



Herbst 2022

INHALT

SEITE

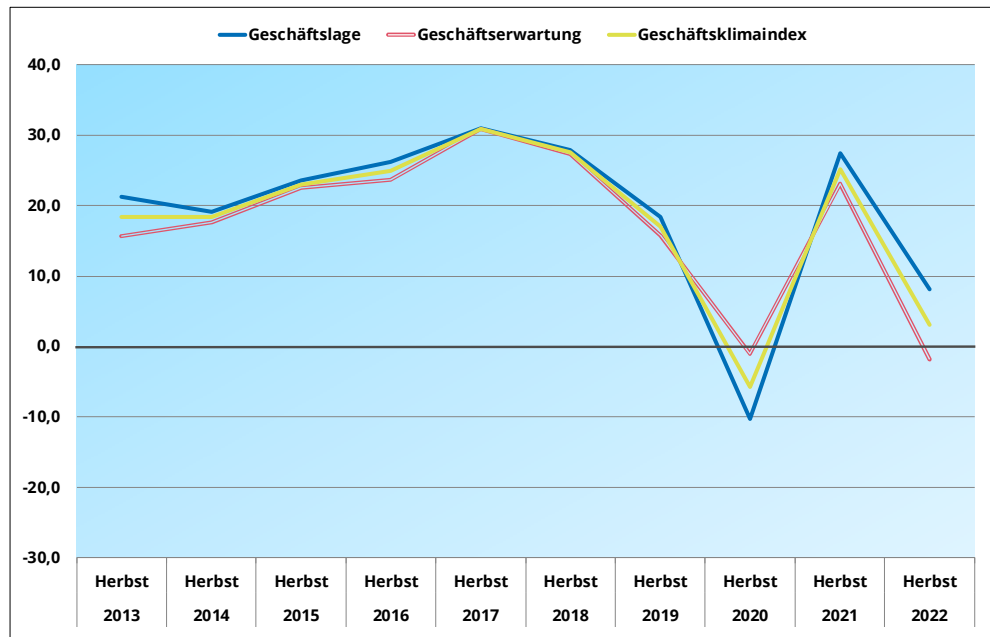
1	Die aktuelle Konjunkturlage des deutschen Mittelstandes	1
2	Das konjunkturelle Umfeld im Einzelnen	3
	2.1 Auftragseingänge	3
	2.2 Umsatzentwicklung	6
	2.3 Angebotspreise	10
	2.4 Personalsituation	11
	2.5 Investitionen	15
3	Die Finanzierungssituation des Mittelstandes	19
	3.1 Ertragslage	19
	3.2 Eigenkapitalsituation des Mittelstandes	21
	3.3 Zahlungsverhalten der Kunden des Mittelstandes	23
4	Sonderthema: Aktuelle Herausforderungen für den Mittelstand	24
5	Zusammenfassung	25
6	Basis der Untersuchung	29

■ 1 Die aktuelle Konjunkturlage des deutschen Mittelstandes

Die deutsche Wirtschaft steht zu Beginn des Winterhalbjahres vor einer Rezession. Die Explosion der Energiekosten infolge des Ukraine-Krieges hat die konjunkturelle Lage erheblich verdunkelt. Zum einen werden die Unternehmen mit deutlichen Mehrkosten bei vielen Produktionsfaktoren belastet, zum anderen schwindet die Nachfrage angesichts der unsicheren Konjunkturaussichten. Einige Unternehmen am Standort Deutschland mussten bereits die Produktion einstellen, die unter den aktuellen Bedingungen nicht wirtschaftlich ist. Die Bundesregierung hat zur Abfederung der Embargo-Folgen und zur Stützung der Konjunktur bereits Entlastungspakete und einen Gaspreisdeckel verabschiedet. Allerdings gibt es Kritik, da die Wirkungen für die Unternehmen begrenzt bleiben und nur die Symptome behandelt werden.

Die mittelständische Wirtschaft spürt bereits die Auswirkungen der Energiekrise. Entsprechend hat sich die Stimmungslage der gut 1.200 befragten Unternehmen markant verschlechtert. Im Herbst 2022 rutschte der Creditreform Geschäftsklimaindex (CGK) als Indikator für die Stimmungslage im Mittelstand von plus 25,2 auf plus 3,1 Punkte. Schlechter war die Stimmungslage der Unternehmen zuletzt im Corona-Herbst 2020 (Index: minus 5,7 Punkte).

Energiekrise treibt Deutschland an den Rand der Rezession



Geschäftslage im Mittelstand knickt ein

Beide Komponenten des Creditreform Geschäftsklimaindex zeigen aktuell steil nach unten. Zunächst ein Blick auf die Geschäftslage: Diese schätzen die Unternehmen deutlich schlechter ein als vor Jahresfrist. Der Lageindex verlor 19,3 Zähler und notiert aktuell bei plus 8,1 Punkten. Dabei ist wahrscheinlich, dass das Ausmaß der Krise noch nicht bei allen Unternehmen flächendeckend angekommen ist, beispielsweise weil die Energiekosten aufgrund von langfristigen Lieferverträgen bisher kaum gestiegen sind. Zum anderen hatten sich die Geschäfte in Wirtschaftsbereichen, die noch im Vorjahr von der Corona-Pandemie gebeutelt waren (wie Tourismus und Dienstleistungen), in den letzten Monaten spürbar belebt. Das dürfte den Konjunkturrückgang tendenziell dämpfen.

Gleichwohl spiegeln die Geschäftserwartungen im Mittelstand eine rezessive Stimmungslage. Mit minus 1,9 Zählern notiert der Index der Geschäftserwartungen deutlich unter dem Vorjahresstand (plus 23,0 Punkte). Ähnlich pessimistisch waren die mittelständischen Unternehmen zuletzt im Herbst 2020. Niedriger waren die Erwartungswerte davor im Jahr 2009 sowie in den Jahren 2002 bis 2004.

Tab. 1: Geschäftslage-, Geschäftserwartungs- und Geschäftsklimaindex

■	Geschäfts- lageindex	Geschäfts- erwartungs- index	Geschäfts- klimaindex
2013	21,3	15,6	18,5
2014	19,1	17,6	18,4
2015	23,5	22,5	23,0
2016	26,2	23,7	24,9
2017	30,9	30,9	30,9
2018	27,9	27,3	27,6
2019	18,4	15,8	17,1
2020	- 10,3	- 1,1	- 5,7
2021	27,4	23,0	25,2
2022	8,1	- 1,9	3,1

Angaben in Punkten

Der Creditreform Geschäftsklimaindex (CGK) errechnet sich aus den Antworten der befragten Mittelständler zu den Auftragseingängen, den Umsätzen, der Ertragslage und der Personalsituation. Diese entscheidenden Größen werden im Laufe der Analyse im Einzelnen vorgestellt – und fließen hier zu einem Gesamtindex zusammen. Dabei wird für die vier genannten Parameter noch unterschieden zwischen der Bewertung der aktuellen Situation und den Erwartungen in je einem Teilindex. Beide zusammen führen dann zum Creditreform Geschäftsklimaindex.

Gut 1.200 Unternehmen beteiligten sich an der Konjunkturumfrage

■ 2 Das konjunkturelle Umfeld im Einzelnen

2.1 Auftragseingänge

Die Verschlechterung der wirtschaftlichen Lage zeigt sich bereits bei den Auftragseingängen. Nur noch 23,6 Prozent der Befragten berichteten von wachsenden Auftragsbeständen. In der Vorjahresumfrage war das noch bei 38,2 Prozent der Unternehmen der Fall. Schon jeder vierte Befragte (25,2 Prozent) meldete gesunkene Auftragseingänge. Dieser Wert hat sich binnen Jahresfrist mehr als verdoppelt.

Auftragseingänge im Handel deutlich im Minus

Tab. 2: Auftragseingänge im Mittelstand

■	gestiegen	23,6 (38,2)
	gleich geblieben	50,4 (48,4)
	gesunken	25,2 (12,0)

Angaben in % der Befragten, Rest o. A., () = Vorjahresangaben

In allen vier untersuchten Wirtschaftsbereichen zeigen die Auftragseingänge Anzeichen einer Konjunkturkrise. So meldeten im Verarbeitenden Gewerbe nur noch 29,6 Prozent der Unternehmen gestiegene Auftragseingänge. Fast ebenso viele Unternehmen (25,9 Prozent) verzeichneten einen gesunkenen Auftragsbestand. Einen starken Nachfrageeinbruch registrierte die mittelständische Bauwirtschaft. Nur noch 20,7 Prozent der Befragten meldeten ein Plus bei den Auftragseingängen. Im Vorjahr waren es noch 41,6 Prozent. Gleichzeitig mussten 19,7 Prozent und damit jeder fünfte Befragte eine rückläufige Auftragsentwicklung hinnehmen.

Im Handel meldeten nur wenige Unternehmen (17,7 Prozent) einen Zuwachs bei den Aufträgen (Vorjahr: 37,7 Prozent). Deutlich überwiegt in diesem Wirtschaftsbereich der Anteil der Unternehmen, die von gesunkenen Auftragseingängen berichteten (38,7 Prozent). So dürfte die Belebung nach den Coronajahren im Handel bereits wieder vorbei sein. Etwas stabiler, aber dennoch verschlechtert, zeigt sich die Auftragslage aktuell im Dienstleistungsgewerbe. Jeder vierte Befragte (25,1 Prozent) gab an, Aufträge hinzugewonnen zu haben. Im Vorjahr betrug dieser Anteil gleichwohl noch 34,8 Prozent.

