



BAROMETER 2009 FÜR DAS FORDERUNGSMANAGEMENT DER EUROPÄISCHEN UNTERNEHMEN

DEUTSCHLAND

- Sonderbericht

Nr. 0801011

Dezember 2008

2, rue de Choiseul – CS 70215 – 75086 Paris cedex 02
Tel.: (33) **01 44 94 40 00** – Fax: (33) 01 44 94 40 01
www.csa.eu

EINLEITUNG

	S.3
Kontext und Ziele der Studie	S.4
Verfahren	S.5
Stichprobenstruktur	S.7

DIE ERGEBNISSE IM ÜBERBLICK

S.11

DIE ERGEBNISSE IM DETAIL

S.12

1 - Das Kundenportfolio der Unternehmen	S.13
2 - Finanzielle Sicherheit und wirtschaftliche Entwicklung der Unternehmen	S.19
3 - Forderungsmanagement der Unternehmen	S.55
4 - Zahlungsfristen	S.69
5 - Beitreibung	S.73
6 - Der Finanzierungsbedarf der Unternehmen	S.81
7 - Factoring	S.87

EINLEITUNG

KONTEXT UND ZIELE DER STUDIE

EUROFACTOR, Unternehmenspartner für Forderungsmanagement, führte 1998 in Zusammenarbeit mit der frz. Vereinigung der Forderungsmanager und Consultants „Association Française des Crédit Managers et Conseils“ (AFDCC) ein Forderungsmanagement-Barometer ein, das ursprünglich auf Frankreich ausgerichtet war und seit 2001 europaweit Anwendung findet.

Dieses Barometer soll EUROFACTOR nicht nur nützliche Marktinformationen über die Unternehmenspraktiken in Bezug auf das Management ihrer Kundenkonten liefern, sondern auch die Gelegenheit bieten, den Bekanntheitsgrad und das Image des Unternehmens EUROFACTOR in einer institutionellen Perspektive aufzuwerten.

Es deckt klein- und mittelständische Betriebe zwischen 6 und 500 Beschäftigten in Belgien, Spanien, Frankreich, Italien, Portugal und Großbritannien und Betriebe zwischen 6 bis 1000 Beschäftigten in Deutschland ab.

Hauptthemen sind die wirtschaftliche und finanzielle Situation der Unternehmen, die Merkmale der Kundenportfolios, Praktiken in Bezug auf Zahlungsfristen, die Entwicklung dieser Praktiken, der kurzfristige Finanzierungsbedarf, Gepflogenheiten und Meinungen über das Forderungsmanagement, die Beitreibungsmethoden, Erhebungen, Gepflogenheiten und Meinungen zum Factoring Management und aktuelle Themen, die vom Kontext des jeweiligen Jahres abhängen.

Die jährlich durchgeführten Analysen legen zum einen die Entwicklung der wesentlichen Indikatoren und zum anderen den wirtschaftlichen Hintergrund der einzelnen Länder aus dem Blickwinkel der Unternehmen offen. Seit 2005 gibt es drei Entwicklungsschwerpunkte: eine stark zukunftsorientierte, eine besonders detaillierte und eine europaweit angelegte Vision.

TECHNISCHE DATEN UND METHODOLOGIE

Das Barometer basiert auf einer jährlichen Studie, die bei Unternehmensleitern von Klein- und Mittelbetrieben in Deutschland, Belgien, Spanien, Frankreich, Italien, Portugal und im Vereinigten Königreich durchgeführt wurde.

In diesem Bericht werden die Ergebnisse der in Deutschland durchgeführten Studie vorgestellt. Sie ergab folgende Daten:

Zielgruppe: in Faktoren zerlegbaren Unternehmen mit 20 bis 1 000 fest angestellten Personen die mindestens 80 % ihres Umsatzes mit Firmenkunden erzielen (Haupttätigkeit B to B).

Die Befragten in den Unternehmen: Befragte sind je nach Unternehmen die Generaldirektoren, die stellvertretenden Direkten oder die Finanzdirektoren.

Art der Umfrage und Umfragezeitraum: Alle Umfragen erfolgten per Telefon nach dem CATI-System (Computer Assisted Telephone Interviewing) vom **1. Oktober 2008 bis zum 7. November 2008.**

TECHNISCHE DATEN UND METHODOLOGIE

Modalitäten des Stichprobenverfahrens: Es wurde das Verfahren der Quotenstichprobe auf der Grundlage folgender Kriterien angewendet:

- Kriterium des Tätigkeitssektors, untergliedert in vier Makro-Sektoren: Handel, Industrie, Baugewerbe, Transport und Dienstleistungen.
- Kriterium der Unternehmensgröße, untergliedert in vier Gruppen: 20-49 Beschäftigte, 50-199 Beschäftigte, 200-500 Beschäftigte und 501-1000 Beschäftigte.

Stichprobenstruktur und Nachgewichtung

Die repräsentative Auswahl setzte sich in Deutschland unter Berücksichtigung der Verteilung der Klein- und Mittelbetriebe nach Tätigkeitssektor und Beschäftigtenzahl zusammen.

Um den repräsentativen Charakter der Auswahl am Ende zu gewährleisten, wurde eine statistische Nachgewichtung anhand der Kriterien des Tätigkeitssektors und der Unternehmensgröße durchgeführt. Die Daten der Nachgewichtung sind identisch mit den Strukturen, die 2007 benutzt wurden.

STICHPROBENSTRUKTUR

Aus nachstehender Tabelle ist die Struktur der Population der befragten Kunden vor und nach der Gewichtung zu ersehen.

	BESCHÄFTIGTENZAHL			GEWICHTETE STRUKTUR 2008
	2005	2007	2008	
<i>Beschäftigtenzahl</i>	218	341	320	
TÄTIGKEITSSEKTOR				
Industrie	42%	61%	52%	53%
Handel	26%	20%	27%	29%
Transport	15%	6%	13%	12%
Dienstleistungen	17%	13%	8%	6%
UNTERNEHMENSGRÖSSE				
20 bis 49 Beschäftigte	39%	35%	34%	60%
50 bis 199 Beschäftigte	16%	15%	16%	25%
200 bis 500 Beschäftigte	17%	12%	9%	13%
501 bis 1000 Beschäftigte	29%	38%	41%	3%
GESAMT	100%	100%	100%	100%

STICHPROBENSTRUKTUR

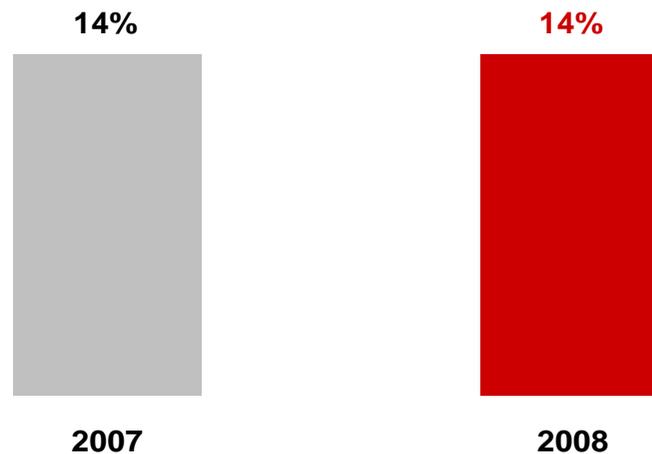
	BESCHÄFTIGTENZAHL			GEWICHTETE STRUKTUR 2008
	2005	2007	2008	
<i>Beschäftigtenzahl</i>	218	341	320	
UMSATZ				
Unter 2 Millionen Euro	3%	6%	20%	31%
2 bis 5 Millionen Euro	6%	11%	22%	27%
5 bis 8 Millionen Euro	6%	8%	12%	11%
8 bis 15 Millionen Euro	13%	11%	13%	15%
15 bis 45 Millionen Euro	25%	17%	11%	8%
45 bis 100 Millionen Euro	25%	23%	9%	4%
100 Millionen Euro und mehr	23%	23%	13%	5%
GESAMT	100%	100%	100%	100%

Besitz von Zweigstellen in anderen europäischen Ländern (1)

F101. Besitzt Ihr Unternehmen Tochtergesellschaften in anderen europäischen Ländern?

➔ % an Unternehmen mit Tochtergesellschaften in anderen europäischen Ländern

Grundlage: Alle befragten Unternehmen

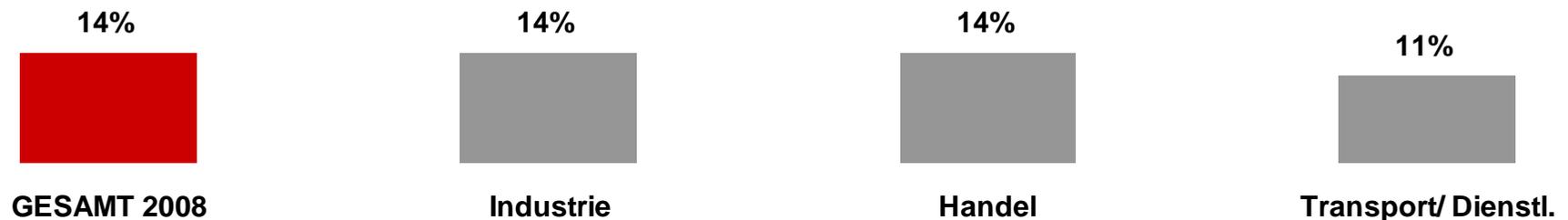
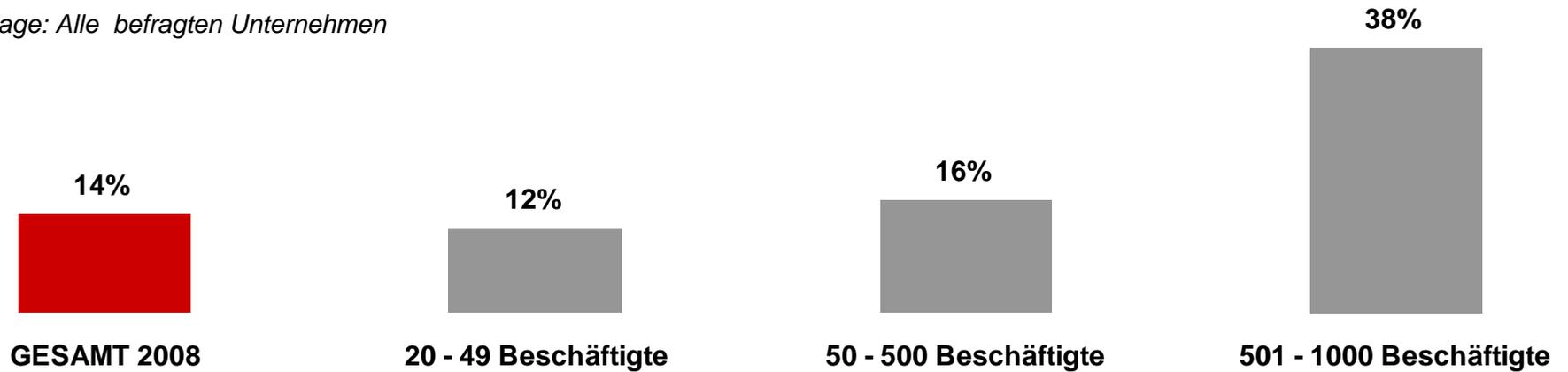


Besitz von Zweigstellen in anderen europäischen Ländern (2)

Q101. Besitzt Ihr Unternehmen Tochtergesellschaften in anderen europäischen Ländern?

➔ % an Unternehmen mit Tochtergesellschaften in anderen europäischen Ländern

Grundlage: Alle befragten Unternehmen



DIE ERGEBNISSE IM ÜBERBLICK

DIE ERGEBNISSE IM DETAIL

VORWORT: Da eine Reihe von Fragen zwischen den Befragungsphasen geändert wurden, können die Ergebnisse 2005 und 2007 nicht immer miteinander verglichen werden.

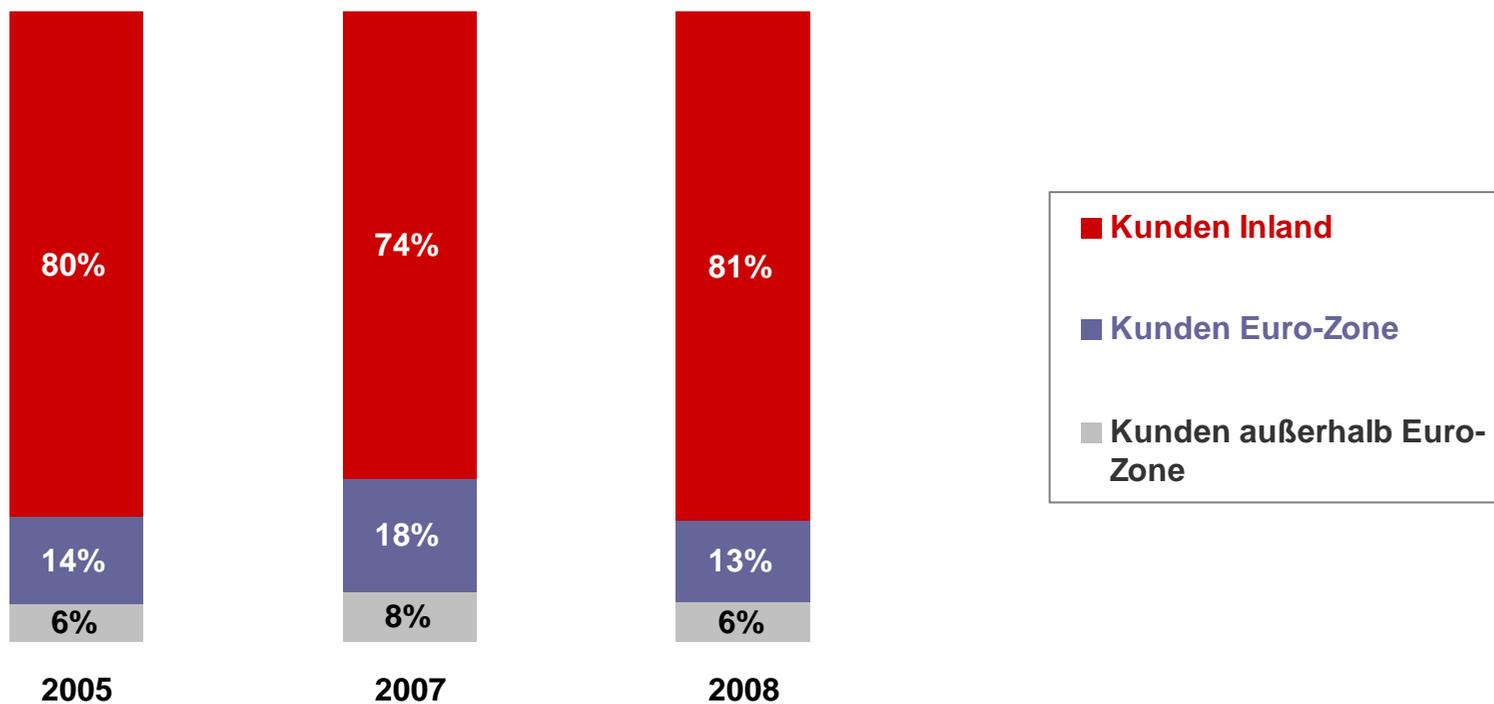
1 – DAS KUNDENPORTFOLIO DER UNTERNEHMEN

Geographische Verteilung der Kundschaft in % des Umsatzes (1)

F10. Wie groß ist der Umsatz-Anteil, den Sie in Deutschland, in den Ländern der Euro-Zone und außerhalb der Euro-Zone erzielen?

→ % des Umsatzes im Inland und im Ausland (Euro-Zone und außerhalb der Euro-Zone)

Grundlage: Alle befragten Unternehmen

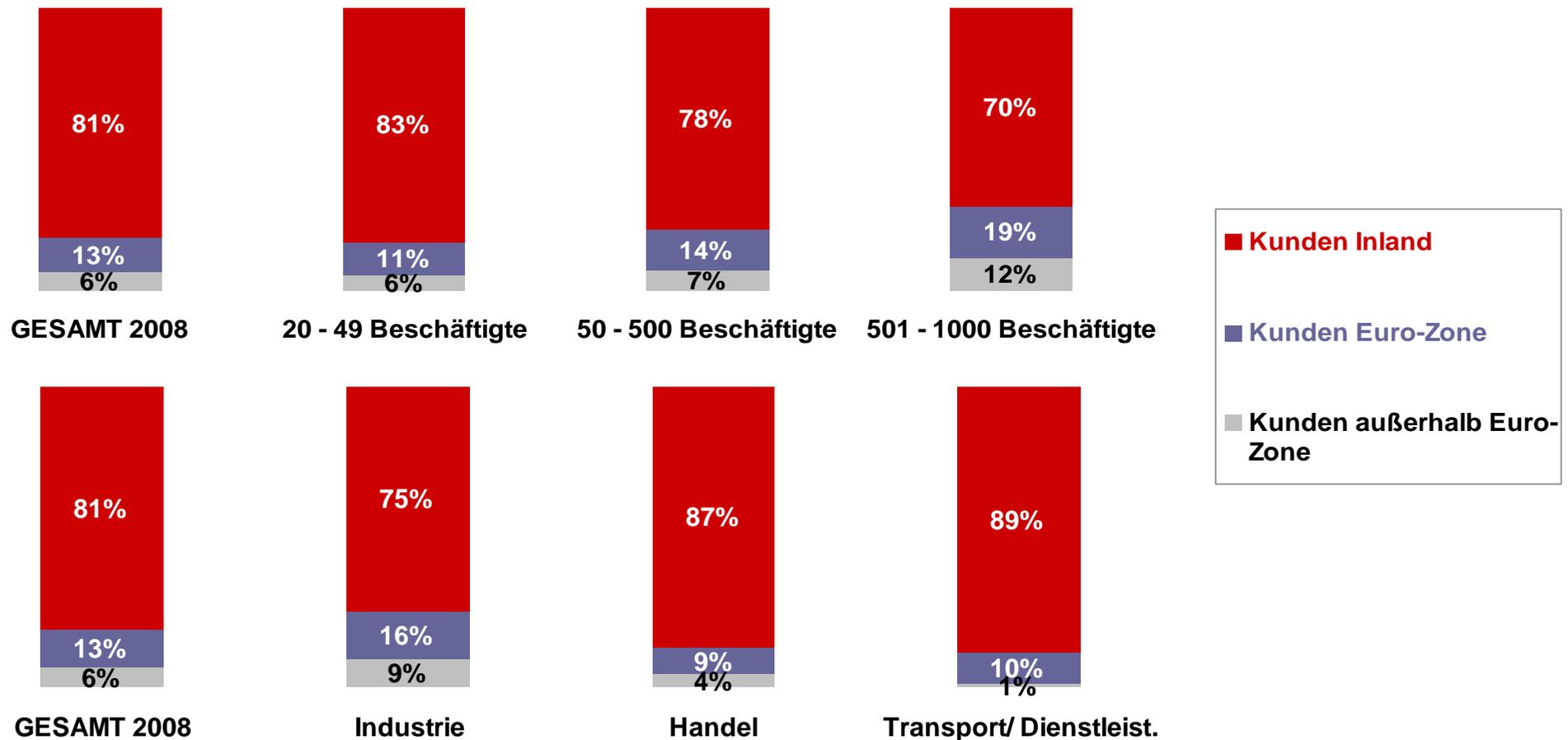


Geographische Verteilung der Kundschaft in % des Umsatzes (2)

F10. Wie groß ist der Umsatz-Anteil, den Sie in Deutschland, in den Ländern der Euro-Zone und außerhalb der Euro-Zone erzielen?

→ % des Umsatzes im Inland und im Ausland (Euro-Zone und außerhalb der Euro-Zone)

Grundlage: Alle befragten Unternehmen

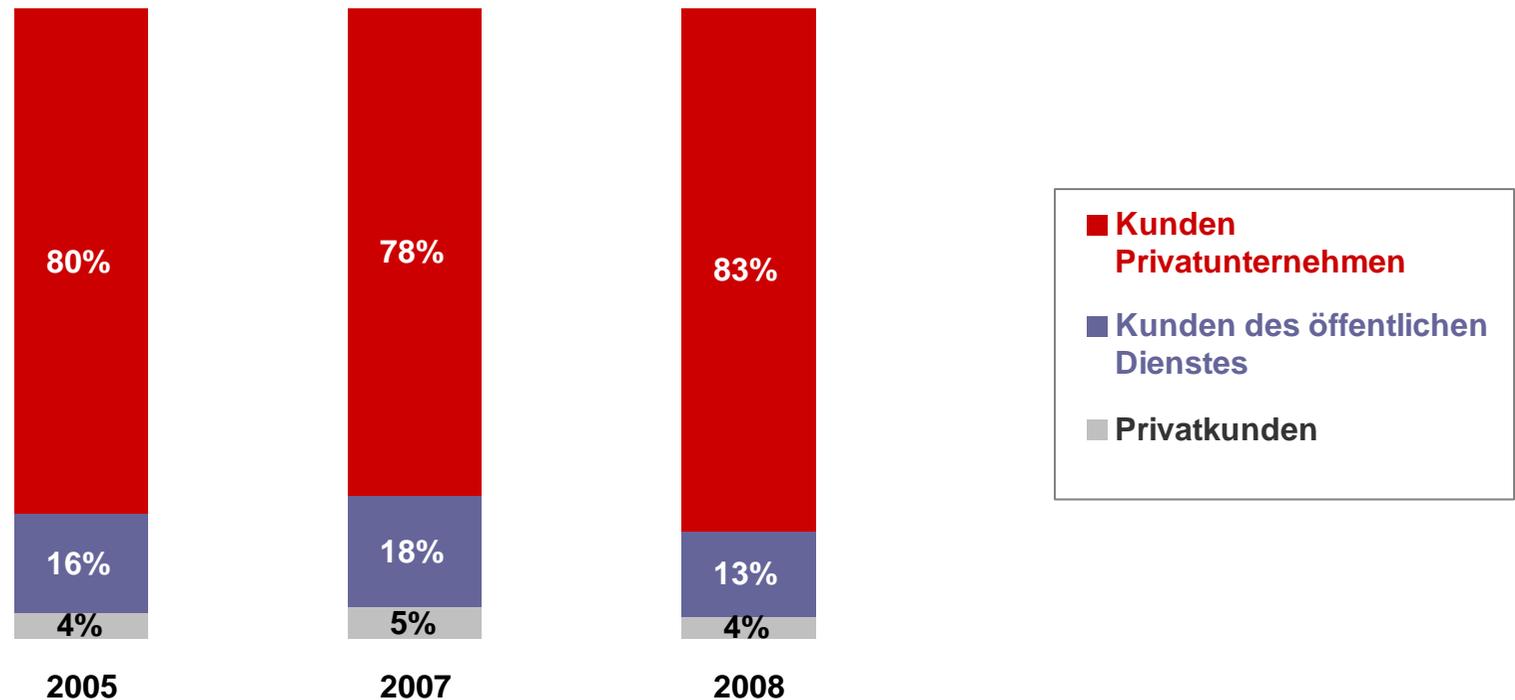


Verteilung der Kundschaft in % des Umsatzes (1)

F11. Wie verteilt sich Ihr Umsatz anteilig auf Privatkunden, Firmenkunden des Privatsektors und Kunden aus dem öffentlichen Dienst (öffentliche Unternehmen, Verwaltung, lokale Behörden)?

