

UNTERNEHMENSBEFRAGUNG 2008.

Unternehmensfinanzierung - bisher keine deutliche Verschlechterung trotz Subprimekrise.

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

ISSN 1867-1500

Frankfurt am Main, Juli 2008

Inhaltsverzeichnis

1. Hauptergebnisse	3
2. Finanzierungsbedingungen: kaum spürbare Auswirkungen der Finanzmarktkrise.....	8
2.1 Kreditaufnahme.....	8
2.2 Worin äußern sich die Erschwernisse der Kreditaufnahme?	14
2.3 Qualität der Beratung durch Banken.....	20
3. Rating: anhaltende Informationsdefizite.....	27
4. Investitionen.....	39
4.1 Nicht getätigte Investitionen.....	46
4.2 Kreditfinanzierte Investitionen.....	48
5. Förderung: Nach wie vor hohe Bedeutung für befragte Unternehmen	56
6. Ausstattung mit Eigenkapital.....	63
7. Fazit	70
Literaturverzeichnis	74
Anhang.....	76
Struktur des Samples	76
Methodischer Anhang	82
Teilnehmende Verbände	84

Unternehmensfinanzierung - bisher keine deutliche Verschlechterung trotz Subprimekrise

Auswertung der Unternehmensbefragung 2008

1. Hauptergebnisse

Gemeinsam mit 25 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 Finanzierungsgewohnheiten durchgeführt.¹ 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 Befragung fand im 1. Quartal 2008 statt – also während der durch die US-Subprime-Krise ausgelösten Finanzmarkturbulenzen.

Hauptergebnisse der diesjährigen Befragung:

Die Ergebnisse der Umfrage zeigen keine merkliche Verschlechterung, aber auch keine Verbesserung der Finanzierungsbedingungen. Die aktuellen Finanzmarkturbulenzen haben somit bisher nicht zu einer merklichen Verschlechterung der Finanzierungsbedingungen geführt. Der positive Trend der Vorjahre hat sich aber nicht fortgesetzt. Es gibt einerseits punktuell Hinweise darauf, dass sich Verbesserungen ergeben haben – Investitionen wurden beispielsweise weniger als im Vorjahr aufgrund von Finanzierungsschwierigkeiten unterlassen. Andererseits gibt es auch einige wenige Anzeichen für Verschlechterungen. So ist die Zahl der Unternehmen leicht gestiegen, die über Probleme berichten, überhaupt Kredite zu erhalten. Allerdings sind kleine Unternehmen weiterhin die Gruppe mit den größten Problemen im Bereich der Finanzierung: Sie erfahren häufiger Kreditablehnungen, haben eher Probleme, überhaupt Kredite zu erhalten und müssen öfter Investitionen fristeninkongruent finanzieren.

Das Bewusstsein aufseiten der Unternehmen für notwendige Anpassungen hinsichtlich der Finanzierung hat sich im Befragungszeitraum weiter entwickelt und die befragten Unternehmen haben ihre Anstrengungen zu deren Umsetzung intensiviert. Dies zeigen u. a. die Erfolge bei der Verbesserung des Ratings und auch der Eigenkapitalquote. Allerdings sind gerade viele kleinere Unternehmen bisher noch immer nicht ausreichend über das Thema Rating informiert, weil sie sich bei ihrer Hausbank bisher auch nicht kundig gemacht haben.

Die Unternehmen dürfen in ihren Bemühungen zur Anpassung an die Veränderungen der Rahmenbedingungen nicht nachlassen, denn die Finanzmarktkrise ist noch nicht ausgestan-

¹ Den Auswertungen liegen die Angaben von rund 5.000 Unternehmen zugrunde. Zur Datenerhebung und Struktur der Daten s. Anhang. Da sich gegenüber der Vorerhebung die Struktur der Stichprobe insbesondere durch einen hohen Anteil an Handwerksunternehmen verändert hat, können die aktuellen Werte nicht direkt mit den Vorjahreswerten verglichen werden. Deshalb wurde mithilfe einer Gewichtung die „hypothetische“ Verteilung der Antworten in der zurückliegenden Erhebung ermittelt, wenn dieselbe Stichprobenstruktur bezüglich der teilnehmenden Verbände vorgelegen hätte wie in der aktuellen Befragung. Siehe Methodischer Anhang für die Details der Berechnung.

den und es ist nicht auszuschließen, dass die Kreditvergabebedingungen sich infolge der Krise in Zukunft noch merklich verschlechtern könnten. Auch wird die gute konjunkturelle Lage nicht dauerhaft anhalten. Insbesondere viele kleinere Unternehmen müssen sich mit dem Thema Rating intensiv auseinandersetzen und sich informieren. Dabei sollten sie auch aktiv auf ihre Hausbank zugehen. In einem nächsten Schritt können dann gezielt Maßnahmen umgesetzt werden, die ratingverbessernd wirken – beispielsweise die Steigerung der Informationstransparenz gegenüber der Hausbank oder der Eigenkapitalausstattung, aber auch die Implementierung einer Nachfolgeregelung etc.

Banken und Sparkassen müssen ihre Bemühungen fortsetzen, insbesondere kleineren Unternehmen die Konsequenzen aus dem Finanzmarktwandel besser zu vermitteln. Für die Kreditinstitute ergibt sich vor allem bei der Ratingkommunikation und der Beratung gegenüber kleineren Unternehmen weiterhin ein wesentlicher Verbesserungsbedarf. Bei großen Unternehmen wurde hingegen bereits eine relativ hohe Zufriedenheit erreicht.

Auf Ebene der einzelnen Themenfelder der Studie ergeben sich folgende Ergebnisse:

Finanzierungsbedingungen

1. Nach einer positiven Entwicklung in den Vorjahren haben sich die Finanzierungsbedingungen für die befragten Unternehmen im Befragungszeitraum der diesjährigen Untersuchung auf den ersten Blick **leicht** verschlechtert: Zwar berichtet eine große Mehrheit von 62 % der Unternehmen von gleich bleibenden Bedingungen beim Kreditzugang, doch sahen sich auch 27 % mit Erschwernissen konfrontiert (bereinigter Vorjahreswert: 25 %). Leichterem Zugang zu Krediten erlangten hingegen lediglich 12 % der Umfrageteilnehmer (bereinigter Vorjahreswert: 14 %). Diese Ergebnisse deuten darauf hin, dass sich – trotz der weiterhin guten Konjunktur – der Trend zu einer weiteren Verbesserung der Finanzierungsbedingungen nicht fortgesetzt hat. Sie belegen aber auch sehr deutlich, dass die aktuellen Finanzmarkturbulenzen bisher nicht zu einer merklichen Verschlechterung der Finanzierungsbedingungen geführt haben. Insbesondere große Unternehmen und Betriebe des Verarbeitenden Gewerbes sowie des Groß- und Außenhandels sind wiederum signifikant seltener von den Erschwernissen beim Kreditzugang betroffen. Dies kann u. a. durch das florierende Exportgeschäft und die gute Industriekonjunktur erklärt werden. Besonders häufig trafen die erschwerten Bedingungen hingegen den Einzelhandel (36 %), die Bau- (32 %) und Dienstleistungsbranche (31 %) sowie insbesondere kleine Unternehmen. Mit 37 % ist der Anteil der Meldungen über schwieriger gewordene Kreditaufnahmen bei kleinen Unternehmen (bis 1 Mio. EUR Umsatz) 3,4-mal so hoch wie bei den großen Unternehmen (> 50 Mio. EUR Umsatz).
2. In den Gründen, welche die betroffenen Unternehmen für Erschwernisse beim Kreditzugang anführen, zeigen sich die Auswirkungen des Finanzmarktwandels. Wie im Vorjahr führen die Unternehmen vor allem höhere Anforderungen an die Dokumentation von Vorhaben (82 %) und die Offenlegung von Informationen (79 %) an, was die Bedeutung moderner Ratingverfahren im Rahmen des Risikomanagements unterstreicht. Diese Entwicklung hat mittlerweile nahezu alle Größenklassen, Branchen und Altersgruppen in ähnlichem Umfang erreicht. Vor allem steigende Forderungen nach Sicherheiten (80 %) bereiten den Betrieben zunehmend Schwierigkeiten. Steigende Zinsen spielen auch eine Rolle, 74 % der von Erschwernissen berichtenden Unternehmen sahen dadurch den Kreditzugang erschwert.
3. Mehr Probleme kleinerer im Vergleich zu größeren Unternehmen bei der Kreditaufnahme zeigen sich auch an weiteren Indikatoren: So berichten mehr als 3-mal so viele Unternehmen mit einem Umsatz bis 1 Mio. EUR von Problemen, überhaupt einen Kredit zu erhalten, wie Unternehmen mit einem Jahresumsatz von über 50 Mio. EUR. Bei ihnen scheint die risikoadäquate Differenzierung der Kreditkonditionen nach wie vor nicht in gleichem Umfang zu greifen. Bei schlechterer Bonität und mangelnden Sicherheiten erfolgt bei ihnen eher die Ablehnung des Kreditantrags. Zwar kommen einfache Vergleiche zum Ergebnis, dass sich die Kreditaufnahme für Unternehmen aus den neuen Bundes-

ländern immer noch schwieriger gestaltet, jedoch zeigen multivariate Untersuchungen, dass sich darin nicht ein spezielles Problem des Standorts sondern der Unternehmenscharakteristika widerspiegelt. Unternehmen aus Ostdeutschland haben aber – wie in den Vorjahren – grundsätzlich größere Probleme, überhaupt einen Kredit zu erhalten.

4. Die Qualität der Beratung von Kreditinstituten ist sowohl für die Beziehung zwischen Unternehmen und ihrem Kreditinstitut als auch für die optimale Finanzierung eines Unternehmens von entscheidender Bedeutung. Auch in der diesjährigen Studie bestätigt sich eine weitgehend unveränderte Einschätzung der Beratung, 72 % der Unternehmen berichten von gleich bleibender Qualität und weitere 16 % von Verbesserungen, während 12 % der Unternehmen Verschlechterungen wahrnehmen. Außerdem zeigen sich erneut Hinweise auf eine stärkere Konzentration der Kreditinstitute auf umsatzstärkere und vermeintlich rentablere Unternehmen, denn Unternehmen bis 1 Mio. EUR Umsatz berichten mit 18 % sechsmal häufiger über eine Verschlechterung der Beratungsleistungen als Unternehmen mit einem Umsatz von über 50 Mio. EUR. Umgekehrt berichten 94 % der großen, aber nur 53 % der kleinen Unternehmen, genügend Beratungsleistungen zu erhalten. Generell zeigt sich, dass vor allem Unternehmen, die über eine Verbesserung beim Kreditzugang berichten, auch eine verbesserte Beratungsqualität melden, während für Unternehmen, die zunehmende Schwierigkeiten beim Kreditzugang wahrnehmen, das Gegenteil gilt.
5. Trotz des insgesamt hohen Niveaus (69 %) der Zufriedenheit mit den Beratungsleistungen bei der Unternehmensfinanzierung nehmen zusätzlich über 80 % der Befragten externe Finanzierungsberatung in Anspruch. Insbesondere jüngere Betriebe und der Groß- und Außenhandel nehmen diese Möglichkeit oft wahr. Steuerberater (87 %) stellen dabei mit großem Abstand die erste Wahl dar, gefolgt von den Unternehmensberatern mit 23 %.

Rating

6. Infolge der mittlerweile flächendeckenden Anwendung moderner Ratingverfahren sind alle Unternehmen mit diesem Thema konfrontiert. Dennoch geben rund ein Drittel der Unternehmen an, dass ein Rating für ihr Unternehmen nicht vorliegt, oder dass sie nicht wissen, ob sie geratet sind. Wenngleich eine fortschreitende Verbreitung des Wissens über die Existenz eines Ratings in allen Umsatzgrößenklassen zu beobachten ist, wissen umsatzstarke Betriebe weiterhin häufiger, dass sie geratet worden sind. Dies dürfte dadurch zu erklären sein, dass sich aufwendige Ratingverfahren bei Kleinstunternehmen nicht rentieren und dort eher einfachere Scoring-Verfahren zum Einsatz kommen, für welche keine gesonderte Datenerhebung beim Kunden notwendig sind. Wie im Vorjahr zeigt sich hierin, dass die Kommunikation hinsichtlich der Ratings weiter zu verbessern ist. Bezüglich der Bekanntheit der beim Rating angewandten Kriterien zeigt sich kaum eine positive Veränderung gegenüber dem Vorjahr: Über vier Fünftel aller befragten Unternehmen, die wissen, dass sie geratet wurden, sind über die Kriterien informiert.
7. Welche Ratingnote sie erhalten haben, wissen wie im Vorjahr knapp vier Fünftel aller antwortenden Betriebe. Erneut zeigen große und etablierte Unternehmen sich hier besser informiert. Gleiches trifft auf das Verarbeitende Gewerbe zu. Dass noch immer ein Fünftel der Unternehmen seine Note nicht kennt, liegt in allererster Linie daran, dass sie sich nicht erkundigt haben. Trotzdem müssen auch die Banken ihre Kommunikation über Ratings verbessern. Vor allem kleinere Unternehmen fordern mehr ausführliche Darstellungen, schriftliche Mitteilungen und das Aufzeigen von Verbesserungsmöglichkeiten. Größere Unternehmen zeigen sich eher zufrieden.
8. Der Anteil der Unternehmen, die ihr Rating verbessern konnte, fällt mit 36 % geringer aus als im Vorjahr, übersteigt aber weiterhin sehr deutlich den Anteil der Betriebe, die Verschlechterungen zu beklagen haben (9 %). Hier mögen wiederum die gute konjunkturelle Lage und die bessere Berücksichtigung der Ratinganforderungen durch die Unternehmen ausschlaggebend gewesen sein. Erneut sind große Unternehmen im Vorteil, große

Betriebe mit mehr als 50 Mio. EUR Umsatz konnten ihre Noten doppelt so häufig verbessern wie Unternehmen, deren Umsatz unter 1 Mio. EUR bleibt.

9. Die Zahl der Unternehmen, die über ein externes Rating verfügen, stagniert mit 12 % etwa auf dem Vorjahresniveau. Es sind primär große Unternehmen, die externe Ratings in Auftrag geben, weil sie diese beispielsweise für den direkten Zugang zum Kapitalmarkt benötigen.

Investitionen

10. Die befragten Unternehmen zeigen sich investitionsfreudig. Ähnlich wie im Vorjahr haben 65 % der befragten Unternehmen in den letzten 12 Monaten Investitionen durchgeführt. Mit 90 % haben unter den großen Unternehmen (über 50 Mio. EUR Jahresumsatz) doppelt so viele investiert wie unter den kleinen Unternehmen bis 1 Mio. EUR Jahresumsatz (45 %). Das Verarbeitende Gewerbe zeigt sich auch in diesem Jahr als die investitionsstärkste Branche. 80 % der Unternehmen investierten im letzten Jahr, im Einzelhandel waren es nur 47 %.
11. Auch die Investitionsziele zeigen die gute konjunkturelle Lage. 54 % der investierenden Unternehmen tätigten Erweiterungsinvestitionen, während 41 % Ersatzinvestitionen vornahmen. Die Baubranche stellt in diesem Zusammenhang die einzige Branche dar, in der die Ersatzinvestitionen die Erweiterungsinvestitionen übersteigen. Kostensenkende Investitionen wurden in 30 % der Fälle genannt. Darüber hinaus stieg das Investitionsvolumen bei zwei Fünftel der befragten Unternehmen im Berichtszeitraum, knapp ein Fünftel hat weniger investiert. 30 % der Unternehmen planen auch im laufenden Jahr mehr als im Vorjahr zu investieren, während 22 % davon ausgehen, 2008 weniger zu investieren.
12. Insgesamt war es rund einem Sechstel der Unternehmen nicht möglich, eine bereits geplante Investition zu tätigen. Vor allem kleinere Unternehmen waren davon betroffen. Dass dies bei den betroffenen Unternehmen vorwiegend auf ihre wirtschaftliche Lage und – auch im Vergleich zum Vorjahr – seltener auf Finanzierungsschwierigkeiten zurückzuführen war, kann als weiterer Hinweis gedeutet werden, dass von der Subprimekrise bislang nur geringfügige Auswirkungen auf die Unternehmensfinanzierung ausgehen.
13. Krediten kommt unverändert eine zentrale Rolle bei der Finanzierung von Investitionen zu. Mit einem Anteil von 43 % der Investoren, die Kredite für die Finanzierung von Investitionen beantragen, zeigt sich sogar eine im Vergleich zum Vorjahr gestiegene Bedeutung von Krediten. Infolge der hohen Bedeutung, die Kredite bei der Investitionsfinanzierung haben, hat eine Kreditablehnung in der Regel deutliche Folgen für die Durchführung der geplanten Investitionen: Knapp ein Drittel der von einer Ablehnung betroffenen Unternehmen konnte ihr Investitionsvorhaben nicht mehr verwirklichen und lediglich 20 % konnten trotzdem wie geplant agieren.
14. Bezüglich der Fristigkeit der Kredite zeichnet sich ab, dass kleinere Unternehmen ihre Investitionen seltener über langfristige Kredite finanzieren können. Sie sind somit gezwungen, ihre Investitionen häufiger fristeninkongruent sowie zu teureren Konditionen zu finanzieren. Daher ist zu befürchten, dass Investitionen kleiner Unternehmen wegen zu hoher Finanzierungskosten entweder häufiger ganz unterbleiben oder von der „falschen“ Finanzierung Risiken für die weitere Unternehmensentwicklung ausgehen.
15. Mit 21 % der beantragten Investitionskredite wurden dieses Jahr mehr Kreditwünsche abgelehnt als im Vorjahr. Die vierfach höhere Ablehnungsquote bei Unternehmen mit einem Umsatz bis 1 Mio. EUR als bei Unternehmen mit einem Umsatz von über 50 Mio. EUR verdeutlicht die Finanzierungsschwierigkeiten gerade kleiner Unternehmen. Der Einzelhandel sowie jüngere Unternehmen mussten ebenfalls häufiger eine Ablehnung hinnehmen. Die Gründe für die Ablehnung von Kreditanträgen waren – wie im Vorjahr – hauptsächlich unzureichende Sicherheiten (60 %), gefolgt von der zu niedrigen Eigenka-

pitalquote mit 49 %, der veränderten Geschäftspolitik der Bank (29 %) und der zu geringen Rentabilität des Unternehmens (28 %).

16. Fördermittel spielen nach wie vor eine wichtige Rolle für die befragten Unternehmen: Knapp ein Fünftel der befragten Unternehmen hat Fördermittel beantragt, unter den investierenden Unternehmen sind es sogar 27 %. Am häufigsten beantragen in Ostdeutschland ansässige (39 %) sowie junge investierende Unternehmen (35 %) Förderung. Unter den verschiedenen Branchen stellt das Verarbeitende Gewerbe die meisten Anträge.
17. Das am meisten genutzte Instrument sind unverändert Förderkredite (66 %), gefolgt von Zulagen und Zuschüssen (37 %) sowie Bürgschaften (8 %). Die Instrumente wirken insgesamt sehr breit und erreichen in etwa gleichem Maß alle Branchen, Größen- und Altersklassen. In Ostdeutschland werden Zulagen und Zuschüsse am häufigsten genutzt, da diese dort stärker verfügbar sind. Wichtigster Fördermittelgeber bleibt mit einem Anteil von 56 % an allen geförderten Unternehmen die KfW Bankengruppe.

Eigenkapital

18. Kleine und mittlere Unternehmen haben in den letzten Jahren ihre Eigenkapitalausstattung ausbauen können. Mit 39 % der Unternehmen, die ihre Eigenkapitalquote erhöhen konnten – gegenüber 18 %, deren Eigenkapitalquote sank – setzte sich dieser Trend fort; wenn auch in abgeschwächter Form. Allerdings zeigt sich erneut, dass es großen Unternehmen eher gelingt, ihre Eigenkapitalquote zu erhöhen. So melden 51 % der Unternehmen mit einem jährlichen Umsatz von über 50 Mio. EUR eine Steigerung der Eigenkapitalquote, während sie bei den Unternehmen mit bis zu 1 Mio. EUR Umsatz mit 26 % nur halb so hoch liegt.
19. Mit 40 % streben etwas weniger Unternehmen als im Vorjahr (bereinigter Vorjahreswert: 43 %) in den nächsten 12 Monaten eine Erhöhung ihrer Eigenkapitalquote an. Auch die Ergebnisse der diesjährigen Befragung belegen somit, dass eine Vielzahl der – sowohl kleinen wie großen – Unternehmen bestrebt ist, ihre Bonität und damit ihren Zugang zu Krediten zu verbessern. Wichtigstes Instrument dazu bleibt mit großem Abstand eine stärkere Einbehaltung von Gewinnen mit 82 % der Nennungen. Von denjenigen Unternehmen, die keine Erhöhung ihrer Eigenkapitalquote planen, halten 66 % ihre aktuelle Quote für angemessen. Große Unternehmen sind deutlich häufiger mit ihrer Eigenkapitalsituation zufrieden und haben zugleich weniger Probleme, diese – falls gewollt – zu erhöhen: So halten etwa doppelt so viele (90 %) der großen Unternehmen (über 50 Mio. EUR Jahresumsatz) ihren aktuellen Eigenkapitalbestand für angemessen als kleine Unternehmen (bis 1 Mio. EUR Umsatz) mit 44 %. Eine noch stärkere Diskrepanz zwischen großen und kleinen Unternehmen zeigt sich bezüglich der Möglichkeiten, die Eigenkapitalquote weiter zu erhöhen. Mit beinahe drei Fünfteln liegt der Anteil der Unternehmen, die keine Möglichkeiten zur Erhöhung ihrer Eigenkapitalquote sehen, unter Unternehmen mit weniger als 1 Mio. EUR Jahresumsatz um rund das 6-fache höher als bei Unternehmen mit über 50 Mio. EUR Jahresumsatz.

2. Finanzierungsbedingungen: kaum spürbare Auswirkungen der Finanzmarktkrise

Weltweit befinden sich die Finanzmärkte seit einigen Jahren in einem umfassenden Veränderungsprozess. Das Zusammenspiel der Entwicklung und breiten Anwendung der Informations- und Kommunikationstechnologien, der Liberalisierung und Deregulierung der Kapitalmärkte sowie der Harmonisierung der Finanzmarktregulierung führte zu einem intensiveren Wettbewerb unter den Kreditinstituten, sodass Risiko- und Rentabilitätsabwägungen für diese an Bedeutung gewonnen haben. Dieser Finanzmarktwechsel macht es für Unternehmen und Kreditinstitute zunehmend notwendig, sich an internationale Gegebenheiten anzupassen. Deutschland ist von dieser Entwicklung in besonderem Maße betroffen, da vor allem der Mittelstand seinen Bedarf an Außenfinanzierung hauptsächlich über Bankkredite deckt.

Die vorliegende Untersuchung analysiert die derzeitige Finanzierungssituation der Unternehmen in Deutschland. In der diesjährigen Untersuchung, die auf den Ergebnissen einer im 1. Quartal 2008 durchgeführten Erhebung unter 25 Fach- und Regionalverbänden beruht, müssen dabei neben den Auswirkungen des Finanzmarktwechsels zusätzlich mögliche Auswirkungen der seit letztem Jahr anhaltenden internationalen Finanzmarktkrise berücksichtigt werden, welche durch die Subprime-Krise am amerikanischen Immobilienmarkt ausgelöst wurde.

2.1 Kreditaufnahme

Die Unternehmen sind in dieser, wie in den zurückliegenden Studien, zunächst gefragt worden, ob die Kreditaufnahme in den zwölf Monaten vor dem Befragungszeitpunkt für sie leichter bzw. schwieriger geworden oder unverändert geblieben ist.

62 % aller antwortenden Unternehmen geben an, dass die Kreditaufnahme sich in den vergangenen zwölf Monaten weder leichter noch schwieriger gestaltet habe (s. Grafik 1). 27 % der teilnehmenden Betriebe berichten jedoch von einem schwierigeren Zugang zu Krediten. Demgegenüber stehen 12 % der Betriebe, welche eine Erleichterung wahrgenommen haben. Dies bedeutet, dass gegenüber der Vorjahresbefragung der Anteil der Unternehmen mit leichterem Zugang zu Krediten leicht gesunken ist – bereinigt um Strukturverschiebungen in der Stichprobe um 2,6 Prozentpunkte² –, während der Anteil der Betriebe mit erschwertem

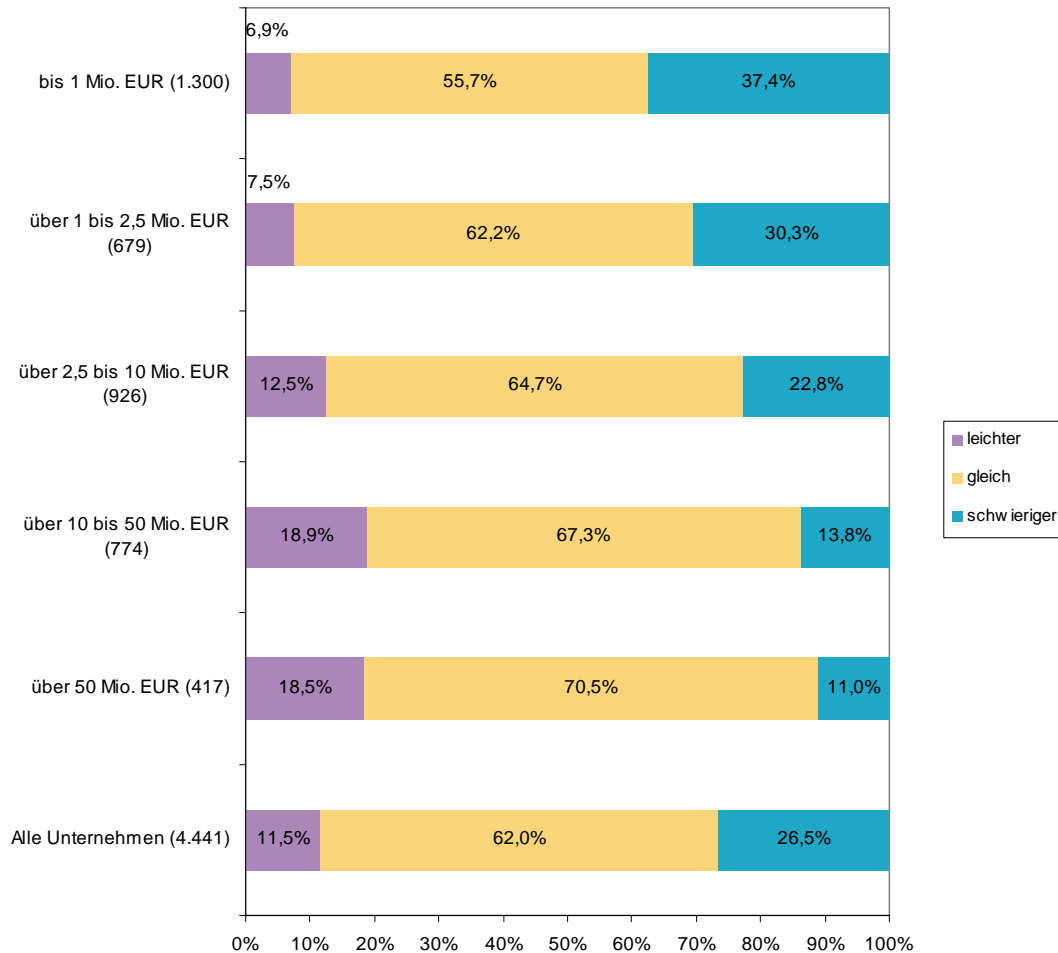
² Da sich gegenüber der Vorerhebung die Struktur der Stichprobe insbesondere durch einen hohen Anteil an Handwerksunternehmen verändert hat, können die aktuellen Werte nicht direkt mit den Vorjahreswerten verglichen werden. Deshalb wurde mithilfe einer Gewichtung die „hypothetische“ Verteilung der Antworten in der zurückliegenden Erhebung ermittelt, wenn dieselbe Stichprobenstruktur bezüglich der teilnehmenden Verbände vorgelegen hätte wie in der aktuellen Befragung. Siehe Methodischer Anhang für die Details der Berechnung.

Kreditzugang nahezu unverändert blieb (nach Bereinigung der Stichprobenstruktur: +1,3 Prozentpunkte). So hat sich der in den Vorjahresbefragungen zu beobachtende Trend einer erleichterten Kreditaufnahme in der aktuellen Erhebung, trotz weiterhin guter konjunktureller Lage, zwar nicht weiter fortgesetzt,³ deutlich negative Auswirkungen der Finanzmarktkrise auf den Zugang zu Krediten sind jedoch im Befragungszeitraum nicht spürbar. Dieses Ergebnis steht im Einklang mit der EZB Bankenumfrage „Bank Lending Survey“, wonach sowohl in Deutschland als auch im Euro-Währungsraum die Kreditinstitute im 1. Quartal ihre Kreditstandards per saldo insgesamt verschärften. Dies war für beide Volkswirtschaftsräume die dritte Verschärfung in Folge. Die (Saldo-) Anzahl der Kreditinstitute, die ihre Standards verschärften, war dabei in Deutschland aber jeweils deutlich niedriger als im Euroraum insgesamt. Die Ergebnisse des Lending Surveys für die deutsche Wirtschaft zeigen, dass sich das Kreditklima etwas abgekühlt hat, deutliche Auswirkungen sind bisher aber weiterhin nur wenig spürbar.⁴ Auch das ifo-Institut berichtet lediglich von einem „moderat(en)“ Rückgang ihres Indikators für das Kreditklima im Berichtszeitraum.⁵

³ Vgl. dazu auch Zimmermann (2008).

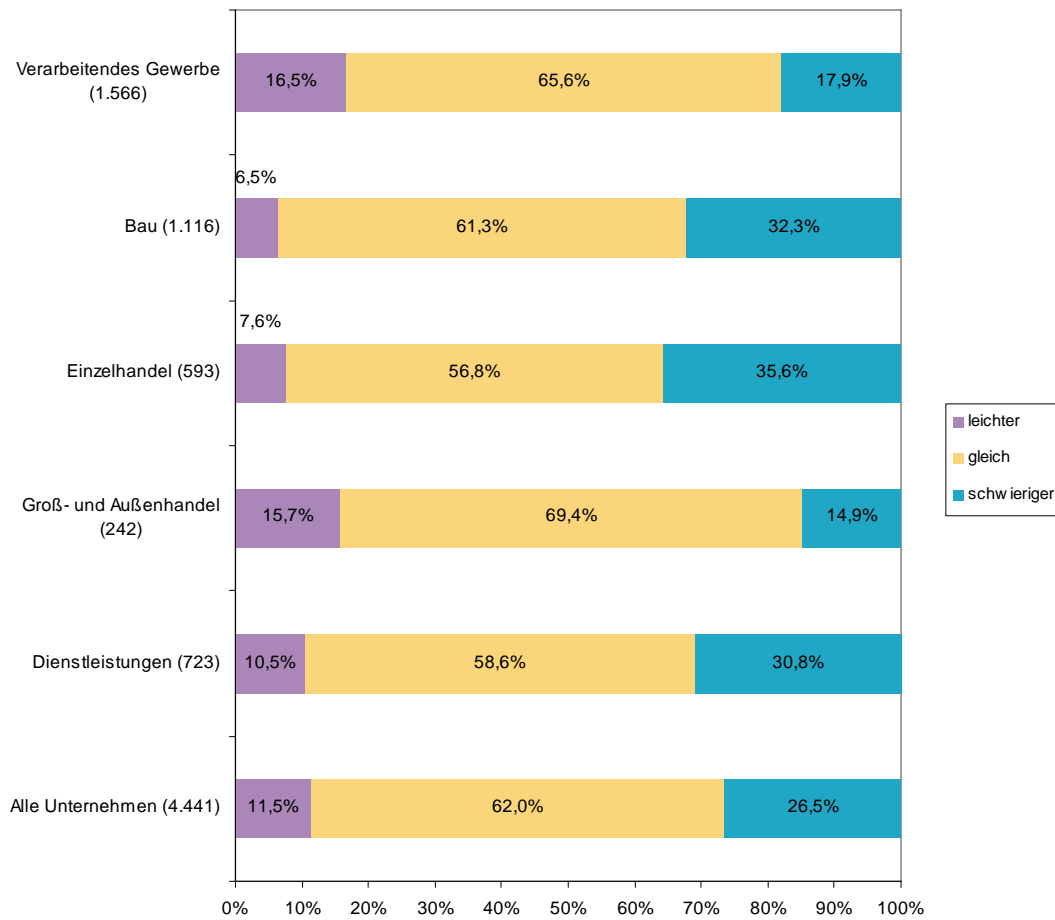
⁴ Vgl. Europäische Zentralbank (2008). Die Ergebnisse für Deutschland finden sich unter http://www.bundesbank.de/download/volkswirtschaft/publikationen/vo_bank_lending_survey.pdf.

⁵ Vgl. Kunkel (2008).



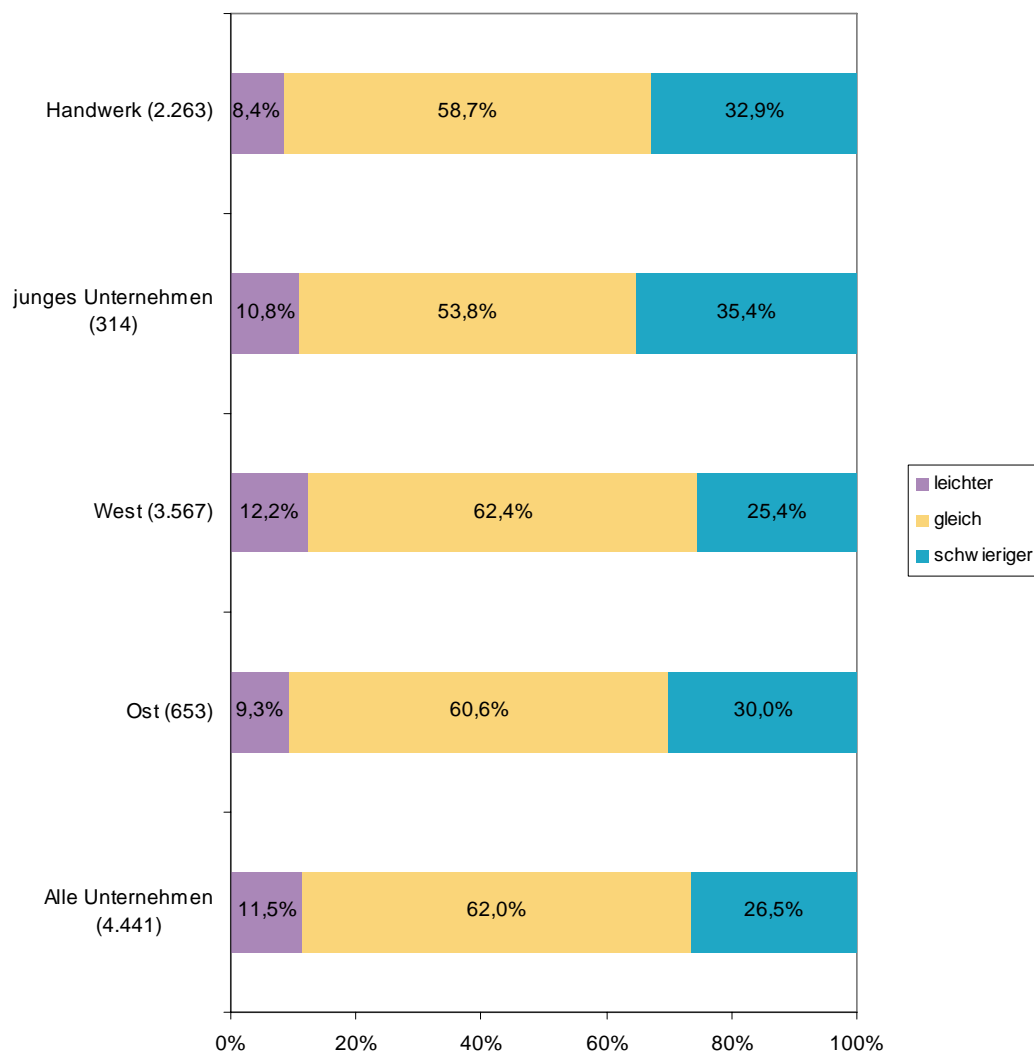
Grafik 1: Veränderung der Kreditaufnahme nach Umsatzgrößenklassen

Ähnlich wie in den Vorjahren zeigen die Ergebnisse der Unternehmensbefragung eine deutliche Größenabhängigkeit bei der Beurteilung der Entwicklung des Kreditzugangs (s. Grafik 1): Unternehmen mit einem Jahresumsatz von über 2,5 Mio. EUR berichten häufiger als kleinere Umfrageteilnehmer von erleichtertem Zugang zu Krediten, zugleich nimmt der Anteil der Unternehmen, die einen schwierigeren Kreditzugang wahrnehmen, mit zunehmender Unternehmensgröße ab. Nach wie vor melden somit in erster Linie die kleineren Unternehmen sich verschlechternde Bedingungen beim Zugang zu Krediten. Die im Vergleich zu großen Unternehmen erheblichen Finanzierungsschwierigkeiten kleiner Unternehmen bestehen unverändert fort.



