

UNTERNEHMENSBEFRAGUNG 2007.

Unternehmensfinanzierung im Aufwind - erstmals profitieren auch kleine Unternehmen.

		 BUNDESVERBAND DES DEUTSCHEN GROSS- UND AUSSENHANDELS e.V.	
		 Bundesvereinigung der Deutschen Ernährungsindustrie e.V.	 Gesamtverband textil+mode
	 HDE Hauptverband des Deutschen Einzelhandels		 Landesverband der Baden-Württembergischen Industrie e. V.
			 VCI Verband der Chemischen Industrie e.V.
	 Vereinigung der Unternehmensverbände in Berlin und Brandenburg e.V.		
 Wirtschaftsverband Stahl- und Metallverarbeitung e.V. Düsseldorf • Hagen	 ZENTRALVERBAND DEUTSCHES BAUGEWERBE	 ZDH ZENTRALVERBAND DES DEUTSCHEN HANDWERKS	

Herausgeber.

KfW Bankengruppe
Palmengartenstraße 5-9, 60325 Frankfurt am Main
Telefon 069 7431-0; Telefax 069 7431-2944
www.kfw.de

Redaktion.

KfW Bankengruppe, Abteilung Volkswirtschaft

Ansprechpartner.

Dr. Dirk Plankensteiner, Telefon 069 7431-4061
Dr. Volker Zimmermann, Telefon 069 7431-3725

Artikelnummer 184491

Frankfurt am Main, Oktober 2007

Inhaltsverzeichnis

Unternehmensfinanzierung im Aufwind - erstmals profitieren auch kleine Unternehmen.....	3
1 Hauptergebnisse	3
2 Finanzierungsbedingungen: Finanzmarkt看andel bei anhaltend guter konjunktureller Entwicklung fortgesetzt	8
2.1 Kreditaufnahme: Anhaltend positive Entwicklung	8
2.2 Worin äußern sich die Erschwernisse der Kreditaufnahme?	14
2.3 Kündigung der Bankverbindung.....	19
2.4 Kreditlinien: Deutlich mehr Erhöhungen als Kürzungen	20
2.5 Sicherheiten	24
2.6 Qualität der Beratung durch Banken.....	28
2.7 Informationsbereitstellung.....	35
3 Rating: Chancen nutzen	40
4 Investitionen	49
4.1 Nicht getätigte Investitionen.....	56
4.2 Kreditfinanzierte Investitionen.....	58
5 Förderung: unverändert hohe Bedeutung für die Unternehmen	66
6 Unternehmensfinanzierung	73
7 Fazit.....	81
Literaturverzeichnis	85
Anhang: Struktur des Samples.....	86
Methodischer Anhang	90
Teilnehmende Verbände	91

Unternehmensfinanzierung im Aufwind

- erstmals profitieren auch kleine Unternehmen

Auswertung der Unternehmensbefragung 2007

1 Hauptergebnisse

Gemeinsam mit 26 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 Die Befragung fand im 1. Quartal 2007 statt – also vor den durch die US-Subprime-Krise ausgelösten Finanzmarkturbulenzen. Wie im Jahr zuvor ist das Ziel, aktuelle Fakten, Einschätzungen und Probleme zu diesen Themenkreisen festzustellen. Gleichzeitig wird analysiert, in welchem Maße die strukturellen Änderungen auf den Finanzmärkten zu einem Wandel der Unternehmensfinanzierung geführt haben und zukünftig führen werden.

Die Hauptergebnisse der diesjährigen Befragung sind:

Finanzierungsbedingungen

1. Die Finanzierungsbedingungen haben sich weiter verbessert: Die Kreditaufnahme ist in den letzten zwölf Monaten nur noch für 22 % – im Vorjahr waren es noch 33 % – der antwortenden Unternehmen schwieriger geworden. 16,3 % (Vorjahr 12 %) berichten hingegen von einer spürbaren Erleichterung der Kreditaufnahme im Vergleich zum Vorjahr. Die Ergebnisse sprechen dafür, dass sich immer mehr Unternehmen an die Erfordernisse des Finanzmarktwechsels angepasst haben. Aber auch die anhaltend gute konjunkturelle Entwicklung hat zur Erleichterung des Kreditzugangs beigetragen. Bemerkenswert ist, dass die Verbesserungen erstmals auch bei kleineren Unternehmen zu spüren sind: Waren es im Vorjahr noch über 45 % der Unternehmen mit einem Jahresumsatz bis 1 Mio. EUR, die eine schwieriger gewordene Kreditaufnahme vermeldeten, sind es in diesem Jahr nur noch 30 %. Dies ändert aber nichts an der Tatsache, dass weiterhin insbesondere bei kleineren Unternehmen ernsthafte Probleme bestehen. Der Anteil der Antworten mit schwieriger gewordenen Kreditaufnahmen ist bei kleinen Unternehmen (bis 1 Mio. EUR Umsatz) nach wie vor rund viermal so hoch wie bei den großen Unternehmen (> 50 Mio. EUR Umsatz).
2. Wenn Unternehmen angeben, dass die Kreditaufnahme schwieriger geworden ist, dann sind die Gründe dafür bei großen und kleinen Unternehmen tendenziell ähnlich: Den Unternehmen bereiten – wie auch im Vorjahr – die gestiegenen Anforderungen der Kreditinstitute an die Offenlegung von geschäftlichen Informationen (81 %) und Dokumentation von Vorhaben (84 %) sowie die Stellung von Sicherheiten die größten Probleme bei der

¹ Den Auswertungen liegen die Angaben von rund 4200 Unternehmen zugrunde. Zur Datenerhebung und Struktur der Daten s. Anhang.

Kreditvergabe (77 %). Im Vergleich zum Vorjahr meldet ein deutlich höherer Anteil an Unternehmen höhere Zinsen (73 %; Vorjahr: 25 %), was in erster Linie auf die konjunkturelle Entwicklung zurückzuführen sein dürfte.

3. Eine Detailbetrachtung zeigt jedoch, kleinere Unternehmen haben weiterhin größere Probleme, sich an die veränderten Rahmenbedingungen des Finanzmarktes anzupassen. Während alle Unternehmen in etwa gleichem Ausmaß von gestiegenen Anforderungen an die Dokumentation von Vorhaben und die Offenlegung von Geschäftszahlen berichten, sind es vor allem kleinere Unternehmen, die von Problemen berichten, überhaupt einen Kredit zu erhalten. So meldet von jenen Unternehmen, die über zunehmende Schwierigkeiten bei der Kreditaufnahme berichten, in der Umsatzgrößenklasse bis 1 Mio. EUR p. a. rund die Hälfte diesen Aspekt, während dies für die Unternehmen mit einem Umsatz über 50 Mio. EUR nur für 16 % gilt. Für die kleinen Unternehmen zeigt sich somit bezüglich des Problems, überhaupt einen Kredit zu erhalten, keine Veränderung gegenüber dem Vorjahr, während sich für die großen Unternehmen eine Verbesserung abzeichnet.
4. Zwar kommen einfache Vergleiche zum Ergebnis, dass sich die Kreditaufnahme für Unternehmen aus den neuen Bundesländern immer noch schwieriger als bei Unternehmen aus den alten Ländern gestaltet. Allerdings zeigen multivariate Untersuchungen, dass sich darin nicht ein spezielles Problem der neuen Bundesländer als vielmehr andere Faktoren, wie die Unternehmensgrößen- und Branchenstruktur, widerspiegelt. Wenn man die Unternehmen nach Größenklassen und Branchen schichtet, unterscheiden sich ost- u. westdeutsche Unternehmen innerhalb dieser Schichten nicht signifikant hinsichtlich des Zugangs zu Krediten. Dies gilt auch für die Anforderungen an die Offenlegung von Geschäftszahlen und an die Dokumentation von Vorhaben, welche für ost- und westdeutsche Unternehmen gleichermaßen ein bedeutendes Problem bei der Kreditaufnahme darstellen. Für Unternehmen aus Ostdeutschland bestehen jedoch auch nach Berücksichtigung von Größenklasse und Branche größere Probleme, überhaupt einen Kredit zu erhalten.
5. Die Beratungsfunktion der Banken spielt im Zuge sich verändernder Rahmenbedingungen der Finanzmärkte eine bedeutende Rolle. Die Qualität der Beratung durch die Banken wird von den meisten Unternehmen im Vergleich zum Vorjahr als weitgehend unverändert wahrgenommen. Der Anteil der Unternehmen, der eine Verbesserung meldet, ist mit 17 % höher als der Anteil, der von einer Verschlechterung berichtet (11 %). Größere Unternehmen schätzen sowohl die Entwicklung als auch den Umfang der Beratungsleistungen positiver ein als kleinere Unternehmen. So ist der Anteil der Unternehmen, die eine Verbesserung der Beratungsqualität wahrnehmen, bei kleinen Unternehmen (bis 1 Mio. EUR Umsatz) nur rund zwei Drittel so groß als bei den großen Unternehmen (> 50 Mio. EUR Umsatz). Eine zunehmend positive Beurteilung der Beratungsqualität mit wachsender Unternehmensgröße zeigt sich bei allen abgefragten Einzelkriterien (wie etwa Beratungsklima, Zeit für Beratungsgespräche, Wechsel der Ansprechpartner, usw.). Insbesondere werden auch Beratungsgespräche mit steigender Unternehmensgröße zunehmend regelmäßig geführt. Diese Befunde sind wahrscheinlich darauf zurückzuführen, dass sich Banken immer mehr auf das umsatzstärkere und vermeintlich rentablere Geschäft mit größeren Kunden konzentrieren.

Rating

6. Die Risikosteuerung hat für Banken im Kreditgeschäft oberste Priorität. Mittelständische Unternehmen sehen sich dadurch zunehmend mit dem Thema Rating konfrontiert. Knapp 63 % der befragten Unternehmen (Vorjahr 57 %) geben an, ein internes Rating oder ein Scoring ihres Kreditinstituts zu haben. Ein externes Rating stellt mit 13 % (Vorjahr 9 %) der antwortenden Unternehmen zwar weiterhin die Ausnahme dar und ist vorwiegend bei großen Unternehmen der Fall. Dennoch ist bemerkenswert, dass der Anteil der Unternehmen mit einem externen Rating in allen Größenklassen im Vergleich zum Vorjahr zugenommen hat.

7. Nach wie vor wissen ca. 13 % der Unternehmen – bei den kleineren Unternehmen (Umsatz bis 1 Mio. EUR) sind es 24 % – nicht, ob sie von ihrem Kreditinstitut geratet wurden, was auf weiter bestehende Kommunikationsdefizite im Verhältnis zwischen Unternehmen und Kreditinstituten hinweist. Von den Unternehmen, die wissen, dass sie durch ein Kreditinstitut geratet wurden, kennen etwa 22 % ihre konkrete Ratingnote nicht, insbesondere kleine Unternehmen (bis 1 Mio. EUR Jahresumsatz) sind hier schlecht informiert (39 %). Der Hauptgrund für die Unkenntnis der Ratingnote ist, dass die Unternehmen sich bei ihrem jeweiligen Kreditinstitut auch nicht danach erkundigt haben (74 %).
8. Auch wissen nach wie vor große Unternehmen besser als kleine über die von ihrer Bank zugrunde gelegten Ratingkriterien Bescheid. Berücksichtigt man nur solche Unternehmen, die über ein Rating verfügen, kennen 78 % der Unternehmen auch die zugrunde gelegten Kriterien. Im Vergleich zu Unternehmen mit einem Umsatz bis zu 1 Mio. EUR, wissen jedoch doppelt so viele Unternehmen mit einem Umsatz über 50 Mio. EUR über die Ratingkriterien Bescheid.
9. Der Anteil der Unternehmen, der sein Rating verbessern konnte, liegt bei 42 %. Nur 6 % der befragten Unternehmen berichten, dass sich ihr Rating verschlechtert habe. Die gute konjunkturelle Lage und die verbesserte Wahrnehmung der Veränderungen am Kapitalmarkt durch die Unternehmen haben ihren Teil zu der positiven Entwicklung beigetragen. Jedoch ist auch hier spürbar, dass große Unternehmen von der aktuellen konjunkturellen Lage und den veränderten Bedingungen am Kapitalmarkt stärker profitieren als kleinere. So konnten mehr als die Hälfte der Unternehmen mit einem Umsatz von über 50 Mio. EUR ihr Rating verbessern, während dies lediglich für ein Drittel der Unternehmen mit weniger als 1 Mio. EUR Umsatz gilt.

Investitionen

10. Das Verarbeitende Gewerbe erfreut sich an einer ausgezeichneten wirtschaftlichen Lage. Dies zeigt sich auch in der aktuellen Studie. Während im Verarbeitenden Gewerbe 83 % der antwortenden Unternehmen in den letzten zwölf Monaten Investitionen getätigt haben, waren es im Durchschnitt lediglich 69 %. Von den Einzelhandelsunternehmen, die mit am stärksten mit den veränderten Finanzierungsbedingungen zu kämpfen haben, tätigten im vergangenen Jahr weniger als die Hälfte der antwortenden Unternehmen überhaupt Investitionen. Auch im Handwerk wurde seltener investiert (60 %).
11. Das Investitionsvolumen stieg im vergangenen Jahr bei 40 % der befragten Unternehmen an. Lediglich 17 % verzeichneten einen Rückgang ihres Investitionsvolumens. In diesem Zusammenhang sind auch die Aussichten der Unternehmen für das nächste Jahr durchaus positiv. So planen 36 % der antwortenden Unternehmen, ihre Investitionen auszuweiten, wohingegen nur 18 % planen, ihre Investitionen zu senken.
12. Auch in den Investitionsmotiven der Unternehmen spiegelt sich die gute konjunkturelle Lage wider. So stehen erstmals wieder Erweiterungsinvestitionen und nicht Ersatzinvestitionen oder Investitionen mit dem Ziel der Kostensenkung im Vordergrund.
13. Insgesamt war es rund einem Sechstel der Unternehmen aber nicht möglich, eine bereits geplante Investition zu tätigen – sei es aufgrund der schlechten Wirtschaftslage oder aufgrund von Finanzierungsschwierigkeiten. Während rund ein Viertel der kleineren Unternehmen eine Investition nicht tätigen konnte, fällt dieser Anteil bei den größeren Unternehmen (> 50 Mio. EUR Jahresumsatz) mit unter 4 % sehr gering aus. Finanzierungsschwierigkeiten und die schlechte wirtschaftliche Lage werden gleichermaßen als Grund für das Unterlassen von Investitionen genannt.
14. Ein Drittel der Unternehmen hat zur Finanzierung ihres Investitionsvorhabens einen Kredit beantragt. Die Kreditanträge wurden in 16 % der Fälle (Vorjahr 19 %) abgelehnt. Die Verbesserung gegenüber dem Vorjahr ist fast ausschließlich durch eine erhebliche Verminderung der Ablehnungsquote bei kleineren Unternehmen bedingt, was verdeutlicht, dass die Verbesserungen des Finanzierungsklimas – aufgrund der positiven konjunkturellen Entwicklung sowie der zunehmenden Anpassung an die Erfordernisse des Fi-

nanzmarktwandels – auch den kleinen Mittelstand erreicht haben. Dennoch werden Investitionskredite von kleinen Unternehmen (bis 1 Mio. EUR Umsatz) noch immer knapp viermal häufiger abgelehnt als von großen Unternehmen (> 50 Mio. EUR Umsatz).

15. Die beiden häufigsten Ablehnungsgründe von Investitionskreditanträgen waren – wie im Vorjahr – zu geringe Sicherheiten und eine zu geringe Eigenkapitalquote der Antragsteller. In der Mehrzahl der Fälle hatte eine negative Kreditentscheidung unmittelbare Auswirkungen auf die Durchführung der Investitionen: Beinahe ein Drittel der Unternehmen konnte das Vorhaben überhaupt nicht durchführen; ein weiteres Drittel musste Abstriche am Umfang vornehmen und 28 % mussten das Projekt verschieben (Mehrfachnennung möglich). Nur etwas mehr als ein Fünftel der Unternehmen, die eine Ablehnung ihres Antrags erfahren haben, konnte ihr Investitionsvorhaben in vollem Umfang und ohne Verzögerung realisieren.
16. Sicherheiten sind von zentraler Bedeutung für die Kreditvergabeentscheidung. Mit Abstand die meisten der Unternehmen, die Sicherheiten im Rahmen von Kreditaufnahmen gestellt haben, besicherten ihre Kredite mit Grundschulden (60 %). Weitere häufig genannte Sicherheiten sind Sicherungsübereignungen (35 %), Guthaben (25 %) sowie Abtretungen von Forderungen aus Lieferungen und Leistungen (24 %). Immaterielle Vermögenswerte spielen mit einem Anteil von 2 % nur für wenige Unternehmen eine Rolle bei der Kreditaufnahme. Auch bezüglich der Verwendung von Sicherheiten zeigen sich typische Muster je nach Unternehmensgröße. So besichern große Unternehmen ihre Kredite öfter mit Abtretungen von Forderungen aus Lieferungen und Leistungen (Jahresumsatz > 50 Mio. EUR: 27 %; bis 1 Mio. EUR: 11 %) und immateriellen Vermögenswerten (Jahresumsatz > 50 Mio. EUR: 8 %) als kleine Unternehmen. Kleine Unternehmen stellen dagegen häufiger Risikolebensversicherungen als Kreditsicherheit (Jahresumsatz bis 1 Mio. EUR: 30 %; > 50 Mio. EUR: 1 %).
17. Knapp 18 % der Unternehmen haben sich im vergangenen Jahr um eine Investitionsförderung bemüht. Mit 68 % der befragten Unternehmen werden Förderkredite deutlich häufiger genutzt als die auf dem zweiten Rang positionierten Zulagen und Zuschüsse mit rund 41 %. Während westdeutsche Unternehmen vorwiegend Förderkredite der KfW Bankengruppe in Anspruch nahmen, stehen bei ostdeutschen Unternehmen vorwiegend Zulagen und Zuschüsse im Fokus. Dieser Unterschied ist in erster Linie auf das breitere Angebot an Zulagen und Zuschüssen in den neuen Bundesländern zurückzuführen. Bei der Nutzung von EU Fördermitteln ist im Vergleich zum vergangenen Jahr ein Zuwachs zu verzeichnen. EU-Mittel wurden von fast 22 % der Unternehmen – vor allem von Unternehmen aus Ostdeutschland – nachgefragt.

Eigenkapital

18. Weiter verbessert hat sich die Eigenkapitalquote mittelständischer Unternehmen. 45 % der antwortenden Unternehmen geben an, dass sie in den vergangenen zwölf Monaten ihre Eigenkapitalquote erhöhen konnten. Dahingegen berichten nur 14 % von einer Senkung. Dank der guten konjunkturellen Entwicklung melden gegenüber dem Vorjahr mehr Unternehmen über alle Größenklassen hinweg Verbesserungen ihrer Eigenkapitalquote. Allerdings gelingt es großen Unternehmen eher, ihre Eigenkapitalquote zu erhöhen. So gilt dies für 56 % der Unternehmen mit einem Jahresumsatz von mehr als 50 Mio. EUR, während von den Unternehmen bis 1 Mio. EUR lediglich 31 % dies berichten.
19. Ähnlich wie in der Erhebung des Vorjahres planen knapp 44 % der Unternehmen eine Erhöhung ihrer Eigenkapitalquote. Von den Unternehmen, die keine Erhöhung ihrer Eigenkapitalquote anstreben, halten 74 % ihre Eigenkapitalquote für angemessen, 28 % sehen keine Möglichkeit, diese zu erhöhen. Letzteres ist vor allem bei kleineren Unternehmen der Fall. Wichtigstes Instrument zur Erhöhung der Eigenkapitalquote bleibt die Einbehaltung von Gewinnen (83 %), gefolgt von einer Erhöhung eigener Einlagen (15 %).

Der strukturelle Wandel auf den Finanzmärkten hat für die Unternehmen spürbar weniger negative Auswirkungen als in den Vorjahren. Neben den weiter intensiven Bemühungen,

sich auf die veränderten Rahmenbedingungen einzustellen, hat die gute Konjunktur in Kombination mit der Lockerung der Kreditvergaberichtlinien seitens der Banken und Sparkassen zur **deutlichen** Verbesserung der Finanzierungsbedingungen geführt. Bemerkenswert ist, dass sich zum ersten Mal seit Beginn dieser Befragungsreihe die Finanzierungsbedingungen auch für kleinere Unternehmen verbessert haben. Dennoch sind kleine Unternehmen weiterhin deutlich die Gruppe mit den größten Problemen im Bereich der Finanzierung.

Dies ist auf folgende Faktoren zurückzuführen: In der Wahrnehmung durch die Unternehmen konzentrieren sich Banken und Sparkassen stärker auf umsatzstärkere und vermeintlich „rentablere“ Unternehmen, wie die Beurteilung der Beratungsqualität durch die Unternehmen belegt. Auch stellen kleinere Unternehmen weniger kreditvergaberelevante Informationen zur Verfügung. Dies mag zum einen darin begründet sein, dass es kleinen Unternehmen schwieriger fällt, diese Informationen bereitzustellen. Zum anderen aber auch darin, dass die Bewertung zusätzlicher Informationen im Verhältnis zum Kreditvolumen bei diesen Unternehmen für die Kreditinstitute unverhältnismäßig hohe Kosten verursacht und diese Informationen daher auch weniger eingefordert werden. Im Ergebnis bedeutet dies, dass nach wie vor eine Informationsasymmetrie zwischen kleinen Unternehmen und Banken bzw. Sparkassen besteht, welche die Kreditvergabe an kleine Unternehmen erschwert.

Die in der öffentlichen Diskussion im Zusammenhang mit der Subprime-Krise geäußerten Befürchtungen lenken den Blick darauf, dass die gute konjunkturelle Lage und die gelockerten Kreditvergabebedingungen nicht dauerhaft anhalten werden. Die meisten Unternehmen sind daher gut beraten, weiter in ihren Anstrengungen fortzufahren, sich auf den Finanzmarktwechsel einzustellen und Maßnahmen zu ergreifen, die ihr Unternehmen auf eine bessere Bonitätsstufe bringen. Aber auch die Banken und Sparkassen sind weiter gefordert, insbesondere kleineren Unternehmen den Ratingprozess und die Ratingkriterien besser zu kommunizieren und dabei auch Unternehmen zu erreichen, die sich bisher nicht mit diesen Themen beschäftigt haben.

2 Finanzierungsbedingungen: Finanzmarktwandel bei anhaltend guter konjunktureller Entwicklung fortgesetzt

Seit einigen Jahren befinden sich die Finanzmärkte weltweit in einem umfassenden Veränderungsprozess. Dieser Wandel betrifft Deutschland besonders stark, da das hiesige Finanzsystem im Gegensatz zu den kapitalmarktorientierten Finanzsystemen angelsächsischer Prägung jahrzehntelang stark bankenorientiert war und auch immer noch ist. Das gemeinsame Auftreten mehrerer Makrotrends hat dabei bewirkt, dass das Finanzierungsumfeld in Bewegung geraten ist: Die Entwicklung und breite Anwendung der Informations- und Kommunikationstechnologien, die Liberalisierung und Deregulierung der Kapitalmärkte, die Harmonisierung der Finanzmarktregulierung sowie die (bei intensiverem Wettbewerb) wachsende Bedeutung von Risiko- und Rentabilitätsabwägungen machten und machen es für Unternehmen und Kreditinstitute notwendig, sich stärker an internationale Gegebenheiten anzupassen.

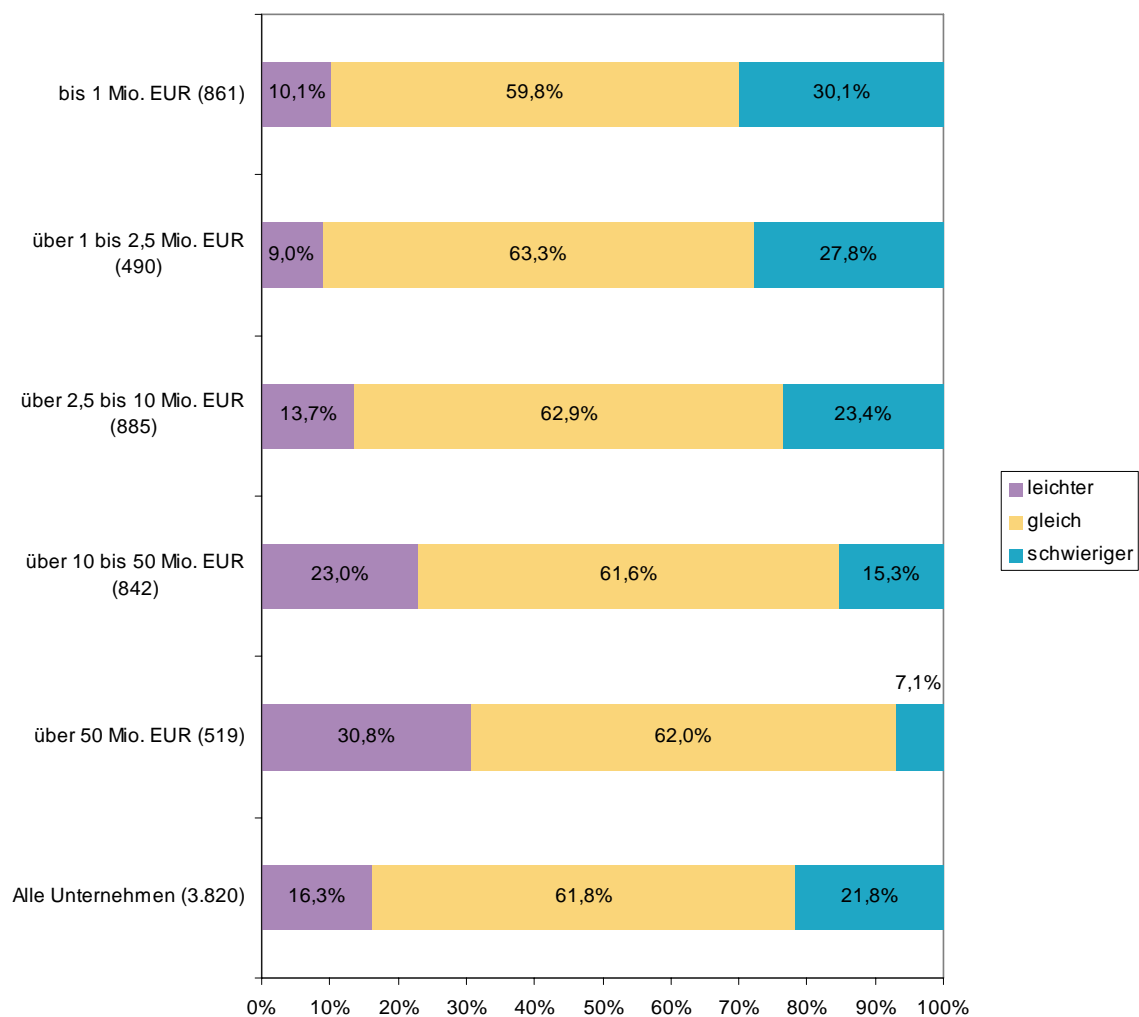
Um beurteilen zu können, welche Auswirkungen die Veränderungen auf den Finanzmärkten im letzten Jahr auf die Finanzierungssituation der Unternehmen hatten, wurden die Unternehmen in dieser, wie in den zurückliegenden Studien zunächst gefragt, ob die Kreditaufnahme in den vergangenen zwölf Monaten vor dem Befragungszeitraum (1. Quartal 2007) für sie leichter bzw. schwieriger geworden oder unverändert geblieben ist. Wurde die Kreditaufnahme als schwieriger angesehen, baten wir um Angabe hinsichtlich der Gründe für die Erschwernis.

2.1 Kreditaufnahme: Anhaltend positive Entwicklung

21,8 % aller befragten Unternehmen berichten, dass die Kreditaufnahme in den vergangenen zwölf Monaten schwieriger geworden ist, während 16,3 % die Kreditaufnahme als leichter beurteilen (s. Grafik 1). Der positive Trend, welcher schon in den vergangenen Jahren zu beobachten war, setzt sich somit signifikant fort. Die Wahrnehmung dieser Fragestellung hängt dabei weiterhin deutlich von der Größe des befragten Unternehmens ab: Die befragten kleineren Unternehmen schätzen den Kreditzugang im Vergleich zu größeren Unternehmen immer noch häufiger als schwieriger geworden ein. Allerdings scheint sich die Lage für kleinere Unternehmen zunehmend zu verbessern, denn der Anteil der Unternehmen mit einem Jahresumsatz von unter 1 Mio. EUR, die eine Besserung vermelden, hat sich im Vergleich zum Vorjahr von 5,7 % auf 10,1 % fast verdoppelt, während der Anteil dieser Unternehmen, der eine Verschlechterung meldet, deutlich von über 46 % auf nunmehr 30,1 % sank. Insgesamt ist festzuhalten, dass es im Rahmen dieser Befragung, die seit dem Jahr 2001 durch-

geführt wird, auf die Frage zur Veränderung der Kreditaufnahme kein positiveres Ergebnis gegeben hat als das diesjährige.²

Ein Grund für den weiter bestehenden deutlichen Unterschied zwischen Groß- und Kleinunternehmen dürfte bei den umsatzstärkeren Unternehmen auf die weiterhin hohe Exportnachfrage zurückzuführen sein, welche sich insbesondere auf die Ertragslage der größeren Unternehmen positiv auswirkte. Die positive Entwicklung kleinerer Unternehmen ist vermutlich vorwiegend auf die gute konjunkturelle Entwicklung zurückzuführen, die sich mittlerweile auch breiter auf die Binnenwirtschaft übertragen hat³.

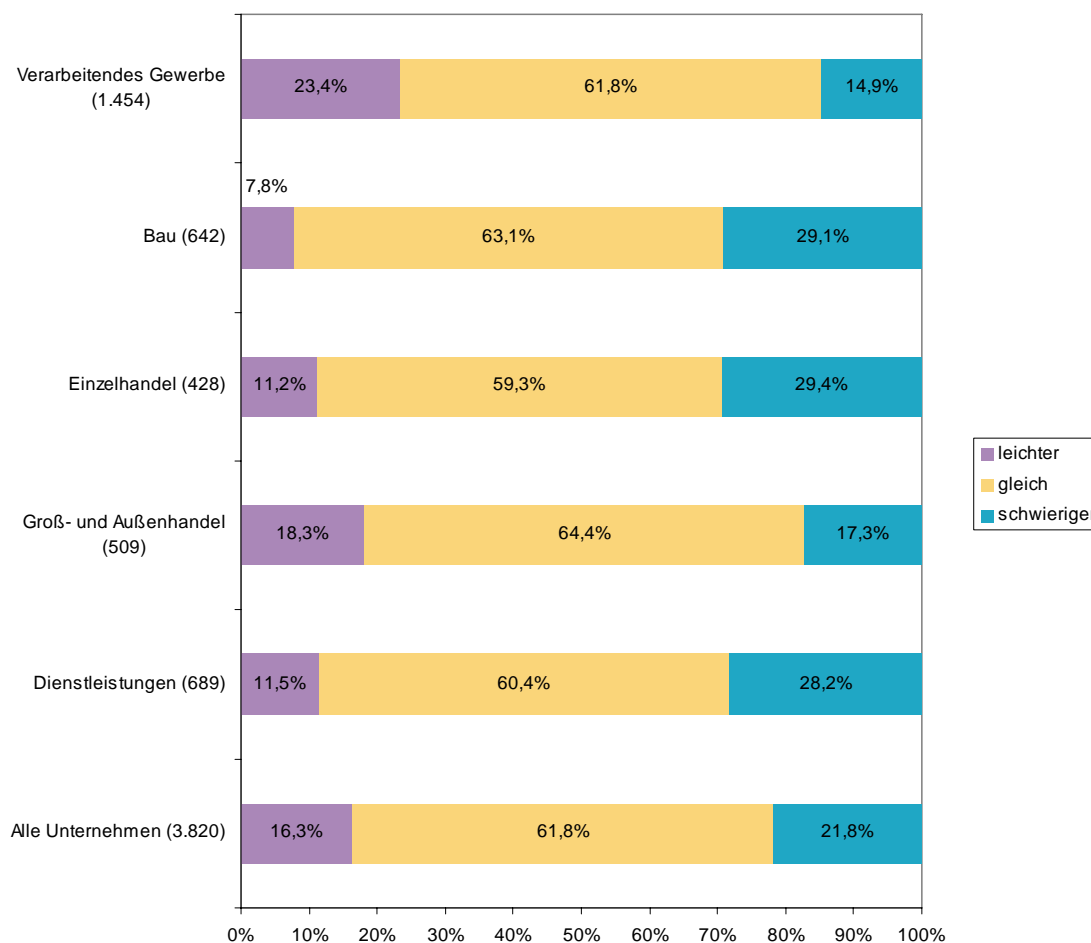


Grafik 1: Veränderung der Kreditaufnahme nach Umsatzgrößenklassen (Anteile in Prozent)

² Siehe zur Veränderung des Zugangs zu Krediten über die Befragungswellen hinweg auch Zimmermann (2006).

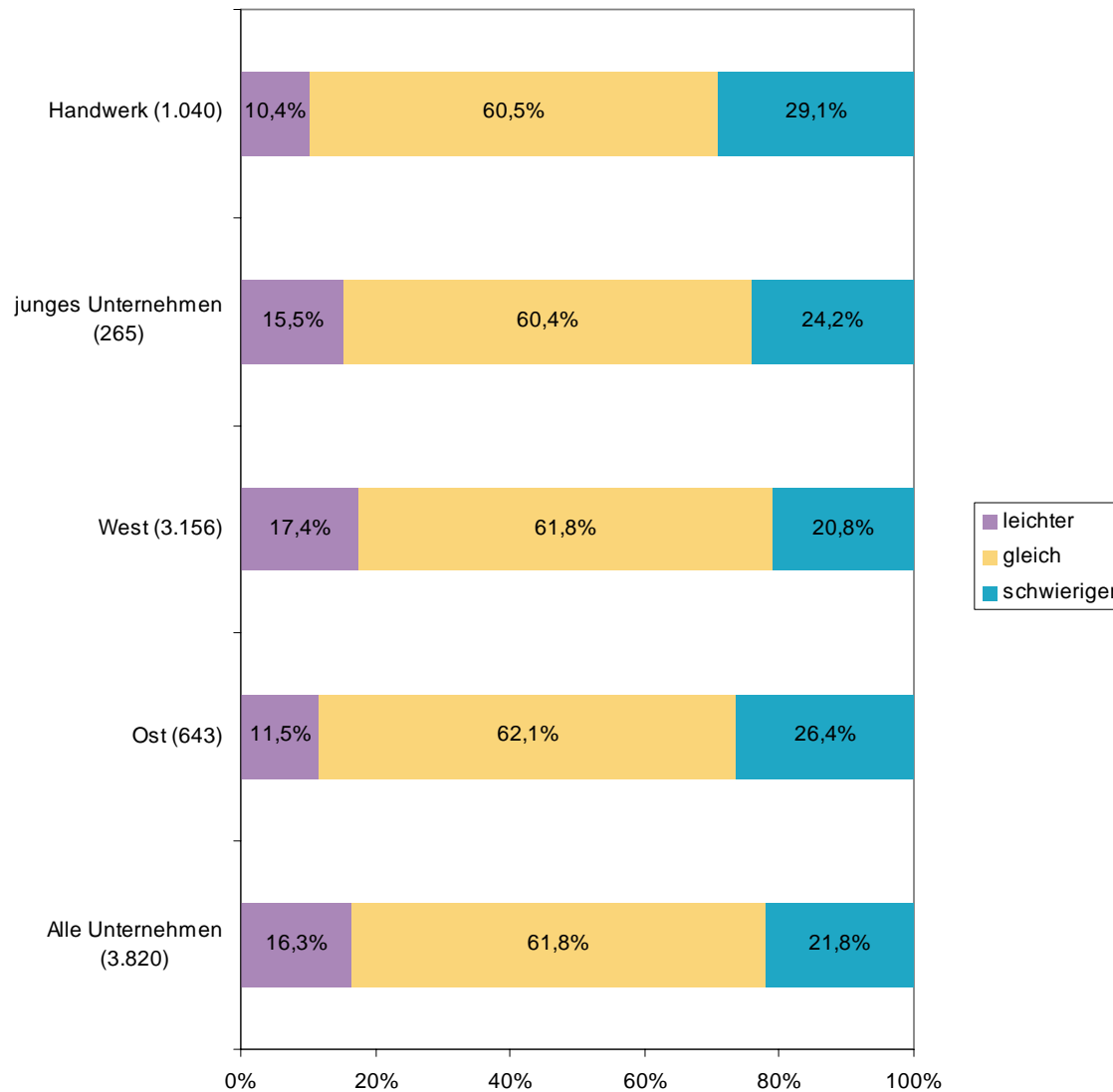
³ Vgl. KfW et al. (2007), S. 1 ff.

Dieser Trend bestätigt sich bei einem Blick auf die unterschiedlichen Branchen (s. Grafik 2). Zwar schätzen die Baubranche, der Einzelhandel und die Dienstleistungsbranche die Lage immer noch am negativsten ein, gegenüber der Vorerhebung jedoch hat sich auch ihre Situation überwiegend aufgrund der aktuellen konjunkturellen Lage deutlich verbessert. In der Baubranche lässt sich dieser Effekt darüber hinaus mit den Auswirkungen des sehr milden Winters 2006/2007 erklären. Zudem profitierte die Baubranche in den letzten zwölf Monaten auch von den erhöhten Steuereinnahmen, die zu einer Ausweitung der öffentlichen Investitionen führte. Im Einzelhandel können die Vorzieheffekte der Mehrwertsteuererhöhung für eine verbesserte Entwicklung, insbesondere im letzten Quartal 2006, verantwortlich gemacht werden. Vor allem bei kleinen Unternehmen sind in dieser Branche allerdings noch deutliche Probleme zu erkennen. Die sehr positive Entwicklung im Verarbeitenden Gewerbe setzt sich fort. Erstmals schätzen mehr Unternehmen (23,4 %) im Verarbeitenden Gewerbe die Veränderung der Kreditaufnahme im Vergleich zum Vorjahr eher leichter ein als schwieriger (14,9 %). Auch im Groß- und Außenhandel gehen 18,3 % der Unternehmen von einer Erleichterung der Kreditbedingungen aus, wohingegen nur 17,3 % von einem erschwerten Kreditzugang berichten.



Grafik 2: Veränderung der Kreditaufnahme nach Branchen (Anteile in Prozent)

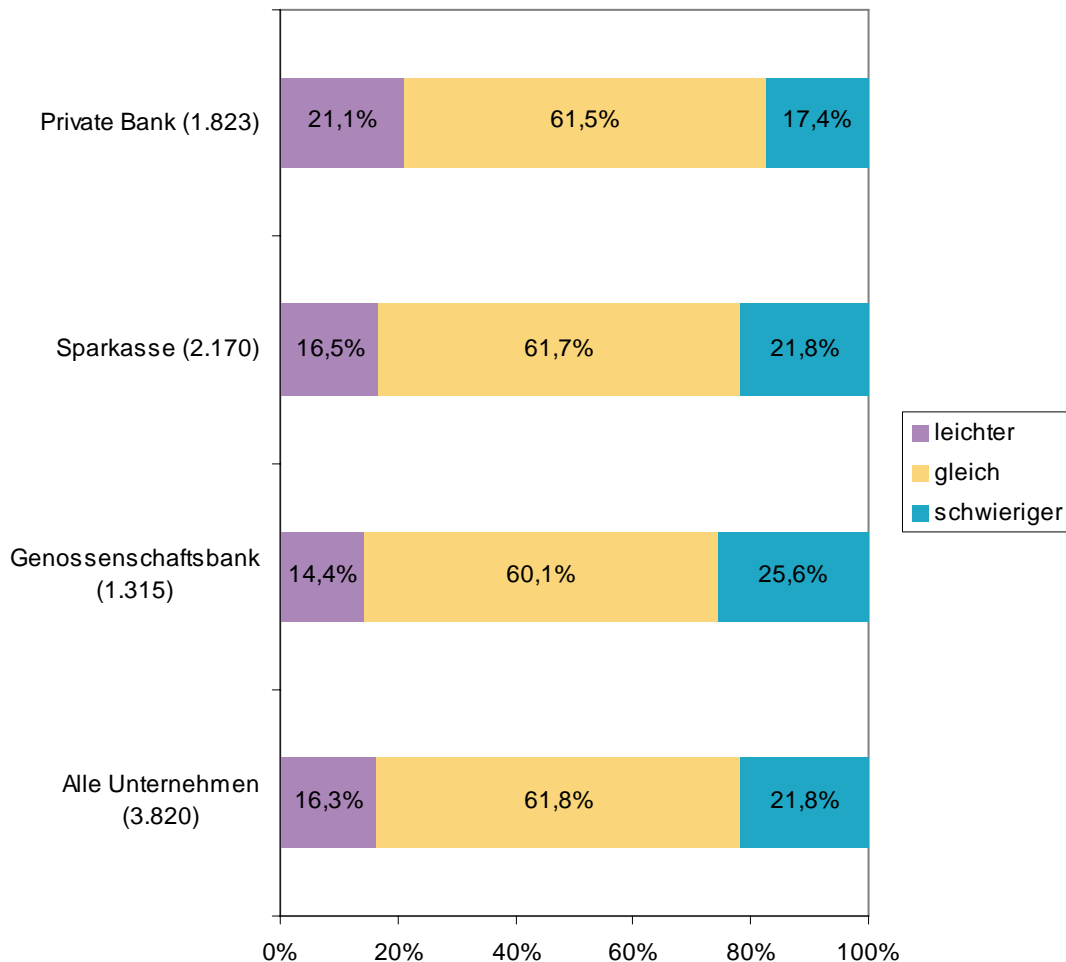
Unternehmen aus den alten Bundesländern geben häufiger als solche aus den neuen Bundesländern an, dass sich der Kreditzugang erleichtert hat (s. Grafik 3). In Westdeutschland ist zudem der Anteil der Unternehmen, die eine Erschwernis beim Zugang zu Krediten melden, deutlich niedriger als in Ostdeutschland. Dies bedeutet jedoch nicht, dass Unternehmen aus den neuen Bundesländern per se einen schlechteren Zugang zu Krediten aufweisen. So zeigt sich in der multivariaten Analyse, dass der Regionskoeffizient für die Region nicht signifikant ist, wenn weitere Strukturmerkmale in der Analyse berücksichtigt werden. Dies bedeutet, dass der Unterschied zwischen den Regionen nicht auf die regionale Zugehörigkeit des Unternehmens, sondern auf andere Unterschiede zwischen Unternehmen in beiden Regionen (u. a. die Größen- und Branchenstruktur) zurückzuführen ist. Anders ausgedrückt: wäre die Größen- und Branchenzusammensetzung in Ost und West gleich, gäbe es zwischen Ost- und Westunternehmen auch in der Grafik keine signifikanten Unterschiede beim Kreditzugang auszumachen. Auch zeigt Grafik 3, dass junge Unternehmen (jünger als 6 Jahre) sowie Handwerksunternehmen überdurchschnittlich häufig über zunehmende Erschwernisse bei der Kreditaufnahme klagen. Die multivariate Analyse kommt jedoch auch hier zum Ergebnis, dass sich in dieser Beobachtung andere Effekte, wie die Größenstruktur, widerspiegeln.



