

Pressemappe



F/M – Finanzierung im Mittelstand - Zukunftssicherung für Sachsen -

ein gemeinschaftliches Forschungsprojekt
des BVMW – Bundesverband mittelständische Wirtschaft
und
der HTW – Hochschule für Technik und Wirtschaft Dresden (FH)

Projektleitung: BERNDTKONZEPT GmbH

Präsentation der Forschungsergebnisse am 20. April 2005

1 Die wichtigsten Erkenntnisse auf einen Blick

1.1 Der neue Unternehmer

In den letzten Jahren hat sich in Sachsen unbemerkt von der Öffentlichkeit ein neuer UnternehmerInnen-Typus in puncto Finanzmanagement entwickelt.

„Safety first“ lautet das Motto

... selbst dort, wo viel versprechende Optionen bestehen.

Die Unternehmer verhalten sich im Hinblick auf ihr Finanzmanagement zunehmend rational, professionell und selbstbewusst.

Dieses Verhalten führt jedoch zu einer geringeren Investitionstätigkeit.

Die zurückhaltende Finanzierungsstrategie der KMU wirkt damit kontraktiv auf die gesamtwirtschaftliche Entwicklung.

1.2 Die Eigenkapitaldecke wächst

Die in den letzten zehn Jahren restriktive Strategie der Banken bei der Fremdmittelvergabe hat die Mittelständler wachgerüttelt.

Sie haben die guten Erträge der vergangenen Jahre genutzt, um ihre Reserven spürbar zu verstärken.

Um Risiken zu begrenzen, werden Investitionen auf das erforderliche Minimum reduziert und der Beschäftigungsaufbau ist nur sehr verhalten.

Die Eigenmittelquote der befragten Unternehmen hat sich inzwischen auf deutlich über 30 % gesteigert..

1.3 Sachsen ist optimistisch

Die Geschäftsentwicklung für 2005 wird von den sächsischen Mittelständlern überwiegend positiv eingeschätzt.

Umsatz (Ausnahme Bau)	↗
Aufträge (Ausnahme Bau)	↗
Gewinne (Ausnahme LaWi/Bau)	↗
Mitarbeiterzahl	→

Es wird weiterhin vorsichtig investiert. Ersatzbeschaffungen bleiben vorrangig.

1.4 Fördermittel stehen im Vordergrund

Fördermittel werden bevorzugt genutzt, aber auch nur noch dann, wenn die Vorteile überzeugen.

Sie stehen bei der Investitionsfinanzierung auf der Beliebtheitskala hinter den Bankkrediten an zweiter Stelle .

Im Handel und im Bau gehen die Unternehmer davon aus, dass 2005 Fördermittel nur noch spärlich fließen werden.

1.5 Der Bürokratie-Dschungel soll gelichtet werden

Die Unternehmen - insbesondere die aus dem Regierungsbezirk Chemnitz – haben eine Vielzahl von sehr engagierten und konkreten Verbesserungsvorschlägen. Sie fordern unter anderem

- die Abschaffung des Hausbank-Prinzips bei der Vergabe von Fördermitteln,
- mehr Transparenz bei öffentlichen Ausschreibungen,
- die Liberalisierung der Berufsgenossenschaftssicherung,
- die Freiwilligkeit der Kammerzugehörigkeit.

Dabei haben Maßnahmen zum Bürokratie-Abbau mit einer deutlich höheren Priorität als die Forderung nach fiskalischen Reformen.

2 Finanzbeziehungen

2.1 Zufriedenheitsanalyse

Die sächsischen mittelständischen Unternehmen beurteilen die Beratungsleistung ihrer Bank/Sparkasse überwiegend positiv.

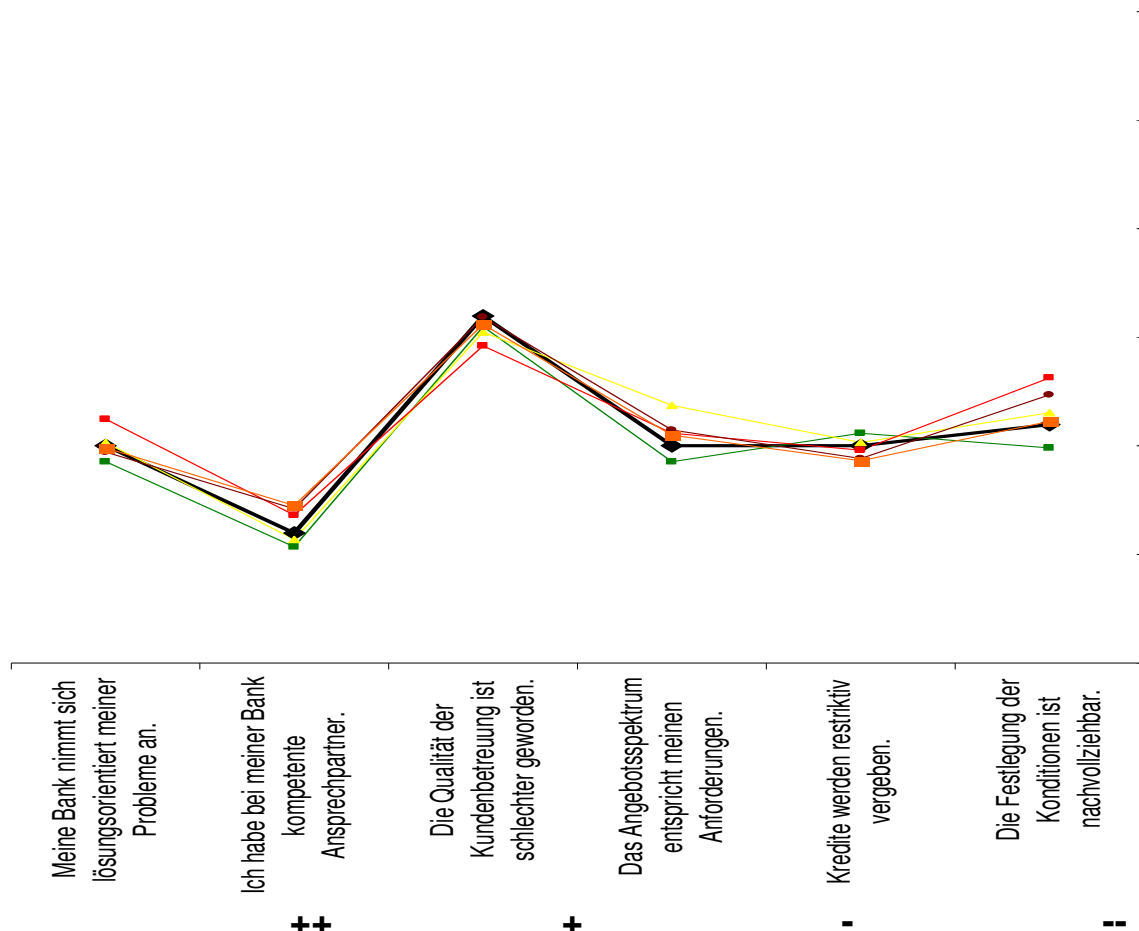


Abbildung 1: Wie schätzen Sie die Zusammenarbeit mit Ihrer Hausbank ein?

Legende:

- Handel
- Bau
- Landwirtschaft
- Sonstige Fertigung
- Verarbeitendes Gewerbe
- sonstige Dienstleistungen
- wirtschaftsnahe Dienstleistungen
- Gesamt

2.2 Information und Beratung

Die Unternehmer sind zunehmend kritisch. Mehr als die Hälfte von ihnen ist der Einschätzung, dass sie die besten Informationen nicht mehr von ihrer Hausbank erhalten.

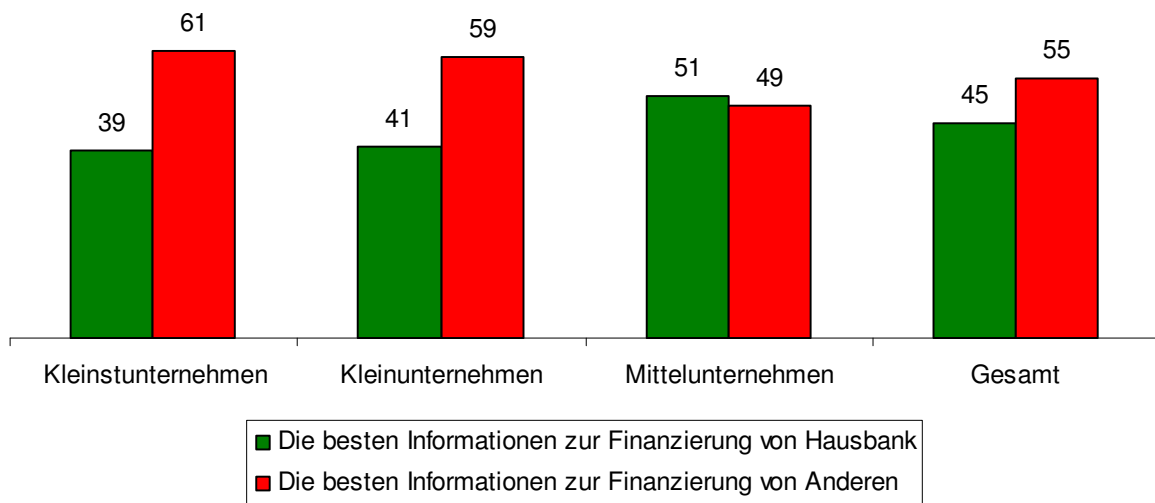


Abbildung 2: Von wem erhalten Sie die besten Finanzierungen? (in % der Zielgruppe)

Bis auf wenige Ausnahmen betrachten sie die Tages- und/oder Fachpresse als ihre wichtigste Informationsquelle für ihr finanzwirtschaftliches Know-how.

