

EBERHARD KARLS
UNIVERSITÄT
TÜBINGEN



EBNER
STOLZ
MÖNNING



Strategische Finanzierung im Mittelstand

- Eine Umfrage bei Unternehmen des baden-württembergischen
Mittelstandes

Stuttgart, September 2008

Inhaltsverzeichnis

A.	Vorwort und Executive Summary	4
B.	Allgemeine Informationen über die befragten Unternehmen	10
C.	Mehrjahresplanung und Finanzierungsstrukturen	12
D.	Beziehung zu Banken	15
E.	Rating und Kreditpreise	23
F.	Finanzierungsalternativen	26

Autoren der Studie

Prof. Dr. Werner Neus

Universität Tübingen

Mohlstr. 36

72074 Tübingen

Ebner Stolz Mönning Unternehmensberatung GmbH

Volker Wintergerst, Geschäftsführer

Anika Schink, Business Analyst

Kronenstr. 30

70174 Stuttgart

Wünsche Consulting

Dr. Gert Wünsche

Obere Burghalde 27

71229 Leonberg

Impressum

Verantwortlich:

Ebner Stolz Mönning Unternehmensberatung GmbH, Kronenstraße 30, 70174 Stuttgart

August 2008

Haftungsausschluss: Alle Angaben wurden sorgfältig recherchiert und zusammengestellt. Für die Richtigkeit und Vollständigkeit des Inhalts sowie für zwischenzeitlich erfolgte Änderungen übernimmt die Ebner Stolz Mönning Unternehmensberatung GmbH keine Haftung.

Alle Rechte bleiben **Ebner Stolz Mönning** sowie **Wünsche Consulting** vorbehalten, auch die fotomechanische Wiedergabe und Speicherung in elektronischen Medien.

Datenerhebung, -auswertung und Redaktion:
Ebner Stolz Mönning Unternehmensberatung GmbH in Zusammenarbeit mit **Herrn Prof. Neus** von der Universität Tübingen und **Wünsche Consulting**.

A. Vorwort und Executive Summary

- B. Allgemeine Informationen über die befragten Unternehmen
- C. Mehrjahresplanung und Finanzierungsstrukturen
- D. Beziehung zu Banken
- E. Rating und Kreditpreise
- F. Finanzierungsalternativen

Vorwort zur Studie: Strategische Finanzierung im Mittelstand

Die Veränderung der traditionellen Rolle der Bank ist spätestens seit der Einführung von Basel II in vollem Gange. Gleichzeitig erfordern die zunehmenden Verflechtungen auf den Märkten der Weltwirtschaft ständige Anpassungen seitens der Unternehmen, wenn sie mit diesem schnellen Voranschreiten mithalten wollen. Dabei nimmt die Finanzierungsstruktur eines Unternehmens erheblichen Einfluss auf dessen Fähigkeit, sich im Wettbewerb zu behaupten.

„Vor diesem Hintergrund stellt sich die Frage, wie der baden-württembergische Mittelstand das Verhältnis zu seinen Kapitalgebern gestaltet“, so Volker Wintergerst, Geschäftsführer der Ebner Stolz Mönning Unternehmensberatung GmbH. Ist das Konzept einer ausgesprochenen Hausbank immer noch weit verbreitet? Sind die Unternehmen mit den Leistungen hinsichtlich der Beratungsqualität, der Einbringung neuer Ideen und der Finanzierungsalternativen zufrieden? Oder kristallisieren sich zunehmend andere Ansprechpartner und Konzepte in Finanzierungsfragen heraus? Schließlich stellt sich die Frage, ob die aktuelle Finanzmarktkrise schon Einflüsse auf das Finanzierungsverhalten im Mittelstand zeigt.

Aufgrund des langjährig gewachsenen, bankenorientierten Finanzsystems tasten sich deutsche Unternehmen deutlich vorsichtiger an alternative und innovative Finanzierungsalternativen heran als dies bei Unternehmen in kapitalmarktorientierten Systemen der Fall ist. Dies gilt in Wissenschaft und Praxis als unbestrittene Tatsache. Was heißt das genau für die Finanzierungsentscheidungen in den Unternehmen? Lässt sich eine beginnende Akzeptanz alternativer Finanzierungswege erkennen oder herrscht weiterhin eine ablehnende Haltung diesen gegenüber vor?

Nicht selten beklagt wird die vor allem bei kleinen Mittelständlern oft schwach ausgeprägte Finanzplanung und eine für potentielle Kreditgeber geringe Transparenz. Ist dies lediglich ein Vorurteil oder besteht bezüglich der Planung und Strukturierung wichtiger Bilanzpositionen Raum für Verbesserungen?

Diese Studie beschäftigt sich mit den aufgeworfenen Fragen und möchte herausfinden, ob die erhobenen Daten tatsächlich die weitläufigen Ansichten untermauern oder aber auf einen hinsichtlich der Finanzierungsstrategien flexibleren Mittelstand hindeuten.

Stuttgart im September 2008

Die Grundlage der Untersuchung

- Die vorliegende Studie wurde im Rahmen einer wissenschaftlichen Untersuchung unter der Leitung von Prof. Dr. Werner Neus, Universität Tübingen, und mit Unterstützung der Ebner Stolz Mönning Unternehmensberatung sowie Wünsche Consulting durchgeführt. Durch die Verbindung von wissenschaftlicher Erfahrung und praktischem Know-how ermöglicht unsere Untersuchung Einblicke in die strategische Finanzierung des Mittelstandes in den ausgewählten Branchen. Die Erhebung ist Teil eines Forschungsprojektes unserer Doktorandin Anika Schink, die von Prof. Dr. Neus wissenschaftlich betreut wird und gleichzeitig bei der Ebner Stolz Mönning Unternehmensberatung an Projekten mitwirkt.
- In dieser Umfrage wurden 1145 mittelständische Unternehmen aus Baden-Württemberg befragt. Davon erklärten sich 155 Unternehmen bereit, an der Erhebung teilzunehmen. Die Befragung erfolgte mittels Fragebogen. Es ergibt sich eine Rücklaufquote von 13,5 %. Damit ist die Repräsentativität der Ergebnisse gegeben. Die Erhebung wurde von Februar 2008 bis Mai 2008 durchgeführt.
- Befragt wurden mittelständische Unternehmen, entsprechend der qualitativen Definition des Instituts für Mittelstandsforschung Bonn*, deren Unternehmenstätigkeit die Bereiche Maschinenbau, Metallherzeugung- und -bearbeitung, die Herstellung von Metallherzeugnissen sowie den Automobilzuliefererbereich abdeckt. Die Adressen der Unternehmen wurden über die IHK bezogen. Deshalb kann nicht ausgeschlossen werden, dass die befragten Unternehmen Teil eines Konzerns sind. Die Beantwortung der Fragebögen erfolgte jedoch nicht aus Konzernsicht, sondern bezog sich auf die Aktivitäten des befragten Unternehmens.
- Die Daten wurden anhand eines Fragebogens erhoben, der entweder online beantwortet oder in physischer Form von den Unternehmen ausgefüllt werden konnte. Bei der Beantwortung einzelner Fragen waren Mehrfachnennungen möglich. Es bestand die Möglichkeit, sowohl anonym als auch unter Angabe des teilnehmenden Unternehmens an der Befragung zu partizipieren. Die Daten werden selbstverständlich streng vertraulich behandelt, die Auswertung erfolgte in aggregierter und anonymisierter Form.
- Wir bedanken uns herzlich bei allen Unternehmen, die an unserer Umfrage teilgenommen haben.

* Das Institut für Mittelstandsforschung Bonn definiert Unternehmen mit bis zu neun Beschäftigten respektive weniger als EUR 1 Mio. Jahresumsatz als kleine und solche mit zehn bis 499 Beschäftigten bzw. einem Jahresumsatz von EUR 1 Mio. bis unter EUR 50 Mio. als mittlere Unternehmen. Die Gesamtheit der KMU setzt sich somit aus allen Unternehmen mit weniger als 500 Beschäftigten respektive EUR 50 Mio. Jahresumsatz zusammen.

Executive Summary (1/3)

- Nach mehreren wirtschaftlich starken Jahren in Hinblick auf Wachstum und Ertrag zeigt das Finanzierungsverhalten des Mittelstandes ein konsolidiertes und in Bezug auf die Finanzierungsinstrumente konservatives Bild. Sicherlich hat nicht zuletzt die Finanzmarktkrise dazu beigetragen, dass neuere Finanzierungsinstrumente, insbesondere auch Private Equity, sehr zurückhaltend bis ablehnend bewertet werden.
- Knapp drei Viertel (72 %) der befragten Unternehmen geben an, eine ausgesprochene Hausbank zu haben. Auch wenn der deutsche Mittelstand den Ruf hat auf eine Hausbank zu setzen, ist dies eine beachtliche Quote. Gleichzeitig zeigen die Umfrageergebnisse, dass die Unternehmen neben ihrer Hausbank Kontakte zu weiteren Kreditinstituten unterhalten: 93,4 % aller Befragten arbeiten mit mehr als einer Bank zusammen, 37,9 % sogar mit vier oder mehr Banken. Hausbankenbeziehungen –wenn auch unter Einbeziehung weiterer Institute- spielen also weiterhin eine überragende Rolle.
- Banken sind nach der Meinung von 63 % der Studienteilnehmer primär Lieferanten von Finanzierungsmitteln. Mit 29 % fungiert die Bank bei weniger als einem Drittel der Unternehmen als strategischer Partner. Nahezu doppelt so viele befragte Unternehmen (54 %) geben jedoch an, dass die Bank eine Funktion als strategischer Partner einnehmen sollte. Dies verdeutlicht einerseits, dass die Unternehmen sich von der Bank Unterstützung in Bereichen erhoffen, die über die reine Kapitalbeschaffung hinaus gehen. Andererseits deutet dies darauf hin, dass die Bank diesen Anforderungen bisher noch nicht gerecht werden konnte. Hieraus ergibt sich noch viel Potential hinsichtlich der Verbesserung der Bank-Kunden-Beziehungen.
- Die Mehrheit (57 %) der Unternehmen reduzierte in den vergangenen fünf Jahren den Anteil der Bankkredite an der Bilanzsumme und gibt als Hauptgrund die positive Ertragslage an (89 %). Die Unternehmen, deren Anteil der Bankkredite gewachsen ist, machen einen Anteil von 25 % aus, dies wird hauptsächlich auf Wachstum (90 %) zurückgeführt. Somit kann die Begründung beider Unternehmensgruppen zu großen Teilen auf die positive konjunkturelle Entwicklung in der Vergangenheit zurückgeführt werden. Dieser Trend dürfte sich angesichts der sich eintrübenden Konjunktur nunmehr umkehren.