Tab. 3: Auftragseingänge in den Hauptwirtschaftsbereichen

■	gestiegen	gleich geblieben	gesunken
Verarb. Gewerbe	29,6 (42,0)	44,5 (43,1)	25,9 (12,6)
Baugewerbe	20,7 (41,6)	59,1 (48,3)	19,7 (9,6)
Handel	17,7 (37,7)	42,9 (45,4)	38,7 (16,9)
Dienstleistungen	25,1 (34,8)	53,5 (53,1)	20,0 (9,9)

Angaben in % der Befragten, Rest o. A., () = Vorjahresangaben

Für die kommenden Monate deutet sich eine weitere Verschlechterung der Auftragslage an. Nur noch jeder siebte Befragte (14,7 Prozent) erwartet angesichts von Energiepreissteigerungen und hohen Inflationsraten einen Zuwachs bei den Auftragseingängen. Der Anteil der positiven Rückmeldungen hat sich damit binnen eines Jahres halbiert (Vorjahr: 28,9 Prozent). Überwiegend ist der Mittelstand pessimistisch gestimmt, denn 26,0 Prozent der Befragten rechnen zukünftig mit weniger Aufträgen. Damit sind die Erwartungen spürbar zurückhaltender als im Vorjahr, als nur 11,1 Prozent der Befragten von sinkenden Aufträgen ausgingen.

Auftragserwartungen: Pessimismus überwiegt

Tab. 4: Auftragserwartungen im Mittelstand

■	steigend	14,7 (28,9)
	stabil	58,3 (58,3)
	sinkend	26,0 (11,1)

Angaben in % der Befragten, Rest o. A., () = Vorjahresangaben

Die Auftragserwartungen liegen in allen Wirtschaftsbereichen unter den Vorjahreswerten. Dabei erwartet das Baugewerbe besonders starke Einbrüche. 30,3 Prozent der Befragten rechnen hier mit sinkenden Auftragseingängen – eine Verdreifachung dieses Anteils gegenüber dem Vorjahr (10,0 Prozent). Deutlich erhöht hat sich der Anteil der Pessimisten, die einen Rückgang der Aufträge erwarten, auch im Handel. Nunmehr rechnen 36,5 Prozent der befragten Händler mit Einbußen. Vor einem Jahr waren es nur 15,8 Prozent. Steigende Auftragseingänge dürften sowohl im Handel als auch im Baugewerbe in den kommenden Monaten Seltenheitswert haben.

Deutliche Konjunktursorgen machen sich auch im Verarbeitenden Gewerbe breit. Steigende Auftrags-eingänge erwarten nur noch 16,2 Prozent der Befragten – nach 29,4 Prozent im Vorjahr. Vermehrt rechnen die Unternehmen mit Einbußen bei den Neuaufträgen (25,1 Prozent der Befragten). Auch im Dienstleistungssektor gibt es negative Konjunktursignale. Die weitere Auftragsentwicklung dürfte sich hier ebenso verschlechtern, denn nur noch 18,1 Prozent

der Befragten erwarten ein Auftragsplus (Vorjahr: 31,0 Prozent).

Tab. 5: Auftragserwartungen in den Hauptwirtschaftsbereichen

■	steigend	stabil	sinkend
Verarb. Gewerbe	16,2 (29,4)	57,9 (57,6)	25,1 (11,5)
Baugewerbe	7,7 (30,6)	62,0 (58,4)	30,3 (10,0)
Handel	12,4 (23,5)	51,1 (60,0)	36,5 (15,8)
Dienstleistungen	18,1 (31,0)	60,7 (57,6)	19,3 (8,6)

Angaben in % der Befragten, Rest o. A., () = Vorjahresangaben

2.2 Umsatzentwicklung

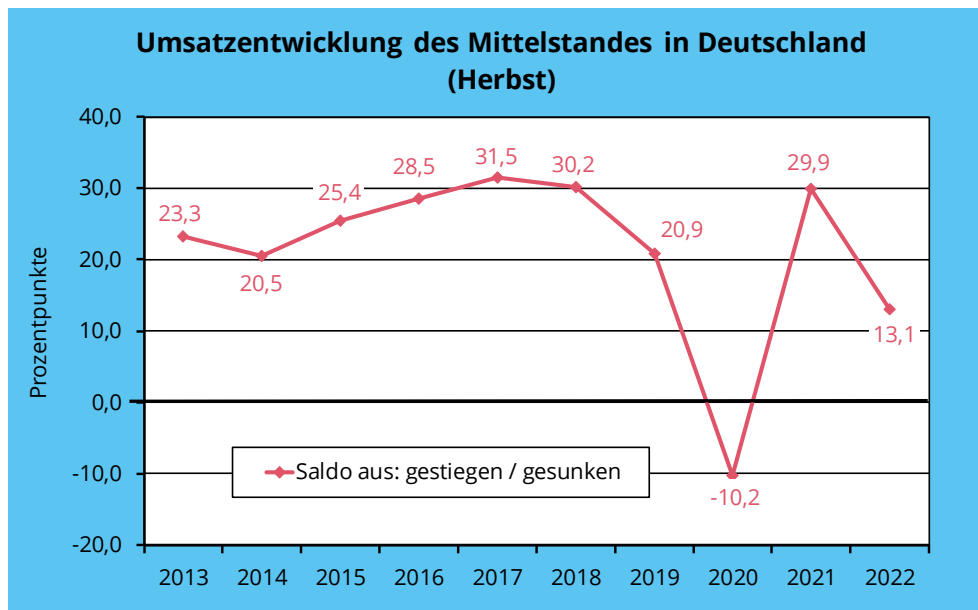
*„Nach-Corona-Aufschwung“
nur von kurzer Dauer*

Die Umsatzentwicklung war im Mittelstand zuletzt spürbar verhalten. In der Breite konnten die Umsätze gegenüber dem Frühjahr allerdings noch einmal zulegen. Dabei dürfte, wie oben angedeutet, eine Rolle gespielt haben, dass zahlreiche Wirtschaftszweige nach der Corona-Zeit zunächst einen Aufschwung verzeichneten. Bei 34,1 Prozent der Befragten ist der Umsatz zuletzt gewachsen. 21,0 Prozent der Unternehmen verzeichneten eine rückläufige Umsatzentwicklung. Damit meldeten die Unternehmen nochmals mehrheitlich gestiegene Umsätze. Im Vergleich zur Vorjahresbefragung zeigt sich gleichwohl eine deutliche Tendenz der Verschlechterung. Zum einen nahm der Anteil der Befragten zu, die ein Umsatzminus verbuchten und zum anderen lag der Anteil der Unternehmen, die gestiegene Umsätze meldeten, vor einem Jahr noch bei 42,5 Prozent.

Tab. 6: Umsatzentwicklung im Mittelstand

■	gestiegen	34,1 (42,5)
	stabil	44,5 (43,8)
	gesunken	21,0 (12,6)

Angaben in % der Befragten, Rest o. A., () = Vorjahresangaben



Der nach dem kurzen Aufschwung im Vorjahr wieder drehende Umsatztrend hat seine Ursache vor allem in der Kostenexplosion bei Energie und Rohstoffen. Die Situation um den Krieg zwischen Russland und der Ukraine und die Auswirkungen auf die Wirtschaft hierzulande waren Gift für die zaghafte Konjunkturbelebung nach der Corona-Zeit.

Tab. 7: Umsatzentwicklung in den Hauptwirtschaftsbereichen

■	gestiegen	Stabil	gesunken
Verarb. Gewerbe	39,3 (43,5)	42,9 (42,8)	17,8 (11,9)
Baugewerbe	33,2 (36,8)	54,3 (53,6)	12,5 (9,1)
Handel	31,2 (46,9)	35,0 (35,4)	33,8 (17,3)
Dienstleistungen	33,5 (41,9)	46,3 (44,7)	19,3 (11,8)

Angaben in % der Befragten, Rest o. A., () = Vorjahresangaben

In der gesamten Breite des Mittelstandes blieb die Umsatzentwicklung im Herbst 2022 hinter den Vorjahreswerten zurück. Besonders der Handel verzeichnete einen hohen Anteil an Unternehmen, die von Umsatzeinbußen betroffen waren (33,8 Prozent der Unternehmen). Aber auch in den übrigen Wirtschaftsbereichen nahm die Zahl der negativen Umsatzmeldungen zuletzt zu – so beispielsweise im Verarbeitenden Gewerbe von 11,9 auf 17,8 Prozent. Gleichzeitig wurden Umsatzsteigerungen seltener gemeldet als im Vorjahr. Im Verarbeitenden Gewerbe

nahm dieser Anteil von 43,5 auf 39,3 Prozent ab, im Handel sogar von 46,9 auf 31,2 Prozent. Auch der Dienstleistungssektor konnte nicht mehr an der guten Umsatzdynamik aus dem Vorjahr anknüpfen. Lediglich 33,5 Prozent der Befragten verbuchten ein Umsatzplus, während bereits jeder fünfte Befragte (19,3 Prozent) eine negative Umsatzentwicklung meldete.

Wie schätzt der Mittelstand vor dem Hintergrund der weiter steigenden Energiekosten die Umsatzentwicklung in den kommenden Monaten ein? Droht der deutschen Wirtschaft tatsächlich eine Rezession?

