

Wirtschaftslage und Finanzierung im Mittelstand



Herbst 2018

INHALT

SEITE

1	Die aktuelle Konjunkturlage des deutschen Mittelstandes	1
1.1	Geschäftsklima im Mittelstand	1
2	Das konjunkturelle Umfeld im Einzelnen	3
2.1	Auftragseingänge	3
2.2	Umsatzentwicklung	5
2.3	Angebotspreise	8
2.4	Personalsituation	9
2.5	Investitionen	13
3	Die Finanzierungssituation des Mittelstandes	15
3.1	Ertragslage	15
3.2	Eigenkapitalsituation des Mittelstandes	17
3.3	Zahlungsverhalten der Kunden des Mittelstandes	19
4	Digitalisierung und Wirtschaft 4.0	20
5	Zusammenfassung	22
6	Basis der Untersuchung	25

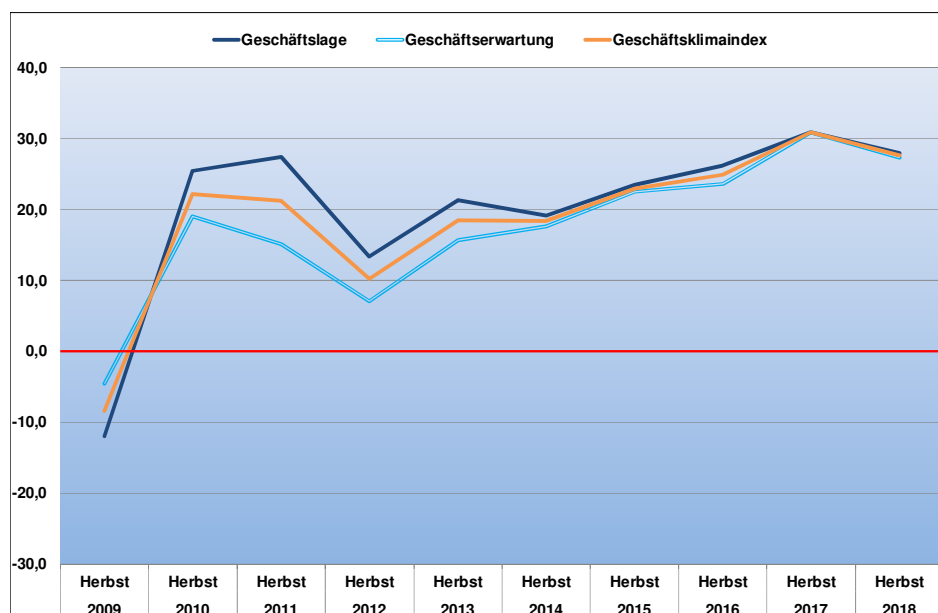
■ 1 Die aktuelle Konjunkturlage des deutschen Mittelstandes

Die deutsche Wirtschaft setzte ihren erfolgreichen Wachstumskurs in den zurückliegenden Monaten fort. Auch wenn zunehmend Risiken gesehen werden, bleibt der Aufschwung stabil, wie die Entwicklung des Bruttoinlandsproduktes im 2. Quartal 2018 (plus 0,5 Prozent gegenüber Vorquartal) deutlich macht. Auf Jahressicht ist damit eine Wachstumsrate von rund 2 Prozent wahrscheinlich. Die Konjunkturimpulse kamen im bisherigen Jahresverlauf mehrheitlich aus dem Inland. So haben sich private wie staatliche Konsumausgaben erhöht. Das dürfte die konjunkturelle Drehzahl auch im deutschen Mittelstand hoch halten. Nicht zufrieden ist der Mittelstand hingegen mit den politischen Weichenstellungen. Beispielsweise bleiben die Lohnzusatzkosten weiterhin sehr hoch und die Unternehmensbesteuerung bedarf einer Reformierung.

Weiterhin gute konjunkturelle Rahmenbedingungen

1.1 Geschäftsklima im Mittelstand

Der Creditreform Geschäftsklimaindex, als Indikator für die Stimmungslage im Mittelstand, zeigte zuletzt eine leichte Abschwächung. Gegenüber dem Vorjahr verringerte sich der Indexwert von 30,9 auf 27,6 Punkte.



Leichte Stimmungseintrübung im Mittelstand

Die Abschwächung des Creditreform Geschäftsklimaindex vollzieht sich in beiden Teilkomponenten. So verringerten sich die Lagebeurteilungen der Unternehmen von 30,9 auf 27,9 Punkte. Das ist aber weiterhin der zweithöchste Wert der letzten zehn Jahre. Auch die Geschäftserwartungen bleiben im Grunde sehr positiv, sind aber auf Jahresfrist leicht von 30,9 auf 27,3 Punkte gefallen. Ursache für die Eintrübung könnten u. a. die Außenhandelsstreitigkeiten zwischen der Europäischen Union (EU) und den USA sein. Zudem droht mit der Türkei ein wichtiger Handelspartner Deutschlands in eine Wirtschaftskrise zu geraten. Falls die deutschen Exporte gebremst werden, dürfte die Wirtschaftsentwicklung insgesamt in Mitleidenschaft gezogen werden. Hinzu kommen die Engpässe bei den Kapazitäten, speziell beim Fachpersonal. In den kommenden Monaten dürfte die Wirtschaftsentwicklung demnach etwas moderater verlaufen.

Tab. 1: Geschäftslage-, Geschäftserwartungs- und Geschäftsklimaindex

■	Geschäftslageindex	Geschäftserwartungsindex	Geschäftsklimaindex
2009	- 12,0	- 4,5	- 8,3
2010	25,5	19,1	22,2
2011	27,5	15,2	21,2
2012	13,4	7,1	10,2
2013	21,3	15,6	18,5
2014	19,1	17,6	18,4
2015	23,5	22,5	23,0
2016	26,2	23,7	24,9
2017	30,9	30,9	30,9
2018	27,9	27,3	27,6

Angaben in Punkten

Der Creditreform Geschäftsklimaindex errechnet sich aus den Antworten der befragten Mittelständler zu Auftragseingängen, den Umsätzen, der Ertragslage und der Personalsituation. Diese entscheidenden Größen werden im Laufe dieser Analyse noch im Einzelnen vorgestellt – hier flie-

Ben sie zu einem Gesamtindex zusammen. Dabei wird für die vier genannten Parameter noch unterschieden zwischen der Bewertung der aktuellen Situation und den Erwartungen in je einem Teilindex. Beide zusammen führen dann zum Creditreform Geschäftsklimaindex.

■ 2 Das konjunkturelle Umfeld im Einzelnen

2.1 Auftragseingänge

Die Auftragseingänge im Mittelstand liegen unter dem Vorjahresniveau. Diesmal berichteten 37,0 Prozent der Befragten von einem gestiegenen Ordervolumen – im Vorjahr waren noch 40,2 Prozent der Unternehmen dieser Ansicht. Gleichzeitig nahm der Anteil der Unternehmen zu, die gesunkene Auftragseingänge meldeten (2018: 11,4 Prozent; Vorjahr: 9,0 Prozent).

Auftragseingänge gebremst

Tab. 2: Auftragseingänge im Mittelstand

■	gestiegen	37,0 (40,2)
	gleich geblieben	49,9 (49,7)
	gesunken	11,4 (9,0)

Angaben in % der Befragten, Rest o. A., () = Vorjahresangaben

Deutlichere Einschnitte bei den Auftragseingängen finden sich im Verarbeitenden Gewerbe: Nur noch gut ein Drittel der Befragten (36,1 Prozent) berichtete von Steigerungen – vor einem Jahr war es fast jeder Zweite gewesen (45,9 Prozent). 15,4 Prozent der Unternehmen aus dem Verarbeitenden Gewerbe haben weniger Aufträge hereinbekommen. Das ist ein doppelt so hoher Anteil wie im Vorjahr (6,9 Prozent).

