

»» No way back: Viele KMU erwarten nachhaltige Folgen der Corona-Krise für die Produktnachfrage

Nr. 342, 9. August 2021

Autorin: Dr. Juliane Gerstenberger, Telefon 069 7431-4420, juliane.gerstenberger@kfw.de

Die Corona-Pandemie und die damit einhergehenden Eindämmungsmaßnahmen haben unser gesellschaftliches Leben sowie unser Konsum- und Bewegungsverhalten stark verändert. Einige dieser Veränderungen werden wohl auch nach einem Ende der Pandemie bleiben. Das wird nachhaltige Auswirkungen auf die Nachfrage nach den Produkten und Dienstleistungen der kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) in Deutschland haben – dies zeigen die Ergebnisse einer Sonderbefragung im Rahmen des KfW-Mittelstandspanels.

Demnach erwartet rund jedes dritte mittelständische Unternehmen (31 %), dass das veränderte Konsumverhalten die Nachfrage nach den wichtigsten Produkten oder Dienstleistungen ihrer Unternehmen auch nach der Krise beeinflussen wird. Aber wie in vergangenen Krisen auch gibt es sowohl Gewinner als auch Verlierer. So rechnen rund 17 % der KMU damit, dass die Nachfrage dauerhaft unter dem Vorkrisenniveau bleibt. In der Gruppe der am stärksten von den Eindämmungsmaßnahmen betroffenen KMU ist es sogar jedes zweite Unternehmen, was eher pessimistisch in die Zukunft blickt. Rund 14 % der Mittelständler erwarten dagegen, dass sie von den krisenbedingten Veränderungen profitieren werden und ihre Produkte und Dienstleistungen nach der Pandemie stärker gefragt sind als vorher.

Gleichzeitig erwarten jedoch rund vier von zehn Mittelständlern keine nachhaltigen Auswirkungen der Krise. Sie rechnen damit, dass sich die Nachfrage nach ihren Produkten wieder auf dem Vorkrisenniveau einpendeln wird. Weitere 29 % der Mittelständler sahen bisher keine Auswirkungen der Krise auf die Nachfrage nach ihren Produkten.

Die Ergebnisse zeigen, dass nicht wenige KMU mit ihrer bisherigen Produkt- bzw. Dienstleistungspalette in der Post-Corona-Welt nicht mehr so gut aufgestellt sind wie vorher. Ein Transformationsprozess wird für diesen Teil des Unternehmenssektors wohl unumgänglich sein.

Krisen als Katalysatoren von Veränderung

Krisen galten schon immer als Treiber von Veränderungen – nicht nur auf der gesamtgesellschaftlichen Ebene, sondern auch auf Ebene der einzelnen Wirtschaftssubjekte. Die Corona-Krise hat das Potenzial in verschiedensten Bereichen als „Hyper-Katalysator“ in die Geschichte einzugehen. Denn sie ist insofern noch einmal besonders, als dass die

Pandemie und die damit einhergehenden Eindämmungsmaßnahmen das Konsum- und Bewegungsverhalten der Menschen stärker verändert haben, als es in einer „normalen“ Wirtschaftskrise vielleicht üblich ist. Dies ist in allen Lebensbereichen spürbar. Ob Homeoffice, Onlineshopping, digitale Messen, Online-Spieleabende mit Freunden – zahlreiche (Wirtschafts-) Aktivitäten sind aufgrund der Pandemie von der realen in die virtuelle Welt gewandert.