Die Befragung zeigt, dass die mittelständischen Unternehmen mehrheitlich pessimistisch in die Zukunft blicken. 25,2 Prozent der Befragten rechnen für das kommende halbe Jahr mit sinkenden Umsätzen. Der Anteil der Pessimisten hat sich damit binnen eines Jahres deutlich erhöht (Vorjahr: 9,1 Prozent). Zudem erwarten nur noch 26,0 Prozent der Befragten eine Steigerung des Umsatzvolumens, nachdem im Vorjahr noch 34,7 Prozent der Befragten davon überzeugt waren. So dürfte in den nächsten Monaten ein möglicher Anstieg des (nominalen) Umsatzes häufig allein aufgrund der gestiegenen Angebotspreise entstehen, ohne dass sich die Umsatzentwicklung tatsächlich verbessert.

**Umsatzerwartungen
verdunkeln sich**

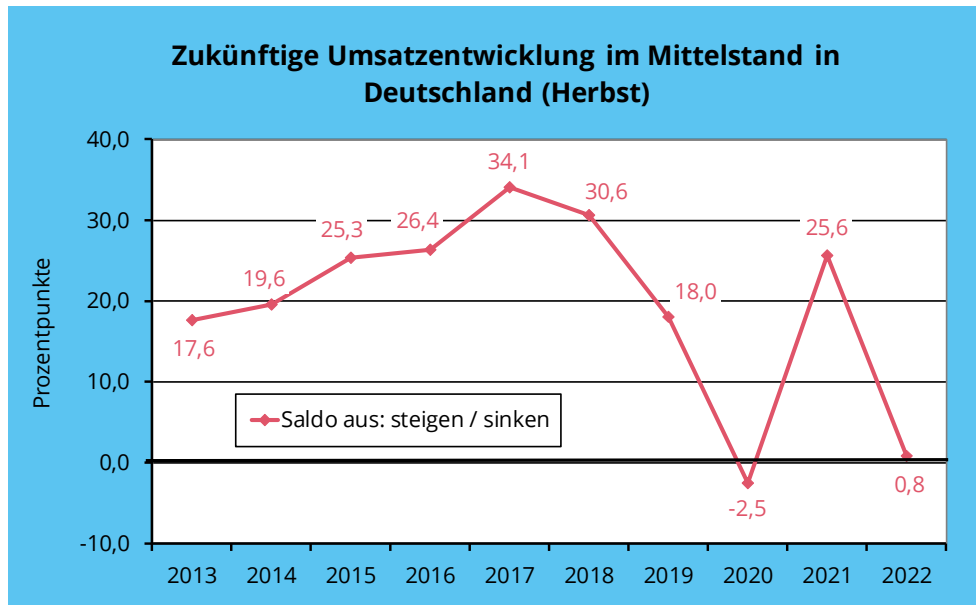
Tab. 8: Umsatzerwartungen im Mittelstand

■	steigend	26,0 (34,7)
	stabil	48,0 (55,0)
	sinkend	25,2 (9,1)

Angaben in % der Befragten, Rest o. A., () = Vorjahresangaben

Der eher pessimistische Blick in die Zukunft wird auch in der Grafik sichtbar. Nachdem im Vorjahr die befragten Unternehmen noch mehrheitlich ein Umsatzplus erwartet hatten (Saldo: plus 25,6 Punkte), halten sich diesmal Optimisten und Pessimisten nahezu die Waage. Ein Umsatzplus im Mittelstand ist zu erwarten, wenn der Saldo klar oberhalb der Nulllinie liegt. Das ist diesmal nicht der Fall. Allerdings waren

die Umsatzerwartungen im Mittelstand in den zurückliegenden Jahren zu anderen Krisenzeiten auch schon negativer – zuletzt im Corona-Jahr 2020 (Saldo: minus 2,5 Punkte) oder im Herbst 2009 im Zuge der damaligen Finanz- und Wirtschaftskrise (Saldo: minus 4,5 Punkte).



Mehrheitlich pessimistisch wird die weitere Umsatzentwicklung insbesondere im Baugewerbe sowie im Handel gesehen. So rechnen im Handel immerhin 36,1 Prozent der Befragten mit sinkenden Umsätzen (Vorjahr: 13,5 Prozent). Im Baugewerbe liegt dieser Anteil bei 26,0 Prozent (Vorjahr: 6,7 Prozent). In beiden Wirtschaftsbereichen übersteigt der Anteil der Pessimisten den Anteil der Optimisten, die ein Umsatzplus erwarten.

Gedrückt ist das Stimmungsbild auch im Verarbeitenden Gewerbe sowie im Dienstleistungsgewerbe, denn deutlich mehr Unternehmen als im Vorjahr erwarten Umsatzrückgänge. Allerdings rechnen noch 26,7 Prozent der Befragten (Verarbeitendes Gewerbe) mit einem steigenden Umsatz im nächsten Halbjahr. Unter den Dienstleistern blicken immerhin 30,0 Prozent der Unternehmen optimistisch in die Zukunft.

Tab. 9: Umsatzerwartungen in den Hauptwirtschaftsbereichen

■	steigend	stabil	sinkend
Verarb. Gewerbe	26,7 (35,7)	47,4 (53,2)	25,1 (9,3)
Baugewerbe	21,6 (36,8)	51,9 (56,0)	26,0 (6,7)
Handel	21,1 (27,7)	42,9 (58,5)	36,1 (13,5)
Dienstleistungen	30,0 (37,2)	49,4 (53,8)	19,3 (7,7)

Angaben in % der Befragten, Rest o. A., () = Vorjahresangaben

2.3 Angebotspreise

Inflation zwingt zu Preisanpassungen

Die Inflation macht auch vor dem Mittelstand nicht halt. Viele Produkte und Dienstleistungen haben sich in den letzten Monaten verteuert. So gaben 71,8 Prozent der Befragten an, dass die Angebotspreise erhöht wurden (Vorjahr: 56,7 Prozent). Die Inflationstendenzen werden auch daran erkennbar, dass vor zwei Jahren (Herbst 2020) nur 16,0 Prozent der Befragten höhere Preise verlangt hatten.

Tab. 10: Angebotspreise im Mittelstand

■	gestiegen	71,8 (56,7)
	stabil	24,1 (41,5)
	gesunken	3,1 (1,7)

Angaben in % der Befragten, Rest o. A., () = Vorjahresangaben

Fast überall sind die Preise zuletzt gestiegen. Am geringsten war der Anteil der Unternehmen, die Preiserhöhungen durchgeführt haben, im Dienstleistungssektor (58,4 Prozent der Befragten) – am höchsten war er im Verarbeitenden Gewerbe (83,0 Prozent). Viele Unternehmen verzeichneten bei Energie, Vorprodukten und Material steigende Kosten, die auf die Kunden umgelegt werden mussten.

Tab. 11: Angebotspreise in den Hauptwirtschaftsbereichen

■	gestiegen	stabil	gesunken
Verarb. Gewerbe	83,0 (66,5)	13,8 (31,2)	2,8 (2,2)
Baugewerbe	81,3 (73,2)	16,3 (25,4)	1,9 (1,4)
Handel	80,1 (71,5)	13,2 (26,9)	6,4 (1,5)
Dienstleistungen	58,4 (35,3)	37,9 (62,8)	1,9 (1,5)

Angaben in % der Befragten, Rest o. A., () = Vorjahresangaben

Die Preise werden voraussichtlich in den kommenden Monaten weiter steigen. Rund zwei Drittel der befragten Unternehmen (67,9 Prozent) planen Preis-erhöhungen. Dieser Anteil liegt nochmals höher als im Vorjahr (57,2 Prozent). Vor allem im Handel dürften die Preise steigen (78,2 Prozent).

Tab. 12: Erwartete Angebotspreise im Mittelstand

■	steigend	67,9 (57,2)
	stabil	27,6 (40,9)
	sinkend	3,3 (1,5)

Angaben in % der Befragten, Rest o. A., () = Vorjahresangaben

Tab. 13: Erwartete Angebotspreise in den Hauptwirtschaftsbereichen

■	steigend	stabil	sinkend
Verarb. Gewerbe	72,9 (68,0)	22,3 (28,6)	4,5 (2,6)
Baugewerbe	70,2 (65,6)	27,4 (32,5)	1,4 (1,9)
Handel	78,2 (64,6)	18,0 (33,5)	3,4 (1,5)
Dienstleistungen	59,1 (43,0)	35,2 (55,9)	3,5 (0,6)

Angaben in % der Befragten, Rest o. A., () = Vorjahresangaben

2.4 Personalsituation

Während der Corona-Krise hatte sich der Fachkräftemangel in vielen Bereichen verschärft. Anders als in früheren Rezessions- und Krisenjahren dürfte der anstehende demografische Wandel das Angebot auf dem Arbeitsmarkt zusätzlich verknappen. Die Unternehmen müssen in den nächsten Monaten und Jahren viele Leistungsträger ersetzen, die altersbedingt in den Ruhestand wechseln. Gleichzeitig sind die jüngeren Alterskohorten deutlich dünner besetzt.

Personalnachfrage noch einmal hoch

In den zurückliegenden Monaten haben nochmals 20,1 Prozent der Unternehmen den Personalbestand aufgestockt. Insbesondere im Verarbeitenden Gewerbe (24,7 Prozent) und im Dienstleistungssektor (22,0 Prozent) legte die Beschäftigung zu. Nachdem sich die Geschäftslage in vielen Dienstleistungsbereichen nach der Aufhebung von Corona-Beschränkungen belebt hatte, wurde die Belegschaft aufgestockt. Erkennbar ist allerdings, dass die mittelständischen Unternehmen nicht mehr so häufig das Personal aufgestockt haben wie im Vorjahr. Damals hatten noch 27,1 Prozent der Befragten den Personalbestand erhöht. Dabei könnte dieser Trend Folge des Mangels an Fachkräften sein, wodurch Unternehmen offene Stellen nicht besetzen konnten.

