

Auswirkungen der Finanzkrise auf den Mittelstand

Ein aktuelles Stimmungsbild mittelständischer Entscheider



Mittelstand

Auswirkungen der Finanzkrise auf den Mittelstand

Ein aktuelles Stimmungsbild mittelständischer Entscheider

Auswirkungen der Finanzkrise auf den Mittelstand

Ein aktuelles Stimmungsbild mittelständischer Entscheider

Alle Rechte vorbehalten. Vervielfältigungen, Mikroverfilmung, die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Medien sind ohne Zustimmung des Verlags nicht gestattet.

Die Ergebnisse der Studie und Expertenbeiträge sind als Hinweis für unsere Mandanten bestimmt. Für die Lösung einschlägiger Probleme greifen Sie bitte auf die angegebenen Quellen und die Unterstützung der in dieser Publikation genannten Ansprechpartner zurück.

Alle Meinungsbeiträge geben die Auffassung der Autoren wieder.

Satz

Nina Irmer, Digitale Gestaltung & Medienproduktion, Frankfurt am Main

Druck

Druckerei J. F. Niemeyer GmbH & Co. KG, Ostercappeln

Printed in Germany

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	4
Vorwort	6
A Krisensymptome im Mittelstand	7
1 Deutliche Zuspitzung der Situation	7
2 Jeder zweite Mittelständler muss Finanzierungskonzept überdenken	8
3 Mehrheit der Automobilbranche erwartet Personalabbau	10
4 Verschlechterte Finanzierungsbedingungen vor allem für die größeren mittelständischen Unternehmen	11
5 Stabile Beziehung zur Hausbank	13
6 Mehrheit rechnet mit verstärkter Konsolidierung	14
B Einstellungen zum Krisenmanagement der Bundesregierung	16
1 Zwei von drei Befragten bewerten Reaktionen positiv	16
2 Jeder Vierte rechnet mit Folgen für die eigene Geschäftstätigkeit	18
3 Allgemeine Steuersenkung wird gezielten Investitionsanreizen vorgezogen	19
C Ausblick	22
1 Größere Unternehmen revidieren Ziele für 2008	22
2 Automobilbranche rechnet für 2009 mit Umsatzrückgang	23
3 Jeder dritte Befragte revidiert Planungen für 2009	24
D Studiendesign	25
Wir über uns	26
Ihre Ansprechpartner	27

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1	Betroffenheit von der Finanzkrise nach Branchen	7
Abb. 2	Auftragsrückgang aufgrund der Finanzkrise	8
Abb. 3	Auswirkungen der Finanzkrise in den nächsten Monaten – Vergleich zur Märzumfrage 2008	9
Abb. 4	Auswirkungen der Finanzkrise in den nächsten Monaten – Vergleich national und international aufgestellte Unternehmen.....	9
Abb. 5	Auswirkungen der Finanzkrise in den nächsten Monaten nach Branchen	10
Abb. 6	Auswirkungen der Finanzkrise auf Finanzierungskonditionen nach Umsatz	12
Abb. 7	Auswirkungen der Finanzkrise auf Finanzierungskonditionen nach Branchen	12
Abb. 8	Erwartete Entwicklung der Kreditlinien	13
Abb. 9	Änderung der Beziehung zu den Banken	14
Abb. 10	Einschätzung nach Branchen zu möglichen Übernahmen im Mittelstand	14
Abb. 11	Geplante Übernahmen im Mittelstand nach Branchen	15
Abb. 12	Beurteilung des Krisenmanagements der Bundesregierung	16
Abb. 13	Beurteilung des Krisenmanagements der Bundesregierung nach Branchen und Jahresumsatz.....	17
Abb. 14	Erwartete Auswirkungen des Maßnahmenpakets der Bundesregierung	18
Abb. 15	Erwartete Auswirkungen des Maßnahmenpakets der Bundesregierung nach Branchen und nach national/international agierenden Firmen.....	18
Abb. 16	Einstellung zu einem staatlich initiierten Investitionsprogramm	19
Abb. 17	Einstellung gegenüber einer Steuersenkung für alle Bürger	20
Abb. 18	Einstellung zu gezielten Investitionsanreizen für die Industrie	20
Abb. 19	Präferenz: Konsumanreize für alle oder Investitionsanreize für die Industrie.....	21
Abb. 20	Budgeterreicherung 2008.....	22
Abb. 21	Budgeterreicherung 2008 nach Branchen	23

Abb. 22	Wirtschaftliche Erwartungen für 2009	23
Abb. 23	Planänderung für 2009 aufgrund der Finanzkrise?.....	24

Vorwort

Liebe Leserinnen und Leser,

im März dieses Jahres haben wir mittelständische Unternehmen befragt, inwiefern sie von der internationalen Kreditkrise betroffen sind. Die damaligen Umfrageergebnisse unterstrichen einmal mehr die Krisenfestigkeit des deutschen Mittelstands. Inzwischen hat sich die Situation zugespitzt. Dies hat uns veranlasst, erneut die Entscheider in mittelständischen Unternehmen zu befragen: nach ihrer Prognose für 2009 sowie nach ihren Finanzierungsmöglichkeiten und Investitionsplänen.

Insgesamt hat jedes vierte mittelständische Unternehmen aufgrund der Finanzkrise bereits Auftragsrückgänge verbucht. Jedes dritte Unternehmen musste seine Pläne für 2009 revidieren; in der Automobilbranche gilt das sogar für zwei von drei Unternehmen. Jeder zweite Mittelständler muss seine Finanzierungskonzepte überdenken. Mit der Deckelung oder Kürzung von Kreditlinien rechnen derzeit 23 % der befragten mittelständischen Unternehmen, vornehmlich die umsatzstärkeren.

Einen Sturz ins Bodenlose scheint der deutsche Mittelstand indes nicht zu erwarten. Zwei von drei Befragten erklären, dass sie das für 2008 geplante Unternehmensergebnis voraussichtlich erreichen werden. Für das Jahr 2009 erwartet ein Großteil des Mittelstands Stillstand (44 %). Immerhin noch jeder dritte Betrieb rechnet mit Wachstum, nur jeder fünfte befürchtet eine rückläufige Umsatzentwicklung.

Eine Konsolidierung des Markts wird wahrscheinlicher: Gut jeder zweite Befragte geht davon aus, dass es vermehrt zu Übernahmen von mittelständischen Unternehmen kommen wird – sei es durch Wettbewerber oder Finanzinvestoren.

Angesichts der Verschärfung der Finanzkrise hat die Bundesregierung ein Maßnahmenpaket zur Stabilisierung der Lage auf den Weg gebracht. Diese Maßnahmen halten 67 % der Befragten für eher positiv. Jeder Vierte rechnet mit zumindest mittelbaren Auswirkungen der Maßnahmen auf die eigene Geschäftstätigkeit.

Der Mittelstand wird durch die Finanzkrise vor große Herausforderungen gestellt. Ziel unserer Studie ist es, Ihnen ein Bild der aktuellen Stimmungslage mittelständischer Unternehmer zu verschaffen. Wir hoffen, dass Ihnen die Lektüre neue Einblicke gibt und Sie bei Ihren unternehmerischen Entscheidungen unterstützt.

Prof. Dr. Norbert Winkeljohann
Leiter des Geschäftsbereichs Mittelstand
Mitglied des Vorstands
PricewaterhouseCoopers AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

A Krisensymptome im Mittelstand

1 Deutliche Zuspitzung der Situation

Während die Märzumfrage 2008 noch zeigte, dass die Finanzkrise an den meisten mittelständischen Unternehmen vorbeiging, hat sich die Situation nunmehr deutlich zugespitzt: Im März 2008 fühlten sich noch vier von fünf befragten Unternehmen nicht von ihr betroffen, 54 % gaben damals sogar zu Protokoll, dass die Finanzkrise überhaupt keinen Einfluss auf ihr Unternehmen habe. Der Anteil derer, die sich „überhaupt nicht“ betroffen fühlen, hat sich inzwischen halbiert. Heute glauben gerade noch knapp zwei von drei Befragten, dass die Krise der Finanzmärkte an ihrem Unternehmen vorbeigeht und 28 % halten ihr eigenes Unternehmen für „überhaupt nicht“ von der Krise berührt. Mittlerweile ist das Thema also im deutschen Mittelstand angekommen und der Begriff „Finanzkrise“ hat aufgrund der Ereignisse und Turbulenzen in den letzten Monaten anscheinend nicht nur einen semantischen Wandel durchgemacht, sondern auch eine stärkere Präsenz im Bewusstsein der Unternehmensverantwortlichen erlangt.

Am stärksten sind mittelständische Unternehmen der Automobilbranche von der Krise betroffen. Nur sieben Prozent der Betriebe sehen derzeit gar keine Auswirkungen der Finanzkrise.

