

# Wettbewerbsfähigkeit und Finanzierung im deutschen Mittelstand

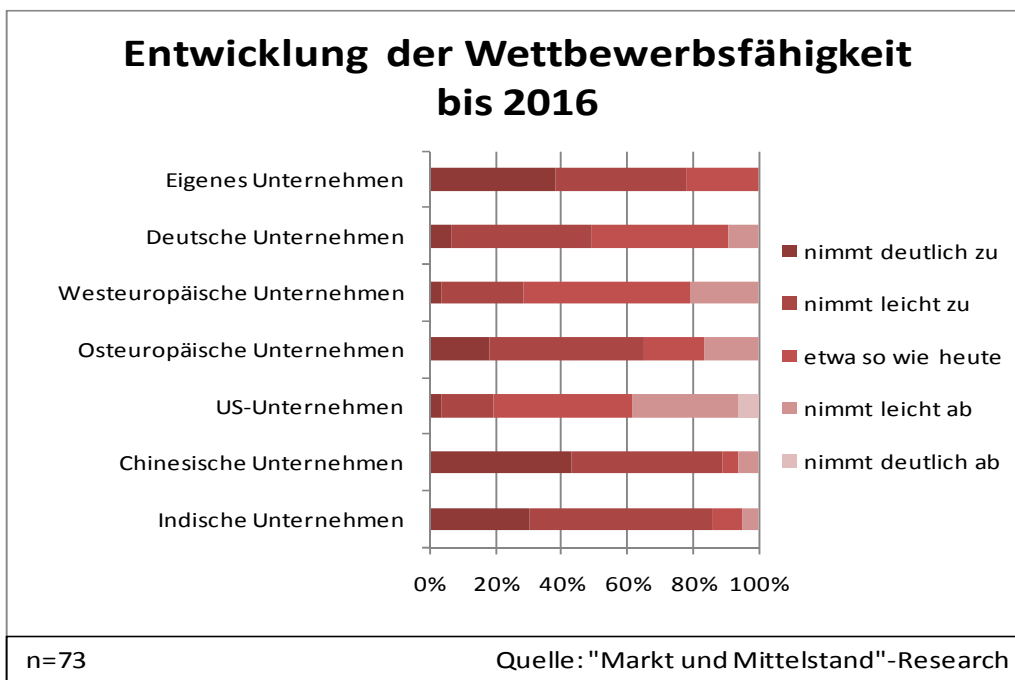
Studie

Wettbewerbsfähigkeit, Markt- und Finanzierungstrends  
und die Haltung gegenüber Finanzinvestoren

**Unternehmer-Umfrage 2011:**

**Deutscher Mittelstand auf Augenhöhe mit chinesischen Unternehmen, aber Marktveränderungen erfordern hohen Investitions- und Kapitalbedarf**

Deutsche Mittelständler sehen sich gut positioniert für die Zukunft und gehen davon aus, ihre Wettbewerbsposition in den kommenden fünf Jahren verbessern zu können. Von mehr als 70 Unternehmern unterschiedlichster Branchen, die das Unternehmermagazin Markt und Mittelstand im Auftrag der Beteiligungsgesellschaft Hannover Finanz anonym befragt hat, rechnen 38 Prozent bis 2016 mit einer deutlichen Zunahme der Wettbewerbsfähigkeit ihrer Unternehmen. Weitere 40 Prozent gehen zumindest von einer leichten Verbesserung aus.



Noch zuversichtlicher sehen die Befragten die Entwicklung nur bei chinesischen Unternehmen. Indischen Firmen wird ebenfalls eine zunehmende Wettbewerbsfähigkeit attestiert, während US- und westeuropäische Unternehmen von den Studienteilnehmern als große Verlierer gesehen werden. Auch der Masse der deutschen Firmen trauen die Teilnehmer allenfalls eine leichte Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit zu.