Grafik 2: Veränderung der Kreditaufnahme nach Branchen

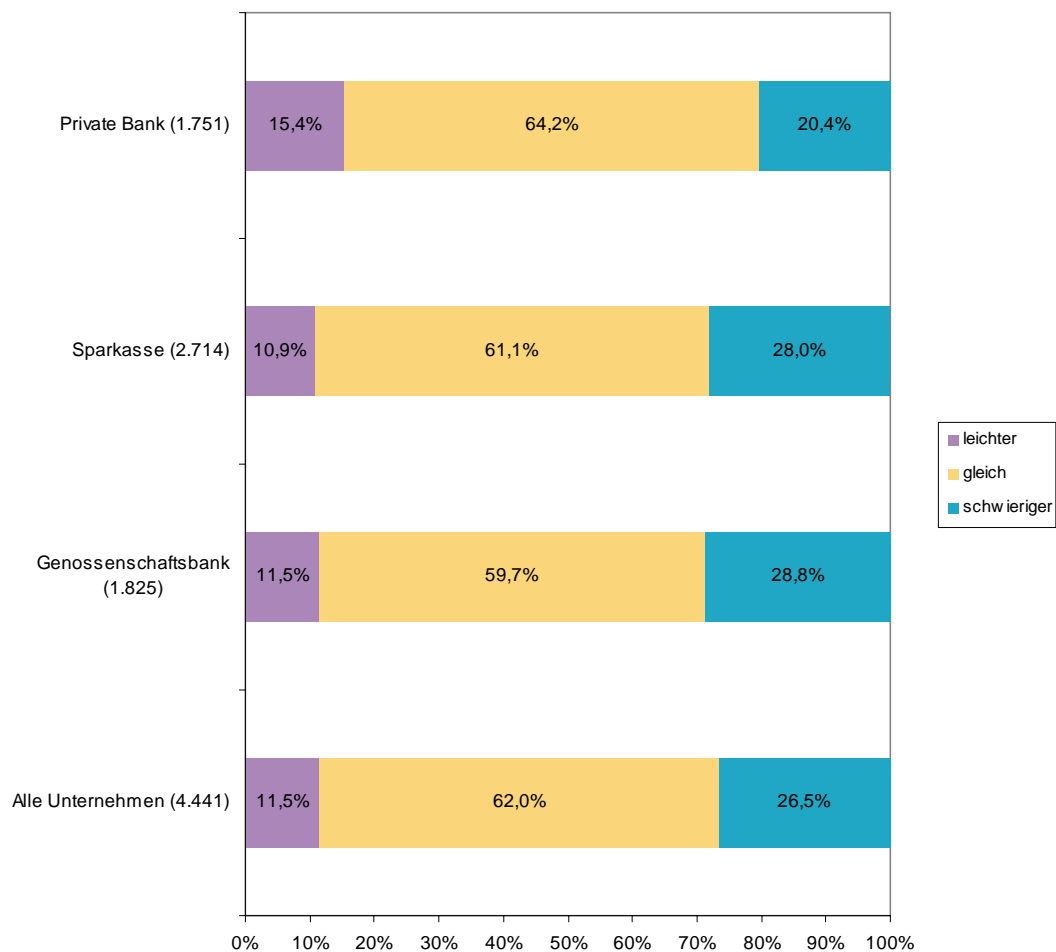
Neben dieser Größenabhängigkeit lässt sich feststellen, dass die Branchen unterschiedlich stark Veränderungen beim Kreditzugang wahrnehmen (s. Grafik 2): Wie im Vorjahr berichtet das Verarbeitende Gewerbe am häufigsten von Erleichterungen bei der Kreditaufnahme (17%), auch Unternehmen des Groß- und Außenhandels berichten zu 16% über einen leichteren Zugang zu Krediten und melden als einziger der hier betrachteten Wirtschaftszweige mehr Erleichterungen als Erschwernisse. Auf der anderen Seite waren jedoch wie in der Vorjahresbefragung Unternehmen des Einzelhandels (36%) sowie der Bau- (32%) und Dienstleistungsbranche (31%) signifikant häufiger mit zunehmenden Erschwernissen bei der Kreditaufnahme konfrontiert. Auch Handwerksbetriebe berichteten öfter von erschweren Bedingungen (33%) (s. Grafik 3). Das bessere Abschneiden des Verarbeitenden Gewerbes und des Groß- und Außenhandels dürfte ebenfalls mit dem Einfluss des starken Exportgeschäfts sowie der sehr guten Industriekonjunktur erklärt werden. Auch die stabile Inlandsnachfrage hat diesen Branchen genützt, während Einzelhandelsunternehmen nicht von dieser Entwicklung profitieren konnten.



Grafik 3: Veränderung der Kreditaufnahme nach Handwerk, Alter und Regionen

Anders als es Grafik 3 suggeriert, lassen sich regional betrachtet jedoch keine signifikanten Unterschiede zwischen Ost- und Westdeutschland erkennen. Zwar berichten Unternehmen mit Sitz in den neuen Bundesländern häufiger von Erschwernissen und seltener von Erleichterungen beim Kreditzugang, doch zeigt die multivariate Analyse, dass – neben Strukturmerkmalen wie Unternehmensgröße und Branche – die Eigenkapitalquote für die Bedingungen bei der Kreditvergabe entscheidend ist und nicht der Standort des Betriebes.⁶ Bei gleichen Unternehmensmerkmalen sind keine signifikanten Unterschiede in der Entwicklung des Kreditzugangs zwischen alten und neuen Bundesländern vorhanden. Für junge Unternehmen konnten in der diesjährigen Befragung – anders als im Vorjahr – ebenfalls keine abweichenden Ergebnisse bezüglich der Beurteilung des Kreditzugangs ermittelt werden. Auch hinsichtlich der verschiedenen Bankengruppen sind bei multivariater Analyse, anders als in der Vorjahresbefragung, keine signifikanten Unterschiede erkennbar (s. Grafik 4).

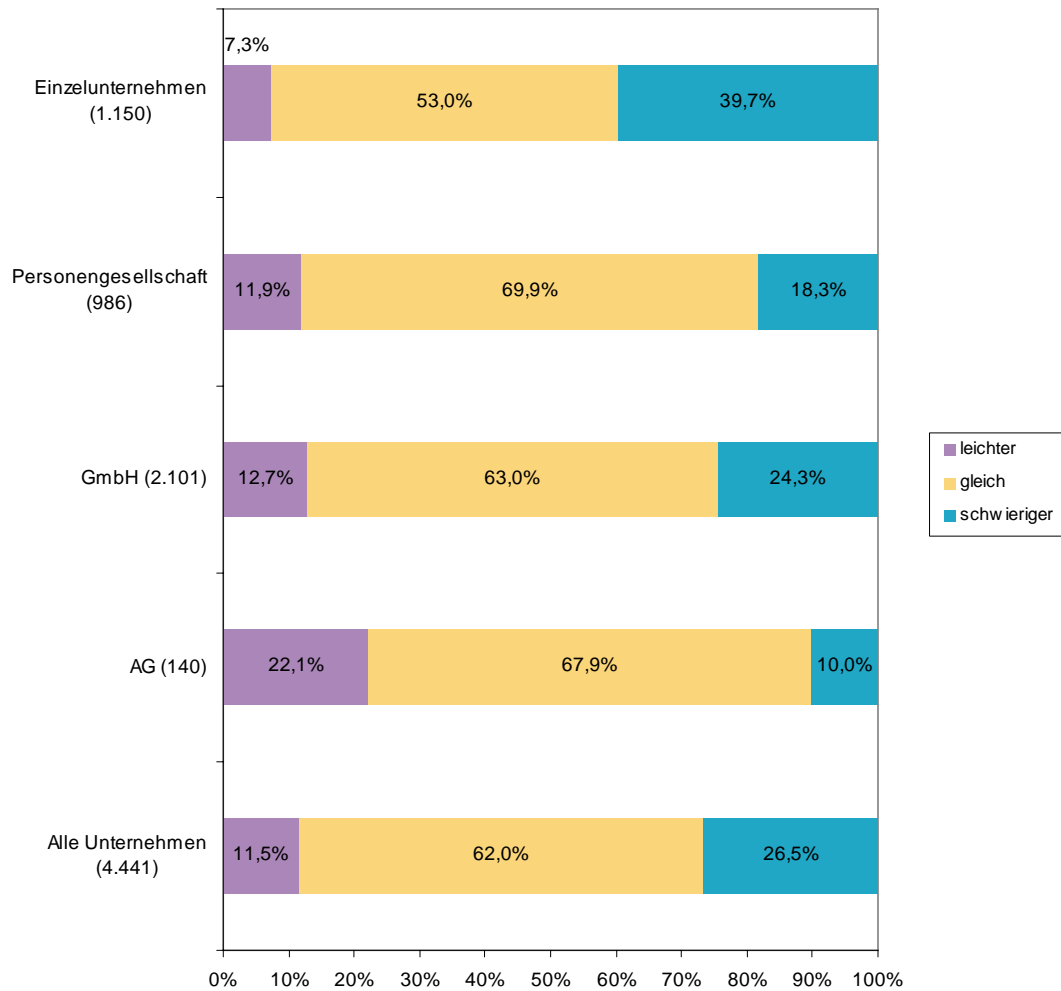
⁶ Siehe hierzu auch Kapitel 4.



Anmerkung: Mehrfachnennungen bezüglich der Hauptbankverbindung möglich

Grafik 4: Veränderung der Kreditaufnahme nach Bankengruppen

Weiterhin zeigt sich bei multivariater Analyse, dass Personen- und Aktiengesellschaften signifikant seltener die negative Entwicklung beim Kreditzugang zu spüren bekommen (s. Grafik 5). Personengesellschaften dürften davon profitieren, dass – im Gegensatz zu Einzelunternehmen – mehrere Gesellschafter mit ihren Privatvermögen haften, den Aktiengesellschaften könnte ihre Erfahrung bei Kapitalmarktfinanzierungen zu Gute kommen.

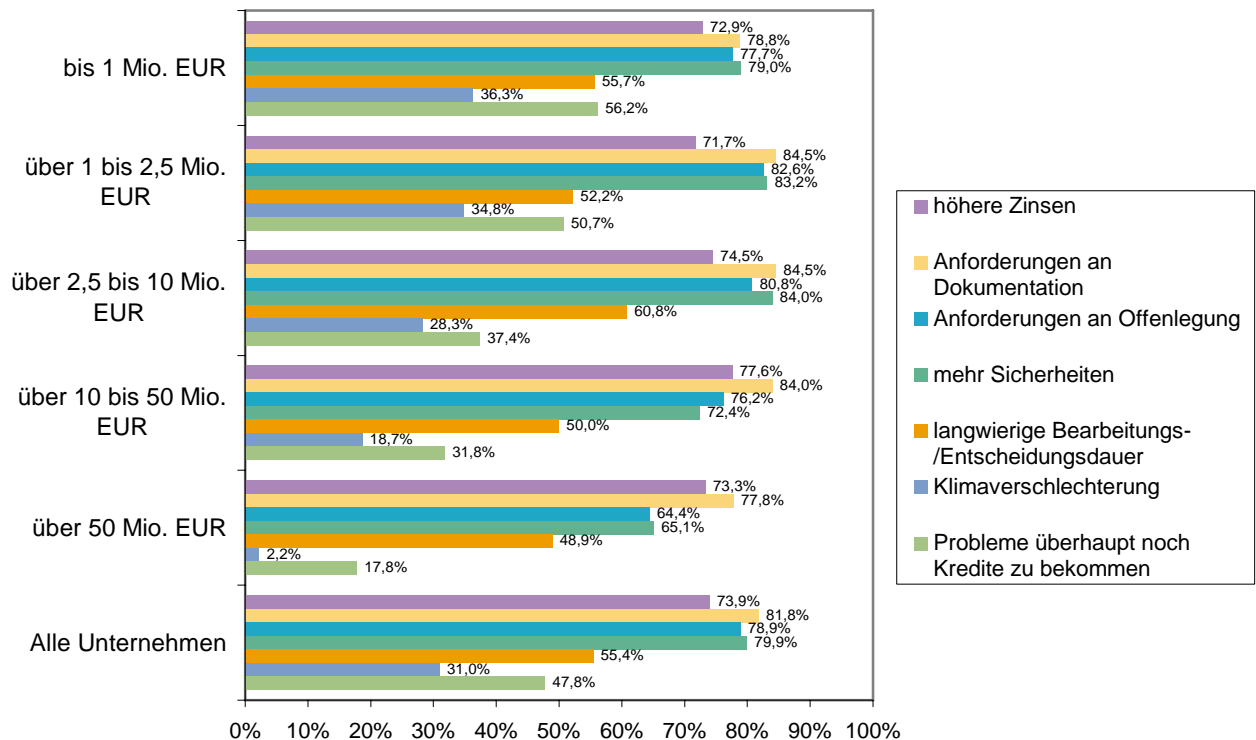


Grafik 5: Veränderung der Kreditaufnahme nach Rechtsform

2.2 Worin äußern sich die Erschwernisse der Kreditaufnahme?

Für die Unternehmen, welche zunehmende Schwierigkeiten bei der Kreditaufnahme gemeldet haben, wurde zusätzlich ausgewertet, wie sich ausgewählte Kriterien (Zinsen, geforderte Kreditsicherheiten usw.) im Zusammenhang mit der Kreditaufnahme entwickelt haben.⁷ Anhand dieser Kriterien lässt sich eine Aussage darüber treffen, in welchen Bereichen die Erschwernisse bei der Kreditaufnahme begründet liegen.

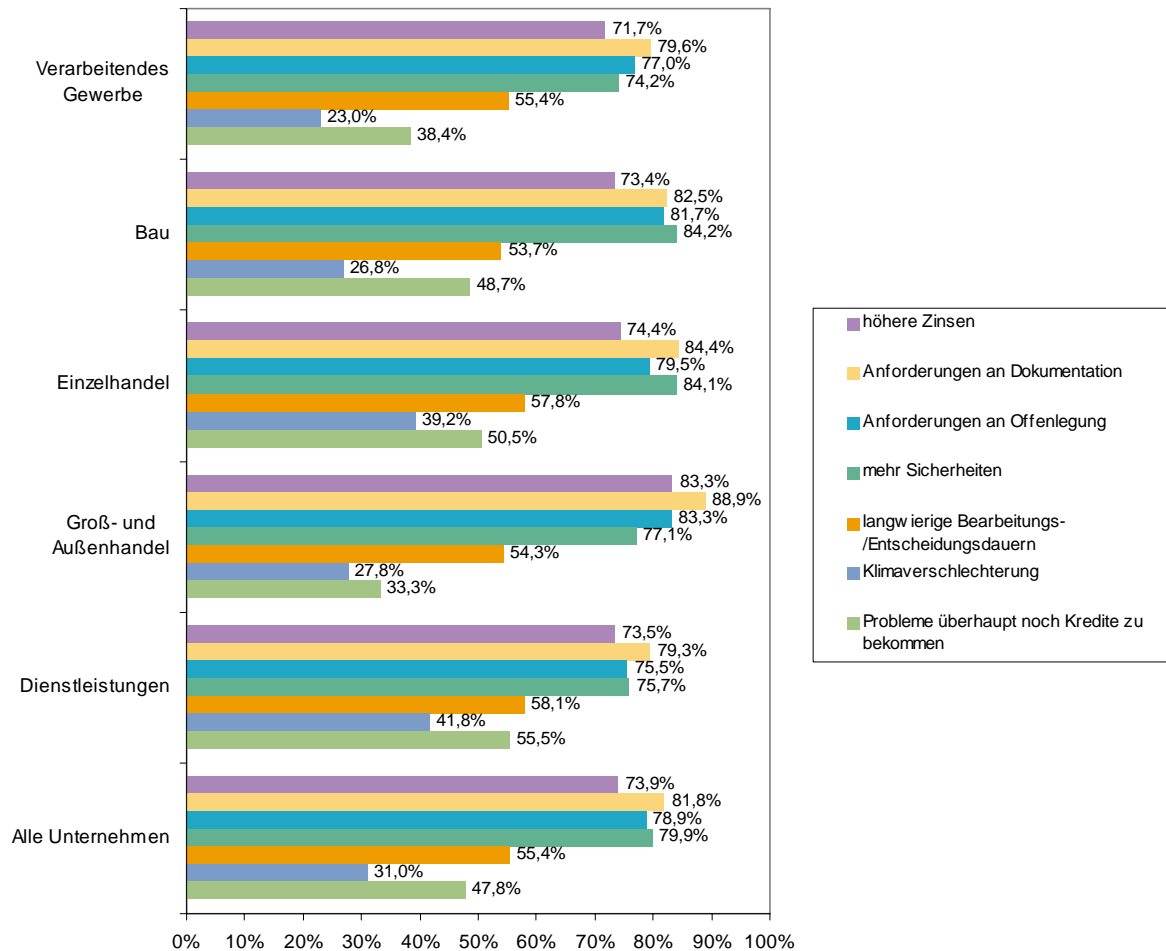
⁷ Vgl. Zimmermann (2008) ausführlich zur Bedeutung verschiedener Teilaspekte auf die Gesamtbeurteilung des Kreditzugangs.



Anmerkung: Mehrfachnennungen möglich

Grafik 6: Gründe für die Verschlechterung der Kreditaufnahme nach Umsatzgrößenklassen

Wie in der Vorjahresbefragung sind gestiegene Anforderungen an die Dokumentation der Unternehmen der meist genannte Grund für Erschwernisse (82 %) (s. Grafik 6), wobei – bei Berücksichtigung der Verschiebungen in der Stichprobenstruktur – ein leichter Bedeutungsrückgang (3 Prozentpunkte) festzuhalten ist. Dabei lassen sich nur geringfügige Unterschiede zwischen Unternehmen mit verschiedenen Charakteristika ausmachen. Der schon in der Vorjahresbefragung festgestellte Trend, dass höhere Anforderungen an die Dokumentation nunmehr nicht mehr nur stärker von größeren Unternehmen wahrgenommen werden, bestätigt sich erneut. Dies deutet darauf hin, dass sich eine genaue Erfassung der Risiken für die Durchführung von regelgestützten Scoring- und Ratingverfahren zunehmend in allen Größenklassen durchsetzt.



Grafik 7: Gründe für die Verschlechterung der Kreditaufnahme nach Branchen

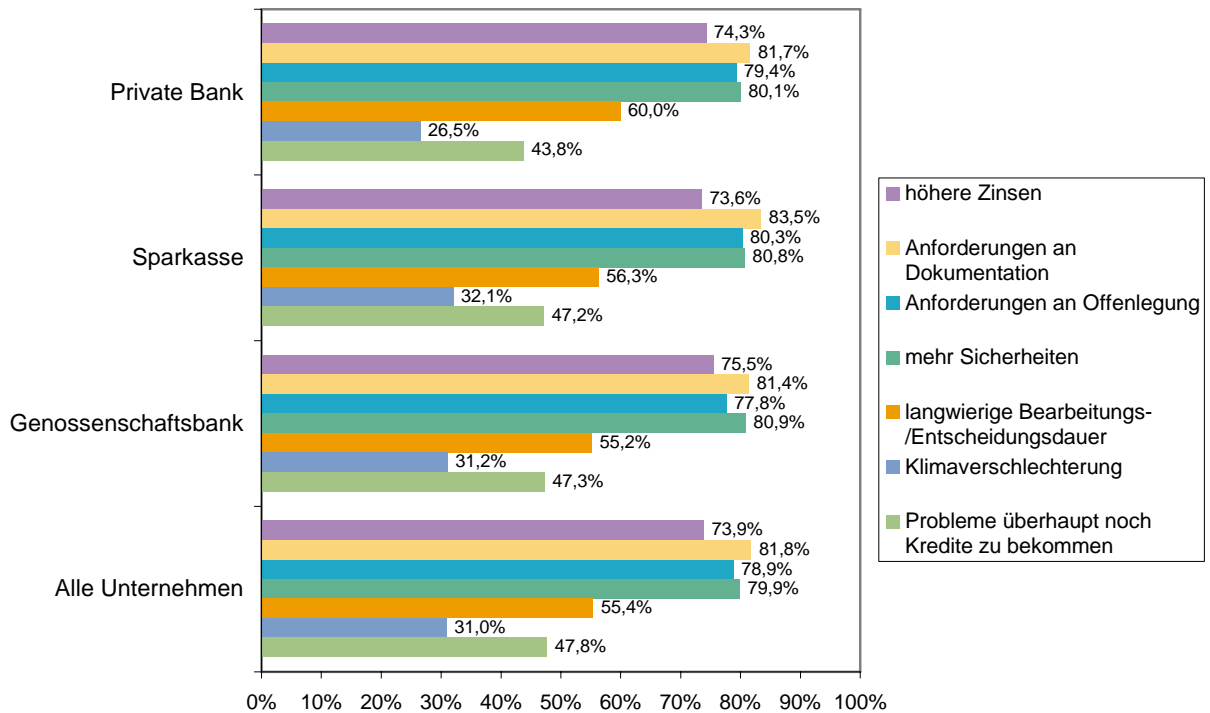
Die Forderung nach mehr Sicherheiten wurde in der aktuellen Befragung am zweithäufigsten als Grund für Erschwernisse beim Kreditzugang genannt. Wie in der Vorjahresbefragung nannten etwa vier Fünftel der von Schwierigkeiten betroffenen Unternehmen diesen Aspekt, wobei – wie multivariate Analysen zeigen – kleinere Unternehmen sowie Unternehmen der Baubranche besonders häufig betroffen waren (s. Grafik 7). Die häufige Nennung dieses Aspekts als Erschwernis beim Kreditzugang gerade auch bei Unternehmen, die weniger vom konjunkturellen Verlauf profitieren konnten – und von denen daher erwartet werden kann, dass sie auch ertragsschwächer sind – zeigt die hohe Bedeutung, die Banken und Kreditinstitute den Sicherheiten als Instrument zur Steuerung ihres Risikos beimessen.⁸ Vermutlich ebenfalls aus letzterem Grund berichten auch als Personenunternehmen organisierte Betriebe signifikant häufiger von der Forderung höherer Sicherheiten (ohne Grafik).

⁸ Die wichtige Rolle der Sicherheiten im Kreditvergabeprozess bestätigen ebenfalls die Befunde in Kapitel 4 bezüglich der Ablehnung von Kreditanträgen. Vgl. dazu auch Zimmermann (2007a).

Den mit 79 % am dritthäufigsten angeführten Grund für Erschwernisse stellen in der aktuellen Befragung erhöhte Anforderungen an die Offenlegung von Informationen der Unternehmen dar. Betriebe mit einem Umsatz von über 50 Mio. EUR berichten dabei jedoch signifikant seltener von erhöhten Anforderungen (s. Grafik 6), was vermutlich damit erklärt werden kann, dass an diese umsatzstarken Bankkunden bereits seit längerer Zeit derartige Anforderungen gestellt werden und sie daher keine weitere Zunahme wahrnehmen. Die multivariate Analyse zeigt darüber hinaus, dass Unternehmen mit einem Alter von über 15 Jahren signifikant häufiger mit der Forderung nach stärkerer Offenlegung konfrontiert sind (ohne Grafik). Dies liefert Anzeichen dafür, dass auch ältere Unternehmen, die bereits über eine lange Beziehung zu ihrer Hausbank verfügen, den Anforderungen des verstärkten Risikomanagements nachkommen müssen. Auch Handwerksbetriebe berichten häufiger von höheren Anforderungen an die Offenlegung. Diese Ergebnisse untermauern den Befund einer allgemeinen Durchsetzung der Rating- und Scoringverfahren im deutschen Bankensektor.

Höhere Zinsen waren für 74 % der betreffenden Unternehmen ein Grund dafür, dass sich der Zugang zu Krediten im Befragungszeitraum schwieriger als zuvor gestaltete. Dies bedeutet im Vergleich zum Zeitraum der Befragung von 2007 nur eine leichte Veränderung – nach Berücksichtigung der Verschiebungen in der Stichprobenstruktur – um plus zwei Prozentpunkte. Ein Grund dafür ist die anhaltend gute konjunkturelle Entwicklung in Deutschland und im Euro-Raum, welche – wie bereits im Vorjahr – ein wichtiger Faktor für die Zinserhöhungen gewesen sein dürfte. Steigende Zinsen könnten teilweise – zumindest in den letzten Monaten – jedoch auch durch die Folgen der Subprimekrise bedingt sein. Die multivariate Analyse zeigt, dass Handwerksbetriebe (s. Grafik 9) signifikant häufiger steigende Zinsen als Erschwernis beim Kreditzugang wahrnehmen als andere Unternehmen. Weitere signifikante Unterschiede – etwa hinsichtlich der Unternehmensgröße oder des Wirtschaftszweigs – sind nicht erkennbar.

Über die Hälfte der Unternehmen (56 %), welche von erschwerten Bedingungen berichten, führten des Weiteren an, auch die lange Dauer von Bearbeitungs- und Entscheidungsverfahren habe den Zugang zu Krediten erschwert. Dies bedeutet – nach Berücksichtigung der Verschiebungen in der Stichprobenstruktur – einen leichten Rückgang gegenüber dem Vorjahr. Dabei zeigen sich kaum Unterschiede in der Beantwortung dieses Aspekts nach den Unternehmensmerkmalen.

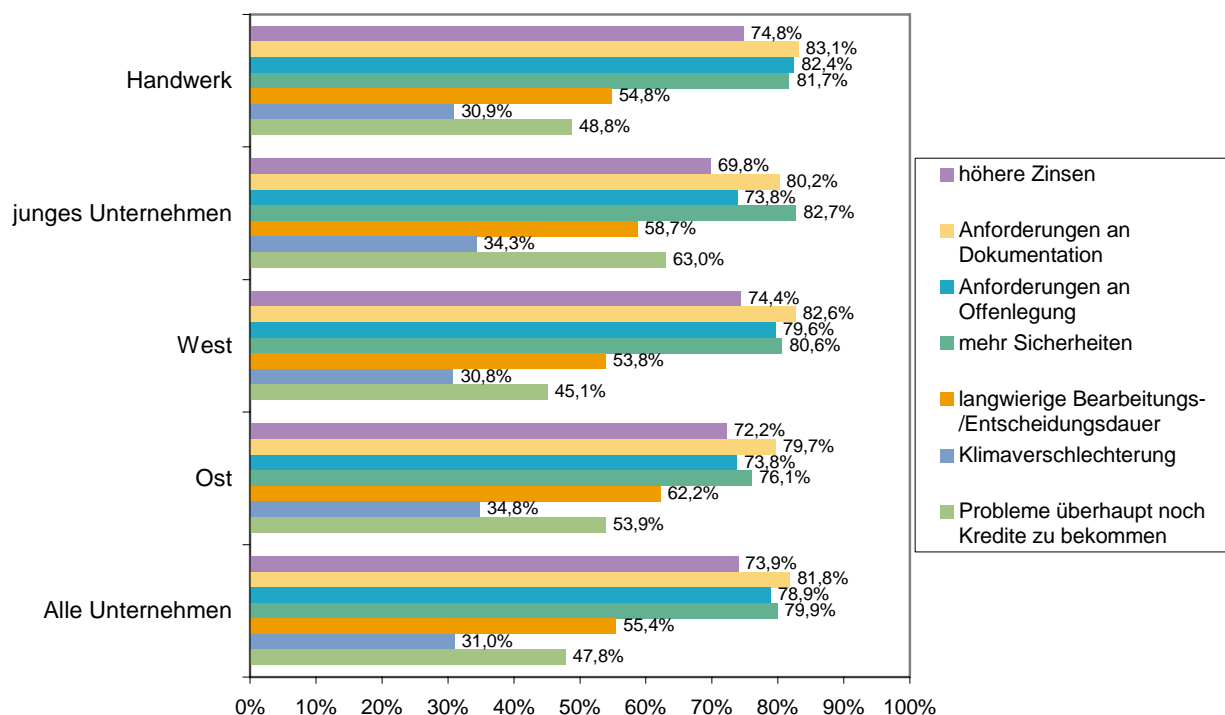


Grafik 8: Gründe für die Verschlechterung der Kreditaufnahme nach Bankengruppen

Eine im Vergleich zu den anderen Aspekten stärkere Veränderung zur Vorjahresbefragung zeichnet sich bei dem Anteil jener Unternehmen ab, welche berichten, sie hätten Probleme gehabt, überhaupt – selbst zu ungünstigeren Konditionen – einen Kredit zu erhalten. Waren es in der Vorjahresbefragung noch 43 % (nach Berücksichtigung der Verschiebungen in der Stichprobenstruktur) der von Erschwernissen betroffenen Betriebe, steigt dieser Anteil im aktuellen Befragungszeitraum auf knapp 48 %. Der Anstieg bei diesem für Unternehmen schwerwiegenden Aspekt des Zugangs zu Krediten relativiert sich jedoch etwas, wenn man berücksichtigt, dass der Anteil der Unternehmen, die angeben, Probleme zu haben, überhaupt Kredite zu bekommen, an *allen* befragten Unternehmen nur um knapp zwei Prozentpunkte von 10,8 % auf 12,7 % (nach Berücksichtigung der Verschiebungen in der Stichprobenstruktur) gestiegen ist.

Wie die multivariate Analyse zeigt, berichten insbesondere Unternehmen mit einer niedrigen Eigenkapitalquote von generellen Problemen, Kredite zu erhalten, was die hohe Bedeutung der Bonität für die Kreditvergabe belegt. Des Weiteren sind große Unternehmen mit einem Umsatz über 2,5 Mio. EUR deutlich seltener von einer generellen Schwierigkeit beim Kreditzugang betroffen. Dies deutet darauf hin, dass Unterschiede in der Bonität bei umsatzstarken Unternehmen durch Anpassungen der Kreditkonditionen – etwa bezüglich der Höhe des Zinses oder der Kreditsicherheiten – eher aufgefangen werden können als bei kleineren Unternehmen. Diese müssen hingegen bei einer schlechteren Bonität und unzureichenden Sicherheiten immer noch häufiger die Ablehnung eines Kredits hinnehmen. Dieses Ergebnis

wird auch von den Analysen in Kapitel 4 zur Ablehnung von Investitionskreditanträgen bestätigt. Auch Betriebe mit einem Alter über 25 Jahre sind weniger häufig als junge Betriebe von einer generellen Schwierigkeit betroffen, was vermutlich darin begründet liegt, dass den Kreditinstituten hier bereits umfangreiche Informationen und Erfahrungswerte, etwa durch eine Hausbankbeziehung vorliegen, welche zu einer niedrigeren Einschätzung des Kreditrisikos beitragen. In Bezug auf regionale Unterschiede stellt sich die Verschlechterung der Kreditaufnahme wie folgt dar. In Westdeutschland geben 45 % der Unternehmen, die Erschwernisse beim Kreditzugang wahrnehmen, an, Probleme zu haben, überhaupt noch einen Kredit zu erhalten. In Ostdeutschland beläuft sich dieser Wert auf 54 % (s. Grafik 9). Dieser Unterschied zeigt sich auch bei einer multivariaten Betrachtung als (schwach) signifikant. Dies bedeutet, dass ostdeutsche Unternehmen – wie in den zurückliegenden Jahren – stärker als westdeutsche Unternehmen damit zu kämpfen haben, überhaupt Kredite zu erhalten.



Grafik 9: Gründe für die Verschlechterung der Kreditaufnahme nach Handwerk, Alter und Regionen

Knapp ein Drittel der von Erschwernissen betroffenen Unternehmen geben an, dass eine Verschlechterung des Klimas in der Firmenkundenbetreuung der Banken für den erschwerten Zugang zu Krediten verantwortlich ist. Große Unternehmen mit einem Jahresumsatz von über 10 Mio. EUR führen diesen Grund jedoch signifikant seltener an, vermutlich weil die Banken diesen wichtigen Kunden eine im Vergleich bessere Betreuung bieten. Anzumerken ist andererseits, dass Unternehmen der Dienstleistungsbranche häufiger als andere Betriebe von einer Verschlechterung des Klimas in der Firmenkundenbetreuung berichten. Ein signifi-

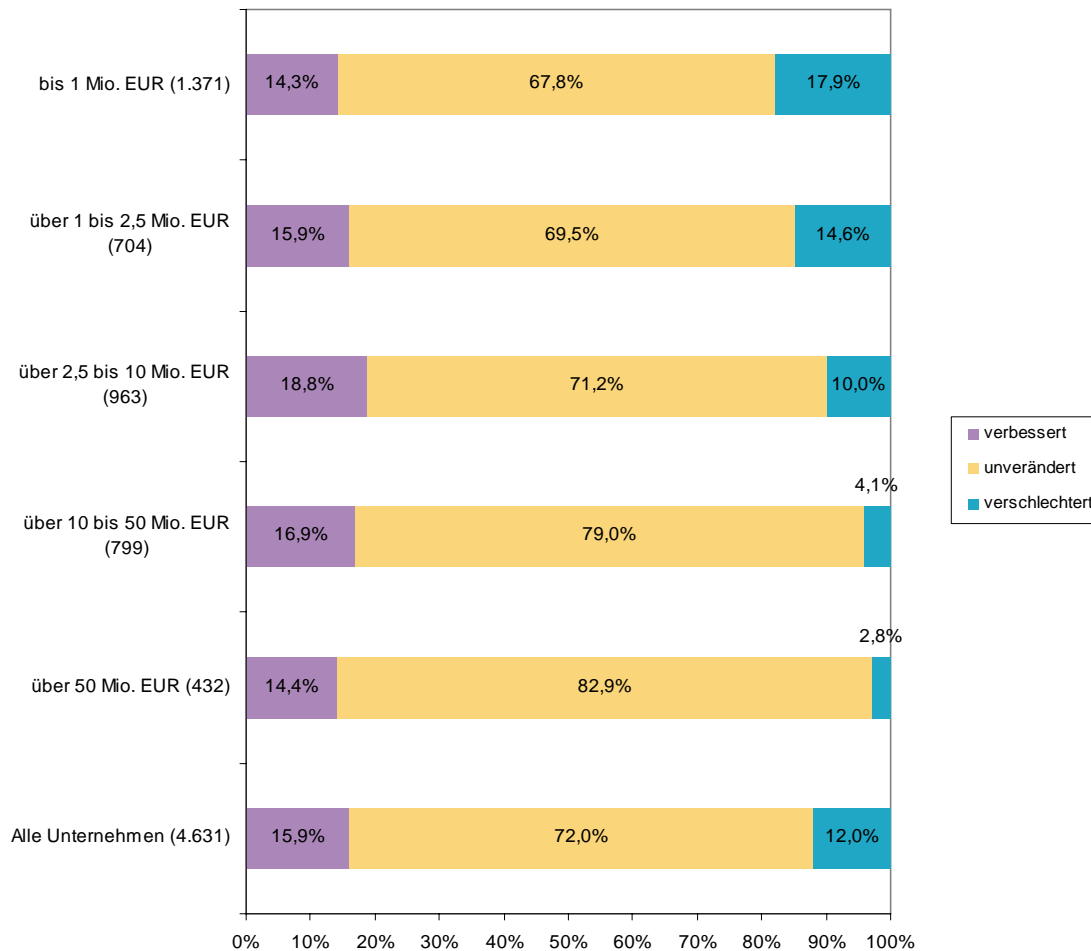
kanter Unterschied zwischen Sparkassen sowie Privat- und Genossenschaftsbanken lässt sich hingegen statistisch nicht feststellen (s. Grafik 8).

2.3 Qualität der Beratung durch Banken

Für eine gute Beziehung zwischen Unternehmen und Kreditinstituten und eine optimale Finanzierungsstruktur der Unternehmen ist neben den Kreditzugangsbedingungen auch die Beratungsqualität von entscheidender Bedeutung. Deshalb wurden auch dieses Jahr die Unternehmen zur Entwicklung der Beratungsqualität ihrer Hausbank in den letzten 12 Monaten befragt. 72 % der Unternehmen gaben an, dass diese unverändert geblieben sei (s. Grafik 10). Eine Verbesserung der Beratung melden 16 % und nur 12 % der Unternehmen sind der Meinung, im letzten Jahr schlechter beraten worden zu sein. Im Vergleich zum Vorjahr sind somit kaum Unterschiede bei der Beantwortung dieser Fragestellung auszumachen.

Generell zeigt sich bei der Beurteilung der Beratungsqualität ein enger Zusammenhang zur Wahrnehmung des Kreditzugangs durch die Unternehmen. So melden vor allem Unternehmen, die über eine Verbesserung beim Kreditzugang berichten, auch eine verbesserte Beratungsqualität, während für Unternehmen, die zunehmende Schwierigkeiten beim Kreditzugang wahrnehmen, das Gegenteil gilt.