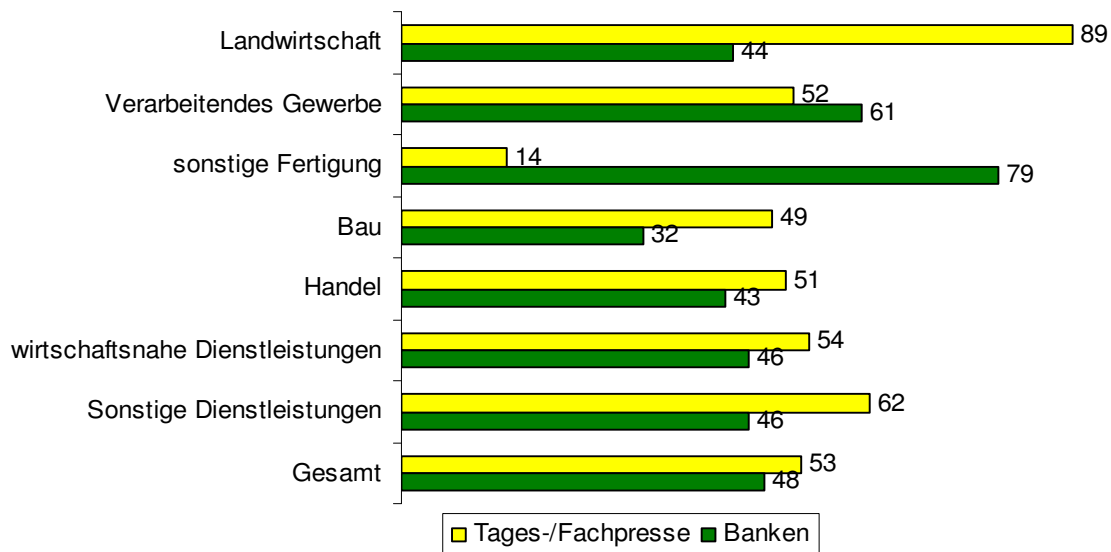


Abbildung 3: Von wem erhalten Sie die besten Informationen zum Thema Finanzierung? (in % der Zielgruppe, Mehrfachnennungen möglich)

Die mittelständischen Unternehmer stützen sich zunehmend auf die Begleitung durch externe Berater. In dieser Gruppe genießen nach wie vor die Steuerberater und Wirtschaftsprüfer mit Abstand das größte Vertrauen, während die Unternehmensberater – ganz allgemein gesehen – relativ schlecht abschneiden.

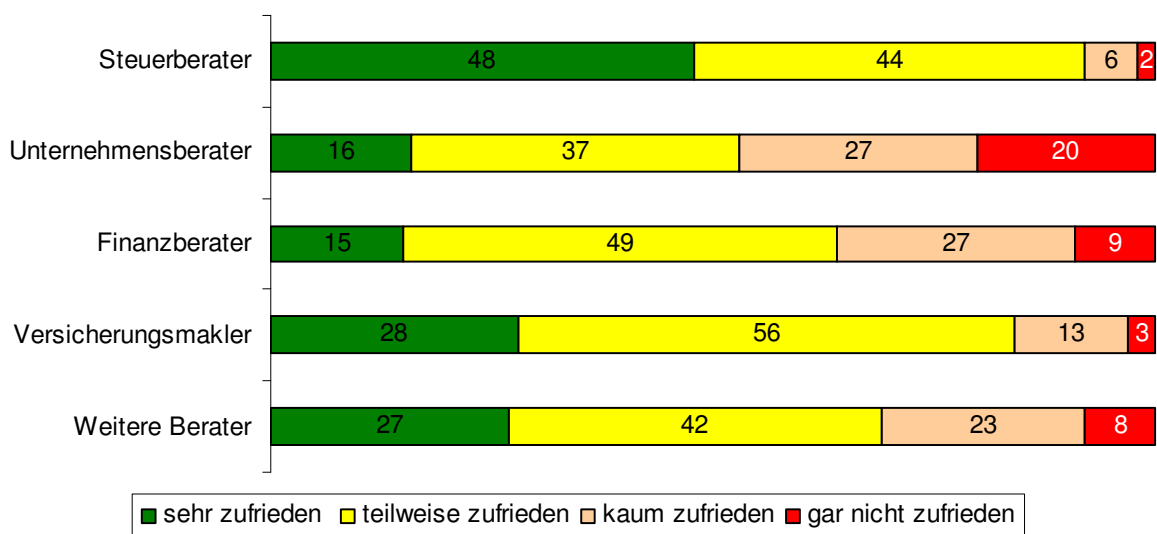


Abbildung 4: Wie beurteilen Sie die Leistungen folgender Berater? (in %)

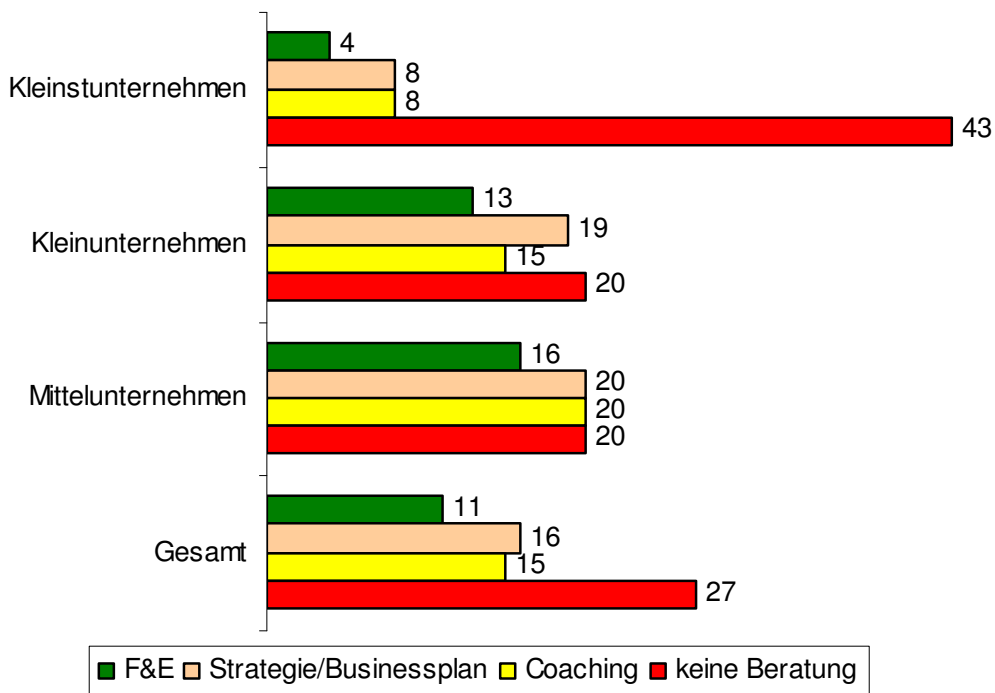


Abbildung 5: In welchen Bereichen nehmen Sie externe Beratung in Anspruch? (in %)

Die Finanzierungsberatung und die gezielte Fördermittelberatung haben als eigenständige Ausprägung der Unternehmensberatung bei einer großen Anzahl der Unternehmen inzwischen einen bemerkenswerten Stellenwert.

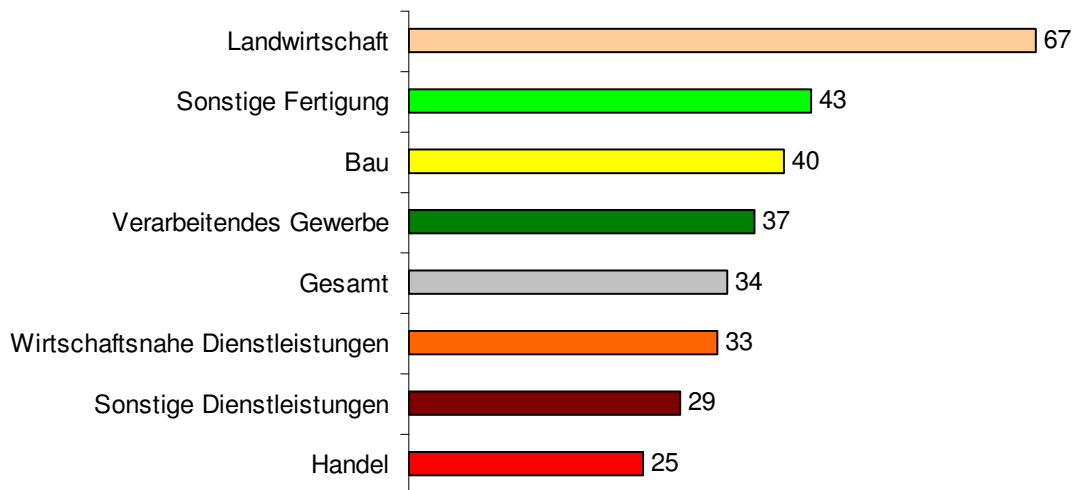


Abbildung 6: In welchen Bereichen nehmen Sie externe Beratung in Anspruch? (Teilsegment Fördermittel nach Zielgruppen in % der Zielgruppe)

Für die Kleinstunternehmer haben externe Berater eine auffallend geringe Bedeutung.