Jeder achte Befragte (12,6 Prozent) musste mit weniger Personal auskommen als vor sechs Monaten. Baugewerbe und Verarbeitendes Gewerbe haben häufiger als die anderen Bereiche Mitarbeiter verloren. Teilweise sind Arbeitskräfte in andere Wirtschaftssektoren abgewandert.

Tab. 14: Personalbestand im Mittelstand

■	aufgestockt	20,1 (27,1)
	unverändert	67,0 (61,8)
	verkleinert	12,6 (11,0)

Angaben in % der Befragten, Rest o. A., () = Vorjahresangaben

Tab. 15: Personalbestand in den Hauptwirtschaftsbereichen

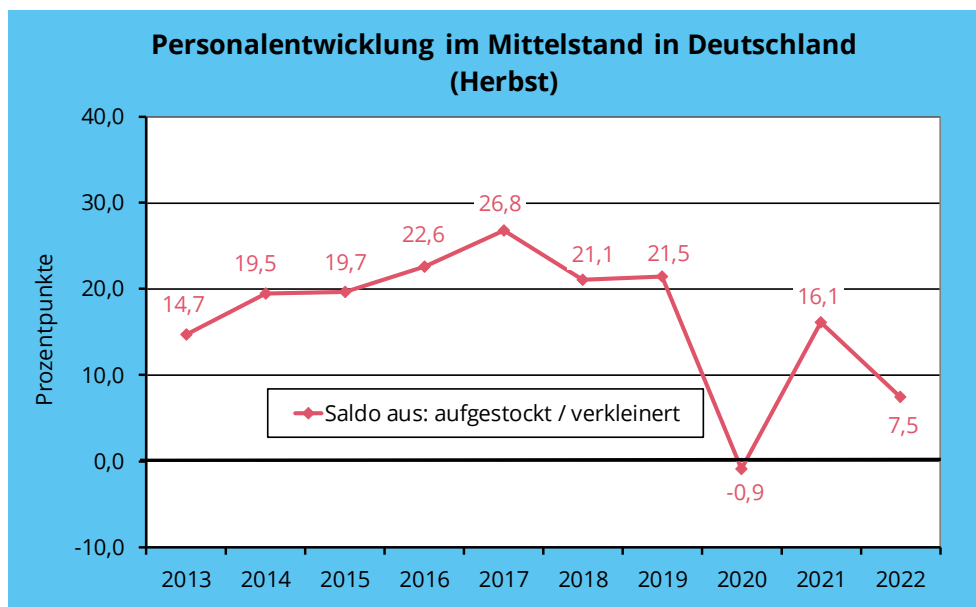
■	aufgestockt	unverändert	verkleinert
Verarb. Gewerbe	24,7 (31,2)	61,5 (57,6)	13,8 (11,2)
Baugewerbe	20,2 (26,3)	65,9 (64,1)	13,9 (9,6)
Handel	12,0 (22,3)	77,1 (66,5)	10,5 (10,8)
Dienstleistungen	22,0 (27,7)	65,0 (60,4)	12,5 (11,6)

Angaben in % der Befragten, Rest o. A., () = Vorjahresangaben

Die Zahl der Arbeitslosen in Deutschland ist trotz der ersten Krisenanzeichen nicht merklich gestiegen. Trotz der wirtschaftlichen und politischen Unsicherheiten zeigte sich der Arbeitsmarkt noch robust, meldete die Bundesagentur für Arbeit Ende August. Die

Zahl der arbeitslos gemeldeten Personen erhöhte sich zwar auf rund 2,5 Millionen, allerdings beinhaltet diese Zahl auch viele Geflüchtete aus den Krisengebieten der Ukraine. Die sozialversicherungspflichtige Beschäftigung erhöhte sich zuletzt sogar leicht, was die Angaben der mittelständischen Unternehmen aus der Konjunkturmfrage stützt.

Der Mittelstand konnte den klar positiven Beschäftigungstrend aus dem Vorjahr jedoch nicht aufrechterhalten, wie die Abbildung zeigt. Per Saldo haben die Unternehmen den Personalbestand erneut aufgestockt, gleichwohl weniger stark als im Vorjahr.



In den kommenden Monaten dürfte die Beschäftigung im Mittelstand noch leicht zulegen. 20,6 Prozent der mittelständischen Unternehmen wollen zusätzliches Personal einstellen. Dieser Anteil liegt aber bei weitem nicht mehr so hoch wie im Vorjahr (28,3 Prozent). Gleichzeitig haben 10,0 Prozent der befragten Unternehmen angegeben, dass sie ihren Personalbestand reduzieren müssen. Einen Personalabbau planen damit doppelt so viele Unternehmen wie im Vorjahr (4,9 Prozent). Das dürfte Anzeichen einer verschlechterten Wirtschaftslage sein.

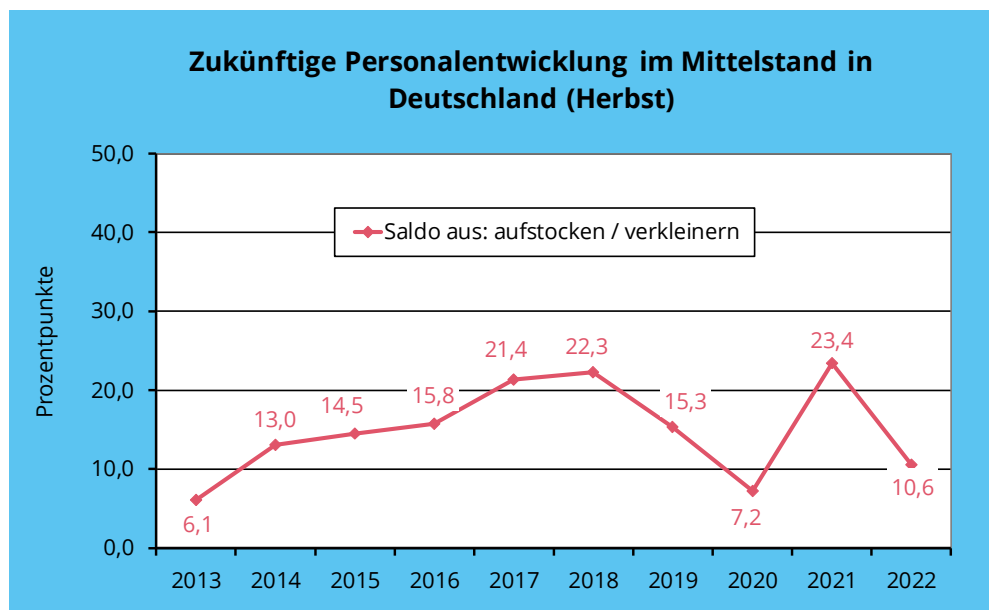
Konjunkturabschwung macht vor Personalbedarf nicht halt

Tab. 16: Zukünftige Entwicklung des Personalbestandes

■	aufstocken	20,6 (28,3)
	unverändert halten	68,7 (66,6)
	verkleinern	10,0 (4,9)

Angaben in % der Befragten, Rest o. A., () = Vorjahresangaben

Nachdem die Beschäftigungserwartungen im Mittelstand im Vorjahr noch sehr optimistisch waren (Saldo: plus 23,4 Punkte), ist der Personalbedarf mittlerweile nicht mehr so hoch. Gleichwohl überwiegt weiterhin der Anteil der Unternehmen, die Personalaufstockungen planen (Saldo: plus 10,6 Punkte). In Bereichen wie dem Baugewerbe, vor allem aber im Handel, möchte ein vergleichsweise hoher Anteil Personalkürzungen vornehmen.



Nochmals hoch ist der Personalbedarf offenbar im Dienstleistungsgewerbe, wo 26,1 Prozent der Befragten aufstocken wollen – es folgt das Verarbeitende Gewerbe mit 25,1 Prozent. Gleichwohl war der Bedarf im Vorjahr noch größer gewesen. Deutlich zurückgenommen wurden die Beschäftigungspläne indes im Handel und im Baugewerbe. Lediglich noch 10,9 bzw. 13,9 Prozent der Unternehmen planen hier, neue Mitarbeiter einzustellen. Besonders pessimistisch ist der Personalbedarf in den kommenden Monaten im Leder-, Textil- und Bekleidungs-gewerbe so-

wie in einzelnen Einzelhandels- und Großhandelssegmenten. In diesen Wirtschaftszweigen dürfte die Beschäftigung eher sinken. Im Bereich Feinmechanik/Optik, in der Elektrotechnik, im Gesundheitswesen und bei den unternehmensnahen Dienstleistern sind hingegen Aufstockungen geplant.

Tab. 17: Zukünftige Entwicklung des Personalbestandes in den Hauptwirtschaftsbereichen

■	aufstocken	unverändert halten	verkleinern
Verarb. Gewerbe	25,1 (29,7)	66,8 (65,4)	7,3 (4,8)
Baugewerbe	13,9 (28,7)	73,6 (66,0)	12,5 (5,3)
Handel	10,9 (20,0)	75,2 (74,6)	13,2 (5,4)
Dienstleistungen	26,1 (31,8)	64,4 (63,0)	8,6 (4,5)

Angaben in % der Befragten, Rest o. A., () = Vorjahresangaben

Tab. 18: Wirtschaftszweige mit dem höchsten/niedrigsten Personalbedarf

■	Saldo aus aufstocken und verkleinern
Feinmechanik/Optik	50,0
Elektrotechnik	41,3
Gesundheitswesen	32,4
unternehmensnahe Dienstleistungen	29,7
Gastgewerbe	23,1
Leder-, Textil- und Bekleidungs-gewerbe	- 13,3
Einzelhandel mit Gebrauchsgütern	- 5,2
Großhandel mit Konsumgütern	- 5,2
Bauhauptgewerbe	- 2,8
Einzelhandel mit Verbrauchsgütern	0,0

Angaben in Prozentpunkten

2.5 Investitionen

Die Investitionsneigung im Mittelstand ist angesichts der Krisenanzeichen spürbar zurückgegangen. Nur noch 46,2 Prozent der Befragten planen ein Investitionsvorhaben. Vor einem Jahr war es noch gut die Hälfte der Befragten (51,6 Prozent). Damit rutscht die Investitionsbereitschaft zurück auf Werte, die während der Corona-Zeit 2020 gemessen wurden.

