

Wirtschaftslage und Finanzierung im Mittelstand



 **Frühjahr 2017**

Creditreform
Wirtschaftsforschung

INHALT

SEITE

1	Die aktuelle Konjunktursituation 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	7
	2.4 Personalsituation	9
	2.5 Investitionen	12
3	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	26
6	Basis der Untersuchung	29

■ 1 Die aktuelle Konjunktursituation des deutschen Mittelstandes

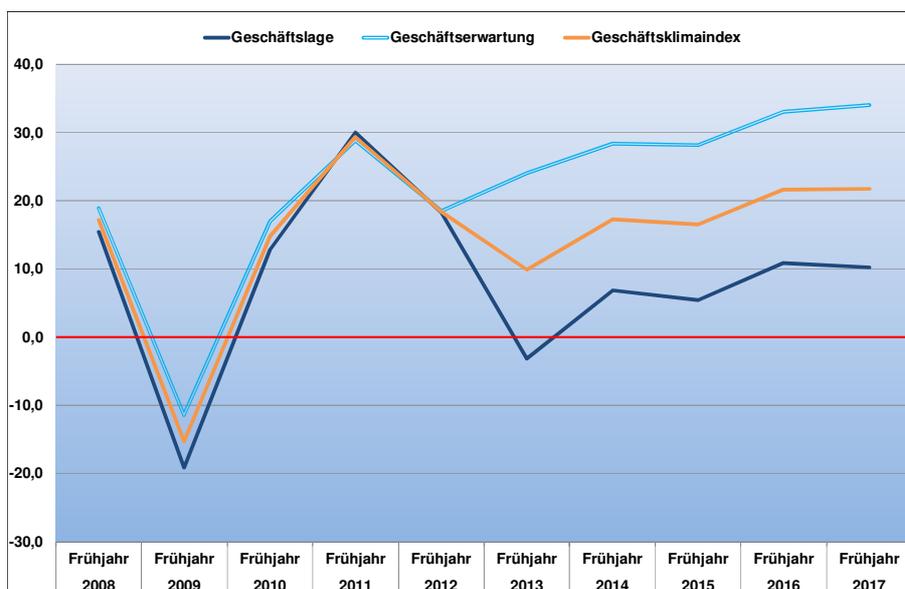
Das deutsche Wirtschaftswachstum wird weiterhin von der guten Binnenkonjunktur gestützt. Bauinvestitionen und Konsum sind dabei die tragenden Säulen. Als Treibstoff fungieren der Arbeitsmarkt und Realeinkommenssteigerungen sowie die weiterhin hohe Nachfrage nach Sachwerten. Zwar dürfte das Realwachstum in Deutschland in diesem Jahr aller Voraussicht nach etwas geringer ausfallen als im vorigen (1,9 Prozent), allerdings sind die Vorzeichen insgesamt weiterhin günstig. So liegen beispielsweise die Zinsen unverändert niedrig, und in Europa setzt sich die konjunkturelle Erholung fort. Kaum einen Wachstumsbeitrag liefert dagegen der Außenhandel, zu groß sind derzeit die Unsicherheiten im internationalen Umfeld.

*Wachstumswunderland
Deutschland*

1.1 Geschäftsklima im Mittelstand

Weiterhin positiv ist das Stimmungsbild im deutschen Mittelstand. Der Creditreform Geschäftsklimaindex (CGK) erreichte 21,8 Punkte (Vorjahr: 21,7 Punkte) und behauptet seinen guten Vorjahreswert. Nur im Jahr 2011 (29,4 Punkte) entwickelte sich die Mittelstandskonjunktur dynamischer als derzeit.

*Gute Konjunktur auch im
Mittelstand*



Die Lagebeurteilungen der Unternehmen sind gleichwohl etwas verhaltender ausgefallen als vor einem Jahr. Der Teilindex der Geschäftslage liegt mit 10,3 Punkten leicht unter dem Vorjahr (10,9 Punkte). Die Erwartungen der Mittelständler an die weitere wirtschaftliche Entwicklung sind dagegen positiver als zuletzt. Der Teilindex der Geschäftserwartungen stieg von 33,0 auf 34,0 Punkte und erreichte damit ein Zehn-Jahres-Hoch.

*Lageeinschätzungen zuletzt
aber gebremst*

Im Rückblick zeigt sich nach dem Konjunkturereinbruch 2009 eine Phase dynamischen Wachstums, in der sowohl die Lage als auch die Erwartungen sehr positiv eingeschätzt wurden (2010 bis 2012). In den letzten Jahren hat diese Dynamik nachgelassen, vor allem in Bezug auf die Lagebeurteilungen. Zwar sind weiterhin positive Wachstumswerte bei Aufträgen, Umsätzen und beim Personal festzustellen, diese stoßen aber offenbar auch an Grenzen. Das könnten in Bezug auf das Personal der Fachkräftemangel sein, aber auch bürokratische Hemmnisse.

Tab. 1: Geschäftslage-, Geschäftserwartungs- und Geschäftsklimaindex

■	Geschäftslageindex	Geschäftserwartungsindex	Geschäftsklimaindex
2008	15,5	18,9	17,2
2009	- 19,2	- 11,4	- 15,3
2010	12,8	17,0	14,8
2011	30,0	28,9	29,4
2012	18,3	18,5	18,4
2013	- 3,2	24,0	10,0
2014	6,8	28,4	17,3
2015	5,5	28,2	16,5
2016	10,9	33,0	21,7
2017	10,3	34,0	21,8

Der Creditreform Geschäftsklimaindex (CGK) errechnet sich aus den Antworten der befragten Mittelständler zu Auftragseingängen, den Umsätzen und der Personalsituation. Diese entscheidenden Größen werden im Laufe dieser Analyse noch im

Einzelnen vorgestellt – hier fließen 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 füllen weiterhin die Bücher. 30,2 Prozent der Befragten berichteten von gestiegenen Auftragszahlen (Vorjahr: 29,4 Prozent). Leicht zugenommen hat allerdings auch der Anteil derer, die weniger Aufträge verbuchen konnten.

Baugewerbe und Dienstleister verzeichnen Auftragsplus

Tab. 2: Auftragseingänge im Mittelstand

■	gestiegen	30,2 (29,4)
	gleich geblieben	51,3 (52,9)
	gesunken	17,3 (16,3)

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

Eine positive Entwicklung zeigte sich im Dienstleistungsgewerbe und im Baugewerbe. So konnte nahezu ein Drittel der befragten Dienstleister (32,7 Prozent) Auftragssteigerungen melden (Vorjahr: 28,6 Prozent). Im Baugewerbe erhöhte sich der Anteil der Unternehmen mit einer verbesserten Auftragslage von 26,6 auf 28,2 Prozent. Deutlich weniger Unternehmen verzeichneten Auftragseinbußen.

Ungünstiger als vor einem Jahr entwickelte sich die Auftragslage aber im Verarbeitenden Gewerbe sowie im Handel. In beiden Wirtschaftsbereichen musste eine gestiegene Zahl an Unternehmen Auftragseinbußen hinnehmen. Gleichzeitig sank die Zahl der Unternehmen, die Steigerungen meldeten. Deutlich ausgeprägt war dieser Effekt vor allem im Handel.

Tab. 3: Auftragseingänge in den Hauptwirtschaftsbereichen

■	gestiegen	stabil	gesunken
Verarb. Gewerbe	29,3 (32,1)	51,8 (51,2)	18,5 (15,7)
Bau	28,2 (26,6)	51,8 (47,5)	18,5 (25,4)
Handel	27,5 (29,7)	49,4 (52,4)	21,9 (16,6)
Dienstleistungen	32,7 (28,6)	51,7 (56,3)	13,9 (13,0)

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

*Auftragserwartungen nahezu
unverändert*

Die weitere Auftragsentwicklung wird indes insgesamt positiv eingeschätzt. Ähnlich wie im Vorjahr rechnen 38,4 Prozent der Befragten mit steigenden Auftragszahlen. Lediglich 5,2 Prozent der Unternehmen befürchten Einbußen.

Tab. 4: Auftragseingangserwartungen im Mittelstand

■	steigend	38,4 (38,3)
	stabil	55,2 (53,1)
	sinkend	5,2 (6,5)

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

Am optimistischsten bewerten die Unternehmen aus dem Baugewerbe die weitere Auftragslage. So geht fast jeder zweite Befragte aus diesem Wirtschaftsbereich (43,6 Prozent) von einem Auftragsplus aus. Das war zudem ein höherer Anteil als im Vorjahr (37,9 Prozent). Auftragseinbußen befürchtet im Baugewerbe kaum jemand (2,6 Prozent).

Tab. 5: Auftragseingangserwartungen in den Hauptwirtschaftsbereichen

■	steigend	stabil	sinkend
Verarb. Gewerbe	35,3 (39,1)	58,6 (50,2)	5,2 (8,4)
Bau	43,6 (37,9)	53,8 (54,8)	2,6 (5,6)
Handel	38,6 (36,7)	52,2 (52,4)	8,8 (9,6)
Dienstleistungen	37,8 (38,8)	55,4 (54,6)	4,4 (4,1)

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

Etwas zurückhaltender waren die Prognosen im Verarbeitenden Gewerbe. Nachdem vor einem Jahr noch 39,1 Prozent der Befragten steigende

Aufträge erwarteten, waren es diesmal 35,3 Prozent. Auch die Dienstleister zeigten sich nicht mehr so zuversichtlich wie im letzten Jahr. Der Handel äußerte sich mit Beginn des Frühjahrs dagegen optimistischer als 2016.