Doch auch nach Berücksichtigung der wahrgenommenen Entwicklung beim Kreditzugang bestätigt die multivariate Analyse den starken Zusammenhang zwischen dem Antwortverhalten bezüglich der Beratungsqualität und der Unternehmensgröße. Je kleiner das Unternehmen, desto kritischer wurde die Beratungsqualität beurteilt. Wie Grafik 10 zeigt, melden lediglich 3 % der Unternehmen mit einem Umsatz über 50 Mio. EUR eine Verschlechterung bei der Beratungsqualität, während es bei Unternehmen bis 1 Mio. EUR Umsatz mit 18 % sechsmal so viele sind. Dieses Ergebnis lässt vermuten, dass sich die Kreditinstitute stärker um umsatzstärkere und vermeintlich profitablere Kunden bemühen. Weitere Unterschiede in der Wahrnehmung der Veränderung der Beratungsqualität durch die Kreditinstitute können dagegen nicht ermittelt werden.

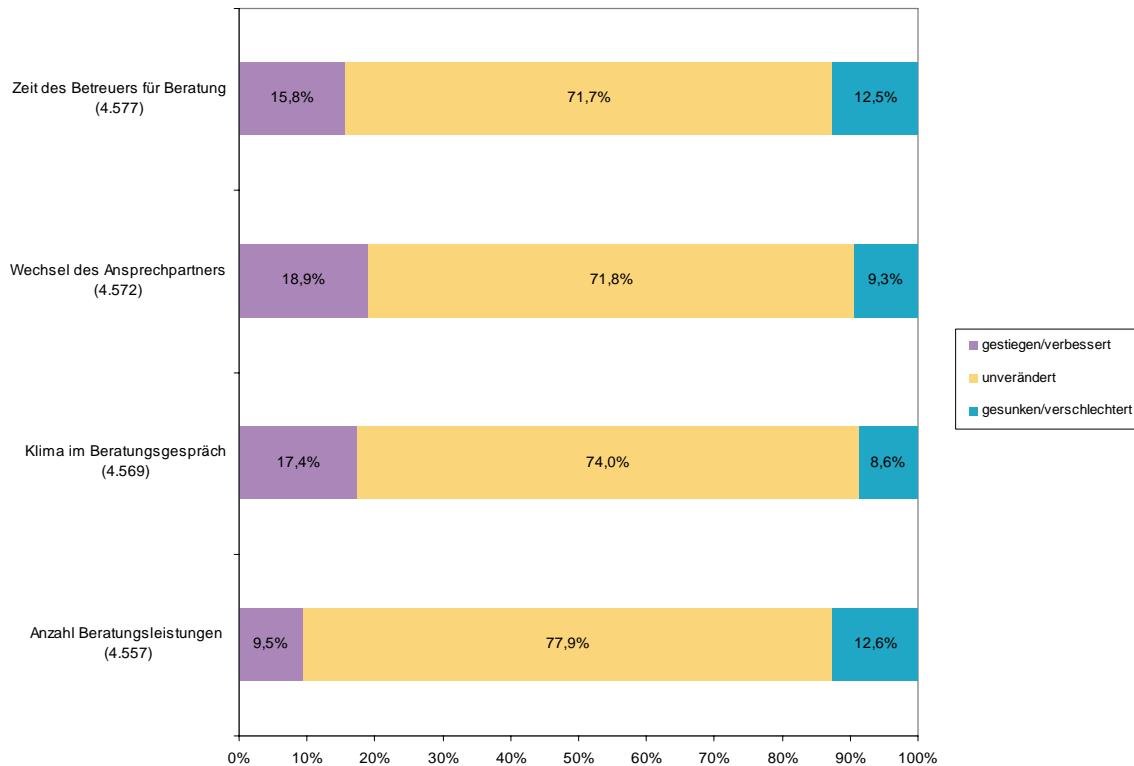


Grafik 10: Beratungsqualität der Banken nach Umsatzgrößenklassen

Bei einer detaillierteren Betrachtung der Aspekte der Beratungsqualität kann die stärkste Veränderung bei der Zunahme der Häufigkeit des Wechsels des Ansprechpartners festgestellt werden (s. Grafik 11). 19 % der Unternehmen melden bei diesem Kriterium eine Zunahme der Wechselhäufigkeit in den letzten 12 Monaten. Weitere starke Veränderungen zeigen sich bei der Verbesserung des Klimas im Beratungsgespräch (17 %), gefolgt von 16 % der Unternehmen, die einen gestiegenen Zeitaufwand des Betreuers für Beratung melden.

Ein signifikanter Zusammenhang zwischen den Antworten und der Umsatzklasse ist durchgehend durch alle Kriterien zu bemerken. So sind mit steigender Unternehmensgröße auch eine Verbesserung des Beratungsklimas, eine Ausweitung der Anzahl der Beratungsleistungen sowie der Zeit, die sich der Firmenbetreuer für das Beratungsgespräch nimmt, zu verzeichnen. Bei häufigen Wechseln des Ansprechpartners verhält sich dieser Zusammenhang genau umgekehrt. Kleinere Unternehmen geben hier signifikant häufigere Wechsel des Ansprechpartners in den letzten 12 Monaten an (ohne Grafik). Geht man davon aus, dass eine Zunahme der Zeit des Betreuers für die Beratung sowie eine Abnahme der Anzahl der

Wechsel des Ansprechpartners als positiv erachtet werden, nehmen die befragten Unternehmen mit zunehmender Größe auch die Veränderungen der Teilaspekte der Beratungsqualität zunehmend als positiver wahr. Auch bezüglich der Teilaspekte der Beratungsqualität zeigt sich der bereits angesprochene, starke Zusammenhang zur Wahrnehmung des Kreditzugangs durch die Unternehmen.



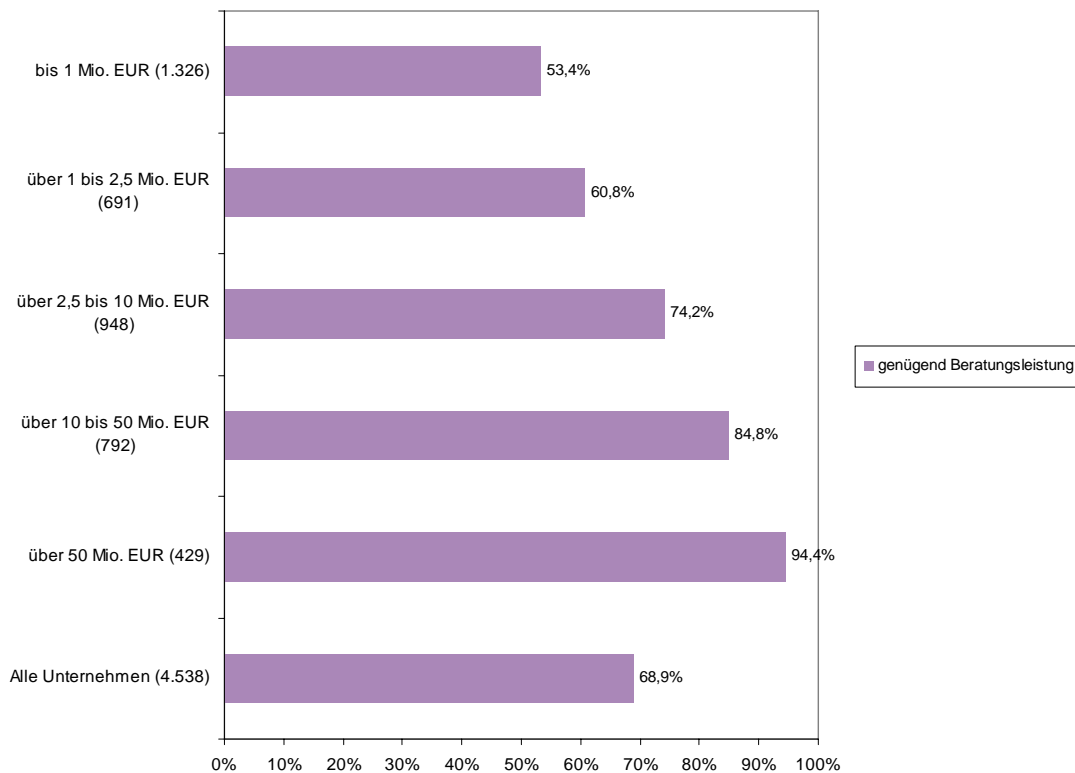
Anmerkung: Die Ausprägungen „gestiegen“/„gesunken“ beziehen sich auf die Fragen nach der Zeit des Betreuers, der Anzahl der Wechsel der Ansprechpartner sowie der Anzahl der Beratungsleistungen, während für das Klima im Beratungsgespräch die Ausprägungen „verbessert“/„verschlechtert“ gelten

Grafik 11: Details der Veränderungen der Beratungsqualität der Banken

Die Frage, ob sie von ihrer Bank genügend Beratungsleistungen hinsichtlich der Finanzierung erhalten, wird von 69 % der Unternehmen bejaht (s. Grafik 12). Gegenüber der Vorjahresbefragung bedeutet dieses Ergebnis eine geringfügige Einbuße. So lag in der Befragung von 2007 der Anteil der zufriedenen Unternehmen – bei Berücksichtigung der Verschiebungen in der Stichprobenstruktur – bei 71 %.

Wie im Vorjahr ist auch bei dieser Frage ein größenabhängiges Antwortmuster erkennbar. 52 % der Unternehmen mit einem Umsatz von bis zu 1 Mio. EUR fühlen sich im Hinblick auf die Finanzierung ausreichend durch ihr Kreditinstitut beraten, bei den großen Unternehmen mit über 50 Mio. EUR Jahresumsatz sind es bereits 94 % (s. Grafik 12). Branchenbezogen beurteilen vor allem Bau- und Einzelhandelsbetriebe am seltensten die Finanzierungsberatung als genügend. Der Anteil der zufriedenen Unternehmen liegt hier lediglich bei 62 % bzw. 58 % (ohne Grafik). Auch Unternehmen aus den neuen Bundesländern sind mit rund 63 %

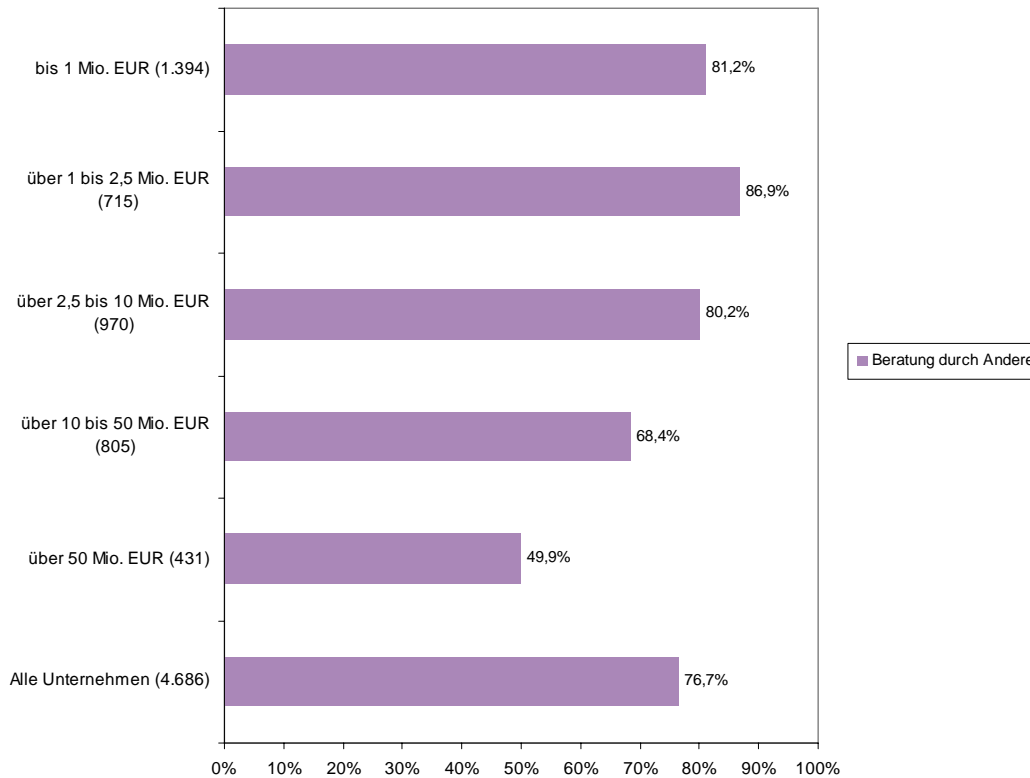
seltener mit den Beratungsleistungen ihrer Bank oder Sparkasse zufrieden als ihre west-deutschen Pendanten (70 %) (ohne Grafik).



Grafik 12: Beratungsleistungen der Bank nach Umsatzgrößenklassen

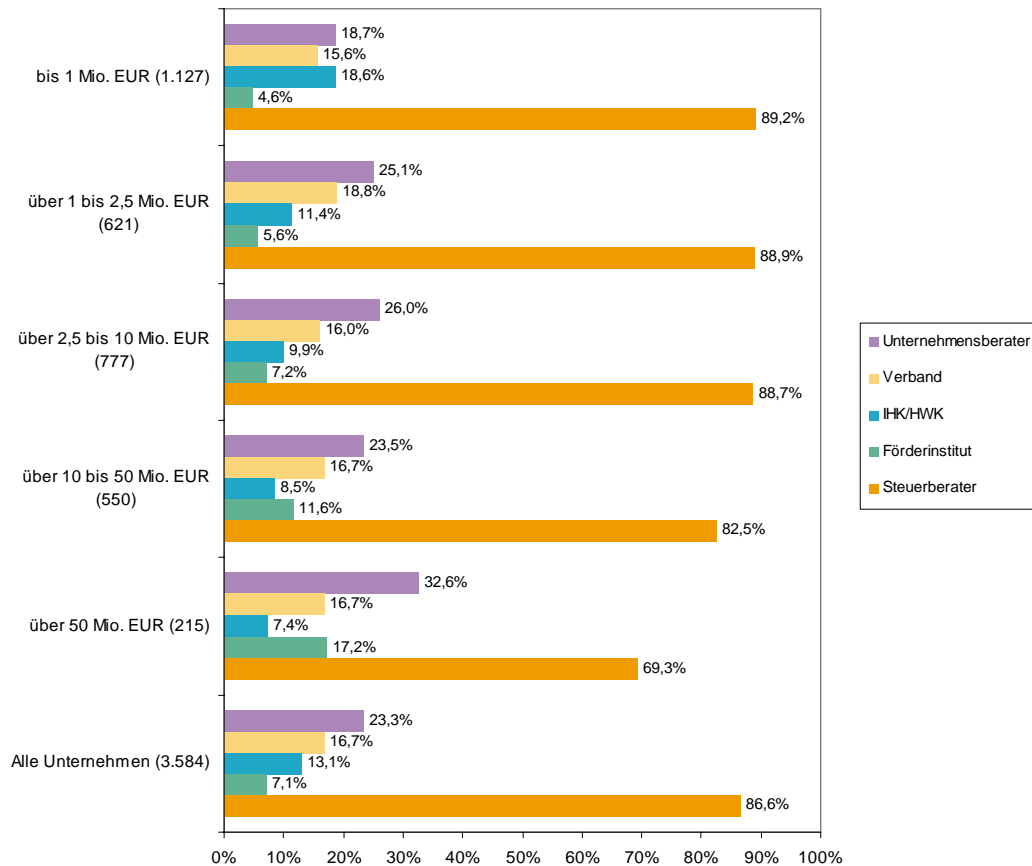
Über drei Viertel der teilnehmenden Unternehmen nehmen zusätzliche Beratungsleistungen hinsichtlich Finanzierungsfragen in Anspruch (s. Grafik 13). Dabei werden Unternehmen mit einem Jahresumsatz von zwischen 1 und 2,5 Mio. EUR am häufigsten zusätzlich beraten (87 %). Mit zunehmender Unternehmensgröße sinkt dieser Anteil. Insbesondere jüngere Unternehmen und Betriebe aus dem Groß- und Außenhandel sowie Handwerksunternehmen nehmen diese Möglichkeit signifikant häufiger wahr (ohne Grafik). Generell gilt auch hier, dass insbesondere Unternehmen, welche mit der Beratungsleistung der Kreditinstitute nicht zufrieden sind, häufiger zusätzliche Beratung in Anspruch nehmen.

Diejenigen Unternehmen, die sich zusätzlich von anderen beraten lassen, nehmen – mit großem Abstand – am häufigsten die Leistungen eines Steuerberaters (87 %) in Anspruch (s. Grafik 14). An zweiter Stelle folgen Unternehmensberater mit 23 %. Verbände sowie Industrie- und Handels- und Handwerkskammern (IHK/HWK) werden in 17 % bzw. 13 % der Fälle für Beratungsleistungen engagiert. Durch Förderinstitute lassen sich lediglich 7 % der befragten Unternehmen beraten.



Grafik 13: Beratungsleistungen durch Dritte nach Umsatzgrößenklassen

Dabei greifen vor allem kleinere Unternehmen mit einem Jahresumsatz von bis zu 1 Mio. EUR überwiegend auf die Beratungsleistungen eines Steuerberaters und der IHK/HWK zurück, größere Betriebe hingegen zunehmend auf Unternehmensberater und Förderinstitute. Weitere Auswertungen nach anderen Kriterien zeigen folgende Ergebnisse (ohne Grafik), branchenbezogen werden IHK/HWK und Förderinstitute von Unternehmen der Baubranche und des Einzelhandels am seltensten genutzt. Baubetriebe präferieren vor allem die Beratungsleistungen von Verbänden. Diese spielen ebenfalls bei den etablierten, älteren Unternehmen eine übergeordnete Rolle. Im Ost-West-Vergleich ist lediglich festzustellen, dass Förderinstitute in den alten Bundesländern öfter für Beratungsleistungen angesprochen werden als in den neuen. Während Handwerksunternehmen die Leistungen von Steuerberatern, von Verbänden und IHK/HWK häufiger in Anspruch nehmen, greifen Nicht-Handwerksbetriebe öfter auf Förderinstitute zurück. Zuletzt lassen sich Personengesellschaften sowie Einzelunternehmen verglichen mit den anderen Rechtsformen am häufigsten von Steuerberatern helfen.



Grafik 14: Beratung durch wen nach Umsatzgrößenklassen

Zwischenfazit:

Insgesamt kann festgehalten werden, dass sich im Befragungszeitraum der Kreditzugang im Vergleich zum Vorjahr insgesamt nur wenig verändert hat. So hat sich die positive Tendenz der Vorjahre trotz anhaltend guter Konjunktur nicht fortgesetzt. Jedoch hat die Krise auf den Finanzmärkten auch nicht zu wesentlichen Verschlechterungen bei der Unternehmensfinanzierung geführt. Ähnlich wie im Vorjahr waren besonders umsatzstarke Unternehmen mit weniger Schwierigkeiten bei der Aufnahme von Krediten konfrontiert, kleine Unternehmen schneiden bei den meisten Indikatoren unverändert schlechter ab.

Befragt man die beim Kreditzugang mit Erschwernissen konfrontierten Unternehmen nach den Gründen dieser Entwicklung, werden vor allem höhere Anforderungen an die Dokumentation, die Offenlegung sowie die Sicherheiten genannt. Höhere Zinsen spielen im Vergleich dazu eine etwas geringere Rolle. Ebenfalls von nachgeordneter Bedeutung sind Verschlechterungen des Klimas in der Firmenkundenbetreuung sowie gestiegene Bearbeitungs- und Entscheidungsdauern. Diese Ergebnisse sprechen dafür, dass sich der Finanzmarkt Wandel und damit eine verstärkte Kopplung der Kreditvergabe an die Bonität eines Unternehmens durchsetzen und die Banken aus diesem Grund vor allem umfangreichere Informationen von

den Unternehmen einfordern. Diese Entwicklung ist in allen Umsatzgrößenklassen erkennbar. Allerdings berichten umsatzschwächere Unternehmen nach wie vor wesentlich häufiger als umsatzstärkere von Problemen, überhaupt Kredite zu erhalten. Bei kleineren Unternehmen scheint weiterhin statt einer risikoadäquaten Vergütung oftmals eine generelle Ablehnung des Kreditantrags zu erfolgen.

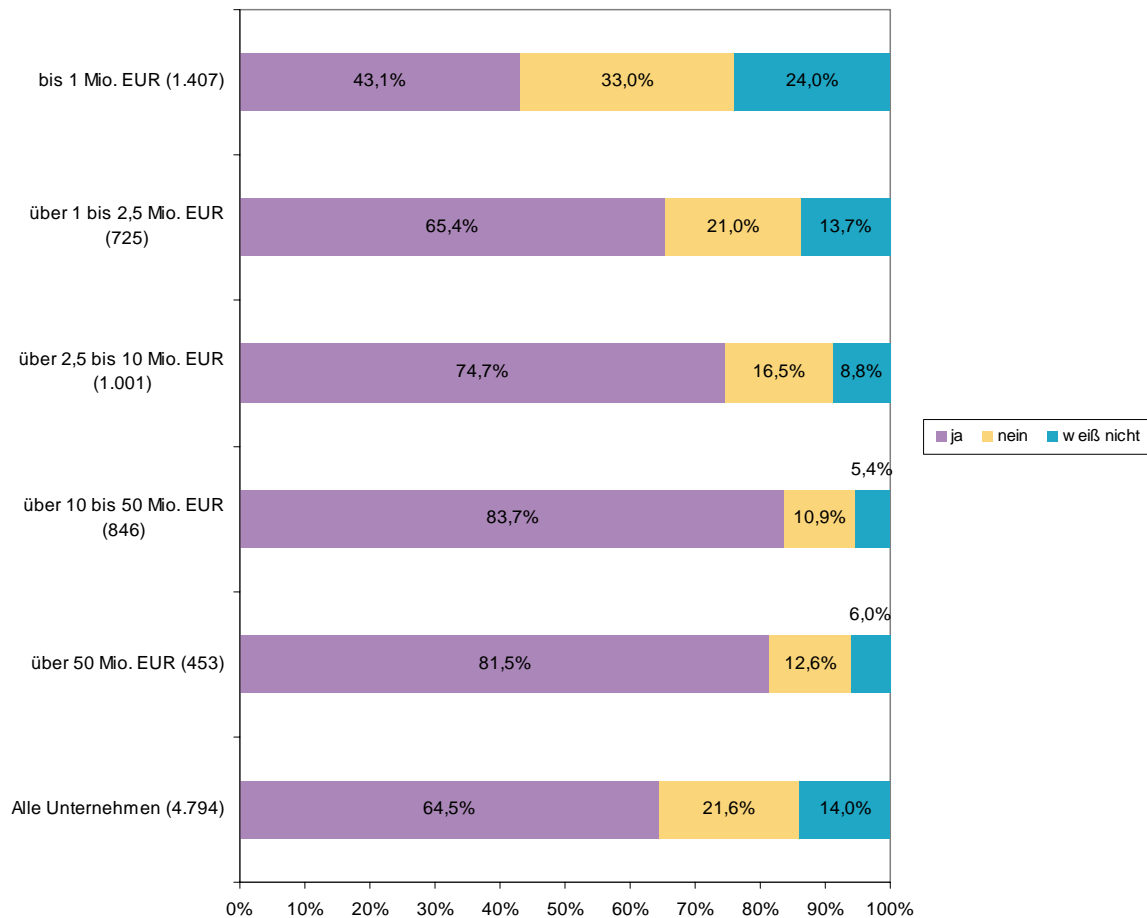
Hinsichtlich der Qualität der Beratung durch die Kreditinstitute zeigt sich eine weitgehend unveränderte Einschätzung. Knapp drei Viertel der Unternehmen berichten von gleich bleibender Qualität, Verbesserungen werden zudem häufiger genannt als Verschlechterungen. Generell zeigt sich, dass vor allem Unternehmen, die über eine Verbesserung beim Kreditzugang berichten, auch eine verbesserte Beratungsqualität melden, während für Unternehmen, die zunehmende Schwierigkeiten beim Kreditzugang wahrnehmen, das Gegenteil gilt. Erneut zeigen sich jedoch Hinweise auf eine stärkere Konzentration der Banken und Sparkassen auf umsatzstärkere und vermeintlich rentablere Unternehmen.

3. Rating: anhaltende Informationsdefizite

Die Informations- und Kommunikationstechnologie hat die Durchsetzung der Ratingkultur in Deutschland forciert, indem sie es den Banken und Sparkassen ermöglicht, komplexe Ratingverfahren zu nutzen, mit denen individuelle Ausfallwahrscheinlichkeiten für jedes einzelne (Kredit-)Engagement bestimmt werden können. Davon ausgehend sind sie in der Lage, individuelle Risikomargen zu ermitteln, die die (erwarteten) Risikokosten der Kreditvergabe abdecken. Dies erlaubt die Differenzierung der Kreditkonditionen nach Bonitäten. Mittlerweile haben alle Bankengruppen flächendeckend moderne Ratingsysteme eingeführt. Gerade für mittelständische Unternehmen in Deutschland ist dies natürlich von besonderer Bedeutung, da sie ihre Außenfinanzierung nach wie vor hauptsächlich über Bankkredite decken.

Insgesamt geben rund 65 % aller befragten Unternehmen an, über ein internes Rating von ihrem Kreditinstitut zu verfügen (s. Grafik 15). Demgegenüber stehen 22 % aller Umfrageteilnehmer, die laut eigener Aussage nicht intern geratet worden sind. Nur 14 % der Betriebe wissen nicht, ob ihr Kreditinstitut ein Rating vorgenommen hat. Allerdings zeigt sich, wie bereits in den Vorjahren, eine Korrelation zwischen dem Wissen über das Vorhandensein eines internen Ratings und der Umsatzgrößenklasse des Unternehmens (s. Grafik 15). Während nur 43 % aller Unternehmen mit einem Jahresumsatz unter 1 Mio. EUR nach eigenen Angaben intern geratet wurden, wissen über vier Fünftel der Betriebe mit über 10 Mio. EUR Jahresumsatz, dass sie von ihrem Kreditinstitut eine solche Einschätzung erhalten haben. Insgesamt wird deutlich, dass mit abnehmender Umsatzgröße das Wissen über die Existenz eines Ratings abnimmt und die Unwissenheit darüber steigt (s. Grafik 15).

Des Weiteren ist festzustellen, dass der Anteil der Unternehmen, die ein internes Rating besitzen, mit dem Alter der Betriebe zunimmt (ohne Grafik). Hinsichtlich regionaler Unterschiede kann festgehalten werden, dass – anders als in der Vorjahresbefragung – kein statistisch signifikanter Unterschied im Antwortverhalten der Unternehmen zur Existenz eines Ratings zwischen den alten und den neuen Bundesländern mehr vorliegt (ohne Grafik).



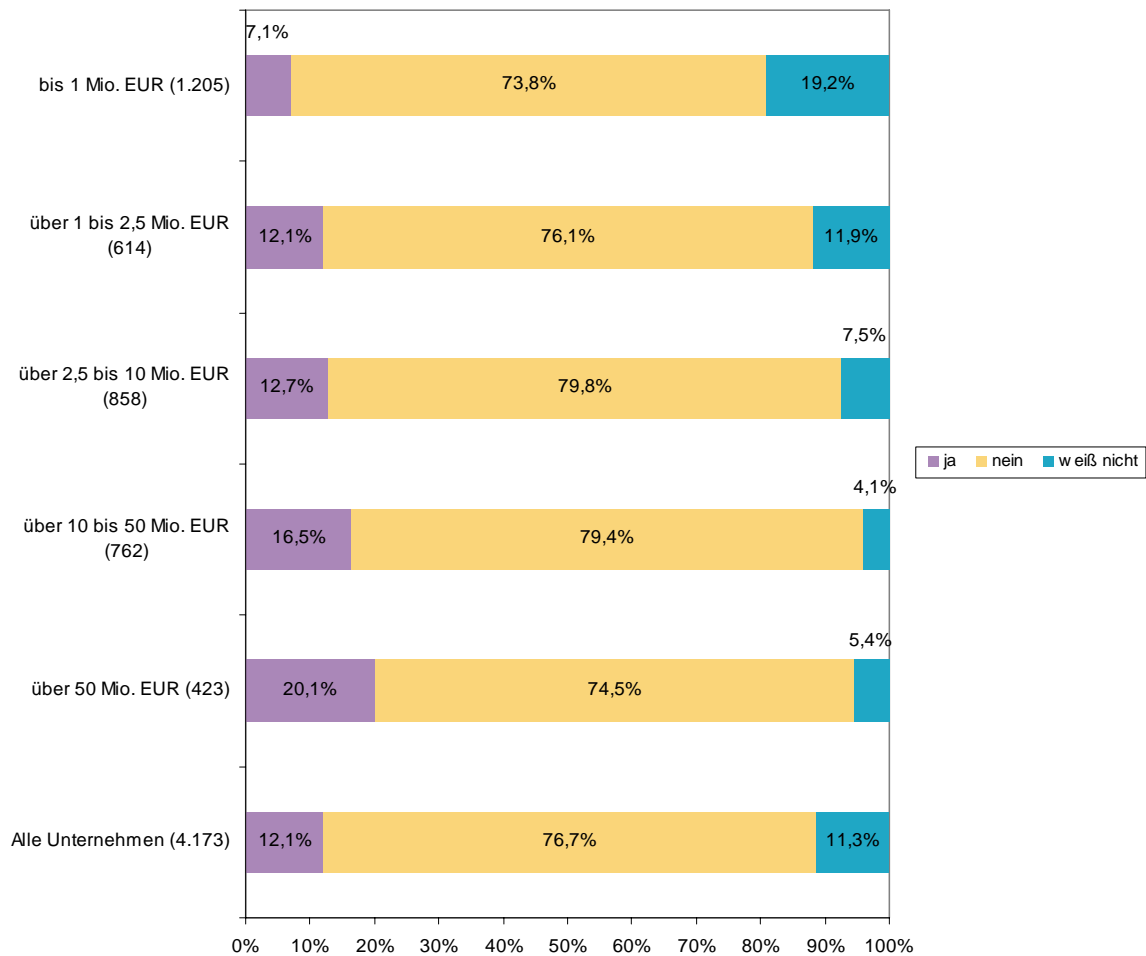
Grafik 15: Rating von einem Kreditinstitut („internes Rating“) nach Umsatzgrößenklassen

Es ist zunächst verwunderlich, dass ein großer Anteil der Unternehmen angibt, kein internes Rating bei einer Bank oder Sparkasse zu haben, da die modernen Ratingsysteme der Kreditinstitute nunmehr flächendeckend eingeführt sind. Eine Erklärung dafür könnte sein, dass diese Unternehmen nur losen Kontakt zu ihrem Kreditinstitut hatten – etwa weil sie keinen Finanzierungsbedarf hatten – und daher nicht genau über ein mögliches Rating ihres Unternehmens Bescheid wissen. Weitergehende Untersuchungen zeigen jedoch, dass eine größenabhängige Beantwortung der Frage nach dem Rating auch bei der Betrachtung lediglich der kreditnachfragenden Unternehmen gilt.⁹

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, dürfte stattdessen darauf zurückzuführen sein, dass Kreditinstitute vor allem bei Kleinunternehmen häufig ein stark vereinfachtes Ratingverfahren (Scoring) anwenden. Bei diesen Unternehmen lohnt sich nach dem Erstrating die kontinuierliche Durchführung eines aufwendigen

⁹ Vgl. Zimmermann (2007b).

Ratingverfahrens aus betriebswirtschaftlicher Sicht für das Kreditinstitut nicht. Bei einem solchen Scoringverfahren für kleine Bestandskunden können dann z. B. bestimmte Verhaltensparameter, die sich aus Kontoführungsdaten der Kunden ergeben (wie Höhe und Häufigkeit der Überziehungen, Dauer der Geschäftsbeziehung, etc.) und die ohne gesonderte Erhebung vorliegen, genutzt werden, um daraus zu einer Bonitätsbewertung zu kommen. Die Unternehmen bemerken dann vermutlich oft nicht, dass überhaupt ein Rating oder Scoring für ihr Unternehmen durchgeführt wird.¹⁰

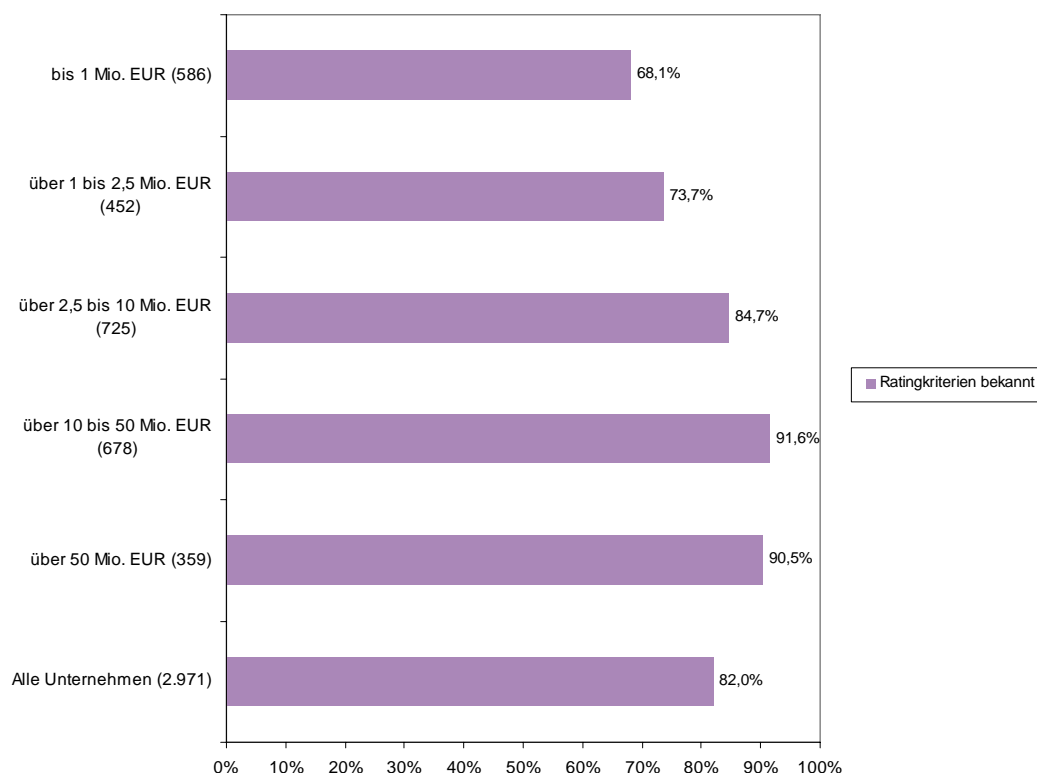


Grafik 16: Rating von einer Nicht-Bank („externes Rating“) nach Umsatzgrößenklassen

Über ein externes Rating verfügt weiterhin nur eine Minderheit der befragten Unternehmen (s. Grafik 16). 12 % von ihnen geben an, über ein solches zu verfügen. Dies bedeutet, dass im Vergleich zu den Ergebnissen des Vorjahres der Anteil der Unternehmen, die über ein externes Rating verfügen – bei Berücksichtigung der Verschiebungen in der Stichprobenstruktur – unverändert geblieben ist. Auch an dieser Stelle ist ein Zusammenhang zwischen

¹⁰ Ein solches Ratingsystem ist beispielsweise das „KleinstkundenRating“ (KKR), welches im Bereich des DSGVO eingesetzt wird und für gewerbliche Kunden mit einem Obligo bis maximal 250.000 EUR entwickelt wurde. Vgl. Reichmann (2006).

der relativen Häufigkeit, mit der ein Unternehmen über ein externes Rating verfügt, und der Größe eines Unternehmens, erkennbar: 17 % der Unternehmen mit einem Jahresumsatz zwischen 10 und 50 Mio. EUR haben ein externes Rating, in der größten Umsatzklasse von über 50 Mio. EUR ist dies bei jedem fünften Unternehmen der Fall. 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 umsatzstärkere Unternehmen mehr Möglichkeiten, Vorteile aus einer derartigen Bewertung zu erzielen, etwa weil sie ein externes Rating für eine direkte Finanzierung über den Kapitalmarkt benötigen.