Schon jetzt sehen sich die befragten Unternehmen in den meisten Bereichen gut aufgestellt. Insbesondere bei Produktqualität, Service und Innovationskraft schätzen sie sich als überdurchschnittlich wettbewerbsfähig ein. Schwächen werden hingegen in den Bereichen Marketing und Preis ausgemacht. Die Antworten zum Bereich Finanzierung lassen eine gewisse Zwei-Klassen-Gesellschaft vermuten: Zwei von fünf Unternehmen bewerten sich in dieser Kategorie als sehr wettbewerbsfähig, aber fast ebenso viele Firmen schätzen sich in Finanzierungsfragen nur als durchschnittlich oder sogar wenig wettbewerbsfähig ein.



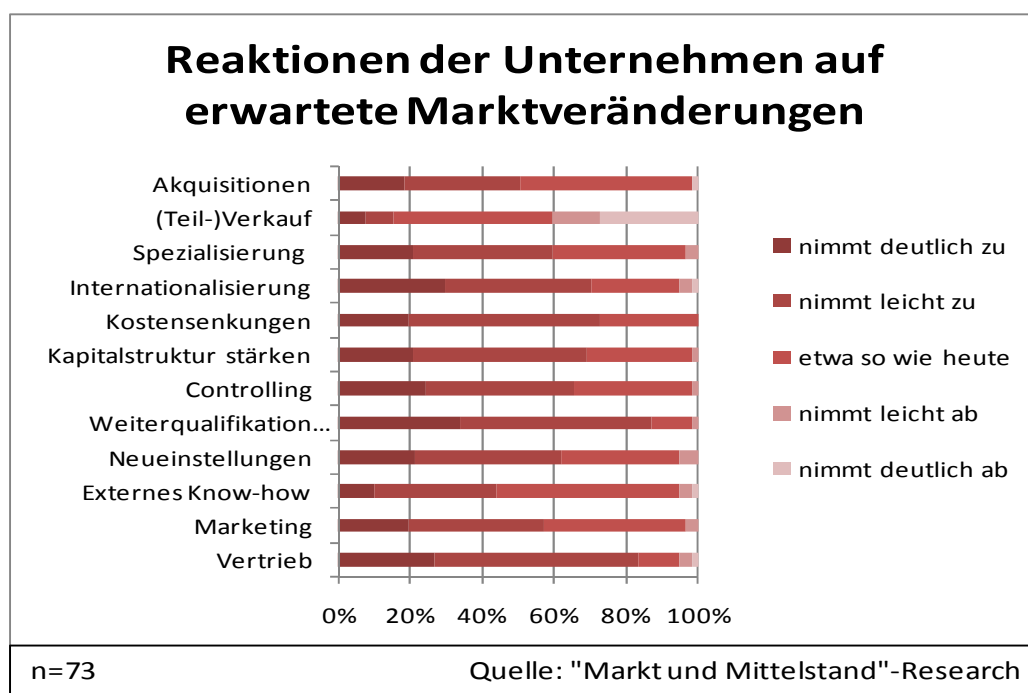
Unternehmen, die international oder national Marktführer sind, unterscheiden sich von ihren Wettbewerbern vor allem durch ausgeprägtere Stärken in den Bereichen Qualität, Innovationskraft, Controlling und Preis. Auch innerhalb der einzelnen Unternehmensbereiche fällt die Wettbewerbsfähigkeit der deutschen Gesamtwirtschaft nach Einschätzung der Studienteilnehmer deutlich hinter die der eigenen Unternehmen zurück. Lediglich die Bereiche Innovationskraft und Qualität stechen aus dem recht durchschnittlichen Gesamteindruck heraus.

Um die Wettbewerbsfähigkeit im erwarteten Ausmaß zu steigern und Wachstum zu generieren, müssen sich die Unternehmen in den kommenden fünf Jahren auf veränderte Marktbedingungen und wachsende Herausforderungen einstellen. Insbesondere rechnen fast 90 Prozent der Befragten mit einem steigenden Margendruck, knapp die Hälfte geht sogar von einer deutlichen Verschärfung aus. Zudem wird der Investitionsbedarf nach Jahren der Zurückhaltung während der Wirtschafts- und Finanzkrise, in den kommenden fünf Jahren nach Einschätzung der Studienteilnehmer massiv ansteigen.