Investitionsbereitschaft unter Druck

Tab. 19: Investitionsbereitschaft im Mittelstand in den letzten zehn Jahren

■	2013	47,4
	2014	49,6
	2015	51,0
	2016	51,2
	2017	52,7
	2018	53,1
	2019	51,4
	2020	45,5
	2021	51,6
	2022	46,2

Angaben in % der Befragten

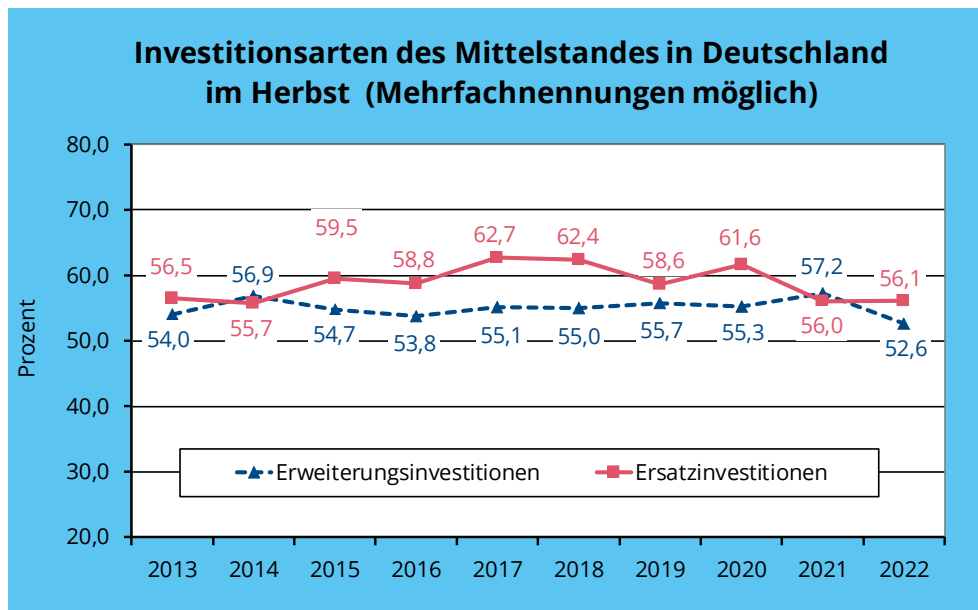
Tab. 20: Art der Investitionen

■	Erweiterung	52,6 (57,2)
	Rationalisierung	28,4 (18,0)
	Ersatz	56,1 (56,0)

Angaben in % der Befragten (Mehrfachnennungen möglich),
Investitionswillige = 100, () = Vorjahresangaben

Rationalisierungsinvestitionen gewinnen an Bedeutung

Stärker als im Vorjahr sind bei den kleinen und mittleren Unternehmen Rationalisierungsinvestitionen vorgesehen (28,4 Prozent). Gut jeder Zweite, der investieren will, plant, die Kapazitäten zu erweitern. Dieser Anteil erreichte damit nicht mehr den hohen Vorjahreswert (57,2 Prozent). Ersatzinvestitionen stehen bei 56,1 Prozent der Befragten auf der Tagesordnung. Das entspricht weitgehend dem Vorjahresstand. Das Verhältnis von Ersatz- zu Erweiterungsinvestitionen hat sich damit wieder zu Gunsten der Ersatzinvestitionen gedreht, nachdem im Vorjahr erstmals seit Jahren vorrangig Erweiterungen geplant waren. Die aufziehenden dunklen Wolken einer möglichen Wirtschaftsrezession im Winterhalbjahr 2022/2023 hat den mittelständischen Unternehmen offenbar die Investitionspläne verhagelt.



Tab. 21: Gründe für gescheiterte Investitionsvorhaben

■	
unsichere wirtschaftliche Aussichten	45,0 (44,5)
keine Notwendigkeit	41,9 (41,2)
Inflation/Teuerung	30,0 (k. A.)
Corona-Lage	16,9 (19,8)
eingeschränkte/fehlende Finanzmittel	16,1 (14,2)
Ukraine-Krieg	14,5 (3,5)

Angaben in % der Befragten (Mehrfachnennungen möglich),
() = Frühjahr 2022

Aus welchen Gründen scheitern in der aktuellen Situation Investitionsvorhaben? Wenig überraschend sind vielen Unternehmen (45,0 Prozent) die wirtschaftlichen Aussichten derzeit zu unsicher. Daran hat sich gegenüber dem Frühjahr 2022, als diese Frage schon einmal Teil des Fragenkatalogs war, wenig geändert. Etwas abgemildert haben sich die Einschränkungen der Corona-Lage auf die Investitionsneigung (16,9 Prozent). Der seit Februar 2022 anhaltende Krieg in der Ukraine hat mittlerweile einen erheblich stärkeren negativen Einfluss auf die Investitionsentscheidungen der deutschen Wirtschaft. Jeder siebte Befragte sieht darin die Ursache für ein gescheitertes Investitionsvorhaben. Fehlende Finanzmittel haben als Hemmnis der Investitionstätigkeit an Bedeutung hinzugewonnen. In dieser Aussage dürfte sich die Zinswende

**Ukraine-Krieg belastet die
Investitionsplanungen**

niederschlagen, die auch Fremdkapital wieder verteuert. Die aktuell hohe Inflationsrate ist für 30,0 Prozent der Befragten ein Grund für das Scheitern von Investitionsplänen.

Tab. 22: Investitionsbereitschaft in den Hauptwirtschaftsbereichen

■	Verarb. Gewerbe	53,4 (56,5)
	Baugewerbe	46,2 (45,0)
	Handel	42,9 (47,7)
	Dienstleistungen	44,4 (54,0)

Angaben in % der Befragten, () = Vorjahresangaben

Dienstleister lassen die Finger von Investitionen

Gegen den Trend war die Investitionsneigung im Baugewerbe etwas höher als vor Jahresfrist. 46,2 Prozent der Befragten wollen investieren, 45,0 Prozent waren es im Vorjahr. Schon deutlich betroffen von der Energiekrise zeigt sich die Investitionsbereitschaft dagegen im Dienstleistungsgewerbe. Die Quote der Investitionswilligen sinkt um rund 10 Prozentpunkte auf 44,4 Prozent. Die höchste Investitionsneigung besteht derzeit im Verarbeitenden Gewerbe – 53,4 Prozent der Befragten wollen hier investieren.

Trotz der insgesamt gesunkenen Investitionsneigung im Mittelstand wollen 41,2 Prozent der investitionsbereiten Firmen ihr Investitionsbudget aufstocken. Jeder Sechste (16,0 Prozent) plant weniger Mittel für Investitionen ein. Es dürfte auch deshalb weniger Geld fließen, weil Investitionsgüter teurer geworden sind.

Tab. 23: Finanzmittel für Investitionen in den Hauptwirtschaftsbereichen

■		erhöhen	nicht verändern	reduzieren
	Verarb. Gewerbe	47,7 (23,8)	34,8 (63,6)	15,2 (10,4)
	Baugewerbe	35,4 (17,2)	47,9 (77,5)	16,7 (5,3)
	Handel	43,9 (20,0)	36,8 (70,8)	19,3 (7,7)
	Dienstleistungen	38,6 (21,7)	46,9 (69,0)	14,5 (8,2)
	Gesamt	41,2 (21,0)	42,3 (69,7)	16,0 (8,1)

Angaben in % der Befragten, Rest: o. A.

■ 3 Die Finanzierungssituation des Mittelstandes

3.1 Ertragslage

Nach einer kurzen Erholungsphase gerät die Ertragslage im Mittelstand schon wieder unter Druck. Nach dem Ende der Corona-Beschränkungen zeigten sich im Vorjahr zunächst Erholungseffekte und die Ertragslage besserte sich. Mittlerweile machen aber die steigenden Kosten vielen Unternehmen einen Strich durch die Rechnung. Gerade mal ein Fünftel der Befragten (19,2 Prozent) meldete im Herbst 2022 steigende Erträge – im Vorjahr waren es 26,8 Prozent. Zudem verzeichnete jeder Dritte (32,5 Prozent) Einbußen: Vor einem Jahr mussten lediglich 19,4 Prozent der Befragten rückläufige Erträge hinnehmen.

Erholung bei den Erträgen schon wieder vorbei

Tab. 24: Ertragslage im Mittelstand

■	gestiegen	19,2 (26,8)
	stabil	47,5 (53,4)
	gesunken	32,5 (19,4)

Angaben in % der Befragten, Rest o. A., () = Vorjahresangaben

Insbesondere der Handel und das Verarbeitende Gewerbe verzeichneten eine spürbare Verschlechterung der Ertragslage. 39,5 Prozent (Handel) bzw. 36,0 Prozent (Verarbeitendes Gewerbe) der Befragten berichteten von gesunkenen Erträgen. Dieser Anteil lag deutlich über den Vorjahreswerten. Auch im Dienstleistungsgewerbe wurden vermehrt wieder rückläufige Erträge verzeichnet (30,5 Prozent). Zum Vergleich: Im Vorjahr waren 14,0 Prozent der Unternehmen davon betroffen. Ähnlich war die Entwicklung im Baugewerbe.