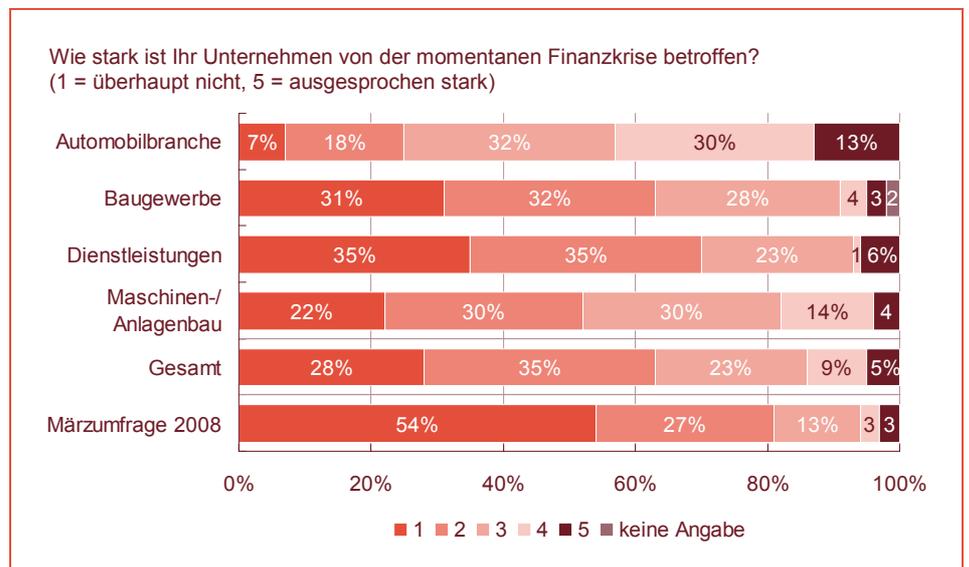


Abb. 1 Betroffenheit von der Finanzkrise nach Branchen

Die Folgen der Krise sind heute schon spürbar. Gut jedes vierte Unternehmen (28 %) gibt an, dass es aufgrund der Finanzkrise bereits Auftragsrückgänge verbuchen musste. In der Automobilbranche berichten dies sogar drei von fünf befragten Unternehmen.

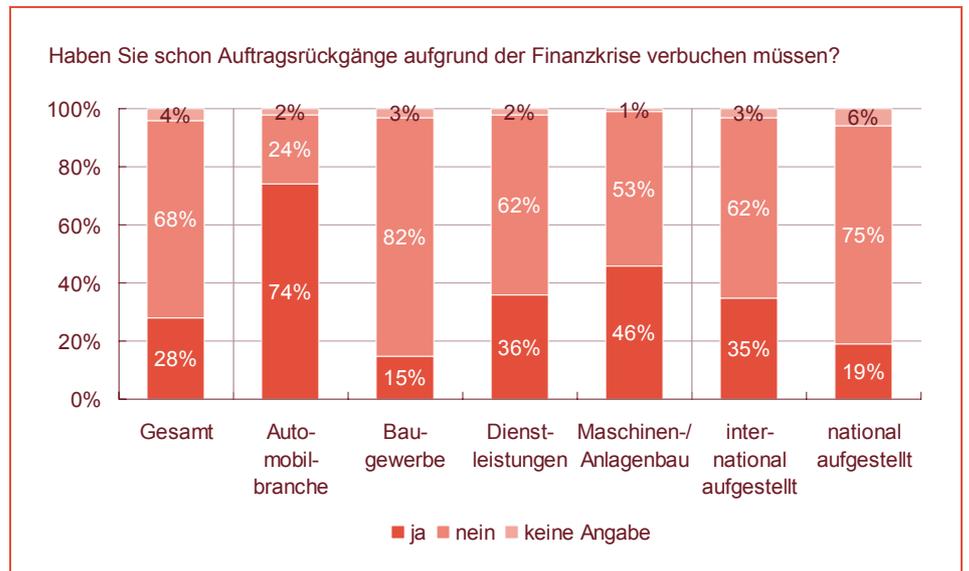


Abb. 2 Auftragsrückgang aufgrund der Finanzkrise

Im Gegensatz zur Frühjahrsumfrage zeigt sich auch, dass die international aufgestellten mittelständischen Unternehmen die Auswirkungen der Finanzkrise bereits deutlicher spüren als die nur in Deutschland tätigen Mittelständler. Gut jedes dritte international agierende Unternehmen berichtet von Auftragsrückgängen (35 %). Von den ausschließlich in Deutschland aktiven Mittelständlern berichtet indes nicht einmal jeder Fünfte von Auftragsrückgängen aufgrund der Finanzkrise (19 %).

2 Jeder zweite Mittelständler muss Finanzierungskonzept überdenken

In der Märzumfrage gab jedes fünfte Unternehmen an, als Konsequenz aus der aktuellen Finanzkrise eigene Finanzierungskonzepte überdenken zu müssen. Heute trifft dies bereits auf 29 % der Unternehmen zu, weitere 20 % geben an, dass dies teilweise auf ihr Unternehmen zutrifft. Gut jedes zehnte Unternehmen prüfte im März die Zurückstellung von Investitionen aufgrund der Finanzkrise. Heute sind es 17 %. Auf weitere 27 % der befragten Unternehmen trifft dies teilweise zu. Nach wie vor zeigt sich aber auch, dass die Entlassung von Mitarbeitern und die Kürzung von Forschungs- und Entwicklungsausgaben nur von wenigen Mittelständlern in Erwägung gezogen werden.

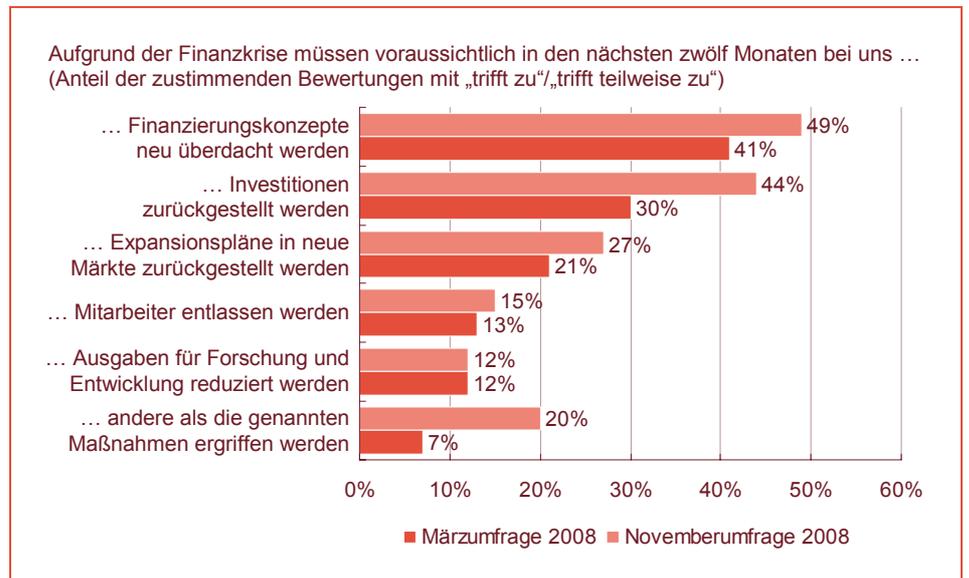


Abb. 3 Auswirkungen der Finanzkrise in den nächsten Monaten – Vergleich zur Märzumfrage 2008

Besonders große Unterschiede in den Einschätzungen zeigen sich nach Branchen und nach Internationalität der Unternehmen. Die international aufgestellten mittelständischen Firmen rechnen durchgängig häufiger mit Auswirkungen der Finanzkrise auf ihre Unternehmenstätigkeit, lediglich die Revision von Finanzierungskonzepten spielt hier eine geringere Rolle als in den nur national aufgestellten mittelständischen Unternehmen.



Abb. 4 Auswirkungen der Finanzkrise in den nächsten Monaten – Vergleich national und international aufgestellte Unternehmen

3 Mehrheit der Automobilbranche erwartet Personalabbau

Als mit Abstand am stärksten von der Finanzkrise betroffen muss die Automobilbranche angesehen werden. Drei von vier befragten Unternehmen gehen davon aus, dass 2009 Investitionen zurückgestellt werden müssen. Sechs von zehn Unternehmen werden voraussichtlich ihre Finanzierungskonzepte überdenken müssen. Jedes dritte Unternehmen der Branche prüft selbst im Bereich Forschung und Entwicklung Einsparungen.

Den zweitgrößten Einfluss hat die Finanzkrise unter den betrachteten Branchen auf den Maschinenbausektor, besonders hinsichtlich der Zurückstellung von Investitionen und von Expansionsplänen in neue Märkte. Das Baugewerbe indes erscheint bislang in den meisten Vergleichskategorien noch als am wenigsten berührt von den aktuellen Ereignissen, was zu einem guten Teil darauf zurückzuführen sein mag, dass es sich hierbei um ein überwiegend „heimisches“ Gewerbe handelt. Die Mehrheit der Betriebe ist hier nicht international aufgestellt (41 % der Unternehmen sind international, 59 % sind ausschließlich in Deutschland tätig).