Executive Summary (2/3)

- Unternehmen mit Hausbankbeziehung und gleichmäßigen Geschäftsbeziehungen zu mehreren Banken sind gleichermaßen optimistisch, wenn es um die Deckung des zukünftigen Kapitalbedarfs geht: 62 % bzw. 66 % geben an, dass dies kein Problem darstellen wird. Erwartungsgemäß ist jedoch die Bereitschaft zur Hinzunahme weiterer Banken bei den Unternehmen mit gleichmäßiger Bankenbeziehung mit 12 % doppelt so stark ausgeprägt als dies bei Unternehmen mit einer Hausbank (6 %) der Fall ist. Gleichwohl ziehen letztere mit 19 % häufiger die Aufnahme weiteren Eigenkapitals in Erwägung als Unternehmen mit ausgeglichener Bankenbeziehung (12 %). Ob dies eventuell auf die von der Hausbank erhoffte Unterstützung zurückzuführen ist, ist aus den Daten nicht ersichtlich.
- Die Zufriedenheit mit der allgemeinen Beratungsqualität der finanzierenden Banken ist mit 92 % sehr hoch. Dies drückt sich auch in der Kundenzufriedenheit im Hinblick auf die Einbringung neuer Ideen und kreativer Lösungen (73 %), auf Konditionen und Preise (71 %) und Anforderungen an Sicherheiten (76 %) aus. Umgekehrt lassen sich aus diesen Zahlen bei 27%, 29 % bzw. 24 % (bezogen auf die aufgeführten Kriterien) Ansätze zur Verbesserung der Kundenbeziehungen ableiten.
- Die Notwendigkeit einer Planung für die nächsten drei bis fünf Jahre scheint zunehmend erkannt zu werden. Zwei Drittel aller befragten Unternehmen (67 %) erstellen eine Mehrjahresplanung. Im Umfeld kleiner Mittelständler bis EUR 25 Mio. Umsatz planen immer noch mehr als 50 % für mindestens drei Jahre. Die Mehrjahresplanung findet allerdings nur in 33% der Fälle regelmäßig Eingang in die tatsächliche Finanzplanung, was auf erhebliche Defizite auf diesem Gebiet hindeutet. 85% der befragten Unternehmen mit über EUR 100 Mio. Umsatz stellen die Verbindung zwischen Mehrjahresplanung und Finanzplanung zumindest vereinzelt her.
- Die Existenz des eigenen Ratings ist nur 52 % der befragten Unternehmen bekannt. Die Unternehmen empfinden ihr Rating in 75 % der Fälle als angemessen. 82% der Unternehmen, die ihr Rating als zu schlecht einschätzen, führen keine regelmäßigen Gespräche mit ihrer Bank bezüglich des Ratings. Dies deutet auf eine fehlende Kommunikation zwischen Bank und Unternehmen hin. Von den Unternehmen, die ihr Rating als angemessen beurteilen, geben lediglich 37 % an, keine Erläuterung durch die Bank zu erhalten.

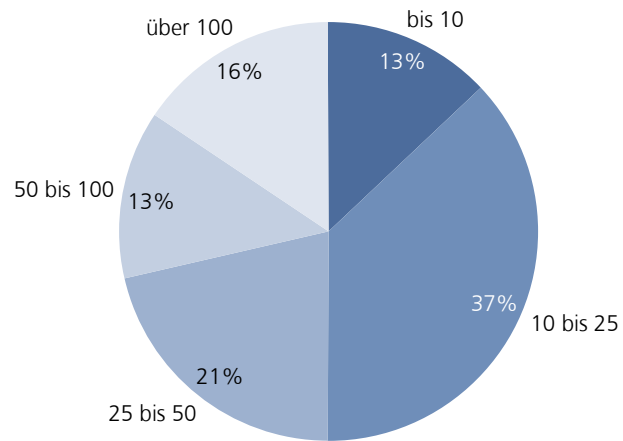
Executive Summary (3/3)

- 64 % der befragten Unternehmen empfinden ihre Kreditpreise als angemessen, wovon wiederum 72 % eine ausgesprochene Hausbankenbeziehung mit bekanntlich hoher Betreuungsintensität haben. Die Datenlage zeigt, dass ein Zusammenhang zwischen dem Grad der Akzeptanz der Kreditpreise und der Betreuungsintensität durch die Bank besteht.
- Die Finanzierung über Schuldscheindarlehen, Club Deals, Mezzanine-Kapital und Factoring sind für die befragten Unternehmen wenig attraktiv. Die Mehrzahl der befragten Unternehmen lehnt ebenso die Zuführung von externem Eigenkapital (Börsengang, Private Equity) und einen Verkauf von mehr als 51 % der Anteile am Unternehmen ab.
- Besonders attraktiv scheinen Bankkredite (werden genutzt, sind vorstellbar oder sollen ausgebaut werden: 87 %), Fördermittel (86 % positiv), Kapitalerhöhung durch Anteilseigner (63 % positiv), Mobilien-Leasing (73 % positiv) und Sale-and-Lease-Back-Modelle (46 % positiv) zu sein. Die positive Nennung der beiden letzteren zeigt, dass sich der baden-württembergische Mittelstand langsam neuen Finanzierungsformen öffnet, jedoch nicht ohne diese eine gewisse Zeit in der Wirkungsweise beobachtet zu haben. Dies könnte auch die hohe Ablehnung gegenüber Factoring (59 %) erklären, welches sich als eine mögliche Form der Liquiditätsbeschaffung erst noch behaupten muss. Private Equity (23 %) wird unter den befragten Unternehmen weniger akzeptiert als Beteiligungskapital (31 %).
- Das für die befragten Unternehmen wichtigste Finanzierungsmittel ist der Bankkredit (65 %). Dies zeigt die Vorliebe des deutschen Mittelstands für die Fremdfinanzierung eindrucksvoll. Bei der Frage nach den drei wichtigsten Finanzierungsformen wurden zusätzlich Fördermittel (27 %), Mobilien-Leasing (16 %), Kapitalerhöhung durch Anteilseigner (14 %) und Factoring (6 %) genannt. Letzteres wird hauptsächlich von Unternehmen mit einem Umsatz über EUR 25 Mio. als wichtig angesehen.

- A. Vorwort und Executive Summary
- B. Allgemeine Informationen über die befragten Unternehmen**
- C. Mehrjahresplanung und Finanzierungsstrukturen
- D. Beziehung zu Banken
- E. Rating und Kreditpreise
- F. Finanzierungsalternativen

Mit 66 % wird die überwiegende Mehrheit der befragten Unternehmen in der Rechtsform der GmbH geführt.

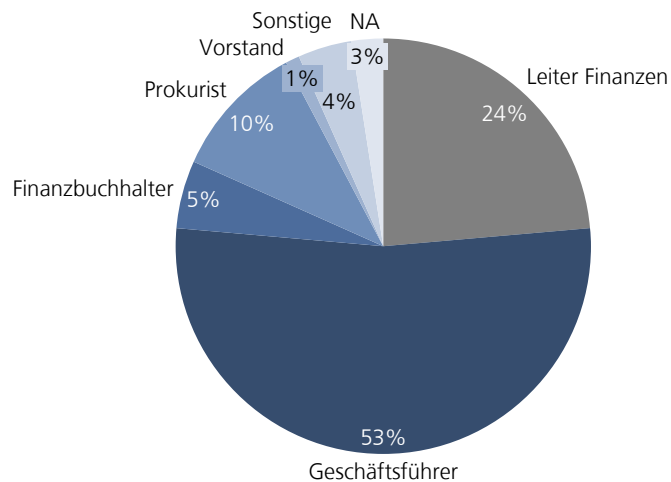
Jahresumsatz in Mio. EUR



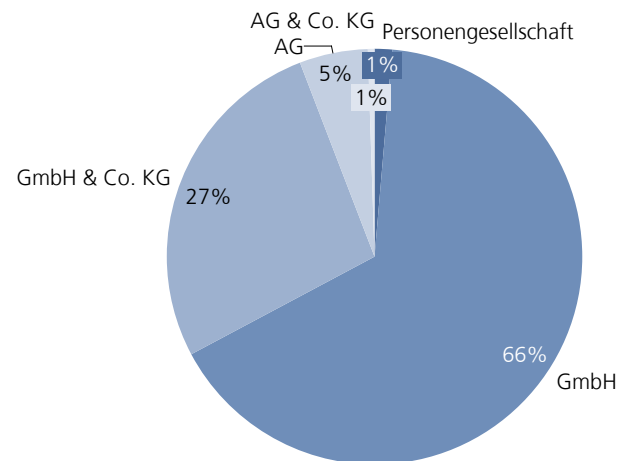
Erläuterung

- Mit 37 % repräsentieren Unternehmen mit einem Umsatz zwischen EUR 10 und 25 Mio. die größte Gruppe in unserer Befragung, gefolgt von 21 % mit Umsätzen zwischen EUR 25 und 50 Mio.. Die Gruppe der Kleinunternehmen (13 %, Umsatz bis EUR 10 Mio.) sowie der Großunternehmen (13 %, EUR 50 bis 100 Mio., 16 % über EUR 100 Mio.) ist in unserer Erhebung ebenfalls vertreten.
- Insgesamt wurden 93 % der Fragebögen von Personen in leitender Stellung bzw. mit Finanzierungsaffinität (Geschäftsführer, Leiter Finanzen, Prokurist, Vorstand, Finanzbuchhalter) beantwortet.
- Mit 66 % firmiert die Mehrzahl der Unternehmen in der Rechtsform der GmbH, weitere 27 % entfallen auf die GmbH & Co. KG. Entsprechend klein ist der Anteil der AGs (5 %) sowie der AG & Co. KG und Personengesellschaften (je 1 %).