2.2 Umsatzentwicklung

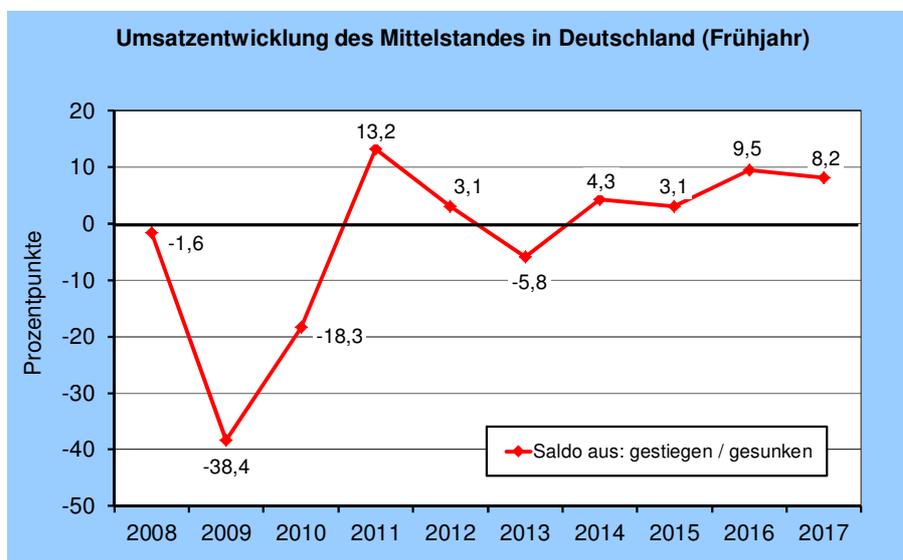
Stabil präsentiert sich die Umsatzlage im Mittelstand. 28,1 Prozent der Befragten (Vorjahr: 28,5 Prozent) meldeten gestiegene Umsätze, etwa jedes fünfte Unternehmen (19,9 Prozent) verzeichnete ein Umsatzminus (Vorjahr: 19,0 Prozent). Damit konnte keine zusätzliche Belebung bei den Umsätzen im Mittelstand beobachtet werden, wengleich sich das Wachstum fortsetzte.

Keine Wachstumsbelebung beim Umsatz

Tab. 6: Umsatzentwicklung im Mittelstand

■	gestiegen	28,1 (28,5)
	stabil	51,8 (52,0)
	gesunken	19,9 (19,0)

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



Im abgelaufenen Winterhalbjahr verlief die Umsatzentwicklung im Baugewerbe etwas gedämpfter als ein Jahr zuvor. Das dürfte auch witterungsbedingte Ursachen gehabt haben. So berichteten nur noch 15,9 Prozent der befragten Bauunternehmen von Umsatzsteigerungen, nachdem es in

**Umsätze im Winterhalbjahr:
Zweigeteilte Entwicklung im
Handel**

der Vorjahresbefragung 22,6 Prozent waren. Aber auch im Verarbeitenden Gewerbe (27,3 statt 30,4 Prozent) meldeten weniger Unternehmen Umsatzsteigerungen, und häufiger als im Vorjahr war von Umsatzeinbußen die Rede. Anders dagegen im Dienstleistungsgewerbe: Hier häuften sich die Meldungen über gestiegene Umsätze. So erzielte jeder Dritte (33,7 Prozent) ein Umsatzplus (Vorjahr: 30,7 Prozent). Im Handel verlief das Wintergeschäft offensichtlich zweigeteilt. Immerhin fast jeder Vierte (24,3 Prozent) verbuchte weniger Umsatz, während 27,1 Prozent der Befragten einen Anstieg verzeichneten.

Tab. 7: Umsatzentwicklung in den Hauptwirtschaftsbereichen

■	gestiegen	stabil	gesunken
Verarb. Gewerbe	27,3 (30,4)	53,8 (51,8)	18,5 (17,4)
Bau	15,9 (22,6)	54,4 (47,5)	29,2 (29,4)
Handel	27,1 (26,2)	48,6 (51,1)	24,3 (22,3)
Dienstleistungen	33,7 (30,7)	51,3 (54,4)	14,9 (14,5)

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

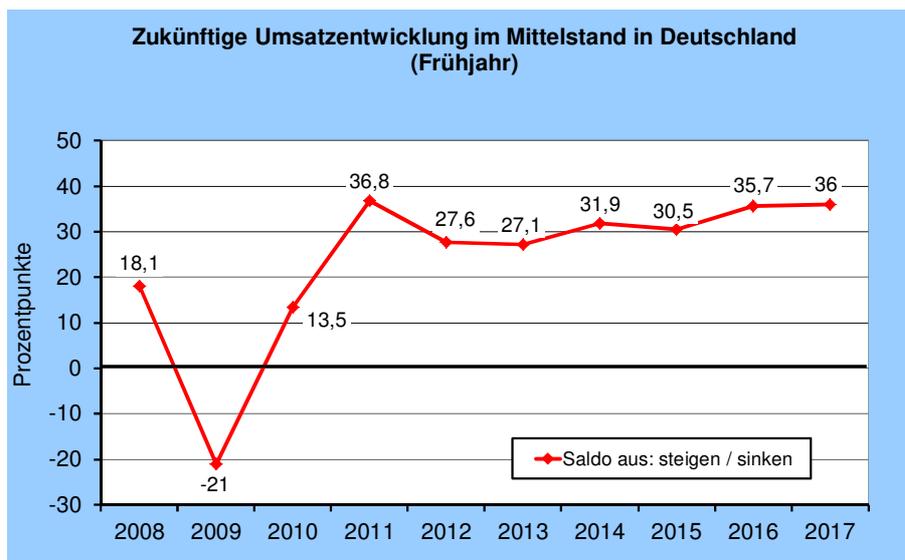
**Stabiler Optimismus im
Mittelstand**

Stabilität zeigt der Mittelstand in seinen Umsatzerwartungen. 42,8 Prozent der Befragten rechnen mit Verbesserungen; ein ähnlicher Wert wie im Vorjahr (42,5 Prozent). Einen eher skeptischen Ausblick gaben 6,8 Prozent der Befragten. Damit bleiben die mittelständischen Unternehmen insgesamt optimistisch, obwohl die weiteren Konjunkturaussichten für die deutsche Wirtschaft angesichts von Brexit und Trump-Wahlerfolg in den USA von vielen doch eher zurückhaltend beurteilt werden. Die kräftige Binnenkonjunktur dürfte sich – zumindest in diesem Jahr – wohl fortsetzen.

Tab. 8: Umsatzerwartungen im Mittelstand

■	steigend	42,8 (42,5)
	stabil	50,2 (49,8)
	sinkend	6,8 (6,8)

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



Baugewerbe und Dienstleistungsgewerbe zeigen die meiste Zuversicht, was die weitere Umsatzentwicklung anbelangt. 45,1 bzw. 45,3 Prozent der Befragten erwarten Umsatzsteigerungen. Im Verarbeitenden Gewerbe ist dieser Anteil diesmal am geringsten (38,2 Prozent). Hier ist eine leichte Eintrübung im Vergleich zur letztjährigen Befragung festzustellen. Günstiger werden die Aussichten dagegen von den Händlern beurteilt.

Tab. 9: Umsatzerwartungen in den Hauptwirtschaftsbereichen

■	steigend	stabil	sinkend
Verarb. Gewerbe	38,2 (42,1)	54,2 (49,8)	6,8 (6,7)
Bau	45,1 (45,2)	51,3 (47,5)	3,6 (6,2)
Handel	40,6 (38,0)	50,2 (51,5)	9,2 (10,0)
Dienstleistungen	45,3 (43,9)	47,7 (49,9)	6,7 (5,5)

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

2.3 Angebotspreise

Die Kunden der mittelständischen Unternehmen müssen sich auf höhere Preise einstellen. In der Breite des Mittelstandes sind bereits deutliche Preissteigerungen erkennbar. So haben 27,3 Prozent der Befragten in den letzten Monaten die Preise für ihre Produkte und Dienstleistungen angehoben – das ist ein höherer Anteil als im Vorjahr (21,0 Prozent). Preissenkungen dagegen gab es selten (5,0 Prozent).

Der Mittelstand hebt die Preise an

Tab. 10: Angebotspreise im Mittelstand

■	gestiegen	27,3 (21,0)
	gleich geblieben	66,9 (68,1)
	gesunken	5,0 (9,8)

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

Preiserhöhungen: Deutliches Plus im Baugewerbe

Steigende Angebotspreise gab es faktisch in allen Wirtschaftsbereichen. Der Preisschub im Baugewerbe (von 20,3 auf 32,3 Prozent der Befragten) verdeutlicht zum einen die sehr gute Auftragslage mit zunehmenden Kapazitätsengpässen und längeren Wartezeiten für die Kunden, auf der anderen Seite ist er aber auch Spiegelbild der erhöhten Beschaffungspreise, beispielsweise bei Rohstoffen. Auch der Handel hat an der Preisschraube gedreht: Gab es im vergangenen Jahr noch einen nennenswerten Anteil der Befragten, die Preissenkungen vorgenommen haben (17,9 Prozent), so war diesmal nur vereinzelt davon die Rede (6,8 Prozent).