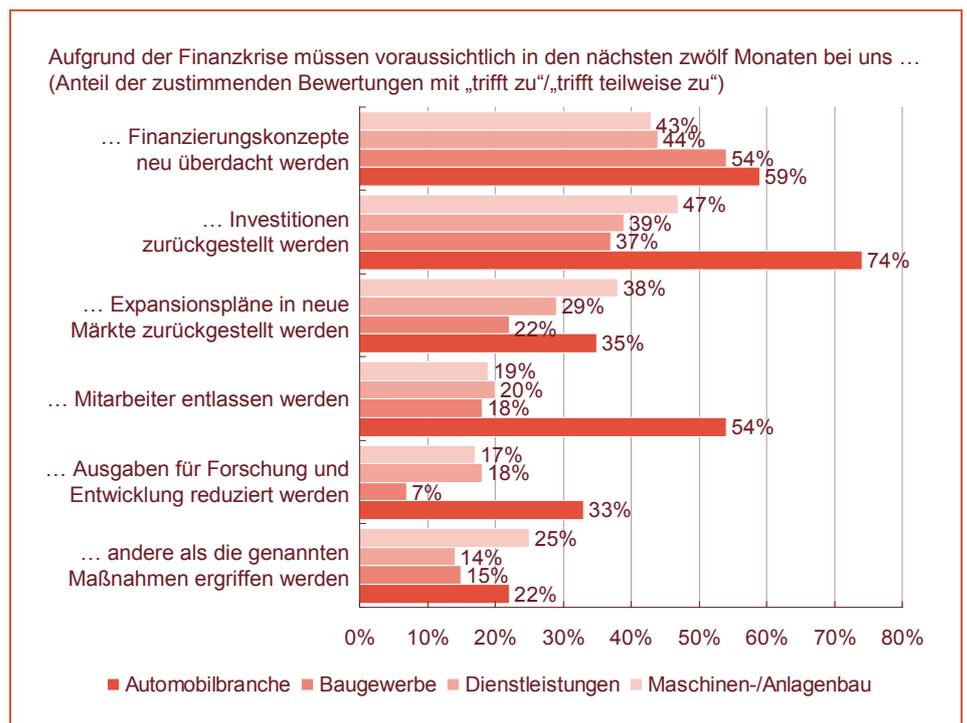


Abb. 5 Auswirkungen der Finanzkrise in den nächsten Monaten nach Branchen

Im Gegensatz dazu ist die Internationalität bei den anderen Vergleichsbranchen deutlich stärker ausgeprägt: 58 % der befragten Dienstleistungsunternehmen, 70 % der Automobilunternehmen und sogar 85 % der Firmen aus dem Maschinen- und Anlagenbau sind nach eigener Angabe international aufgestellt. Die Betroffenheit von der Finanzkrise scheint vom Internationalisierungsgrad der Unternehmen stärker beeinflusst zu sein als von deren Unternehmensgröße beziehungsweise Umsatzstärke. Das gilt allerdings nicht hinsichtlich der Frage, ob sich Konditionen verschlechtert haben, ob Kreditlinien begrenzt wurden und ob über Finanzierungskonzepte neu nachgedacht werden muss (siehe A 4, Seite 10ff).

In der Märzumfrage berichteten nur sieben Prozent der Befragten ungestützt von anderen Maßnahmen, die in ihrem Unternehmen voraussichtlich in Reaktion auf die Finanzkrise ergriffen werden müssen. In der aktuellen Umfrage geht immerhin der dreifache Anteil von Befragten (21 %) davon aus, dass es über die bereits abgefragten Maßnahmen hinaus zu Reaktionen auf die Finanzkrise kommen muss.

Im März ging es den Befragten hauptsächlich um die Überarbeitung eigener Finanzierungskonzepte und um die Tatsache, dass „Kredite in Frage gestellt“ wären, und darum, bestehende Anlageentscheidungen zu überprüfen und Kapitalanlagestrategien zu ändern. Einzelnennungen beschäftigten sich auch mit Kostenoptimierungen bei Fertigung oder Einkauf. Die ungestützten Nennungen in der aktuellen Novemberumfrage beziehen sich demgegenüber vor allem auf Kostenoptimierungen und Kostendisziplin sowie die Reduktion von Arbeitszeiten, Kapazitätsanpassungen und andere Formen der Kostensenkung. Daneben wird teilweise auch über offensive Strategien im Marketing-, Vertriebs- und Produktionsbereich nachgedacht.

Einige Aspekte aus den Aussagen einzelner Befragter sollen hier exemplarisch aufgeführt werden:

Märzumfrage 2008	Novemberumfrage 2008
„bestehende Anlageentscheidungen überprüfen“, „Kapitalanlagestrategie ändert sich“, „sichere Geldanlagen wählen“, „eigene Kreditpolitik ändern“, „detailliertere Analysen machen“, „mit den Banken neu verhandeln, wenn der Zins steigen sollte“	„engere Zusammenarbeit mit Banken“, „neue Verhandlungen mit (Finanz-) Dienstleistern“
„Einkäufe reduzieren“, „neue Anbieter finden“, „Leiharbeiter abbauen“, „Fertigung in die USA verlagern“, „verstärkte Fertigung im Ausland“, „Zulieferer aus den USA suchen“, „Einkaufen in Dollar“	„Verlagerung der Produktion ins Ausland“, „günstigere Produktionsstandorte suchen“, „Parallelangebote prüfen“, „Lieferantenergänzung“
	„Kostendisziplin halten“, „drastische Einsparungen“, „Kostenreduktion“, „Ausgaben beschneiden“
	„Einstellungsstopp“, „Kurzarbeit“, „Reduktion von Arbeitszeiten“
	„Herunterfahren von Kapazitäten“, „Produktion drosseln“
„mit den Kunden neu verhandeln“, „neue Kunden ausrichtung“, „veränderte Vertriebsstrategien“	„neue Strategien“, „verstärkte Marketingmaßnahmen“, „Verkaufsoffensive“, „Vertriebsoffensive“, „Produktionsoffensive“, „Finanzierungen von Krediten für die Kunden“, „Expansion“, „Ausweitung des Geschäftsfeldes“

4 Verschlechterte Finanzierungskonditionen vor allem für die größeren mittelständischen Unternehmen

Im März 2008 gaben noch neun von zehn befragten Unternehmen an, dass die Finanzkrise sich nicht auf die Finanzierungskonditionen in ihrem Unternehmen ausgewirkt habe. Inzwischen berichten dies nur noch gut drei von vier Unternehmen. Schon im März zeichnete sich die Tendenz ab, dass die größeren und

umsatzstärkeren Mittelständler etwas stärker von Konditionsverschlechterungen betroffen waren als die kleineren und umsatzschwächeren Unternehmen. Dieser Trend wird durch die aktuelle Umfrage deutlich bestätigt. In der Tendenz sind die international aufgestellten Unternehmen etwas stärker von Konditionsverschlechterungen betroffen (21 %) als die nur in Deutschland tätigen (16 %).

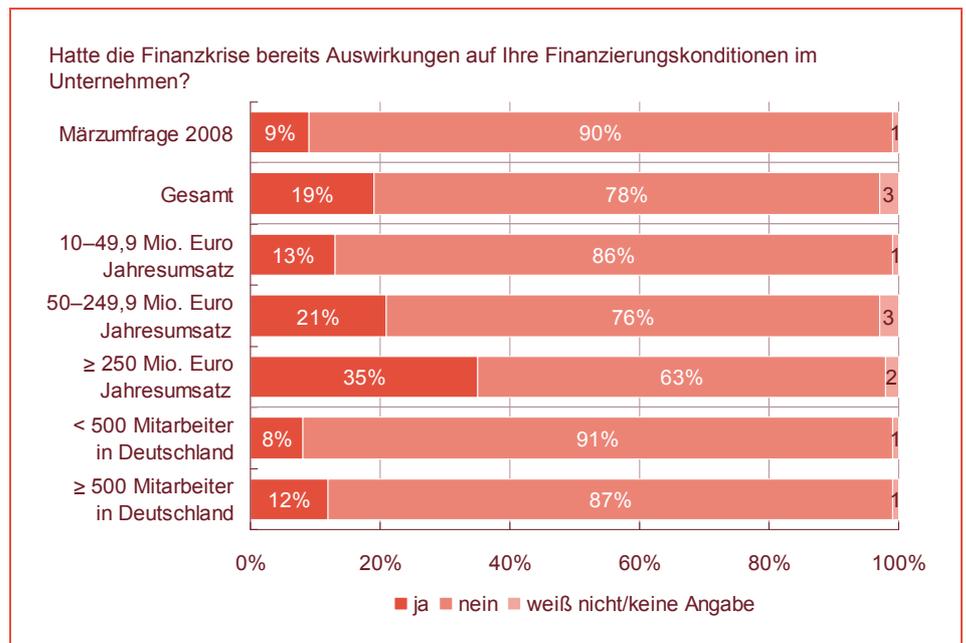


Abb. 6 Auswirkungen der Finanzkrise auf Finanzierungskonditionen nach Umsatz

Unabhängig vom Internationalisierungsgrad zeigen sich hinsichtlich dieser Fragestellung auch deutliche Unterschiede zwischen den betrachteten Branchen. Besonders stark betroffen von Konditionsverschlechterungen erscheinen das Baugewerbe und der Automobilsektor, was wiederum damit korrespondiert, dass in diesen beiden Branchen auch häufiger als im Dienstleistungssektor oder im Maschinenbau erklärt wird, es müsse voraussichtlich in den nächsten Monaten über neue Finanzierungskonzepte nachgedacht werden (vgl. oben Abbildung 5).

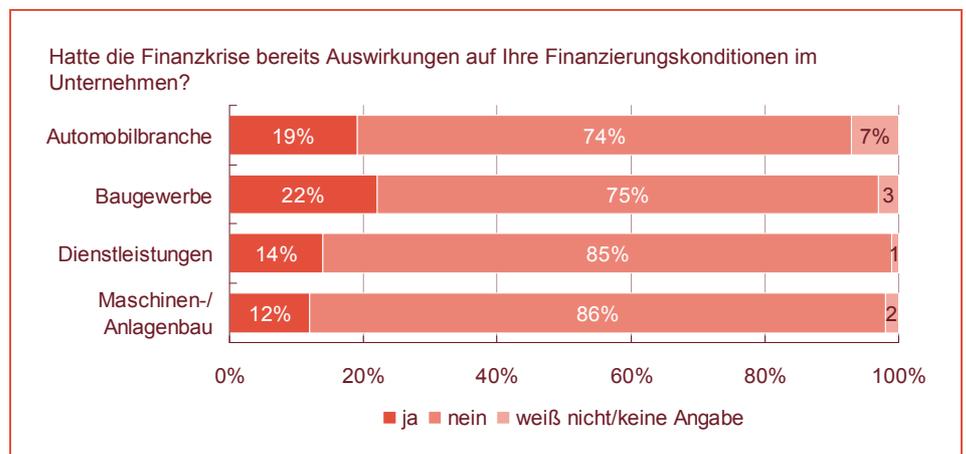


Abb. 7 Auswirkungen der Finanzkrise auf Finanzierungskonditionen nach Branchen

Eine Deckelung oder Reduzierung der Kreditlinien für das eigene Unternehmen im Zusammenhang mit der Finanzkrise erwarten die Unternehmen aus dem Baugewerbe und der Automobilbranche entsprechend häufiger als die Unternehmen aus dem Maschinenbau- und dem Dienstleistungssektor. Mit der Deckelung oder Reduzierung von Kreditlinien rechnen vornehmlich die umsatzstärkeren unter den befragten Unternehmen.