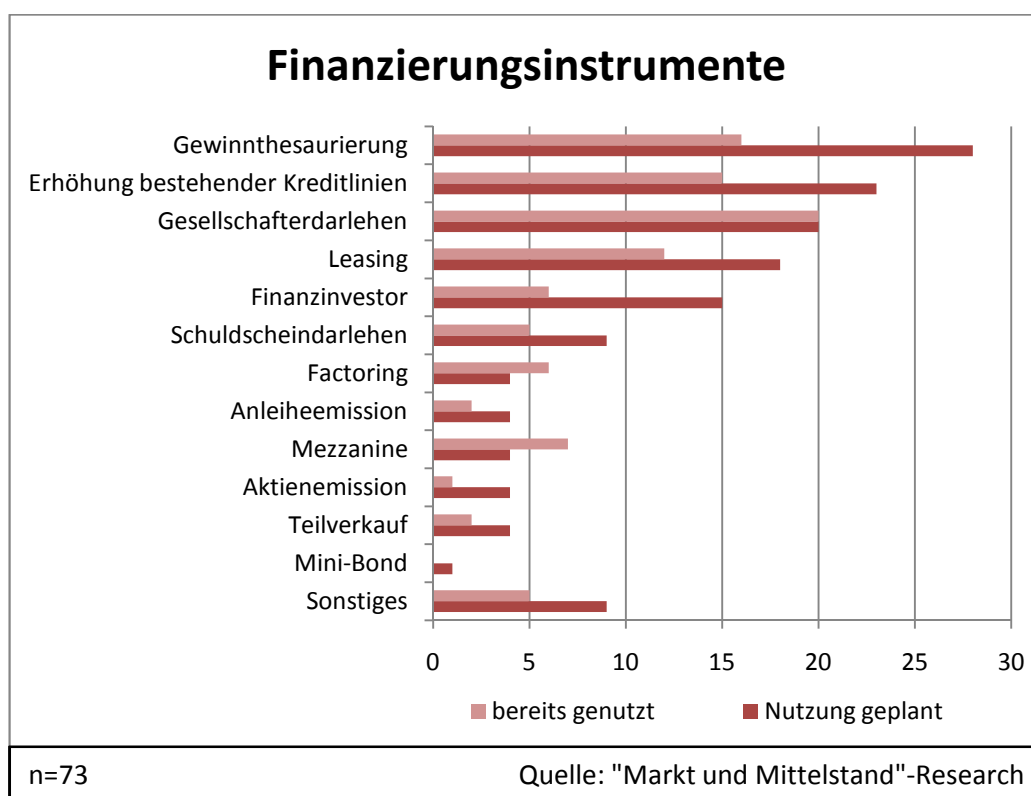
Die erwarteten Marktveränderungen sind dabei unabhängig, vom Charakter der befragten Unternehmen. Ganz gleich ob Spezialist oder Allrounder, Innovator oder Late Adopter (greift Innovationen erst auf, wenn sich die Produkte oder Techniken etabliert haben), Qualitätsführer oder Preisführer: Bei allen Gruppen steht der wachsende Margendruck an erster Stelle. Interessant ist jedoch, dass Spezialisten, Innovatoren und Qualitätsführer jeweils mit deutlich stärkeren Veränderungen rechnen als ihre jeweiligen Counterparts.

Die Unternehmen stehen vor der Notwendigkeit sich weiterzuentwickeln, um den Herausforderungen gerecht zu werden und sich an die erwarteten Marktveränderungen anzupassen. Es gibt jedoch keine eindeutige Strategie als Reaktion auf wachsenden Margendruck und steigenden Investitionsbedarf. Stattdessen planen die Betriebe ihre Aktivitäten auf breiter Front zu erhöhen. Jeweils rund ein Drittel der Befragten möchte die Internationalisierung vorantreiben und über die Weiterqualifikation der Mitarbeiter zusätzliche Potentiale heben. Auch Spezialisierung, Controlling und Vertrieb wollen jeweils mehr als 20 Prozent der Unternehmen massiv ausbauen. Insgesamt wird über alle Bereiche hinweg eine Zunahme der Aktivitäten angestrebt.