Tab. 11: Angebotspreise in den Hauptwirtschaftsbereichen

■	gestiegen	gleich geblieben	gesunken
Verarb. Gewerbe	26,5 (20,1)	69,1 (69,9)	3,2 (9,4)
Bau	32,3 (20,3)	62,1 (71,2)	5,1 (7,9)
Handel	30,7 (21,8)	62,2 (59,8)	6,8 (17,9)
Dienstleistungen	24,0 (21,5)	70,1 (69,7)	5,0 (6,8)

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

Und die nächste Preisrunde haben die mittelständischen Unternehmen bereits angekündigt: 25,7 Prozent und damit ein höherer Anteil als im Vorjahr (18,9 Prozent) werden die Angebotspreise schon bald anheben. Damit können die Unternehmen nicht nur Kostensteigerungen wie beispielsweise den zum Jahresanfang gestiegenen Mindestlohn an die Kunden weitergeben, viele nutzen die derzeitige Hochkonjunktur wohl auch, um endlich höhere Preise durchzusetzen, wo in der Vergangenheit oft noch zurückhaltend agiert wurde.

Tab. 12: Erwartungen Angebotspreise im Mittelstand

■	steigend	25,7 (18,9)
	stabil	70,5 (74,4)
	sinkend	3,2 (5,4)

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

Preiserhöhungen sind in allen Wirtschaftsbereichen angekündigt. Wiederum sticht das Baugewerbe hierbei hervor. 36,9 Prozent der Befragten wollen die Angebotspreise anheben – deutlich mehr als im Vorjahr (22,0 Prozent). Auch im Handel ist ein kräftiges Plus bei den Preisen zu erwarten. Somit dürfte auch die Inflation hierzulande, die jahrelang sehr niedrig war, wieder deutlich anziehen. Den geringsten Spielraum für Preiserhöhungen sehen die Dienstleister (21,2 Prozent).

Tab. 13: Erwartungen Angebotspreise in den Hauptwirtschaftsbereichen

■	steigend	stabil	sinkend
Verarb. Gewerbe	24,1 (17,1)	72,7 (76,6)	2,0 (5,4)
Bau	36,9 (22,0)	62,6 (73,4)	0,0 (4,0)
Handel	27,5 (17,9)	65,7 (70,3)	6,8 (10,5)
Dienstleistungen	21,2 (19,4)	74,9 (75,3)	3,2 (3,4)

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

2.4 Personalsituation

Weiter steigend ist der Personalbestand in den mittelständischen Unternehmen. Gut ein Viertel der Befragten (25,2 Prozent) hat in den zurückliegenden Monaten die Mitarbeiterzahl aufgestockt. Nur etwa jedes zehnte Unternehmen (10,3 Prozent) hat Personal abgebaut. Dabei unterscheidet sich der diesjährige Prozentwert kaum von der Vorjahresangabe. Insgesamt hat sich der Beschäftigungsaufbau in der Breite des Mittelstandes noch einmal verstärkt. Noch nie gab es in den letzten zehn Jahren ein solches Übergewicht an Beschäftigung aufbauenden Unternehmen.

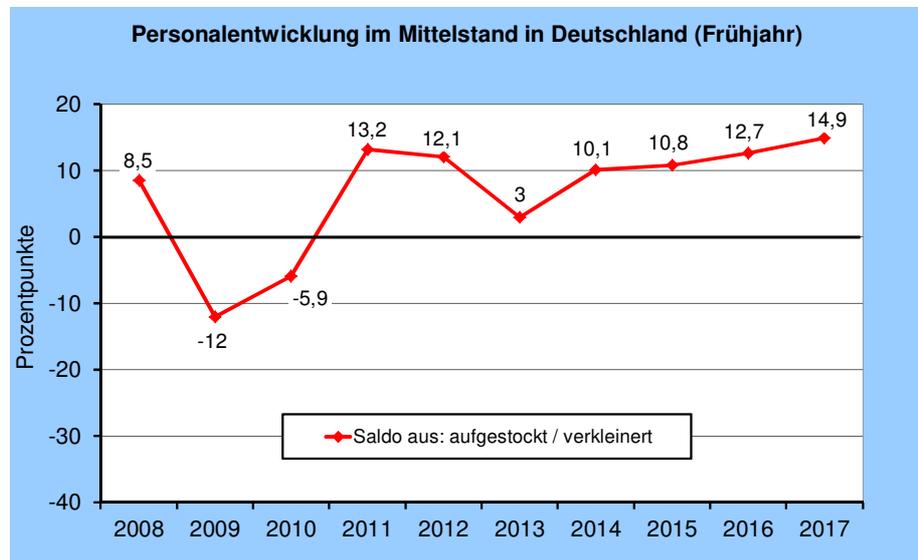
Beschäftigungsaufbau setzt sich fort – Verarbeitendes Gewerbe zurückhaltender

Trotz der bereits deutlich gesunkenen Arbeitslosigkeit und einer steigenden Zahl sozialversicherungspflichtig Beschäftigter können die Unternehmen offenbar noch Potenziale heben und neue Mitarbeiter gewinnen. Ein Teil des Personalzuwachses könnte aus den Reihen ehemals Selbstständiger stammen, die zunehmend attraktive Stellen als abhängig Beschäftigte finden und annehmen. Weniger Gründungen und eine steigende Zahl an Gewerbeabmeldungen sprechen für diese These. Auch ältere Personen verbleiben länger in Arbeit als noch in den Vorjahren. Bislang jedenfalls dürfte die Fluchtmigration der jüngsten Zeit kaum nennenswert zur Fachkräftesicherung beigetragen haben.

Tab. 14: Personalbestand im Mittelstand

■	aufgestockt	25,2 (23,4)
	unverändert	64,3 (65,3)
	verkleinert	10,3 (10,7)

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



Im Dienstleistungsgewerbe haben im Verlauf des letzten halben Jahres überdurchschnittlich viele Unternehmen das Personal aufgestockt (31,5 Prozent), im Baugewerbe waren es witterungsbedingt die wenigsten (17,4 Prozent). In allen Wirtschaftsbereichen blieb der Saldo aus aufstockenden und abbauenden Unternehmen aber positiv.

Auffällig ist ferner, dass das Verarbeitende Gewerbe bei Neueinstellungen zurückhaltender war als vor Jahresfrist.

Tab. 15: Personalbestand in den Hauptwirtschaftsbereichen

■	aufgestockt	unverändert	verkleinert
Verarb. Gewerbe	22,9 (24,7)	64,3 (62,9)	12,4 (12,0)
Bau	17,4 (16,9)	72,3 (70,1)	9,7 (13,0)
Handel	20,7 (19,2)	68,5 (71,2)	10,8 (9,2)
Dienstleistungen	31,5 (27,1)	59,2 (62,3)	9,3 (9,8)

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

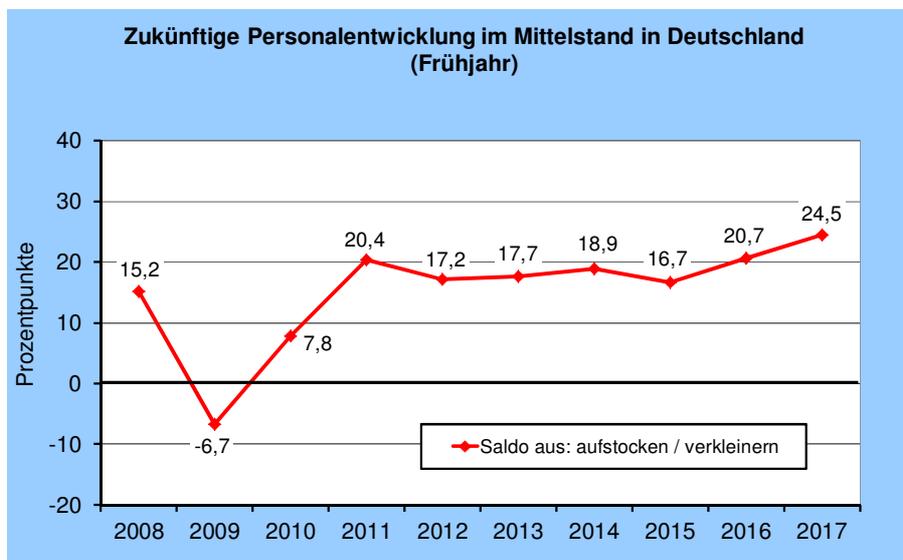
Der Personalbedarf im Mittelstand ist weiterhin sehr hoch. Drei von zehn befragten Unternehmen (29,5 Prozent) wollen in den nächsten Monaten das Personal aufstocken. Das ist ein höherer Anteil als im Vorjahr (26,5 Prozent) und zeugt vom ungebremsen Expansionsdrang des Mittelstandes. Der Länge der Vakanzzeiten bei Fachpersonal dürfte weiter zunehmen.