Grafik 3: Veränderung der Kreditaufnahme nach Handwerk, Alter und Regionen (Anteile in Prozent)

Ähnlich wie in der Erhebung des Vorjahres zeigt Grafik 4, dass Kunden privater Banken am ehesten von Krediterleichterungen profitieren. Über 21 % dieses Kundenkreises (Mehrfachnennungen möglich) melden, dass der Zugang zu Krediten leichter geworden sei – der höchste Anteil in allen Bankengruppen – und nur ein Anteil von 17 % der Unternehmen berichtet von Erschwernissen beim Kreditzugang. Dieser Befund einer positiveren Einschätzung der Entwicklung des Kreditzugangs von Kunden privater Banken bleibt auch erhalten, wenn bei einer multivariaten Analyse weitere Strukturmerkmale – wie Unternehmensgröße, Branche, Rechtsform, Alter, Regions- und Handwerkszugehörigkeit – berücksichtigt werden und dürfte darauf zurückzuführen sein, dass die Kunden der Privatbanken sich den Erfordernissen des Finanzmarktwandels möglicherweise am weitesten angepasst haben. Dafür sprechen zusätzlich durchgeführte Analysen, welche zum Ergebnis kommen, dass für die

Kunden privater Banken kein abweichendes Antwortverhalten mehr ermittelt werden kann, wenn zusätzlich als Indikator für die Bonität eines Unternehmens auch die Höhe der Eigenkapitalquote bei der Analyse berücksichtigt wird.

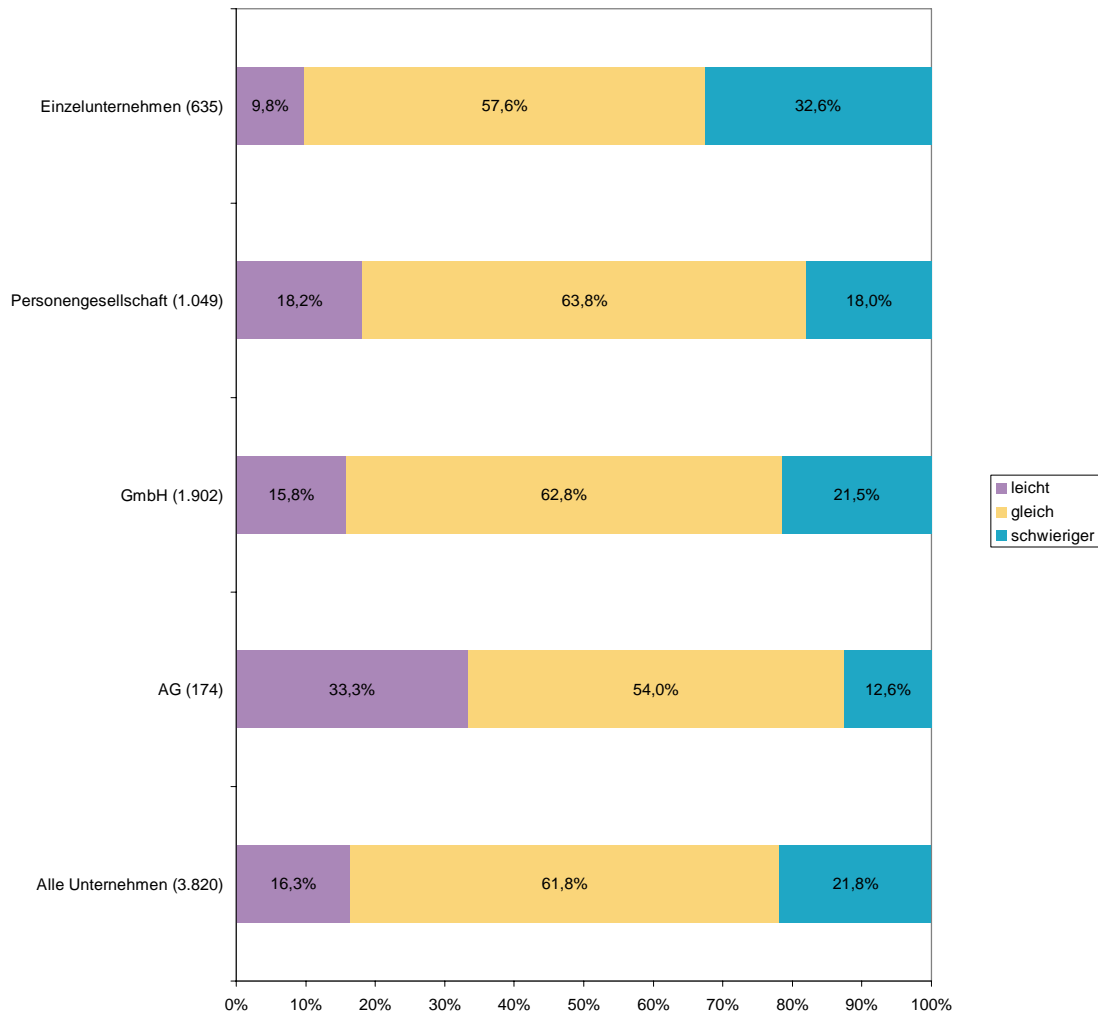


Mehrfachnennung einer Bankengruppe möglich.

Grafik 4: Veränderung der Kreditaufnahme nach Bankengruppen (Anteile in Prozent)

Hinsichtlich der Veränderung des Zugangs zu Krediten zeichnet sich eine positive Entwicklung ab, welche sich quer durch alle Rechtsformen nachvollziehen lässt (s. Grafik 5). Insgesamt am stärksten profitieren Aktiengesellschaften von den Veränderungen am Finanzmarkt. Von diesen schätzt ein Drittel die Entwicklung der Kreditaufnahme als positiv ein, wohingegen nur 12,6 % der Meinung sind, dass die Bedingungen der Kreditaufnahme schwieriger geworden seien. Diese Sonderstellung von Aktiengesellschaften zeigt sich in multivariaten Analysen auch nach Berücksichtigung weiterer Merkmale (wie etwa der Größe, Branche oder Unternehmensalter). Gemäß Grafik 5 stellt sich die Situation bezüglich des Zugangs zu Bankkrediten bei den Einzelunternehmen am schwierigsten dar. Die zusätzlich durchgeführten multivariaten Analysen zeigen jedoch, dass bei Berücksichtigung der Strukturmerkmale dieser Unternehmen – wie Unternehmensgröße, Branche, Rechtsform, Alter, Regions- und

Handwerkszugehörigkeit – sich das Antwortverhalten von Einzelunternehmen nicht von jenem von Personengesellschaften und GmbHs unterscheidet und, wie bereits dargelegt, lediglich AGs eine Sonderstellung einnehmen.



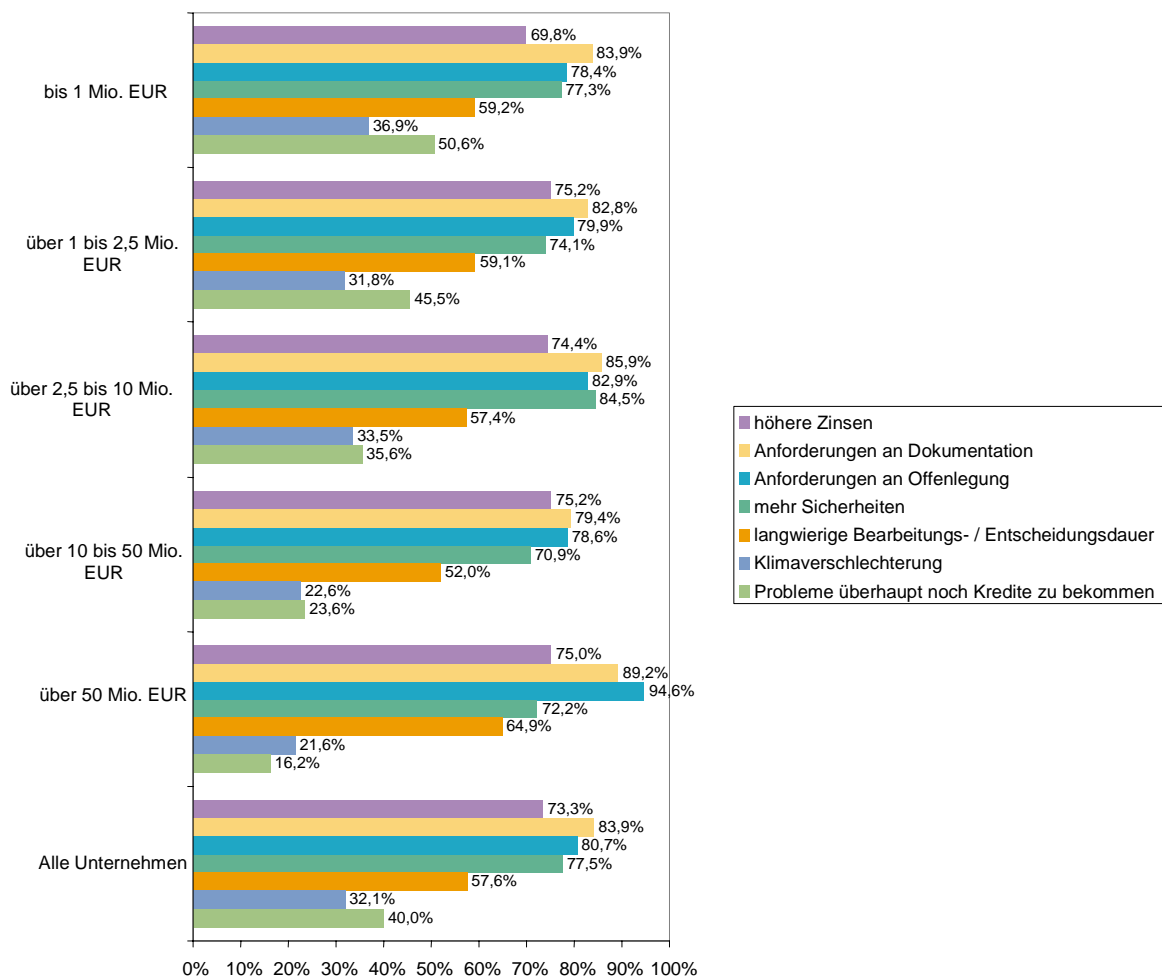
Grafik 5: Veränderung der Kreditaufnahme nach Rechtsform

2.2 Worin äußern sich die Erschwernisse der Kreditaufnahme?

Die Unternehmen, welche zunehmende Schwierigkeiten bei der Kreditaufnahme gemeldet haben, wurden zusätzlich befragt, wie ausgewählte Kriterien (Zinsen, geforderte Kreditsicherheiten usw.) sich im Zusammenhang mit der Kreditaufnahme entwickelt haben. Anhand dieser Kriterien lässt sich eine Aussage darüber treffen, in welchen Bereichen die Erschwernisse in der Kreditaufnahme begründet liegen.

Die am häufigsten genannten Erschwernisse bilden mit knapp 84 % bzw. knapp 81 % gestiegene Anforderungen an die Dokumentation sowie die Offenlegung von Geschäftszahlen

und -strategien (s. Grafik 6). Bei beiden Symptomen für einen erschwerten Zugang zu Krediten lassen sich nur geringfügige Unterschiede zwischen Unternehmen mit verschiedenen Merkmalen, wie etwa die Unternehmensgröße oder die Branche (s. Grafik 7), beobachten. Gegenüber der Vorjahresuntersuchung fällt besonders auf, dass höhere Anforderungen an die Dokumentation und Offenlegung nunmehr nicht mehr deutlich stärker von größeren Unternehmen wahrgenommen werden, sondern in etwa gleich häufig auch bei kleineren Unternehmen genannt werden. Dies deutet darauf hin, dass eine genaue Erfassung der Risiken, etwa für die Durchführung von regelgestützten Scoring- und Ratingverfahren zunehmend auch diese Gruppe von Unternehmen erreicht.

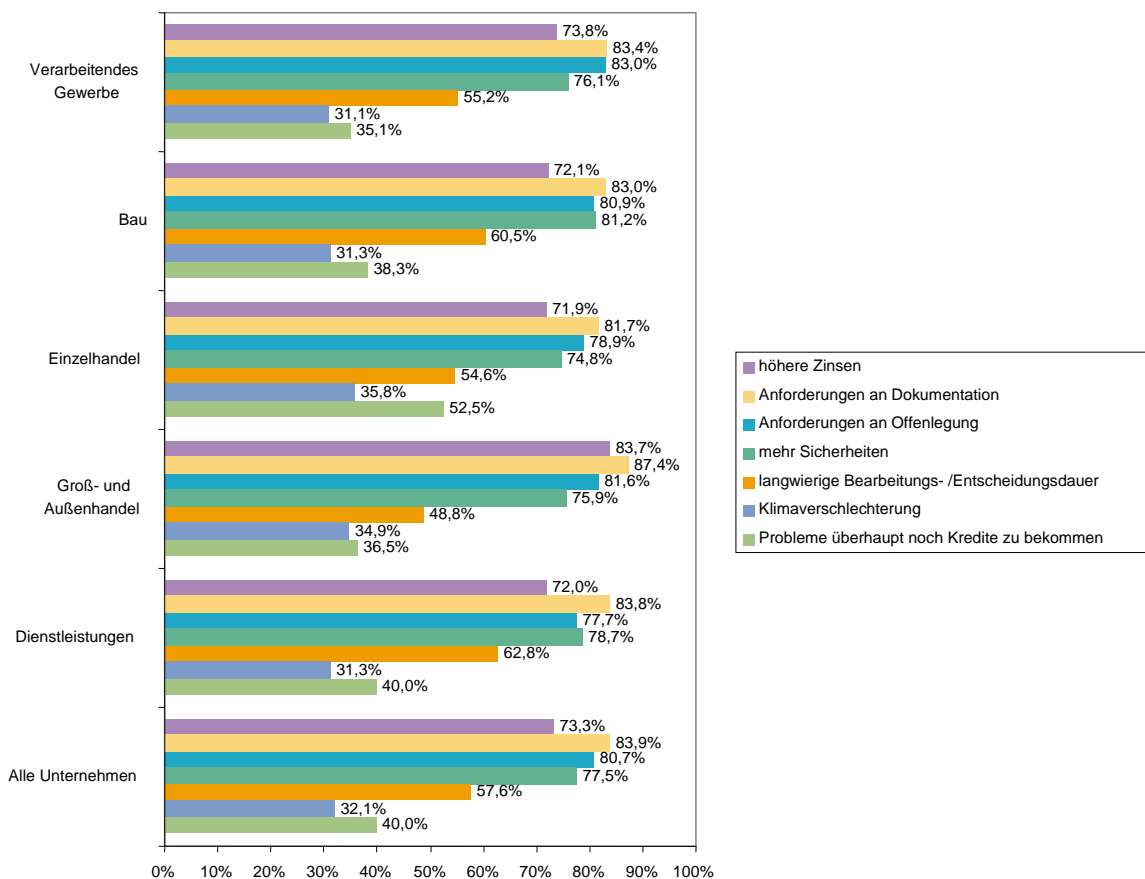


Mehrfachnennung möglich.

Grafik 6: Gründe für die Verschlechterung der Kreditaufnahme nach Umsatzgrößenklassen (Anteile in Prozent)

Die Risikokontrolle durch die Kreditinstitute dürfte auch der Grund für die – ähnlich der Vorjahreserhebung – häufige Nennung (77 %) von gestiegenen Anforderungen an die Sicherheiten stehen. Während dies gegenüber der Vorjahreserhebung einen leichten Anstieg bedeutet (64 %), hat die Nennung von höheren Zinsen als Erschwernis bei der Kreditaufnahme dage-

gen sehr deutlich zugenommen. So berichten rund 73 % der Unternehmen, die über eine Verschlechterung im Zugang zu Krediten klagten, von gestiegenen Zinsen. Im Vergleich dazu waren es im Jahr 2006 nur rund ein Viertel der Unternehmen. Auch die Wahrnehmung der Zinshöhe variiert nur geringfügig zwischen den Größen und Branchen sowie den anderen untersuchten Merkmalen der Unternehmen. Das kann zum einen als Zeichen dafür gewertet werden, dass die Differenzierung der Kreditbedingungen nach der Bonität der Unternehmen mittlerweile, wenn auch nicht in vollem Maße, kleinere Unternehmen erreicht hat. Zum anderen muss aber berücksichtigt werden, dass sich in der Wahrnehmung der Unternehmen auch die im Zuge des Anziehens der Konjunktur im Laufe des Jahres 2006 merklich gestiegenen Zinsen widerspiegeln,⁴ was den Hauptgrund für das Antwortmuster darstellen dürfte.



Mehrfachnennung möglich.

Grafik 7: Gründe für die Verschlechterung der Kreditaufnahme nach Branchen (Anteile in Prozent)

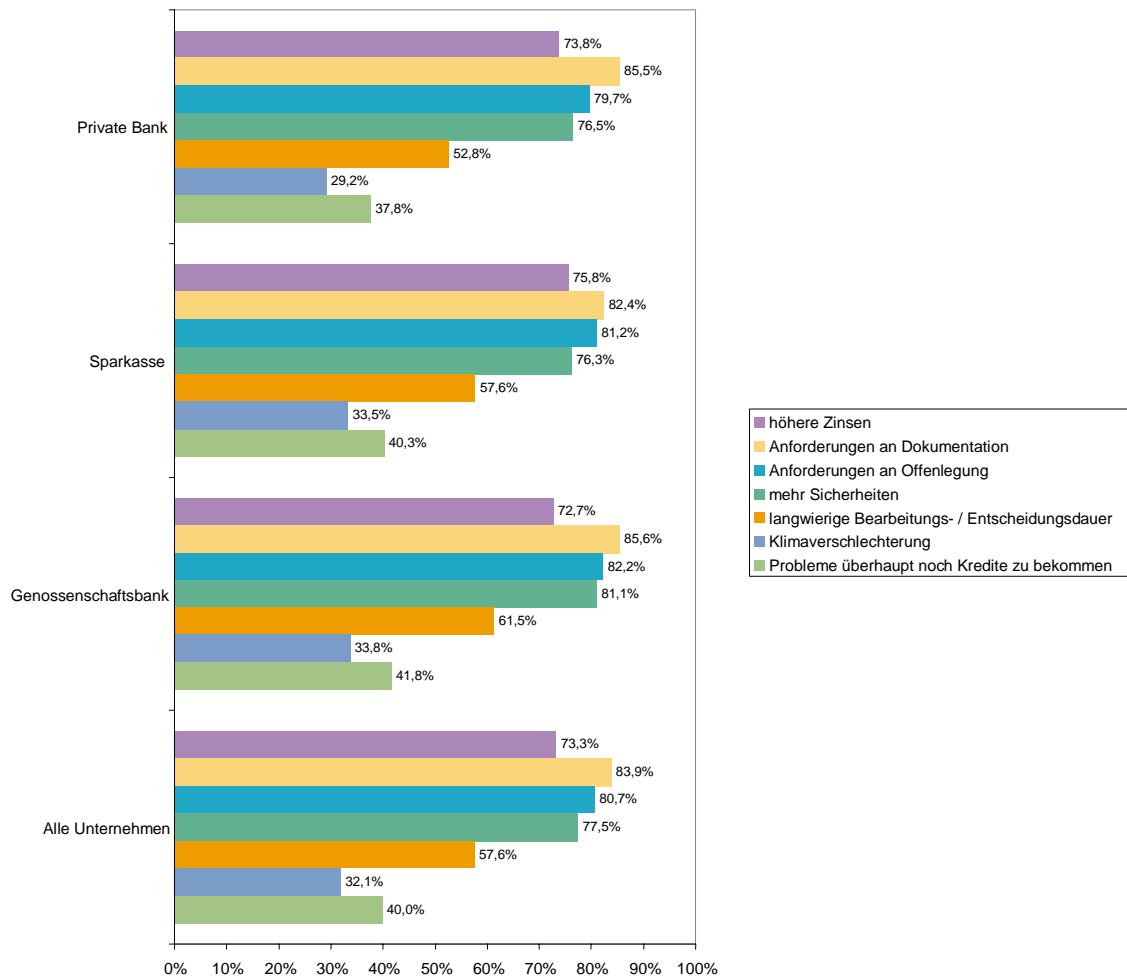
Ähnlich wie in der Vorjahreserhebung geben zwei Fünftel der Unternehmen, welche zunehmende Schwierigkeiten bei der Kreditaufnahme wahrgenommen haben, trotz der positiven

⁴ Vgl. hierzu z. B. die Zeitreihe SUD 129 der Deutschen Bundesbank.

wirtschaftlichen Entwicklung an, Probleme zu haben, überhaupt einen Kredit zu erhalten. Je geringer der Umsatz eines Unternehmens ist, desto häufiger treten Probleme bei der Kreditaufnahme auf. So gibt die Hälfte der Unternehmen mit bis zu 1 Mio. EUR Jahresumsatz, die über zunehmende Schwierigkeiten bei der Kreditaufnahme berichten an, dass sie generell Schwierigkeiten haben, überhaupt einen Kredit zu erhalten, während diesen Aspekt nur 16,2 % aller Unternehmen mit einem Umsatz über 50 Mio. EUR erwähnen. Diese Beobachtung legt den Schluss nahe, dass die risikoadäquate Differenzierung der Kreditzinsen in Kombination mit der Stellung entsprechender Sicherheiten hauptsächlich bei den größeren Unternehmen greift. Kleinere Unternehmen sehen sich dagegen bei einer schlechteren Bonität und unzureichenden Sicherheiten häufiger auch der Verweigerung eines Kredits gegenüber. Dieses Ergebnis wird auch von den Analysen in Kapitel 4 zur Ablehnung von Investitionskrediten bestätigt.

In Bezug auf die regionalen Unterschiede stellt sich die Verschlechterung der Kreditaufnahme wie folgt dar: Im Westen geben 37,5 % der Unternehmen mit schwieriger gewordenem Kreditzugang an, Probleme zu haben, überhaupt noch einen Kredit zu erhalten, während sich dieser Wert im Osten Deutschlands auf 48,5 % beläuft (ohne Grafik). Dieser Unterschied zeigt sich auch bei einer multivariaten Betrachtung. Ostdeutsche Unternehmen haben immer noch stärker damit zu kämpfen, überhaupt Kredite zu erhalten als westdeutsche Unternehmen.

Des Weiteren berichten Einzelunternehmen – auch nach Kontrolle für die Unternehmensgröße – von den größten Problemen, überhaupt einen Kredit zu erhalten, was vermutlich u. a. damit zusammenhängt, dass diese zu den Unternehmen mit der geringsten Eigenkapitalquote gehören. Deutlich weniger Probleme haben dagegen Personen- und Kapitalgesellschaften.



Mehrfachnennung möglich.

Grafik 8: Gründe für die Verschlechterung der Kreditaufnahme nach Bankengruppen

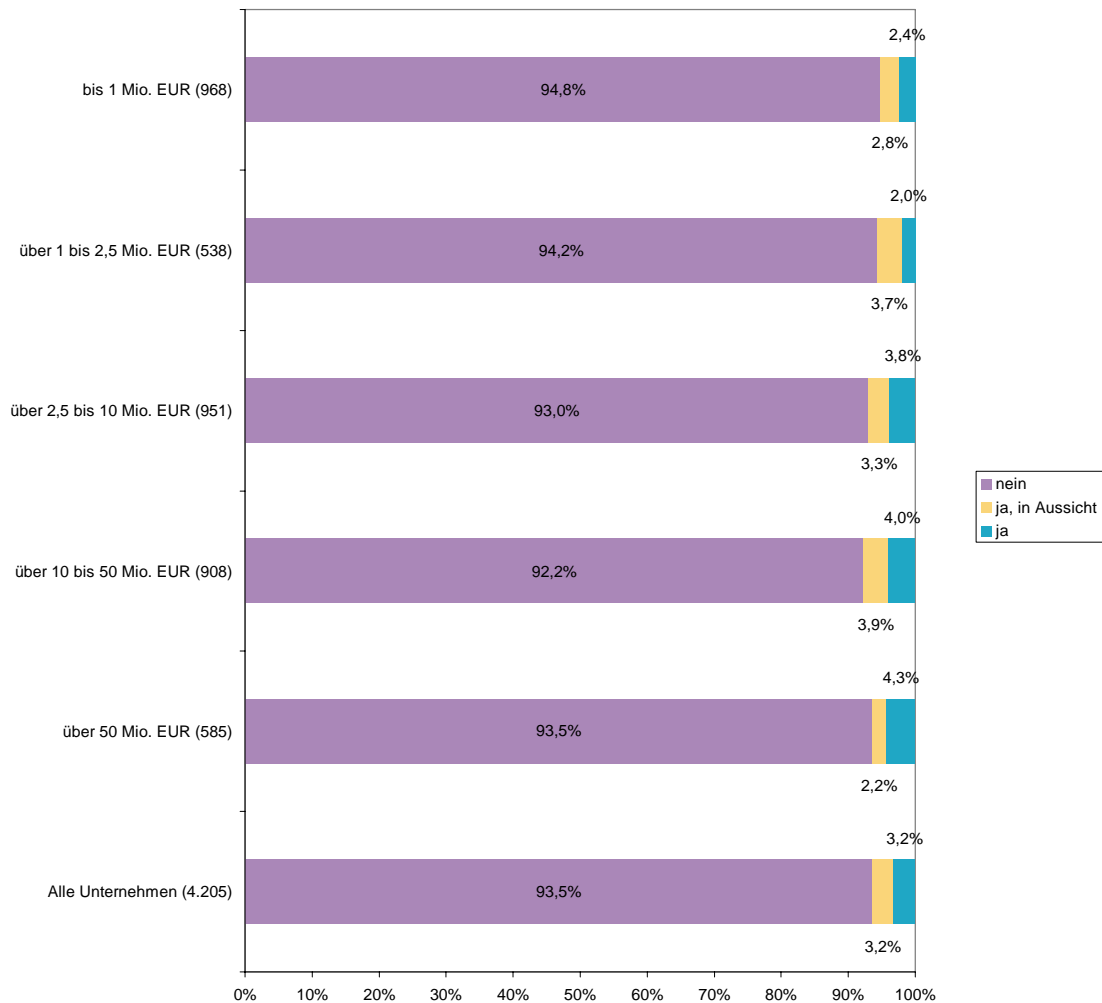
Lange Bearbeitungs- und Entscheidungsdauer nennen knapp drei Fünftel der Unternehmen als Erschwernis beim Zugang zu Krediten. Unterschiede zeigen sich hier bei Handwerksunternehmen (64 %) sowie bei Kunden von Privatbanken (s. Grafik 8). Letztere klagen mit knapp 53 % deutlich seltener als andere Unternehmen. Andere signifikante Unterschiede bei den hier ausgewerteten Erschwernissen zum Kreditzugang zeigen sich zwischen den verschiedenen Typen von Kreditinstituten jedoch nicht.

Etwa ein Drittel der Unternehmen sieht sich mit einem verschlechterten Klima in der Firmenkundenbetreuung konfrontiert. Signifikante Unterschiede nach Umsatzgrößenklassen konnten in einer multivariaten Analyse nicht nachgewiesen werden. Allerdings berichten Unternehmen des Handwerks signifikant häufiger von einer Klimaverschlechterung. Aufgrund von Veränderungen bei der konkreten Fragestellung sind Vergleiche nur Vorjahreserhebung nur bedingt möglich.

2.3 Kündigung der Bankverbindung

Die Kündigung einer Bankverbindung hat für die davon betroffenen Unternehmen in der Regel weitreichende Konsequenzen. Eine Folge ist nicht selten die Insolvenz. Auslöser für eine solche Situation sind meist Liquiditätsengpässe oder Schwierigkeiten, einen Kredit zu bedienen. In der diesjährigen Befragung gaben nur 6,2 % aller Unternehmen an, in den letzten drei Jahren eine Androhung oder eine Kündigung der Bankverbindung erhalten zu haben (s. Grafik 9). Bei der Interpretation dieser Aussage muss jedoch berücksichtigt werden, dass nur solche Unternehmen für die Ergebnisse dieser Frage eine Rolle spielen, die eine Kündigung ihrer Bankverbindung überlebt haben. Es handelt sich also um eine diese Frage betreffend positive Auswahl an Unternehmen. Im Vorjahresvergleich ist der Anteil der Unternehmen mit Kündigungen oder angedrohten Kündigungen weiter zurückgegangen (8,3 %).

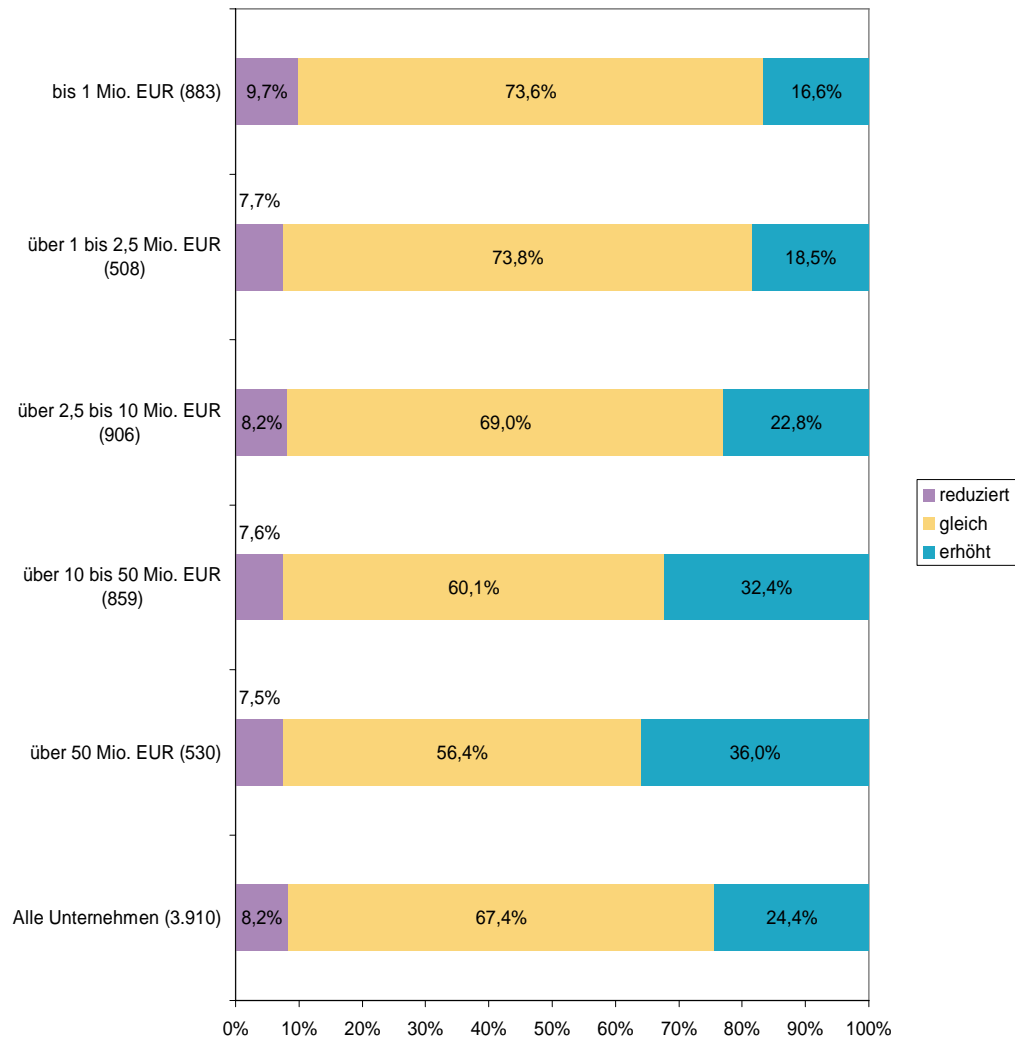
Mit der Umsatzgröße nimmt die Zahl der Unternehmen, welchen eine Bankverbindung gekündigt oder eine Kündigung in Aussicht gestellt wurde, tendenziell zu. Da es sich dabei, wie schon erwähnt, um eine positive Auswahl handelt, muss hier eine differenzierte Interpretation vorgenommen werden. Auf der einen Seite ist anzunehmen, dass größere Unternehmen unter einer stärkeren Beobachtung der Banken stehen und somit eher mit einer Kündigung ihrer Bankverbindung zu rechnen haben. Dies kann man auch daran erkennen, dass Kapitalgesellschaften signifikant häufiger eine Kündigung der Bankverbindung in Kauf nehmen müssen als andere Rechtsformen (ohne Grafik). Auf der anderen Seite muss aufgrund der positiven Auswahl berücksichtigt werden, dass kleine Unternehmen bei der Kündigung ihrer Bankverbindung mit einer höheren Wahrscheinlichkeit aus dem Markt – und damit auch aus der Befragung – herausfallen als umsatzstärkere.



Grafik 9: Kündigung der Bankverbindung nach Umsatzgrößenklassen (Anteile in Prozent)

2.4 Kreditlinien: Deutlich mehr Erhöhungen als Kürzungen

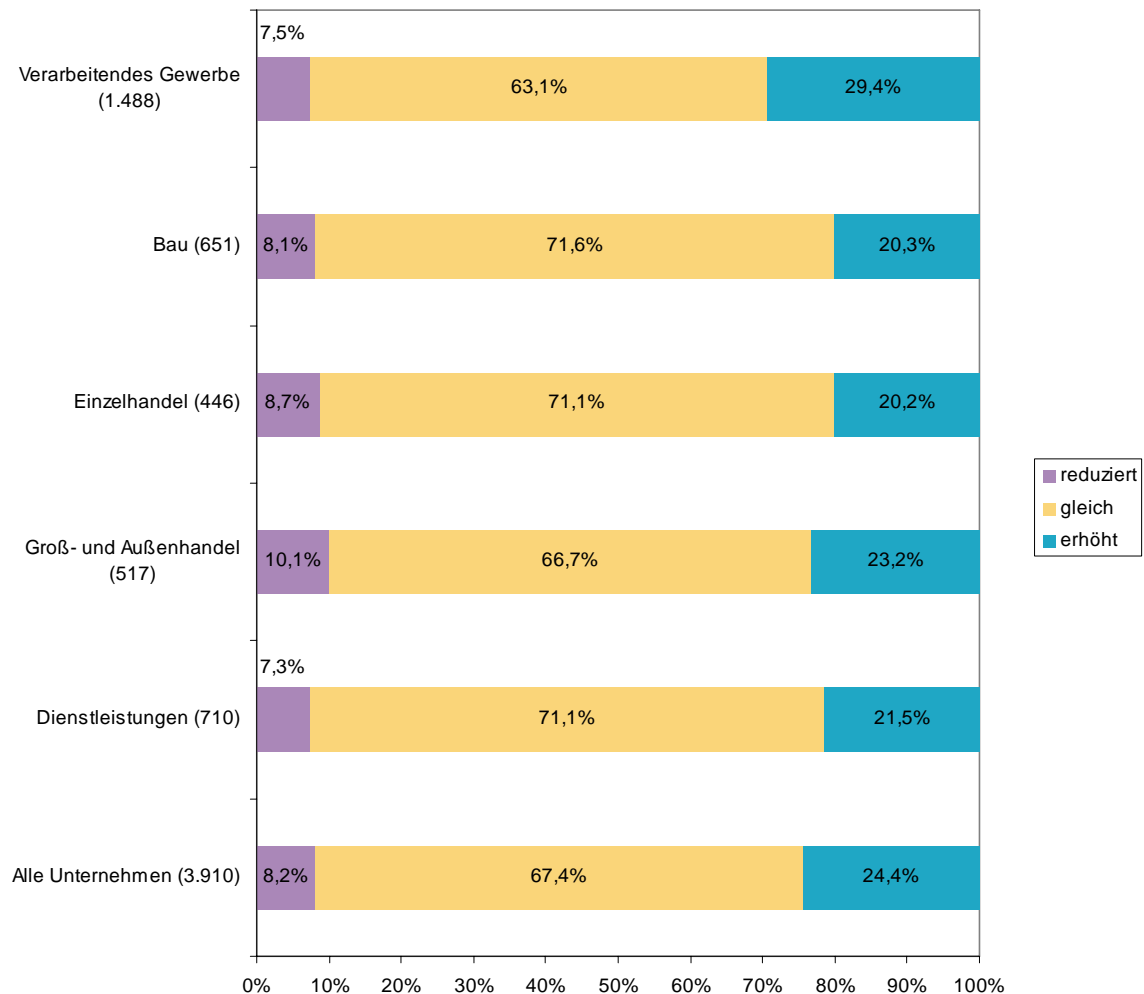
Auch Veränderungen bezüglich der Höhe von Kreditlinien können als Indikator für ein restriktives oder weniger restriktives Bankenverhalten herangezogen werden. Etwas mehr als zwei Drittel der befragten Unternehmen berichten, dass die Kreditlinien in den vergangenen zwölf Monaten unverändert geblieben sind. Vom restlichen Drittel berichten 8,2 Prozent von einer Reduzierung und 24,4 Prozent von einer Erhöhung (s. Grafik 10). Die Tatsache, dass deutlich mehr Unternehmen von einer Erhöhung der Kreditlinien berichten als von einer Reduzierung, ist als weiteres Zeichen für eine positive Entwicklung des Kreditzugangs für mittelständische Unternehmen anzusehen.



Grafik 10: Kreditlinien nach Umsatzgrößenklassen (Anteile in Prozent)

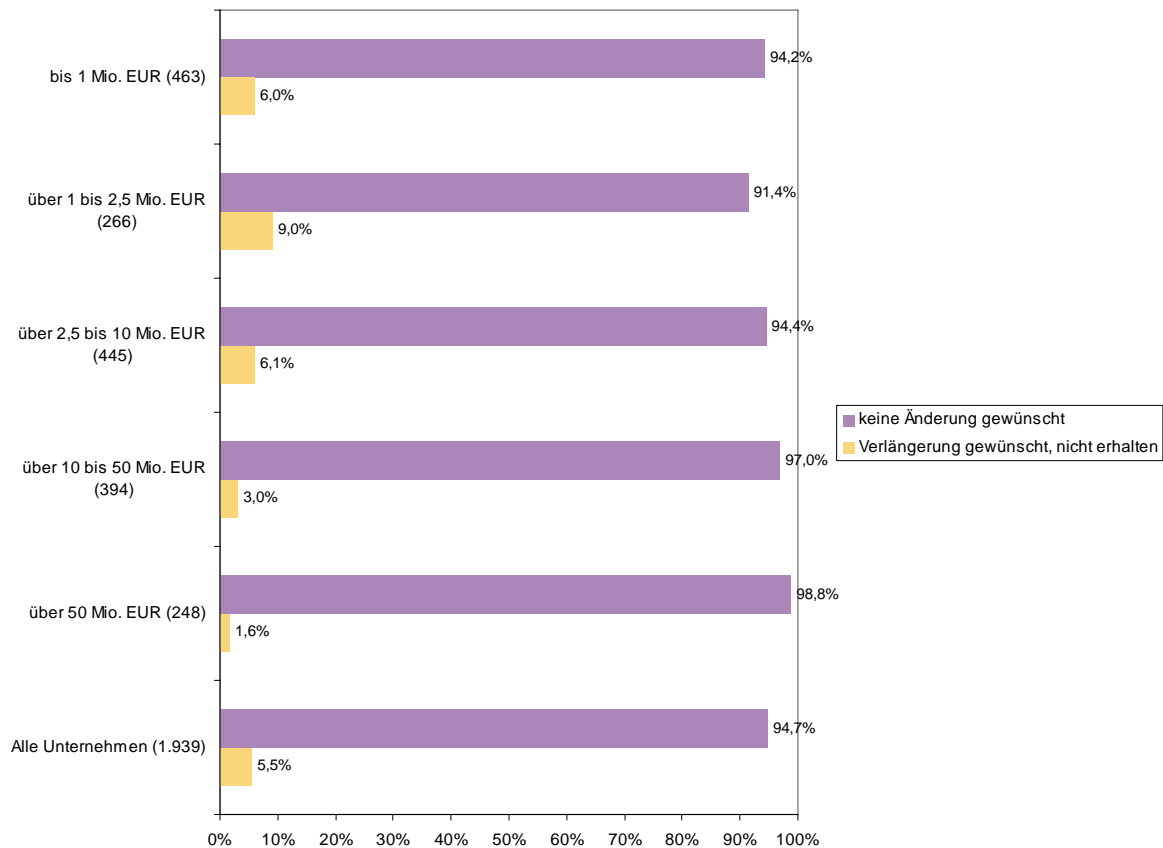
Ähnlich wie in der Vorjahreserhebung haben vor allem Unternehmen mit einem Umsatz von über 2,5 Mio. EUR eine Verlängerung ihrer Kreditlinien erhalten. Darüber hinaus konnten auch Kunden von Genossenschaftsbanken – unabhängig von der Unternehmensgröße – mit einer Verlängerung rechnen. Auch erhielten junge Unternehmen häufiger Verlängerungen ihrer Kreditlinien als ältere. Dies ist nicht weiter verwunderlich, starten doch junge Unternehmen in der Anfangsphase meist mit einer geringen Kreditlinie. In den ersten Jahren nach der Gründung eines Unternehmens wird dann zusätzliches Fremdkapital benötigt, auch ermöglicht die nun längere Erfahrung mit ihrem Kunden es den Kreditinstituten, weniger restriktiv beim Einräumen von Kreditlinien zu sein. Unternehmen des Verarbeitenden Gewerbes waren aufgrund der anhaltend guten Geschäftssituation in der Lage, ihre Kreditlinien stärker zu erhöhen als dies in anderen Branchen der Fall war (s. Grafik 11). Generell geht die Initiative bei Verlängerungen in der Regel von den Unternehmen selbst aus. Lediglich 30 % der Un-

ternehmen melden, dass Banken von sich aus eine Erhöhung der Kreditlinie angeboten haben.