Befragte Personen



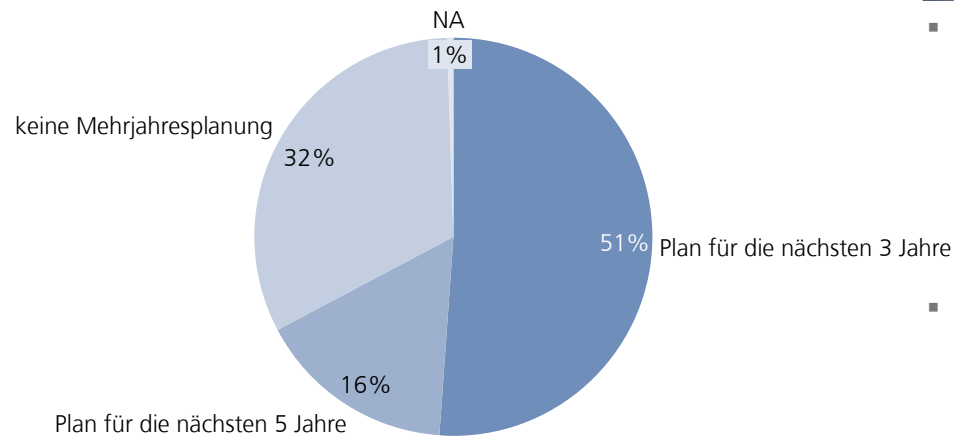
Rechtsform



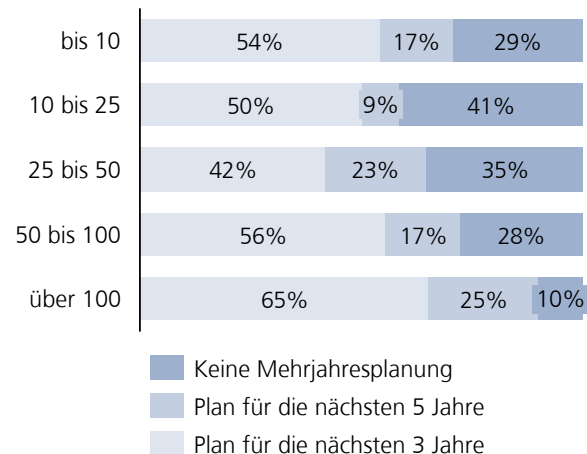
- A. Vorwort und Executive Summary
- B. Allgemeine Informationen über die befragten Unternehmen
- C. Mehrjahresplanung und Finanzierungsstrukturen**
- D. Beziehung zu Banken
- E. Rating und Kreditpreise
- F. Finanzierungsalternativen

Es überrascht, dass immer noch 32 % aller Unternehmen keine Mehrjahresplanung durchführen. Hier bestehen nur geringe Abweichungen zwischen den Umsatzgruppen.

Mehrmjahresplanung



Existenz einer Mehrjahresplanung nach Umsatz in Mio. EUR

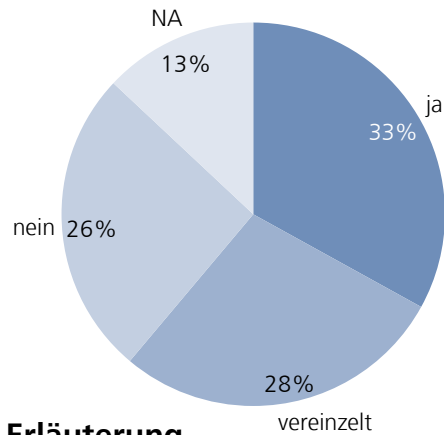


Erläuterung

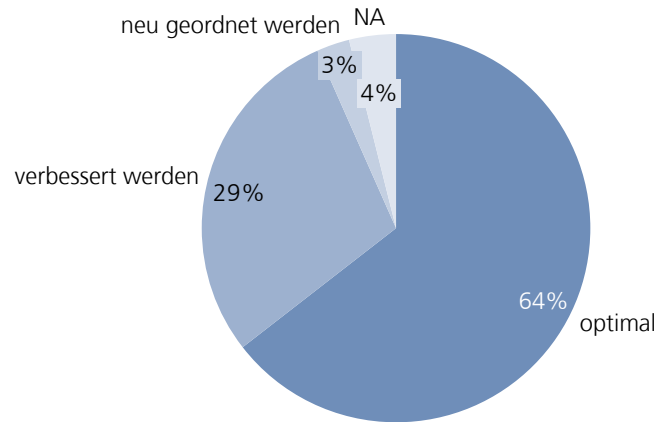
- Die befragten Unternehmen erstellen mehrheitlich (67 %) eine Planung auf Mehrjahressicht. Nur 32% verfügen über keine Mehrjahresplanung. Eine mittelfristige Planung auf Sicht von drei Jahren (51%) ist dabei wesentlich stärker verbreitet als eine Planungsperiode von fünf Jahren (16 %). Insgesamt führen über die Hälfte der Unternehmen aller Umsatzkategorien mindestens eine Drei-Jahres-Planung durch.
- Die Gruppe der befragten Unternehmen mit einem Umsatz zwischen EUR 10 und 25 Mio. führen in 41% der Fälle keine Mehrjahresplanung durch. Dies erscheint im Hinblick auf die Umsatzgrößenkategorie sehr hoch.
- Auffällig erscheint, dass der Anteil der Unternehmen mit einem Umsatz bis EUR 10 Mio., die keine Mehrjahresplanung haben, geringer ist als in den Umsatzkategorien zwischen EUR 10 und 50 Mio. .
- In der Umsatzkategorie zwischen EUR 25 und 50 Mio. planen 23 % für die zukünftigen fünf Jahre, während in der Umsatzkategorie von EUR 10 bis 25 Mio. nur 9 % auf diese lange Sicht planen.
- 10 % der befragten Unternehmen mit mehr als EUR 100 Mio. Umsatz führen keine Mehrjahresplanung durch, während 65% eine Planung auf Dreijahres-Sicht bzw. 25 % auf Fünfjahres-Sicht anfertigen.
- Obwohl in allen Umsatzkategorien mehr als 50 % der Unternehmen eine Planung für mind. drei Jahre vornehmen, ist der Anteil derer, die keine Planung durchführen mit knapp einem Drittel unverändert hoch.

Nur bei einem Drittel der Unternehmen geht die Mehrjahresplanung regelmäßig in die Planung der Fremdkapitalstrukturierung und die Planung des Finanzbedarfs ein.

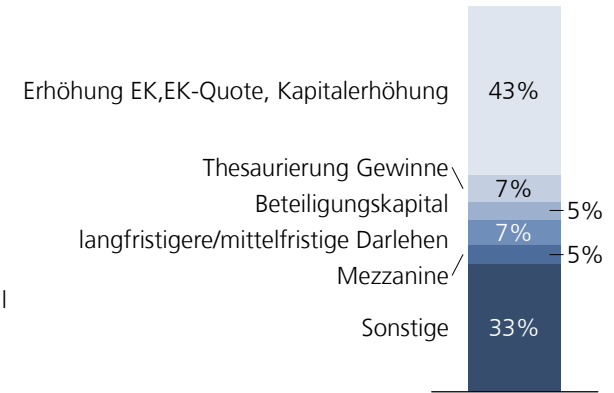
Die Mehrjahresplanung geht in die Finanzplanung ein:



Die Finanzierungsstruktur sollte/ ist...



Die Finanzierungsstruktur könnte verbessert werden durch...



Erläuterung

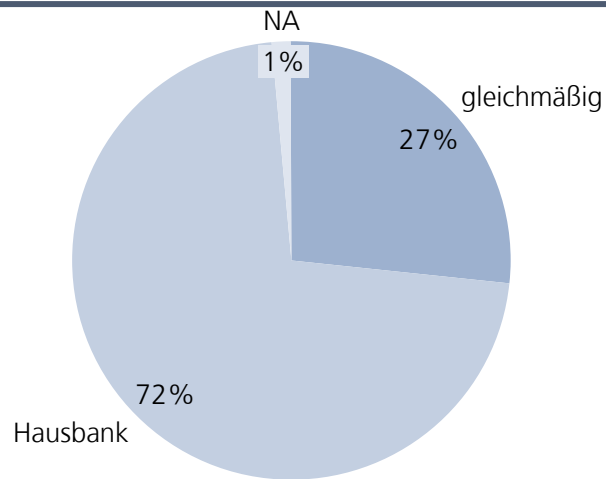
- Nur bei einem Drittel der befragten Unternehmen geht die vorgenommene Mehrjahresplanung auch in die Finanzplanung ein. Bei über der Hälfte der Unternehmen wurde keine oder nur vereinzelt eine Verbindung zwischen den Planungen hergestellt. Bei 85 %* der Unternehmen mit mehr als EUR 100 Mio. Umsatz geht die Mehrjahresplanung mindestens vereinzelt in die Finanzplanung mit ein, während nur 50 %* der Unternehmen mit einem Umsatz zwischen EUR 50 und 100 Mio. diese Verbindung herstellen.
- Der überwiegende Teil der Unternehmen (64 %) fühlt sich mit ihrer Finanzierungsstruktur optimal aufgestellt, während 29% hier Verbesserungspotenzial sehen. Als konkrete Maßnahmen zur Verbesserung der Finanzierungsstruktur nannten die Unternehmen die Erhöhung des Eigenkapitals (43%), die Thesaurierung von Gewinnen (7 %) und die Veränderung der Fristigkeit der Darlehen hin zu längeren Laufzeiten (7%). Als weitere Verbesserungsmaßnahmen wurden u. a. Beteiligungskapital, Mezzanine, Working Capital-Optimierungen und alternative Finanzierungsformen genannt. Die Gruppe der Unternehmen, die eine komplette Neuordnung anstrebt, möchte ihren Fremdkapitalanteil an der Bilanzsumme verringern, die Fristigkeit des Fremdkapitals erhöhen oder das Eigenkapital stärken*.