Personalpläne weiter wachsend

Tab. 16: Personalplanungen im Mittelstand

■	aufstocken	29,5 (26,5)
	unverändert	65,2 (67,0)
	verkleinern	5,0 (5,8)

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



Die aktuellen Personalplanungen der Unternehmen sind auch im Rückblick der vergangenen Jahre als expansiv zu bezeichnen. Das ist erstaunlich, da die Wachstumsphase der deutschen Wirtschaft schon eine Zeit lang andauert und die Unternehmen bereits kräftig in neues Personal investiert haben. Aber es dürfte zukünftig schwieriger werden, die benötigten Mitarbeiter auf dem Arbeitsmarkt zu finden.

Erhöhten Personalbedarf gibt es offenbar im Baugewerbe sowie im Dienstleistungssektor, wo jedes dritte Unternehmen neue Stellen schaffen will. Aber auch in den übrigen Wirtschaftsbereichen hat sich der Anteil der Unternehmen erhöht, die das Personal aufstocken wollen.

Tab. 17: Personalplanungen in den Hauptwirtschaftsbereichen

■	aufstocken	unverändert	verkleinern
Verarb. Gewerbe	26,5 (24,1)	67,1 (69,2)	5,6 (6,4)
Bau	33,3 (27,7)	63,1 (67,8)	2,6 (4,5)
Handel	23,5 (20,5)	69,7 (68,6)	6,8 (10,0)
Dienstleistungen	32,5 (30,5)	62,8 (64,4)	4,8 (3,8)

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

2.5 Investitionen

Anders als die Personalplanungen ist die Investitionsbereitschaft der mittelständischen Unternehmen nicht gestiegen. Zwar wollen immer noch 56,3 Prozent der Befragten Investitionen durchführen, aber dieser Anteil erreichte vor einem Jahr schon einmal 58,1 Prozent. In der längerfristigen Betrachtung ist der aktuelle Wert gleichwohl als überdurchschnittlich hoch anzusehen.

*Investitionsbereitschaft
bleibt hoch, wächst aber
nicht mehr*

Tab. 18: Investitionsbereitschaft des Mittelstandes

■	investitionsbereite Mittelständler
2008	51,1
2009	41,4
2010	44,3
2011	53,4
2012	50,6
2013	50,4
2014	52,0
2015	53,6
2016	58,1
2017	56,3

Angaben in % der Befragten

Die höchste Investitionsbereitschaft weisen erneut die Dienstleister auf: 60,2 Prozent der Unternehmen aus diesem Wirtschaftsbereich (Vorjahr: 62,7 Prozent) haben angegeben, in Kürze Investitionen durchführen zu wollen. Erhöht zeigt sich die Investitionsneigung im Handel – von 48,0 auf 51,8 Prozent, bleibt aber niedriger als in den übrigen Wirtschaftsbereichen. Im Verarbeitenden Gewerbe ist die Investitionsbereitschaft auf den niedrigsten Wert seit 2010 zurückgefallen. Möglicherweise sind die Unsicherheiten für die Unternehmen (z. B. wegen dem weiteren wirtschaftspolitischen Kurs in den USA und Großbritannien) im Moment einfach zu groß. Vor dem Hintergrund von neuen Herausforderungen wie beispielsweise der Digitalisierung ist diese Investitionszurückhaltung gleichwohl bedenklich. Helfen könnte dem Mittelstand der Abbau von bürokratischen Investitionshemmnissen bei Genehmigungen, aber auch eine steuerliche Förderung von bestimmten Investitionen.

Investitionspause im Verarbeitenden Gewerbe?

Tab. 19: Investitionsbereitschaft in den Hauptwirtschaftsbereichen

■	investitionsbereite Mittelständler
Verarbeitendes Gewerbe	53,8 (60,9)
Bau	54,9 (54,2)
Handel	51,8 (48,0)
Dienstleistungen	60,2 (62,7)

Angaben in % der Befragten, () = Vorjahresangaben



Ersatz- vor Erweiterungsinvestitionen – vor allem im Osten

Ersatzinvestitionen sind für den Mittelstand nach wie vor am wichtigsten. 62,1 Prozent der Befragten planen den Austausch von verschlissenen Maschinen und Werkzeugen (Vorjahr: 63,3 Prozent). Aber auch Erweiterungsinvestitionen stehen derzeit hoch im Kurs. Gut jeder zweite Befragte sieht diese vor (54,5 Prozent). Das ist ein höherer Anteil als im Vorjahr. Stärker als im Vorjahr werden Erweiterungsinvestitionen bei Dienstleistungsunternehmen geplant, während diese im Verarbeitenden Gewerbe weniger gefragt sind.

Tab. 20: Art der Investitionen

■	Erweiterung	54,5 (53,1)
	Rationalisierung	16,4 (17,2)
	Ersatz	62,1 (63,3)

Angaben in % der Befragten, Mehrfachnennungen möglich
() = Vorjahresangaben

Unterschieden nach den Regionen zeigt sich, dass insbesondere in Ostdeutschland die Nachfrage nach Erweiterungsinvestitionen sichtlich geringer ausfällt als im Westen. Das dürfte mit den im Durchschnitt kleineren Betriebsgrößen zu tun haben, da dieses Ergebnis in allen Hauptwirtschaftsbereichen vorzufinden ist.

■ 3 Finanzierungssituation des Mittelstandes

3.1 Ertragslage

Mit der Ertragslage waren die mittelständischen Unternehmen zuletzt offenbar zufrieden. Jedes fünfte Unternehmen (20,3 Prozent) berichtete von gestiegenen Erträgen (Vorjahr: 20,4 Prozent), immerhin sechs von zehn Befragten (59,3 Prozent) von einer stabilen Ertragslage.

Tab. 21: Ertragslage im Mittelstand

■	gestiegen	20,3 (20,4)
	stabil	59,3 (58,6)
	gesunken	19,8 (20,0)

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

Verbessert hat sich die Ertragslage insbesondere im Handel. Nachdem vor einem Jahr noch jeder vierte (25,3 Prozent) über Ertragseinbußen klagte, waren es diesmal 21,5 Prozent. Zudem erhöhte sich der Anteil derer, die ein Plus verzeichneten, binnen Jahresfrist von 14,0 auf 17,1 Prozent. Auch im Verarbeitenden Gewerbe war ein positiver Trend erkennbar, während Baugewerbe und Dienstleister ihre Ertragslage nicht mehr so günstig einschätzten wie vor einem Jahr.

Handel verbessert Ertragslage

Tab. 22: Ertragslage in den Hauptwirtschaftsbereichen

■	gestiegen	stabil	gesunken
Verarb. Gewerbe	20,5 (19,1)	59,4 (59,2)	18,9 (21,1)
Bau	13,3 (17,5)	63,1 (61,0)	23,1 (20,9)
Handel	17,1 (14,0)	61,4 (60,3)	21,5 (25,3)
Dienstleistungen	24,6 (25,6)	56,8 (56,5)	18,0 (16,4)

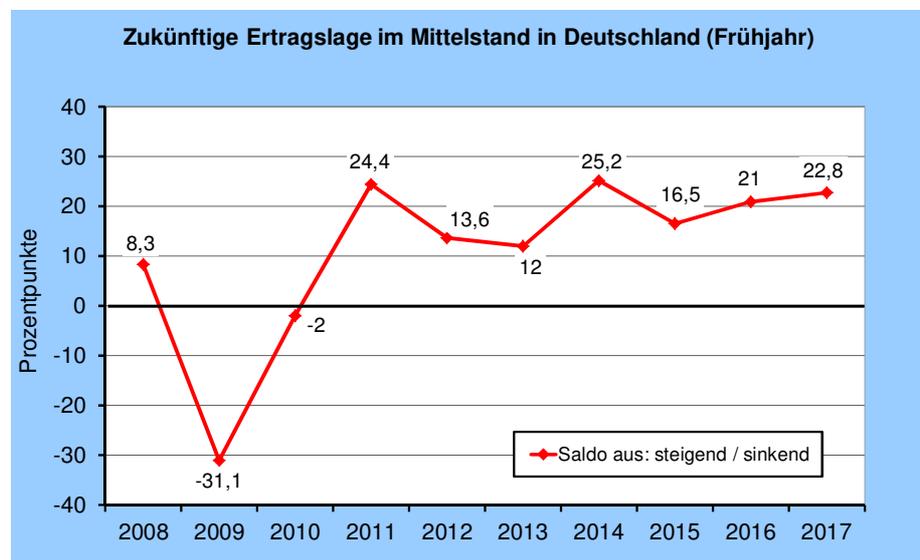
Angaben in % der Befragten, Rest o. A., () = Vorjahresangaben

Die Ertragserwartungen im Mittelstand zeugen von Optimismus. Knapp ein Drittel der Befragten (31,6 Prozent) – und damit ein höherer Anteil als in der letztjährigen Befragung – erwartet steigende Erträge. Ertragseinbußen befürchten lediglich 8,8 Prozent der Unternehmen.