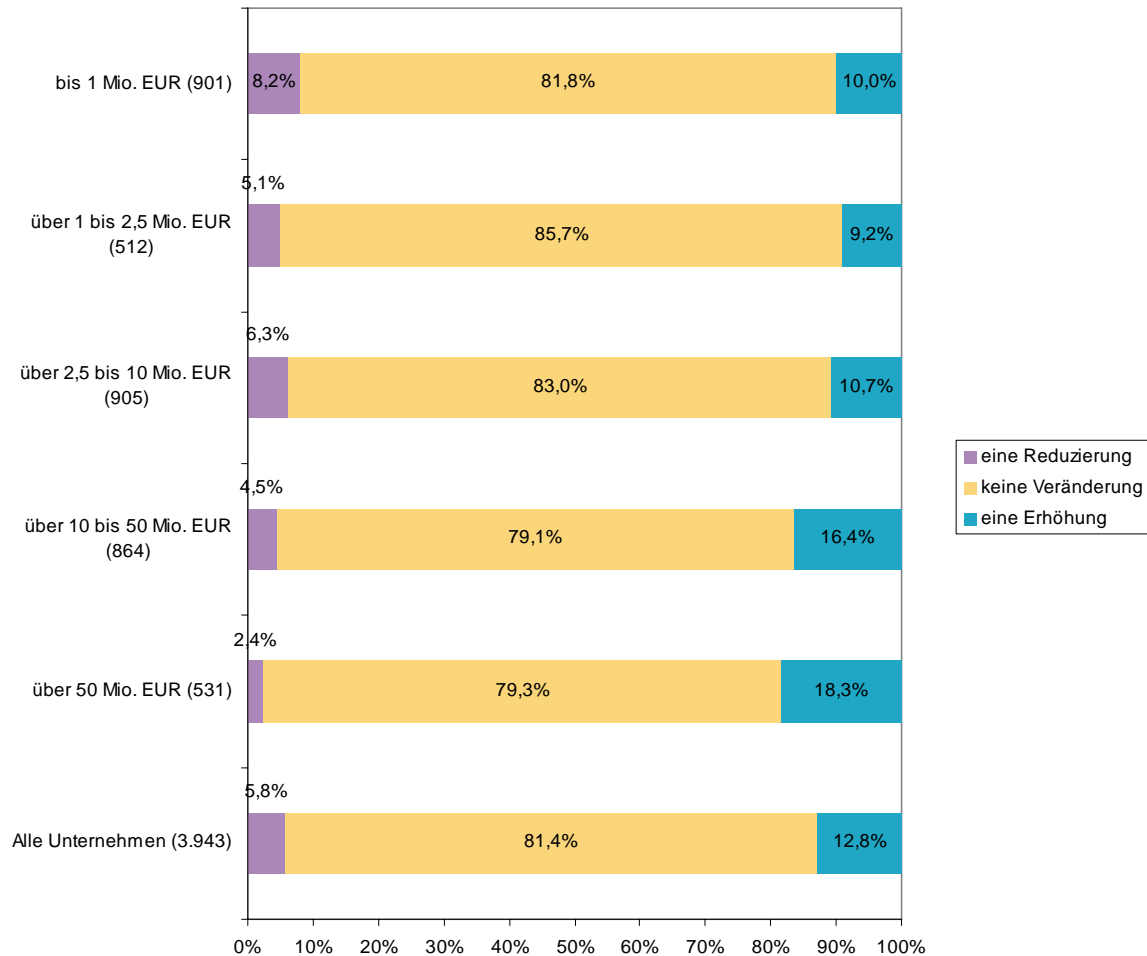
Grafik 11: Kreditlinien nach Branchen (Anteile in Prozent)

Rund 94 % der Unternehmen, deren Kreditlinien sich nicht veränderten, wünschten auch keine Veränderung. Lediglich knapp 6 % haben eine Erhöhung beantragt, aber diese nicht erhalten (s. Grafik 12). Deutlich weniger Probleme bei der Erhöhung ihrer Kreditlinien hatten in diesem Zusammenhang Unternehmen mit einem Umsatz von mehr als 10 Mio. EUR. Auch hier zeigt sich wieder das einheitliche Bild, wonach kleine Unternehmen bislang weniger vom positiven Trend beim Zugang zu Krediten profitieren als große Unternehmen.



Grafik 12: Ablehnung von Wünschen nach Verlängerung der Kreditlinien nach Unternehmensgröße (Anteile in Prozent)

Über vier Fünftel der Unternehmen erwarten für die Zukunft keine Veränderung ihrer Kreditlinie (s. Grafik 13). Auch zukünftig rechnet ein größerer Anteil der Unternehmen mit einer Erhöhung der Kreditlinien als mit einer Verminderung. Besonders optimistisch für die zukünftige Entwicklung der Kreditlinien sind große Unternehmen. Dies zeigt, dass größere Unternehmen mehr Vertrauen in ihre Kreditwürdigkeit haben als kleinere Unternehmen. Auch junge Unternehmen sehen die Zukunft ihrer Kreditlinien deutlich positiver als ältere Unternehmen.



Grafik 13: Kreditlinie zukünftig nach Umsatzgrößenklassen (Anteile in Prozent)

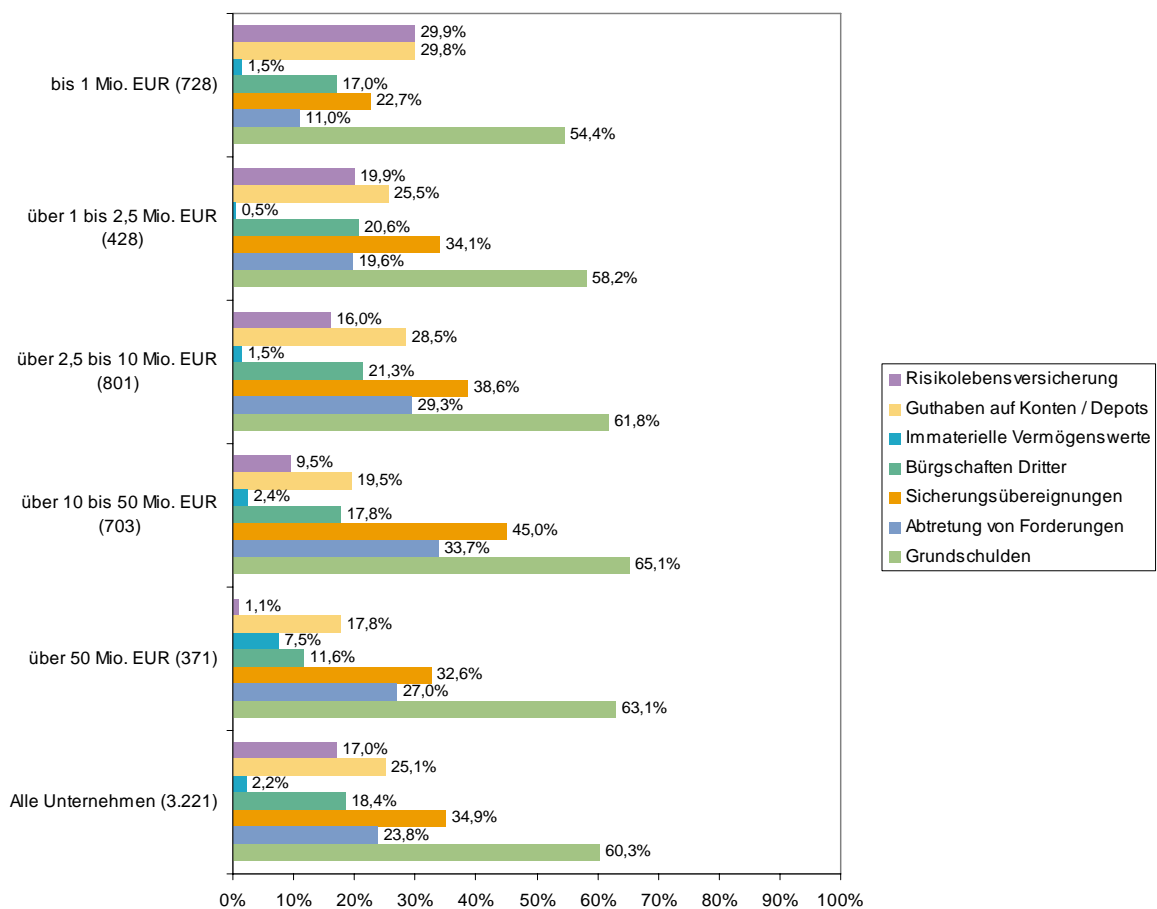
2.5 Sicherheiten

Wie die bisherige Analyse gezeigt hat, spielen Sicherheiten für den Zugang zu Krediten eine wichtige Rolle. In diesem Abschnitt wird daher untersucht, welche Arten von Sicherheiten von den Unternehmen zur Kreditbesicherung gestellt wurden. Die Untersuchung stützt sich auf alle Unternehmen, die angaben, innerhalb der vergangenen drei Jahre Sicherheiten im Rahmen einer Kreditaufnahme gestellt zu haben. Bei der Interpretation der Ergebnisse ist daher zu beachten, dass hierbei untersucht wird, welche Art von Sicherheiten eingebracht wurden, nicht ob überhaupt Sicherheiten bei der Kreditaufnahme gestellt wurden.

Wie Grafik 14 zeigt, haben in den vergangenen drei Jahren mit über 60 % die meisten der Unternehmen, die Sicherheiten im Rahmen von Kreditaufnahmen gestellt haben, ihre Kredite mit Grundschulden besichert. Weitere häufig genannte Sicherheiten sind Sicherungsübereignungen (knapp 35 %), Guthaben (25 %) sowie Abtretungen von Forderungen aus Lieferungen und Leistungen (knapp 24 %). Bürgschaften sowie Risikolebensversicherungen spielen mit 18 % bzw. 17 % der befragten Unternehmen eine untergeordnete

Rolle. Mit einem Anteil von 2,2 % sind immaterielle Vermögenswerte als Kreditsicherheiten beinahe bedeutungslos.

Grundschulden werden dabei unabhängig von der Größe von allen Unternehmen als Kreditsicherheit genutzt. Mit über 68 % liegt der Anteil der Grundschulden insbesondere bei Handwerksunternehmen hoch (s. Grafik 15). Groß- und Außenhandelsunternehmen sowie Dienstleister besichern ihre Kredite dagegen seltener mit Grundschulden. Der in Grafik 16 sichtbare ebenfalls vergleichsweise geringe Anteil des Einzelhandels ist statistisch nicht signifikant.



Mehrfachnennung möglich.

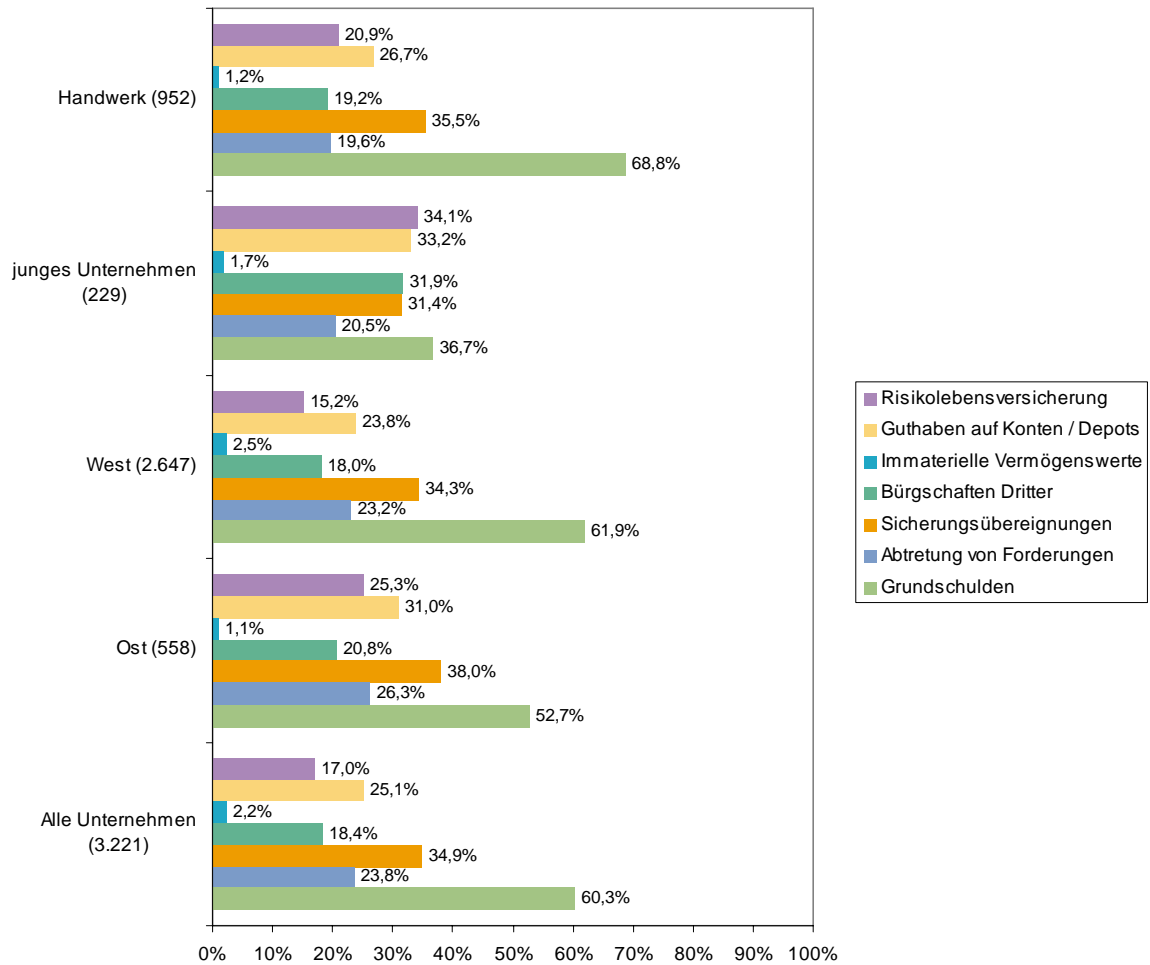
Grafik 14: Stellung von Sicherheiten nach Umsatzgrößenklassen (Anteile in Prozent)

Die Bedeutung der Sicherungsübereignung gewinnt mit zunehmender Größe der Unternehmen an Bedeutung. Dies lässt sich vor allem damit erklären, dass größere Unternehmen über mehr Inventar verfügen als kleine Unternehmen und somit auch besser dazu in der Lage sind, Sicherungsübereignungen als Sicherheiten anzubieten. Dieses Argument erklärt auch den hohen Anteil an Unternehmen des Verarbeitenden Gewerbes, welche Sicherungsübereignungen als Kreditsicherheit stellen. Ähnliche Merkmale lassen sich auch für jene Un-

ternehmen feststellen, welche Abtretungen von Forderungen aus Lieferungen und Leistungen als Kreditsicherheiten verwenden.

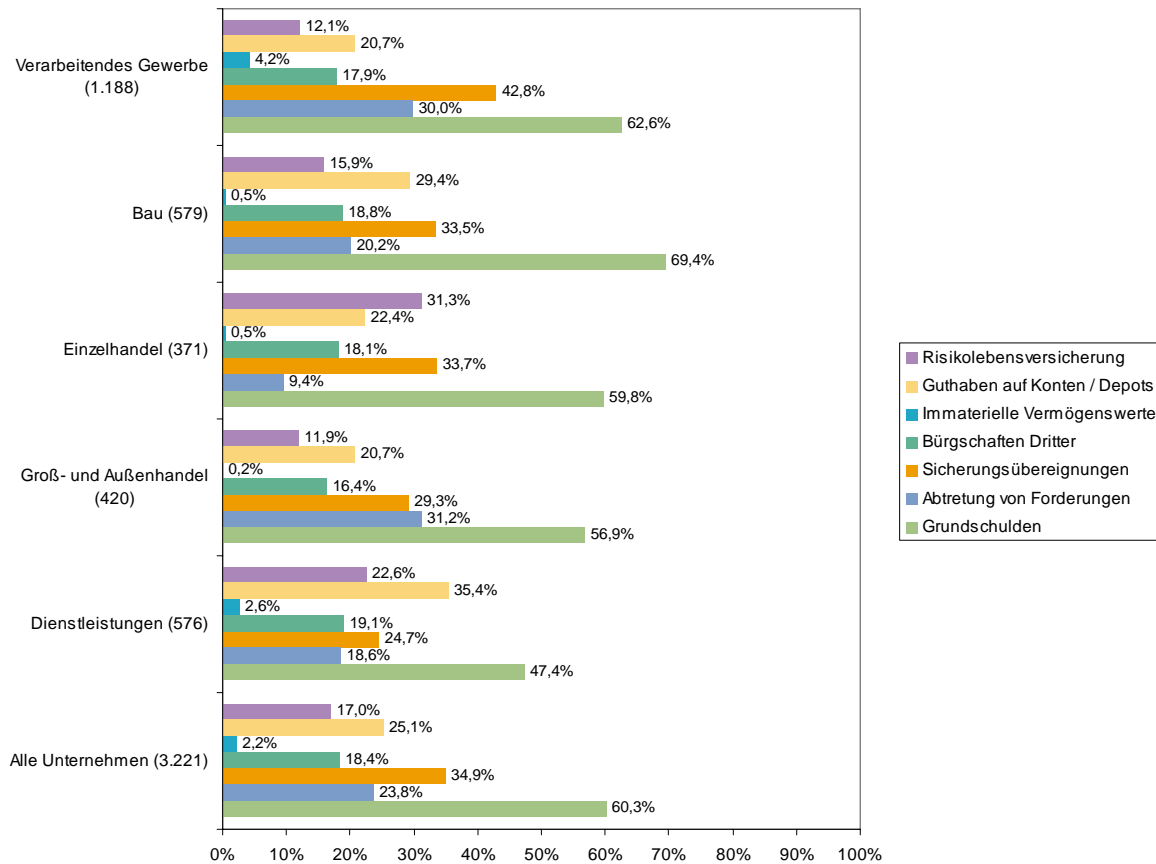
Das Kontoguthaben als Kreditsicherheit spielt vor allem für die Bauindustrie (29,4 %) und für die Dienstleistungsbranche (25,1 %) sowie bei Einzelunternehmen (30,8 %) eine überdurchschnittliche Rolle, während Bürgschaften vor allem von jungen Unternehmen als Sicherheiten gestellt werden. Diese Unternehmen haben kurz nach ihrer Gründung noch nicht in demselben Maß die Möglichkeit, andere Sicherheiten wie etwa Grundschulden in ausreichender Höhe zu stellen. Daher müssen diese sich bei der Kreditaufnahme stärker auf Sicherheiten außerhalb ihres Unternehmens, wie beispielsweise Bürgschaften Dritter verlassen.

Sicherheiten in Form einer Risikolebensversicherung spielen vor allem für kleine Unternehmen eine wichtige Rolle. Bei den Unternehmen mit bis zu 1 Mio. EUR Umsatz geben fast 30 % der antwortenden Unternehmen an, den Banken eine Risikolebensversicherung als Sicherheit gestellt zu haben. Die Bedeutung von Risikolebensversicherungen als Sicherheit nimmt mit der Größe der Unternehmen ab und spielt für Unternehmen mit einem Umsatz über 50 Mio. EUR nahezu keine Rolle mehr. Ebenso werden Risikolebensversicherungen häufiger von ostdeutschen Unternehmen, jungen Unternehmen sowie Dienstleistern genutzt. Die Gründe für diese Beobachtung dürften darin liegen, dass diese Unternehmen weniger Sicherheiten aus dem Unternehmen heraus stellen können.



Mehrfachnennung möglich.

Grafik 15: Stellung von Sicherheiten nach Alter, Handwerk und Region (Anteile in Prozent)



Mehrfachnennung möglich.

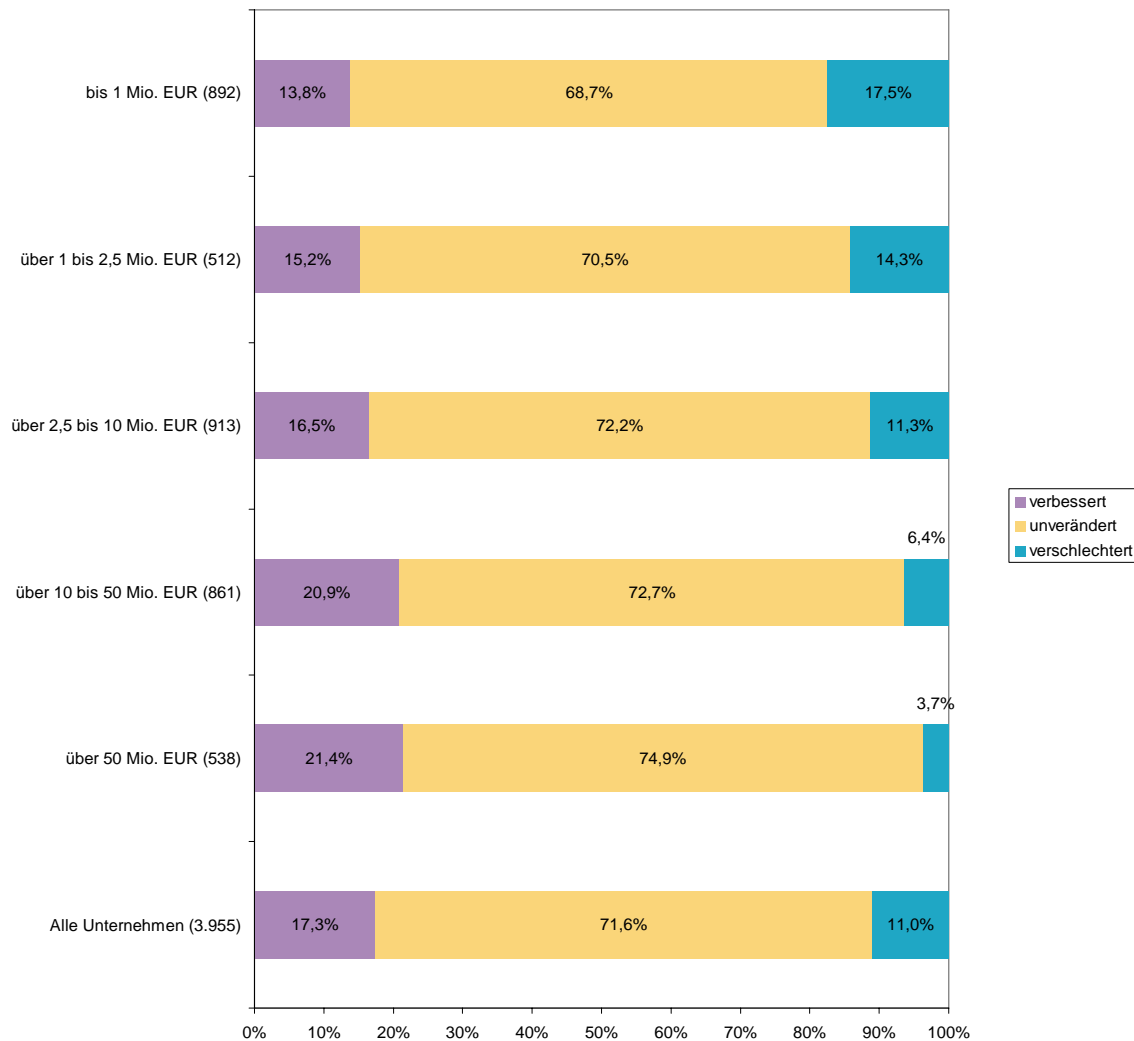
Grafik 16: Stellung von Sicherheiten nach Branchen (Anteile in Prozent)

Immaterielle Vermögenswerte als Sicherheiten spielen für mittelständische Unternehmen eine äußerst geringe Rolle. Sie nehmen erst für Unternehmen mit einem Umsatz von mehr als 50 Mio. EUR mit 7,5 % der antwortenden Unternehmen eine nennenswerte Bedeutung an. Immaterielle Vermögenswerte werden seltener von Unternehmen aus den neuen Bundesländern sowie vornehmlich von Unternehmen des Verarbeitenden Gewerbes zur Kreditbesicherung benutzt. Letzteres weist darauf hin, dass eine Grundvoraussetzung dafür die Existenz von immateriellen Vermögenswerten, wie Patente oder Markenrechte, im Unternehmen ist. Dies dürfte gerade bei großen Unternehmen aus dem Verarbeitenden Gewerbe gelten. Auch dürfte für die geringe Rolle von immateriellen Vermögenswerten von Bedeutung sein, dass Kreditinstitute aufgrund der Schwierigkeiten bei der Bewertung sowie der Vermarktung im Schadensfall lieber auf andere Sicherheiten zurückgreifen.

2.6 Qualität der Beratung durch Banken

Neben dem Zugang zu Krediten spielt auch die Beratungsqualität eine wichtige Rolle für die Beziehung zwischen Kreditinstituten und Unternehmen. Mehr als zwei Drittel der Unternehmen antworteten auf die Frage nach der Entwicklung der Beratungsqualität ihrer Hausbank

im letzten Jahr, dass diese unverändert geblieben sei. Erfreulich in diesem Zusammenhang ist die Tatsache, dass der Anteil der befragten Unternehmen, der Verbesserungen meldet, die Negativbeurteilungen übertrifft. Somit zeichnet sich auch bezüglich der Beratungsqualität gegenüber der Vorjahreserhebung eine höhere Zufriedenheit der Unternehmen mit ihren Banken und Sparkassen ab.



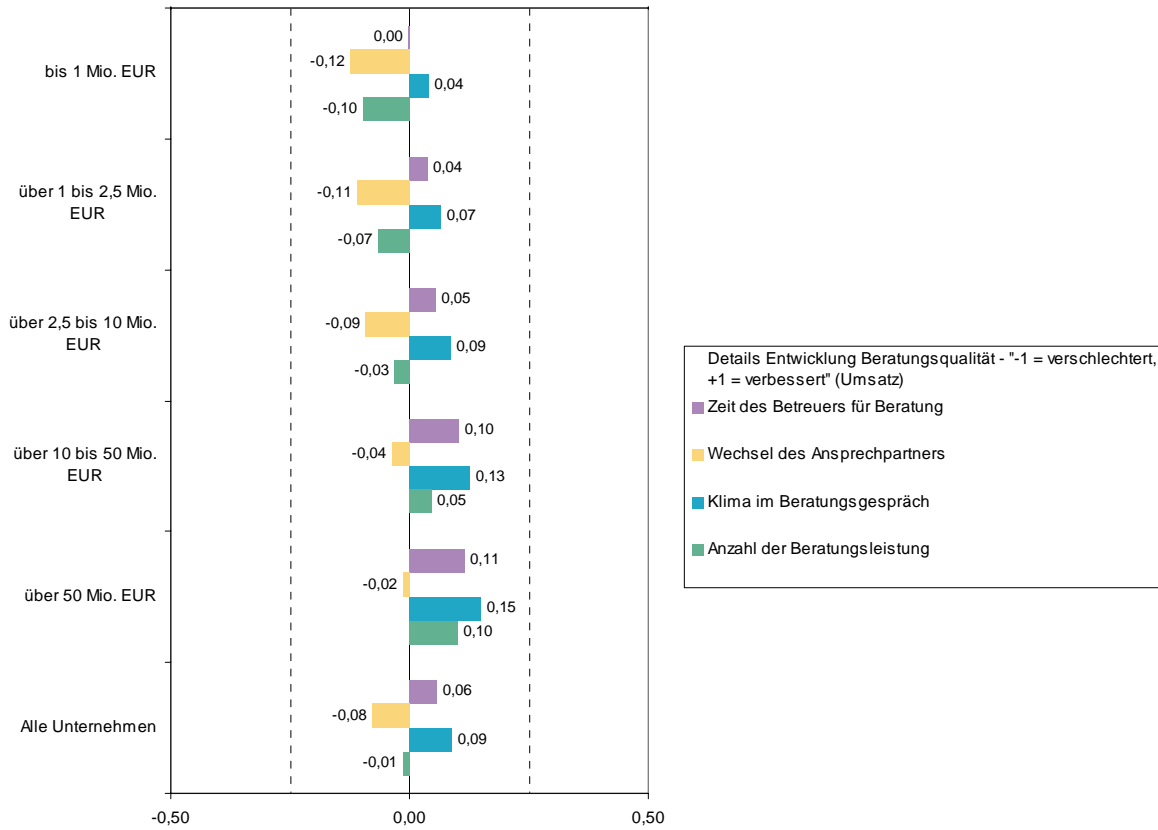
Mehrfachnennung möglich.

Grafik 17: Beratungsqualität der Banken nach Umsatzgrößenklassen (Anteile in Prozent)

Mit der Umsatzgröße nimmt auch der Anteil der antwortenden Unternehmen zu, welcher über eine Verbesserung der Beratungsqualität ihrer Hausbank in den letzten zwölf Monaten berichtet, während der Anteil der Unternehmen, die eine Verschlechterung melden, abnimmt. So nehmen in der Umsatzgrößenklasse bis zu 1 Mio. EUR 17,5 % einer Verschlechterung der Beratungsqualität wahr (13,8 % „verbessert“); dagegen geben in der Umsatzklasse von mehr als 50 Mio. EUR nur 11 % der Unternehmen eine Verschlechterung der Beratungsqualität (21,4 % „verbessert“) an (s. Grafik 17). Die Branchen Bau sowie Einzelhandel äußern

sich insgesamt kritischer zur Beratungsqualität als der Durchschnitt der befragten Unternehmen.

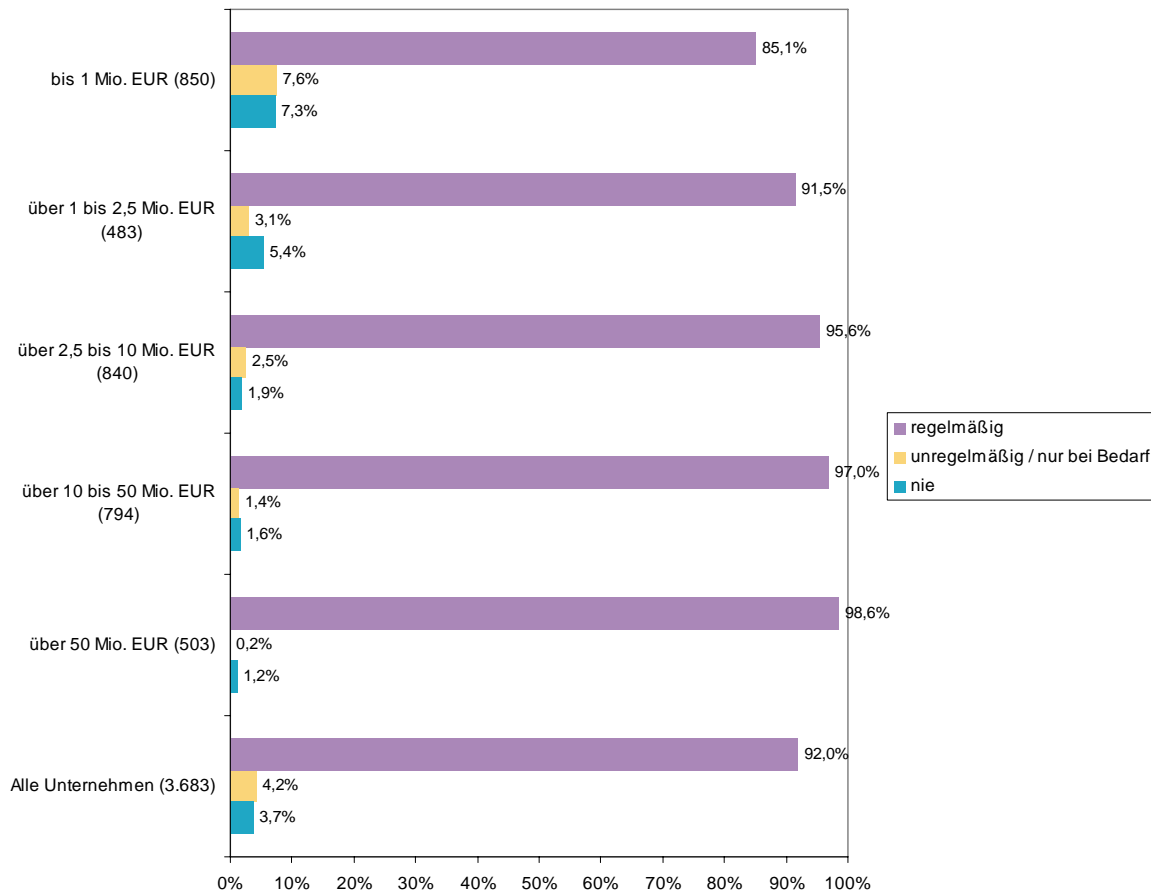
Grafik 18 zeigt die Kriterien, an denen die Unternehmen die Veränderung der Beratungsqualität festmachen. Dargestellt sind die Salden der Anteile der Unternehmen, welche eine Verbesserung, abzüglich der Anteile der Unternehmen, welche eine Verschlechterung bezüglich eines Merkmals meldeten. Insgesamt beurteilen die Unternehmen insbesondere das Gesprächsklima sowie die Zeit, die sich der Firmenbetreuer für das Beratungsgespräch nimmt, als gegenüber dem Vorjahr verbessert. Beide Wahrnehmungen dürften zum großen Teil auf die verbesserte wirtschaftliche Lage und die daraus resultierende weniger restriktive Kreditvergabe der Banken und Sparkassen zurückzuführen sein. Überwiegend verschlechtert hat sich dagegen die Fluktuation bei den Ansprechpartnern selbst, während sich bezüglich der Anzahl der Beratungsleistungen die Anteile der „verbessert“ sowie der „verschlechtert“ Meldungen ungefähr die Waage halten. Interessant erscheint darüber hinaus, dass entsprechend der Beurteilung der Veränderung der Beratungsqualität insgesamt auch bei allen hier abgefragten Kriterien monoton mit steigender Unternehmensgröße die Beurteilung durch die Unternehmen zunehmend positiver ausfällt. Zwischen den verschiedenen Arten von Kreditinstituten zeigen sich keine systematischen Abweichungen in der Beurteilung der Kriterien für die Beratungsqualität.



Mehrfachnennung möglich.

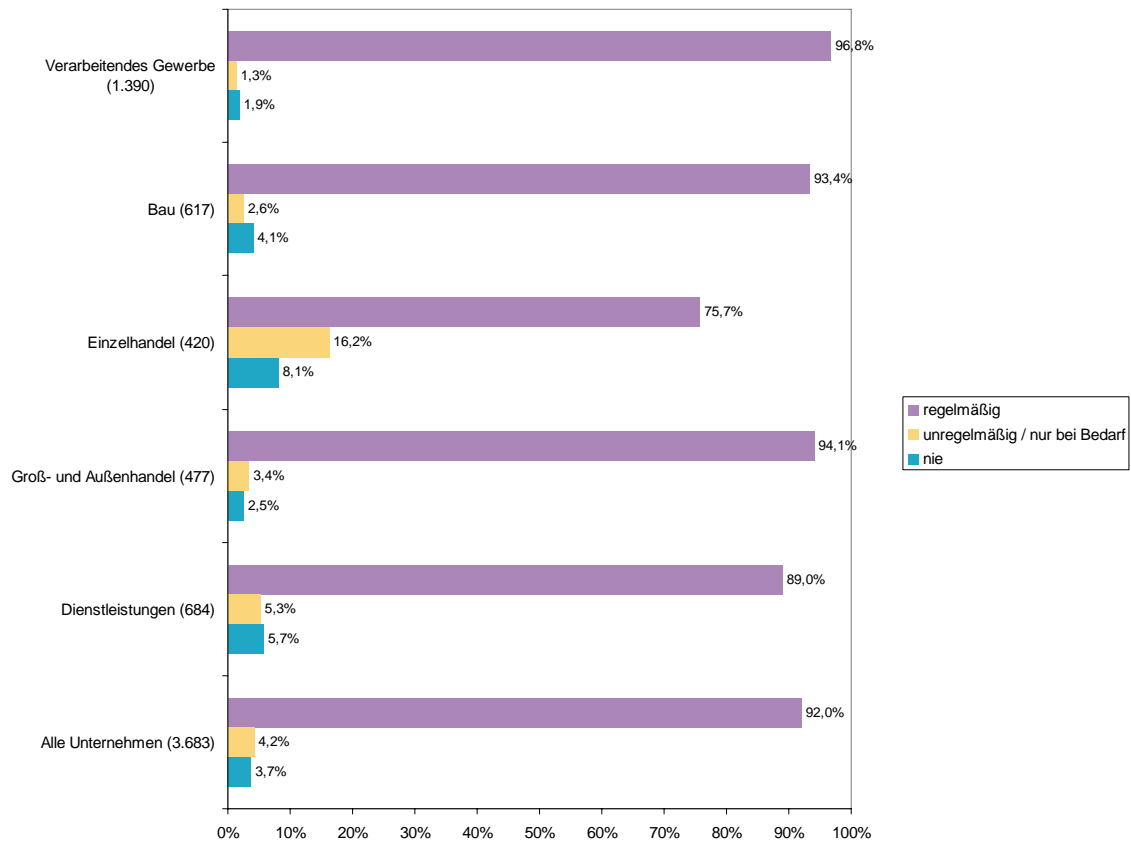
Grafik 18: Details der Veränderungen der Beratungsqualität Banken nach Umsatzgrößenklasse (Salden in Prozent)

Bezüglich der Regelmäßigkeit von Beratungsgesprächen zeigt sich, dass mit 92 % die überwiegende Mehrheit der Unternehmen regelmäßig mit ihrer Bank oder Sparkasse in Verbindung steht. Insbesondere werden Beratungsgespräche mit steigender Unternehmensgröße auch zunehmend regelmäßig geführt. Der Anteil der Unternehmen, die keine Beratungsgespräche führen, nimmt mit steigender Unternehmensgröße ab (s. Grafik 19).



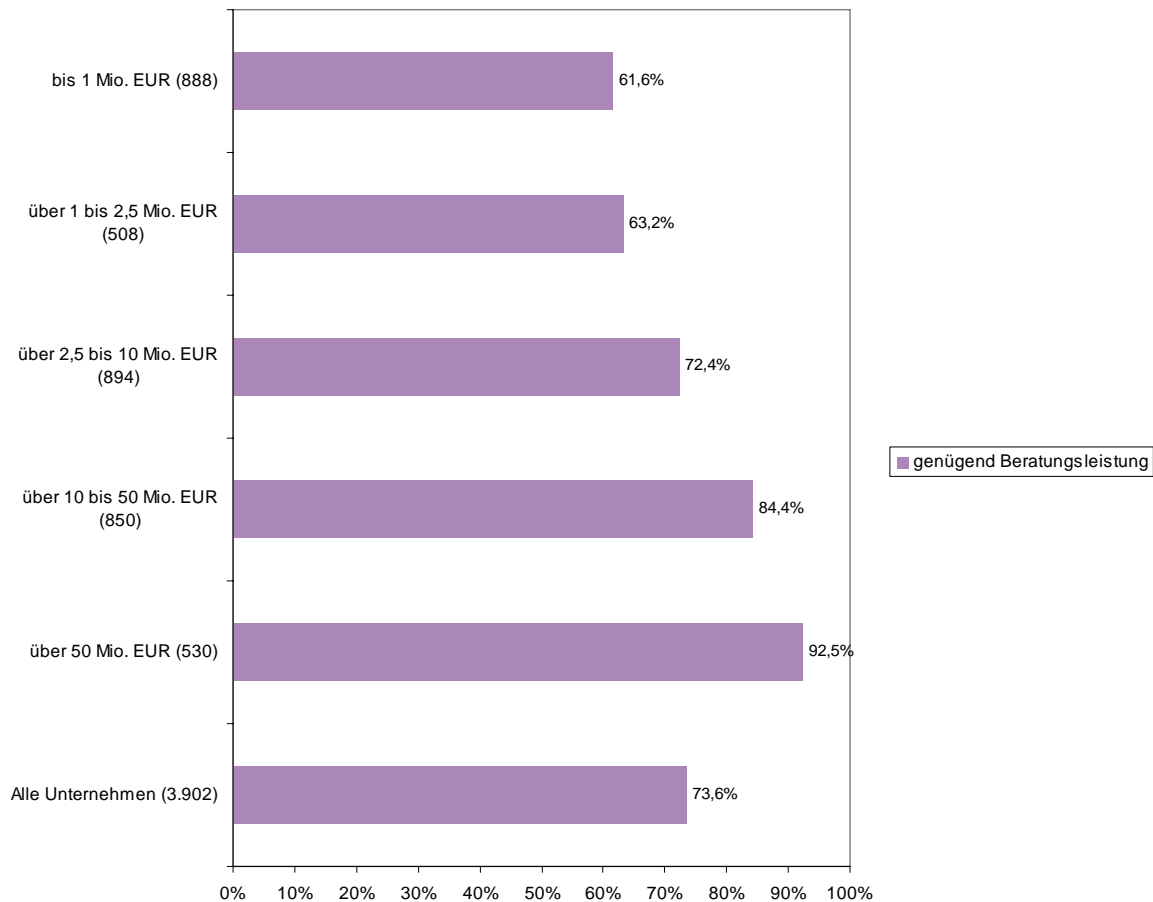
Grafik 19: Regelmäßigkeit der Beratungsgespräche nach Umsatzgrößenklasse (Anteile in Prozent)

Darüber hinaus sind regelmäßige Beratungsgespräche mit der Hausbank in fast allen Unternehmen des Verarbeitenden Gewerbes üblich (s. Grafik 20). Im Einzelhandel führen hingegen lediglich drei Viertel der Unternehmen regelmäßig Gespräche mit ihren Banken über Finanzierungsfragen. Auch der Anteil der Unternehmen, der angibt, nie Beratungsgespräche mit seiner Hausbank zu führen, ist in dieser Branche mit über 8 % am höchsten. Zusätzlich durchgeführte multivariate Analysen bestätigen die dargelegten Zusammenhänge bezüglich der Branche bzw. der Unternehmensgröße und der Regelmäßigkeit von Beratungsgesprächen. Des Weiteren zeigt sich, dass Handwerksunternehmen und Unternehmen aus den neuen Bundesländern auch nach Berücksichtigung ihrer Strukturmerkmale – wie Unternehmensgröße, Branche, Rechtsform und Alter – seltener regelmäßig Beratungsgespräche mit ihren Kreditinstituten führen. Die Ergebnisse deuten darauf hin, dass Banken sich verstärkt auf – aus Sicht der Kreditinstitute – rentablere Unternehmen mit einem (potenziell) hohen Finanzierungsbedarf konzentrieren. Auch bestätigt dies, dass zwischen kleinen mittelständischen Unternehmen einerseits und Banken und Sparkassen andererseits tendenziell eine höhere Informationsasymmetrie als bei größeren Unternehmen besteht.



Grafik 20: Regelmäßigkeit der Beratungsgespräche nach Branchen (Anteile in Prozent)

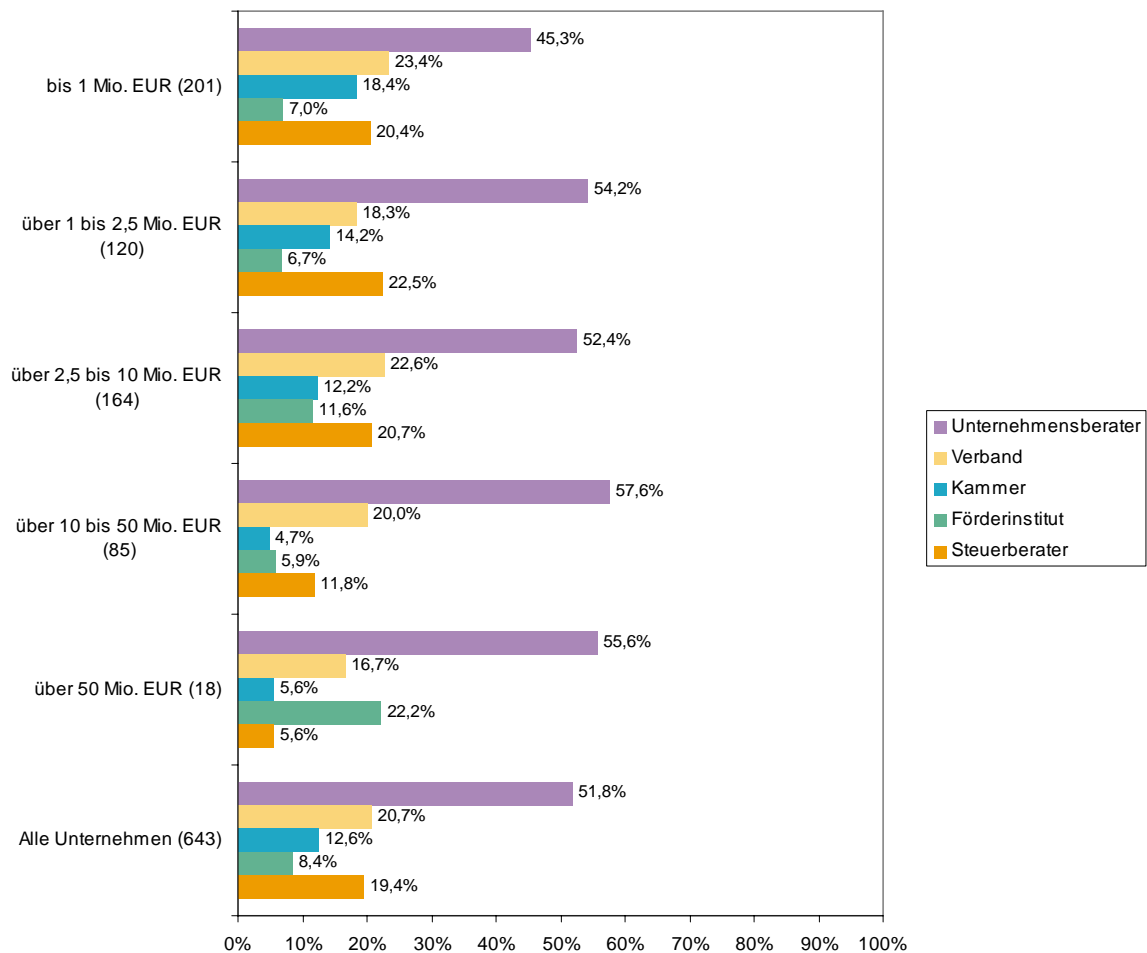
Die Unternehmen berichten insgesamt über Verbesserungen der Beratungsqualität und knapp drei Viertel der Unternehmen geben an, genügend Beratungsleistungen von ihrem Kreditinstitut zu erhalten. Auch hier ist ein großes Gefälle zwischen kleineren und größeren Unternehmen zu erkennen. So geben weniger als zwei Drittel der befragten Unternehmen mit einem Umsatz von weniger als 1 Mio. EUR an, dass sie ausreichend Beratungsleistungen hinsichtlich Finanzierungsfragen erhalten haben. Dem gegenüber stehen rund 93 % der Unternehmen mit einem Umsatz von über 50 Mio. EUR, welche die Beratungsleistungen bezüglich Finanzierungsfragen im letzten Jahr als ausreichend bezeichnen (s. Grafik 21). Die multivariate Analyse zeigt darüber hinaus, dass auch nach Berücksichtigung weiterer Unternehmensmerkmale Dienstleister häufiger mit der Beratungsleistung unzufrieden sind.