* Angabe nicht grafisch dargestellt.

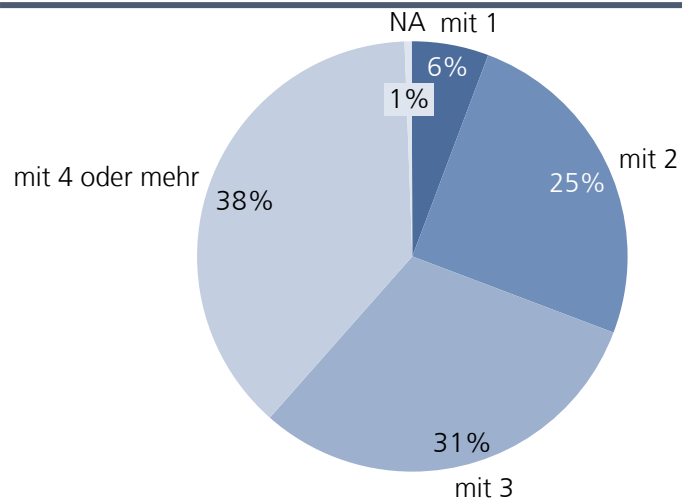
- A. Vorwort und Executive Summary
- B. Allgemeine Informationen über die befragten Unternehmen
- C. Mehrjahresplanung und Finanzierungsstrukturen
- D. Beziehung zu Banken
- E. Rating und Kreditpreise
- F. Finanzierungsalternativen

Unternehmen, die keine Hausbank haben und stattdessen gleichmäßige Beziehungen zu verschiedenen Banken pflegen, sind stark in der Minderheit.

Hausbankbeziehung oder gleichmäßige Bankenverteilung



Zusammenarbeit mit Banken

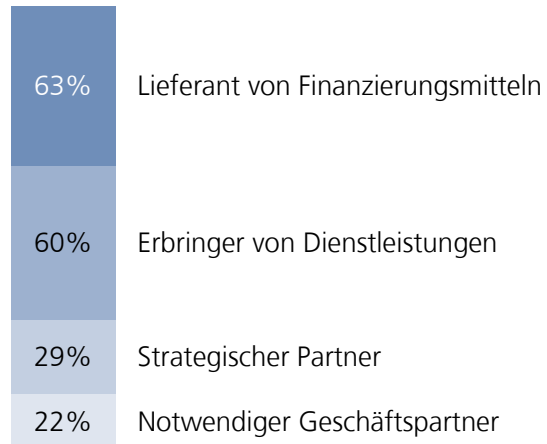


Erläuterung

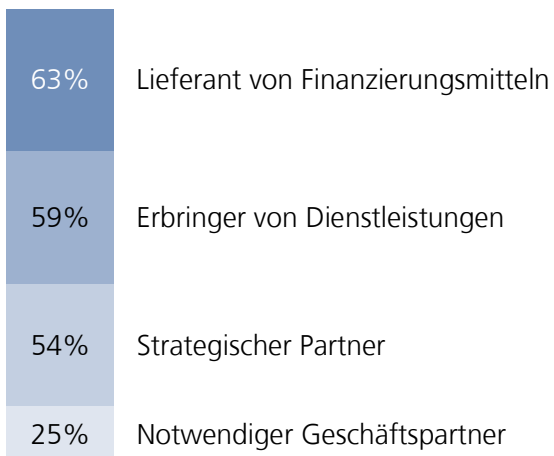
- Unter den befragten Unternehmen herrscht die klassische Hausbankbeziehung vor: 72 % geben an, eine ausgesprochene Hausbank zu haben. Lediglich 27 % verfügen über gleichmäßige Geschäftsbeziehungen zu mehreren Banken.
- Die Hausbank spielt zwar für die Mehrzahl der Unternehmen eine wichtige Rolle, allerdings verlassen sich lediglich 6 % der an der Studie teilnehmenden Unternehmen auf eine einzige Bank.
- Knapp ein Viertel gibt an, mit zwei Banken Geschäftsbeziehungen zu unterhalten, 31 % mit drei Banken. Der Anteil der Unternehmen, die mit mindestens vier Banken zusammen arbeiten, liegt bei 38 %.
- Dies spricht insgesamt dafür, dass die befragten Unternehmen mehrheitlich eine intensive Beziehung zu ihrer Hausbank pflegen, was jedoch nicht bedeutet, dass die Unternehmen sich ausschließlich auf diese fokussieren.
- Die befragten Unternehmen unterhalten somit größtenteils Beziehungen zu verschiedenen Banken. Selbst wenn ein Unternehmen angibt, eine Hausbank zu haben, bedeutet dies nicht, dass andere Banken außen vor sind. Stattdessen werden diese als Ergänzung zur Hausbank erkannt und in die Finanzierungsstrategie des Unternehmens miteinbezogen.

Die Bank wird vorwiegend als Lieferant von Finanzierungsmitteln und Erbringer von Dienstleistungen wahrgenommen. 54 % der befragten Unternehmen wünschen sich, dass die Bank neben ihrer Funktion als Kapitalgeber auch als strategischer Partner fungiert.

Eine Bank ist...*



Eine Bank sollte sein...*

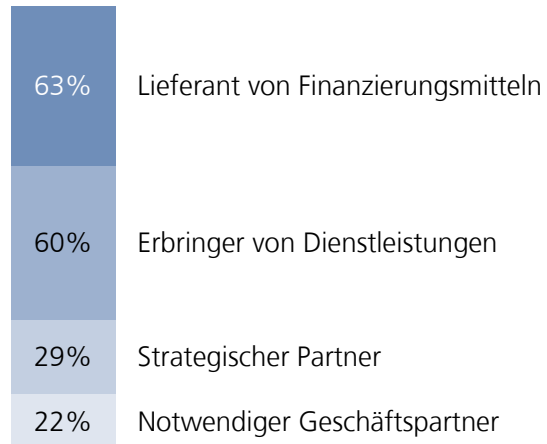


Erläuterung (1/2)

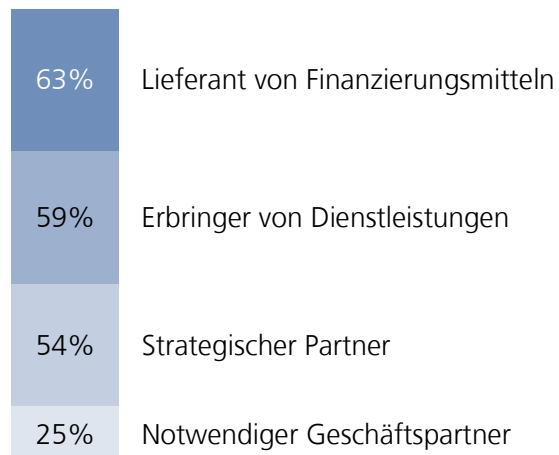
- Für die befragten Unternehmen besteht die Rolle der Bank überwiegend in der Bereitstellung von Finanzierungsmitteln (63 %) sowie in der Erbringung von Dienstleistungen (60 %). Diese Ist-Einschätzung deckt sich nahezu vollständig mit dem Soll-Bild von den Banken, d.h. hier stimmt die tatsächliche Situation mit den Erwartungen überein.
- Etwa ein Viertel der befragten Unternehmen lässt- in der Ist- als auch in der Soll-Einschätzung- insofern eine kritische Haltung gegenüber den Banken erkennen, als man diese als lediglich notwendige Geschäftspartner akzeptiert, deren Einfluss sorgfältig zu steuern ist. Diese Einstellung zu den Banken erfordert ein professionelles Handling der Kunden-Bank-Beziehungen.
- Äußerst interessant ist, dass im Gegensatz zu diesem kritischen Viertel der Mittelständler 54 % gerne ein engeres, vertrauensvolles Verhältnis zu ihrer Bank hätten und sich einen strategischen Partner wünschen.
- Anhand der unteren Graphik wird deutlich, dass die Bank für 54 % der befragten Unternehmen einen strategischen Partner darstellen sollte. Dagegen geben lediglich 29 % an, dass eine Bank diese Funktion bereits erfüllt. Dies deutet darauf hin, dass in diesem Bereich Nachholbedarf für die Banken besteht. Ebenso können die Unternehmen zur Verbesserung der Beziehungen beitragen, indem sie die Partnerschaft einfordern bzw. sich gegenüber den Banken mehr öffnen.