Tab. 25: Ertragslage in den Hauptwirtschaftsbereichen

■	gestiegen	stabil	gesunken
Verarb. Gewerbe	19,0 (23,8)	44,9 (48,3)	36,0 (27,1)
Baugewerbe	16,8 (26,8)	58,7 (55,0)	24,0 (18,2)
Handel	17,7 (29,2)	42,5 (48,8)	39,5 (21,9)
Dienstleistungen	21,0 (27,1)	46,9 (58,3)	30,5 (14,0)

Angaben in % der Befragten, Rest o. A., () = Vorjahresangaben

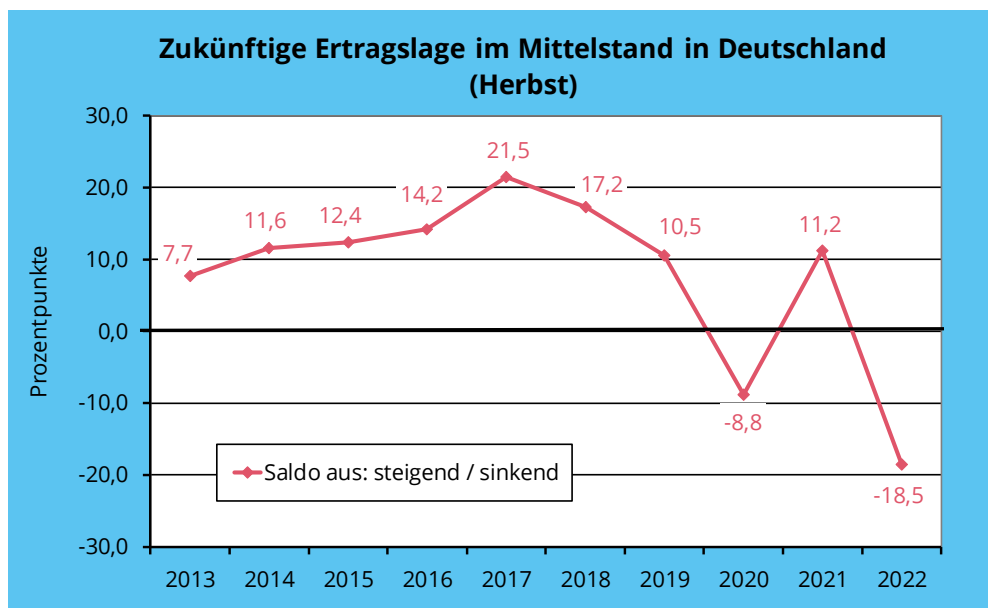
Ertragserwartungen so schlecht wie seit 2009 nicht mehr

Aufgrund der spürbar verschlechterten Rahmenbedingungen sind die Mittelständler in Bezug auf die weitere Ertragsentwicklung skeptisch. Ein Drittel (33,7 Prozent) rechnet mit Ertragseinbußen in den kommenden Monaten. Im Vorjahr waren die Unternehmen deutlich zuversichtlicher. Damals hatten nur 13,5 Prozent der Befragten sinkende Erträge erwartet. An steigende Erträge glauben lediglich 15,2 Prozent der Unternehmen. Somit rutschte der Saldo der künftigen Ertragslage auf minus 18,5 Punkte. Das ist der schlechteste Wert seit Herbst 2009.

Tab. 26: Zukünftige Ertragslage

■	steigend	15,2 (24,7)
	stabil	50,2 (61,5)
	sinkend	33,7 (13,5)

Angaben in % der Befragten, Rest o. A., () = Vorjahresangaben



Deutlich zu spüren ist der Pessimismus im Handel und im Verarbeitenden Gewerbe. So rechnen im Handel 41,0 Prozent mit rückläufigen Erträgen. Im Verarbeitenden Gewerbe sind es mit 38,1 Prozent kaum weniger. Unternehmen, die steigende Erträge erwarten, sind in allen Wirtschaftsbereichen deutlich in der Minderheit. Unter den Unternehmen aus dem Baugewerbe rechnen beispielsweise nur 11,1 Pro-

zent mit einer Verbesserung der Ertragslage. Im Handel sind lediglich 11,3 Prozent der Befragten optimistisch.

Tab. 27: Ertragserwartungen in den Hauptwirtschaftsbereichen

■	steigend	stabil	sinkend
Verarb. Gewerbe	16,2 (19,3)	45,3 (62,8)	38,1 (17,5)
Baugewerbe	11,1 (29,2)	56,3 (58,4)	32,2 (12,4)
Handel	11,3 (18,5)	47,4 (64,2)	41,0 (17,3)
Dienstleistungen	18,5 (29,2)	51,6 (60,6)	28,4 (9,5)

Angaben in % der Befragten, Rest o. A., () = Vorjahresangaben

3.2 Eigenkapitalsituation des Mittelstandes

Während der Corona-Pandemie mussten viele kleine und mittlere Unternehmen Eigenkapital opfern, um über die Runden zu kommen. Die Zahl der eigenkapitalstarken Unternehmen nahm folglich ab. Mittlerweile hat sich die Lage wieder gebessert. Der Anteil der Unternehmen, die über eine Eigenkapitalquote von mehr als 30 Prozent verfügen, ist auf 34,2 Prozent gestiegen. Gleichzeitig weisen aber wieder mehr Unternehmen eine zu niedrige Eigenkapitalquote von unter 10 Prozent auf. 27,0 Prozent der befragten Unternehmen melden aktuell eine solch niedrige Eigenkapitalquote (Vorjahr: 25,8 Prozent). In dieser Entwicklung dürften sich die enormen Kostensteigerungen spiegeln, die nicht vollumfänglich und unmittelbar an die Kunden weitergegeben werden können. Die markante Verschlechterung der Ertragslage im Mittelstand hatte diese Trendwende bereits angedeutet.

Energiekrise belastet Erträge und Eigenkapital

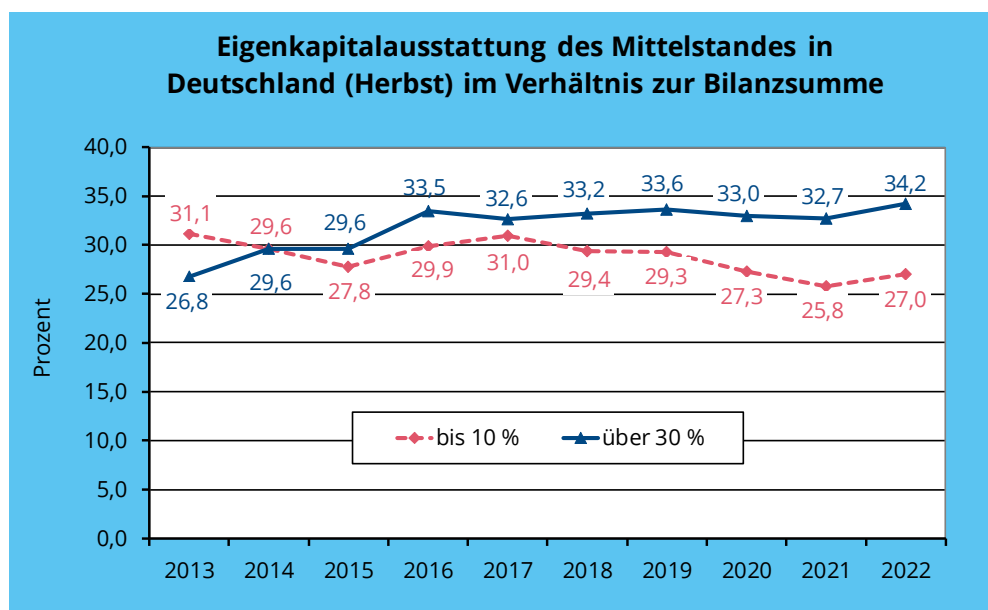
Unverkennbar dürfte die aktuelle Energiekrise die „Bestandsfestigkeit“ der mittelständischen Unternehmen belasten. Der Erholungseffekt nach dem Auslaufen der Corona-Krise wird vielfach nicht ausreichen haben, um die damals entstandenen Lücken beim Eigenkapital wieder aufzufüllen. Zwar wird die Regierung erneut Hilfsprogramme auflegen, um in Not geratene Unternehmen aufzufangen, gleichwohl

ist wahrscheinlich, dass die Insolvenzentwicklung ansteigt und Unternehmen aufgeben müssen.

Tab. 28: Eigenkapitalausstattung des Mittelstandes im Verhältnis zur Bilanzsumme

■	bis 10%	27,0 (25,8)
	bis 20%	22,5 (21,0)
	bis 30%	16,4 (20,4)
	über 30%	34,2 (32,7)

Angaben in % der Befragten, () = Vorjahresangaben



Erosion der Eigenkapitalquoten im Verarbeitenden Gewerbe

Verschlechtert hat sich die Eigenkapitalquote aktuell vor allem im Verarbeitenden Gewerbe. 30,3 Prozent der befragten Unternehmen besitzen hier eine Eigenkapitalquote von weniger als 10 Prozent. Im Vorjahr traf das lediglich auf 20,3 Prozent der Befragten zu. In den übrigen Wirtschaftsbereichen nahm der Anteil der eigenkapitalschwachen Unternehmen hingegen ab (Baugewerbe, Handel) oder blieb in etwa unverändert (Dienstleistungsgewerbe). Ein ähnliches Bild zeigt die Entwicklung bei den Unternehmen mit einer hohen Eigenkapitalquote. Auch hier büßt vor allem das Verarbeitende Gewerbe an Boden ein. Der Anteil der Unternehmen mit einer Eigenkapitalquote von mehr als 30 Prozent verringerte sich hier von 43,1 auf nur noch 36,8 Prozent. Baugewerbe und Handel beispielsweise zeigen dagegen eine Verbesserung.

