

Verband der Vereine Creditreform e. V.

Hellersbergstr. 12
41460 Neuss

Michael Bretz
Telefon +49 2131 109-171
Telefax +49 2131 109-176
m.bretz@verband.creditreform.de
www.creditreform.de

Presseinformation

Wirtschaftslage und Finanzierung im Mittelstand, Frühjahr 2019

Mittelstand schaltet einen Gang zurück

Im deutschen Mittelstand sind zunehmend Unsicherheiten über die weitere Geschäftsentwicklung zu spüren. Das zeigt die aktuelle, repräsentative Untersuchung der Creditreform Wirtschaftsforschung, für die bundesweit rund 1.100 Unternehmen mit maximal 500 Beschäftigten befragt wurden. Danach haben sich die Geschäftserwartungen der Unternehmen von ihrem Rekordniveau im Vorjahr sichtlich entfernt. Noch 36,7 Prozent der Befragten rechnen zukünftig mit steigenden Aufträgen (Vorjahr: 41,3 Prozent) und 7,1 Prozent der Befragten (Vorjahr: 3,1 Prozent) befürchten Auftragsrückgänge. Verhaltener fallen auch die Umsatzerwartungen aus: 39,3 Prozent der Mittelständler rechnen für das Jahr 2019 mit einem Umsatzplus. Im Vorjahr hatte das noch fast jedes zweite Unternehmen (45,1 Prozent) behauptet.

Der Creditreform Geschäftsklimaindex (CGK), der die Lage und Erwartungen der Unternehmen zusammenfasst, gab damit um 5,9 Zähler nach und beträgt nur noch plus 22,2 Punkte (Vorjahr: plus 28,1 Punkte).

Gute Geschäfte im Winterhalbjahr

Noch weitgehend zufrieden zeigten sich die Unternehmen mit ihrer Geschäftsentwicklung in den letzten sechs Monaten. Gleichwohl wurden Zuwächse bei Aufträgen und Umsätzen seltener gemeldet als im Vorjahr und es waren vermehrt Auftrags- bzw. Umsatzeinbußen zu verzeichnen. So verbuchte noch knapp ein Drittel der Unternehmen (31,7 Prozent; Vorjahr: 32,9 Prozent) einen Anstieg des Auftragsbestandes. Der Anteil der Unternehmen, deren Auftragseingänge zurückgegangen sind, erhöhte sich von 11,8 auf 15,1 Prozent. Dabei zeigt sich vor allem im Verarbeitenden Gewerbe eine merkliche Abschwächung. Noch einmal sehr positiv entwickelten sich die Umsätze im Dienstleistungsgewerbe.

Preise haben deutlich angezogen

Die Kunden des Mittelstandes mussten in den vergangenen Monaten vielfach Preiserhöhungen hinnehmen. 38,9 Prozent der befragten Unternehmen haben zuletzt ihre Angebotspreise erhöht (Vorjahr: 34,8 Prozent), auch weil höhere Kosten, beispielsweise für Personal, anfielen. Preiserhöhungen wurden vor allem im Baugewerbe gemeldet. In den kommenden Monaten dürften die Preise – den Angaben der Unternehmen zufolge – aber weniger stark anziehen als in der Vergangenheit.

Beim Personal hat der Mittelstand weiter aufgestockt – 24,2 Prozent der Unternehmen haben nun mehr Mitarbeiter als vor sechs Monaten. Bei jedem zehnten Unternehmen (10,6 Prozent) ist die Mitarbeiterzahl geschrumpft. Entkoppelt von den zunehmenden Konjunkturängsten dürfte die Beschäftigung in den kommenden Monaten weiter wachsen. 29,4 Prozent der mittelständischen Firmen planen zukünftig Personalaufstockungen. Dieser Prozentanteil liegt nur knapp unter dem Vor-

jahreswert (31,8 Prozent). Nur wenige Unternehmen (5,1 Prozent) haben Stellenstreichungen angekündigt.

Sinkende Investitionsbereitschaft im Verarbeitenden Gewerbe

Die Investitionsbereitschaft im Mittelstand ist weiter hoch, aber nicht mehr so hoch wie im Vorjahr. 55,2 Prozent der Befragten planen in den nächsten Monaten ein Investitionsvorhaben (Vorjahr: 58,8 Prozent). Deutlicher abgeschwächt hat sich die Investitionsneigung im Verarbeitenden Gewerbe (2019: 58,0 Prozent; 2018: 65,5 Prozent). Vorrangig stehen im Mittelstand Ersatzinvestitionen auf der Agenda (60,7 Prozent der Befragten). Erweiterungsinvestitionen planen etwas weniger Unternehmen als im Vorjahr (54,5 Prozent; Vorjahr: 56,4 Prozent).

Weiter positiv entwickeln sich die Eigenkapitalquoten im Mittelstand. Ein Drittel der Befragten (33,2 Prozent) meldete eine hohe Eigenkapitalquote von mehr als 30 Prozent (Vorjahr: 30,6 Prozent). Unter zehn Prozent liegt die Eigenkapitalquote noch bei 29,4 Prozent der Befragten. In den letzten Jahren erwies sich dieser Prozentanteil als relativ stabil. Demnach konnten und wollten nicht alle Unternehmen die anhaltend gute Wirtschaftslage nutzen, um die Eigenkapitalbasis zu stärken. Das Baugewerbe hat seine Eigenkapitalschwäche aber mehr und mehr ablegen können und auch im Handel gelten mittlerweile viele Unternehmen als eigenkapitalstark.

Zahlungsausfälle auch bei guter Konjunktur

Lediglich 23,0 Prozent der befragten Unternehmen blieben in den zurückliegenden Monaten von Forderungsausfällen gänzlich verschont (Vorjahr: 21,9 Prozent). Meist waren die Forderungsverluste bezogen auf den Umsatz aber gering. 7,3 Prozent

(Vorjahr: 9,4 Prozent) der Mittelständler mussten jedoch hohe Ausfälle von mehr als 1,0 Prozent ihres Jahresumsatzes verkraften.

Marketing und Öffentlichkeitsarbeit (PR) ist im Mittelstand vorwiegend Chefsache oder wird von anderen Mitarbeitern mit erledigt. Lediglich ein Sechstel der befragten Unternehmen (16,0 Prozent) beschäftigt eigenes Personal für Marketing und PR. Eine feste regelmäßige Zusammenarbeit mit Werbe- oder PR-Agenturen ist im kleineren Mittelstand zudem unüblich (nur 13,4 Prozent der Befragten). Maßnahmen der Öffentlichkeitsarbeit haben im Mittelstand ihren Schwerpunkt in der persönlichen Präsenz bei regionalen Institutionen wie in der Kommunalpolitik oder bei berufsständischen Kammern (63,8 Prozent), aber auch die Kommunikation in sozialen Netzwerken (58,6 Prozent) ist ein wichtiges Betätigungsfeld. Anzeigen schaltet der Mittelstand klassisch in Tageszeitungen (49,7 Prozent der Befragten) sowie in den Online-Medien (62,3 Prozent). Eine eigene Firmenwebsite ist mittlerweile im Mittelstand Standard (92,5 Prozent der Befragten).

(5.448 Zeichen)

Neuss, 11. April 2019