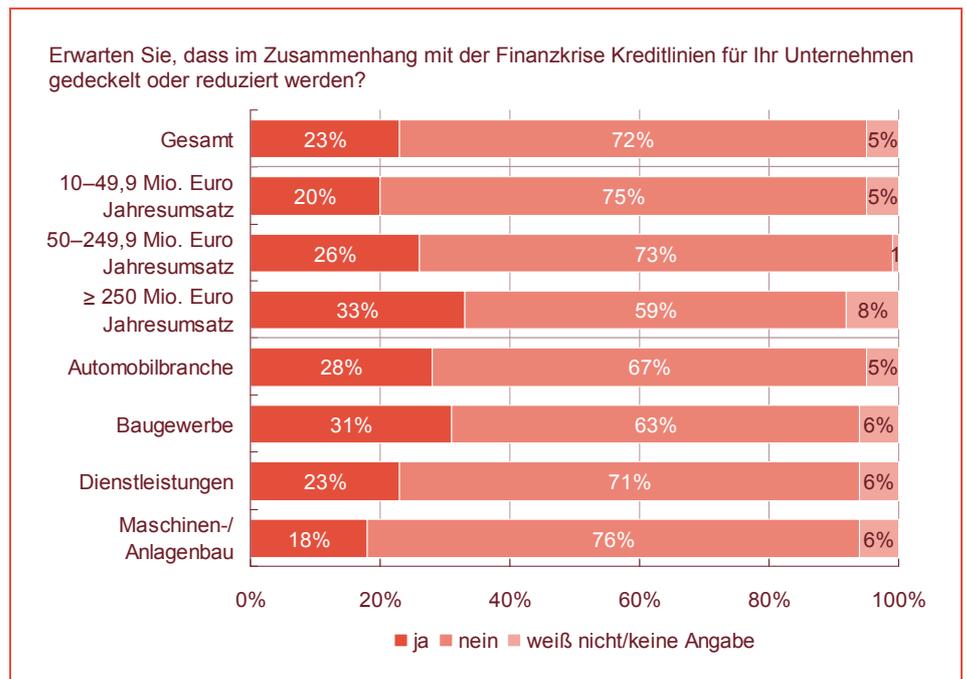


Abb. 8 Erwartete Entwicklung der Kreditlinien

5 Stabile Beziehung zur Hausbank

Die Krise der Finanzmärkte hat durchaus unterschiedliche Konsequenzen für die Beziehung der Unternehmen zu ihren jeweiligen Kreditinstituten. 84 % der Unternehmen geben an, dass sich die Finanzkrise bislang überhaupt nicht auf ihr Verhältnis zur Hausbank beziehungsweise den Hausbanken ausgewirkt hat. In 16 % der Unternehmen hat sich das Verhältnis zur Hausbank jedoch verändert. Verschlechterungen und Verbesserungen halten sich dabei die Waage. Nur bei etwa fünf Prozent der befragten Unternehmen hat sich das Verhältnis derart verschlechtert, dass sie sogar einen Wechsel des Kreditinstituts in Erwägung ziehen. Über Veränderungen im Verhältnis zu ihren Hausbanken berichten besonders die umsatzstärkeren unter den befragten Unternehmen.



Abb. 9 Änderung der Beziehung zu den Banken

6 Mehrheit rechnet mit verstärkter Konsolidierung

Gut jeder zweite Befragte glaubt, dass es aufgrund der Krise vermehrt zu Übernahmen von mittelständischen Unternehmen kommen wird. Die Befragten, die an vermehrte Übernahmen glauben, gehen im Wesentlichen davon aus, dass Wettbewerber die Übernahmekandidaten aufkaufen werden (92 %). Aber auch Finanzinvestoren werden als mögliche Käufer keineswegs ausgeschlossen, im Gegenteil: Immerhin 70 % glauben an Übernahmen von Mittelständlern durch Finanzinvestoren, Hedgefonds oder Beteiligungsgesellschaften. Auch ausländische Staatsfonds ziehen immerhin noch 30 % der Befragten als mögliche Käufer in Betracht. Eine geringere Rolle in den Übernahmeszenarien spielen die Banken (11 %). Eine Übernahme durch große Konzerne, ausländische Unternehmen oder mittelständische Firmen halten 13 % noch für wahrscheinlich.

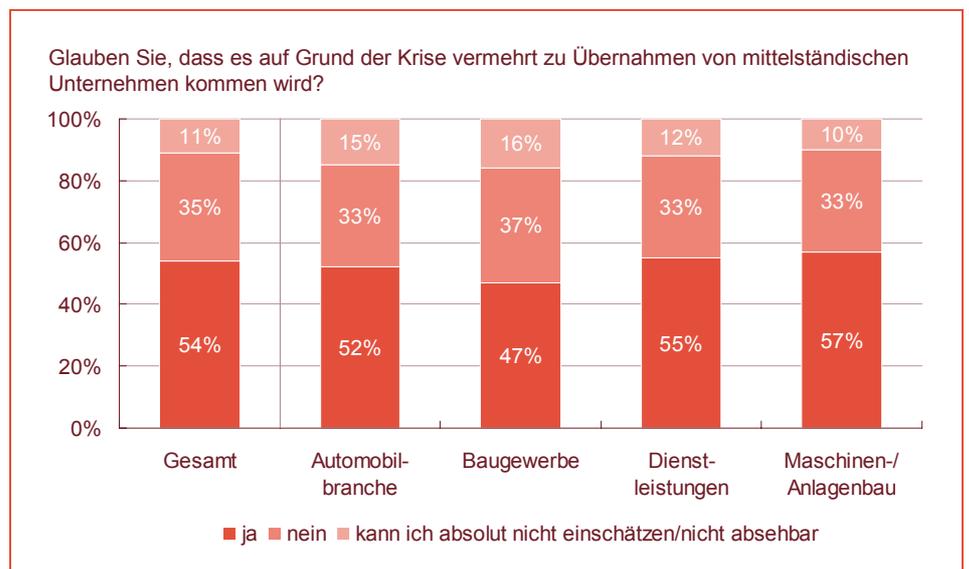


Abb. 10 Einschätzung nach Branchen zu möglichen Übernahmen im Mittelstand

Die Befragten aus den Unternehmen des Maschinen- und Anlagenbaus rechnen häufiger mit Übernahmen aufgrund der Finanzkrise als ihre Kollegen im Baugewerbe. Grundsätzlich glauben die Befragten aus den kleineren und umsatzschwächeren Unternehmen häufiger als ihre Kollegen in den größeren und umsatzstärkeren Unternehmen daran, dass es vermehrt zu Übernahmen aufgrund der Krise kommen wird.

Gut jedes zehnte befragte Unternehmen gibt an, im Zuge der Entwicklungen selbst Übernahmen zu planen. Besonders übernahmefreudig erscheinen die Unternehmen aus dem Dienstleistungsbereich, hier ist der Anteil derer, die angeben, selbst Übernahmen zu planen, etwa doppelt so hoch wie in der Gesamtstichprobe.

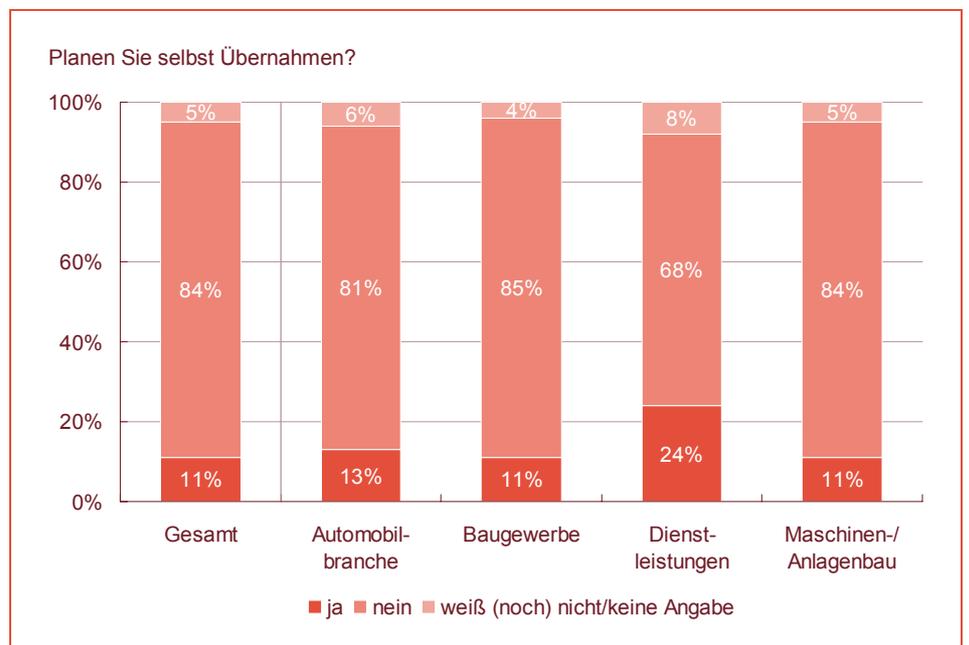


Abb. 11 Geplante Übernahmen im Mittelstand nach Branchen

B Einstellungen zum Krisenmanagement der Bundesregierung

1 Zwei von drei Befragten bewerten Reaktionen positiv

Am 18. März 2008 hatte der Vorstandsvorsitzende der Deutschen Bank AG eine regulierende Einflussnahme von Politik und Zentralbanken auf die Situation gefordert und geäußert, die Regierungen und die Zentralbanken sollten stärker Einfluss auf die Finanzmärkte nehmen. Auf die Frage, inwieweit sie diese Einschätzung teilen, antworteten in der Märzumfrage 2008 sechs von zehn Befragten, dass sie diese Einschätzung bedingt oder sogar voll und ganz teilen. Lediglich ein gutes Drittel hielt gar nichts von dieser Forderung. Von diesen Befragten, die dezidiert eine andere Haltung einnahmen, wurde unter anderem so argumentiert: „Politik und Banken sollten unabhängig arbeiten“, „Den Staat kann und sollte man nicht nur bei Bedarf rufen, das ist nicht stimmig“, „Politik und Zentralbanken haben schon genug Schaden angerichtet, sie sollen jetzt einfach die Lage stabil halten“.