Tab. 29: Eigenkapitalquoten in den Hauptwirtschaftsbereichen

■	bis 10%	bis 20%	bis 30%	über 30%
Verarb. Gew.	30,3 (20,3)	19,2 (15,9)	13,7 (20,7)	36,8 (43,1)
Baugewerbe	26,8 (31,7)	26,8 (24,2)	19,5 (22,0)	26,8 (22,0)
Handel	23,8 (25,4)	15,7 (20,4)	19,4 (19,6)	41,1 (34,6)
Dienstleist.	27,0 (26,7)	26,0 (23,0)	14,9 (20,0)	32,1 (30,4)

Angaben in % der Befragten, () Vorjahresangaben

3.3 Zahlungsverhalten der Kunden des Mittelstandes

Das Zahlungsverhalten der Kunden des Mittelstandes zeigt bislang keine größeren Einschnitte. Der Anteil der Unternehmen, die innerhalb von 30 Tagen an das Geld für eine erbrachte Leistung kommen, liegt bei 92,0 Prozent (Privatkunden). Das entspricht weitgehend dem Vorjahreswert (91,3 Prozent). Längere Forderungslaufzeiten sind nach wie vor selten. Gleichwohl berichteten mehr Unternehmen aus dem Verarbeitenden Gewerbe, dass sie länger als drei Monate auf ihr Geld warten müssen (1,7 Prozent; Vorjahr: 0,5 Prozent).

Forderungsausfälle steigen wieder

Tab. 30: Forderungslaufzeiten in den Hauptwirtschaftsbereichen

■	bis 30 Tage	bis 60 Tage	bis 90 Tage	über 90 Tage
Verarb. Gew.	89,7 (84,0)	7,4 (12,3)	1,1 (3,1)	1,7 (0,5)
Baugewerbe	91,8 (93,1)	7,3 (4,7)	0,6 (0,8)	0,3 (1,4)
Handel	94,1 (94,5)	4,9 (4,3)	1,0 (1,0)	0,0 (0,2)
Dienstleist.	92,1 (92,5)	5,7 (6,2)	1,2 (0,9)	1,0 (0,5)
Gesamt	92,0 (91,3)	6,2 (6,7)	1,1 (1,4)	0,8 (0,6)

Angaben in % der Befragten, () = Vorjahresangaben

Der Trend eines sich leicht verschlechternden Zahlungsverhaltens, den einige Wirtschaftsbereiche bereits spüren, spiegelt sich bei den Forderungsausfällen. 6,9 Prozent der Befragten meldeten größere Forderungsverluste von mehr als 1,0 Prozent des Jahresumsatzes. Der Anteil der Betroffenen erhöhte sich somit gegenüber der Vorjahresbefragung (5,8 Pro-

zent). Meist waren die Forderungsausfälle eher gering. So verzeichneten beispielsweise 32,3 Prozent der Befragten Zahlungsausfälle von unter 0,1 Prozent ihres Umsatzes. Ohne jegliche Forderungsverluste blieb nur jedes dritte Unternehmen (33,8 Prozent).

Tab. 31: Durchschnittliche Forderungsverluste in Prozent zum Umsatz

■	bis 0,1	32,3 (35,7)
	bis 0,5	16,3 (15,5)
	bis 1,0	9,0 (6,9)
	über 1,0	6,9 (5,8)
	keine Verluste	33,8 (33,3)

Angaben in % der Befragten, Rest o. A., () = Vorjahresangaben

■ 4 **Sonderthema: Aktuelle Herausforderungen für den Mittelstand**

Worin sieht der Mittelstand die größten Herausforderungen im weiteren Jahresverlauf? Wo gibt es Veränderungen gegenüber der Situation im Frühjahr?

Thema des Jahres 2022: Energiekosten

Aus Sicht der mittelständischen Unternehmen sind die Energiekosten das beherrschende Thema (80,6 Prozent). Weitere Themen sind die hohe Inflationsrate (73,0 Prozent), gefolgt vom Fachkräftemangel (63,2 Prozent). Dabei zeigt der Vergleich zum Frühjahr, dass die Bedeutung der Energiepreise stark zugenommen hat. Auch der Krieg im Osten Europas wird stärker als noch im Frühjahr als wichtiger Einflussfaktor wahrgenommen (32,5 Prozent; Frühjahr 2022: 4,0 Prozent). Andere Themen wie der digitale Wandel und der Bürokratieabbau haben vor dem Hintergrund der aktuellen Probleme hingegen an Bedeutung verloren.

Schon länger virulente Themen wie die Lieferkettenproblematik werden überdurchschnittlich oft von den Unternehmen aus dem Verarbeitenden Gewerbe und dem Baugewerbe genannt. Der Handel sieht stärker als andere Wirtschaftsbereiche die Infla-

tion als wichtigstes Thema in diesem Jahr. Die Digitalisierung wird überdurchschnittlich oft von den Unternehmen aus dem Handel und dem Dienstleistungssektor hervorgehoben, während der Arbeitskräftemangel im Baugewerbe am häufigsten ein Thema ist.

Tab. 32: Wichtigste Themen für den Mittelstand im Jahr 2022

■	
Energiekosten	80,6 (3,2)
Inflation/Teuerungsrate	73,0 (71,8)
Fachkräfte-/Personalmangel	63,2 (65,8)
Stabilität der Lieferketten	62,5 (69,7)
Ukraine-Krieg	32,5 (4,0)
Bürokratieabbau	30,0 (28,2)
Digitalisierung	22,1 (26,1)
Umwelt	15,9 (18,1)

Angaben in % der Befragten (Mehrfachnennungen möglich),
() = Frühjahr 2022

Die anhaltend hohe Inflationsrate betrachtet etwa die Hälfte der befragten Unternehmen (50,8 Prozent) als Gefahr für die finanzielle Stabilität. Gleichwohl scheint sich der Mittelstand mit Teuerungsraten von knapp 10 Prozent in Deutschland arrangiert zu haben. Im Frühjahr dieses Jahres hatten noch 53,1 Prozent der Befragten negative Auswirkungen aufgrund der Inflationstendenzen befürchtet. Dabei dürfte eine Rolle gespielt haben, dass diese Situation damals vergleichsweise neu für die Unternehmen war. Die Weitergabe der steigenden Einkaufspreise war unsicher. Nunmehr liegen mehr Erfahrungswerte vor, die eine bessere Einschätzung dieser Frage ermöglichen.

■ 5 Zusammenfassung

Hohe Inflationsraten und die Preisexplosion bei der Energie belasten zunehmend die mittelständischen Unternehmen. Das Geschäftsklima im Mittelstand hat sich im Vergleich zum Vorjahr spürbar verschlechtert. Der Creditreform Geschäftsklimaindex

(CGK), der auf den Antworten von mehr als 1.200 befragten Unternehmen beruht, verlor gut 22 Zähler und notiert nur noch bei plus 3,1 Punkten (Vorjahr: plus 25,2 Punkte). Ähnlich markant war der Rückgang im Corona-Jahr 2020 gewesen.

Die Auftrags- und Umsatzlage in den zurückliegenden Monaten zeigt ein ambivalentes Bild. Einerseits sind unverkennbar Krisenanzeichen zu erkennen, andererseits waren zum Teil nochmals positive Entwicklungen zu verzeichnen. Die Energiekrise ist noch nicht vollumfänglich auf die Geschäftslage im Mittelstand durchgeschlagen. So meldete gut ein Drittel der Befragten (34,1 Prozent) noch einmal ein Umsatzplus. Das ist gleichwohl ein geringerer Anteil als im Vorjahr (42,5 Prozent). 21,0 Prozent der befragten Unternehmen verzeichneten Umsatzeinbußen – eine deutlich stärkere Betroffenheit als im Vorjahr (12,6 Prozent). Bei den Auftragseingängen verzeichneten die Unternehmen schon mehrheitlich eine Verschlechterung. Nur 23,6 Prozent der Befragten verbuchten steigende Auftragsbestände (Vorjahr: 38,2 Prozent), 25,2 Prozent – und damit jeder vierte Befragte – meldete einen Rückgang der Aufträge (Vorjahr: 12,0 Prozent). Dieser Negativtrend zeigt sich besonders im Handel.

Das Personal haben die mittelständischen Unternehmen trotz der gestiegenen Unsicherheiten im letzten halben Jahr aufgestockt. Die Einstellungsbereitschaft war aber geringer als in der Vorjahresumfrage. 20,1 Prozent der Befragten haben den Personalbestand erhöht (Vorjahr: 27,1 Prozent). Bei 12,6 Prozent der Unternehmen ist die Zahl der Mitarbeiter zurückgegangen (Vorjahr: 11,0 Prozent). Bisher überwiegt weiterhin der Mangel beim Fachkräfteangebot.