Grafik 21: Zufriedenheit mit der Beratungsleistung der Banken nach Umsatzgrößenklassen (Anteile in Prozent)

Zwei Drittel der Unternehmen, welche mit dem Ausmaß der Beratungsleistung ihrer Bank hinsichtlich Finanzierungsthemen nicht zufrieden sind, nehmen zusätzliche Beratungsleistungen in Anspruch (ohne Grafik). Dabei zeigen sich kaum Unterschiede zwischen den Unternehmen. Mit über der Hälfte der Nennungen werden mit großem Abstand zu anderen abgefragten Kategorien Unternehmensberater konsultiert (s. Grafik 22). Für jeweils rund ein Fünftel der Unternehmen bilden Verbände und Steuerberater eine Anlaufstelle bei Finanzierungsfragen. Kammern (13 %) und Förderinstitutionen (8 %) kommt demgegenüber eine geringere Bedeutung zu (s. Grafik 22). Wie zusätzlich durchgeführte multivariate Analysen zeigen, gibt es nur wenige Unterschiede bezüglich der Inanspruchnahme der verschiedenen Berater und Institutionen durch die Unternehmen. So werden die Kammern hauptsächlich von kleinen und jungen Unternehmen sowie von Unternehmen aus den neuen Bundesländern als Berater genutzt. Ebenso konsultieren kleine Unternehmen häufiger einen Steuerberater. Unternehmen aus den neuen Bundesländern wenden sich des Weiteren öfter als andere Unternehmen an Förderinstitute. Dagegen nutzen Unternehmen des Verarbeitenden Gewerbes sowie Handwerksunternehmen seltener als andere Unternehmen ihre Verbände

als Ratgeber in Finanzierungsfragen. Bezüglich der Hinzuziehung von Unternehmensberatern lassen sich keine Unterschiede für verschiedene Unternehmenstypen feststellen.



Mehrfachnennung möglich.

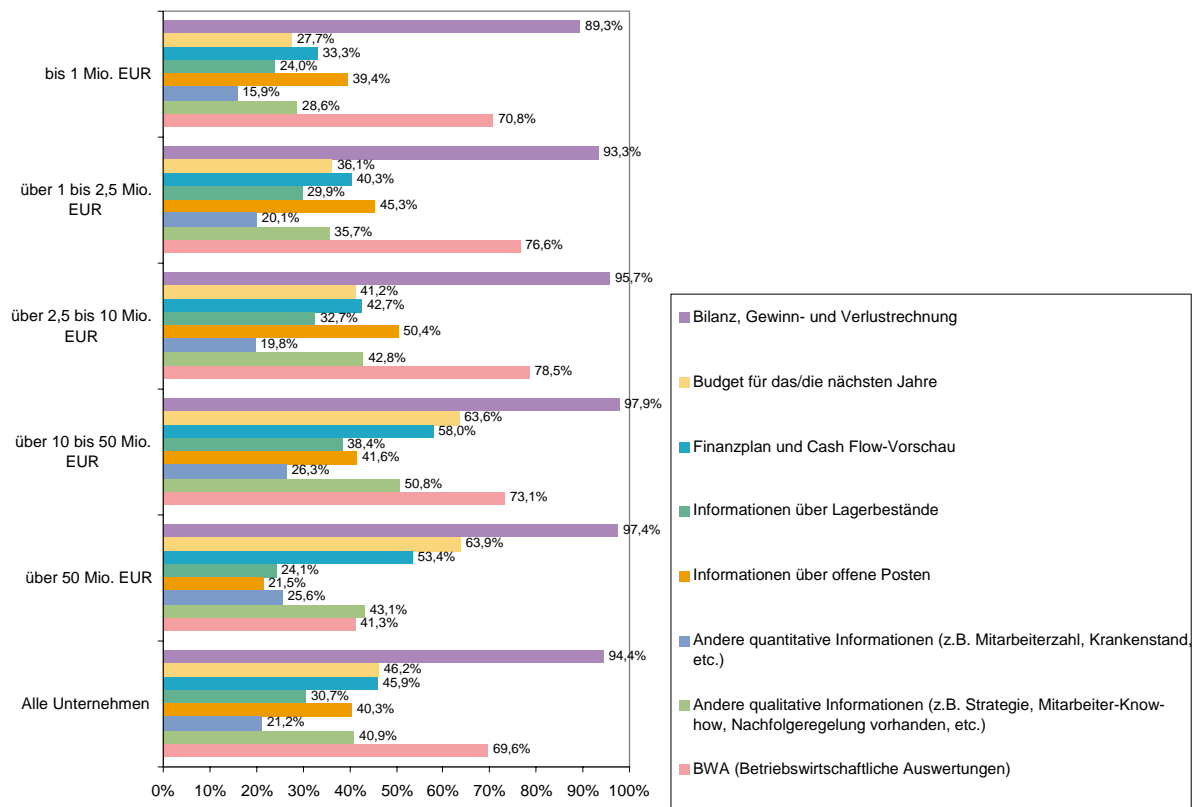
Grafik 22: Berater in Finanzierungsfragen nach Umsatzgrößenklassen (Anteile in Prozent)

2.7 Informationsbereitstellung

Eine genaue Erfassung von Kreditrisiken setzt eine detaillierte Kenntnis der relevanten Größen voraus. Wie bereits in Kapitel 2.2 dargelegt, bringen viele Unternehmen einen erschwerten Zugang zu Krediten mit erhöhten Anforderungen an die Dokumentation und Offenlegung von Betriebs- und Vorhabensangaben in Verbindung. Im Folgenden wird untersucht, welche Informationen die Unternehmen ihren Banken und Sparkassen zur Verfügung stellen sowie welche Informationen die Unternehmen gerne oder eher weniger gerne melden.

Mit knapp 96 % legen beinahe alle Unternehmen ihre Bilanz sowie die Gewinn- und Verlustrechnung gegenüber ihren Kreditinstituten offen. Darüber hinaus melden rund drei Viertel Betriebswirtschaftliche Auswertungen (BWA). Mit Werten zwischen beinahe 50 % und rund

44 % folgen die Bereitstellung von Budgets für Folgejahre, Finanzplanung und Cash Flow-Vorschau, Informationen über offene Posten sowie weitere qualitative Informationen – wie beispielsweise zur Unternehmensstrategie, dem Mitarbeiter-Knowhow oder etwaiger Nachfolgeregelung – in der Häufigkeit der Nennung dicht aufeinander. Dagegen spielen Lagerbestände mit 37 % bzw. zusätzliche quantitative Informationen (24 %) – wie beispielsweise Mitarbeiterzahlen oder Krankenstände – bei der Informationsbereitstellung gegenüber Kreditinstituten eine untergeordnete Rolle (s. Grafik 23).

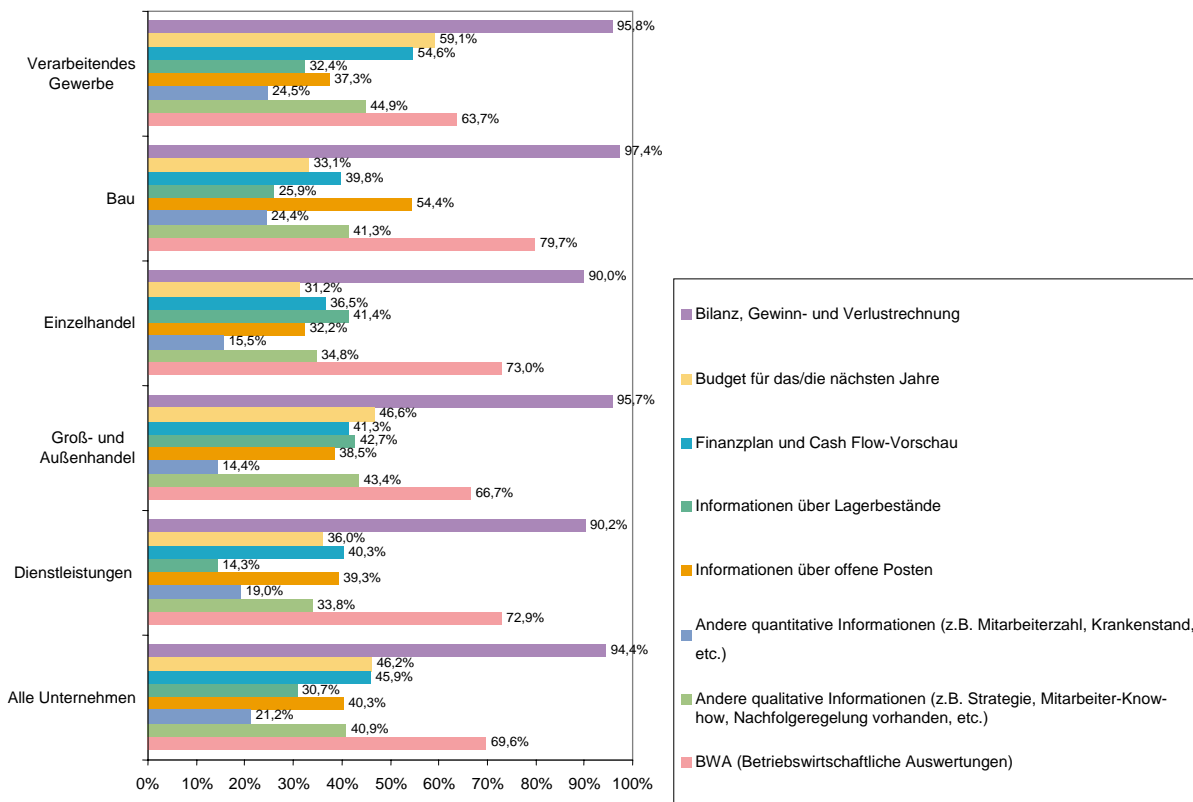


Mehrfachnennung möglich.

Grafik 23: Bereitstellung von Informationen für Banken nach Umsatzgrößenklassen (Anteile in Prozent)

Die Informationsbereitstellung der befragten Unternehmen ist dabei insgesamt stark von der Unternehmensgröße abhängig. So liegt die Bereitstellung der Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung bei den Unternehmen mit mehr als 50 Mio. EUR Jahresumsatz bei über 98 % der befragten Unternehmen, während dieser Wert bei den Unternehmen mit weniger als 1 Mio. EUR Jahresumsatz knapp 91 % beträgt. Eine mit zunehmender Unternehmensgröße häufigere Bereitstellung von Informationen kann auch bezüglich der Budgets, der Finanzplanung, der Lagerbestände sowie von zusätzlichen qualitativen und quantitativen Informationen beobachtet werden. Betriebswirtschaftliche Auswertungen sowie offene Posten melden dagegen Unternehmen mit einer mittleren Größe häufiger.

Bezüglich der Branchen lässt sich feststellen, dass insbesondere das Verarbeitende Gewerbe in großem Maße Informationen bereitstellt (s. Grafik 24). So berichten – auch nach Kontrolle für weitere Unternehmensmerkmale – Unternehmen aus dem Verarbeitenden Gewerbe häufiger als andere Unternehmen insbesondere über ihre Budgets, die Finanzplanung sowie weitere quantitative Informationen. Der Bewertung der Lagerbestände kommt dagegen vor allem im Handel eine große Bedeutung zu.



Mehrfachnennung möglich.

Grafik 24: Bereitstellung von Informationen für Banken nach Branchen (Anteile in Prozent)

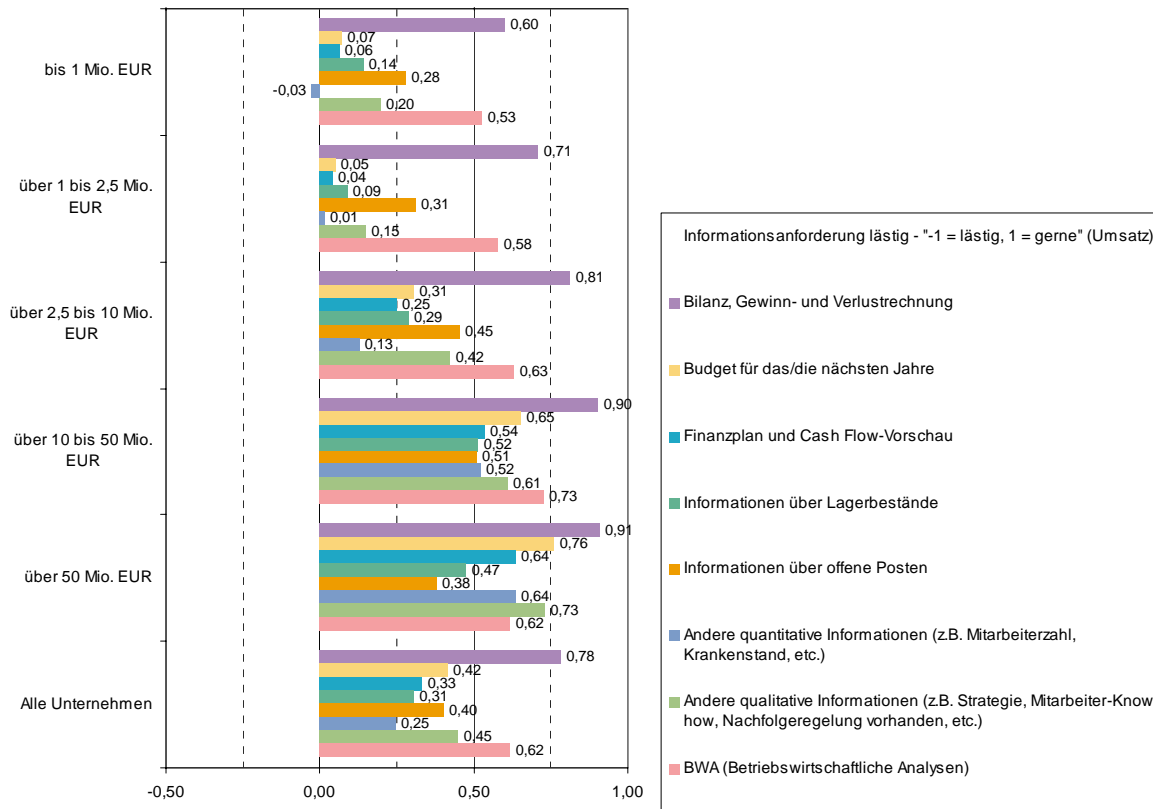
Ein abweichendes Muster der Informationsbereitstellung lässt sich auch für junge Unternehmen beobachten. Da Unternehmensbilanzen oft nicht sofort nach der Gründung vorliegen und dann auch nur zum Teil einen Erkenntniswert bieten, berichten junge Unternehmen häufiger über ihre Planungen, wie etwa die Budgets für die kommenden Jahre sowie ihre Finanzplanung (ohne Grafik).

Die Unternehmen wurden auch danach gefragt, welche Information sie den Banken in Zukunft zur Verfügung stellen werden. Gemäß den Angaben der Unternehmen sind wesentliche Veränderungen in der Informationsbereitstellung für die Zukunft nicht geplant.

Abschließend zum Thema Informationsbereitstellung wurde erhoben, wie gerne die Unternehmen den verschiedenen Informationsanforderungen nachkommen. Die Bereitstellung von

Informationen wird im Saldo nicht als lästig empfunden. Informationen über die Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung oder zu betriebswirtschaftlichen Auswertungen werden gerne zur Verfügung gestellt. Am wenigsten gern veröffentlichen Unternehmen gegenüber ihren Banken Informationen zu anderen quantitativen Informationen, wie z. B. Mitarbeiterzahl, Krankenstand etc. (s. Grafik 25). Damit zeichnet sich insgesamt ab, dass Unternehmen insbesondere der Bereitstellung von Informationen skeptisch gegenüberstehen, über welche sie bislang nicht oder seltener berichten, während jene Unternehmensentwicklungen, über die sie ihre Banken bereits informieren, gerne bereitgestellt werden. Es kann vermutet werden, dass hinter dieser Beobachtung ein gewisser Gewöhnungseffekt an die Berichtserfordernisse steht.

Des Weiteren ist zu erkennen, dass mit dem Umsatz der Anteil der Unternehmen steigt, welcher den Informationsanforderungen gerne nachkommt. Dies dürfte zum einen auf die traditionelle Verschlossenheit kleinerer Unternehmen zurückzuführen sein, aber auch darauf, dass große Unternehmen ein besseres internes Dokumentationsmanagement haben. Ihnen dürfte ein geringerer Zusatzaufwand für weitergehende Informationsbereitstellung entstehen als in kleineren Unternehmen.



Mehrfachnennung möglich.

Grafik 25: Informationsanforderung lästig - "-1 = lästig, 1 = gerne" nach Umsatzgrößenklassen

Zwischenfazit

Der positive Trend der letzten Jahre bezüglich des Zugangs zu Krediten hat sich auch dieses Jahr fortgesetzt und es liegt das beste Ergebnis seit Beginn der Befragungsreihe vor. Immer weniger Unternehmen melden, dass die Kreditaufnahme in den letzten zwölf Monaten schwieriger geworden sei. Obwohl in der Gesamtheit noch mehr Unternehmen von schwieriger gewordenen Bedingungen ausgehen als von verbesserten, ist eine deutlich positive Entwicklung zu erkennen: Die Situation für große Unternehmen hat sich weiter entspannt, auch bei kleineren Unternehmen kann man von einer Verbesserung der Lage sprechen. Auch wenn bei den kleinen Unternehmen der Anteil der Unternehmen, die von einer Verschlechterung berichten, den Anteil der Unternehmen, die eine Verbesserung melden, überwiegt. Unternehmen des Einzelhandels, der Baubranche sowie Dienstleistungsunternehmen haben noch immer überdurchschnittlich Probleme, Kredite von Banken und Sparkassen zu erhalten, obwohl auch hier der Trend eindeutig positiv ist. Die positive Entwicklung zeigt sich nicht nur in der Beurteilung der Veränderung des Zugangs zu Krediten, sondern auch in weniger Kündigungen von Bankkrediten sowie – im Saldo – auch in der Ausweitung von Kreditlinien.

Allerdings schneiden bei allen Indikatoren kleine Unternehmen schlechter ab als große Unternehmen.

Diese Ergebnisse können auf verbesserte Unternehmenskennzahlen, insbesondere infolge der besseren konjunkturellen Lage, die positiveren Geschäftsaussichten sowie die gelockerten Kreditrichtlinien der Banken und Sparkassen zurückgeführt werden. Wie die folgenden Kapitel zeigen werden, ist zu vermuten, dass dabei jedoch auch weitere Faktoren, welche z. B. die zunehmende Anpassung der Unternehmen auf die Veränderungen auf den Finanzmärkten widerspiegeln, eine maßgebliche Rolle spielen.

Zwar profitieren mittlerweile auch kleinere Unternehmen von den Veränderungen auf den Kreditmärkten, trotzdem ist ein deutlicher Unterschied zwischen großen und kleinen Unternehmen zu erkennen. Immer noch bleiben die Aussichten und Erwartungen von umsatzschwächeren Unternehmen hinter jenen umsatzstärkerer deutlich zurück. Dies ist auf folgende Faktoren zurückzuführen: In der Wahrnehmung durch die Unternehmen konzentrieren sich Banken und Sparkassen stärker auf umsatzstärkere und vermeintlich „rentablere“ Unternehmen, wie die Beurteilung der Beratungsqualität durch die Unternehmen belegt. Auch stellen kleinere Unternehmen weniger kreditvergaberelevante Informationen zur Verfügung. Dies mag zum einen darin begründet sein, dass es kleinen Unternehmen schwieriger fällt, diese Informationen bereitzustellen. Zum anderen aber auch, dass die Bewertung zusätzlicher Informationen im Verhältnis zum Kreditvolumen bei diesen Unternehmen für die Kreditinstitute unverhältnismäßig hohe Kosten verursacht und diese Informationen daher auch weniger eingefordert werden. Im Ergebnis bedeutet dies, dass nach wie vor eine Informationsasymmetrie zwischen kleinen Unternehmen und Banken bzw. Sparkassen besteht, welche die Kreditvergabe an kleine Unternehmen erschwert. Die Folge ist, dass die Kreditinstitute kleineren Unternehmen weiterhin im Zweifel eher den Kredit verweigern und sich nicht – wie bei größeren Unternehmen – die Risiken mittels adäquater Konditionengestaltung der Kredite vergüten lassen.

3 Rating: Chancen nutzen

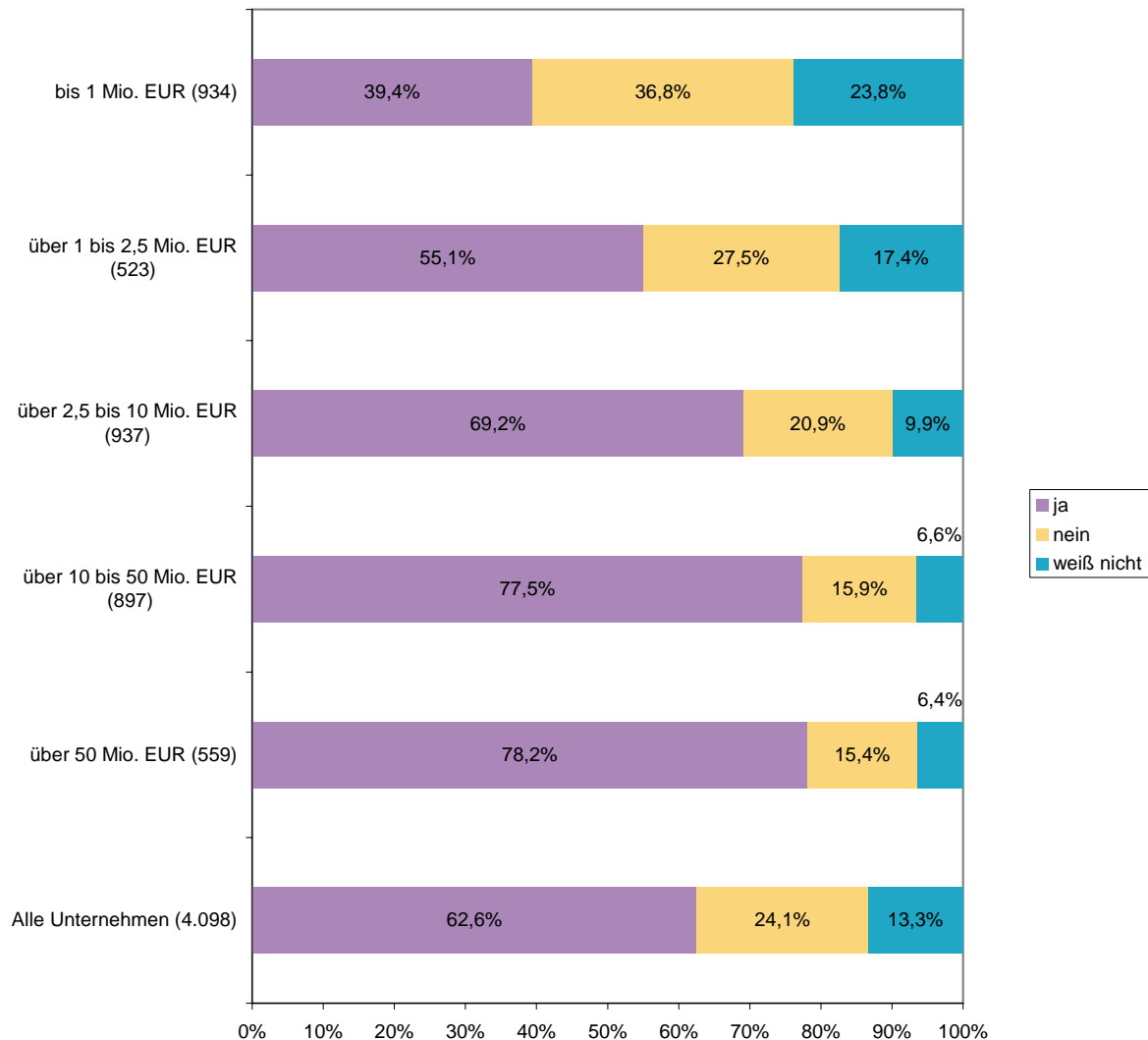
Eine effiziente Risikosteuerung hat im Gesamtgeschäft der Banken und Sparkassen oberste Priorität. Das Rating dient dazu, das Risiko von Unternehmen anhand von zukunftsorientierten Plänen, vergangenheitsorientierten Berichten (Bilanzen, BWAs) und sonstigen qualitativen Informationen detailliert und objektiv einschätzen zu können. Diese in erster Linie kennzahlbasierten Einschätzungen lassen nicht nur eine genaue Beurteilung des Kreditrisikos zu, sondern ermöglichen es gleichzeitig den Banken und Sparkassen, ihre Kreditangebote und deren Konditionen an die Bonität eines Unternehmens anzupassen. Dies bedeutet zum ei-

nen, dass für Unternehmen mit einem höheren Risiko ein Kredit teurer ist oder nicht gewährt wird. Zum anderen liegt die Bedeutung des Ratings darin, dass Unternehmen, bei denen aufgrund unzureichender Informationen keine exakte Risikomessung möglich ist, tendenziell bei den Kreditkonditionen mit einem „Unsicherheits“-Aufschlag rechnen müssen oder keinen Kredit erhalten.

Über 60 % der Unternehmen geben an, ein internes Rating von ihrem Kreditinstitut zu besitzen. Nur ein Viertel der Unternehmen meldet, keines zu besitzen. 13,3 % der antwortenden Unternehmen wissen nicht, ob ihr Kreditinstitut sie geratet hat oder nicht (s. Grafik 26).

Wie schon die Jahre zuvor ist eine starke Größenabhängigkeit des Vorhandenseins eines bankinternen Ratings zu erkennen. Während nur knapp 40 % aller Unternehmen mit einem Umsatz bis zu 1 Mio. EUR über ein internes Rating verfügen, steigt dieser Anteil auf vier Fünftel der antwortenden Unternehmen mit einem Umsatz von über 50 Mio. EUR. Der Anteil der Unternehmen ohne Rating steigt ebenso wie der Anteil derer, die nicht darüber Bescheid wissen, mit abnehmender Unternehmensgröße. Des Weiteren ist festzustellen, dass der Anteil der Unternehmen, die ein internes Rating besitzen, mit dem Alter der Unternehmen zunimmt. Unternehmen in Ostdeutschland verfügen dagegen seltener über ein Rating von einem Kreditinstitut als Unternehmen im Westen.⁵

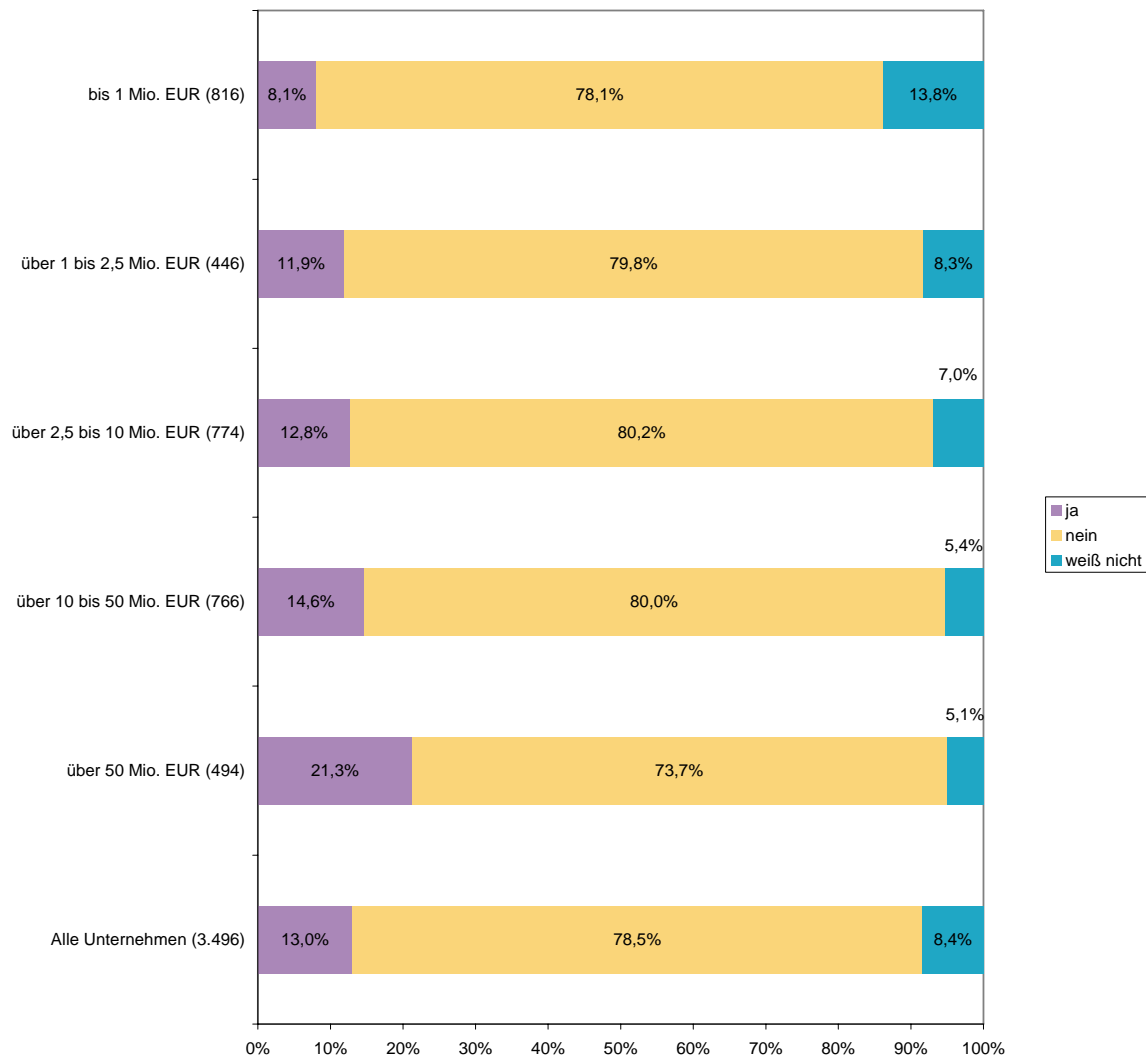
⁵ Beide Beobachtungen gelten auch nach Berücksichtigung der Unternehmensgröße.



Grafik 26: Rating von einem Kreditinstitut („internes Rating“) nach Umsatzgrößenklassen (Anteile in Prozent)

Wie im Vorjahr ist es sehr verwunderlich, dass ein großer Teil der Unternehmen angibt, kein internes Rating bei einer Bank oder Sparkasse zu haben. Dies ist höchstens dann der Fall, wenn das Unternehmen gar keine Kreditfinanzierung in Anspruch genommen hat. Der Anteil dieser Unternehmen dürfte aber geringer sein als der Anteil der Unternehmen, die hier angeben, kein internes Rating zu haben. Dass kleinere Unternehmen – insbesondere solche mit einem Jahresumsatz von weniger als 1 Mio. EUR – recht häufig angeben, kein Rating zu haben oder es nicht zu wissen, liegt wahrscheinlich auch daran, dass Kreditinstitute vor allem bei Kleinstunternehmen häufig ein stark vereinfachtes Ratingverfahren (Scoring) anwenden. Bei diesen Unternehmen lohnt sich nach dem Erstrating die kontinuierliche Durchführung eines aufwendigen Ratingverfahrens betriebswirtschaftlich für das Kreditinstitut nicht. Bei einem solchen Scoringverfahren für kleine Bestandskunden können dann z. B. bestimm-

te Verhaltensparameter, die sich aus Kontoführungsdaten der Kunden (wie die Höhe und Häufigkeit der Überziehungen, Dauer der Geschäftsbeziehung, etc.) ergeben und die ohne gesonderte Erhebung vorliegen, genutzt werden, um daraus zu einer Bonitätsbewertung zu kommen. Die Unternehmen bekommen dann vermutlich oft nicht mit, dass sie überhaupt ein Rating oder Scoring haben. Zu dieser Interpretation der Ergebnisse passt auch, dass – wie im vorherigen Kapitel dargelegt – große Unternehmen einen regelmäßigeren Kontakt mit ihren Banken haben und umfangreichere Informationen zur Verfügung stellen.

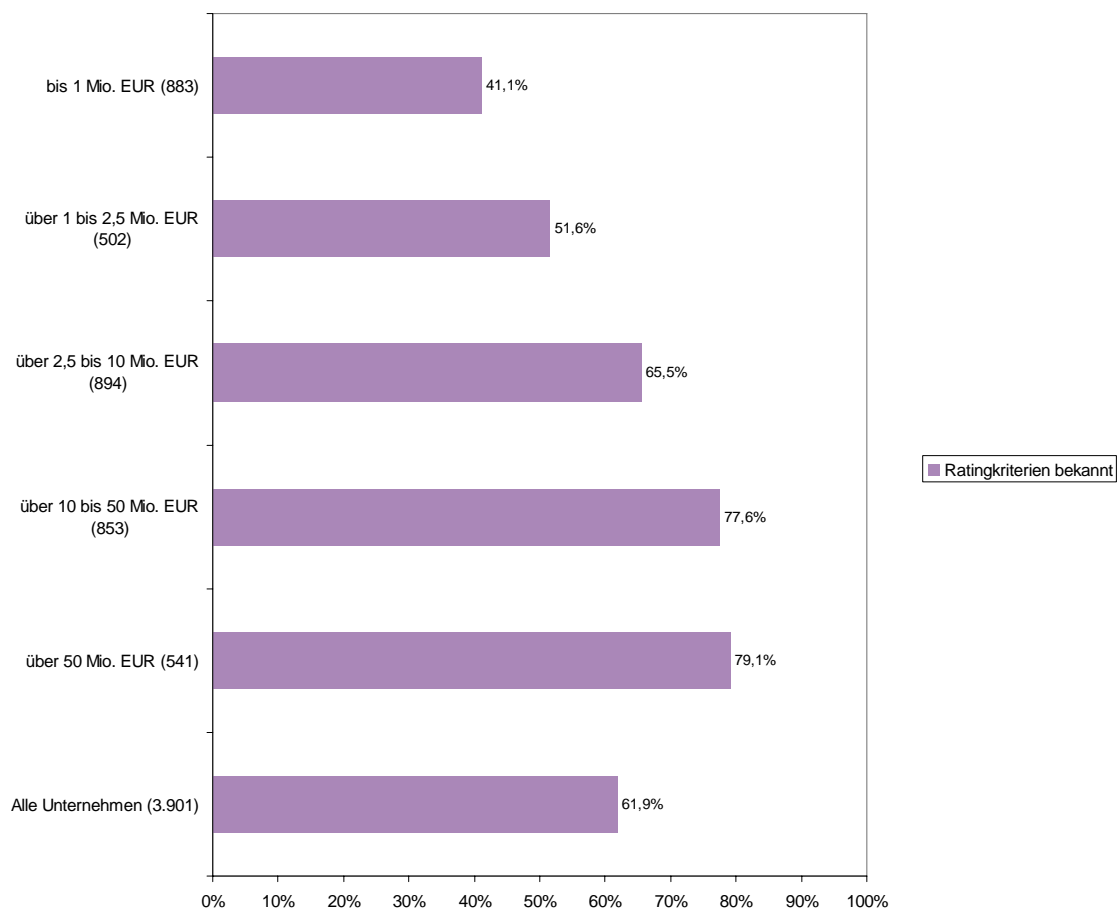


Grafik 27: Rating von einer Nicht-Bank („externes Rating“) nach Umsatzgrößenklassen (Anteile in Prozent)

Im Vergleich zum Vorjahr ist jedoch festzustellen, dass der Anteil der Unternehmen, die angeben, ein Rating bei einem Kreditinstitut zu haben, zugenommen hat. Dies ist in allen Größenklassen der Unternehmen der Fall. Ein Grund hierfür könnte sein, dass die Anstrengungen der Banken und Sparkassen, der Unternehmensverbände, der Kammern etc. über das Thema zu informieren und die Unternehmen zu sensibilisieren, langsam Früchte trägt. Aller-

dings sind wohl immer noch nicht alle Unternehmen erreicht worden. Wie die weiteren Ergebnisse zeigen, liegt es oft an den Unternehmen, die sich nicht informieren und einen großen Teil der Unkenntnis selbst zu verantworten haben.

Nur eine Minderheit von 13 % der Unternehmen verfügt über ein externes Rating (s. Grafik 27). Auch hier lässt sich ein Zusammenhang zwischen der relativen Häufigkeit, dass ein Unternehmen über ein externes Rating verfügt und der Größe eines Unternehmens, erkennen. Die Gründe dafür dürften zum einen darin liegen, dass die Kosten eines externen Ratings von größeren Unternehmen leichter aufzubringen sind als von kleineren Unternehmen. Zum anderen gibt es für größere Unternehmen mehr Möglichkeiten, Vorteile aus einer derartigen Bewertung zu erzielen, zumal große Unternehmen ein externes Rating für eine direkte Finanzierung über den Kapitalmarkt benötigen.



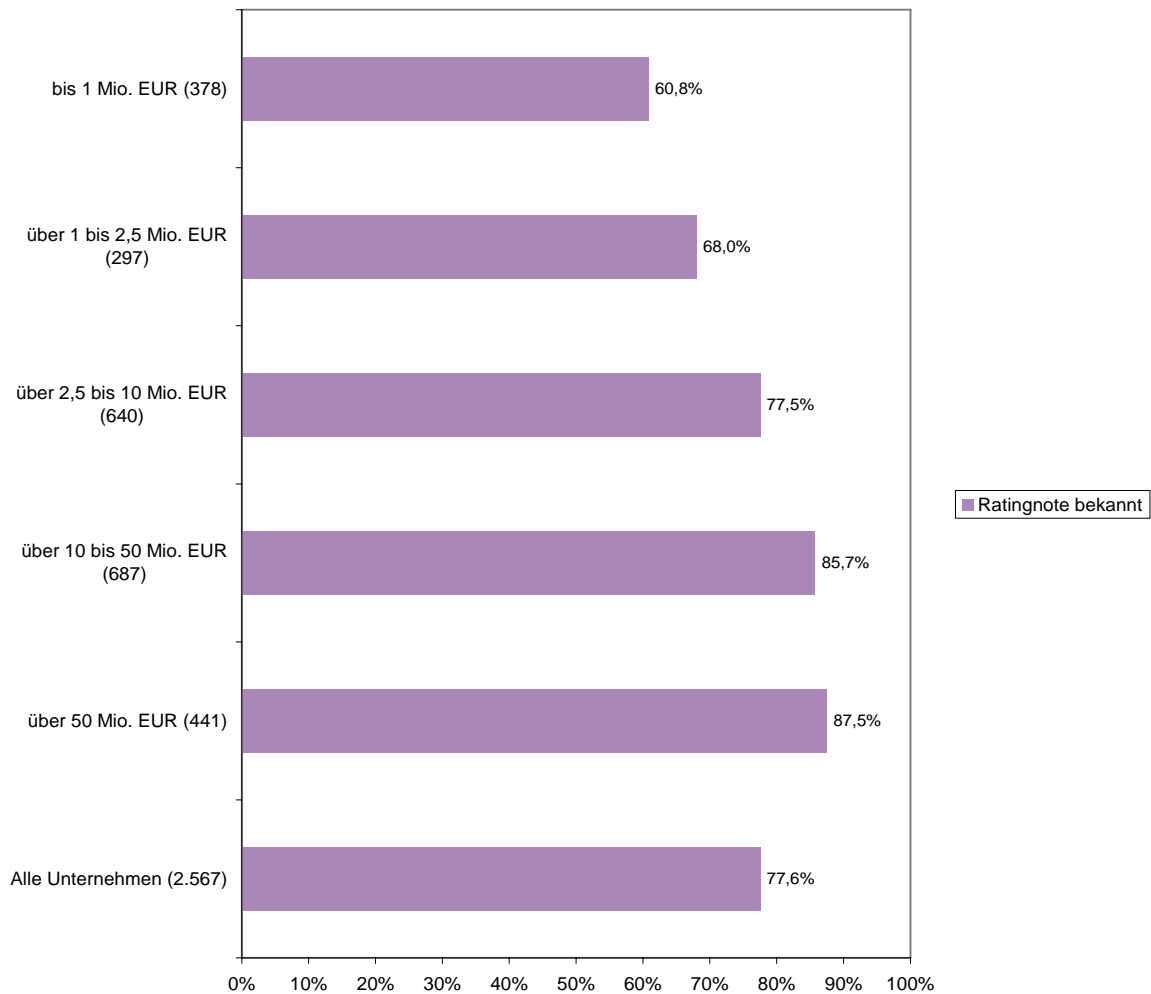
Grafik 28: Ratingkriterien bekannt nach Umsatzgrößenklassen (Anteile in Prozent)

Über 60 % aller Unternehmen kennen die Kriterien, die ihre Bank der Bonitätsprüfung zugrunde legt (s. Grafik 28). Berücksichtigt man nur solche Unternehmen, die über ein Rating verfügen und über dieses Bescheid wissen, ist dieser Anteil deutlich höher (78 %). Hier zeigt sich überdies erneut ein signifikanter Zusammenhang mit der Umsatzgrößenklasse. Im

Vergleich zu Unternehmen mit einem Umsatz bis zu 1 Mio. EUR, wissen doppelt so viele Unternehmen mit einem Umsatz von über 50 Mio. EUR über die Ratingkriterien Bescheid. Unabhängig von der Unternehmensgröße kennen vor allem Einzelhandelsunternehmen seltener die Ratingkriterien von Kreditinstituten.

Der Anteil der Unternehmen, der über seine Ratingnote informiert ist, liegt bei einem Wert von 77,6 % (s. Grafik 29). Dies ist ein minimal höherer Anteil als im Vorjahr (73,6 %). Neben dem bereits vertrauten Muster, wonach größere Unternehmen besser unterrichtet sind, zeigt sich hier zusätzlich ein höherer Bekanntheitsgrad der Ratingnote bei Unternehmen des Verarbeitenden Gewerbes sowie bei älteren Unternehmen.