Anmerkung: nur Unternehmen, die über ein Rating von einem Kreditinstitut verfügen

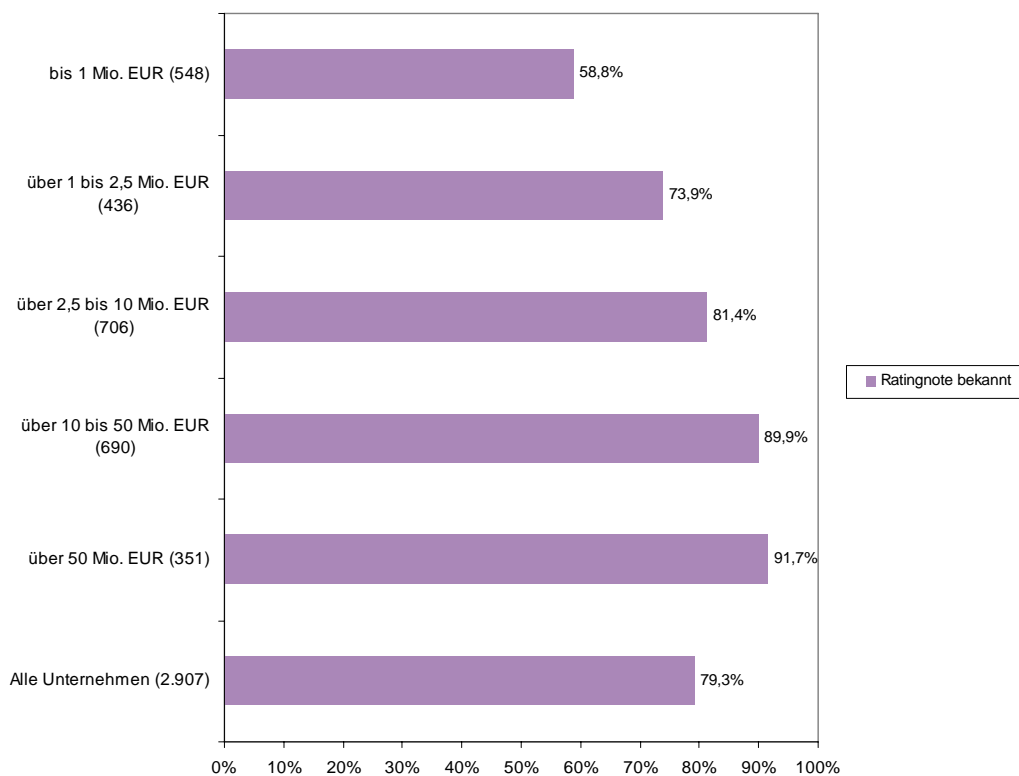
Grafik 17: Ratingkriterien bekannt nach Umsatzgrößenklassen

Als nahezu unverändert gegenüber der Vorjahreserhebung zeigt sich die Bekanntheit der Ratingkriterien. Über vier Fünftel aller Unternehmen, die wissentlich über ein Rating verfügen, kennen mittlerweile die Kriterien, die ihre Bank bei der Bonitätsprüfung zugrunde legt (s. Grafik 17).¹¹ Dieser Befund bestätigt die Ergebnisse der zurückliegenden Befragungen, wonach sich seit dem Jahr 2003/04 keine nennenswerten Veränderungen im Kenntnisstand bezüglich der Ratingkriterien mehr feststellen lassen, nachdem im Rahmen der verstärkten

¹¹ Im Gegensatz zur Studie des Vorjahres sind in der Grafik nur die Antworten der Unternehmen ausgewertet, die angeben, ein Rating bei einem Kreditinstitut zu haben.

Basel II-Diskussion in den Jahren davor deutlich zunehmende Anteile an Unternehmen, die über die Ratingkriterien Bescheid wissen, zu beobachten waren.¹²

Auch bezüglich des Bekanntheitsgrads der Ratingkriterien zeichnet sich erneut ein signifikanter Zusammenhang mit der Umsatzgrößenklasse ab. Während 68 % der Unternehmen, die wissen, dass sie geratet wurden, mit einem Umsatz bis zu 1 Mio. EUR über die Kriterien informiert sind, verfügen über 90 % der Unternehmen über 10 Mio. EUR Jahresumsatz über diese Informationen. Im Vergleich zwischen Unternehmen in den neuen und den alten Bundesländern zeigen sich dagegen keine signifikanten Unterschiede mehr (ohne Grafik). Branchenspezifisch betrachtet kennen vor allem Einzelhandelsunternehmen sowie Unternehmen aus dem Baugewerbe signifikant seltener die Ratingkriterien der Kreditinstitute (ohne Grafik).



Anmerkung: nur Unternehmen, die über ein Rating von einem Kreditinstitut verfügen

Grafik 18: Ratingnote bekannt nach Umsatzgrößenklasse

Wie Grafik 18 zeigt, liegt der Anteil der Unternehmen, der über seine Ratingnote informiert ist, bei einem Wert von 79 % und damit geringfügig über dem Niveau des Vorjahres (nach Berücksichtigung der Verschiebungen in der Stichprobenstruktur 76 %). Erneut bestätigt sich dabei, dass umsatzstärkere Unternehmen besser unterrichtet sind. Besonders gut über ihre Ratingnoten informiert zeigen sich zudem – wie in der vorhergehenden Befragung – Unternehmen des Verarbeitenden Gewerbes sowie ältere Unternehmen.

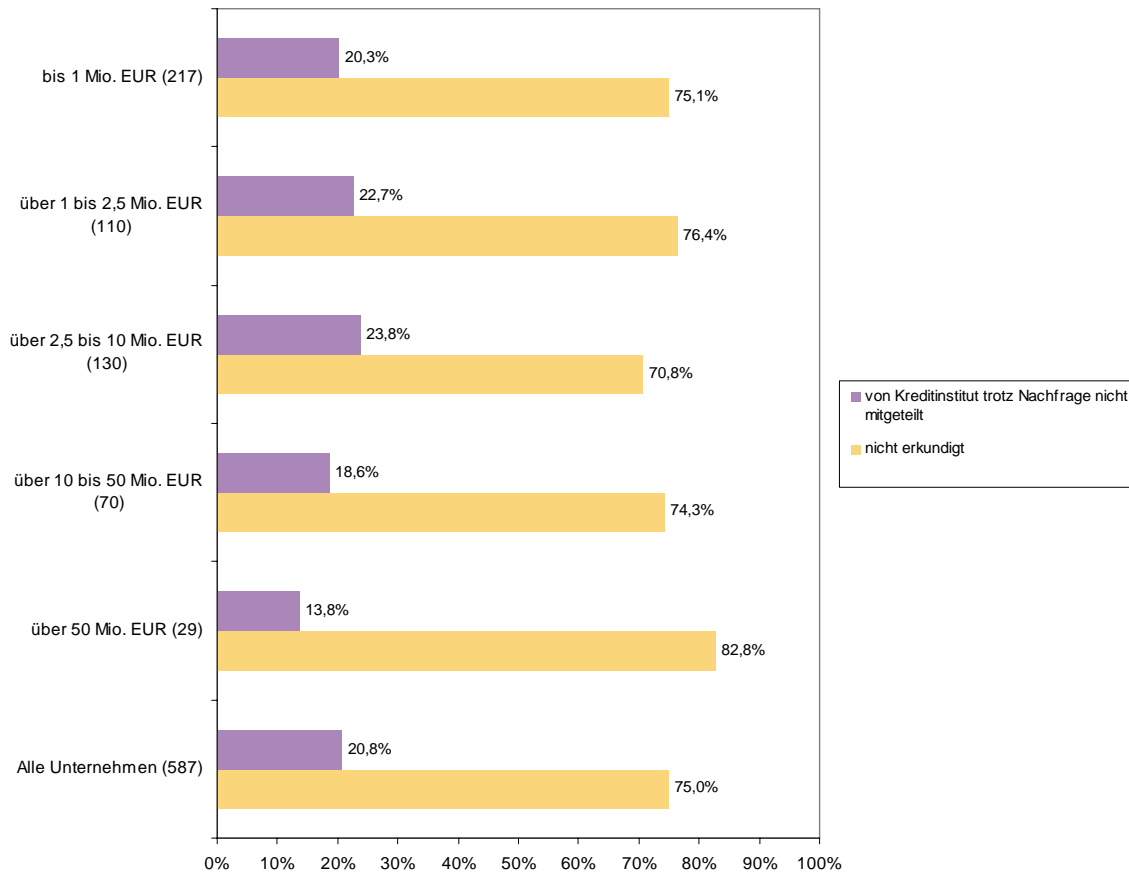
¹² Vgl. Zimmermann (2007b).

Die Ergebnisse bezüglich der Unternehmensgröße deuten darauf hin, dass insbesondere bei kleineren Unternehmen nach wie vor Kommunikationsdefizite zwischen Unternehmen und Banken bestehen. So konnte etwa in der vergangenen Unternehmensbefragung gezeigt werden, dass vor allem kleine Unternehmen beispielsweise häufiger keine bzw. lediglich in unregelmäßigen Abständen Beratungsgespräche mit ihren Banken oder Sparkassen führen, während mit steigender Unternehmensgröße diese Gespräche zunehmend regelmäßig stattfinden.¹³ Trotz einer positiven Entwicklung kennt von allen befragten Unternehmen noch immer über ein Fünftel der antwortenden Unternehmen die Ratingnote nicht, obwohl ein Rating vorgenommen wurde. Bei den kleinsten Unternehmen steigt dieser Wert auf über 40 %.

Der Hauptgrund für das Unwissen hinsichtlich der Ratingnote ist eindeutig: Mit drei Vierteln sagt eine überwältigende Mehrheit der nicht informierten Unternehmen, sie hätten sich nicht nach der Ratingnote erkundigt (s. Grafik 19). Nur ein Fünftel der Unternehmen gibt dagegen an, dass sie die Ratingnote trotz Nachfrage beim Kreditinstitut nicht in Erfahrung bringen konnten. Dies deutet zum einen darauf hin, dass die Erkenntnis über die Bedeutung des Ratings die Unternehmen noch nicht in vollem Maß erreicht zu haben scheint; zum anderen aber auch, dass Kreditinstitute ihre Kunden noch umfangreicher informieren sollten. Weitere statistisch signifikante Unterschiede im Antwortverhalten zwischen verschiedenen Unternehmenstypen lassen sich kaum feststellen.

In der diesjährigen Unternehmensbefragung wurde erstmalig auch die Form, in der das Rating mitgeteilt wird, sowie die Wünsche der Unternehmen an die Ratingkommunikation erhoben. Grafik 20 gibt zunächst die Antworten auf die Frage nach der praktizierten Ratingkommunikation wieder. Mit über einem Drittel geben die meisten der befragten Unternehmen – die wissentlich über ein Rating eines Kreditinstituts verfügen – an, dass ihnen die Ratingeinschätzung ihres Kreditinstitutes in einem Gespräch näher erläutert wurde. Darüber hinaus wurden Verbesserungsmaßnahmen für die Ratingnote mit einem weiteren knappen Viertel der Unternehmen besprochen. Die Wirkungen solcher Verbesserungsmaßnahmen auf ihr Rating wurden mit weiteren knapp 20 % erörtert. Lediglich rund 21 % der befragten Unternehmen wurde dagegen die Ratingeinschätzung ohne weitere Erläuterungen genannt. Ein Achtel der Unternehmen gibt an, dass ihnen die Ratingeinschätzung schriftlich mitgeteilt wurde.

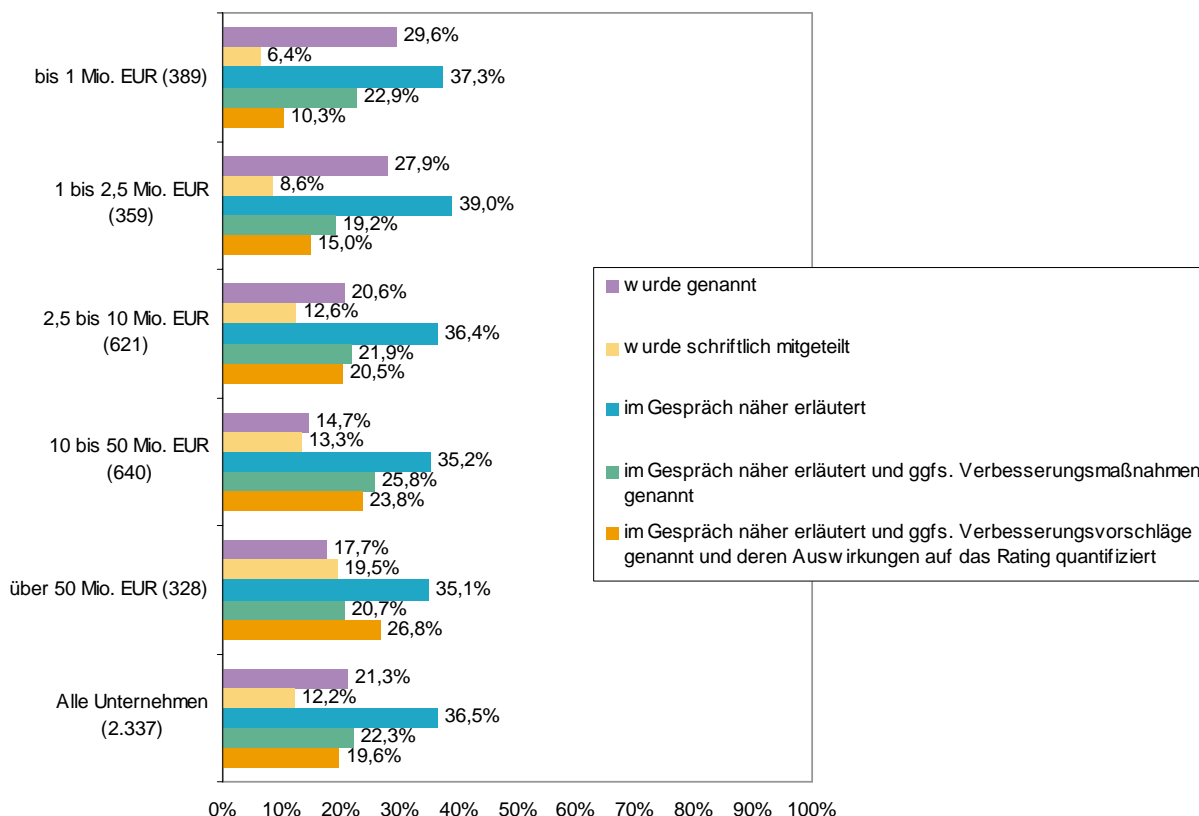
¹³ Vgl. Plankensteiner und Zimmermann (2007).



Anmerkung: nur Unternehmen, die über ein Rating von einem Kreditinstitut verfügen; nicht ausgewiesen wird in der Grafik die Antwortkategorie „Sonstige“

Grafik 19: Gründe für die Unkenntnis der Ratingnote nach Umsatzgrößenklassen

Auch bezüglich der Form der Ratingkommunikation zeigt sich eine klare Größenabhängigkeit. So melden vor allem kleine Unternehmen, dass ihnen die Ratingeinschätzung lediglich mitgeteilt wurde, während mit zunehmender Unternehmensgröße darüber hinaus auch die Wirkungen von möglichen Verbesserungsmaßnahmen auf das Rating quantifiziert wurden. Auch erfolgt eine schriftliche Mitteilung der Ratingnote mit zunehmender Unternehmensgröße häufiger. Eine weitere Differenzierung der Form der Ratingkommunikation nach Unternehmenstypen ist dagegen – mit zwei Ausnahmen – nicht festzustellen. So melden Unternehmen des Baugewerbes sowie des Einzelhandels häufiger als Unternehmen anderer Wirtschaftszweige, dass ihnen die Ratingeinschätzung lediglich mitgeteilt wurde.



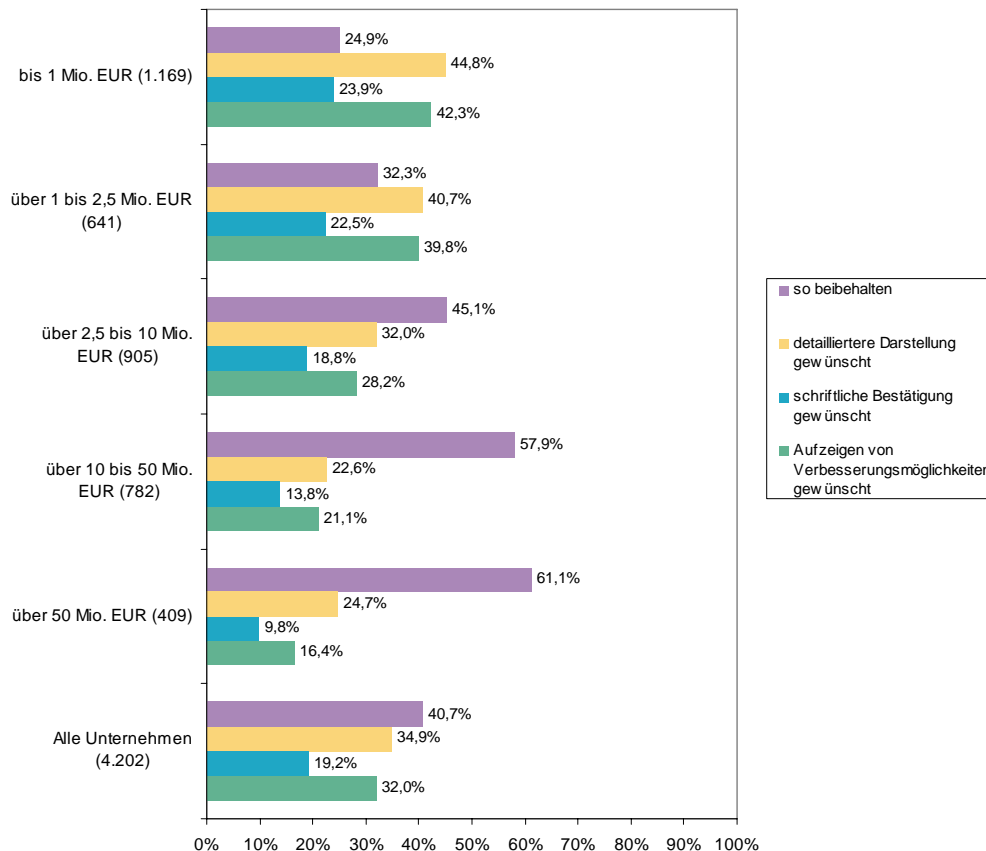
Anmerkung: nur Unternehmen, die über ein Rating von einem Kreditinstitut verfügen und denen das Rating kommuniziert wurde. Die Kategorien „wurde genannt“, „im Gespräch erläutert“, „im Gespräch erläutert und ggfs. Verbesserungsmöglichkeiten genannt“ sowie „im Gespräch erläutert und ggf. Verbesserungsmöglichkeiten genannt und deren Auswirkungen auf das Rating quantifiziert“ wurden um Mehrfachnennungen bereinigt. Die Angaben wurden jeweils der Kategorie zugeordnet, welche die Kommunikationsform am genauesten beschreibt.

Grafik 20: Form der Kommunikation der Ratingeinschätzung nach Umsatzgrößenklassen

Die anschließende Frage nach den Erwartungen an eine zukünftige Ratingkommunikation wurde von den Unternehmen wie folgt beantwortet (s. Grafik 21); über zwei Fünftel der befragten Unternehmen sind mit der Praxis der Ratingkommunikation zufrieden und geben an, dass sie den Status quo beibehalten möchten. Hierbei ist zu beachten, dass der Anteil der Unternehmen, die mit der bisherigen Praxis zufrieden sind, mit zunehmender Unternehmensgröße steigt. Während von den Unternehmen mit einem Jahresumsatz von bis zu 1 Mio. EUR rund ein Viertel die bisherige Ratingkommunikation beibehalten möchte, beträgt dieser Anteil bei den Unternehmen mit einem Jahresumsatz von über 50 Mio. EUR mehr als drei Fünftel.

Auch die zusätzlichen Wünsche der antwortenden Unternehmen an die künftige Ratingkommunikation ihrer Bank spiegeln die bisherigen Resultate wider. So wünschen sich über ein Drittel der befragten Unternehmen eine detailliertere Darstellung der Ratingergebnisse und ebenfalls knapp ein Drittel der Unternehmen das Aufzeigen von Verbesserungsmöglichkeiten. Entsprechend den Befunden zu den mit der bisherigen Ratingkommunikation zufriedenen Unternehmen wünschen sich vor allem die kleineren Unternehmen eine detailliertere

Darstellung bzw. das Aufzeigen von Verbesserungsmöglichkeiten. Eine zukünftige, schriftliche Bestätigung der Ratingnote wünschen sich lediglich knapp ein Fünftel der Unternehmen. Auch hier sinkt der Anteil mit zunehmender Unternehmensgröße. Vor dem Hintergrund, dass nur rund einem Achtel der befragten Unternehmen bereits derzeit die Ratingnote schriftlich mitgeteilt wird, deutet dies darauf hin, dass eine schriftliche Mitteilung der Ratingnote nicht zur obersten Priorität der Unternehmen zählt.



Anmerkung: Mehrfachnennungen möglich

Grafik 21: Erwartung an die künftige Ratingkommunikation ihrer Bank nach Umsatzgrößenklassen

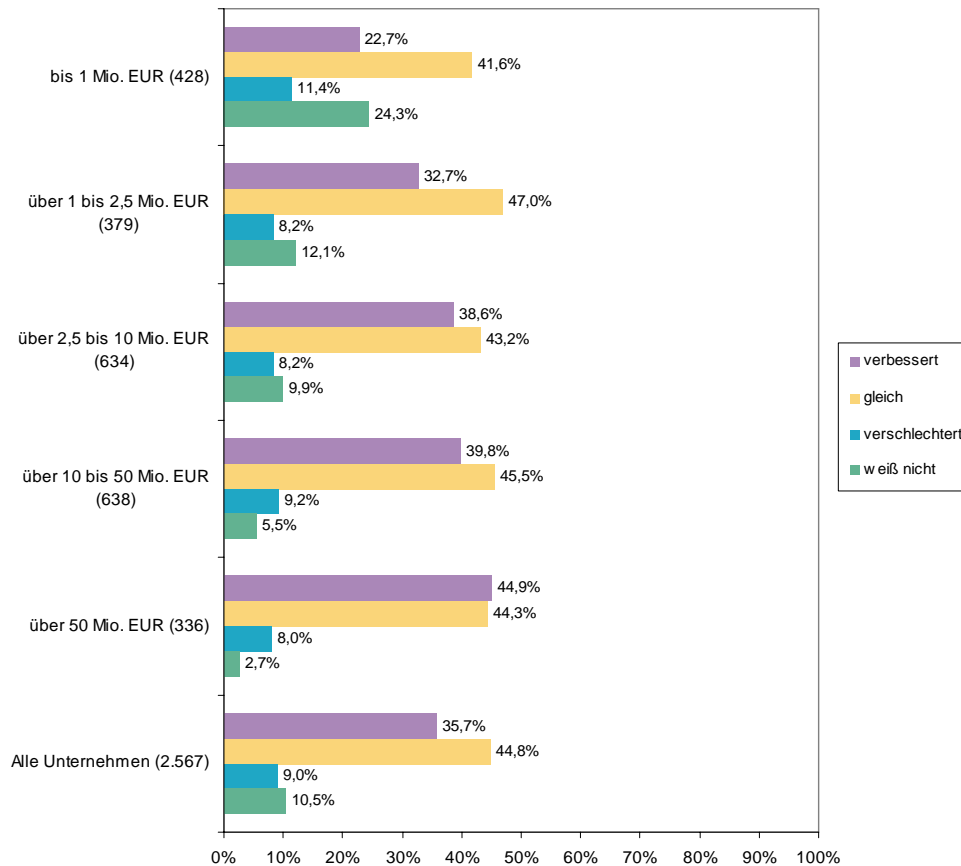
Darüber hinaus zeigen sich folgende weitere Zusammenhänge zwischen den Wünschen an die Ratingkommunikation sowie den hier untersuchten Unternehmensmerkmalen. Unternehmen der Baubranche sowie des Einzelhandels sind seltener mit der bestehenden Ratingkommunikation zufrieden und wünschen dementsprechend häufiger eine detailliertere Darstellung sowie eine schriftliche Bestätigung. Wert auf eine detailliertere Darstellung legen dagegen vor allem junge Unternehmen, während sich Unternehmen aus den neuen Bundesländern häufiger eine schriftliche Mitteilung wünschen und Handwerksunternehmen häufiger Verbesserungsmöglichkeiten aufgezeigt bekommen möchten (ohne Grafik).

Diese Ergebnisse legen den Schluss nahe, dass, um den Finanzmarktwandel erfolgreich zu vollziehen, eine aktivere Kommunikation zwischen Kreditinstituten und Unternehmen hinsichtlich des Ratings weiterhin nötig erscheint. Dies gilt gleichermaßen für alle Arten von Kreditinstituten, aber auch für die Unternehmen, die aktiver als bisher ihren Informationsbedarf einfordern müssen. Besonderer Handlungsbedarf besteht bei kleineren Unternehmen, sie sind insgesamt deutlich schlechter über ihre Ratingeinschätzung informiert.

Die Entwicklung der Ratingnoten bietet insgesamt ein weiterhin erfreuliches Bild (s. Grafik 22), wengleich der Positivtrend etwas schwächer ausfällt als in der Vorjahresbefragung; 36 % der dieses Jahr befragten Unternehmen, die wissentlich über ein Bankrating verfügen, konnten ihre Ratingeinstufung gegenüber dem Vorjahr verbessern, während lediglich 9 % der Unternehmen eine Verschlechterung hinnehmen mussten. Diese im Saldo positive Entwicklung zeigt, dass die Anstrengungen der Unternehmen, ihr Rating zu verbessern – wie sie auch in Kapitel 6 zum Ausdruck kommen –, wiederum bei einer Vielzahl auch zum Erfolg geführt hat. Bezüglich der Unternehmensgröße zeigt sich, dass es großen Unternehmen eher gelang, ihre Ratingnote zu verbessern.¹⁴ So konnten 45 % der Unternehmen mit einem Umsatz von über 50 Mio. EUR ihr Rating verbessern, während dieser Anteil bei Unternehmen mit weniger als 1 Mio. EUR Umsatz nur 23 % betrug.

Eine Betrachtung differenziert nach Branchen zeigt, dass Unternehmen des Einzelhandels die schlechteste Entwicklung bei den Ratingnoten verzeichneten (ohne Grafik). Im Einzelhandel konnten nur 24 % der Unternehmen ihr Rating verbessern, während 13 % eine Verschlechterung hinnehmen mussten. Weitere signifikante Besonderheiten für spezielle Unternehmensgruppen konnten nicht festgestellt werden.

¹⁴ Dieser Befund wird auch durch aktuelle Auswertungen des KfW-Mittelstandspanels bestätigt. Vgl. Reize und Zimmermann (2008).



Anmerkung: nur Unternehmen, die über ein Rating von einem Kreditinstitut verfügen

Grafik 22: Ratingentwicklung nach Umsatzgrößenklassen

Zwischenfazit:

Mittlerweile haben alle Bankengruppen flächendeckend moderne Ratingsysteme eingeführt. Dennoch geben rund ein Drittel der Unternehmen an, dass ein Rating für ihr Unternehmen nicht vorliegt oder dass sie nicht wissen, ob sie geratet sind. Vor allem zeigt sich deutlich, dass mit abnehmender Umsatzgröße das Wissen über die Existenz eines Ratings ab- und die Unwissenheit darüber zunimmt. Dies dürfte dadurch zu erklären sein, dass sich aufwendige Ratingverfahren bei Kleinstunternehmen nicht rentieren und dort eher einfachere Scoring-Verfahren zum Einsatz kommen. Im Unterschied zur Vorjahresbefragung sind hinsichtlich interner Ratings keine signifikanten Unterschiede mehr zwischen den neuen und den alten Bundesländern erkennbar.

Die Zahl der Unternehmen, die über ein externes Rating verfügen, stagniert mit 12 % etwa auf dem Vorjahresniveau. Nach wie vor sind es primär sehr umsatzstarke Unternehmen (20 %), die sich eine externe Einschätzung leisten, weil sie diese beispielsweise für den direkten Zugang zum Kapitalmarkt benötigen.

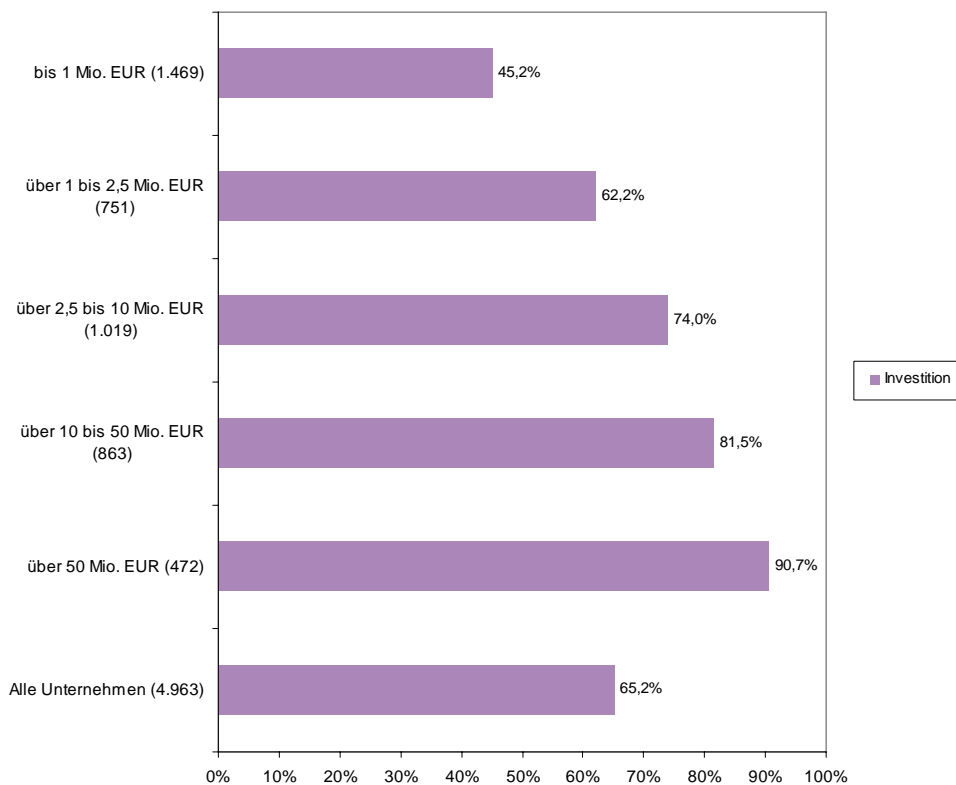
Nahezu unverändert blieb auch die Bekanntheit der Ratingkriterien. Über vier Fünftel aller Unternehmen kennen die Kriterien, auf denen die Beurteilung beruht. Auch hier zeigt sich ein signifikanter Zusammenhang mit der Umsatzgrößenklasse, ebenso wie bei der Bekanntheit der eigenen Ratingnote. Wichtigster Grund für die Unkenntnis der eigenen Bewertung ist weiterhin die Tatsache, dass die Unternehmen entsprechende Erkundigungen bei ihrem Kreditinstitut nicht eingeholt haben. Erfreulich ist, dass sich die Ratingnoten der Unternehmen – wie in den vergangenen Jahren – im Saldo verbesserten, wenngleich der Positivtrend in der aktuellen Befragung weniger stark ausfällt als im Vorjahreszeitraum. Dies zeigt, dass die Anstrengungen der Unternehmen, ihr Rating zu verbessern, bei einer Vielzahl auch zum Erfolg geführt haben.

Die in allen Bereichen weiterhin feststellbare Größenabhängigkeit weist auf eine grundsätzliche Problematik hin: Kleinere Unternehmen sind insgesamt signifikant schlechter über das Ratingverfahren, die zur Anwendung kommenden Kriterien und ihre Note informiert. Dementsprechend bringen diese auch deutlich häufiger die Erwartung zum Ausdruck, in Bezug auf ihr Rating in Zukunft besser informiert und beraten zu werden. Hier sind – trotz der erwähnten Fortschritte – die Banken und Sparkassen gefordert, jene Unternehmen zu erreichen, die bisher noch Informationsdefizite haben. Zugleich müssen jedoch auch die Unternehmen selbst sich über ihr Rating informieren, aktiv auf die Kreditinstitute zugehen und die Chance wahrnehmen, Verbesserungen zu erreichen.

4. Investitionen

Investitionen schaffen Nachfrage und stärken so die konjunkturelle Entwicklung. Aus Unternehmenssicht dienen sie dazu, den Unternehmenserfolg langfristig zu sichern, indem alte Anlagen und Maschinen ersetzt, Kapazitäten erweitert, Kosten eingespart oder neue Geschäftsfelder und Technologien für das Unternehmen erschlossen werden. Da Investitionen finanziert werden müssen, ist die Investitionstätigkeit von Unternehmen eng mit dem Wandel auf den Finanzmärkten verknüpft.

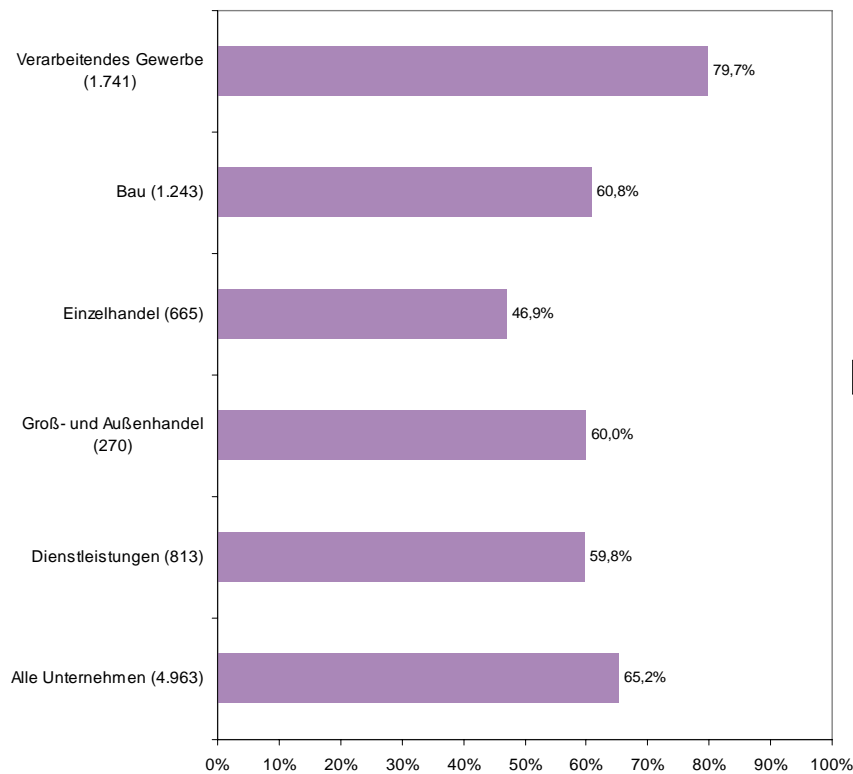
Von der Investitionstätigkeit der Unternehmen konnte in den vergangenen Jahren erfreuliches berichtet werden. So hat die Investitionstätigkeit der Unternehmen seit 2003 insgesamt zugelegt. Auch im Berichtszeitraum bleibt der Anteil der investierenden Unternehmen gegenüber dem Vorjahr nahezu unverändert.



Grafik 23: Investitionen nach Umsatzgrößenklassen

So antworteten knapp über 65 % der befragten Unternehmen, dass sie in den letzten 12 Monaten Investitionen getätigt haben (s. Grafik 23). Bereinigt um die Veränderungen in der Stichprobenstruktur bedeutet dies sogar eine geringfügige Zunahme um einen Prozentpunkt. Typischerweise besteht zwischen der Durchführung von Investitionsprojekten und der Unternehmensgröße ein starker Zusammenhang. Während nur bei 45 % der befragten Unternehmen mit einem Umsatz bis 1 Mio. EUR Investitionen getätigt wurden, verwirklichten über 90 % der Unternehmen mit einem Umsatz von über 50 Mio. EUR Investitionsprojekte.

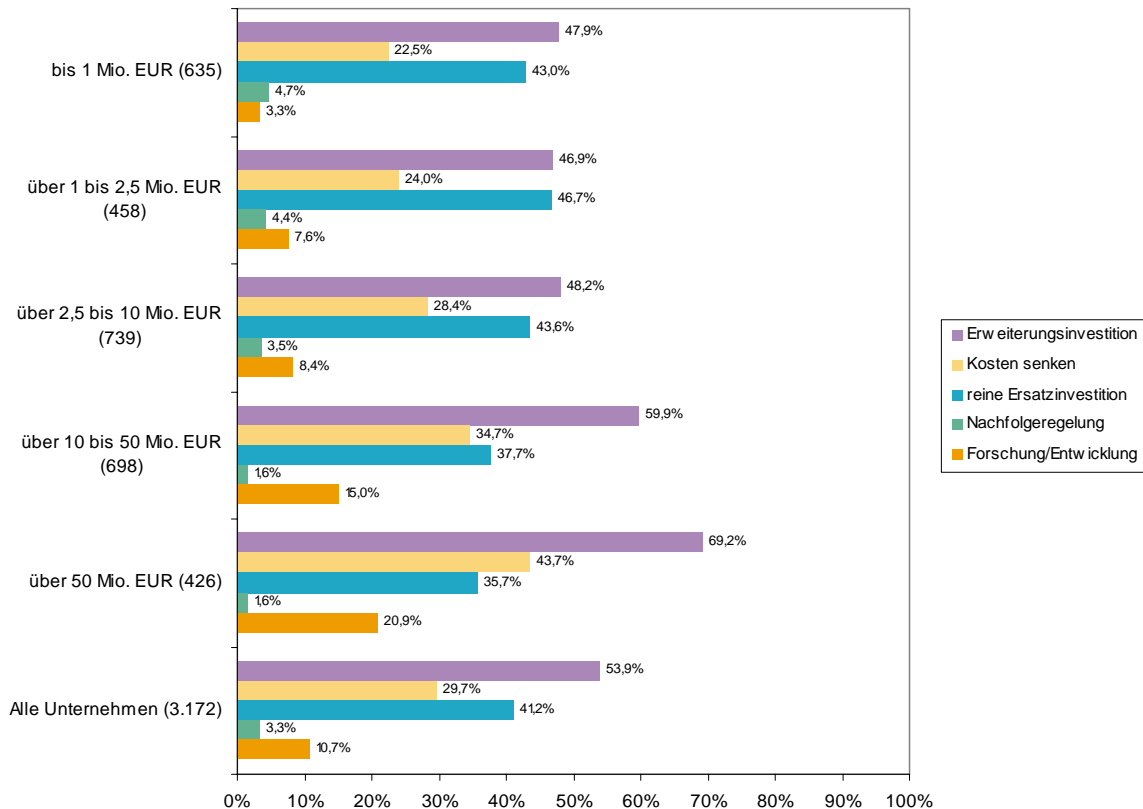
Im Branchenvergleich investierten Unternehmen aus dem Verarbeitenden Gewerbe am häufigsten (80 %) und der Einzelhandel mit 47 % am seltensten (s. Grafik 24). Dies ist vermutlich vor allem durch die vergleichsweise schwache Konsumnachfrage im Befragungszeitraum zu erklären. Wichtigster Faktor dabei dürfte die Mehrwertsteuererhöhung Anfang 2007 gewesen sein.