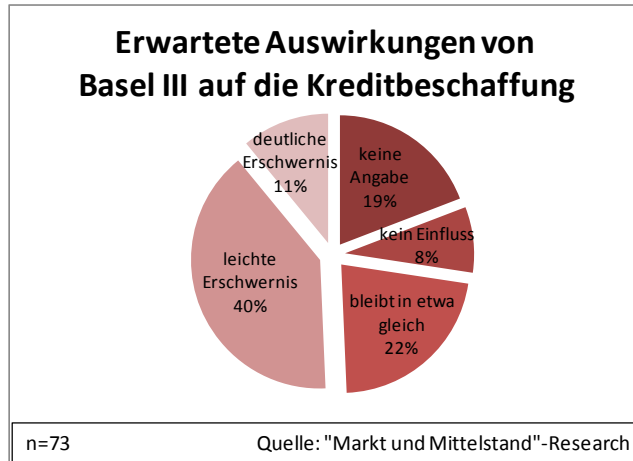


Die Unternehmen, die bis 2016 mit einer deutlichen Zunahme ihrer Wettbewerbsfähigkeit rechnen, sind auch besonders engagiert. Diese Firmen treiben die Internationalisierung und Spezialisierung weiter voran als der Durchschnitt, wollen ihre Kosten stärker senken, mehr neue Mitarbeiter einstellen und rund 40 Prozent planen eine deutliche Ausweitung von Vertrieb und Marketing.

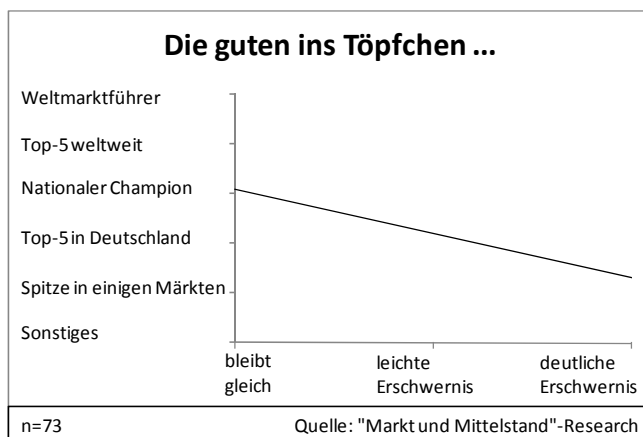
Für knapp ein Drittel der Unternehmen ist die Modernisierung und Ausweitung der Produktkapazitäten das größte Investitionsprojekt in den kommenden fünf Jahren. Weiterhin wollen die Firmen auch in die Erweiterung des Vertriebsnetzes (22 Prozent), externes Wachstum über den Zukauf von Unternehmen oder Unternehmensteilen (19 Prozent) und den Ausbau der eigenen Produktionsstandorte (15 Prozent) investieren. Über zwei Drittel der befragten Unternehmen rechnen für die geplanten Wachstumsprojekte und Veränderungen insgesamt mit einem Kapitalmehrbedarf von mindestens einer Million Euro. Fast 30 Prozent erwarten sogar einen Mehrbedarf in Höhe von mindestens zehn Millionen Euro.



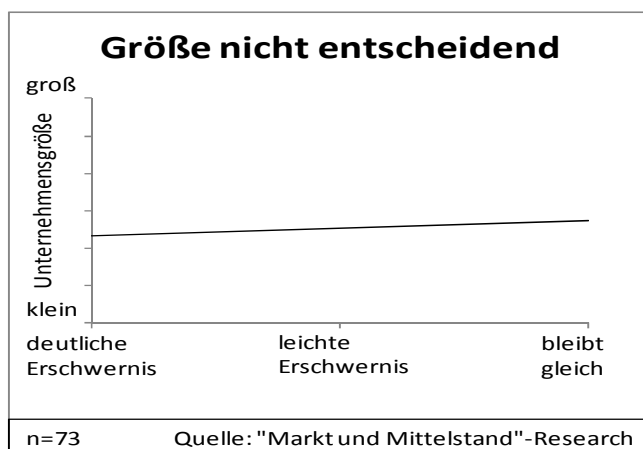
Finanziert werden soll dieser Kapitalbedarf an erster Stelle über Gewinnthesaurierung sowie die Erhöhung bestehender Kreditlinien. Auch Gesellschafterdarlehen bleiben ein beliebtes Instrument im Mittelstand. Immer mehr Mittelständler wollen aber auch auf alternative Finanzierungsinstrumente wie Leasing oder Schuldscheindarlehen zurückgreifen. Auffällig ist, dass im Gegensatz zur bisherigen Finanzierungsstruktur, rund 20 Prozent der befragten Unternehmen den Einstieg eines Finanzinvestors in Erwägung ziehen.