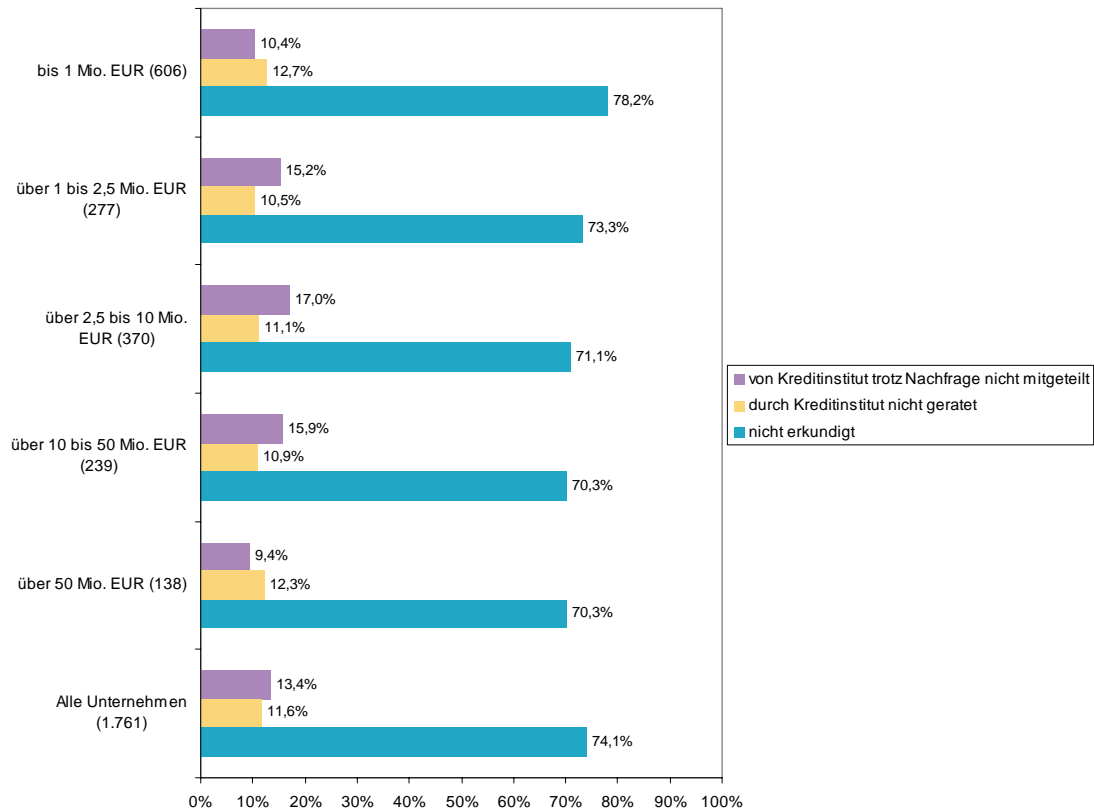
Insbesondere die Ergebnisse bezüglich der Unternehmensgröße deuten in die gleiche Richtung wie die Auswertungen zur Regelmäßigkeit von Beratungsgesprächen und weisen darauf hin, dass insbesondere bei kleineren Unternehmen nach wie vor Kommunikationsdefizite zwischen Unternehmen und Banken bestehen. Von allen befragten Unternehmen kennt fast ein Viertel der antwortenden Unternehmen die Ratingnote nicht, obwohl ein Rating vorgenommen wurde. Bei den kleinsten Unternehmen steigt dieser Wert auf knapp 40 %.



Grafik 29: Ratingnote bekannt nach Umsatzgrößenklasse (Anteile in Prozent)

Die Unternehmen, welche ihre Ratingnote nicht kennen, wurden darüber hinaus über die Gründe dafür befragt. Mit drei Vierteln nennt – wie im Vorjahr – eine überwältigende Mehrheit der betreffenden Unternehmen, dass sie sich nicht danach erkundigt haben (s. Grafik 30). Dies ist zum einen ein weiterer Beleg dafür, dass die Erkenntnis über die Bedeutung des Ratings die Unternehmen noch nicht in vollem Maße erreicht zu haben scheint; zum anderen aber auch, dass Banken vor allem kleinere Unternehmen noch umfangreicher informieren müssen.

Positiv zu beurteilen ist der geringe Anteil von Fällen, in denen die Bank das Ratingergebnis nicht mitgeteilt hat (13,4 %). Dieser Wert lag im Vorjahr deutlich höher. Unternehmen des Handwerks sowie jüngeren Unternehmen wurden häufiger als anderen ihre Ratingnote trotz Nachfrage nicht mitgeteilt. Ebenso wurde von Genossenschaftsbanken signifikant häufiger Unternehmen ihre Ratingnote trotz Anfrage nicht kommuniziert. Alle anderen Kriterien haben keinen signifikanten Einfluss auf diese Variable, auch nicht die Unternehmensgröße.

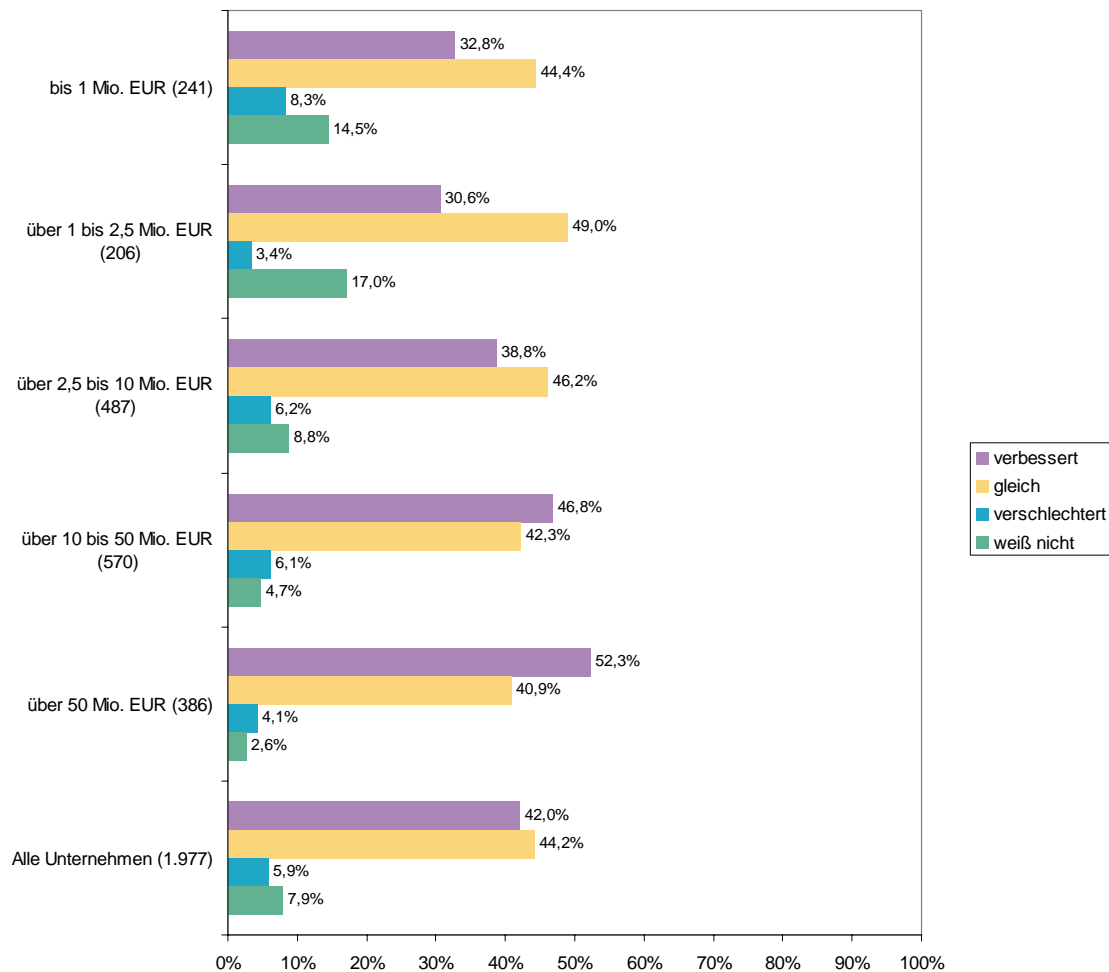


Mehrfachnennung möglich.

Grafik 30: Gründe für die Unkenntnis der Ratingnote nach Umsatzgrößenklassen (Anteile in Prozent)

Positiv – wie auch schon in der Erhebung des Vorjahres – stellt sich dagegen die Entwicklung der Ratingnoten dar. Insgesamt konnten 42 % der befragten Unternehmen, die ihre Ratingnote auch kannten, ihre Ratingeinstufung gegenüber dem Vorjahr verbessern, während lediglich 6 % der Unternehmen eine Verschlechterung hinnehmen mussten. Auch hier zeigt sich ein Trend zu Gunsten von großen Unternehmen. Mehr als die Hälfte der Unternehmen mit einem Umsatz von über 50 Mio. EUR konnte ihr Rating verbessern. Der Anteil bei Unternehmen mit weniger als 1 Mio. EUR Umsatz liegt aber immerhin noch bei einem Drittel (s. Grafik 31).

Bei einer Betrachtung der Branchen zeigt sich, dass Unternehmen des Einzelhandels die schlechteste Ratingentwicklung verzeichneten. Im Einzelhandel konnten nur 30 % der Unternehmen ihr Rating verbessern, während über 8 % eine Verschlechterung hinnehmen mussten. Weitere signifikante Besonderheiten für spezielle Unternehmensgruppen konnten nicht festgestellt werden.



Grafik 31: Ratingentwicklung nach Umsatzgrößenklassen (Anteile in Prozent)

Zwischenfazit

Einem zunehmend größeren Anteil der Unternehmen wird die enorme Bedeutung des Ratings bewusst. Allerdings sind es noch immer überdurchschnittlich viele kleine Unternehmen, die über ihre eigene Ratingnote nicht informiert sind. Die Informationsasymmetrie zwischen Banken und Unternehmen mit einem geringeren Umsatz ist immer noch sehr groß. Das dürfte unter anderem auch damit zusammenhängen, dass Banken und Sparkassen nicht in ausreichendem Umfang Gespräche mit kleineren Unternehmen führen. Die Erfolge der Unternehmen, die ihre Ratingnote kennen, zeigen, dass informierte Unternehmen oft in der Lage sind, eine bessere Note zu erreichen. So ist es auch vielen kleinen Unternehmen im Vorjahr wiederum gelungen, ihre Bonität zu verbessern. Aus diesem Grund sind hier nicht nur die Banken und Sparkassen gefordert, jene Unternehmen zu erreichen, die bisher noch Informationsdefizite zum Thema Rating haben. Es liegt im Interesse der Unternehmen, sich über ihr Rating zu informieren, aktiv auf die Kreditinstitute zuzugehen und die Chance wahrzunehmen.

men, Verbesserungen zu erreichen. Viele Unternehmen scheinen sich dessen aber immer noch nicht bewusst zu sein.

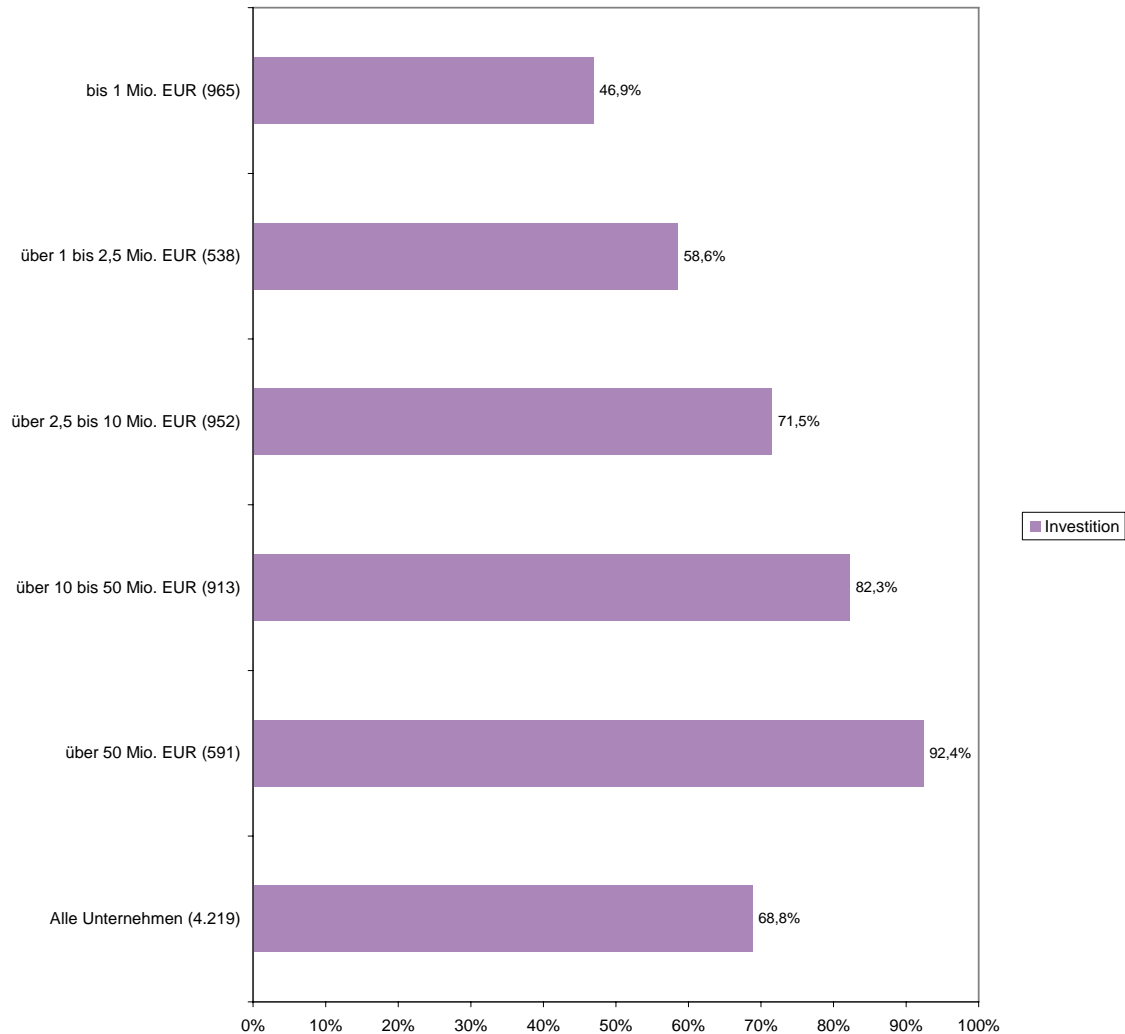
4 Investitionen

Investitionen sind der Motor wirtschaftlichen Wachstums. Sie sind für die wirtschaftlichen Erfolge von Unternehmen, aber auch für die gesamte wirtschaftliche Entwicklung einer Volkswirtschaft von herausragender Bedeutung. Investitionen können auf verschiedene Weise finanziert werden: die Innenfinanzierung aus einbehaltenen Gewinnen, Abschreibungen und Rückstellungen oder die Finanzierung über externe Mittel. Aufgrund der Bedeutung der Finanzierung für die Investitionstätigkeit von Unternehmen kann davon angegangen werden, dass der Finanzmarktwechsel eng mit der Investitionstätigkeit mittelständischer Unternehmen verknüpft ist.

Von der Investitionstätigkeit der Unternehmen konnte in den vergangenen Jahren erfreuliches berichtet werden: So hat die Investitionstätigkeit der Unternehmen seit 2003 wieder zugelegt. In den letzten beiden Jahren hat sich dieser Trend noch deutlich verstärkt. Dies ist sicherlich auch darauf zurückzuführen, dass die Unternehmen wieder Vertrauen in die wirtschaftliche Entwicklung gewinnen.

Auch in diesem Jahr wurden die Unternehmen befragt, ob sie in den vergangenen zwölf Monaten Investitionen getätigt haben. Mehr als zwei Drittel der befragten Unternehmen beantworteten diese Frage positiv (s. Grafik 32). Erneut ist ein deutlicher Größenzusammenhang festzustellen. So lag der Anteil investierender Unternehmen mit einem Umsatz von mehr als 50 Mio. EUR bei über 90 %, während von den Unternehmen mit weniger als 1 Mio. EUR Jahresumsatz lediglich 47 % investierten. Bezüglich der Branchen zeigt sich der höchste Anteil investierender Unternehmen mit 83 % im Verarbeitenden Gewerbe (s. Grafik 33). Im Einzelhandel wurde dagegen am seltensten investiert (45 %).

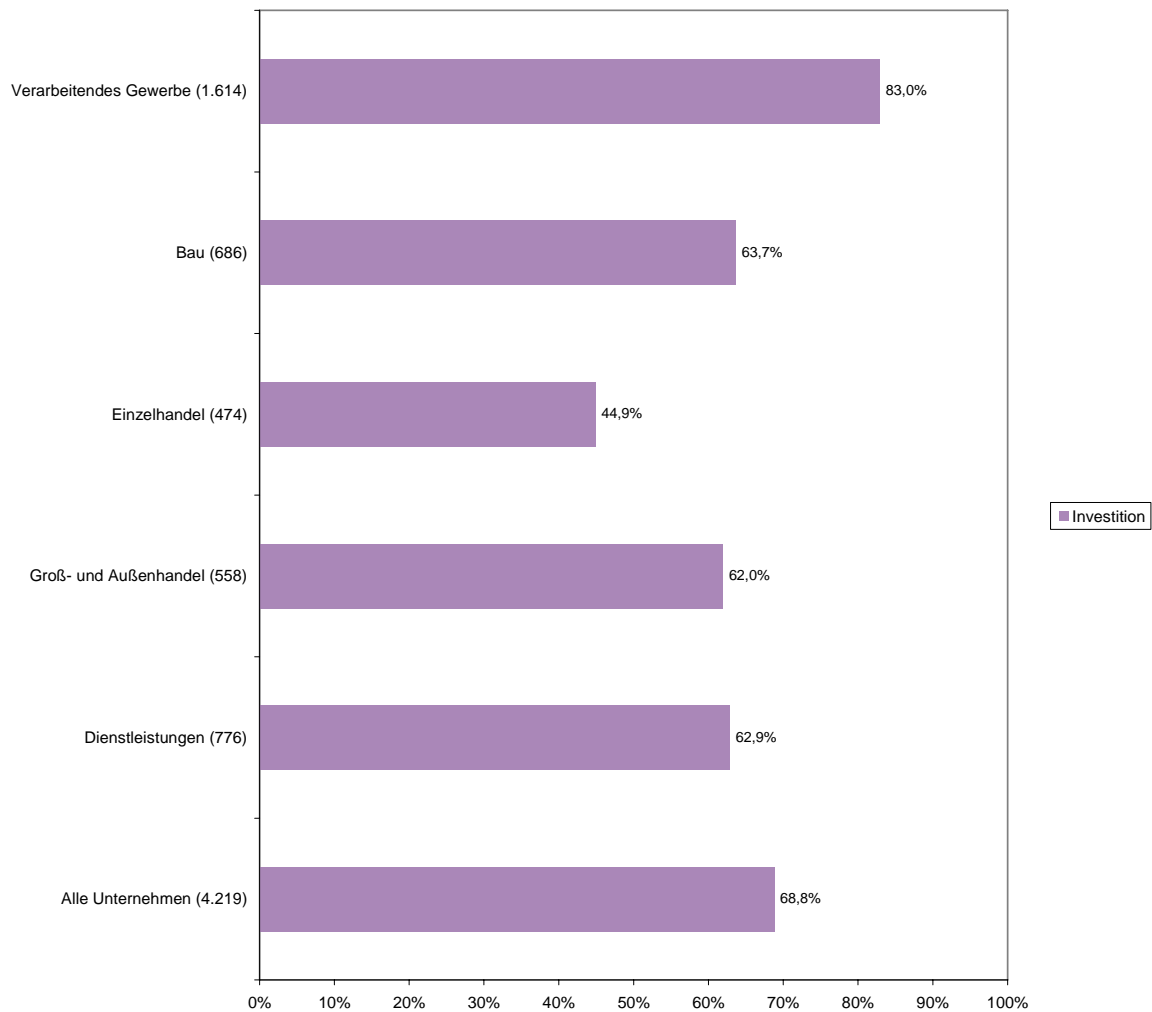
Ebenfalls zeigt sich, dass junge Unternehmen mehr investieren als etablierte. Dies ist nicht zuletzt auf den erhöhten Investitionsbedarf in Zusammenhang mit dem Aufbau eines Unternehmens zurückzuführen. Die Investitionstätigkeit von Unternehmen des Handwerks fällt insgesamt deutlich niedriger aus (60 %), während im Ost-West-Vergleich keine deutlichen Unterschiede festzustellen sind (ohne Grafik). Somit zeichnet sich bezüglich des Investitionsverhaltens ein ähnliches Bild wie in den Vorjahresergebnissen dieser Studie ab.



Grafik 32: Investition nach Umsatzgrößenklassen (Anteile in Prozent)

Die Unternehmen, welche in den letzten zwölf Monaten Investitionsprojekte getätigt haben, wurden nach ihren Investitionsmotiven befragt. Die derzeitige gute konjunkturelle Lage schlägt sich hier deutlich nieder. So übersteigt anders als in der Vorjahrjahreserhebung der Anteil der Erweiterungsinvestitionen den Anteil der reinen Ersatzinvestitionen deutlich: Über alle befragten Unternehmen beträgt der Anteil der Erweiterungsinvestitionen 56,6 % gegenüber 44,2 % bezüglich der Ersatzinvestitionen. Die Bedeutung der Erweiterungsinvestitionen steigt tendenziell mit der Größe des Unternehmens (s. Grafik 34). Den größten Anteil an Unternehmen, die auf Erweiterungsinvestitionen setzen, stellt das Verarbeitende Gewerbe, gefolgt vom Groß- und Außenhandel (s. Grafik 35). Der deutliche und erneute Anstieg bei großen Unternehmen und solchen aus den beiden genannten Branchen ist wohl auf die anhaltend gute Lage im Exportgeschäft und die verbesserten binnenwirtschaftlichen Absatzmöglichkeiten zurückzuführen. Dagegen profitieren kleinere Unternehmen sowie der Einzelhan-

del meist nur von verbesserten Absatzmöglichkeiten im Inland, da diese Unternehmen insgesamt weniger als große Unternehmen – oder gar nicht – auf den Export ausgerichtet sind.

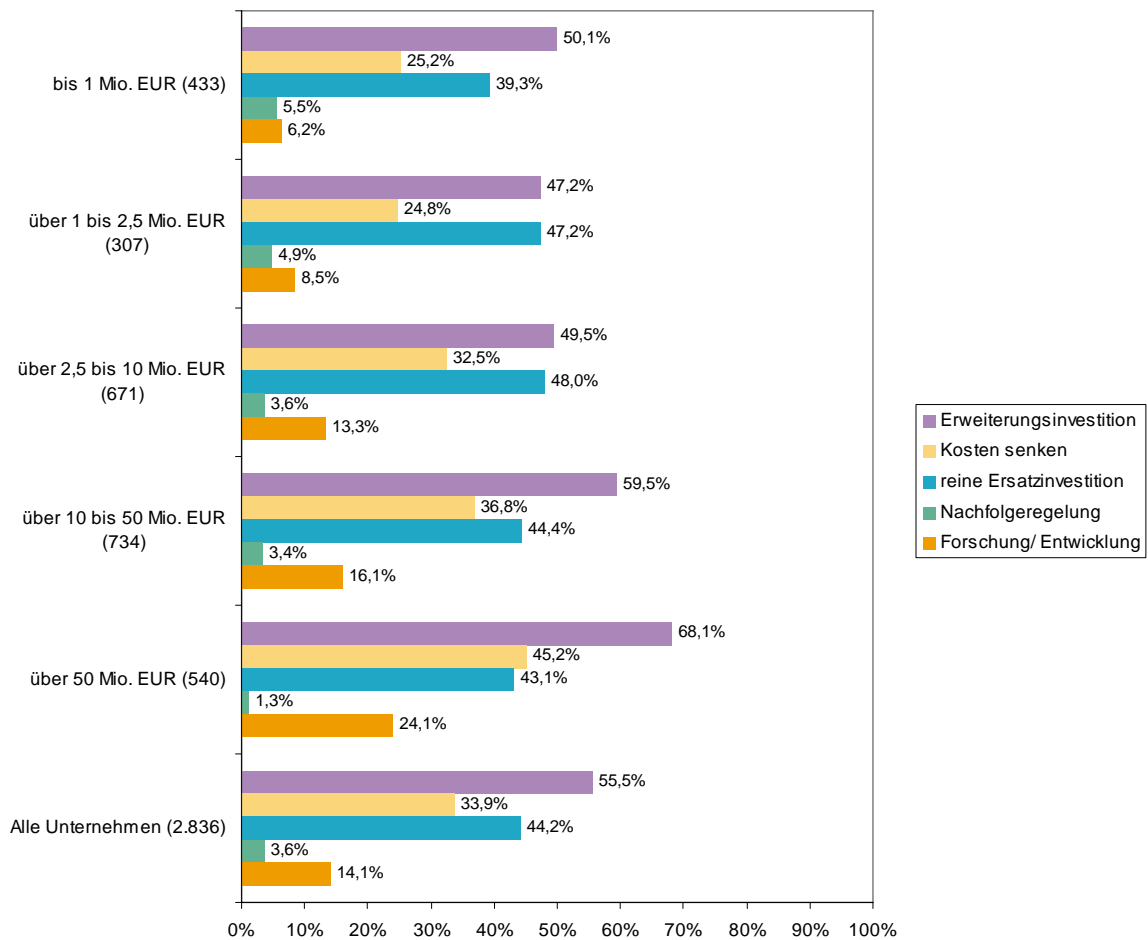


Grafik 33: Investition nach Branchen (Anteile in Prozent)

Bei der Betrachtung nach Branchen fällt auf, dass nur im Bausektor das Verhältnis zwischen Erweiterungs- und Ersatzinvestitionen noch immer deutlich zu Gunsten der Ersatzinvestitionen ausfällt. Mit einem Anteil von über 70 % kommt Ersatzinvestitionen im Baugewerbe eine deutlich höhere Bedeutung zu als in anderen Branchen. Das Anziehen der Konjunktur schlägt sich somit im Bau noch nicht in den Investitionsmotiven nieder.

Des Weiteren zeigt sich, dass mit dem Alter der Unternehmen die Bedeutung der Ersatzinvestitionen gegenüber den Erweiterungsinvestitionen steigt. Dieser Zusammenhang ist typisch und lässt sich insbesondere damit erklären, dass vor allem junge Unternehmen in den ersten Jahren nach ihrer Gründung einen hohen Bedarf an Erweiterungsinvestitionen zum

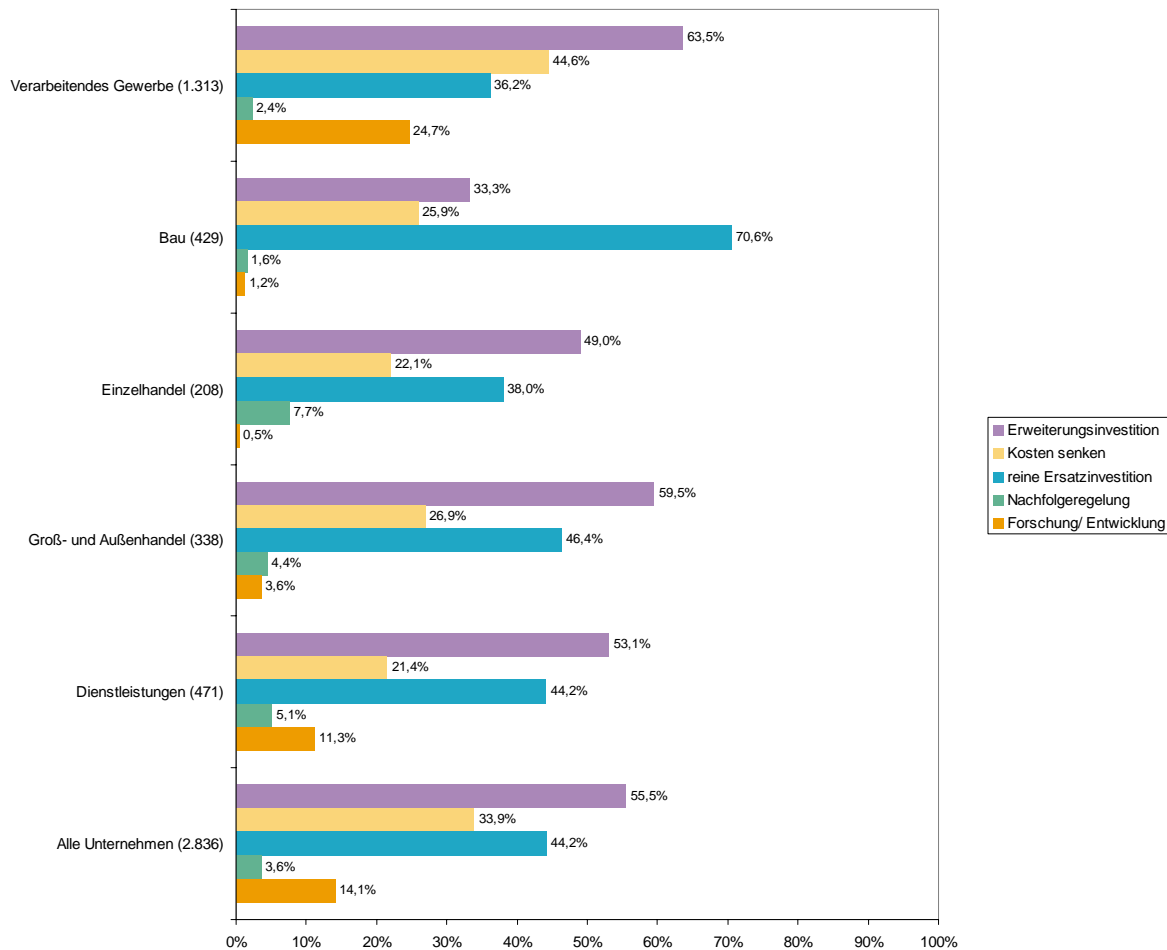
Aufbau ihres Unternehmens haben und Ersatzinvestitionen aufgrund der noch neuen Anlagen und Maschinen nur in geringerem Maße notwendig sind (ohne Grafik).



Mehrfachnennung möglich.

Grafik 34: Investitionsmotive nach Unternehmensgröße (Anteile in Prozent)

Vor allem große Unternehmen (45,2 %) und solche des Verarbeitenden Gewerbes (44,6 %) haben im letzten Jahr Investitionen durchgeführt, um Kosten zu senken (s. Grafik 34 und Grafik 35). Auch steigt der Anteil des Kostensenkungsmotivs mit zunehmendem Unternehmensalter. So agieren ältere und größere Unternehmen tendenziell in reiferen Industrien, in denen der Wettbewerb häufig über die Preise stattfindet. Ein Unterschied zwischen ost- und westdeutschen Unternehmen wie im letzten Jahr konnte im Rahmen der diesjährigen Befragung nicht mehr festgestellt werden.

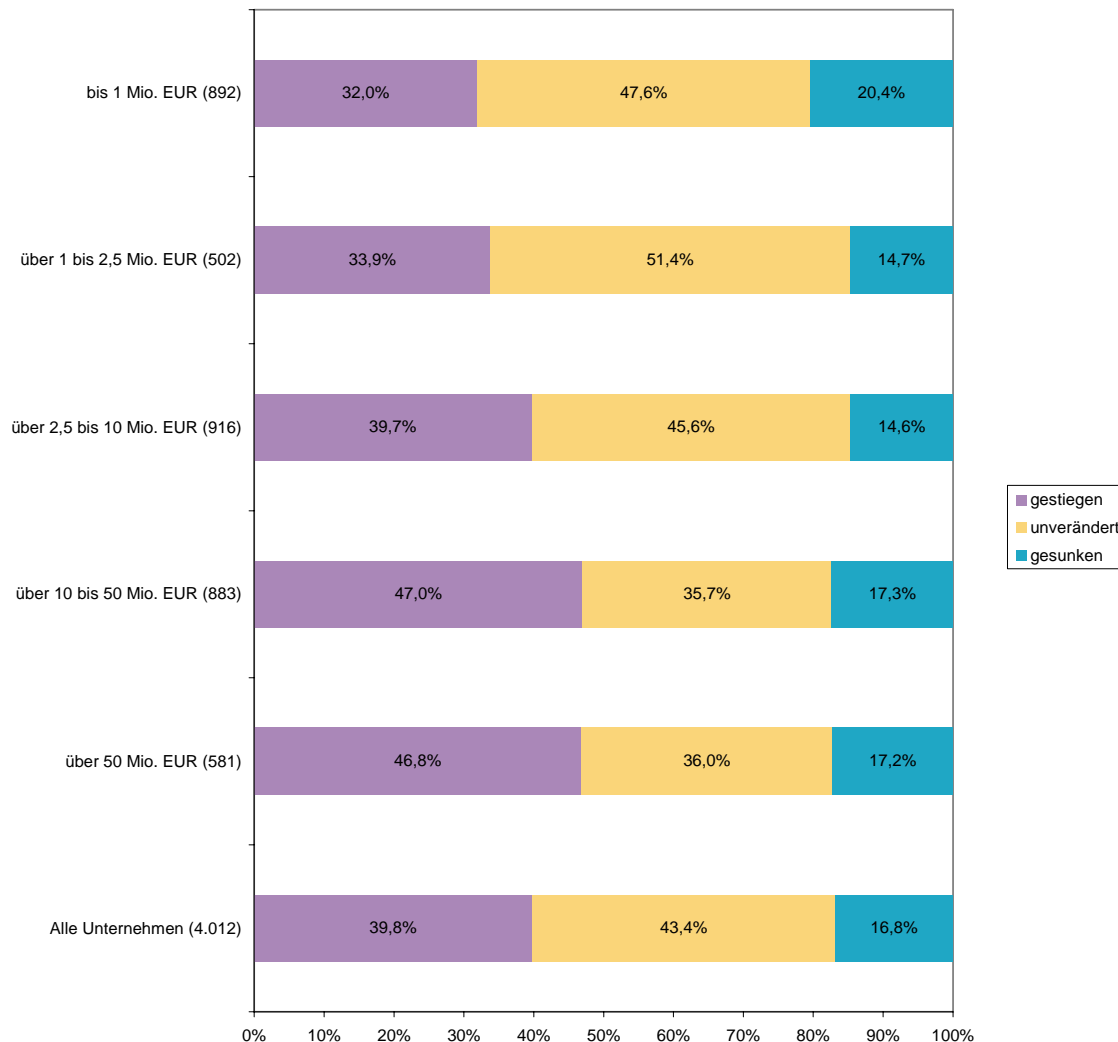


Mehrfachnennung möglich.

Grafik 35: Investitionsmotive nach Branchen (Anteile in Prozent)

Forschung und Entwicklung als Investitionsmotiv wird von 14 % der Unternehmen genannt. FuE-Investitionen sind ebenfalls stark von der Unternehmensgröße abhängig. Darin dürfte sich der Fixkostencharakter von FuE widerspiegeln, der große, umsatzstarke Unternehmen bei der Finanzierung solcher Projekte bevorteilt. Tiefergehende, multivariate Analysen zeigen darüber hinaus, dass vor allem Unternehmen mit einer hohen Eigenkapitalquote in FuE investieren. Dies kann als Hinweis darauf verstanden werden, dass Unternehmen vor allem auch aus einer (nachhaltig) starken Ertragssituation heraus FuE-Projekte angehen. Auch ist die hohe Eigenkapitalquote dieser Unternehmen ein weiterer Beleg dafür, dass sich FuE-treibende Unternehmen seltener mithilfe von Fremdkapital finanzieren: So kann in zusätzlich durchgeführten Untersuchungen gezeigt werden, dass Unternehmen, die im vergangenen Jahr FuE-Investitionen vorgenommen haben, sich häufiger als andere investierende Unternehmen aus internen Quellen sowie mit Beteiligungs- und Mezzanine-Kapital finanzieren haben. Dabei wird die Innenfinanzierung hauptsächlich von großen und alten Unternehmen genutzt, während junge Unternehmen häufiger auf Beteiligungskapital zurückgreifen. Daneben ist vor allem die Branche ausschlaggebend: FuE findet in viel stärkerem Maße im

Verarbeitenden Gewerbe statt (25 %) als in anderen Branchen. Investitionen im Zusammenhang mit Nachfolgeregelungen spielen lediglich bei 3,6 % der antwortenden Unternehmen eine Rolle.

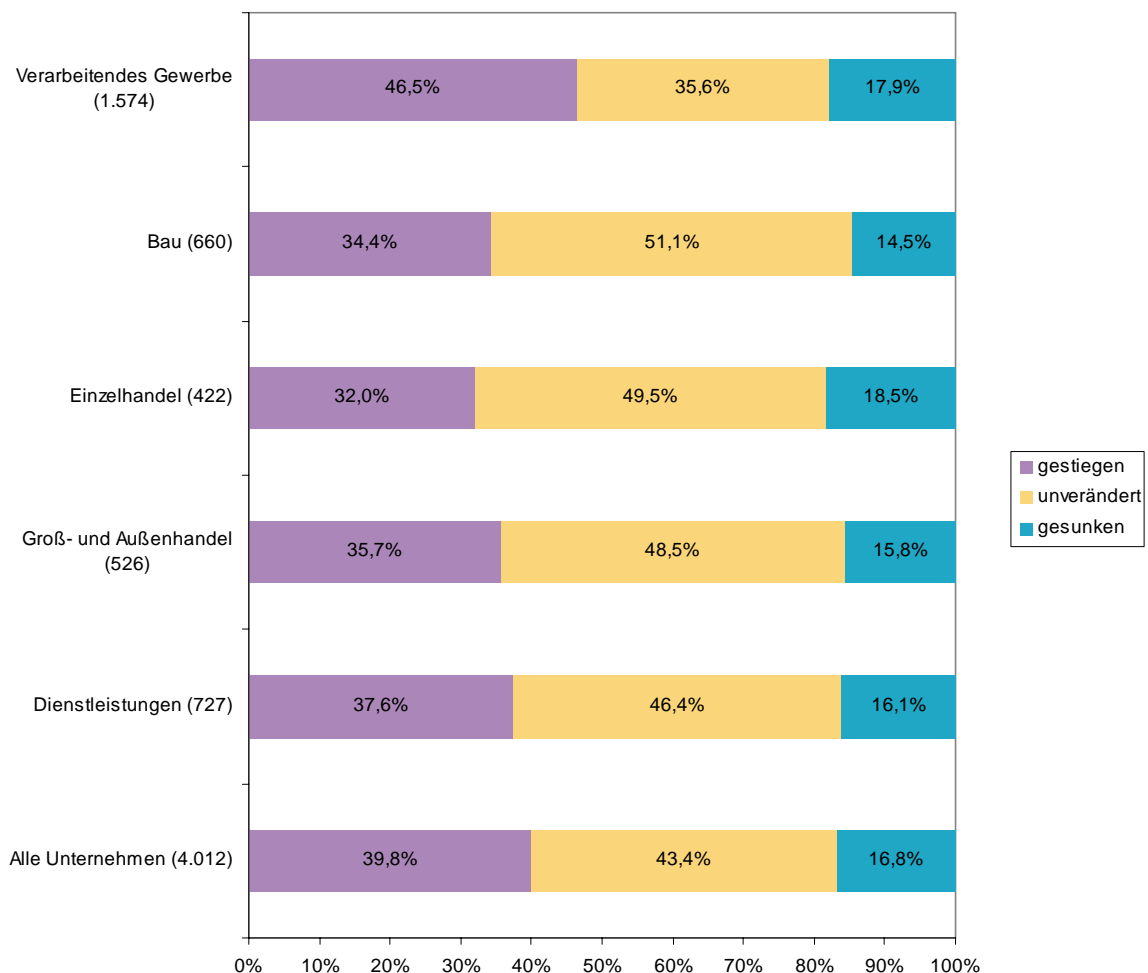


Grafik 36: Investitionsvolumen im Vorjahresvergleich nach Umsatzgrößenklassen (Anteile in Prozent)

Auch bei der Veränderung des Investitionsvolumens zeigt sich die derzeitige gute Konjunktursituation. Insgesamt melden knapp zwei Fünftel der befragten Unternehmen ein gegenüber dem Vorjahr gestiegenes Investitionsvolumen, womit dieser Wert nur wenig höher als der Vorjahreswert ausfällt. Eine weitere Verbesserung der Investitionstätigkeit lässt sich jedoch insbesondere am geringeren Anteil jener Unternehmen ablesen, die ihre Investitionsvolumina gegenüber dem Vorjahr gesenkt haben. Dieser Anteil beträgt in der aktuellen Erhebung lediglich knapp 17 % und ist somit gegenüber der Vorjahreserhebung deutlich gesun-

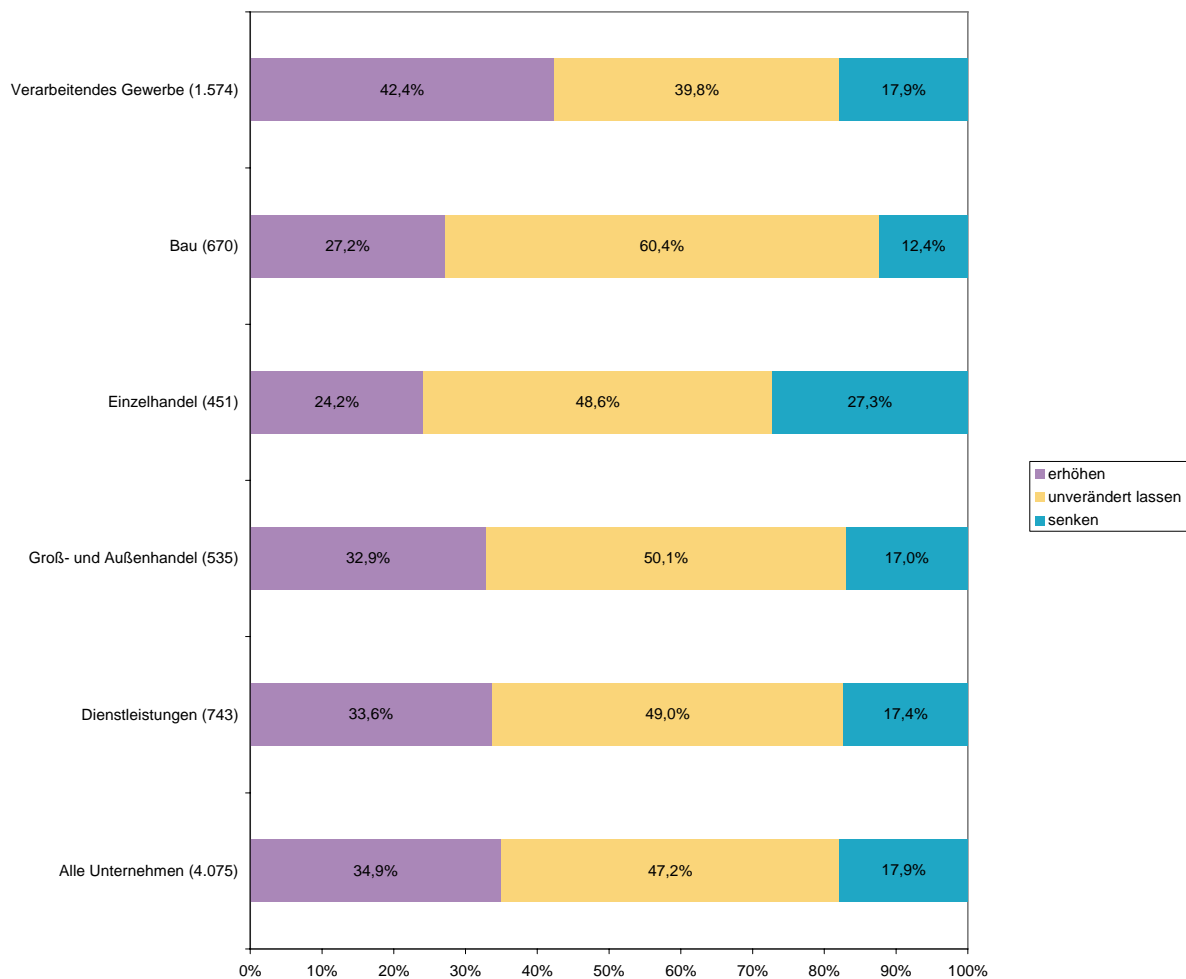
ken (23,1 %). Wie Grafik 36 zeigt, konnten große Unternehmen ihr Investitionsvolumen eher steigern als kleine Unternehmen.