Vor diesem Hintergrund ist es verständlich, warum das Votum zu den aktuellen Maßnahmen der Bundesregierung zwar tendenziell positiv ausfällt, aber dennoch nicht ganz unumstritten ist. Was sich im März schon angedeutet hat, bestätigt sich heute: Diejenigen, die die Maßnahmen der Bundesregierung eher positiv bewerten, begründen das vor allem damit, dass eine Beruhigung und Sicherung der Märkte erfolgt und das Finanzsystem gestützt wird (jeder Vierte). Jeder Fünfte erwartet zudem, dass die Maßnahmen zu einer Stärkung/ Stabilisierung/Unterstützung der Banken beitragen.

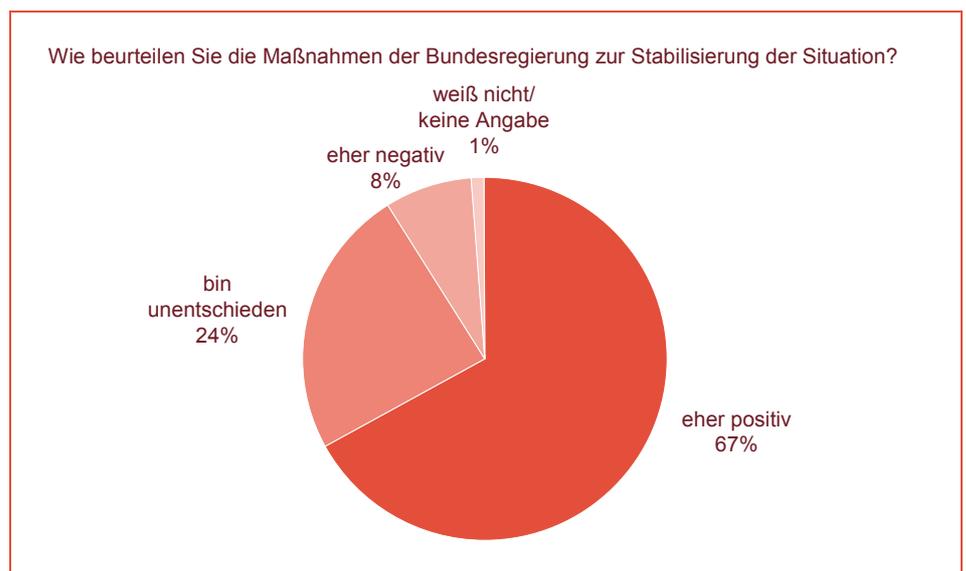


Abb. 12 Beurteilung des Krisenmanagements der Bundesregierung

17 % bewerten positiv, dass Liquidität ermöglicht wird, dass Kredite beziehungsweise Kapital zur Verfügung gestellt werden. 15 % meinen, die Signalwirkung sei generell gut, man zeige eine Bereitschaft zum Eingreifen und signalisiere, dass etwas getan werde. 12 % begrüßen die schnelle Reaktion der Bundesregierung, loben die Schnelligkeit des Handelns. Weitere 12 % bewerten die Maßnahmen als vertrauensbildend („Vertrauen kommt/muss zurück in den

Markt“). 11 % loben die Staatsgarantien für die Sparguthaben und Einlagen. Bei jedem zehnten Befragten kam das *Rettungsgesamtpaket* einschließlich der Staatsbürgschaften positiv an. Vier Prozent sahen zudem noch einzelne andere Punkte als positiv an, zum Beispiel die Beschränkung von Vorstandsgehältern. Diejenigen, die den Maßnahmen eher negativ gegenüberstehen, begründen dies vor allem damit, dass die Eingriffe nicht zu den gewünschten Effekten führen werden (44 %) und antworteten: „*bringt nichts*“, „*Aufwand und Nutzen stehen nicht im Verhältnis*“. Jeder Vierte vertritt die Meinung, dass sich der Staat nicht in die freie Wirtschaft beziehungsweise den freien Markt einmischen solle. Ebenfalls als Gegenargumente dienen vereinzelt Äußerungen wie „*die Banken sollen allein für das Desaster geradestehen*“, „*Unternehmer und Bürger sollen in solche Entscheidungen einbezogen werden*“, „*Maßnahmen sind nicht durchdacht/nicht ausreichend koordiniert*“, „*nur Aktionismus*“, „*die Hilfe kommt zu spät*“.

Positiv aufgenommen wird das Rettungspaket der Bundesregierung vor allen Dingen in den umsatzstärkeren Unternehmen mit mindestens 50 Millionen Euro Jahresumsatz in Deutschland und unter den betrachteten Branchen vornehmlich im Automobilsektor und in der Baubranche.

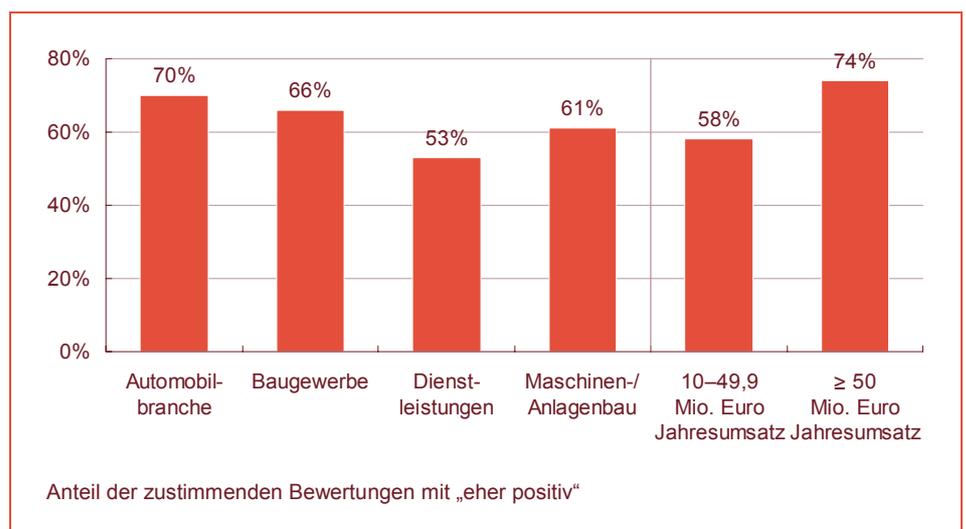


Abb. 13 Beurteilung des Krisenmanagements der Bundesregierung nach Branchen und Jahresumsatz

2 Jeder Vierte rechnet mit Folgen für die eigene Geschäftstätigkeit

Jeder vierte Befragte geht davon aus, dass sich die von der Bundesregierung beschlossenen Maßnahmen auf die Geschäftstätigkeit des eigenen Unternehmens auswirken werden. Das meinen vor allem die Befragten aus dem Automobilsektor. Skeptischer zeigen sich diesbezüglich die Vertreter aus der Dienstleistungsbranche. Tendenziell gehen die international agierenden Unternehmen stärker davon aus, dass die Eingriffe der Bundesregierung Folgen für ihre Geschäftstätigkeit haben werden als national aufgestellte Firmen.