Tab. 23: Zukünftige Ertragslage im Mittelstand

■	steigend	31,6 (29,3)
	stabil	59,2 (61,1)
	sinkend	8,8 (8,3)

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



Zuversichtlich blicken vor allem die Bauunternehmen in die Zukunft, gefolgt von den Dienstleistern. Etwas zurückgenommen wurde der Optimismus bei den Unternehmen aus dem Verarbeitenden Gewerbe.

Tab. 24: Ertragserwartungen in den Hauptwirtschaftsbereichen

■	steigend	stabil	sinkend
Verarb. Gewerbe	26,5 (27,4)	61,8 (61,5)	10,4 (9,0)
Bau	36,4 (30,5)	59,5 (63,3)	3,6 (5,6)
Handel	25,9 (22,7)	62,2 (63,8)	12,0 (13,1)
Dienstleistungen	35,0 (33,3)	56,2 (58,6)	8,3 (6,6)

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

3.2 Eigenkapitalsituation des Mittelstandes

Das anhaltende Zinstief an den Kapitalmärkten führt dazu, dass die mittelständischen Unternehmen ihre Finanzierung vermehrt auf Fremdkapital umstellen. Lange Zeit zeichnete sich der Mittelstand durch eine sprichwörtliche Eigenkapitalchwäche aus, im Zuge der guten Wirtschaftslage der letzten Jahre haben die Unternehmen ihre Eigenkapitaldecke aber gestärkt. Nun kehrt sich die Entwicklung ein Stückweit um; die günstigen Finanzierungsbedingungen geben dabei den Ausschlag. So werden wohl wieder mehr Investitionen fremdfinanziert und die Eigenkapitalquoten sinken entsprechend.

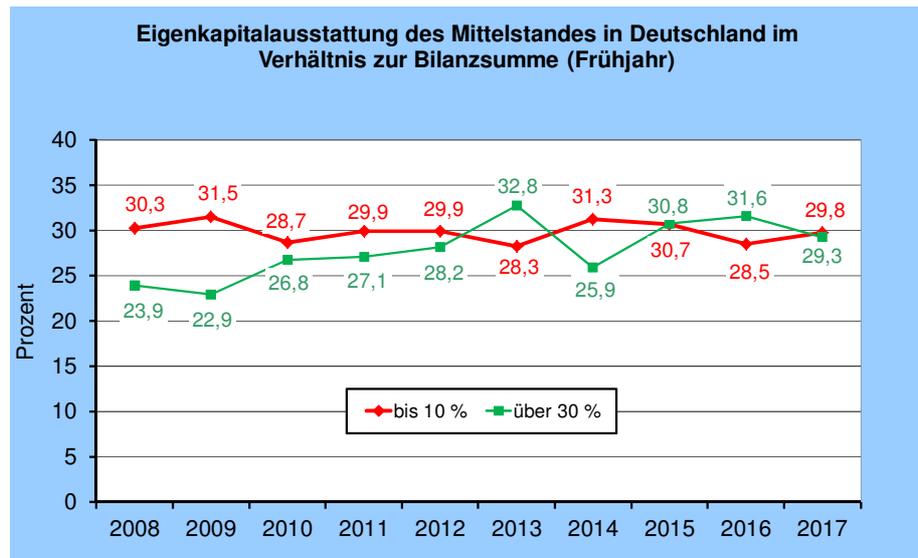
Eigenkapitalquoten sinken wieder ...

Tab. 25: Eigenkapitalausstattung des Mittelstandes im Verhältnis zur Bilanzsumme

■	bis 10%	29,8 (28,5)
	bis 20%	25,6 (23,2)
	bis 30%	15,3 (16,8)
	über 30%	29,3 (31,6)

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

Bei drei von zehn Unternehmen (29,8 Prozent) beträgt die Eigenkapitalquote weniger als 10 Prozent. Vor einem Jahr war das erst bei 28,5 Prozent der Unternehmen der Fall. Gleichzeitig verringerte sich der Anteil der Unternehmen, die über eine solide Eigenkapitalquote von über 30 Prozent verfügen. Noch vor einem Jahr meldeten 31,6 Prozent der Befragten eine solch hohe Eigenkapitalquote – diesmal sind es nur 29,3 Prozent.



... mit Ausnahme des Baugewerbes

Der Trend sinkender Eigenkapitalquoten findet sich bis auf das Baugewerbe in allen Hauptwirtschaftsbereichen. Im Verarbeitenden Gewerbe haben deutlich weniger Unternehmen als im Vorjahr eine hohe Eigenkapitalquote gemeldet. Auch im Dienstleistungsbereich findet sich diese Entwicklung – wenngleich weniger stark. Zudem erhöhte sich hier der Anteil derer, die eine sehr niedrige Eigenkapitalquote nannten.

Tab. 26: Eigenkapitalquoten in den Hauptwirtschaftsbereichen

■	bis 10%	bis 20%	bis 30%	über 30%
Verarb. Gew.	24,3 (23,5)	23,0 (21,0)	20,8 (15,4)	31,9 (40,1)
Bau	38,5 (38,7)	25,3 (25,2)	15,5 (17,2)	20,7 (19,0)
Handel	28,2 (26,2)	20,6 (22,0)	14,3 (17,8)	37,0 (34,1)
Dienstleist.	30,1 (28,8)	29,5 (24,5)	13,1 (16,9)	27,3 (29,7)

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

Das Baugewerbe dagegen zeichnet sich durch eine positive Entwicklung aus. Der Anteil schwach kapitalisierter Unternehmen nahm zumindest nicht zu, und es gab einen Zuwachs bei denjenigen Unternehmen, die eine Eigenkapitalquote von über 30 Prozent ihr Eigen nennen. Allerdings bleiben die Eigenkapitalquoten im Baugewerbe tendenziell niedriger als in den übrigen Wirtschaftsbereichen.

3.3 Zahlungsverhalten der Kunden des Mittelstandes

Der Mittelstand hat eine Sorge weniger: Die Forderungslaufzeiten sind deutlich kürzer geworden. Fast alle Befragten gaben an, dass die Kunden ihre Rechnungen in der Regel innerhalb von 30 Tagen bezahlen. Auch bei Aufträgen für die öffentliche Hand kommt das Geld schneller herein als in der Vergangenheit. Diese Entwicklung tut der Liquidität des Mittelstandes gut und ist Ausdruck sowohl der guten Wirtschaftslage – im Markt ist offenbar genügend Geld – als auch des jahrelangen Kampfes von Mittelstandsverbänden für eine schnellere Zahlungsweise.

Zahlungsmoral: Kaum noch lange Wartezeiten

Tab. 27: Forderungslaufzeiten im Mittelstand

■	private / gewerbl. Kunden	öffentliche Kunden
bis 30 Tage	95,5 (87,7)	87,2 (75,2)
bis 60 Tage	3,8 (9,2)	10,3 (18,0)
bis 90 Tage	0,2 (2,3)	0,8 (5,1)
über 90 Tage	0,6 (0,8)	1,6 (1,8)

Angaben in % der Befragten, () = Vorjahresangaben

Tab. 28: Durchschnittliche Forderungsausfälle des Mittelstandes in Prozent zum Umsatz

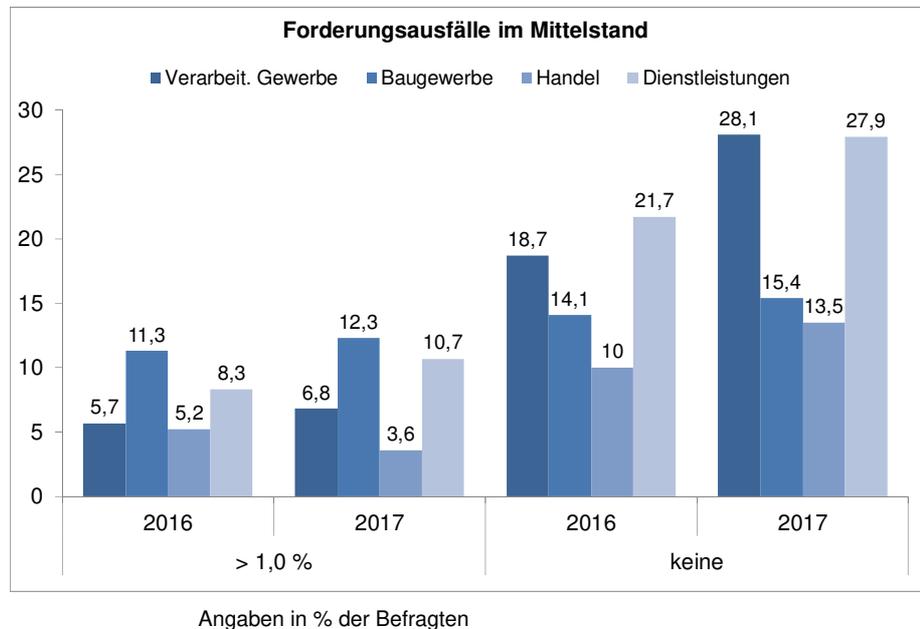
■	bis 0,1%	37,8 (41,8)
	bis 1,0%	29,5 (31,0)
	über 1,0%	8,7 (7,5)
	keine Verluste	22,9 (17,5)

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

Die Verbesserungen beim Zahlungsverhalten machen sich bei den Forderungsverlusten positiv bemerkbar. 22,9 Prozent der Befragten gaben an, gar keine Forderungsausfälle gehabt zu haben. Das ist ein deutlich höherer Anteil als vor einem Jahr (17,5 Prozent). Allerdings blieben Forderungsausfälle nicht gänzlich aus. 8,7 Prozent der Unternehmen berichteten von größeren Ausfällen, die 1,0 Prozent des Jahresumsatzes überstiegen. Im Dienstleistungsgewerbe und im Baugewerbe

Es geht auch ohne Forderungsausfälle

war dieser Anteil überdurchschnittlich hoch und ist zudem im Vergleich zum vergangenen Jahr leicht angestiegen. Gleichzeitig haben viele Dienstleister aber überhaupt keine Zahlungsausfälle erlitten. Hier verstärkte sich der Positivtrend, wie auch im Verarbeitenden Gewerbe.