Grafik 24: Investitionen nach Branchen

Bezüglich weiterer Unternehmensmerkmale können die folgenden Befunde zusammengefasst werden. Erwartungsgemäß liegt auch der Anteil der Investoren unter den jungen Unternehmen deutlich höher als der Durchschnitt über alle Unternehmen (ohne Grafik), während sich für Unternehmen aus den neuen und alten Bundesländern keine Unterschiede beim Investorenanteil ermitteln lassen.

Auch auf die Frage nach dem Hauptziel, welches die Unternehmen mit der Investition verfolgen, zeichnet sich ein ähnliches Bild wie im Vorjahr ab. Die Unternehmen tätigen angesichts der guten konjunkturellen Lage mit einem Anteil von 54 % hauptsächlich Erweiterungsinvestitionen (s. Grafik 25). An zweiter Stelle stehen Ersatzinvestitionen mit 41 %, gefolgt von Investitionen mit dem Ziel der Kostensenkung/Rationalisierung (30 %) sowie von Forschung und Entwicklung (11 %).



Anmerkung: Mehrfachnennung möglich

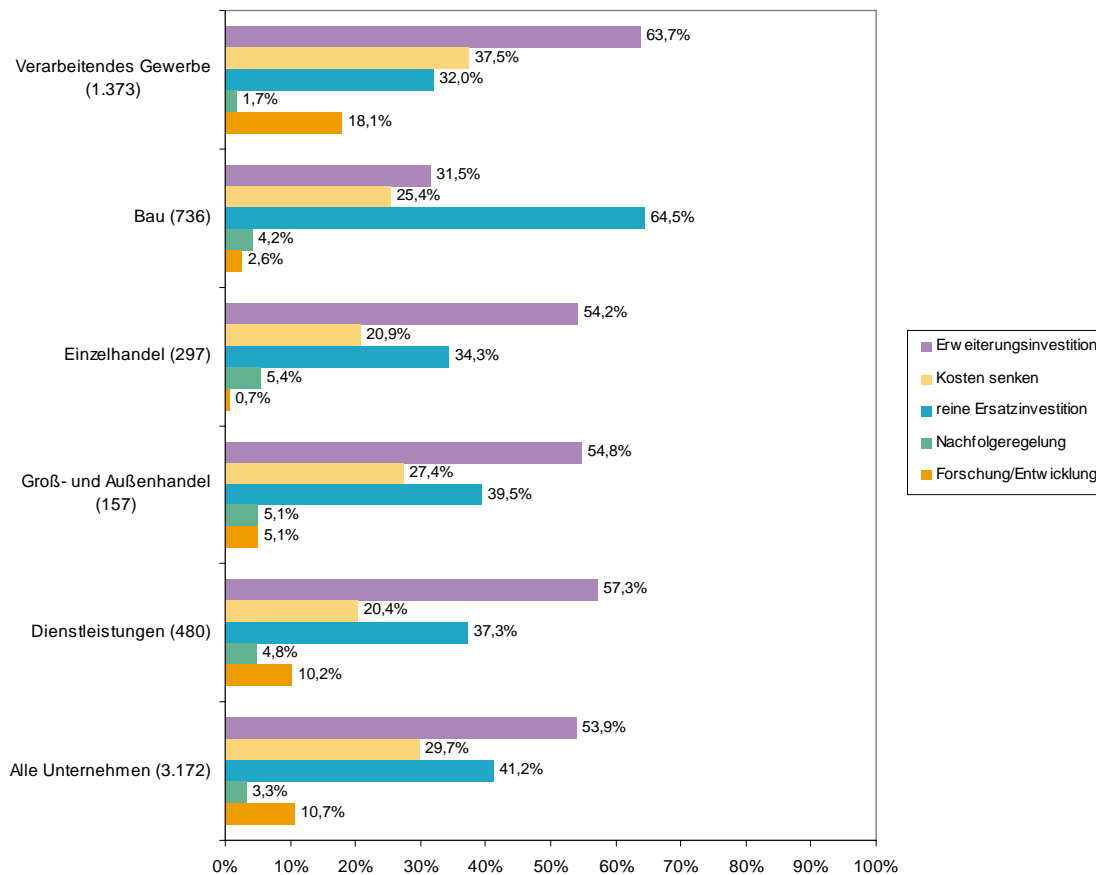
Grafik 25: Investitionsmotive nach Unternehmensgröße

Das Motiv der Erweiterung gewinnt mit zunehmender Unternehmensgröße an Bedeutung, wobei insbesondere Unternehmen mit einem Jahresumsatz von über 10 Mio. EUR verstärkt ihre Kapazitäten erweitern. Im Gegenzug nimmt der Anteil der investierenden Unternehmen, die Ersatzinvestitionen tätigen, mit zunehmender Unternehmensgröße ab. Die Betrachtung nach Branchen zeigt, dass insbesondere im Verarbeitenden Gewerbe (64 %) sowie im Dienstleistungssektor (57 %) Erweiterungsinvestitionen getätigt werden (s. Grafik 26).

Im Baugewerbe zeichnet sich dagegen – wie bereits im Vorjahr – ein ganz anderes Bild bezüglich des Verhältnisses von Erweiterungs- zu Ersatzinvestitionen ab. Während nur 32 % der investierenden Unternehmen in der Baubranche Erweiterungsinvestitionen tätigten, nehmen Ersatzinvestitionen mit 65 % im Unterschied zu den anderen betrachteten Wirtschaftszweigen eine deutlich dominierende Rolle ein.

Bei jungen Unternehmen kommt den Erweiterungsinvestitionen mit 67 % eine größere Bedeutung zu als reinen Ersatzinvestitionen (30 %) (ohne Grafik). Mit zunehmendem Alter des Unternehmens kehrt sich das Verhältnis dann zu Gunsten der Ersatzinvestitionen um. Da der Aufbau eines jungen Unternehmens typischerweise mehr Erweiterungsinvestitionen erfordert und Ersatzinvestitionen aufgrund des noch neuen Inventars nicht in starkem Maß notwendig sind, kann der oben beschriebene Zusammenhang leicht erklärt werden. Außer-

dem ist festzustellen, dass in Ostdeutschland angesiedelte Unternehmen häufiger reine Ersatzinvestitionen planen als westdeutsche Unternehmen.



Anmerkung: Mehrfachnennung möglich

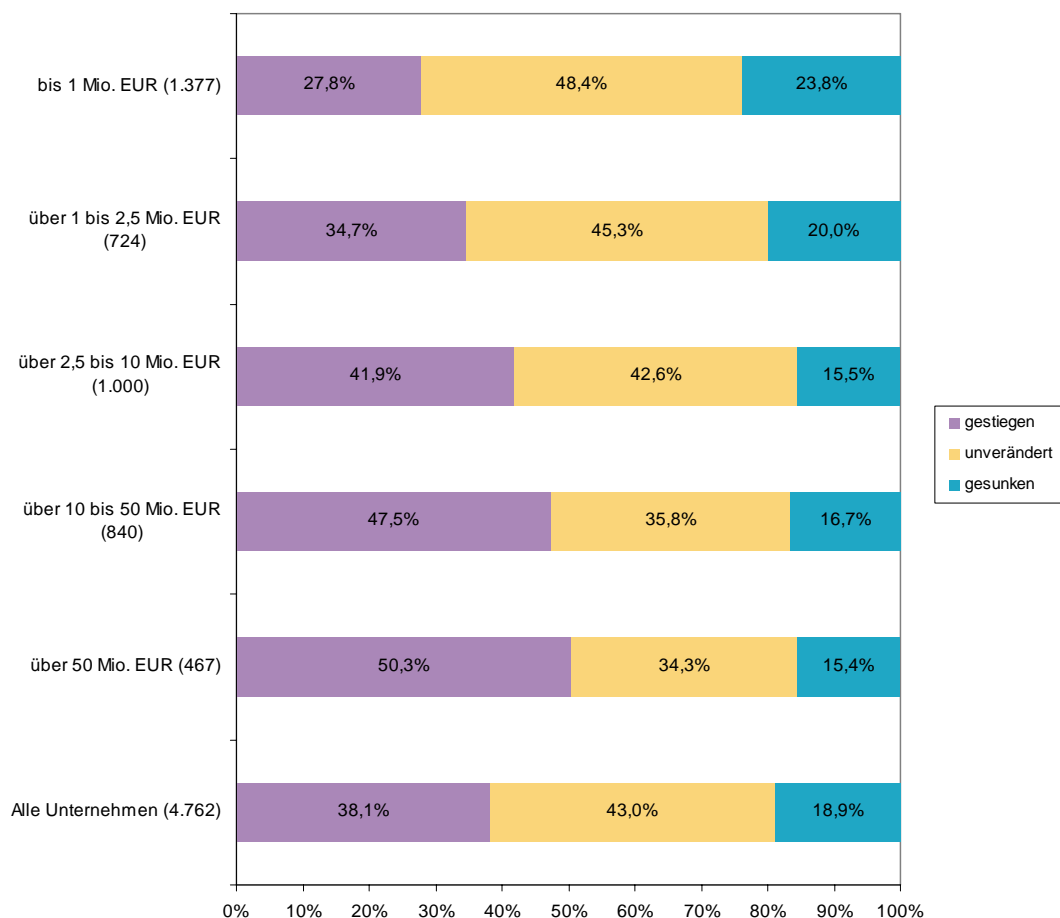
Grafik 26: Investitionsmotive nach Branchen

Kostensenkende Investitionen wurden insgesamt von knapp 30 % aller befragten Unternehmen genannt, wobei große Unternehmen ab 10 Mio. EUR Umsatz sowie Unternehmen aus dem Verarbeitenden Gewerbe verstärkt kostensenkende Investitionen vorgenommen haben (s. Grafiken 25 und 26). Auch steigt der Anteil des Kostensenkungsmotivs mit zunehmendem Unternehmensalter. Dies dürfte darauf zurückzuführen sein, dass tendenziell in reiferen Industrien der Wettbewerb häufig über die Preise stattfindet.

Knapp 11 % der antwortenden Unternehmen nennen Forschung und Entwicklung – im Folgenden kurz „FuE“ genannt – als Investitionsziel. Auch hier steigt der Anteil der investierenden Unternehmen mit dem Umsatz (s. Grafik 25). Während bei kleinen Unternehmen bis 1 Mio. EUR dieser Anteil lediglich rund 3 % beträgt, sind es bei Unternehmen mit über 50 Mio. EUR Umsatz bereits 21 %. In diesem Zusammenhang dürfte sich der Fixkostencharakter von FuE widerspiegeln, der große, umsatzstarke Unternehmen bei der Finanzierung solcher Projekte bevorteilt.

Darüber hinaus zeigt sich auch der typische Zusammenhang zwischen dem Wirtschaftszweig und der Durchführung von FuE. Im Verarbeitenden Gewerbe wurden am häufigsten FuE als Investitionsmotiv genannt. Der Anteil lag hier bei 18 %.

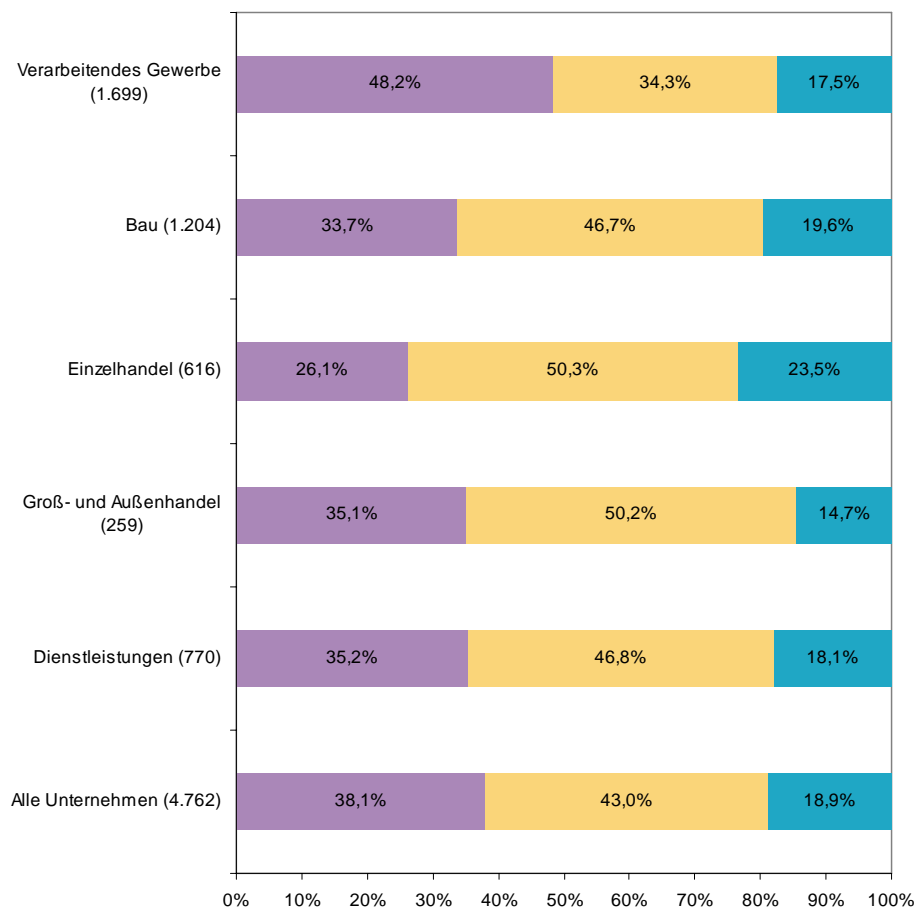
Grafik 27 zeigt, dass fast zwei Fünftel der befragten Unternehmen ein im Vergleich zum Vorjahr gestiegenes Investitionsvolumen angeben. 43 % der Befragten berichten, dass ihr Investitionsvolumen unverändert geblieben sei und 19 % melden ein gesunkenes Investitionsvolumen. Verglichen mit dem Vorjahresbericht ist somit ein geringfügiger Anstieg des Anteils jener Unternehmen festzustellen, die über ein rückläufiges Investitionsvolumen berichten.



Grafik 27: Investitionsvolumen im Vorjahresvergleich nach Umsatzgrößenklassen

Des Weiteren ist in Grafik 27 zu sehen, dass größere Unternehmen ihr Investitionsvolumen häufiger steigern konnten als kleine. Branchenbezogen nimmt erneut das Verarbeitende Gewerbe die Spitzenposition ein. Hier gaben mit 48 % der befragten Unternehmen deutlich mehr als in den anderen Wirtschaftszweigen an, dass sie ihr Investitionsvolumen in den letzten 12 Monaten erhöhen konnten (s. Grafik 28). Im Ost-West-Vergleich konnten ostdeutsche Unternehmen (35 %) ihr Investitionsvolumen signifikant weniger steigern als westdeutsche

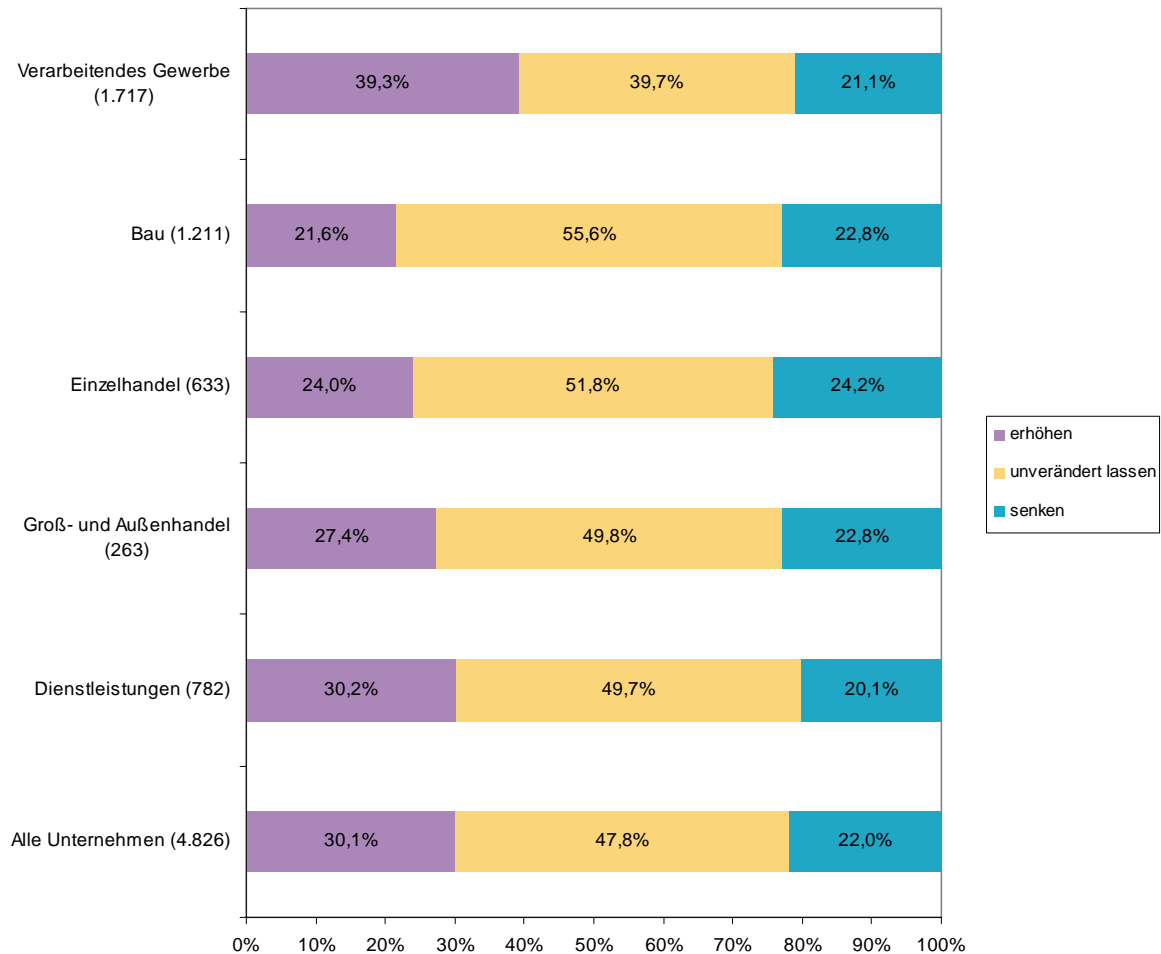
(39 %) (ohne Grafik). Unterschiede bezüglich des Unternehmensalters konnten im Gegenteil zum Vorjahr nicht festgestellt werden.



Grafik 28: Investitionsvolumen im Vorjahresvergleich nach Branchen

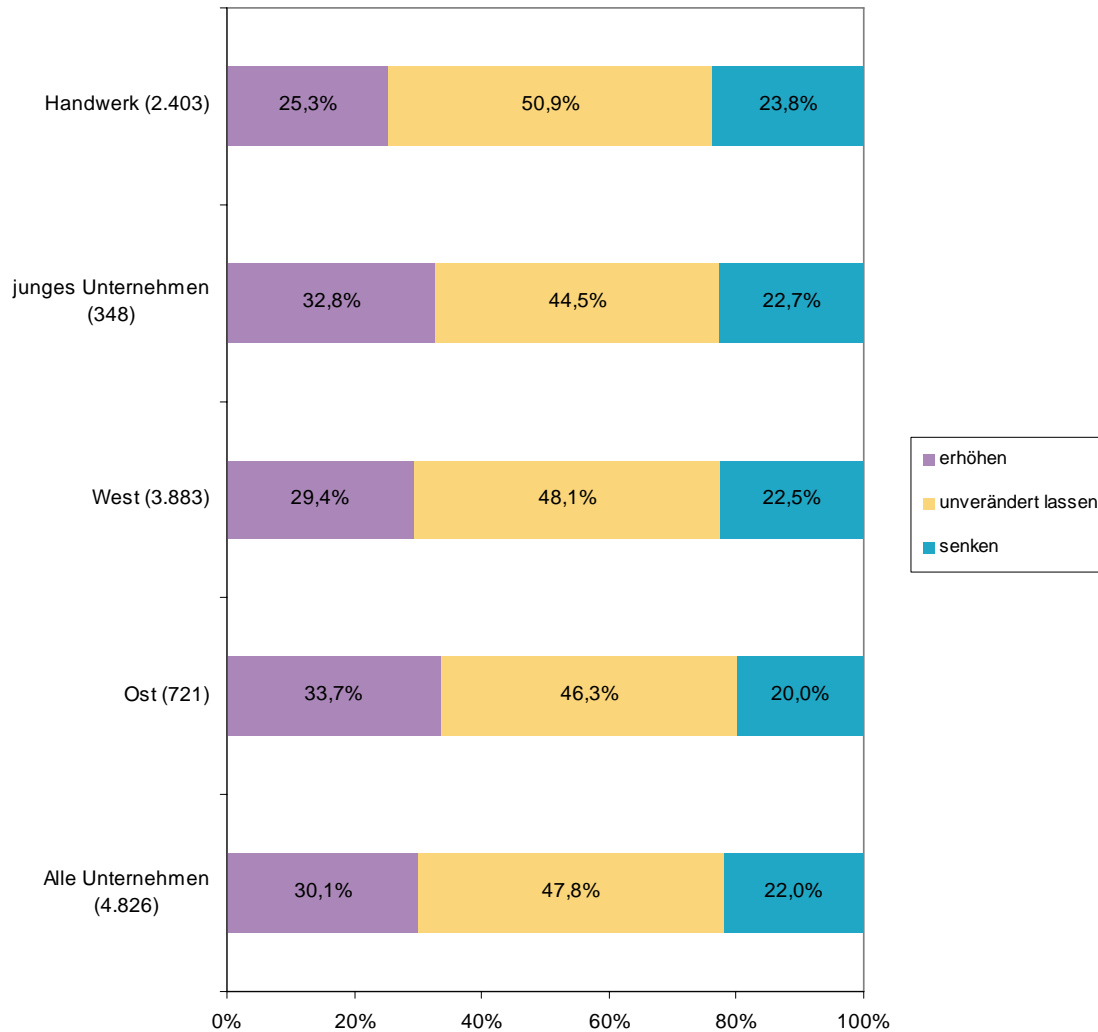
Auf die Frage nach den Investitionsvorhaben in den kommenden 12 Monaten blicken die Befragten zwar noch positiv in die Zukunft, allerdings sind sie vorsichtiger als noch im Vorjahr. So planen 30 % der befragten Unternehmen eine Erhöhung der Investitionen, 2007 waren es – nach Berücksichtigung der Verschiebungen in der Stichprobenstruktur – 33 %. Eine Senkung der Investitionen in der Zukunft beabsichtigen 22 % verglichen mit 18 % im Vorjahresbericht (s. Grafik 29).

Was die Investitionsvorhaben in Bezug auf die verschiedenen Unternehmensgrößen und den Branchen betrifft, so zeichnet sich ein analoges Bild zum Investitionsvolumen ab. Insbesondere Unternehmen mit einem Umsatz von über 50 Mio. EUR und Unternehmen des Verarbeitenden Gewerbes blicken positiv in die Zukunft (s. Grafik 29). Bau- und Einzelhandelsunternehmen planen dagegen etwas verhaltener. In diesen zwei Branchen halten sich Unternehmen, die beabsichtigen ihre Investitionen zu erhöhen, beziehungsweise zu senken, ungefähr die Waage. Die beiden strukturell schwachen Branchen scheinen die offenbar positiven Zukunftserwartungen anderer Branchen weniger zu teilen.



Grafik 29: Planung von Investitionen nach Branchen

Unternehmen mit Sitz in Westdeutschland (30 %) planen deutlich seltener ihre Investitionen in den kommenden 12 Monaten zu erhöhen als jene im Osten (34 %). Zudem haben signifikant mehr westdeutsche Unternehmen die Absicht im laufenden Jahr weniger zu investieren (s. Grafik 30). Beide Ergebnisse sind vor dem Hintergrund der starken Investitionsausweitungen in den vergangenen Jahren vor allem bei den westdeutschen Unternehmen wenig überraschend. Darüber hinaus können keine Unterschiede bezüglich der geplanten Investitionen zwischen den Unternehmen ermittelt werden.

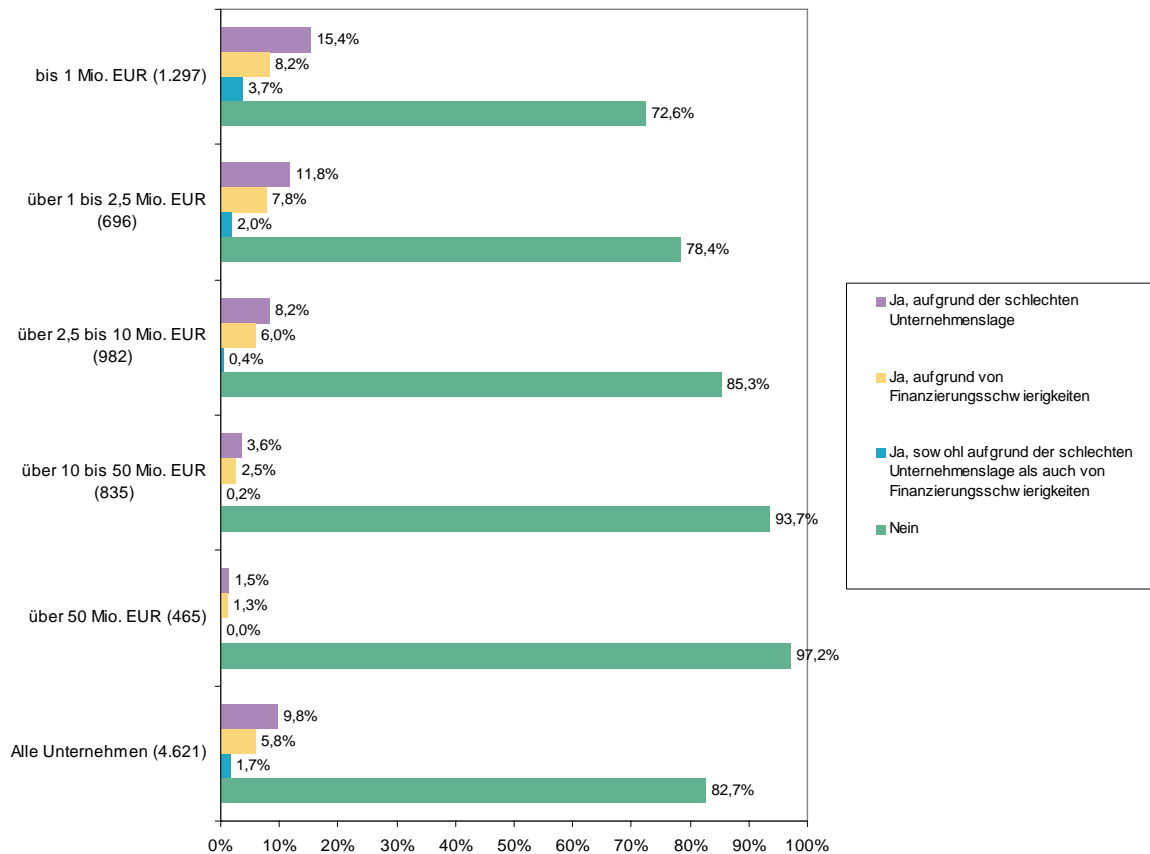


Grafik 30: Planung von Investitionen nach Handwerk, Unternehmensalter und Region

4.1 Nicht getätigte Investitionen

Auch in der diesjährigen Erhebung wurden die Unternehmen danach gefragt, ob und aus welchen Gründen sie in den letzten 12 Monaten geplante Investitionen nicht durchführen konnten. Von den befragten Unternehmen gaben – ähnlich wie im Vorjahr – ca. 17 % an, dass Investitionsvorhaben nicht realisiert werden konnten. Dabei war in der Mehrzahl der Fälle die schlechte wirtschaftliche Lage des betreffenden Unternehmens mit knapp 10 % für eine nicht getätigte Investition verantwortlich. Finanzierungsschwierigkeiten hinderten knapp 6 % der Unternehmen und das Zusammenwirken von schlechter Wirtschaftslage und Finanzierungsschwierigkeiten war in knapp 2 % der Fälle ausschlaggebend (s. Grafik 31). Gegenüber dem Vorjahresbericht ist somit ein leichter Rückgang bei den finanzierungsbedingten Problemen zu beobachten. Dies ist ein weiterer Beleg dafür, dass sich die Finanzierungssituation gegenüber dem Vorjahr nicht verschlechtert hat und von der Subprime-Krise noch kaum Auswirkungen zu spüren sind.

Auch hier zeigt sich ein starker statistischer Zusammenhang zwischen Unternehmensgröße und Antwortverhalten. Je kleiner das Unternehmen, desto häufiger konnten geplante Investitionen nicht durchgeführt werden (s. Grafik 31). Während insgesamt nur 3 % der umsatzstarken Unternehmen ab 50 Mio. EUR Umsatz Schwierigkeiten hatten, lag der Anteil bei den kleinen Unternehmen bis 1 Mio. EUR mit 27 % neunmal so hoch.

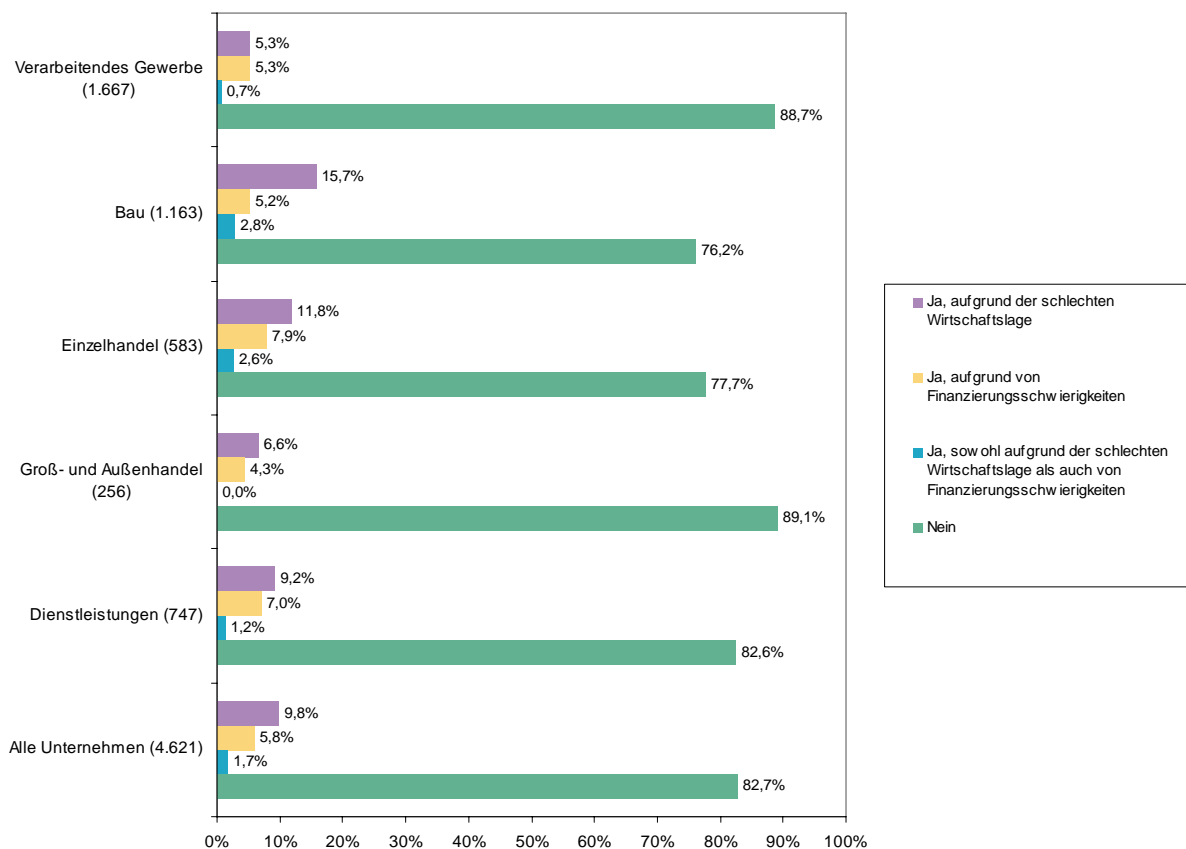


Grafik 31: Geplante Investitionen nicht getätigt? Nach Unternehmensgröße

Branchenbezogen ist festzustellen, dass vor allem Bauunternehmen seltener ihre Investitionen in den letzten 12 Monaten tätigen konnten als andere Branchen (s. Grafik 32). In 24 % der Fälle scheiterten die Investitionen. Hauptsächlich aufgrund der schlechten wirtschaftlichen Lage des Unternehmens (16 %), seltener wegen Finanzierungsschwierigkeiten (5 %). Die wenigsten Probleme, ihre Vorhaben zu verwirklichen, hatten Unternehmen aus dem Groß- und Außenhandel. Nur 11 % der geplanten Investitionen konnten in dieser Branche nicht getätigt werden, wobei hier die schlechte wirtschaftliche Lage des Unternehmens (6,6 %) und Finanzierungsschwierigkeiten (4,3 %) fast zu gleichen Teilen bedeutsam waren.

Unterlässt ein älteres Unternehmen eine geplante Investition, dann geschieht dies signifikant häufiger infolge seiner schlechten wirtschaftlichen Lage und nicht aufgrund von Finanzierungsschwierigkeiten. Dies ist ein Beleg für die größere Bedeutung von Finanzierungsschwierigkeiten bei jungen Unternehmen. In Ostdeutschland wie auch bei Handwerksunter-

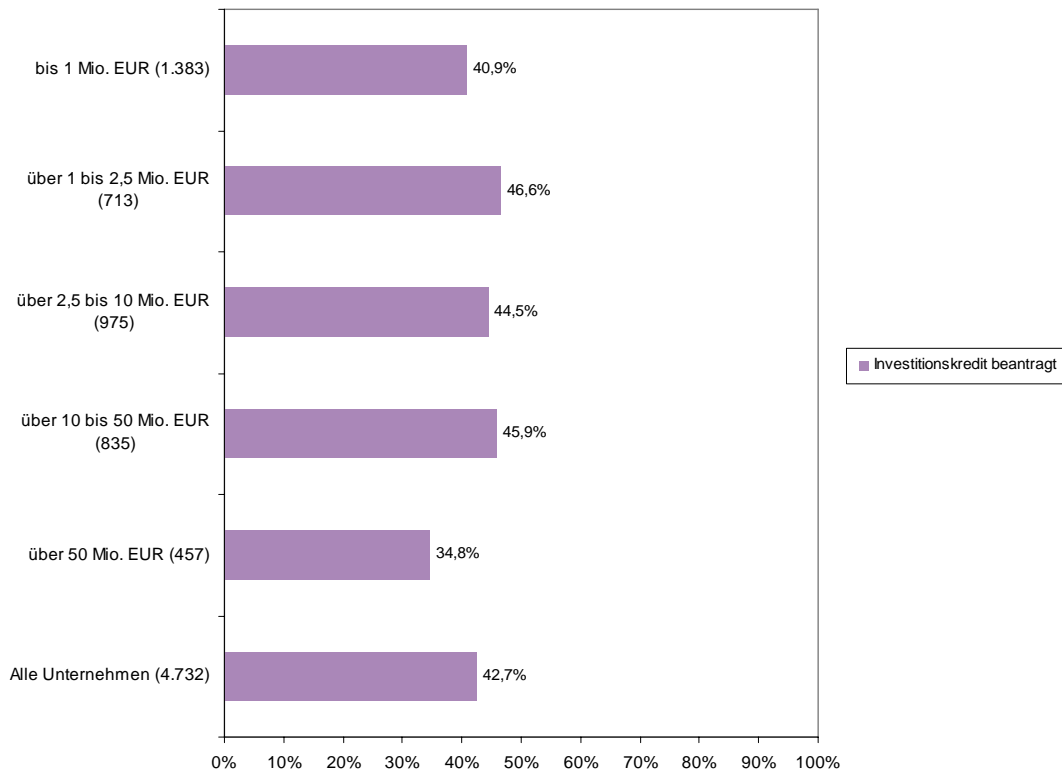
nehmen spielt für das Nichtzustandekommen von Investitionsprojekten die schlechte wirtschaftliche Lage der Unternehmen ebenfalls eine bedeutendere Rolle (ohne Grafik).



