

Gemeinsam mit 21 Fach- und Regionalverbänden der Wirtschaft hat die KfW Bankengruppe auch in diesem Jahr eine breit gefächerte Befragung von Unternehmen aller Größenklassen, Branchen, Rechtsformen und Regionen zu ihrer Bankbeziehung, ihren Kreditbedingungen und ihren Finanzierungsgewohnheiten durchgeführt.¹ Wie im Jahr zuvor ist es das Ziel, aktuelle Fakten, Einschätzungen und Probleme zu diesen Themen festzustellen. Nachdem in einer ersten Studie Finanzierungsbedingungen und das Investitionsverhalten untersucht wurden,² werden im vorliegenden Bericht die Themenkomplexe Rating, Ratingkommunikation und Unternehmensfinanzierung behandelt.

Die wichtigsten Ergebnisse sind:

Rating

1. Infolge der mittlerweile flächendeckenden Anwendung moderner Ratingverfahren durch die Kreditinstitute werden alle Unternehmen mit diesem Thema konfrontiert. Dennoch geben wie im Vorjahr rund ein Drittel aller Umfrageteilnehmer an, entweder nicht intern geratet worden zu sein oder nicht zu wissen, ob ihr Kreditinstitut ein Rating vorgenommen hat. Auch der Bekanntheitsgrad der beim Rating angewandten Kriterien nimmt nicht weiter zu: etwa vier Fünftel aller befragten Unternehmen, die wissen, dass sie geratet wurden, sind über die Kriterien informiert. Wie in den Vorjahren wissen umsatzstarke Unternehmen deutlich häufiger als kleinere Unternehmen, ob sie geratet worden sind und anhand welcher Kriterien.
2. Die Zahl der Unternehmen, die über ein externes Rating verfügen, ist mit 8 % gegenüber dem Vorjahresniveau geringfügig gefallen. Nach wie vor sind es primär sehr umsatzstarke Unternehmen (21 %), die sich diese zumeist kostenintensive Einschätzung leisten, weil sie diese für den direkten Zugang zum Kapitalmarkt nutzen können.

¹ Die Befragung fand in den Monaten Januar bis März 2009 statt. Den Auswertungen liegen die Angaben von rund 3.200 Unternehmen zu Grunde. Zur Datenerhebung und Struktur der Daten s. Anhang. Da sich gegenüber der Vorerhebung die Struktur der Stichprobe verändert hat, können die aktuellen Werte häufig nicht direkt mit den Vorjahreswerten verglichen werden. Deshalb wurde mithilfe einer Gewichtung die „hypothetische“ Verteilung der Antworten in der zurückliegenden Erhebung ermittelt, wenn dieselbe Stichprobenstruktur bezüglich der teilnehmenden Verbände vorgelegen hätte, wie in der aktuellen Befragung. Siehe methodischer Anhang für die Details der Berechnung.

² Vgl. Plankensteiner und Zimmermann (2009).

3. Welche Ratingnote sie erhalten haben, wissen 80 % der Unternehmen. Das Wissen der eigenen Ratingeinschätzung ist damit leicht gegenüber dem Wert der letzten Erhebung gestiegen. Unternehmen des Verarbeitenden Gewerbes sowie des Groß- und Außenhandels sind besonders häufig über ihre eigene Ratingnote informiert. Dass noch immer fast ein Fünftel der Unternehmen seine Note nicht kennt, liegt in allererster Linie daran, dass sie sich nicht erkundigt haben. Erfreulicherweise ist dieser Anteil mit 66 % gegenüber dem Vorjahr deutlich gesunken.
4. Der Anteil der Unternehmen, die ihr Rating verbessern konnten, fällt mit 25 % deutlich geringer aus als im Vorjahr. Der Anteil der Betriebe, die Verschlechterungen zu beklagen haben, ist zugleich auf 17 % gestiegen. Zwar haben sich die Ratingnoten – wie in den vergangenen Jahren – im Saldo verbessert, jedoch hat sich dieser Trend deutlich abgeschwächt. Dies zeigt, dass die Finanz- und Wirtschaftskrise zum Befragungszeitpunkt bereits einige Segmente der Wirtschaft erfasst hat. Mittlere Unternehmen berichten seltener als kleine sowie große Unternehmen von einer Verschlechterung der Ratingnote. Insbesondere bei Unternehmen mit einem Jahresumsatz von 50 Mio. EUR hat sich der Anteil, der von einer Verschlechterung berichtet, gegenüber dem Vorjahreswert vervielfacht.