■ 4 Digitalisierung und Wirtschaft 4.0

Der digitale Wandel bleibt einer der Megatrends der kommenden Jahre. Die Zahl der Initiativen, Veranstaltungen und Publikationen zu diesem Thema ist mittlerweile stark angewachsen. Auch im Mittelstand erhält die Digitalisierung mehr und mehr Beachtung – zudem auch die Politik das Thema auf die Tagesordnung gesetzt hat und beispielsweise im Handwerk ein Kompetenzzentrum fördert und mit „go digital“ ein breites Informations- und Beratungsangebot bereitstellt.

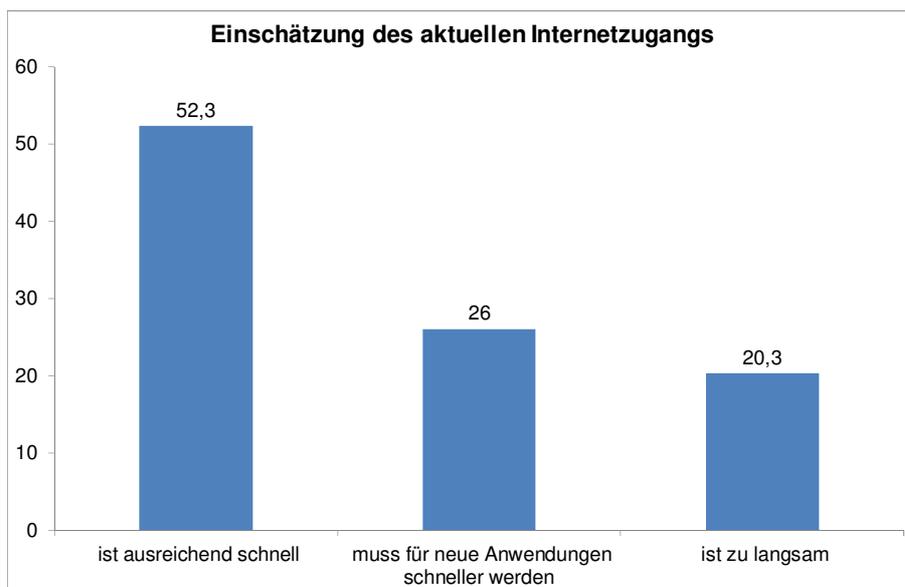
Bei so viel Aufmerksamkeit ist die Frage zu stellen: Wie „digital“ ist der deutsche Mittelstand bereits? Hierbei ist zu unterscheiden – einerseits in die Infrastruktur, sprich der Verfügbarkeit von schnellem Internet und IT-Technik, und andererseits in die digitale Transformation in den Unternehmen selbst (Stichwort: Wirtschaft 4.0) sowie das entsprechende IT-Dienstleistungsumfeld. Da-

Ist der Mittelstand fit für den digitalen Wandel?

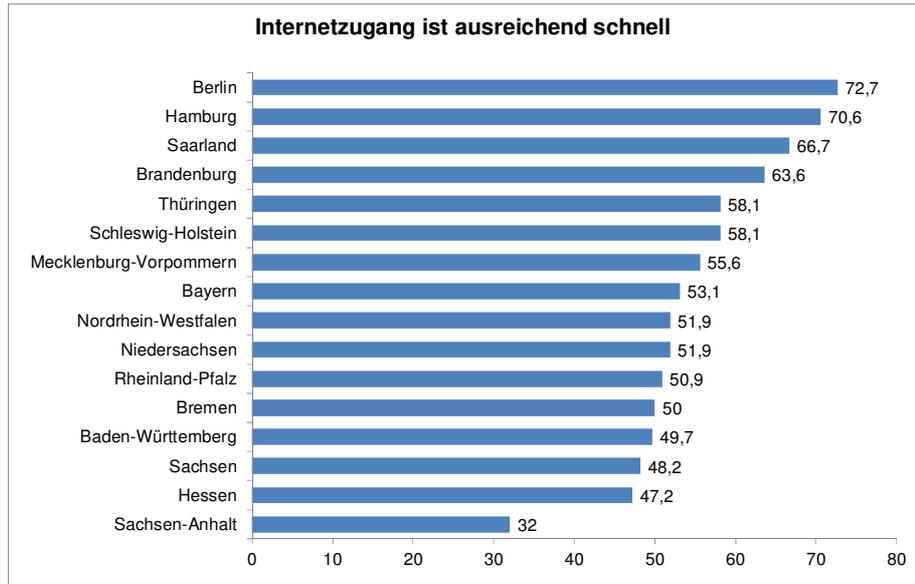
bei soll im Fokus stehen, ob und wie die mittelständischen Unternehmen bereits digitale Technologien nutzen und in welchen Bereichen diese typischerweise eingesetzt werden. Schließlich wird die Frage gestellt, welche Chancen und Herausforderungen der Mittelstand mit dem digitalen Wandel der Wirtschaft verbindet.

Zunächst zeigt sich im Bereich der Internetinfrastruktur durchaus Nachholbedarf, auch bei Bund und Ländern. Erst gut die Hälfte der befragten Unternehmen (52,3 Prozent) bewertet die aktuelle Internetanbindung als ausreichend schnell. Ein weiteres Viertel (26,0 Prozent) sagt, dass die Bandbreite für neue Anwendungen schneller sein müsste und jeder fünfte Befragte (20,3 Prozent) schätzte den Internetzugang generell als zu langsam ein.

Jeder Fünfte durch lahmes Internet gebremst



Angaben in % der Befragten, Rest o. A.



Angaben in % der Befragten

In Berlin und Hamburg wird der aktuelle Internetzugang meist als ausreichend schnell bewertet. In ländlichen Regionen fällt das Urteil der Mittelständler dagegen schlechter aus – da ist besonders für künftige Anwendungen noch Luft nach oben.

Die verfügbare IT-Technik in den mittelständischen Unternehmen ist geprägt von stationären PCs (96,3 Prozent der Befragten) und mobilen Endgeräten wie Smartphone oder Tablet (86,5 Prozent). Über computergesteuerte Maschinen wie beispielsweise CNC-Maschinen verfügen bereits 12,8 Prozent der Befragten, wobei die Verbreitung in den Bereichen des produzierenden Gewerbes noch deutlich höher ist (36,1 Prozent im Verarbeitenden Gewerbe) sowie tendenziell auch bei größeren Mittelständlern. Neuere Technologien am Beispiel eines 3D-Druckers werden derzeit noch selten genutzt – im gesamten Mittelstand von 3,7 Prozent der Befragten, im Verarbeitenden Gewerbe von immerhin 8,0 Prozent. Etwa jedes zehnte befragte Unternehmen verfügt über sonstige elektronische Geräte.

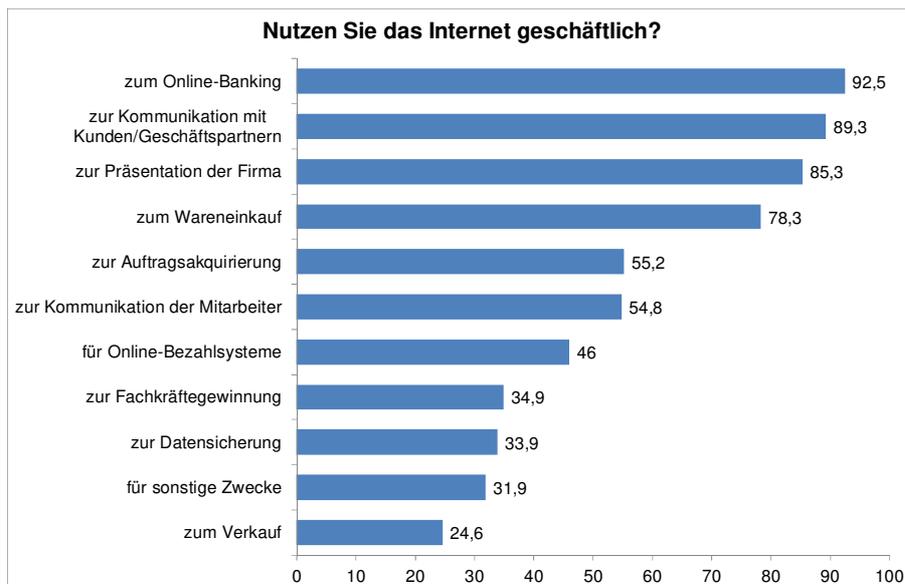
**Computergestützte Fertigung
im Verarbeitenden Gewerbe
verbreitet**

Das Internet ist für geschäftliche Prozesse im Mittelstand schon jetzt nicht mehr wegzudenken. Die befragten Unternehmen nutzen es vorrangig zur

Internet zur Kommunikation und für Bankgeschäfte

Kommunikation mit Geschäftspartnern und Kunden (89,3 Prozent der Befragten), für das Online-Banking (92,5 Prozent) sowie zur öffentlichkeitswirksamen Präsentation der Firma (85,3 Prozent).