* Mehrfachnennungen möglich

Eine Bank ist...*



Eine Bank sollte sein...*



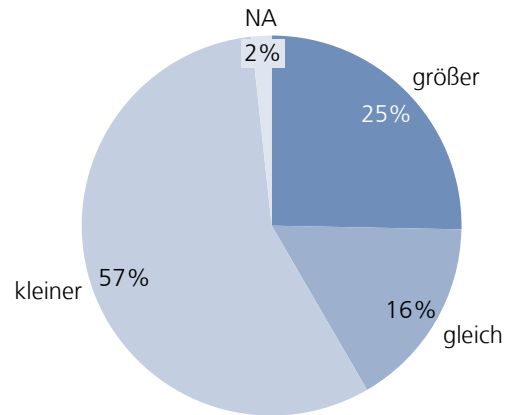
* Mehrfachnennungen möglich

Erläuterung (2/2)

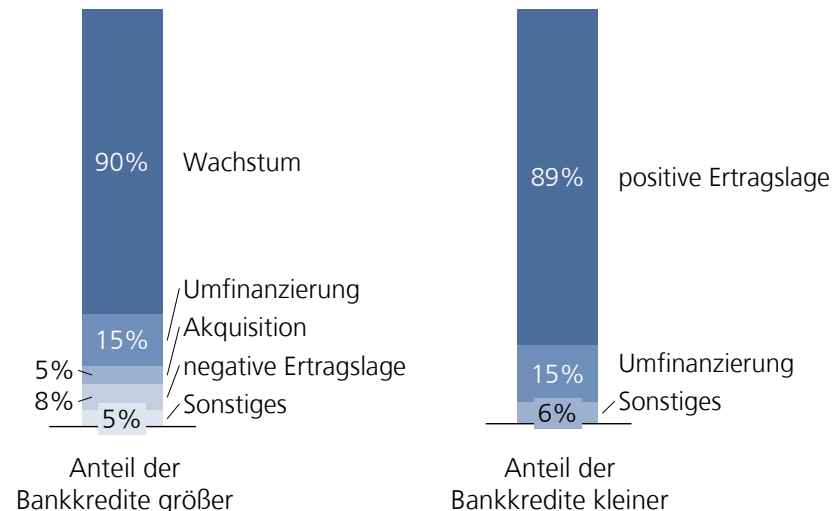
- Die Soll-Funktion der Bank als strategischer Partner liegt nur neun Prozentpunkte hinter ihrer Rolle als Lieferant von Finanzierungsmitteln. Dies könnte als ein Zeichen gewertet werden, dass bei den Unternehmen ein Umdenken statt findet und der Bank zunehmend Aufgaben jenseits der reinen Kapitalbeschaffung zugeordnet werden.

57 % der befragten Unternehmen verringerten den Anteil der Bankkredite an der Bilanzsumme in den vergangenen fünf Jahren. Dies wird vor allem auf eine positive Ertragslage bzw. gute Konjunktur zurückgeführt.

Anteil der Bankkredite an der Bilanzsumme im Vergleich zu vor fünf Jahren



Die Veränderung ist zurückzuführen auf...*



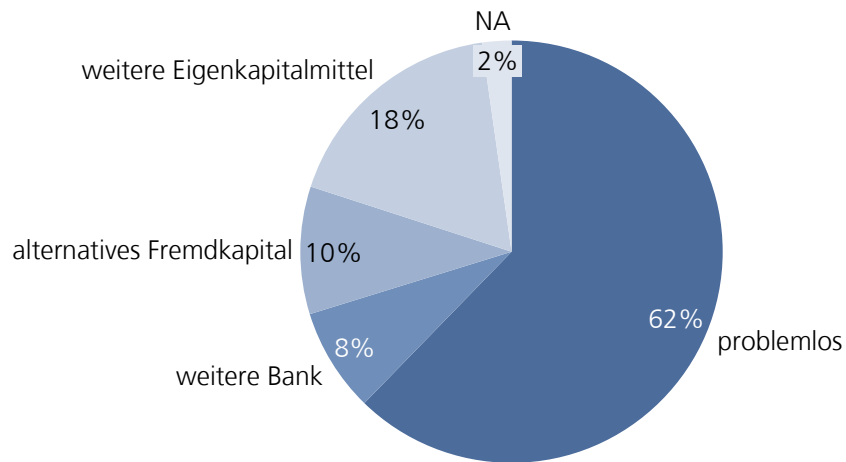
* Mehrfachnennungen möglich

Erläuterung

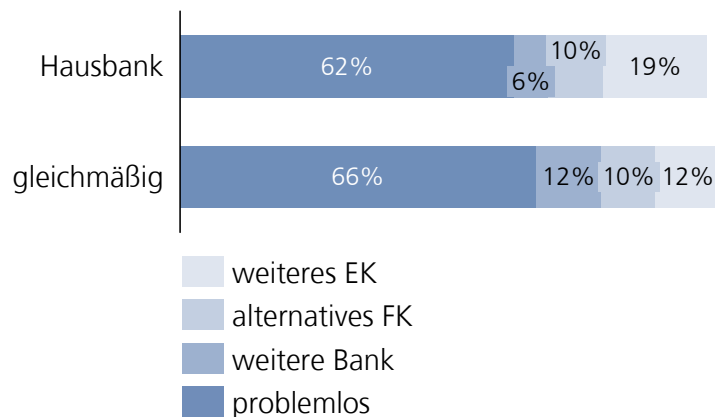
- Während 16 % der befragten Unternehmen angeben, dass der Anteil der Bankkredite an der Bilanzsumme in den vergangenen fünf Jahren unverändert blieb, hat sich dieser Anteil bei 25 % vergrößert und bei 57 % verkleinert.
- Von den Unternehmen, die einen höheren Anteil der Bankkredite an der Bilanzsumme aufweisen, werden folgende Gründe angegeben: vorwiegend Wachstum des Unternehmens (90%) sowie eine Umfinanzierung (15 %). Weiter werden eine negative Ertragslage (8 %) sowie Akquisitionen (5 %) genannt. Unter Sonstiges (5 %) wird ein Wechsel in der Eigentümerstruktur sowie ein Investitionsvorhaben angeführt.
- Die angeführten Gründe zeigen, dass eine Vergrößerung des Anteils der Bankkredite an der Bilanzsumme nicht zwingend auf eine negative Unternehmenssituation hinweist.
- 57 % der Unternehmen verringerten den Anteil der Bankkredite an der Bilanzsumme in den vergangenen Jahren. 89 % davon begründen dies mit einer positiven Ertragslage, 15 % mit einer Umfinanzierung. Des weiteren wurden laufende Tilgung, Leasing, eine Verlagerung eines Teil des Unternehmens ins Ausland sowie die Rückführung von Darlehen, die für den Unternehmenskauf in Anspruch genommen wurden, angeführt (unter Sonstiges 6 %).

Nahezu zwei Drittel der Unternehmen erachten die Deckung ihres zukünftigen Kapitalbedarfs als problemlos.

Deckung des Kapitalbedarfs in Zukunft



Deckung des Kapitalbedarfs eines Unternehmens mit einer Hausbank bzw. gleichmäßiger Bankenbeziehung in Zukunft

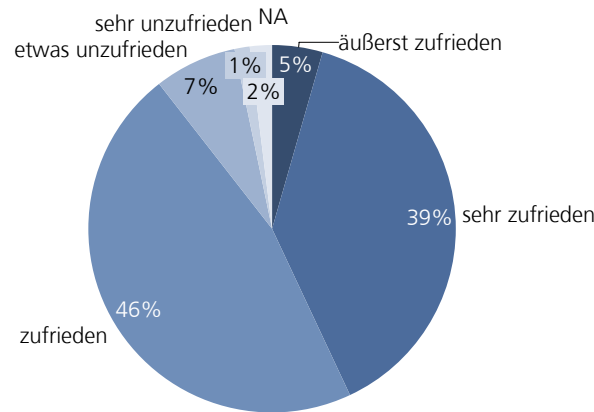


Erläuterung

- Die Mehrzahl der befragten Unternehmen blickt optimistisch in die Zukunft: 62 % glauben, ihren Kapitalbedarf in Zukunft problemlos durch interne Finanzierung decken zu können. Jeweils 18 % planen die Aufnahme von weiteren Eigen- bzw. Fremdkapitalmitteln. Davon wollen jedoch nur 8 % über die Hinzunahme einer weiteren Bank frisches Fremdkapital aufnehmen, während 10 % über einen alternativen Fremdkapitalzufluss nachdenken.
- Die untere Grafik stellt dar, inwiefern Unternehmen mit bzw. ohne ausgesprochene Hausbankbeziehung unterschiedliche Vorstellungen über die Deckung ihres zukünftigen Kapitalbedarfs haben.
- 66 % der Unternehmen mit einer gleichmäßigen Bankenbeziehung geben an, ihren Kapitalbedarf intern problemlos zu decken, während dies unter den Unternehmen mit Hausbankbeziehungen ein etwas geringerer Anteil (62 %) angibt.
- Mit 19 % traut sich ein größerer Anteil der Unternehmen mit Hausbankbeziehungen die Aufnahme weiteren Eigenkapitals zu als dies bei den Unternehmen mit gleichmäßiger Bankenbeziehung (12 %) der Fall ist.
- Bei Unternehmen mit einer Hausbank ist die Bereitschaft, eine weitere Bank hinzuzunehmen, deutlich geringer ausgeprägt als bei Unternehmen mit gleichmäßiger Bankenbeziehung: mit 6 % fällt deren Bereitschaft nur halb so hoch aus wie die der Unternehmen mit ausgeglichener Bankenstruktur (12 %).
- Die Bereitschaft zur Aufnahme alternativer Fremdkapitalmittel ist in beiden Gruppen gleich stark ausgeprägt (10 %).

Die Mehrheit der befragten Unternehmen ist mit der Beratungsqualität ihrer Bank mindestens zufrieden.