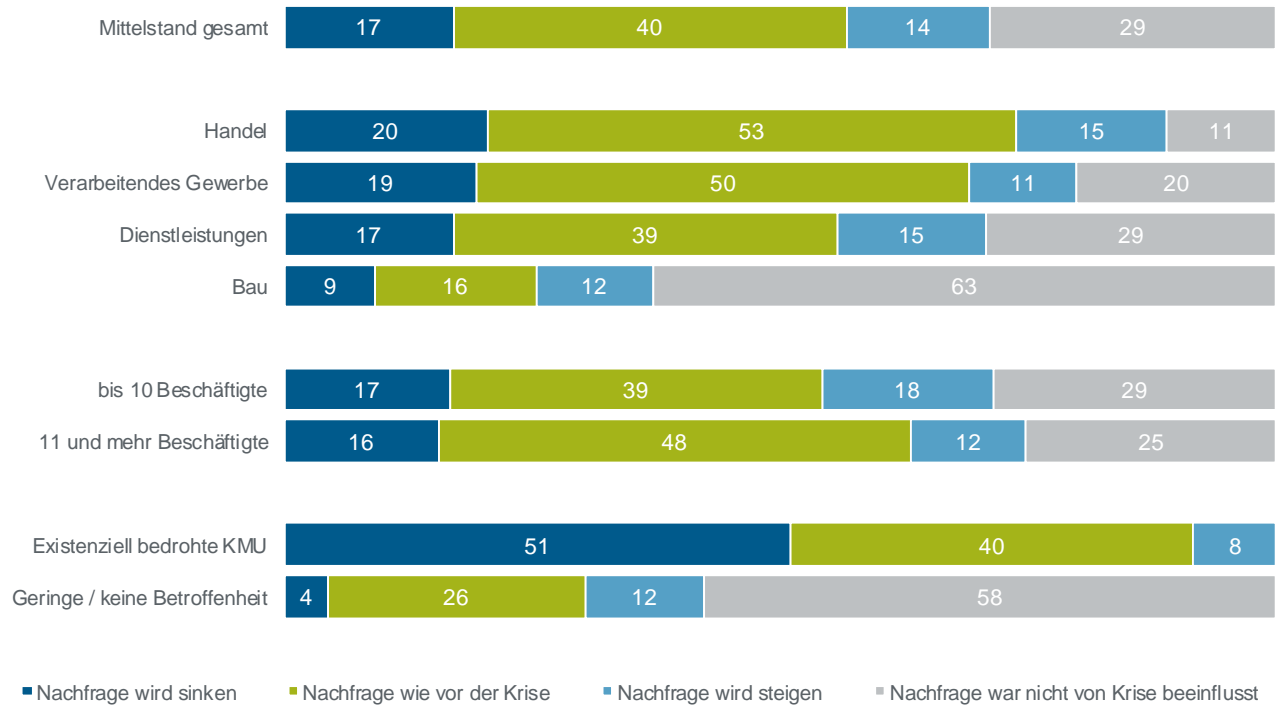
Post-Corona: das „neue Normal“

Mit dem Rückgang der Infektionszahlen im Lauf des späten Frühjahrs sowie dem erfolgreichen Voranschreiten der Impfkampagne wurden in Deutschland bereits zahlreiche Corona-Beschränkungen gelockert. Dennoch, bis zu einer vollständigen Normalisierung unseres Alltags wird es wohl noch ein langer Weg sein. Neue Virusvarianten haben uns gezeigt, dass auch hohe Impfquoten nicht vor einem Wiederanstieg der Inzidenz schützen. Ebenso ist unklar, wie das „neue Normal“ nach der Corona-Pandemie letztlich aussehen wird. Denn manche der coronabedingten Veränderungen sind so tief greifend, dass sie bleiben werden. So zeigen zum Beispiel Umfragen, dass viele Beschäftigte sich nach der Pandemie eine vollständige Rückkehr ins Büro nicht mehr vorstellen können. Homeoffice ist gekommen, um zu bleiben. Auch regelmäßige Dienstreisen könnten für viele der Vergangenheit angehören. Andere wiederum möchten auf ihre in der Krise lieb gewonnenen Lebensmittel-Abo-Kisten nicht mehr verzichten. Wieder andere haben für sich das Fahrradfahren als echte Alternative zu den öffentlichen Verkehrsmitteln entdeckt.

Für die kleinen und mittelständischen Unternehmen in Deutschland sind diese Veränderungen im Konsum- und Bewegungsverhalten eine Herausforderung. Viele stellen sich zu Recht die Frage: Wie nachhaltig sind die geänderten Gewohnheiten und wie wird sich dies auf die zukünftige Nachfrage nach den Produkten und Dienstleistungen meines Unternehmens auswirken? In einer Sonderbefragung zum KfW-Mittelstandspanel im Mai dieses Jahres haben wir deshalb die Unternehmen nach ihren Erwartungen zur Post-Corona-Konsumwelt befragt. Die Vergangenheit hat uns gezeigt, dass Krisen Gefahr und Gelegenheit in einem sind – sie bringen somit Gewinner und Verlierer hervor. Die Corona-Krise stellt hier keine Ausnahme dar – dies bestätigen auch unsere Befragungsergebnisse.

Grafik: Erwartete langfristige Folgen der Krise für Produktnachfrage der KMU

Anteile in Prozent



Anmerkungen: Die Frage lautete „Nach Ihrer Einschätzung, werden die Veränderungen des Konsumverhaltens die Nachfrage nach den wichtigsten Produkten oder Dienstleistungen Ihres Unternehmens auch nach der Krise beeinflussen?“

Quelle: 5. Corona-Sondererhebung zum KfW-Mittelstandspanel.