Grafik 32: Geplante Investitionen nicht getätigt? Nach Branchen

4.2 Kreditfinanzierte Investitionen

Der Anteil der befragten Unternehmen, die einen Bankkredit beantragt haben, um ein Investitionsprojekt durchführen zu können, verzeichnet einen starken Zuwachs gegenüber der Vorjahresbefragung und beläuft sich dieses Jahr auf 43 % (s. Grafik 33). Eine mögliche Erklärung dafür könnte sein, dass die anhaltend hohe Investitionstätigkeit der Unternehmen die Innenfinanzierungsmöglichkeiten der Unternehmen an ihre Grenzen kommen lässt und daher verstärkt externe Finanzierungen nachgefragt werden. Insbesondere mittlere Unternehmen mit einem Umsatz zwischen 2,5 und 50 Mio. EUR haben häufiger Kredite beantragt. Die Gründe hierfür dürften darin liegen, dass kleinere Unternehmen Investitionen offenbar stärker aus liquiden Mitteln finanzieren, auf Verwandte und Freunde oder andere Elemente des nicht erfassten Kreditmarktes zurückgreifen, während großen Unternehmen zahlreiche andere Finanzierungsquellen auf dem Kapitalmarkt offenstehen.



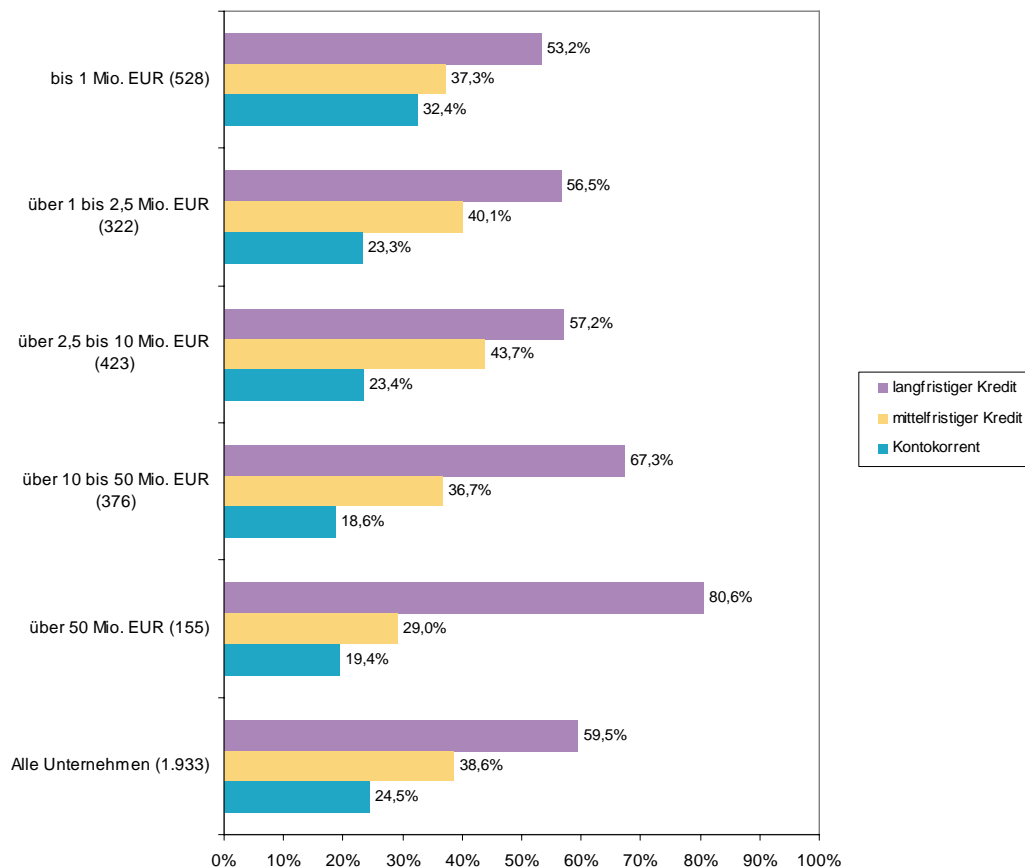
Grafik 33: Kredit für Investitionen beantragt? Nach Unternehmensgröße

In der diesjährigen Studie wurden die Unternehmen zum ersten Mal befragt, welche Fristigkeit der von ihnen beantragte Kredit hat. Dabei antworteten die Unternehmen, dass sie in 60 % der Fälle langfristige Kredite beantragten. Ein mittelfristiger Kredit wurde von 39 % und ein Kontokorrentkredit von einem Viertel der Unternehmen beantragt (s. Grafik 34).

Langfristige Kredite werden von größeren Unternehmen ab 10 Mio. EUR Umsatz signifikant häufiger angefragt als von kleineren. Grafik 34 veranschaulicht, dass sich bei Unternehmen über 50 Mio. EUR vier Fünftel um einen langfristigen Kredit bemühen, bei den Unternehmen bis 1 Mio. EUR lediglich die Hälfte. Bei mittelfristigen Krediten ist kein Zusammenhang zwischen der Unternehmensgröße und dem Antwortverhalten feststellbar. Kontokorrentkredite werden am seltensten von Unternehmen mit einem Umsatz von über 10 bis 50 Mio. EUR beantragt (18 %). Dieser Sachverhalt könnte auf größere Schwierigkeiten kleinerer Unternehmen bei der Aufnahme von Krediten hindeuten. So zeichnet sich ab, dass kleinere Unternehmen ihre Investitionen seltener über langfristige Kredite finanzieren können. Sie sind somit gezwungen, ihre Investitionen häufiger fristeninkongruent sowie zu teureren Konditionen zu finanzieren. Dies lässt befürchten, dass Investitionen wegen zu hoher Finanzierungskosten entweder unterbleiben oder von der „falschen“ Finanzierung Risiken für die weitere Unternehmensentwicklung ausgehen.¹⁵

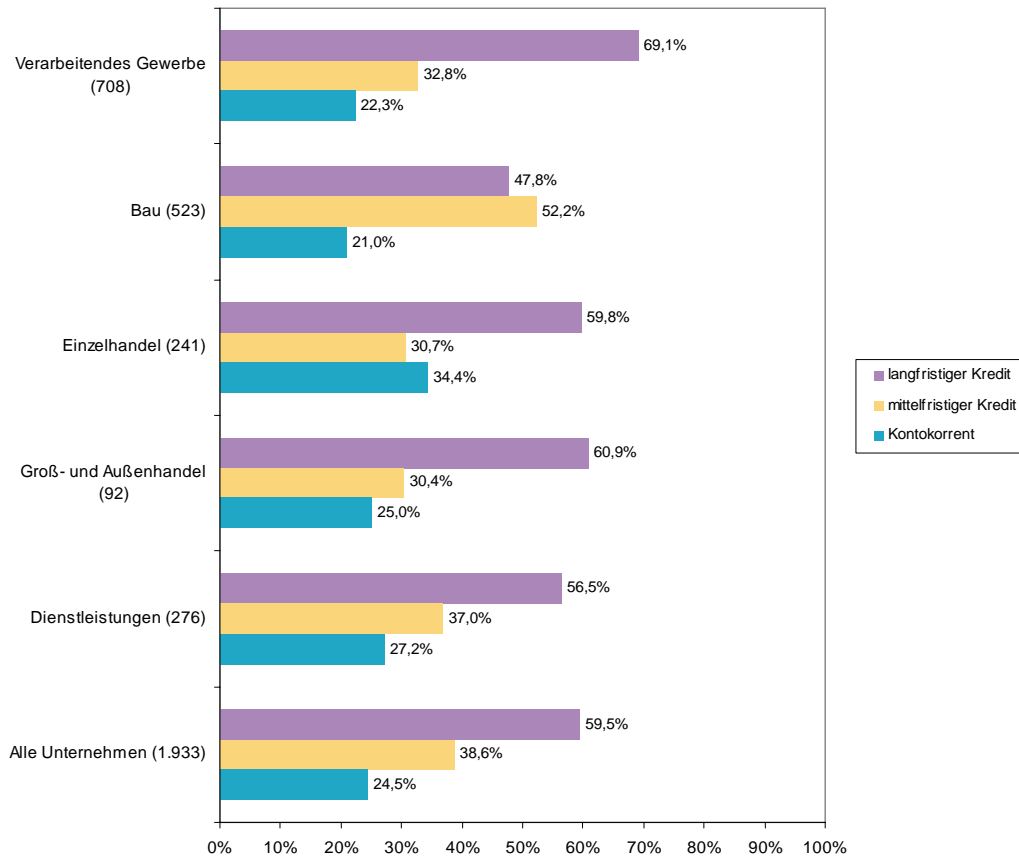
¹⁵ Vgl. dazu auch Reize (2006).

Das Baugewerbe stellt die einzige Branche dar, bei welcher der Anteil der mittelfristig beantragten Kredite den Anteil der langfristig beantragten Kredite übersteigt. In Grafik 35 wird sichtbar, dass Baubetriebe mit 48 % signifikant seltener langfristige Kredite bzw. mit 53 % signifikant häufiger mittelfristige Kredite nachfragen als Unternehmen anderer Branchen. Dies dürfte jedoch Ausdruck der besonderen Finanzierungsbedürfnisse im Baugewerbe sein, welche mittelfristige Kredite im Vergleich zu anderen Branchen favorisiert.



Grafik 34: Welcher Kredit für Investitionen? Nach Umsatz

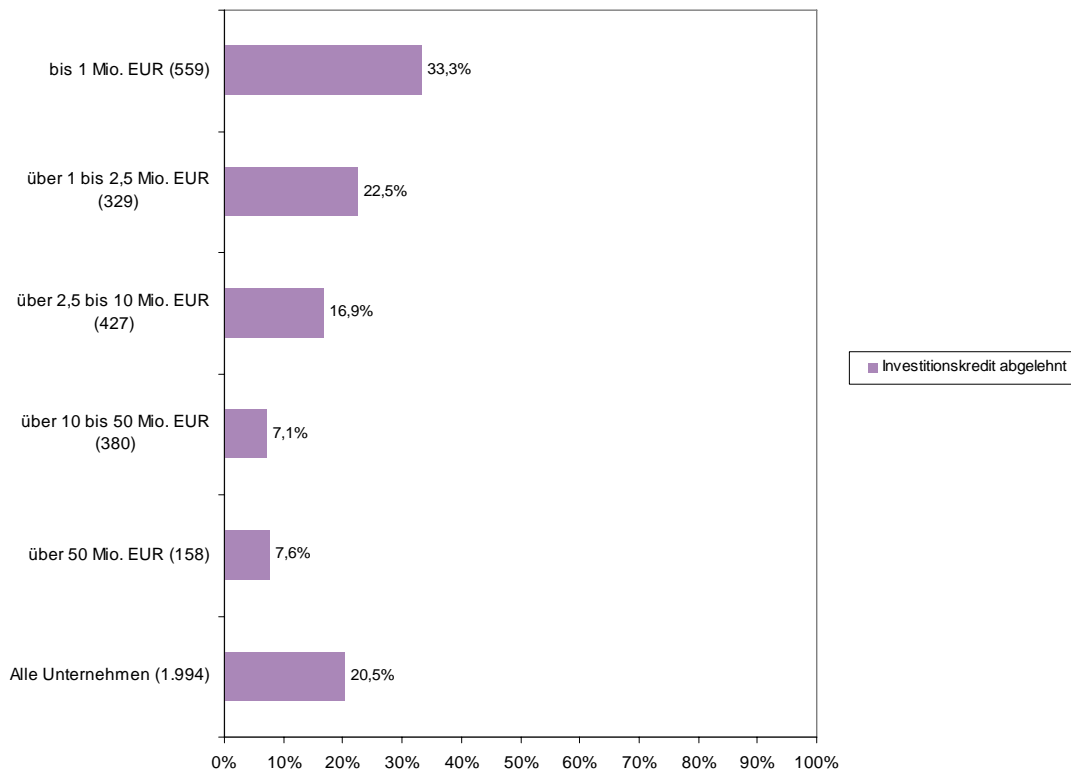
Bezüglich des Unternehmensalters zeigen die Ergebnisse, dass vor allem ältere Unternehmen im Zusammenhang mit einer Investitionsfinanzierung seltener einen Kontokorrentkredit beantragen als jüngere (ohne Grafik), was wiederum auf besondere Probleme bei jungen Unternehmen hinweist. Ostdeutsche Unternehmen beantragen mit 19,6 % signifikant seltener Kontokorrentkredite als westdeutsche (25,1 %).



Grafik 35: Welcher Kredit für Investitionen? Nach Branchengruppen

In knapp 21 % der Fälle wurde den befragten Unternehmen, die einen Investitionskredit beantragt haben, der Kredit nicht gewährt (s. Grafik 36). Im Vergleich zum Befragungszeitraum des Vorjahresberichtes, in dem rund einem Sechstel der Unternehmen der Kreditantrag abgelehnt wurde, ist dieser Anteil leicht gestiegen. Dieser Befund ist konsistent zu den Ergebnissen bezüglich der Gründe für die Verschlechterung der Kreditaufnahme. Auch dort ist der Anteil der Unternehmen, die berichten, dass sie vermehrt Probleme haben einen Kredit zu erhalten, geringfügig gestiegen (s. Kapitel 1). Die höhere Ablehnungsquote dürfte zumindest teilweise auch Ausdruck der deutlich gestiegenen Nachfrage nach Investitionskrediten sein. Wie auch im letzten Jahr fällt bei kleineren Unternehmen die Ablehnungsquote deutlich höher aus. Während nur knapp 8 % der Unternehmen mit einem Umsatz von über 50 Mio. EUR von der Ablehnung eines Kreditwunsches berichten, sind es bei den Unternehmen bis 1 Mio. EUR rund viermal so viele (33 %).

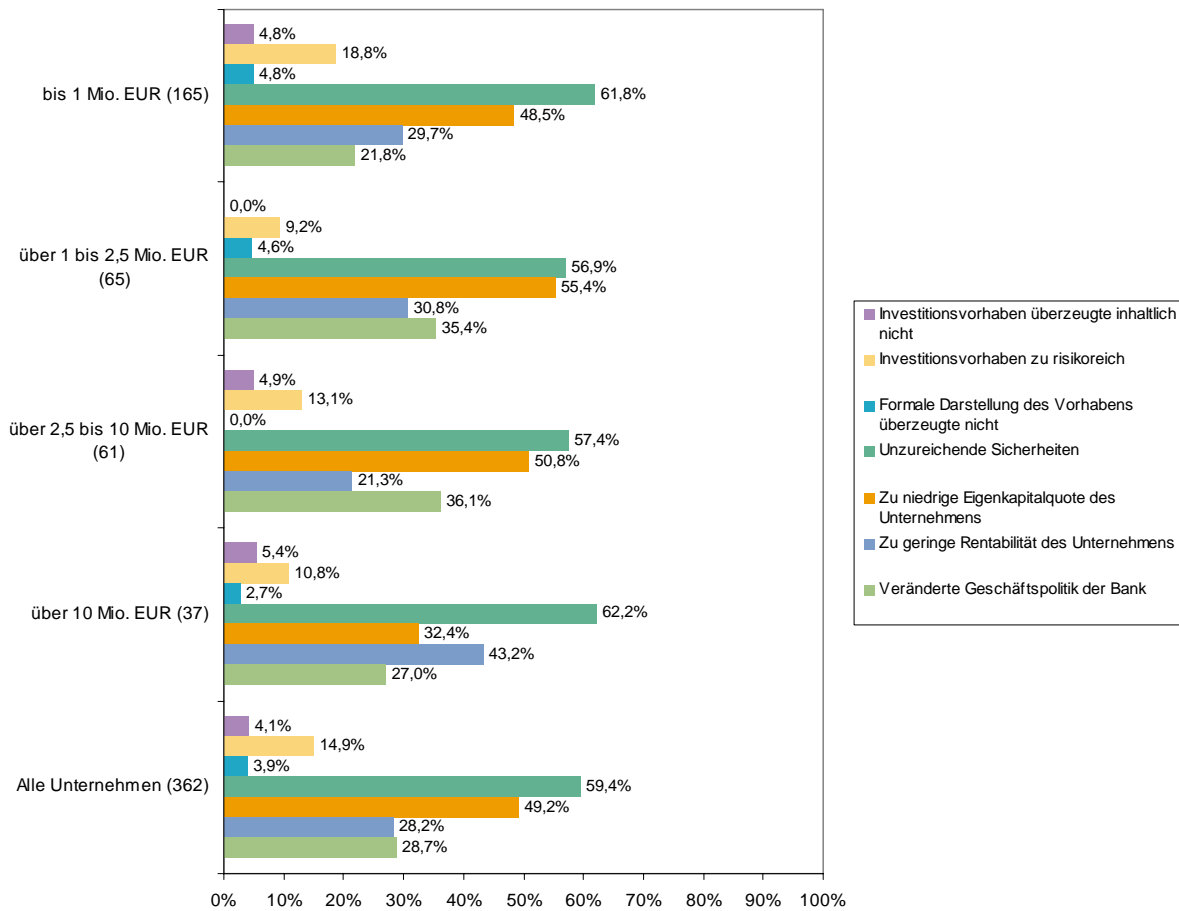
Des Weiteren zeigt sich, dass Kreditanträge von Unternehmen aus dem Einzelhandel (32 %) sowie von jungen Unternehmen häufiger nicht gewährt werden konnten (ohne Grafik). Zwischen ost- und westdeutschen Unternehmen war dagegen kein signifikanter Unterschied auszumachen.



Grafik 36: Kreditantrag abgelehnt nach Umsatzgrößenklassen

Die Gründe für eine Ablehnung des Wunsches nach einem Investitionskredit sind vielfältig. Das Antwortmuster ähnelt dabei weitestgehend dem des Vorjahresberichtes. Unzureichende Sicherheiten wurden dabei von den antwortenden Unternehmen am häufigsten genannt, fast 60 % der Ablehnungen sind darauf zurückzuführen. Somit bestätigt sich der bereits in Kapitel 1 ermittelte Befund der hohen Bedeutung von Sicherheiten für den Kreditzugang. Wenig überraschend rangiert die Eigenkapitalquote als zentraler Indikator für die Bonität eines Unternehmens mit 49 % der Nennungen auf der zweiten Position.¹⁶ An dritter Stelle wird von den Unternehmen eine veränderte Geschäftspolitik der Bank genannt (29 %), gefolgt von einer zu geringen Rentabilität des Unternehmens (28 %). Wegen der mit dem Investitionsvorhaben verbundenen hohen Risiken wurden 15 % der Kreditanträge verweigert. Die geringste Rolle spielten die mangelnde Überzeugung der Inhalte (4 %) sowie die formale Darstellung des Vorhabens (4 %) (s. Grafik 37). Mit Rücksicht auf die geringe Fallzahl bei der Beantwortung dieser Frage ist eine genauere Untersuchung der Einflussfaktoren Umsatz, Branche, Region, Alter und Rechtsform nicht möglich.

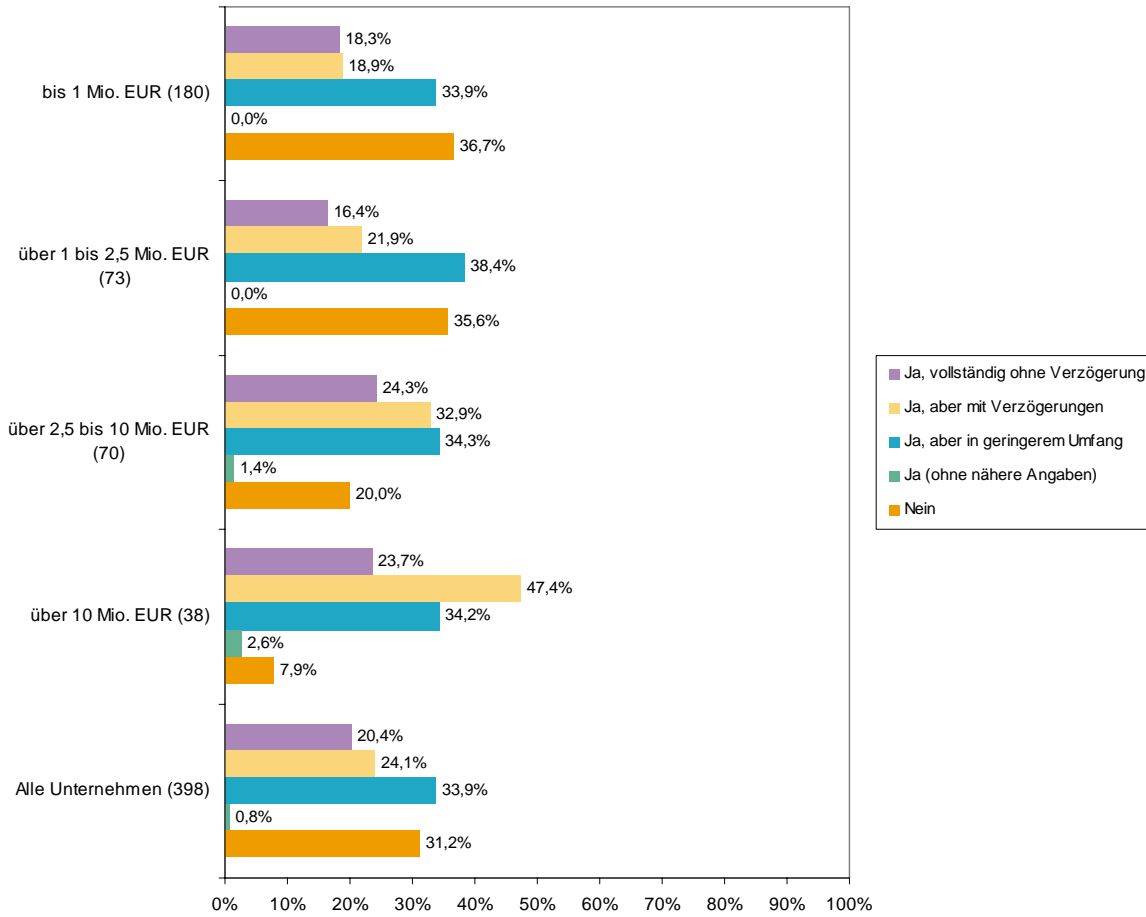
¹⁶ Die hohe Bedeutung wird in empirischen Untersuchungen immer wieder bestätigt. Vgl. beispielsweise Zimmermann (2007c), Zimmermann (2006) sowie Reize (2005).



Anmerkung: Mehrfachnennung möglich

Grafik 37: Gründe für die Ablehnung eines Investitionskredits nach Umsatzgrößenklassen

Abschließend wurden die Unternehmen befragt, ob sie trotz abgelehntem Investitionskredit ihr Vorhaben dennoch durchführen konnten. 31 % der Befragten konnten das Projekt nicht mehr weiterverfolgen (s. Grafik 38). Knapp die Hälfte der von der Kreditablehnung Betroffenen konnte zwar das Projekt angehen, allerdings nur unter Einschränkungen. Ein Viertel meldete zeitliche Verzögerungen und ein Drittel Einbußen im Umfang. Vollständig und ohne Verzögerung konnten 20 % der Unternehmen ihr Investitionsprojekt realisieren, obwohl ihr Kreditantrag abgelehnt wurde. Auch bei dieser Frage stellt sich das Problem der zu geringen Fallzahl, sodass auch hier weitere statistische Zusammenhangsanalysen hinsichtlich Umsatz, Branche, Region, Alter und Rechtsform nicht ausgewiesen werden.



Anmerkung: Mehrfachnennung möglich

Grafik 38: Investitionskreditwunsch abgelehnt, Vorhaben dennoch ausgeführt? Nach Umsatzgrößenklassen

Zwischenfazit:

Das Investitionsklima ist nach wie vor gut. So hat mit über 65 % der Unternehmen auch in der diesjährigen Befragung ein hoher Anteil Investitionen getätigt. Die anhaltend gute Lage bezüglich der Investitionen zeigt sich auch daran, dass bei 54 % der investierenden Unternehmen Erweiterungsinvestitionen im Vordergrund standen. Lediglich 17 % der Unternehmen konnten geplante Investitionsvorhaben nicht durchführen. Vor allem kleinere Unternehmen waren davon betroffen. Dass dies bei den betroffenen Unternehmen vorwiegend auf ihre wirtschaftlichen Lage und – auch im Vergleich zum Vorjahr – seltener auf Finanzierungsschwierigkeiten zurückzuführen war, kann als weiterer Hinweis gedeutet werden, dass von der Subprimekrise bislang nur geringfügige Auswirkungen auf die Unternehmensfinanzierung ausgehen.

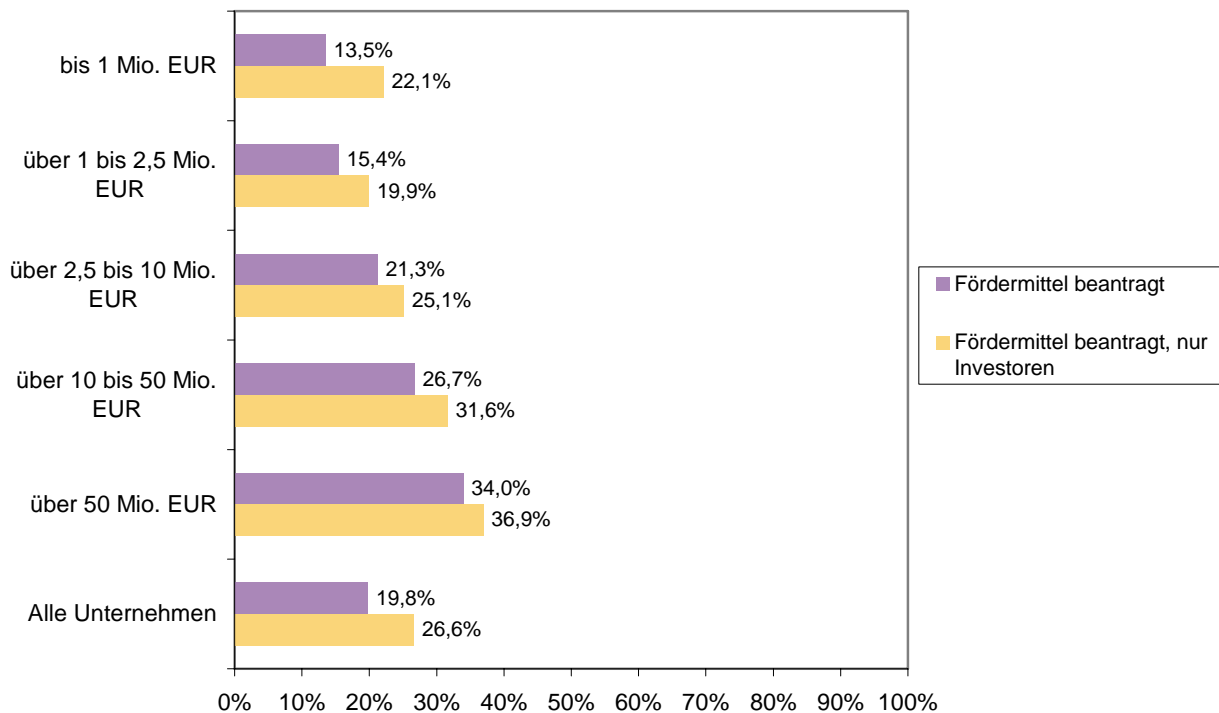
Kredit kommt eine wichtige Rolle bei der Finanzierung von Investitionen zu. Im Vergleich zur Vorjahresbefragung ist der Anteil der Investoren, die Kredite für die Finanzierung von Investitionen beantragt haben, auf 43 % gestiegen. Die hohe Bedeutung, die Kredite bei der

Investitionsfinanzierung spielen, zeigt auch, dass eine Kreditablehnung in der Regel deutliche Folgen für die Durchführung der geplanten Investitionen hat. Knapp ein Drittel der betroffenen Unternehmen konnte infolgedessen ihr Investitionsvorhaben nicht mehr verwirklichen und lediglich 20 % konnten ohne Einbußen und Verzögerung wie geplant agieren.

Hinsichtlich der Fristigkeit der Kredite zeigt sich, dass kleinere Unternehmen ihre Investitionen seltener über langfristige Kredite, dafür aber umso häufiger über Kontokorrentkredite finanzieren. Sie müssen ihre Investitionen häufiger fristeninkongruent sowie zu teureren Konditionen zu finanzieren, sodass zu befürchten ist, dass Investitionen kleiner Unternehmen wegen zu hoher Finanzierungskosten entweder häufiger ganz unterbleiben oder von der „falschen“ Finanzierung Risiken für die weitere Unternehmensentwicklung ausgehen.

5. Förderung: nach wie vor hohe Bedeutung für die befragten Unternehmen

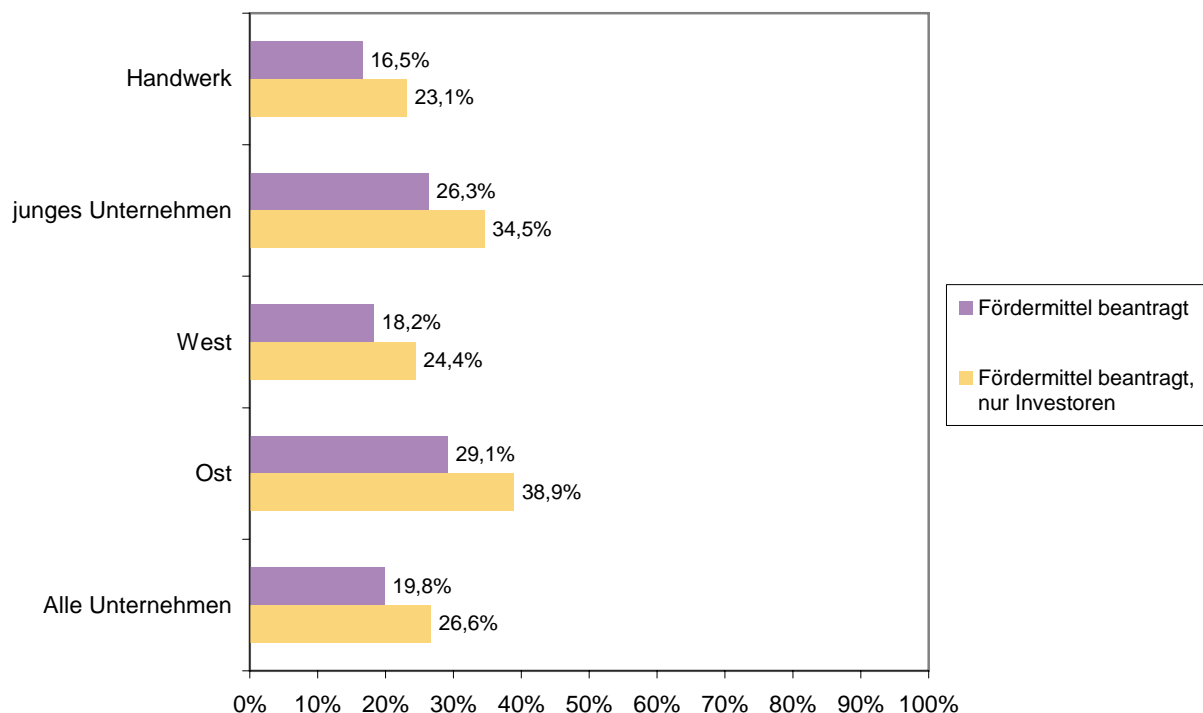
Förderkrediten und öffentlichen Hilfen für Investitionen oder Unternehmensfinanzierung – im Folgenden kurz „Förderung“ genannt – kommt weiterhin eine große Bedeutung zu. 20 % der befragten Unternehmen haben im Befragungszeitraum eine Förderung beantragt. Bezogen auf jene Unternehmen, die auch investiert haben, beträgt dieser Anteil 27 % (s. Grafik 39).¹⁷ Dabei steigt der Anteil der Unternehmen, der sich um eine Förderung bemüht hat, mit der Umsatzgröße. Die Ursachen hierfür können darin liegen, dass größere Unternehmen häufiger Investitionsprojekte durchführen und in der Regel auch besser über Fördermöglichkeiten Bescheid wissen dürften, sodass sie solche häufiger beantragen. Aus diesem Befund kann jedoch nicht gefolgert werden, dass größere Unternehmen auch den Großteil der Fördergelder erhalten.



Grafik 39: Förderung beantragt nach Umsatzgrößenklassen

Junge und ostdeutsche Unternehmen beantragten häufiger als der Durchschnitt Fördermittel (s. Grafik 40). Dies gilt sowohl für alle befragten Unternehmen, als auch für diejenigen, die investiert haben. Dieser Befund kann damit erklärt werden, dass für junge Unternehmen und Existenzgründer eine Vielzahl von Fördermöglichkeiten zur Verfügung stehen, welche von

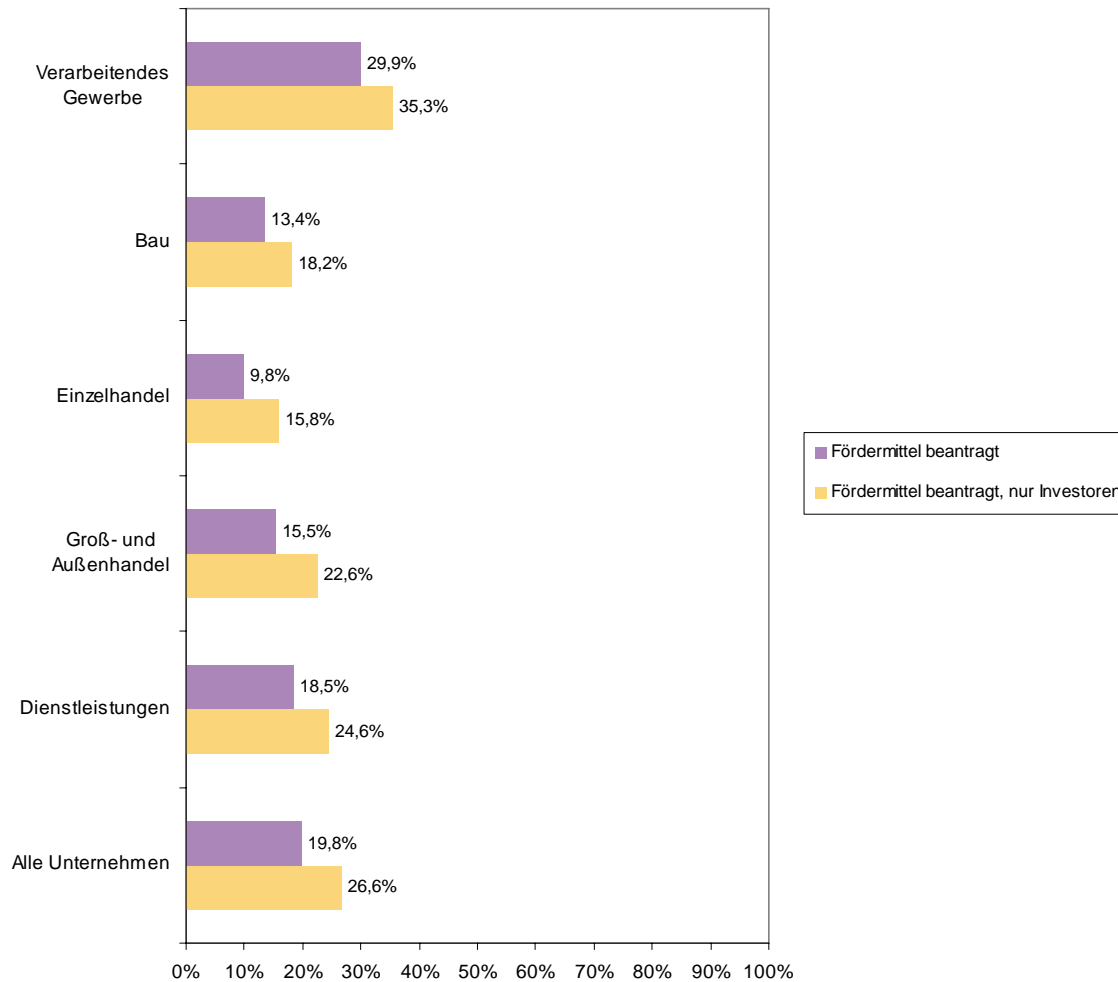
den Unternehmen auch stark genutzt werden. Der relativ hohe Anteil der Unternehmen in Ostdeutschland, der sich in den letzten zwölf Monaten um Fördermittel bemüht hat, kann mit einem höheren Förderbedarf ostdeutscher Unternehmen sowie dem größeren Angebot an Fördermitteln in den neuen Bundesländern erklärt werden. Anders als man aus Grafik 40 schließen könnte, stellt das Handwerk jedoch nicht signifikant weniger Förderanträge, wie eine multivariate Analyse nach Größe, Branche, Alter, Rechtsform und Region des Unternehmenssitzes zeigt. Die hier vorliegenden Unterschiede sind vielmehr mit der Unternehmensstruktur der Handwerksbetriebe erklärbar.