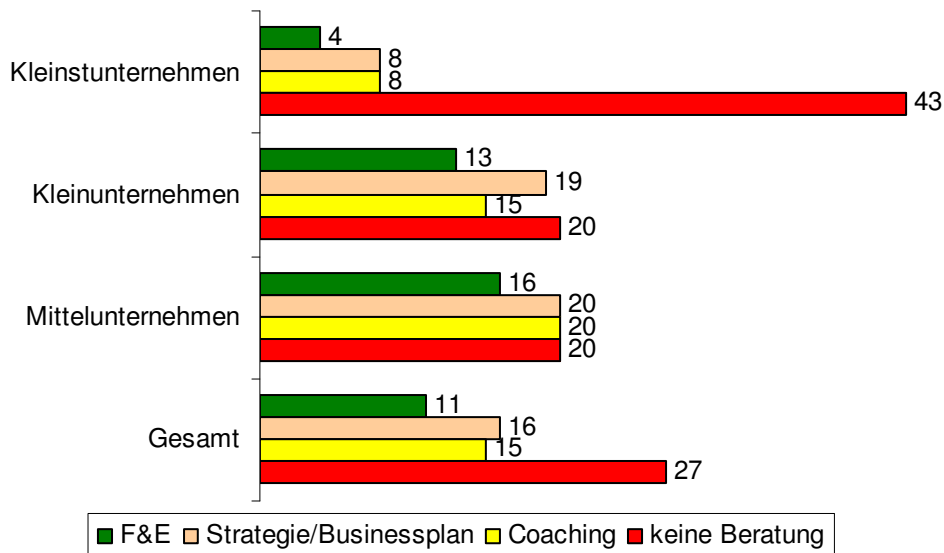


Abbildung 7: In welchen Bereichen nehmen Sie externe Beratung in Anspruch? (nach Zielgruppen in %, Mehrfachnennungen möglich)

Der Kostenaspekt dürfte dabei für diese Unternehmer eine nicht unmaßgebliche Rolle spielen. Wenn auch insgesamt die Bereitschaft, in den Aufbau von Kooperationen, Allianzen und Netzwerken zu investieren, noch sehr wenig ausgeprägt ist, sind es jedoch die Kleinstunternehmen, die künftig am meisten in diesem Bereich tun wollen.

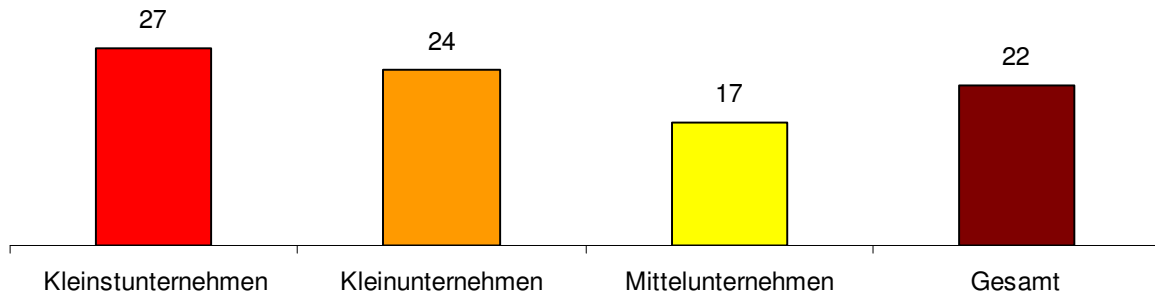


Abbildung 8: Welche Ziele verfolgen Sie mit den Investitionen? (in % der Zielgruppe, Mehrfachnennungen möglich)

Aussage zu Branchenverteilung der externen Berater/ebenfalls Kosten und Fördermittel

2.3 Bedeutung der Hausbank

Bei den sächsischen mittelständischen Unternehmern haben die Sparkassen weiterhin mit Abstand den größten Marktanteil – Ausnahme Landwirtschaft.

Auffallend viele Unternehmer berichten über mehrere Bankverbindungen, im Einzelfall sogar über mehrere Hausbankverbindungen.

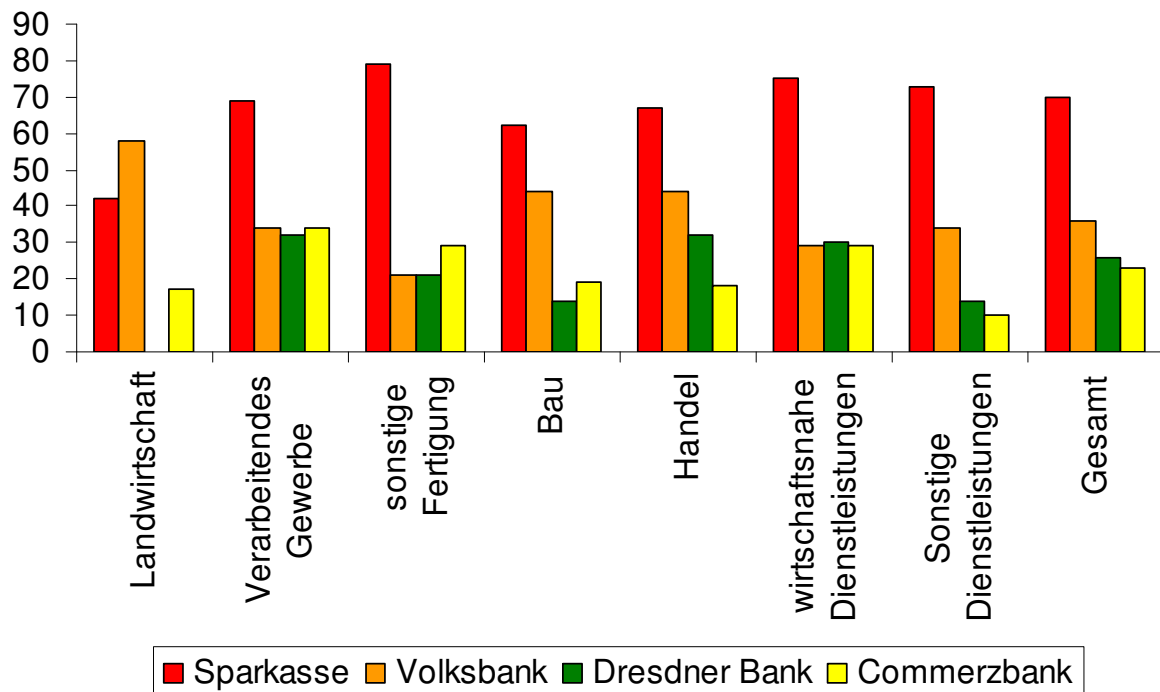


Abbildung 9: Bankverbindungen (in % der Zielgruppe, Mehrfachnennungen möglich)

Wiewohl die Unternehmer die Zusammenarbeit mit ihren Banken als überwiegend zufrieden stellend beurteilen, hat die klassische Hausbank erheblich an Ansehen und Einfluss eingebüßt. Immerhin hat für fast ein Viertel der Unternehmer die Zusammenarbeit mit den Banken nur noch eine untergeordnete Bedeutung.

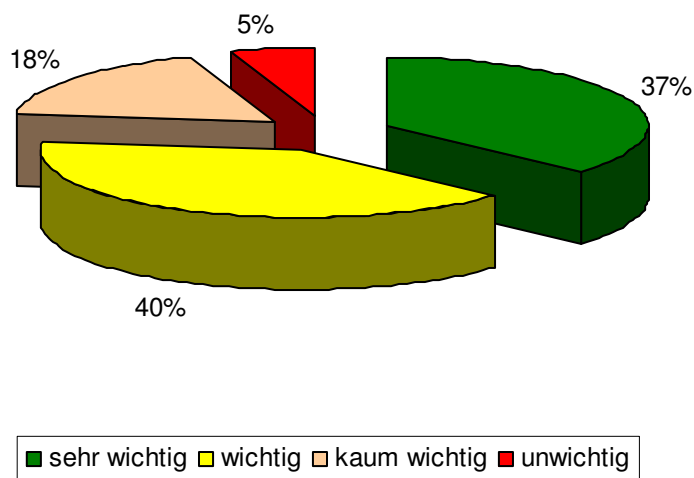


Abbildung 10: Wie wichtig ist Thema "Bankbeziehungen/Finanzierungspartner/Finanzdienstleister" für Ihr Unternehmen? (in %)

Gleichermaßen wird die Zusammenarbeit mit der Bank/Sparkasse als Finanzierungspartner zwar offensichtlich intensiver als in den vergangenen Jahren betrieben, bleibt jedoch immer noch auf einem relativ distanzierten Niveau.