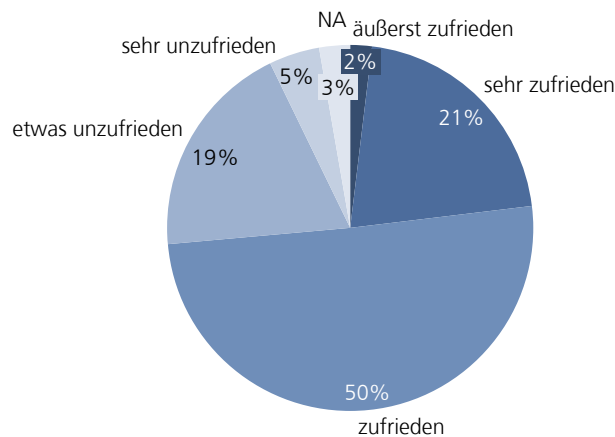
Zufriedenheit: allgemeine Beratungsqualität der Bank



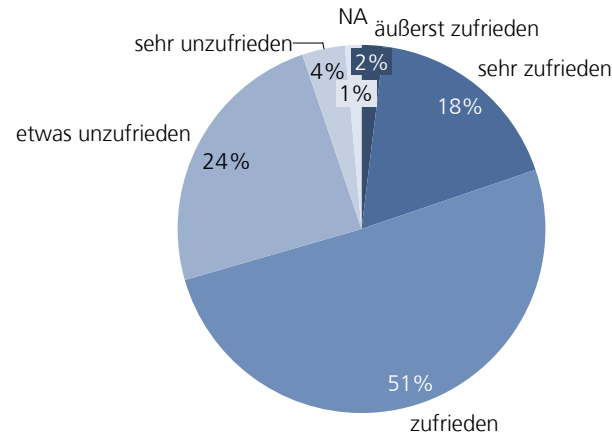
Erläuterung (1/2)

- 90 % der Befragten Unternehmen sind mit der Beratungsqualität der Bank mindestens zufrieden.
- Wird etwas spezieller nach Einzelkriterien gefragt, so fällt die Zufriedenheit geringer aus: Zufriedenheit mit Einbringung neuer Ideen und kreativer Lösungen (73 %), Zufriedenheit mit Konditionen und Preisen (71 %), Zufriedenheit im Hinblick auf die Anforderungen an die Sicherheiten (76 %).
- Im Umkehrschluss bedeutet dies, dass immerhin mehr als ein Fünftel der Befragten unzufrieden bzw. sehr unzufrieden bzgl. dieser Einzelkriterien ist.

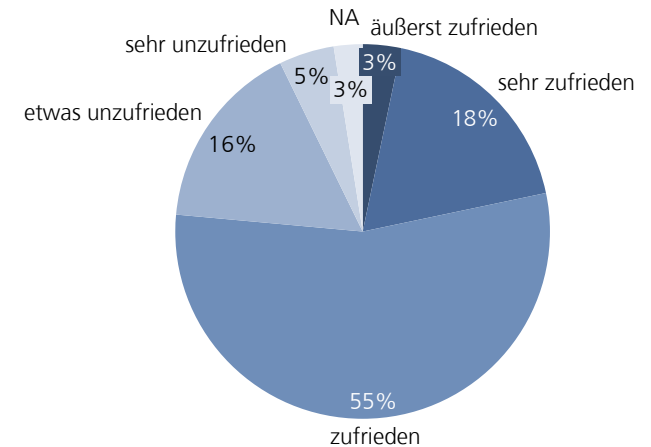
Zufriedenheit: Einbringung neuer Ideen und kreativer Lösungen



Zufriedenheit: Konditionen und Preise

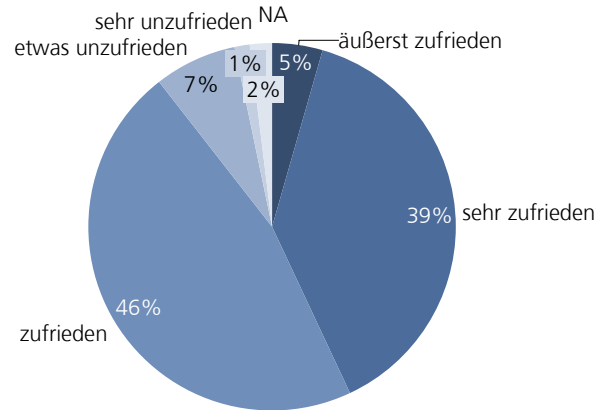


Zufriedenheit: Anforderung an Sicherheiten



Die Unternehmen wünschen sich von den Banken eine stärkere Einbringung neuer Ideen und kreativer Lösungen.

Zufriedenheit: allgemeine Beratungsqualität der Bank

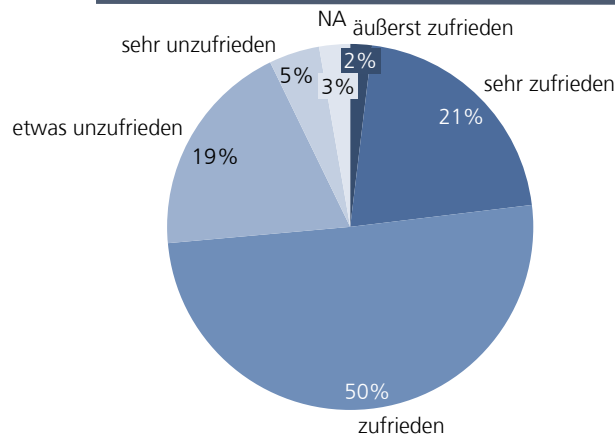


Erläuterung (2/2)

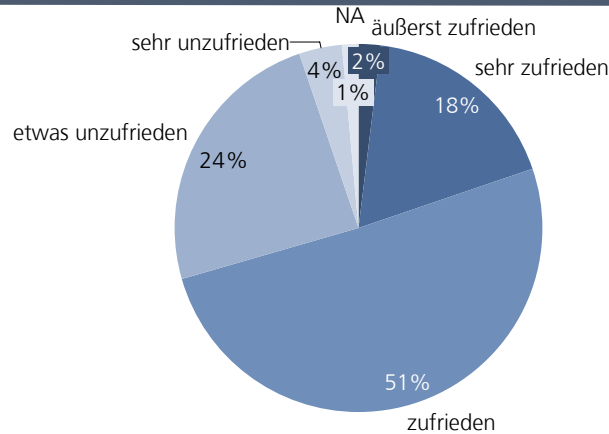
- Bezüglich des Kriteriums „Einbringung neuer Ideen und kreativer Lösungen“ wurde bereits an anderer Stelle in dieser Studie herausgearbeitet, dass Verbesserungspotential vorhanden ist. Der Wunsch nach mehr strategischer Beratung ist bspw. deutlich vorhanden (s. S. 17/18). So geben 46 %* der Unternehmen, die mit der Einbringung neuer Ideen und kreativer Lösungen zufrieden sind, an, dass eine Bank strategische Beratung bieten sollte. Bei den Unternehmen, die sehr zufrieden sind, sind es 29 %*.
- Die Zufriedenheit mit Konditionen/ Preisen sowie Anforderungen an Sicherheiten auf Unternehmensseite steht in gewissem Konflikt zu der Sichtweise der Banken: während die Unternehmen möglichst wenig Sicherheiten zur Verfügung stellen wollen und günstige Konditionen und Preise bevorzugen, muss die Bank das eingegangene Risiko adäquat bepreisen und ausreichend Sicherheiten einfordern. Erwartungsgemäß herrscht seitens der Unternehmen keine vollständige Zufriedenheit bezüglich dieser Kriterien.

* Angabe nicht grafisch dargestellt.

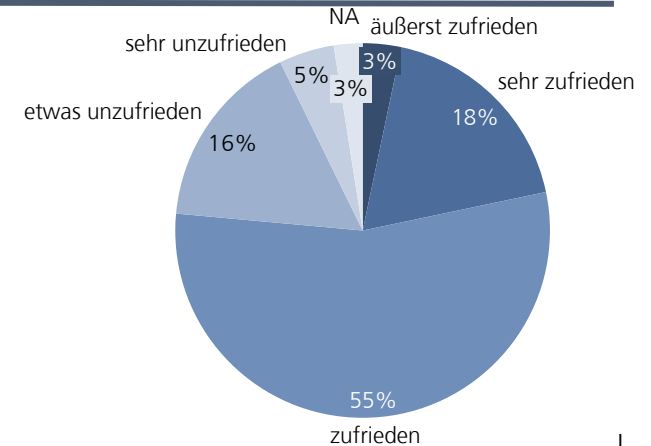
Zufriedenheit: Einbringung neuer Ideen und kreativer Lösungen



Zufriedenheit: Konditionen und Preise

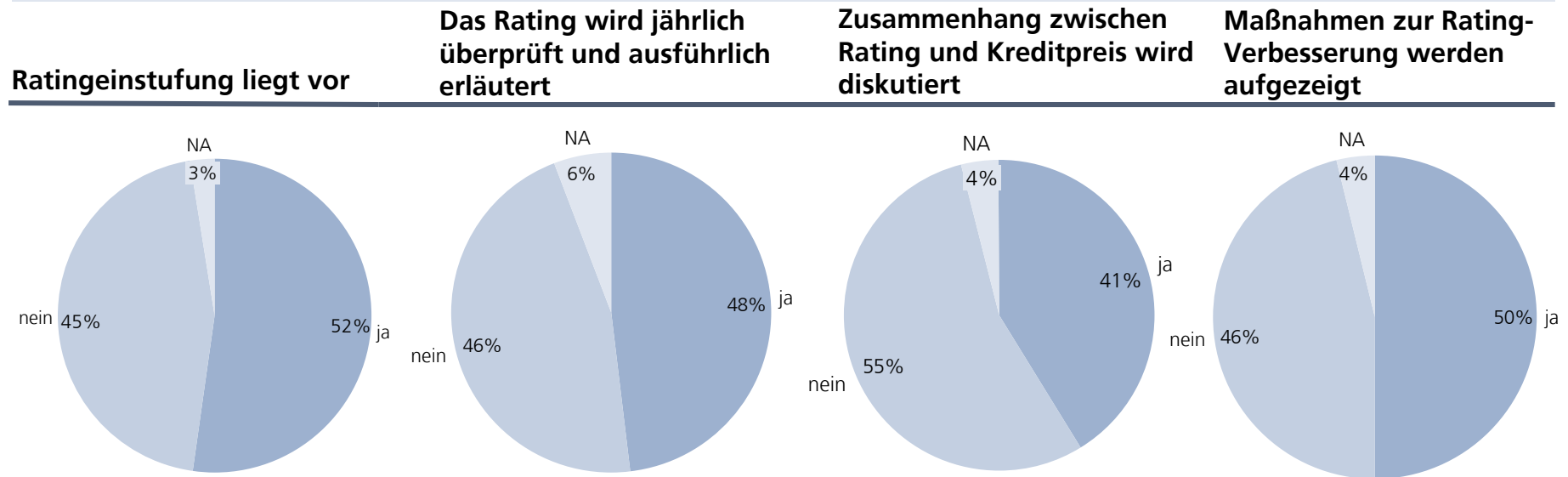


Zufriedenheit: Anforderung an Sicherheiten



- A. Vorwort und Executive Summary
- B. Allgemeine Informationen über die befragten Unternehmen
- C. Mehrjahresplanung und Finanzierungsstrukturen
- D. Beziehung zu Banken
- E. Rating und Kreditpreise**
- F. Finanzierungsalternativen