Grafik 40: Förderung beantragt nach Handwerk, Alter, Region

Eine differenzierte Betrachtung aufgeschlüsselt nach Branchen ergibt, dass der Anteil der Unternehmen, der in den letzten zwölf Monaten einen Antrag auf Förderung gestellt hat, im Verarbeitenden Gewerbe – wie auch in der Vorjahresbefragung – am höchsten ist (s. Grafik 41). Unternehmen aus dem Baugewerbe sowie dem Einzelhandel stellen hingegen am seltensten Anträge. Diese Beobachtungen gelten auch, wenn lediglich die investierenden Unternehmen betrachtet werden.

¹⁷ Aufgrund von Veränderungen in der Fragestellung sowie der teilweise niedrigen Anzahl an Beobachtungen sind Vergleiche zum Vorjahr wenig belastbar. Daher wird in diesem Abschnitt auf Vorjahresvergleiche verzichtet.



Grafik 41: Förderung beantragt nach Branchen

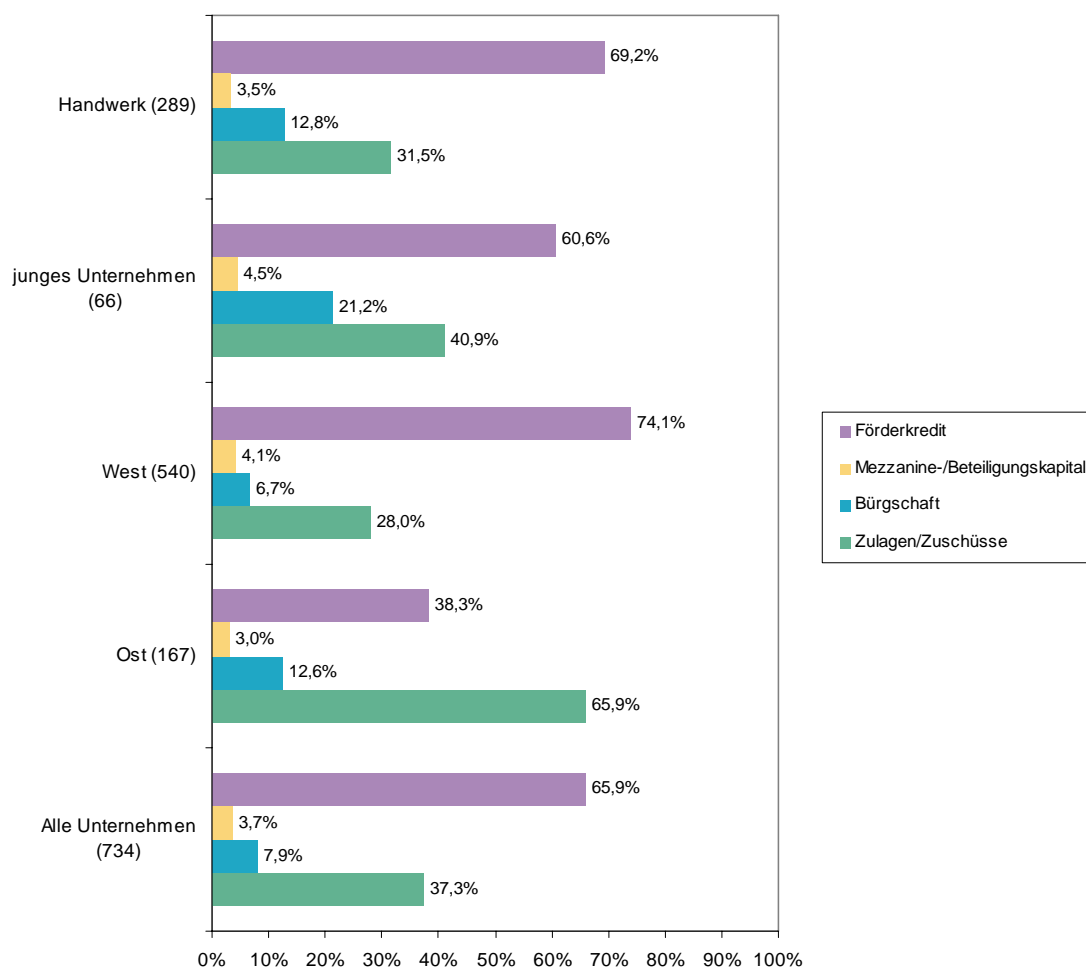
Hinsichtlich der Investitionsziele zeigt sich anhand vertiefender, multivariater Analysen, dass die Fördermittel insbesondere für Erweiterungsinvestitionen und Investitionen in Forschung und Entwicklung signifikant häufiger beantragt werden als für andere Ziele (ohne Grafik). Reine Ersatzinvestitionen hingegen werden seltener mit Fördermitteln finanziert.

Förderkredite sind das am häufigsten genutzte Instrument (s. Grafik 42). 66 % der antwortenden Unternehmen haben eine derartige Förderung erhalten, an zweiter Stelle folgen mit 37 % Zulagen und Zuschüsse. Bürgschaften und Mezzanine-/Beteiligungskapital spielen dagegen mit Nennungen in Höhe von rund 8 % bzw. 4 % unverändert eine untergeordnete Rolle.

Dabei lassen sich Unterschiede in der Nutzung der verschiedenen Förderinstrumente zwischen den Unternehmenstypen kaum feststellen. Die Tatsache, dass weder nach der Unternehmensgröße noch nach der Branche statistisch signifikante Unterschiede feststellbar sind, zeigt, dass die einzelnen Förderinstrumente breit wirken und kaum einzelne Unternehmens-

typen ausgrenzen. Wenn Unterschiede ermittelt werden konnten, so beziehen sich diese hauptsächlich auf die Region (Ost-/Westdeutschland) sowie auf das Unternehmensalter.

So stellen Unternehmen mit Sitz in Westdeutschland mit 74 % deutlich häufiger Anträge für Förderkredite als dies in Ostdeutschland (38 %) der Fall ist. Eine Erklärung für die unterschiedliche Nutzung der Typen von Förderinstrumenten in den alten und den neuen Bundesländern findet sich bei einer differenzierten Betrachtung der Beantragung von Zulagen oder Zuschüssen. Hier ist der Anteil der Unternehmen aus Ostdeutschland mit 66 % mehr als doppelt so hoch wie bei den westdeutschen Unternehmen (28 %). Dies 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.

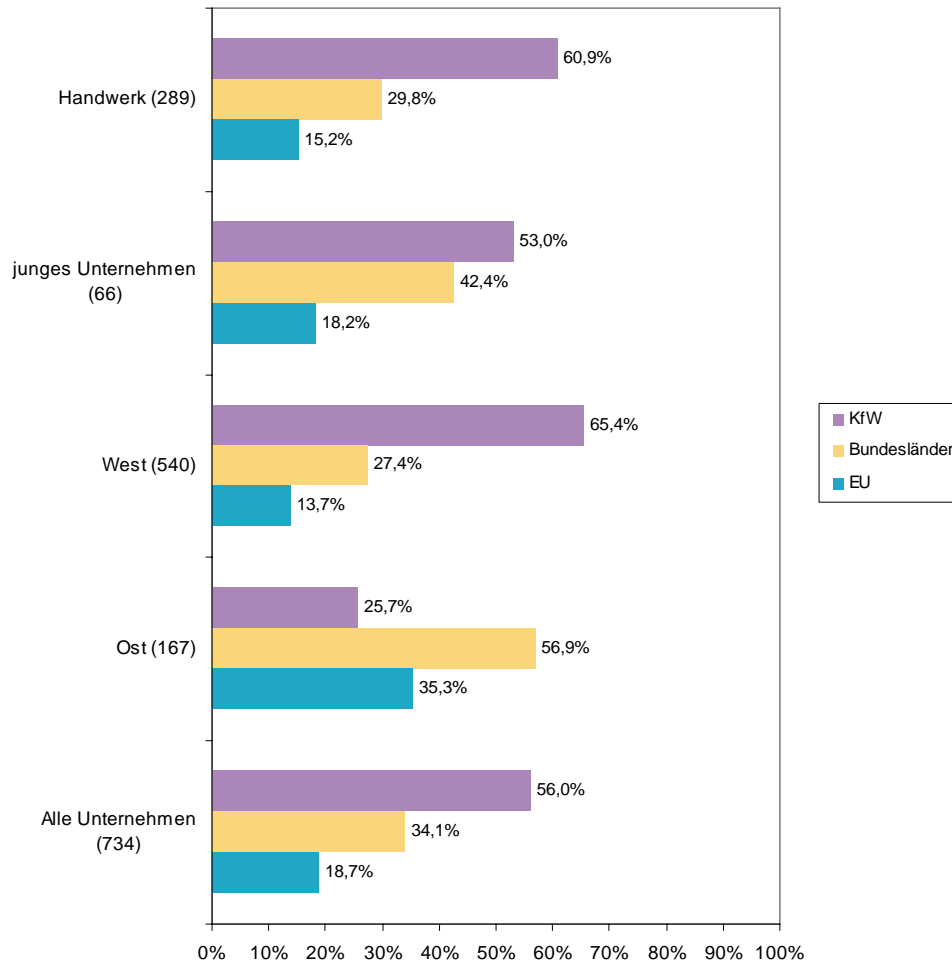


Anmerkung: Mehrfachnennung möglich

Grafik 42: Welche Fördermittel erhalten? Nach Handwerk, Alter und Region

Junge Unternehmen erhalten deutlich häufiger Bürgschaften sowie Zulagen und Zuschüsse (s. Grafik 42), während ältere Unternehmen häufiger auf Förderkredite zurückgreifen (ohne Grafik). Fördermittel in Form von Mezzanine- oder Beteiligungskapital spielen nach wie vor eine sehr geringe Rolle, wobei bedeutende Unterschiede in der Nutzung dieser Instrumente nicht ermittelt werden konnten (ohne Grafik). Dabei ist jedoch zu berücksichtigen, dass aufgrund der geringen Nutzungszahl in der Stichprobe ein Nachweis mittels statistischer Methoden sehr schwierig ist.

Wie bei der Untersuchung der Förderinstrumente lassen sich auch bei den Fördermittelgebern Unterschiede in der Nutzung hauptsächlich zwischen Unternehmen aus den neuen und alten Bundesländern feststellen. Wichtigster Fördermittelgeber ist die KfW Bankengruppe, von der 56 % der geförderten Unternehmen Mittel erhielten (s. Grafik 43). Dies ist jedoch vor allem auf den hohen Anteil bei den westdeutschen Unternehmen zurückzuführen (65 %). Ostdeutsche Unternehmen greifen hingegen, wie ein Blick auf die Nutzung der anderen Fördermittelgeber zeigt, signifikant stärker als ihre Pendanten im Westen auf Ländermittel (57 %) sowie auf EU-Mittel (35 %) zurück. Mit einem Anteil von knapp 61 % nutzen gerade auch Handwerksunternehmen besonders häufig die Fördermittel der KfW. Fördermittel der Bundesländer folgen mit rund 34 % an zweiter Stelle. EU-Mittel stellten die dritt wichtigste Quelle dar, knapp 21 % der geförderten Betriebe griffen auf sie zurück.

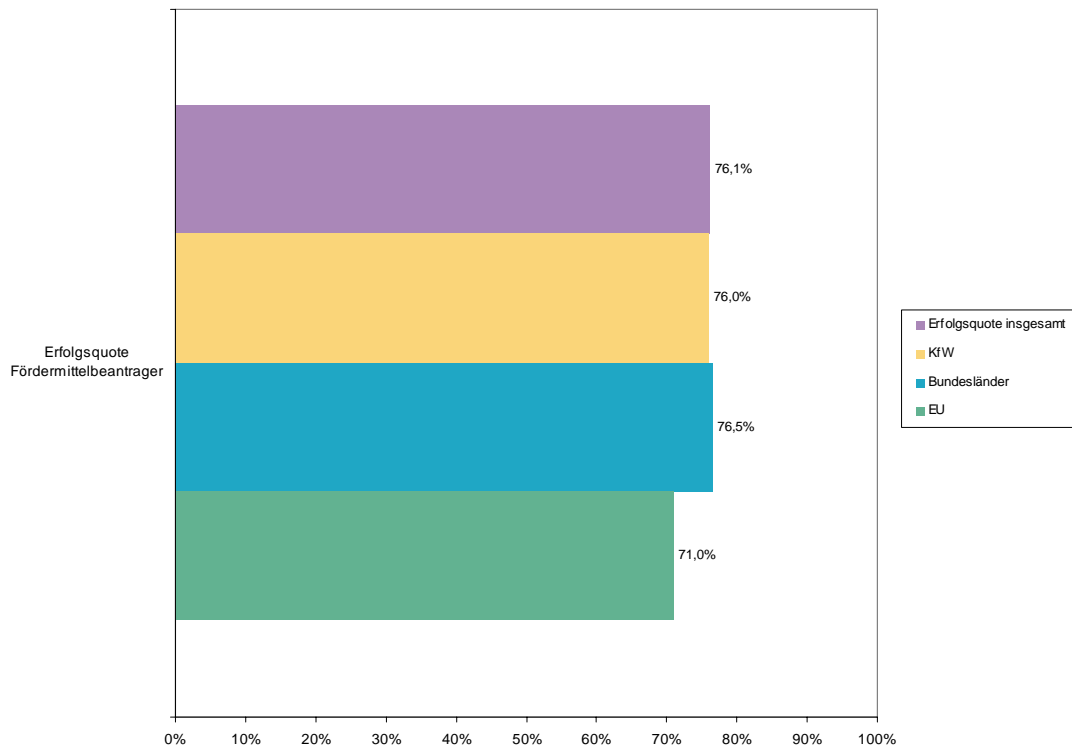


Anmerkung: Mehrfachnennung möglich

Grafik 43: Förderung von welchem Geber erhalten? Nach Handwerk, Alter und Region

Betrachtet man die Erfolgsquote bei der Beantragung von Fördermitteln, zeigt sich, dass mit 76 % ein hoher Anteil der Anträge erfolgreich war (s. Grafik 44). Dabei unterscheiden sich die Erfolgsaussichten zwischen den einzelnen Fördermittelgebern nur wenig. Nahezu gleichen Erfolg hatten Anträge für Mittel der Bundesländer (76,5 %) und KfW-Förderung (76 %). Unter den Antragstellern für EU-Mittel lag die Erfolgsquote mit 71 % auf einem im Vergleich dazu nur leicht geringeren Niveau. Dabei wiesen die verschiedenen Förderinstrumente eine ähnlich hohe Erfolgsquote auf: 75 % der Anträge auf Förderkredite oder Mezzanine-/Beteiligungskapital wurden bewilligt, bei Zulagen und Zuschüssen belief sich dieser Wert auf 76 % und nur Anträge für Bürgschaften hatten mit 82 % überdurchschnittlich viel Erfolg (ohne Grafik).¹⁸

¹⁸ Aufgrund der geringen Anzahl an Beobachtungen wird auf eine differenzierte Analyse verzichtet.



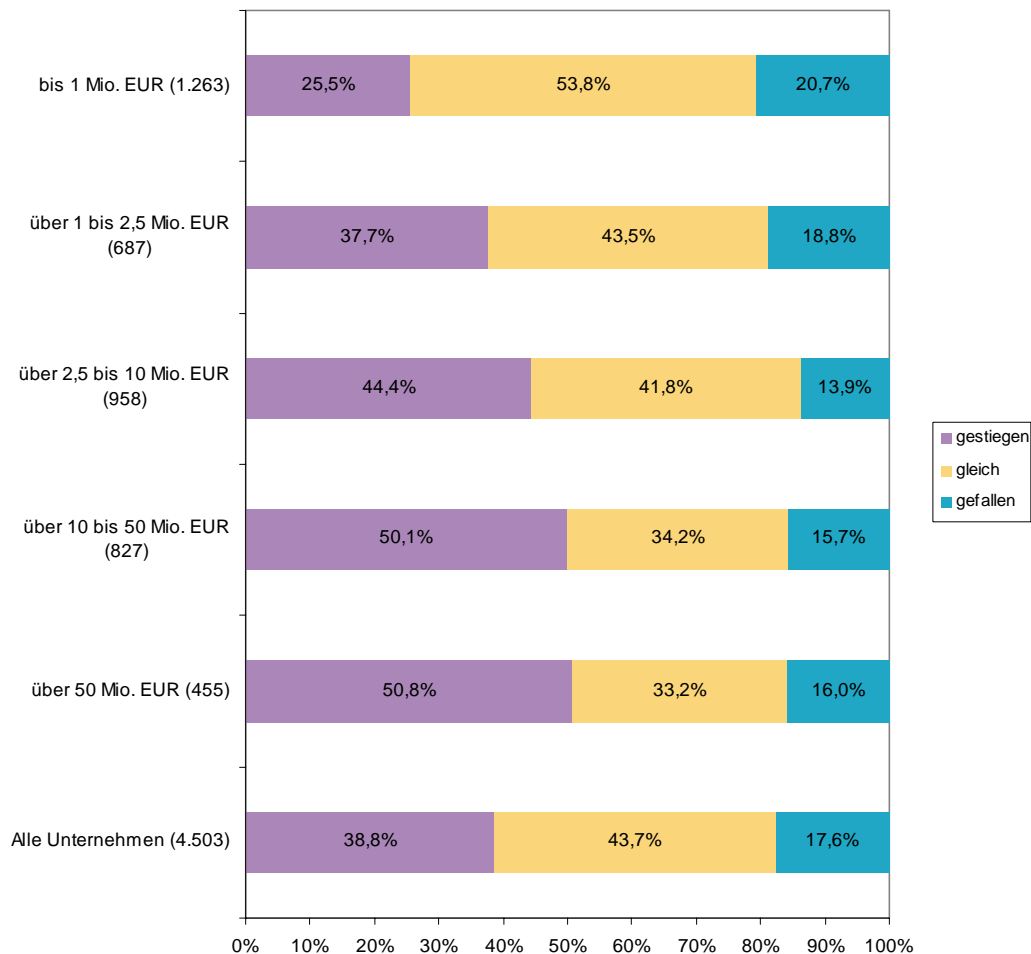
Grafik 44: Erfolgsquoten der Fördermittelbeantragung nach Geber

Zwischenfazit:

Fördermittel spielen für die Unternehmensfinanzierung (nach wie vor) eine wichtige Rolle: ein Fünftel der Umfrageteilnehmer hat sich im Berichtszeitraum um Förderung bemüht. Dabei steigt die Nutzung von Förderangeboten insgesamt mit der Umsatzgröße. Innerhalb der Gruppe der Nutzer von Förderangeboten zeigen sich bezüglich der Unternehmensmerkmale nur geringe Unterschiede hinsichtlich der Nutzung der verschiedenen Fördermittel oder Fördergeber. So können insbesondere keine Unterschiede zwischen verschiedenen Unternehmensgrößen oder Branchen ermittelt werden, was zeigt, dass die einzelnen Förderinstrumente breit wirken und kaum einzelne Unternehmenstypen ausgrenzen. Aufgrund der deutlich verschiedenen Förderangebote in den neuen bzw. alten Bundesländern zeigen sich die größten Unterschiede auch zwischen Unternehmen, die in beiden Regionen angesiedelt sind. Mit über drei Viertel ist der Großteil der Antragsteller auch erfolgreich.

6. Ausstattung mit Eigenkapital

Die Eigenkapitalausstattung ist ein zentrales Kriterium für die Bonität eines Unternehmens. Daher ist eine ausreichende Eigenkapitalisierung nicht nur für den Zugang zu Krediten von hoher Bedeutung (s. Kapitel 3), sondern trägt auch zur Senkung der Fremdfinanzierungskosten bei. Vor diesem Hintergrund wird im Folgenden die Entwicklung der Eigenkapitalquote untersucht.

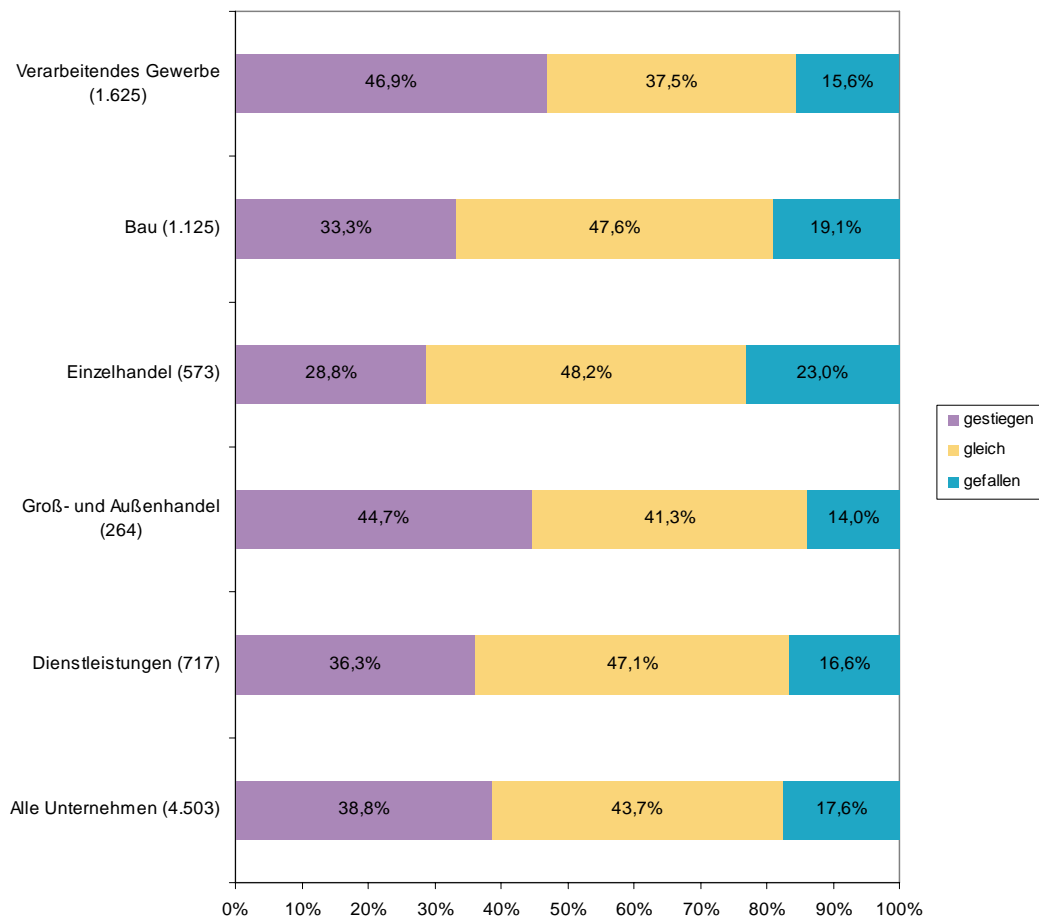


Grafik 45: Entwicklung der Eigenkapitalquote nach Umsatzgrößenklassen

Aufgrund der guten wirtschaftlichen Lage und den Anstrengungen vieler Unternehmen, sich an die neuen Rahmenbedingungen am Finanzmarkt anzupassen, hat sich die Eigenkapitalsituation in den letzten Jahren bereits deutlich verbessert.¹⁹ Die Auswertungen der vorliegenden Erhebung zeigen, dass sich dieser Trend auch in der aktuellen Befragung, wenn auch nicht mehr so stark wie im Vorjahr, fortsetzt: Insgesamt melden 39 % der Unternehmen eine

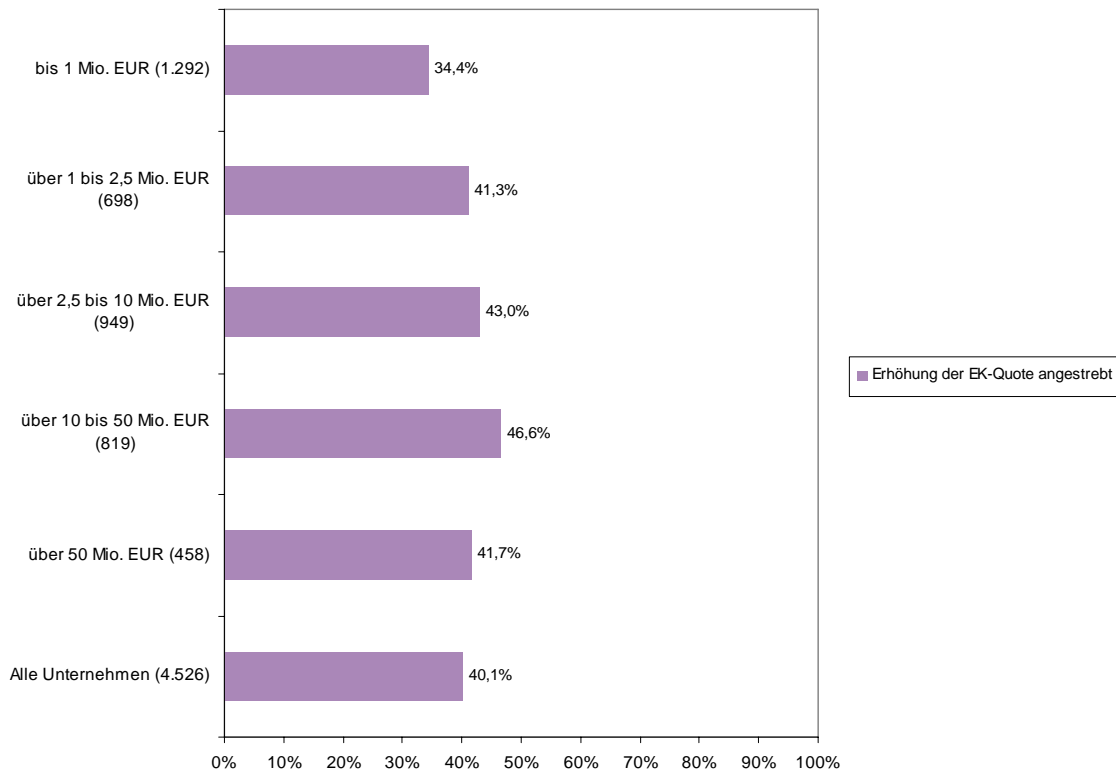
¹⁹ Dieser Befund wird auch durch aktuelle Auswertungen des KfW-Mittelstandspanels bestätigt. Vgl. Reize und Zimmermann (2008).

Steigerung ihrer Eigenkapitalquote in den letzten 12 Monaten (s. Grafik 45). Demgegenüber ist die Eigenkapitalquote bei 18 % der Betriebe gesunken. Im Vergleich zu den – um die Verschiebungen in der Stichprobenstruktur bereinigten – Vorjahreswerten von 42 bzw. 15 % bedeutet dies, dass im Saldo weniger Unternehmen ihre Eigenkapitalquote erhöhen konnten als im Vorjahr. Bezüglich der Unternehmensgröße kann ermittelt werden, dass insbesondere größere Unternehmen ihre Eigenkapitalquoten steigern konnten. Mit über 50 % der befragten Unternehmen mit einem Jahresumsatz von über 50 Mio. EUR liegt dieser Anteil bei den großen Unternehmen doppelt so hoch wie bei den kleinen Unternehmen mit einem Jahresumsatz von weniger als 1 Mio. EUR.



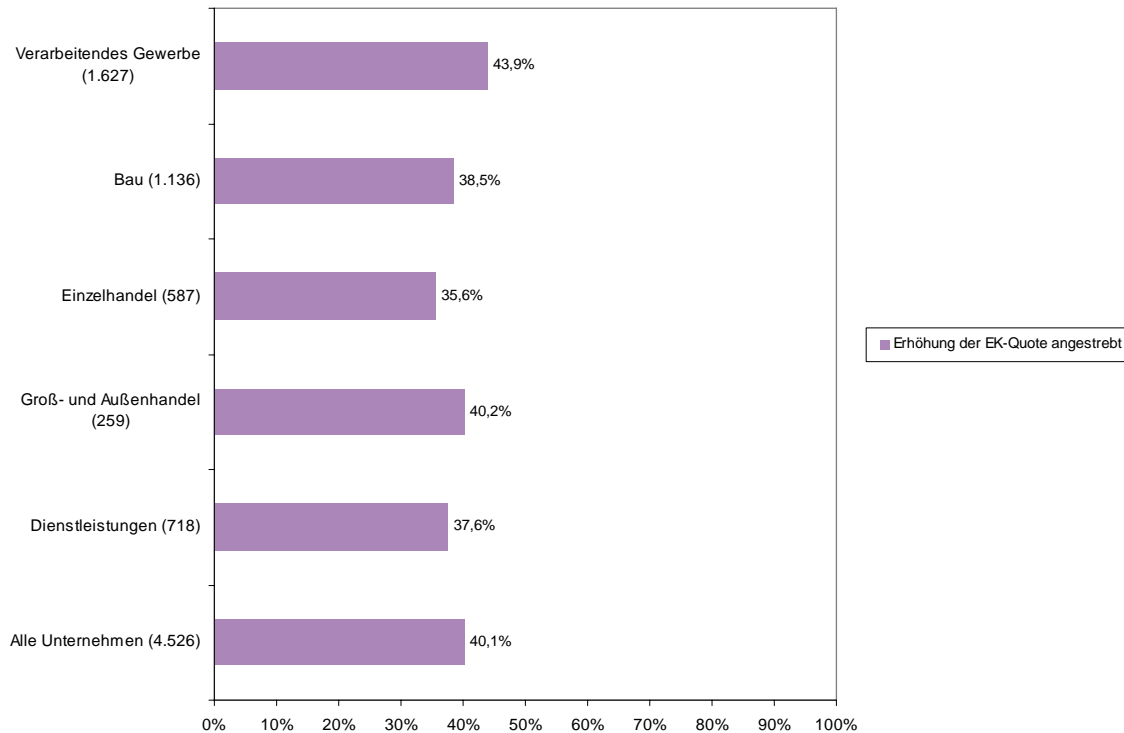
Grafik 46: Entwicklung der Eigenkapitalquote nach Branchen

Des Weiteren konnten vor allem Unternehmen des Verarbeitenden Gewerbes (47 %) und des Groß- und Außenhandels (45 %) ihre Eigenkapitalsituation verbessern (s. Grafik 46). Den geringsten Anteil an Unternehmen mit gestiegenen Eigenkapitalquoten weisen dagegen Unternehmen des Einzelhandels (29 %) und der Baubranche (33 %) auf. Dies kann als weiteres Indiz dafür gewertet werden, dass eine gute konjunkturelle Entwicklung die Stärkung der Eigenkapitalausstattung wesentlich erleichtert. Auch zeigt sich, dass es Unternehmen aus den alten Bundesländern eher gelang ihre Eigenkapitalquote zu erhöhen als Unternehmen aus den neuen Ländern (ohne Grafik).



Grafik 47: Erhöhung der Eigenkapitalquote angestrebt nach Unternehmensgröße

Betrachtet man die Planungen der Unternehmen zur Stärkung der Eigenkapitalquote in den nächsten 12 Monaten (s. Grafik 47), so zeigt sich, dass insgesamt 40 % der Unternehmen vorhaben diese zu erhöhen. Auch bei dieser Frage deutet sich ein leichter Rückgang im Vergleich zur Vorjahresbefragung an, in der noch rund 43 % (bereinigt um die Verschiebungen in der Stichprobenstruktur) eine Erhöhung planten. Insbesondere mittlere Unternehmen bringen dabei signifikant häufiger die Absicht zum Ausdruck, ihre Eigenkapitalquote verbessern zu wollen (s. Grafik 47), während dieser Anteil bei den Unternehmen mit mehr als 50 Mio. EUR Jahresumsatz sowie den kleinen Unternehmen niedriger liegt. Wie Grafik 48 zeigt, planen auch Unternehmen des Verarbeitenden Gewerbes eine Erhöhung der Eigenkapitalquote häufiger als andere Unternehmen (44 %).

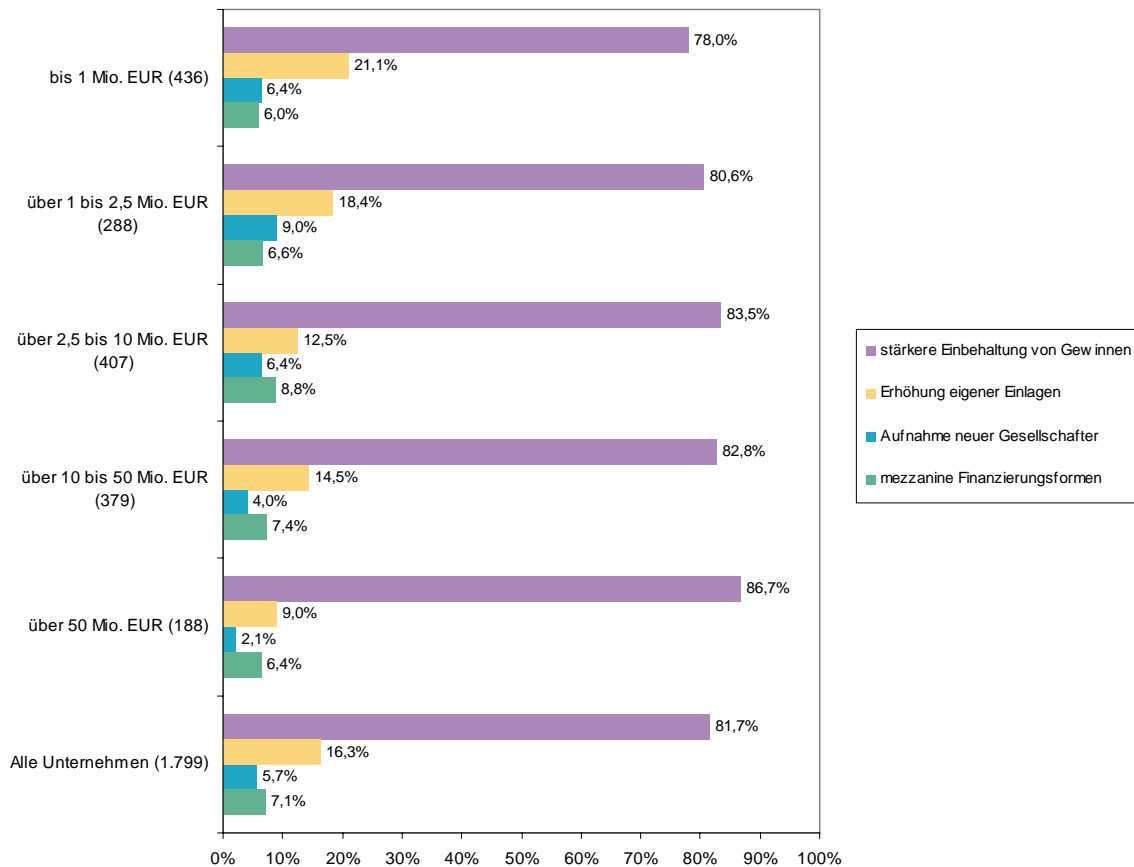


Grafik 48: Erhöhung der Eigenkapitalquote angestrebt nach Branchen

82 % der Unternehmen, die planen, ihre Eigenkapitalquote zu erhöhen, möchten dies über eine stärkere Einbehaltung von Gewinnen erreichen (s. Grafik 49). Wie in den vergangenen Jahren ist dies die bevorzugte Methode, um die Eigenkapitaldecke zu erhöhen. Der Anteil der Unternehmen, die eine Erhöhung der Eigenkapitalquote durch eine stärkere Einbehaltung der Gewinne realisieren möchten, steigt dabei tendenziell mit zunehmender Unternehmensgröße. Unternehmen des Einzel- sowie des Außen- und Großhandels nehmen diese Möglichkeit im Vergleich zu den übrigen Branchen am seltensten wahr. Personengesellschaften planen diesen Schritt ebenfalls seltener als Unternehmen anderer Rechtsformen (ohne Grafik). Im Vergleich zur Vorjahresbefragung nimmt der Anteil der Unternehmen, die planen, ihre Eigenkapitalquote aus dieser Quelle zu steigern, nach Berücksichtigung der Verschiebungen in der Stichprobenstruktur geringfügig ab, während die folgenden Optionen geringfügig häufiger genannt wurden.

Mit 16 % kommt einer Erhöhung der eigenen Einlagen zwar die zweitwichtigste, jedoch eine bereits deutlich geringere Bedeutung unter den Quellen der geplanten Erhöhung der Eigenkapitalquote zu. Vor allem Einzelhandelsunternehmen und Dienstleister wählen diese Variante, während dies für Unternehmen aus Ostdeutschland deutlich seltener als für ihre westdeutschen Pendanten gilt (ohne Grafik). Weitere Unterschiede zwischen den Unternehmen konnten bezüglich der Erhöhung der eigenen Einlagen nicht ermittelt werden.