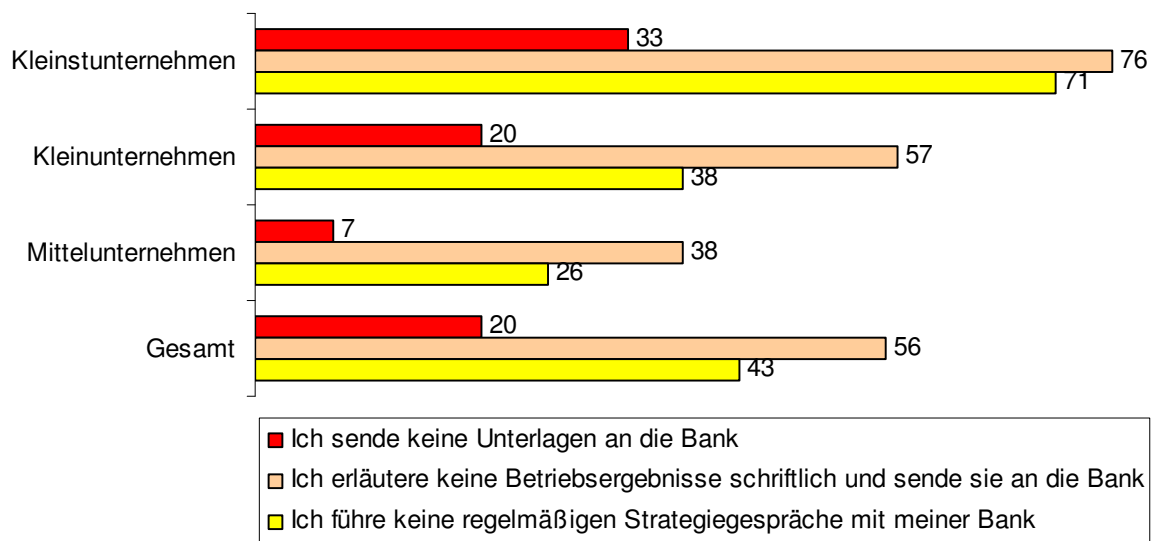


Abbildung 11: Wie intensiv ist der Kontakt zu Ihrer Hausbank (nach Unternehmensgröße in %, Mehrfachnennungen möglich)

Auch hier sind es insbesondere die kleinen Unternehmen, die wenig intensiven Kontakt zur Hausbank pflegen.

Insgesamt haben die Unternehmer ein Bündel von Maßnahmen ergriffen, um systematisch ihre Kreditwürdigkeit zu stärken.

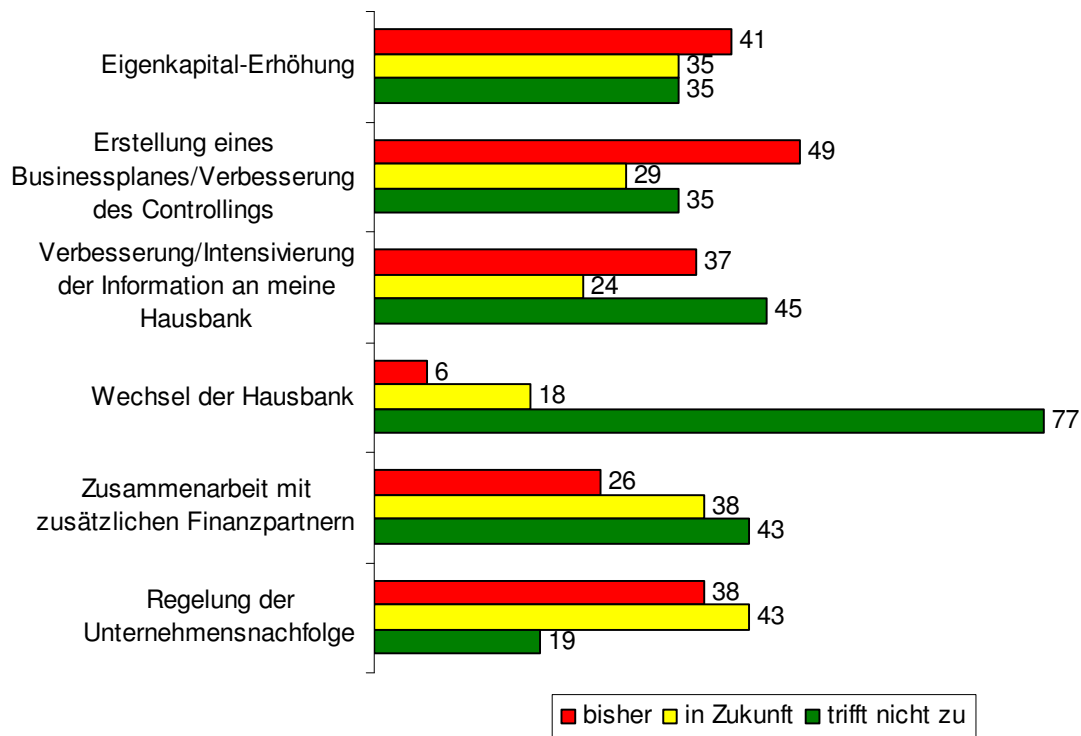


Abbildung 12: Was tun Sie zur Verbesserung Ihrer Kreditwürdigkeit? (Anzahl der Nennungen, Mehrfachnennungen möglich)

Der Einsatz eines Businessplans als Planungsinstrument und als Mittel, für seine Finanzpartner mehr Transparenz zu schaffen, ist in erheblichem Umfang gesteigert worden.

Nur wenige Unternehmer versprechen sich von einem Hausbankwechsel eine Verbesserung.

Schließlich ist das Thema Nachfolgeregelung immer noch vernachlässigt.

Vor allem wird die veränderte Rollenverteilung deutlich, wenn die Rolle der Hausbank bei der Konzeption der Finanzierung betrachtet wird.

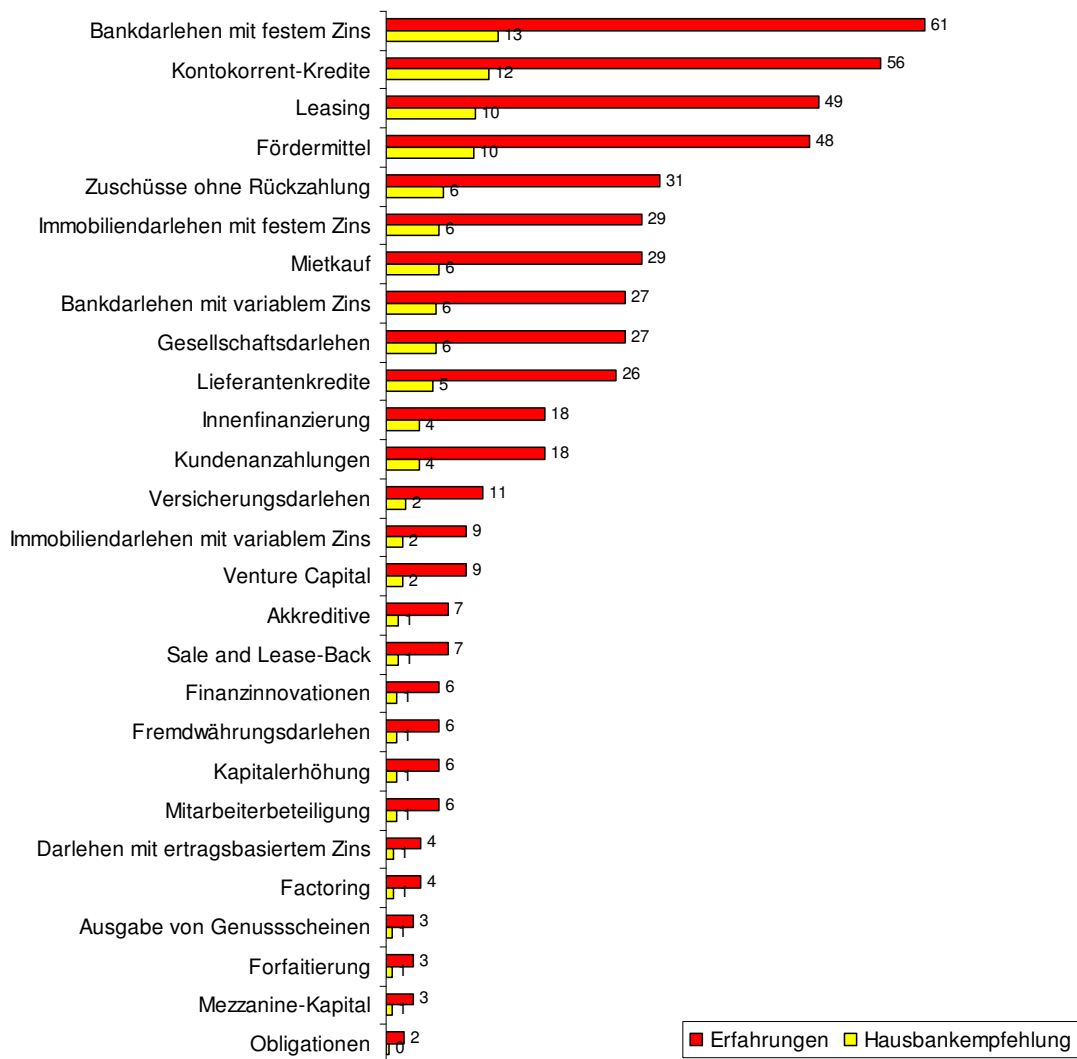


Abbildung 13: Mit welchen Finanzierungsformen haben Sie welche Erfahrungen gemacht? Nutzen Sie die jeweilige Finanzierungsform auf Empfehlung Ihrer Hausbank? (in % der Befragten, Mehrfachnennungen möglich)

Noch deutlicher wird die „Emanzipation“ der Unternehmer von ihrer Hausbank – oder die nicht bedarfsgerechte Beratung der Banken/Sparkassen? - bei der Betrachtung der Zufriedenheitsanalyse.

