

2014

Finanzstark, energiebewusst, standortsensibel

Unternehmensbefragung



Bank aus Verantwortung

Impressum

Herausgeber
KfW Bankengruppe
Palmengartenstraße 5-9
60325 Frankfurt am Main
Telefon 069 7431-0
Telefax 069 7431-2944
www.kfw.de

Redaktion
KfW Bankengruppe
Abteilung Volkswirtschaft

Autor
Dr. Volker Zimmermann
Telefon 069 7431-3725

ISSN 1867-1500

Frankfurt am Main, Juni 2014

Inhaltsverzeichnis

Zusammenfassung	3
1. Die Umfrage	7
2. Finanzierungsklima	9
2.1 Kreditaufnahmebedingungen	9
2.2 Ursachen für Erschwernisse der Kreditaufnahme	14
3. Finanzkennziffern und Ratingnote	19
3.1 Umsatzrendite	19
3.2 Entwicklung der Eigenkapitalquote	21
3.3 Ratingnote	23
4. Investitions- und Betriebsmittelfinanzierung	29
4.1 Kreditfinanzierte Investitionen	29
4.2 Ablehnung von Investitionskrediten	31
4.3 Betriebsmittel- und Auftragsfinanzierung	36
5. Investitionen in Energieeffizienz	43
5.1 Maßnahmen zur Senkung der Energiekosten bzw. zur Erhöhung der Energieeffizienz	43
5.2 Hemmnisse bei der Umsetzung von Energiekostensenkungs- und Energieeffizienzmaßnahmen	46
6. Bewertung der Region als Wirtschaftsstandort	51
6.1 Gesamtzufriedenheit mit der Region als Wirtschaftsstandort	51
6.2 Beurteilung und Bedeutung einzelner Standortfaktoren	53
6.3 Standortfaktoren in der Beurteilung einzelner Unternehmensgruppen	56
Literatur	61
7. Anhang	63
7.1 Struktur des Samples	63
7.2 Erläuterungen zur Methodik	64
7.3 Ergebnisgrafiken und Regressionstabellen	67
7.4 Teilnehmende Verbände	81

Zusammenfassung

Finanzierungssituation

Die Unternehmen konnten im vergangenen Jahr ihre Finanzkraft weiter stärken: Die konjunkturelle Trendwende führte zu einem Anstieg der Profitabilität. Auch die Eigenkapitalquoten entwickelten sich positiv. Gleichzeitig ist die Investitionstätigkeit im zweiten Jahr in Folge geschrumpft. Vor diesem Hintergrund ist die Finanzierungssituation der Unternehmen besser denn je. Große und kleine Unternehmen beurteilen das Finanzierungsklima sogar noch besser als in den Boomjahren vor der 2008/09er-Krise. Der gute Zugang zu Fremdmitteln gilt sowohl für die Investitions- als auch für die Betriebsmittel- und Auftragsfinanzierung. Nicht zuletzt dürfte zur positiven Beurteilung des Finanzierungsklimas auch beigetragen haben, dass viele Unternehmen aufgrund ihrer Finanzkraft heute weniger von Bankkrediten abhängig sind als früher. Dennoch: Kleine und junge Unternehmen berichten häufiger über Schwierigkeiten beim Kreditzugang. Gravierende Restriktionen – wie Probleme, ausreichend Sicherheiten zu stellen oder Kreditlehnungen – konzentrieren sich nach wie vor auf diese beiden Unternehmensgruppen. Die Ergebnisse im Einzelnen:

1. Die Finanzierungssituation der Unternehmen hat sich in den zurückliegenden zwölf Monaten nochmals verbessert. Der Anteil der Unternehmen mit gestiegenen Schwierigkeiten bei der Kreditaufnahme ist gegenüber dem Vorjahr um 4 Prozentpunkte auf 18 % gesunken. Der Anteil der Unternehmen, der Erleichterungen meldet, blieb unverändert (9 %).
2. Kleine Unternehmen (weniger als 1 Mio. EUR Umsatz) melden beinahe 4-mal so häufig Erschwernisse beim Kreditzugang, als Unternehmen mit über 50 Mio. EUR Umsatz (28 %). Auch junge Unternehmen (jünger als sechs Jahre) sind betroffen: 24 % berichten von gestiegenen Schwierigkeiten beim Kreditzugang. Die strukturellen Probleme kleiner sowie junger Unternehmen bei der Kreditaufnahme bleiben bestehen.
3. Haupterschwernisse beim Kreditzugang sind der gestiegene Informationsbedarf der Kreditinstitute (Dokumentation von Vorhaben bzw. Offenlegung von Geschäftszahlen und -strategien sowie höhere geforderte Sicherheiten (jeweils knapp 80 %). Die unverändert hohe Risikosensitivität der Kreditinstitute gilt gegenüber (fast) allen Kundengruppen. Einzige Ausnahme: gestiegene Sicherheitsanforderungen melden vor allem kleine Unternehmen.
4. Probleme, überhaupt noch einen Kredit zu bekommen, werden mit 47 % etwas häufiger als im Vorjahr als Grund für einen erschwerten Kreditzugang genannt. Bei kleinen Unternehmen (Umsatz bis 1 Mio. EUR) steht der grundsätzliche Kreditzugang mit 60 % mehr als 7-mal so häufig infrage wie bei Unternehmen mit mehr als 50 Mio. EUR Umsatz. Junge Unternehmen melden diesen Erschwernisgrund sogar zu 69 %.

5. Das gute Finanzierungsklima stützt sich auf die positive Entwicklung der Finanzkennziffern: Die Umsatzrenditen ziehen leicht an: 33 % der befragten Unternehmen berichten von Verbesserungen der Umsatzrendite (+2 Prozentpunkte im Vergleich zum Vorjahr). Nur 25 % melden Verschlechterungen (-3 Prozentpunkte im Vergleich zum Vorjahr).
6. Auch die Eigenkapitalquoten entwickeln sich mit einem Saldo von 26 Punkten weiterhin positiv. Gegenüber dem Vorjahr bedeutet dies jedoch ein Rückgang des Saldenwerts um 3 Punkte.
7. Die Ratingnoten verbessern sich entsprechend weniger dynamisch. Der Saldo verringert sich um einen Punkt auf 14 Saldenpunkte.
8. 44 % der Unternehmen, die Investitionen planen, haben dazu einen Kredit beantragt. Jedem fünften Unternehmen wurde der Kredit nicht gewährt. Der Rückgang um 5 Prozentpunkte unterstreicht die derzeitige günstige Situation beim Kreditzugang. Kleine Unternehmen (weniger als 1 Mio. EUR Umsatz) berichten mehr als 5-mal und junge Unternehmen mehr als 6-mal so häufig von einer Ablehnung eines Kreditwunsches als große Unternehmen (mehr als 50 Mio. EUR Umsatz). Dennoch ist zu betonen, dass sich die Schere zwischen großen einerseits sowie kleinen und jungen Unternehmen andererseits deutlich verringert hat.
9. Bei der Betriebsmittel- und Auftragsfinanzierung sind interne Mittel die mit Abstand bedeutendste Finanzierungsquelle (73 % „wichtig“-Nennungen). Kreditlinien und Kontokorrentkredite (56 %), Lieferantenkredite (36 %) sowie Anzahlungen von Kunden (33 %) rangieren deutlich dahinter.
10. 40 % der Unternehmen geben an, dass Betriebsmittel- und Auftragsfinanzierungen leicht zu erhalten seien; lediglich 18 % bezeichnen den Zugang als schwierig. Auch hier bewerten kleine und junge Unternehmen ihren Zugang deutlich negativer als andere Unternehmen.

Investitionen in Energieeffizienz

Mit dem Ziel einer nachhaltigen Energieversorgung hat die Bundesregierung die Energiewende eingeleitet. Investitionen in eine effiziente Energienutzung stellen jedoch nicht nur einen wichtigen Beitrag zur Erreichung der ambitionierten Klimaschutzziele dar, sondern bilden auch einen Baustein bei der Sicherung der internationalen Wettbewerbsfähigkeit und damit des Standorts Deutschland.

Bei der Umsetzung der energie- und klimapolitischen Ziele sind die Unternehmen auf einem guten Weg. Viele Unternehmen setzen Energieeffizienzmaßnahmen bereits um. Das Potenzial ist jedoch bei weitem nicht ausgeschöpft. Bremsend wirkt sich aus, dass in der Unternehmenspraxis in der Regel kurze Kapitalrücklaufzeiten für getätigte Investitionen verlangt

werden. Energieeinsparinvestitionen mit längerer Kapitalbindungsdauer werden daher – trotz positiver Verzinsung des eingesetzten Kapitals – häufiger nicht umgesetzt. Darüber hinaus sind Informationsdefizite und Finanzierungsschwierigkeiten bedeutende Investitionshemmnisse. Die Ergebnisse im Einzelnen:

11. 49 % der Unternehmen haben in den zurückliegenden drei Jahren Maßnahmen zur Senkung der Energiekosten bzw. zur Erhöhung der Energieeffizienz umgesetzt oder sind gerade dabei, solche Maßnahmen umzusetzen. In 18 % der Unternehmen sind Maßnahmen geplant, aber noch nicht umgesetzt. Mit 71 % (Maßnahmen umgesetzt / in Umsetzung) bzw. 20 % (Planer) sind vor allem größere Unternehmen aktiv.
12. Informationsdefizite verhindern Energieeffizienzmaßnahmen: knapp ein Viertel der Unternehmen räumt fehlendes Wissen über Einsparmöglichkeiten als Hemmnis bei der Umsetzung ein; 17 % der Unternehmen haben mögliche Maßnahmen noch gar nicht untersucht. Fast ein Drittel der Unternehmen verfügt nicht über das entsprechende Personal um Energieeffizienzmaßnahmen zu konzipieren und umzusetzen.
13. Für 29 % der Unternehmen verhindert auch der Mangel an Finanzierungsquellen Investitionen in Energieeffizienz. Für kleine und junge Unternehmen sind Finanzierungsschwierigkeiten das am zweithäufigsten genannte Hemmnis. Größtes Problem für die Umsetzung von Energieeffizienzmaßnahmen ist die Erwartung, dass sich Energieeinsparmaßnahmen in kurzer Zeit amortisieren (55 %).

Bewertung der Region als Wirtschaftsstandort

Für den Betriebserfolg ist das regionale Umfeld von großer Bedeutung. Gleichzeitig profitieren Regionen vom wirtschaftlichen Erfolg der ansässigen Unternehmen. Um einen Wirtschaftsstandort weiterentwickeln zu können, müssen die relevanten Standortfaktoren identifiziert und bewertet werden.

Die Unternehmen haben eine differenzierte Meinung dazu, welche Standortfaktoren für ihre Region sprechen und welche einen attraktiven Wirtschaftsstandort ausmachen. Erfreulich ist, dass die Mehrheit der Unternehmen ihren Unternehmensstandort positiv bewertet. Für die Standortqualität maßgeblich sind die Arbeitsmarktsituation, die Infrastruktur und die Zusammenarbeit mit anderen Akteuren. Kostenfaktoren werden von den Unternehmen typischerweise am negativsten bewertet. Für die Zufriedenheit mit ihrer Region als Wirtschaftsstandort hat dies in der Regel jedoch keine Auswirkung. Die Ergebnisse im Einzelnen:

14. 60 % der Unternehmen sind mit ihrer Region als Wirtschaftsstandort zufrieden. Große Unternehmen sind zufriedener als Kleine. Am positivsten bewerten Unternehmen aus Baden-Württemberg, Berlin, Hamburg, Hessen und Bayern das regionale Umfeld.

15. Die Attraktivität eines Standorts hängt vor allem von der Verfügbarkeit von Fachkräften (Rang 1) und der Qualität der Verkehrsinfrastruktur (Rang 2) ab. Auch Vernetzungsmöglichkeiten spielen eine wichtige Rolle: Nähe zu Zulieferern und Kunden (Rang 4), Kooperationsmöglichkeiten mit anderen Unternehmen (Rang 5) sowie die Zusammenarbeit mit Behörden (Rang 7) und Kreditinstituten (Rang 9) vor Ort sind für die Standortqualität mit entscheidend.
16. Dagegen kann für die meisten Kostenfaktoren – wie Löhne, Wasserver- und -entsorgung, Abfallentsorgung sowie kommunale Steuern und Abgaben – kein Einfluss auf die Standortwertschätzung ermittelt werden. Eine Ausnahme bilden hierbei die Energiekosten (Rang 6). Dies unterstreicht die hohe Bedeutung, die Unternehmen den Energiekosten beimessen.

Die Befragung wurde aktuell zum dreizehnten Mal unter Unternehmen aller Größenklassen, Branchen, Rechtsformen und Regionen durchgeführt. An der Erhebung nahmen insgesamt 26 Fach- und Regionalverbände der Wirtschaft teil. Sie erfolgte zeitnah im ersten Quartal 2014.

1. Die Umfrage

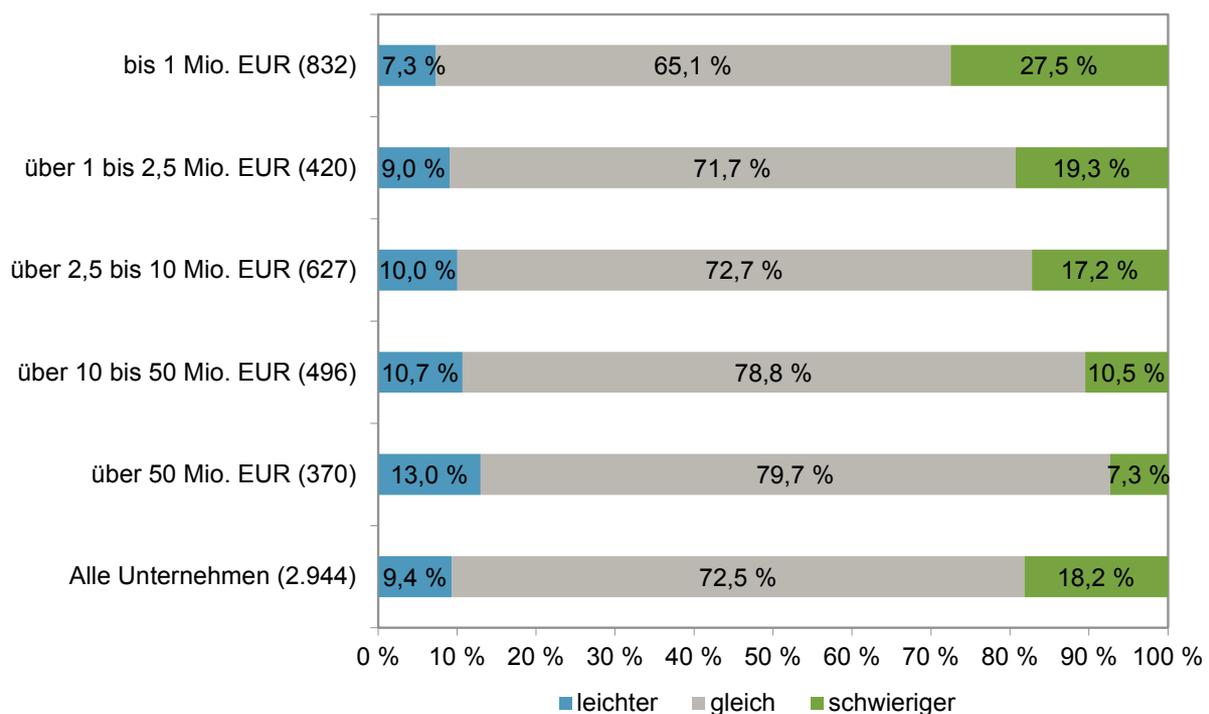
Seit 2001 führt die KfW Bankengruppe gemeinsam mit Fach- und Regionalverbänden der Wirtschaft eine Befragung von Unternehmen zu ihrer Finanzierungssituation und ihren Finanzierungsgewohnheiten durch. Das deutsche Finanzsystem ist traditionell stark bankenorientiert; Bankkredite spielen in der Unternehmensfinanzierung nach wie vor eine wichtige Rolle. Ziel der gemeinsamen Untersuchung ist es, durch aktuelle Fakten und Einschätzungen insbesondere auf den Problemfeldern der Themenkreise Bankbeziehung, Kreditbedingungen und Finanzierungsgewohnheiten zu einer versachlichten Diskussion beizutragen. Die langfristige Betrachtung erlaubt es, externe Einflüsse auf die Unternehmensfinanzierung – wie das konjunkturelle Umfeld und der strukturelle Wandel auf den Finanzmärkten – zu ermitteln sowie Konsequenzen und Perspektiven für die Unternehmensfinanzierung aufzuzeigen. In der diesjährigen Befragung wurde darüber hinaus neben der Umsetzung von Energieeffizienzmaßnahmen und den dabei auftretenden Hemmnissen auch erfragt, wie Unternehmen ihre Region und einzelne Standortfaktoren bewerten und was in ihren Augen einen attraktiven Wirtschaftsstandort ausmacht.

An der aktuellen, im Zeitraum von Dezember 2013 bis Mitte März 2014 schriftlich durchgeführten Erhebung nahmen knapp 3.400 Unternehmen aus insgesamt 26 Fach- und Regionalverbänden der Wirtschaft teil. Die Befragung bildet somit im Wesentlichen die aktuellen Verhältnisse und Stimmungslagen ab.

2. Finanzierungsklima

2.1 Kreditaufnahmebedingungen

Das Finanzierungsklima hat sich in den zurückliegenden zwölf Monaten nochmals verbessert: 18 % der Unternehmen berichten von einer Verschlechterung, während 9 % der Unternehmen eine Erleichterung bei der Kreditaufnahme wahrgenommen haben (s. Grafik 1). Die Mehrzahl der Unternehmen (73 %) meldet eine unveränderte Situation. Gegenüber der Vorjahresbefragung hat der Anteil der Unternehmen, der eine Verschlechterungen des Finanzierungsklimas meldet, um 4 Prozentpunkte abgenommen.¹ Der Anteil der Unternehmen, der Erleichterungen bei der Kreditaufnahme meldet, blieb nahezu unverändert.



Grafik 1: Veränderung der Kreditaufnahme nach Umsatzgrößenklassen

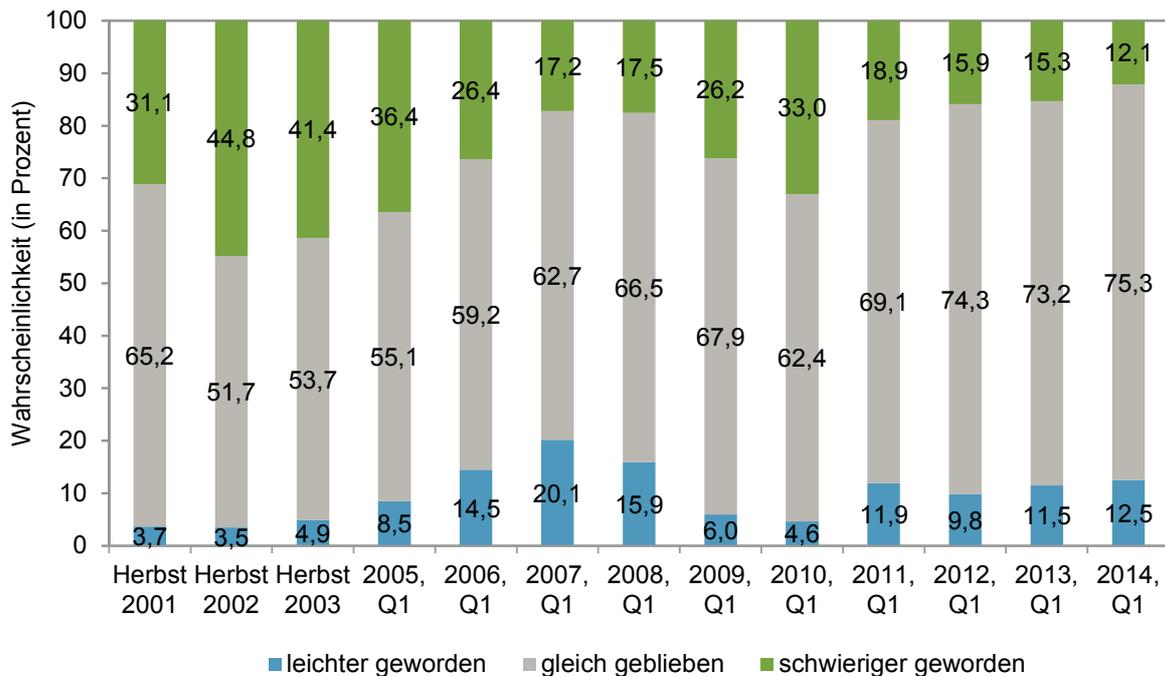
Dieser Befund steht im Einklang mit anderen Untersuchungen: der EZB „Bank Lending Survey“ zeigt im Verlauf des Jahres 2013 eine Lockerung der Kreditstandards in Deutschland. Auch die ifo Kredithürde stellt gegenüber Anfang 2013 einen geringfügigen Rückgang jener Unternehmen fest, die die Kreditvergabe durch Banken und Sparkassen als restriktiv beurteilen.² Die günstige Finanzierungssituation in Deutschland zeigt sich insbesondere im Vergleich zu anderen Euro-Ländern: der Zugang zu Finanzierung stellt in keinem anderen Euro-

¹ Bei Vergleichen mit zurückliegenden Erhebungen ist zu beachten, dass sich die Zusammensetzung der Stichproben unterscheiden kann. Um tatsächliche Veränderungen im Antwortverhalten von Veränderungen, die auf der Stichprobenszusammensetzung basieren, zu trennen, werden bei den Vergleichen mit der Vorjahreserhebung die Befragungsergebnisse der Vorerhebung um die Struktur hinsichtlich der teilnehmenden Verbände korrigiert. Bei Vergleichen über längere Zeiträume erfolgt die Bereinigung mithilfe einer multivariaten Regression. Vgl. dazu detaillierter Abschnitt 7.2 im Anhang.

² Vgl. Deutsche Bundesbank (2014) sowie ifo Institut für Wirtschaftsforschung (2014a).

Land so selten das drängendste Problem kleiner und mittlerer Unternehmen dar wie in Deutschland.³

Allerdings bleiben die Größenunterschiede beim Kreditzugang auch 2013 bestehen: Kleine Unternehmen melden seltener Erleichterungen als Große. Bei den Unternehmen mit einem Umsatz von weniger als 1 Mio. EUR überwiegen mit einem Saldo von 20,2 Punkten die „Verslechterungs“- die „Verbesserungsmeldungen“. Bei großen Unternehmen ist dieser Saldo dagegen negativ (-5,7 Punkte). Mit einem Anteil von 28 % berichten Unternehmen mit weniger als 1 Mio. EUR Umsatz 3,7-mal so häufig von Erschwernissen wie von Erleichterungen.



Lesebeispiel: Die Wahrscheinlichkeit, dass ein für die Stichprobe typisches Unternehmen angibt, die Kreditaufnahme sei innerhalb der zurückliegenden zwölf Monate schwieriger gewordenen, ist von 15,3 % in der Vorjahresbefragung auf 12,1 % in der Erhebung vom ersten Quartal 2014 gesunken.

Anmerkung: Modellrechnung für ein „typisches“ Unternehmen, basierend auf den Regressionsergebnissen aus Tabelle 8 im Anhang. Bei Vergleichen mit zurückliegenden Erhebungen ist zu beachten, dass sich die Zusammensetzung der einzelnen Stichproben unterscheiden kann. Um tatsächliche Veränderungen im Antwortverhalten von Veränderungen, die auf der Stichprobenszusammensetzung basieren, zu trennen, wird der Einfluss der unterschiedlichen Struktur der einzelnen Erhebungen auf das Befragungsergebnis mithilfe einer multivariaten Analyse ermittelt und aus dem Befragungsergebnis herausgerechnet. Das so bereinigte Antwortverhalten im Zeitablauf wird mithilfe einer Modellrechnung für ein exemplarisches Unternehmen dargestellt. Ergebnis dieser Modellrechnungen sind Wahrscheinlichkeiten mit denen das exemplarische Unternehmen die entsprechende Antwort gibt. Siehe dazu Abschnitt 7.2 und Abschnitt 7.3 im Anhang.

Grafik 2: Entwicklung der Verschlechterungsmeldungen der Kreditaufnahmebedingungen

Im langfristigen Vergleich zeigt die Erhebung das positivste Ergebnis seit Befragungsbeginn im Jahr 2001 (gemessen an den Verschlechterungsmeldungen, s. Grafik 2, Box). Ein Rückgang in den Verschlechterungsmeldungen kann in allen untersuchten Unternehmensgrößenklassen der beobachtet werden (s. Grafik 3). Aktuell wird der Kreditzugang auch von den kleine-

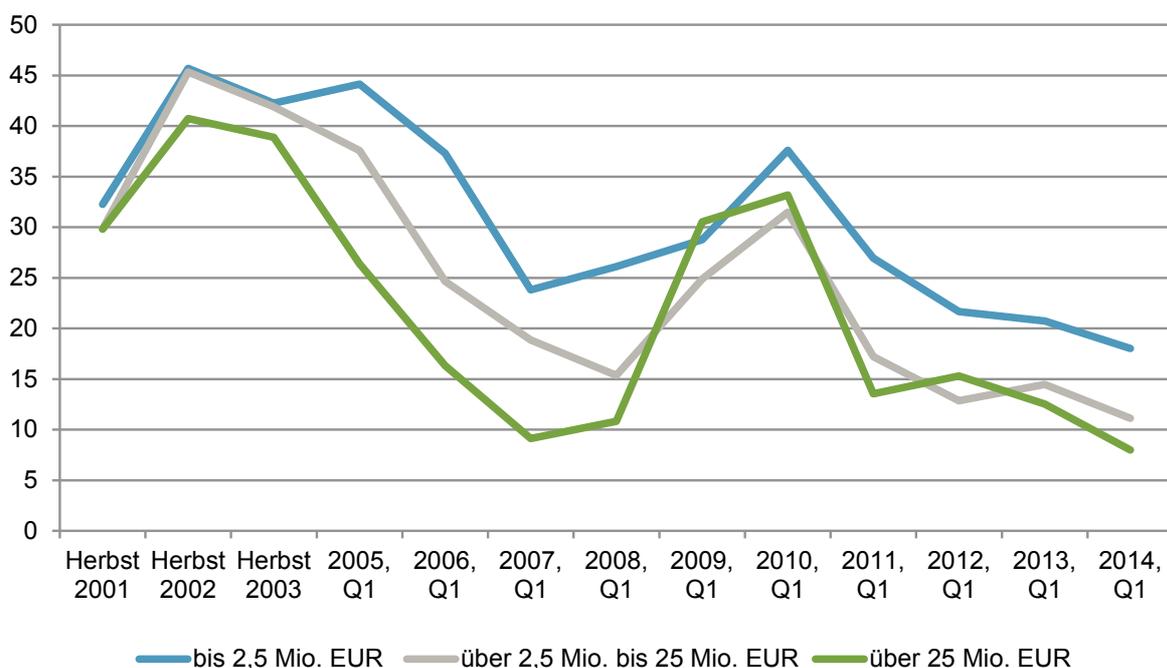
³ Vgl. EZB (2014).

ren Unternehmen sogar positiver als in den Erhebungen der Jahre 2007 und 2008 beurteilt, in denen die bislang niedrigsten Werte ermittelt werden konnten.

Box: Langfristige Entwicklung der Kreditaufnahmebedingungen

Die Finanzierungssituation vieler Unternehmen verbesserte sich nach 2002 zunächst merklich. Gründe hierfür dürften die konjunkturelle Erholung und die zunehmend bessere Anpassung der Unternehmen an die Erfordernisse des Finanzmarkt wandels (etwa bezüglich der Eigenkapitalquote) sein. Deutliche Verbesserungen des Kreditzugangs meldeten zunächst größere Unternehmen (über 25 Mio. Umsatz). Dagegen berichten kleine Unternehmen (bis 2,5 Mio. EUR Umsatz) erst ab der Befragung des Jahres 2006 davon.

Im Zuge der Finanz- und Wirtschaftskrise 2008/09 wurde die Kreditaufnahme wiederum deutlich schwieriger. Große Unternehmen waren davon am stärksten betroffen. Erstmals seit dem Start der Befragungsreihe beurteilen die großen Unternehmen den Kreditzugang nicht positiver als die Kleinen (2009, Q1). Nach Überwindung der Krise entspannte sich die Finanzierungssituation insbesondere bei den großen Unternehmen rasch.



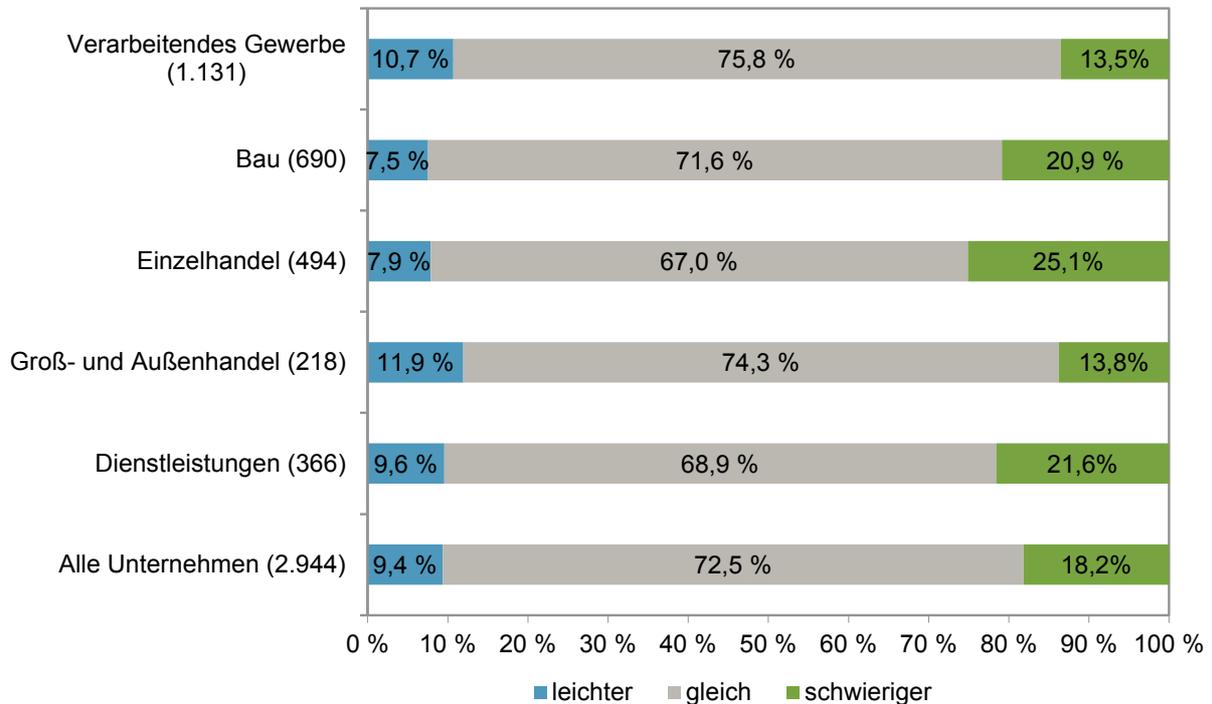
Lesebeispiel: Die Wahrscheinlichkeit, dass ein für die Stichprobe typisches Unternehmen mit bis zu 2,5 Mio. EUR Umsatz angibt, die Kreditaufnahme sei innerhalb der zurückliegenden zwölf Monate schwieriger gewordenen, ist von rund 21 % in der Vorjahresbefragung auf 18 % in der Erhebung vom ersten Quartal 2014 gesunken.

Anmerkung: Modellrechnungen für „typische“ Unternehmen, basierend auf den Regressionsergebnissen aus Tabelle 9 im Anhang. Bei Vergleichen mit zurückliegenden Erhebungen ist zu beachten, dass sich die Zusammensetzung der einzelnen Stichproben unterscheiden kann. Um tatsächliche Veränderungen im Antwortverhalten von Veränderungen, die auf der Stichprobensatzzusammensetzung basieren, zu trennen, wird der Einfluss der unterschiedlichen Struktur der einzelnen Erhebungen auf das Befragungsergebnis mithilfe einer multivariaten Analyse ermittelt und aus dem Befragungsergebnis herausgerechnet. Das so bereinigte Antwortverhalten im Zeitablauf wird mithilfe einer Modellrechnung für ein exemplarisches Unternehmen dargestellt. Ergebnisse dieser Modellrechnungen sind Wahrscheinlichkeiten mit denen das exemplarische Unternehmen die entsprechende Antwort gibt. Siehe dazu Abschnitt 7.2 und Abschnitt 7.3 im Anhang.

Grafik 3: Entwicklung der Verschlechterungsmeldungen der Kreditaufnahmebedingungen nach Umsatzgrößenklassen

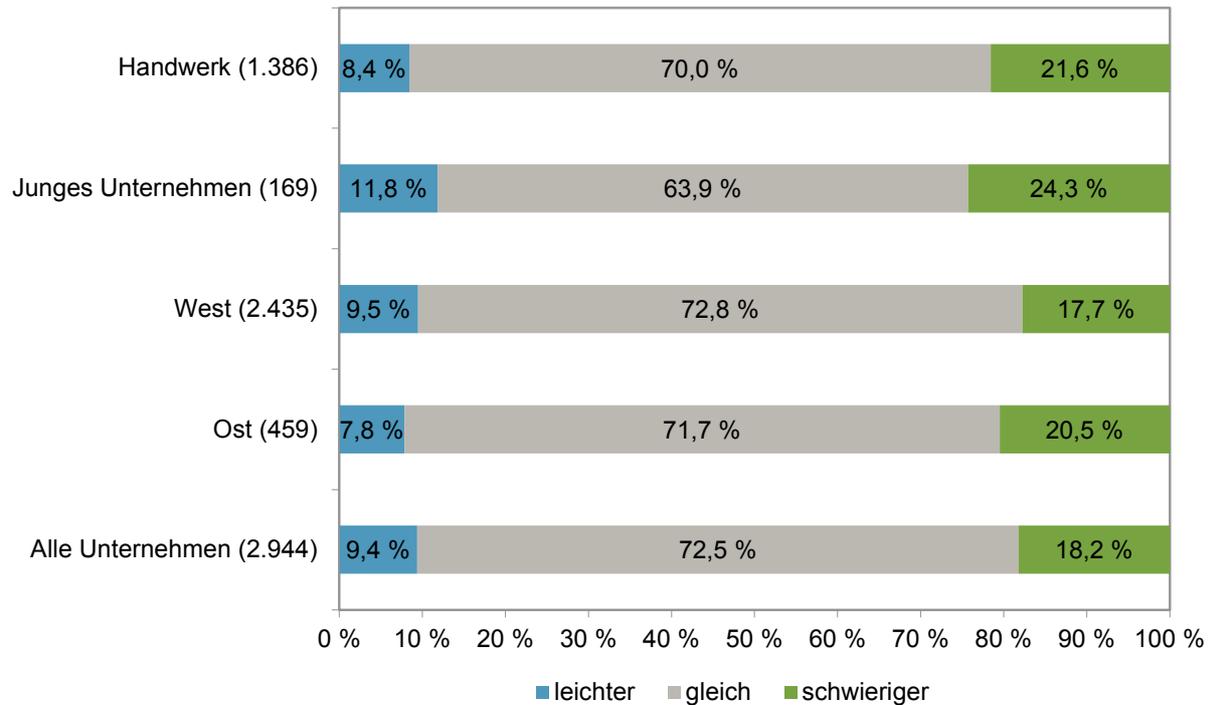
Im Branchenvergleich melden das Verarbeitende Gewerbe gemeinsam mit dem Groß- und Außenhandel die deutlichste Entspannung bei den Kreditaufnahmebedingungen (s. Grafik 4). Ähnlich wie in den Vorjahren sind der Einzelhandel, die Dienstleistungs- und Bausek-

toren mit Werten zwischen rund 21 und 25 % am häufigsten von Verschlechterungen beim Kreditzugang betroffen. Auch bei Berücksichtigung der Erleichterungsmeldungen stellt sich die Situation in diesen drei Wirtschaftszweigen am negativsten dar. Die Saldenwerte („leichter“- abzüglich „schwieriger“-Meldungen) fallen mit -1,9 Punkten im Groß- und Außenhandel sowie -2,8 Punkten für das Verarbeitende Gewerbe am günstigsten aus. In den anderen Wirtschaftszweigen belaufen sie sich auf Werte zwischen rund -18 (Bau und Einzelhandel) und -12 Punkte (Dienstleistungen).