Ähnlich wie beim Anteil der investierenden Unternehmen kommt dem Verarbeitenden Gewerbe auch bezüglich der Veränderung des Investitionsvolumens eine hervorgehobene Stellung zu. Mit rund 47 % weist das Verarbeitende Gewerbe den höchsten Anteil an Unternehmen auf, welcher das Investitionsvolumen im zurückliegenden Jahr steigerte (s. Grafik 37). Erfreulicherweise hat die Bauindustrie, was die Anteile an das Investitionsvolumen steigenden Unternehmen angeht, zu den anderen Branchen aufgeschlossen. Die Investitionszurückhaltung im Einzelhandel ist möglicherweise mit den Befürchtungen im Zusammenhang mit der Mehrwertsteuererhöhung zum 1. Januar 2007 zu erklären. Positiv fällt auch hier wieder die Investitionstätigkeit junger Unternehmen auf. Das Investitionsvolumen junger Unternehmen ist signifikant stärker gestiegen als das älterer Unternehmen (ohne Grafik).



Grafik 37: Investitionsvolumen im Vorjahresvergleich nach Umsatzgrößenklassen (Anteile in Prozent)

Ein ähnliches Bild zeichnet sich auch bei den Unternehmen hinsichtlich ihrer Investitionsvorhaben in den nächsten zwölf Monaten ab (s. Grafik 38). So sehen Unternehmen mit einem Umsatz von über 10 Mio. EUR und Unternehmen des Verarbeitenden Gewerbes besonders positiv in die Zukunft. Der Einzelhandel stellt die einzige Branche dar, in der mehr Unternehmen planen, ihre Investitionen zu senken, als zu erhöhen (27,3 % vs. 24,2 %). Diese verhalteneren Planungen kleinerer mittelständischer Unternehmen – trotz der anhaltend guten konjunkturellen Lage – kann als ein Hinweis darauf gewertet werden, dass die Finanzierung von Investitionsvorhaben in diesem Segment nach wie vor eine große Herausforderung darstellt.



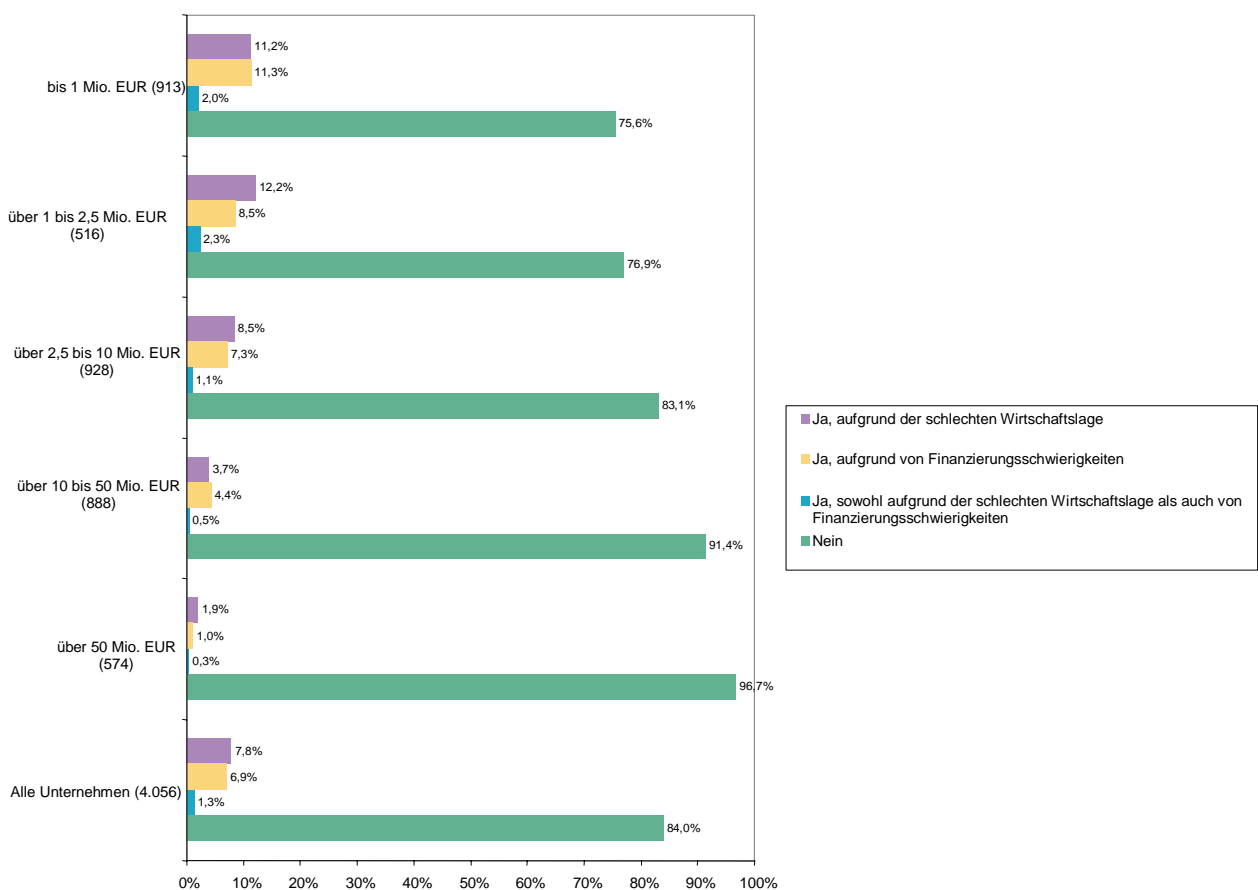
Grafik 38: Planung Investitionen nach Branchen (Anteile in Prozent)

4.1 Nicht getätigte Investitionen

Auch in der diesjährigen Erhebung wurden die Unternehmen danach gefragt, ob sie in den letzten zwölf Monaten geplante Investitionen nicht durchführen konnten, und wenn ja, aus

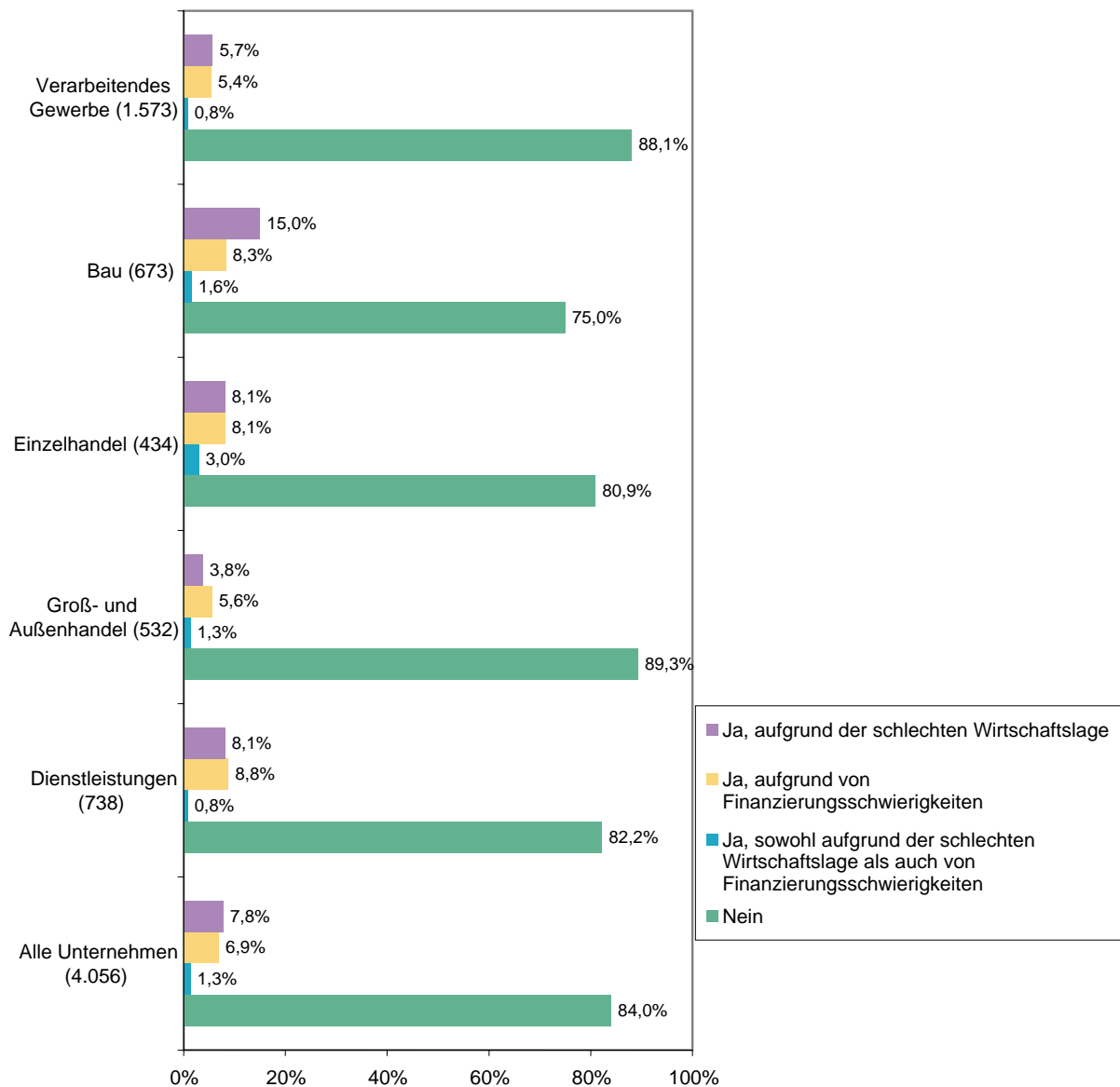
welchen Gründen. Insgesamt war es rund einem Sechstel der Unternehmen nicht möglich, eine bereits geplante Investition zu tätigen – sei es aufgrund der schlechten Wirtschaftslage oder aufgrund von Finanzierungsschwierigkeiten (s. Grafik 39). Ein starker statistischer Zusammenhang zur Unternehmensgröße ist auch hier zu erkennen. Während rund ein Viertel der kleineren Unternehmen eine Investition nicht tätigen konnte, fällt der Anteil bei den größeren Unternehmen (> 50 Mio. EUR Jahresumsatz) mit unter 4 % sehr gering aus. Finanzierungsschwierigkeiten und die schlechte konjunkturelle Lage wurden gleichermaßen als Grund für das Unterlassen von Investitionen genannt. Auch zeigt sich bezüglich beider Gründe der dargelegte starke Zusammenhang zur Unternehmensgröße.

In der Bauindustrie wird die schlechte Wirtschaftslage öfter als Investitionshemmnis genannt als in anderen Branchen und spielt eine bedeutend wichtigere Rolle als Finanzierungsschwierigkeiten (s. Grafik 40). Hier scheiterten immerhin ein Viertel der geplanten Investitionen, während dies für lediglich 16 % der Unternehmen in der Stichprobe insgesamt gilt.



Grafik 39: Geplante Investition nicht getätigt? Nach Unternehmensgröße (Anteile in Prozent)

Der insgesamt höhere Anteil durchgeführter Investitionen (84 %) im Vergleich zum Vorjahr (78 %) ist ein weiterer Beleg dafür, dass sich zum einen die wirtschaftliche Lage verbessert hat, zum anderen kann aber auch vermutet werden, dass die Unternehmen auf die veränderten Rahmenbedingungen am Finanzmarkt reagiert haben. Im Ergebnis hatten die Unternehmen in den letzten zwölf Monaten insgesamt weniger Probleme, ihre Investitionsvorhaben zu finanzieren.

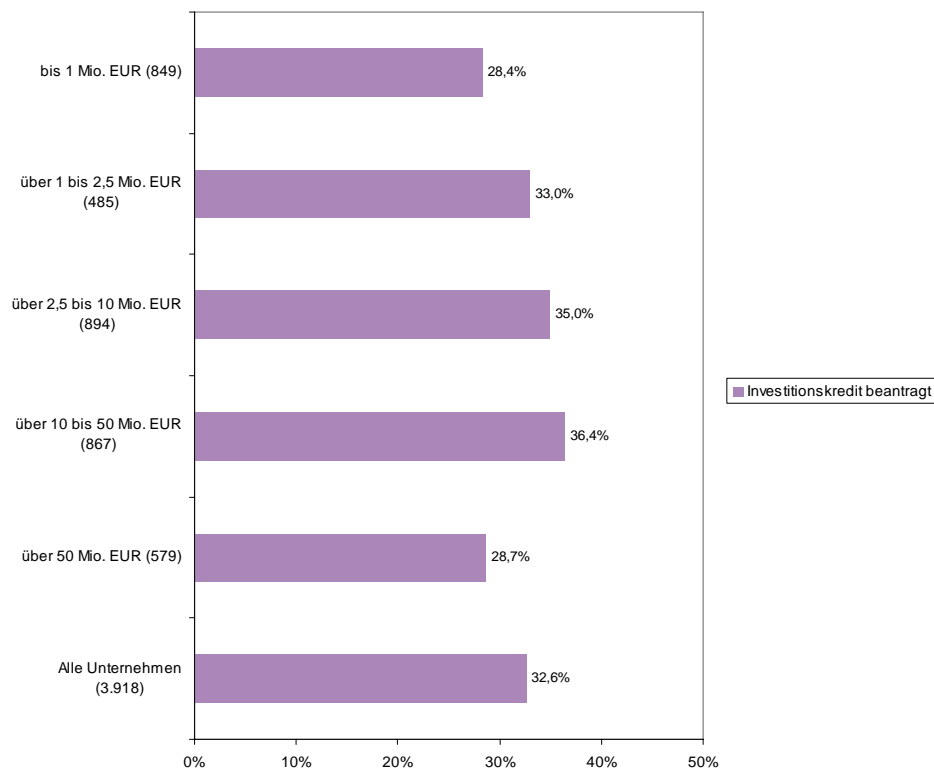


Grafik 40: Geplante Investition nicht getätigt? Nach Branchen (Anteile in Prozent)

4.2 Kreditfinanzierte Investitionen

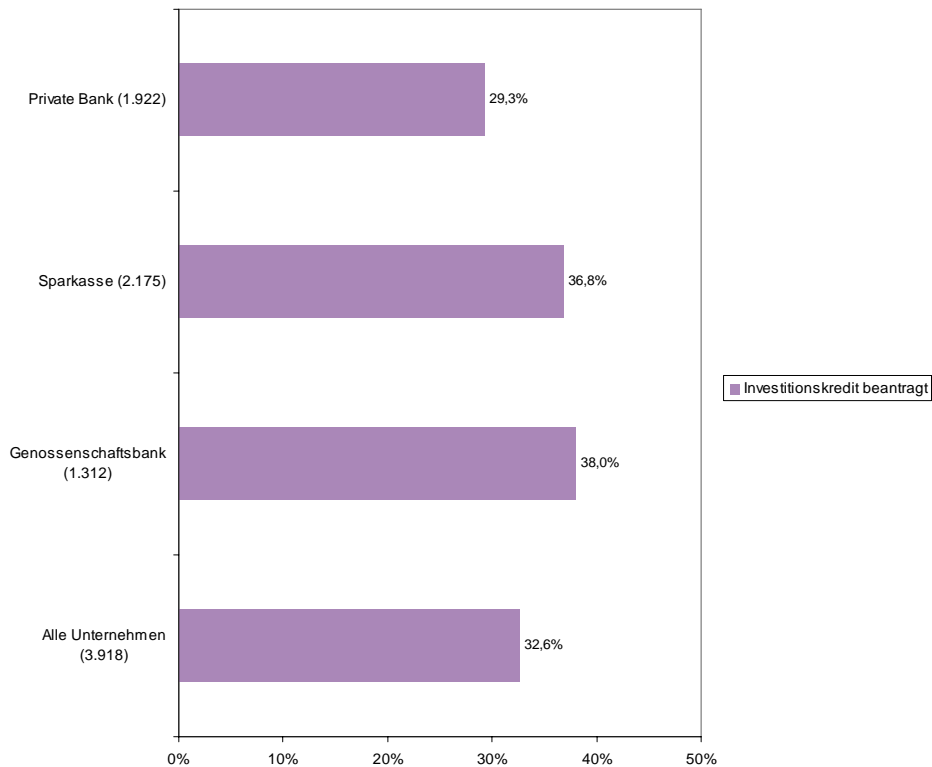
Ein Drittel aller befragten Unternehmen hat zur Realisierung eines Investitionsvorhabens einen Bankkredit beantragt (s. Grafik 41). Vor allem Unternehmen mittlerer Größe (zwischen

2,5 und 50 Mio. EUR Umsatz) haben eine solche Finanzierung in Anspruch genommen. Während kleinere Unternehmen stärker aus liquiden Mittel finanzieren und auf Freunde und Bekannte zurückgreifen, stehen Unternehmen mit einem Umsatz von mehr als 50 Mio. EUR andere Finanzierungsquellen zur Verfügung. Für im Handwerk tätige Unternehmen spielt der Bankkredit zur Finanzierung von Investitionsvorhaben noch eine wichtigere Rolle (ohne Grafik).



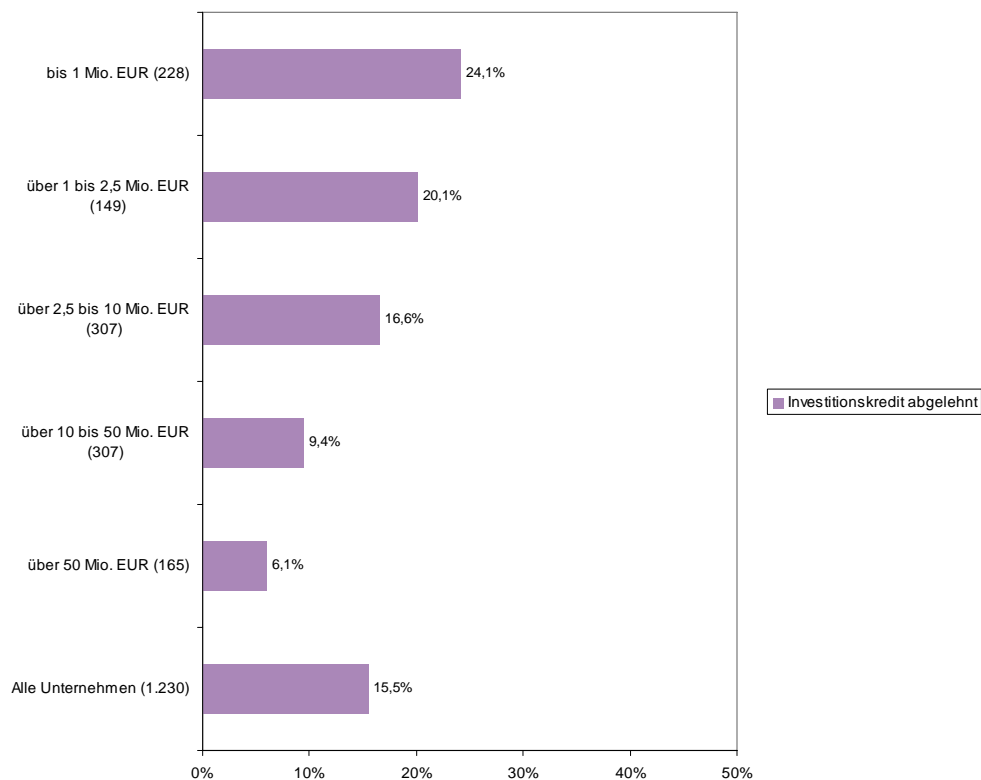
Grafik 41: Kredit für Investition beantragt? Nach Unternehmensgröße (Anteile in Prozent)

Unterschiede zwischen westdeutschen und ostdeutschen Unternehmen sind bei den Antworten auf diese Frage nicht vorhanden. Unternehmen in beiden Regionen stützen sich in gleichen Anteilen (33 %) auf Kredite zur Finanzierung ihrer Investitionsvorhaben. Auch zeigen sich keine deutlichen Unterschiede nach der Branchen- oder Handwerkszugehörigkeit.



Grafik 42: Kredit für Investition beantragt? Nach Bankengruppe (Anteile in Prozent)

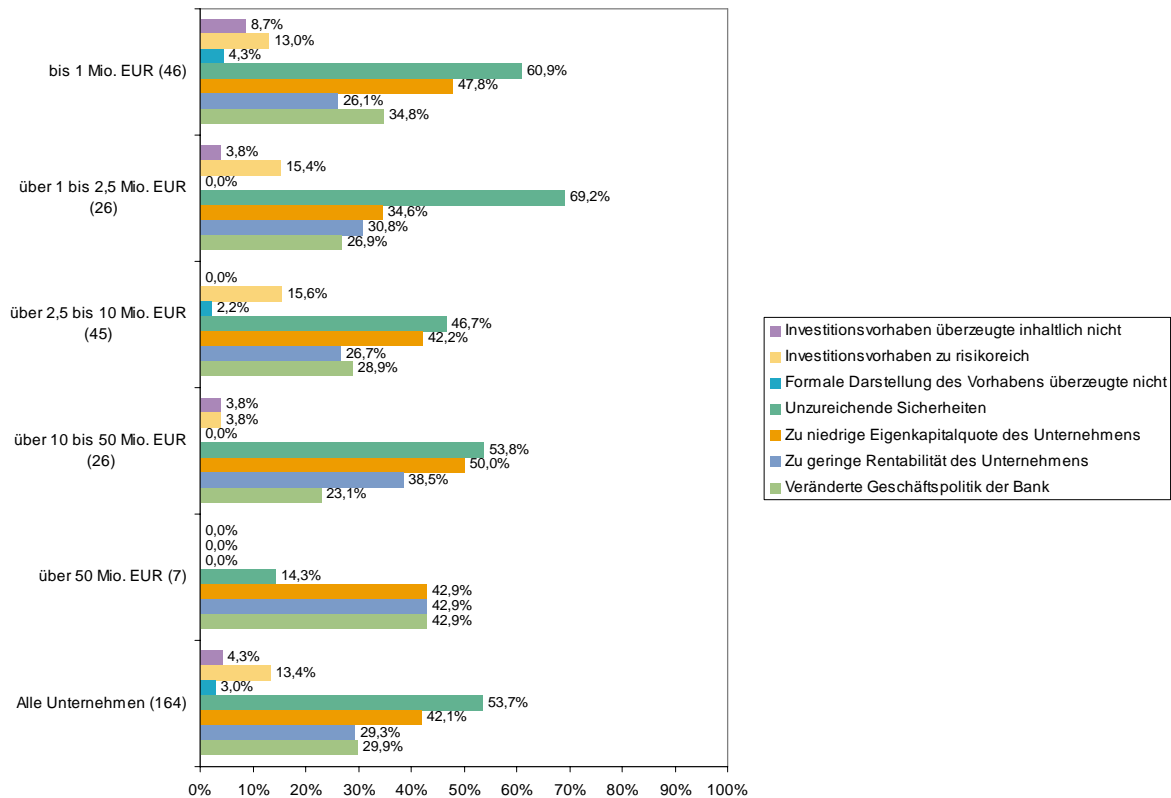
Rund einem Sechstel der Unternehmen, die einen Investitionskredit beantragt haben, wurde der Kredit verweigert (16 %). Diese Verminderung ist fast ausschließlich auf die im Vergleich zum Vorjahr verminderte Ablehnungsquote bei den Unternehmen mit einem Jahresumsatz von weniger als 1 Mio. EUR zurückzuführen. Zwar erfolgen bei Kreditwünschen von kleinen Unternehmen noch immer viermal so häufig Ablehnungen als bei großen Unternehmen, dennoch hat sich die Situation für die kleinen Unternehmen besonders positiv entwickelt: Während letztes Jahr noch ein Drittel aller Unternehmen mit einem Umsatz bis zu 1 Mio. EUR von der Ablehnung eines Kreditwunsches berichtete, ist dieser Anteil mit knapp einem Viertel der antwortenden Unternehmen dieses Jahr deutlich geringer. Auch diese positive Entwicklung kann als Zeichen dafür gewertet werden, dass kleinere Unternehmen ebenfalls von der Konjunktur profitieren und sich zudem zunehmend auf die neuen Erfordernisse des Finanzmarkt wandels einstellen. Der geringe Anteil abgelehnter Investitionskredite größerer Unternehmen – wie beispielsweise bei Unternehmen mit einem Umsatz von mehr als 50 Mio. EUR in Höhe von 6,1 % – zeugt davon, dass große Unternehmen unverändert einen weitaus besseren Zugang zu Krediten haben und bestätigt damit zugleich die Befunde aus Kapitel 2. Weitere signifikante Unterschiede bezüglich der Ablehnung von Investitionskrediten für Unternehmen mit bestimmten Merkmalen können nicht ermittelt werden.



Grafik 43: Kreditantrag abgelehnt nach Umsatzgrößenklassen (Anteile in Prozent)

Die Gründe für die Ablehnung von Investitionskrediten sind vielfältig. Als Hauptgrund für die Ablehnung wird wie schon im Vorjahr die zu geringe Bereitstellung von Sicherheiten genannt (53,7 %) (s. Grafik 44). Über eine zu geringe Eigenkapitalquote als Ursache berichten 42,1 % der antwortenden Unternehmen. Von einer zu geringen Rentabilität des Unternehmens und von einer veränderten Geschäftspolitik sprechen je 30 % als Grund für die Ablehnung eines Investitionskreditantrags. Während die nicht ausreichende Dokumentation eines Kreditvorhabens oder eine unzureichende formale Darstellung des Vorhabens eher selten als Gründe genannt werden (zwischen 3 und 4 %), spielt ein zu hohes Risiko bei einem Investitionsvorhaben wiederum eine etwas größere Rolle (13,4 %).

Insgesamt zeigt sich, dass die Gründe für Investitionskreditablehnungen hauptsächlich in den Unternehmensmerkmalen liegen und weniger am Vorhaben selbst festgemacht werden. So handelt es sich bei den meistgenannten Gründen wie „unzureichende Sicherheiten“, „zu niedrige Eigenkapitalquoten“ sowie „zu geringe Unternehmensrentabilität“ um typische Merkmale, wie sie bei der Bonitätseinschätzung der Unternehmen Verwendung finden.

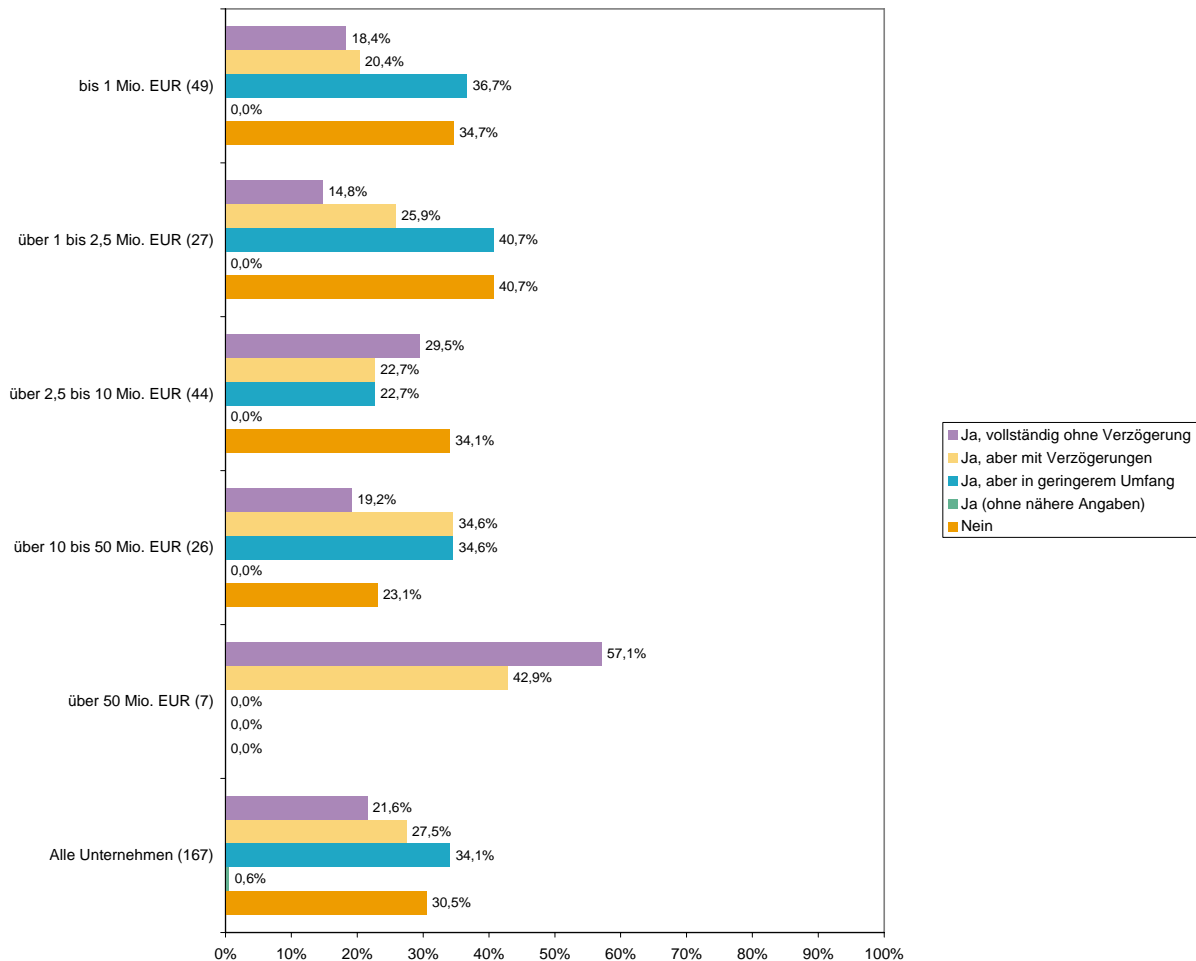


Mehrfachnennung möglich.

Grafik 44: Gründe für die Ablehnung eines Investitionskredits nach Umsatzgrößenklassen (Anteile in Prozent)

Ein differenzierter Vergleich der Antworten auf diese Frage nach Branchen, Umsatzklassen, Alter und Rechtsformen war aufgrund der geringen Fallzahlen nicht möglich. Gleiches gilt für die Frage, ob Unternehmen, welchen ein Bankkredit zur Finanzierung eines Investitionsvorhabens verweigert wurde, trotzdem die Möglichkeit hatten ihr Investitionsvorhaben durchzuführen.

Weniger als ein Drittel der Unternehmen musste aufgrund der Ablehnung eines Kreditwunsches auf das geplante Investitionsvorhaben verzichten. 34 % der antwortenden Unternehmen konnten das Investitionsvorhaben realisieren, waren jedoch gezwungen, dessen Umfang einzuschränken. Bei 27,4 % der antwortenden Unternehmen verzögerte sich das Vorhaben. Nur knapp 22 % konnten die Investition auch ohne Bankkredit und ohne Verzögerung im geplanten Umfang durchführen. Auch diese Zahlen belegen nochmals die nach wie vor hohe Bedeutung die Krediten für die Investitionsfinanzierung zukommt.

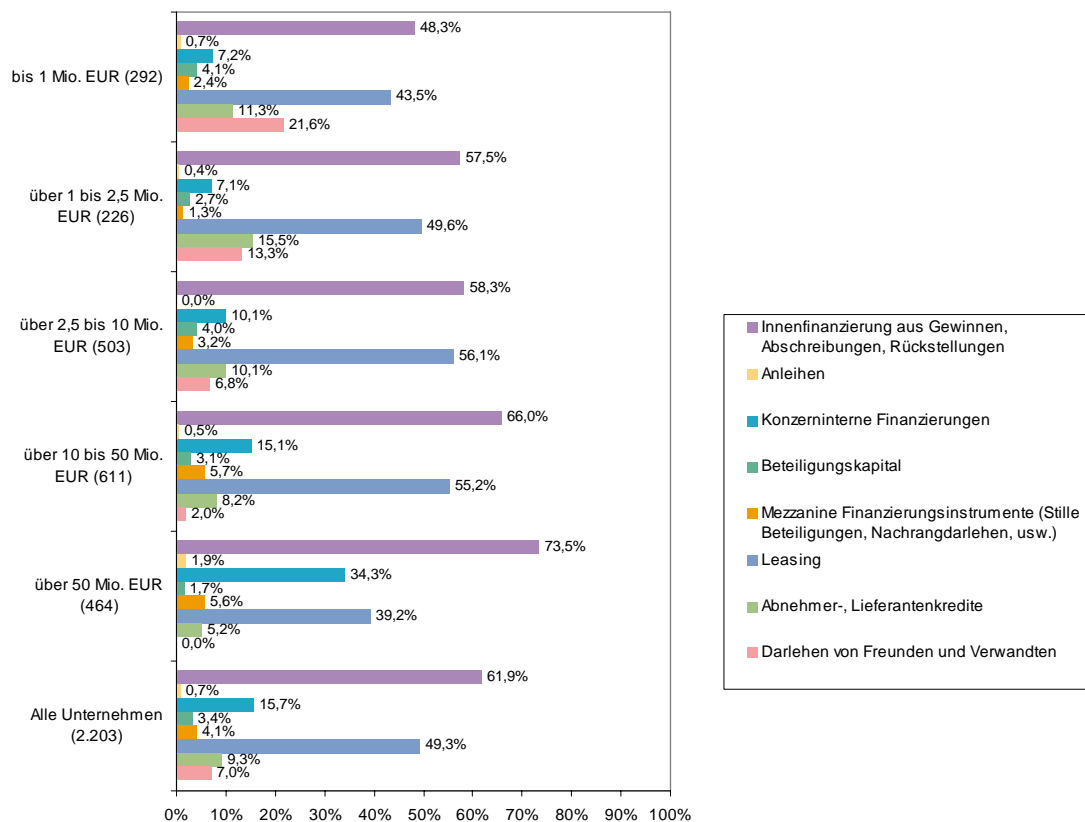


Mehrfachnennung möglich.

Grafik 45: Investitionskreditwunsch abgelehnt, Vorhaben dennoch ausgeführt? Nach Umsatzgrößenklassen (Anteile in Prozent)

Die Unternehmen wurden auch gefragt, welche zusätzlichen Finanzierungsquellen sie alternativ zum Bankkredit zur Finanzierung ihrer Investitionsvorhaben genutzt haben. Mit einem Anteil von 62 % stellt die Innenfinanzierung aus einbehaltenen Gewinnen, Abschreibungen und Rückstellungen das wichtigste alternative oder ergänzende Instrument dar (s. Grafik 46). Die Nutzung ist in hohem Maße von der Unternehmensgröße abhängig. Je größer ein Unternehmen, desto häufiger wird die Innenfinanzierung als Instrument zur Finanzierung von Investitionsvorhaben herangezogen. Für Aktiengesellschaften und Personengesellschaften spielt sie eine größere Rolle als für Unternehmen anderer Rechtsformen. Besonders häufig antworteten auch Kunden von privaten Banken, dass sie die Innenfinanzierung als alternatives oder ergänzendes Finanzierungsinstrument verwenden. Der Unterschied zwischen ost- und westdeutschen Unternehmen, zwischen verschiedenen Branchen sowie zwischen Handwerks- und Nichthandwerksunternehmen erwies sich im Rahmen der zusätzlich durchgeführten multivariaten Analyse als nicht signifikant.

An zweiter Stelle nach der Innenfinanzierung stehen Leasingkonstruktionen als alternative Finanzierungsquelle. Fast die Hälfte der Unternehmen griff in den letzten zwölf Monaten ergänzend oder alternativ auf diese Form der Finanzierung zurück. Vor allem Unternehmen mittlerer Größe mit einem Umsatz von 2,5 Mio. EUR bis 50 Mio. EUR und Unternehmen des Handwerks ziehen solche Instrumente zur Finanzierung heran. Unternehmen des Einzelhandels nehmen diese hingegen deutlich seltener in Anspruch.



Mehrfachnennung möglich.

Grafik 46: Investitionsfinanzierung: Zusätzliche Finanzierungsquellen zum Bankkredit genutzt: nach Umsatzgrößenklassen (Anteile in Prozent)

Konzerninterne Finanzierungen rangieren mit deutlichem Abstand zur Innenfinanzierung sowie zum Leasing auf der dritten Position. 15,7 % der befragten Unternehmen griffen zur Investitionsfinanzierung auf den Konzernverbund zurück. Für größere Unternehmen spielt diese Finanzierungsalternative eine größere Rolle als für kleinere Unternehmen.

Allen weiteren Finanzierungsquellen kommt mit Nennung von zum Teil deutlich unter 10 % der befragten Unternehmen eine eher geringe Bedeutung für die Investitionsfinanzierung zu. Lieferantenkredite – mit einem Anteil von 9 % unter allen Befragten – spielen in diesem Zusammenhang vor allem für kleinere Unternehmen eine Rolle. Sie werden auch von der Bauindustrie überdurchschnittlich oft in Anspruch genommen.

Kleine Unternehmen greifen erwartungsgemäß häufiger als größere Unternehmen auf Kredite von Freunden und Verwandten zurück. Sie haben es in der Regel schwerer, Kredite von Banken zu erhalten. Zudem bewegen sich die benötigten Mittel für kleine Unternehmen in einem Rahmen, der aufgrund des relativ geringen Volumens leichter darzustellen ist. Aus demselben Grund wird diese alternative Finanzierungsform vor allem von Unternehmen des Einzelhandels (20 %) und von Einzelunternehmen (25,8 %) überdurchschnittlich häufig herangezogen. In der Gesamtbetrachtung spielen Darlehen von Freunden und Verwandten mit rund 7 % lediglich eine untergeordnete Rolle.

Mezzanine Finanzierungsformen sind lediglich für 4,3 % der befragten Unternehmen von Bedeutung. Derzeit werden sie häufiger von größeren Unternehmen genutzt. Eine Beteiligungskapitalfinanzierung wird im Mittel von 3,4 % der antwortenden Unternehmen genutzt. Lediglich für Aktiengesellschaften hat diese Finanzierungsform eine nennenswerte Bedeutung (10 %). Anleihen spielen für die befragten Unternehmen kaum eine Rolle. In der Spitze erreichen sie 1,9 % bei Unternehmen mit einem Umsatz von über 50 Mio. EUR. Der Durchschnitt liegt bei 0,9 %. Gegenüber dem Vorjahr zeigen sich damit nur geringfügige Veränderungen.

Zwischenfazit

Die anhaltend gute konjunkturelle Lage 2006 hat die Investitionstätigkeit der Unternehmen angekurbelt. Zwei Drittel aller Unternehmen geben an, Investitionen getätigt zu haben. Weiterhin ist der Anteil investierender Unternehmen bei großen Unternehmen und bei Unternehmen des Verarbeitenden Gewerbes am höchsten. Diese Unternehmen profitieren stark von einem anhaltend guten Exportgeschäft. Ein Zeichen dafür, dass auch die Investitionen in binnenwirtschaftlich orientierten Unternehmen von der guten konjunkturellen Lage profitieren, ist die gestiegene Investitionsbereitschaft des Bausektors.

Dank der guten konjunkturellen Lage übersteigt mit knapp 57 % der Anteil der Erweiterungsinvestitionen jenen der Ersatzinvestitionen (44 %) deutlich. Fast 40 % der Unternehmen hat im vergangenen Jahr mehr investiert als im vorletzten Jahr. Besonders positiv fallen die Investitionsplanungen von Unternehmen mit einem Umsatz von mehr als 10 Mio. EUR sowie des Verarbeitenden Gewerbes aus. Die Ergebnisse unterstreichen, dass sich die wirtschaftliche Lage in Deutschland insgesamt auf einem Hoch befindet und sich der Investitionsstau im Unternehmenssektor zunehmend abbaut.

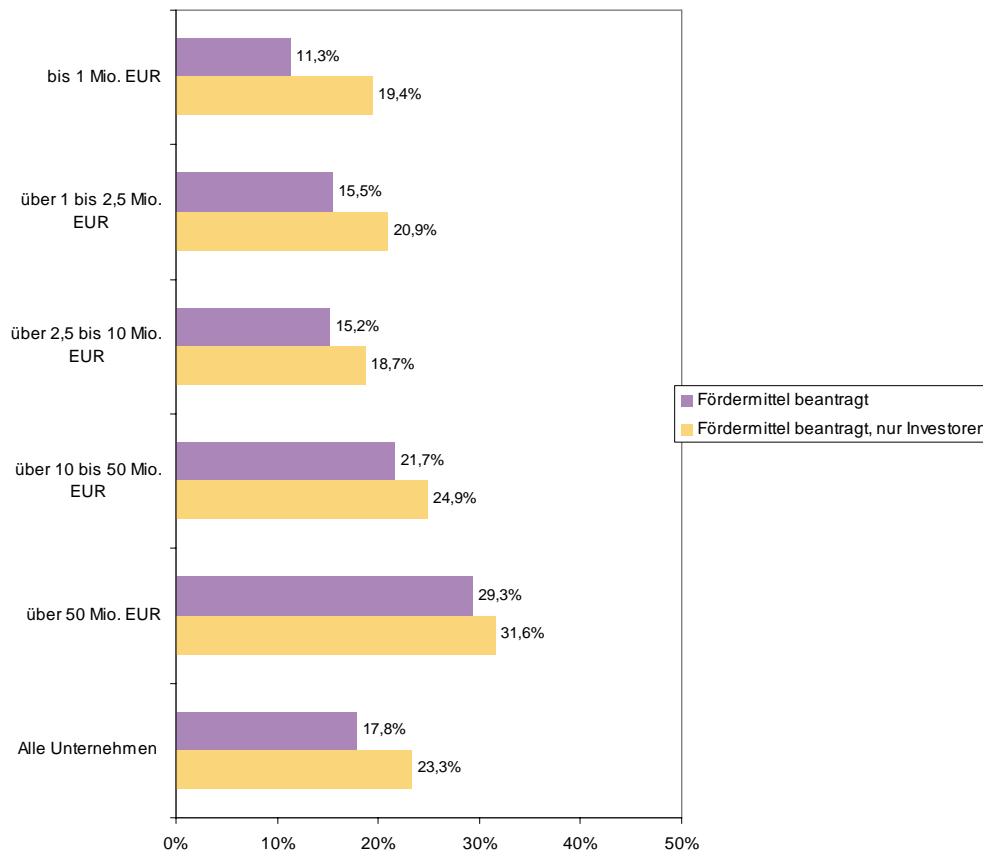
Trotz der insgesamt guten Lage konnten ein Sechstel aller geplanten Investitionsvorhaben nicht durchgeführt werden. Kleine Unternehmen waren davon besonders betroffen. Ein Drittel der Unternehmen hat zur Finanzierung einer Investition einen Kredit beantragt. Davon

wurden knapp 16 % abgelehnt, wobei kleinere Unternehmen immer noch die größte Ablehnungsquote aufweisen, obwohl diese sich im Vergleich zum Vorjahr deutlich verringert hat. Dies zeigt, dass die Verbesserung des Finanzierungsklimas auch den kleineren Mittelstand erreicht hat. Die bei Kreditablehnungen entscheidenden Faktoren sind – wie im Vorjahr – mangelnde Sicherheiten und eine zu geringe Eigenkapitalquote.