Die Zufriedenheit mit den klassischen Bankprodukten rangiert deutlich hinter Finanzierungsmöglichkeiten, die sich die Unternehmen offensichtlich ohne die Mitwirkung ihrer Bank/Sparkasse erschließen bzw. erschlossen haben.

Leasing hat als Finanzierungsalternative bei der Investitionsgüterbeschaffung einen festen Platz. Sowohl die Häufigkeit der Nennungen über alle Zielgruppen und Regionen als auch die hohe Zufriedenheit sind beeindruckend. Aus systematischen Gründen sei angemerkt, dass die Trennschärfe zum Mietkauf, der als Ratenkauf und Fremdmittelaufnahme zu kategorisieren ist, nicht immer ausreichend gewährleistet sein könnte. Mietkauf wird von den Leasinggesellschaften überwiegend dann angeboten, wenn es sich um die Beschaffung subventionierter Investitionsgüter handelt.

Einige moderne Finanzierungsinstrumente wie z. B. Factoring sind trotz der zunehmend rational und kritisch begründeten Unternehmerentscheidungen und trotz objektiver Vorteile offensichtlich noch nicht beim sächsischen Mittelstand angekommen.

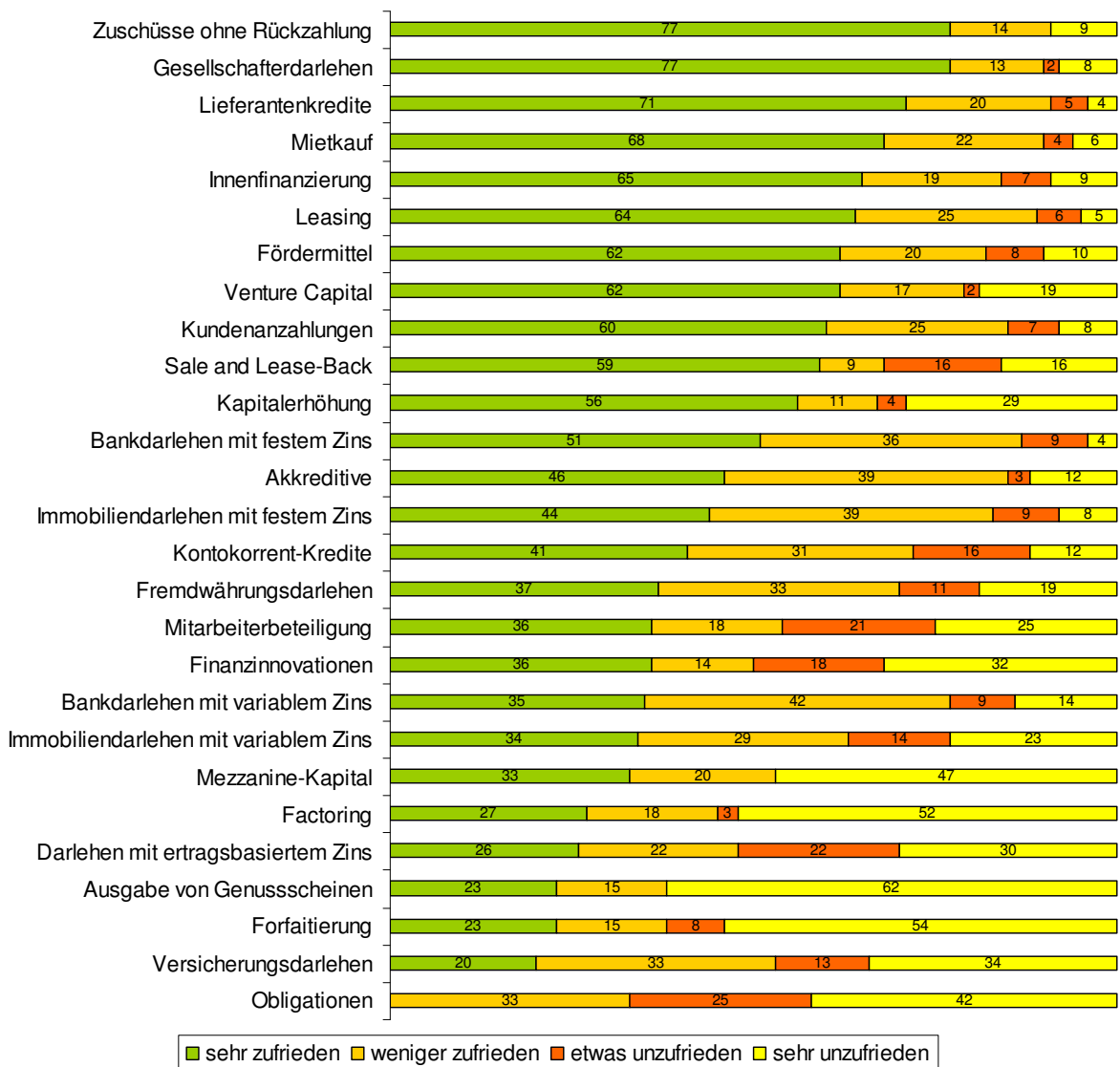


Abbildung 14: Mit welchen Finanzierungsformen haben Sie welche Erfahrungen gemacht? Nutzen Sie die jeweilige Finanzierungsform auf Empfehlung Ihrer Hausbank? (in % der Befragten, Mehrfachnennungen möglich)

Neben der deutlichen Dominanz der Eigenmittel stehen die Fördermittel nach wie vor in der Gunst der Unternehmer ganz oben, Im Wesentlichen dienen sie der Stärkung der Eigenmittelposition, aber auch die Förderdarlehen erfüllen eine wichtige Funktion.

2.4 Erwartungen

Der sächsische Mittelstand ist auch für das laufende Jahr einigermaßen optimistisch gestimmt. Umsatz und Gewinn sollen weiter steigen.

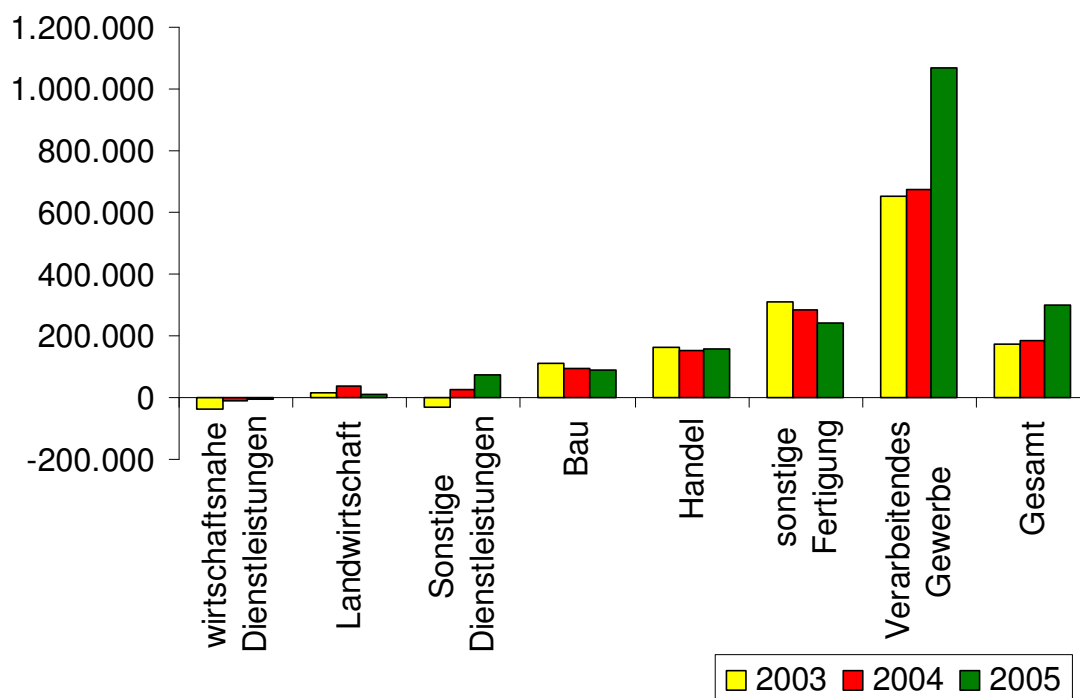


Abbildung 15: Entwicklung der Bilanzgewinne/-verluste (Mittelwerte in Euro)

Umsatzerwartungen

Die Investitionstätigkeit verharrt gleichwohl auf einem vergleichsweise niedrigen Niveau – Ersatzinvestitionen haben weiterhin deutlichen Vorrang.

Einen gewissen Einfluss auf die große Vorsicht mag den nach wie vor spürbaren Liquiditätsausfällen zuzuschreiben sein.