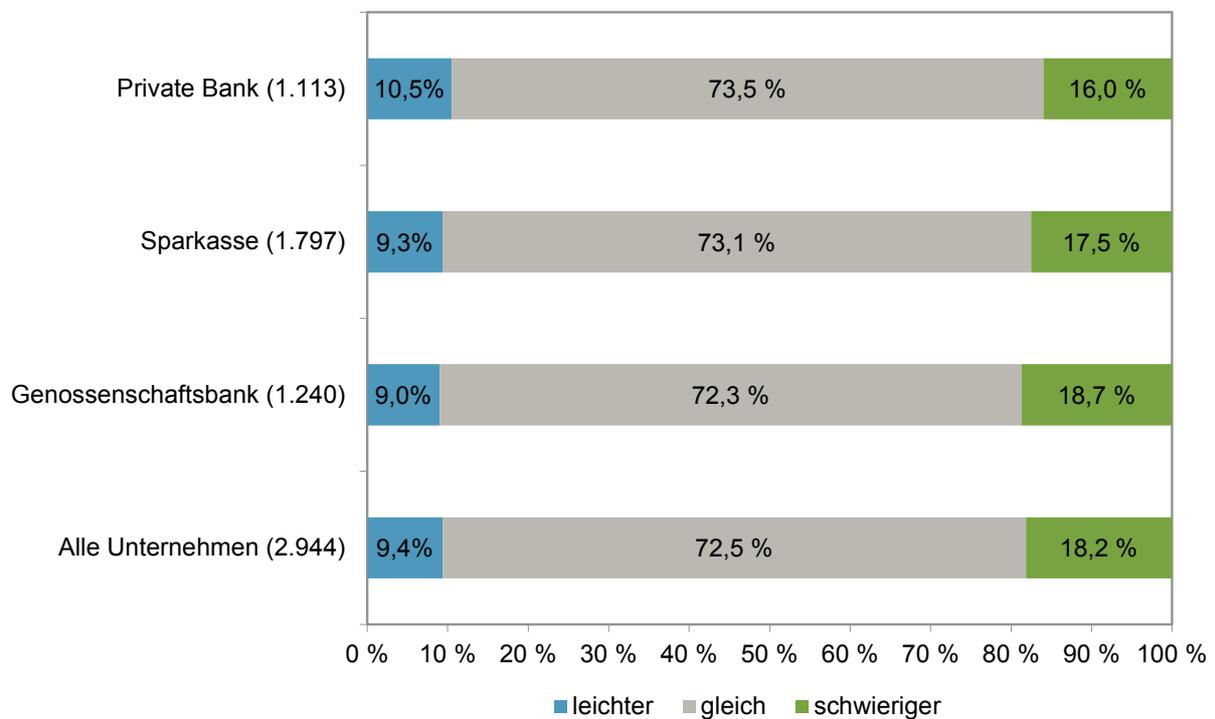


Grafik 4: Veränderung der Kreditaufnahme nach Branchen

Auch junge Unternehmen (bis einschließlich fünf Jahre) sowie Handwerksunternehmen berichten häufiger als andere Unternehmen von Erschwernissen bei der Kreditaufnahme (s. Grafik 5). Mit 25 % fällt der Anteil der Unternehmen, die von gestiegenen Schwierigkeiten beim Kreditzugang berichten, bei den jungen Unternehmen am höchsten aus. Im Saldo aus „leichter“- abzüglich „schwieriger“-Meldungen antworten Handwerks-, junge sowie ostdeutsche Unternehmen mit Werten zwischen -13,2 und -12,5 Punkten etwas negativer als der Durchschnitt über alle befragten Unternehmen (-8,8 Punkte). Abschließend zeigt Grafik 6, dass sich die Beurteilung der Kreditaufnahmebedingungen nach Bankengruppen kaum unterscheidet.



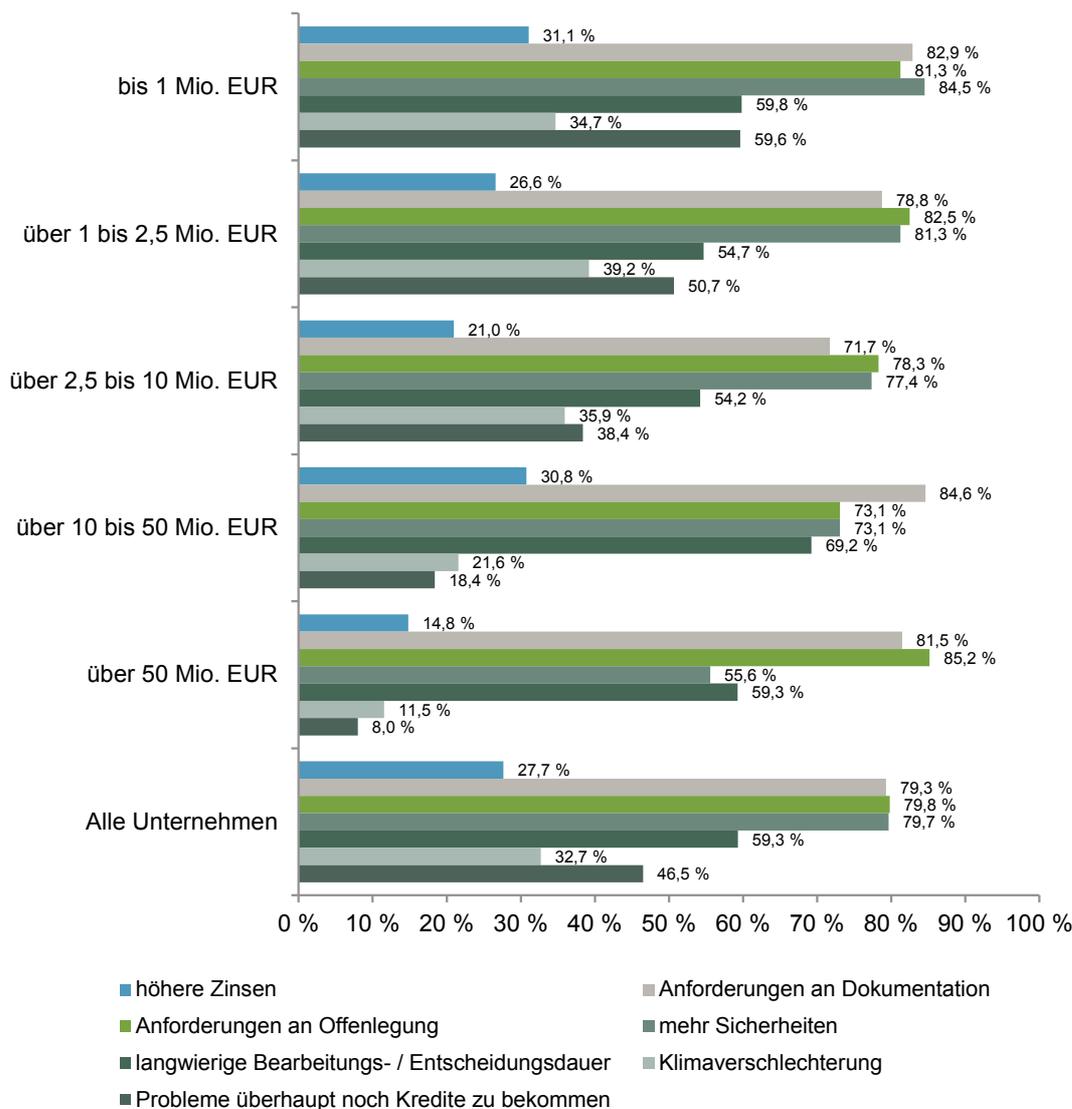
Grafik 5: Veränderung der Kreditaufnahme nach Handwerk, Alter und Regionen



Grafik 6: Veränderung der Kreditaufnahme nach Bankengruppen

2.2 Ursachen für Erschwernisse der Kreditaufnahme

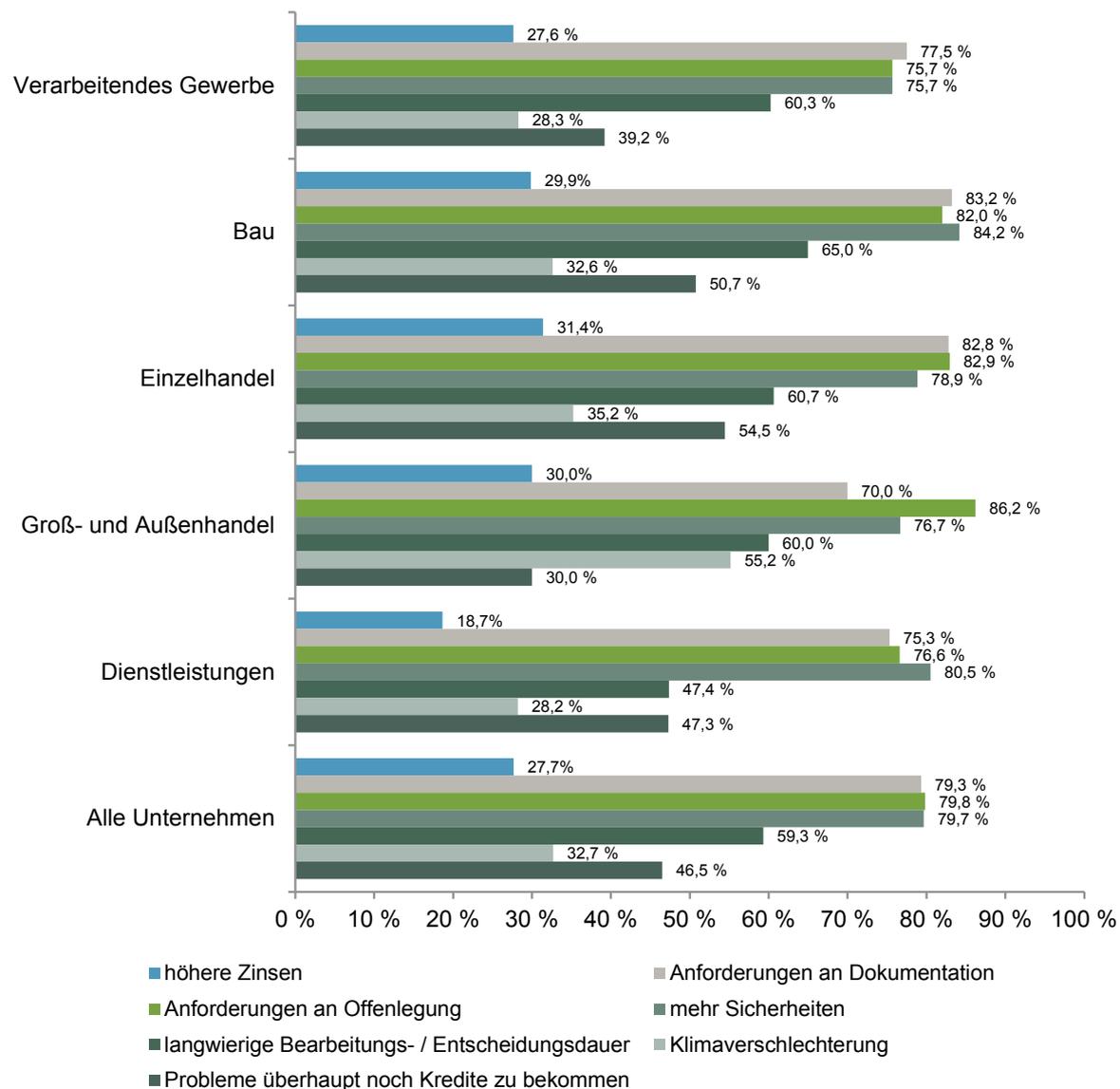
Die Aspekte, an denen die Unternehmen eine Verschlechterung des Finanzierungsklimas festmachen, haben sich nur unwesentlich verändert.⁴ Gestiegene Anforderungen an die Dokumentation des Vorhabens (79,3 %), Anforderungen an die Offenlegung von Geschäftszahlen und -strategien (79,8 %) sowie höhere geforderte Sicherheiten (79,7 %) nennen die Unternehmen mit Werten von knapp 80 % nahezu gleich häufig (s. Grafik 7). Mit deutlichem Abstand rangieren auf den folgenden Positionen: die Bearbeitungsdauer (59 %), Probleme, überhaupt – selbst zu ungünstigeren Konditionen – noch einen Kredit zu bekommen (47 %), das Klima in der Firmenkundenberatung (33 %) sowie die Zinshöhe (28 %). Die Gründe im Einzelnen:



Anmerkung: Mehrfachnennungen möglich

Grafik 7: Gründe für die Verschlechterung der Kreditaufnahme nach Umsatzgrößenklassen

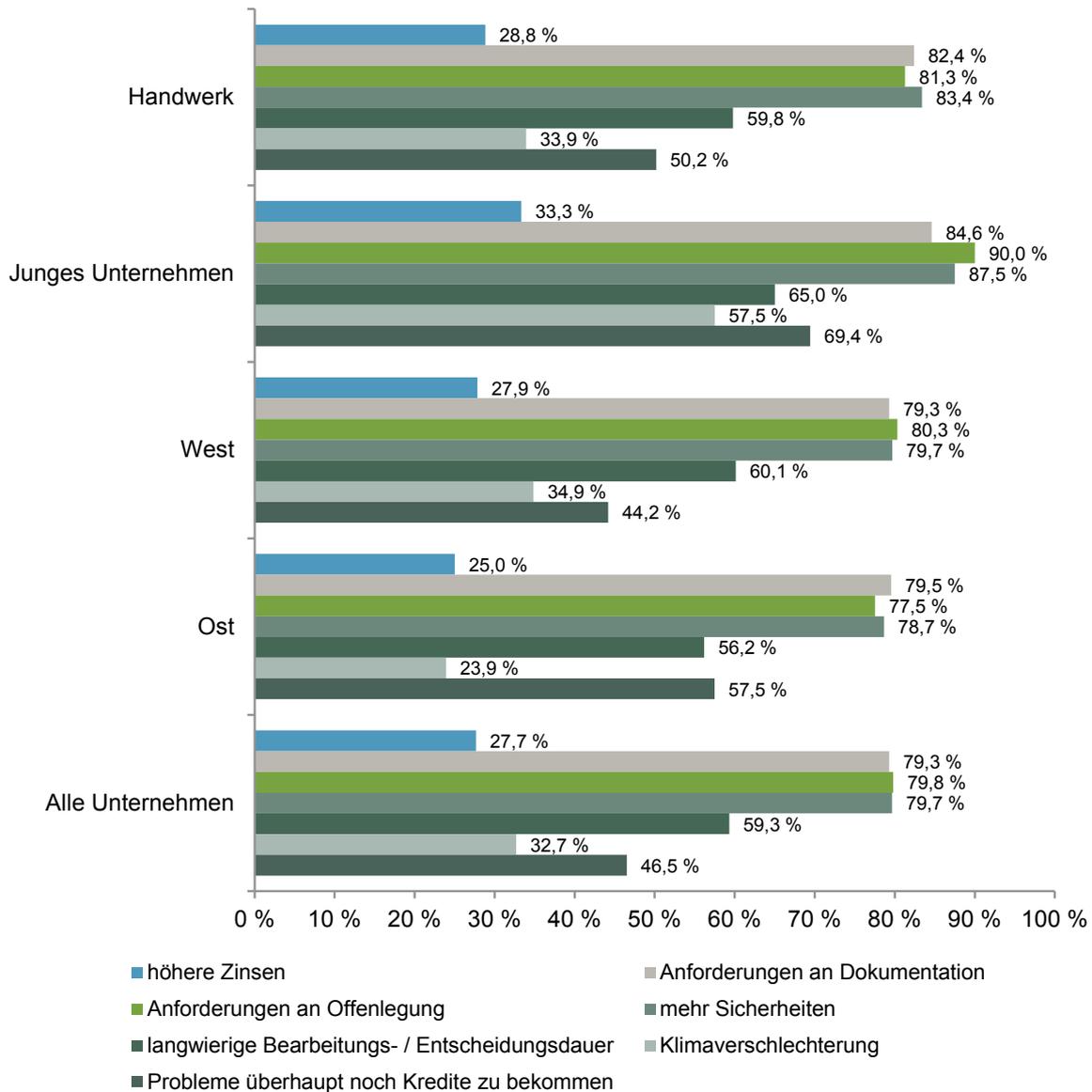
⁴ In die Untersuchung werden nur jene Unternehmen einbezogen, die zunehmende Schwierigkeiten bei der Kreditaufnahme gemeldet haben.



Anmerkung: Mehrfachnennungen möglich

Grafik 8: Gründe für die Verschlechterung der Kreditaufnahme nach Branchen

Bezüglich der Dokumentation von Vorhaben sowie der Offenlegung von Geschäftszahlen und -strategien lassen sich nur wenige Unterschiede im Antwortverhalten zwischen den verschiedenen untersuchten Unternehmensgruppen feststellen (s. Grafik 7, Grafik 8, Grafik 9 und Grafik 10). Dies lässt den Schluss zu, dass alle Kreditinstitute ihr professionalisiertes Risikomanagement seit der Krise gegenüber allen Unternehmen (unabhängig von Größe, Branche, Region) aufrechterhalten haben.



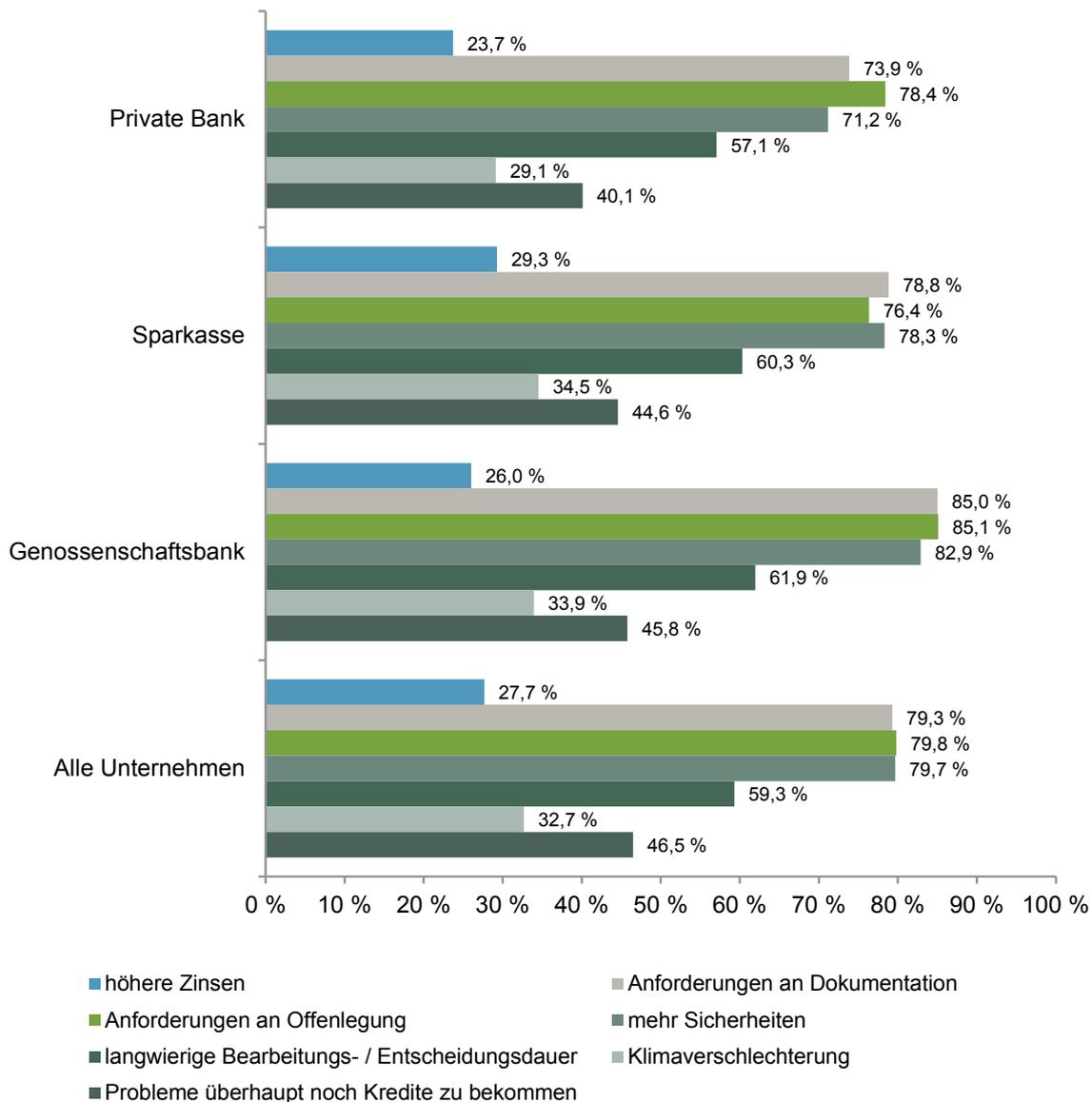
Anmerkung: Mehrfachnennungen möglich

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

Die seit Jahren unverändert häufige Nennung von Sicherheiten zeigt die hohe Bedeutung, die Kreditinstitute den Sicherheiten als Instrument zur Steuerung ihres Risikos beimessen.⁵ Auch hier bestehen zwischen den Unternehmen nur wenige Unterschiede im Antwortverhalten. Eine Ausnahme bildet die Unternehmensgröße: Vor allem Unternehmen mit über 50 Mio. EUR Umsatz führen diesen Aspekt mit 56 % deutlich seltener an als kleine Unternehmen. Damit kommt der Forderung nach höheren Sicherheiten bei großen Unternehmen

⁵ Die wichtige Rolle der Sicherheiten im Kreditvergabeprozess bestätigen ebenfalls die Untersuchungsergebnisse in Kapitel 4 bezüglich der Ablehnung von Kreditanträgen. Vgl. dazu auch Zimmermann (2007).

eine deutlich geringere Bedeutung gegenüber den Anforderungen an die Dokumentation der Vorhaben sowie der Offenlegung von Geschäftszahlen und -strategien zu.



Anmerkung: Mehrfachnennungen möglich

Grafik 10: Gründe für die Verschlechterung der Kreditaufnahme nach Bankengruppen

Probleme, überhaupt noch einen Kredit – selbst zu ungünstigeren Konditionen – zu erhalten, stellen die härteste Restriktion bei der Kreditvergabe dar. Kleine Unternehmen sind davon häufiger betroffen als Große: Bezogen auf die Unternehmen, die von Erschwernissen bei der Kreditaufnahme berichten, geben 60 % der Unternehmen mit weniger als 1 Mio. EUR Umsatz an, dass bei ihnen der grundsätzliche Zugang zu Krediten infrage steht. Für Unternehmen mit über 50 Mio. EUR Umsatz beträgt der entsprechende Wert nur 8 %. Die ausgeprägte Größenabhängigkeit bei der Beantwortung dieser Frage deutet darauf hin, dass durch Anpassungen der Kreditkonditionen – etwa bezüglich der Höhe des Zinses – der Kreditzu-

gang großer Unternehmen eher freigehalten werden kann als bei kleinen Unternehmen. Mit 69 % berichten auch junge Unternehmen am häufigsten über Probleme, überhaupt noch einen Kredit zu erhalten. Unternehmen des Verarbeitenden Gewerbes sowie des Groß- und Außenhandels nennen diesen Aspekt ebenfalls seltener.

Zusätzlich durchgeführte multivariate Analysen bestätigen, dass generelle Probleme beim Kreditzugang stark auf die Entwicklung der Ratingnote zurückzuführen sind. Die größeren Probleme beim Kreditzugang kleiner sowie junger Unternehmen können jedoch nicht allein mit der Entwicklung der Ratingnote erklärt werden. Dies belegt die strukturellen Probleme kleiner und junger Unternehmen bei der Kreditaufnahme.

3. Finanzkennziffern und Ratingnote

Die Bewertung eines Kreditnehmers – Rating – bildet den Kern jeder Kreditentscheidung. Ratingsysteme ermöglichen es, auf der Basis immer umfassenderer statistischer Rechenverfahren und Datenstrukturen die individuelle Ausfallwahrscheinlichkeit für jedes einzelne Kreditengagement zu schätzen. Auf diese Weise lassen sich die (erwarteten) Risikokosten eines Engagements bestimmen, welche die Grundlage für die Kreditentscheidung sowie die Konditionengestaltung bilden. Zu den quantitativen Faktoren mit hohem Gewicht zählen dabei neben der Liquiditätssituation und der Ertragslage eines Unternehmens insbesondere auch seine Kapitalstruktur. Die Analyse der Entwicklung zentraler Finanzkennziffern, wie Rendite und Eigenkapitalquote und der darauf basierenden Ratingnote kann daher einen wichtigen Erklärungsbeitrag für die Kreditaufnahmebedingungen liefern. Da gerade mittelständische Unternehmen ihre Außenfinanzierung hauptsächlich über Bankkredite decken, ist es für diese Unternehmen besonders wichtig, die Arbeitsweise von Ratingverfahren sowie die eigene Ratingnote zu kennen.

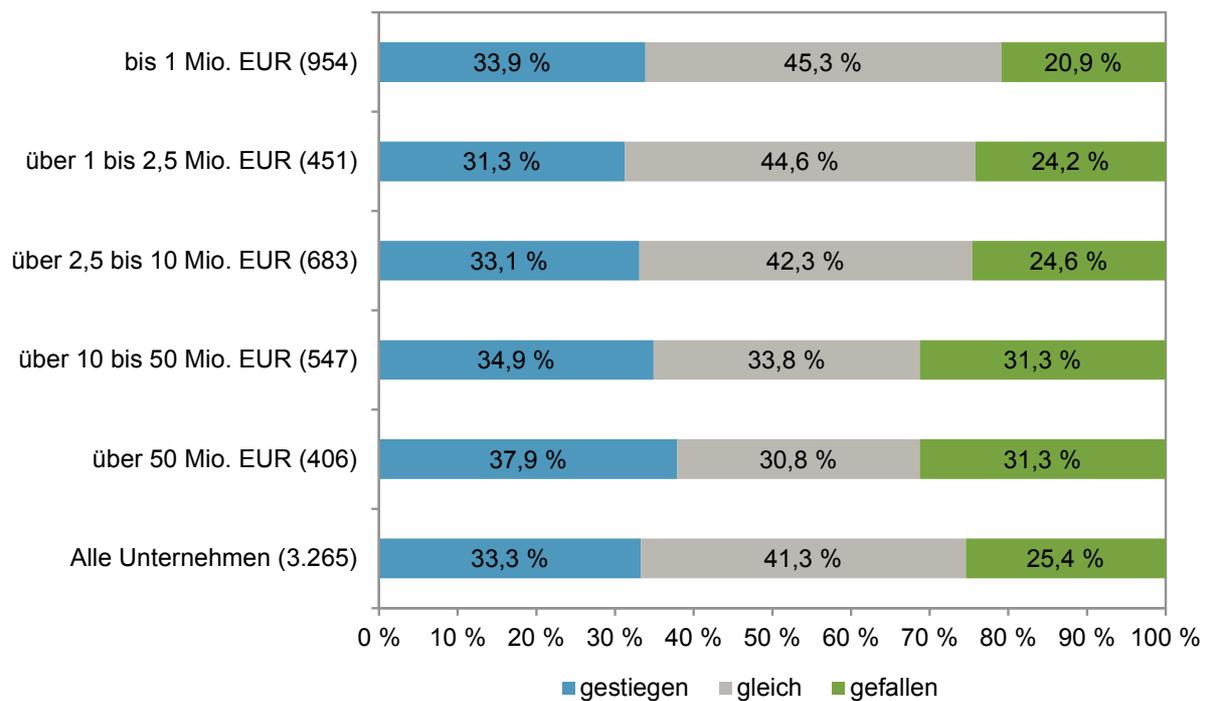
3.1 Umsatzrendite

33 % der befragten Unternehmen melden, dass ihre Umsatzrendite innerhalb der zurückliegenden zwölf Monate gestiegen ist (s. Grafik 11). Demgegenüber berichten 25 % der Unternehmen von einer gesunkenen Umsatzrendite. In der Zunahme der „gestiegen“-Meldungen um 2 Prozentpunkte gegenüber dem bereinigten Vorjahreswert und einem Rückgang der „gesunken“-Meldungen um knapp 3 Prozentpunkte dürften sich die ersten Anzeichen der guten Konjunktur widerspiegeln. Noch in der Vorjahreserhebung war der Anteil der Unternehmen mit „gesunken“-Meldungen deutlich angestiegen und jener mit gesteigener Umsatzrendite zurückgegangen.

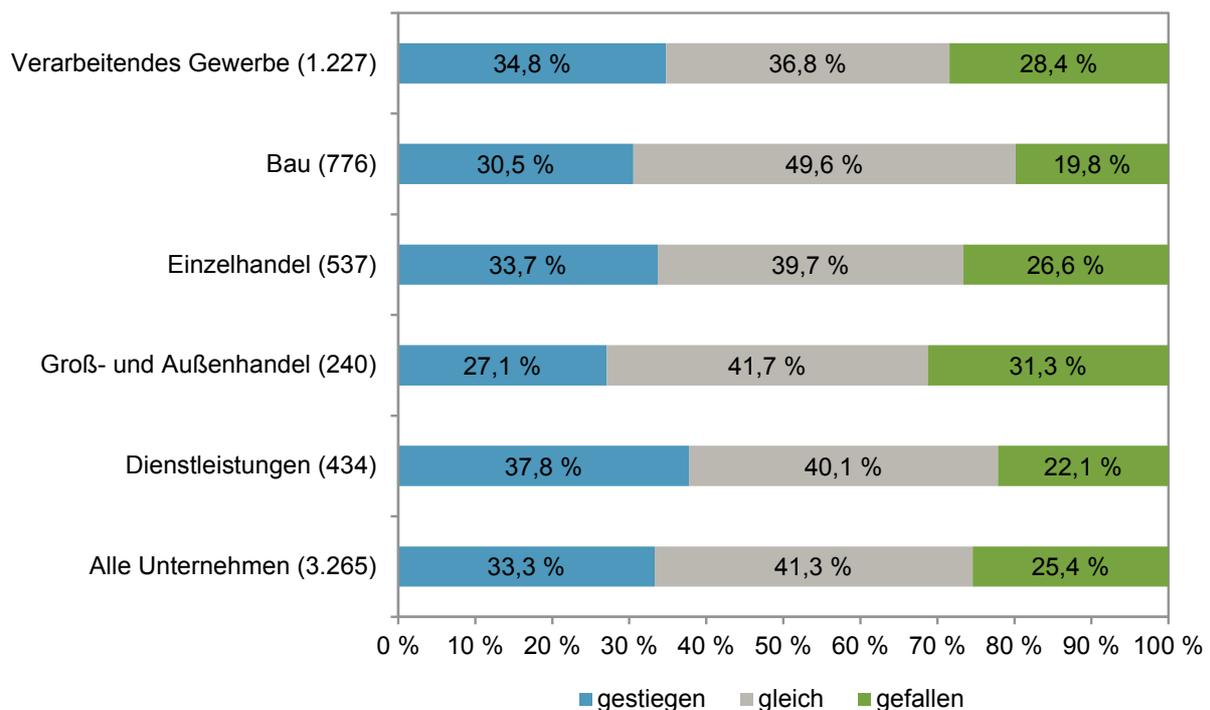
Anziehende Umsatzrenditen können für Unternehmen aller Größenklassen beobachtet werden. Die positive Entwicklung bei den größeren Unternehmen ist insbesondere darauf zurückzuführen, dass der Anteil der Unternehmen mit Steigerungen der Umsatzrendite mit zunehmender Unternehmensgröße stärker gewachsen ist. Gestiegene Umsatzrenditen zeigen sich im Verarbeitenden Gewerbe, im Einzelhandel und im Dienstleistungssektor (s. Grafik 12). Nachdem die konjunkturelle Trendwende in Deutschland bereits im zweiten Quartal 2013 stattfand, können im ifo-Geschäftsklima-Barometer⁶ in diesen Branchen gerade um den Jahreswechsel 2013/14 deutliche Verbesserungen bei der Geschäftslagebeurteilung festgestellt werden. Auch das BIP-Wachstum bestätigt den Anstieg der wirtschaftlichen Dynamik zum Jahreswechsel: Im ersten Quartal 2014 wuchs das BIP-Wachstum um 0,8 % ge-

⁶ Vgl. ifo Institut für Wirtschaftsforschung (2014b).

genüber +0,4 % im Schlussquartal 2013. Im Vergleich zum Vorjahresquartal hat das preis- und kalenderbereinigte BIP im ersten Quartal 2014 sogar um +2,3 % zugelegt.⁷



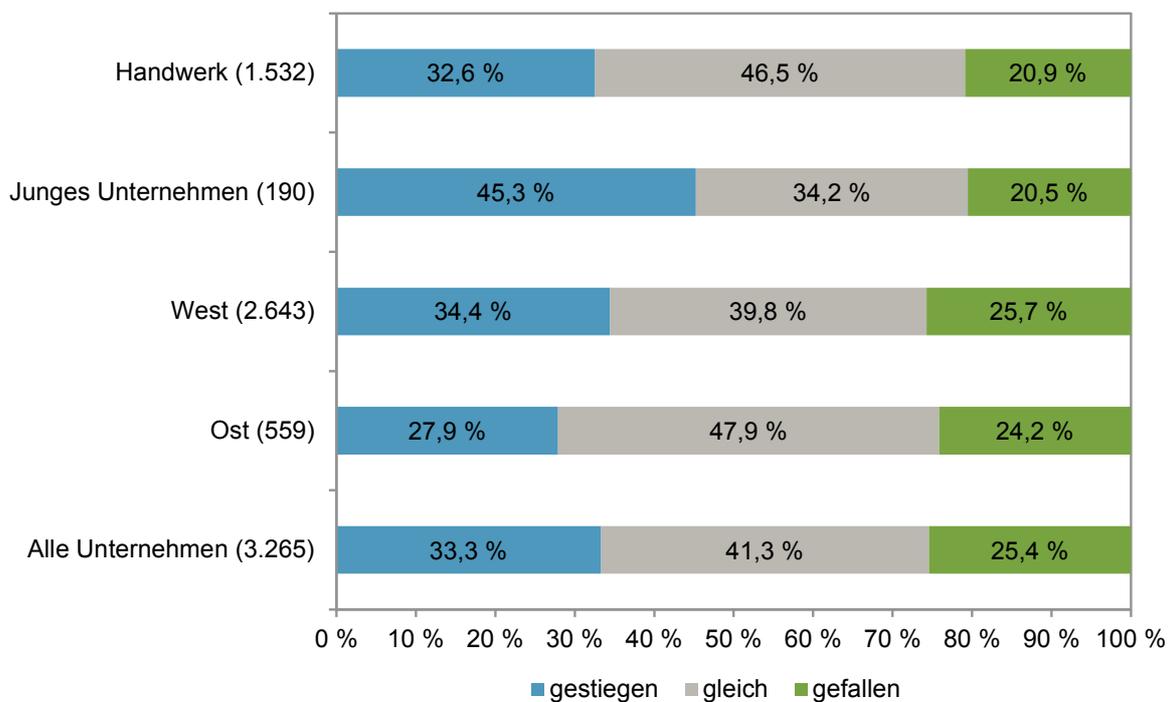
Grafik 11: Entwicklung der Umsatzrendite nach Umsatzgrößenklassen



Grafik 12: Entwicklung der Umsatzrendite nach Branchen

⁷ Vgl. Destatis (2014).

Aufgrund des geringeren Anteils an Unternehmen mit „gesunken“-Meldungen entwickelten sich die Umsatzrenditen im Handwerk etwas besser als in Nicht-Handwerksunternehmen. Auch stellt sich die Entwicklung der Umsatzrendite bei jungen Unternehmen positiver als bei anderen Unternehmen dar. Dies dürfte darauf zurückzuführen sein, dass es jungen Unternehmen (fünf Jahre alt oder jünger) mit jedem zusätzlichen Jahr ihres Bestehens am Markt mehr gelingt, eine mindestoptimale Betriebsgröße zu erreichen und damit profitabler zu arbeiten. Dagegen unterscheidet sich die Entwicklung der Umsatzrendite zwischen Unternehmen aus den west- und ostdeutschen Bundesländern nur unwesentlich.



Grafik 13: Entwicklung der Umsatzrendite nach Unternehmensalter, Handwerk und Regionen

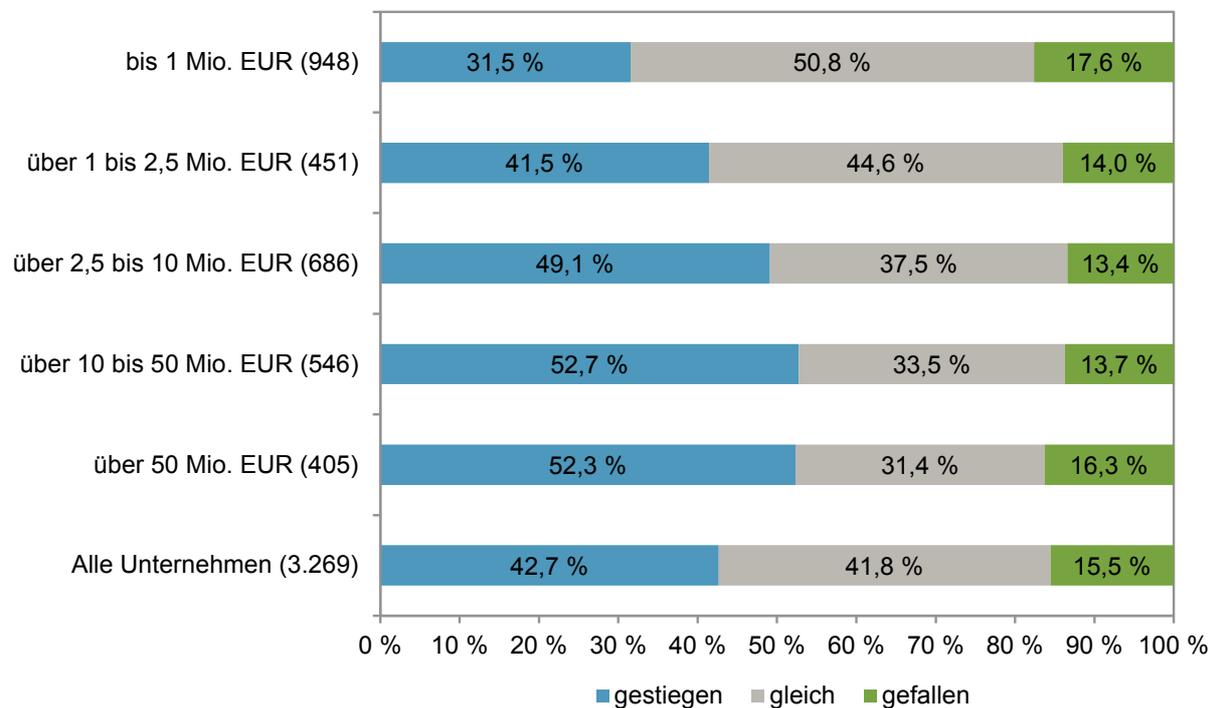
3.2 Entwicklung der Eigenkapitalquote

Die Eigenkapitalsituation der Unternehmen hat sich in den zurückliegenden gut zehn Jahren insgesamt deutlich verbessert.⁸ Viele Unternehmen haben ihre Eigenkapitalquoten aktiv erhöht, um sich an die neuen Rahmenbedingungen am Finanzmarkt anzupassen.⁹ Auch in der aktuellen Befragung berichten deutlich mehr Unternehmen von gestiegenen als von gesunkenen Eigenkapitalquoten. Insgesamt melden 43 % der befragten Unternehmen, dass sie ihre Eigenkapitalquote innerhalb der zurückliegenden zwölf Monate erhöhen konnten. Dagegen sank sie bei 16 % (s. Grafik 14). Die in den Jahren 2012 und 2013 insgesamt schwache Konjunktur hat die Entwicklung der Eigenkapitalquoten somit etwas gebremst: Im Saldo

⁸ Vgl. Schwartz und Braun (2013a).