Tab. 3: Auftragseingänge in den Hauptwirtschaftsbereichen

■	gestiegen	gleich geblieben	gesunken
Verarb. Gewerbe	36,1 (45,9)	47,6 (46,3)	15,4 (6,9)
Bau	44,1 (47,6)	49,5 (46,2)	6,4 (6,2)
Handel	32,9 (34,3)	45,6 (50,7)	18,1 (13,5)
Dienstleistungen	36,7 (36,2)	53,3 (52,7)	8,1 (9,4)

Angaben in % der Befragten, Rest o. A., () = Vorjahresangaben

Überdurchschnittlich ist der Anteil der Unternehmen mit Auftragseinbußen auch im Handel (18,1 Prozent). Das Dienstleistungsgewerbe zeigt hingegen keine Abschwächung beim Auftragsbestand und ist somit ein stabilisierender Faktor für den Mittelstand insgesamt. Im Baugewerbe sind steigende Auftragseingänge erneut weit verbreitet. 44,1 Prozent der Unternehmen haben hier ein Plus gemeldet (Vorjahr: 47,6 Prozent).

Tab. 4: Auftragseingangserwartungen im Mittelstand

■	steigend	30,5 (33,4)
	stabil	58,7 (59,3)
	sinkend	8,2 (5,9)

Angaben in % der Befragten, Rest o. A., () = Vorjahresangaben

Dämpfer bei den Auftragserwartungen

Die befragten Unternehmen erwarten für den weiteren Jahresverlauf mehrheitlich eine stabile Auftragsentwicklung (58,7 Prozent). Knapp ein Drittel der Befragten (30,5 Prozent) rechnet mit einer Steigerung. Im Vorjahr lag dieser Anteil noch etwas höher (33,4 Prozent).

Insbesondere im Verarbeitenden Gewerbe sowie im Handel gab es deutlich weniger optimistische und mehr pessimistische Meldungen. Im Baugewerbe haben die Auftragserwartungen hingegen angezogen. Mittlerweile rechnet knapp ein Drittel der befragten Baufirmen (31,9 Prozent) mit einem Auftragsplus (Vorjahr: 24,9 Prozent). Trotz der Unterschiede überwiegt in allen vier Hauptwirtschaftsbereichen nach wie vor der Anteil der Optimisten.

Tab. 5: Auftragseingangserwartungen in den Hauptwirtschaftsbereichen

■	steigend	stabil	sinkend
Verarb. Gewerbe	26,9 (35,3)	61,7 (60,1)	9,7 (3,7)
Bau	31,9 (24,9)	60,1 (68,0)	6,4 (6,2)
Handel	27,8 (33,3)	54,9 (59,9)	13,5 (5,8)
Dienstleistungen	33,0 (36,9)	58,6 (53,9)	5,5 (6,8)

Angaben in % der Befragten, Rest o. A., () = Vorjahresangaben

2.2 Umsatzentwicklung

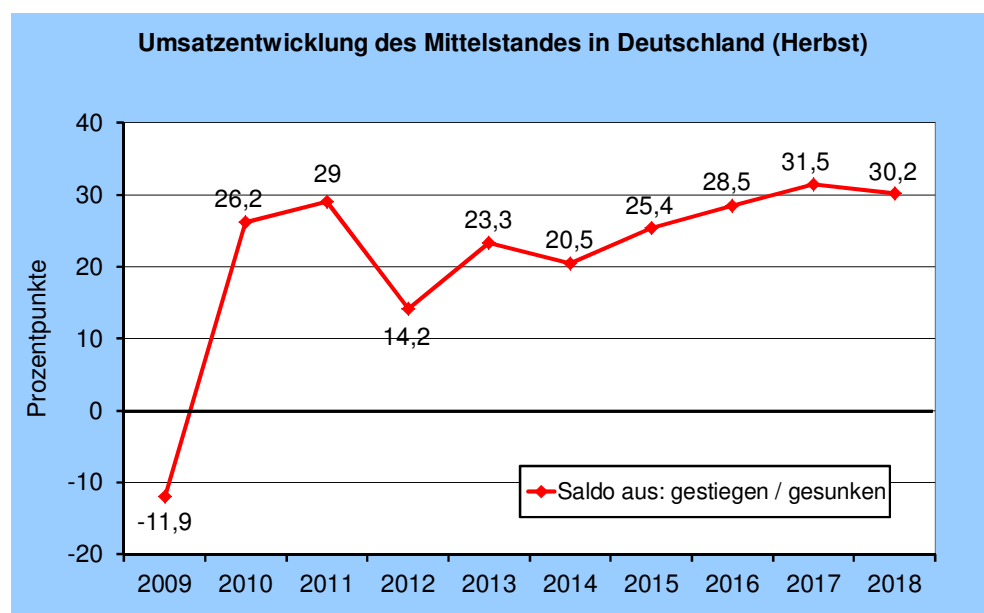
Die Umsatzkurve im Mittelstand zeigt einen kleinen Dämpfer. Jeder achte Befragte (12,2 Prozent) meldete diesmal einen Umsatzrückgang im Vergleich zum Frühjahr. Gleichwohl konnten erneut viele Unternehmen (42,4 Prozent) ein Umsatzplus erzielen. Eingeordnet in den langfristigen Trend der letzten zehn Jahre ist die aktuelle Umsatzentwicklung im Mittelstand somit weiterhin als außerordentlich gut zu bezeichnen.

Erneut viele Umsatzsteigerungen

Tab. 6: Umsatzentwicklung im Mittelstand

■	gestiegen	42,4 (42,2)
	stabil	45,0 (46,5)
	gesunken	12,2 (10,7)

Angaben in % der Befragten, Rest o. A., () = Vorjahresangaben



Viele Umsatzsteigerungsmeldungen gab es erneut im Baugewerbe. 47,3 Prozent der Befragten und damit fast jeder Zweite verbuchte ein Plus. Zudem war dieser Anteil höher als im Vorjahr. Das war auch im Dienstleistungsgewerbe der Fall: 41,6 Prozent der Befragten meldeten gestiegene Umsätze (Vorjahr: 39,1 Prozent). Auffällig ist der hohe Anteil an Unternehmen im Verarbeitenden Gewerbe, die Umsatzeinbußen verzeichneten (15,4 Prozent). Im Baugewerbe waren sinkende Umsätze hingegen seltener als in der Vorjahresbefragung (2018: 5,3 Prozent; Vorjahr: 8,4 Prozent).

Tab. 7: Umsatzentwicklung in den Hauptwirtschaftsbereichen

■	steigend	stabil	sinkend
Verarb. Gewerbe	41,4 (44,0)	42,7 (45,9)	15,4 (9,2)
Bau	47,3 (45,8)	47,3 (45,8)	5,3 (8,4)
Handel	40,9 (43,0)	40,9 (38,2)	16,9 (17,9)
Dienstleistungen	41,6 (39,1)	47,1 (51,3)	11,1 (9,2)

Angaben in % der Befragten, Rest o. A., () = Vorjahresangaben

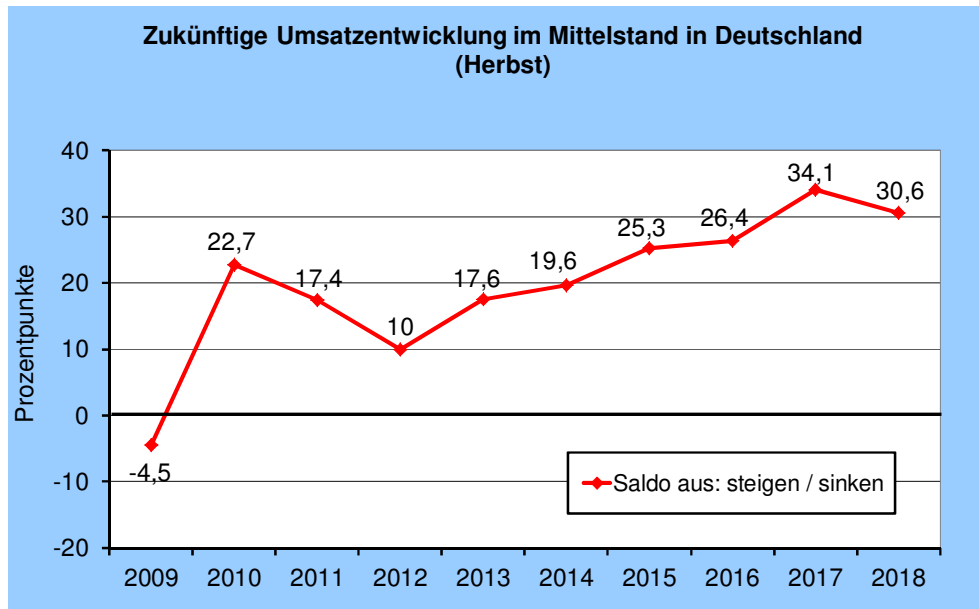
Umsatzerwartungen: Endet das Wachstum bald?