Alternativen zum Bankkredit sind in erster Linie Innenfinanzierungen sowie Leasingkonstruktionen, wobei Innenfinanzierungen insbesondere großen Unternehmen leichter fallen. Alle anderen Finanzierungsalternativen spielen gegenüber diesen Quellen eine deutlich untergeordnete Rolle.

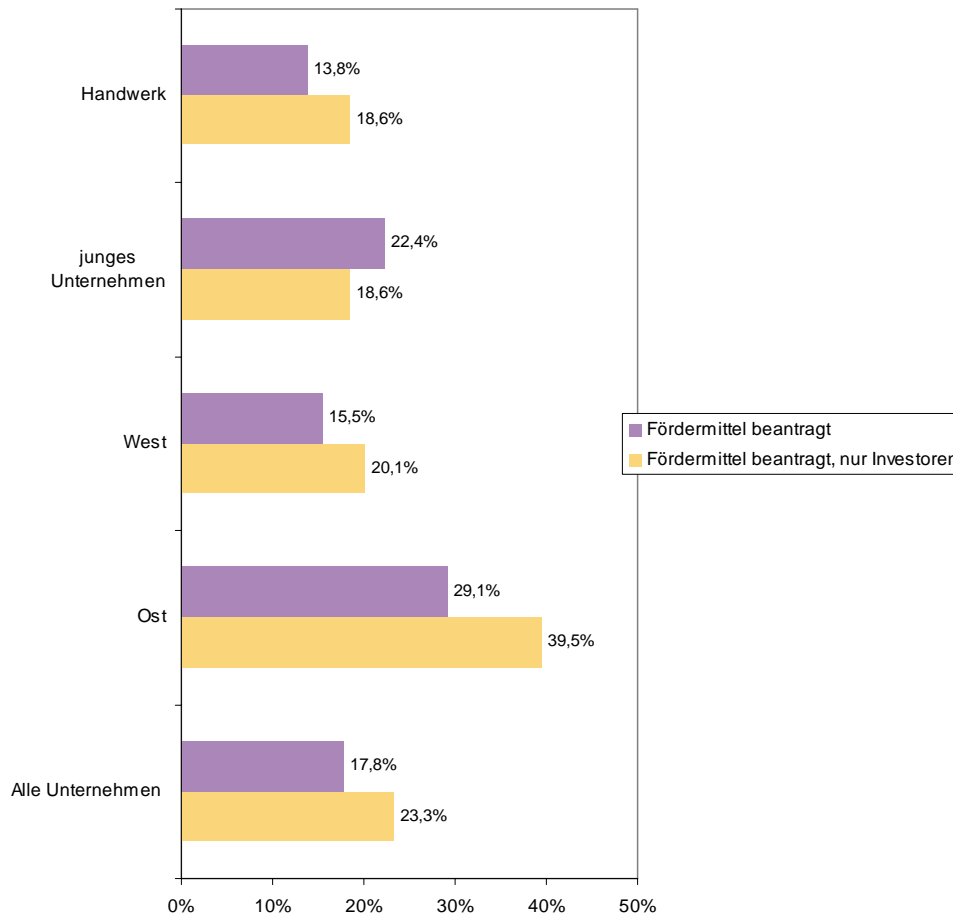
5 Förderung: unverändert hohe Bedeutung für die Unternehmen

18 % aller antwortenden Unternehmen haben im Vorjahr einen Förderkredit oder öffentliche Hilfen für Investitionen oder Unternehmensfinanzierung – im Folgenden kurz „Förderung“ – beantragt, bezogen auf jene Unternehmen, die auch investiert haben, beträgt dieser Anteil 23 % (s. Grafik 47). Dieser Wert belegt die nach wie vor hohe Bedeutung von Förderung für die Unternehmensfinanzierung. Der Anteil der Unternehmen, der sich um eine Förderung bemüht hat, steigt mit der Umsatzgröße. Die Ursachen hierfür dürften zum einen darin liegen, dass größere Unternehmen häufiger Investitionsprojekte angehen, zum anderen wissen größere Unternehmen in der Regel auch besser über Fördermöglichkeiten Bescheid und beantragen solche deswegen häufiger. So zeigt Grafik 47, dass auch innerhalb der Gruppe der Investoren, Unternehmen ab einem Jahresumsatz von 10 Mio. EUR zunehmend häufiger eine Förderung beantragen. Dieser Befund lässt jedoch nicht den Schluss zu, dass größere Unternehmen auch den Großteil der Fördergelder erhalten.



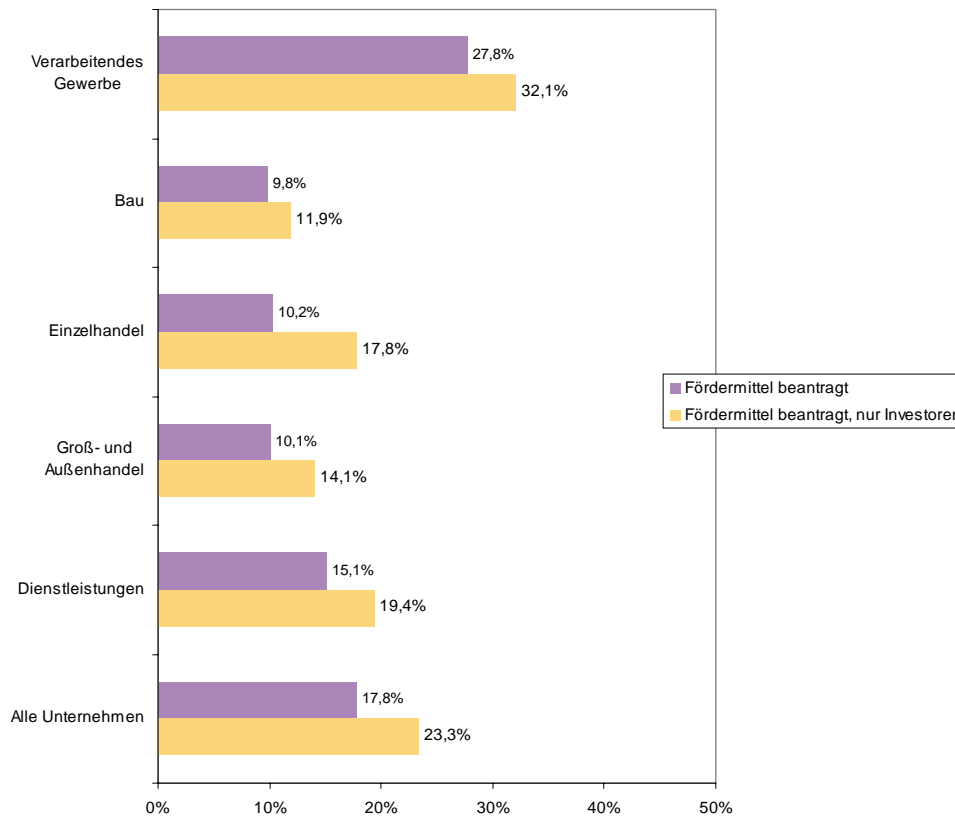
Grafik 47: Förderung beantragt nach Umsatzgrößenklassen (Anteile in Prozent)

Junge und ostdeutsche Unternehmen beantragten überdurchschnittlich häufig Fördermittel (s. Grafik 48). Dies gilt sowohl für alle Unternehmen, als auch bei einer Betrachtung lediglich der Investoren. So zeigt die multivariate Analyse für junge Unternehmen, dass – abweichend von Grafik 48 – junge Unternehmen auch bei einem Vergleich mit anderen investierenden Unternehmen überdurchschnittlich häufig Fördermittel beantragen. Für junge Unternehmen und Existenzgründer steht eine Vielzahl von Fördermöglichkeiten zur Verfügung, welche von den Unternehmen auch gerne genutzt werden. Der relativ hohe Anteil der Unternehmen in Ostdeutschland, der sich in den letzten zwölf Monaten um Fördermittel bemüht hat, kann mit einem höheren Förderbedarf ostdeutscher Unternehmen sowie dem größeren Angebot an Fördermitteln erklärt werden. Anders als es Grafik 48 suggeriert, kann für Handwerksunternehmen bei multivariater Analyse – d. h. nach Kontrolle für Größe, Branche, Alter, Rechtsform und Region des Unternehmenssitzes – dagegen kein abweichendes Verhalten bezüglich der Nutzung von Förderung ermittelt werden.



Grafik 48: Förderung beantragt nach Handwerk, Alter, Region (Anteile in Prozent)

Der Anteil der Unternehmen, der in den letzten zwölf Monaten einen Antrag auf Förderung gestellt hat, ist im Verarbeitenden Gewerbe am höchsten (s. Grafik 49). Diese Beobachtung gilt auch, wenn lediglich die investierenden Unternehmen betrachtet werden. Dagegen fällt beispielsweise auch der Anteil der Unternehmen aus der Baubranche und dem Handel, der Fördermittel beantragt hat, vergleichsweise niedrig aus. Vertiefende, multivariate Analysen zeigen, dass insbesondere für Nachfolgeregelungen, FuE-Investitionen und Erweiterungsinvestitionen Fördermittel beantragt werden. Reine Ersatzinvestitionen werden dagegen seltener mit Fördermitteln finanziert.



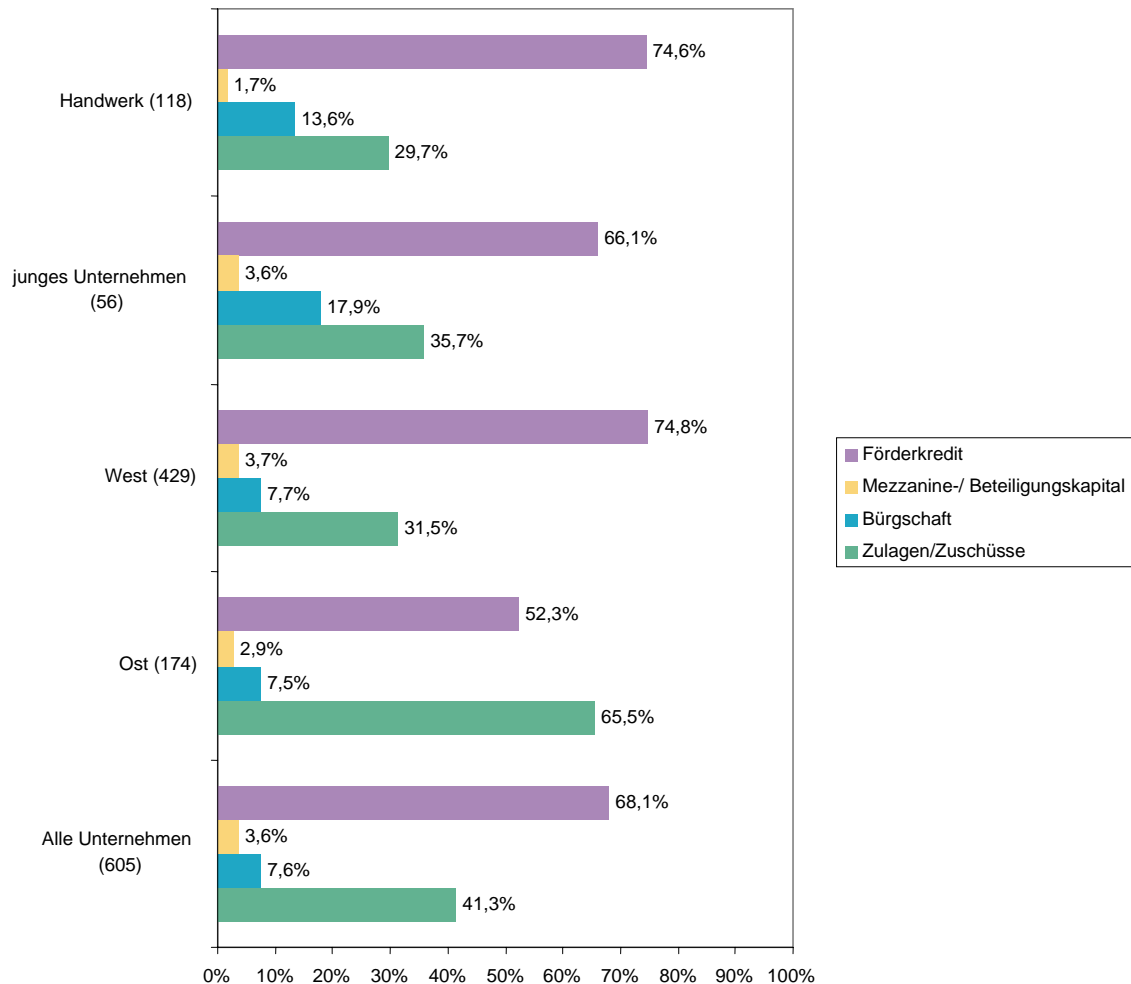
Grafik 49: Förderung beantragt nach Branchen (Anteile in Prozent)

Das am häufigsten genutzte Förderinstrument ist der Förderkredit (s. Grafik 50). Von 68 % der befragten Unternehmen werden Förderkredite deutlich häufiger genutzt als die auf dem zweiten Rang positionierten Zulagen und Zuschüsse (rund 41 %). Bürgschaften und Mezzanine-/Beteiligungskapital spielen dagegen mit Nennungen in Höhe von rund 8 % bzw. 4 % eine untergeordnete Rolle.

Eine unterschiedliche Nutzung einzelner Förderinstrumente durch verschiedene Unternehmenstypen lässt sich kaum feststellen. Die Tatsache, dass weder nach der Unternehmensgröße noch der Branche – mit Ausnahme von Mezzanine-/ Beteiligungskapital – statistisch signifikante Unterschiede feststellbar sind, zeigt, dass die einzelnen Förderinstrumente breit wirken und kaum einzelne Unternehmenstypen ausgrenzen. Wenn Unterschiede ermittelt werden konnten, so beziehen sich diese hauptsächlich auf die Region (Ost-/ Westdeutschland) sowie auf das Unternehmensalter.

Der Anteil der Unternehmen, der einen Förderkredit beantragt und erhalten hat, fällt in Westdeutschland mit 74,8 % deutlich höher aus als in Ostdeutschland (52,3 %). Eine Erklärung für dieses Ergebnis liefert eine differenzierte Betrachtung der Beantragung von Zulagen oder Zuschüssen in den neuen und alten Bundesländern. Hier ist der Anteil der Unternehmen aus Ostdeutschland mit 65,5 % mehr als doppelt so hoch wie der Anteil der in Westdeutschland

ansässigen Unternehmen (31,5 %). Diese Diskrepanz zwischen den neuen und alten Bundesländern ist darauf zurückzuführen, dass in den neuen Bundesländern eine große Anzahl von Fördermöglichkeiten auf Zulagen- und Zuschussbasis zur Verfügung stehen, die in Westdeutschland nicht vorhanden sind, und häufig attraktivere Konditionen bieten als Förderkredite.



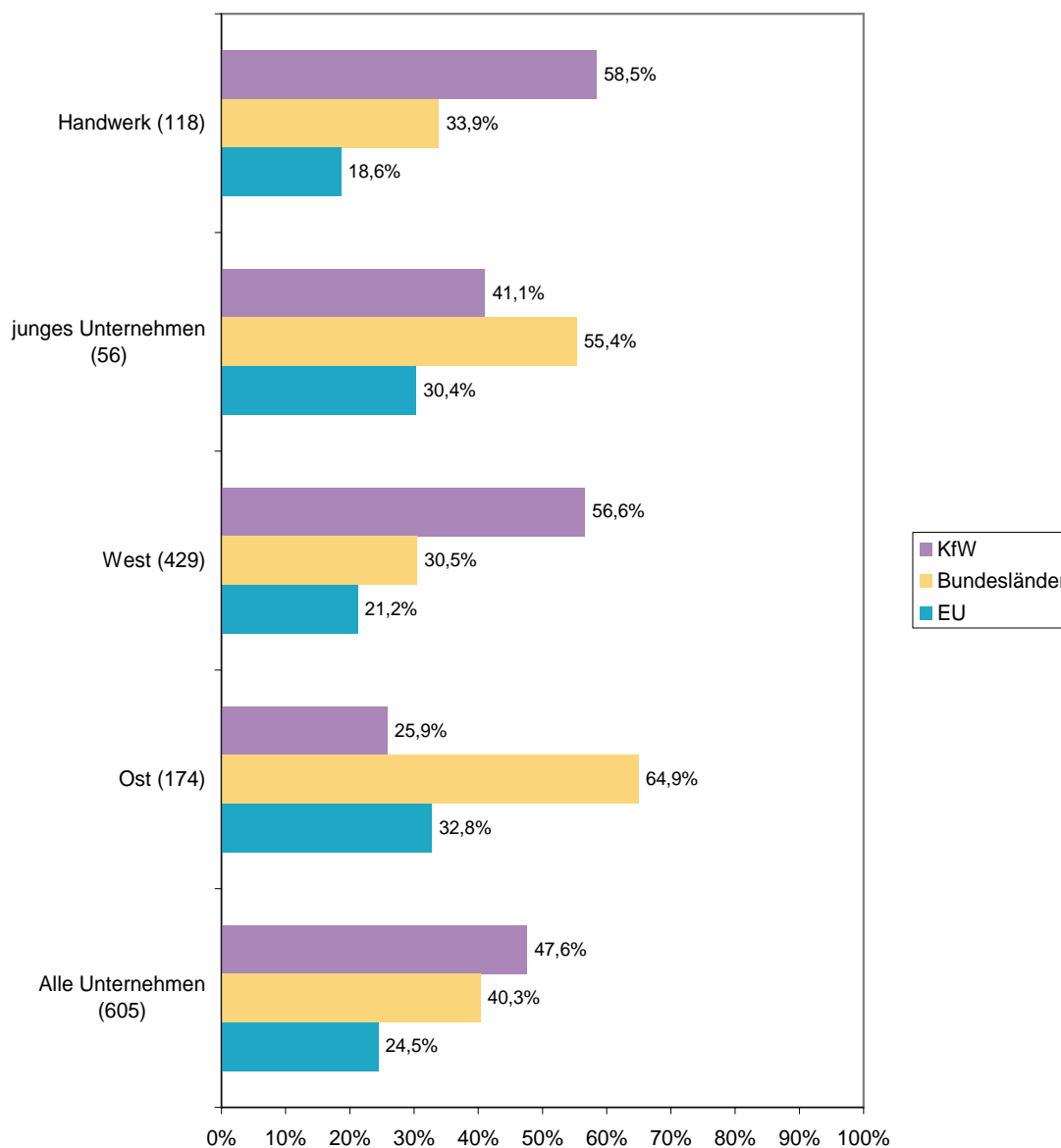
Mehrfachnennung möglich.

Grafik 50: Welche Fördermittel erhalten? Nach Handwerk, Alter und Region (Anteile in Prozent)

Vor allem junge Unternehmen nutzen Bürgschaften als zusätzliches Förderinstrument. Fördermittel in Form von Mezzanine- oder Beteiligungskapital spielen nach wie vor eine sehr geringe Rolle, insbesondere im Bausektor und im Einzelhandel werden sie sehr selten eingesetzt (ohne Grafik). Bedeutende Unterschiede in der Nutzung dieser Instrumente konnten nicht ermittelt werden, wobei zu berücksichtigen ist, dass aufgrund der geringen Nutzungszahl in der Stichprobe ein Nachweis mittels statistischer Methoden außerordentlich schwierig ist.

Bezüglich der Fördermittelgeber zeigt sich, dass beinahe bei der Hälfte der geförderten Unternehmen die Fördermittel von der KfW vergeben wurden. Fördermittel aus den Bundesländern sowie von der EU wurden mit rund 40 % bzw. knapp 25 % der geförderten Unternehmen deutlich seltener in Anspruch genommen.

Analog zur Untersuchung der Förderinstrumente zeigen sich nur wenige Unterschiede in der Nutzung der Fördermittelgeber durch verschiedene Unternehmenstypen. So können weder nennenswerte Unterschiede zwischen Unternehmensgrößenklassen noch den Branchen ausgemacht werden.



Mehrfachnennung möglich.

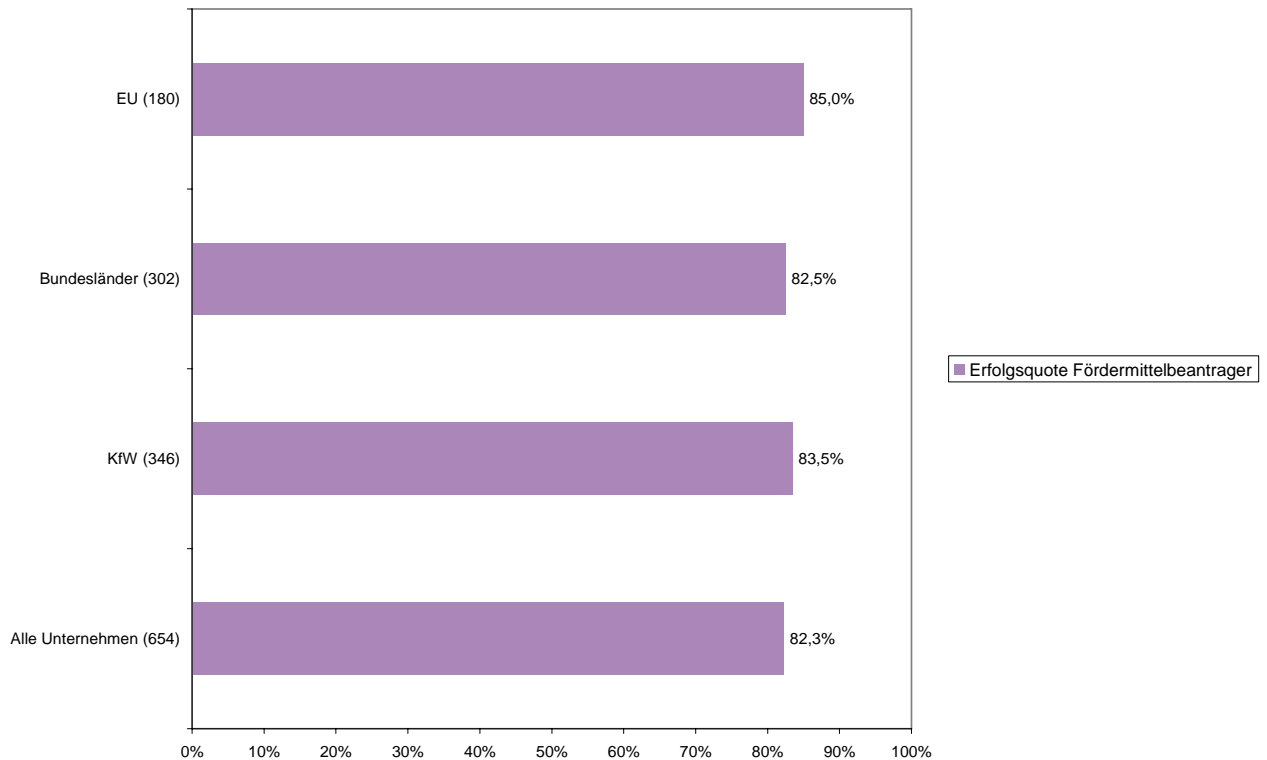
Grafik 51: Förderung von welchem Geber erhalten? Nach Alter, Branche und Region (Anteile in Prozent)

Unternehmen aus Westdeutschland erhielten Fördermittel der KfW deutlich häufiger als Unternehmen aus dem Osten Deutschlands. Wie ein Blick auf die Nutzung der anderen Fördermittelgeber zeigt, greifen die Unternehmen aus den neuen Bundesländern stark auf Ländermittel (64,9 %) zurück sowie auch häufiger auf EU-Mittel als ihre Pendanten im Westen. Dies ist – wie oben erwähnt – vor allem auf die im Osten zusätzlich vorhandenen Zuschussfördermaßnahmen zurückzuführen. Darüber hinaus zeigt sich, dass Länder- sowie EU-Mittel relativ häufig von jungen Unternehmen genutzt werden. Wie Grafik 51 zeigt, liegt der Anteil der KfW-Förderung bei den Handwerksunternehmen mit beinahe drei Fünfteln überdurchschnittlich hoch. Die zusätzlich durchgeführte multivariate Analyse kommt jedoch zum Schluss, dass sich hinter diesem Befund die Struktur der Handwerksunternehmen verbirgt, nicht jedoch ein originärer Handwerkseffekt.

Grafik 52 zeigt, dass rund 82 % der Unternehmen, die eine Förderung beantragt haben, dabei auch erfolgreich waren. Dabei unterscheiden sich die Erfolgsaussichten nur wenig zwischen den einzelnen Fördermittelgebern. Mit einer Erfolgsquote von knapp 84 % liegt der Anteil der erfolgreichen Antragsteller bei der KfW beinahe gleichauf wie unter den Antragstellern bei der EU (85 %), während rund 83 % der Antragsteller um Landesmittel erfolgreich waren.

Unterschiedliche Erfolgsquoten für verschiedene Unternehmenstypen lassen sich weder für die Förderung insgesamt noch für einzelne Fördergeber feststellen. Hierbei ist zu berücksichtigen, dass aufgrund der geringen Anzahl der Beobachtungen ein Nachweis mittels statistischer Methoden außerordentlich schwierig ist.⁶

⁶ Aus diesem Grund wird hier auch auf eine Analyse der Erfolgsquoten der einzelnen Förderinstrumente verzichtet.



Grafik 52: Erfolgsquoten der Fördermittelbeantragung nach Geber (Anteile in Prozent)

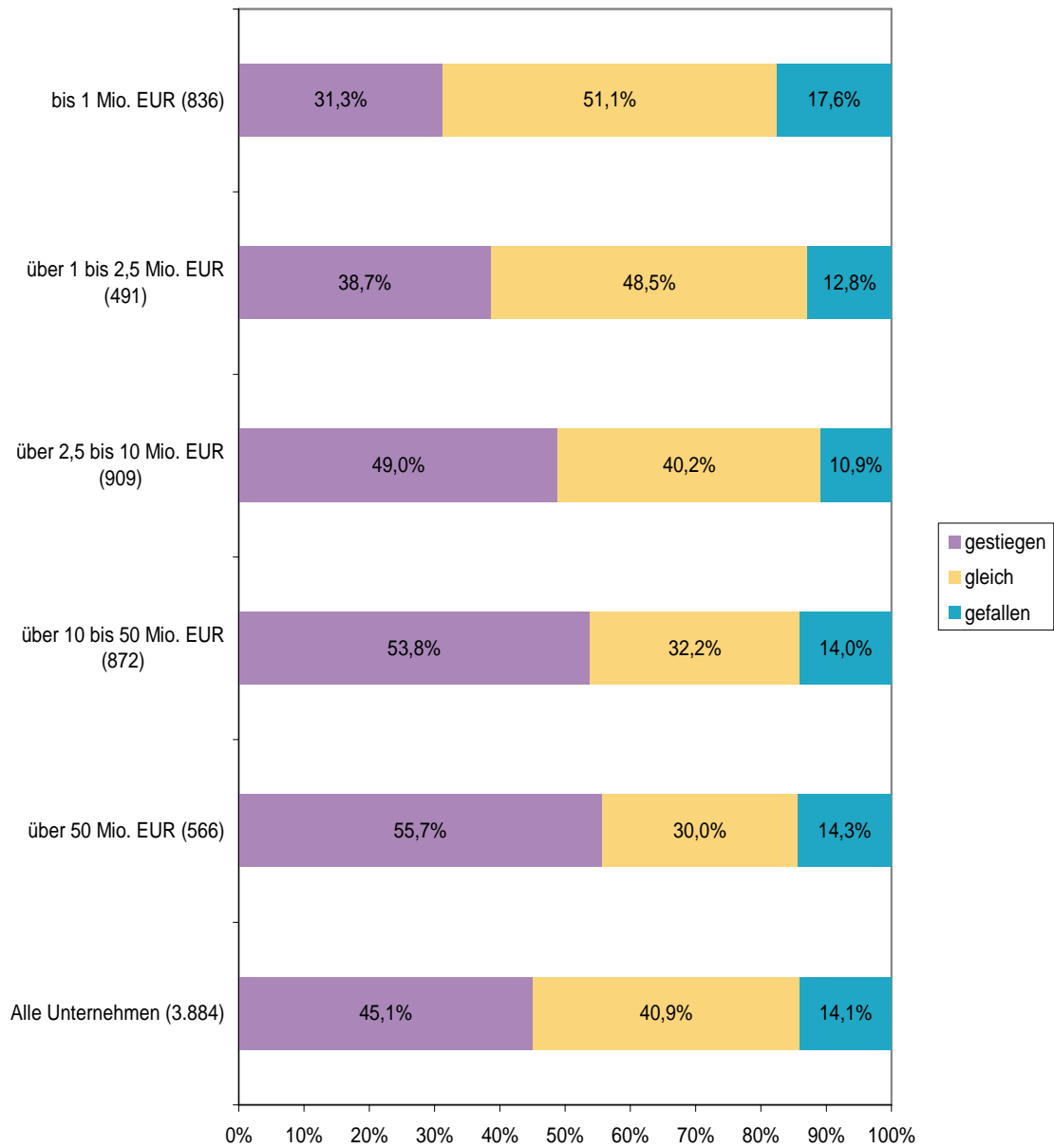
Zwischenfazit

Für die Unternehmensfinanzierung ist die Förderung (nach wie vor) von hoher Bedeutung. Die Nutzung von Förderangeboten steigt insbesondere mit der Umsatzgröße. Innerhalb der Gruppe der Nutzer von Förderangeboten zeigen sich bezüglich der Unternehmensmerkmale kaum Unterschiede zwischen der Nutzung von Fördermitteln oder Fördergebern. So können insbesondere keine Unterschiede zwischen verschiedenen Unternehmensgrößen oder Branchen ermittelt werden. Dies ist erfreulich, zeigt es doch, dass die einzelnen Förderinstrumente breit wirken und kaum einzelne Unternehmenstypen ausgrenzen. Die größten Unterschiede bestehen zwischen Unternehmen, die in den neuen bzw. alten Bundesländern angesiedelt sind. Diese Unterschiede sind auf die sich deutlich unterscheidenden Förderangebote in beiden Regionen zurückzuführen. Auch bezüglich der Erfolgsquoten können keine nennenswerten Unterschiede ermittelt werden. Insgesamt sind über vier Fünftel der Antragsteller erfolgreich und erhalten die gewünschte Förderung.

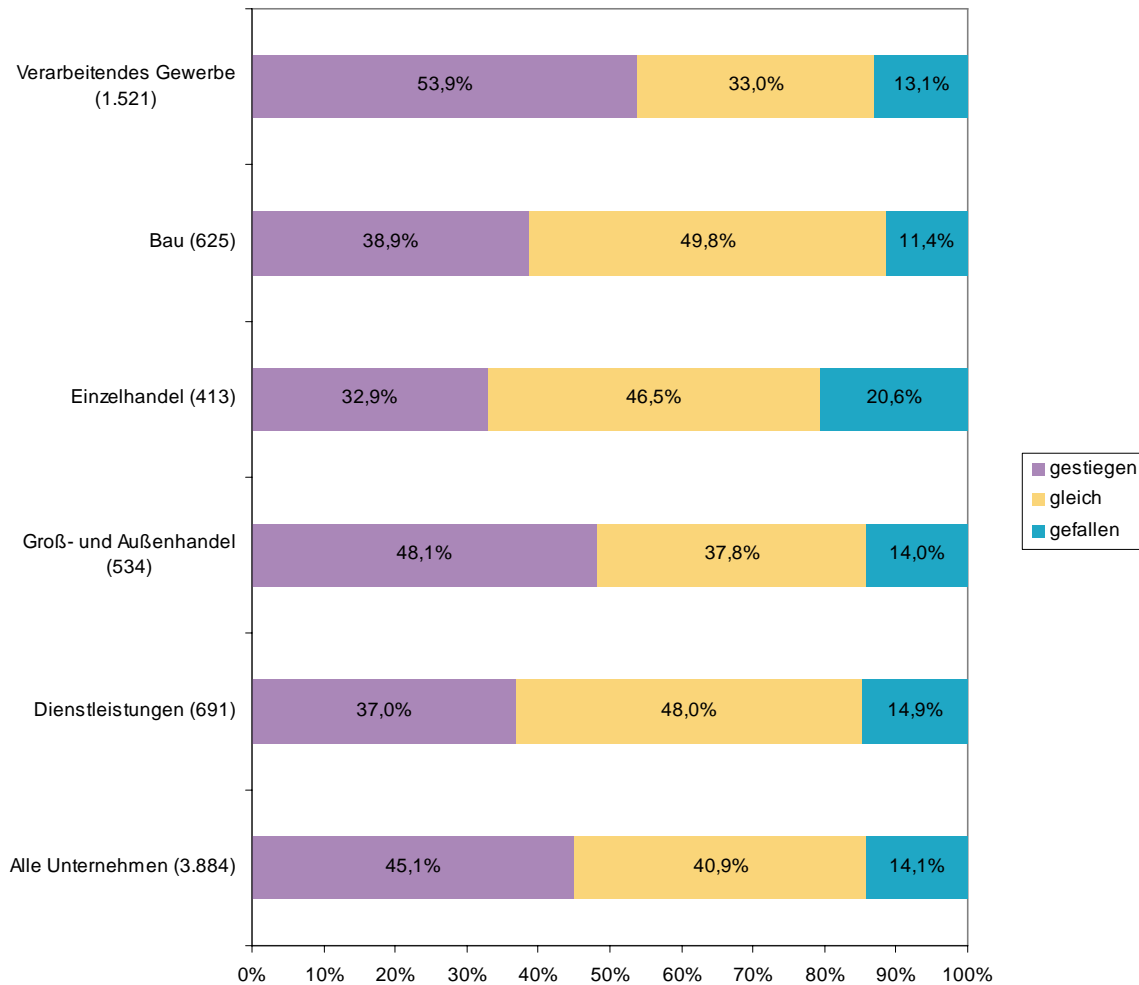
6 Unternehmensfinanzierung

Der Wandel am Finanzmarkt hat große Auswirkungen auf die Finanzierungsstruktur von kleinen und mittelständischen Unternehmen. Vor allem die Eigenkapitalquote ist in diesem

Zusammenhang von zentraler Bedeutung. So geben 45 % der befragten Unternehmen an, dass ihre Eigenkapitalquote in den letzten zwölf Monaten gestiegen sei (s. Grafik 53). 40 % berichten von einer konstanten Eigenkapitalquote. Lediglich bei 15 % der befragten Unternehmen ist sie gesunken. Somit zeigt sich, dass dank der guten konjunkturellen Entwicklung wesentlich mehr Unternehmen ihre Eigenkapitalbasis im vergangenen Jahr stärken konnten, als dass Unternehmen einen Rückgang hinnehmen mussten. Die Veränderung der Eigenkapitalquote hängt dabei eng mit der Unternehmensgröße sowie der Branche zusammen: insbesondere große Unternehmen sowie Unternehmen des Verarbeitenden Gewerbes berichten häufig von einer gestiegenen Eigenkapitalquote. In dieser Branche konnte mehr als die Hälfte der Unternehmen ihre Eigenkapitalquote erhöhen (s. Grafik 54). Ein signifikanter Unterschied zwischen ost- und westdeutschen Unternehmen sowie nach dem Unternehmensalter ist dagegen nicht zu erkennen.

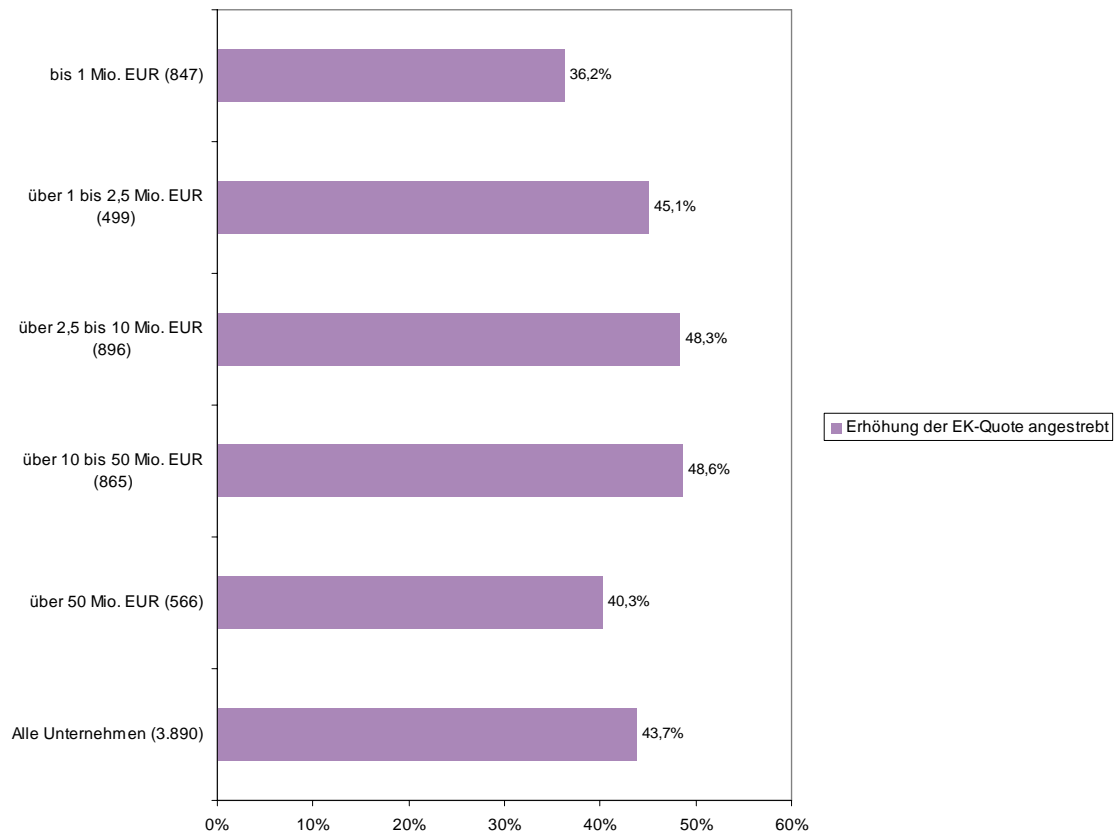


Grafik 53: Eigenkapitalquote nach Umsatzgrößenklasse (Anteile in Prozent)

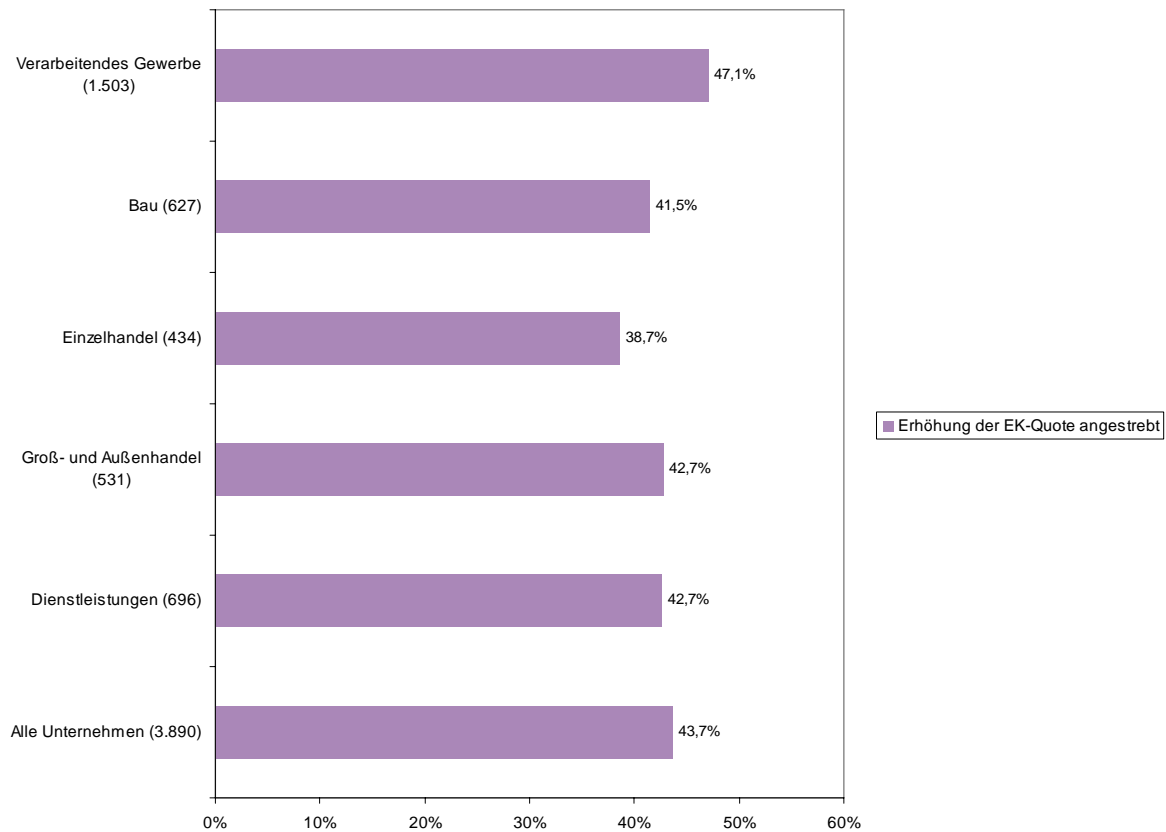


Grafik 54: Eigenkapitalquote nach Branchen (Anteile in Prozent)

43,7 % der Unternehmen planen ihre Eigenkapitalquote (weiter) zu erhöhen (s. Grafik 55). Unternehmen mit mittlerer Größe (Umsatz von 1 bis 50 Mio. EUR) streben dieses Ziel deutlich häufiger an als besonders große oder besonders kleine Unternehmen. Ebenso streben im Verarbeitenden Gewerbe mehr Unternehmen eine Erhöhung ihrer Eigenkapitalquote an als in anderen Branchen. Den geringsten Anteil weisen in diesem Zusammenhang Unternehmen des Einzelhandels mit 38,7 % auf (s. Grafik 56). Auch die antwortenden Unternehmen der Baubranche geben seltener an, eine Erhöhung ihrer Eigenkapitalquote zu planen. Dies kann als Indiz dafür gewertet werden, dass sich die Lage der Bauindustrie zwar verbessert hat, die Strukturkrise aber noch nicht überwunden ist.