Die Mehrheit der Unternehmen befürchtet erschwerte Bedingungen bei der Kreditbeschaffung durch die verstärkten Eigenkapitalanforderungen für Banken (Basel III). Von einer deutlichen Erschwernis gehen jedoch nur gut 10 Prozent der Befragten aus.

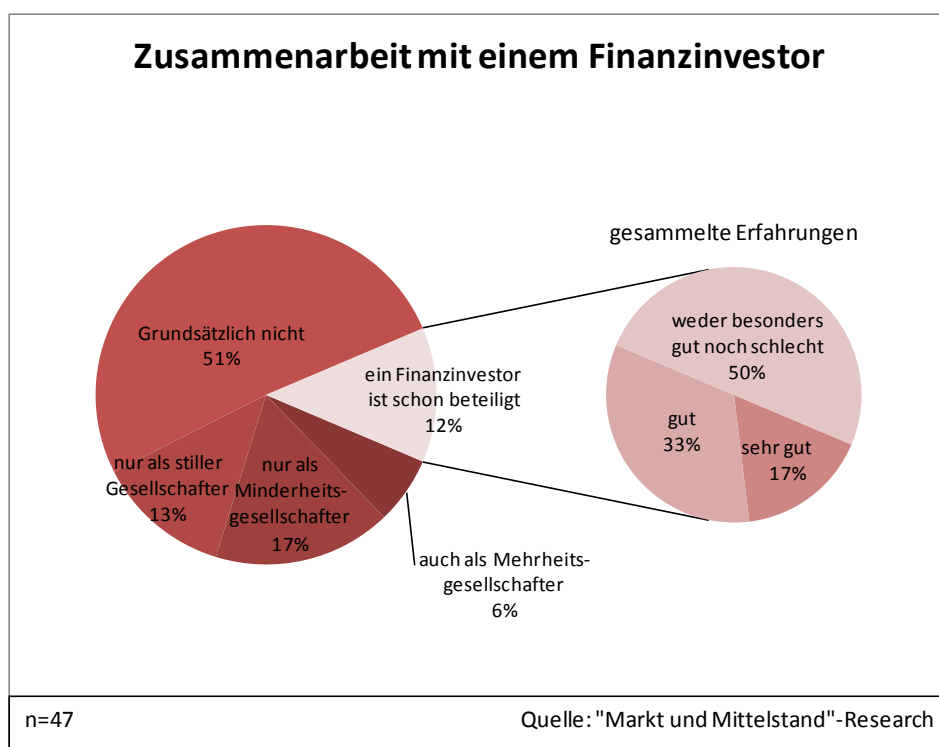


Die Ergebnisse der Umfrage bestätigen zudem die Annahme, dass es durch Basel III zu einer stärkeren Zweiteilung bei der Kreditvergabe kommt. Erfolgreiche Unternehmen mit guter Marktposition finden weiterhin relativ leicht Zugang zu Kreditmitteln, während schwächer positionierte Firmen mehr Probleme bei der Kreditbeschaffung haben.



Ein Zusammenhang zwischen erschwerter Kreditaufnahme durch Basel III und der Unternehmensgröße hat sich hingegen nicht bestätigt.