⁹ Vgl. beispielsweise Plankensteiner und Zimmermann (2008).

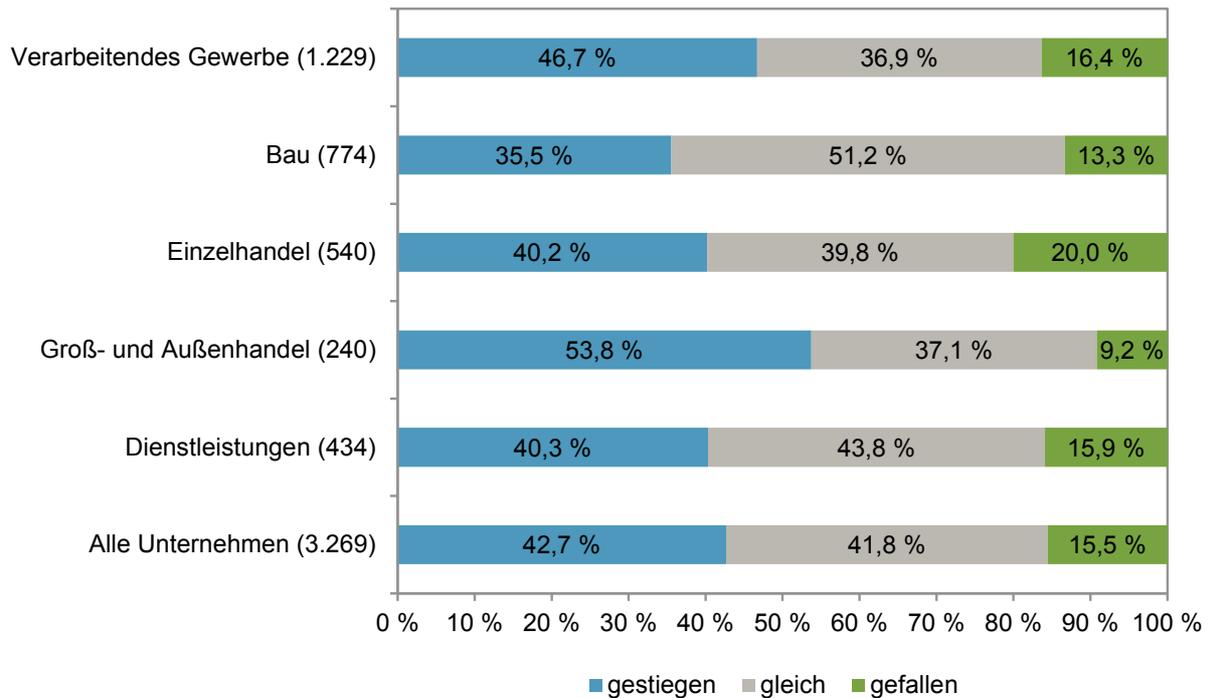
nahm der Anteil der Unternehmen, die ihre Eigenkapitalquoten steigern konnten, gegenüber dem Vorjahr um einen Punkt ab. Die 2013 begonnene konjunkturelle Trendwende schlägt sich somit bislang nicht in den Eigenkapitalquoten nieder. Je nach Investitionstätigkeit erwarten wir das auch für 2014 nicht mehr.



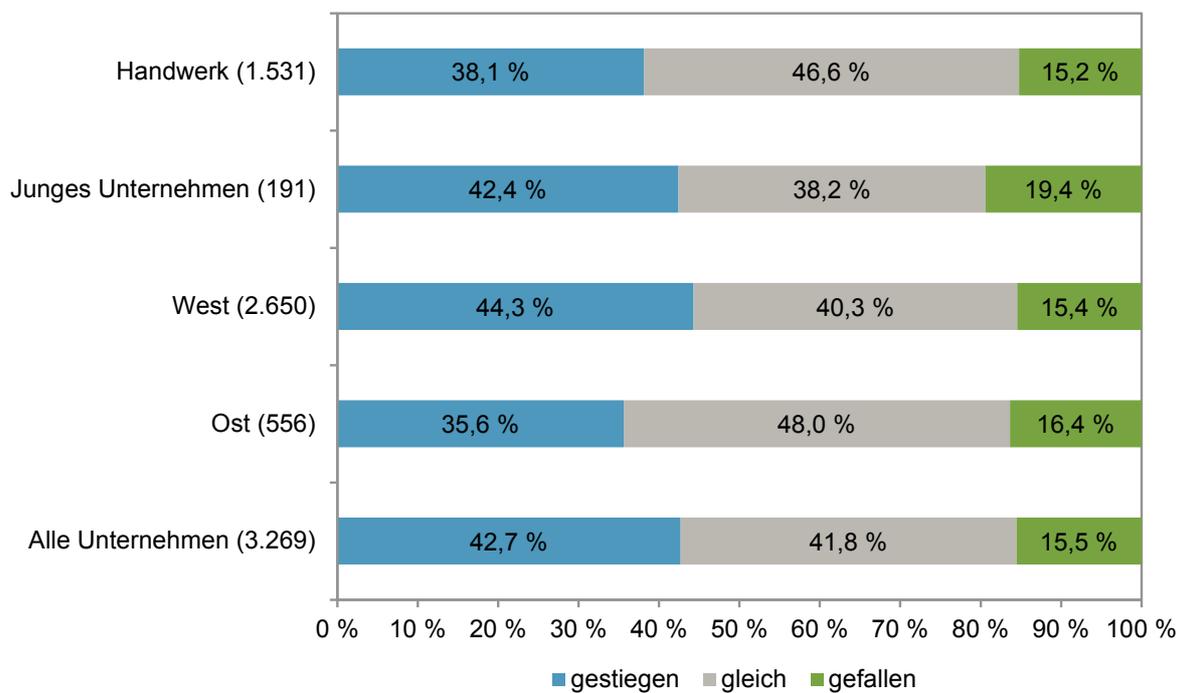
Grafik 14: Entwicklung der Eigenkapitalquote nach Umsatzgrößenklassen

Über die Größenklassen variiert der Anteil der Unternehmen, die über Verschlechterungen der Eigenkapitalquote berichten, nur wenig. Dagegen steigt der Anteil der Unternehmen mit Verbesserungen der Eigenkapitalquote, von 32 % (Unternehmen mit weniger als 1 Mio. EUR Umsatz) auf Werte von 53 bzw. 52 % in der Gruppe der Unternehmen mit 10 bis 50 Mio. EUR bzw. mit über 50 Mio. EUR Umsatz stark an. Im Saldo gelingt es größeren Unternehmen somit nach wie vor eher ihre Eigenkapitalquote zu steigern. Das liegt auch an der schwachen Investitionstätigkeit in den Jahren 2012 und 2013.

Unternehmen des Groß- und Außenhandels sowie des Verarbeitenden Gewerbes haben die positivste Entwicklung genommen (s. Grafik 15). Hier überwiegen mit 44 bzw. 30 Saldenpunkten die Unternehmen mit gestiegenen Eigenkapitalquoten am deutlichsten. Wie Grafik 16 zeigt, unterscheidet sich die Entwicklung der Eigenkapitalquoten nach der Handwerkszugehörigkeit, der Region des Unternehmenssitzes sowie zwischen jungen und älteren Unternehmen nur geringfügig. Dieser Befund wird auch durch zusätzlich durchgeführte multivariate Untersuchungen bestätigt.



Grafik 15: Entwicklung der Eigenkapitalquote nach Branchen

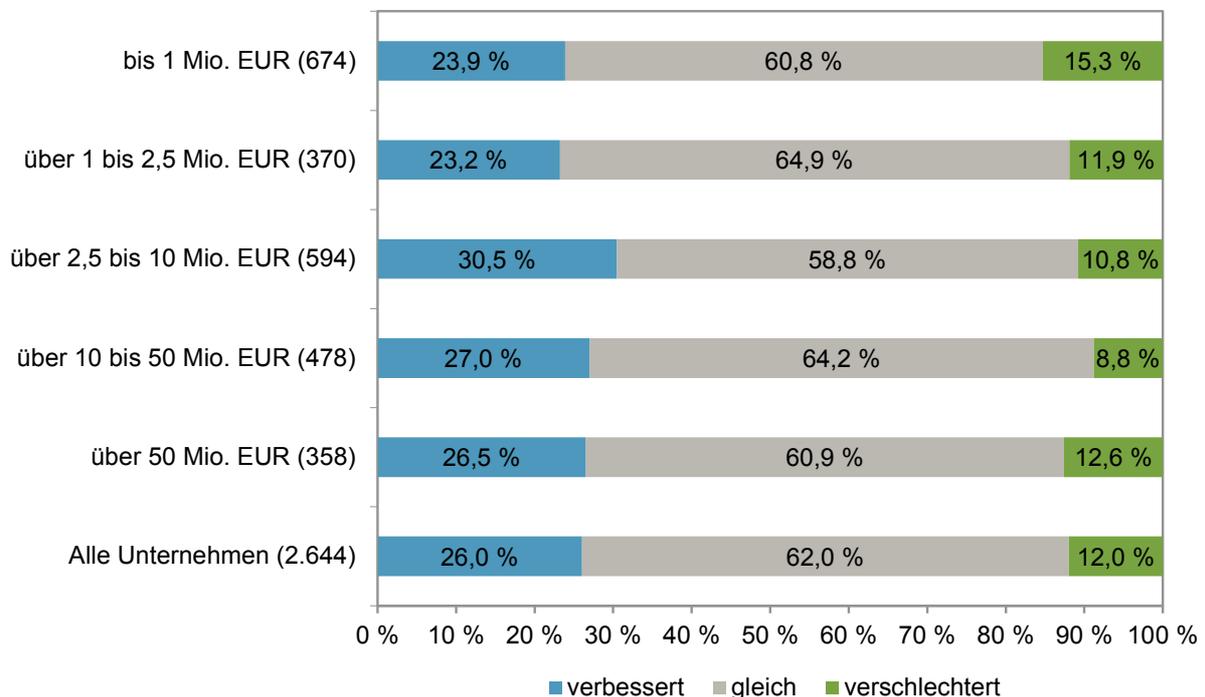


Grafik 16: Entwicklung der Eigenkapitalquoten nach Unternehmensalter, Handwerk und Regionen

3.3 Ratingnote

In den zurückliegenden zwölf Monaten haben sich die Ratingnoten der Unternehmen wiederholt positiv entwickelt (s. Grafik 17). Mit 26 % berichtet ein deutlich höherer Anteil der befragten Unternehmen von einer verbesserten Bonitätseinschätzung als von einer Ver-

schlechterung der Ratingnote (12 %). Der Saldo der Verbesserungs- abzüglich der Verschlechterungsmeldungen fiel mit 14 Punkten jedoch etwas geringer als im Vorjahr aus (bereinigter Vorjahreswert: 15 Punkte). Ursache hierfür dürfte die 2013 im zweiten Jahr infolge insgesamt schwache konjunkturelle Entwicklung sein, die über unterausgelastete Kapazitäten und schwache Absatzperspektiven die Unternehmensratings belastet haben dürfte.



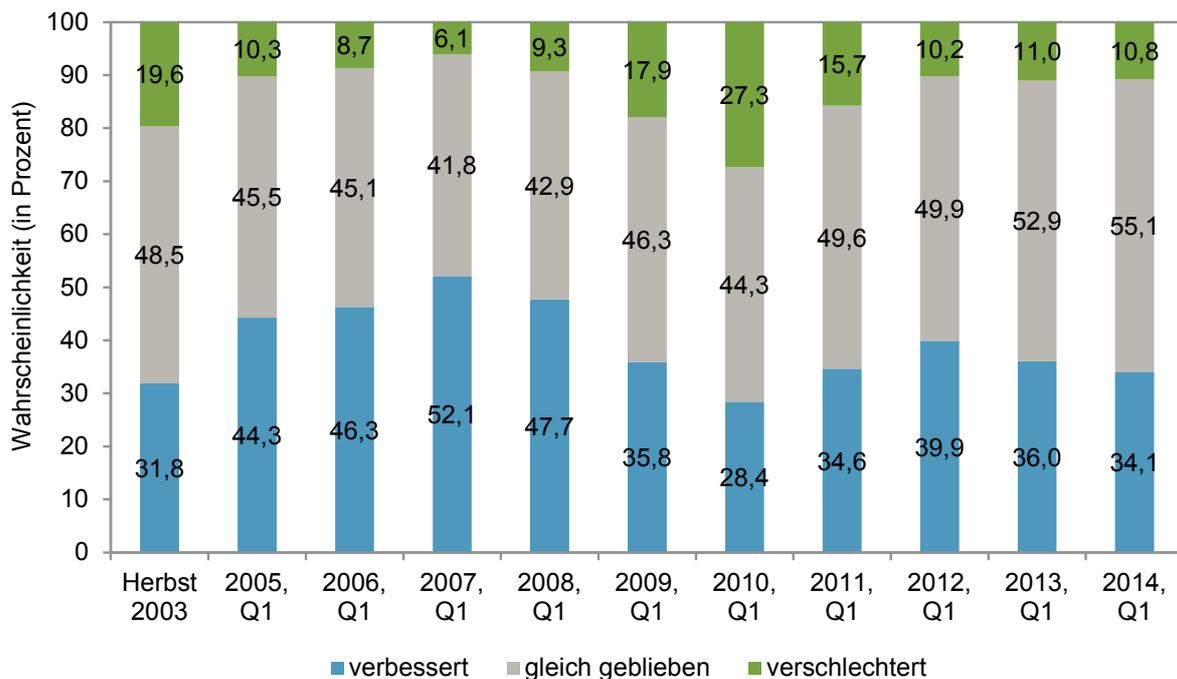
Grafik 17: Entwicklung der Ratingnote nach Umsatzgrößenklassen

Die Ratingnoten der Unternehmen mittlerer Größe haben sich im Saldo am positivsten entwickelt. Kleine Unternehmen (bis 1 Mio. EUR Umsatz) melden mit einem Saldo von 9 Punkten am seltensten Ratingverbesserungen. Mit zunehmender Unternehmensgröße steigt der Saldenwert zunächst bis auf 20 Punkte bei den Unternehmen mit zwischen 2,5 und 10 Mio. EUR Umsatz zu. Danach sinkt der Saldo wieder auf 14 Punkte (über 50 Mio. EUR Umsatz) ab.

Im langfristigen Vergleich haben sich die Ratingnoten bis zur Befragung des Jahres 2007 zunehmend positiv entwickelt (s. Grafik 18).¹⁰ Im Zuge der Finanz- und Wirtschaftskrise nimmt die Wahrscheinlichkeit, dass ein für die Untersuchung typisches Unternehmen eine Verbesserung der Ratingnote meldet, bis zur Erhebung des Jahres 2010 deutlich ab. Analog dazu steigen die Wahrscheinlichkeiten für Verschlechterungsmeldungen. Mit der Überwin-

¹⁰ Um Vergleiche über mehrere Befragungswellen vornehmen zu können, wird – analog zu Grafik 2 – die unterschiedliche Stichprobenszusammensetzung in den einzelnen Befragungswellen mithilfe einer multivariaten Regression bereinigt. Dargestellt ist in Grafik 18 die Entwicklung der Wahrscheinlichkeiten für ein stilisiertes Unternehmen von einer Verbesserung, Verschlechterung oder keiner Veränderung der Ratingnote zu berichten. Siehe dazu Abschnitt 7.2 und Abschnitt 7.3 im Anhang.

dung der 2008/09-er Krise entwickeln sich die Ratingnoten zunächst wieder deutlich positiver, bevor aktuell die bereits dargelegte, eher verhaltene Entwicklung einsetzt.

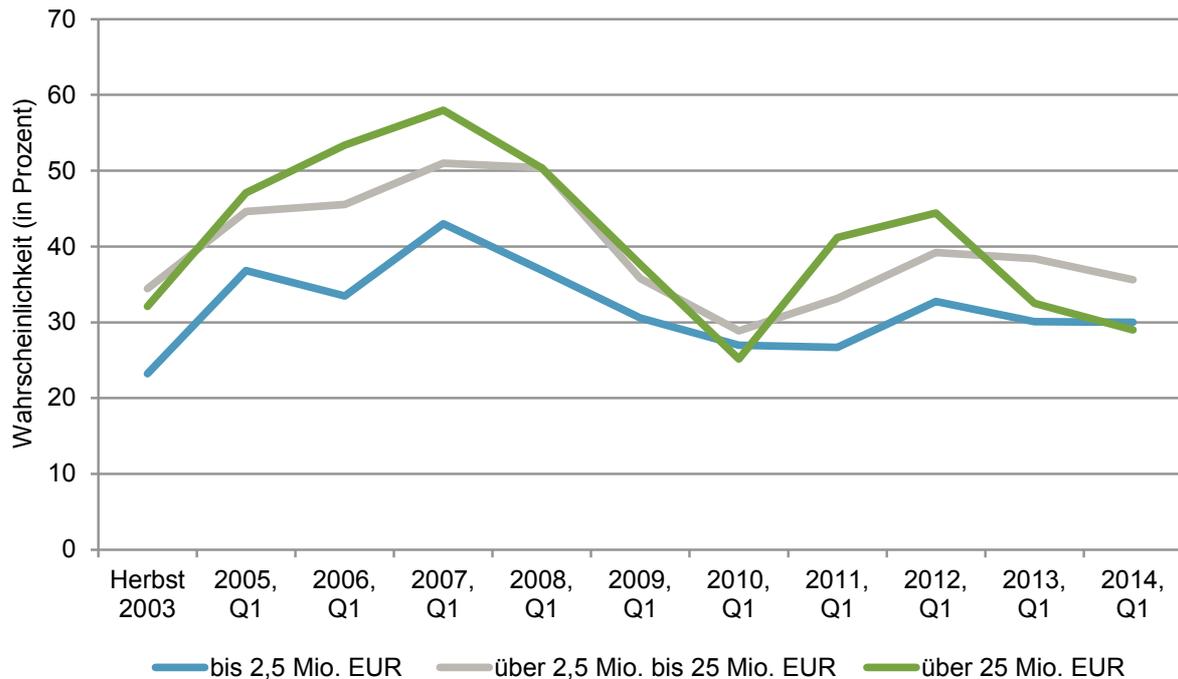


Lesebeispiel: Die Wahrscheinlichkeit, dass ein für die Stichprobe typisches Unternehmen angibt, die Ratingnote habe sich innerhalb der zurückliegenden zwölf Monate verbessert, ist von 36,0 % in der Vorjahresbefragung auf 34,1 % in der Erhebung vom ersten Quartal 2014 gesunken.

Anmerkung: Modellrechnung für ein „typisches“ Unternehmen, basierend auf den Regressionsergebnissen aus Tabelle 10. Bei Vergleichen mit zurückliegenden Erhebungen ist zu beachten, dass sich die Zusammensetzung der einzelnen Stichproben unterscheiden kann. Um tatsächliche Veränderungen im Antwortverhalten von Veränderungen, die auf der Stichprobenzusammensetzung basieren, zu trennen, wird der Einfluss der unterschiedlichen Struktur der einzelnen Erhebungen auf das Befragungsergebnis mithilfe einer multivariaten Analyse ermittelt und aus dem Befragungsergebnis herausgerechnet. Das so bereinigte Antwortverhalten im Zeitablauf wird mithilfe einer Modellrechnung für ein exemplarisches Unternehmen dargestellt. Ergebnis dieser Modellrechnungen sind Wahrscheinlichkeiten mit denen das exemplarische Unternehmen die entsprechende Antwort gibt. Siehe dazu Abschnitt 7.2 und Abschnitt 7.3 im Anhang.

Grafik 18: Langfristige Entwicklung der Ratingnote

Der Langfristvergleich zeigt auch, dass – von wenigen Ausnahmen abgesehen – mit zunehmender Umsatzgröße mehr Unternehmen von Verbesserungen ihrer Ratingnote berichten (s. Grafik 19). Dies führt dazu, dass vor allem kleine Unternehmen nach wie vor mit größeren Problemen bei der Kreditaufnahme konfrontiert sind. Da es kleineren Unternehmen im Vergleich zu größeren fast im gesamten Beobachtungszeitraum weniger gut gelingt, ihre Bonitätsbeurteilung zu verbessern, stellen Probleme beim Kreditzugang ein strukturelles und dauerhaftes Problem kleiner Unternehmen dar.



Lesebeispiel: Die Wahrscheinlichkeit, dass ein für die Stichprobe typisches Unternehmen mit bis zu 2,5 Mio. EUR Umsatz angibt, die Ratingnote habe sich innerhalb der zurückliegenden zwölf Monate verbessert, ist von rund 33 % in der Befragung im ersten Quartal 2012 auf 30 % in der Erhebung vom ersten Quartal 2014 gesunken.

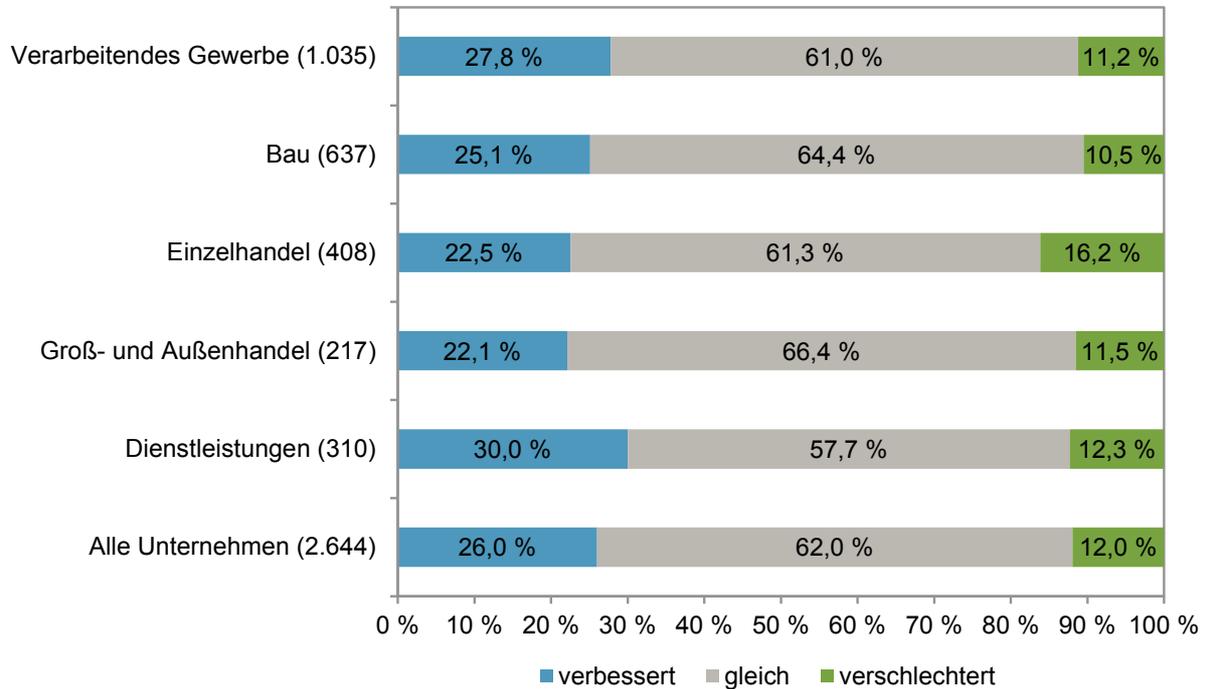
Anmerkung: Modellrechnung für ein „typisches“ Unternehmen, basierend auf den Regressionsergebnissen aus Tabelle 11. Bei Vergleichen mit zurückliegenden Erhebungen ist zu beachten, dass sich die Zusammensetzung der einzelnen Stichproben unterscheiden kann. Um tatsächliche Veränderungen im Antwortverhalten von Veränderungen, die auf der Stichprobensatzumsetzung basieren, zu trennen, wird der Einfluss der unterschiedlichen Struktur der einzelnen Erhebungen auf das Befragungsergebnis mithilfe einer multivariaten Analyse ermittelt und aus dem Befragungsergebnis herausgerechnet. Das so bereinigte Antwortverhalten im Zeitablauf wird mithilfe einer Modellrechnung für ein exemplarisches Unternehmen dargestellt. Ergebnis dieser Modellrechnungen sind Wahrscheinlichkeiten mit denen das exemplarische Unternehmen die entsprechende Antwort gibt. Siehe dazu Abschnitt 7.2 und Abschnitt 7.3 im Anhang.

Grafik 19: Langfristige Entwicklung der Ratingnote nach Umsatzgrößenklassen: Verbesserungsmeldungen

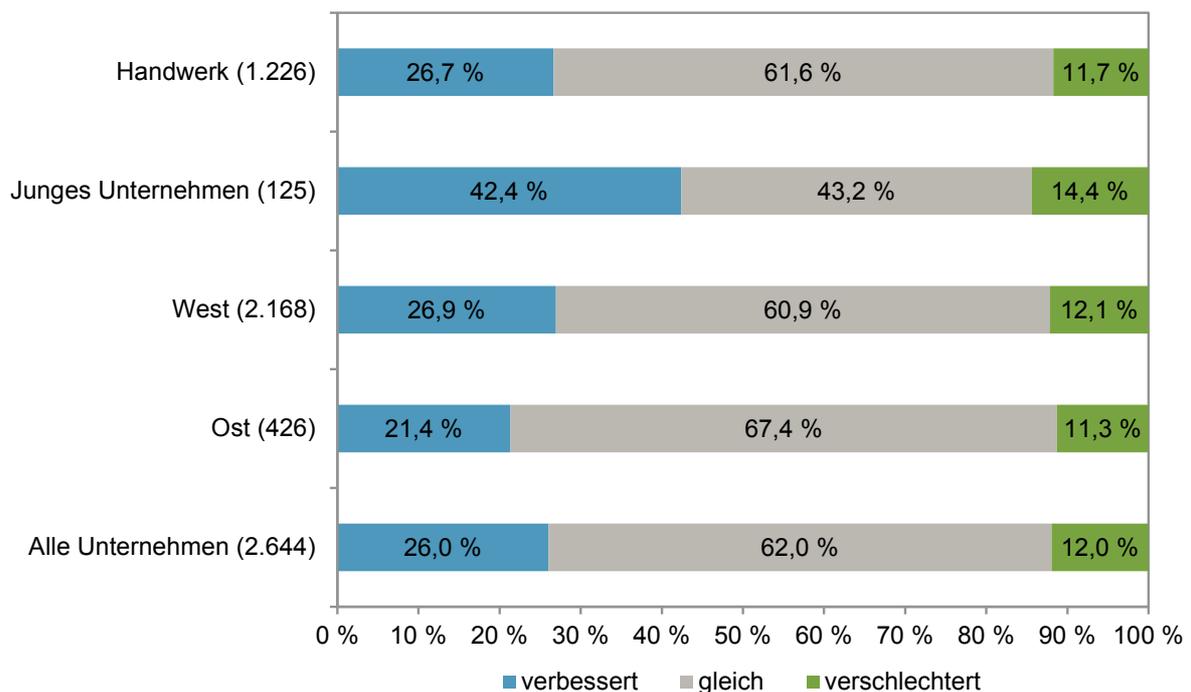
Eine Ausnahme bildet die 2008/09-Krise: Aufgrund der stärkeren Betroffenheit von dieser Krise gingen vor allem bei den großen Unternehmen die Verbesserungsmeldungen stark zurück. Von der anschließenden Erholung profitierten jedoch auch große und mittlere Unternehmen als erste. Dagegen berichteten kleine Unternehmen erst in der Erhebung des Jahres 2012 wieder verstärkt von gestiegenen Ratingnoten. In den beiden zurückliegenden Erhebungen gehen vor allem bei den großen Unternehmen die Verbesserungsmeldungen zurück. Die stärkere Belastung der Ratingnoten großer Unternehmen dürfte darauf zurückzuführen sein, dass sie – als häufig auslandsaktive Unternehmen – durch die erst Mitte 2013 überwundene Rezession in Europa in ihrer Geschäftsentwicklung stärker beeinträchtigt wurden als kleinere Unternehmen.

Im Einklang hiermit steht, dass insbesondere mit dem Groß- und Außenhandel sowie dem Verarbeitenden Gewerbe gerade in jenen Branchen ein Rückgang der Verbesserungsmeldungen zu verzeichnen war, die stark international tätig sind. Konnten in diesen Branchen in den beiden zurückliegenden Erhebungen noch mit deutlichem Abstand die positivsten Ent-

wicklungen der Ratingnoten ermittelt werden, liegen sie in der aktuellen Branchenbetrachtung lediglich im Mittelfeld (s. Grafik 20). Die Entwicklung der Ratingnote nach der Handwerkszugehörigkeit sowie zwischen Unternehmen aus den west- und ostdeutschen Bundesländern unterscheidet sich kaum (s. Grafik 21). Lediglich junge Unternehmen heben sich positiv ab.



Grafik 20: Entwicklung der Ratingnote nach Branchen



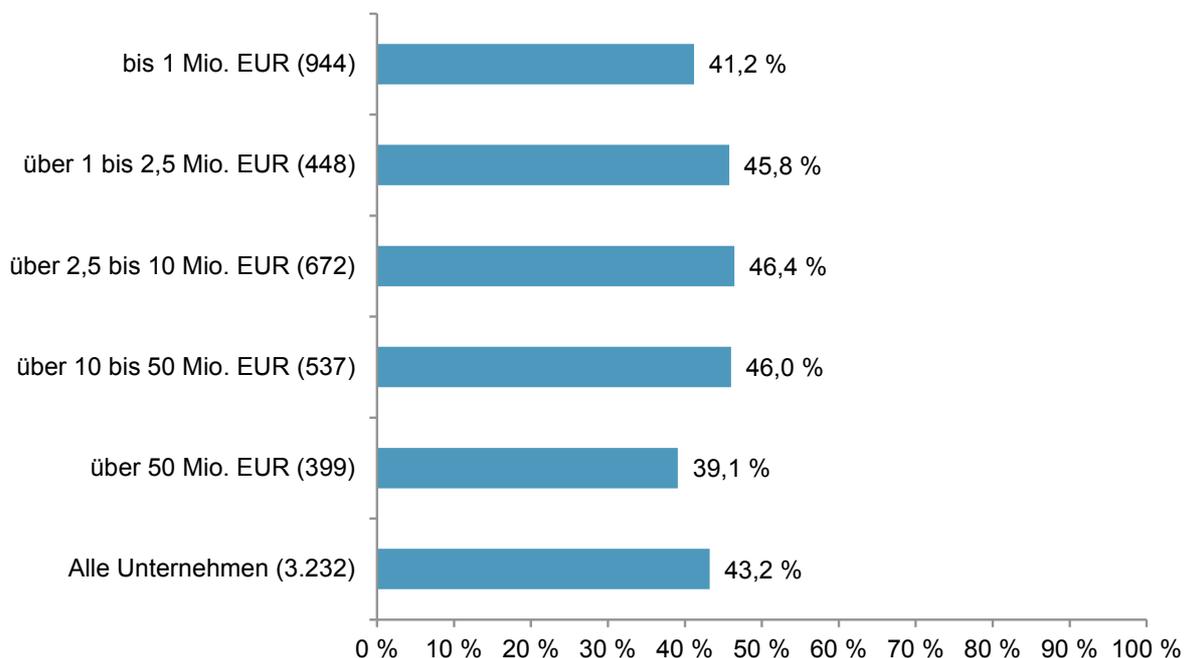
Grafik 21: Entwicklung der Ratingnote nach Unternehmensalter, Handwerk und Regionen

4. Investitions- und Betriebsmittelfinanzierung

Die Aufgabe der Unternehmensfinanzierung besteht unter anderem in der Beschaffung von Mitteln für Investitionszwecke und zur Sicherung der Liquidität. Für diese Zwecke stehen den Unternehmen zahlreiche Finanzierungsinstrumente zur Verfügung. Traditionell ist das Finanzsystem in Deutschland bankenorientiert. Kreditinstitute decken einen Großteil des externen Finanzierungsbedarfs der Unternehmen mit Krediten unterschiedlicher Laufzeiten ab.

4.1 Kreditfinanzierte Investitionen

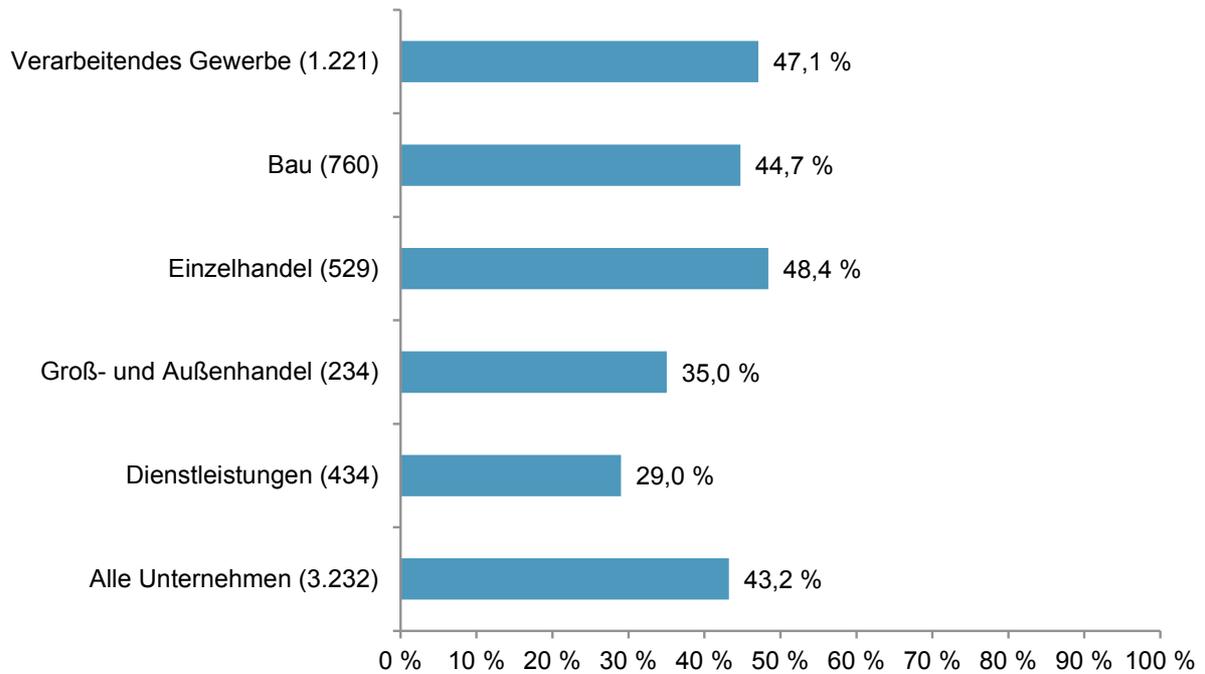
43 % der Unternehmen, die Investitionsprojekte durchgeführt haben oder durchführen wollten, haben dazu Bankkredite beantragt (s. Grafik 22). Der in den früheren Erhebungen¹¹ festgestellte deutliche Zusammenhang zwischen der Unternehmensgröße und der Beantragung von Investitionskrediten ist derzeit kaum noch zu ermitteln. Lediglich große Unternehmen beantragen mit 39 % ähnlich wie in den zurückliegenden Jahren seltener Investitionskredite als kleinere Unternehmen. Dies dürfte darauf zurückzuführen sein, dass sie eher über alternative Finanzierungsquellen verfügen als die Kleineren.¹²



Grafik 22: Kredit für Investitionen beantragt? Nach Unternehmensgröße

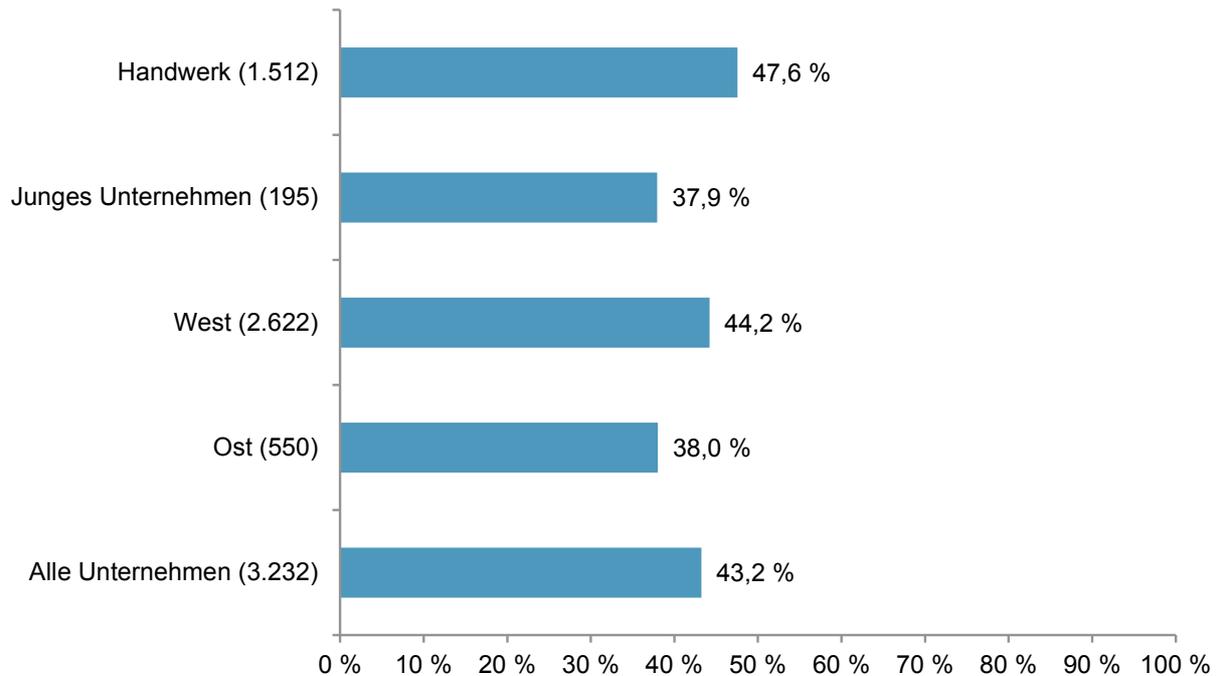
¹¹ Vgl. Zimmermann und Schumacher (2005).