In welchem Maße beeinträchtigen Forderungsausfälle Ihre Liquidität?				
	sehr hoch	hoch	gering	sehr gering
Landwirtschaft	8		33	59
Verarbeitendes Gewerbe	10	10	54	26
sonstige Fertigung		38	31	31
Bau	18	35	31	16
Handel	6	24	45	26
wirtschaftsnah Dienstleistungen	10	23	43	23
Sonstige Dienstleistungen	9	21	32	38
Gesamt	10	22	42	27

Tabelle 1: in % der Zielgruppe

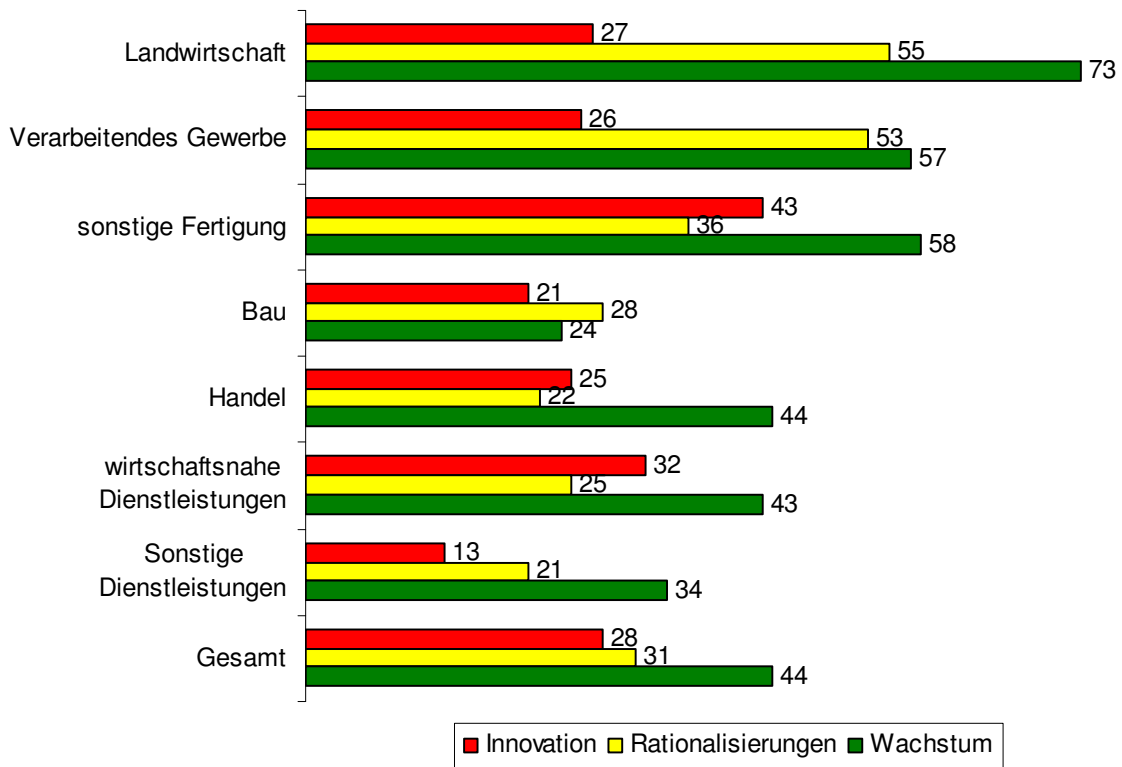


Abbildung 16: Wofür benötigen Sie Kapital? (in % von Zielgruppen, Mehrfachnennungen möglich)

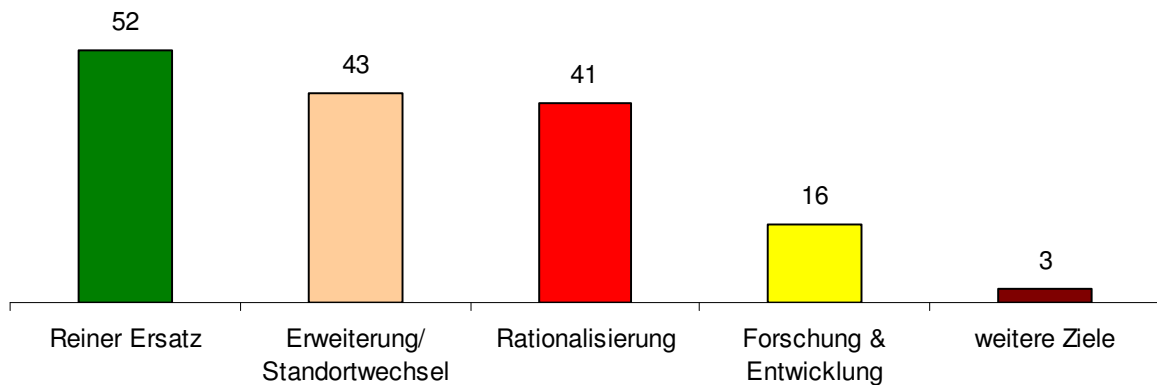
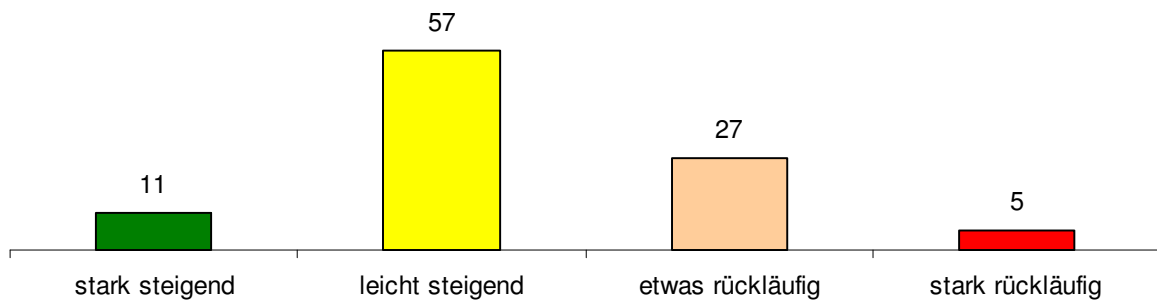


Abbildung 17: Investitionen (in % der Befragten, Mehrfachnennungen möglich)



3 Basisüberlegungen und Ziel der Forschungsarbeit

3.1 Ausgangslage

In der Bundesrepublik Deutschland haben die strukturellen Rahmenbedingungen die Eigenkapitalbildung wenig begünstigt. Die Eigenkapitalquote vieler vornehmlich kleiner und mittelständischer Unternehmen ist demzufolge traditionell vergleichsweise niedrig. Insbesondere in den neuen Bundesländern herrscht der Eindruck vor, dass diese Unternehmensgruppe in hohem Maß von der bankbasierten Fremdfinanzierung abhängig ist. Vor dem Hintergrund der Neupositionierung der Kreditinstitute im Vorfeld des In-Kraft-Tretens der Basler Beschlüsse (Basel II) dürften die Risiken für die mittelständischen Unternehmen steigen. Damit gehen nicht unerhebliche Unsicherheiten für die Beschäftigung in Sachsen unmittelbar einher.

Die Schwierigkeiten, mit denen mittelständische Unternehmen in der öffentlichen Darstellung häufig konfrontiert sind, wenn sie individuell passgenaue Finanzierungen suchen, sind im Wesentlichen auf folgende Einflussfaktoren zurückzuführen:

- **Intransparenz des Angebots**
Die Anbieter von Finanz- und Finanzierungsdienstleistungen agieren insbesondere im gewerblichen Geschäft in hohem Maß individuell. Das Angebotsspektrum ist dem außenstehenden Interessenten nur schwer zugänglich.
- **Geringe Publizität der nachfragenden mittelständischen Unternehmen**
Die Ansätze, unternehmensimmanente Risiken transparent zu machen, sind nur in geringem Umfang standardisiert. Darüber hinaus erschweren die überwiegend regional fokussierten Aktivitäten den Zugang zu alternativen Finanzierungsquellen.

3.2 Methodischer Ansatz und Ziel

Die Systematisierung und die Optimierung der Transparenz von Angebot und Nachfrage bilden die Voraussetzung für die sächsischen mittelständischen Unternehmen, um ihre wirtschaftliche und finanzielle Basis und damit die Beschäftigung nachhaltig zu sichern und zu optimieren. Gleichermaßen wird potenziellen Kapitalgebern und Finanzdienstleistern auf dieser Basis der Marktzugang erleichtert.

Daher wurden das Verhalten und die Erfahrungen, die Strategien und die Erwartungen der sächsischen mittelständischen Unternehmen auf dem Gebiet der Finanzierung und des Finanzmanagements in der einschlägig bislang größten repräsentativen Befragung ermittelt.

Im Anschluss wird auf der Grundlage dieser Erkenntnisse ergänzend untersucht, wie sich die Anbieter von Finanz- und Finanzierungsdienstleistungen im Geschäft mit den sächsischen mittelständischen Unternehmen positionieren.

Aus diesen beiden Untersuchungen wird ein strategisches Maßnahmenbündel entwickelt, mit dem Angebot und Nachfrage nach Finanzdienstleistungen unter Berücksichtigung der beiderseitigen Anforderungen systematisch zusammengeführt werden.

Abschließend wird der BVMW den FiM-Finanzkompass[®] auflegen - ein zielgruppen- und praxisorientierter, pragmatischer Leitfaden, mit der mittelständische Unternehmer in Sachsen individuell seinen Zugang zu Finanzierungsquellen systematisch optimieren und damit seine Position dauerhaft festigen kann.

4 Statistische Grundlagen

4.1 Rücklauf

Von den 4.712 angeschriebenen Unternehmen wurden 445 ausgefüllte Fragebögen zurückgeschickt. Das entspricht einer Rücklaufquote von 9,6 Prozent.

Durch eine telefonische Nachfassaktion konnte der Rücklauf auf 540 Fragebögen gesteigert werden.