Jeder zweite Befragte (54,8 Prozent) verwendet das Internet zur unternehmensinternen Kommunikation der Mitarbeiter – bei größeren Unternehmen aus dem Mittelstand ist der Anteil noch höher. Ebenfalls gut die Hälfte (55,2 Prozent) setzt zur Auftragsakquise das Internet ein. Hierbei gibt es allerdings Unterschiede in der Verbreitung je nach Branche. Führend ist in dieser Hinsicht der Handel (vor allem der Großhandel) gefolgt vom Dienstleistungsgewerbe, wogegen das Baugewerbe Auftragsakquise meist noch traditionell betreibt.



Angaben in % der Befragten, Mehrfachnennungen möglich

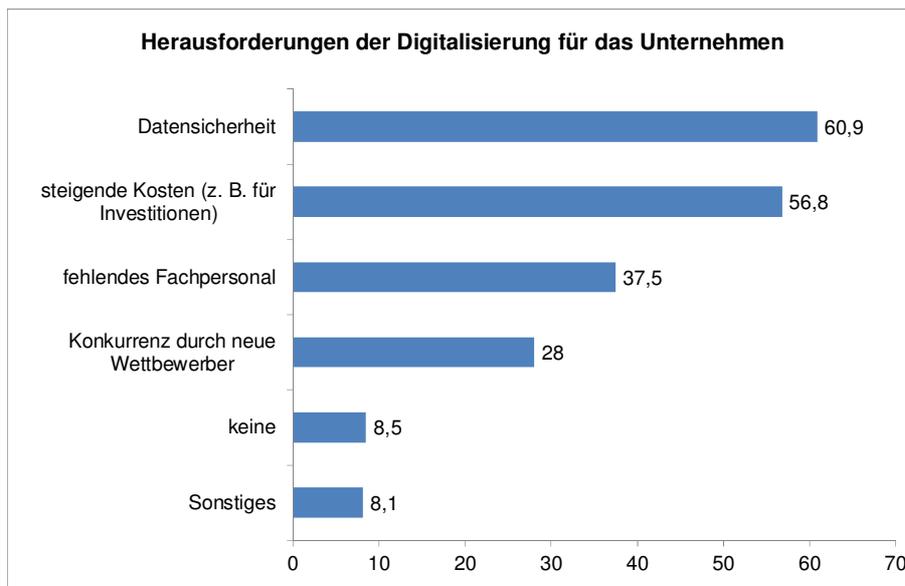
Zum Wareneinkauf ist das Internet im Mittelstand bereits Alltag. So haben 78,3 Prozent der befragten Unternehmen angegeben, für Bestellungen von Material etc. das Internet zu nutzen. Vorn liegt hierbei das Verarbeitende Gewerbe, knapp gefolgt vom Handel. Zum Absatz von Produkten und Dienstleistungen, zum Beispiel über einen Webshop, wird das Internet dagegen weniger häufig eingesetzt (24,6 Prozent der Befragten). Im Handel ist aber bereits jeder Zweite (49,4 Prozent)

Materialeinkauf wichtiger als Absatz

Herausforderung digitaler Wandel

„online“, im Baugewerbe sind es verständlicherweise nur sehr wenige. Die bekannten Internetplattformen finden im Mittelstand keine größere Verwendung. Knapp jeder Achte (11,7 Prozent) bietet seine Leistungen und Produkte darüber an, zumeist aber nicht hauptsächlich. Weiterhin nutzen die Mittelständler das Internet zur Fachkräftegewinnung (34,9 Prozent) und zur Datensicherung (33,9 Prozent). In größeren Unternehmen ist die Online-Personalakquise bereits sehr weit verbreitet.

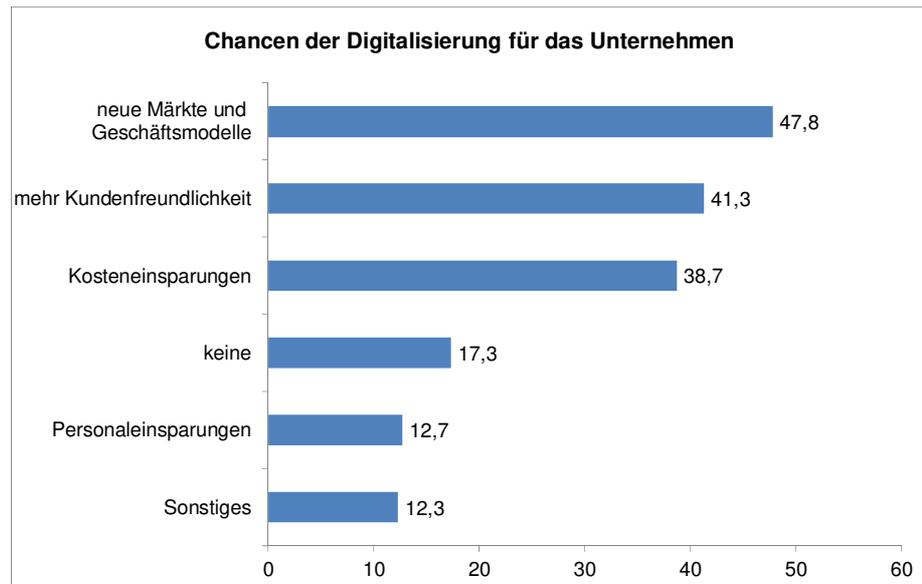
Welche Herausforderungen sieht der Mittelstand im Zuge der Digitalisierung auf sich zukommen? An erster Stelle bei den Unternehmen steht das Thema Datensicherheit (60,9 Prozent der Befragten), dicht gefolgt von steigenden Kosten infolge der damit verbundenen Investitionen (56,8 Prozent). Dabei rechnen insbesondere Wirtschaftsbereiche mit Mehrausgaben, in denen die Digitalisierung vorrangig greifen dürfte, wie der Handel und das Verarbeitende Gewerbe sowie auch größere Mittelständler ab 50 Beschäftigten. 37,5 Prozent der Befragten sehen es als Herausforderung an, das passende Fachpersonal zu finden, um den digitalen Wandel zu meistern. Nur 28,0 Prozent befürchten neue Konkurrenz und Nachfrageeinbußen. Im Handel (48,6 Prozent der Befragten) – insbesondere im Einzelhandel – ist die Sorge allerdings erheblich stärker verbreitet. Lediglich 8,5 Prozent der befragten Unternehmen rechnen im Zuge des digitalen Wandels nicht mit Herausforderungen an das eigene Unternehmen.



Angaben in % der Befragten, Mehrfachnennungen möglich

Die Chancen der digitalen Transformation werden vom Mittelstand vergleichsweise stark betont. Fast jeder zweite Befragte (47,8 Prozent) erwartet für sein Unternehmen neue Geschäftsmodelle und die Erschließung neuer Märkte. Hierbei ist es wiederum der Handel, der am optimistischsten ist (62,5 Prozent der Befragten). Auch als Treibstoff und Chance für mehr Kundenfreundlichkeit (41,3 Prozent) und Kosteneinsparungen (38,7 Prozent) sehen viele Mittelständler die Digitalisierung. Personaleinsparungen erwartet jeder achte Befragte (12,7 Prozent). Etwa jeder Sechste (17,3 Prozent) glaubt, dass mit der Digitalisierung keinerlei Chancen für sein Unternehmen verbunden sind. Das sind meist kleinere Betriebe mit weniger als 20 Beschäftigten.

Mittelstand sieht Digitalisierung als Chance



Angaben in % der Befragten, Mehrfachnennungen möglich

■ 5 Zusammenfassung

Im deutschen Mittelstand herrscht weiterhin ein positives Stimmungsbild vor. Der Creditreform Geschäftsklimaindex zeigt im Frühjahr 2017 einen stabilen Verlauf und erreichte 21,8 Punkte – nach 21,7 Punkten vor einem Jahr. Gleichwohl hat der Teilindex, der die aktuelle Geschäftslage symbolisiert, leicht nachgegeben (von 10,9 auf 10,3 Punkte), während die Geschäftserwartungen im Mittelstand nochmals freundlicher ausfielen als vor Jahresfrist (plus 1,0 Zähler auf 34,0 Punkte) und ein Zehn-Jahres-Hoch erreichten.