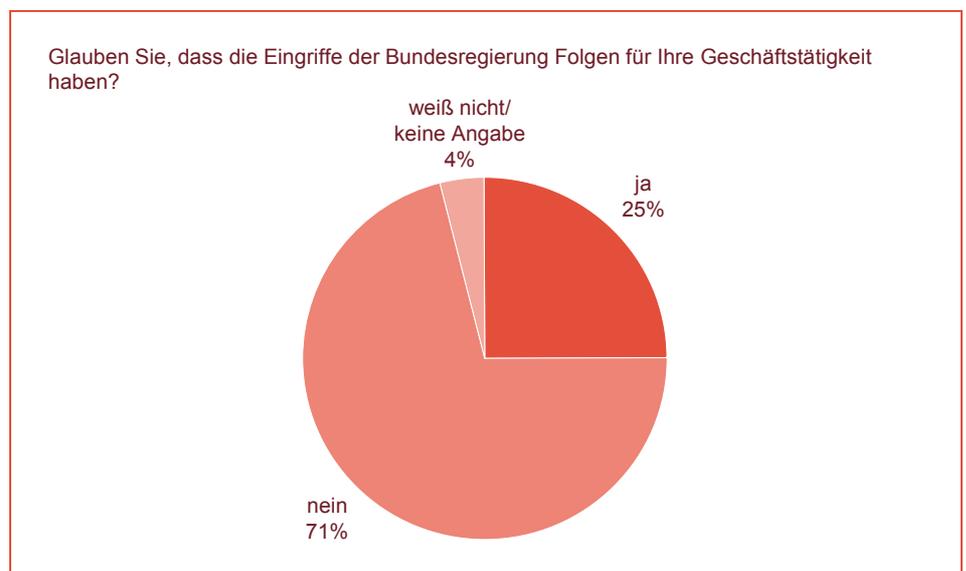


Abb. 14 Erwartete Auswirkungen des Maßnahmenpakets der Bundesregierung

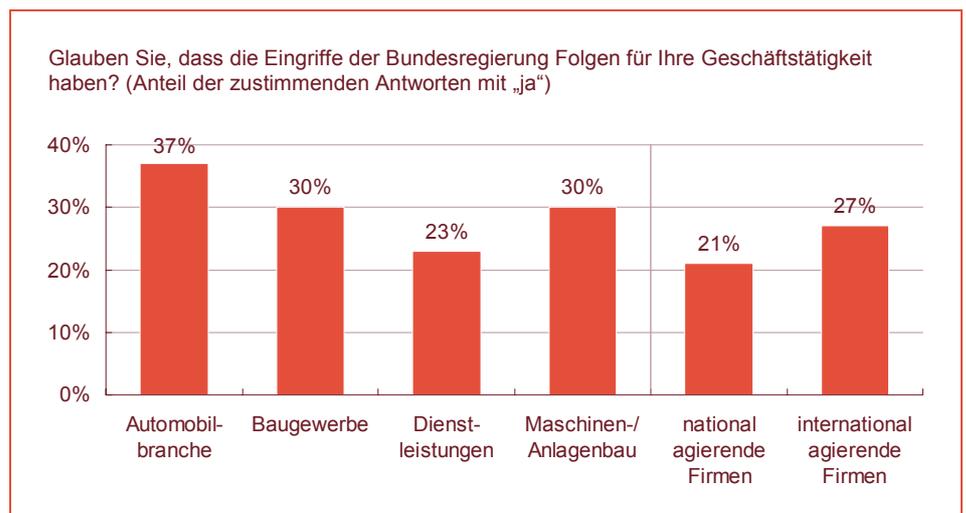


Abb. 15 Erwartete Auswirkungen des Maßnahmenpakets der Bundesregierung nach Branchen und nach national/international agierenden Firmen

3 Allgemeine Steuersenkung wird gezielten Investitionsanreizen vorgezogen

Nur vier von zehn Unternehmen befürworten ein staatlich initiiertes Investitionsprogramm. Ein solches Investitionsprogramm befürworten vor allem die kleineren und umsatzschwächeren mittelständischen Unternehmen. Unter den betrachteten Branchen-Vergleichsgruppen fällt die Zustimmung am höchsten im Baugewerbe (47 %) und am niedrigsten im Maschinen- und Anlagenbau (37 %) aus.

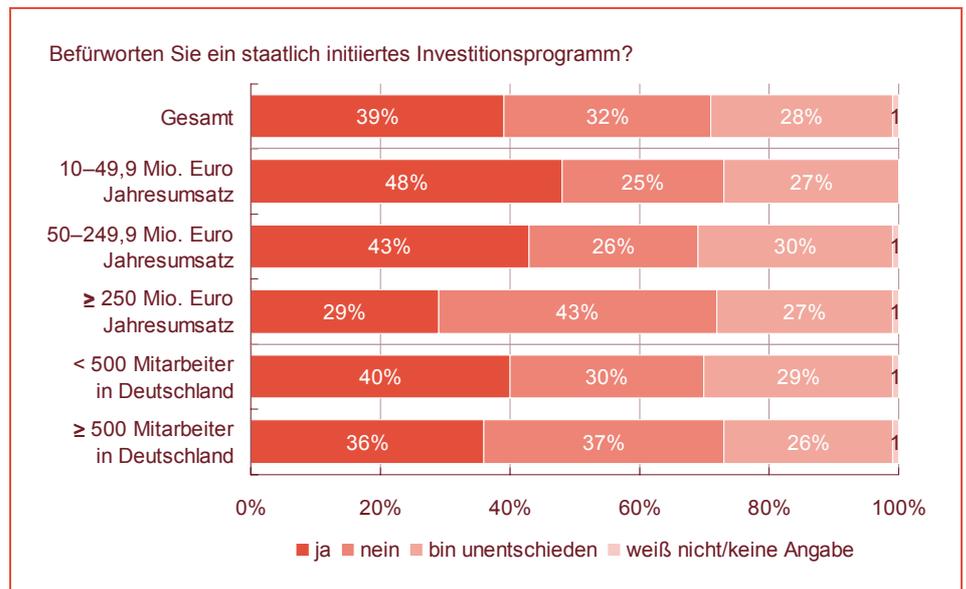


Abb. 16 Einstellung zu einem staatlich initiierten Investitionsprogramm

Im Gegensatz zum staatlich initiierten Investitionsprogramm wird eine allgemeine Steuersenkung für alle Bürger von 74 % der Befragten gutgeheißen, das ist beinahe der doppelte Anteil an zustimmenden Antworten. Es sind aber wieder vor allem die kleineren und umsatzschwächeren mittelständischen Unternehmen, die auch eine allgemeine Steuersenkung befürworten. Unter den betrachteten Branchen-Vergleichsgruppen fällt die Zustimmung wieder am höchsten im Baugewerbe aus (79 %). Die niedrigste Zustimmung kommt aus der Automobilbranche (65 %).

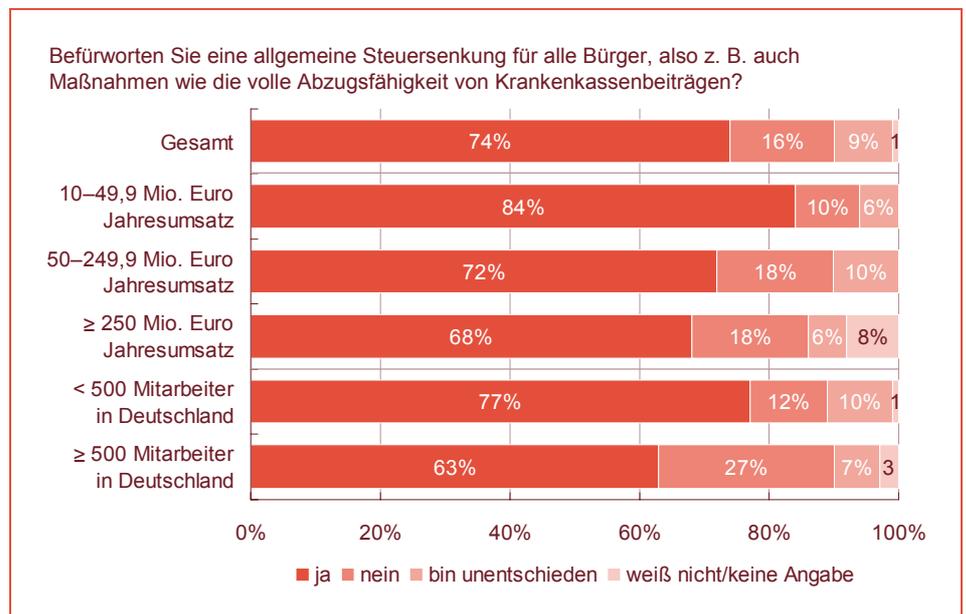


Abb. 17 Einstellung gegenüber einer Steuersenkung für alle Bürger

Etwas niedriger als beim Thema allgemeine Steuersenkung für alle Bürger fällt die Zustimmung bei den gezielten Investitionsanreizen für die Industrie aus. Während drei von vier Befragten eine allgemeine Steuersenkung gutheißen, sind es nur zwei von drei Befragten aus mittelständischen Unternehmen, die gezielte Investitionsanreize für die Industrie befürworten. Es sind in der Tendenz wieder vor allem die mittelständischen Unternehmen mit weniger als 250 Millionen Euro Jahresumsatz, die auch gezielte Investitionsanreize für die Industrie befürworten (70 %). Unter den betrachteten Branchen-Vergleichsgruppen fällt die Zustimmung diesmal im Baugewerbe vergleichsweise niedrig aus. Diesmal ist es der Dienstleistungsbereich, aus dem die stärkste Zustimmung zu den gezielten Investitionsanreizen für die Industrie kommt.



Abb. 18 Einstellung zu gezielten Investitionsanreizen für die Industrie

Diejenigen Befragten, die eine gleich lautende Antwort zu der Frage nach der Wichtigkeit von Konsumanreizen für die Bürger und von Investitionsanreizen für die Industrie gegeben hatten, wurden nun noch einmal explizit nach ihrer

Präferenz gefragt. Die Antwort darauf fällt den Befragten sichtlich schwer, besonders deutlich wird das im Baugewerbe. Die Befragten aus dem Automobilsektor sprechen sich tendenziell eher für gezielte Investitionsanreize als für allgemeine Konsumanreize aus, bei den Befragten aus dem Maschinen- und Anlagenbau ist es umgekehrt.