In den kommenden Monaten dürfte die konjunkturelle Entwicklung im Mittelstand positiv bleiben. Die befragten Unternehmen sind allerdings etwas verhaltener als zuletzt, rechnen aber mehrheitlich mit stabilen (54,2 Prozent der Befragten) oder sogar höheren Umsätzen (37,7 Prozent). Insgesamt sind die Umsatzerwartungen der Mittelständler damit weiterhin von Zuversicht geprägt, was sich auch im Vergleich der letzten zehn Jahre widerspiegelt. Gleichwohl bestehen die Konjunkturrisiken fort, beispielsweise der unklare Ausgang des Brexit oder die Furcht vor einer möglichen Verschärfung der Finanzierungsbedingungen. Aufgrund der zunehmenden Risiken könnte sich das Wachstum abschwächen. Es ist aber noch zu früh, von einer konjunkturellen Trendumkehr zu sprechen.

Tab. 8: Umsatzerwartungen im Mittelstand

■	steigend	37,7 (39,8)
	stabil	54,2 (53,7)
	sinkend	7,1 (5,7)

Angaben in % der Befragten, Rest o. A., () = Vorjahresangaben



Optimistisch im Hinblick auf die künftige Umsatzentwicklung ist vor allem das Baugewerbe – 41,0 Prozent der Befragten erwarten ein Umsatzplus. Das ist ein höherer Prozentwert als im vorigen Jahr (36,4 Prozent). Auch im Dienstleistungssektor finden sich erneut viele positive Stimmen (39,0 Prozent der Befragten), auch wenn die Zuversicht nicht mehr ganz groß ist wie im Vorjahr (41,4 Prozent).

Eine deutliche Verschlechterung des Stimmungsbildes zeigt hingegen das Verarbeitende Gewerbe. Nur noch jeder dritte Befragte (33,5 Prozent) rechnet mit steigenden Umsätzen – vor einem Jahr war es noch knapp jeder zweite (45,9 Prozent). Gleichzeitig schnellte der Anteil der pessimistischen Stimmen von 4,6 auf 12,5 Prozent in die Höhe.

Verarbeitendes Gewerbe wird pessimistischer

Tab. 9: Umsatzerwartungen in den Hauptwirtschaftsbereichen

■	steigend	stabil	sinkend
Verarb. Gewerbe	33,5 (45,9)	53,7 (47,7)	12,5 (4,6)
Bau	41,0 (36,4)	55,9 (57,3)	2,7 (5,3)
Handel	36,7 (33,8)	50,2 (59,9)	11,4 (5,8)
Dienstleistungen	39,0 (41,4)	55,9 (51,8)	4,3 (6,4)

Angaben in % der Befragten, Rest o. A., () = Vorjahresangaben

2.3 Angebotspreise

Hohe Nachfrage: Preise ziehen an

Die mittelständischen Unternehmen verlangen für ihre Angebote und Dienstleistungen offenbar höhere Preise. Gut jeder dritte Befragte (34,4 Prozent) vollzog Preissteigerungen (Vorjahr: 30,1 Prozent). Dabei stiegen die Preise vor allem im Baugewerbe (52,1 Prozent der Unternehmen).

Tab. 10: Angebotspreise im Mittelstand

■	gestiegen	34,4 (30,1)
	gleich geblieben	61,6 (65,5)
	gesunken	3,6 (3,3)

Angaben in % der Befragten, Rest o. A., () = Vorjahresangaben

Tab. 11: Angebotspreise in den Hauptwirtschaftsbereichen

■	steigend	stabil	sinkend
Verarb. Gewerbe	34,4 (33,0)	59,9 (63,3)	5,7 (2,3)
Bau	52,1 (36,0)	46,8 (62,7)	1,1 (0,9)
Handel	29,1 (33,3)	64,1 (58,9)	5,5 (7,2)
Dienstleistungen	30,1 (24,0)	67,0 (71,3)	2,6 (3,1)

Angaben in % der Befragten, Rest o. A., () = Vorjahresangaben

Auch die künftige Entwicklung der Angebotspreise bleibt aufwärtsgerichtet. Knapp ein Drittel der befragten Unternehmen (32,5 Prozent) plant Preiserhöhungen (Vorjahr: 25,1 Prozent). Mit weiteren Preissteigerungen müssen die Kunden vor allem im Baugewerbe rechnen: 42,0 Prozent der Befragten planen hier eine Erhöhung. Dabei dürften zum Teil auch Kostenanstiege wie bei Vorprodukten, Material und Personal eine Rolle spielen.

Tab. 12: Erwartungen Angebotspreise im Mittelstand

■	steigend	32,5 (25,1)
	stabil	64,6 (72,1)
	sinkend	2,3 (2,0)

Angaben in % der Befragten, Rest o. A., () = Vorjahresangaben

Tab. 13: Erwartungen Angebotspreise in den Hauptwirtschaftsbereichen

■	steigend	stabil	sinkend
Verarb. Gewerbe	35,2 (22,5)	61,7 (75,2)	3,1 (0,0)
Bau	42,0 (31,6)	56,4 (67,6)	1,6 (0,4)
Handel	28,7 (25,1)	65,8 (68,6)	3,8 (5,8)
Dienstleistungen	29,2 (23,1)	68,7 (74,6)	1,5 (1,9)

Angaben in % der Befragten, Rest o. A., () = Vorjahresangaben

2.4 Personalsituation

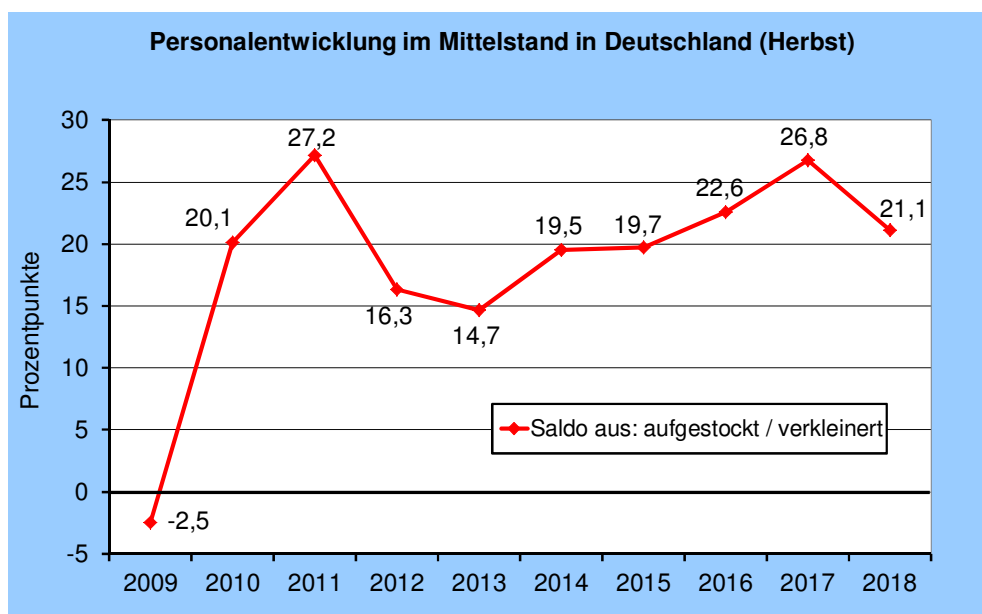
Per Saldo hat sich der Personalbestand in den mittelständischen Unternehmen weiter erhöht. 30,8 Prozent der befragten Unternehmen haben in den letzten Monaten zusätzliche Mitarbeiter eingestellt. Knapp jedes zehnte Unternehmen (9,7 Prozent) verkleinerte den Personalbestand. Im Vergleich zum Vorjahr zeigt sich ein verminderter Beschäftigungsaufbau, was allerdings auch im Fachkräftemangel begründet sein dürfte.

Qualifiziertes Personal wird zur Mangelware

Tab. 14: Personalbestand im Mittelstand

■	aufgestockt	30,8 (34,6)
	unverändert	59,1 (56,9)
	verkleinert	9,7 (7,8)

Angaben in % der Befragten, Rest o. A., () = Vorjahresangaben



Aufstockungen beim Personal gab es in allen Wirtschaftsbereichen. Im Vergleich zum Vorjahr haben allerdings alle vier Hauptwirtschaftsbereiche ihre Neueinstellungen zurückgefahren.