¹² Vgl. Tchouvakhina und Zimmermann (2010) sowie Schwartz und Zimmermann (2012) zur Bedeutung einzelner Finanzierungsquellen für die Unternehmensfinanzierung.



Grafik 23: Kredit für Investitionen beantragt? Nach Branchen

Die Betrachtung nach Branchen zeigt, dass im Verarbeitenden Gewerbe, Bau und Einzelhandel mit Werten zwischen 45 und 48 % Investitionskredite nahezu gleich häufig beantragt werden. Dagegen liegen im Groß- und Außenhandel (35 %) sowie im Dienstleistungssektor (29 %) die Anteile der Investitionskredite beantragenden Unternehmen niedriger (s. Grafik 23). Auch stellen junge und alte beziehungsweise ost- und westdeutsche Unternehmen nahezu gleich häufig Kreditanträge (s. Grafik 24).

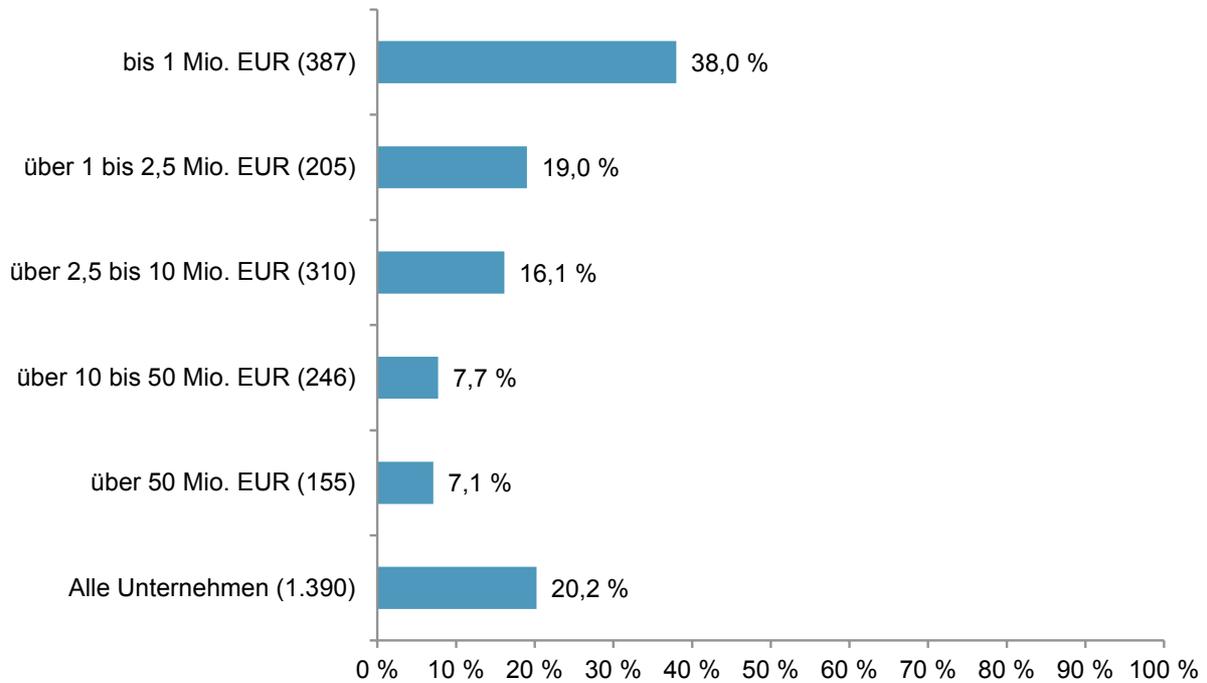


Grafik 24: Kredit für Investitionen beantragt? Nach Handwerk, Unternehmensalter und Regionen

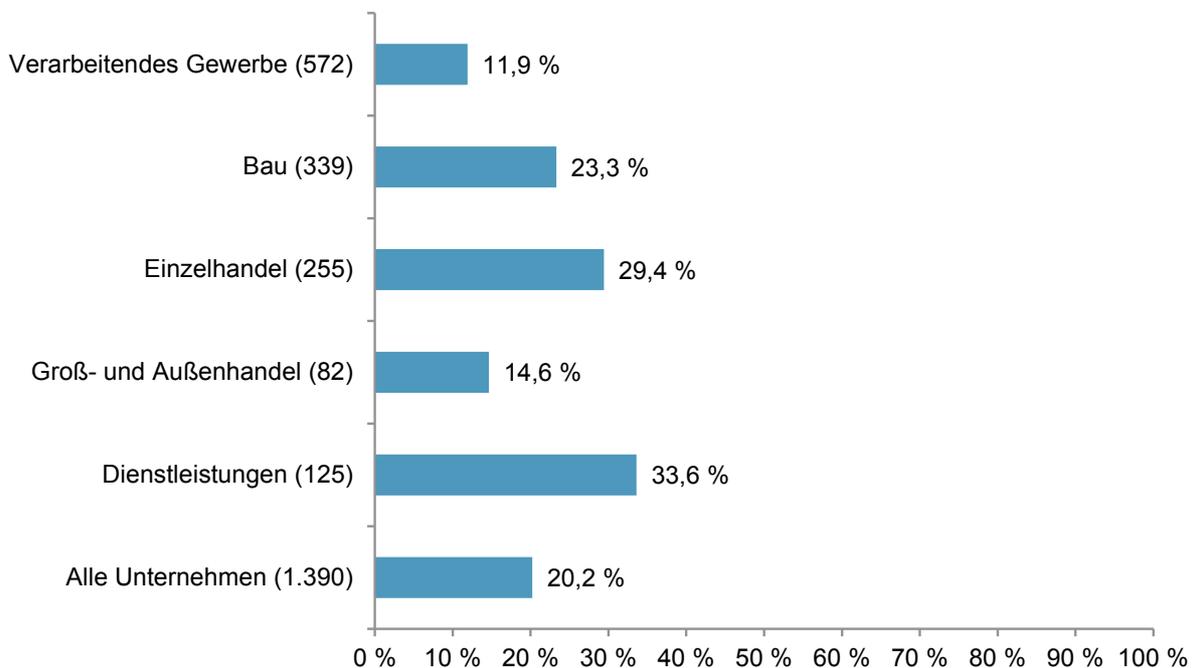
4.2 Ablehnung von Investitionskredit

In 20 % der Fälle wurde den befragten Unternehmen ein beantragter Investitionskredit nicht gewährt (s. Grafik 25). Dieser Anteil ist deutlich zurückgegangen: Noch im Vorjahr galt dies für 25 %. Die Entwicklung der Kreditablehnungen bestätigt somit die in Kapitel 2 ermittelte Verbesserung des Finanzierungsklimas in den zurückliegenden zwölf Monaten.

Wie in den Vorjahren fällt bei den kleineren Unternehmen die Ablehnungsquote deutlich höher aus. Während lediglich knapp 7 % der Unternehmen mit einem Umsatz von über 50 Mio. EUR von der Ablehnung eines Kreditwunsches berichten, sind es bei den Unternehmen bis 1 Mio. EUR Umsatz mehr als 5-mal so viele (38 %). Auch diese Befunde stehen im Einklang mit den Ergebnissen aus Kapitel 2: Gerade kleine Unternehmen berichteten dort, dass sie Probleme haben, überhaupt noch Kredite (selbst zu ungünstigen Konditionen) zu bekommen. Dennoch ist zu betonen, dass sich die Schere bezüglich der Kreditablehnungen zwischen großen und kleinen Unternehmen deutlich gegenüber dem Vorjahr verringert hat. Auch Dienstleistungs- (34 %) und Einzelhandelsunternehmen (29 %) berichten mit am häufigsten von Kreditablehnungen (s. Grafik 26). Kreditanträge von Unternehmen des Verarbeitenden Gewerbes werden mit 12 % am seltensten abgelehnt.



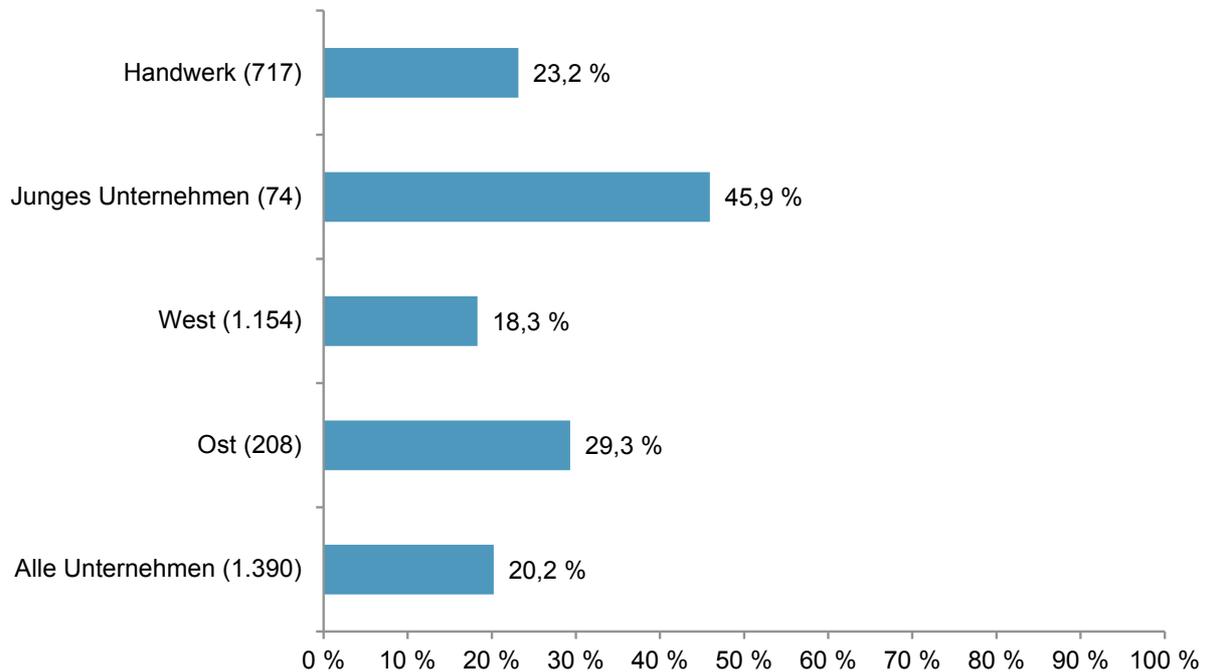
Grafik 25: Investitionskreditantrag abgelehnt nach Umsatzgrößenklassen



Grafik 26: Investitionskreditantrag abgelehnt nach Branchen

Wie Grafik 27 zeigt, fällt die Ablehnungsquote bei den Handwerksunternehmen etwas höher als im Durchschnitt über die Gesamtstichprobe aus. Auch bei Unternehmen aus den west- und ostdeutschen Bundesländern unterscheiden sich die Ablehnungsquoten. Dieser Unterschied ist jedoch statistisch nicht signifikant, d. h. er ist nicht auf die Region, sondern auf andere Merkmale wie Branchen- und Größenunterschiede zurückzuführen. Mit 45 % der

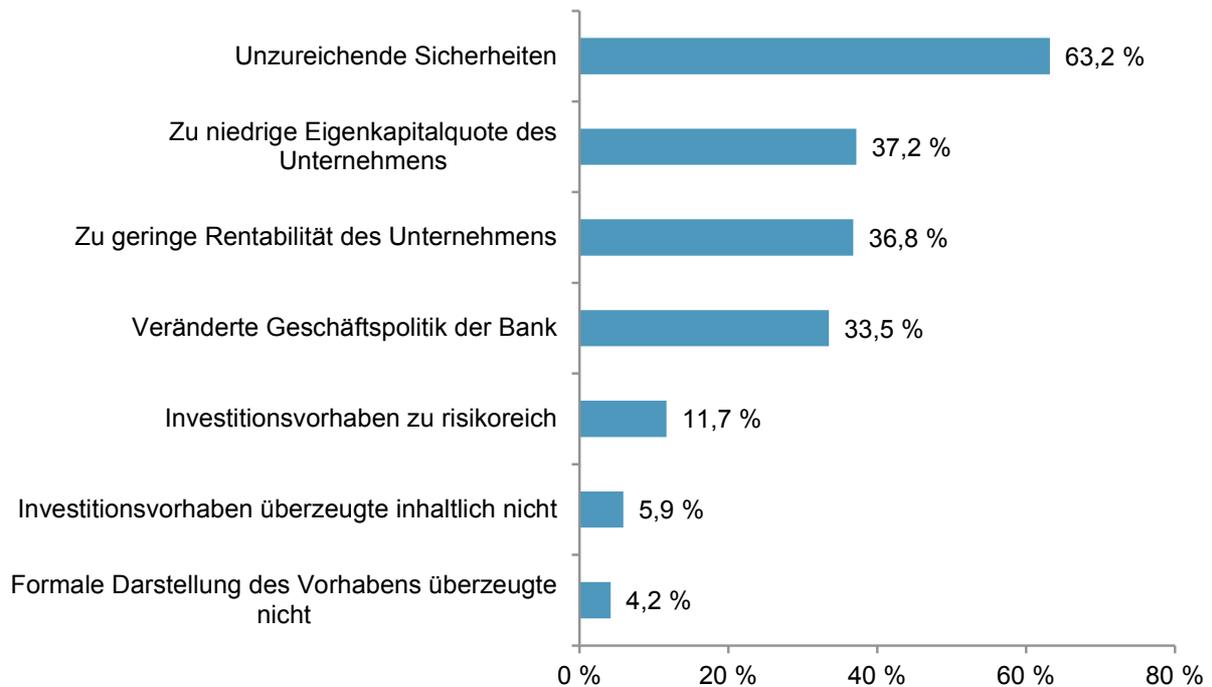
beantragenden Unternehmen fällt die Ablehnungsquote bei jungen Unternehmen mehr als doppelt so hoch aus wie im Durchschnitt über alle hier untersuchten Unternehmen. Auch dieses Resultat bestätigt die in den vorangegangenen Kapiteln ermittelten Befunde zu den strukturellen Problemen junger Unternehmen bei der Kreditaufnahme.



Grafik 27: Investitionskreditantrag abgelehnt nach Handwerk, Unternehmensalter und Regionen

Auch in der in der aktuellen Erhebung wurden die Unternehmen nach den Gründen für die Kreditablehnungen gefragt. Unzureichende Sicherheiten wurden von den antwortenden Unternehmen am häufigsten genannt. Insgesamt werden 63 % der Ablehnungen von den befragten Unternehmen – unter anderem – auf unzureichende Sicherheiten zurückgeführt (s. Grafik 28). Damit spielt dieser Ablehnungsgrund mit Abstand die bedeutendste Rolle und unterstreicht die hohe Risikosensitivität der Kreditinstitute. Auf den folgenden Positionen rangieren mit Werten zwischen 37 und 24 % – wenig überraschend – die Eigenkapitalquote als zentraler Indikator für die Bonität eines Unternehmens, eine zu geringe Rentabilität des Antragstellers sowie eine veränderte Geschäftspolitik des Kreditinstituts. Projektspezifische Gründe spielen bei den Kreditablehnungen demgegenüber eine deutlich untergeordnete Rolle: Aufgrund der hohen Risiken des Investitionsvorhaben wurden 12 % der Unternehmen Kredite verweigert. Die geringste Rolle spielten eine mangelnde Überzeugungskraft der Vorhaben (6 %) sowie deren formale Darstellung (4 %).¹³

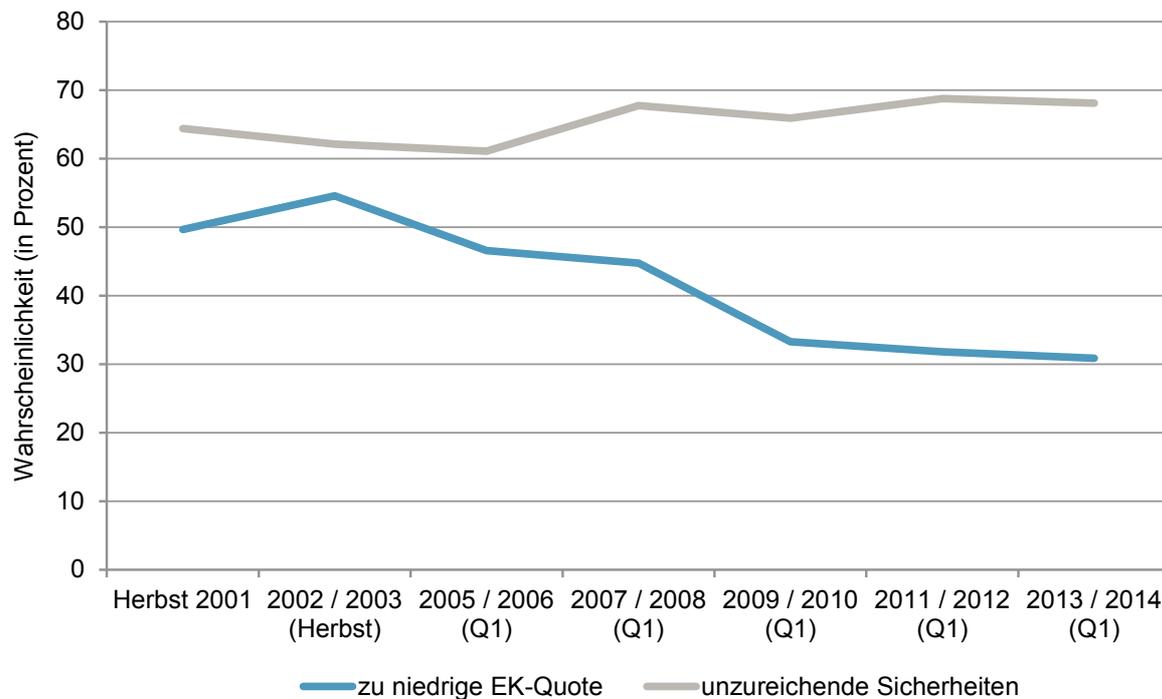
¹³ Mit Rücksicht auf die geringe Fallzahl bei der Beantwortung dieser Frage wird auf eine genauere Untersuchung der Einflussfaktoren Umsatz, Branche, Region, Alter und Rechtsform verzichtet. Vgl. hierzu ausführlich Schwartz und Zimmermann (2012).



Anmerkung: Mehrfachnennung möglich

Grafik 28: Gründe für die Ablehnung eines Investitionskredits

Gegenüber der Vorjahresbefragung fällt auf, dass sich die Antwortstruktur bezüglich der Ablehnungsgründe nur geringfügig verändert hat. In der langfristigen Betrachtung zeigen sich jedoch deutliche Verschiebungen zwischen den beiden wichtigsten Kreditablehnungsgründen (s. Grafik 29). Während über den gesamten Zeitraum unzureichende Sicherheiten als Ablehnungsgrund leicht an Bedeutung gewonnen haben, wurden zu niedrige Eigenkapitalquoten zunehmend seltener genannt: Die Wahrscheinlichkeit, dass ein für die Stichprobe typisches Unternehmen als Kreditablehnungsgrund eine zu niedrige EK-Quote angibt, ist von 55 % in den Erhebungen von 2002 und 2003 auf 31 % in den Erhebungen der Jahre 2013 und 2014 gesunken. Maßgeblich hierfür dürften die in diesem Zeitraum deutlich gestiegenen Eigenkapitalquoten gewesen sein.



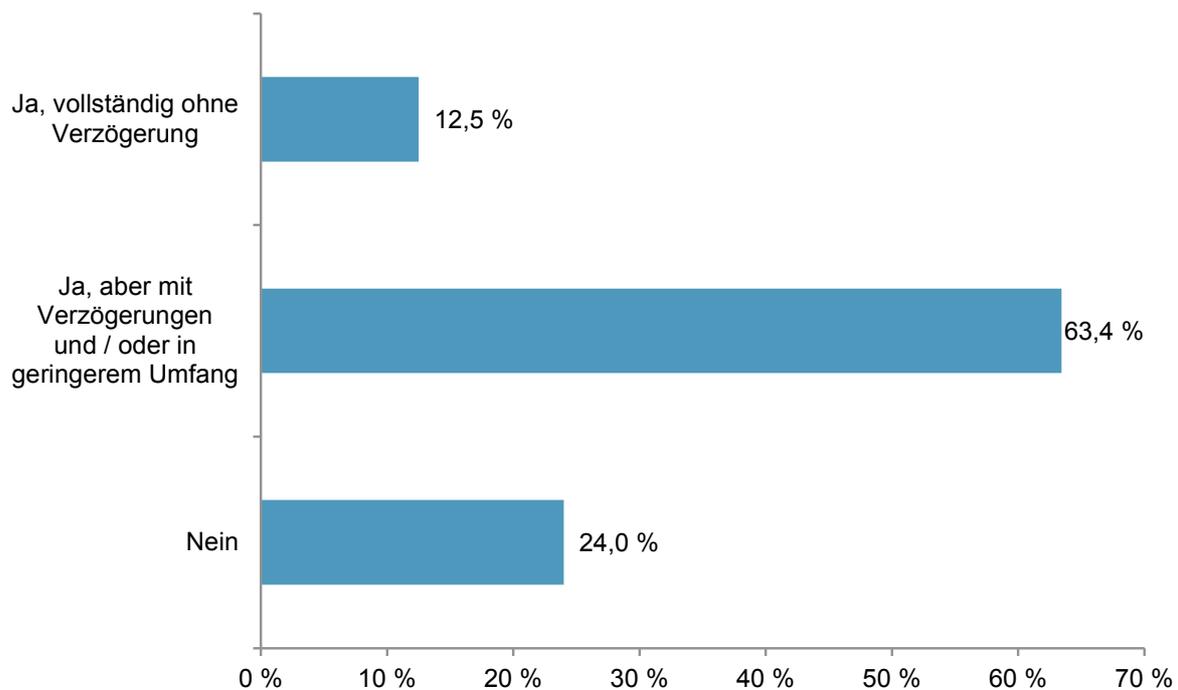
Lesebeispiel: Die Wahrscheinlichkeit, dass ein für die Stichprobe typisches Unternehmen als Kreditablehnungsgrund eine zu niedrige EK-Quote angibt, ist von 55 % in den Erhebungen von 2002 und 2003 auf 31 % in den Erhebungen der Jahre 2013 und 2014 gesunken.

Anmerkung: Modellrechnung für ein „typisches“ Unternehmen, basierend auf den Regressionsergebnissen aus Tabelle 12 im Anhang. Bei Vergleichen mit zurückliegenden Erhebungen ist zu beachten, dass sich die Zusammensetzung der einzelnen Stichproben unterscheiden kann. Um tatsächliche Veränderungen im Antwortverhalten von Veränderungen, die auf der Stichprobensammensetzung basieren, zu trennen, wird der Einfluss der unterschiedlichen Struktur der einzelnen Erhebungen auf das Befragungsergebnis mithilfe einer multivariaten Analyse ermittelt und aus dem Befragungsergebnis herausgerechnet. Das so bereinigte Antwortverhalten im Zeitablauf wird mithilfe einer Modellrechnung für ein exemplarisches Unternehmen dargestellt. Ergebnis dieser Modellrechnungen sind Wahrscheinlichkeiten mit denen das exemplarische Unternehmen die entsprechende Antwort gibt. Aufgrund niedriger Fallzahlen wurden jeweils zwei Erhebungswellen zusammengefasst. Siehe dazu Abschnitt 7.2 und Abschnitt 7.3 im Anhang.

Grafik 29: langfristige Entwicklung der Gründe für die Ablehnung eines Investitionskredits

Abschließend wurden die Unternehmen befragt, ob sie trotz abgelehntem Investitionskredit ihr Vorhaben durchführen konnten. Für 13 % der Unternehmen hatte die Kreditablehnung keine Auswirkungen auf die Durchführung des Vorhabens: Es wurde ohne Verzögerung oder inhaltliche Abstriche trotzdem verwirklicht (s. Grafik 30). Dagegen bedeutete bei einem Viertel der Befragten die Kreditablehnung das Aus für das Investitionsvorhaben. Die restlichen 63 % der von Kreditablehnungen betroffenen Unternehmen konnten zwar das Projekt angehen, allerdings nur unter Einschränkungen.¹⁴

¹⁴ Aufgrund der geringen Zahl der antwortenden Unternehmen werden auch bei dieser Frage keine weiteren Untersuchungen hinsichtlich Umsatz, Branche, Region, Alter und Rechtsform ausgewiesen.



Grafik 30: Investitionskreditwunsch abgelehnt, Vorhaben dennoch ausgeführt?

4.3 Betriebsmittel- und Auftragsfinanzierung

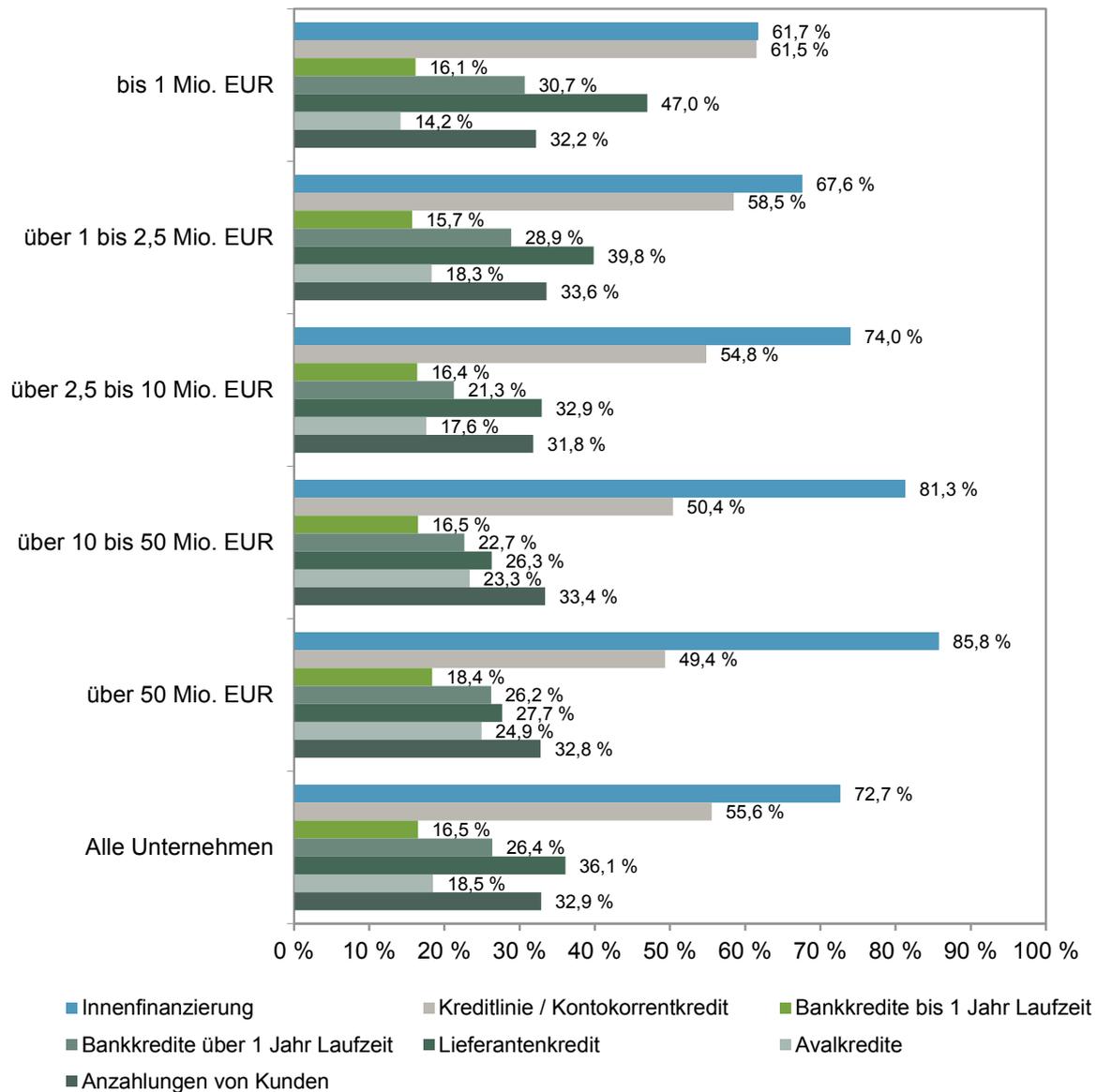
Die Bedeutung von verschiedenen Finanzierungsquellen

73 % der Befragten erachten die Innenfinanzierung als wichtigste Finanzierungsquelle bei der Betriebsmittel- und Auftragsfinanzierung (s. Grafik 31).¹⁵ Damit kommt der Innenfinanzierung die mit Abstand größte Bedeutung zu. Die Bedeutung der Innenfinanzierung als Instrument der Betriebs- und Auftragsfinanzierung steigt mit zunehmender Unternehmensgröße von 62 % (Unternehmen bis 1 Mio. EUR Umsatz) auf 86 % (über 50 Mio. EUR Umsatz). Dies dürfte auf die mit der Unternehmensgröße wachsende Innenfinanzierungskraft der Unternehmen zurückzuführen sein. Im Einzelhandel (61 %) und bei Handwerksunternehmen (65 %) kommt der Innenfinanzierung im Vergleich zu anderen Unternehmensgruppen eine etwas geringere Bedeutung zu (s. Grafik 32 und Grafik 33).

Mit 56 % der „wichtig“-Nennungen rangieren Kreditlinien und Kontokorrentkredite auf der zweiten Position. Gegenläufig zur Innenfinanzierung nimmt die Bedeutung von Kreditlinien und Kontokorrentkrediten mit zunehmender Unternehmensgröße ab: Erachten von den kleinen Unternehmen (bis 1 Mio. EUR Umsatz) 62 % Kreditlinien und Kontokorrentkredite als wichtig für ihr Unternehmen, beläuft sich der entsprechende Wert bei den Unternehmen mit über 50 Mio. EUR Umsatz auf 49 %. Ebenfalls spiegelbildlich zur Beurteilung der Innenfinan-

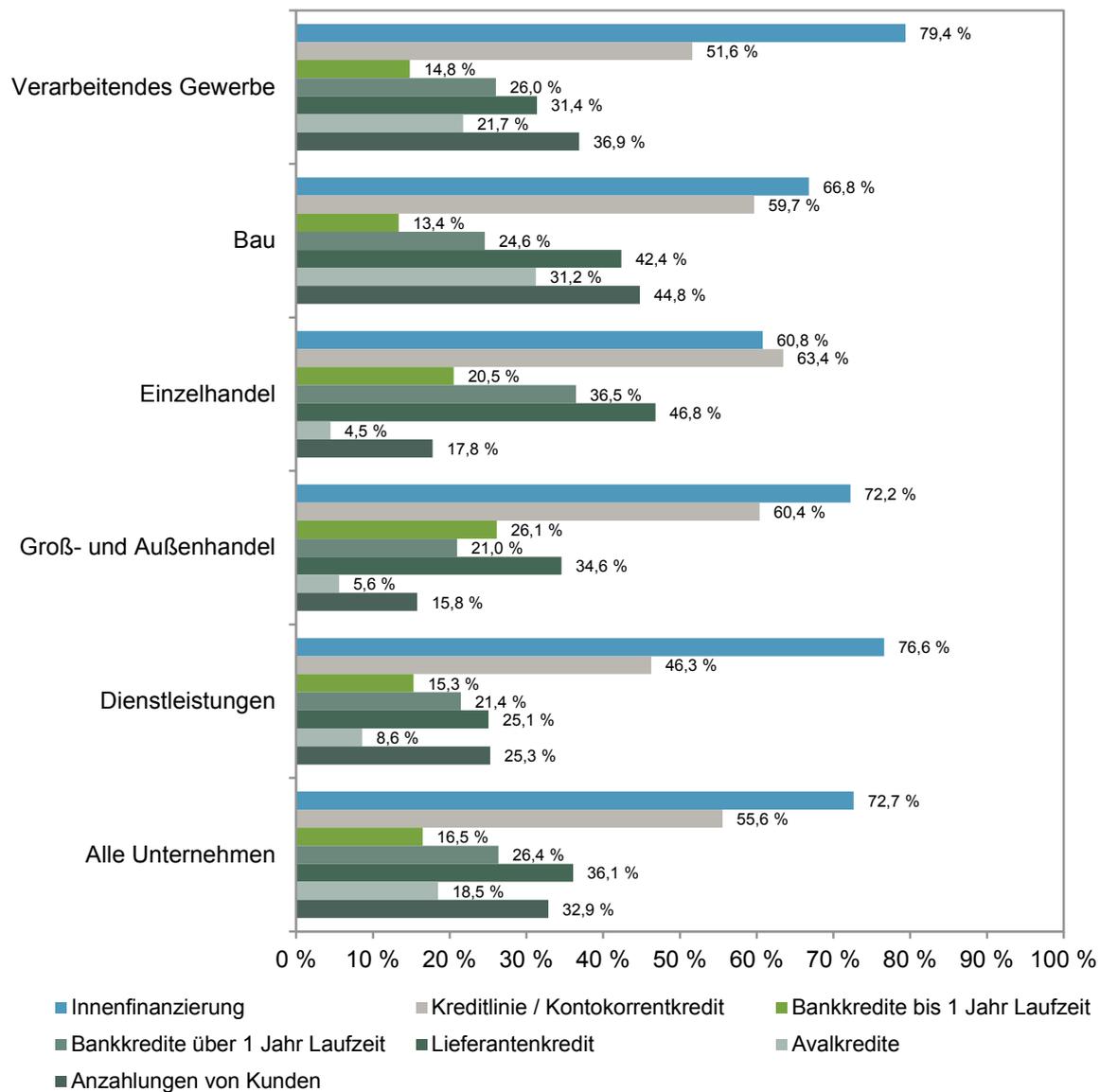
¹⁵ In der Erhebung konnten die Unternehmen die Bedeutung einzelner Finanzierungsformen auf einer dreistufigen Skala von „wichtig“ bis „unwichtig“ bewerten. Um eine bessere Übersicht über die Ergebnisse zu erhalten, beschränken sich die folgenden Betrachtungen auf den Anteil der Unternehmen, der ein bestimmtes Finanzierungsinstrument als wichtig erachtet.

zierung kommen Kreditlinien und Kontokorrentkredite im Verarbeitenden Gewerbe und im Dienstleistungssektor eine geringere Bedeutung zu. Zwischen jungen Unternehmen, in West- oder Ostdeutschland angesiedelten sowie Handwerksunternehmen unterscheidet sich die Wertschätzung von Kreditlinien und Kontokorrentkrediten nur geringfügig.