➔ % des Umsatzes, der bei Privatkunden, bei Unternehmen des privaten Sektors und des öffentlichen Dienstes 2007 erzielt wurde

Grundlage: Alle befragten Unternehmen

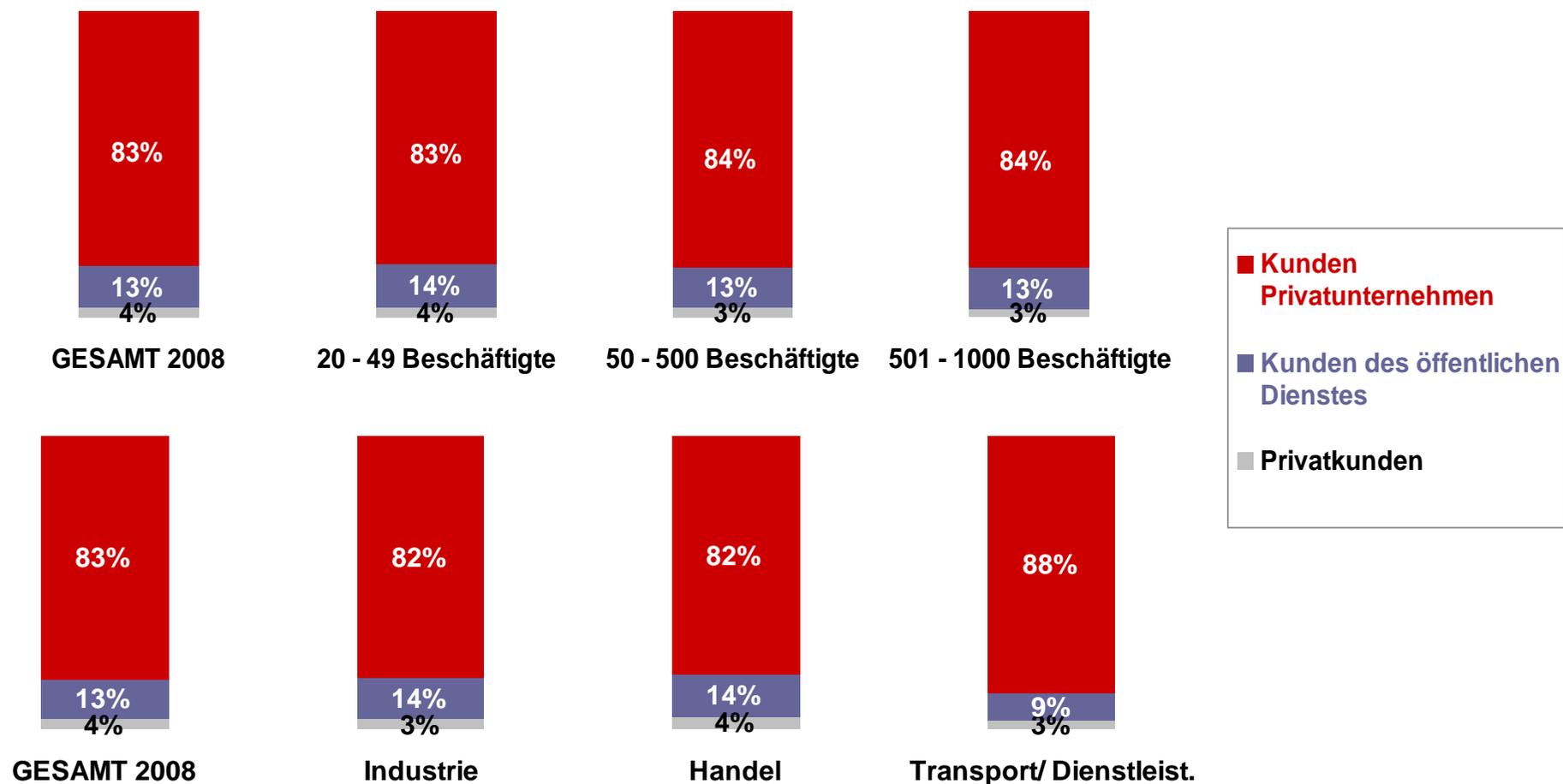


Verteilung der Kundschaft in % des Umsatzes (2)

F11. Wie verteilt sich Ihr Umsatz anteilig auf Privatkunden, Firmenkunden des Privatsektors und Kunden aus dem öffentlichen Dienst (öffentliche Unternehmen, Verwaltung, lokale Behörden)?

→ % des Umsatzes, der bei Privatkunden, bei Unternehmen des privaten Sektors und des öffentlichen Dienstes 2007 erzielt wurde

Grundlage: Alle befragten Unternehmen



ANALYSE: Die Märkte der deutschen Unternehmen

- Im derzeitigen Kontext des Jahres 2008 wenden sich die deutschen Klein- und Mittelbetriebe weniger dem internationalen Ausland zu als 2007. Die Inlandstätigkeit macht in diesem Jahr 81% des Umsatzes aus (im Gegensatz zu 74% im Jahr 2007). Die Exporttätigkeit konzentriert sich mit 13% des Gesamtumsatzes der Unternehmen zwischen 20 und 1 000 Beschäftigten hauptsächlich auf die Eurozone. Der Industriesektor trägt mit 25% seiner Tätigkeit am stärksten zu den Exporten bei, wobei auf Unternehmen mit 500 mit 1 000 Beschäftigten 31% entfallen.
- Der öffentliche Sektor trägt zu 13 % des Umsatzes der deutschen Unternehmen bei (seit 2007 ein Rückgang von 5 Punkten); dieser Anteil ist im Transport- und Dienstleistungssektor geringer.

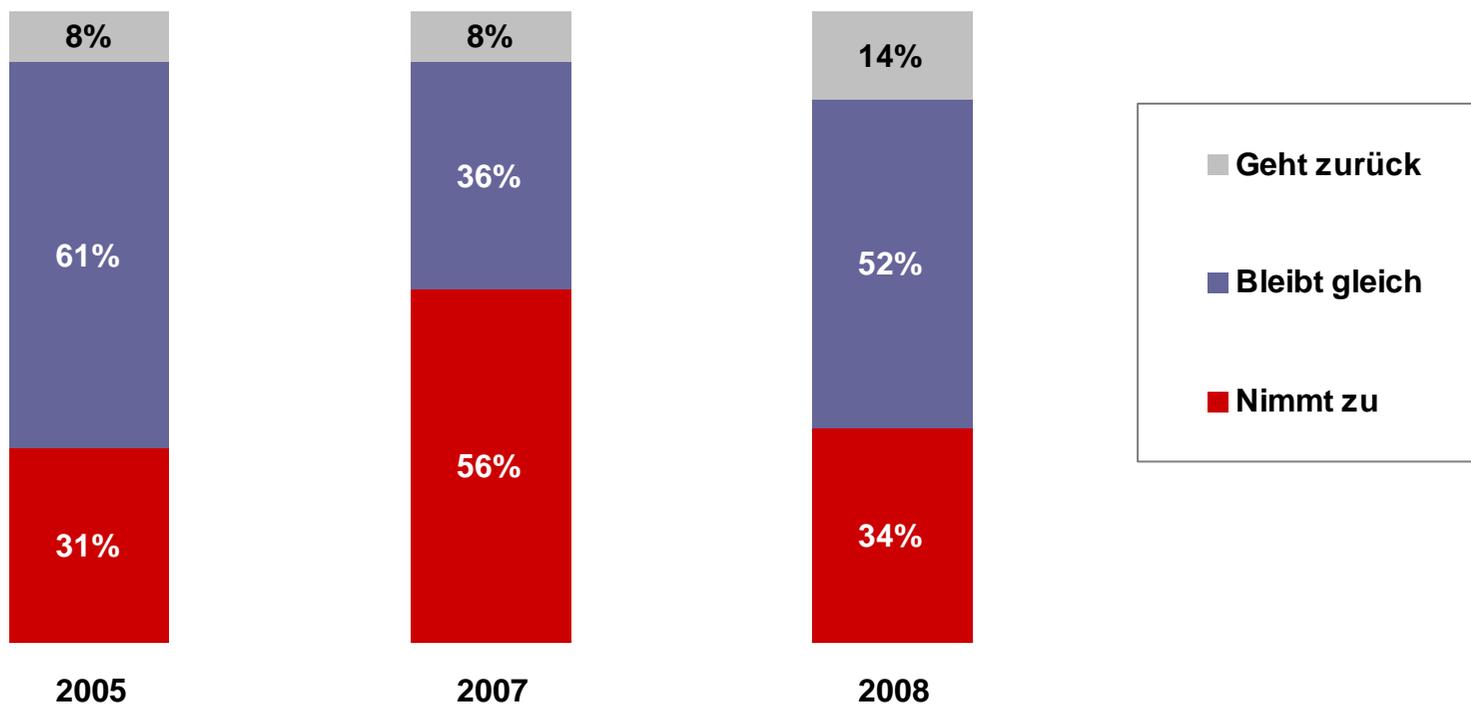
2 – FINANZIELLE SICHERHEIT UND WIRTSCHAFTLICHES UMFELD DER UNTERNEHMEN

Entwicklungsaussichten für die Unternehmen nach Umsatz (1)

F70. Glauben Sie, dass der Umsatz Ihres Unternehmens in den nächsten 12 Monaten eher steigen, eher zurückgehen, oder dass er gleich bleibend sein wird?

→ % der Unternehmen, die eine Umsatzsteigerung erwarten

Grundlage: Alle befragten Unternehmen

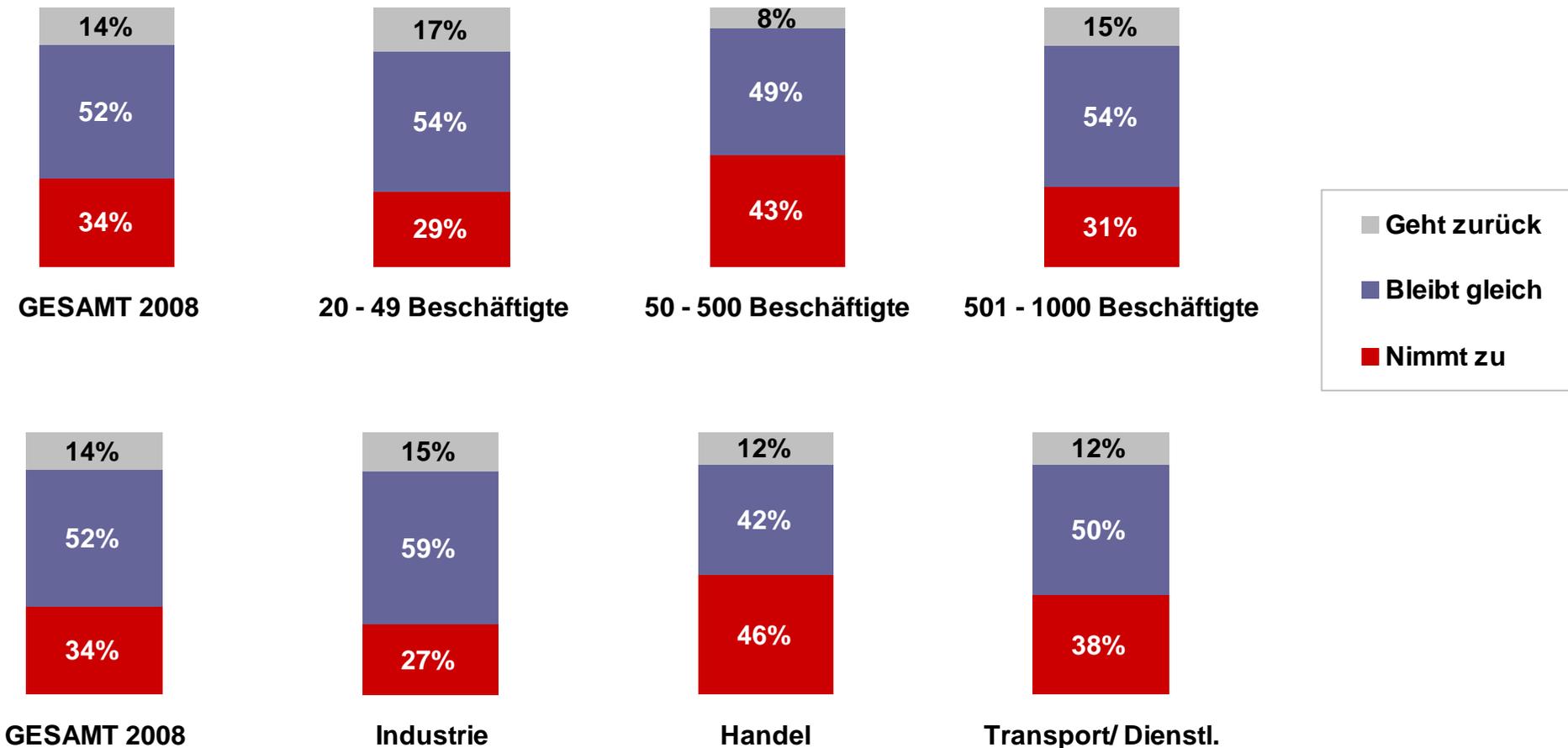


Entwicklungsaussichten für die Unternehmen nach Umsatz (2)

F70. Glauben Sie, dass der Umsatz Ihres Unternehmens in den nächsten 12 Monaten eher steigen, eher zurückgehen, oder dass er gleich bleibend sein wird?

➔ % der Unternehmen, die eine Umsatzsteigerung erwarten

Grundlage: Alle befragten Unternehmen

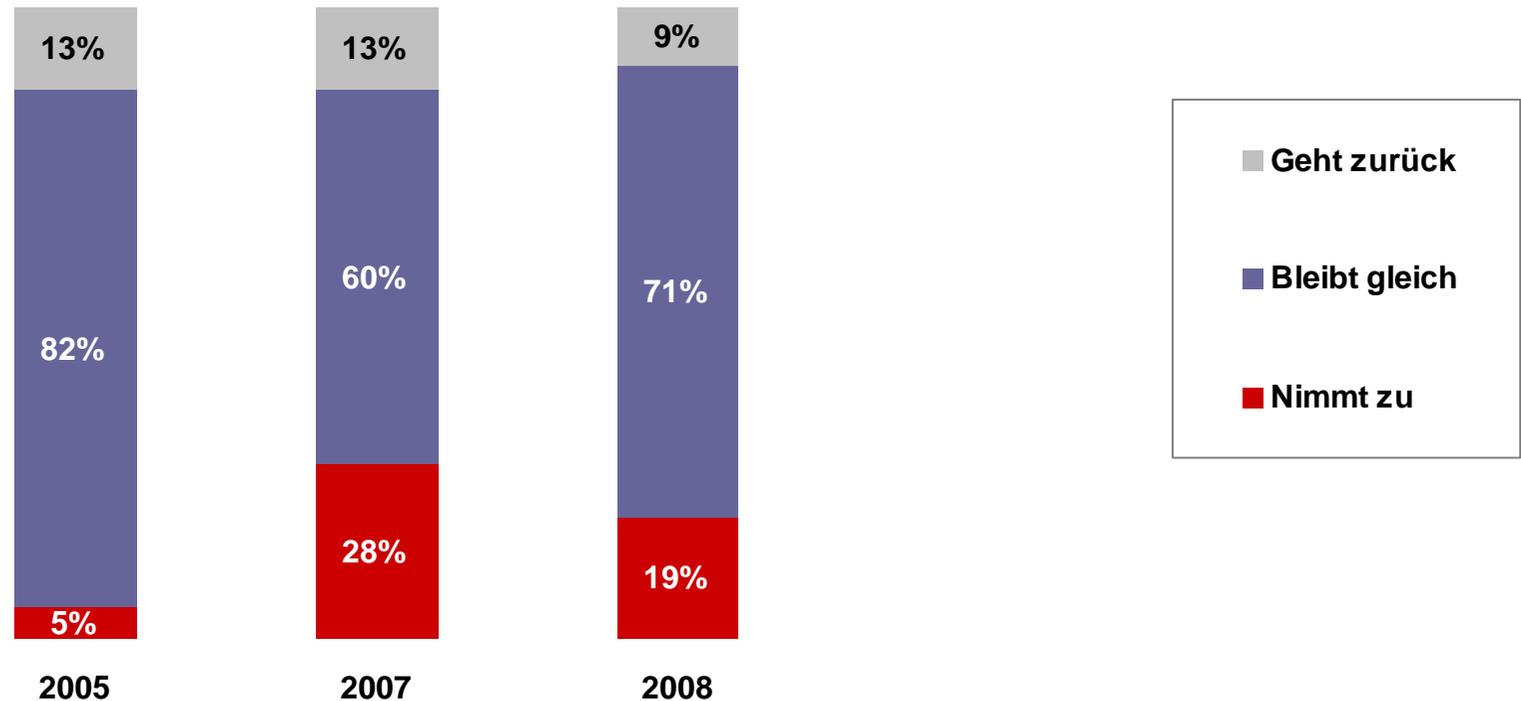


Entwicklungsaussichten für die Unternehmen in Bezug auf die Beschäftigtenzahl (1)

F71. Glauben Sie, dass die Beschäftigtenzahl Ihres Unternehmens in den nächsten 12 Monaten eher zunimmt, abnimmt oder stabil bleibt?

➔ % an Unternehmen, die mit einer Erhöhung Ihrer Beschäftigtenzahl rechnen

Grundlage: Alle befragten Unternehmen

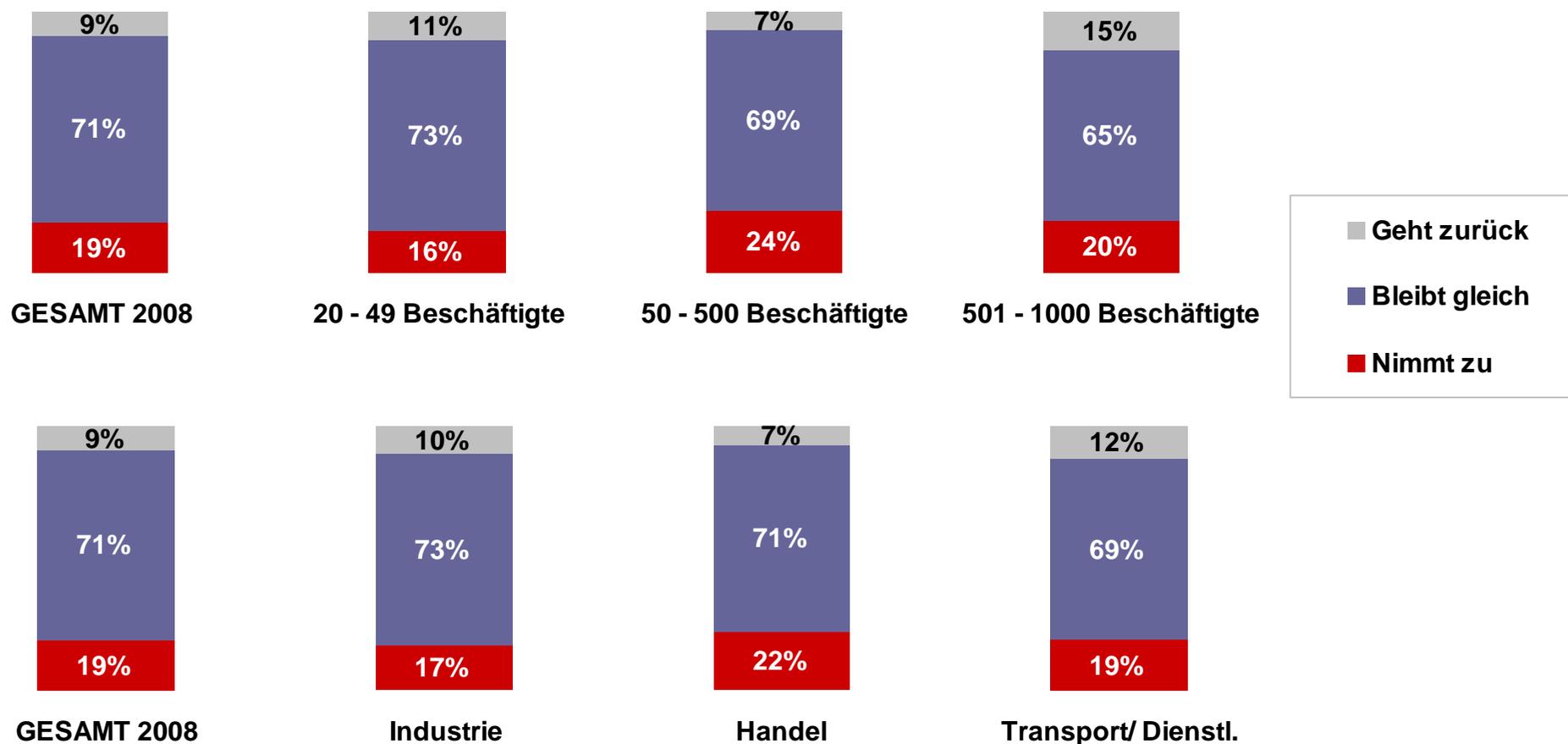


Entwicklungsaussichten für die Unternehmen in Bezug auf die Beschäftigtenzahl (2)

F71. Glauben Sie, dass die Beschäftigtenzahl Ihres Unternehmens in den nächsten 12 Monaten eher zunimmt, abnimmt oder stabil bleibt?

➔ % an Unternehmen, die mit einer Erhöhung Ihrer Beschäftigtenzahl rechnen

Grundlage: Alle befragten Unternehmen

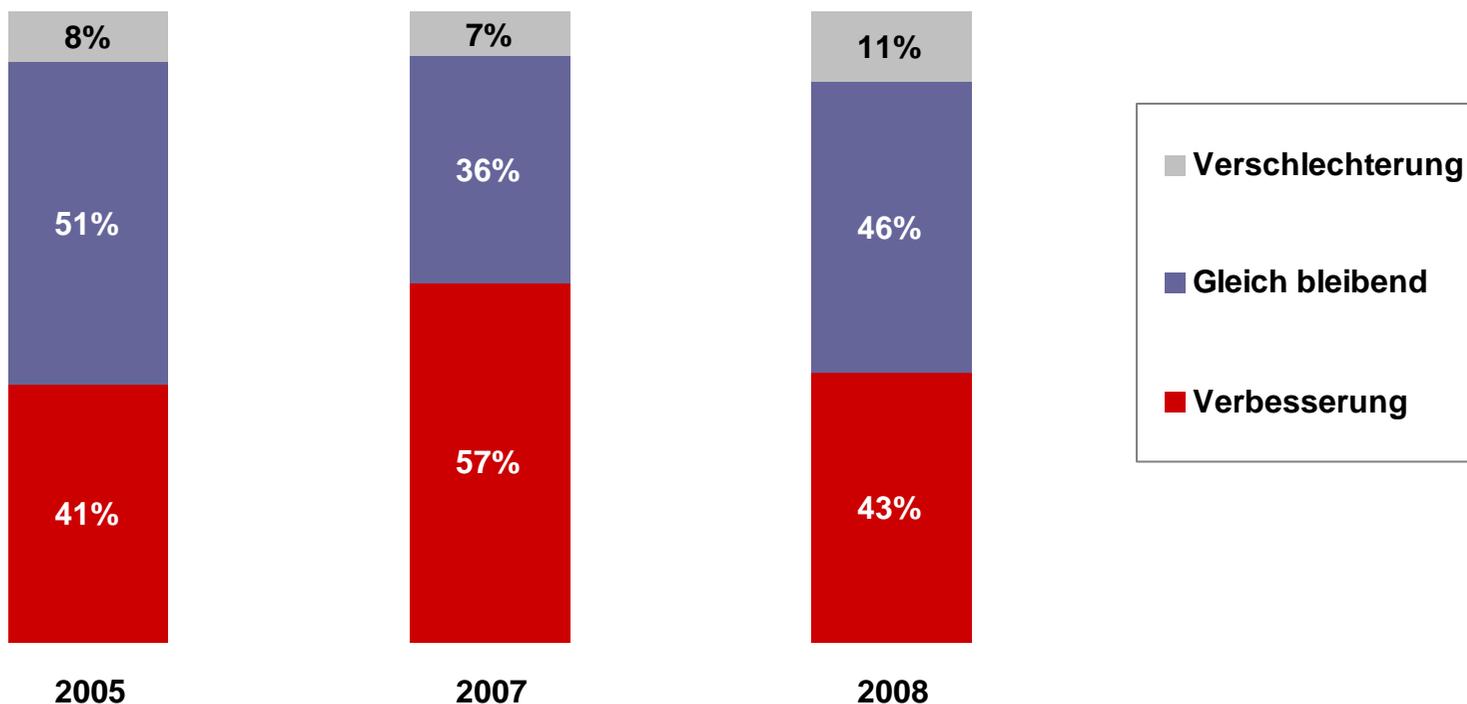


Entwicklungsaussichten für die Unternehmen hinsichtlich ihrer Rentabilität (1)

F74. Glauben Sie, dass die Rentabilität Ihres Unternehmens im kommenden Jahr stark zunimmt, wenig zunimmt, stabil bleibt, wenig abnimmt oder stark abnimmt?