Tab. 15: Personalbestand in den Hauptwirtschaftsbereichen

■	aufgestockt	unverändert	verkleinert
Verarb. Gewerbe	31,3 (38,1)	59,0 (56,0)	9,7 (4,6)
Bau	33,5 (37,3)	59,6 (54,7)	6,9 (7,6)
Handel	22,4 (29,5)	66,7 (59,9)	10,5 (10,1)
Dienstleistungen	33,7 (33,9)	55,2 (57,2)	10,4 (8,5)

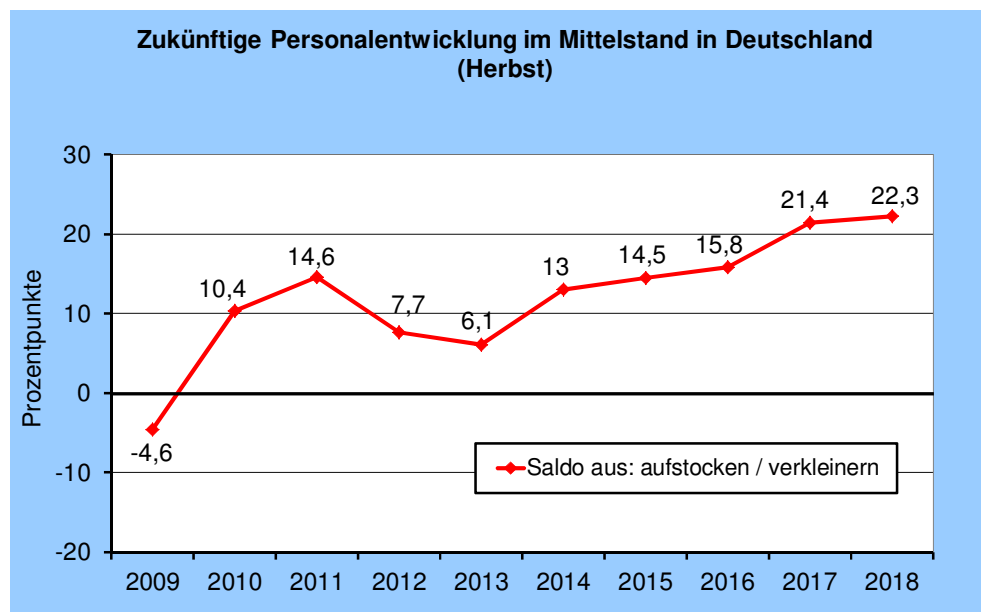
Angaben in % der Befragten, Rest o. A., () = Vorjahresangaben

28,3 Prozent der befragten Mittelständler wollen in den kommenden Monaten mehr Personal einstellen. Dieser Prozentanteil liegt sogar noch über dem Vorjahreswert (26,2 Prozent). Gleichzeitig ist bei 6,0 Prozent der Unternehmen ein Personalabbau geplant.

Tab. 16: Zukünftige Entwicklung des Personalbestandes

■	aufstocken	28,3 (26,2)
	unverändert halten	65,2 (68,3)
	verkleinern	6,0 (4,8)

Angaben in % der Befragten, Rest o. A., () = Vorjahresangaben



Die Personalpläne im Mittelstand zeugen unverändert von Expansionsdrang. So haben beispielsweise 32,8 Prozent der Dienstleister angegeben, die Zahl der Mitarbeiter aufstocken zu wollen (Vorjahr: 30,4 Prozent). Die Sicherung des Fachkräftenachwuchses dürfte die Unternehmen allerdings vor Herausforderungen stellen. Zum einen ist das Potenzial an ausgebildeten Arbeitskräften in Deutschland zunehmend erschöpft. Die Zahl der Arbeitslosen sinkt seit Jahren und immer weniger junge Menschen entscheiden sich für eine berufliche Ausbildung. Zum anderen dürften die Personalkosten für die Unternehmen weiter steigen. Eine Abmilderung des Fachkräftemangels könnte ein neues Einwanderungsgesetz schaffen, wie es beispielsweise der Zentralverband des Deutschen Handwerks fordert.

Tab. 17: Zukünftige Entwicklung des Personalbestandes in den Hauptwirtschaftsbereichen

■	aufstocken	unverändert halten	verkleinern
Verarb. Gewerbe	30,0 (28,9)	63,9 (66,1)	5,7 (3,7)
Bau	26,6 (24,0)	71,3 (70,7)	2,1 (4,9)
Handel	19,0 (17,4)	71,3 (77,3)	8,9 (4,3)
Dienstleistungen	32,8 (30,4)	60,3 (63,8)	6,2 (5,6)

Angaben in % der Befragten, Rest o. A., () = Vorjahresangaben

Tab. 18: Wirtschaftszweige mit dem höchsten Personalbedarf

■	aufstocken
Forschung und Entwicklung	71,4
Maschinenbau	41,3
Datenverarbeitung und Datenbanken	40,0
unternehmensnahe Dienstleistungen	39,9
Elektrotechnik	37,3

Angaben in % der Befragten

Wie Fachkräfte an das Unternehmen binden?

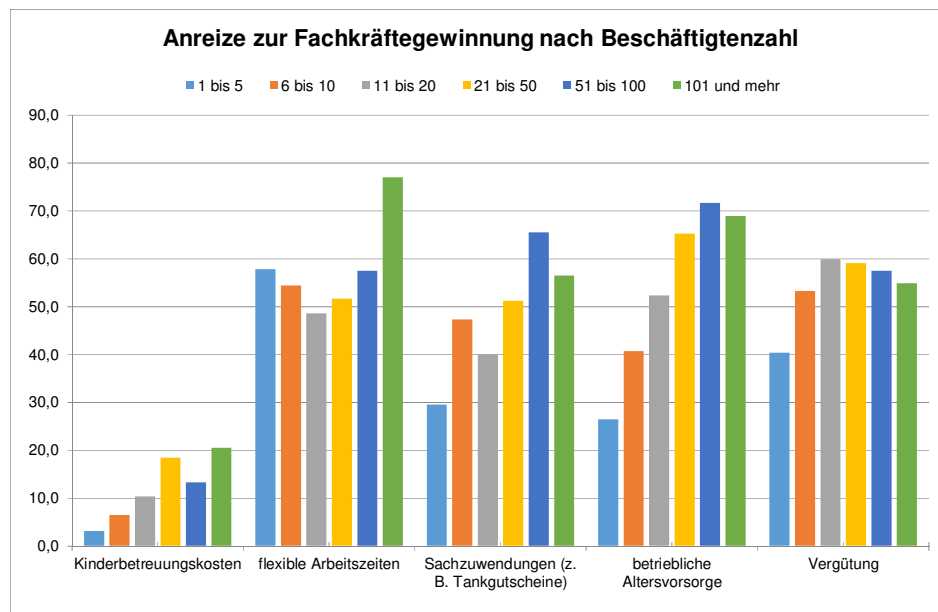
Um Fachkräfte zu gewinnen und an das Unternehmen zu binden, setzen die mittelständischen Firmen in Deutschland vorrangig auf eine Mischung aus monetären Anreizen und Flexibilität. So sind flexible Arbeitszeiten, eine adäquate Vergütung sowie die betriebliche Altersvorsorge weit verbreitet und werden von etwa jedem zweiten Befragten genannt. Ebenfalls häufig genutzt werden von den Unternehmen steuer- und sozialabgabenfreie Sachzuwendungen für die Mitarbeiter (wie z. B. Tankgutscheine).

Unterschiede existieren je nach Unternehmensgröße. Demnach werden Kinderbetreuungskosten eher von mittleren und größeren Unternehmen übernommen – und auch eine betriebliche Altersvorsorge bieten kleine Unternehmen deutlich seltener an. Flexible Arbeitszeiten für die Mitarbeiter gibt es hingegen sowohl bei kleinen als auch bei größeren Unternehmen.