Anmerkung: Anteil der Unternehmen, die das jeweilige Finanzierungsinstrument als „wichtig“ bewertet haben. Mehrfachnennungen möglich

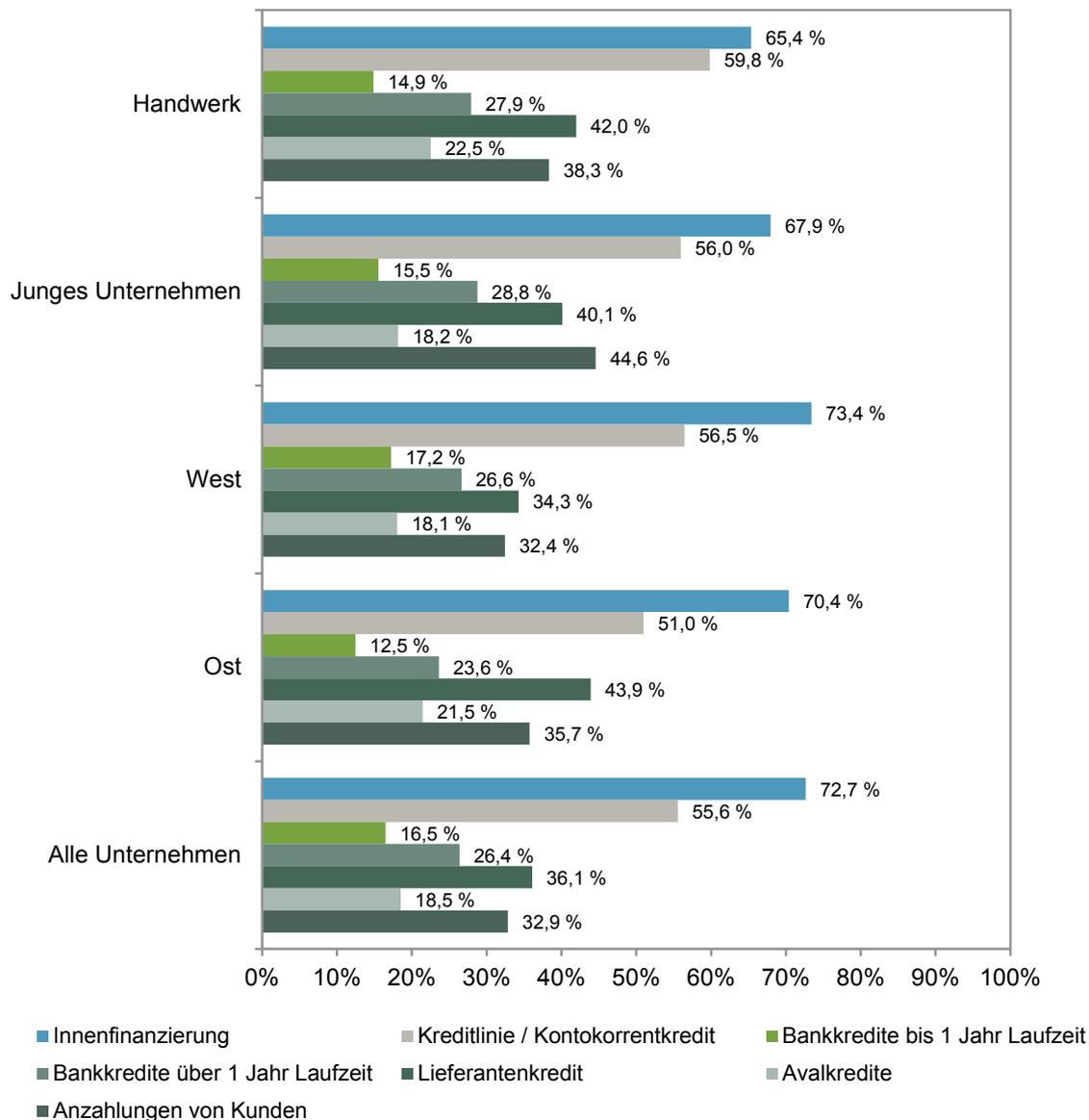
Grafik 31: Bedeutung von Finanzierungsquellen für die Betriebsmittel- und Auftragsfinanzierung nach Umsatzgrößenklassen



Anmerkung: Anteil der Unternehmen, die das jeweilige Finanzierungsinstrument als „wichtig“ bewertet haben. Mehrfachnennungen möglich

Grafik 32: Bedeutung von Finanzierungsquellen für die Betriebsmittel- und Auftragsfinanzierung nach Branchen

Gut ein Drittel der befragten Unternehmen halten Lieferantenkredite für ein wichtiges Instrument bei der Betriebsmittel- und Auftragsfinanzierung. Auch sie werden häufiger von kleinen Unternehmen genutzt. Im Hinblick auf die Branchenzugehörigkeit geben erwartungsgemäß Einzelhandels- und Bauunternehmen häufiger an, dass Lieferantenkredite für ihr Unternehmen wichtig seien. In beiden Branchen ist der Warenumsatz vergleichsweise hoch, sodass die Ausnutzung des Zahlungsziels eine häufig genutzte Möglichkeit zur Liquiditätssicherung darstellt. Dies dürfte auch vor dem Hintergrund erfolgen, dass sich Einzelhandels- und Bauunternehmen seltener auf ihre Innenfinanzierungskraft verlassen können.



Anmerkung: Anteil der Unternehmen, die das jeweilige Finanzierungsinstrument als „wichtig“ bewertet haben. Mehrfachnennungen möglich

Grafik 33: Bedeutung von Finanzierungsquellen für die Betriebsmittel- und Auftragsfinanzierung nach Handwerk, Unternehmensalter und Regionen

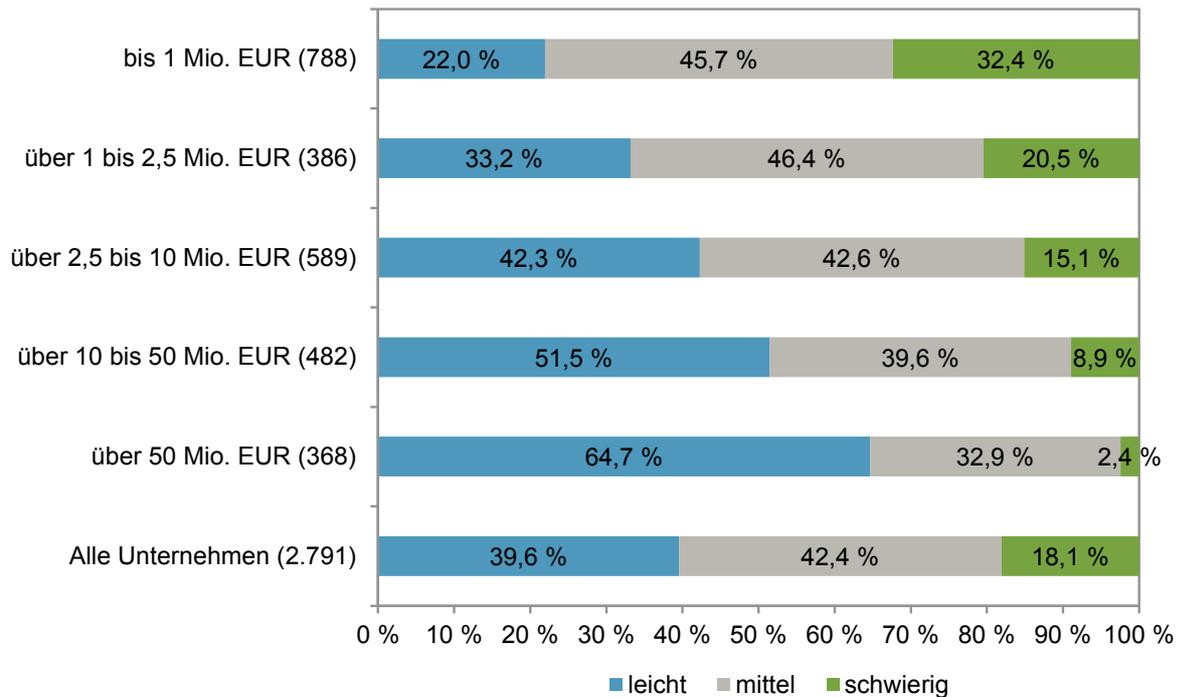
Auch Anzahlungen von Kunden stellen für viele Unternehmen (33 %) eine wichtige Quelle für die Betriebsmittel- und Auftragsfinanzierung dar. Gemeinsam mit den Bankkrediten mit einer Laufzeit von bis zu einem Jahr (s. u.) sind die Anzahlungen von Kunden das einzige Finanzierungsinstrument, das Unternehmen jeder Größenklasse als gleich wichtig erachten. Gerade für junge Unternehmen sind Kundenanzahlungen wichtig (45 %). Hierin dürften sich ihre geringen internen Ressourcen wie der schlechtere Zugang zu externen Mitteln widerspiegeln. Die in den Grafiken sichtbaren Unterschiede zwischen Unternehmen verschiedener Branchen, in West- oder Ostdeutschland angesiedelten sowie Handwerksunternehmen können in einer zusätzlich durchgeführten multivariaten Analyse nicht bestätigt werden.

Betriebsmittelkredite mit einer Laufzeit von über bzw. unter einem Jahr rangieren mit Nennungen in Höhe von 26 bzw. 17 % auf den Positionen 5 und 7. Betriebsmittelkredite mit einer Laufzeit von unter einem Jahr werden von Unternehmen jeder Größenklasse gleich häufig genutzt. Dagegen werden Bankkredite mit einer Laufzeit von über einem Jahr vor allem von kleinen und – in abgeschwächter Form – von den großen Unternehmen häufiger als wichtiges Instrument in der Betriebsmittel- und Auftragsfinanzierung betrachtet. Für mittlere Unternehmen trifft dies seltener zu. Für Betriebsmittelkredite mit längerer Laufzeit offenbart eine zusätzlich durchgeführte multivariate Analyse, dass vor allem Unternehmen des Verarbeitenden Gewerbes solche Bankkredite häufiger als wichtig erachten. Dies und die größere Rolle, die Betriebsmittelkredite bei den großen Unternehmen spielen, dürfte darauf zurückzuführen sein, dass beide Unternehmensgruppen häufiger längerfristige Projekte durchführen, die dementsprechend auch über einen längeren Zeitraum vorfinanziert werden müssen.

Abschließend rangieren Avalkredite mit 19 % auf der sechsten Position. Avalkredite dienen der Absicherung von Leistungen, die ein Unternehmen gegenüber seinen Kunden zu erbringen hat. Gerade für das zu Stande kommen von Geschäftsabschlüssen können Avalkredite daher eine wichtige Rolle spielen. Darüber hinaus können Avalkredite etwa für die Ansprüche aus Gewährleistungen oder als Prozessbürgschaften eingesetzt werden. Avalkredite werden von großen Unternehmen mit 25 % (über 50 Mio. EUR Umsatz) häufiger als wichtig erachtet als von kleineren Unternehmen mit 14 % (bis 1 Mio. EUR Umsatz). Auch Unternehmen des Bausektors sowie Unternehmen des Verarbeitenden Gewerbes messen Avalkrediten mit 31 bzw. 22 % eine höhere Bedeutung als andere Unternehmen bei. Hierin dürfte sich widerspiegeln, dass bei den betreffenden Unternehmen häufiger längerfristige und komplexere Projekte Gegenstand der Geschäftsbeziehungen sind, deren Erfüllung explizit geregelt wird. Zwischen in West- oder Ostdeutschland angesiedelten, jungen bzw. alten Unternehmen sowie nach der Zugehörigkeit zum Handwerk zeigen sich dagegen nur geringfügige Unterschiede.

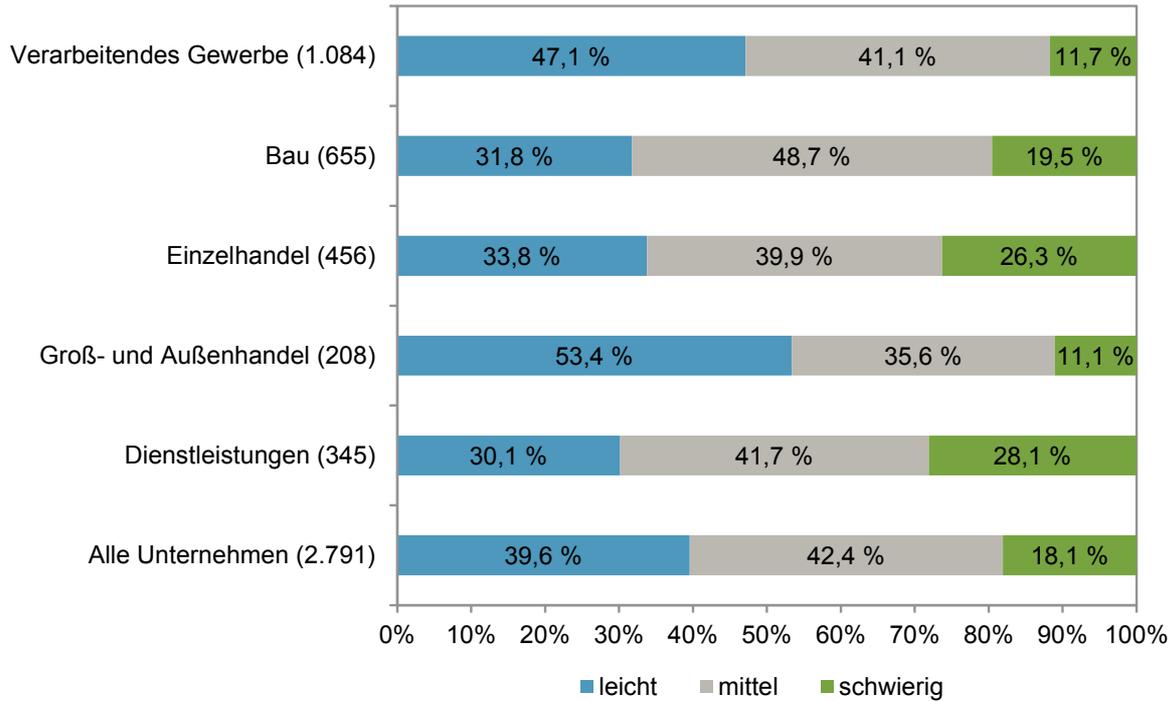
Zugang zu Betriebsmittel- und Auftragsfinanzierungen von Kreditinstituten

Die Möglichkeiten, Betriebsmittel und Aufträge über Kreditinstitute zu finanzieren, werden von den Unternehmen überwiegend als positiv beurteilt. 40 % geben an, dass Betriebsmittel- und Auftragsfinanzierungen leicht zu erhalten seien. Lediglich 18 % bezeichnen den Zugang als schwierig (s. Grafik 34). Somit zeigt sich auch bei der Betriebsmittel- und Auftragsfinanzierung die vorherrschende gute Finanzierungssituation. Ähnlich dem Finanzierungsklima (s. Kapitel 1) wird der Zugang zu Betriebsmittel- und Auftragsfinanzierungen positiver beurteilt, je größer ein Unternehmen ist: Der Saldo aus „leicht“- abzüglich „schwierig“-Meldungen beträgt bei den Unternehmen bis 1 Mio. EUR Umsatz -10,4 Punkte. Dagegen überwiegen die Positiv-Beurteilungen bei den Unternehmen mit über 50 Mio. EUR Umsatz deutlich (Saldo: 62,3 Punkte).

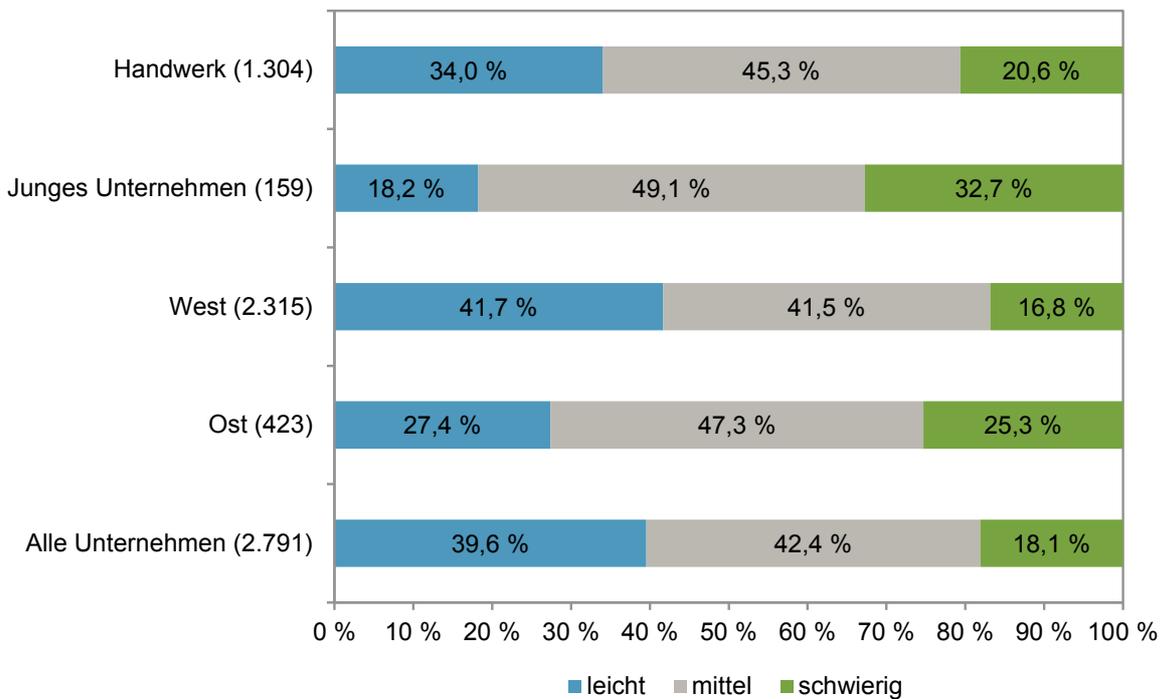


Grafik 34: Zugang zu Betriebsmittel- und Auftragsfinanzierung nach Umsatzgrößenklassen

Auch für die anderen Unternehmensgruppen bestätigt sich das aus Kapitel 1 bekannte Bild: Unternehmen des Groß- und Außenhandels sowie des Verarbeitenden Gewerbes bewerten die Situation bei der Finanzierung von Betriebsmitteln und Aufträgen am positivsten (Saldo: 42,3 bzw. 35,4 Punkte). Die Saldenwerte bei den Dienstleistungsunternehmen sowie im Einzelhandel fallen mit 2 bzw. 12,3 Punkten am schlechtesten aus (s. Grafik 35). Ebenfalls stellt sich die Situation bei jungen Unternehmen (Saldo: -14,5 Punkte) und bei Unternehmen aus den ostdeutschen Bundesländern (Saldo: 2,1 Punkte) ungünstiger dar (s. Grafik 36).



Grafik 35: Zugang zu Betriebsmittel- und Auftragsfinanzierung nach Branchen



Grafik 36: Zugang zu Betriebsmittel- und Auftragsfinanzierung nach Handwerk, Unternehmensalter und Regionen

5. Investitionen in Energieeffizienz

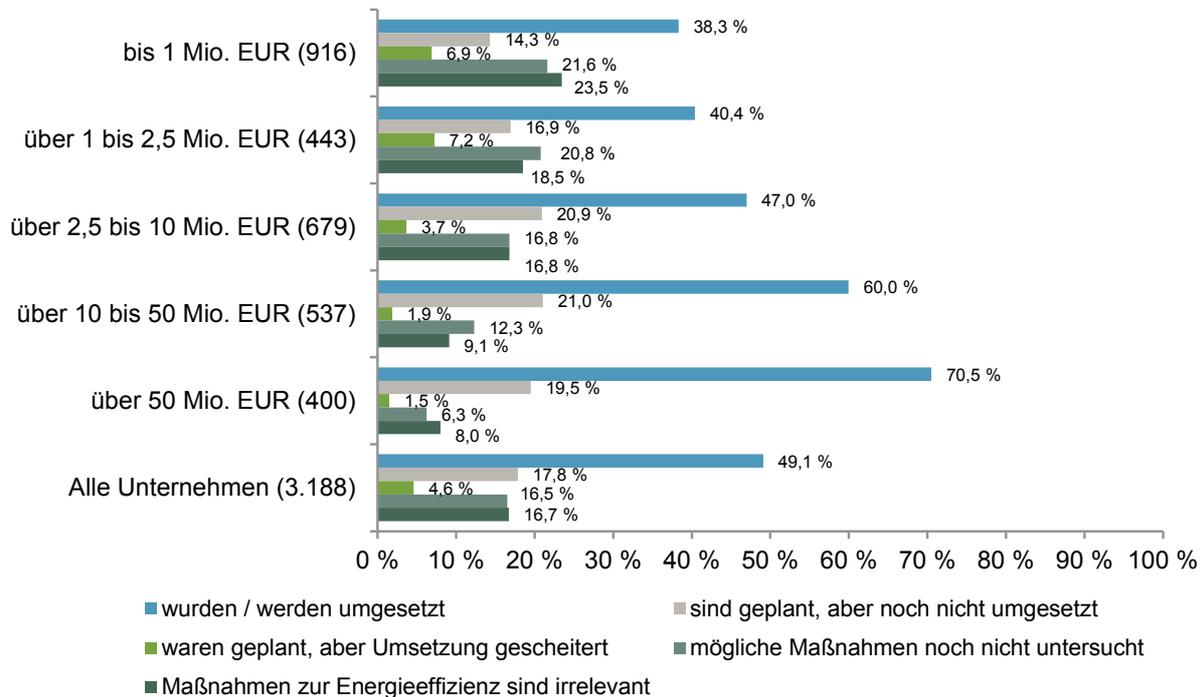
Mit dem Energiekonzept (September 2010) und dem Beschluss zum beschleunigten Ausstieg aus der Kernenergie (Juni 2011) hat die Bundesregierung die Energiewende eingeleitet. Um das Ziel einer nachhaltigen Energieversorgung zu realisieren, soll neben dem Einsatz Erneuerbarer Energien der Energieverbrauch durch deutliche Effizienzsteigerungen gesenkt werden. Konkret ist geplant, die Treibhausgasemissionen bis zum Jahr 2050 um 80 bis 95 % (ggü. 1990) zu reduzieren. Der Primärenergieverbrauch soll bis zum Jahr 2050 um 50 % (ggü. 2008) verringert werden. Vor dem Hintergrund der hohen Energieimportabhängigkeit Deutschlands, der steigenden globalen Energienachfrage und den damit verbundenen Versorgungs- und Preisrisiken stellen Investitionen in eine effiziente Energienutzung nicht nur einen wichtigen Beitrag zur Erreichung der ambitionierten Klimaschutzziele dar, sondern bilden auch einen Baustein bei der Sicherung der internationalen Wettbewerbsfähigkeit und damit des Standorts Deutschland. Inwieweit die Unternehmen bereits Maßnahmen zur Senkung der Energiekosten bzw. zur Erhöhung der Energieeffizienz ergriffen haben und welche Hemmnisse dem entgegenstehen wurde in dieser Befragungsreihe erstmalig erhoben.

5.1 Maßnahmen zur Senkung der Energiekosten bzw. zur Erhöhung der Energieeffizienz

Knapp die Hälfte der Unternehmen hat in den zurückliegenden drei Jahren Maßnahmen zur Senkung der Energiekosten bzw. zur Erhöhung der Energieeffizienz umgesetzt oder ist gerade dabei, solche Maßnahmen umzusetzen (s. Grafik 37). Mit 71 % der Nennungen nehmen große Unternehmen (über 50 Mio. EUR Umsatz) eine Vorreiterrolle ein. Von entsprechenden Maßnahmen wird zunehmend seltener berichtet, je kleiner ein Unternehmen ist. Der betreffende Anteil beläuft sich bei den Unternehmen bis 1 Mio. EUR Umsatz auf 38 %. Unternehmen des Verarbeitenden Gewerbes geben mit einem Anteil von 60 % Maßnahmen zur Energiekosteneinsparung häufiger als andere Unternehmen an, was auf ihre im Vergleich zu anderen Branchen höhere Belastung durch Energiekosten zurückzuführen sein dürfte: 45 % der mittelständischen Unternehmen im Verarbeitenden Gewerbe berichten, dass die Energiekosten mehr als 5 % ihrer Gesamtkosten ausmachen. Im Baugewerbe betrifft dies dagegen nur 36 % der Mittelständler.¹⁶ Dagegen führen junge Unternehmen sowie Unternehmen aus den ostdeutschen Bundesländern seltener als im Durchschnitt über alle befragten Unternehmen Energiekosteneinsparmaßnahmen durch. Hierin dürfte sich der neuere Stand der Betriebsgebäude und Fertigungsanlagen widerspiegeln (s. Grafik 38 und Grafik 39).

¹⁶ Vgl. Schwartz und Braun (2013b).

In 18 % der befragten Unternehmen sind Maßnahmen geplant, aber noch nicht umgesetzt. Die Anteile der Unternehmen mit geplanten Maßnahmen unterscheiden sich nur wenig zwischen den hier untersuchten Unternehmensgruppen. Unternehmen mittlerer Größe planen Energieeinsparmaßnahmen geringfügig häufiger durchzuführen als kleine Unternehmen. Analog zu den Befunden für die bereits angegangenen Maßnahmen planen Bauunternehmen und Unternehmen aus dem Dienstleistungssektor seltener als andere Unternehmen die Durchführung von Energieeinsparmaßnahmen.

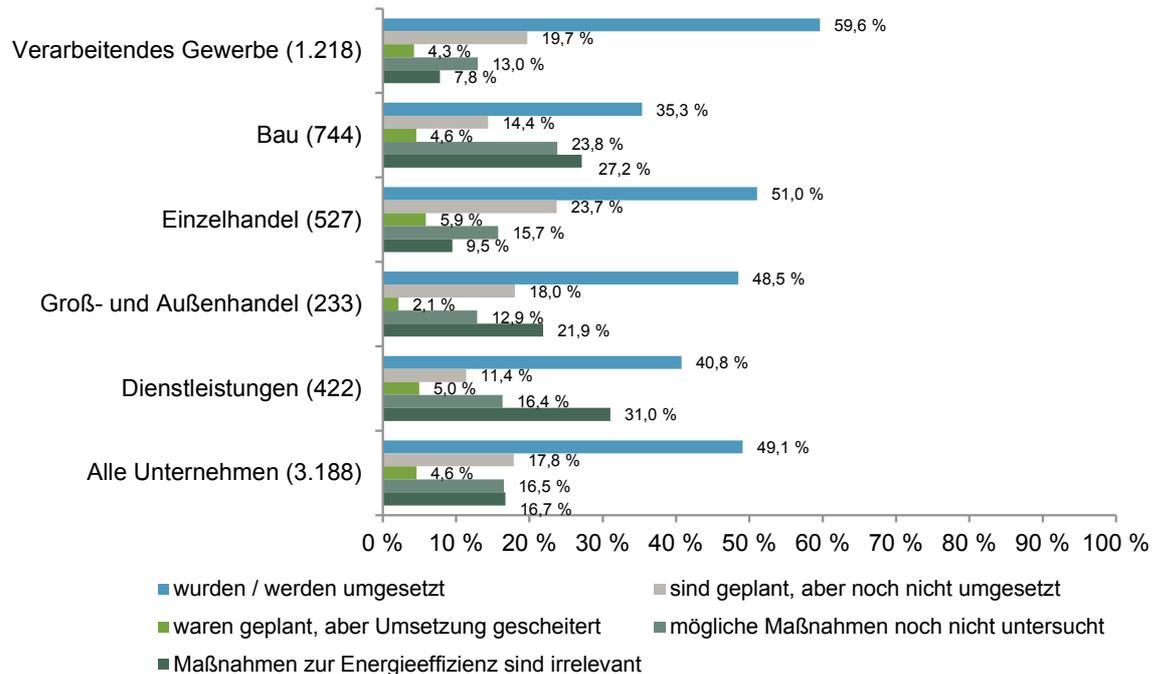


Anmerkung: Mehrfachnennungen möglich

Grafik 37: Maßnahmen zur Senkung der Energiekosten bzw. zur Erhöhung der Energieeffizienz nach Umsatzgrößenklassen

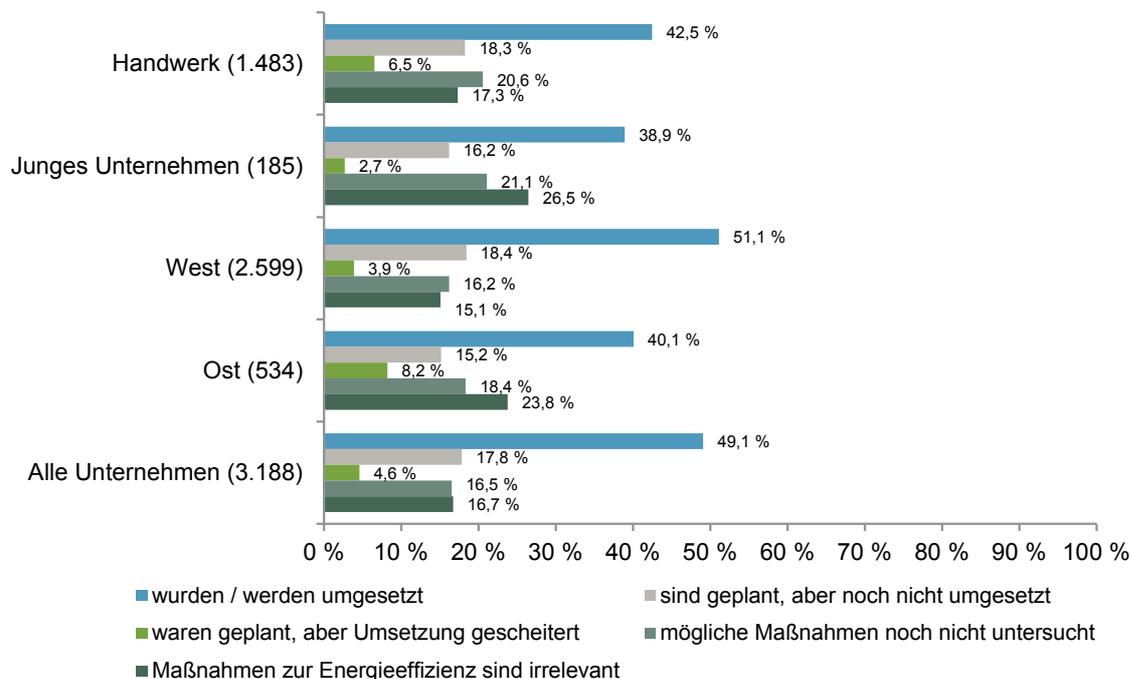
Mit knapp 17 % geben ungefähr gleich viele Unternehmen an, dass sie mögliche Maßnahmen zur Energiekosteneinsparung bislang noch nicht untersucht haben oder dass solche Maßnahmen für ihr Unternehmen irrelevant seien. Beide Antworten werden häufiger genannt, je kleiner die Unternehmen sind: Von den kleinen Unternehmen (bis 1 Mio. EUR Umsatz) berichten 22 %, dass mögliche Maßnahmen noch nicht untersucht wurden, bzw. 24 %, dass keine Notwendigkeit zu Energiekosteneinsparmaßnahmen vorliegt. Bei den Unternehmen mit mehr als 50 Mio. EUR Umsatz belaufen sich die entsprechenden Anteile auf lediglich 6 bzw. 8 %. Insbesondere Bau- sowie Dienstleistungsunternehmen verweisen mit 27 bzw. 31 % besonders häufig darauf, dass Maßnahmen zur Energiekostensenkung bzw. zur Erhöhung der Energieeffizienz in ihrem Unternehmen irrelevant seien. Auch junge und ostdeutsche Unternehmen nennen diesen Grund mit 27 und 24 % häufiger als andere Unternehmen. Dagegen unterscheiden sich die Häufigkeiten mit denen die fehlende Analyse der

Einsparmöglichkeiten genannt wird, zwischen Unternehmen verschiedener Branchen – mit Ausnahme der Bauunternehmen – sowie nach in West- oder Ostdeutschland angesiedelten, jungen bzw. alten Unternehmen sowie nach der Zugehörigkeit zum Handwerk nur geringfügig.



Anmerkung: Mehrfachnennungen möglich

Grafik 38: Maßnahmen zur Senkung der Energiekosten bzw. zur Erhöhung der Energieeffizienz nach Branchen



Anmerkung: Mehrfachnennungen möglich

Grafik 39: Maßnahmen zur Senkung der Energiekosten bzw. zur Erhöhung der Energieeffizienz nach Handwerk, Alter und Regionen

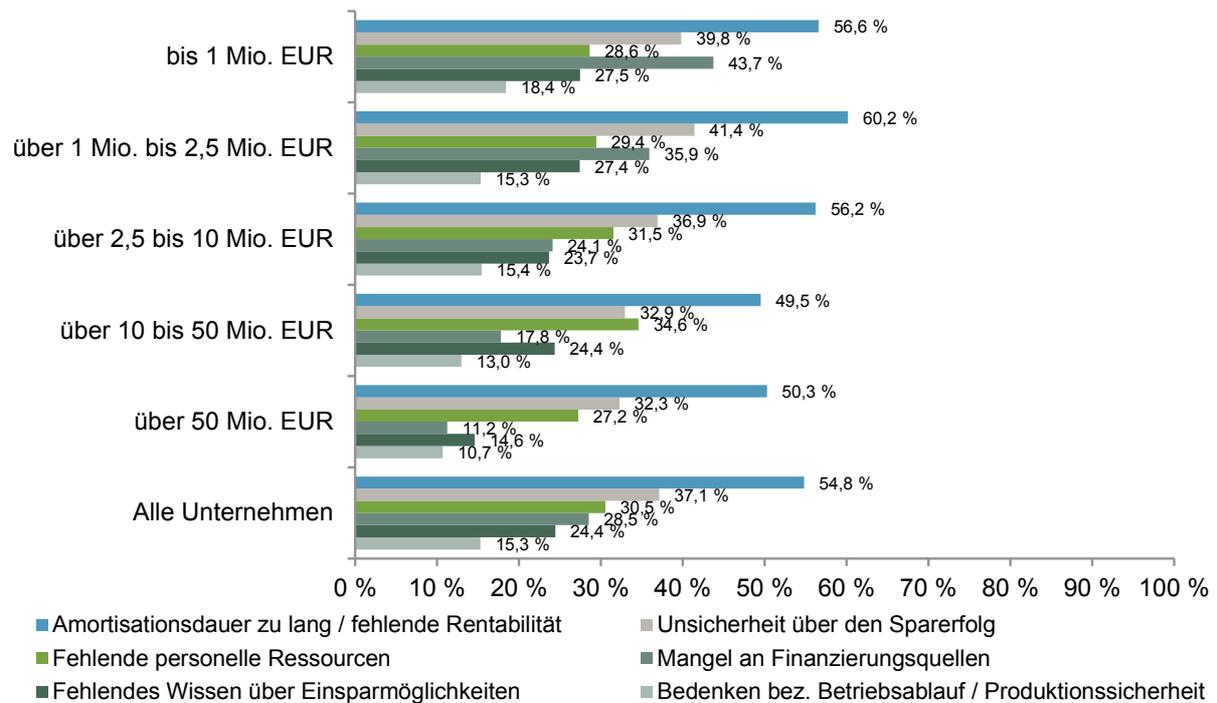
Lediglich knapp 5 % der befragten Unternehmen gibt an, dass die Umsetzung von geplanten Maßnahmen gescheitert sei. Mit knapp 7 % sind hiervon vor allem kleine Unternehmen mit weniger als 1 Mio. EUR Umsatz betroffen, während sich für die anderen hier untersuchten Unternehmensgruppen nur geringfügige Unterschiede im Antwortverhalten zeigen.

5.2 Hemmnisse bei der Umsetzung von Energiekostensenkungs- und Energieeffizienzmaßnahmen

Mit 55 % werden von den befragten Unternehmen zu lange Amortisationszeiten bzw. eine fehlende Rentabilität am häufigsten als Hemmnis bei der Umsetzung von Maßnahmen zur Energiekosteneinsparung genannt (s. Grafik 40).¹⁷ Dies ist wenig überraschend, da in der Unternehmenspraxis in der Regel kürzere Kapitalrücklaufzeiten für getätigte Investitionen verlangt werden. Das führt dazu, dass vielfach Energieeinsparinvestitionen mit längerer Kapitalbindungsdauer (wie z. B. im Gebäudebereich) trotz positiver Verzinsung des eingesetzten Kapitals über die gesamte Nutzungsdauer der Investition nicht umgesetzt werden. Kosteneinsparungen, die über die geforderte Amortisationszeit hinausgehen, werden in diesen Fällen nicht berücksichtigt. Mit Werten um 50 % wird die Amortisationsdauer / Rentabilität von großen Unternehmen etwas seltener als Hemmnis genannt. Dies dürfte damit im Zusammenhang stehen, dass in großen Unternehmen häufiger über längerfristige Projekte Entscheidungen getroffen werden, sodass längere Planungshorizonte insgesamt präsenter sind. Im Verarbeitenden Gewerbe wird dieser Aspekt dagegen häufiger genannt (58 %).

Lediglich geringe Unterschiede im Antwortverhalten sind hingegen nach der Region sowie nach der Zugehörigkeit zum Handwerk festzustellen. Der mit 50 % etwas niedrigere Anteil der jungen Unternehmen, die diesen Aspekt nennen, dürfte darauf zurückzuführen sein, dass in den ersten Jahren des Bestands eines Unternehmens – analog zur Argumentation bei den großen Unternehmen – häufiger für die weitere Entwicklung des Unternehmens längerfristig gültige Entscheidungen getroffen werden (s. Grafik 41 und Grafik 42).

¹⁷ In der Erhebung konnten die Unternehmen die Bedeutung einzelner Hemmnisse auf einer fünfstufigen Skala von 1 = „sehr hohe Bedeutung“ bis 5 = „sehr geringe Bedeutung“ bewerten. Als „wichtig“ gilt ein Hemmnis im Folgenden, wenn ein Unternehmen das Hemmnis mit „eins“ oder „zwei“ eingestuft hat.