Die neutralen Ausfälle wurden abgezogen:

	Anzahl der Unternehmen
■ unbekannt verzogen	5
■ nicht zur Grundgesamtheit gehörend (Tochterunternehmen oder nicht mehr bestehend)	40
■ Teilnahme abgesagt (Ausfallursache unbekannt bzw. nicht nachvollziehbar)	46
■ Teilnahme verweigert	11

Von den 540 eingegangenen Fragebögen konnten 12 Exemplare u. a. aufgrund fehlender Seiten oder schlechter Lesbarkeit nicht ausgewertet werden.

Damit standen letztendlich 528 Fragebögen für die Untersuchung zur Verfügung.

Alle bis zum 10. März 2005 eingetroffenen Fragebögen wurden in die Auswertung einbezogen.

4.2 Repräsentativität der erhobenen Daten

Da eine Zufallsstichprobe vorliegt, kann davon ausgegangen werden, dass die Ergebnisse auf die Grundgesamtheit verallgemeinert werden können. Dennoch soll die Repräsentativität der FM-Befragung anhand mehrerer Stichproben-Merkmale überprüft werden, die für die Befragungsergebnisse wichtig sind. Dabei werden die Merkmale genutzt, die bei den gezogenen Unternehmen bekannt sind:

- der Regierungsbezirk, in dem das Unternehmen seinen Sitz hat,
- die Branche, in der es tätig ist sowie
- das Geschlecht des Ansprechpartners.

Die Branchen wurden analog zu der Creditreform-Systematik 26 Zielgruppen zugeordnet. Ein geeignetes Vergleichsmerkmal wäre ebenso die Anzahl der Mitarbeiter gewesen, dazu lagen jedoch bei der Stichprobenziehung keine vollständigen Informationen vor.

4.2.1 Regierungsbezirk

Von den 4.712 angeschriebenen Unternehmen waren aus dem

- Regierungsbezirk Chemnitz 1.664 Unternehmen = 35 %
- Regierungsbezirk Dresden 1.965 Unternehmen = 42 %
- Regierungsbezirk Leipzig 1.083 Unternehmen = 23 %

Diese Verteilung spiegelt sich auch bei den tatsächlich Befragten wider:

■ Regierungsbezirk Chemnitz	34 %
■ Regierungsbezirk Dresden	47 %
■ Regierungsbezirk Leipzig	19 %

4.2.2 Branche/Zielgruppen

Die Vielzahl der möglichen Branchen wurde zu den o. g. Zielgruppen zusammengefasst.

62 Unternehmen, vorrangig Adressen vom Bundesanzeiger und von der Handwerkskammer Dresden, konnten keiner dieser Zielgruppen zugeordnet werden.

Bei einigen Zielgruppen sind gegenüber der statistischen Verteilung in der Befragung lediglich geringfügige Abweichungen aufgetreten, die die Repräsentativität nicht beeinflussen.

4.2.3 Geschlecht des Ansprechpartners

Von den angeschriebenen Unternehmen waren bei 3.318 die Ansprechpartner bekannt.

Davon waren

■ weiblich	567	Ansprechpartner	= 17 %
■ männlich	2.747	Ansprechpartner	= 83 %
■ keinem Geschlecht zuzuordnen	4	Ansprechpartner	

12 % der ausgewerteten Fragebögen stammen von weiblichen Ansprechpartnern.

4.3 Auswertung der gültigen Unternehmen

26 der befragten Unternehmen sind Teil einer Unternehmensgruppe. Sie werden in den folgenden Analyseschritten ausgeschlossen und dienen lediglich als Vergleichsgruppe.

19 Unternehmen realisierten im Jahr 2004 einen Umsatz von weniger als 50.000 Euro. Sie werden in den folgenden Analyseschritten ebenfalls ausgeschlossen.

30 Unternehmen konnten hinsichtlich des Umsatzes nicht klassifiziert werden. Sie bleiben in der Untersuchungsgruppe enthalten, da den Sonderstichproben von BVMW, CR und HWK ein Mindestumsatz von als 50.000 Euro als Auswahlkriterium zugrunde gelegt wurde. Daher kann angenommen werden, dass sie das Umsatzkriterium erfüllen.

45 Unternehmen (9 %) werden aus der Untersuchung ausgeschlossen.

Sie verteilen sich wie folgt auf die drei Regierungsbezirke:

■ Chemnitz	33 %
■ Dresden	47 %
■ Leipzig	20 %

Bei 385 Unternehmen, die den Fragebogen ausgefüllt zurückgesandt haben, war der Ansprechpartner bekannt, 12 Prozent von ihnen sind weiblich.

4.4 Allgemeine Ergebnisse

4.4.1 Zielgruppen

Unter den Befragten sind Unternehmen, die Dienstleistungen für die Wirtschaft erbringen, am häufigsten vertreten (22 %), gefolgt vom Baugewerbe (13 %) und Einzelhandel (11 %).

Einzelne Zielgruppen sind sehr schwach besetzt. Daher bot sich im Hinblick auf die folgenden Analysen die Zusammenfassung zu sieben Zielgruppen an.

In den Zielgruppen Landwirtschaft und Sonstige Fertigung sind die Fallzahlen und somit die Zellbesetzungen so gering, so dass Vergleiche mit diesen beiden Gruppen kaum seriös aussagekräftig sein werden.

Die Adressen der zu befragenden Unternehmen wurden von CR, BVMW, HWK, dem Technologiezentrum Dresden sowie dem Bundesanzeiger jeweils als gezogene Zufallstichprobe zur Verfügung gestellt.

Zur Auffüllung der Stichprobe wurden zusätzlich das Bundesfirmenregister 2004, die aktuelle Ausgabe des Branchentelefonbuches der Deutsche Telekom Gelbe Seiten sowie das Internet genutzt. Dabei musste mangels ausreichender Informationsbasis das Risiko in Kauf genommen werden, dass die gezogenen Unternehmen aus der Grundgesamtheit herausfallen können, wenn sie einen geringeren Umsatz als 50.000 Euro im Jahr haben oder Teil einer Unternehmensgruppe sind.

In der Befragung sind die Unternehmen, deren Adressen von CR sowie vom BVMW geliefert wurden, am stärksten vertreten. Ob es dadurch Auswirkungen auf die Ergebnisse gibt, wird im Weiteren untersucht.

Zusammenfassung der Zielgruppen

Alte Zielgruppenzuordnung	Neue Zielgruppenzuordnung
ZG 1	Landwirtschaft
ZG 3 – 14	Verarbeitendes Gewerbe
ZG 2, ZG 15, TZ	Sonstige Fertigung
ZG 16	Bau
ZG 17 – 19	Handel
ZG 21, 22, 24	Wirtschaftsnahe Dienstleistungen
ZG 20, 23, 25, 26	Sonstige Dienstleistungen

Tabelle 2

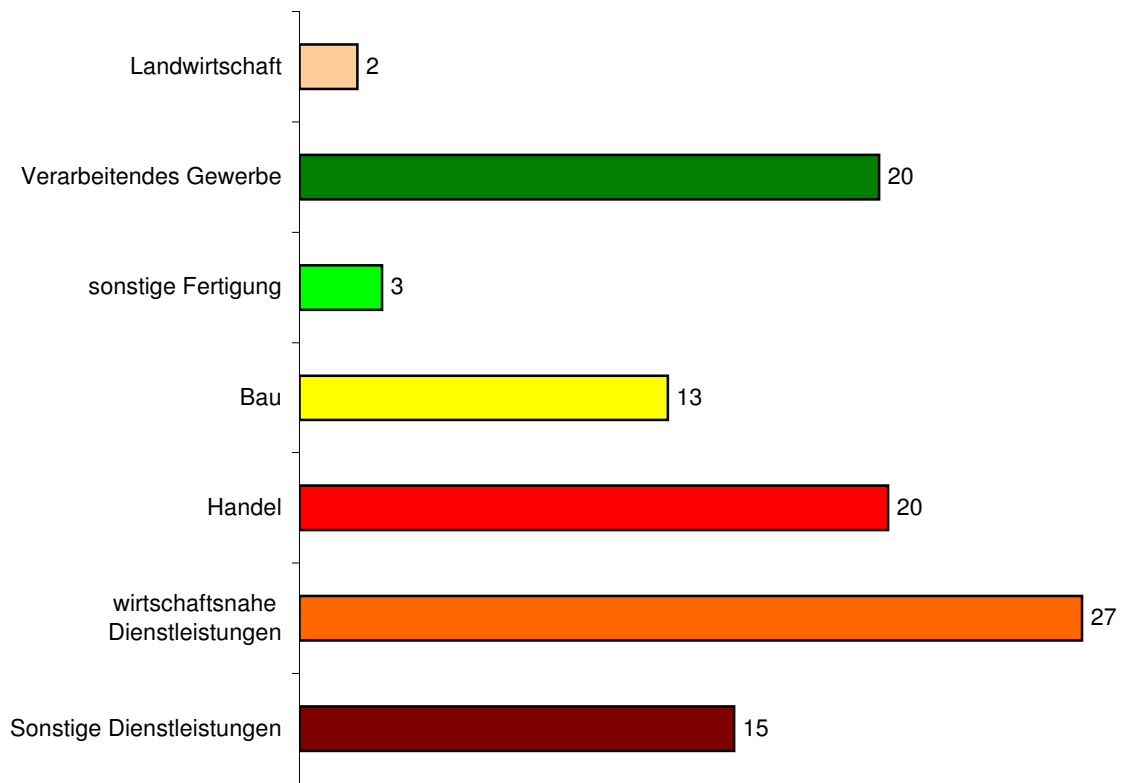


Abbildung 18: Zusammengefasste Zielgruppen (relevante Unternehmen in %)