Noch stärker als die Lageeinschätzungen bei Aufträgen, Umsätzen und Personal haben sich die Geschäftserwartungen im Mittelstand verschlechtert. Vielfach blicken die befragten Unternehmen pessimistisch in die Zukunft. Nur noch jeder siebte Befragte (14,7 Prozent) rechnet zukünftig mit steigenden Auftragseingängen – im Vorjahr waren es noch

28,9 Prozent. Mehr als jeder Vierte (26,0 Prozent) erwartet in den nächsten Monaten weniger Aufträge. Der Anteil der Pessimisten, die mit einem Auftragsrückgang rechnen, überwiegt damit. Die Umsatzerwartungen im Mittelstand haben sich im Vergleich zum Vorjahr deutlich eingetrübt. Auch wenn 26,0 Prozent der Befragten steigende Umsätze erwarten, so dürfte das vorrangig auf den nominalen Umsatz bezogen sein und oftmals in den Preissteigerungen infolge der Inflation begründet liegen. Der zunehmende Pessimismus unter den Mittelständlern zeigt sich darin, dass 25,2 Prozent der Befragten mit einem Umsatzrückgang rechnen. Das ist ein spürbar höherer Anteil als im Vorjahr (9,1 Prozent).

Auch die Investitionsbereitschaft ist stark zurückgegangen. Nachdem im Vorjahr noch 51,6 Prozent der Befragten ein Investitionsvorhaben planten, ist dieser Anteil auf 46,2 Prozent gesunken. Stärker als im Vorjahr sind Rationalisierungsinvestitionen geplant, während Kapazitätserweiterungen seltener vorgesehen sind. Bei den Ursachen für unterlassene Investitionen dominieren die derzeit unsicheren wirtschaftlichen Perspektiven.

Zwar sind im Mittelstand auch in den kommenden Monaten Personaleinstellungen geplant – 20,6 Prozent der Befragten wollen aufstocken –, allerdings ist das ein geringerer Anteil als im Vorjahr (28,3 Prozent). Jedes zehnte Unternehmen will Personal abbauen (Vorjahr: 4,9 Prozent). Überdurchschnittlich häufig äußerten Handel und Baugewerbe Pläne für eine Verkleinerung der Belegschaft.

Deutlich negativer als im Vorjahr stellt sich die Ertragslage im Mittelstand dar. Nachdem die Wirtschaft nach den Lockdowns wieder angelaufen war, waren die Verbesserungen nur von kurzer Dauer. Aktuell verhagelt die Energiekrise den Unternehmen die Ertragsbilanz. So meldete jedes dritte Unternehmen (32,5 Prozent) einen Rückgang der Erträge (Vorjahr: 19,4 Prozent). Eine Verbesserung der Ertragslage verbuchten diesmal 19,2 Prozent. In den kommenden

Monaten droht eine weitere Verschlechterung der Ertragslage. 33,7 Prozent der Befragten rechnen mit Einbußen bei den Erträgen (Vorjahr: 13,5 Prozent).

In der kurzen Phase des wirtschaftlichen Aufschwungs nach der Corona-Zeit dürften die damals entstandenen Einschnitte bei Kapitalrücklagen und Eigenkapitalquoten nicht wieder aufgefüllt worden sein. Nun droht infolge der Energiekrise der nächste Härte-test. Aktuell sind die Eigenkapitalquoten vor allem im Verarbeitenden Gewerbe unter Druck gekommen. Im Mittelstand insgesamt hat sich der Anteil der eigenkapitalschwachen Firmen (Eigenkapitalquote unter 10 Prozent) dadurch auf 27,0 Prozent erhöht (Vorjahr: 25,8 Prozent). Mehr als ein Drittel der mittelständischen Unternehmen (34,2 Prozent) verfügt über eine vergleichsweise hohe Eigenkapitalquote von über 30 Prozent. Dieser Anteil konnte zuletzt zulegen (Vorjahr: 32,7 Prozent).

Die Forderungslaufzeiten blieben im Mittelstand weitgehend unverändert. Erste Eintrübungen beim Zahlungsverhalten der Kunden zeigen sich gleichwohl durch den leichten Anstieg der Zahlungsausfälle. 6,9 Prozent der Befragten (Vorjahr: 5,8 Prozent) mussten in den letzten Monaten Zahlungsausfälle von mehr als 1,0 Prozent ihres Umsatzes hinnehmen. Ein Drittel der Befragten (33,8 Prozent) blieb von Forderungsausfällen gänzlich verschont.

Das Hauptthema des Jahres 2022 sind die Energiepreise. Auch der Mittelstand spürt zunehmend die Auswirkungen der zum Teil enormen Preissteigerungen. Gegenüber dem Frühjahr hat sich die Wahrnehmung der Unternehmen stark auf das Energiethema gewandelt. Auch der Krieg in der Ukraine beschäftigt die Unternehmen weitaus stärker als noch im Frühjahr. Außerdem im Fokus stehen Lieferschwierigkeiten und Materialmangel, von dem sehr viele Unternehmen betroffen sind. Auch der Fachkräftemangel ist und bleibt für die Mehrheit der Befragten ein Hemmnis. Wie bereits in der Frühjahrsbefragung sieht die mittelständische Wirtschaft in den starken

Preissteigerungen eine Bedrohung für die Unternehmensstabilität. Die Zahl der Befragten, die hierdurch eine Gefahr für ihr Geschäftsmodell sehen, ist zuletzt aber etwas geringer geworden (50,8 Prozent; Frühjahr 2022: 53,1 Prozent).

■ 6 Basis der Untersuchung

Die vorliegende Untersuchung schließt sich der überwiegenden wissenschaftlichen Lehre an, die bei einer Definition des Mittelstandes auf die Mitarbeiterzahl abstellt (nicht mehr als 500 Beschäftigte) und eine Umsatzgröße von nicht mehr als 50 Mio. Euro zulässt. Entscheidend für die Definition kleiner und mittlerer Unternehmen ist darüber hinaus die „Personaleinheit“ von Geschäftsführer und Inhaber. Bei der Selektion der für die Umfrage repräsentativen Unternehmen wurde auf dieses Merkmal geachtet. Weiterhin wurde darauf geachtet, dass keine Tochterunternehmen von Großunternehmen erscheinen.

Tab. 33: Anzahl der befragten Unternehmen

■	Verarbeitendes Gewerbe	247
	Bau	208
	Handel	266
	Dienstleistungen	514
	Gesamt	1.235

Folgende Branchen haben sich an der Umfrage beteiligt:

Verarbeitendes Gewerbe

- Chemische Industrie (einschl. Kunststoff-, Gummi- und Asbestverarbeitung)
- Gewinnung und Verarbeitung von Steinen und Erden; Feinkeramik und Glasgewerbe
- Eisen- und NE-Metallerzeugung und -verarbeitung, Gießerei und Stahlverformung sowie Stahlbau
- Maschinenbau
- Fahrzeugbau
- Elektrotechnik

- Feinmechanik/Optik
- Herstellung von EBM-Waren, Möbeln, Musikinstrumenten, Sportgeräten, Spiel- und Schmuckwaren
- Holz-, Papier- und Druckgewerbe
- Leder-, Textil- und Bekleidungs-gewerbe
- Nahrungs- und Genussmittelgewerbe

Baugewerbe

- Bauhauptgewerbe
- Ausbau- und Bauhilfsgewerbe

Handel

- Großhandel mit Investitionsgütern
- Großhandel mit Konsumgütern
- Einzelhandel mit Gebrauchsgütern
- Einzelhandel mit Verbrauchsgütern

Dienstleistungen

- Verkehr und Nachrichtenübermittlung
- Kredit- und Versicherungsgewerbe
- Grundstücks- und Wohnungswesen, Vermietung beweglicher Sachen
- Datenverarbeitung und Datenbanken
- Forschung und Entwicklung
- Gastgewerbe
- unternehmensnahe Dienstleistungen
- sonstige persönliche und konsumnahe Dienstleistungen

Tab. 34: Rechtsformen der befragten Unternehmen

■	Einzelkaufmann	17,2
	OHG	0,5
	KG	1,8
	GmbH & Co. KG	14,3
	GmbH	61,0
	AG	1,6
	Sonstige	3,3

Angaben in % der Befragten, Rest o. A.

Tab. 35: Sitz des Unternehmens

■	Baden-Württemberg	13,0
	Bayern	11,7
	Bremen	0,9
	Hamburg	1,6
	Hessen	10,4
	Niedersachsen	11,4
	Nordrhein-Westfalen	23,6
	Rheinland-Pfalz	4,4
	Saarland	1,5
	Schleswig-Holstein	3,7
	Berlin	2,3
	Brandenburg	2,5
	Mecklenburg-Vorpommern	1,2
	Sachsen	5,3
	Sachsen-Anhalt	3,6
	Thüringen	2,9

Angaben in % der Befragten

Tab. 36: Anzahl der Beschäftigten

■	1 – 5	20,5
	6 – 10	19,7
	11 – 20	19,6
	21 – 50	21,2
	51 – 100	9,6
	101 – 250	6,1
	251 – 500	2,8

Angaben in % der Befragten

Verantwortlich für den Inhalt:

Creditreform Wirtschaftsforschung
Hammfelddamm 13, D - 41460 Neuss
Leitung: Patrik-Ludwig Hantzsch
Telefon: (02131) 109-172
E-Mail: p.hantzsch@verband.creditreform.de
Internet: www.creditreform.de

Alle Rechte vorbehalten

© 2022, Verband der Vereine Creditreform e.V.,
Hammfelddamm 13, 41460 Neuss

Ohne ausdrückliche Genehmigung des Verbandes der Vereine Creditreform e.V. ist es nicht gestattet, diese Untersuchung/Auswertung oder Teile davon in irgendeiner Weise zu vervielfältigen oder zu verbreiten. Lizenzangaben sind nach Vereinbarung möglich. Ausgenommen ist die journalistische und wissenschaftliche Verbreitung.

Neuss, 12. Oktober 2022