Anmerkung: Mehrfachnennungen möglich

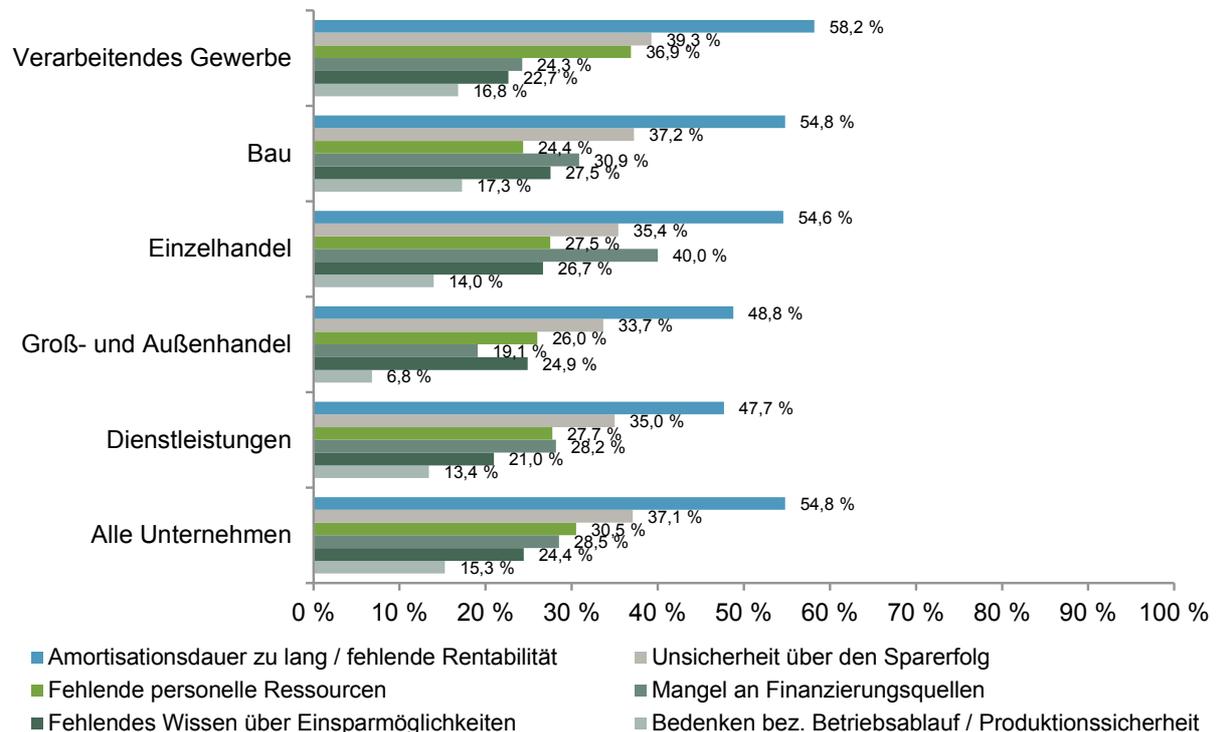
Grafik 40: Hemmnisse bei der Umsetzung von Maßnahmen zur Senkung der Energiekosten bzw. zur Erhöhung der Energieeffizienz nach Umsatzgrößenklassen

Unsicherheit über den Sparerfolg von möglichen Maßnahmen rangiert mit 37 % der Nennungen auf der zweiten Position. Mit Werten um 40 % stellt dieser Aspekt insbesondere für kleine Unternehmen ein Investitionshemmnis dar. Ähnlich der Einschätzung bezüglich der Amortisationsdauer / Rentabilität nennen Unternehmen des Verarbeitenden Gewerbes die Unsicherheit über den Sparerfolg von Maßnahmen häufiger als Hemmnis (39 %) als andere Unternehmen, während Groß- und Außenhandelsunternehmen – ebenfalls analog zu ihrer Beurteilung der Amortisationsdauer / Rentabilität – mit 34 % mögliche Sparerfolge am seltensten anzweifeln.

Fehlende personelle Ressourcen für die Konzeption und Umsetzung von Maßnahmen nennen 31 % der Unternehmen. Mittelgroße Unternehmen (10 bis 50 Mio. EUR Umsatz) berichten mit 35 % am häufigsten davon, während Kleinere seltener davon betroffen sind. Zurückzuführen dürfte dies darauf sein, dass mit zunehmender Unternehmensgröße häufiger Maßnahmen zur Energiekostensenkung bzw. zur Erhöhung der Energieeffizienz umgesetzt werden und durch die intensivere Beschäftigung mit entsprechenden Maßnahmen Unternehmen häufiger an ihre Kapazitätsgrenzen gelangen. Dies gilt insbesondere vor dem Hintergrund, dass kleine und mittlere Unternehmen im Gegensatz zu Großunternehmen eher selten über spezielles Personal für Energieeffizienzfragen verfügen.¹⁸ Der mit 37 % im Verarbeitenden

¹⁸ Vgl. Prognos (2010).

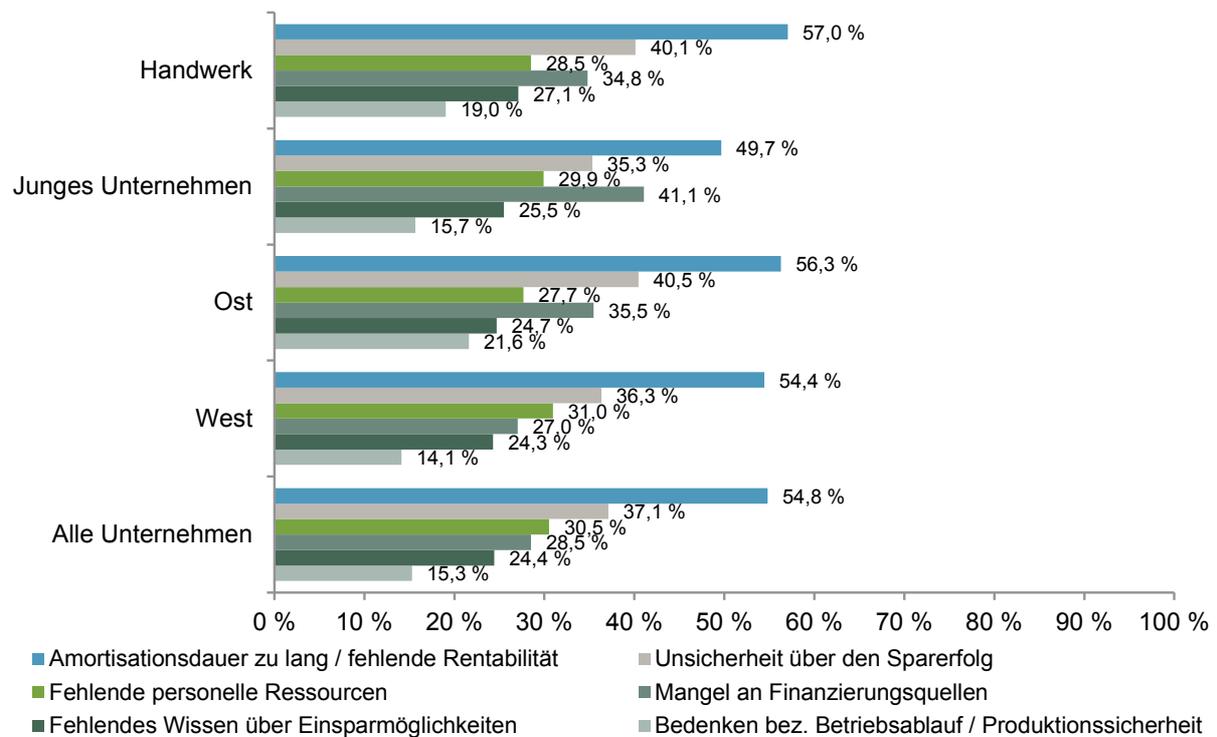
Gewerbe höchste Anteil an Unternehmen, der diesem Hemmnis eine wichtige Bedeutung beimisst, dürfte im Zusammenhang mit der größeren Komplexität von Energieeinsparmaßnahmen in diesen Wirtschaftszweigen stehen. Eine intensivere Nutzung des Angebots an Energieberatung kann helfen, die knappen internen Ressourcen zu ergänzen.



Anmerkung: Mehrfachnennungen möglich

Grafik 41: Hemmnisse bei der Umsetzung von Maßnahmen zur Senkung der Energiekosten bzw. zur Erhöhung der Energieeffizienz nach Branchen

Mit 29 % der Nennungen rangiert der Mangel an Finanzierungsquellen dicht gefolgt auf der vierten Position. Bei keinem anderen Aspekt zeigt sich eine so deutliche Größenabhängigkeit wie bei der Wahrnehmung der Finanzierungssituation als Hemmnis: Mit 44 % der kleinen Unternehmen (bis 1 Mio. EUR Umsatz) werden die Finanzierungsmöglichkeiten in dieser Gruppe am zweithäufigsten als bedeutendes Hemmnis erachtet. Dagegen spielen Finanzierungsrestriktionen bei den großen Unternehmen mit 11 % kaum eine Rolle. Somit zeigt sich auch bei der Finanzierung von Energieeinsparmaßnahmen das aus Kapitel 1 und Kapitel 3 bekannte Bild: Die Schwierigkeiten beim Zugang zu externer Finanzierung steigen mit abnehmender Unternehmensgröße. Diese Beobachtung bestätigt sich auch für junge Unternehmen (41 %) sowie für Einzelhandelsunternehmen (40 %). Sowohl bei der Finanzierung von Energieeffizienzmaßnahmen wie bei der Kreditfinanzierung anderer Unternehmenszwecke stehen diesen Unternehmensgruppen deutlich größere Probleme gegenüber als anderen Unternehmen.



Anmerkung: Mehrfachnennungen möglich

Grafik 42: Hemmnisse bei der Umsetzung von Maßnahmen zur Senkung der Energiekosten bzw. zur Erhöhung der Energieeffizienz nach Handwerk, Alter und Regionen

Fehlendes Wissen über Einsparmöglichkeiten nennt knapp ein Viertel der befragten Unternehmen. Ähnlich der Unsicherheit über den Sparerfolg von Maßnahmen messen mit 28 % – gegenüber 15 % bei den Unternehmen mit über 50 Mio. EUR Umsatz – vor allem kleine Unternehmen diesem Aspekt eine wichtige Bedeutung bei. Dies und die bei kleinen Unternehmen deutlich höhere Scheiterquote bei der Umsetzung von Energieeffizienzmaßnahmen (s. Grafik 37) unterstreicht die Notwendigkeit zu qualifizierter Energieeffizienzberatung für mittelständische und insbesondere für kleine Unternehmen. Zwischen den sonstigen hier untersuchten Unternehmensgruppen unterscheidet sich die Beurteilung dieses Aspekts nur geringfügig.

Abschließend nennen 15 % der befragten Unternehmen Bedenken bezüglich des Betriebsablaufs und der Produktionssicherheit als Hemmnis bei der Durchführung von Energieeffizienzmaßnahmen. Wiederum sind kleine Unternehmen skeptischer als Große. Analog zur Beurteilung der Unsicherheit über den Sparerfolg sehen ostdeutsche Unternehmen auch bezüglich der Betriebsabläufe größere Unwägbarkeiten, während im Groß- und Außenhandel dies am seltensten der Fall ist.

6. Bewertung der Region als Wirtschaftsstandort

Die Beschaffenheit des regionalen Umfelds ist sowohl für die Entwicklung der Unternehmen als auch für die Entwicklung der Region von großer Bedeutung. So spielt die Attraktivität eines regionalen Standorts nicht nur eine wichtige Rolle bei der Entscheidung über die Ansiedlung neuer Betriebe oder dabei, bereits ansässige Unternehmen vor Ort zu halten. Von den Standortbedingungen gehen generell starke Einflüsse auf den Betriebserfolg aus – mit entsprechenden Rückwirkungen auf die Wirtschaftsentwicklung und den Wohlstand in einer Region. Dabei können nicht nur harte Standortfaktoren, wie verschiedene Kostenarten, die Verfügbarkeit von Arbeitskräften oder die bereitgestellte Infrastruktur von Bedeutung sein. Auch weiche Standortfaktoren, wie die Attraktivität einer Region für Arbeitskräfte können für eine effektive Produktion eine Rolle spielen. Wie Unternehmen Ihre Region und einzelne Standortfaktoren bewerten und was einen attraktiven Wirtschaftsstandort ausmacht, wird im Folgenden untersucht.

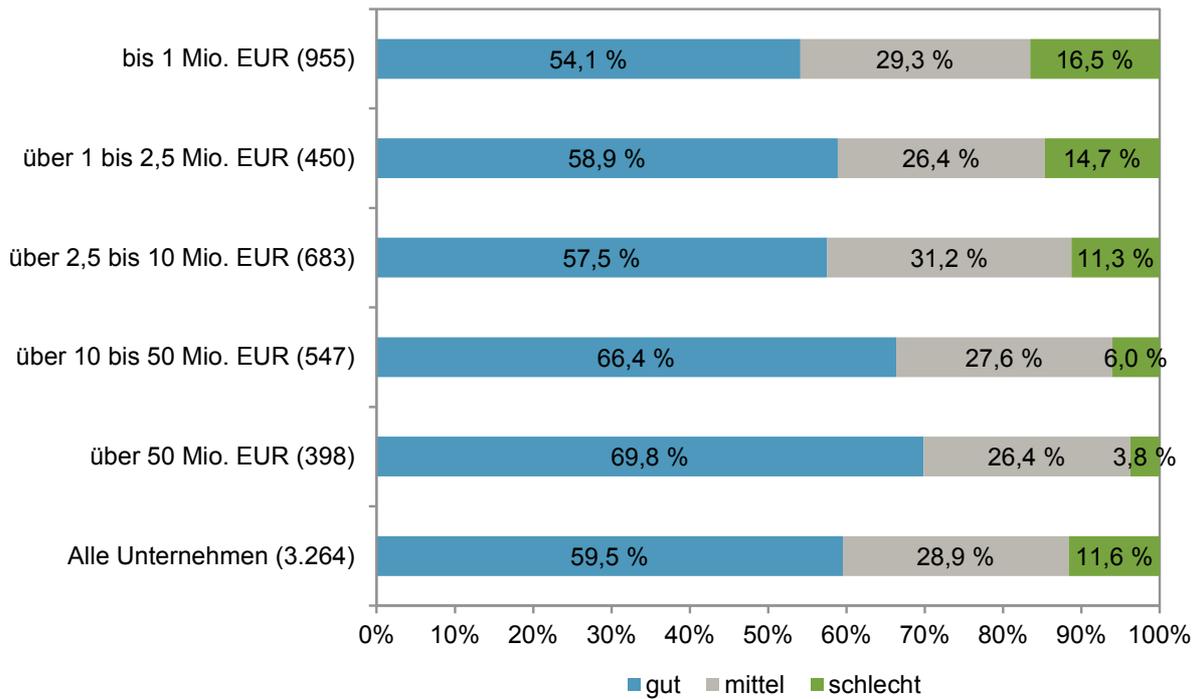
6.1 Gesamtzufriedenheit mit der Region als Wirtschaftsstandort

Mit knapp 60 % ist die Mehrheit der befragten Unternehmen mit ihrer Region als Wirtschaftsstandort zufrieden. Lediglich 12 % bewerten ihren Standort als „schlecht“, während knapp 30 % ihren lokalen Standort zwischen diesen beiden Pools verorten (s. Grafik 43).¹⁹ Die Zufriedenheit mit dem Unternehmensstandort steigt mit zunehmender Unternehmensgröße: 54 % der kleinen Unternehmen (bis 1 Mio. EUR Umsatz) beurteilen ihre Region als Wirtschaftsstandort positiv. Bei den Unternehmen mit über 50 Mio. EUR Umsatz beläuft sich dieser Wert auf 70 %.

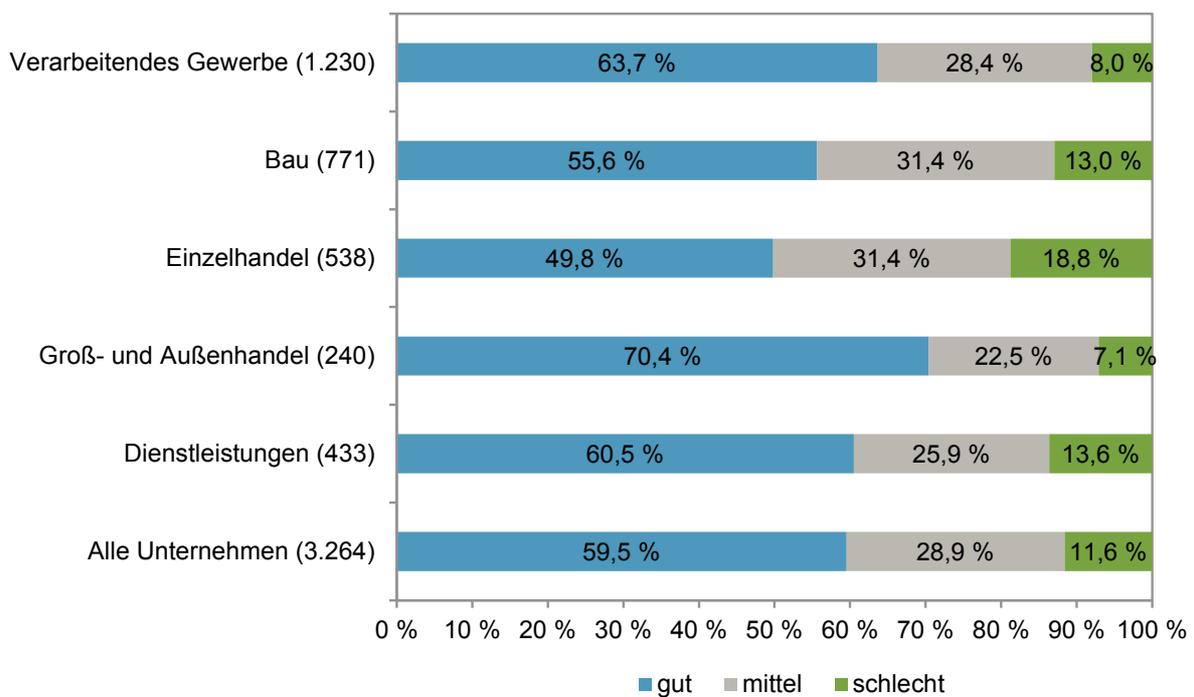
Nach Branchen bewerten Groß- und Außenhandelsunternehmen ihren lokalen Standort mit 70 % Positiv-Meldungen am günstigsten (s. Grafik 44). Dagegen sind Einzelhändler mit ihrem Standort am wenigsten zufrieden (50 %). Mit 62 % Positiv-Beurteilungen sind in Westdeutschland angesiedelte Unternehmen mit ihrem Standort ebenfalls deutlich zufriedener als dies für ostdeutsche Unternehmen gilt (47 %). Dies bestätigt sich auch bei der Betrachtung der einzelnen Bundesländer: Baden-Württemberg, Berlin, Hamburg, Hessen und Bayern rangieren auf der Zufriedenheitsskala der Unternehmen auf den vorderen Positionen, während Unternehmen aus den ostdeutschen Bundesländern die Region ihres Unternehmenssitzes am kritischsten sehen (s. Grafik 51 im Anhang).²⁰ Auch junge Unternehmen beurteilen ihren Standort positiver als andere Unternehmen (s. Grafik 45).

¹⁹ In der Erhebung konnten die Unternehmen die Beurteilung der Region als Wirtschaftsstandort auf einer fünfstufigen Skala von 1 = „sehr gut“ bis 5 = „sehr schlecht“ bewerten. Als „gut“ gilt eine Bewertung im Folgenden, wenn ein Unternehmen die Region mit „eins“ oder „zwei“ eingestuft hat. Entsprechend wurden die Bewertungen mit „vier“ und „fünf“ zu „schlecht“ zusammengefasst.

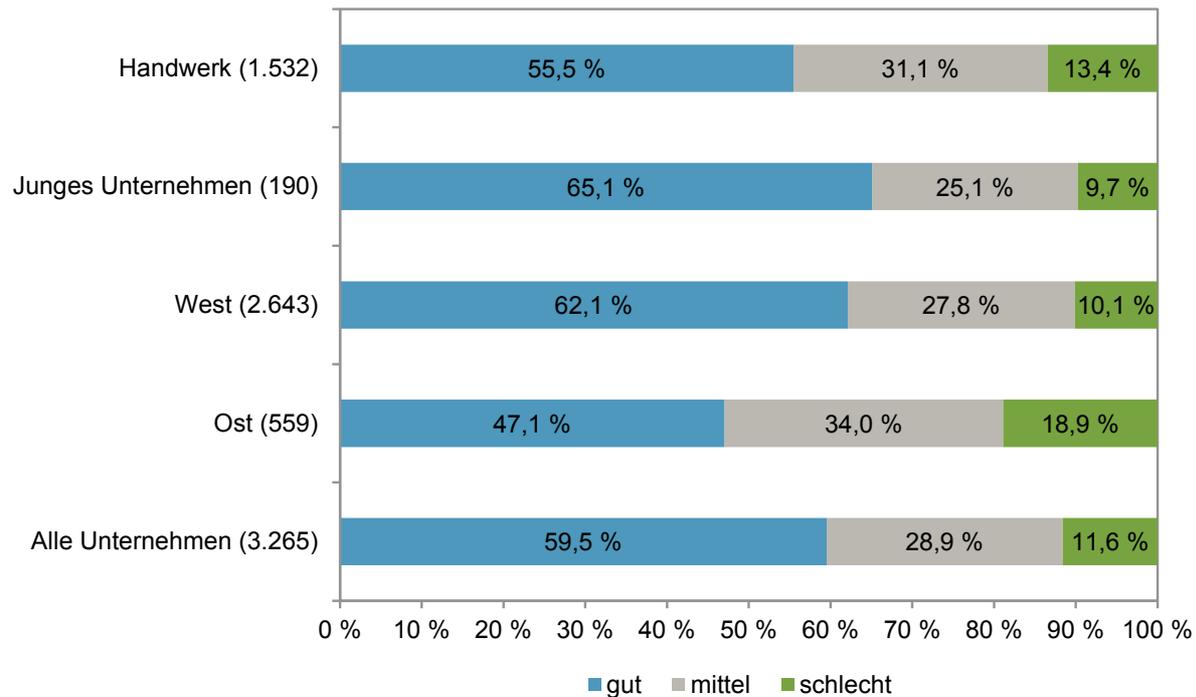
²⁰ Aufgrund der geringen Anzahl an Beobachtungen in der Stichprobe wurden die Bundesländer Bremen, Mecklenburg-Vorpommern, Saarland und Sachsen-Anhalt von der Analyse ausgeschlossen.



Grafik 43: Gesamtbeurteilung der Region (des Unternehmenssitzes) als Wirtschaftsstandort nach Umsatzgrößenklasse



Grafik 44: Gesamtbeurteilung der Region (des Unternehmenssitzes) als Wirtschaftsstandort nach Branche



Grafik 45: Gesamtbeurteilung der Region (des Unternehmenssitzes) als Wirtschaftsstandort nach Handwerk, Alter und Regionen

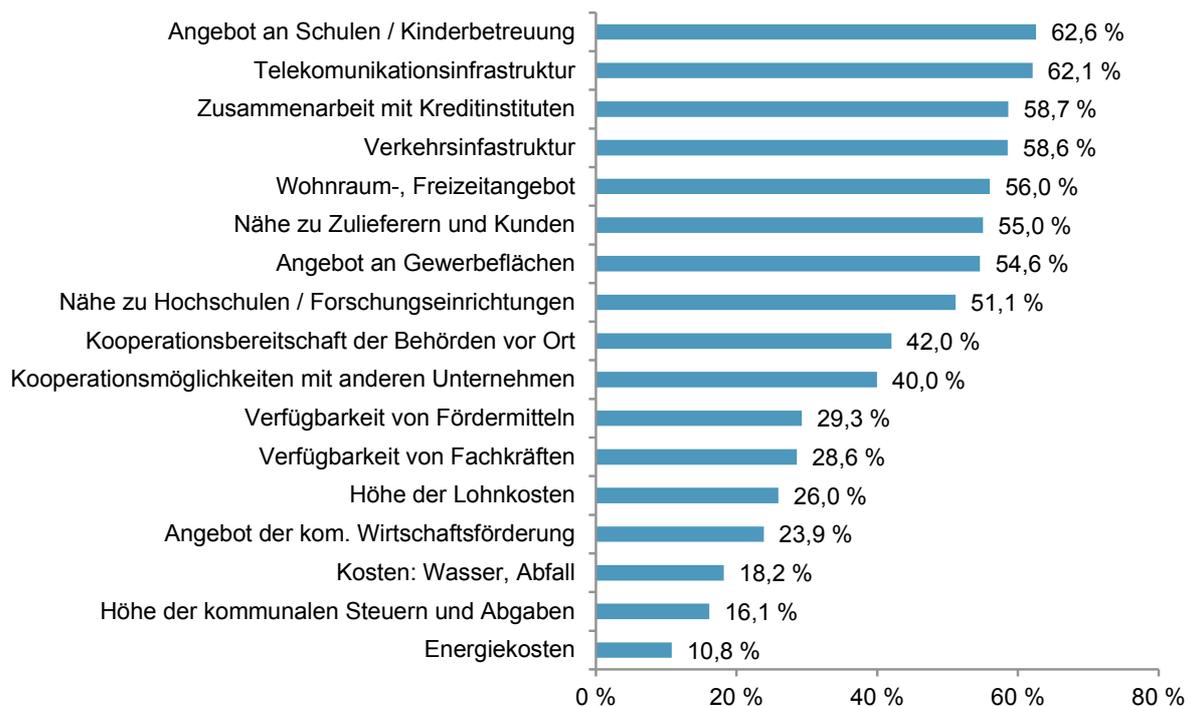
6.2 Beurteilung und Bedeutung einzelner Standortfaktoren

Von den 17 abgefragten Standortfaktoren bewerten die Unternehmen das regionale Angebot an Schulen und Kinderbetreuung mit 63 % an „gut“-Bewertungen am positivsten (s. Grafik 46).²¹ Das Schul- und Kinderbetreuungsangebot dürfte als Standortfaktor insbesondere für die Attraktivität einer Region für Arbeitskräfte eine Rolle spielen. Auch das für die Attraktivität aus Arbeitersicht wichtige Wohnraum- und Freizeitangebot wird mit 56 % (Rang 5) als überwiegend günstig beurteilt. Dennoch sind nur 29 % der befragten Unternehmen mit der Verfügbarkeit von Fachkräften in ihrer Region zufrieden. Mit Position 12 rangiert die Verfügbarkeit von Fachkräften in ihrer Beurteilung durch die Unternehmen nur wenig oberhalb der typischerweise am negativsten bewerteten Kostenfaktoren: Mit der Höhe der Lohnkosten (Rang 13), der Kosten der Wasserver- und -entsorgung sowie der Abfallentsorgung (Rang 15), der kommunalen Steuern und Abgaben (Rang 16) und der Energiekosten (Rang 17) sind die befragten Unternehmen am seltensten zufrieden.

Mit 29 bzw. 24 % zählen auch die Verfügbarkeit von Fördermitteln (Rang 11) sowie das Angebot der kommunalen Wirtschaftsförderung (Rang 14) zu den weniger gut bewerteten Standortfaktoren. Insgesamt eher positiv wird dagegen die Infrastruktur – Telekommunikation

²¹ Analog zur Vorgehensweise bei der Beurteilung der Region als Wirtschaftsstandort insgesamt wurden auch die Einzelaspekte auf einer fünfstufigen Skala von 1 = „sehr gut“ bis 5 = „sehr schlecht“ abgefragt. Als „gut“ gilt eine Bewertung wiederum, wenn ein Unternehmen die Region mit „eins“ oder „zwei“ eingestuft hat. Um eine bessere Übersichtlichkeit der Untersuchungsergebnisse zu gewährleisten, werden im Folgenden nur die „gut“-Bewertungen betrachtet.

(Rang 2), Verkehrsinfrastruktur (Rang 4) sowie das Angebot an Gewerbeflächen (Rang 7) – mit zwischen 62 und 55 % an „gut“-Bewertungen beurteilt. Im Mittelfeld rangieren in der Mehrzahl Standortfaktoren, die die Wirtschaftsbeziehungen zwischen den Akteuren betreffen. Dies gilt für die Nähe zu Zulieferern und Kunden (Rang 6) bzw. zu Hochschulen und Forschungseinrichtungen (Rang 8) oder der Zusammenarbeit mit örtlichen Behörden (Rang 9) und anderen Unternehmen (Rang 10). Die mit 59 % hohe Zufriedenheit mit der Zusammenarbeit mit Banken und Sparkassen (Rang 3), dürfte Ausdruck der in den vorherigen Kapiteln beschriebenen, insgesamt entspannten Situation beim Zugang zu Kreditfinanzierungen sein.



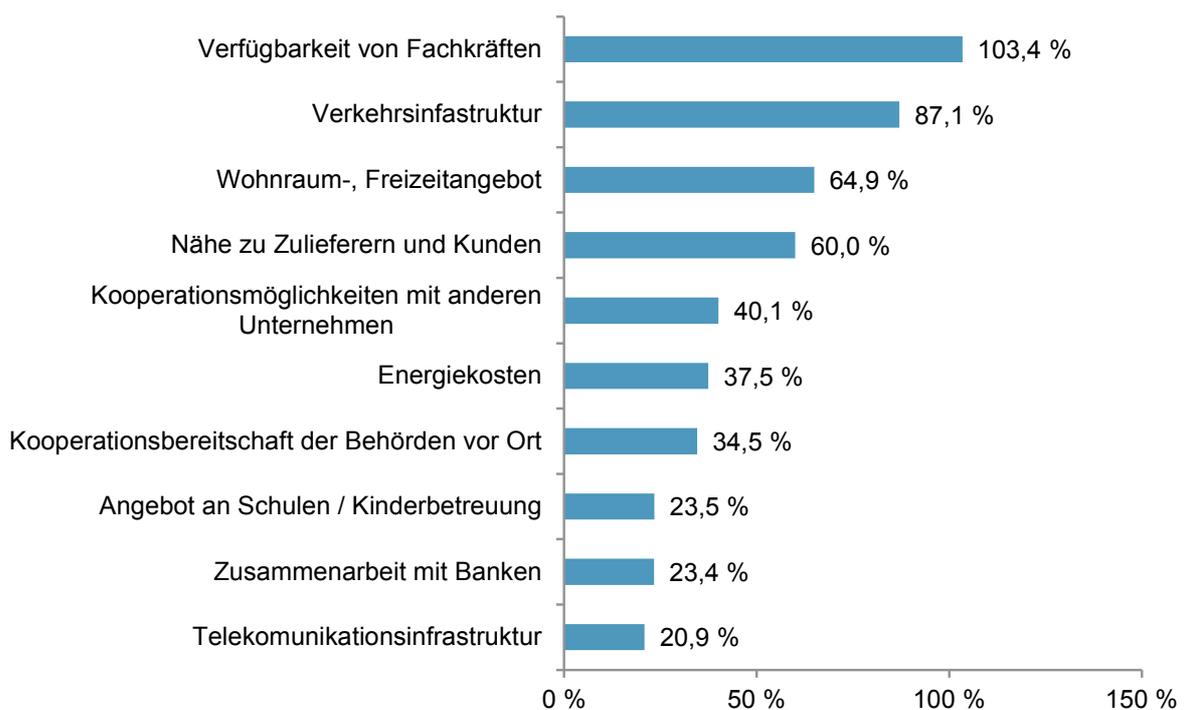
Anmerkung: Anteil der Unternehmen, die den jeweiligen Standortfaktor mit „gut“ bewertet haben.

Grafik 46: Beurteilung einzelner Standortfaktoren

Relevant für die wirtschaftspolitische Debatte sind Standortfaktoren jedoch nur, wenn sie für Standortentscheidungen und die Unternehmensperformance von Bedeutung sind. Um die aus Unternehmenssicht „wichtigen“ regionalen Standortfaktoren zu identifizieren, wurde untersucht, welche Bedeutung die Beurteilung eines Einzelfaktors für die Bewertung der Region als Wirtschaftsstandort insgesamt hat. Dazu wurde mithilfe einer multivariaten Analyse ermittelt, wie stark die Wahrscheinlichkeit steigt, dass ein Unternehmen seine Region mit „gut“ beurteilt, wenn es einen bestimmten Standortfaktor als „gut“ bewertet. Grafik 47 gibt jene Standortfaktoren wieder, die sich in dieser Analyse als relevant²² erwiesen haben.

²² D. h. deren Einfluss im statistischen Sinn als „signifikant“ von Null verschieden ist.

Vor dem Hintergrund der vorherrschenden öffentlichen Diskussion ist es wenig überraschend, dass die Verfügbarkeit von Fachkräften für die Beurteilung der Region als Wirtschaftsstandort die größte Bedeutung hat (s. Grafik 47). Die Wahrscheinlichkeit, dass ein für die Stichprobe typisches Unternehmen die Region, in der es angesiedelt ist, als „guten“ Wirtschaftsstandort beurteilt, steigt auf mehr als das Doppelte (+103 %), wenn die regionale Verfügbarkeit von Fachkräften positiv bewertet wird. Auch das Wohnraum- und Freizeitangebot spielt für die Beurteilung einer Region eine wichtige Rolle (+65 %, Rang 3). Dagegen ist das am positivsten bewertete Angebot an Schulen und Kinderbetreuung für die Beurteilung eines Standorts zwar auch relevant, rangiert mit der achten Position aber nicht unter den wichtigsten Aspekten (+24 %).



Lesebeispiel: Die Wahrscheinlichkeit, dass ein für die Stichprobe typisches Unternehmen die Region, in der es angesiedelt ist, als „guten“ Wirtschaftsstandort beurteilt, steigt auf mehr als das Doppelte (+103 %), wenn es die regionale Verfügbarkeit von Fachkräften ebenfalls als „gut“ bewertet.

Anmerkung: Modellrechnung für ein „typisches“ Unternehmen, basierend auf den Regressionsergebnissen aus Tabelle 14 im Anhang.

Grafik 47: Bedeutung einzelner Standortfaktoren für die Gesamtbeurteilung der Region als Wirtschaftsstandort

Für die Beurteilung eines Standorts kommt auch den Interaktionen zwischen den Akteuren eine wichtige Bedeutung zu. Eine Vielzahl der abgefragten Aspekte zu den Vernetzungsmöglichkeiten, die die Region den Wirtschaftsakteuren bietet, belegen die mittleren Ränge: Als wichtig für einen Wirtschaftsstandort erweisen sich die Nähe zu Zulieferern und Kunden (Rang 4) sowie die Zusammenarbeit mit anderen Unternehmen (Rang 5) und den örtlichen Behörden (Rang 7). Die Vorteile, die gemeinhin regionalen Clustern beigemessen werden, bestätigen sich somit weitgehend. Eine Ausnahme bildet die Nähe zu Hochschulen und For-

schungseinrichtungen: Sie wird zwar von den Unternehmen mehrheitlich als „gut“ bewertet (s. Grafik 45), ein Einfluss auf die Beurteilung des Wirtschaftsstandorts kann für sie allerdings nicht festgestellt werden. Hierbei ist jedoch zu berücksichtigen, dass eine Zusammenarbeit mit Wissenschaftseinrichtungen nur für eine kleine Gruppe von hochinnovativen Unternehmen relevant sein dürfte, die unter den in dieser Erhebung befragten Unternehmen eine Minderheit darstellt. Mit Rang 9 zählt auch die Zusammenarbeit mit Kreditinstituten zu jenen Faktoren, die für die Qualität eines Wirtschaftsstandorts mit entscheidend sind.

Von den am negativsten bewerteten Produktionskosten-, Abgaben und Steueraspekten kann lediglich für die Energiekosten ein (statistisch) signifikanter Einfluss auf die Beurteilung des Wirtschaftsstandorts ermittelt werden. Die Positionierung dieses Aspekts auf Rang 6 unterstreicht die hohe Bedeutung, die Unternehmen dieser Kostenart beimessen. Bezüglich der Infrastruktur zeigt sich Folgendes: Die Verkehrsinfrastruktur zählt mit zu den wichtigsten Standortfaktoren (Rang 2). Damit kommt der Verkehrsanbindung eine deutlich größere Bedeutung als der Telekommunikationsinfrastruktur zu: Sie rangiert lediglich auf Position 10.

6.3 Standortfaktoren in der Beurteilung einzelner Unternehmensgruppen

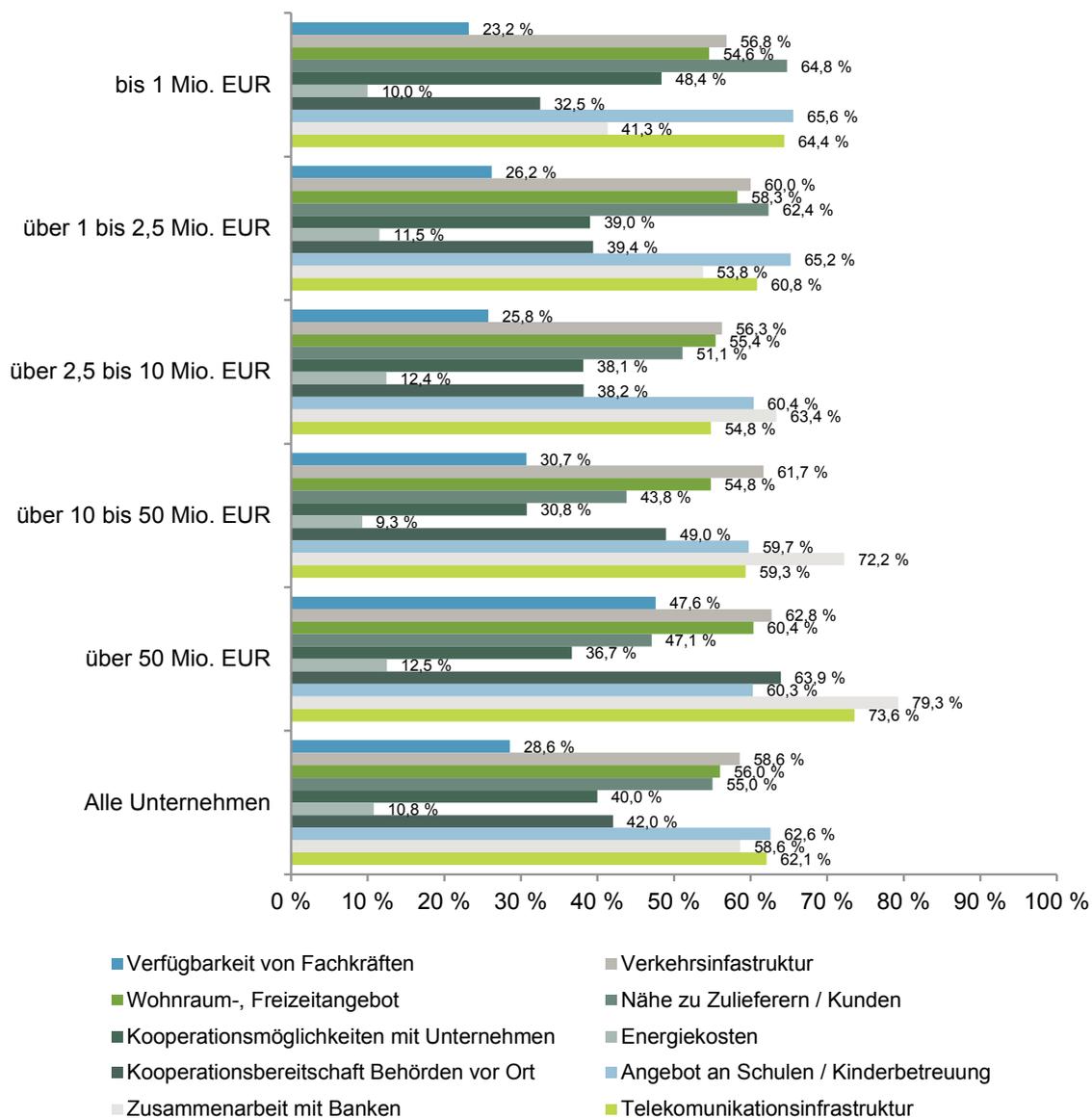
Wie beurteilen verschiedene Unternehmenstypen die im vorangegangenen Abschnitt als relevant ermittelten Standortfaktoren?²³ Als besonders wichtig hat sich die Verfügbarkeit von Fachkräften herausgestellt. Sie wird von kleinen Unternehmen (bis 1 Mio. EUR Umsatz) mit 23 % Positiv-Bewertungen – gegenüber 48 % bei den Unternehmen mit mehr als 50 Mio. EUR Umsatz – besonders selten als gut bezeichnet. Die deutlich schlechtere Beurteilung dürfte die größeren Rekrutierungsprobleme kleiner Unternehmen widerspiegeln.²⁴ Auch Bau- (19 %) und Handwerksunternehmen (18 %) sowie in den ostdeutschen Bundesländern angesiedelte Unternehmen (21 %) sind mit der Verfügbarkeit von Fachkräften weniger zufrieden (s. Grafik 48, Grafik 49 und Grafik 50). Die Attraktivität der Region für Arbeitskräfte wird von den Unternehmen weitgehend ähnlich beurteilt: Lediglich das Angebot an Schulen und Kinderbetreuung wird von Unternehmen ab 10 Mio. EUR Umsatz etwas kritischer gesehen, was auf die häufigere Beschäftigung von Akademikern in großen Unternehmen zurückzuführen sein dürfte. Dagegen zeigen sich bezüglich des Schul- und Kinderbetreuungsangebots keine Unterschiede zwischen Ost- und Westdeutschland, während die Freizeit- und Wohnattraktivität der Region von in Ostdeutschland angesiedelten Unternehmen negativer beurteilt wird.