Tab. 19: Anreize zur Fachkräftebindung und -gewinnung (Mehrfachnennungen möglich)

■	
flexible Arbeitszeiten	55,9
Vergütung	53,7
betriebliche Altersvorsorge	51,4
Sachzuwendungen (z. B. Tankgutscheine)	45,8
Sonstiges	18,5
Übernahme von Kinderbetreuungskosten	11,3

Angaben in % der Befragten



2.5 Investitionen

Die Investitionsbereitschaft im Mittelstand zieht weiter an. 53,1 Prozent der Befragten haben angegeben, im nächsten halben Jahr investieren zu wollen. Das ist der höchste Wert seit Ende der 1990er Jahre. So gibt es bei den Unternehmen verstärkt Investitionsbedarf, weil die Auftragslage boomt. Und auch der Fachkräftemangel könnte zunehmend Investitionen – wie beispielsweise in neue Technologien – erfordern.

Tab. 20: Investitionsbereitschaft im Mittelstand in den letzten zehn Jahren

■	2009	40,9
	2010	47,4
	2011	49,1
	2012	47,2
	2013	47,4
	2014	49,6
	2015	51,0
	2016	51,2
	2017	52,7
	2018	53,1

Angaben in % der Befragten

Investitionsmittel sollen im Mittelstand erneut wieder in Erweiterungsinvestitionen fließen (55,0 Prozent der Befragten). Zudem sind stärker als im

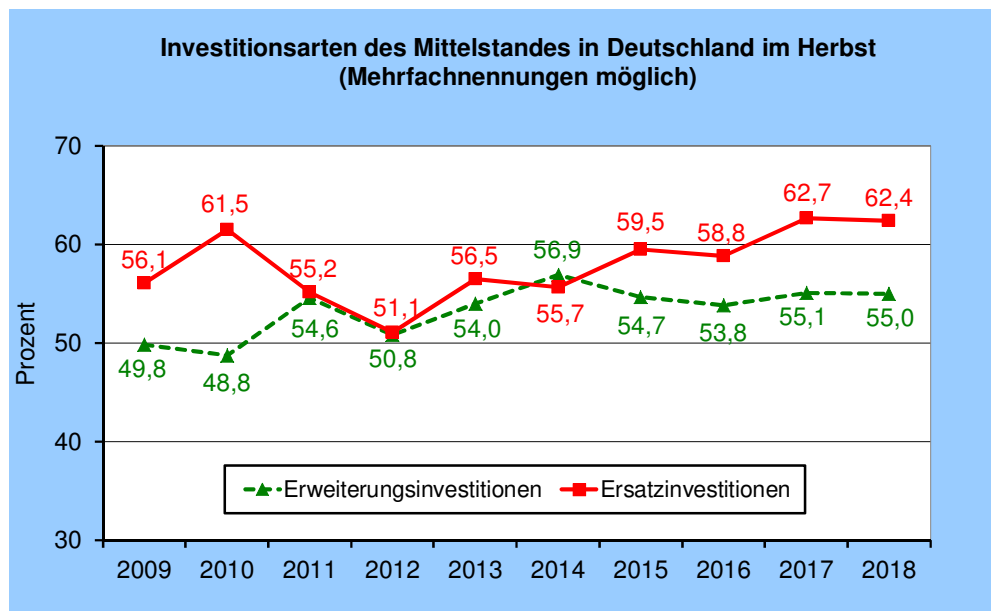
Investitionsbereitschaft steigt

Vorjahr Rationalisierungsinvestitionen gefragt. 21,7 Prozent der befragten Unternehmen planen Investitionen, um beispielsweise Kosten zu senken oder die Produktivität zu steigern (Vorjahr: 17,8 Prozent).

Tab. 21: Art der Investitionen (Mehrfachnennungen möglich)

■	Erweiterung	55,0 (55,1)
	Rationalisierung	21,7 (17,8)
	Ersatz	62,4 (62,7)

Angaben in % der Befragten, Investitionswillige = 100,
() = Vorjahresangaben



Unterteilt nach den Hauptwirtschaftsbereichen zeigen sich die Unternehmen aus dem Verarbeitenden Gewerbe erneut am investitionsfreudigsten (62,6 Prozent der Befragten), gefolgt von den Dienstleistern (54,8 Prozent). Im Jahresvergleich hat sich die Investitionsbereitschaft im Dienstleistungsgewerbe erhöht, im Baugewerbe dagegen verringert (von 52,9 auf 45,7 Prozent).

Tab. 22: Investitionsbereitschaft in den Hauptwirtschaftsbereichen

■	Verarb. Gewerbe	62,6 (62,4)
	Bau	45,7 (52,9)
	Handel	46,4 (46,9)
	Dienstleistungen	54,8 (50,4)

Angaben in % der Befragten, () = Vorjahresangaben

■ 3 Die Finanzierungssituation des Mittelstandes

3.1 Ertragslage

Die Ertragslage im Mittelstand ist weiterhin als gut zu bezeichnen, zuletzt gab es allerdings keine Verbesserungen mehr. Noch 28,3 Prozent der Befragten verbuchten steigende Erträge (Vorjahr: 31,1 Prozent) und 13,5 Prozent der Unternehmen mussten Ertragseinbußen hinnehmen (Vorjahr: 12,3 Prozent).

Tab. 23: Ertragslage im Mittelstand

■	steigend	28,3 (31,1)
	stabil	57,8 (55,9)
	sinkend	13,5 (12,3)

Angaben in % der Befragten, Rest o. A., () = Vorjahresangaben

Mit Ausnahme des Dienstleistungssektors wird die Ertragslage in den übrigen Wirtschaftsbereichen nicht mehr so positiv beschrieben wie noch im Vorjahr. So erhöhte sich der Anteil der Unternehmen mit Ertragseinbußen im Verarbeitenden Gewerbe von 10,1 auf 18,5 Prozent und im Handel sogar auf 20,7 Prozent. Der mittelständische Handel bleibt damit chronisch ertragsschwach.

Tab. 24: Ertragslage in den Hauptwirtschaftsbereichen

■	gestiegen	stabil	gesunken
Verarb. Gewerbe	25,6 (31,7)	55,9 (56,4)	18,5 (10,1)
Bau	33,0 (37,8)	63,8 (56,0)	2,7 (5,8)
Handel	20,3 (22,7)	58,2 (58,9)	20,7 (17,9)
Dienstleistungen	31,8 (31,3)	56,1 (54,1)	11,7 (14,1)

Angaben in % der Befragten, Rest o. A., () = Vorjahresangaben

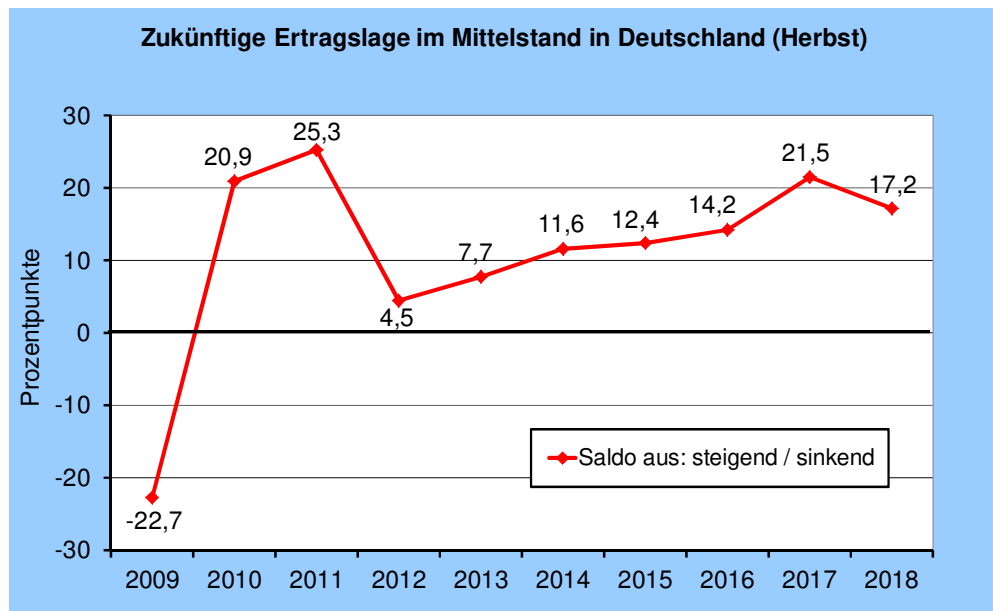
Ertragsprognosen werden zurückgenommen

Die künftige Ertragsentwicklung sehen die befragten Mittelständler aber weiterhin grundsätzlich optimistisch, auch wenn es dabei Unterschiede in den Wirtschaftsbereichen gibt. 27,4 Prozent der Unternehmen erwarten steigende Erträge, jeder zehnte (10,2 Prozent) sinkende. Verglichen mit den letzten Jahren sind das immer noch positive Werte.