Etwa der Hälfte der Unternehmen ist ihr bankinternes Rating bekannt und es wird jährlich überprüft sowie mit den Banken diskutiert, jedoch überwiegend ohne die Auswirkungen auf die Kreditpreise zu erläutern.



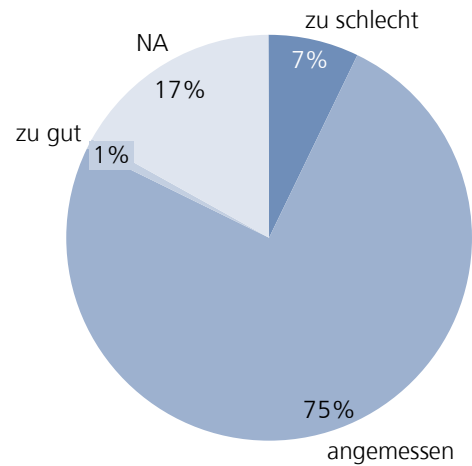
Erläuterung

- 52 % aller befragten Unternehmen haben Kenntnis von einem durch eine Bank erstellten Rating und kennen dessen Inhalt, während 45% angabegemäß nicht darüber in Kenntnis gesetzt wurden.
- 48 % der Unternehmen gaben an, dass ihre Ratingeinstufung jährlich überprüft und die Ratingergebnisse mit ihnen diskutiert werden.
- Jedoch nur 41 % der Unternehmen antworteten, sie würden den Zusammenhang zwischen Ratingeinstufung und Kreditpreise regelmäßig mit den finanzierenden Instituten diskutieren. 55 % diskutieren diesen Zusammenhang nicht regelmäßig mit ihren Banken.
- Die Hälfte der Unternehmen wurde durch ihre Banken auf Maßnahmen hingewiesen, durch welche das Rating und die Kreditkonditionen verbessert werden können.
- 51 % der Unternehmen, denen eine Rating-Einstufung vorliegt, beantworten die drei Fragen zur Überprüfung und Erläuterung des Ratings, zur Diskussion von Zusammenhang zwischen Rating und Kreditpreisen sowie von Maßnahmen zur Rating-Verbesserung mit ja. Weitere 35 % beantworten zwei der drei Fragen mit ja. Insofern dem Unternehmen bekannt ist, dass eine Rating-Einstufung vorliegt, funktioniert der Informationsfluss zwischen Unternehmen und Bank somit sehr gut*. Andererseits ist mit 45 % der Anteil der Unternehmen, denen noch nicht einmal bekannt ist, dass eine Rating-Einstufung existiert, sehr groß. Hier besteht erheblicher Verbesserungsbedarf bzgl. einer besseren Abstimmung zwischen Bank und Unternehmen.

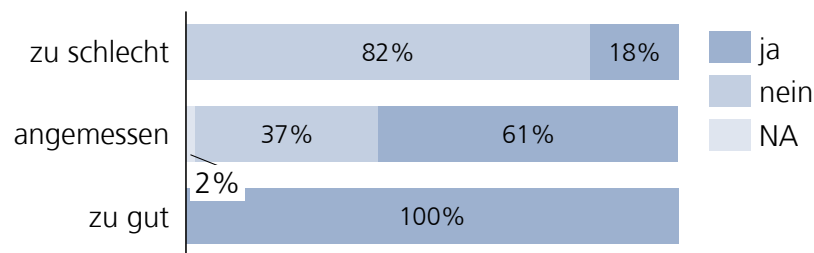
* Angabe nicht grafisch dargestellt.

Drei Viertel der befragten Unternehmen empfinden ihr Rating als angemessen. Über 70% der Unternehmen, die ihre Kreditpreise als angemessen empfinden, haben eine ausgesprochene Hausbank.

Die Unternehmen beurteilen ihre Rating-Einstufung als...



Die Beurteilung des Ratings durch die Unternehmen und die Erläuterung durch die Bank **



** Lese-Bsp: Von den Unternehmen, die ihre Rating-Einstufung als zu schlecht beurteilen, erhalten 82 % (18 %) keine (eine) Erläuterung durch ihre Bank.

Erläuterung

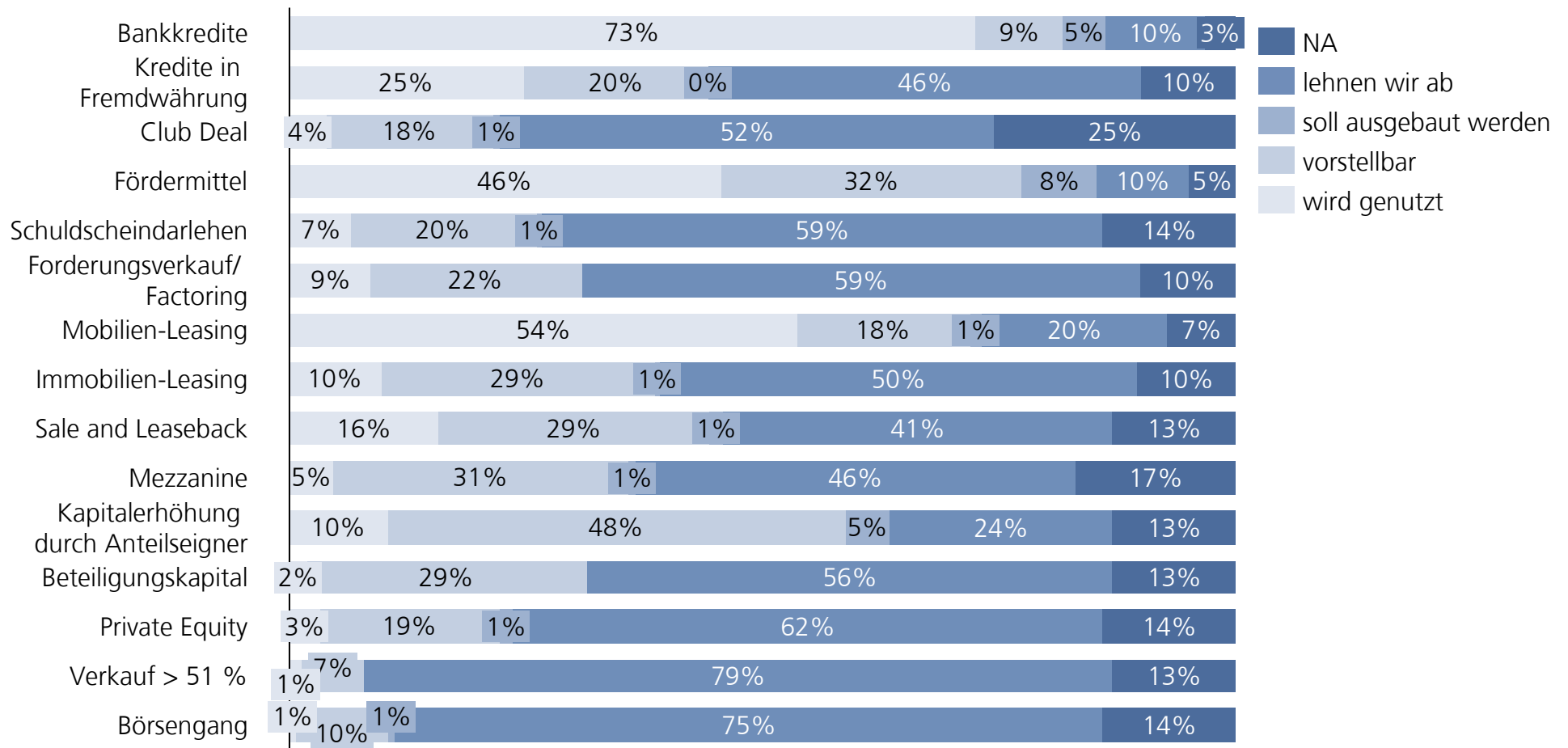
- Die Unternehmen empfinden ihr Rating in 75 % der Fälle als angemessen, 1% empfindet es als zu gut. 7 % sind der Meinung, ihr Rating sei zu schlecht. 17 % der befragten Unternehmen machen keine Angaben.
- Von denjenigen, die ihr Rating als zu schlecht empfinden, möchten alle ihr Rating in der Zukunft verbessern*. In der Gruppe, die ihr Rating als angemessen empfinden, möchten 55%* der Unternehmen ihr Rating verbessern und 40%* das Rating halten. Dies deutet darauf hin, dass Einflussmöglichkeiten auf das Rating erkannt wurden.
- Von den Unternehmen, die ihr Rating als zu schlecht einschätzen, besprechen 82 % ihr Rating nicht jährlich mit ihrer Bank. 18 % gehen das Ergebnis des Ratings mit ihrer Bank durch und analysieren es mit ihrer Bank.
- Infolge der Angemessenheit der Rating-Einstufung empfinden die Unternehmen ihre Kreditpreise in 64 %* der Fälle als angemessen, in 14 %* als zu hoch und in 10 %* als zu niedrig.
- 72 %* der Unternehmen, die ihre Kreditpreise als angemessen empfinden, haben eine ausgesprochene Hausbank.
- Die Auswertung zeigt eine deutliche Abhängigkeit zwischen der eigenen Beurteilung des Ratings und der Häufigkeit und Intensität der Erläuterung durch die Banken. Die Hausbanken haben bekanntermaßen eine höhere Betreuungsintensität, wodurch sich die hohe Einschätzung der Angemessenheit von Kreditpreisen bei Unternehmen mit Hausbankenbeziehung erklären lässt*.