➔ % an Unternehmen, die mit einer Verbesserung ihrer Rentabilität rechnen

Grundlage: Alle befragten Unternehmen

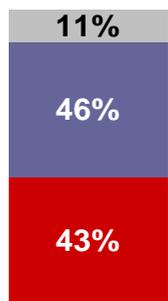


Entwicklungsaussichten für die Unternehmen hinsichtlich ihrer Rentabilität (2)

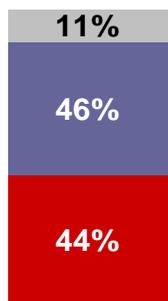
F74. Glauben Sie, dass die Rentabilität Ihres Unternehmens im kommenden Jahr stark zunimmt, wenig zunimmt, stabil bleibt, wenig abnimmt oder stark abnimmt?

➔ % an Unternehmen, die mit einer Verbesserung ihrer Rentabilität rechnen

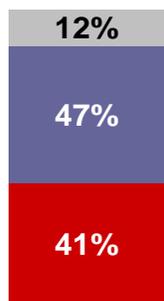
Grundlage: Alle befragten Unternehmen



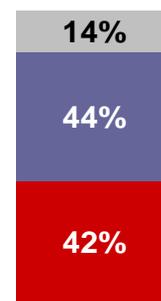
GESAMT 2008



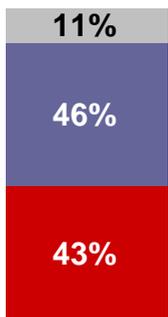
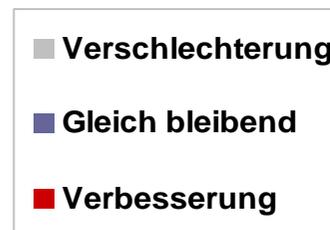
20 - 49 Beschäftigte



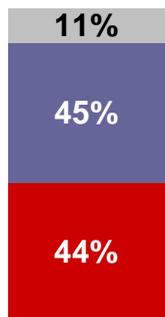
50 - 500 Beschäftigte



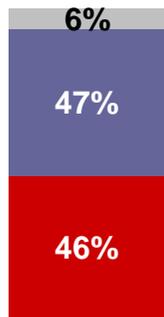
501 - 1000 Beschäftigte



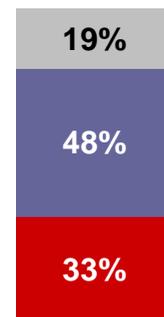
GESAMT 2008



Industrie



Handel



Transport/ Dienstl.

ANALYSE: Die Erwartungen der deutschen Unternehmen für 2008

- Generell sind die Zukunftsaussichten für die europäischen Klein- und Mittelbetriebe 2009 deutlich weniger günstig, als in den vorhergehenden Messphasen. Bei den europäischen Ländern liegen die Entwicklungsaussichten der deutschen Unternehmen in Bezug auf Umsatz, Rentabilität oder Beschäftigtenzahl im Vergleich zu anderen Ländern im durchschnittlichen Bereich.
- Nur 34% der deutschen Klein- und Mittelbetriebe rechnen mit einer Umsatzsteigerung (im Gegensatz zu 56% im Jahre 2007) und 14% mit einem Umsatzrückgang (im Gegensatz zu 8 % 2007). Die Klein- und Mittelbetriebe aus dem Handel bleiben am optimistischsten, was die Entwicklung ihres Umsatzes angeht (46%). Am wenigsten optimistisch sind die Industrieunternehmen (27%). Was die Beschäftigtenzahl angeht, rechnen Unternehmen mit 50 bis 500 Beschäftigten am häufigsten mit einer Umsatzsteigerung (43%), wohingegen kleine Unternehmen recht pessimistisch sind (nur 29 % glauben an eine Steigerung des Umsatzes).
- 19% der deutschen Klein- und Mittelbetriebe möchten mehr Beschäftigte einstellen (im Gegensatz zu 28% 2007), 9% dagegen möchten die Beschäftigtenzahl verringern (im Gegensatz zu 13% 2007). Am häufigsten wollen Unternehmen mit mehr als 500 Beschäftigten ihre Mitarbeiterzahl verringern (15%).
- 43% rechnen mit einer Erhöhung ihrer Rentabilität (im Gegensatz zu 57% im Jahre 2007) und 11% befürchten einen Rentabilitätsrückgang (im Gegensatz zu 7% 2007). Ein Rentabilitätsrückgang wird vorwiegend von den Transport- und Dienstleistungsunternehmen erwartet (19%).

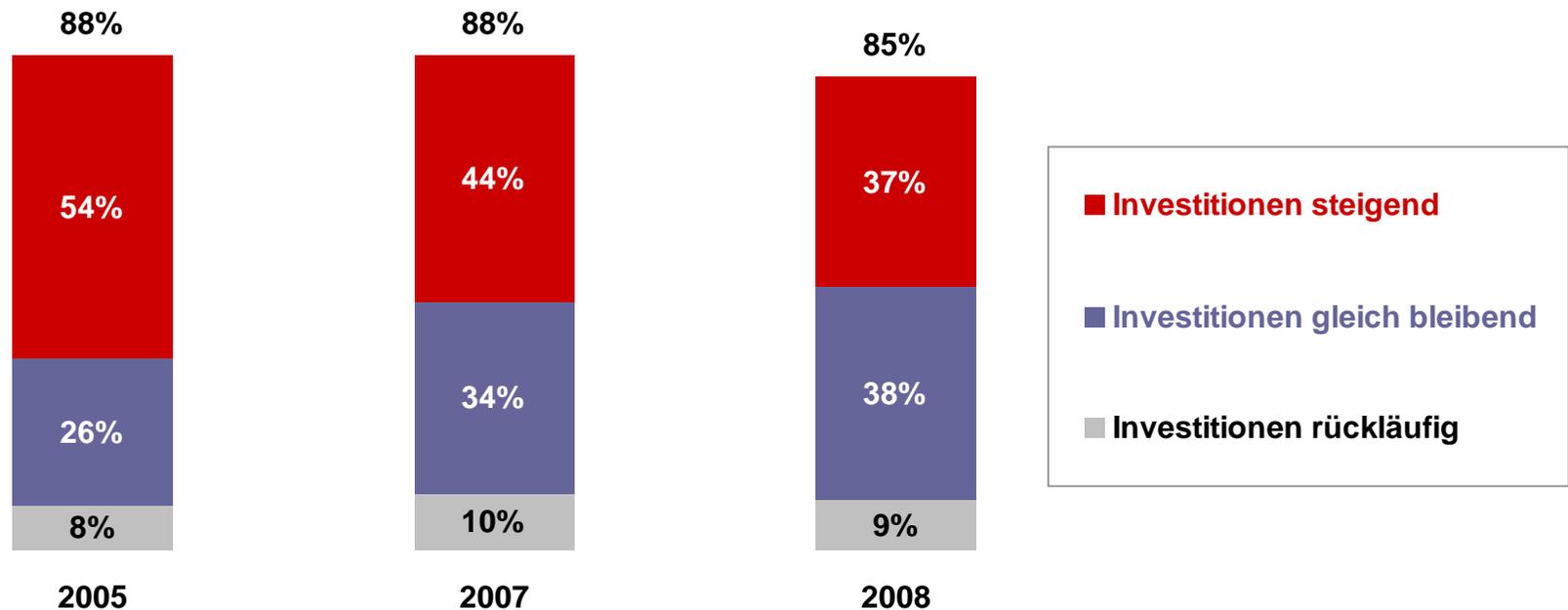
Erwartete Investitionsausgaben (1)

F72. Glauben Sie, dass Ihr Unternehmen in den nächsten 12 Monaten Investitionsausgaben haben wird?

F73. Glauben Sie, dass diese Investitionsausgaben im Zusammenhang mit den Investitionsausgaben der letzten 12 Monate stehen werden, dass sie über 5 % ansteigen, unter 5 % ansteigen, stabil bleiben, weniger als 5 % sinken oder mehr als 5 % sinken werden?

➔ % an Unternehmen, die für die nächsten 12 Monate Investitionsausgaben geplant haben

Grundlage: Unternehmen, die Investitionsausgaben planen



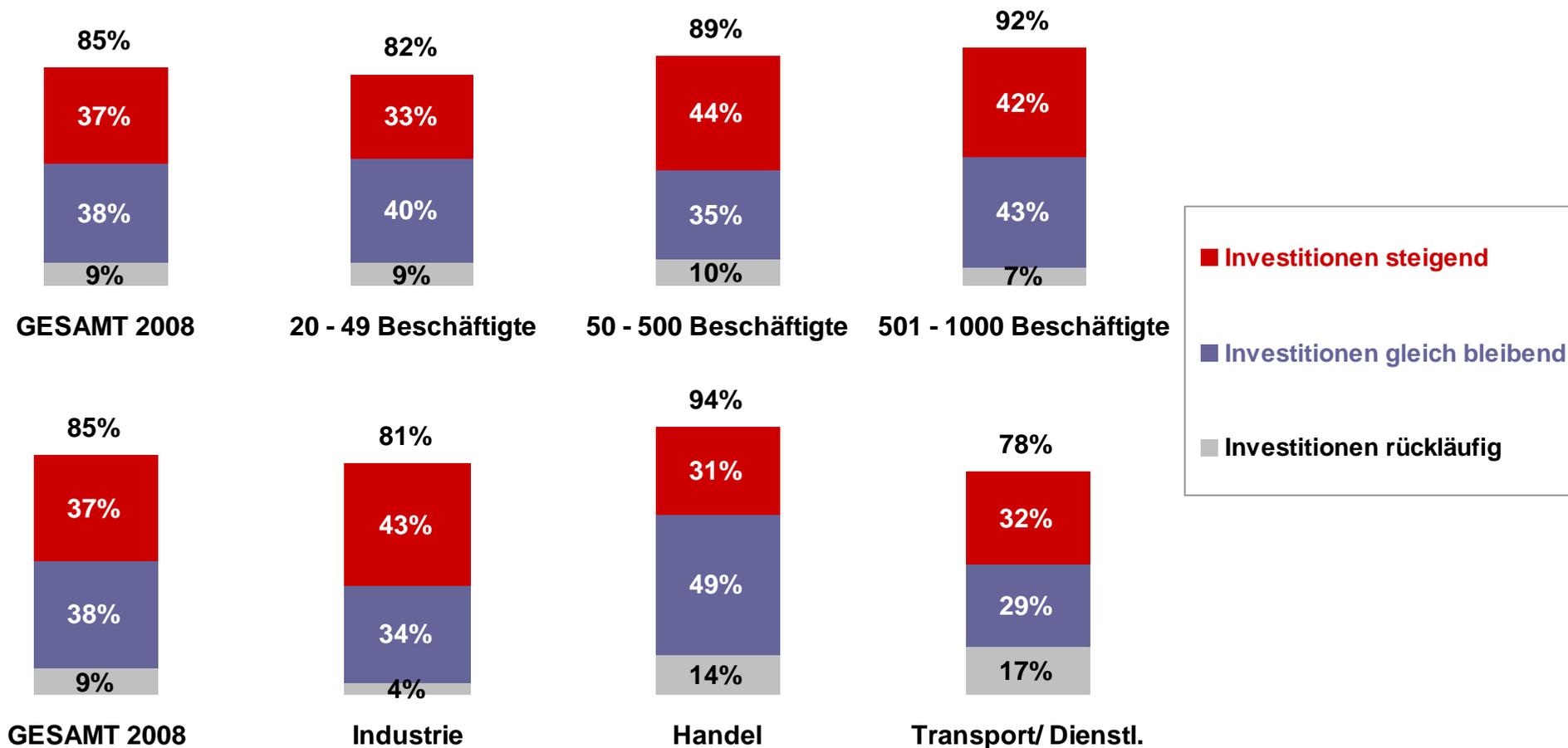
Erwartete Investitionsausgaben (2)

F72. Glauben Sie, dass Ihr Unternehmen in den nächsten 12 Monaten Investitionsausgaben haben wird?

F73. Glauben Sie, dass diese Investitionsausgaben im Zusammenhang mit den Investitionsausgaben der letzten 12 Monate stehen werden, dass sie über 5 % ansteigen, unter 5 % ansteigen, stabil bleiben, weniger als 5 % sinken oder mehr als 5 % sinken werden?

→ % an Unternehmen, die für die nächsten 12 Monate Investitionsausgaben geplant haben

Grundlage: Unternehmen, die Investitionsausgaben planen

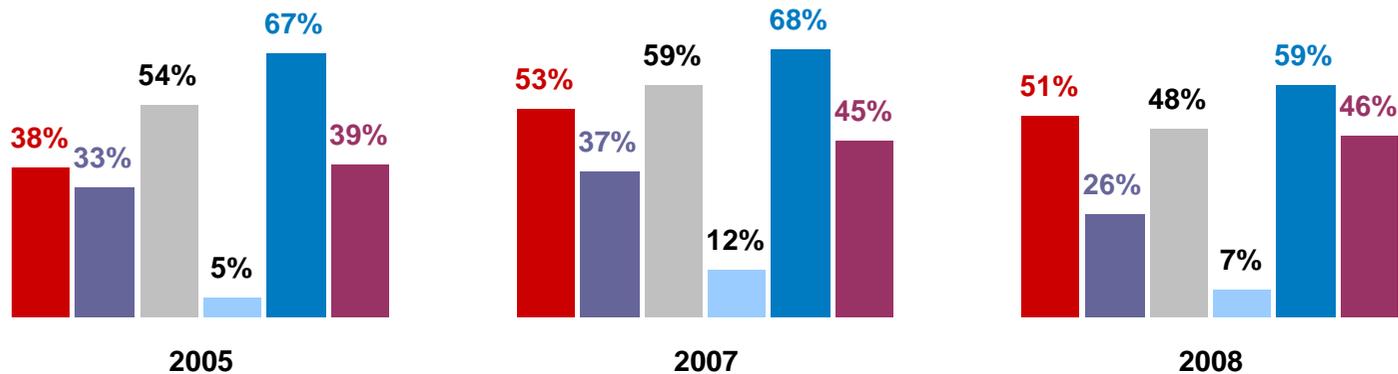


Art der geplanten Investitionsausgaben (1)

F72. Glauben Sie, dass Ihr Unternehmen in den nächsten 12 Monaten Investitionsausgaben haben wird?

➔ % an Unternehmen, die in Produktionsmaschinen, Transportgeräte usw. investieren möchten.....

Grundlage: Alle befragten Unternehmen



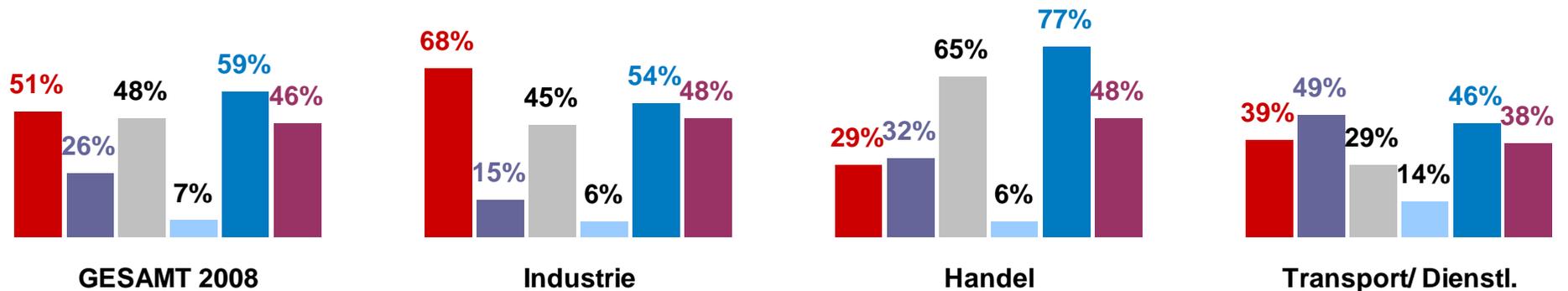
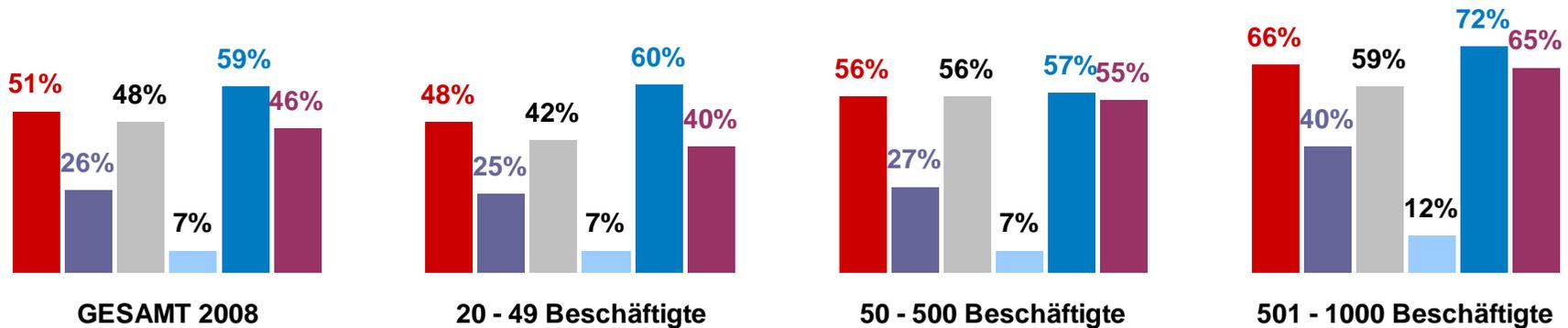
- Produktionsmaschinen und -geräte
- Transportgeräte
- EDV- und Büroanlagen
- Immobilien
- Marketing und Werbung
- Andere Arten der Investition

Art der geplanten Investitionsausgaben (2)

Q72. Glauben Sie, dass Ihr Unternehmen in den nächsten 12 Monaten Investitionsausgaben haben wird?

➔ % an Unternehmen, die in Produktionsmaschinen, Transportgeräte usw. investieren möchten.....

Grundlage: Alle befragten Unternehmen

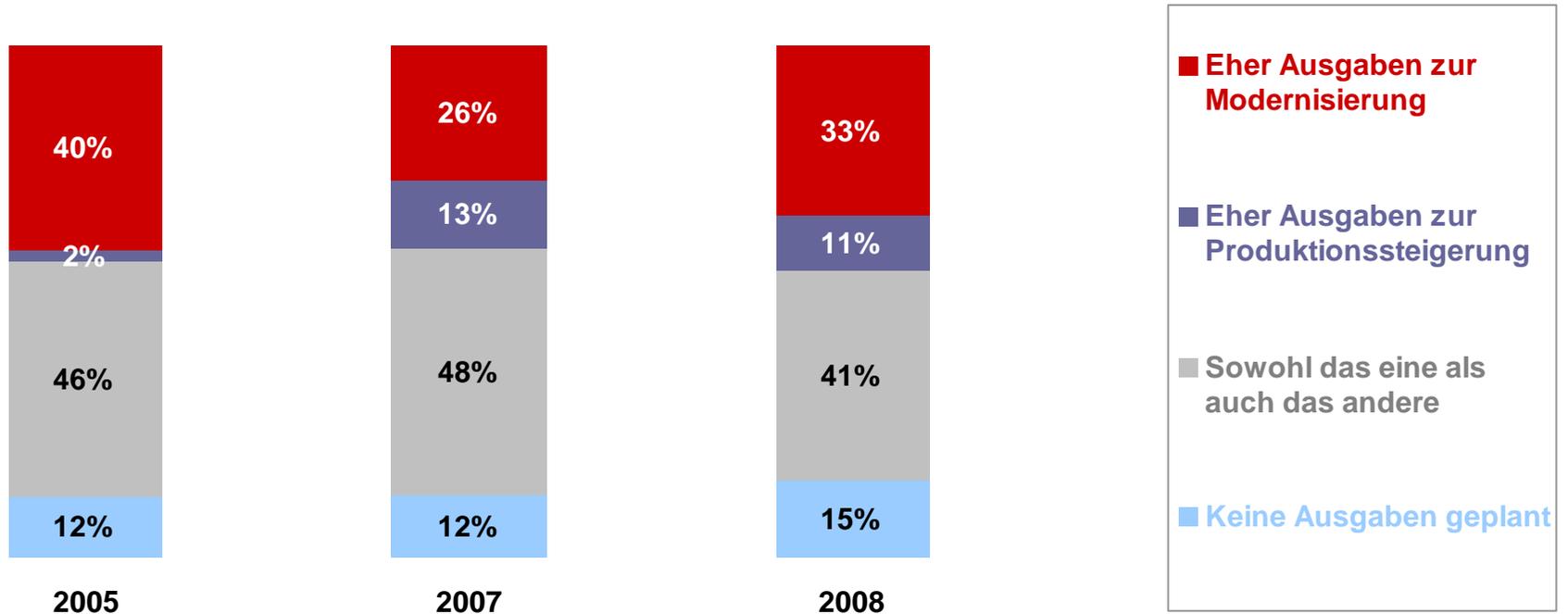


Art der geplanten Investitionsausgaben (1)

F72b. Handelt es sich eher um Ausgaben zur Modernisierung von Anlagen oder eher um Ausgaben zur Produktionssteigerung oder beides?

➔ % an Unternehmen, die mit Ausgaben zur Modernisierung von Anlagen, mit Ausgaben zur Produktionssteigerung ... rechnen

Grundlage: Alle befragten Unternehmen

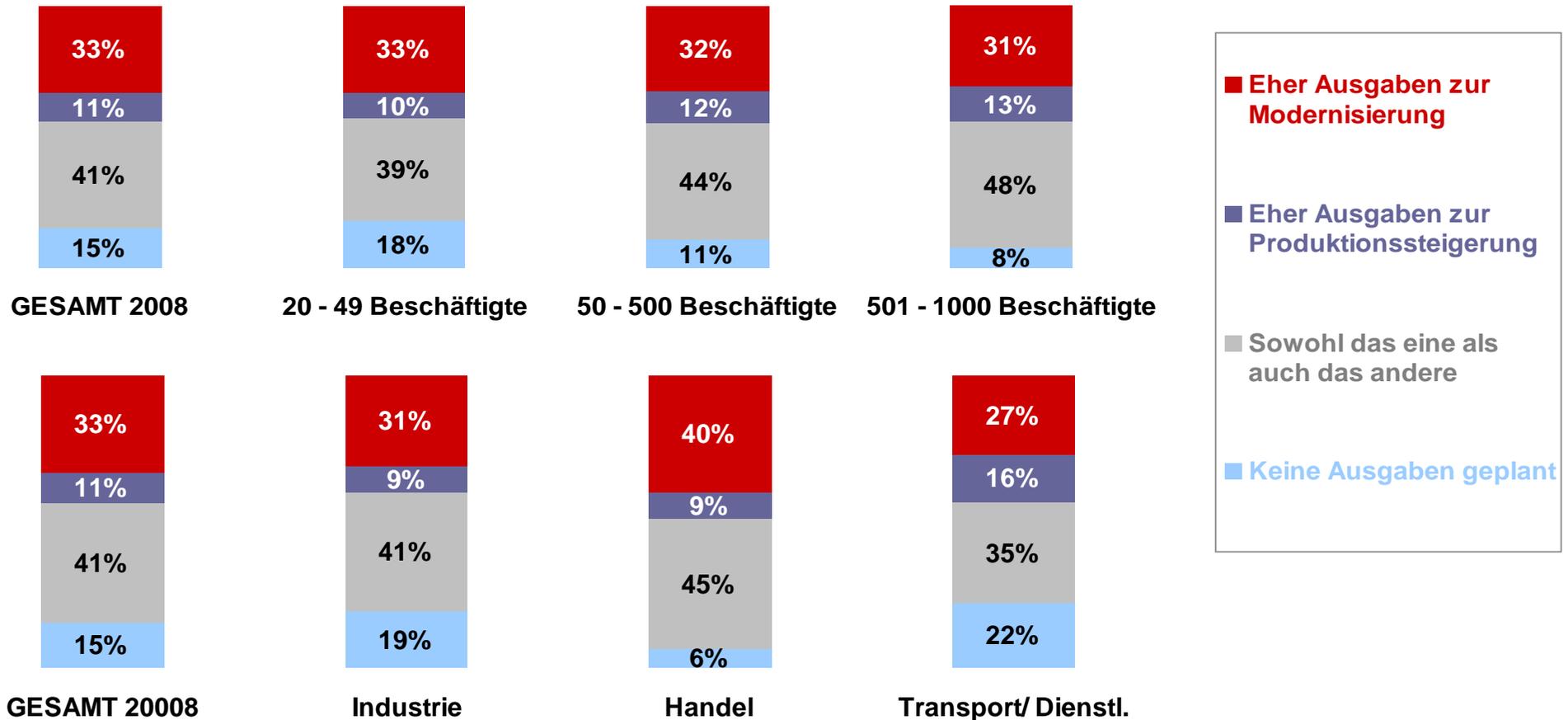


Art der geplanten Investitionsausgaben (2)

F72b. Handelt es sich eher um Ausgaben zur Modernisierung von Anlagen oder eher um Ausgaben zur Produktionssteigerung oder beides?