Tab. 25: Zukünftige Ertragslage

■	steigend	27,4 (28,8)
	stabil	61,9 (63,3)
	sinkend	10,2 (7,3)

Angaben in % der Befragten, Rest o. A., () = Vorjahresangaben



Merkliche Abstriche in ihren Ertragserwartungen haben das Verarbeitende Gewerbe und der Handel vorgenommen. So rechnen mittlerweile 17,7 Prozent der Händler (Vorjahr: 8,7 Prozent) und 14,5 Prozent der Unternehmen aus dem Verarbeitenden Gewerbe (Vorjahr: 3,7 Prozent) mit einer rückläufigen Ertragsentwicklung. Ähnlich zuversichtlich wie vor Jahresfrist zeigen sich dagegen Baugewerbe und Dienstleistungsgewerbe.

Tab. 26: Ertragserwartungen in den Hauptwirtschaftsbereichen

■	steigend	stabil	sinkend
Verarb. Gewerbe	23,8 (31,7)	61,7 (63,3)	14,5 (3,7)
Bau	29,3 (31,1)	68,1 (64,4)	2,1 (4,0)
Handel	22,4 (20,8)	58,6 (70,0)	17,7 (8,7)
Dienstleistungen	30,9 (30,1)	61,2 (59,3)	7,5 (10,4)

Angaben in % der Befragten, Rest o. A., () = Vorjahresangaben

3.2 Eigenkapitalsituation des Mittelstandes

Positiv entwickelten sich die Eigenkapitalquoten im Mittelstand. Jedes dritte Unternehmen (33,2 Prozent) meldete eine Eigenkapitalquote von über 30 Prozent. Diese Unternehmen sind als solide finanziert zu bezeichnen. Zum Vergleich: Vor zehn Jahren galt nur etwa jeder Vierte (24,5 Prozent) als eigenkapitalstark.

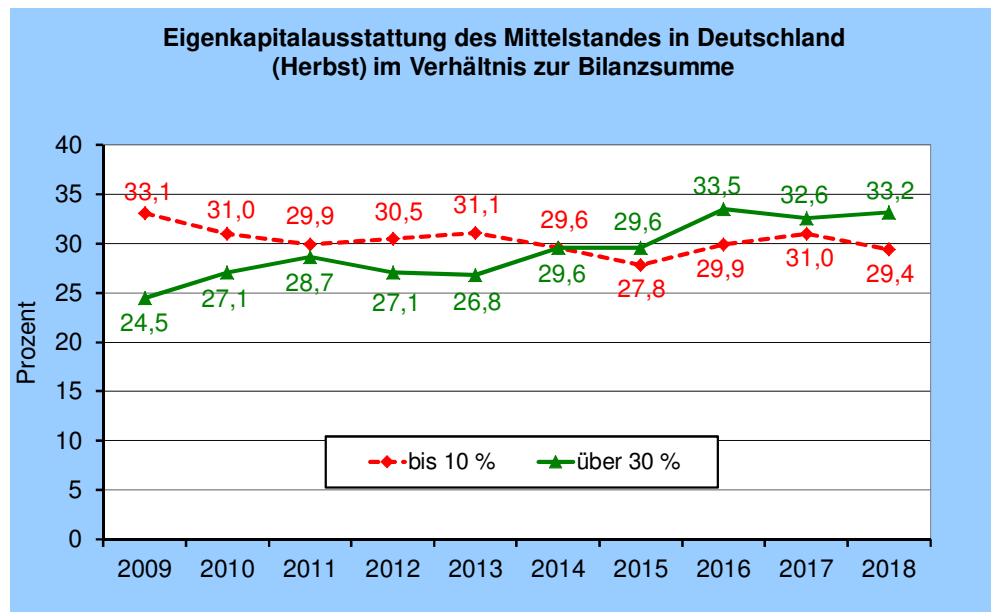
Immer mehr eigenkapitalstarke Mittelständler

Der Anteil der Unternehmen, die eine sehr niedrige Eigenkapitalquote von unter 10 Prozent aufweisen, hat sich zuletzt verringert. Aktuell zeigen 29,4 Prozent der Befragten eine Eigenkapitalchwäche. Im Vorjahr waren es noch 31,0 Prozent.

Tab. 27: Eigenkapitalausstattung des Mittelstandes im Verhältnis zur Bilanzsumme

■	bis 10%	29,4 (31,0)
	bis 20%	20,4 (20,8)
	bis 30%	17,0 (15,6)
	über 30%	33,2 (32,6)

Angaben in % der Befragten, () = Vorjahresangaben



Wo zeigt sich Eigenkapital- schwäche?

Die Unterschiede zwischen den Wirtschaftsbereichen bei den Eigenkapitalquoten bleiben bestehen. So gibt es im Baugewerbe weiterhin überdurchschnittlich viele eigenkapitalschwache Unternehmen (35,8 Prozent), gefolgt vom Dienstleistungsgewerbe (31,5 Prozent). Das Verarbeitende Gewerbe zeichnet sich durch eine solide Eigenkapitalbasis aus. Fast die Hälfte der Unternehmen (44,0 Prozent) verfügt über eine Eigenkapitalquote von mindestens 30 Prozent. Im Baugewerbe ist dieser Anteil am geringsten (17,3 Prozent). Typisch für das Baugewerbe wirken sich erhaltene Anzahlungen bilanzverlängernd aus und drücken tendenziell die Eigenkapitalquoten. Zudem dürfte die Vorfinanzierung des gegenwärtigen Auftragsbooms auch mit kurzfristigem Fremdkapital gestemmt worden sein.

Tab. 28: Eigenkapitalquoten in den Hauptwirtschaftsbereichen

■	bis 10%	bis 20%	bis 30%	über 30%
Verarb. Gew.	23,5 (23,2)	13,5 (16,2)	19,0 (16,7)	44,0 (43,9)
Bau	35,8 (34,8)	26,6 (21,7)	20,2 (15,7)	17,3 (27,8)
Handel	25,4 (23,9)	21,1 (20,7)	16,0 (14,4)	37,6 (41,0)
Dienstleist.	31,5 (36,6)	20,7 (22,8)	15,4 (15,7)	32,4 (24,9)

Angaben in % der Befragten, () Vorjahresangaben

3.3 Zahlungsverhalten der Kunden des Mittelstandes

Wenig Probleme haben die befragten Unternehmen mit dem Zahlungsverhalten ihrer Kunden. Eine breite Mehrheit von 91,2 Prozent (Vorjahr: 92,6 Prozent) verbuchte den Geldeingang für eine erbrachte Leistung innerhalb von 30 Tagen. Die Unterschiede zwischen den Wirtschaftsbereichen sind in dieser Hinsicht gering.

Forderungsausfälle auch bei guter Konjunktur

Tab. 29: Forderungslaufzeiten in den Hauptwirtschaftsbereichen

■	bis 30 Tage	bis 60 Tage	bis 90 Tage	über 90 Tage
Verarb. Gew.	89,6 (89,3)	9,2 (8,1)	0,3 (2,0)	0,9 (0,7)
Bau	92,3 (92,8)	6,1 (4,9)	1,0 (0,8)	0,6 (1,5)
Handel	93,8 (93,5)	5,1 (5,2)	0,8 (1,0)	0,3 (0,3)
Dienstleist.	90,1 (93,7)	8,3 (4,8)	1,1 (1,0)	0,6 (0,5)
Gesamt	91,2 (92,6)	7,3 (5,5)	0,9 (1,1)	0,6 (0,7)

Angaben in % der Befragten, () = Vorjahresangaben

Forderungsverluste traten im Mittelstand etwas häufiger auf als im Vorjahr, meist waren die Ausfälle aber gering (bis 0,1 Prozent des Umsatzes). Allerdings mussten auch 6,2 Prozent der Befragten größere Forderungsverluste von über 1,0 Prozent hinnehmen. Das war ein höherer Anteil als im Vorjahr (4,2 Prozent). Überdurchschnittlich betroffen war das Baugewerbe – jeder Achte (12,8 Prozent) musste Forderungen in nennenswerter Höhe abschreiben.