Die befragten Unternehmen berichteten über ein stabiles Auftragsplus. 30,2 Prozent der Mittelständler (Vorjahr: 29,4 Prozent) meldeten gestiegene Auftragseingänge, während etwa jeder Sechste (17,3 Prozent) einen Rückgang verzeichnete (Vorjahr: 16,3 Prozent). Der weiteren Auftragsentwicklung sehen die Mittelständler optimistisch entgegen. 38,4 Prozent – und damit ähnlich viele wie im Vorjahr (38,3 Prozent) – rechnen mit steigenden Auftragseingängen. Lediglich 5,2 Prozent befürchten Einbußen. Am optimistischsten ist das Baugewerbe.

Die Umsätze im Mittelstand entwickelten sich im vergangenen halben Jahr erneut positiv, eine weitere Belebung blieb aber aus. 28,1 Prozent der Befragten meldeten Umsatzsteigerungen (Vorjahr: 28,5 Prozent) und jeder Fünfte (19,9 Prozent) verzeichnete ein Minus. Die Umsatzerwartungen zeugen von ungebrochener Zuversicht in die Fortsetzung der guten Wirtschaftslage. So rechnen 42,8 Prozent der Befragten mit einem Umsatzplus (Vorjahr: 42,5 Prozent). Baugewerbe und Dienstleister führen die Gruppe der Optimisten an.

Für ihre Produkte und Dienstleistungen verlangen die mittelständischen Unternehmen mittlerweile mehr Geld. 27,3 Prozent der Befragten haben in den zurückliegenden Monaten bereits die Preise angehoben. Ein deutliches Plus gab es im Baugewerbe. Der Handel hat seinerseits kaum noch zu Rabatten gegriffen. In den kommenden Monaten ist eine weitere Erhöhung der Angebotspreise wahrscheinlich. 25,7 Prozent und damit jeder vierte Befragte plant Preiserhöhungen (Vorjahr: 18,9 Prozent).

Der Beschäftigungsaufbau im Mittelstand hat sich im Winterhalbjahr 2016/17 fortgesetzt. Gut jedes vierte Unternehmen (25,2 Prozent) hat das Personal aufgestockt. Das war ein etwas höherer Anteil als im Vorjahr. Jeder Zehnte (10,3 Prozent) meldete einen Personalabbau. Das Verarbeitende Gewerbe zeigte sich zurückhaltender als im Vorjahr. Der Expansionsdrang im Mittelstand ist ungebrochen. Drei von zehn Unternehmen (29,5 Prozent) planen, die Zahl der Beschäftigten zu erhöhen, während nur einer von zwanzig Befragten (5,0 Prozent) Stellen abbauen will. In allen Wirtschaftsbereichen erhöhte sich der Anteil der Unternehmen, die das Personal aufstocken wollen.

Die Investitionsbereitschaft ist etwas zurückgegangen, liegt aber nach wie über dem Durchschnitt der letzten zehn Jahre. Derzeit planen 56,3 Prozent der Befragten ein Investitionsvorhaben

(Vorjahr: 58,1 Prozent), wobei etwas stärker als im Vorjahr Erweiterungsabsichten geäußert werden. Im Verarbeitenden Gewerbe ist der Anteil der Unternehmen mit Investitionsabsichten jedoch auf den niedrigsten Stand seit sieben Jahren gefallen. Der Handel will indes mehr investieren als zuletzt.

Die Ertragslage im Mittelstand war zuletzt gleichbleibend gut. Ein Fünftel der Befragten (20,3 Prozent) verbuchte einen höheren Gewinn. Fast ebenso viele (19,8 Prozent) mussten Abschläge hinnehmen. Gebessert hat sich die Ertragslage im Handel. Die weiteren Ertragserwartungen sind etwas optimistischer als vor Jahresfrist.

Im Mittelstand sind die Eigenkapitalquoten nach einigen Jahren der stetigen Verbesserung zuletzt wieder gesunken. Da die Unternehmen das derzeit günstige Zinsumfeld nutzten und offenbar Investitionen vermehrt mit Fremdkapital finanzierten, weisen nur noch 29,3 Prozent der Befragten eine solide Eigenkapitalquote von über 30 Prozent auf. Im Vorjahr war das noch bei 31,6 Prozent der Unternehmen der Fall. Bei drei von zehn Unternehmen (29,8 Prozent) beträgt die Eigenkapitalquote sogar weniger als 10 Prozent. Allein das Baugewerbe zeichnet sich durch eine positive Entwicklung aus.

Weiter verkürzt haben sich die Forderungslaufzeiten und der Mittelstand kommt schneller an sein Geld. In der Regel zahlt der Kunde innerhalb von 30 Tagen; das gilt mittlerweile auch für die öffentliche Hand. Forderungsausfälle waren seltener als in den Vorjahren. 22,9 Prozent der Befragten wiesen keinerlei Ausfälle auf (Vorjahr: 17,5 Prozent), 8,7 Prozent hatten aber größere Forderungsverluste hinzunehmen. Baugewerbe und Dienstleister waren hiervon vergleichsweise stark betroffen.

Der digitale Wandel als Megatrend hat den Mittelstand längst erreicht. Die Unternehmen nutzen bereits eine umfangreiche technische Ausstattung, um digitale Geschäftsprozesse im Unter-

nehmen zu implementieren. Computer und mobile Geräte sind selbstverständlich, genauso wie die Online-Kommunikation mit Kunden und Geschäftspartnern oder Bankgeschäfte via Internet. Teilweise setzt der Mittelstand rechnergesteuerte Maschinen oder 3D-Drucker ein. Nachholbedarf sieht der Mittelstand bei der Breitbandinfrastruktur in Deutschland. Nur gut die Hälfte der Befragten (52,3 Prozent) bezeichnete die aktuelle Internetanbindung als ausreichend schnell. Meist zufrieden sind aber die Unternehmen in den Stadtstaaten.

Der Mittelstand nutzt bereits die Möglichkeiten, die die Digitalisierung mit sich bringt. So wird der Waren- und Materialeinkauf mittlerweile bereits häufig per Internet erledigt. Dagegen ist der Absatz über Online-Kanäle meist noch nicht so verbreitet (24,6 Prozent der Befragten). Im Handel ist aber bereits jeder Zweite „online“. Auch zur Fachkräftegewinnung sowie zur Sicherung von Unternehmensdaten setzt der Mittelstand auf das World Wide Web.

Als Herausforderungen der Digitalisierung sehen die befragten Unternehmen neben der Datensicherheit (60,9 Prozent) vor allem die Kosten der digitalen Transformation (56,8 Prozent). Nur 28,0 Prozent der Befragten befürchten neue Wettbewerber. Die überwiegende Mehrheit der Befragten rechnet sich im Zuge der Digitalisierung durchaus Chancen aus. So erwarten die Unternehmen neue Geschäftsmodelle (47,8 Prozent der Befragten), gefolgt von mehr Kundenfreundlichkeit (41,3 Prozent) und Kosteneinsparungen (38,7 Prozent).

■ 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 klei-

ner und mittlerer Unternehmen ist darüber hinaus die „Personaleinheit“ von Geschäftsführer und Inhaber. Bei der Selektion der für diese Umfrage repräsentativen Unternehmen wurde auf dieses Merkmal geachtet. Weiterhin wurde darauf geachtet, dass keine Tochterunternehmen von Großunternehmen erscheinen.

Tab. 29: Anzahl der befragten Unternehmen

■	Verarbeitendes Gewerbe	249
	Bau	195
	Handel	251
	Dienstleistungen	505
	Gesamt	1.200

An der Befragung, die im März 2017 durchgeführt wurde, haben sich folgende Branchen beteiligt:

Verarbeitendes Gewerbe

- Chemische Industrie (einschl. Kunststoff-, Gummi- und Asbestverarbeitung)
- Gewinnung und Verarbeitung von Steinen und Erden; Feinkeramik und Glasgewerbe
- Eisen- und NE-Metallerzeugung, 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

Großhandel

- Investitionsgüter
- Konsumgüter

Einzelhandel

- Gebrauchsgüter
- Verbrauchsgüter

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. 30: Rechtsformen der befragten Unternehmen

■	Einzelkaufmann	15,9
	OHG	0,8
	KG	1,0
	GmbH & Co. KG	15,3
	GmbH	60,9
	AG	2,1
	Sonstige	3,7

Angaben in % der Befragten, Rest o. A.

Tab. 31: Anzahl der Beschäftigten

■	1 – 5 Personen	19,6
	6 – 10 Personen	16,3
	11 – 20 Personen	20,7
	21 – 50 Personen	21,6
	51 – 100 Personen	12,2
	101 – 250 Personen	6,6
	251 – 500 Personen	2,5

Angaben in % der Befragten, Rest o. A.

Tab. 32: Sitz des Unternehmens

■	Baden-Württemberg	15,6
	Bayern	14,8
	Bremen	0,5
	Hamburg	2,8
	Hessen	11,8
	Niedersachsen	8,7
	Nordrhein-Westfalen	22,2
	Rheinland-Pfalz	4,6
	Saarland	1,0
	Schleswig-Holstein	3,6
	Berlin	1,8
	Brandenburg	1,8
	Mecklenburg-Vorpommern	1,5
	Sachsen	4,7
	Sachsen-Anhalt	2,1
	Thüringen	2,6

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

Alle Rechte vorbehalten

© 2017, 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, 12. April 2017