➔ % an Unternehmen, die mit Ausgaben zur Modernisierung von Anlagen, mit Ausgaben zur Produktionssteigerung ... rechnen

Grundlage: Alle befragten Unternehmen

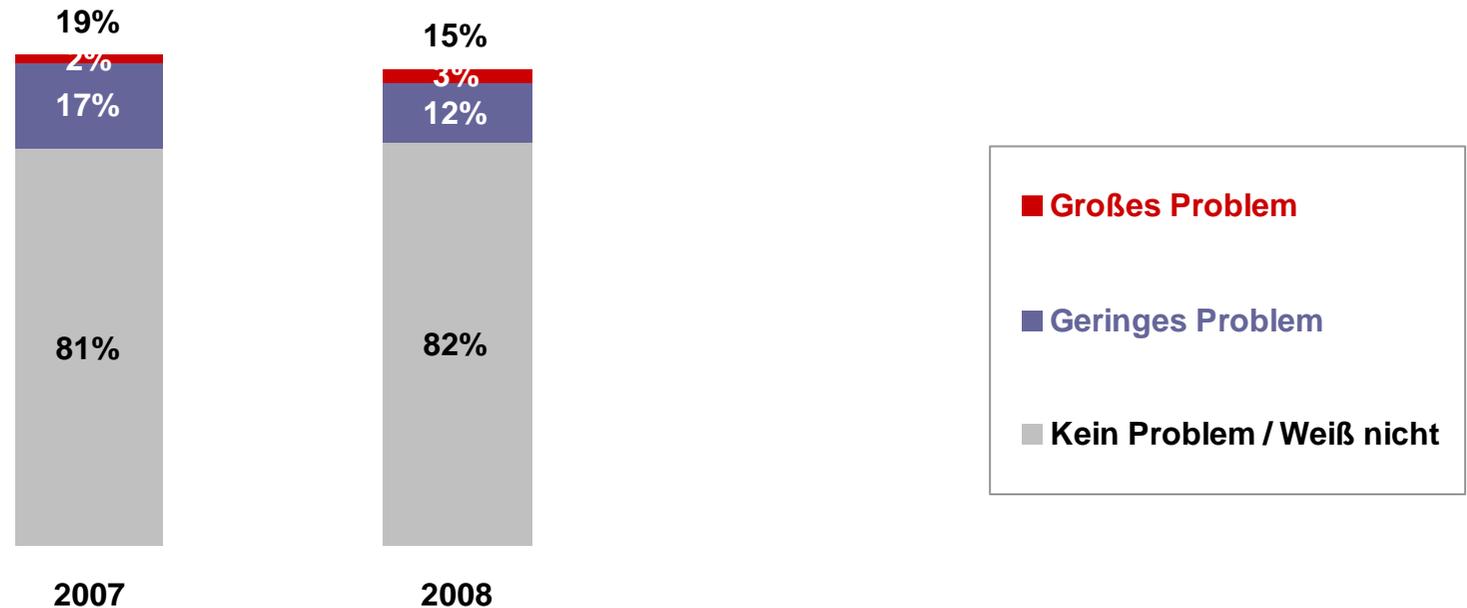


Schwieriger Zugang zu Krediten (1)

F79. Entstanden durch die Finanzkonjunktur dieser letzten Monate größere Kreditzugangsprobleme für Ihr Unternehmen oder hatten sie kein Problem, einen Kredit zu bekommen?

➔ % an Unternehmen, die den Zugang zum Kredit leicht oder schwer finden

Grundlage: Alle befragten Unternehmen

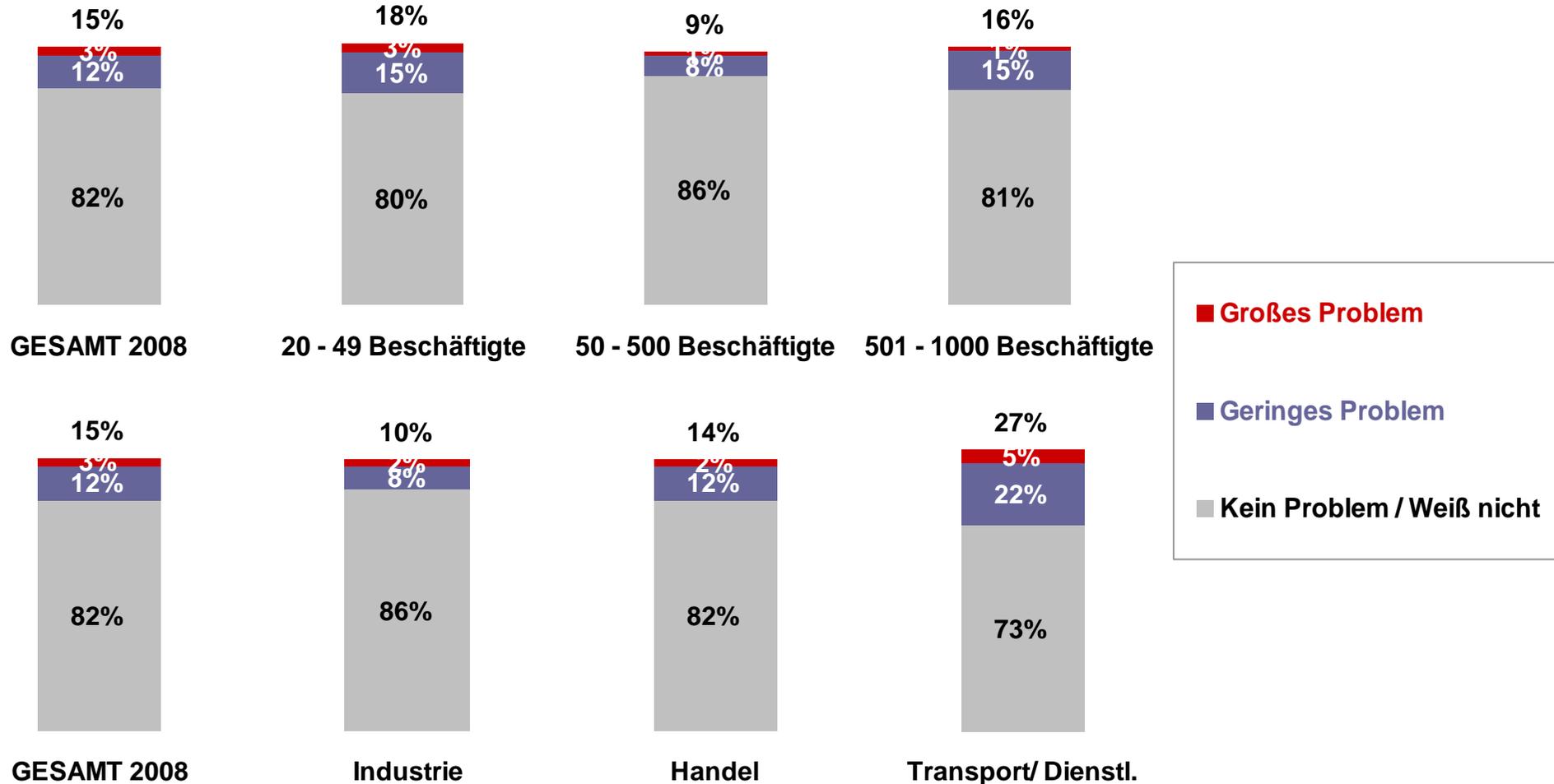


Schwieriger Zugang zu Krediten (2)

F79. Entstanden durch die Finanzkonjunktur dieser letzten Monate größere Kreditzugangsprobleme für Ihr Unternehmen oder hatten sie kein Problem, einen Kredit zu bekommen?

➔ % an Unternehmen, die den Zugang zum Kredit leicht oder schwer finden

Grundlage: Alle befragten Unternehmen

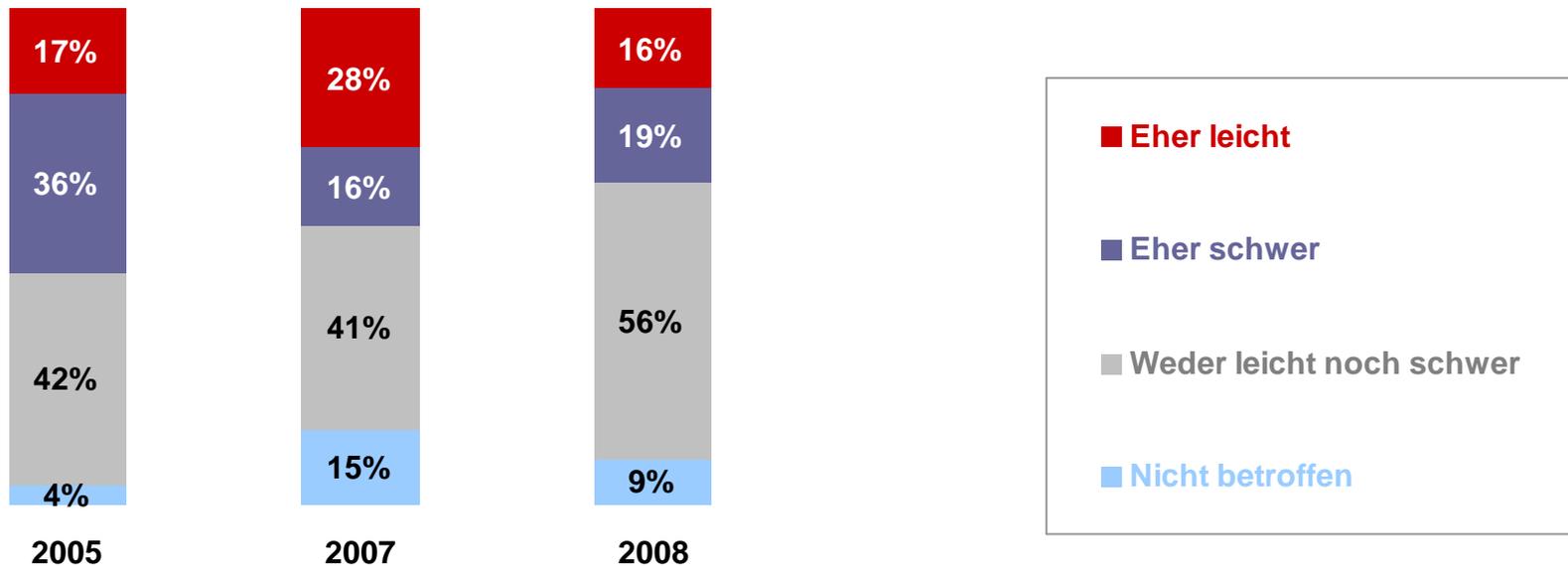


Leichter Zugang zu Krediten (1)

F95. Würden Sie sagen, das für ein Unternehmen, wie das Ihre, abgesehen von zinslichen Erwägungen der Zugang zu Krediten eher einfach, eher schwer, weder das eine noch das andere ist?

→ % an Unternehmen, die den Zugang zum Kredit leicht oder schwer finden

Grundlage: Alle befragten Unternehmen

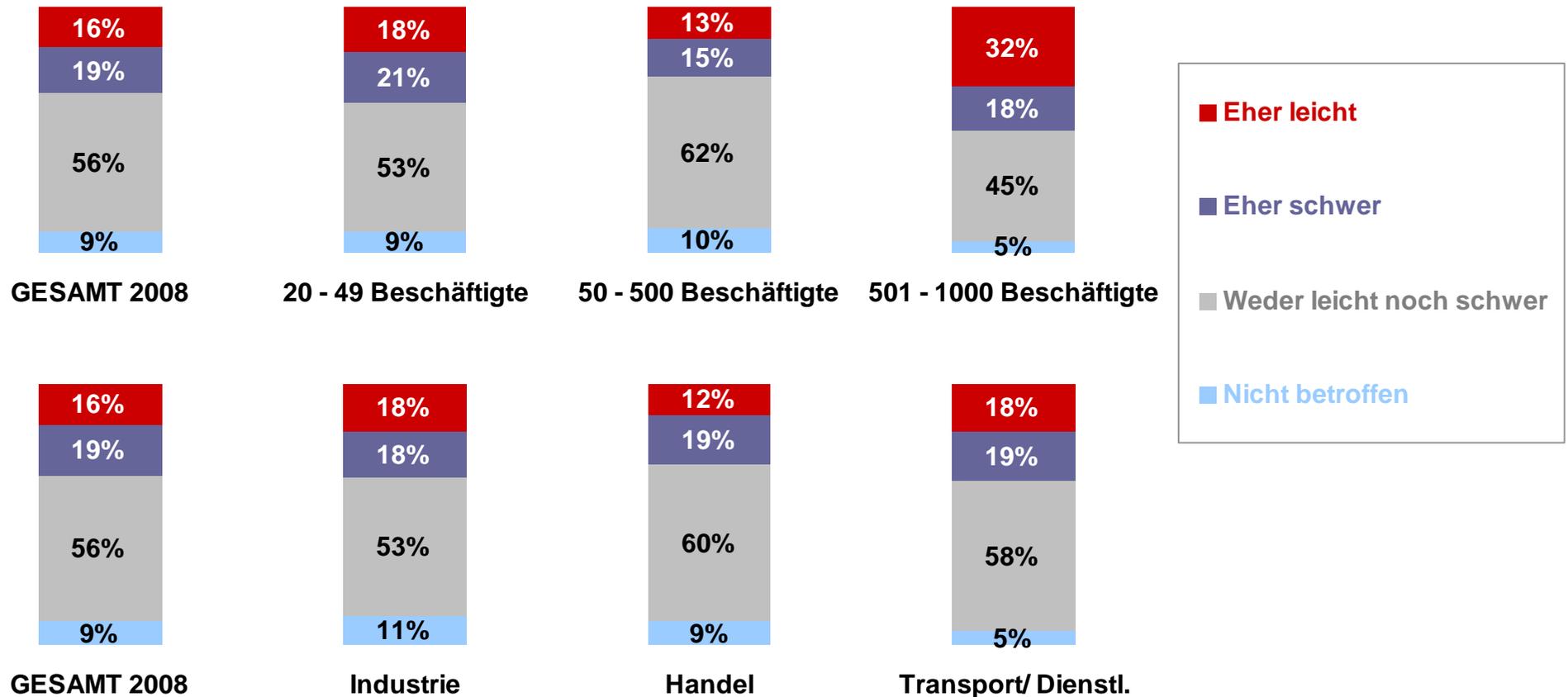


Leichter Zugang zu Krediten (2)

F95. Würden Sie sagen, das für ein Unternehmen, wie das Ihre, abgesehen von zinslichen Erwägungen der Zugang zu Krediten eher einfach, eher schwer, weder das eine noch das andere ist?

➔ % an Unternehmen, die den Zugang zum Kredit leicht oder schwer finden

Grundlage: Alle befragten Unternehmen



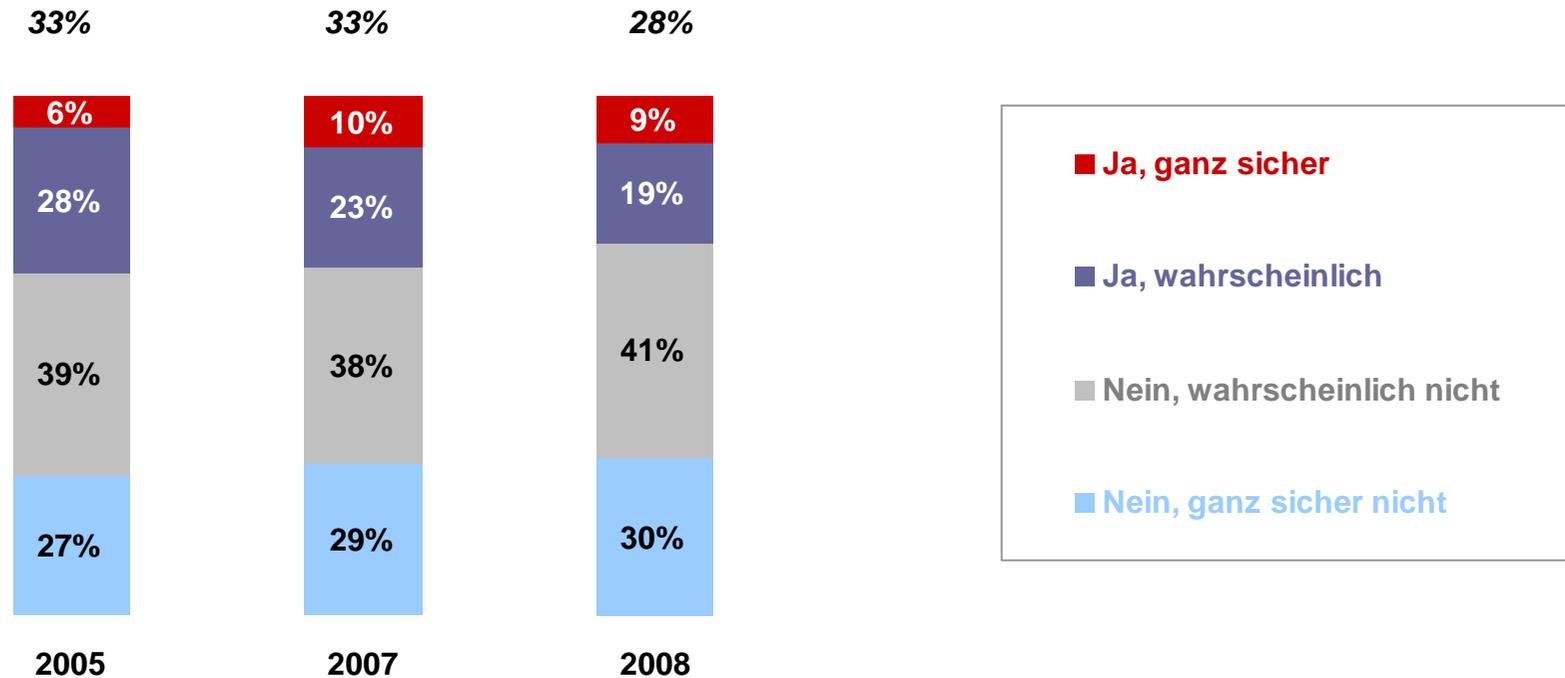
Kreditpläne für die nächsten 12 Monate (1)

F96. Möchte man in Ihrem Unternehmen in den nächsten 12 Monaten einen Kredit aufnehmen (ohne Barmittelkredit)?

➔ % an Unternehmen, die in nächsten 12 Monaten einen Kredit aufnehmen möchten oder nicht

Grundlage: Alle befragten Unternehmen

ALLE UNTERNEHMEN, DIE EINEN KREIDT AUFNEHMEN MÖCHTEN:



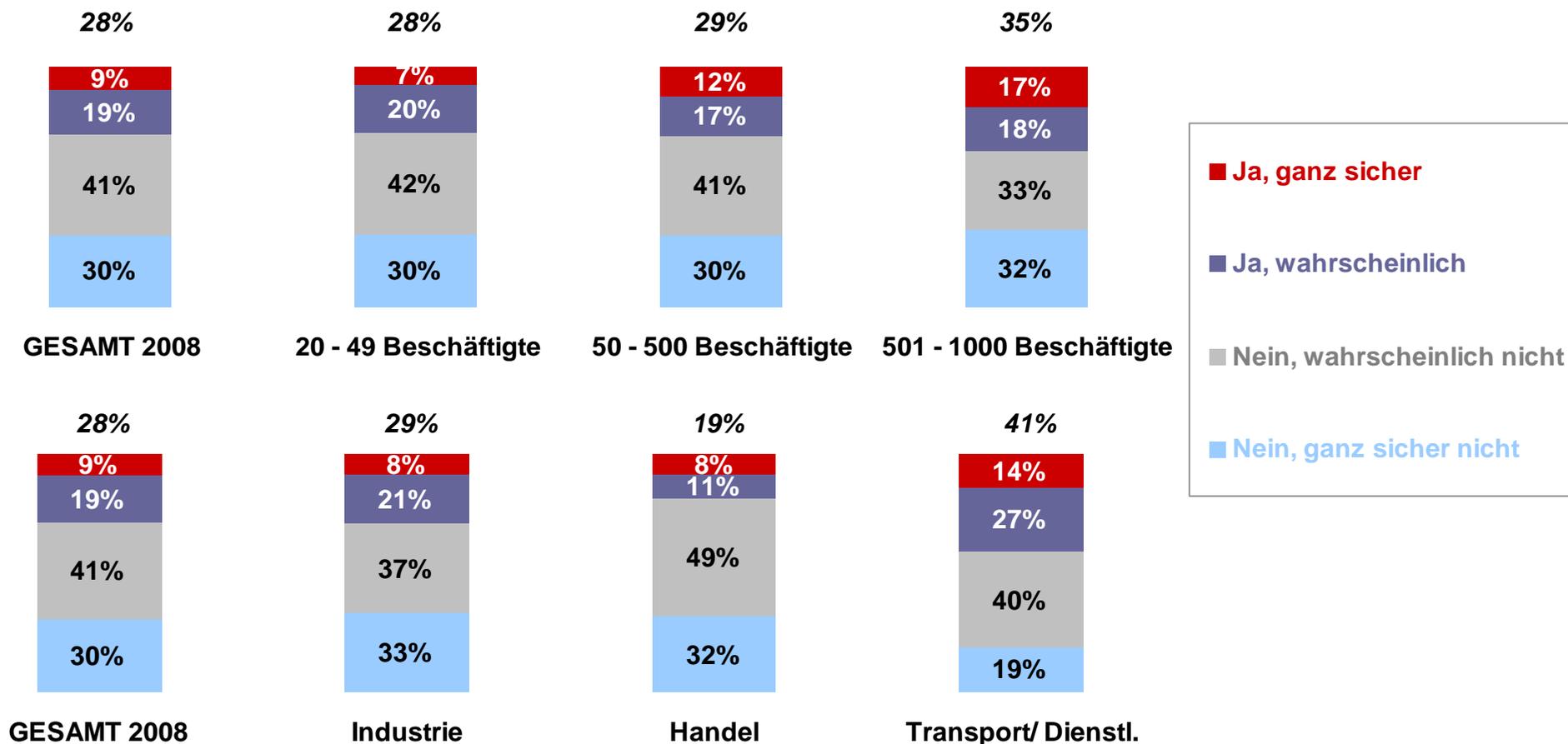
Kreditpläne für die nächsten 12 Monate (2)

F96. Möchte man in Ihrem Unternehmen in den nächsten 12 Monaten einen Kredit aufnehmen (ohne Barmittelkredit)?