Die Beurteilung der Vernetzungsmöglichkeiten am Standort unterscheidet sich vor allem zwischen großen und kleinen Unternehmen. Kleine Unternehmen schätzen die Nähe zu Zuliefe-

²³ Siehe Grafik 52 und Grafik 53 im Anhang für die Beurteilung der Standortfaktoren nach Bundesländern.

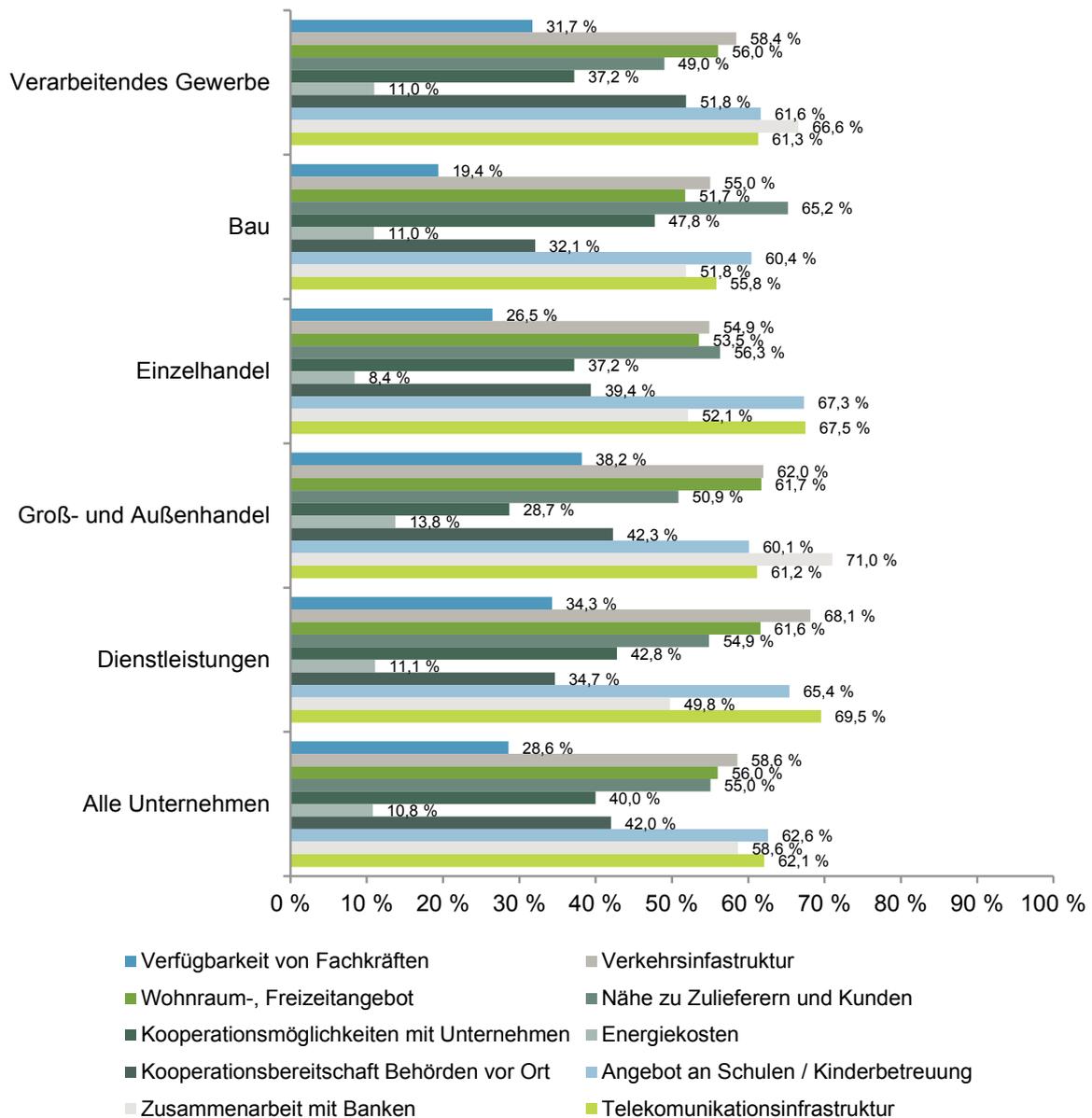
²⁴ Vgl. Reize (2011).

ern und Kunden sowie die Möglichkeiten zu Kooperationen mit anderen Unternehmen. Die entsprechenden Anteile an Positiv-Bewertungen lauten 65 bzw. 48 % bei Unternehmen mit weniger als 1 Mio. EUR Umsatz (gegenüber 44 bzw. 31 % bei den Unternehmen mit 10 bis 50 Mio. EUR). Zurückzuführen dürfte dies darauf sein, dass kleinere Unternehmen häufiger regionale Märkte bedienen und sich in ihrem Angebot wie ihren Wertschöpfungsketten entsprechend den regionalen Anforderungen ausrichten. Dies gilt ebenso für Bauunternehmen, die von allen Unternehmen die Nähe zu Lieferanten und Kunden am positivsten bewerten (65 %). Entsprechend ihrer häufigeren überregionalen Ausrichtung beurteilen größere Unternehmen, aber auch Unternehmen des Groß- und Außenhandels die „Fühlungsvorteile“, die ihre Region zu anderen Unternehmen und Kunden bietet, weniger positiv. Für Groß- und Außenhandelsunternehmen gilt dies insbesondere bezüglich der regionalen Unternehmenskooperationen (29 %).



Anmerkung: Anteil der Unternehmen, die den jeweiligen Standortfaktor mit „gut“ bewertet haben. Mehrfachnennungen möglich

Grafik 48: Beurteilung einzelner Standortfaktoren nach Unternehmensgröße

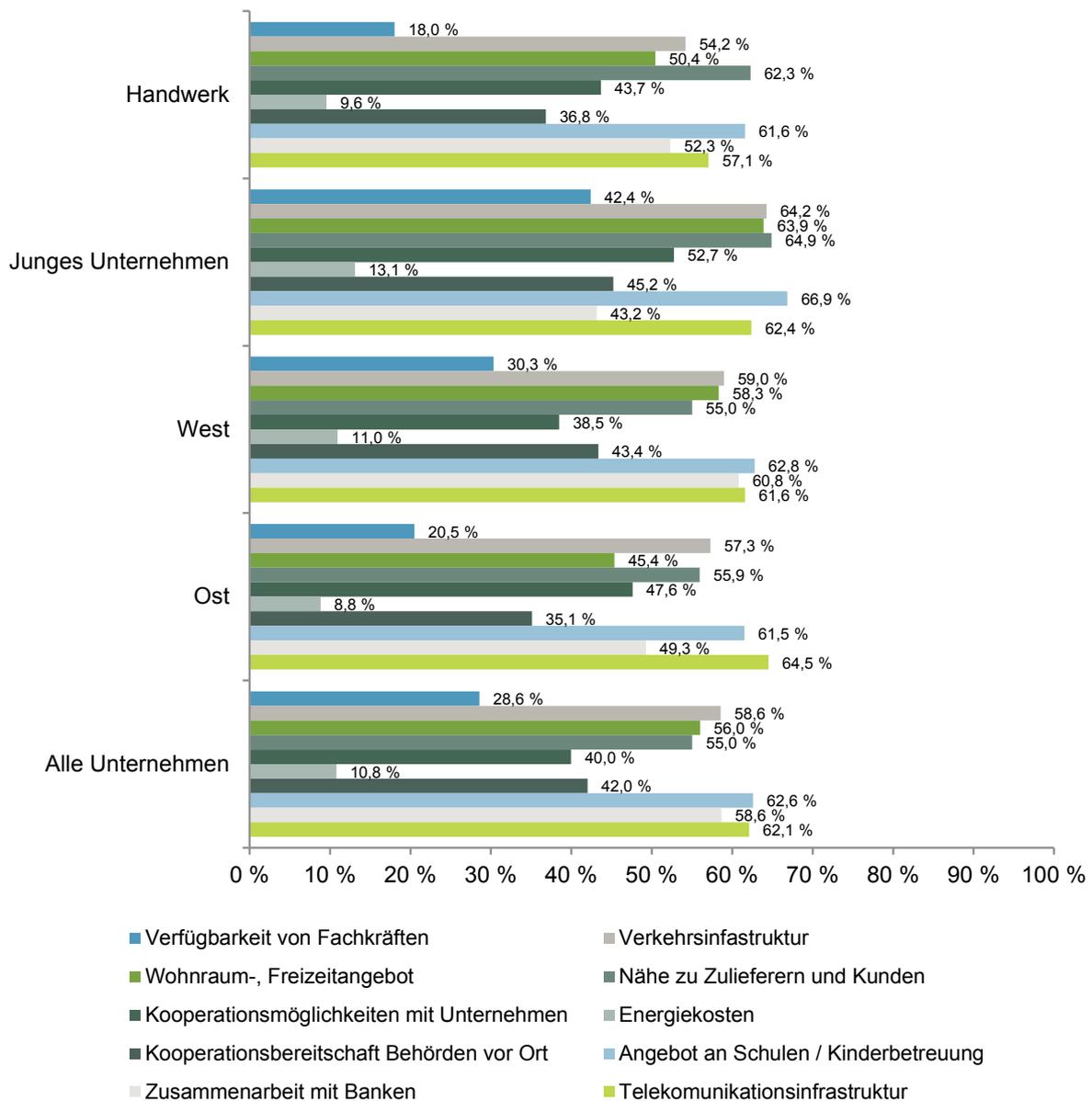


Anmerkung: Anteil der Unternehmen, die den jeweiligen Standortfaktor mit „gut“ bewertet haben. Mehrfachnennungen möglich

Grafik 49: Beurteilung einzelner Standortfaktoren nach Branche

Dagegen wird die Zusammenarbeit mit den örtlichen Behörden sowie mit Banken und Sparkassen mit zunehmender Unternehmensgröße positiver bewertet. Sind von den kleinen Unternehmen (bis 1 Mio. EUR Umsatz) 33 % mit der Kooperationsbereitschaft der Behörden vor Ort zufrieden, steigt dieser Wert bis auf 64 % bei den Unternehmen mit über 50 Mio. EUR. Auch Unternehmen des Verarbeitenden Gewerbes würdigen die Kooperationsbereitschaft von Behörden überdurchschnittlich positiv (52 %). Die Zusammenarbeit mit Kreditinstituten beurteilen mit den kleinen und jungen Unternehmen (41 bzw. 43 %) vor allem jene seltener als zufriedenstellend, die die größten Schwierigkeiten bei der Kreditaufnahme haben. Bei großen Unternehmen beläuft sich dieser Wert auf 79 %. Analog zu ihrer Beurteilung des Kreditklimas bewerten auch Unternehmen des Groß- und Außenhandels sowie des

Verarbeitenden Gewerbes die Zusammenarbeit mit Banken und Sparkassen im Vergleich zu anderen Wirtschaftszweigen überdurchschnittlich gut (71 bzw. 67 %).



Anmerkung: Anteil der Unternehmen, die den jeweiligen Standortfaktor mit „gut“ bewertet haben. Mehrfachnennungen möglich

Grafik 50: Beurteilung einzelner Standortfaktoren nach Handwerk, Alter und Regionen

Im Vergleich dazu unterscheidet sich die Beurteilung der Infrastruktur zwischen den hier untersuchten Unternehmensgruppen nur geringfügig. Lediglich bezüglich der Telekommunikation zeigen sich stärkere Unterschiede zwischen Unternehmen verschiedener Größe. Ein Erklärungsansatz für die mit zunehmender Unternehmensgröße zunächst sinkende Zufriedenheit mit diesem Standortfaktor könnte sein, dass moderne Informations- und Kommunikationstechnologien intensiver genutzt werden und damit bestehende Unzulänglichkeiten eher wahrgenommen werden. Die mit 74 % positivste Beurteilung durch große Unternehmen mit über 50 Mio. EUR Umsatz dürfte darauf zurückzuführen sein, dass große Unternehmen häu-

figer über eine eigene, auf ihr Unternehmen ausgerichtete IuK-Infrastruktur verfügen dürften. Auch sind größere Unternehmen vornehmlich in Ballungsgebieten angesiedelt, in denen etwa die Qualität des Internetzugangs besser als im ländlichen Raum ist. Die Beurteilung der Energiekosten unterscheidet sich zwischen den untersuchten Unternehmenstypen kaum.

Abschließend ist auffallend, dass junge Unternehmen alle relevanten Standortfaktoren – mit Ausnahme der Zusammenarbeit mit Kreditinstituten – am positivsten beurteilen. Dies dürfte darauf zurückzuführen sein, dass sie mit ihrer Gründung die Standortentscheidung vor nicht all zu langer Zeit getroffen haben und sie selbstverständlich eine in ihren Augen günstige Region für ihr Unternehmen ausgewählt haben.

Literatur

- Deutsche Bundesbank (2014) (Hrsg.), Bank Lending Survey des Eurosystems. Ergebnisse für Deutschland.
- EZB (2014) (Hrsg.), Survey On The Access To Finance of Small And Medium. Sized Enterprises In The EURO AERA, April 2014.
- Destatis (2014) (Hrsg.), Bruttoinlandsprodukt im 1. Quartal 2014 um 0,8 % gestiegen. Pressemitteilung vom 15. Mai 2014 – 167/14.
- Ifo Institut für Wirtschaftsforschung (2014a) (Hrsg.), Die Kredithürde. Ergebnisse des ifo Konjunkturtests im März 2014.
- Ifo Institut für Wirtschaftsforschung (2014b) (Hrsg.), ifo Geschäftsklima Deutschland. Ergebnisse des ifo Konjunkturtests im April 2014.
- Plankensteiner, D. und V. Zimmermann (2008), Unternehmensfinanzierung: Unternehmensfinanzierung – bisher keine deutliche Verschlechterung trotz Subprimekrise. KfW Bankengruppe, Frankfurt am Main.
- Prognos (2010), Rolle und Bedeutung von Energieeffizienz und Energiedienstleistungen in KMU.
- Reize, F. (2011), Fachkräftemangel im Mittelstand: Generelles oder partielles Problem? Akzente Nr. 41, KfW Bankengruppe, Frankfurt am Main.
- Schwartz, M. und M. Braun (2013a), KfW-Mittelstandspanel 2013. Solider Gesamteindruck trotz Sand im Getriebe. KfW Bankengruppe, Frankfurt am Main.
- Schwartz, M und M. Braun (2013b), Energiekosten und Energieeffizienz im Mittelstand. KfW Research Fokus Volkswirtschaft Nr. 40, Dezember 2013.
- Schwartz, M. und V. Zimmermann (2012), Unternehmensbefragung 2012. Unternehmensfinanzierung trotz Eurokrise stabil, KfW Bankengruppe, Frankfurt am Main.
- Tchouvakhina, M. und V. Zimmermann (2010), Finanzierungsinstrumente im Lichte des Finanzmarkt wandels, Finanzierung im Mittelstand 01/2010, S. 13–16.
- Zimmermann, V. und J. Schumacher (2005), Unternehmensfinanzierung: Immer noch schwierig, aber erste Anzeichen einer Besserung. Rating erreicht zunehmend die kleinen Unternehmen. Auswertung der Unternehmensbefragung 2005, Sonderveröffentlichung KfW.
- Zimmermann, V. (2007), Kreditsicherheiten – Wahrnehmung der Anforderungen und eingesetzte Instrumente, Wirtschaftsobserver Online Nr. 29, KfW Bankengruppe, Frankfurt am Main.

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

7. Anhang

7.1 Struktur des Samples

Insgesamt wurden rund 23.000 Fragebögen an die teilnehmenden Verbände versandt, welche die Verbände wiederum an ihre Mitglieder weiterverteilt haben. Zusätzlich wurde auch in diesem Jahr eine Onlineteilnahme angeboten. Nach Ausscheiden von 29 als Duplikate identifizierten Fragebögen betrug der auswertbare Rücklauf dieses Jahr 3.378 Fragebögen. Durch fehlende Angaben (z. B. Antwortverweigerungen oder wenn Fragen auf bestimmte Unternehmen nicht zutreffen) kann sich die Zahl bei einzelnen Fragen weiter reduzieren. Von der Möglichkeit online an der Befragung teilzunehmen machten 904 Unternehmen Gebrauch.

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

Die Struktur des Samples kann den folgenden Tabellen entnommen werden. Die Kategorien „Sonstige“, „Andere“ etc. werden in der Untersuchung nicht gesondert ausgewiesen.

Tabelle 1: Struktur des Samples nach Branchen

	Anteil
Verarbeitendes Gewerbe	37,9 %
Bau	23,9 %
Einzelhandel	16,7 %
Groß- und Außenhandel	7,8 %
Dienstleistungen	13,8 %
Andere	0,2 %

Tabelle 2: Struktur des Samples nach Umsatzgrößenklassen

	Anteil
bis 1 Mio. EUR	31,8 %
über 1 bis 2,5 Mio. EUR	14,7 %
über 2,5 bis 10 Mio. EUR	22,3 %
über 10 bis 50 Mio. EUR	17,9 %
über 50 Mio. EUR	13,2 %

Tabelle 3: Struktur des Samples nach Zugehörigkeit zum Handwerk

	Anteil
Handwerk	49,7 %
kein Handwerk	50,3 %

Tabelle 4: Struktur des Samples nach Regionen

	Anteil
West	82,3 %
Ost	17,7 %

Tabelle 5: Struktur des Samples nach Rechtsformen

	Anteil
Einzelunternehmen	24,8 %
Personengesellschaft	22,1 %
GmbH	48,1 %
AG	3,9 %
Andere	1,0 %

Tabelle 6: Struktur des Samples nach der Hauptbankverbindung

	Anteil
Private Bank	38,3 %
Sparkasse	59,8 %
Genossenschaftsbank	40,9 %
Andere	0,7 %

Anmerkung: Mehrfachnennungen möglich

Tabelle 7: Struktur des Samples nach Unternehmensalter

	Anteil
Junges Unternehmen	6,1 %
Bestandsunternehmen	93,9 %

7.2 Erläuterungen zur Methodik

Die Ergebnisse der Untersuchung werden meist in Form von Häufigkeiten präsentiert. Jedoch wurden alle Ergebnisse mithilfe statistischer Regressionen überprüft. Dabei kamen meist multivariate logit- und ordered logit-Schätzungen mit Umsatz, Branche, Region, Rechtsform, Hauptbankverbindung, Handwerkszugehörigkeit und Altersklasse als erklärende Variablen und den Antwortalternativen als abhängige Variable zum Einsatz. Berichtet und kommentiert werden nur solche Ergebnisse, die dieser statistischen Überprüfung standhielten und sich dabei als statistisch signifikant erwiesen haben. Das bedeutet im Umkehrschluss, dass aus den Schaubildern allein keine validen Ergebnisse abgeleitet werden können.

In dieser Untersuchung wird auf die Hochrechnung der Ergebnisse – etwa auf die Randverteilung der Umsatzsteuerstatistik – verzichtet. Für den Verzicht sprechen folgende Argumente: (1) So ist die KfW Unternehmensbefragung aufgrund des Befragungsweges keine echte Zufallsstichprobe. (2) Da es sich auch um keine geschichtete Stichprobe handelt, bekämen kleine Unternehmen, die im Befragungssample eine relativ kleine Gruppe sind, bei der Hochrechnung ein sehr großes Gewicht – mit zweifelhaften Folgen für die Ergebnissicherheit. (3) Schließlich werden die Ergebnisse meist nicht für den Gesamtdatensatz interpretiert, sondern auf die Größenklassen, Branchen etc. heruntergebrochenen Ergebnisse.

Vergleiche zu den Ergebnissen der Vorjahresbefragungen erlauben das Aufzeigen von Entwicklungen über längere Zeiträume und damit eine bessere Einordnung der Ergebnisse. Hierbei ist zu beachten, dass sich die Zusammensetzung der einzelnen Stichproben zwischen den Befragungen teilweise unterscheidet. Einfache, deskriptive Vergleiche der Befragungsergebnisse verschiedener Erhebungswellen können deshalb irreführend sein, da sich die Zusammensetzungen der einzelnen Stichproben teilweise stark verändert haben. So kann bei einfachen Vergleichen zwischen einzelnen Erhebungswellen nicht unterschieden werden, ob die beobachteten Veränderungen im Antwortverhalten auf die unterschiedliche Struktur der antwortenden Unternehmen oder auf eine tatsächliche Verhaltens- bzw. Wahrnehmungsveränderung bei den Unternehmen zurückzuführen sind.

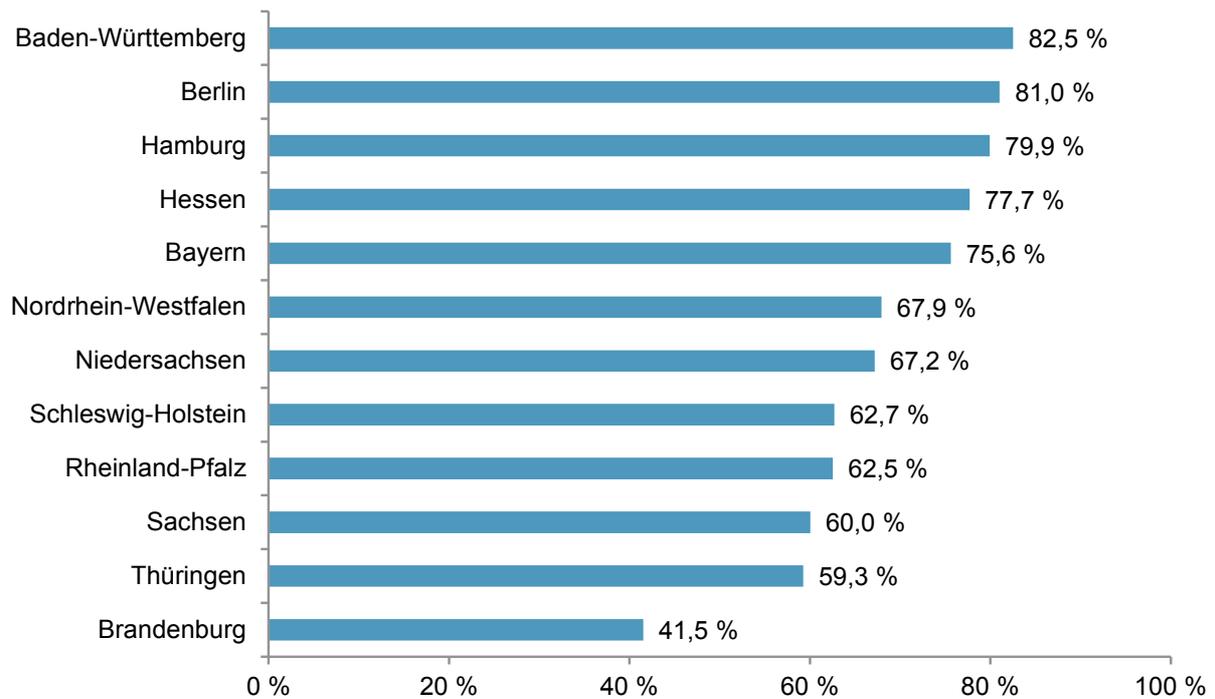
Um dennoch die Ergebnisse der aktuellen Erhebung mit jenen der Vorerhebungen vergleichen zu können, werden in diesem Bericht zwei Methoden angewandt. Bei Vergleichen ausschließlich mit der Vorjahresbefragung wird deren Zusammensetzung nach Verbandszugehörigkeit mithilfe von Gewichten so korrigiert, dass die Strukturveränderungen, die auf einer unterschiedlichen Verbändestruktur basieren, in den Stichproben herausgerechnet werden. Auf diese Weise kann simuliert werden, wie das Antwortverhalten im Vorjahr ausgefallen wäre, wenn dieselbe Struktur (bezüglich der Verbandszugehörigkeit) im Datensatz vorgelegen hätte wie in der aktuellen Erhebung. Der Vorteil dieser Methode ist, dass die Veränderungen im Antwortverhalten anhand der Anteile der Unternehmen, die eine Frage auf eine bestimmte Weise beantwortet haben, veranschaulicht werden können.

Bei Vergleichen über mehrere Wellen ist diese Methode nicht gangbar. Stattdessen wird zunächst der Einfluss der unterschiedlichen Struktur der einzelnen Erhebungen auf das Befragungsergebnis mithilfe einer multivariaten Analyse ermittelt und von der Veränderung des Antwortverhaltens im Zeitablauf – bei einer simulierten unveränderten Stichprobensammensetzung – getrennt. Dazu werden die Merkmale Umsatzgröße der Unternehmen, das Unternehmensalter, die Branche, die Rechtsform, die Region des Unternehmenssitzes (ost- oder westdeutsche Bundesländer), die Art des Kreditinstituts (Private Geschäftsbank, Sparkassensektor, Genossenschaftsbank), bei dem das Unternehmen seine Hauptbankverbindung unterhält sowie die Zugehörigkeit zum jeweiligen Wirtschaftsverband in die Untersuchung einbezogen. Die Veränderung des Antwortverhaltens im Zeitablauf wird durch die Aufnahme von Dummyvariablen, die den Zeitpunkt der Befragung wiedergeben, erfasst. Die Analyse wird mithilfe von Probit- oder multivariaten Probit-Modellen durchgeführt. Die Veränderungen des Antwortverhaltens im Zeitablauf werden sodann mithilfe von Modellrechnungen für ein exemplarisches Unternehmen dargestellt. Ergebnis dieser Modellrechnungen sind Wahrscheinlichkeiten, mit denen ein für die Erhebung typisches Unternehmen eine be-

stimmte Antwort gibt. Veränderungen im Antwortverhalten zwischen den Erhebungswellen werden somit anhand eines Vergleichs von Wahrscheinlichkeiten veranschaulicht.²⁵

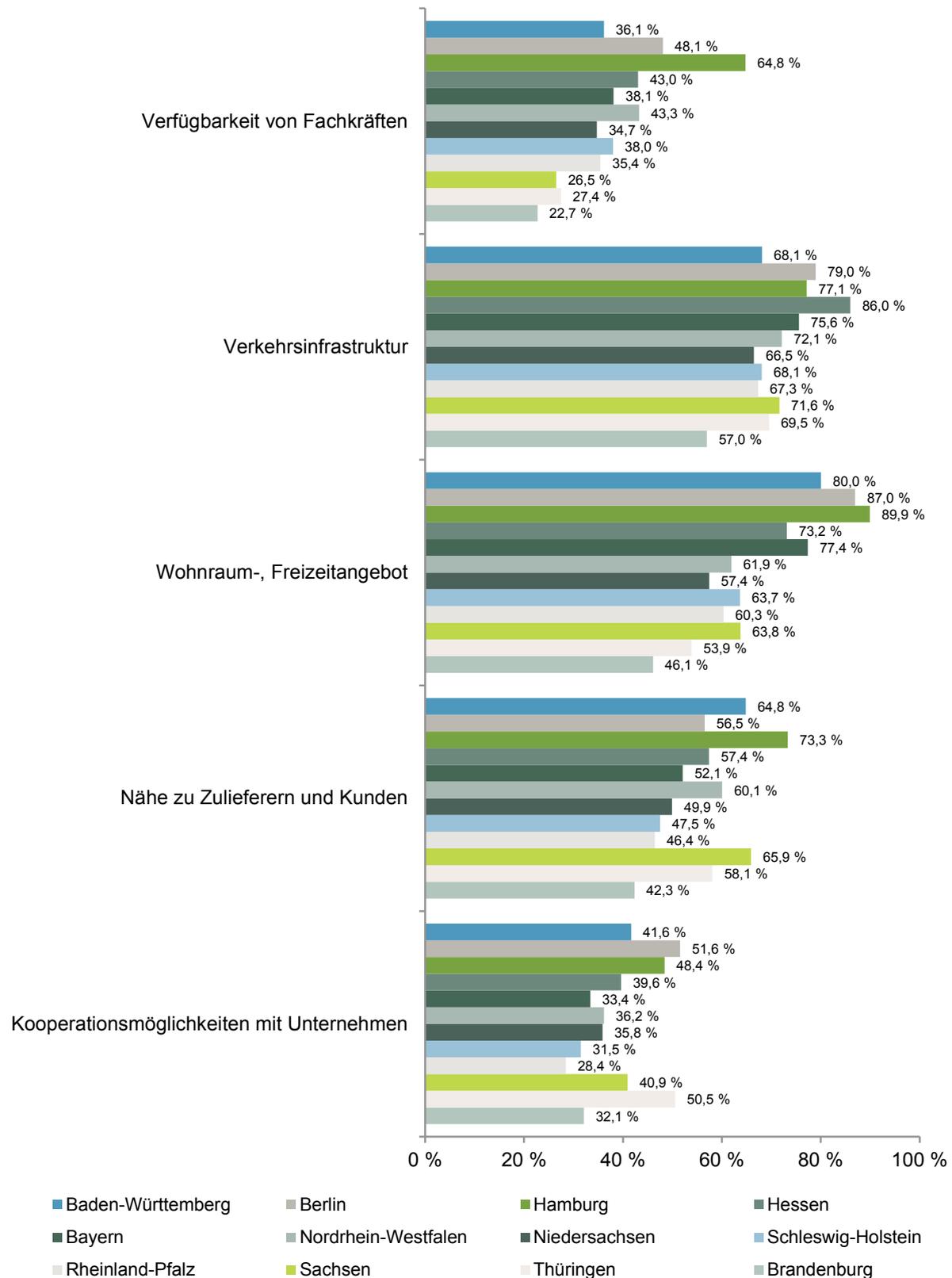
²⁵ Vgl. dazu ausführlich Zimmermann (2008).

7.3 Ergebnisgrafiken und Regressionstabellen



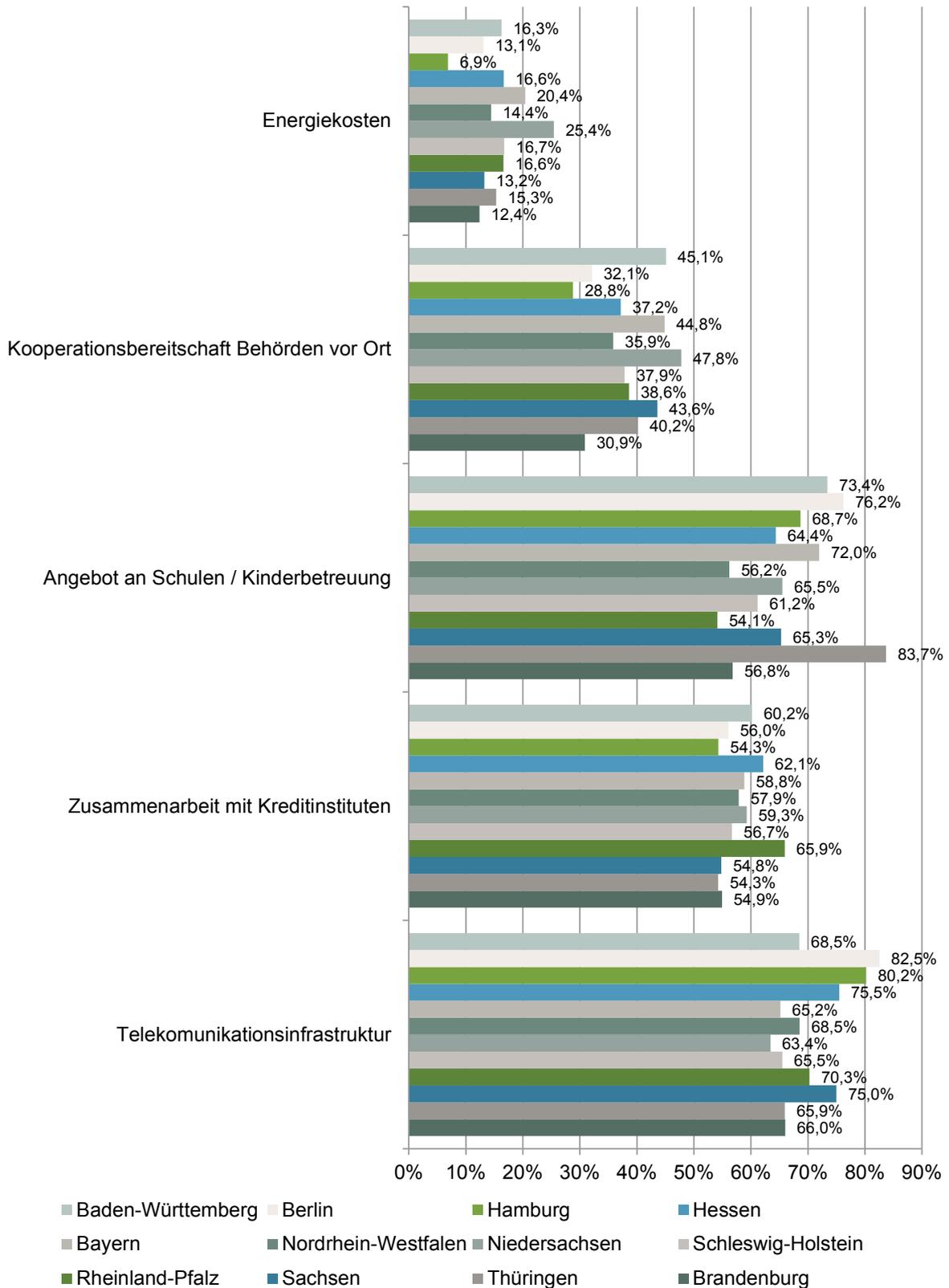
Anmerkung: Modellrechnung für ein „typisches“ Unternehmen, basierend auf den Regressionsergebnissen aus Tabelle 13. Wahrscheinlichkeit, dass ein für die Stichprobe typisches Unternehmen die Region, in dem es angesiedelt ist, als „guten“ Wirtschaftsstandort beurteilt. Ohne Bremen, Mecklenburg-Vorpommern, Saarland und Sachsen-Anhalt, die aufgrund der geringen Anzahl an Beobachtungen in der Stichprobe von der Analyse ausgeschlossen wurden.

Grafik 51: Zufriedenheit mit der Region (des Unternehmenssitzes) als Wirtschaftsstandort nach Bundesländern



Anmerkung: Modellrechnung für ein „typisches“ Unternehmen, basierend auf den Regressionsergebnissen aus Tabelle 15 und Tabelle 16. Wahrscheinlichkeit, dass ein für die Stichprobe typisches Unternehmen den betreffenden Standortfaktor für die Region, in der es angesiedelt ist, als „gut“ beurteilt. Ohne Bremen, Mecklenburg-Vorpommern, Saarland und Sachsen-Anhalt, die aufgrund der geringen Anzahl an Beobachtungen in der Stichprobe von der Analyse ausgeschlossen wurden.

Grafik 52: Zufriedenheit mit einzelnen Standortfaktoren in der Region (des Unternehmenssitzes) nach Bundesländern und Bedeutung des Standortfaktors für die Gesamtbeurteilung der Region als Wirtschaftsstandort: Ränge 1 bis 5



Anmerkung: Modellrechnung für ein „typisches“ Unternehmen, basierend auf den Regressionsergebnissen aus Tabelle 16, 17 und 18. Wahrscheinlichkeit, dass ein für die Stichprobe typisches Unternehmen den betreffenden Standortfaktor für die Region, in der es angesiedelt ist, als „gut“ beurteilt. Ohne Bremen, Mecklenburg-Vorpommern, Saarland und Sachsen-Anhalt, die aufgrund der geringen Anzahl an Beobachtungen in der Stichprobe von der Analyse ausgeschlossen wurden.