Tab. 30: Durchschnittliche Forderungsverluste in Prozent zum Umsatz

■	bis 0,1	40,5 (38,0)
	bis 0,5	15,2 (14,7)
	bis 1,0	7,7 (10,6)
	über 1,0	6,2 (4,2)
	keine Verluste	28,6 (31,2)

Angaben in % der Befragten, Rest o. A., () = Vorjahresangaben

■ 4 Digitalisierung und Wirtschaft 4.0

Kaum ein Wirtschaftsthema ist derzeit so präsent wie die Digitalisierung. Zahlreiche Experten und auch die Politik erhoffen sich für den Mittelstand und den Wirtschaftsstandort Deutschland neue Impulse und Geschäftsmodelle. Bundesweit und in den Ländern werden Förderprogramme aufgelegt. Die Bundesregierung hat eine eigene Staatsministerin für Digitalisierung ernannt.

Wie weit sind die mittelständischen Unternehmen in Sachen „digitaler Wandel“? Nutzen sie bereits die Chancen der Digitalisierung? Kann der Wandel der Wirtschaft hin zu digitalen Technologien möglicherweise dem Fachkräftemangel entgegenwirken?

*Digitalisierung löst nicht das
Fachkräfteproblem*

Letzteres beurteilten die befragten Unternehmen eher pessimistisch. Lediglich jeder zehnte Befragte (10,3 Prozent) erwartet, dass die Digitalisierung von Geschäftsprozessen das Fachkräfteproblem lösen kann. Am ehesten stimmten noch Unternehmen aus dem Dienstleistungsgewerbe und dem Verarbeitenden Gewerbe dieser These zu. Aus Sicht der mittelständischen Unternehmen werden wohl viele Tätigkeiten auch künftig von qualifiziertem Personal ausgeführt werden müssen. Und genau das ist immer schwieriger zu finden.

Tab. 31: Kann Digitalisierung den Fachkräftemangel lösen?

■	ja	nein
Verarb. Gewerbe	11,0	88,1
Bau	8,0	90,4
Handel	8,9	89,5
Dienstleistungen	11,7	86,4
Gesamt	10,3	88,0

Angaben in % der Befragten, Rest o. A.

Online-Plattformen als eine Form der Digitalisierung, speziell als Verkaufsplattform für Produkte und Dienstleistungen, spielen im traditionellen

Mittelstand eine untergeordnete Rolle. 86,1 Prozent der Befragten nutzen Anbieter wie Amazon oder MyHammer nicht im betrieblichen Alltag. Lediglich für eine Minderheit von 2,3 Prozent der Befragten ist das Geschäftsmodell hauptsächlich auf die sogenannten Plattform-Ökonomien ausgerichtet. Überdurchschnittlich oft ist das im Handel der Fall. Zudem wird von vielen Händlern schon ein Teil des Geschäftes online erwirtschaftet (21,1 Prozent der Befragten). Der Anteil am Gesamtumsatz liegt aber meist noch unter 10 Prozent.

Nur wenige nutzen Online-Plattformen für den Verkauf

Gegenüber dem Frühjahr 2017, als den Unternehmen diese Frage bereits einmal gestellt wurde, zeigt sich im Trend eine häufigere Nutzung – insbesondere im Handel.

Tab. 32: Nutzen Sie Online-Plattformen für den Verkauf?

■	ja, hauptsächlich	ja, aber nicht hauptsächlich	nein
Verarb. Gewerbe	1,3 (0,8)	6,6 (6,8)	91,6 (91,2)
Bau	0,0 (0,0)	4,8 (5,6)	94,7 (91,8)
Handel	3,8 (2,8)	21,1 (17,9)	74,7 (78,9)
Dienstleistungen	3,0 (2,4)	10,2 (9,1)	85,7 (87,7)
Gesamt	2,3 (1,8)	10,9 (9,9)	86,1 (87,3)

Angaben in % der Befragten, Rest o. A., () = Frühjahr 2017

Für den Einkauf (z. B. für Material) aber werden das Internet bzw. die Plattform-Ökonomie genutzt. Knapp die Hälfte der Befragten (54,5 Prozent) bezieht Material oder Vorprodukte wenigstens teilweise über das Internet. Für 44,1 Prozent der Mittelständler spielt der Online-Einkauf dagegen keine Rolle. Im Gegensatz zum Verkauf sehen die kleinen und mittleren Unternehmen nennenswerte Vorteile im Online-Handel offenbar deutlich stärker einkaufsseitig. Allerdings war die Nutzung der Einkaufsplattformen bei der Befragung im Frühjahr 2017 noch stärker verbreitet gewesen.

Mittelständler keine Online-Muffel

Tab. 33: Nutzen Sie Online-Plattformen für den Einkauf?

■	ja, hauptsäch- lich	ja, aber nicht hauptsäch- lich	nein
Verarb. Gewerbe	3,1 (4,8)	47,6 (51,4)	47,1 (41,8)
Bau	2,1 (5,1)	53,2 (51,8)	43,6 (37,4)
Handel	3,8 (6,4)	45,1 (45,0)	50,2 (46,2)
Dienstleistungen	10,2 (15,2)	48,6 (50,1)	39,7 (31,7)
Gesamt	6,1 (9,6)	48,4 (49,6)	44,1 (37,8)

Angaben in % der Befragten, Rest o. A., () = Frühjahr 2017

Um für den digitalen Wandel gerüstet zu sein, sehen die befragten Unternehmen in der Regel Investitionsbedarf. Immerhin jeder Vierte (23,9 Prozent) bezeichnete den Investitionsbedarf als hoch bzw. sehr hoch. Dabei könnten Investitionen erforderlich werden, weil die Unternehmen Nachholbedarf in Sachen „Digitalisierung“ sehen oder aber, weil das digitale Geschäft ausgebaut werden soll. Sehr gering bzw. gering ist der Investitionsbedarf anscheinend im Baugewerbe (33,5 Prozent der Befragten).

Tab. 34: Investitionsbedarf durch Digitalisierung?

■	sehr gering / gering	mittel	hoch / sehr hoch	kein Investitions- bedarf
Verarb. Gewerbe	22,1	47,1	25,5	4,4
Bau	33,5	42,6	17,5	4,8
Handel	25,7	47,7	23,7	2,1
Dienstleistungen	23,0	45,2	25,8	4,3
Gesamt	25,2	45,7	23,9	3,9

Angaben in % der Befragten, Rest o. A.

■ 5 Zusammenfassung

Die konjunkturelle Stimmungslage im deutschen Mittelstand zeigt im Herbst 2018 eine leichte Abschwächung. Der Creditreform Geschäftsklimaindex verringerte sich von 30,9 auf 27,6 Punkte. Beide Teilkomponenten, Lageeinschätzungen und Erwartungen, gaben leicht nach. In den kommen-

den Monaten dürfte die wirtschaftliche Entwicklung demnach etwas moderater verlaufen.

Auftrags- und Umsatzlage im Mittelstand sind gleichwohl weiterhin sehr positiv. 37,0 Prozent der von Creditreform befragten Unternehmen berichteten von gestiegenen Auftragseingängen, 42,4 Prozent erzielten Umsatzzuwächse. Auch wenn im Vorjahr (teilweise) noch etwas höhere Werte gemessen wurden, sind das im Vergleich der letzten Jahre erneut sehr positive Rückmeldungen aus dem Mittelstand. Insbesondere die Bauwirtschaft boomt.

Deutlichere Einschnitte gab es aber offenbar im Verarbeitenden Gewerbe. Die Auftragslage wurde von den Unternehmen deutlich schwächer eingeschätzt als im Vorjahr und auch in der Umsatzentwicklung zeigten sich erste Abnutzungerscheinungen.

Der Personalbedarf der Unternehmen ist weiterhin hoch. 30,8 Prozent der Befragten haben im Verlauf der letzten sechs Monate die Belegschaft aufgestockt (Vorjahr: 34,6 Prozent). Angesichts des zunehmenden Fachkräftemangels konnten viele Unternehmen demnach zusätzliche Potenziale aktivieren. Knapp jedes zehnte Unternehmen (9,7 Prozent) verkleinerte zuletzt den Personalbestand.