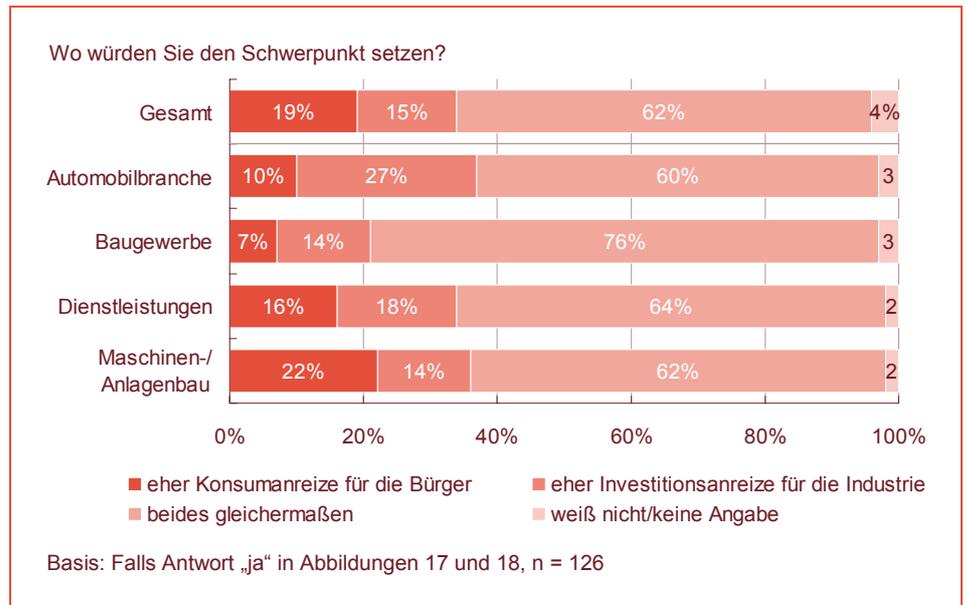


Abb. 19 Präferenz: Konsumanreize für alle oder Investitionsanreize für die Industrie

C Ausblick

1 Größere Unternehmen revidieren Ziele für 2008

Zwei von drei Befragten erklären, dass sie in ihrem Unternehmen voraussichtlich das für 2008 geplante Unternehmensergebnis erreichen werden. Von einer Budgeterreichung für 2008 wird in den nur national agierenden Firmen häufiger ausgegangen als in den international aufgestellten und in den kleineren und umsatzschwächeren eher als in den größeren und umsatzstärkeren mittelständischen Unternehmen. Das korrespondiert mit dem unterschiedlichen Ausmaß der Betroffenheit durch die Finanzkrise.

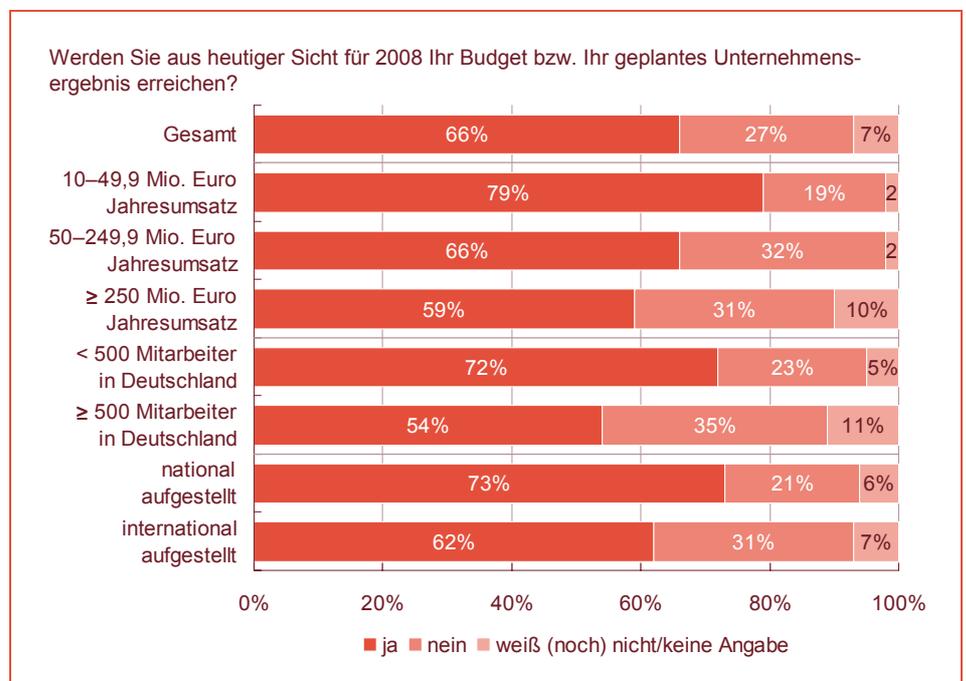


Abb. 20 Budgeterreichung 2008

Besonders negativ sind die Einschätzungen im Automobilsektor. Hier glaubt jeder zweite Befragte, dass sein Unternehmen das für 2008 geplante Ergebnis nicht erreichen können wird. Am positivsten unter den betrachteten Branchengruppen nimmt sich das Baugewerbe aus, hier gehen gut vier von fünf Befragten von einer Budgeterreichung aus.



Abb. 21 Budgeterreichung 2008 nach Branchen

2 Automobilbranche rechnet für 2009 mit Umsatzrückgang

Für das Jahr 2009 erwartet ein Großteil der Befragten Stillstand (44 %). Immerhin noch jeder Dritte rechnet mit Wachstum in seinem Unternehmen und 22 % erwarten eine rückläufige Entwicklung in ihrer Firma. Die Antworten der national aufgestellten Unternehmen fallen in der Tendenz optimistischer aus als die der international agierenden mittelständischen Firmen. Gut jeder vierte Befragte aus international aufgestellten Unternehmen rechnet mit einem Rückgang, von den Befragten aus den national agierenden Unternehmen sind es nur 16 %. Wachstum für 2009 wird nach Angaben der Befragten vor allem in der Dienstleistungsbranche (hier lag der Anteil bei 47 %) erwartet. Am pessimistischsten blicken die Automobilhersteller und -zulieferer ins kommende Jahr: Hier rechnet fast jeder Zweite mit einem Rückgang.

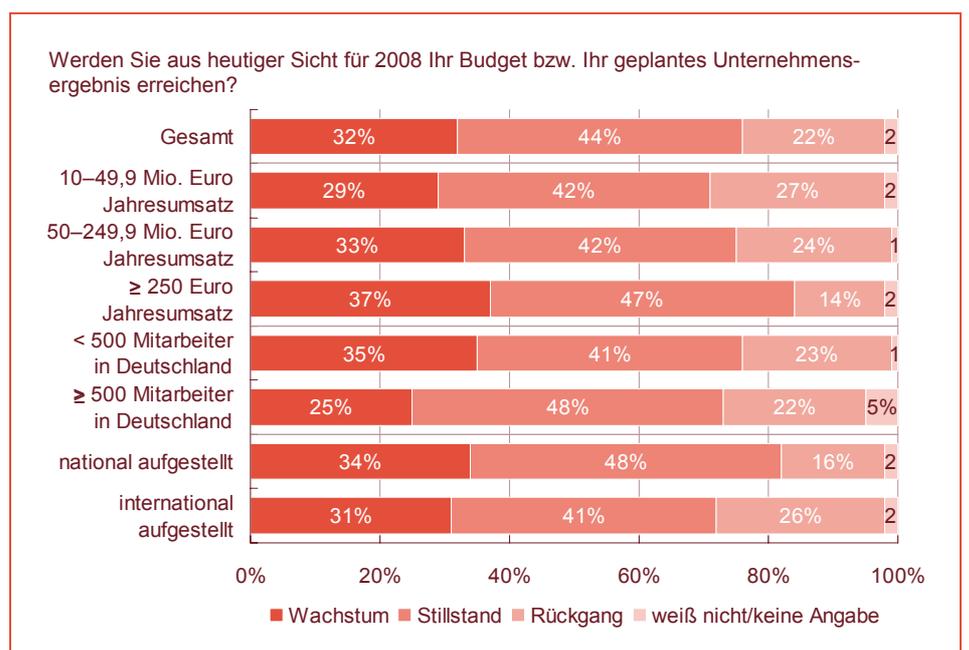


Abb. 22 Wirtschaftliche Erwartungen für 2009

3 Jeder dritte Befragte revidiert Planungen für 2009

Knapp jeder dritte Befragte aus mittelständischen Unternehmen berichtet, dass die Pläne für 2009 aufgrund der Finanzkrise bereits überarbeitet werden mussten. Zwei von drei Befragten sehen ihr Unternehmen indes nicht betroffen. Eine Revision der Pläne für 2009 stand offenbar häufiger bei den international aufgestellten, umsatzstärkeren und größeren Unternehmen auf dem Programm als bei den national agierenden, umsatzschwächeren und kleineren Unternehmen.

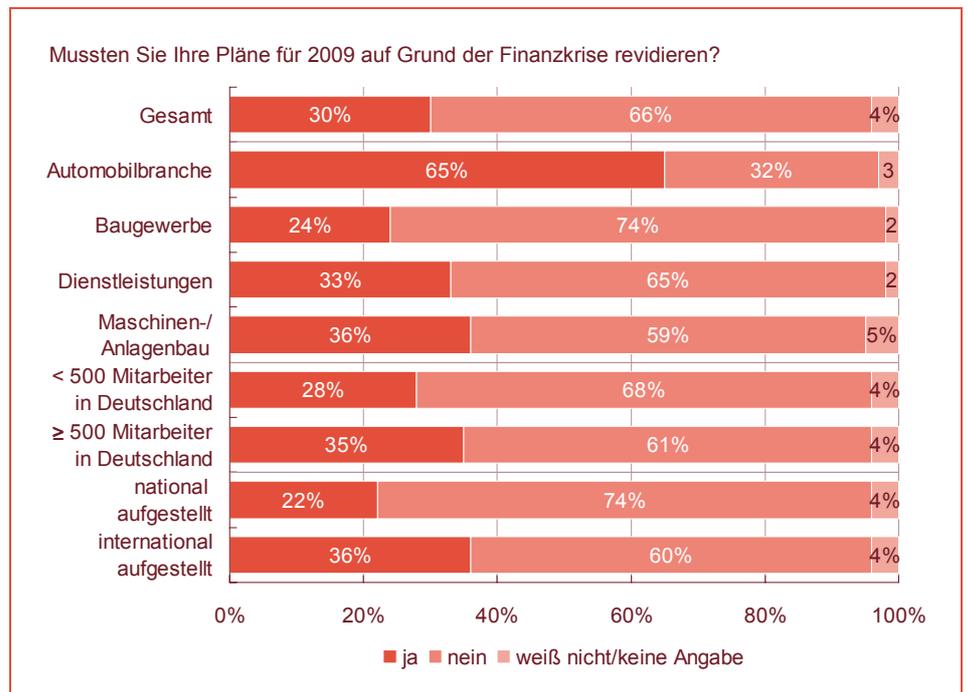


Abb. 23 Planänderung für 2009 aufgrund der Finanzkrise?