➔ % an Unternehmen, die in nächsten 12 Monaten einen Kredit aufnehmen möchten oder nicht

Grundlage: Alle befragten Unternehmen

ALLE UNTERNEHMEN, DIE EINEN KREIDT AUFNEHMEN MÖCHTEN:



CLES DE LECTURE : Die Investitionen der deutschen Unternehmen

- Die Investitionspläne sind in Deutschland seit 2007 leicht rückläufig: 85% der Klein- und Mittelbetriebe planen Investitionen im Gegensatz zu 88% im Jahr 2007. Immer mehr Unternehmen mit mehr als 50 Beschäftigten und immer mehr Unternehmen aus dem Handel haben vor, 2009 zu investieren.
- Die vom Investitionsrückgang im Wesentlichen betroffenen Investitionsbereiche sind: Transportmaterial (26% der Klein- und Mittelbetriebe, im Vergleich zu 2007 um 11 Punkte gesunken), EDV- und Büroausstattung (48%, 11 Punkte weniger), Marketing und Werbung (59%, 9 Punkte weniger).
- Es handelt sich mehrheitlich um Modernisierungskosten, und weniger um Wachstumskosten: 74% der Klein- und Mittelbetriebe, die für 2009 Investitionen geplant haben, müssen diese für Modernisierungsarbeiten verwenden, wobei 53% in das Wachstum des Unternehmens investieren.
- Was das Kreditinteresse angeht (ohne Kassenmittel), möchten 28% der deutschen Unternehmen 2009 einen Kredit aufnehmen. Das Interesse ist bei Unternehmen mit mehr als 500 Beschäftigten (35%) und bei Unternehmen aus dem Transport- und Dienstleistungsbereich (41%) am größten.

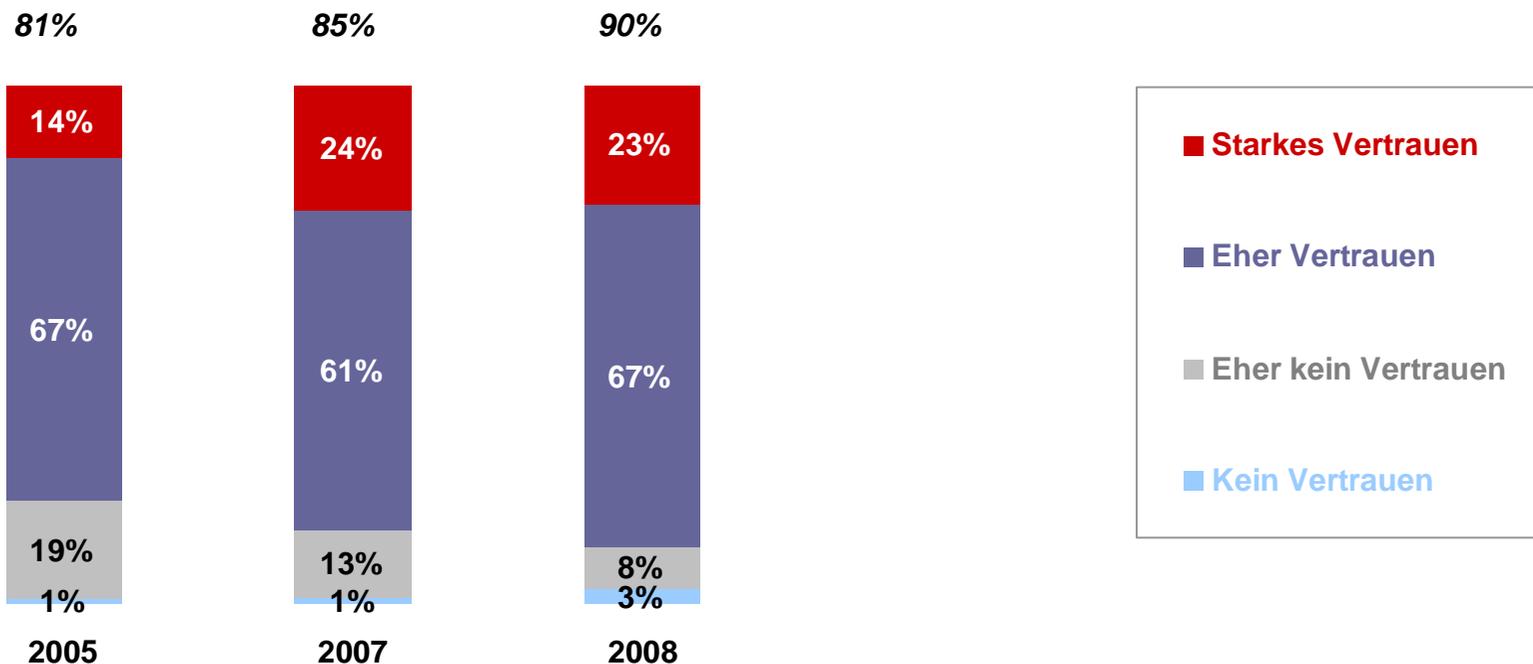
Beurteilung des Wirtschaftsumfelds (1)

F76. Würden Sie sagen, dass Sie heute als leitende Führungskraft eines Unternehmens kurzfristig starkes Vertrauen, Vertrauen, eher kein Vertrauen oder gar kein Vertrauen in das Wirtschaftsumfeld haben?

➔ % an Unternehmen, die Vertrauen oder kein Vertrauen in das Wirtschaftsumfeld haben

Grundlage: Alle befragten Unternehmen

ALLE UNTERNEHMEN, DIE VERTRAUEN HABEN :



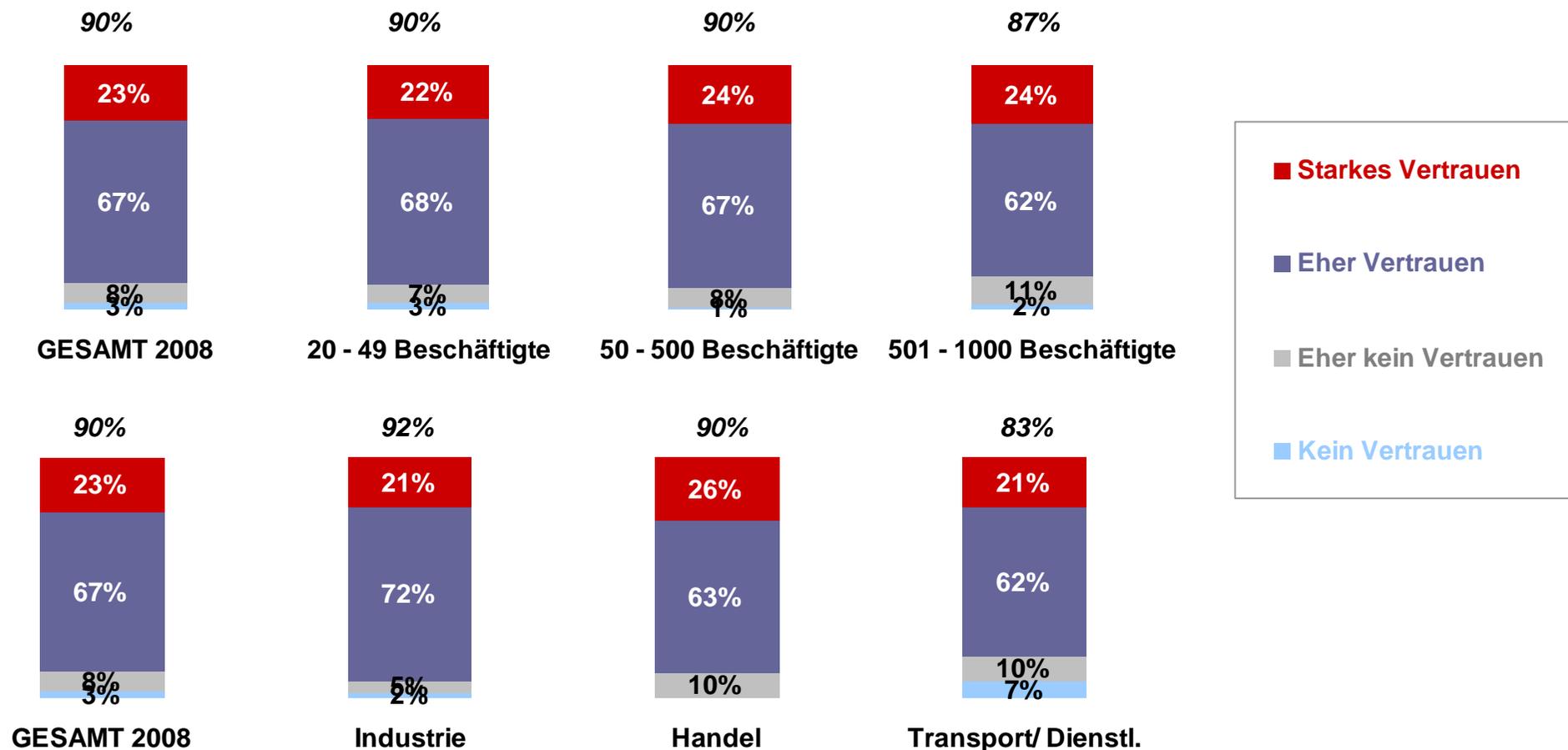
Beurteilung des Wirtschaftsumfelds (2)

F76. Würden Sie sagen, dass Sie heute als leitende Führungskraft eines Unternehmens kurzfristig starkes Vertrauen, Vertrauen, eher kein Vertrauen oder gar kein Vertrauen in das Wirtschaftsumfeld haben?

➔ % an Unternehmen, die Vertrauen oder kein Vertrauen in das Wirtschaftsumfeld haben

Grundlage: Alle befragten Unternehmen

ALLE UNTERNEHMEN, DIE VERTRAUEN HABEN :



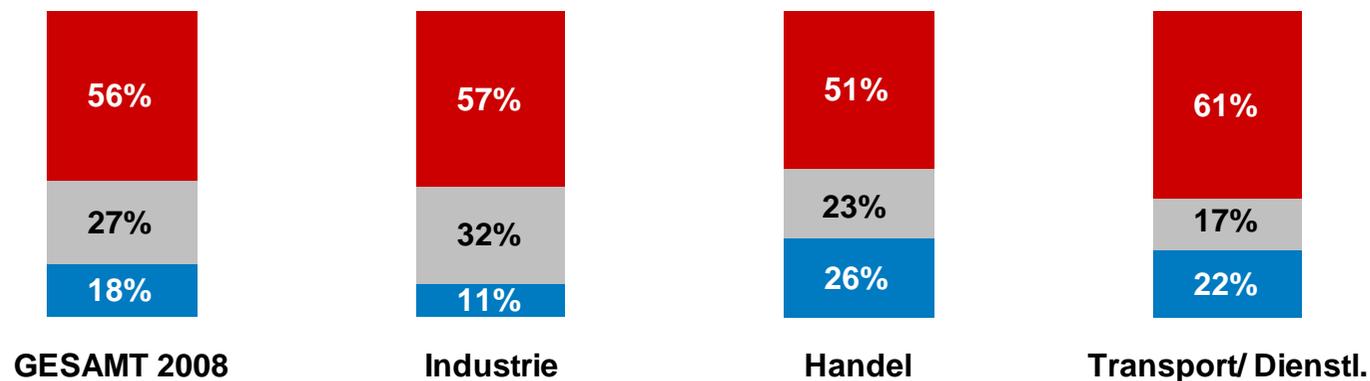
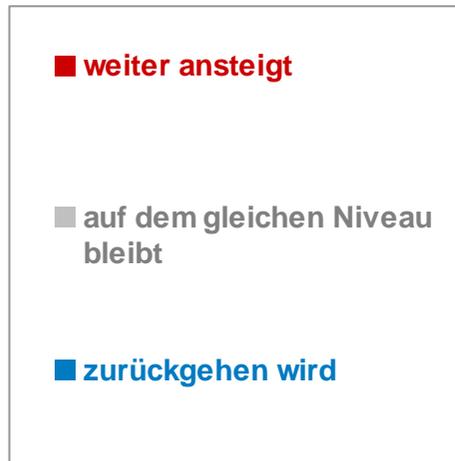
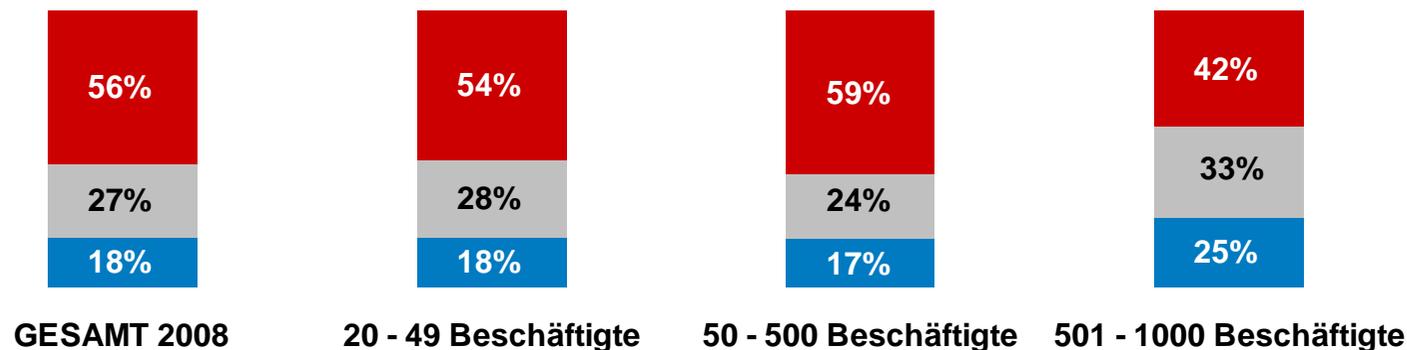
Beurteilung der Inflation

F80. Seit Ende letzten Jahres ist in Europa eine Inflation zu beobachten. Glauben Sie, dass die Inflation in Ihrem Land 2009 eher...

➔ % an Unternehmen, die glauben, dass die Inflation zunimmt

Grundlage: Alle befragten Unternehmen

NEUE FRAGE 2008



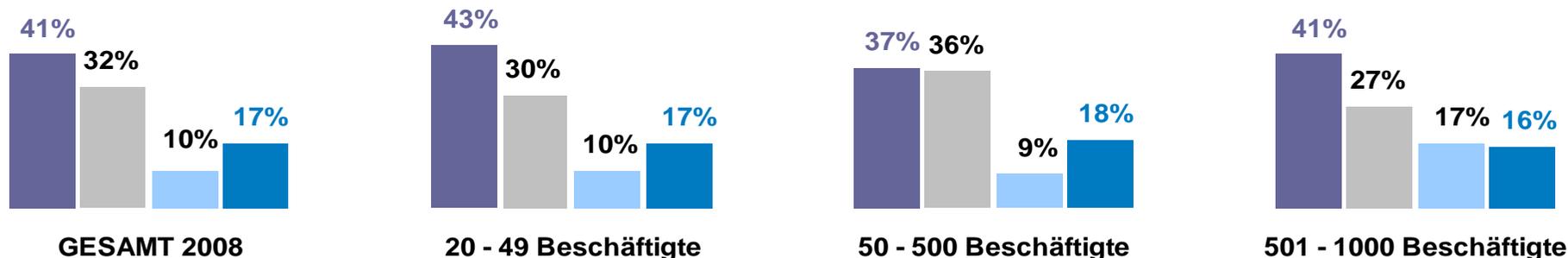
Unternehmensstrategie angesichts der Inflation

F81. Führt der Einbruch der Inflation in Ihrem Unternehmen dazu, dass:

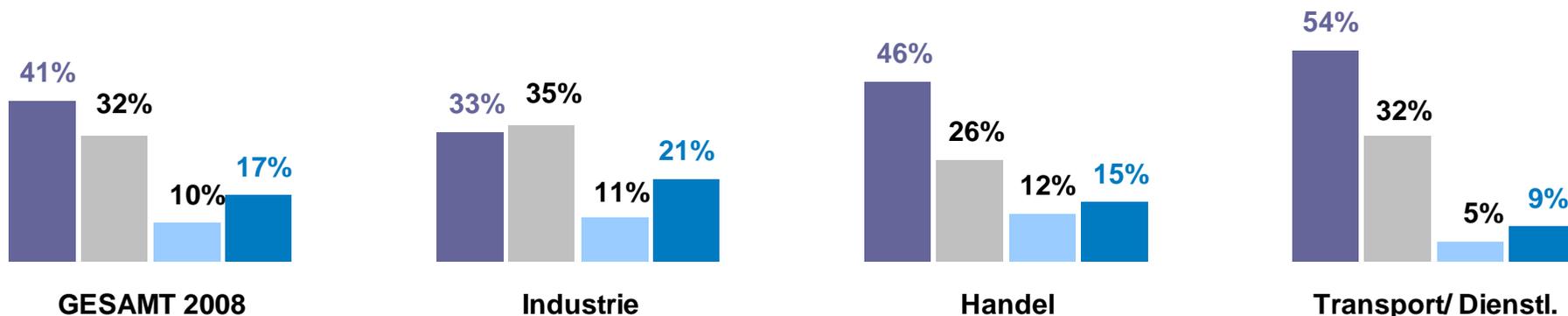
NEUE FRAGE 2008

→ % an Unternehmen, die aufgrund der Inflation ihre Preise erhöhen oder ihre Gewinnspanne senken möchten

Grundlage: Alle befragten Unternehmen



■ die Preise des Unternehmens angehoben werden
 ■ die Gewinnspanne verkleinert wird
■ beides
 ■ weder das eine noch das andere



Hauptsorge der Unternehmen (1)

F97. Welcher der nachstehenden Punkte ist für Ihr Unternehmen am beunruhigendsten?

Grundlage: Alle befragten Unternehmen



*: Punkt, der nur für die Industrie von Belang ist

Hauptsorge der Unternehmen (2)

F97. Welcher der nachstehenden Punkte ist für Ihr Unternehmen am beunruhigendsten?

Grundlage: Alle befragten Unternehmen

% vertikal	GESAMT 2008	Anzahl der Beschäftigten			Tätigkeitssektor		
		20 - 49 Beschäftigte	50 - 500 Beschäftigte	501 - 1000 Beschäftigte	Industrie	Handel	Transport/ Dienstl.
Entwicklung des Energiepreises	33%	37%	28%	31%	18%	38%	68%
Entwicklung der Rohstoffpreise*	28%	24%	36%	28%	54%	0%	0%
Die Konkurrenz der Schwellenländer	15%	15%	14%	18%	9%	25%	16%
Die Entwicklung der Arbeitsgesetzgebung	1%	1%	1%	1%	0%	2%	2%
Entwicklung der Steuergesetzgebung	8%	9%	7%	6%	8%	10%	5%
Entwicklung des Wechselkurses	6%	6%	6%	7%	5%	11%	2%
Kurzfristige Entwicklung des Zinssatzes	4%	4%	4%	5%	3%	4%	5%
Sonstiges	3%	4%	3%	3%	2%	6%	2%
GESAMT	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

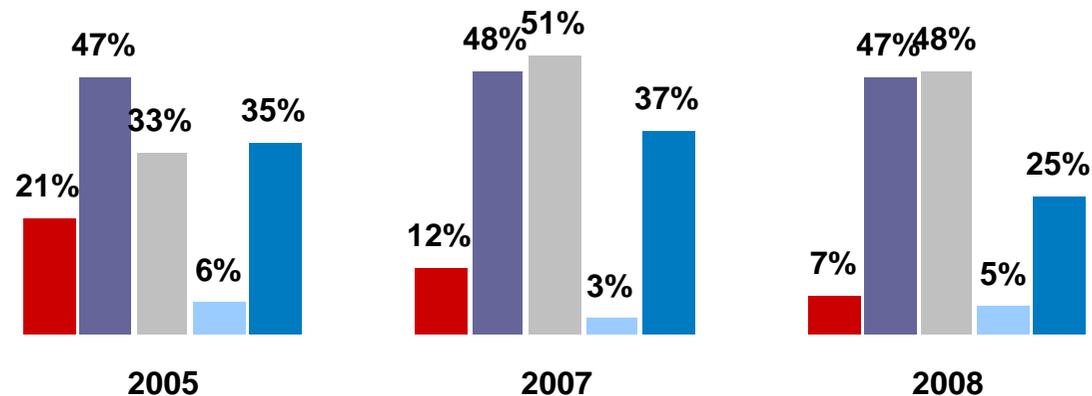
*: Punkt, der nur für die Industrie von Belang ist

Die Folgen der Entwicklung der Schwellenländer (1)

F98. Führt die Globalisierung und die Entwicklung in den Schwellenländern kurz- oder mittelfristig dazu, dass in Ihrem Unternehmen...

→ % an Unternehmen, die mit den Auswirkungen der Entwicklung der Schwellenländer einverstanden sind

Grundlage: Alle befragten Unternehmen



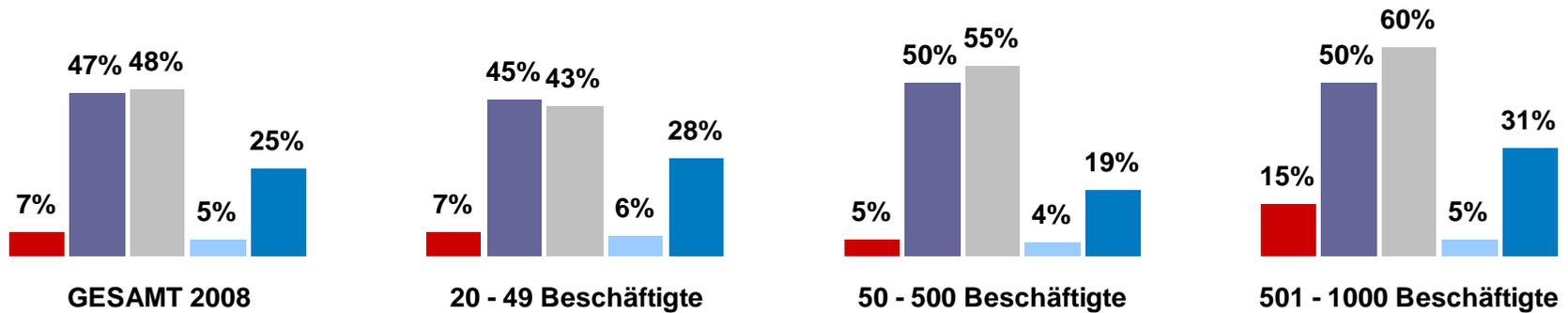
- die Personalausgaben reduziert werden
- die Produktivität gesteigert wird
- die Positionierung im Ausland verbessert wird
- auf Outsourcing zurückgegriffen wird
- Zulieferer und Partner nach anderen Kriterien ausgesucht werden

Die Folgen der Entwicklung der Schwellenländer (2)

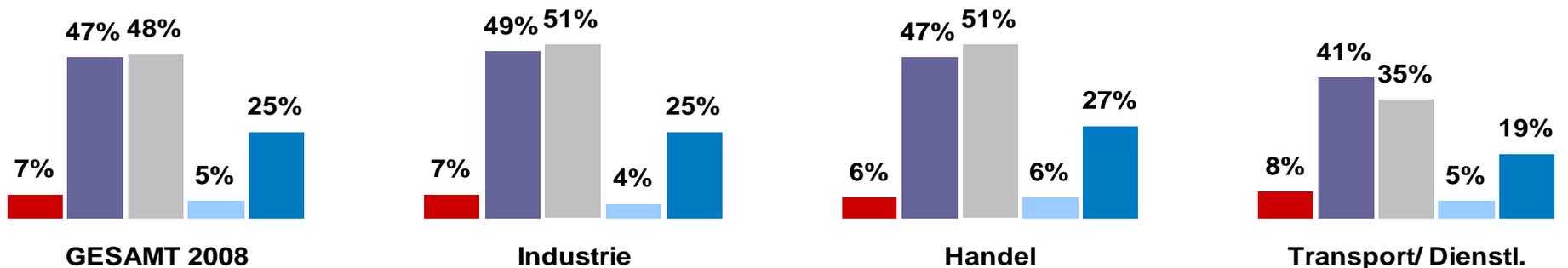
F98. Führt die Globalisierung und die Entwicklung in den Schwellenländern kurz- oder mittelfristig dazu, dass in Ihrem Unternehmen...