Grafik 55: Erhöhung der Eigenkapitalquote geplant nach Unternehmensgröße (Anteile in Prozent)

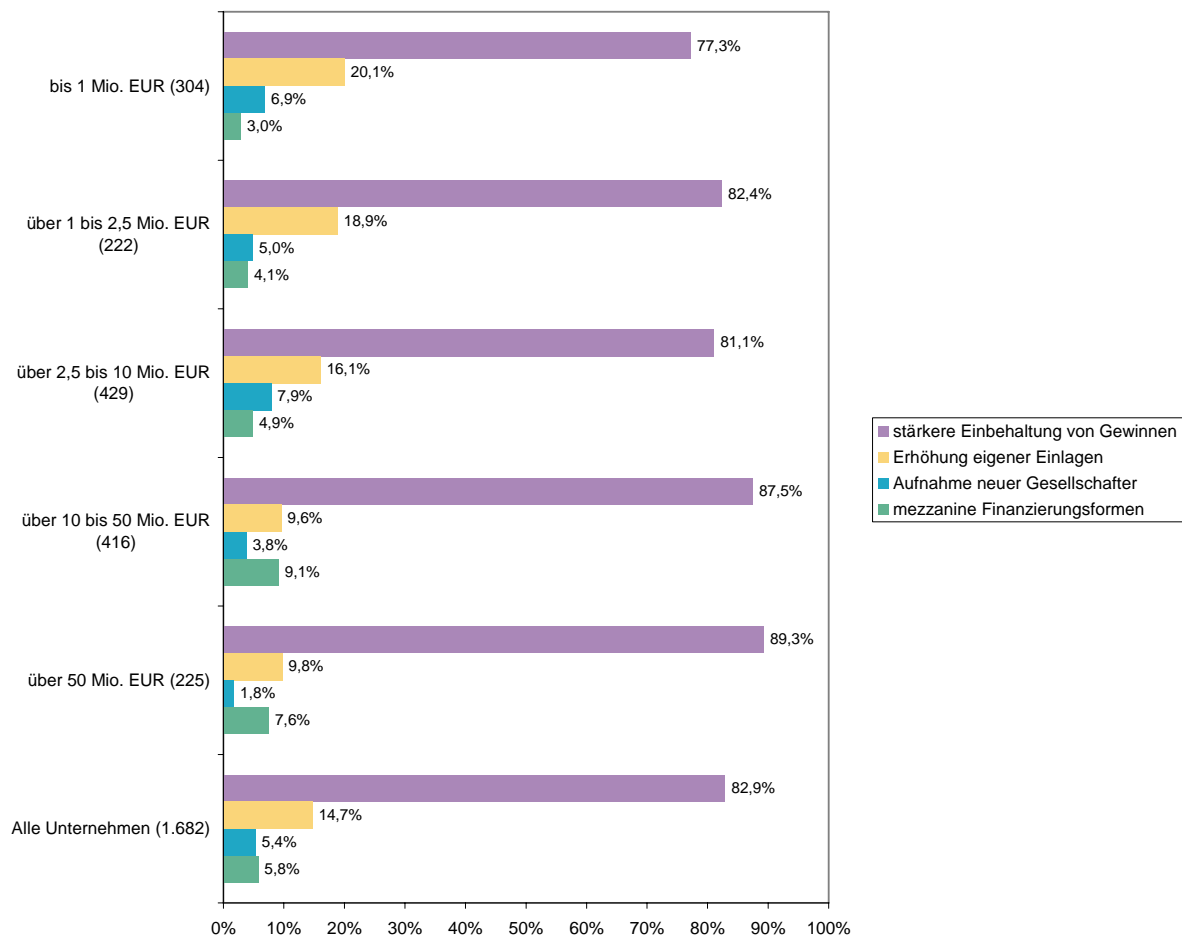


Grafik 56: Erhöhung der Eigenkapitalquote geplant nach Branchen (Anteile in Prozent)

Die stärkere Einbehaltung von Gewinnen ist und bleibt die wichtigste Ressource der Unternehmen, ihre Eigenkapitalbasis zu stärken. Mehr als vier Fünftel der antwortenden Unternehmen planen, ihre Eigenkapitalquote dadurch zu erhöhen (s. Grafik 57). Der Anteil der Unternehmen, welcher sich in der Lage fühlt, eine höhere Eigenkapitalquote durch die Einbehaltung von Gewinnen zu finanzieren, nimmt mit steigender Unternehmensgröße sowie steigendem Alter zu. Auch Handwerksunternehmen planen häufiger ihre Eigenkapitalquote durch die Einbehaltung von Gewinnen zu stärken. Signifikant weniger Aktiengesellschaften und Unternehmen des Groß- und Außenhandel teilen diese Pläne. Hierbei ist zu berücksichtigen, dass vor allem Aktiengesellschaften eine Vielzahl alternativer Finanzierungsmöglichkeiten zur Erhöhung ihrer Eigenkapitalquote zur Verfügung steht.

Die Erhöhung eigener Einlagen stellt zwar nach der Innenfinanzierung das zweitwichtigste Instrument zur Erhöhung der Eigenkapitalquote dar, spielt aber mit rund 15 % der antwortenden Unternehmen eine deutlich geringere Rolle. Die Bedeutung dieses Finanzierungsinstruments nimmt mit dem Umsatz eines Unternehmens signifikant ab. Doppelt so viele kleine Unternehmen mit einem Umsatz unter 1 Mio. EUR planen eine Eigenkapitalerhöhung durch eigene Einlagen als große Unternehmen mit einem Umsatz von über 50 Mio. EUR.

Für Unternehmen des Groß- und Außenhandels hat die Erhöhung eigener Einlagen eine signifikant höhere Bedeutung als für Unternehmen anderer Branchen. Dies erklärt den geringen Anteil der Unternehmen des Groß- und Außenhandels, welche die Innenfinanzierung als Mittel zur Erhöhung der Eigenkapitalquote verwenden möchten. Ein ähnlicher Zusammenhang zeigt sich auch für das Handwerk: Hier sind seltener Eigenkapitalerhöhungen durch die Erhöhung eigener Einlagen geplant.



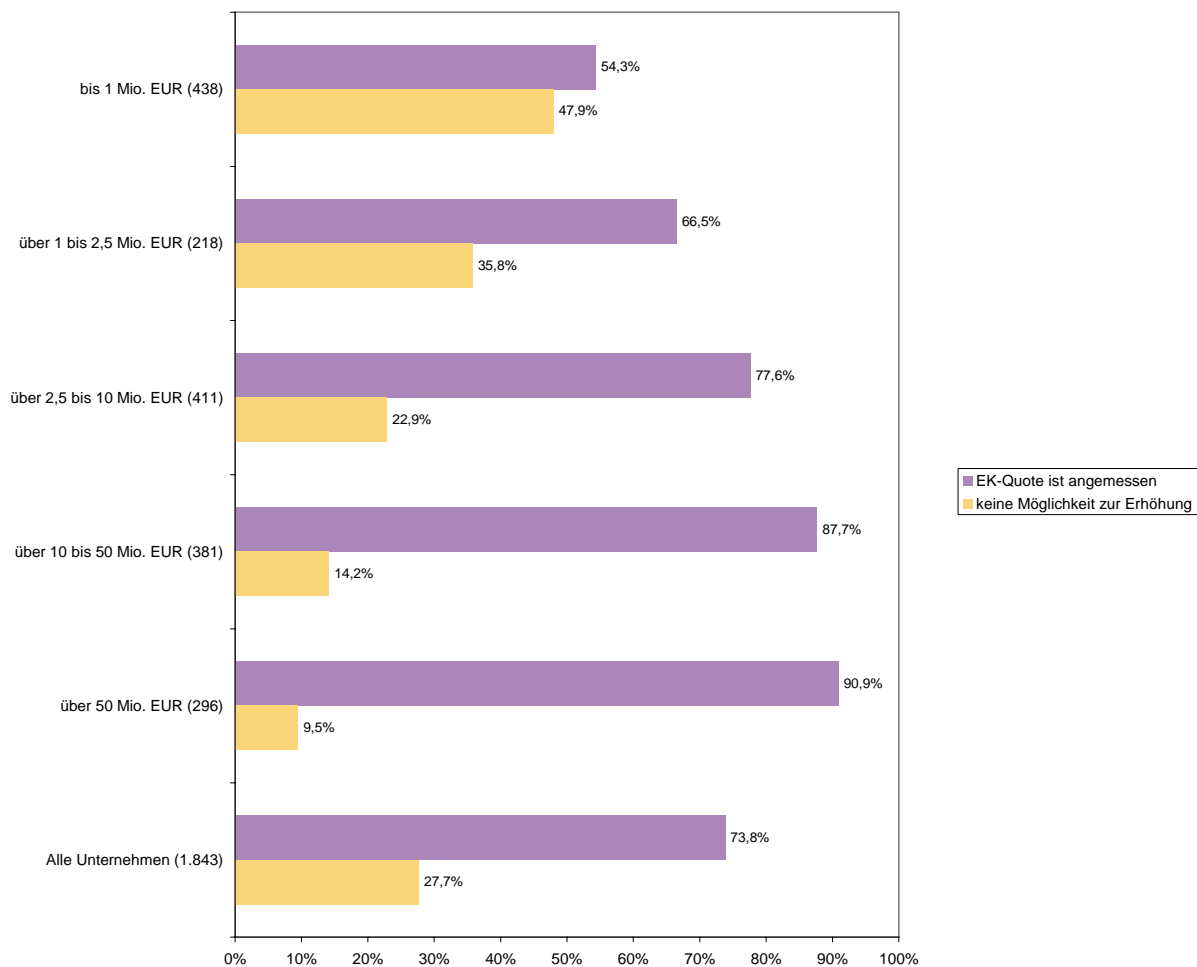
Mehrfachnennung möglich.

Grafik 57: Quellen der Erhöhung der Eigenkapitalquote nach Unternehmensgröße (Anteile in Prozent)

Lediglich 5,4 % der antwortenden Unternehmen planen die Aufnahme neuer Gesellschafter mit dem Ziel, ihre Eigenkapitalquote zu erhöhen. Aktiengesellschaften planen am häufigsten eine Erhöhung der Eigenkapitalquote durch die Aufnahme neuer Gesellschafter. Der Anteil liegt hier bei über 10 % (ohne Grafik).

Mezzanine Finanzierungsformen spielen mit einer Nennung in Höhe von 5,8 % der befragten Unternehmen ebenfalls nur eine geringe Rolle für die geplante Erhöhung der Eigenkapitalquote. Bei größeren Unternehmen liegt die Bedeutung von mezzaninen Finanzierungsfor-

men etwas höher. Ostdeutsche Unternehmen planen dagegen eine Eigenkapitalerhöhung durch Mezzanine signifikant seltener als solche im Westen.



Mehrfachnennung möglich.

Grafik 58: Erhöhung der Eigenkapitalquote nicht geplant nach Umsatzgrößenklassen (Anteile in Prozent)

Fragt man die Unternehmen, die keine Eigenkapitalerhöhung planen, nach den Gründen, so sagen fast 74 %, dass ihre Eigenkapitalquote angemessen ist. Je größer das Unternehmen, desto eher hält es seine Eigenkapitalquote für ausreichend. Dies ist nicht weiter verwunderlich, denn große Unternehmen in Deutschland sind wesentlich eigenkapitalstärker als kleinere. Während knapp über die Hälfte der Unternehmen mit einem Umsatz bis zu 1 Mio. EUR von einer angemessenen Eigenkapitalquote berichtet, sind es über 90 % der Unternehmen mit einem Umsatz von über 50 Mio. EUR (s. Grafik 58). Immer noch melden fast 28 % der Unternehmen, dass sie keine Möglichkeit sehen, ihre Eigenkapitalquote zu erhöhen. Darunter fallen vor allem Unternehmen mit einem Umsatz von bis zu 2,5 Mio. EUR. Bemerkenswert ist aber, dass erstmals im Rahmen dieser Befragung in allen Größenklassen mehr Unternehmen sagen, dass die Eigenkapitalausstattung ausreichend ist, als dass keine Möglich-

keit zur Erhöhung gesehen wird. Dies zeigt, dass viele Unternehmen in den letzten Jahren mit Erfolg ihre Eigenkapitalquote substanziell steigern konnten.

Unternehmen aus den neuen Bundesländern sehen häufig hohen Bedarf, jedoch gleichzeitig seltener eine Möglichkeit, ihre Eigenkapitalquote zu erhöhen als westdeutsche Unternehmen. Besonders betroffen sind in diesem Zusammenhang auch Einzelunternehmen. Diese haben häufig eine besonders schwache Eigenkapitalausstattung.

Unternehmen des Einzelhandels und der Baubranche schätzen ihre Eigenkapitalquote am seltensten als angemessen ein. Auch zeigt das Antwortverhalten in dieser Erhebung, dass Einzelhandelsunternehmen bislang weniger an der Konjunkturerwicklung partizipieren als andere Branchen. Daher melden Unternehmen des Einzelhandels, aber auch des Bausektors häufiger fehlende Möglichkeiten, die Eigenkapitalquote zu erhöhen.

Kunden privater Banken streben weniger häufig als Kunden von Sparkassen und Genossenschaftsbanken eine Eigenkapitalerhöhung an. Sie bewerten ihre Eigenkapitalausstattung eher als angemessen. Die Begründung liegt darin, dass Kunden privater Banken zu den Unternehmen gehören, welche insgesamt eine höhere Eigenkapitalquote aufweisen.

7 Fazit

Im Jahr 2006 haben sich die Erschwernisse bei der Kreditaufnahme weiter verringert. Nur noch knapp über ein Fünftel der befragten Unternehmen meldet, dass die Kreditaufnahme in den vergangenen zwölf Monaten schwieriger geworden sei. Dies ist ein deutlich geringerer Anteil als im Vorjahr. Zudem ist der Anteil der Unternehmen, welcher von einer Erleichterung bei der Kreditaufnahme berichtet, auf 16 % gestiegen. Für Unternehmen mit einem Umsatz von über 10 Mio. EUR ist der Saldo bereits positiv. Aber auch für kleine Unternehmen hat sich der Kreditzugang verbessert. Während 2005 vorwiegend große Unternehmen von Krediterleichterungen profitierten, konnten 2006 auch kleinere Unternehmen einen verbesserten Kreditzugang vermelden. Insgesamt liegt das beste Ergebnis seit Beginn der Unternehmensbefragungen im Jahr 2001 vor. Die Gründe für die Verbesserungen liegen einerseits in den Anpassungen der Unternehmen an die neuen Erfordernisse der Finanzmärkte, andererseits hat der Aufschwung, der im Jahr 2005 noch stark auf dem guten Exportgeschäft beruhte, mittlerweile auch die deutsche Binnenwirtschaft erreicht und für eine Aufhellung des Kreditklimas gesorgt.

Ein weiteres Zeichen für eine positive Entwicklung der Finanzierungsbedingungen für mittelständische Unternehmen ist die deutliche Erhöhung der Kreditlinien in den vergangenen zwölf Monaten. Während ein Viertel der antwortenden Unternehmen von einer Erhöhung

spricht, melden nur 8 % der antwortenden Unternehmen eine Kürzung der Kreditlinien. Auch die Einschätzung zur Entwicklung der Kreditlinien in den nächsten zwölf Monaten ist im Saldo positiv. So rechnen mehr Unternehmen mit deren Erhöhung als mit einer Kürzung. Auch bezüglich der Kreditlinien zeigt sich jedoch, dass kleine Unternehmen im Vergleich zu großen weniger von den positiven Entwicklungen profitieren.

Allerdings ist der Finanzmarktwandel noch nicht abgeschlossen. Anforderungen an die Dokumentation von Vorhaben und an die Offenlegung von Unternehmenszahlen sind weiter gestiegen. Banken und Sparkassen streben weiter danach, detaillierte Informationen von den Unternehmen zu erhalten, um das zu finanzierende Risiko genau beurteilen zu können. Risikoadäquate Kreditbedingungen in Form von höheren Zinsen für höhere Risiken spielen in diesem Zusammenhang eine bedeutende Rolle. In der aktuellen Studie berichten 73,3 % aller Unternehmen, die eine Verschlechterung des Kreditklimas melden, von gestiegenen Zinsen als Problem bei der Kreditaufnahme. Da keine signifikanten Unterschiede zwischen den Unternehmensgrößenklassen festgestellt werden konnten, ist ein Erklärungsfaktor, dass Banken und Sparkassen mittlerweile auch kleinen Unternehmen risikoadäquate Kreditkonditionen anbieten. Allerdings kann der große Anteil an Unternehmen, welcher von Problemen bei der Kreditaufnahme aufgrund hoher Zinsen berichtet, auch mit der Erhöhung der Kreditzinsen infolge der guten konjunkturellen Entwicklung in den letzten zwölf Monaten im Zusammenhang stehen.

Die Lage von kleinen Unternehmen bleibt trotz der deutlich spürbaren Verbesserungen weiterhin angespannt. Vor allem die Informationsdefizite zwischen kleineren Unternehmen und Banken bzw. Sparkassen und die daraus folgenden Informationsasymmetrien sollten abgebaut werden. Zum einen haben kleinere Unternehmen größere Probleme, den Banken Informationen im geforderten Umfang zur Verfügung zu stellen, auf der anderen Seite bieten Banken und Sparkassen kleinen Unternehmen im Vergleich zu großen Unternehmen weniger Beratungsleistungen an. Zusammengefasst kann von Defiziten in der Kommunikation zwischen Banken bzw. Sparkassen und kleinen mittelständischen Unternehmen gesprochen werden.

Diese Kommunikationsdefizite wirken sich auch auf die Ergebnisse der Befragung zum Thema Rating aus. Kleine Unternehmen sind weiterhin schlechter als größere zum Thema Rating informiert und kennen seltener ihre konkrete Ratingnote. Die unterschiedliche Bereitschaft und die Möglichkeiten der Unternehmen, Informationen zur Verfügung zu stellen sowie die Ausrichtung der Banken und Sparkassen auf vermeintlich rentablere Kunden, verfestigen die starke Divergenz zwischen kleineren und größeren Unternehmen. Obwohl ein Großteil der Unternehmen das Rating verbessern konnte, wissen 13 % der antwortenden Unternehmen noch immer nicht, ob ihre Bank sie geratet hat oder nicht. Der Hauptgrund für

die Unwissenheit der Unternehmen ist allerdings mangelnde Eigeninitiative, da z. B. ca. 75 % derer, die ihre Ratingnote nicht kennen, sich auch nicht danach erkundigt haben. Es bleibt daher nachdrücklich an die Unternehmen zu appellieren, sich mit dem Thema Rating auseinanderzusetzen und zu handeln. Insgesamt fallen die Ergebnisse der Studie, was die Entwicklung der Ratingnote derjenigen Unternehmen angeht, die sich über das Thema informiert haben recht positiv aus: In den letzten zwölf Monaten fiel der Anteil von Unternehmen mit einem verbesserten Rating deutlich höher aus als der Anteil mit einem verschlechterten Rating. Hierbei spielt neben den von den Unternehmen eingeleiteten Maßnahmen zur Verbesserung des Ratings auch die gute Konjunktur eine Rolle, die zur Verbesserung der Geschäftsaussichten vieler Unternehmen geführt hat.

Die Investitionstätigkeit mittelständischer Unternehmen hat in den letzten Jahren stark zugelegt. Diese positive Entwicklung kommt in den Ergebnissen der Studie klar zum Ausdruck. So übersteigt der Anteil der Erweiterungsinvestitionen erstmals wieder deutlich den Anteil der Ersatzinvestitionen. 40 % der antwortenden Unternehmen haben ihre Investitionstätigkeit im letzten Jahr ausgeweitet. Hingegen haben nur 17 % ihre Investitionstätigkeit gesenkt. 35 % der befragten Unternehmen planen eine Ausweitung ihrer Investitionen, nur 18 % hingegen wollen ihre Investitionstätigkeit nicht verstärken. Allerdings sind auch hinsichtlich der Investitionstätigkeit Unterschiede zwischen den Unternehmensgrößen festzustellen. Große Unternehmen planen im größeren Rahmen ihre Investitionen auszuweiten als kleinere.

Ein Drittel der Unternehmen hat zur Finanzierung ihres Investitionsvorhabens einen Kredit beantragt. Die Kreditanträge wurden in 15,5 % der Fälle (Vorjahr 18,5 %) abgelehnt. Bemerkenswert ist, dass die Verbesserung gegenüber dem Vorjahr fast ausschließlich durch eine erhebliche Verminderung der Ablehnungsquote bei kleineren Unternehmen bedingt ist. Dies zeigt deutlich, dass die Finanzierungsbedingungen sich auch für den kleinen Mittelstand aufgehellt haben, auch wenn die Kreditablehnungsquote im Vergleich zu größeren Unternehmen weiterhin am höchsten ist. So werden Investitionskredite von kleinen Unternehmen (bis 1 Mio. EUR Umsatz) knapp viermal häufiger abgelehnt als von großen Unternehmen (> 50 Mio. EUR Umsatz). Die beiden häufigsten Ablehnungsgründe von Investitionskreditanträgen waren – wie im Vorjahr – zu geringe Sicherheiten und eine zu geringe Eigenkapitalquote der Antragsteller. Dies zeigt, dass Sicherheiten von zentraler Bedeutung für die Kreditvergabeentscheidung sind. Mit Abstand die meisten der Unternehmen, die Sicherheiten im Rahmen von Kreditaufnahmen gestellt haben, haben ihre Kredite mit Grundschulden besichert (60 %). Weitere häufig genannte Sicherheiten sind Sicherungsübereignungen, Guthaben sowie Abtretungen von Forderungen aus Lieferungen und Leistungen. Immaterielle Vermögenswerte spielen mit einem Anteil von 2,2 % nur für wenige Unternehmen eine Rolle bei der Kreditaufnahme.

In der Mehrzahl der Fälle hatte eine negative Kreditentscheidung unmittelbare Auswirkungen auf die Durchführung der Investitionen: nur etwas mehr als ein Fünftel der Unternehmen, die eine Ablehnung ihres Antrags erfahren haben, konnte ihr Investitionsvorhaben in vollem Umfang und ohne Verzögerung realisieren.

Um Fördermaßnahmen haben sich fast ein Fünftel der befragten Unternehmen bemüht. Wo bei die Nutzung der Mittel stark nach der Region divergiert, in welcher die Unternehmen an sässig sind. Während im Westen Deutschlands von den Unternehmen vor allem Förderkredite der KfW in Anspruch genommen werden, erhielten Unternehmen aus den neuen Bundesländern vor allem Zuschüsse oder Zulagen der Länder. Der Grund hierfür ist das breitere Angebot an Fördermitteln in Form von Zulagen und Zuschüssen in den neuen Bundesländern. Insgesamt sind über vier Fünftel der Antragsteller erfolgreich und erhalten die gewünschte Förderung.

Für das Rating eines Unternehmens spielt vor allem die Eigenkapitalquote eine wichtige Rolle. Aktive Ratingpolitik betreiben heißt unter anderem auch, seine Eigenkapitalquote zu stärken. Der große Anteil der Unternehmen (45 %), der dazu im Stande war, ist ein Zeichen dafür, dass die Unternehmen sich immer besser auf den Finanzmarktwechsel einstellen. 43 % aller befragten Unternehmen planen eine weitere Erhöhung ihrer Eigenkapitalquote. Die meisten Unternehmen wollen dies durch eine Einbehaltung von Gewinnen erreichen. Die Ergebnisse der Befragung aus dem Bereich der Unternehmensfinanzierung unterstreichen aber auch einen großen Unterschied zwischen größeren und kleineren Unternehmen. Große Unternehmen planen häufiger als kleine Unternehmen, ihre Eigenkapitalquote zu erhöhen. Das liegt auch daran, dass sie über eine größere Auswahl an Finanzierungsalternativen verfügen. Kleine Unternehmen verzichten vergleichsweise oft auf die Erhöhung ihrer Eigenkapitalquote, weil sie keine Möglichkeit dazu sehen.

Literaturverzeichnis

KfW, Creditreform, IfM, RWI, ZEW (Hrsg.) (2007), Den Aufschwung festigen - Beschäftigung und Investitionen weiter vorantreiben. Mittelstandsmonitor 2007 - Jährlicher Bericht zu Konjunktur- und Strukturfragen kleiner und mittlerer Unternehmen.

<http://www.ifm-bonn.org>

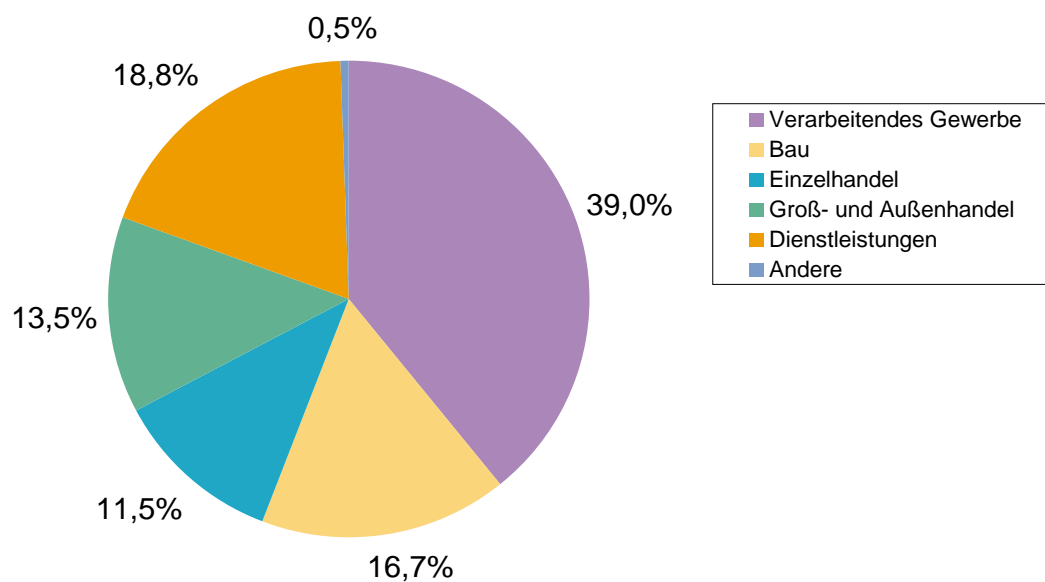
Plattner, D. (2007), Zur Finanzierungsstruktur kleiner und mittlerer Unternehmen in Deutschland: Aktuelle Entwicklungen und spezifische Probleme. Wirtschafts-Observer Online Nr. 21, März 2007.

Zimmermann, V. (2006), Entwicklung und Determinanten des Zugangs zu Bankkrediten. KfW-Research. Mittelstands- und Strukturpolitik 35, S. 45-76.

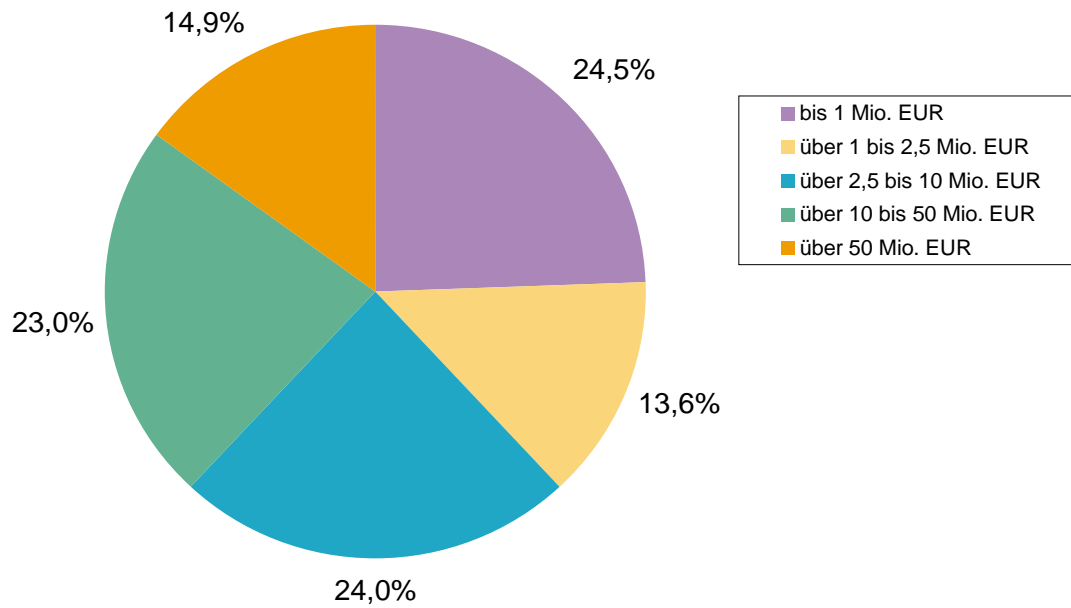
Anhang: Struktur des Samples

Insgesamt wurden rund 50.000 Fragebögen an die teilnehmenden Verbände versandt, welche diese wiederum an ihre Mitglieder weiterverteilt haben. Der Rücklauf betrug dieses Jahr 4.268 Fragebögen, von denen 22 als Duplikate aussortiert wurden. Somit bilden 4.246 Fragebögen die Basis für die Analyse. Durch fehlende Angaben (z. B. Antwortverweigerungen oder wenn Fragen auf bestimmte Unternehmen nicht zutreffen) kann sich die Zahl bei einzelnen Fragen weiter reduzieren.

Die Struktur des Samples kann den folgenden Schaubildern entnommen werden.

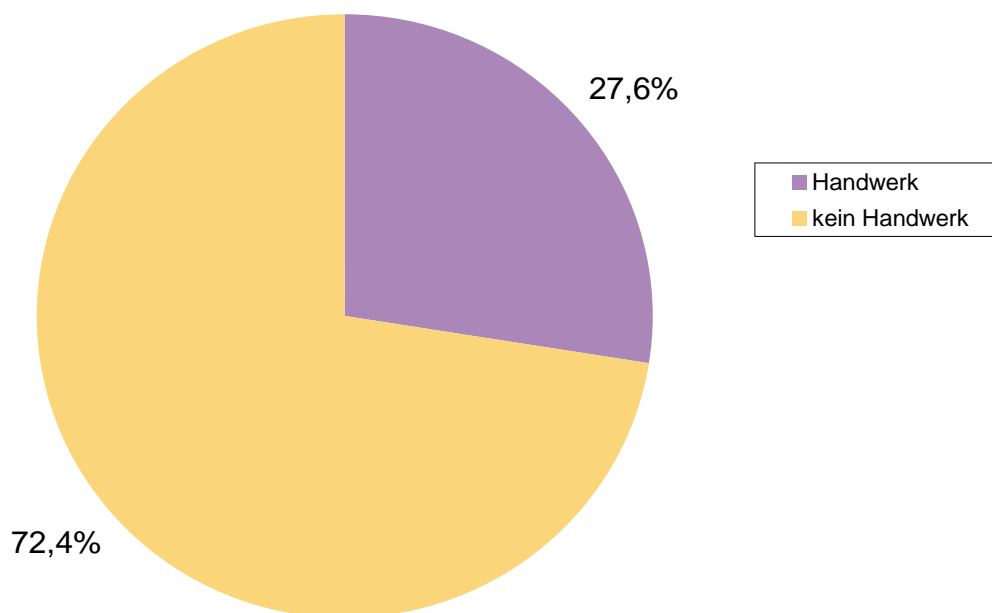


Grafik 59: Struktur des Samples nach Branchen

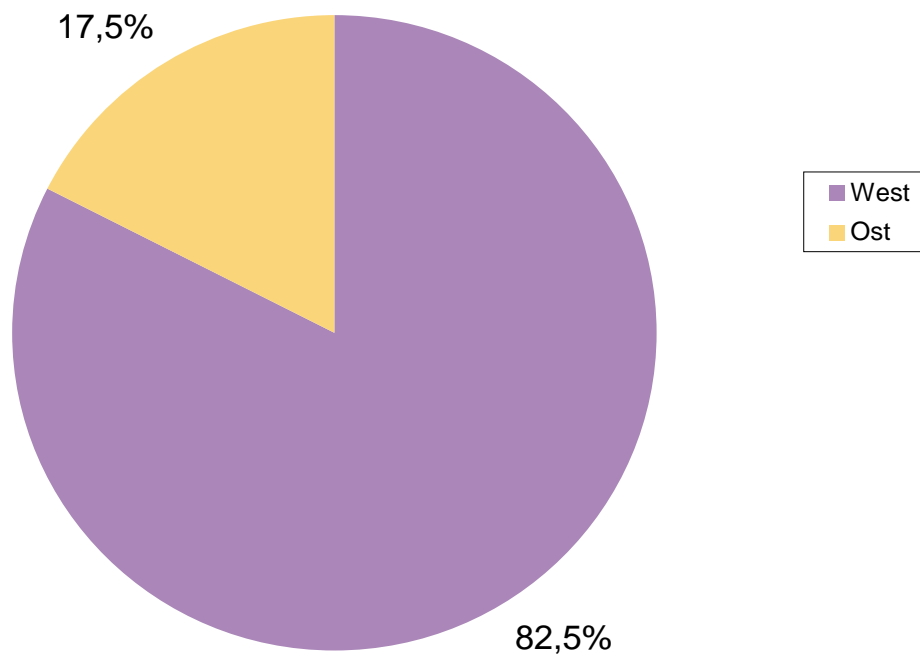


Grafik 60: Struktur des Samples nach Umsatzgrößenklassen

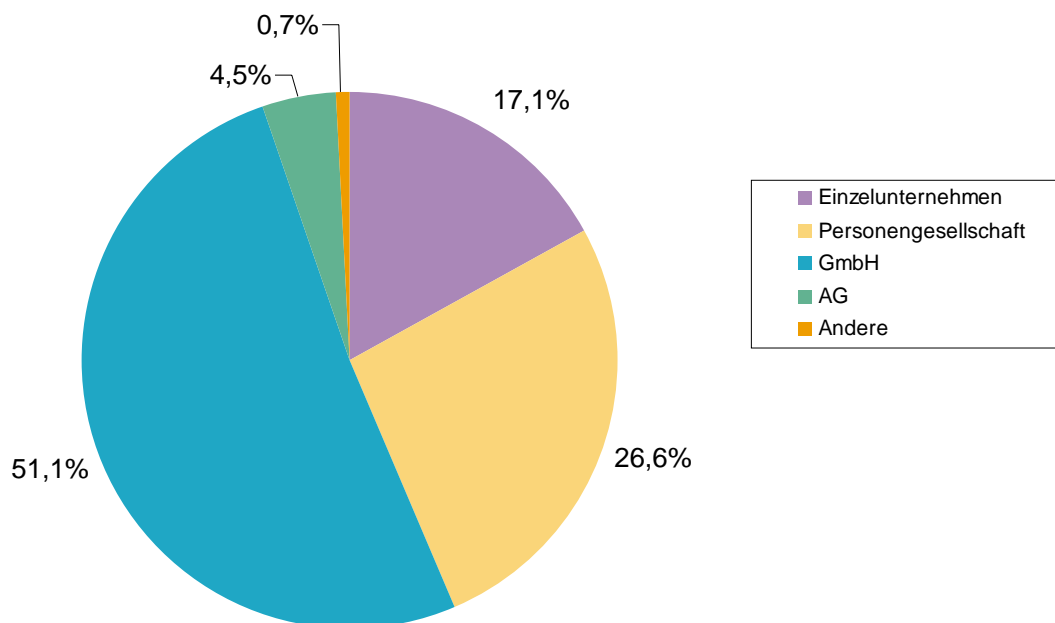
Die Anteile einer bestimmten Umsatzgrößenklasse oder einer bestimmten Branche am Sample spiegeln nicht notwendigerweise den Anteil aller Unternehmen dieser Größenordnung oder Branche an der gesamten Volkswirtschaft wider, eine entsprechende Korrektur wird in der vorliegenden Studie wie auch schon in den Vorjahren nicht vorgenommen.



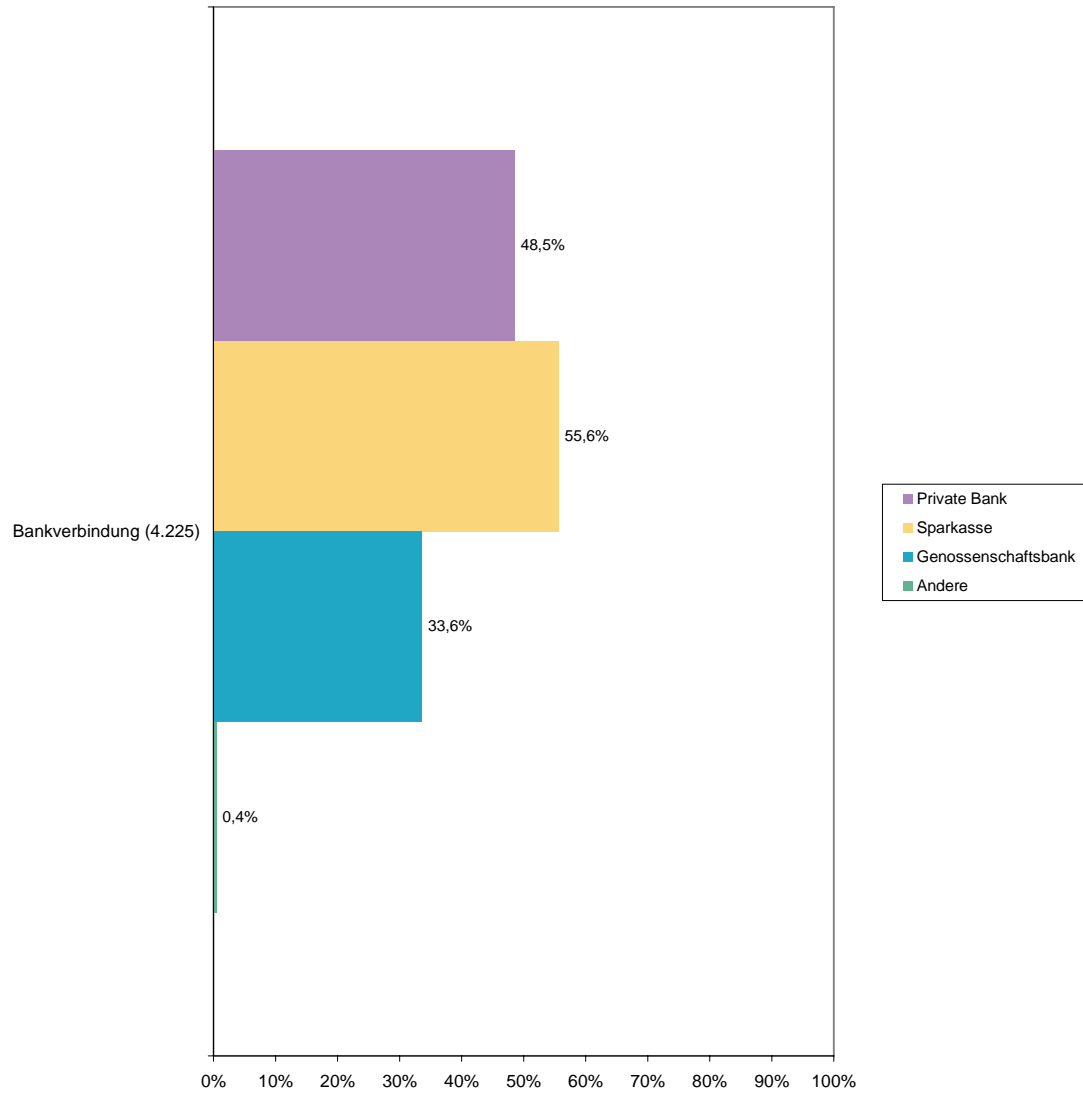
Grafik 61: Struktur des Samples nach Zugehörigkeit zum Handwerk



Grafik 62: Struktur des Samples nach Region



Grafik 63: Struktur des Samples nach Rechtsformen



Mehrfachnennung einer Bankengruppe möglich.

Die Kategorien „Sonstige“, „Andere“ etc. werden in der Untersuchung nicht gesondert ausgewiesen.

Grafik 94: Struktur des Samples nach Hauptbankverbindung

Methodischer Anhang

Die Ergebnisse der Untersuchung werden meist in Form von Häufigkeiten präsentiert. Jedoch haben wir alle Ergebnisse mit Hilfe statistischer Regressionen überprüft. Dabei kamen meist multivariate logit-, ordered logit-Schätzungen und multinomiale logit-Schätzungen mit Umsatz, Branche, Region, Rechtsform, Hauptbankverbindung, Handwerkszugehörigkeit und Altersklasse als erklärenden Variablen und den Antwortalternativen als abhängiger Variable zum Einsatz.

Diese Schätzungen wurden nicht zur Erklärung der Antwortwahrscheinlichkeit, sondern ausschließlich zur Überprüfung der Einflussstärke eingesetzt, um zu sehen, inwieweit die Antworthäufigkeiten in einzelnen Untergruppen signifikante Unterschiede aufweisen.

Berichtet und kommentiert werden nur solche Ergebnisse, die einer statistischen Überprüfung standhielten und sich als statistisch signifikant erwiesen haben. Das bedeutet im Umkehrschluss, dass aus den Schaubildern allein keine validen Ergebnisse abgeleitet werden können.

Für diese Untersuchung ist auf die Hochrechnung der Ergebnisse nach der Randverteilung der Umsatzsteuerstatistik verzichtet worden. Für den Verzicht sprechen drei Gründe: Zum einen handelt es sich wegen des Befragungsweges nicht um eine echte Zufallsstichprobe; zudem ist sie ungeschichtet. Zum anderen bekämen die Unternehmen mit weniger als 1 Mio. EUR Jahresumsatz, die im Befragungssample eine relativ kleine Gruppe sind, bei der Hochrechnung ein sehr großes Gewicht – mit zweifelhaften Folgen für die Ergebnissicherheit. Schließlich werden die Ergebnisse sowieso meist nicht dem Durchschnitt nach – der zweifellos die tatsächlichen Verhältnisse in der Gesamtwirtschaft nur unzureichend widerspiegelt – betrachtet, sondern auf Größenklassen, Branchen etc. heruntergebrochen.

Teilnehmende Verbände

AGA Unternehmensverband Großhandel, Außenhandel, Dienstleistung e.V.

Börsenverein des Deutschen Buchhandels e.V.

Bundesvereinigung der Deutschen Ernährungsindustrie e.V. (BVE)

Bundesverband der Deutschen Industrie e.V. (BDI)

Bundesverband des Deutschen Groß- und Außenhandels e.V. (BGA)

Bundesverband Druck und Medien e.V. (BVDM)

Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien e.V. (BITKOM)

Gesamtverband der deutschen Textil- und Modeindustrie e.V.

Gesamtverband Kunststoffverarbeitende Industrie e.V. (GKV)

Hauptverband der Deutschen Bauindustrie e.V. (HVBI)

Hauptverband des Deutschen Einzelhandels e.V. (HDE)

Hotelverband Deutschland e.V. (IHA)

Landesverband der Baden-Württembergischen Industrie e.V. (LVI)

Union Mittelständischer Unternehmen e.V. (UMU)

Verband der Automobilindustrie e.V. (VDA)

Verband der Chemischen Industrie e.V. (VCI)

Verband der Wirtschaft Thüringens e.V. (VWT)

Verband Deutscher Maschinen- und Anlagenbau e.V. (VDMA)

Vereinigung der Bayerischen Wirtschaft e.V. (VbW)

Vereinigung der Unternehmensverbände für Mecklenburg-Vorpommern e.V. (VUMV)

Vereinigung der Unternehmensverbände in Berlin und Brandenburg e.V. (UVB)

Wirtschaftsjunioren Deutschland e.V. (WJD)

Wirtschaftsverband Stahl- und Metallverarbeitung e.V. (WSM)

Zentralverband des Deutschen Baugewerbes e.V. (ZDB)

Zentralverband des Deutschen Handwerks e.V. (ZDH)

Zentralverband Elektrotechnik- und Elektronikindustrie e.V. (ZVEI)