Beratungsqualität und Ratingkommunikation der Banken

5. Bezüglich der Beratungsqualität berichten 76 % der Unternehmen von keiner Veränderung. Verbesserungen werden mit 11 % etwas seltener genannt als Verschlechterungen (13 %). Gegenüber dem Vorjahr bedeutet dies eine – wenn auch geringfügige – Verbesserung. Weiterhin ist eine verstärkte Konzentration der Banken auf umsatzstärkere und vermeintlich rentablere Unternehmen festzustellen, denn Unternehmen mit bis zu 1 Mio. EUR Umsatz berichten mehr als doppelt so häufig über eine Verschlechterung der Beratungsleistungen als Unternehmen mit einem Umsatz über 50 Mio. EUR. Im Vorjahr betrug dieses Verhältnis noch das Sechsfache. Insbesondere größere Unternehmen äußerten sich weitaus seltener positiv über die Beratungsqualität als noch im Vorjahr.
6. Mit 16 % spielt das Thema Kreditverkäufe in der Kommunikation zwischen Banken und Unternehmen lediglich eine untergeordnete Rolle. Wenn überhaupt wird dieses Thema bei größeren Unternehmen angesprochen.
7. 26 % der Unternehmen wird die Ratingnote lediglich mitgeteilt. Dagegen erläutern die Kreditinstitute bei 36 % der befragten Unternehmen auch deren Zu-Stande-Kommen, während bei 20 % darüber hinaus auch Verbesserungsmaßnahmen aufgezeigt werden. Die Auswirkungen der vorgeschlagenen Maßnahmen werden bei 18 % der Unternehmen quantifiziert. 40 % der Unternehmen sind mit der gängigen Praxis zufrieden, wobei jedoch insbesondere kleinere Unternehmen – die ihre Ratingnote häufig lediglich genannt bekommen – sich eine ausführlichere Kommunikation durch ihre Kreditinstitute wünschen.

Förderung

8. Fördermittel spielen nach wie vor eine wichtige Rolle für die befragten Unternehmen: Etwa 13 % der Firmen haben eine Förderung beantragt, unter den investierenden Betrieben sind es 18 %. Große Unternehmen stellen häufiger Förderanträge, vermutlich weil sie besser informiert sind und über mehr Kapazitäten für die Antragstellung verfügen. Zudem bemühen sich junge Firmen (21 %) und in Ostdeutschland ansässige Betriebe (22 %) signifikant häufiger um Unterstützung. Hierbei dürfte deren höherer Förderbedarf wie auch die stärkere Verfügbarkeit entsprechender Fördermittel entscheidend sein.
9. Wichtigster Fördermittelgeber bleibt mit einem Anteil von über 56 % die KfW-Bankengruppe, gefolgt von Ländermitteln (26 %), Fördermitteln des Bundes ohne KfW (19 %) und EU-Förderung (19 %). Für Unternehmen aus Westdeutschland ist die KfW-

Bankengruppe dabei am bedeutendsten (64 %), Unternehmen in den neuen Bundesländern greifen hingegen eher auf Ländermittel (42 %) und an zweiter Stelle erst auf die Förderprogramme der KfW (31 %) zurück.

Unternehmensfinanzierung

10. Der positive Trend der Entwicklung der Eigenkapitalquote hat sich in der diesjährigen Befragung, wie auch schon in der vorherigen, deutlich abgeschwächt. Während 2008 noch 38 % der Unternehmen angaben, dass sie ihre Eigenkapitalquote in den letzten 12 Monaten erhöhen konnten, sind es dieses Jahr nur 34 %. Der Anteil derjenigen Unternehmen, die eine Minderung ihrer Eigenkapitalquote (23 %) melden (Vorjahr: 19 %), ist ebenso gestiegen. Allerdings zeigt sich erneut, dass es großen Unternehmen eher gelingt, ihre Eigenkapitalquote zu erhöhen. 45 % der Unternehmen mit über 50 Mio. EUR Jahresumsatz im Jahr melden eine Steigerung, bei den Unternehmen bis 1 Mio. EUR Umsatz berichten dies nur 21 %.
11. Bei der Unternehmensfinanzierung spielt weiterhin die Innenfinanzierung die mit Abstand wichtigste Rolle. Dies gilt über alle Umsatzgrößenklassen und Branchen hinweg. Mit Bankkrediten und Leasing auf den Positionen zwei und drei ist die Rangfolge der wichtigsten Finanzierungsinstrumente gegenüber 2006 somit weitgehend unverändert geblieben. Dennoch zeigen sich seit 2006 leichte Verschiebungen: Die Innenfinanzierung und das Leasing konnten am deutlichsten von allen Finanzierungsinstrumenten weiter an Bedeutung gewinnen. Weniger wichtig geworden sind hingegen die langfristigen Kredite und Beteiligungskapital.