	Gezogene Unternehmen		Geantwortete Unternehmen	
	Anzahl	Prozent	Anzahl	Prozent
Creditreform	1.530	33	188	39
HWK Dresden	540	12	47	10
BVMW	1.009	21	140	29
Bundesfirmenregister	989	21	68	14
Gelbe Seiten	476	10	24	5
www	68	1	6	1
TZ	50	1	7	1
BA	50	1	3	1
Total	4.712	100	483	100

Tabelle 3 Herkunft der Adresse

Zielgruppe	Häufigkeit (in SP)	% (in SP)	Häufigkeit (in Befragung)	% (in Befragung)	Relevante Unternehmen (%)
ZG 1 Landwirtschaft	107	2,27	15	2,84	2,48
ZG 2 Steine/Erden	21	0,45	5	0,95	0,83
ZG 3 Ernährung/Tabak	129	2,74	23	4,36	4,14
ZG 4 Bekleidung	44	0,93	7	1,33	1,24
ZG 5 Holz	45	0,96	6	1,14	1,04
ZG 6 Papier	36	0,76	6	1,14	0,83
ZG 7 Gummi/Kunststoff	46	0,98	11	2,08	1,86
ZG 8 Glas/ Keramik	27	0,57	7	1,33	1,45
ZG 9 Metall	126	2,67	26	4,92	4,76
ZG 10 Maschinenbau	57	1,21	7	1,33	1,45
ZG 11 Büro	63	1,34	13	2,46	2,48
ZG 12 Fahrzeugbau	22	0,47	3	0,57	0,62
ZG 13 Möbel/Schmuck	30	0,64	3	0,57	0,62
ZG 14 Recycling	30	0,64	0	0,00	0,00
ZG 15 Energie/Wasser	24	0,51	3	0,57	0,62
ZG 16 Bau	822	17,44	67	12,69	13,04
ZG 17 Kfz-Handel	223	4,73	18	3,41	3,52
ZG 18 Großhandel	229	4,86	30	5,68	5,18
ZG 19 Einzelhandel	552	11,71	59	11,17	10,97
ZG 20 Gastgewerbe	259	5,50	18	3,41	3,73
ZG 21 Verkehr/Nachrichten	203	4,31	19	3,60	3,93
ZG 22 Kredit/ Versicherung	44	0,93	1	0,19	0,21
ZG 23 Grundstückswesen	259	5,50	21	3,98	3,93
ZG 24 DL für Wirtschaft	831	17,64	115	21,78	22,36
ZG 25 Entsorgung	43	0,91	4	0,76	0,83
ZG 26 Sonstige DL	328	6,96	33	6,25	6,21
ZG 29 TZ	50	1,06	7	1,33	1,45
nicht zugeordnet	62	1,32	1	0,19	0,21
Gesamt	4.712	100,00	528	100,00	100,00

Tabelle 4: Verteilung der Zielgruppen in Stichprobe und Befragung

4.4.2 Unternehmensgröße

Gemessen an der Anzahl der Mitarbeiter im Jahr 2004 gehören fast ein Drittel der Befragten zu den Kleinstunternehmen mit bis zu 9 Mitarbeitern und 29 Prozent zu den Kleinunternehmen (10-49 Mitarbeiter). Die größte Einzelgruppe repräsentieren mit 38 Prozent die Mittelunternehmen (50-249 Mitarbeiter). Lediglich sechs Unternehmen beschäftigen mehr als 250 Mitarbeiter.

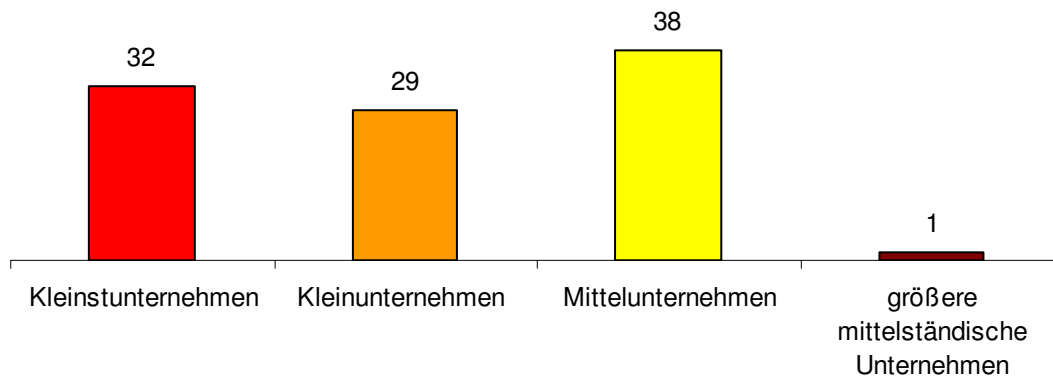


Abbildung 19: Anzahl der Mitarbeiter in 2004 (relevante Unternehmen in %)

5 Literaturhinweise

Balz U., Bordemann H.-G., Tönnies W.-A., Baumann S.: Kommunikation als Schwachpunkt in der Geschäftsbeziehung zwischen Banken und Firmenkunden – Ergebnisse einer empirischen Untersuchung. In: Der Betrieb, Heft 21 vom 21.05.04, S. 1112-1114

Bordemann H.-G.: Engpass Finanzierung? Neue Wege für den Mittelstand, Osnabrück 2004

Bundesverband deutscher Banken: Daten, Fakten, Argumente – Mittelstandsfinanzierung vor neuen Herausforderungen, Berlin 2003

Creditreform u.a.: Mittelstandsmonitor 2003-2005, Köln 2003-2005

Hansmann K.-W., Ringle Chr. M.: Finanzierung Mittelstand. In:

www.ibl-uni-hh.de/finanzmi.pdf (Universität Hamburg) Hamburg 2002 (Stand 8.6.2004)

KfW: Unternehmensfinanzierung: Noch kein Grund zur Entwarnung ...aber Fortschritte bei der Anpassung an neue Spielregeln (Auswertung der Unternehmensbefragung 2003 / 2004).

In: <http://www.kfw.de/DE/Research/Sonderthem68/Unternehmensfinanzierung1.pdf> (Stand 8.6.2004, 19:08)

Kienbaum J., Börner Chr. J. (Hg.): Neue Finanzierungswege für den Mittelstand, Wiesbaden 2003

Tietmeyer H., Rolfes B. (Hrsg.): Die Banken und der Mittelstand - Beiträge des Duisburger Banken-Symposiums, Wiesbaden 2003

www.mittelstandsstudie.de (DZ-Bank). Frühjahr/Sommer 2001 - Sonderthema Rating mittelständischer Unternehmen und Frühjahr/Sommer 2003 - Sonderthema Krisenmanagement und Unternehmensfinanzierung

6 Sponsoren und Förderer

Wir danken für die engagierte Unterstützung

ST Treuhand GmbH, Dresden

Investor Treuhand

Creditreform Dresden Aumüller KG

Dresdner Factoring AG, Dresden

Handwerkskammer Dresden

Technologie Zentrum Dresden

7 Impressum

Ein gemeinschaftliches Forschungsprojekt

Projektträger:

BVMW – Bundesverband mittelständische Wirtschaft
Unternehmerverband Deutschlands e. V

Wissenschaftliche Leitung:

HTW – Hochschule für Technik und Wirtschaft Dresden (FH)
Fachbereich Wirtschaftswissenschaften
Prof. Dr. Artur Friedrich

Projektleitung:

BERNDTKONZEPT GmbH
Bautzner Straße 113
01099 Dresden
Tel.: 0351-8022804
Fax: 0351-8022805
fim@berndtkonzept.de

Projektgruppe:

Susan Bremer
Janine Eberhardt
Ron Eckhardt
Peter Kögler
Katja Schmeißer
Dagmar Osterkamp
Herbert Pirner
Katja Schmeißer
Ines Radetzky

AutorInnen:

Maja I. Berndt
Janine Eberhardt
Prof. Dr. Artur Friedrich
Katja Schmeißer

Layout:

Jeanette Piwonka

Redaktion:

Maja I. Berndt

V.i.S.d.P.: Maja I. Berndt

8 Copyright und Haftungsausschluss

Wir haben diesen Bericht mit größter Sorgfalt für Sie erstellt.



Die Forschungsergebnisse und die Wortbildmarke sind unser Eigentum.

Die in diesem Exposé verarbeiteten Angaben und Daten haben wir gewissenhaft nach den Regeln der empirischen Forschung recherchiert und verarbeitet. Wir haben uns dabei auf Informationen und Quellen gestützt, die wir für zuverlässig halten. Für die Vollständigkeit und Richtigkeit übernehmen wir gleichwohl keine Gewähr.

Wenn Sie diese Unterlagen Dritten gegenüber verwenden möchten, bitten wir Sie um Abstimmung mit uns. In jedem Fall bitten wir Sie bei einer Veröffentlichung um Quellenangabe.

Dresden, 20. April 2005

Forschungsprojekt
FiM – Finanzierung im Mittelstand
- Zukunftssicherung für Sachsen -