* Angabe nicht grafisch dargestellt.

- A. Vorwort und Executive Summary
- B. Allgemeine Informationen über die befragten Unternehmen
- C. Mehrjahresplanung und Finanzierungsstrukturen
- D. Beziehung zu Banken
- E. Rating und Kreditpreise
- F. Finanzierungsalternativen**

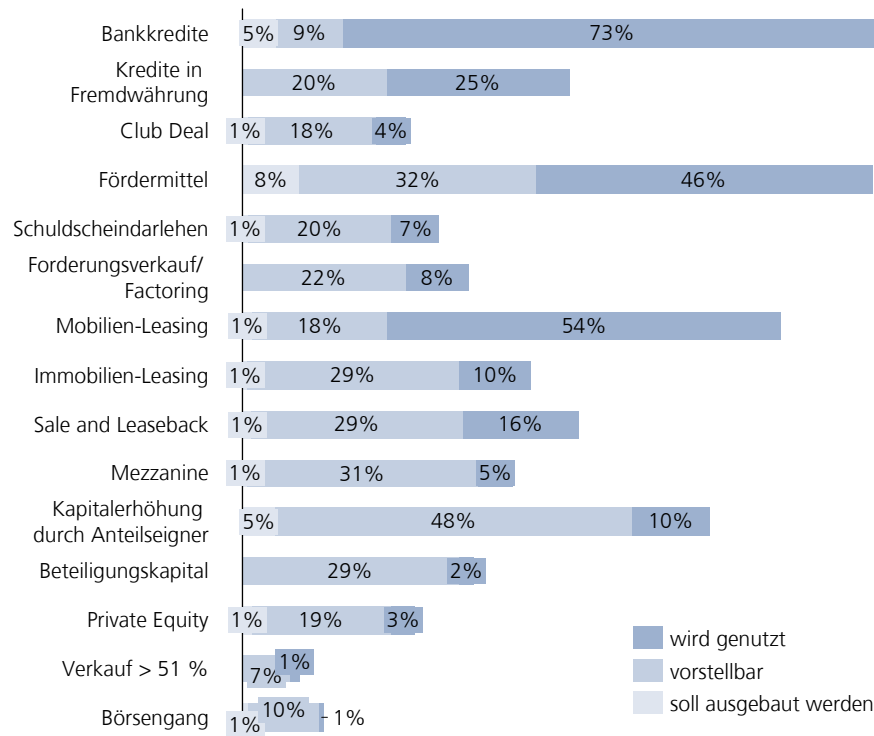
Bankkredite und Fördermittel sind mit Abstand die beliebtesten Finanzierungsalternativen.

Beurteilung verschiedener Finanzierungsalternativen



Eine Kapitalerhöhung durch Anteilseigner wird nur von jedem zehnten der befragten Unternehmen genutzt, dennoch kann sich knapp die Hälfte vorstellen, diese Finanzierungsalternative einzusetzen.

Erläuterung Finanzierungsalternativen

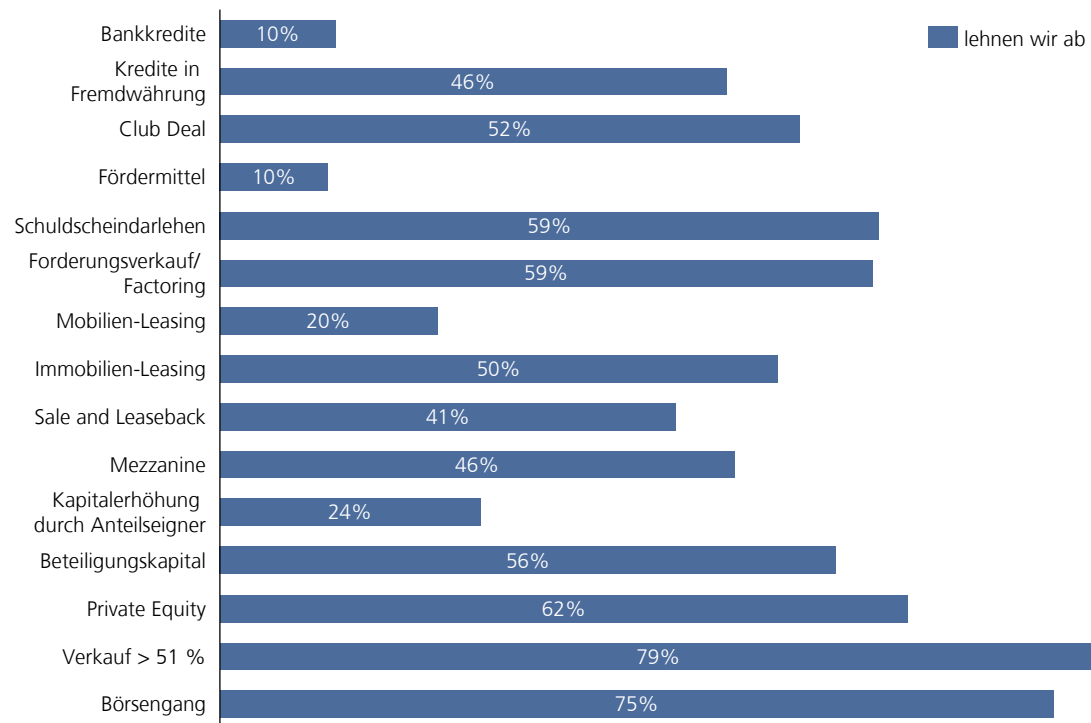


- Nicht überraschend erweisen sich Bankkredite als die Finanzierungsalternative schlechthin für mittelständische Unternehmen (87% positiv).
- Ähnlich positiv (86 %) werden Fördermittel gesehen, wobei bereits 46 % der befragten Mittelständler diese Finanzierungsmöglichkeiten nutzen und weitere 32 % diese für vorstellbar halten.
- Endgültig etabliert hat sich das Mobilien-Leasing (54 %), im Gegensatz zum Immobilien-Leasing mit nur 10 %.
- Immerhin halten 29 % auch Immobilien-Leasing für vorstellbar, ebenso wie Sale-Lease-Back Lösungen (29 %), Mezzanine (31 %) und die Hereinnahme von Beteiligungskapital (29 %).
- Für 48 % ist die klassische Kapitalerhöhung durch Anteilseigner vorstellbar, wobei hier die bisher schwache Nutzung (bereits genutzt: 10 %) auffällt.
- Die Frage nach den drei wichtigsten Finanzierungsalternativen* wurde folgendermaßen beantwortet: Bankkredite (65 %), Fördermittel (27 %), Mobilienleasing (16 %), Kapitalerhöhung durch Anteilseigner (14 %), Forderungsverkauf/ Factoring (6 %). Diese Aussagen bestätigen größtenteils die Angaben, die sich aus neben stehender Grafik ergeben und zeigen, dass sich die Unternehmen aus einer Vielfalt von Finanzierungsalternativen hauptsächlich auf einige wenige fokussieren.

* Angabe nicht grafisch dargestellt.

Instrumente, die den Eigenkapitalbereich eines Unternehmens betreffen, werden überwiegend deutlich abgelehnt.

Erläuterung Finanzierungsalternativen



- Während die Ablehnung von Fremdwährungskrediten (46 %) auf die damit verbundenen Zins- und Währungsrisiken zurückzuführen sein könnte, will man offenbar mit der hohen Ablehnung von Club-Deals (52%) die damit oftmals vermutete Abhängigkeit von gleichzeitig mehreren Banken vermeiden. Immerhin halten noch 23 % Club-Deals für möglich.
- Die negative Haltung zu Schuldscheindarlehen mit 59 % ist für dieses, dem Mittelstand noch nicht sehr lange zugänglichen Finanzierungsinstrument vermutlich auf mangelnde Kenntnis der Möglichkeiten zurückzuführen. Immerhin stehen schon 28% diesem Instrument positiv gegenüber.
- Mit 59 % erscheint die Ablehnung von Forderungsverkauf und Factoring überraschend hoch.

- Sobald der Eigenkapital-Bereich tangiert wird, herrscht – aus Mittelstandssicht zunächst verständlich – eine hohe Ablehnung hinsichtlich der Abgabe von Einflussmöglichkeiten vor.
- Große Ablehnung erfahren der mehrheitliche Verkauf (79 %), der Börsengang (75 %), die Aufnahme von Private Equity – Gebern (62 %), generell die Aufnahme von Beteiligungskapital (56 %) und die Hereinnahme von befristeten Mezzanine-Mitteln (46 %). Hier stellt sich allerdings die Frage, ob die Möglichkeiten, die diese Finanzierungsalternativen im Einzelfall bieten, nicht aus Angst vor fremden Einfluss und aus Unwissenheit bezüglich der genauen Ausgestaltung dieser Instrumente zu negativ gesehen werden.

* Angabe nicht grafisch dargestellt.