Die Aufnahme neuer Gesellschafter sowie die Nutzung von Mezzanine-Finanzierungsformen als Mittel zur Erhöhung der Eigenkapitalquote spielen für 6 % bzw. 7 % der Unternehmen, die planen ihre Eigenkapitalquote zu erhöhen, nur eine untergeordnete Rolle.

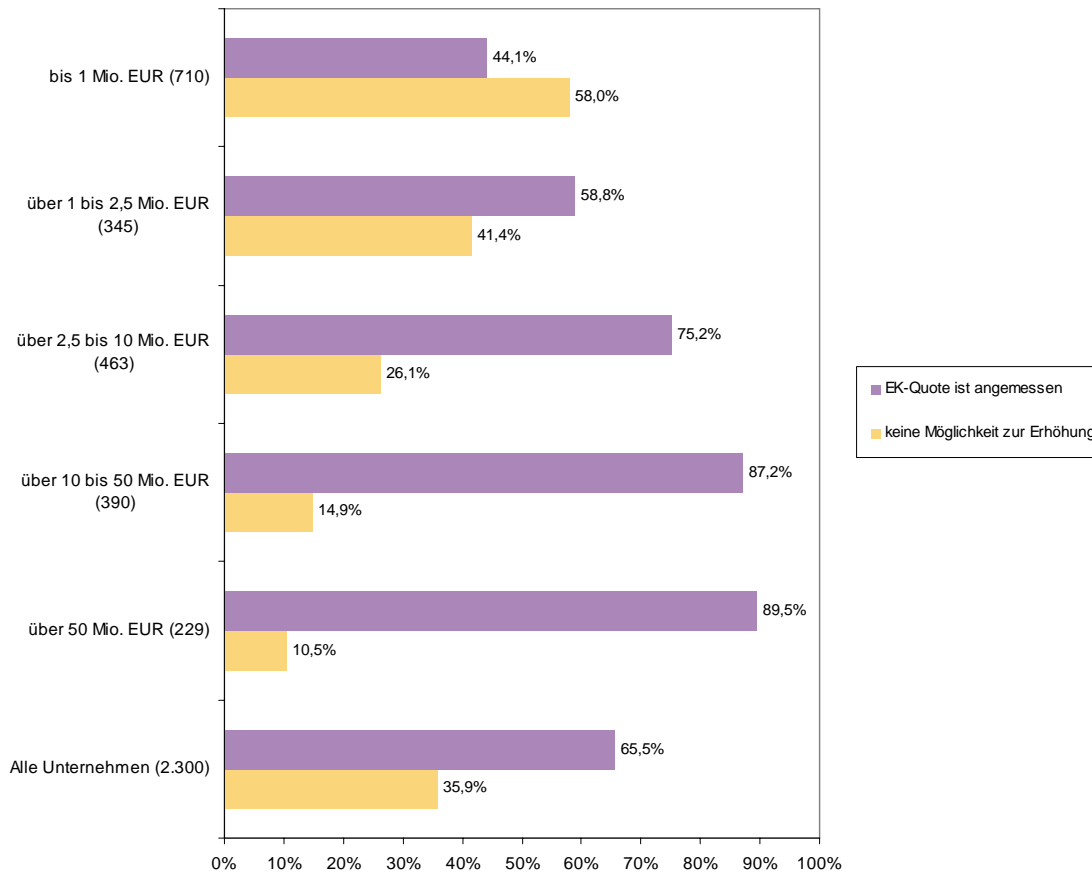


Anmerkung: nur Unternehmen, die planen ihre Eigenkapitalquote zu erhöhen; Mehrfachnennungen möglich

Grafik 49: Quellen der Erhöhung der EK-Quote nach Unternehmensgröße

Fast zwei Drittel derjenigen Unternehmen, die nicht planen, ihre Eigenkapitalquote zu erhöhen, gehen davon aus, dass der bestehende Anteil für ihr Unternehmen angemessen sei (s. Grafik 50). Der Anteil der Unternehmen, die dieser Ansicht sind, steigt mit der Umsatzgröße der Unternehmen. Vergleicht man etwa kleinere Unternehmen mit einem Umsatz von bis zu 1 Mio. EUR (44 %) mit den großen Unternehmen mit über 50 Mio. EUR Umsatz, so sind etwa doppelt so viele (90 %) der letztgenannten Unternehmen mit ihrem aktuellen Eigenkapitalbestand zufrieden. Wie Grafik 45 und auch Auswertungen des KfW-Mittelstandspanels zeigen, gelang es in den vergangenen Jahren insbesondere größeren Unternehmen, ihre Eigenkapitalausstattung zu erhöhen,²⁰ sodass dieser Befund nicht überrascht. Des Weiteren fällt auf, dass Unternehmen des Einzelhandels mit 43 % sowie Handwerksunternehmen (58 %) signifikant seltener ihre Eigenkapitalquote als angemessen betrachten (ohne Grafik).

²⁰ Vgl. Reize und Zimmermann (2008).



Anmerkung: nur Unternehmen, die nicht planen ihre Eigenkapitalquote zu erhöhen; Mehrfachnennungen möglich

Grafik 50: Grund für keine Erhöhung der EK-Quote nach Umsatz

Über ein Drittel (36 %) der teilnehmenden Unternehmen sieht keine Möglichkeit zur Eigenkapitalerhöhung – insbesondere kleinere Unternehmen. Mit beinahe drei Fünfteln liegt dieser Anteil unter den Unternehmen mit weniger als 1 Mio. EUR rund das 6-fache höher als bei den Unternehmen mit über 50 Mio. EUR Jahresumsatz. Insgesamt stieg im Vergleich zur Vorjahresbefragung der Anteil der Unternehmen, die keine Möglichkeiten zur Erhöhung sehen im Vergleich zum Vorjahr leicht (33 % nach Berücksichtigung der Verschiebungen in der Stichprobenstruktur), während der Anteil der Unternehmen, die ihre Eigenkapitalquote als angemessen betrachten, geringfügig sank.

Zwischenfazit:

Es ist festzuhalten, dass sich mittelständische Unternehmen in den letzten Jahren bezüglich ihrer Eigenkapitalausstattung gut entwickelt haben. Dieser positive Trend zur Verbesserung der Eigenkapitalquote hat sich jedoch im Befragungszeitraum weniger stark fortgesetzt als zuvor. Auch zukünftig ist eine Vielzahl der Unternehmen bestrebt, ihre Bonität und damit ihren Zugang zu Krediten zu verbessern. Am häufigsten planen Unternehmen, die Eigenkapitalquote mithilfe der Einbehaltung von Gewinnen zu erhöhen. Andere Finanzierungsformen spielen nur sekundär eine Rolle. Große Unternehmen sind häufiger mit ihrer Eigenkapitals-

tuation zufrieden und haben zugleich weniger Probleme diese – falls gewollt – zu erhöhen. Die Unterschiede zwischen großen und kleinen Unternehmen sind dabei nach wie vor gravierend. Dies unterstreicht ein etwa doppelt so hoher Anteil an Unternehmen mit – in ihrer Beurteilung – angemessener Eigenkapitalquote bei den großen Unternehmen (Jahresumsatz von über 50 Mio. EUR) wie bei den kleinen Unternehmen mit weniger als 1 Mio. EUR Jahresumsatz.

7. Fazit

Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass die diesjährige Umfrage für den Zeitraum zwischen dem ersten Quartal 2007 und dem ersten Quartal 2008 eine Stabilisierung der Finanzierungsbedingungen auf dem in den letzten Jahren erreichten Niveau zeigt. Sie belegen ebenfalls sehr deutlich, dass die aktuellen Finanzmarkturbulenzen bisher nicht zu einer merklichen Verschlechterung der Finanzierungsbedingungen geführt haben.

Die Gründe, die von den Unternehmen für eine Verschlechterung der Finanzierungsbedingungen genannt werden, entsprechen denen des Vorjahres. Vor allem führen die Unternehmen höhere Anforderungen an die Dokumentation von Vorhaben (82 %) und die Offenlegung geschäftlicher Zahlen (79 %) an. Diese Ergebnisse deuten stark darauf hin, dass die deutschen Kreditinstitute ihr Risikomanagement weiter ausbauen und sich der Finanzmarkt-wandel fortsetzt. Dies wird durch die Tatsache untermauert, dass diese Entwicklung mittlerweile nahezu alle Größenklassen, Branchen und Altersgruppen in ähnlichem Umfang erreicht hat. Gestiegene Anforderungen an die Sicherheiten stellen für 80 % der Umfrageteilnehmer eine Erschwernis dar, von steigenden Zinsen berichten 74 %. Dies dürfte – wie im Vorjahr – in erster Linie auf die gute konjunkturelle Lage zurückzuführen sein, wobei am aktuellen Rand auch Auswirkungen der Finanzmarkturbulenzen eine gewisse Rolle spielen können. In diesem Jahr berichten allerdings mehr Unternehmen als im Vorjahr, Probleme zu haben, überhaupt Kredite – auch zu ungünstigeren Konditionen – zu erhalten, was auf eine leicht restriktivere Kreditvergabe hindeuten kann. Insbesondere bonitätsschwächere Unternehmen scheinen hiervon betroffen zu sein.

Wenngleich der Finanzmarkt-wandel insgesamt alle Größenklassen und Branchen erreicht zu haben scheint, sind kleinere Unternehmen noch immer vor größere Schwierigkeiten gestellt, kleine Unternehmen haben signifikant häufiger Probleme, überhaupt einen Kredit zu erhalten. Bei ihnen scheint das Risikomanagement nach wie vor nicht im gleichen Umfang zu greifen und statt risikoadäquater Vergütung eher eine Ablehnung des Antrags zu erfolgen.

Die Ergebnisse der diesjährigen Studie zeigen eine weitgehend unveränderte Einschätzung der Beratung durch Kreditinstitute, 72 % der Unternehmen berichten von konstanter Qualität. Verbesserungen sind mit 16 % zudem häufiger genannt worden als Verschlechterungen (12 %). Jedoch zeigt sich auch hier, dass große – und damit für die Banken vermeintlich rentablere Unternehmen – in einer besseren Situation sind: Betriebe bis 1 Mio. EUR Umsatz berichten sechsmal so häufig über eine Verschlechterung der Beratungsleistungen wie Unternehmen mit einem Umsatz von über 50 Mio. EUR. Generell zeigt sich, dass vor allem Unternehmen, die über eine Verbesserung beim Kreditzugang berichten, auch eine verbesserte

Beratungsqualität melden, während für Unternehmen, die zunehmende Schwierigkeiten beim Kreditzugang wahrnehmen, das Gegenteil gilt.

Infolge der mittlerweile flächendeckenden Anwendung moderner Ratingverfahren müssten sich fast alle Unternehmen mit diesem Thema konfrontiert sehen. Dennoch gibt rund ein Drittel der Unternehmen an, dass ein Rating für ihr Unternehmen nicht vorliegt oder dass sie nicht wissen, ob sie geratet sind. Wenngleich eine fortschreitende Verbreitung des Wissens über die Existenz eines Ratings in allen Umsatzgrößenklassen zu beobachten ist, verfügen weiterhin umsatzstarke Betriebe signifikant häufiger wissentlich über ein Rating. Wie im Vorjahr zeigt sich hierin, dass die Kommunikation über das Rating insbesondere gegenüber kleinen Unternehmen weiter zu verbessern ist. Doch nicht nur die Banken müssen ihre Kommunikation verbessern. Auch die Unternehmen selbst sind gefordert. Denn wenn sie ihre Ratingnote nicht kennen, liegt dies in erster Linie daran, dass sie sich nicht danach erkundigt haben.

Insgesamt fallen die Ergebnisse der Studie, was die Entwicklung der Ratingnote derjenigen Unternehmen angeht, die sich über das Thema informiert haben, wiederum recht positiv aus: In den letzten 12 Monaten meldet ein deutlich höherer Anteil von Unternehmen eine Verbesserung des Ratings als eine Verschlechterung. Hierbei dürfte neben den von Unternehmen eingeleiteten Maßnahmen zur Verbesserung des Ratings wie im Vorjahr auch die gute Konjunktur eine Rolle spielen, die zu verbesserten Geschäftsaussichten vieler Unternehmen geführt hat.

Die Unternehmen haben sich in den letzten 12 Monaten weiter sehr investitionsfreudig gezeigt. Ähnlich wie im Vorjahr haben 65 % der Unternehmen investiert – trotz der Turbulenzen auf den Finanzmärkten. Besonders große Unternehmen und das Verarbeitende Gewerbe nutzten das anhaltend gute Exportgeschäft, um Investitionen zu tätigen. Wie schon im Vorjahr nahmen dabei – über alle Umsatzklassen, Branchen und Regionen hinweg – Erweiterungsinvestitionen (54 %) nehmen vor den Ersatzinvestitionen (41 %) den größten Anteil ein. Insgesamt war es rund einem Sechstel der Unternehmen nicht möglich, eine bereits geplante Investition zu tätigen. Vor allem kleinere Unternehmen waren davon betroffen. Dass dies bei den betroffenen Unternehmen vorwiegend auf ihre wirtschaftlichen Lage und – auch im Vergleich zum Vorjahr – seltener auf Finanzierungsschwierigkeiten zurückzuführen war, kann als weiterer Hinweis gedeutet werden, dass von der Subprimekrise bislang nur geringfügige Auswirkungen auf die Unternehmensfinanzierung ausgehen.

Krediten kommt eine wichtige Rolle bei der Finanzierung von Investitionen zu. Mit einem Anteil von 43 % der Investoren, die Kredite für die Finanzierung von Investitionen beantragen, deuten die vorliegenden Befunde sogar auf eine im Vergleich zum Vorjahr gestiegene Be-

deutung von Krediten hin. Mit 21 % der beantragten Investitionskredite wurden dieses Jahr mehr Kreditwünsche abgelehnt als im Vorjahr (15 %). Eine Kreditablehnung hat oft deutliche Folgen für die Durchführung der geplanten Investitionen. Knapp ein Drittel der von einer Ablehnung betroffenen Unternehmen konnte infolgedessen ihr Investitionsvorhaben nicht mehr verwirklichen und lediglich 20 % konnten ohne Einbußen und ohne Verzögerung wie geplant agieren. Die weiterhin vierfach höhere Ablehnungsquote bei Unternehmen mit einem Umsatz von bis zu 1 Mio. EUR gegenüber Unternehmen mit einem Umsatz von über 50 Mio. EUR verdeutlicht die Finanzierungsschwierigkeiten gerade kleiner Unternehmen. Die Gründe für die Ablehnung von Kreditanträgen waren – wie im Vorjahr – hauptsächlich unzureichende Sicherheiten (60 %), gefolgt von der zu niedrigen Eigenkapitalquote mit 49 %.

Bezüglich der Fristigkeit der Kredite zeichnet sich ab, dass kleinere Unternehmen ihre Investitionen seltener über langfristige Kredite finanzieren können. Sie sind somit gezwungen, ihre Investitionen häufiger fristeninkongruent sowie zu teureren Konditionen zu finanzieren. Daher ist zu befürchten, dass Investitionen kleiner Unternehmen wegen zu hoher Finanzierungskosten entweder häufiger ganz unterbleiben oder von der „falschen“ Finanzierung Risiken für die weitere Unternehmensentwicklung ausgehen.

Fördermittel haben für die Unternehmen auch im aktuellen Befragungszeitraum eine große Bedeutung, knapp ein Fünftel von ihnen gibt an, Förderung beantragt zu haben. Unter den investierenden Unternehmen sind es sogar 27 %. Einmal mehr sind große Unternehmen im Vorteil, sie stellen mehr Förderanträge, vermutlich weil sie mehr investieren und auch besser informiert sind bzw. über mehr Kapazitäten für die Antragstellung verfügen. Die Förderinstrumente wirken insgesamt sehr breit und erreichen in etwa gleichem Maße alle Branchen, Größen- und Altersklassen. In Ostdeutschland werden jedoch Zulagen und Zuschüsse häufiger genutzt, da diese dort stärker verfügbar sind als in den alten Bundesländern.

Ihre Eigenkapitalquote steigern – und damit einen wichtigen Schritt zur Optimierung der Finanzierungsstruktur realisieren – konnten mit 39 % zwar etwas weniger Unternehmen als in der Vorjahresbefragung. Dies ist dennoch weiterhin ein Zeichen dafür, dass die Unternehmen sich immer besser auf den Finanzmarktwandel einstellen. 40 % der Unternehmen planen eine Erhöhung ihrer Eigenkapitalquote. Dies soll in erster Linie durch stärkere Einbehaltung von Gewinnen (82 %) geschehen. Die Ergebnisse der Befragung unterstreichen – analog zum Vorjahr – aber auch einen großen Unterschied zwischen größeren und kleineren Unternehmen; kleine Unternehmen sind, gerade auch was die Verbesserung der Eigenkapitalausstattung angeht, gegenüber großen Unternehmen im Nachteil. So planen große Unternehmen häufiger als kleine Unternehmen, ihre Eigenkapitalquote zu erhöhen, was auch daran liegen mag, dass diesen eine größere Auswahl an Finanzierungsalternativen zur Verfügung steht. Kleine Unternehmen verzichten dagegen vergleichsweise oft auf die Erhöhung

ihrer Eigenkapitalquote, weil sie keine Möglichkeit dazu sehen. Mit beinahe drei Fünfteln liegt dieser Anteil unter den Unternehmen mit weniger als 1 Mio. EUR Jahresumsatz rund das 6-fache höher als bei den Unternehmen mit über 50 Mio. EUR. Auch halten etwa doppelt so viele (90 %) der großen Unternehmen (über 50 Mio. EUR Jahresumsatz) ihren aktuellen Eigenkapitalbestand für angemessen wie dies bei den kleinen Unternehmen (bis 1 Mio. EUR Umsatz) mit 44 % der Fall ist.

Literaturverzeichnis

- Europäische Zentralbank (Hrsg.) (2008), The Euro Area Bank Lending Survey, auf: http://www.ecb.int/stats/pdf/blssurvey_200802.pdf.
- Kunkel, A. (2008), Leichter Rückgang des Kreditklimas. ifo Schnelldienst 7/2008, S. 35–37, auf: http://www.cesifo-group.de/portal/page/portal/ifoHome/arts/a4staffpubl/ifo_RO_abstract?fid=79904&base=DL
- Plankensteiner D. und V. Zimmermann (2007): Unternehmensbefragung 2007 - Unternehmensfinanzierung im Aufwind - erstmals profitieren auch kleine Unternehmen, KfW Sonderpublikation; auf: http://www.kfw.de/DE_Home/Service/Online_Bibliothek/Research/PDF-Dokumente/Unternehmensbefragung/Ubef2007_lang-D.pdf
- Reichmann, S. (2006), Das „KleinstkundenRating“ ist effektiv und kostengünstig, Betriebswirtschaftliche Blätter 01/2006, S. 48–51.
- Reize, F. (2005), Investitionsfinanzierung im Mittelstand – Gibt es ausreichend Kredite für kleine und mittlere Unternehmen? Mittelstands- und Strukturpolitik 33, S. 17–42.
- Reize, F. (2006), KfW-Mittelstandspanel 2006. Mittelstand: Jobmotor der deutschen Wirtschaft. KfW-Sonderpublikation.
- Reize, F. und V. Zimmermann (2008), Die Entwicklung der Eigenkapitalausstattung kleiner und mittlerer Unternehmen 2002 bis 2005, KfW-Research. Wirtschaftsobserver online. Nr. 36, Juni 2008.
- Zimmermann, V. (2006), Entwicklung und Determinanten des Zugangs zu Bankkrediten. KfW-Research. Mittelstands- und Strukturpolitik 35, S. 45–76.
- Zimmermann, V. (2007a), Kreditsicherheiten – Wahrnehmung der Anforderungen und eingesetzte Instrumente, KfW-Research. Wirtschaftsobserver online. Nr. 29, November 2007.
- Zimmermann, V. (2007b), Ratingkenntnisse von kleinen und großen Unternehmen – aktueller Stand und Entwicklung, KfW-Research. Wirtschaftsobserver online. Nr. 30, Dezember 2007.
- Zimmermann, V. (2007c), Immaterielle Vermögenswerte als Sicherheiten bei der Kreditvergabe, KfW-Research. Mittelstands- und Strukturpolitik 39, S. 80–118.

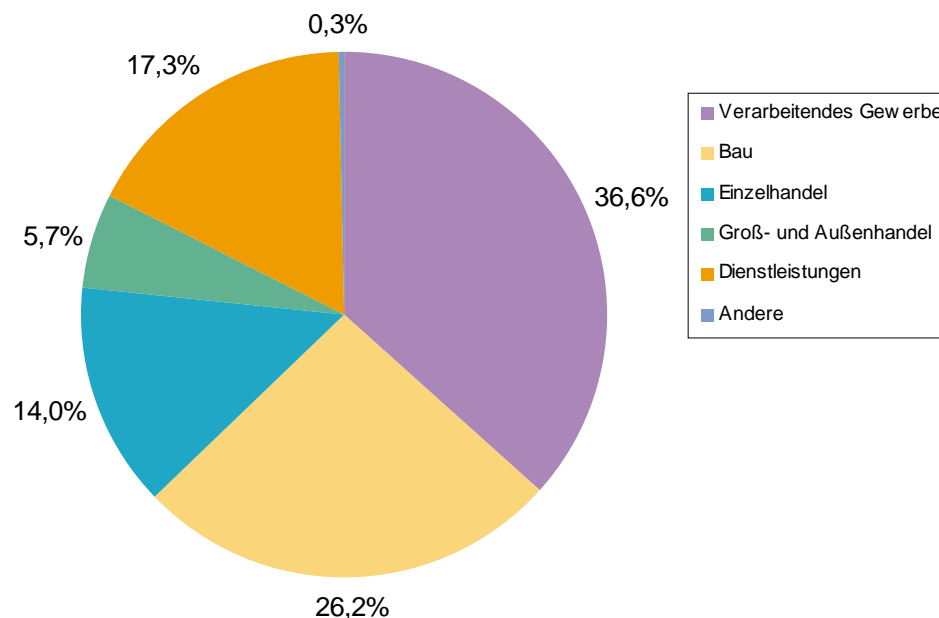
Zimmermann, V. (2008), Der Zugang zu Krediten. Entwicklung im Zeitablauf, Beurteilung und Bedeutung von Teilaspekten aus Unternehmenssicht, Mittelstands- und Strukturpolitik 41, im Erscheinen.

Anhang

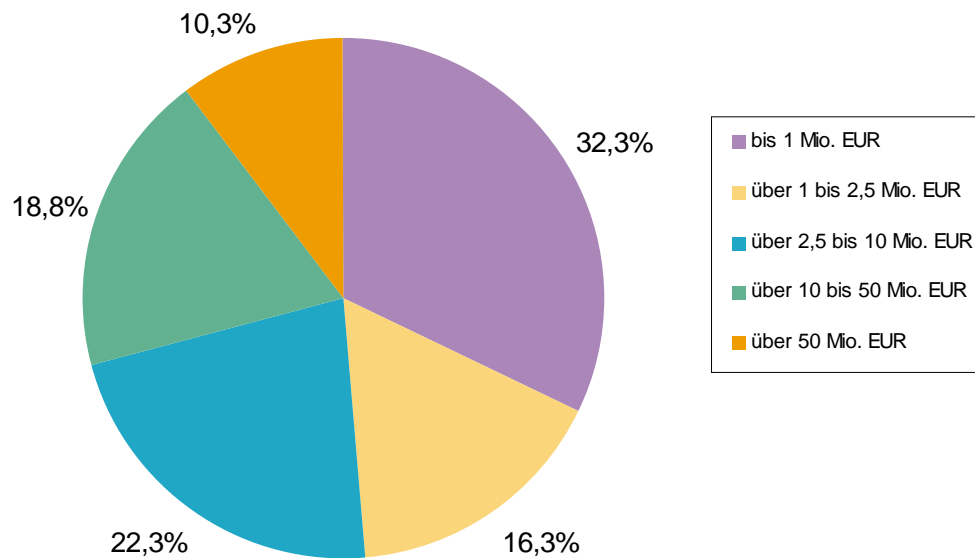
Struktur des Samples

Insgesamt wurden rund 50.000 Fragebögen an die teilnehmenden Verbände versandt, welche die Verbände wiederum an ihre Mitglieder weiterverteilt haben. Der Rücklauf betrug dieses Jahr 5.045 Fragebögen, von denen 40 als Duplikate ausgeschieden wurden. Somit bilden 5.005 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.

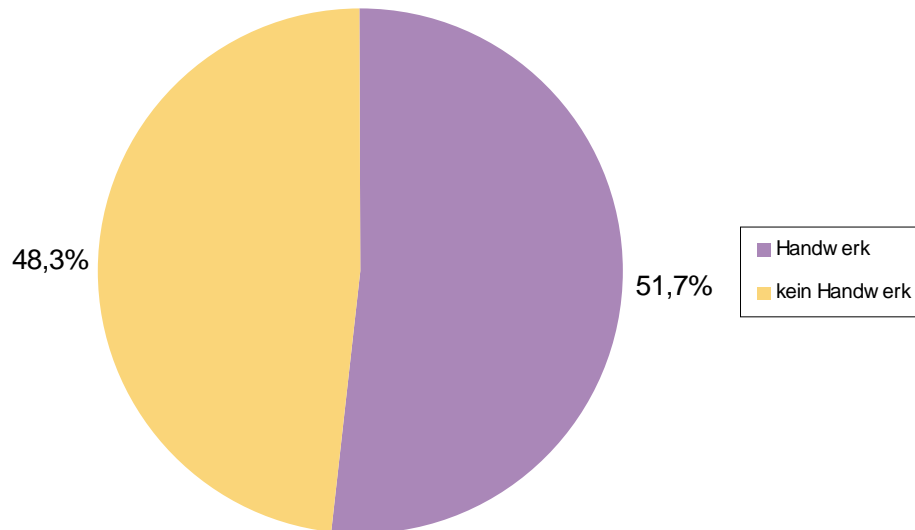


Grafik 51: Struktur des Samples nach Branchen

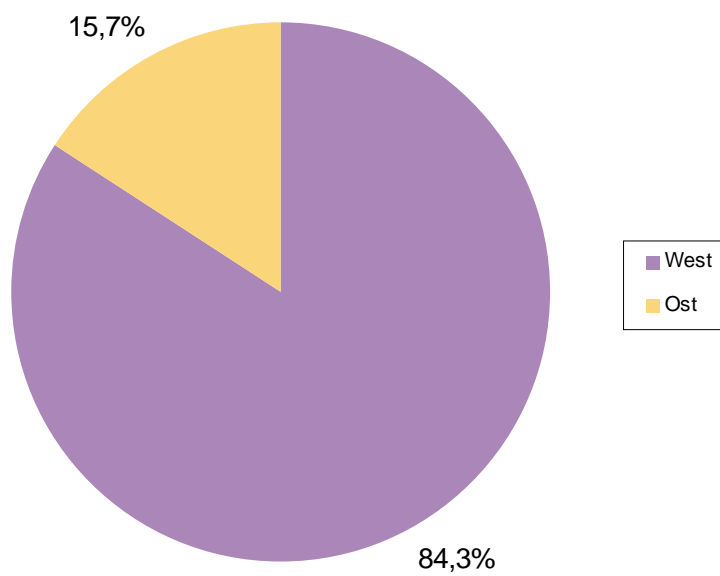


Grafik 52: Struktur des Samples nach Umsatzgrößenklassen

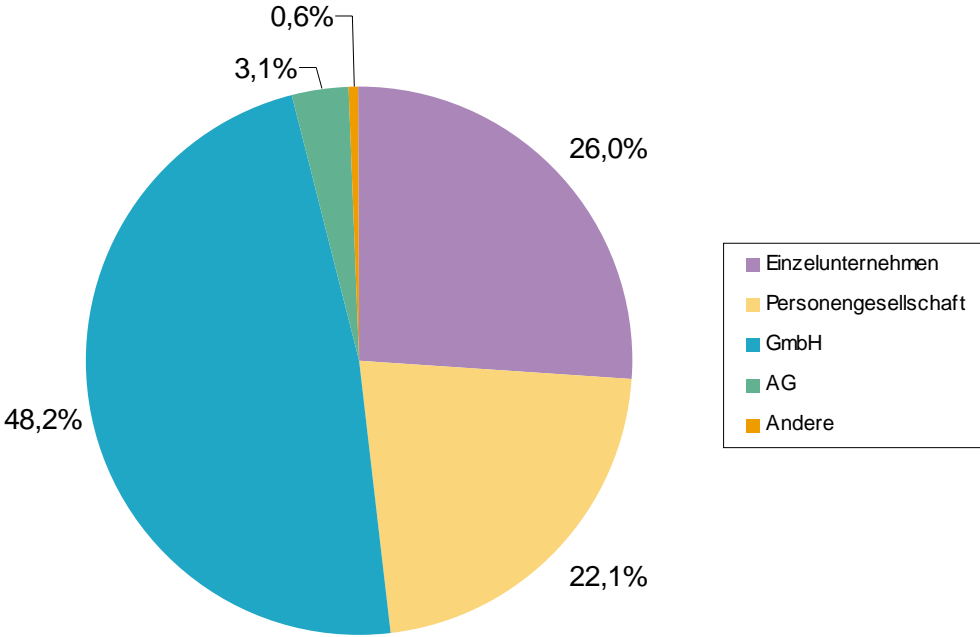
Die Anteile einer bestimmten Umsatzgrößenklasse oder einer bestimmten Branche am Sample spiegeln nicht notwendigerweise den Anteil aller Unternehmen dieser Größenordnung oder Branche an der gesamten Volkswirtschaft wider, eine entsprechende Korrektur wird in der vorliegenden Studie wie auch schon in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



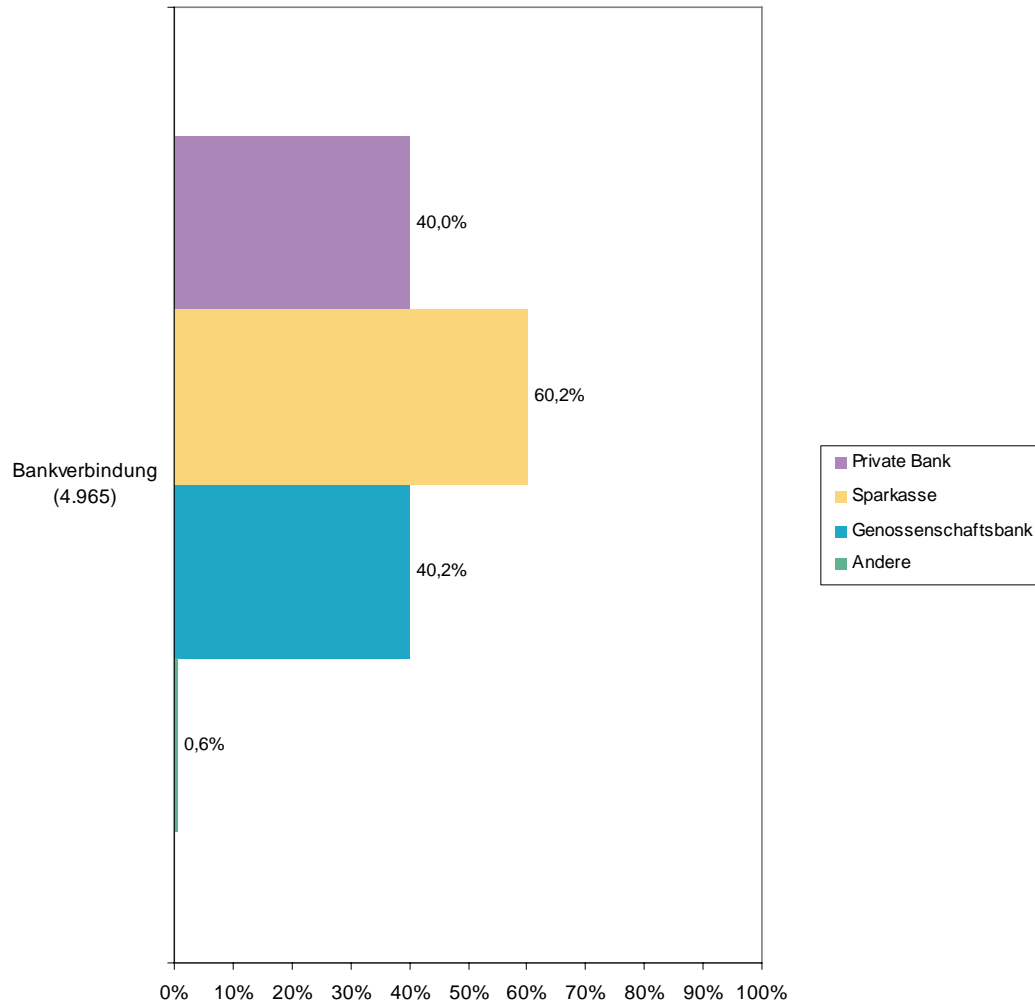
Grafik 53: Struktur des Samples nach Zugehörigkeit zum Handwerk



Grafik 54: Struktur des Samples nach Region

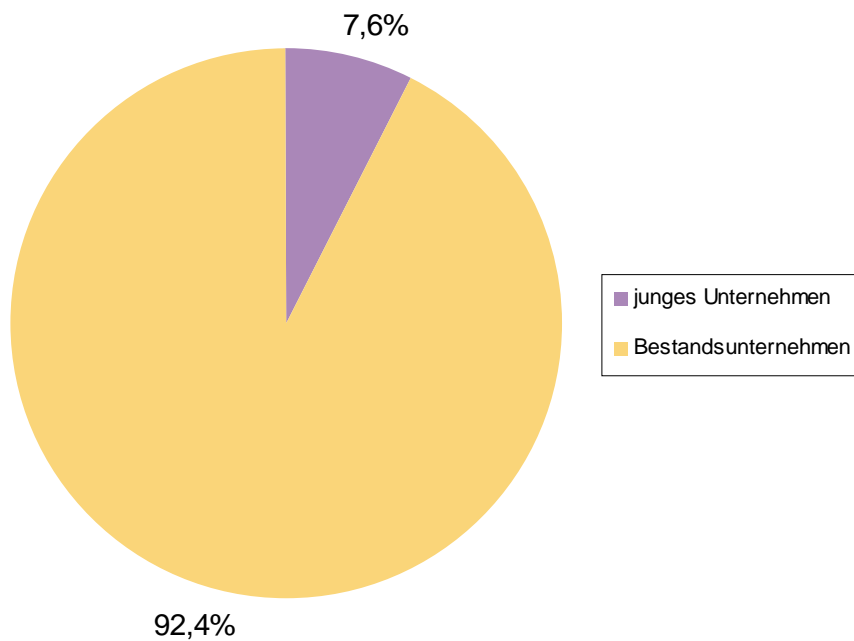


Grafik 55: Struktur des Samples nach Rechtsformen



Mehrfachnennung von Bankengruppen möglich.

Grafik 56: Struktur des Samples nach der Hauptbankverbindung



Grafik 57: Struktur des Samples nach Unternehmensalter

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

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 dieser 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.

In dieser Untersuchung wird auf die Hochrechnung der Ergebnisse – etwa auf die Randverteilung der Umsatzsteuerstatistik – verzichtet. Für den Verzicht sprechen folgende Argumente. Es handelt sich wegen des Befragungsweges nicht um eine echte Zufallsstichprobe. Sie ist auch keine geschichtete Stichprobe. Daher 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 meist nicht für den Gesamtdatensatz – der zweifellos die tatsächlichen Verhältnisse in der Gesamtwirtschaft nur unzureichend widerspiegelt – interpretiert, sondern die auf Größenklassen, Branchen etc. heruntergebrochenen Ergebnisse.

Vergleiche zu den Ergebnissen der Vorjahresbefragungen erlauben das Aufzeigen von Entwicklungen über längere Zeiträume und damit eine bessere Einordnung der Ergebnisse. Hierbei ist zu beachten, dass sich die Zusammensetzung der einzelnen Stichproben zwischen den Befragungen teilweise – vor allem in Hinsicht auf die Anteile der einzelnen teilnehmenden Verbände – unterscheidet. Einfache, deskriptive Vergleiche der Befragungsergebnisse verschiedener Erhebungswellen können deshalb irreführend sein. Um dennoch die Ergebnisse der aktuellen Erhebung mit jenen der Vorerhebung vergleichen zu können, wird die Zusammensetzung der Vorerhebung nach teilnehmenden Verbänden mit Hilfe von Gewichten korrigiert, sodass die Strukturveränderungen in den Stichproben herausgerechnet werden. Auf diese Weise kann simuliert werden, wie das Antwortverhalten im Vorjahr ausge-

fallen wäre, wenn dieselbe Struktur (bezüglich der Verbandszugehörigkeit) im Datensatz vorgelegen hätte wie in der aktuellen Erhebung.

Teilnehmende Verbände

AGA Unternehmensverband Großhandel, Außenhandel, Dienstleistung e. V.

Börsenverein des Deutschen Buchhandels e.V.

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)

Deutscher Hotel- und Gaststättenverband e.V. (DEHOGA)

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)