Auch in diesem Zusammenhang zeigt sich wieder deutlich, dass die Automobilhersteller und -zulieferer unter den betrachteten Branchengruppen am stärksten betroffen sind: Hier ist das Verhältnis, das sich in der Gesamtstichprobe zeigte, gerade umgekehrt, zwei von drei Befragten geben an, dass in ihrer Firma die Pläne revidiert werden mussten und nur jeder dritte verneint das. Am optimistischsten blickt die Baubranche in die Zukunft, hier berichtet nur jeder vierte Befragte, dass es im Unternehmen zu einer Revision der Planungen für das Jahr 2009 gekommen sei.

D Studiendesign

Die telefonische Befragung sollte das aktuelle Stimmungsbild in mittelständischen Unternehmen in Bezug auf die vermuteten Auswirkungen der aktuellen Krise der Finanzmärkte und den Ausblick auf 2009 erheben. Zielpersonen waren Entscheider der ersten und zweiten Führungsebene, im Wesentlichen Finanzverantwortliche.

Durchgeführt wurden 518 Interviews vom 31. Oktober bis einschließlich 11. November 2008. Etwa 60 % der Interviews wurden in größeren mittelständischen Unternehmen mit 50 Millionen Euro Jahresumsatz und mehr geführt.

Die Daten wurden nach Unternehmensgröße analysiert. Den Unternehmen mit unter 50 Millionen Euro Jahresumsatz in Deutschland wurden die Unternehmen mit 50 Millionen Euro und mehr gegenübergestellt. Teilweise wurde auch zusätzlich ein Schnitt bei 250 Millionen Euro gezogen. Die Vergleichsgruppen werden in der Ergebnisdarstellung als „umsatzschwächere“ und „umsatzstärkere“ Unternehmen bezeichnet. Die Antworten wurden auch nach der Mitarbeiterzahl der Unternehmen analysiert, hier werden die Unternehmen mit 500 und mehr Mitarbeitern („größere“ Unternehmen) den Unternehmen mit bis zu 499 Mitarbeitern („kleinere“ Unternehmen) gegenübergestellt. Außerdem wurden die Aussagen nach Branchenzugehörigkeit der Unternehmen ausgewertet.

Wir über uns

Der Mittelstand ist ein eigener Geschäftsbereich von PwC mit Präsenz an 27 Standorten in Deutschland. Das Konzept „Beratung und Prüfung aus einer Hand“ gewährleistet, dass jedem Mandanten ein Ansprechpartner für die Vielzahl der mittelständischen Aufgabenstellungen aus Wirtschaftsprüfung, Steuerberatung und betriebswirtschaftlicher Beratung vor Ort zur Verfügung steht.

Auf Augenhöhe

Mittelständische Unternehmen überzeugen durch hohe Innovationskraft, Flexibilität und kurze Entscheidungswege. Erfolgreich ist, wer dabei mit Augenmaß und Dynamik agiert, kurz: wer sich den Herausforderungen stellt. Die Themen sind vielfältig. Unternehmensgründung, Wachstumsstrategien, Gang ins Ausland, Prozessoptimierung, Nachfolgeregelungen – komplizierte Themen, die einen starken Partner an unternehmerischer Seite erfordern. Einen erfahrenen Berater, der gemeinsam mit dem Unternehmer Zukunftsprobleme identifiziert, der dieselbe Sprache spricht und unternehmerisch denkt. Einen Partner wie PwC.

Vor Ort

Wir sind im deutschen Mittelstand zu Hause. Wer mit uns arbeitet, hat einen Berater an seiner Seite, den er jederzeit zu allen Fragen konsultieren kann. Zur Bewältigung aller Anforderungen, wird er von einem Team aus erfahrenen Experten unterstützt: Wirtschaftsprüfer, Steuerberater und betriebswirtschaftliche Berater. Darüber hinaus kann er bei internationalen Fragestellungen auf das Know-how unseres global agierenden Netzwerks zurückgreifen. Dabei ist er dennoch vor Ort. Denn wir sind nicht an den großen Flughäfen zu Hause, sondern flächendeckend in ganz Deutschland. Also genau dort, wo auch der Mittelstand zu Hause ist.

Netzwerk

Um Erfahrungen aus einem Projekt in Hamburg sowohl in Kassel als auch in Freiburg zu nutzen, einen Fachmann aus Warschau für ein Investitionsvorhaben einzubinden und sicherzustellen, dass der Kunde wirklich die beste aller möglichen Lösungen erhält – dazu braucht man ein gut funktionierendes und kompetentes Netzwerk. Im Inland und im Ausland, wo PwC innerhalb des globalen Netzwerkes ein eigenständiges Netzwerk von Mittelstandsbetreuern in 150 Ländern etabliert hat.

PricewaterhouseCoopers. Die Vorausdenker.

PricewaterhouseCoopers AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft ist in Deutschland mit fast 8.900 Mitarbeitern und einem Umsatzvolumen von rund 1,47 Milliarden Euro eine der führenden Wirtschaftsprüfungs- und Beratungsgesellschaften. An 28 Standorten arbeiten Experten für nationale und internationale Mandanten jeder Größe. PwC bietet Dienstleistungen an in den Bereichen Wirtschaftsprüfung und prüfungsnahen Dienstleistungen (Assurance), Steuerberatung (Tax) sowie Transaktions-, Prozess- und Krisenberatung (Advisory). Eine hohe Qualitätsorientierung sowie vorausschauendes Denken und Handeln kennzeichnen die Aktivitäten des Unternehmens.

Ihre Ansprechpartner

27 lokale Präsenzen im engen Netz von PwC Deutschland garantieren Ihnen kurze Wege und optimale Betreuung. – Sie möchten mehr wissen? Ihre regionalen Ansprechpartner helfen Ihnen gerne weiter:

Leiter des Geschäftsbereiches

Prof. Dr. Norbert Winkeljohann
Tel.: +49 511 5357-5555
norbert.winkeljohann@de.pwc.com

Hamburg

WP/StB Dr. Peter Bartels
Tel.: +49 40 6378-2170
peter.bartels@de.pwc.com

Berlin

RA/StB Daniel Kast
Tel.: +49 30 2636-5252
daniel.kast@de.pwc.com

Hannover

WP/StB Helmuth Schäfer
Tel.: +49 511 5357-5686
helmuth.schaefer@de.pwc.com

Bielefeld

WP/StB Carsten Schürmann
Tel.: +49 521 96497-913
carsten.schuermann@de.pwc.com

Karlsruhe

WP/StB Reiner Schweizer
Tel.: +49 721 84002-137
reiner.schweizer@de.pwc.com

Bremen

WP/StB Gerhard Rolfes
Tel.: +49 421 8980-4224
gerhard.rolfes@de.pwc.com

Kassel

WP/StB Holger Plaum
Tel.: +49 561 9358-111
holger.plaum@de.pwc.com

Dresden

WP/StB Klaus Dornaus
Tel.: +49 351 4402-760
klaus.dornaus@de.pwc.com

Kiel

WP/StB Dr. Andreas Focke
Tel.: +49 431 9969-350
andreas.focke@de.pwc.com

Düsseldorf

RA/StB Lothar Siemers
Tel.: +49 211 981-2757
lothar.siemers@de.pwc.com

Köln

WP/StB Jens Pollmann
Tel.: +49 221 2084-325
jens.pollmann@de.pwc.com

Erfurt

WP/StB Rolf-Peter Stockmeyer
Tel.: +49 361 5586-113
rolf-peter.stockmeyer@de.pwc.com

Leipzig

WP/StB Jens Berger
Tel.: +49 341 9856-250
jens.berger@de.pwc.com

Essen

WP Joachim Gorgs
Tel.: +49 201 438-1521
joachim.gorgs@de.pwc.com

Magdeburg

WP/StB Peter Nuretinoff
Tel.: +49 391 5372-70
peter.nuretinoff@de.pwc.com

Frankfurt

WP/StB Iris Selch
Tel.: +49 69 9585-2294
iris.selch@de.pwc.com

Mainz

WP/StB Dr. Ralf Worster
Tel.: +49 69 9585-1197
ralf.worster@de.pwc.com

Freiburg

WP/StB Siegbert Weber
Tel.: +49 761 28297-435
siegbert.weber@de.pwc.com

München

WP/StB Alexander Winter
Tel.: +49 89 5790-5400
alexander.winter@de.pwc.com

Nürnberg

WP/StB Thomas Hartmann
Tel.: +49 911 94985-210
thomas.hartmann@de.pwc.com

Oldenburg

WP/StB Reimond Menke
Tel.: +49 441 98067-11
reimond.menke@de.pwc.com

Osnabrück

WP/StB Georg Stegemann
Tel.: +49 541 3304-558
georg.stegemann@de.pwc.com

Recklinghausen

RA/StB Martina Siedler
Tel.: +49 2361 1024-120
martina.siedler@de.pwc.com

Saarbrücken

WP/StB Joachim Demmer
Tel.: +49 681 9814-104
joachim.demmer@de.pwc.com

Schwerin

WP/StB Katrin Heye
Tel.: +49 385 59241-52
katrin.heye@de.pwc.com

Siegen

StB Frank Kosner
Tel.: +49 271 33582-49
frank.kosner@de.pwc.com

Stuttgart

WP/StB Rüdiger Dresel
Tel.: +49 711 25034-5212
ruediger.dresel@de.pwc.com