→ % an Unternehmen, die mit den Auswirkungen der Entwicklung der Schwellenländer einverstanden sind

Grundlage: Alle befragten Unternehmen



- die Personalausgaben reduziert werden
- die Produktivität gesteigert wird
- die Positionierung im Ausland verbessert wird
- auf Outsourcing zurückgegriffen wird
- Zulieferer und Partner nach anderen Kriterien ausgesucht werden

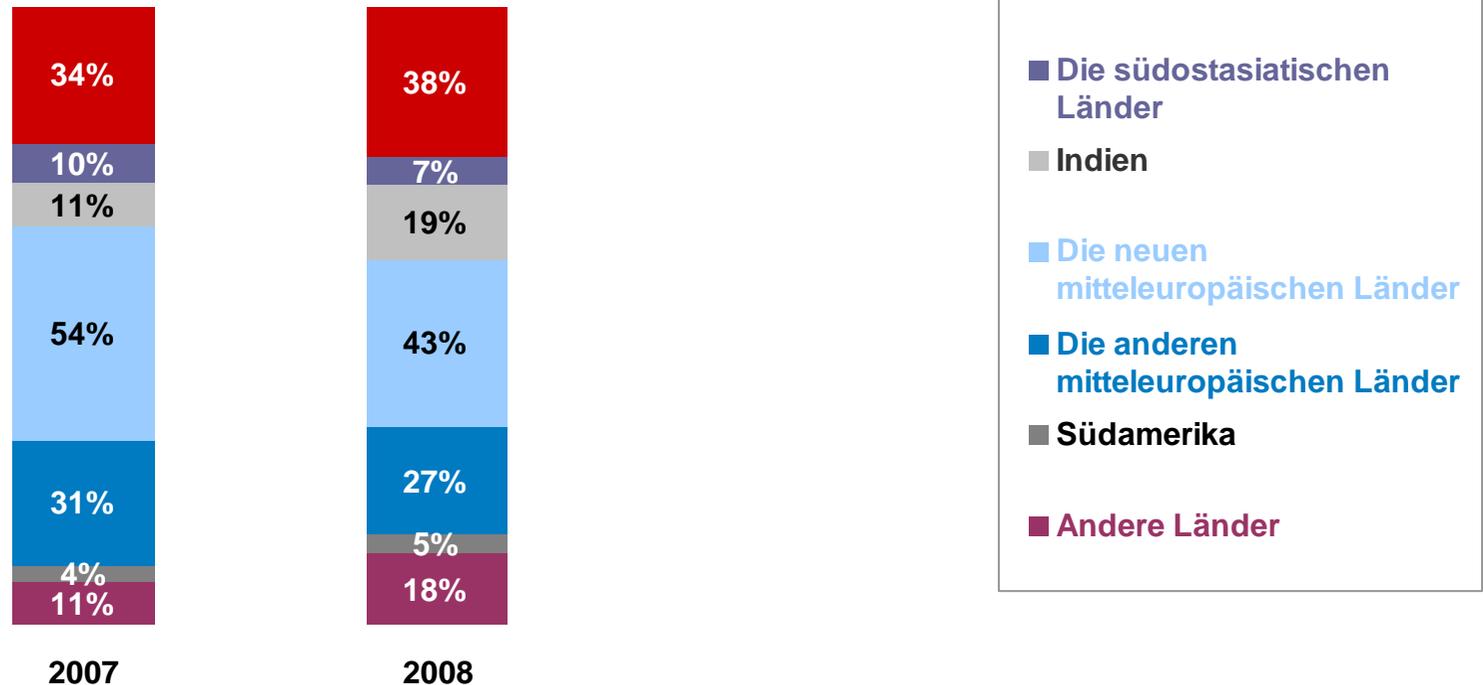


Schwellenland, das für das Unternehmen am wichtigsten ist (1)

F99a. Welche beiden Schwellenländer sind für Ihre Aktivität am wichtigsten?

→ Verteilung der Länder, die für das Unternehmen am bedrohlichsten sind

Grundlage: Alle befragten Unternehmen

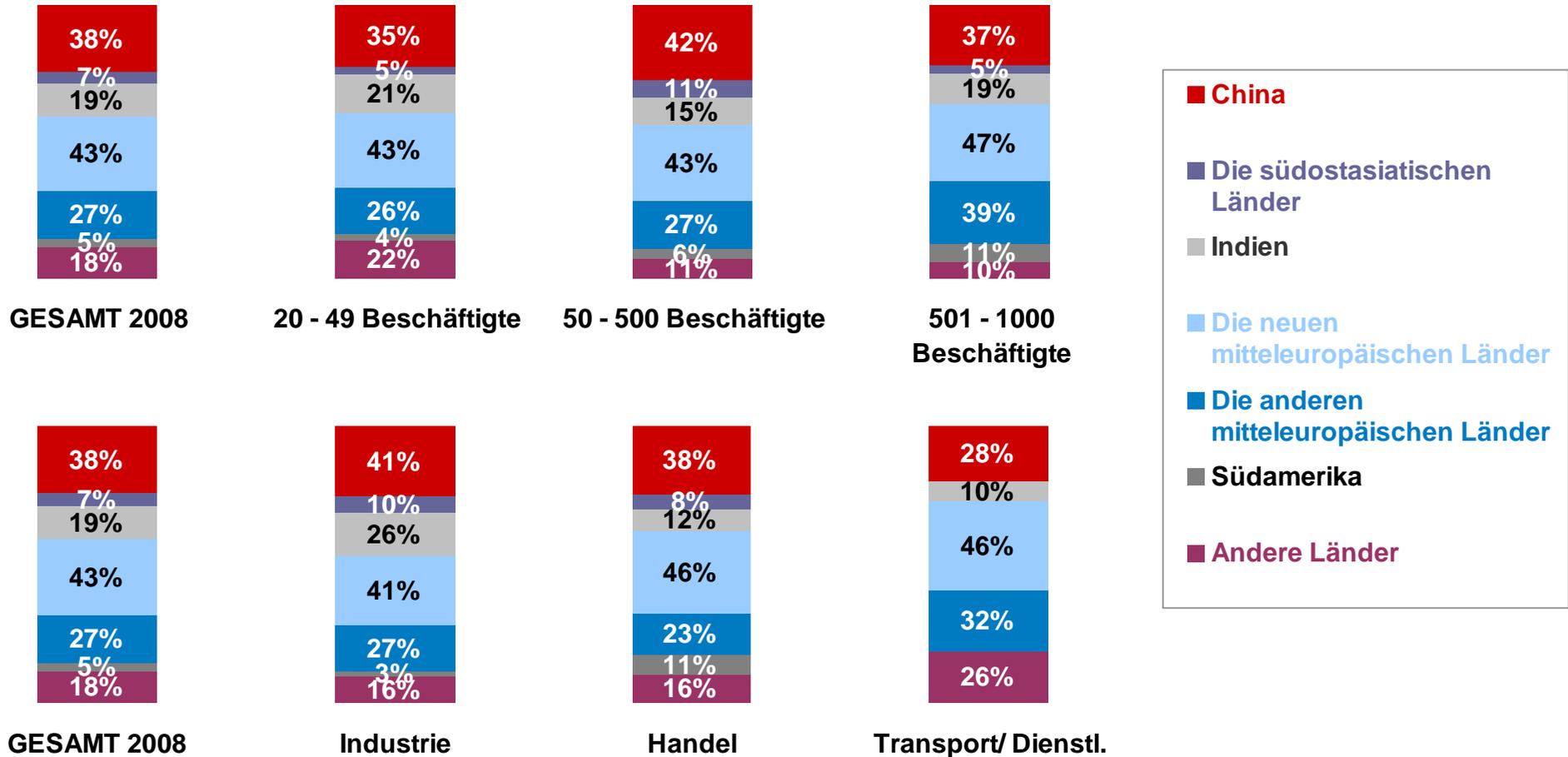


Schwellenland, das für das Unternehmen am wichtigsten ist (2)

F99a. Welche beiden Schwellenländer sind für Ihre Aktivität am wichtigsten?

→ Verteilung der Länder, die für das Unternehmen eine Entwicklungsmöglichkeit bieten

Grundlage: Alle befragten Unternehmen

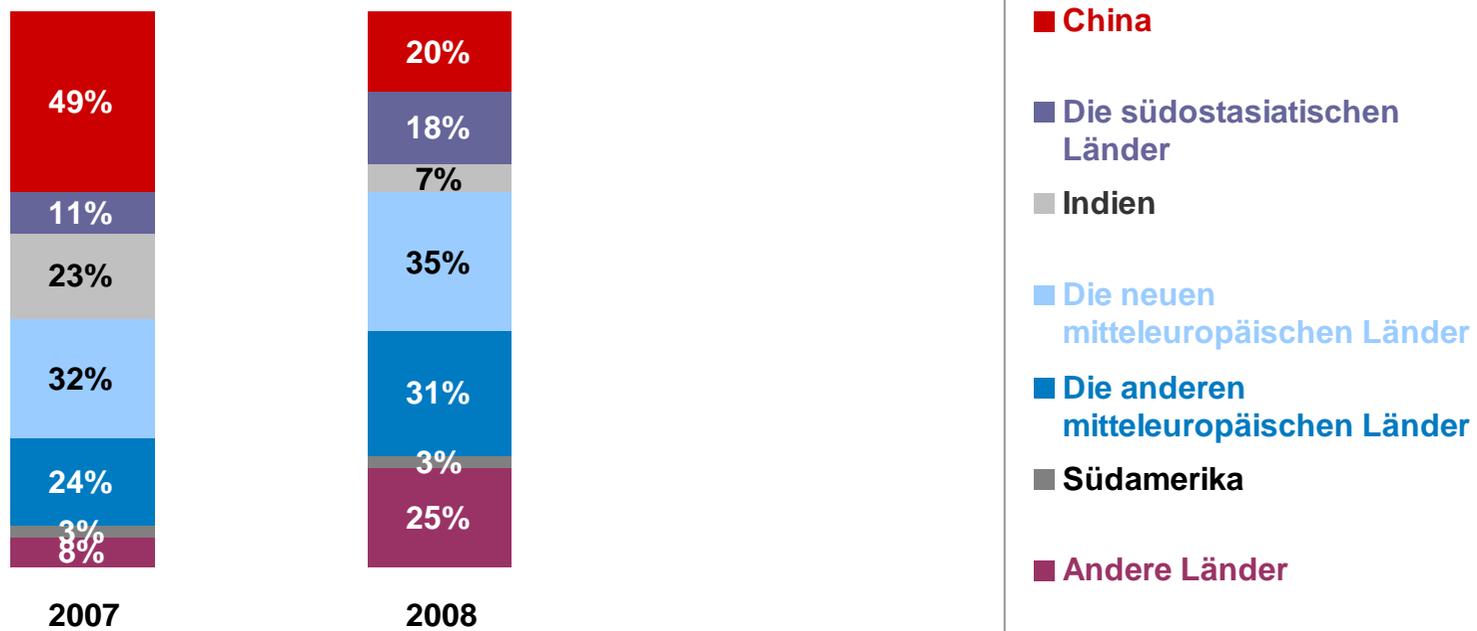


Schwellenländer, die für das Unternehmen am bedrohlichsten sind (1)

F99b. Welche beiden Schwellenländer sind für Ihre Tätigkeit am bedrohlichsten?

→ Aufteilung der Länder, die für das Unternehmen am bedrohlichsten sind

Grundlage: Alle befragten Unternehmen

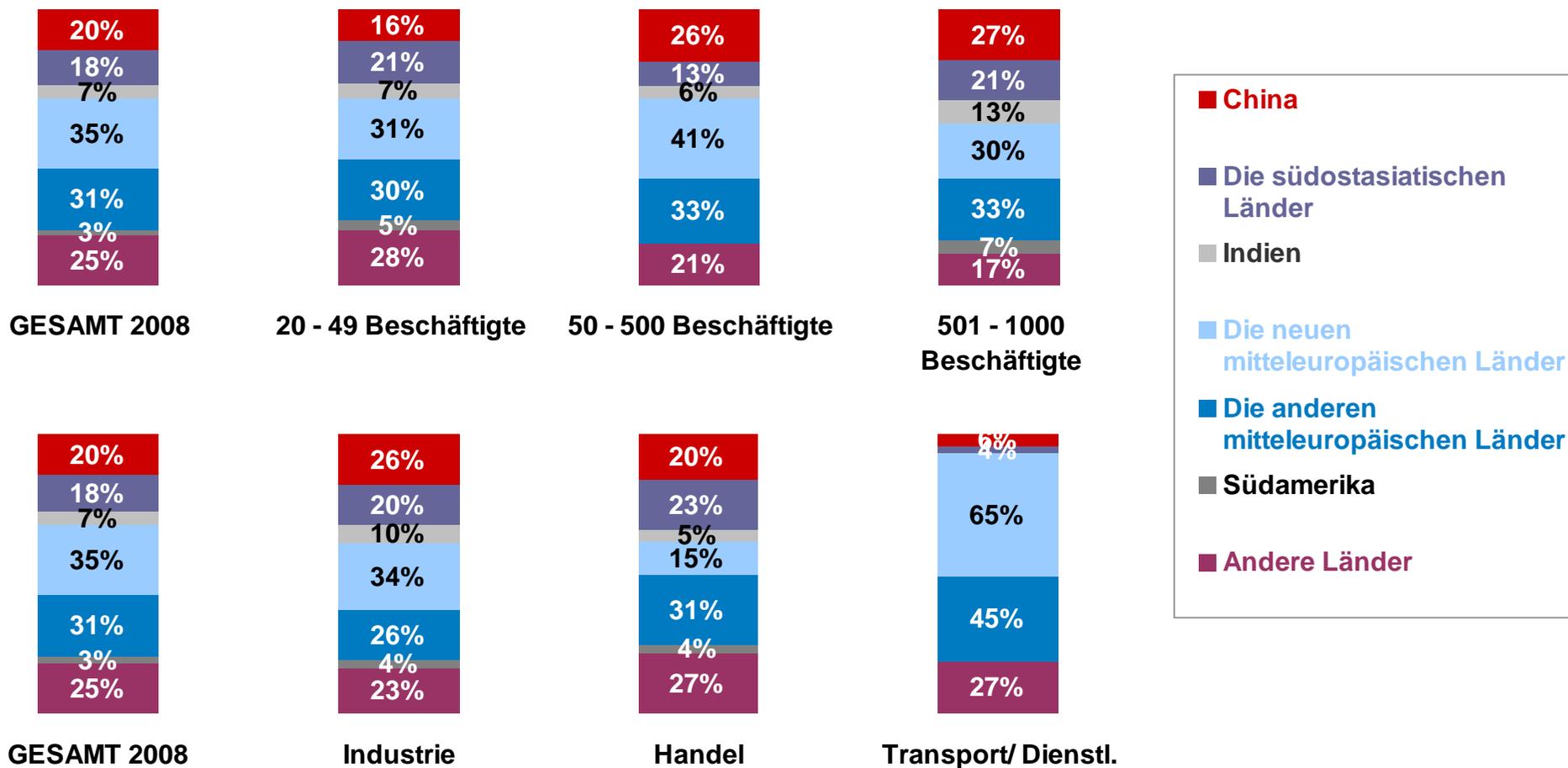


Schwellenländer, die für das Unternehmen am bedrohlichsten sind (2)

F99b. Welche beiden Schwellenländer sind für Ihre Tätigkeit am bedrohlichsten?

→ Aufteilung der Länder, die für das Unternehmen am bedrohlichsten sind

Grundlage: Alle befragten Unternehmen



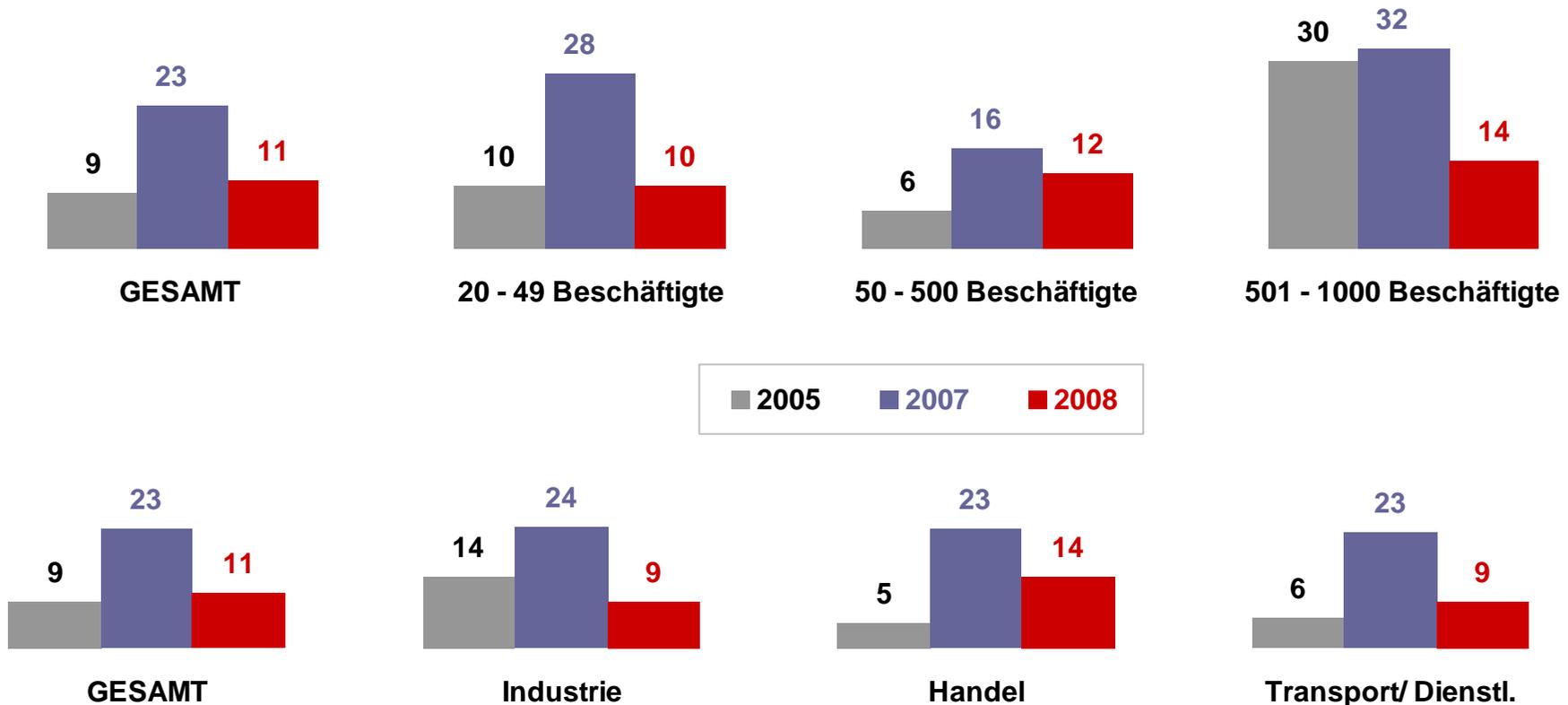
ANALYSE: Beurteilung des Wirtschaftsumfelds

- Die meisten deutschen Unternehmer sind zuversichtlich, was das wirtschaftliche Umfeld auf kurze Sicht angeht, ein Viertel von ihnen ist sogar sehr zuversichtlich, und zwar unabhängig vom Tätigkeitssektor oder der Unternehmensgröße. Am zuversichtlichsten sind in Europa die deutschen Klein- und Mittelbetriebe.
- Für 56% der deutschen Unternehmensleiter wird die Inflation 2009 zunehmen. Für 41% wird die Hauptfolge eine Steigerung der Preise sein.
- Wie überall in Europa ist die Entwicklung der Energie- und der Rohstoffpreise eine große Sorge in Deutschland. Die Entwicklung des Energiepreises ist Hauptsorge der Unternehmensleiter (33%), insbesondere bei den Dienstleistungs- und Transportunternehmen (68%). Die Entwicklung der Rohstoffpreise ist dagegen für 28 % der Unternehmensleiter eine große Sorge.
- Die Konkurrenz der Schwellenländer ist für 15% der deutschen betroffenen Unternehmen das größte Problem. Als Reaktion auf die Konkurrenz dieser Länder, insbesondere durch die anderen europäischen Ländern, scheint die beste Lösung für die Klein- und Mittelbetriebe eine Verbesserung der internationalen Positionierung und die Steigerung der Produktivität zu sein.
- Schließlich ist festzustellen, dass die Schwellenländer zwar als Bedrohung für die Geschäftstätigkeit der europäischen Länder empfunden werden, sie andererseits jedoch eine Wachstumsmöglichkeit bieten.

Indikator für Wachstumsdynamik

➔ % an Unternehmen, die optimistisch sind in Bezug auf die Entwicklung ihrer Aktivität und die die Wachstumsdynamik durch Investitionen anregen könnten

Grundlage: Alle befragten Unternehmen



ANALYSE: Indikator für Wachstumsdynamik

- Um die Meinungen der Unternehmensleiter über die Situation ihres Unternehmens zusammenzufassen, wurde ein synthetischer Indikator berechnet. Er benennt das Verhältnis der Unternehmen, die zeitgleich:
 - ihren Umsatz steigern möchten
 - ihre Rentabilität verbessern möchten
 - Investitionsausgaben planen

- Lassen Sie uns diesen Faktor den « Eurofactor/AFDCC-Indikator für Wachstumsdynamik » (oder auf Englisch, « Eurofactor/AFDCC Economic Growth Perspective Index ») nennen, den wir nachstehend mit « EGP Index » abkürzen können.

- Er liegt in Deutschland bei 11, mit abnehmender Tendenz (seit 2007 12 Punkte weniger), was Deutschland zusammen mit Großbritannien an die zweite Stelle der optimistischen Länder setzt.

- Dieser Durchschnitt verhüllt jedoch große Disparitäten je nach Größe der Unternehmen: Der Indikator liegt über dem Durchschnitt bei größeren Klein- und Mittelbetrieben (14) und ist schwächer bei kleinen Betrieben (10). Die Unternehmen aus dem Handel sind mit einem Faktor von 14 am optimistischsten.

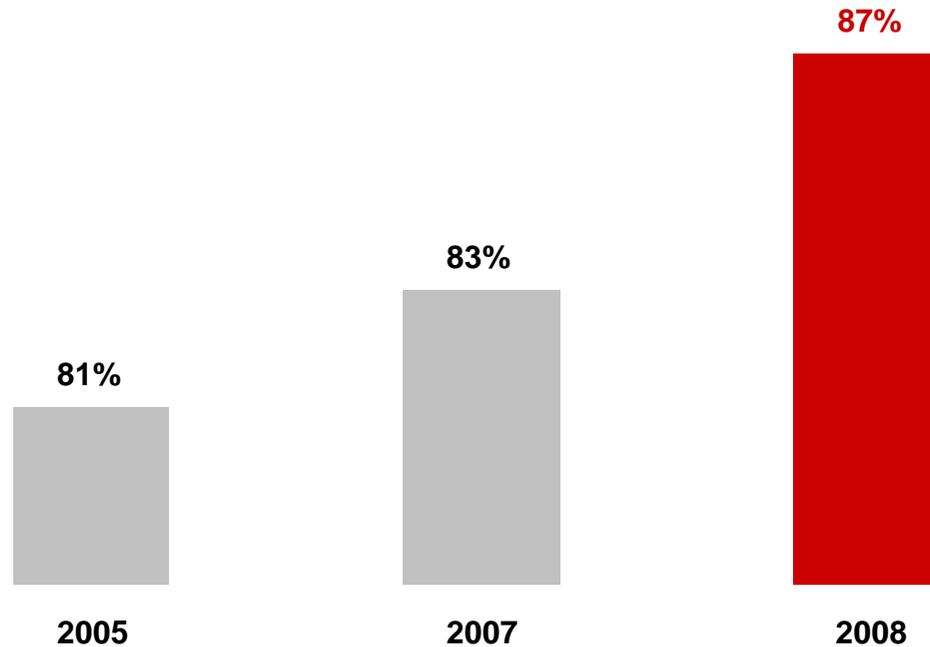
3 – FORDERUNGSMANAGEMENT DER UNTERNEHMEN

Externe Leistungserbringer für das Forderungsmanagement (1)

F25. Greift Ihr Unternehmen für das Forderungsmanagement derzeit auf nachstehenden Möglichkeiten zurück?