Finanzinvestoren werden für die Studienteilnehmer als Finanzierungsbestandteil immer interessanter. Rund die Hälfte der befragten Unternehmen kann sich die Zusammenarbeit mit einem Finanzinvestor grundsätzlich vorstellen oder arbeitet bereits mit einem Investor zusammen. Es überwiegt aber immer noch eine gewisse Vorsicht: Für 30 Prozent der Teilnehmer ist der Einstieg eines Finanzinvestors als stiller Gesellschafter oder als Minderheitsgesellschafter denkbar. 6 Prozent können sich auch einen Finanzinvestor als Mehrheitsgesellschafter vorstellen. Zwölf Prozent der Befragten arbeiten bereits mit einem Finanzinvestor zusammen und haben dabei überwiegend gute Erfahrungen gesammelt.



Bei der Auswahl eines Investors nehmen die Befragten Unterschiede zwischen den Anbietern durchaus wahr. Wichtigstes Auswahlkriterium ist die Beteiligungsdauer, gefolgt von Branchenerfahrung sowie der Tradition und Historie des Investors. Die geographische Herkunft spielt hingegen kaum eine Rolle. Hilfe erhoffen sich die Unternehmen vor allem bei der Finanzierung: Zwei Drittel erwarten sich in diesem Bereich unbedingt Unterstützung. Während die Teilnehmer in Strategie- und Personalfragen sowie im Controlling Unterstützung durch einen Finanzinvestor unter Umständen in Anspruch nehmen möchten, wollen sie nur ungern Verantwortung im operativen Geschäft abtreten.



**Zusammenfassung:**

Die Ergebnisse der Unternehmerumfrage zeigen, dass deutsche Mittelständler in den kommenden fünf Jahren mit deutlichen Marktveränderungen rechnen. Insbesondere gehen die befragten Unternehmen von steigendem Margendruck und zunehmendem Investitionsbedarf aus. Um ihre Wettbewerbsposition in diesem Umfeld trotzdem zu verbessern, wollen und müssen die Firmen ihre Aktivitäten über alle Unternehmensbereiche hinweg deutlich ausbauen.

Dafür kalkulieren die Studienteilnehmer mehrheitlich mit einem Kapitalmehrbedarf von mindestens einer Million Euro, vielfach sogar mit Mitteln im zweistelligen Millionenbereich. Wichtigstes einzelnes Projekt im Aufschwung ist die Erweiterung der Produktionskapazitäten, dicht gefolgt vom Ausbau des Vertriebsnetzes sowie Unternehmenszukäufen. Beliebteste Finanzierungsinstrumente bleiben der erwirtschaftete Cash-flow sowie Bankkredite und Gesellschafterdarlehen. Die befürchtete zunehmende Erschwernis der Kreditvergabe durch die verstärkten Eigenkapitalanforderungen für Banken (Basel III) sowie die Höhe des Mittelbedarfs machen aber auch die Erschließung alternativer Finanzierungsquellen notwendig. Neben Leasing und Schuldscheindarlehen erwägen deutlich mehr Mittelständler als in der Vergangenheit den Einstieg eines Finanzinvestors. Davon erhoffen sie sich vor allem Unterstützung in der Finanzierung.

Rund die Hälfte der befragten Unternehmen kann sich die Zusammenarbeit mit einem Finanzinvestor grundsätzlich vorstellen oder arbeitet bereits mit einem Investor zusammen. Trotz dieser Entwicklung, und obwohl diejenigen, die bereits Erfahrungen mit Finanzinvestoren gesammelt haben, die Zusammenarbeit überwiegend positiv bewerten, sind mittelständische Unternehmen gegenüber Private Equity nach wie vor unsicher. Der Einstieg eines Finanzinvestors als stiller Gesellschafter oder Minderheitsgesellschafter ist deshalb das bevorzugte Modell. Zudem erwarten die Teilnehmer einen angemessenen Beteiligungshorizont und wollen die Kontrolle über das operative Geschäft behalten.

Kontakt:

Jantje Salander  
Leiterin Unternehmenskommunikation  
HANNOVER Finanz GmbH  
Tel.: 05 11 / 2 80 07 - 89  
Salander@hannoverfinanz.de

Axel Rose  
Redaktion Markt und Mittelstand  
Tel.: 0 60 31 / 73 86 - 195  
axel.rose@marktundmittelstand.de