Fast jedes sechste KMU erwartet nach der Krise eine geringere Produktnachfrage

Demnach erwarten etwa 17 % der KMU einen nachhaltig negativen Einfluss der Krise auf die Nachfrage nach ihren wichtigsten Produkten oder Dienstleistungen (siehe Grafik). Rund 650.000 Unternehmen glauben also, dass sie mit ihrer bisherigen Produkt- bzw. Dienstleistungspalette in der Post-Corona-Welt nicht mehr so gut aufgestellt sind. Dies trifft am häufigsten auf Handelsunternehmen zu (20 %). Aber auch im Verarbeitenden Gewerbe macht sich fast jedes fünfte KMU Sorgen um die künftige Nachfrage nach seinen Produkten (19 %). Grundsätzlich sind die Branchen-Unterschiede bei den Negativ-Erwartungen dennoch eher gering. Lediglich im Baugewerbe gibt es mit einem Anteil von nur rund 9 % auffällig weniger Unternehmen, die für ihre Produkte eine nachlassende Nachfrage erwarten. Auch bei einer Betrachtung nach Größenklassen zeigen sich nur wenige Abweichungen.

Ein Vergleich nach dem Grad der Coronabetroffenheit offenbart dagegen deutlich größere Unterschiede in den Erwartungen. Es blicken insbesondere solche Unternehmen eher pessimistisch in die Zukunft, die aktuell auch wesentlich stärker von den Einschränkungen betroffen sind. Rund jedes zweite Unternehmen, was sich zum Befragungszeitpunkt durch die Krise in seiner Existenz gefährdet sah, rechnet damit, dass seine Produkte auch nach der Krise weniger stark nachgefragt werden. Dies bedeutet: Die Hälfte der Unternehmen, die im Frühjahr dieses Jahres am stärksten von den Eindämmungsmaßnahmen betroffen waren, geht davon aus, dass

sich diese dauerhaft (negativ) auf das Konsumverhalten ihrer bisherigen Kundschaft auswirken wird. Waren die KMU nur gering oder gar nicht von den Einschränkungen betroffen, erwarten lediglich 4 % einen dauerhaften Nachfrage-rückgang.

Dauerhafte Nachfrageänderungen aber nicht nur negativ

Allerdings zeigen unsere Befragungsergebnisse auch: Die Erwartungen zur Post-Corona-Nachfragesituation sind nicht ausschließlich negativ. Rund 14 % der Mittelständler erwarten, dass ihre Produkte/Dienstleistungen nach der Krise stärker gefragt sind als vor der Krise. Jedes siebte KMU rechnet demnach damit, von den krisenbedingten Veränderungen profitieren zu können. Mit je 15 % ist dieser Anteil im Handel sowie im Dienstleistungssektor leicht überdurchschnittlich. Im Bausektor (12 %) und im Verarbeitenden Gewerbe (11 %) dagegen etwas geringer.

Sogar in der Gruppe der Unternehmen, die sich in diesem Frühjahr durch die Einschränkung in ihrer Existenz bedroht sahen, gibt es KMU, die hoffnungsvoll in die Zukunft blicken. Rund 8 % dieser Unternehmen glauben, dass sich die Nachfrage nach ihren Produkten oder Dienstleistungen nach der Krise nicht nur erholt, sondern sogar steigt. Waren die Mittelständler nur gering oder gar nicht betroffen, lag dieser Anteil sogar bei rund 12 %.

Größter Teil der KMU erwartet Rückkehr zum Vorkrisenniveau

Fasst man die positiven und die negativen Erwartungen zusammen, geht rund jedes dritte KMU (31 %) davon aus, dass das durch die Krise veränderte Konsumverhalten die Nachfrage nach den wichtigsten Produkten oder Dienstleistungen ihrer Unternehmen auch nach der Krise beeinflussen wird. Etwas mehr Unternehmen erwarten jedoch keine nachhaltigen Auswirkungen der Krise. Rund vier von zehn Mittelständlern erwarten, dass sich die Nachfrage nach ihren Produkten wieder auf dem Vorkrisenniveau einpendeln wird. Mit 53 % ist dieser Anteil in der Gruppe der im Groß- und Einzelhandel tätigen KMU am größten, dicht gefolgt von Unternehmen im Verarbeitenden Gewerbe (50 %). Auch in der Gruppe der besonders krisengebeutelten KMU glauben vier von zehn Unternehmen, dass sich die Nachfrage nach ihren Produkten und Dienstleistungen nach der Krise wieder erholt und auf das Vorkrisenniveau zurückkehrt.