→ % an Unternehmen, die ihr Forderungsmanagement externen Leistungserbringern anvertrauen

Grundlage: Alle befragten Unternehmen

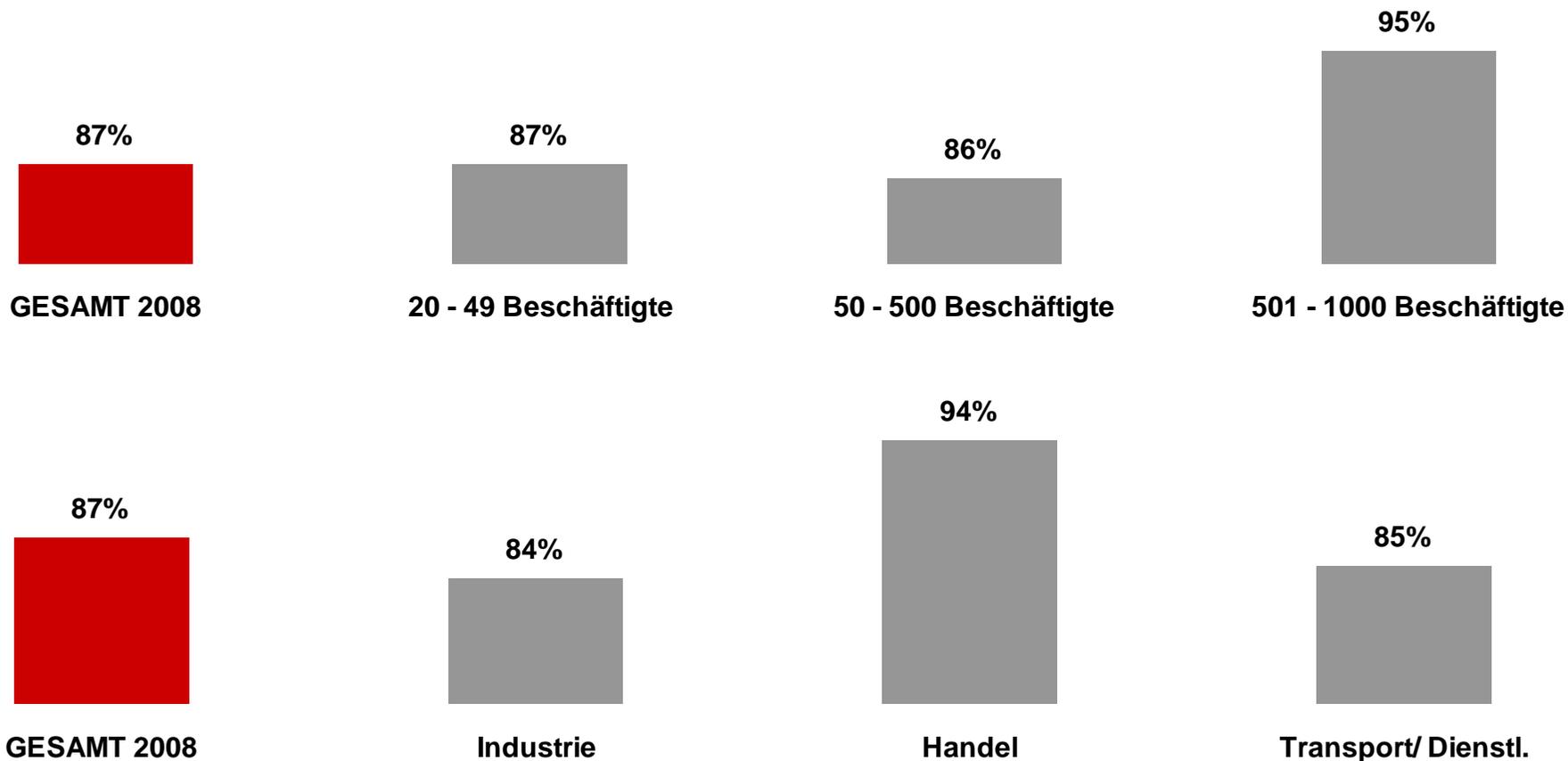


Externe Leistungserbringer für das Forderungsmanagement (2)

F25. Greift Ihr Unternehmen für das Forderungsmanagement derzeit auf nachstehenden Möglichkeiten zurück?

➔ % an Unternehmen, die ihr Forderungsmanagement externen Leistungserbringern anvertrauen

Grundlage: Alle befragten Unternehmen

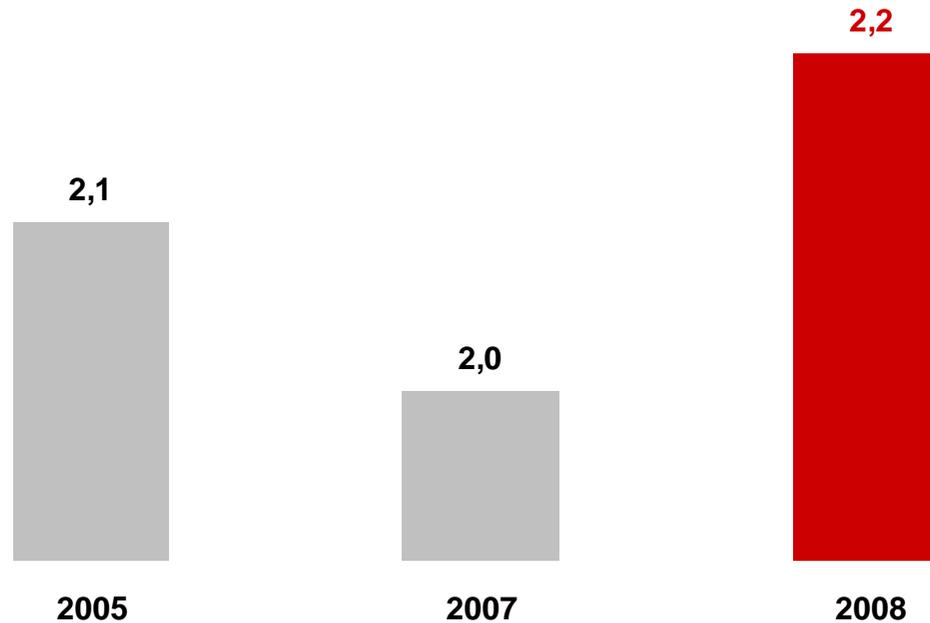


Anzahl der externen Forderungsmanagement-Leistungen (1)

F25. Greift Ihr Unternehmen für das Forderungsmanagement derzeit auf nachstehenden Möglichkeiten zurück?

→ Durchschnittliche Anzahl externer Forderungsmanagement-Leistungen

Grundlage: Alle befragten Unternehmen

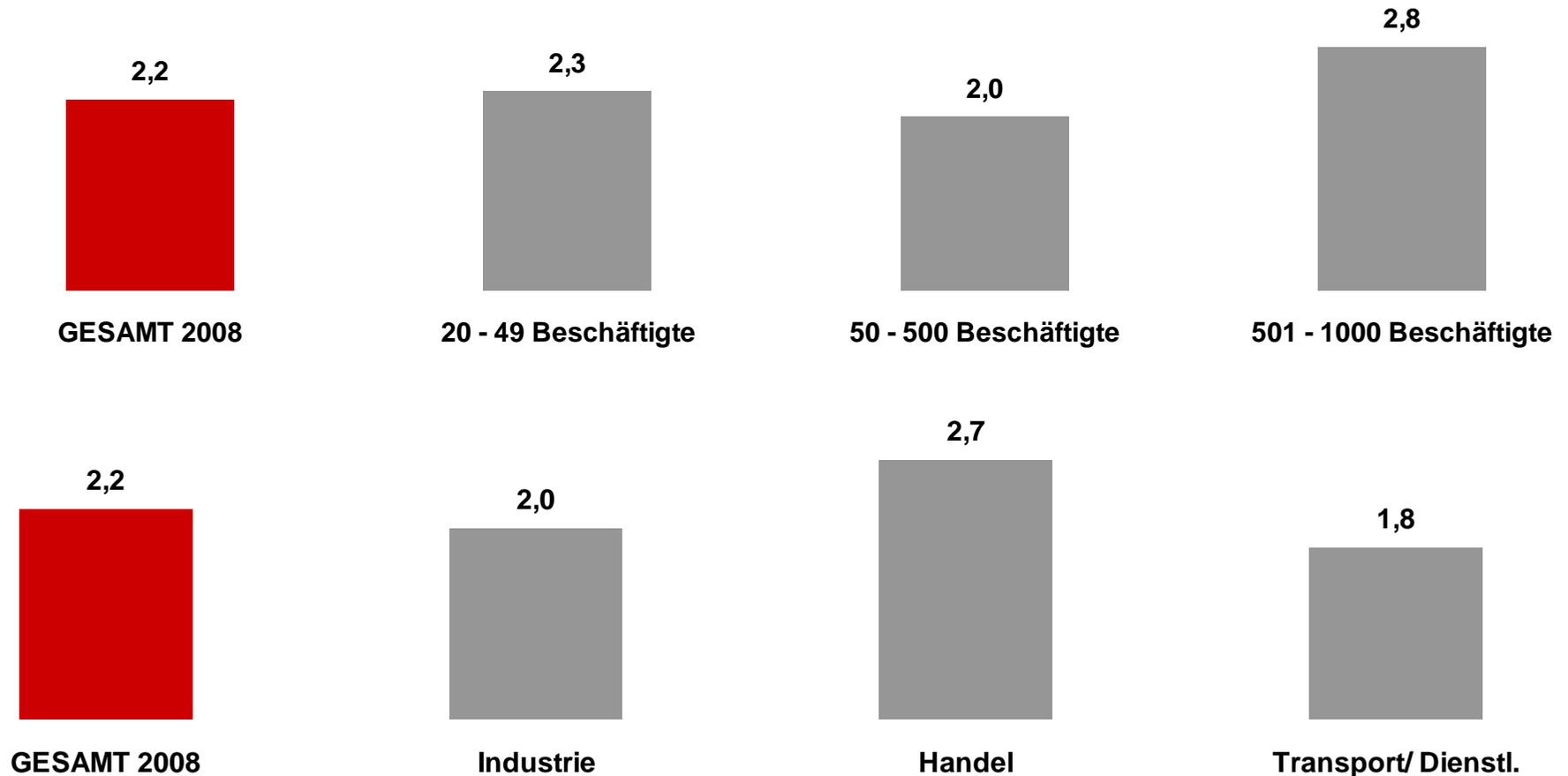


Anzahl der externen Forderungsmanagement-Leistungen (2)

F25. Greift Ihr Unternehmen für das Forderungsmanagement derzeit auf nachstehende Möglichkeiten zurück?

→ Durchschnittliche Anzahl externer Forderungsmanagement-Leistungen

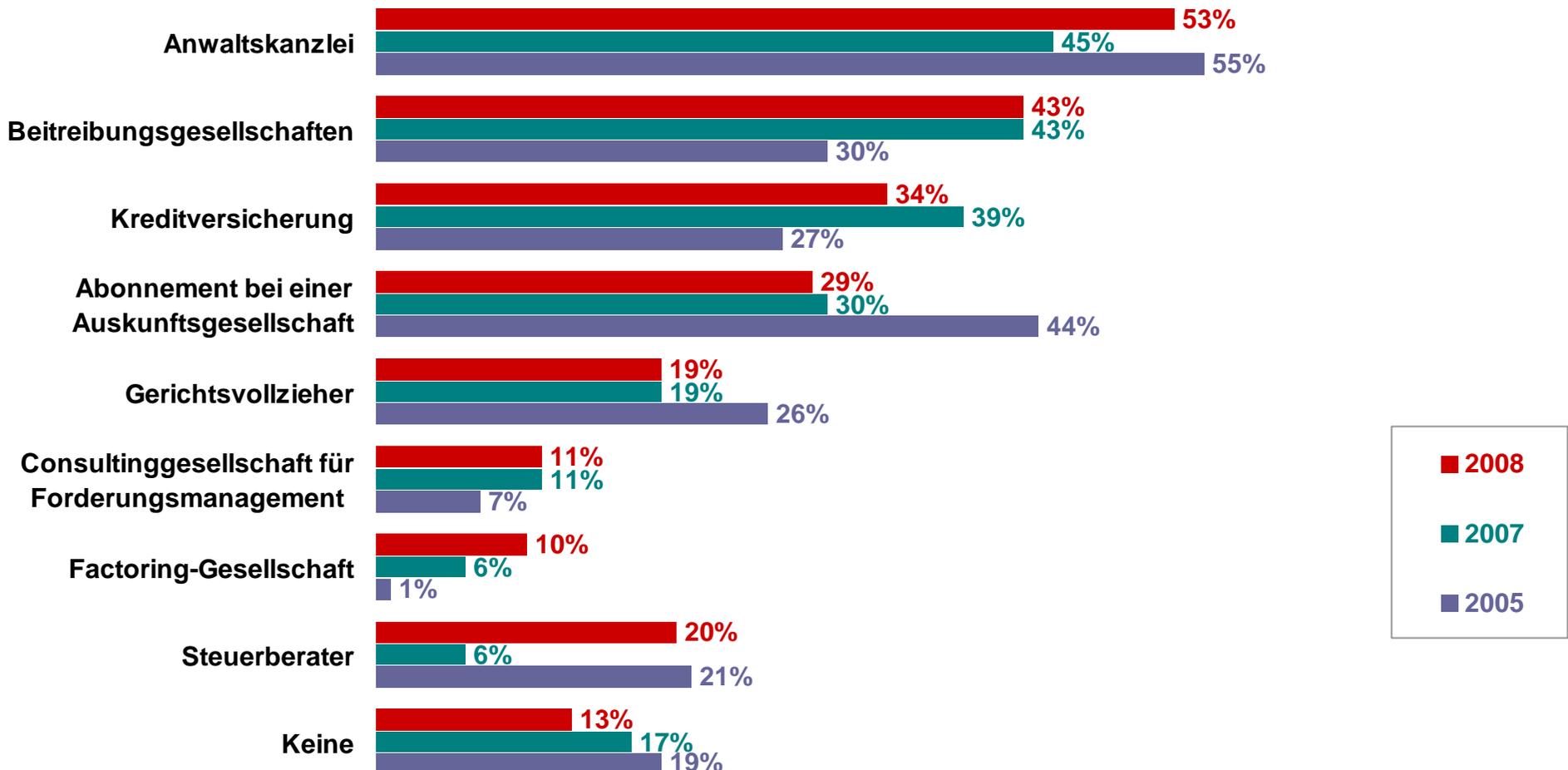
Grundlage: Alle befragten Unternehmen



Externe Leistungserbringer für das Forderungsmanagement (1)

→ % an Unternehmen, die ihr Forderungsmanagement externen Leistungserbringern anvertrauen

Grundlage: Alle befragten Unternehmen



Externe Leistungserbringer für das Forderungsmanagement (2)

➔ % an Unternehmen, die ihr Forderungsmanagement externen Leistungserbringern anvertrauen

Grundlage: Alle befragten Unternehmen

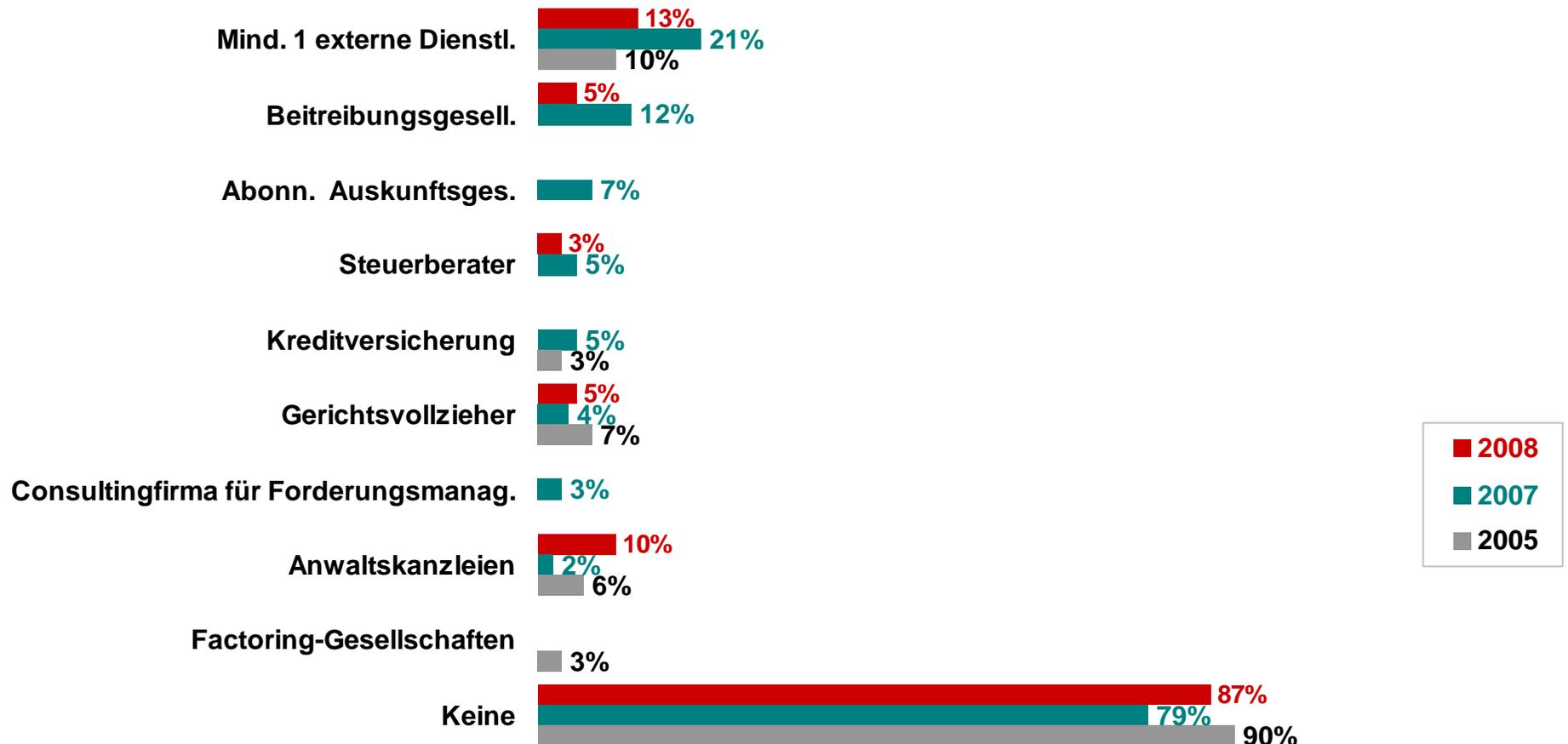
% vertikal	GESAMT 2008	Anzahl der Beschäftigten			Tätigkeitssektor		
		20 - 49 Beschäftigte	50 - 500 Beschäftigte	501 - 1000 Beschäftigte	Industrie	Handel	Transport/ Dienstleist.
Anwaltskanzleien für Forderungsmanagement	53%	48%	59%	64%	48%	66%	46%
Beitreibungsgesellschaft	43%	46%	38%	53%	41%	49%	42%
Kreditversicherung	34%	34%	35%	41%	40%	31%	22%
Abonnement bei einer Auskunftsgesellschaft	29%	33%	21%	44%	24%	40%	24%
Gerichtsvollzieher für Forderungsmanagement	19%	17%	22%	34%	21%	21%	10%
Consultinggesellschaft für Forderungsmanagement	11%	14%	6%	11%	9%	17%	7%
Factoring-Gesellschaft	10%	12%	6%	14%	6%	20%	7%
Steuerberater oder zugelassene Verwaltungszentren	20%	26%	12%	14%	15%	28%	24%
Keine	13%	13%	14%	5%	16%	6%	15%
GESAMT	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Mögliche externe Forderungsmanagement-Leistungen

F27. Können Sie sich vorstellen, das Ihr Unternehmen auf folgende Dienstleistungen zurückgreift?

➔ % an Unternehmen, die vorhaben, ihr Forderungsmanagement externen Leistungserbringern anzuvertrauen

Grundlage: Unternehmen, die derzeit nicht auf externe Forderungsmanagement-Leistungen zurückgreifen



ANALYSE: Forderungsmanagement

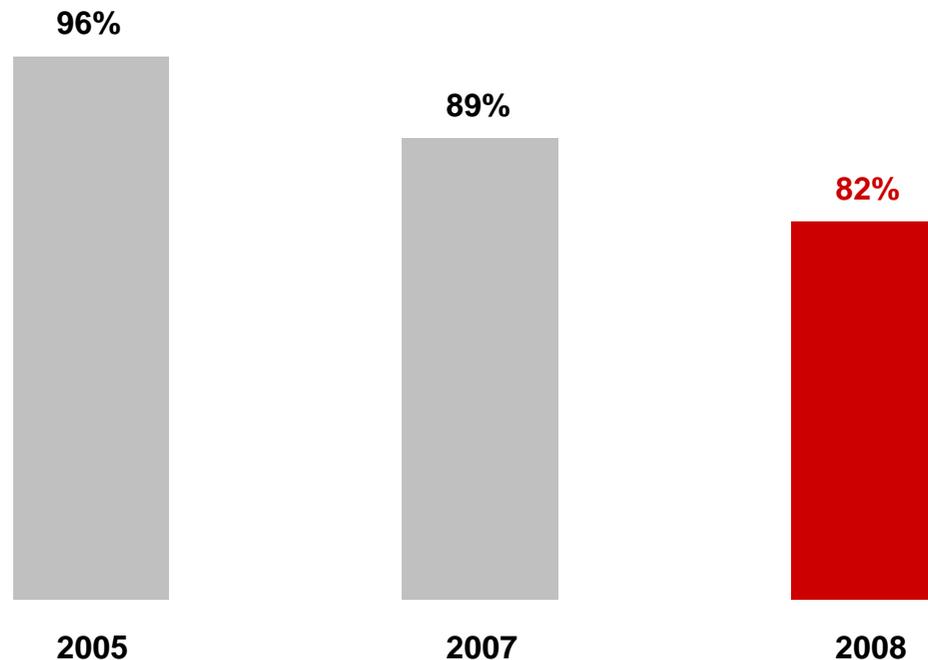
- In Deutschland greifen 87% der Klein- und Mittelbetriebe für das Forderungsmanagement auf externe Leistungserbringer zurück, wobei diese Tendenz seit 2005 steigend ist. Der Anteil nimmt mit zunehmender Unternehmensgröße zu und beträgt bei Unternehmen mit 501-1000 Beschäftigten 95%. Auch im Handel ist der Anteil mit 94% besonders hoch.
- Wie in den meisten anderen europäischen Ländern wenden sich die deutschen Klein- und Mittelbetriebe zunächst an Anwaltskanzleien (53%). Je größer die Beschäftigtenzahl, um so stärker wird dieser Dienst in Anspruch genommen. Die deutschen Firmen wenden sich ferner an Beitreibungsgesellschaften (43%) und Kreditversicherungsgesellschaften (34%).
- 29% der Klein- und Mittelbetriebe haben sich bei einer Auskunftsgesellschaft angemeldet. Factoring nimmt seit 2005 zu und wird von 10% aller Unternehmen genutzt. Deutschland liegt jetzt im europäischen Mittel.
- 13% der Unternehmen können sich vorstellen, für ihr Forderungsmanagement auf externe Leistungserbringer zurückzugreifen, vor allem auf Anwaltskanzleien (10%).