Grafik 53: Zufriedenheit mit einzelnen Standortfaktoren in der Region (des Unternehmenssitzes) nach Bundesländern und Bedeutung des Standortfaktors für die Gesamtbeurteilung der Region als Wirtschaftsstandort: Ränge 6 bis 10

Tabelle 8: Regressionsergebnisse multinomiales Probitmodell zur Veränderung der Kreditaufnahme

	„leichter geworden“		„schwieriger geworden“	
	Koeffizient	t-Wert	Koeffizient	t-Wert
<u>Jahr der Erhebung</u> (Referenzkategorie: 2002)				
2001	-0,1904	-2,66	-0,5139	-12,89
2003	0,1630	2,22	-0,1003	-2,36
2005	0,4601	7,01	-0,2291	-5,77
2006	0,7406	11,83	-0,5449	-13,75
2007	0,9142	14,10	-0,9076	-19,86
2008	0,6914	10,31	-0,9527	-21,12
2009	0,0467	0,54	-0,6856	-13,30
2010	-0,0144	-0,18	-0,4235	-9,70
2011	0,4588	6,39	-0,9382	-19,07
2012	0,2571	3,37	-1,1368	-22,12
2013	0,3716	5,12	-1,1461	-22,87
2014	0,3989	5,47	-1,3327	-25,29
<u>Wirtschaftszweig</u> (Referenzkategorie: Verarbeitendes Gewerbe)				
Bau	-0,1022	-1,87	0,1339	3,64
Einzelhandel	0,0066	0,12	0,1488	3,72
Groß- / Außenhandel	0,0168	0,29	-0,1132	-2,48
Dienstleistungen	-0,1519	-3,27	-0,0146	-0,44
<u>Umsatzgröße in Mio. EUR</u> (Referenzkategorie: bis 0,5 Mio.)				
über 0,5 bis 1	0,0613	1,06	-0,1080	-2,88
über 1 bis 2,5	0,0741	1,33	-0,1089	-3,04
über 2,5 bis 10	0,1819	3,32	-0,2292	-6,37
über 10 bis 25	0,2405	3,95	-0,3283	-7,96
über 25 bis 50	0,2758	4,12	-0,4298	-9,05
über 50 bis 250	0,3258	4,88	-0,5366	-11,21
über 250	0,2555	3,11	-0,6056	-9,51
<u>Region</u> (Referenzkategorie: westdeutsche Bundesländer)				
ostdeutsche Bundesländer	-0,0131	-0,31	0,0173	0,59
<u>Unternehmensalter in Jahren</u> (Referenzkategorie: unter 5)				
5 bis unter 10	-0,0549	-0,83	-0,0751	-1,62
10 bis unter 15	-0,0943	-1,52	-0,0655	-1,52
15 bis unter 30	-0,1088	-1,99	-0,1105	-2,86
30 und mehr	-0,2264	-4,31	-0,2039	-5,53
<u>Hauptbankverbindung</u> (Referenzkategorie: Genossenschaftsbank)				
Sparkassensektor	0,0859	3,20	0,0599	3,08
Private Geschäftsbank	0,1205	4,02	0,0970	4,41
<u>Rechtsform</u> (Referenzkategorie: Einzelunternehmen)				
Personengesellschaft	-0,1585	-3,27	-0,1504	-4,59
GmbH	-0,1395	-3,11	-0,1712	-5,75
Kapitalgesellschaft	0,1133	1,67	0,0377	0,73
Dummies für Wirtschaftsverbände		ja		ja
Konstante	-1,9694	-19,00	0,4535	6,48
Anzahl der Beobachtungen	44.963			
Log Likelihood	-36.734,658			
Wald-Test	$\chi^2(112) = 4.010,11$			

Anmerkung: Basiskategorie: „gleich geblieben“; robuste t-Werte

Tabelle 9: Regressionsergebnisse Probitmodell zur Veränderung der Kreditaufnahme – „Kreditaufnahme schwieriger geworden“

	Unternehmen bis 2,5 Mio. EUR Jahresumsatz		Unternehmen über 2,5 Mio. bis 25 Mio. EUR Jahresumsatz		Unternehmen über 25 Mio. EUR Jahresumsatz	
	Koeffizient	t-Wert	Koeffizient	t-Wert	Koeffizient	t-Wert
Jahr der Erhebung (Referenzkategorie: 2002)						
2001	-0,3522	-6,25	-0,4113	-10,15	-0,2959	-5,40
2003	-0,0868	-1,48	-0,0866	-1,99	-0,0487	-0,84
2005	-0,0394	-0,76	-0,1993	-4,81	-0,3979	-6,81
2006	-0,2154	-4,22	-0,5683	-13,33	-0,7471	-12,07
2007	-0,6040	-10,65	-0,7656	-15,41	-1,0997	-14,58
2008	-0,5312	-9,77	-0,9033	-17,38	-1,0024	-12,62
2009	-0,4518	-7,47	-0,5603	-9,63	-0,2752	-3,41
2010	-0,2073	-3,85	-0,3643	-7,56	-0,2012	-3,01
2011	-0,5060	-8,51	-0,8284	-14,71	-0,8675	-11,12
2012	-0,6756	-11,56	-1,0156	-15,84	-0,7902	-9,20
2013	-0,7077	-12,05	-0,9419	-15,92	-0,9147	-10,99
2014	-0,8064	-13,22	-1,1020	-17,54	-1,1711	-12,56
Wirtschaftszweig (Referenzkategorie: Verarbeitendes Gewerbe)						
Bau	0,0647	1,83	0,1475	3,30	0,1805	1,86
Einzelhandel	0,0546	1,48	0,2161	3,91	0,1321	1,04
Groß- / Außenhandel	-0,0375	-0,59	-0,0507	-1,05	-0,1813	-2,73
Dienstleistungen	0,0237	0,71	-0,0488	-1,20	0,0168	0,24
Umsatzgröße in Mio. EUR						
bis 0,5	Referenzkategorie					
über 0,5 bis 1	-0,0785	-2,92				
über 1 bis 2,5	-0,0814	-3,08				
über 2,5 bis 10			0,0765	3,51		
über 10 bis 25			Referenzkategorie			
über 25 bis 50					0,0882	2,87
über 50					Referenzkategorie	
Region (Referenzkategorie: westdeutsche Bundesländer)						
ostdeutsche Bundesländer	-0,0233	-0,84	0,0498	1,38	0,1606	2,45
Unternehmensalter in Jahren (Referenzkategorie: unter 5)						
5 bis unter 10	-0,0580	-1,41	-0,0078	-0,12	-0,0527	-0,48
10 bis unter 15	-0,0176	-0,45	-0,0895	-1,54	0,0750	0,75
15 bis unter 30	-0,0632	-1,81	-0,1012	-1,91	0,0515	0,57
30 und mehr	-0,1776	-5,17	-0,1080	-2,14	-0,0121	-0,15
Hauptbankverbindung (Referenzkategorie: Genossenschaftsbank)						
Sparkassensektor	0,0544	2,54	0,0114	0,51	0,0422	1,29
Private Geschäftsbank	0,1633	6,44	-0,0037	-0,16	0,0097	0,24
Rechtsform (Referenzkategorie: Einzelunternehmen)						
Personengesellschaft	-0,1394	-4,40	-0,1053	-2,09	-0,1864	-1,12
GmbH	-0,0993	-3,97	-0,1375	-2,82	-0,2296	-1,38
Kapitalgesellschaft	-0,0818	-0,95	-0,0268	-0,38	-0,0721	-0,42
Dummies für Wirtschaftsverbände		ja		ja		ja
Konstante	0,1448	1,79	0,0947	1,03	0,0146	0,07
Anzahl der Beobachtungen	17.188		17.919		9.855	
Log Likelihood	-10.990,901		-10.428,783		-4.950,1925	
Wald-Test	$\chi^2(51) = 836,53$		$\chi^2(50) = 1.141,58$		$\chi^2(49) = 754,33$	

Anmerkung: robuste t-Werte

Tabelle 10: Regressionsergebnisse multinomiales Probitmodell zur Veränderung der Ratingnote

	„verbessert“		„verschlechtert“	
	Koeffizient	t-Wert	Koeffizient	t-Wert
<u>Jahr der Erhebung</u> (Referenzkategorie: 2003)				
2005	0,3239	5,54	-0,3796	-5,51
2006	0,3686	6,40	-0,4777	-6,82
2007	0,5374	8,82	-0,6273	-7,92
2008	0,4370	7,38	-0,3906	-5,55
2009	0,1337	1,94	-0,0250	-0,34
2010	-0,0088	-0,15	0,3208	5,12
2011	0,0462	0,78	-0,1733	-2,67
2012	0,1546	2,57	-0,4643	-6,69
2013	0,0202	0,35	-0,4670	-7,06
2014	-0,0605	-1,02	-0,5151	-7,61
<u>Wirtschaftszweig</u> (Referenzkategorie: Verarbeitendes Gewerbe)				
Bau	-0,1141	-2,20	-0,1020	-1,71
Einzelhandel	-0,1204	-2,06	0,0660	1,02
Groß- / Außenhandel	-0,1261	-1,98	-0,1305	-1,63
Dienstleistungen	-0,1138	-2,40	-0,1559	-2,79
<u>Umsatzgröße in Mio. EUR</u> (Referenzkategorie: bis 0,5 Mio.)				
über 0,5 bis 1	0,1716	2,74	-0,1503	-2,23
über 1 bis 2,5	0,2777	4,71	-0,2206	-3,39
über 2,5 bis 10	0,3829	6,53	-0,2038	-3,17
über 10 bis 25	0,4714	7,31	-0,1473	-2,04
über 25 bis 50	0,5087	7,17	-0,2142	-2,64
über 50 bis 250	0,5138	7,22	-0,1788	-2,21
über 250	0,3355	3,85	-0,3287	-3,27
<u>Region</u> (Referenzkategorie: westdeutsche Bundesländer)				
ostdeutsche Bundesländer	-0,0817	-1,86	-0,2005	-3,89
<u>Unternehmensalter in Jahren</u> (Referenzkategorie: unter 5)				
5 bis unter 10	-0,1093	-1,39	-0,0528	-0,57
10 bis unter 15	-0,1522	-2,09	0,0727	0,86
15 bis unter 30	-0,3308	-5,06	-0,0568	-0,75
30 und mehr	-0,4008	-6,28	-0,1438	-1,93
<u>Hauptbankverbindung</u> (Referenzkategorie: Genossenschaftsbank)				
Sparkassensektor	0,1087	4,02	0,1128	3,53
Private Geschäftsbank	0,1144	3,71	0,1412	3,89
<u>Rechtsform</u> (Referenzkategorie: Einzelunternehmen)				
Personengesellschaft	-0,1678	-3,34	-0,1230	-2,18
GmbH	-0,0541	-1,17	-0,0778	-1,50
Kapitalgesellschaft	0,1095	1,51	0,0345	0,41
Dummies für Wirtschaftsverbände		ja		ja
Konstante	-0,6176	-5,63	-0,6552	-5,10
Anzahl der Beobachtungen	22.362			
Log Likelihood	-21.052,667			
Wald-Test	$\chi^2(108) = 1.449,16$			

Anmerkung: Basiskategorie: „gleich geblieben“; robuste t-Werte

Tabelle 11: Regressionsergebnisse Probitmodell zur Veränderung der Ratingnote – „Ratingnote verbessert“

	Unternehmen bis 2,5 Mio. EUR Jahresumsatz		Unternehmen über 2,5 Mio. bis 25 Mio. EUR Jahresumsatz		Unternehmen über 25 Mio. EUR Jahresumsatz	
	Koeffizient	t-Wert	Koeffizient	t-Wert	Koeffizient	t-Wert
<u>Jahr der Erhebung</u> (Referenzkategorie: 2003)						
2005	0,3951	3,97	0,2660	4,49	0,3915	5,51
2006	0,3052	3,15	0,2886	4,94	0,5496	7,72
2007	0,5560	5,63	0,4257	6,78	0,6665	8,86
2008	0,3962	4,32	0,4106	6,72	0,4744	6,17
2009	0,2242	2,18	0,0361	0,50	0,1502	1,66
2010	0,1183	1,28	-0,1564	-2,50	-0,2047	-2,49
2011	0,1095	1,22	-0,0344	-0,55	0,2420	3,14
2012	0,2852	3,27	0,1275	1,94	0,3247	3,86
2013	0,2106	2,42	0,1055	1,68	0,0122	0,15
2014	0,2072	2,35	0,0324	0,51	-0,0881	-1,08
<u>Wirtschaftszweig</u> (Referenzkategorie: Verarbeitendes Gewerbe)						
Bau	-0,0309	-0,59	-0,1219	-2,01	-0,0368	-0,31
Einzelhandel	-0,0827	-1,38	-0,0851	-1,20	-0,1630	-1,09
Groß- / Außenhandel	-0,2007	-1,79	-0,0407	-0,64	-0,0524	-0,63
Dienstleistungen	-0,0911	-1,66	-0,0575	-1,10	0,0523	0,62
<u>Umsatzgröße in Mio. EUR</u>						
bis 0,5	Referenzkategorie					
über 0,5 bis 1	0,1622	3,57				
über 1 bis 2,5	0,2577	5,87				
über 2,5 bis 10			-0,0535	-1,84		
über 10 bis 25			Referenzkategorie			
über 25 bis 50					0,0076	0,20
über 50					Referenzkategorie	
<u>Region</u> (Referenzkategorie: westdeutsche Bundesländer)						
ostdeutsche Bundesländer	-0,0460	-0,98	-0,0325	-0,65	0,0464	0,57
<u>Unternehmensalter in Jahren</u> (Referenzkategorie: unter 5)						
5 bis unter 10	-0,0450	-0,62	-0,1465	-1,47	0,0400	0,22
10 bis unter 15	-0,1322	-1,92	-0,1843	-2,04	0,0146	0,09
15 bis unter 30	-0,2153	-3,53	-0,3385	-4,10	-0,0212	-0,14
30 und mehr	-0,2655	-4,37	-0,4007	-4,98	0,0076	0,05
<u>Hauptbankverbindung</u> (Referenzkategorie: Genossenschaftsbank)						
Sparkassensektor	0,0440	1,25	0,0628	2,13	0,0949	2,57
Private Geschäftsbank	0,0755	1,79	0,0674	2,21	0,0062	0,13
<u>Rechtsform</u> (Referenzkategorie: Einzelunternehmen)						
Personengesellschaft	-0,1011	-1,95	-0,1487	-2,06	-0,1087	-0,44
GmbH	-0,0128	-0,32	-0,1028	-1,48	0,0378	0,15
Kapitalgesellschaft	0,0906	0,65	0,0424	0,41	0,0676	0,27
Dummies für Wirtschaftsverbände		ja		ja		ja
Konstante	-0,8076	-5,46	-0,1050	-0,79	-0,5935	-1,94
Anzahl der Beobachtungen	7.152		9.402		5.808	
Log Likelihood	-4.015,971		-5.849,5954		-3.693,5991	
Wald-Test	$\chi^2(49) = 185,28$		$\chi^2(48) = 318,72$		$\chi^2(47) = 286,71$	

Anmerkung: robuste t-Werte

Tabelle 12: Regressionsergebnisse Logitmodelle zu den Ablehnungsgründen von Kreditanträgen

	Zu niedrige EK-Quote		Unzureichende Sicherheiten	
	Koeffizient	t-Wert	Koeffizient	t-Wert
<u>Jahr der Erhebung</u> (Referenzkategorie: 2001)				
2002 / 2003	0,1975	1,18	-0,0995	-0,59
2005 / 2006	-0,1241	-0,80	-0,1414	-0,92
2007 / 2008	-0,1978	-1,19	0,1486	0,89
2009 / 2010	-0,6824	-4,19	0,0663	0,41
2011 / 2012	-0,7506	-4,35	0,1970	1,16
2013 / 2014	-0,7935	-4,50	0,1649	0,95
<u>Wirtschaftszweig</u> (Referenzkategorie: Verarbeitendes Gewerbe)				
Bau	-0,1132	-0,81	0,0398	0,29
Einzelhandel	-0,0008	-0,01	-0,0632	-0,46
Groß- / Außenhandel	-0,0206	-0,10	-0,1730	-0,82
Dienstleistungen	0,0642	0,49	-0,0690	-0,53
<u>Umsatzgröße in Mio. EUR</u> (Referenzkategorie: über 2,5 bis 25 Mio.)				
über 0,5 bis 2,5	-0,1116	-1,07	0,0382	0,38
über 25	-0,3464	-2,28	-0,5026	-3,44
<u>Region</u> (Referenzkategorie: westdeutsche Bundesländer)				
ostdeutsche Bundesländer	-0,1153	-1,07	0,0547	0,51
<u>Unternehmensalter in Jahren</u> (Referenzkategorie: unter 5)				
5 bis unter 10	0,1548	1,02	-0,1610	-1,06
10 bis unter 15	0,2309	1,57	-0,2026	-1,37
15 bis unter 30	0,2577	1,97	-0,3840	-2,94
30 und mehr	-0,0260	-0,20	-0,6447	-5,00
<u>Hauptbankverbindung</u> (Referenzkategorie: Genossenschaftsbank)				
Sparkassensektor	-0,0629	-0,79	0,0014	0,02
Private Geschäftsbank	-0,2331	-2,68	-0,1265	-1,48
<u>Rechtsform</u> (Referenzkategorie: Einzelunternehmen)				
Personengesellschaft	-0,3158	-2,58	-0,1421	-1,17
GmbH	-0,4917	-4,87	0,0736	0,73
Kapitalgesellschaft	-0,6441	-2,86	-0,0701	-0,33
Dummies für Wirtschaftsverbände		ja		ja
Konstante	0,5051	1,71	0,7021	2,41
Anzahl der Beobachtungen		3.116		3.115
Log Likelihood		-2.036,5574		-2.057,7533
Wald-Test		$\chi^2(45) = 161,66$		$\chi^2(45) = 164,61$

Anmerkung: Basiskategorie: „gleich geblieben“; robuste t-Werte

Tabelle 13: Regressionsergebnisse Logitmodell zur Zufriedenheit mit der Region (des Unternehmenssitzes) als Wirtschaftsstandort

	Koeffizient	t-Wert
<u>Bundesländer</u> (Referenzkategorie: Baden-Württemberg)		
Bayern	-0,4210	-2,60
Berlin	-0,1008	-0,27
Brandenburg	-1,8949	-7,91
Hamburg	-0,1703	-0,51
Hessen	-0,3048	-1,48
Niedersachsen	-0,8358	-4,90
Nordrhein-Westfalen	-0,8018	-5,02
Rheinland-Pfalz	-1,0401	-4,61
Sachsen	-1,1461	-5,60
Schleswig-Holstein	-1,0327	-5,63
Thüringen	-1,1775	-4,01
<u>Umsatzgröße in Mio. EUR</u> (Referenzkategorie: bis 1 Mio.)		
über 1 bis 2,5	0,1022	0,78
über 2,5 bis 10	-0,0160	-0,13
über 10 bis 50	0,2040	1,46
über 50	0,3589	2,09
<u>Wirtschaftszweig</u> (Referenzkategorie: Verarbeitendes Gewerbe)		
Bau	-0,0957	-0,77
Einzelhandel	-0,4474	-3,50
Groß- / Außenhandel	0,2944	1,62
Dienstleistungen	0,0245	0,17
<u>Unternehmensalter in Jahren</u> (Referenzkategorie: bis 5)		
6 bis 9	-0,2788	-1,13
10 bis 15	-0,1331	-0,60
16 bis 25	-0,4467	-2,19
Über 25	-0,5242	-2,71
<u>Sonstige</u>		
Handwerksunternehmen	0,0333	0,30
Online-Fragebogen	-0,2551	-2,64
Konstante	1,5838	6,56
Anzahl der Beobachtungen		2.641
Log Likelihood		-1.687,2277
Wald-Test		$\chi^2(25) = 160,93$

Anmerkung: robuste t-Werte. Ohne Bremen, Mecklenburg-Vorpommern, Saarland und Sachsen-Anhalt, die aufgrund der geringen Anzahl an Beobachtungen in der Stichprobe von der Analyse ausgeschlossen wurden.

Tabelle 14: Regressionsergebnisse Logitmodell zur Bedeutung einzelnen Standortfaktoren für die Beurteilung der Region (des Unternehmenssitzes) als Wirtschaftsstandort

	Koeffizient	t-Wert
<u>Bundesländer</u> (Referenzkategorie: Baden-Württemberg)		
Verfügbarkeit von Fachkräfte	0,9626	7,36
Höhe der Lohnkosten	-0,1241	-0,98
Verkehrsinfrastruktur	0,8342	7,49
Telekommunikationsinfrastruktur	0,2354	2,07
Angebot an Gewerbeflächen	0,0347	0,31
Höhe der kommunalen Steuern und Abgaben	-0,0881	-0,51
Kosten: Wasser, Abfall	-0,0692	-0,40
Energiekosten	0,4024	1,96
Zusammenarbeit mit Kreditinstituten	0,2617	2,30
Verfügbarkeit von Fördermitteln	0,0519	0,39
Zusammenarbeit mit den Behörden vor Ort	0,3742	3,02
Angebot der kommunalen Wirtschaftsförderung	0,1141	0,78
Nähe zu Hochschulen / Forschungseinrichtungen	0,0851	0,77
Nähe zu Zulieferern und Kunden	0,6088	5,37
Kooperationsmöglichkeiten mit anderen Unternehmen	0,4276	3,65
Wohnraum-, Freizeitangebot	0,6513	5,31
Angebot an Schulen / Kinderbetreuung	0,2627	2,13
<u>Umsatzgröße in Mio. EUR</u> (Referenzkategorie: bis 1 Mio.)		
über 1 bis 2,5	0,0447	0,28
über 2,5 bis 10	0,0702	0,47
über 10 bis 50	0,4581	2,57
über 50	0,3182	1,47
<u>Wirtschaftszweig</u> (Referenzkategorie: Verarbeitendes Gewerbe)		
Bau	-0,2252	-1,46
Einzelhandel	-0,5434	-3,26
Groß- / Außenhandel	0,1435	0,67
Dienstleistungen	-0,0766	-0,42
<u>Unternehmensalter in Jahren</u> (Referenzkategorie: bis 5)		
6 bis 9	-0,1093	-0,36
10 bis 15	0,0030	0,01
16 bis 25	-0,0508	-0,20
Über 25	-0,2619	-1,08
<u>Sonstige</u>		
ostdeutsche Bundesländer	-0,5373	-3,56
Handwerksunternehmen	0,1951	1,45
Online-Fragebogen	-0,3383	-2,80
Konstante	-1,5816	-5,39
Anzahl der Beobachtungen		2.165
Log Likelihood		-1.153,8136
Wald-Test		$\chi^2(32) = 450,11$

Anmerkung: robuste t-Werte.

Tabelle 15: Regressionsergebnisse Logitmodell zur Zufriedenheit mit einzelnen Standortfaktoren in der Region des Unternehmenssitzes

	Verfügbarkeit von Fachkräften		Verkehrsinfrastruktur		Wohnraum-, Freizeitangebot	
	Koeffizient	t-Wert	Koeffizient	t-Wert	Koeffizient	t-Wert
<u>Bundesländer</u> (Referenzkategorie: Baden-Württemberg)						
Bayern	0,0843	0,53	0,3719	2,52	-0,1589	-1,01
Berlin	0,4920	1,49	0,5635	1,56	0,5085	1,22
Brandenburg	-0,6554	-2,12	-0,4790	-2,17	-1,5455	-6,51
Hamburg	1,1789	3,77	0,4567	1,44	0,7987	1,97
Hessen	0,2892	1,43	1,0546	5,06	-0,3866	-1,97
Niedersachsen	-0,0622	-0,34	-0,0742	-0,47	-1,0895	-6,55
Nordrhein-Westfalen	0,2979	1,90	0,1919	1,31	-0,9024	-5,9
Rheinland-Pfalz	-0,0304	-0,12	-0,0366	-0,17	-0,9696	-4,37
Sachsen	-0,4512	-1,82	0,1664	0,84	-0,8242	-4,07
Schleswig-Holstein	0,0784	0,39	-0,0025	-0,01	-0,8285	-4,62
Thüringen	-0,4030	-1,20	0,0665	0,22	-1,2334	-4,04
<u>Umsatzgröße in Mio. EUR</u> (Referenzkategorie: bis 1 Mio.)						
über 1 bis 2,5	0,1164	0,78	0,1516	1,16	0,1296	0,98
über 2,5 bis 10	0,0417	0,30	0,0769	0,65	-0,0811	-0,67
über 10 bis 50	0,0813	0,53	0,2160	1,55	-0,2856	-2,03
über 50	0,7565	4,36	0,2887	1,77	-0,1593	-0,94
<u>Wirtschaftszweig</u> (Referenzkategorie: Verarbeitendes Gewerbe)						
Bau	-0,0426	-0,29	0,0659	0,54	0,0845	0,68
Einzelhandel	-0,0443	-0,30	0,0251	0,20	-0,0019	-0,01
Groß- / Außenhandel	-0,0375	-0,22	0,1108	0,66	0,0850	0,48
Dienstleistungen	0,1508	0,98	0,4263	2,90	0,1118	0,76
<u>Unternehmensalter in Jahren</u> (Referenzkategorie: unter 5)						
5 bis 9	-0,8434	-3,19	-0,2557	-1,01	-0,1179	-0,47
10 bis 15	-0,6587	-2,92	-0,1101	-0,48	-0,1402	-0,63
16 bis 25	-0,7039	-3,46	-0,5634	-2,67	-0,5798	-2,83
über 25	-0,7573	-4,06	-0,6822	-3,41	-0,2902	-1,49
<u>Sonstige</u>						
Handwerksunternehmen	-0,7436	-6,06	-0,2259	-2,09	-0,3386	-3,07
Online-Fragebogen	-0,3100	-2,90	-0,1380	-1,42	0,0124	0,13
Konstante	-0,0272	-0,12	0,7175	3,04	1,3995	5,83
Anzahl der Beobachtungen	2.639		2.638		2.594	
Log Likelihood	-1.465,994		-1723,393		-1.677,127	
Wald-Test	$\chi^2(25) = 208,60$		$\chi^2(25) = 110,19$		$\chi^2(25) = 168,95$	

Anmerkung: robuste t-Werte. Ohne Bremen, Mecklenburg-Vorpommern, Saarland und Sachsen-Anhalt, die aufgrund der geringen Anzahl an Beobachtungen in der Stichprobe von der Analyse ausgeschlossen wurden.

Tabelle 16: Regressionsergebnisse Logitmodell zur Zufriedenheit mit einzelnen Standortfaktoren in der Region des Unternehmenssitzes

	Nähe zu Zulieferern & Kunden		Kooperationsmöglichkeiten mit anderen Unternehmen		Energiekosten	
	Koeffizient	t-Wert	Koeffizient	t-Wert	Koeffizient	t-Wert
<u>Bundesländer</u> (Referenzkategorie: Baden-Württemberg)						
Bayern	-0,5279	-3,47	-0,3518	-2,32	0,2782	1,25
Berlin	-0,3489	-1,10	0,3998	1,23	-0,2549	-0,46
Brandenburg	-0,9200	-4,04	-0,4125	-1,74	-0,3181	-0,78
Hamburg	0,4012	1,23	0,2738	0,90	-0,9648	-1,53
Hessen	-0,3120	-1,62	-0,0842	-0,44	0,0273	0,09
Niedersachsen	-0,6133	-3,71	-0,2444	-1,48	0,5643	2,37
Nordrhein-Westfalen	-0,2022	-1,34	-0,2309	-1,50	-0,1414	-0,59
Rheinland-Pfalz	-0,7537	-3,39	-0,5855	-2,49	0,0252	0,07
Sachsen	0,0483	0,22	-0,0286	-0,14	-0,2419	-0,70
Schleswig-Holstein	-0,7102	-3,92	-0,4409	-2,45	0,0353	0,13
Thüringen	-0,2841	-0,90	0,3586	1,18	-0,0711	-0,15
<u>Umsatzgröße in Mio. EUR</u> (Referenzkategorie: bis 1 Mio.)						
über 1 bis 2,5	-0,1489	-1,12	-0,4268	-3,20	0,1679	0,81
über 2,5 bis 10	-0,4904	-4,05	-0,2959	-2,46	0,1846	0,99
über 10 bis 50	-0,7947	-5,70	-0,6798	-4,76	-0,2930	-1,25
über 50	-0,6702	-4,06	-0,4915	-2,91	0,1572	0,60
<u>Wirtschaftszweig</u> (Referenzkategorie: Verarbeitendes Gewerbe)						
Bau	0,2967	2,37	0,2428	1,95	0,2114	1,09
Einzelhandel	0,0009	0,01	-0,2481	-1,83	-0,4191	-1,89
Groß- / Außenhandel	0,1936	1,13	-0,1892	-1,04	0,4539	1,99
Dienstleistungen	0,1834	1,28	0,0383	0,26	-0,0197	-0,08
<u>Unternehmensalter in Jahren</u> (Referenzkategorie: unter 5)						
5 bis 9	-0,3486	-1,41	-0,1894	-0,77	-0,4445	-1,22
10 bis 15	-0,2371	-1,05	-0,3860	-1,77	-0,1622	-0,53
16 bis 25	-0,4296	-2,06	-0,4050	-2,02	-0,4055	-1,39
über 25	-0,2621	-1,34	-0,5018	-2,66	-0,4325	-1,59
<u>Sonstige</u>						
Handwerksunternehmen	0,3616	3,31	0,1135	1,02	-0,4592	-2,67
Online-Fragebogen	0,0072	0,07	-0,0557	-0,56	-0,1683	-1,10
Konstante	0,9966	4,19	0,4750	2,06	-1,6448	-4,76
Anzahl der Beobachtungen	2.578		2.514		2.633	
Log Likelihood	-1.688,874		-1.641,607		-870,166	
Wald-Test	$\chi^2(25) = 143,67$		$\chi^2(25) = 99,88$		$\chi^2(25) = 48,22$	

Anmerkung: robuste t-Werte. Ohne Bremen, Mecklenburg-Vorpommern, Saarland und Sachsen-Anhalt, die aufgrund der geringen Anzahl an Beobachtungen in der Stichprobe von der Analyse ausgeschlossen wurden.

Tabelle 17: Regressionsergebnisse Logitmodell zur Zufriedenheit mit einzelnen Standortfaktoren in der Region des Unternehmenssitzes

	Kooperationsbereitschaft Behörden vor Ort		Angebot an Schulen / Kinderbetreuung	
	Koeffizient	t-Wert	Koeffizient	t-Wert
<u>Bundesländer (Referenzkategorie: Baden-Württemberg)</u>				
Bayern	-0,0106	-0,07	-0,0725	-0,46
Berlin	-0,5522	-1,61	0,1494	0,39
Brandenburg	-0,6091	-2,40	-0,7423	-3,23
Hamburg	-0,7088	-2,09	-0,2300	-0,72
Hessen	-0,3284	-1,67	-0,4250	-2,19
Niedersachsen	0,1078	0,66	-0,3741	-2,20
Nordrhein-Westfalen	-0,3852	-2,60	-0,7663	-5,00
Rheinland-Pfalz	-0,2673	-1,20	-0,8514	-3,82
Sachsen	-0,0616	-0,30	-0,3845	-1,88
Schleswig-Holstein	-0,2993	-1,64	-0,5619	-3,09
Thüringen	-0,2013	-0,65	0,6193	1,77
<u>Umsatzgröße in Mio. EUR (Referenzkategorie: bis 1 Mio.)</u>				
über 1 bis 2,5	0,1662	1,23	-0,0617	-0,45
über 2,5 bis 10	0,0865	0,70	-0,3092	-2,54
über 10 bis 50	0,4399	3,19	-0,4155	-2,99
über 50	0,9018	5,44	-0,4143	-2,49
<u>Wirtschaftszweig (Referenzkategorie: Verarbeitendes Gewerbe)</u>				
Bau	-0,4378	-3,45	0,0188	0,15
Einzelhandel	-0,2635	-2,03	0,2219	1,64
Groß- / Außenhandel	-0,3247	-1,87	0,0812	0,46
Dienstleistungen	-0,4928	-3,30	0,1121	0,76
<u>Unternehmensalter in Jahren (Referenzkategorie: unter 5)</u>				
5 bis 9	-0,8375	-3,21	-0,2374	-0,93
10 bis 15	-0,5759	-2,59	-0,1296	-0,57
16 bis 25	-0,4254	-2,11	-0,3294	-1,56
über 25	-0,2621	-1,38	-0,0010	-0,01
<u>Sonstige</u>				
Handwerksunternehmen	-0,1293	-1,17	-0,1379	-1,24
Online-Fragebogen	0,0595	0,60	0,0004	0,00
Konstante	0,2135	0,93	1,2073	4,97
Anzahl der Beobachtungen	2.552		2.567	
Log Likelihood	-1.643,946		-1.654,1249	
Wald-Test	$\chi^2(25) = 162,35$		$\chi^2(25) = 79,75$	

Anmerkung: robuste t-Werte. Ohne Bremen, Mecklenburg-Vorpommern, Saarland und Sachsen-Anhalt, die aufgrund der geringen Anzahl an Beobachtungen in der Stichprobe von der Analyse ausgeschlossen wurden.

Tabelle 18: Regressionsergebnisse Logitmodell zur Zufriedenheit mit einzelnen Standortfaktoren in der Region des Unternehmenssitzes

	Zusammenarbeit mit Banken		Telekommunikationsinfrastruktur	
	Koeffizient	t-Wert	Koeffizient	t-Wert
<u>Bundesländer</u> (Referenzkategorie: Baden-Württemberg)				
Bayern	-0,0572	-0,36	-0,1493	-0,99
Berlin	-0,1713	-0,48	0,7774	1,97
Brandenburg	-0,2169	-0,96	-0,1120	-0,49
Hamburg	-0,2412	-0,80	0,6242	1,87
Hessen	0,0816	0,41	0,3485	1,75
Niedersachsen	-0,0395	-0,23	-0,2256	-1,38
Nordrhein-Westfalen	-0,0966	-0,61	0,0026	0,02
Rheinland-Pfalz	0,2461	1,00	0,0848	0,37
Sachsen	-0,2216	-1,10	0,3225	1,54
Schleswig-Holstein	-0,1455	-0,81	-0,1344	-0,75
Thüringen	-0,2427	-0,79	-0,1155	-0,38
<u>Umsatzgröße in Mio. EUR</u> (Referenzkategorie: bis 1 Mio.)				
über 1 bis 2,5	0,3406	2,70	-0,1492	-1,15
über 2,5 bis 10	0,7036	5,96	-0,3837	-3,23
über 10 bis 50	1,1624	8,10	-0,2731	-1,98
über 50	1,3958	7,74	0,4019	2,32
<u>Wirtschaftszweig</u> (Referenzkategorie: Verarbeitendes Gewerbe)				
Bau	-0,1435	-1,16	0,0015	0,01
Einzelhandel	-0,1202	-0,92	0,4246	3,22
Groß- / Außenhandel	0,0382	0,21	-0,0669	-0,39
Dienstleistungen	-0,1975	-1,35	0,4162	2,83
<u>Unternehmensalter in Jahren</u> (Referenzkategorie: unter 5)				
5 bis 9	-0,0708	-0,29	0,0711	0,29
10 bis 15	0,2755	1,26	0,1997	0,90
16 bis 25	0,1765	0,88	-0,1423	-0,70
über 25	0,4059	2,12	-0,0335	-0,17
<u>Sonstige</u>				
Handwerksunternehmen	-0,0851	-0,76	-0,2785	-2,53
Online-Fragebogen	-0,3659	-3,67	-0,2113	-2,16
Konstante	-0,2021	-0,86	0,7251	3,08
Anzahl der Beobachtungen	2.604		2.646	
Log Likelihood	-1.634,340		-1.702,321	
Wald-Test	$\chi^2(25) = 235,88$		$\chi^2(25) = 100,47$	

Anmerkung: robuste t-Werte. Ohne Bremen, Mecklenburg-Vorpommern, Saarland und Sachsen-Anhalt, die aufgrund der geringen Anzahl an Beobachtungen in der Stichprobe von der Analyse ausgeschlossen wurden.

7.4 Teilnehmende Verbände

AGA Unternehmensverband (AGA)

Börsenverein des Deutschen Buchhandels e.V.

Bundesverband der Deutschen Industrie e.V. (BDI)

Bundesverband Großhandel, Außenhandel, Dienstleistungen e.V. (BGA)

Bundesverband Druck und Medien e.V. (BVDM)

Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien e.V. (BITKOM)

Fachverband Werkzeugindustrie e.V. (FWI)

Gesamtverband Kunststoffverarbeitende Industrie e.V. (GKV)

Hauptverband der Deutschen Bauindustrie e.V. (HVBI)

Hauptverband des Deutschen Einzelhandels e.V. (HDE)

Landesverband der Baden-Württembergischen Industrie e.V. (LVI)

Sachsenmetall

Union Mittelständischer Unternehmen e.V. (UMU)

Verband der Automobilindustrie e.V. (VDA)

Verband der chemischen Industrie e.V. (VCI)

Verband Deutscher Maschinen- und Anlagenbau e.V. (VDMA)

Verband Deutscher Schleifmittelwerke e.V. (VDS)

Verband Deutschen Papierfabriken e.V. (VDP)

Verband der Wirtschaft Thüringen e.V. (VWT)

Vereinigung der Bayerischen Wirtschaft e.V. (VbW)

Vereinigung der Sächsischen Wirtschaft e.V. (VSW)

Vereinigung der Unternehmensverbände in Berlin und Brandenburg e.V. (UVB)

Wirtschaftsjunioren Deutschland e.V. (WJD)

Wirtschaftsverband Stahl- und Metallverarbeitung e.V. (WSM)

Zentralverband des Deutschen Baugewerbes e.V. (ZDB)

Zentralverband des Deutschen Handwerks e.V. (ZDH)

Zentralverband Elektrotechnik- und Elektronikindustrie e.V. (ZVEI)