Weitere 29 % der Mittelständler sahen bisher keine Auswirkungen der Krise auf die Nachfrage nach ihren Produkten. Im von der Pandemie am wenigsten betroffenen Baugewerbe ist dieser Anteil mit 63 % am größten.

Wandel ermöglichen

Die Befragungsergebnisse zeigen, dass die pandemiebedingten Veränderungen des Konsumverhaltens von zahlreichen Mittelständlern als nachhaltig eingestuft werden. Nicht wenige werden sich nach der Corona-Krise mit einer geringeren Nachfrage konfrontiert sehen. In einigen betroffenen Segmenten des Unternehmenssektors wird es möglich sein, durch die Anpassung von Geschäftsmodellen, die Einführung neuer Produkte und Dienstleistungen und /oder der Anpassung von Vertriebskanälen verlorenes Terrain wettzumachen. Die Krise hat bereits gezeigt, dass der deutsche Mittelstand ideenreich und flexibel auf veränderte Rahmenbedingungen reagieren kann. So haben nicht wenige Unternehmen Digitalisierungsvorhaben auf den Weg gebracht¹ und die Corona-Krise somit zu einem Treiber neuer Technologien gemacht. Um die Anpassungen an die neue Nachfragesituation erfolgreich meistern zu können, werden viele Unternehmen jedoch auf (finanzielle) Unterstützung angewiesen sein.

In anderen Wirtschaftsbereichen könnte der Nachfragerückgang so groß und nachhaltig sein, dass ein Marktaustritt von einigen Unternehmen womöglich unumgänglich sein wird. Auch dieser Wandel im Unternehmenssektor muss ermöglicht werden, während es gleichzeitig wichtig sein wird, die betroffenen Beschäftigten in diesem schwierigen Transformationsprozess nicht aus dem Blick zu verlieren.

Corona-Sonderbefragungen KfW-Mittelstandspanel

Die Analysen zur Auswirkung der Corona-Krise auf den Mittelstand basieren auf fünf Sonderbefragungen im Rahmen des KfW-Mittelstandspanels.

Das KfW-Mittelstandspanel wird seit dem Jahr 2003 als Wiederholungsbefragung der kleinen und mittleren Unternehmen in Deutschland durchgeführt. Zur Grundgesamtheit gehören alle privaten Unternehmen sämtlicher Wirtschaftszweige, deren Umsatz die Grenze von 500 Mio. EUR pro Jahr nicht übersteigt. Das KfW-Mittelstandspanel ist die einzige repräsentative Erhebung im deutschen Mittelstand und damit die wichtigste Datenquelle für mittelstandsrelevante Fragestellungen und Politikberatung.

Für die Corona-Sonderbefragungen wurden durch die GfK SE, Bereich Financial Services, im Auftrag der KfW Bankengruppe, mittelständische Unternehmen repräsentativ zu den aktuellen Auswirkungen der Corona-Krise online befragt (2.–14. April, 2.–12. Juni, 1.–14. September 2020, 12.–22. Januar sowie aktuell 3.–14. Mai 2021). Befragt wurden sämtliche Unternehmen, die bereits früher an einer Welle des KfW-Mittelstandspanels teilnahmen und zu denen eine valide E-Mail-Adresse bekannt ist.

Insgesamt konnten in der Ersterhebung Antworten von 3.400 Unternehmen, in der Zweiterhebung von ca. 3.000 Unternehmen, in der Dritterhebung von ca. 3.000 Unternehmen, in der Vierterhebung von ca. 2.800 Unternehmen sowie der aktuellen fünften Erhebung 2.100 Unternehmen berücksichtigt werden. Aufgrund der Anbindung an den Grunddatensatz des KfW-Mittelstandspanels geben diese Ergebnisse ein repräsentatives Abbild der aktuellen Betroffenheit durch Corona.

Weiterführende Informationen finden Sie im Internet unter: www.kfw-mittelstandspanel.de

Folgen Sie KfW Research auf
Twitter.

Oder abonnieren Sie unseren kostenlosen E-Mail-Newsletter, und Sie verpassen keine Publikation.

Zur Anmeldung

¹ Zimmermann, V. (2021): KfW-Digitalisierungsbericht Mittelstand 2020: Rückgang der Digitalisierungsaktivitäten vor Corona, ambivalente Entwicklung während der Krise, KfW Research.