Mit Blick auf die Geschäftsentwicklung in den kommenden Monaten sind die deutschen Mittelständler weiterhin zuversichtlich, aber nicht mehr so optimistisch wie vor Jahresfrist. 30,5 Prozent der Befragten rechnen mit steigenden Auftrags-eingängen (Vorjahr: 33,4 Prozent) und 37,7 Prozent der Unternehmen erwarten ein Umsatzplus (Vorjahr: 39,8 Prozent). Mehrheitlich (58,7 bzw. 54,2 Prozent der Befragten) erwartet der Mittelstand eine stabile Auftrags- und Umsatzentwicklung. Deutlich pessimistischer als im Vorjahr ist allerdings das Verarbeitende Gewerbe, während

das mittelständische Baugewerbe eher weitere Zuwächse erwartet.

Folgeentwicklungen der guten Wirtschaftslage sind steigende Angebotspreise sowie auch weitere Kapazitätsausweitungen. Demnach planen 28,3 Prozent der befragten Unternehmen, das Personal im nächsten Halbjahr aufzustocken (Vorjahr: 26,2 Prozent). Insbesondere im Dienstleistungsgewerbe sollen neue Stellen entstehen. Weiter erhöht hat sich zudem die Investitionsbereitschaft im Mittelstand. 53,1 Prozent der Befragten hatten angegeben, zukünftig investieren zu wollen. Das ist der höchste Wert seit Ende der 1990er Jahre. Stärker als im Vorjahr sind Rationalisierungsinvestitionen gefragt (21,7 Prozent; Vorjahr: 17,8 Prozent). Im Jahresvergleich hat sich die Investitionsbereitschaft im Dienstleistungsgewerbe erhöht.

Die aktuelle Ertragslage wurde von den befragten Unternehmen positiv eingeschätzt. Gegenüber dem Vorjahr gab es allerdings keine Verbesserungen mehr und auch der Ausblick ist verhaltener geworden. Ein Wermutstropfen ist die chronische Ertragsschwäche im Handel.

Positiv sind die gestiegenen Eigenkapitalquoten im Mittelstand. Mittlerweile meldet jedes dritte Unternehmen (33,2 Prozent) eine Eigenkapitalquote von über 30 Prozent. Der Anteil der Unternehmen, die eine sehr niedrige Eigenkapitalquote von unter 10 Prozent aufweisen, hat sich von 31,0 auf 29,4 Prozent verringert. Nur 2015 wurde ein noch niedrigerer Wert gemessen.

Forderungsverluste wurden im Herbst 2018 von den Unternehmen häufiger gemeldet als im Vorjahr. So blieben nur 28,6 Prozent der Befragten ohne jegliche Ausfälle (Vorjahr: 31,2 Prozent). 6,2 Prozent der Befragten hatten Forderungsausfälle von über 1,0 Prozent des Umsatzes zu beklagen (Vorjahr: 4,2 Prozent). Überdurchschnittlich betroffen war hier das Baugewerbe.

Wie weit sind die mittelständischen Unternehmen mit dem digitalen Wandel der Wirtschaftswelt? Wo werden die Möglichkeiten bereits genutzt? Die Ergebnisse zeigen, dass speziell Online-Plattformen für den Verkauf von Produkten und Dienstleistungen vom klassischen Mittelstand eher selten genutzt werden. Lediglich 13,2 Prozent der Befragten erzielen wenigstens teilweise Umsätze mittels Plattform-Ökonomie. Im Handel ist der Anteil aber deutlich höher und wachsend.

Im Einkauf von Waren und Material beispielsweise spielt das Internet aber bereits eine größere Rolle. Nur 44,1 Prozent der Befragten nutzt keine Online-Plattform für den Einkauf.

Die mittelständischen Unternehmen sehen Investitionsbedarf, um für den digitalen Wandel gerüstet zu sein. Nur 3,9 Prozent der Befragten haben keinerlei Investitionsbedarf angegeben. Immerhin jeder vierte Befragte (23,9 Prozent) bezeichnet diesen als sehr hoch oder hoch. Pessimistisch sind die Unternehmen dagegen, ob Digitalisierung den Fachkräftemangel lösen kann. Lediglich jeder zehnte Befragte (10,3 Prozent) ist dieser Ansicht.

■ 6 Basis der Untersuchung

Die vorliegende Untersuchung schließt sich der überwiegenden wissenschaftlichen Lehre an, die eine Definition des Mittelstandes auf die Mitarbeiterzahl abstellt (nicht mehr als 500 Beschäftigte) und eine Umsatzgröße von nicht mehr als 50 Mio. Euro zulässt. Entscheidend für die Definition kleiner und mittlerer Unternehmen ist darüber hinaus die „Personaleinheit“ von Geschäftsführer und Inhaber. Bei der Selektion der für die Umfrage repräsentativen Unternehmen wurde auf dieses Merkmal geachtet. Weiterhin wurde darauf geachtet, dass keine Tochterunternehmen von Großunternehmen erscheinen.

Tab. 35: Anzahl der befragten Unternehmen

■	Verarbeitendes Gewerbe	227
	Bau	188
	Handel	237
	Dienstleistungen	469
	Gesamt	1.121

Folgende Branchen haben sich an der Umfrage beteiligt:

Verarbeitendes Gewerbe

- Chemische Industrie (einschl. Kunststoff-, Gummi- und Asbestverarbeitung)
- Gewinnung und Verarbeitung von Steinen und Erden; Feinkeramik und Glasgewerbe
- Eisen- und NE-Metallerzeugung und -verarbeitung, Gießerei und Stahlverformung sowie Stahlbau
- Maschinenbau
- Fahrzeugbau
- Elektrotechnik
- Feinmechanik/Optik
- Herstellung von EBM-Waren, Möbeln, Musikinstrumenten, Sportgeräten, Spiel- und Schmuckwaren
- Holz-, Papier- und Druckgewerbe
- Leder-, Textil- und Bekleidungsgewerbe
- Nahrungs- und Genussmittelgewerbe

Baugewerbe

- Bauhauptgewerbe
- Ausbau- und Bauhilfsgewerbe

Handel

- Großhandel mit Investitionsgütern
- Großhandel mit Konsumgütern
- Einzelhandel mit Gebrauchsgütern
- Einzelhandel mit Verbrauchsgütern

Dienstleistungen

- Verkehr und Nachrichtenübermittlung
- Kredit- und Versicherungsgewerbe
- Grundstücks- und Wohnungswesen, Vermietung beweglicher Sachen
- Datenverarbeitung und Datenbanken
- Forschung und Entwicklung
- Gastgewerbe
- unternehmensnahe Dienstleistungen
- sonstige persönliche und konsumnahe Dienstleistungen

Tab. 36: Rechtsformen der befragten Unternehmen

■	Einzelkaufmann	18,9
	OHG	0,8
	KG	0,8
	GmbH & Co. KG	12,1
	GmbH	60,8
	AG	1,9
	Sonstige	4,5

Angaben in % der Befragten, Rest o. A.

Tab. 37: Sitz des Unternehmens

■	Baden-Württemberg	11,2
	Bayern	12,1
	Bremen	0,5
	Hamburg	1,7
	Hessen	9,7
	Niedersachsen	10,0
	Nordrhein-Westfalen	24,2
	Rheinland-Pfalz	4,6
	Saarland	1,5
	Schleswig-Holstein	4,7
	Berlin	2,1
	Brandenburg	2,7
	Mecklenburg-Vorpommern	2,5
	Sachsen	7,3
	Sachsen-Anhalt	2,4
	Thüringen	2,6

Angaben in % der Befragten

Tab. 38: Anzahl der Beschäftigten

■	1 – 5	20,5
	6 – 10	16,4
	11 – 20	19,8
	21 – 50	21,8
	51 – 100	10,1
	101 – 250	7,6
	251 – 500	3,3

Angaben in % der Befragten

Verantwortlich für den Inhalt:

Creditreform Wirtschaftsforschung
Hellersbergstr. 12, D - 41460 Neuss
Leitung: Michael Bretz, Telefon: (02131) 109-171
E-Mail: m.bretz@verband.creditreform.de
Internet: www.creditreform.de

Alle Rechte vorbehalten

© 2018, Verband der Vereine Creditreform e.V.,
Hellersbergstr. 12, 41460 Neuss

Ohne ausdrückliche Genehmigung des Verbandes der Vereine Creditreform e.V. ist es nicht gestattet, diese Untersuchung/Auswertung oder Teile davon in irgendeiner Weise zu vervielfältigen oder zu verbreiten. Lizenzausgaben sind nach Vereinbarung möglich. Ausgenommen ist die journalistische und wissenschaftliche Verbreitung.

Neuss, 04. Oktober 2018