Unbezahlte Forderungen (1)

F28. Wie groß ist der Anteil der unbezahlten Forderungen am Umsatz Ihres Unternehmens? Unter ‚unbezahlt‘ versteht man hier einen tatsächlich nicht bezahlten Betrag, d.h. eine Summe, bei der Sie sicher sind, dass sie nicht bezahlt wurde (Zahlungsunfähigkeit des Gläubigers, notorisch insolventer oder verschwundener Kunde, Konkursanmeldung des Kunden)

→ % an Unternehmen, die ausstehende Forderungen haben

Grundlage: Unternehmen, die wissen, wie hoch der Anteil der unbezahlten Forderungen ist

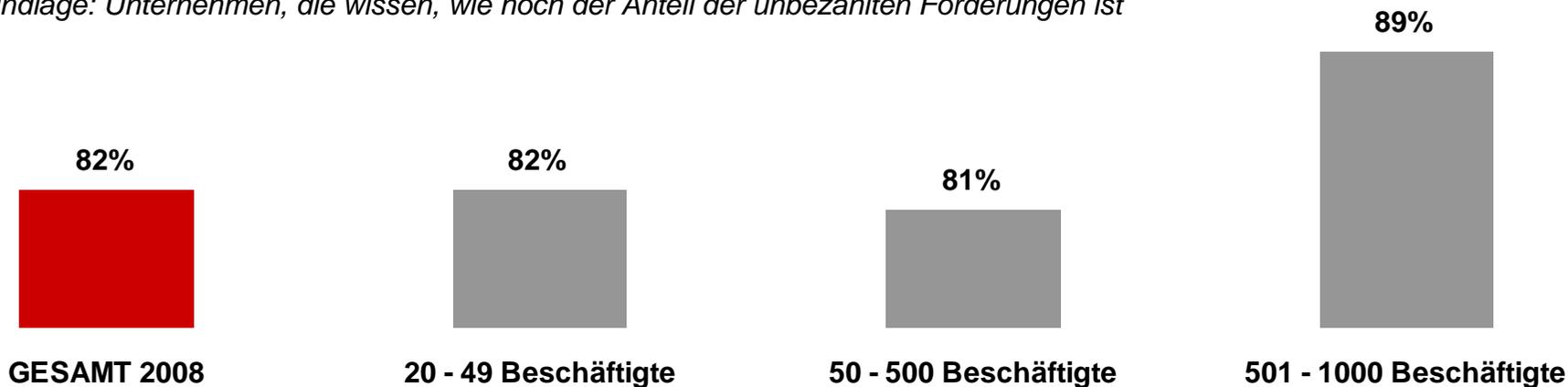


Unbezahlte Forderungen (2)

F28. Wie groß ist der Anteil der unbezahlten Forderungen am Umsatz Ihres Unternehmens? Unter ‚unbezahlt‘ versteht man hier einen tatsächlich nicht bezahlten Betrag, d.h. eine Summe, bei der Sie sicher sind, dass sie nicht bezahlt wurde (Zahlungsunfähigkeit des Gläubigers, notorisch insolventer oder verschwundener Kunde, Konkursanmeldung des Kunden)

→ % an Unternehmen, die ausstehende Forderungen haben

Grundlage: Unternehmen, die wissen, wie hoch der Anteil der unbezahlten Forderungen ist

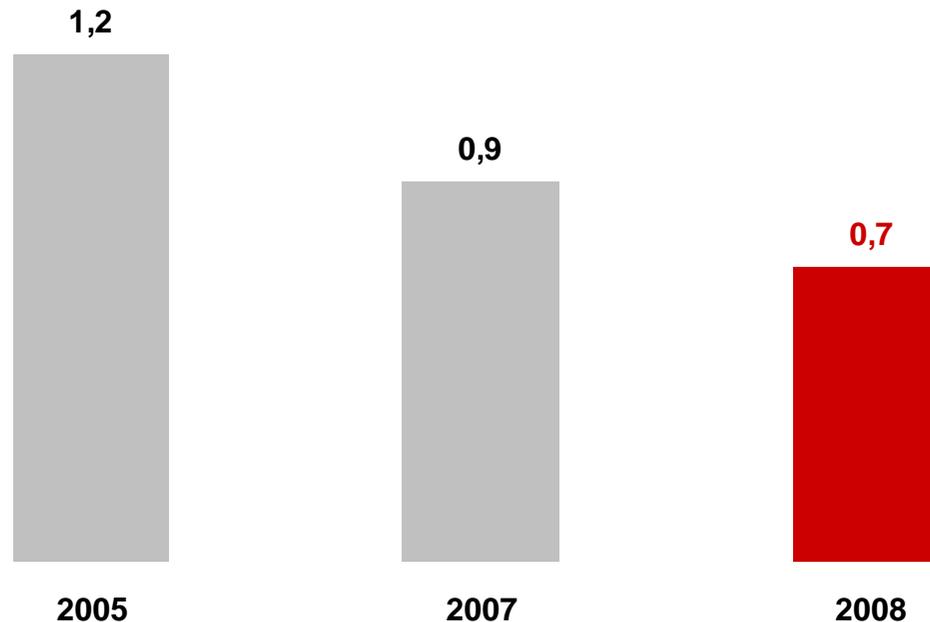


Durchschnittlicher Anteil der unbezahlter Forderungen am Umsatz (1)

F28. Wie groß ist der Anteil der unbezahlten Forderungen am Umsatz ihres Unternehmens? Unter ‚unbezahlt‘ versteht man hier einen tatsächlich nicht bezahlten Betrag, d.h. eine Summe, bei der Sie sicher sind, dass sie nicht bezahlt wird (Zahlungsunfähigkeit des Gläubigers, notorisch insolventer oder verschwundener Kunde, Konkursanmeldung des Kunden)

→ durchschnittlicher* Anteil der unbezahlten Forderungen am Umsatz

Grundlage: Unternehmen, die wissen, wie hoch der Anteil der unbezahlten Forderungen ist



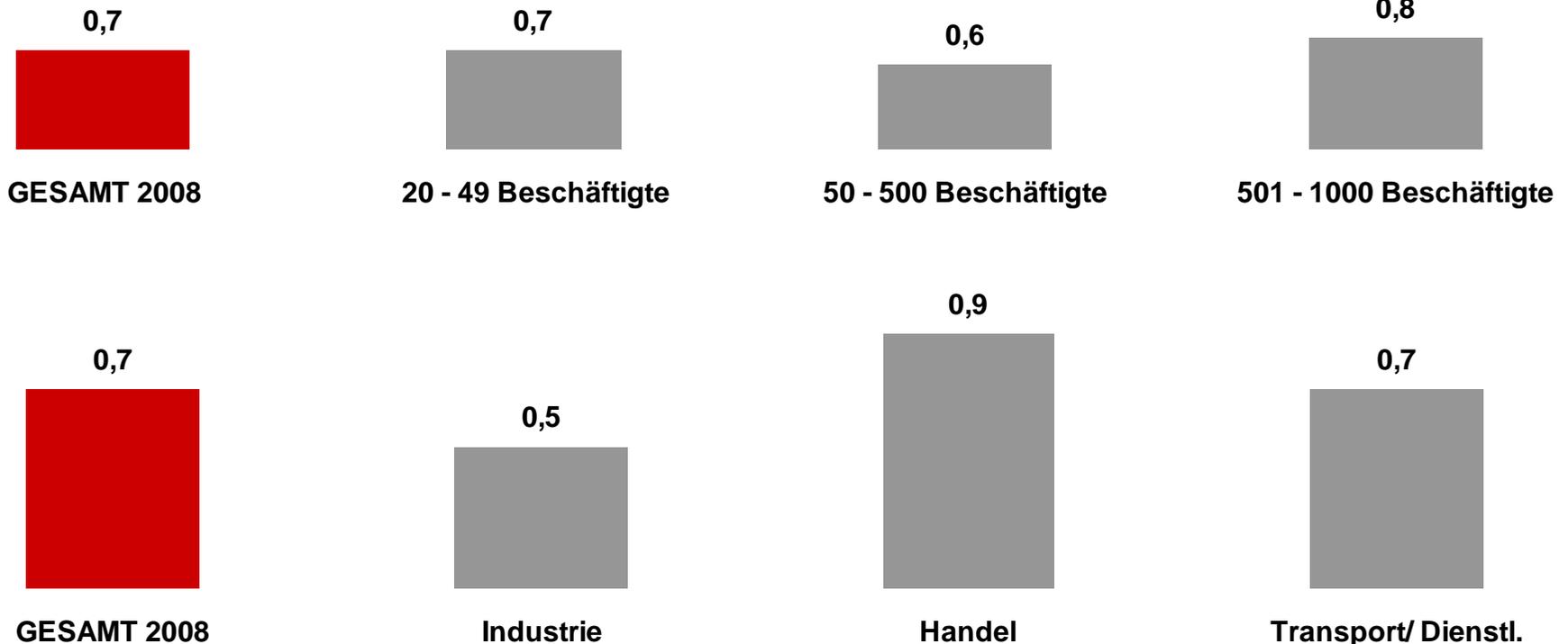
[*] Der Durchschnitt wird auf der Grundlage folgender Annahmen berechnet: Es wurde für jede Gruppe der Mittelwert (z.B. 0,1 bis 0,4 % = 0,25 %) und für die letzte Gruppe 5,45 % herangezogen.

Durchschnittlicher Anteil der unbezahlter Forderungen am Umsatz (2)

F28. Wie groß ist der Anteil der unbezahlten Forderungen am Umsatz ihres Unternehmens? Unter ‚unbezahlt‘ versteht man hier einen tatsächlich nicht bezahlten Betrag, d.h. eine Summe, bei der Sie sicher sind, dass sie nicht bezahlt wird (Zahlungsunfähigkeit des Gläubigers, notorisch insolventer oder verschwundener Kunde, Konkursanmeldung des Kunden)

→ durchschnittlicher* Anteil der unbezahlten Forderungen am Umsatz

Grundlage: Unternehmen, die wissen, wie hoch der Anteil der unbezahlten Forderungen ist



[*] Der Durchschnitt wird auf der Grundlage folgender Annahmen berechnet: Es wurde für jede Gruppe der Mittelwert (z.B. 0,1 bis 0,4 % = 0,25 %) und für die letzte Gruppe 5,45 % herangezogen.

ANALYSE: Unbezahlte Forderungen

- Der Anteil der deutschen Klein- und Mittelbetriebe mit unbezahlten Forderungen geht seit 2005 leicht zurück und lag 2008 bei 82% im Gegensatz zu 96% im November 2005. Es sei angemerkt, dass es sich hauptsächlich um Betriebe mit über 500 Beschäftigten handelt (89%).
- Die unbezahlten Forderungen, die sich 2006 auf 1,2 % des Umsatzes und 2007 auf 0,9 % beliefen, liegen heute im Schnitt bei 0,7%.

4 – ZAHLUNGSFRISTEN

Die durchschnittlichen Zahlungsfristen (1)

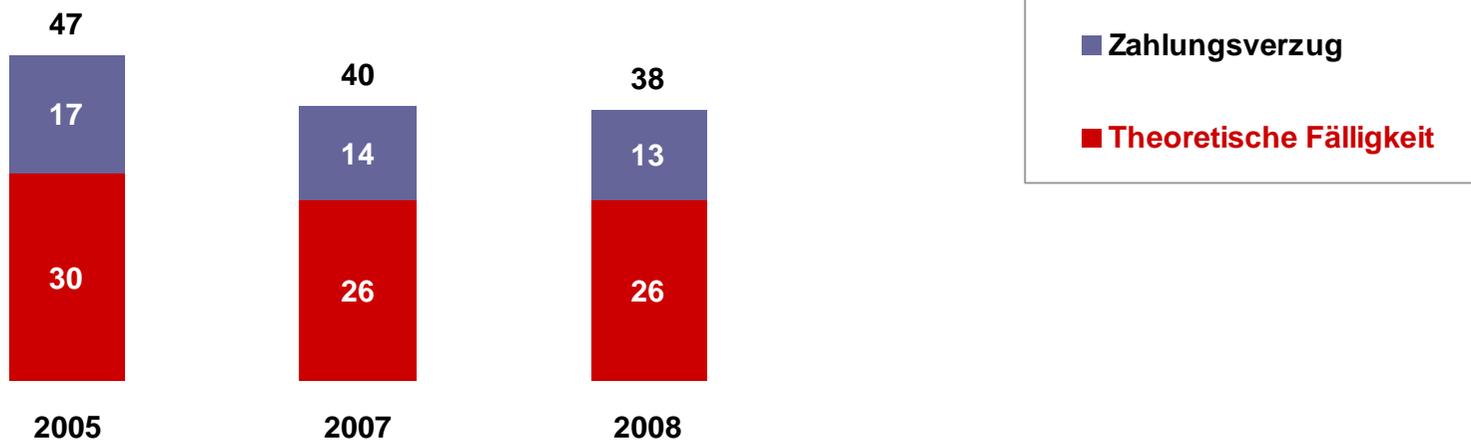
F20. Zu welchen Zahlungsfristen verpflichten sich im Durchschnitt die Kunden, mit denen Sie Geschäfte abschließen?

F21. Stellen Sie generell eine Abweichung zwischen angekündigter Zahlung und tatsächlicher Zahlung fest?

F22. Wie viele Tage sind die Kunden im Schnitt im Verzug?

→ Durchschnittliche Zahlungsfrist

Grundlage: Alle befragten Unternehmen



HINWEIS: Die Zahlungsfrist wird auf der Grundlage folgender Annahmen berechnet: Theoretische Fälligkeit + Zahlungsverzug der Kundenkategorien im Verhältnis zu ihrer prozentualen Verteilung auf den Umsatz.

Die durchschnittlichen Zahlungsfristen (2)

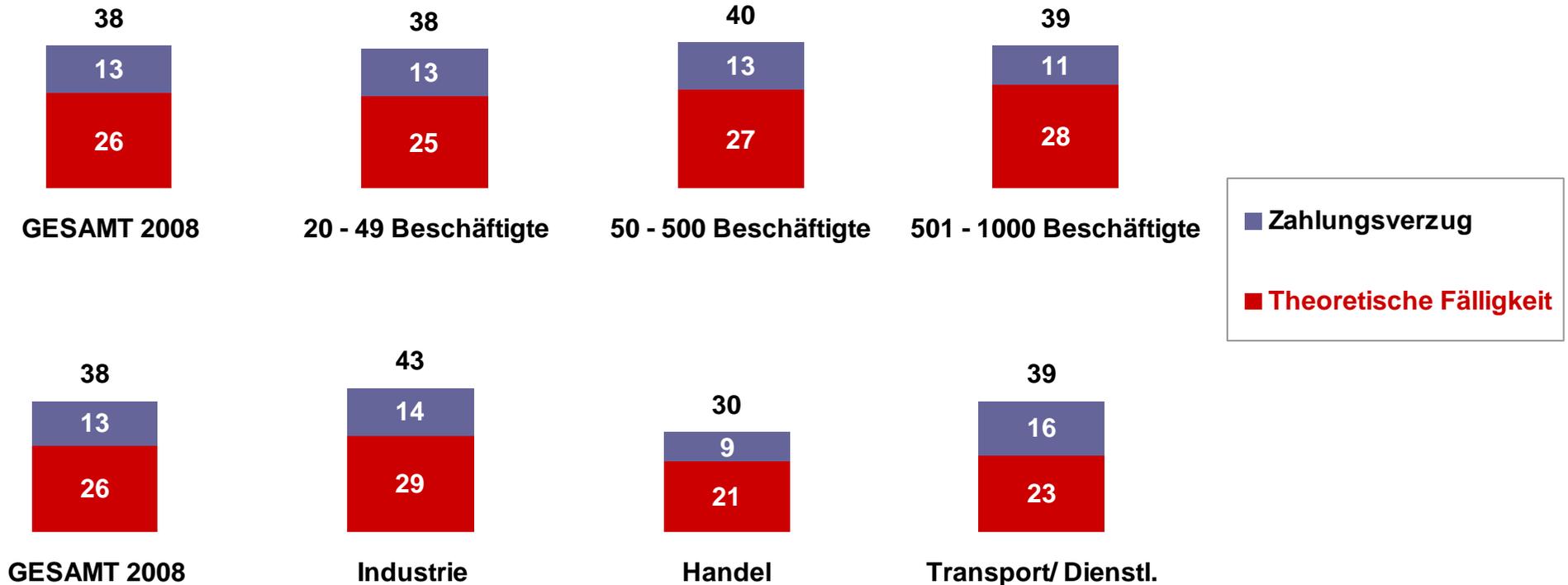
F20. Zu welchen Zahlungsfristen verpflichten sich im Durchschnitt die Kunden, mit denen Sie Geschäfte abschließen?

F21. Stellen Sie generell eine Abweichung zwischen angekündigter Zahlung und tatsächlicher Zahlung fest?

F22. Wie viele Tage sind die Kunden im Schnitt im Verzug?

→ Durchschnittliche Zahlungsfrist

Grundlage: Alle befragten Unternehmen



HINWEIS: Die Zahlungsfrist wird auf der Grundlage folgender Annahmen berechnet: Theoretische Fälligkeit + Zahlungsverzug der Kundenkategorien im Verhältnis zu ihrer prozentualen Verteilung auf den Umsatz.

ANALYSE: Die Zahlungsfristen

- Ein deutsches Unternehmen lässt sich im Durchschnitt innerhalb von 38 Tagen bezahlen. Wie in Großbritannien ist diese Frist deutlich kürzer, als in anderen europäischen Ländern.
- Die Zahlungsfristen sind nichts desto trotz in der Industrie länger (43 Tage) als im Dienstleistungssektor (30Tage).
- Es gibt kaum Unterschiede zwischen Privatkunden, Firmenkunden des Privatsektors und Kunden aus dem öffentlichen Dienst.

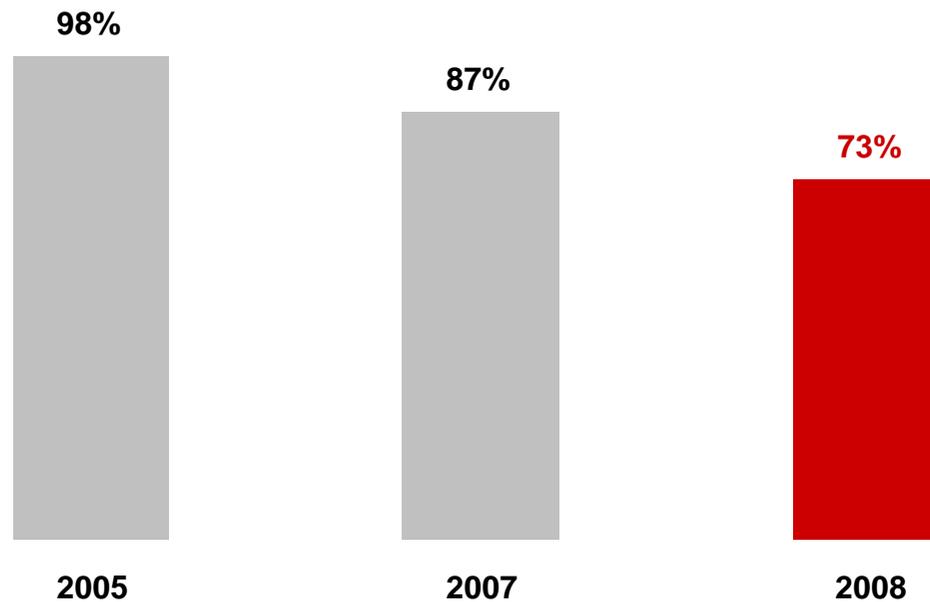
5 – BEITREIBUNG

Prozentsatz an Unternehmen, die ihre Forderungen betreiben lassen (1)

F60. Nach wie vielen Tagen nach Fälligkeit einschließlich der internen Mahnung leitet Ihr Unternehmen einen gütliches oder nicht gütliches Beitreibungsverfahren ein?

→ % an Unternehmen, die ein Beitreibungsverfahren einleiten

Grundlage: Alle befragten Unternehmen

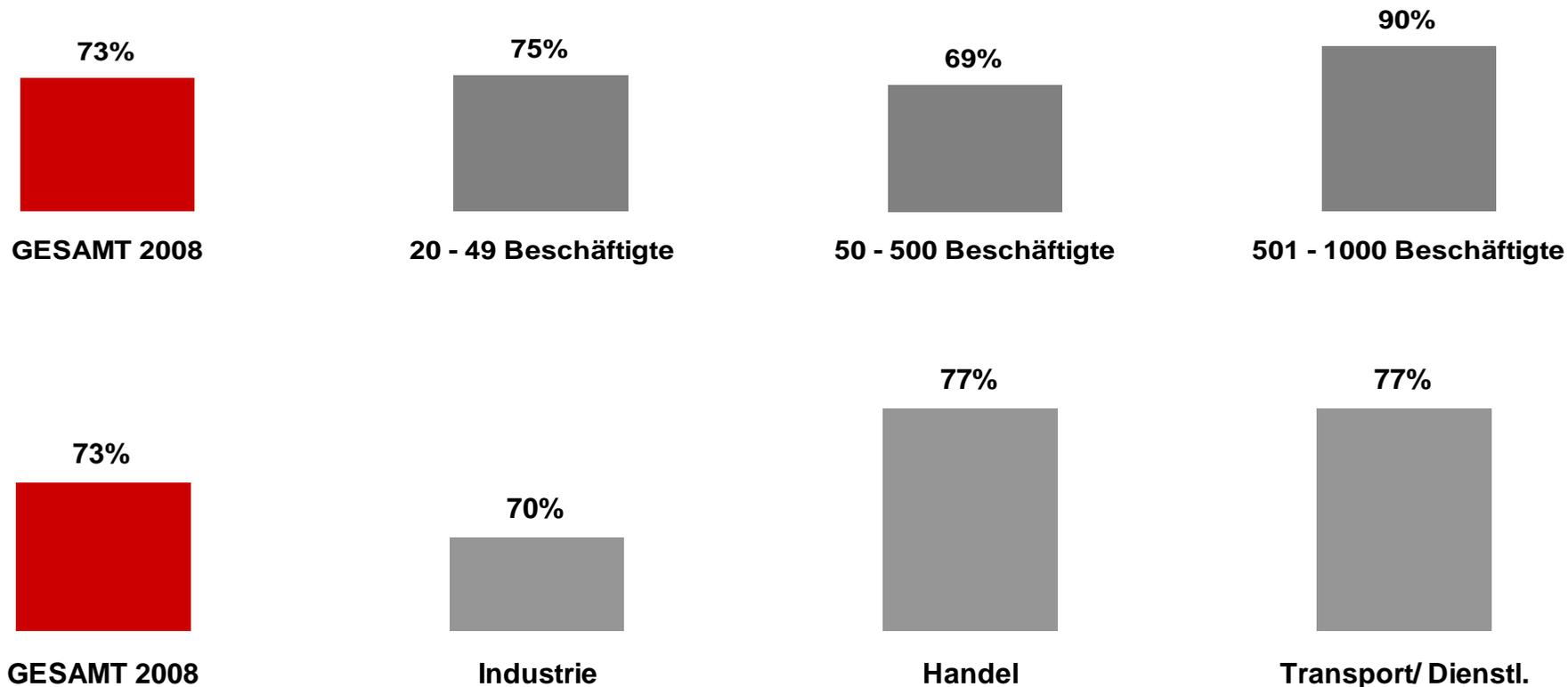


Prozentsatz an Unternehmen, die ihre Forderungen betreiben lassen (2)

F60. Nach wie vielen Tagen nach Fälligkeit einschließlich der internen Mahnung leitet Ihr Unternehmen einen gütliches oder nicht gütliches Beitreibungsverfahren ein?

→ % an Unternehmen, die ein Beitreibungsverfahren einleiten

Grundlage: Alle befragten Unternehmen

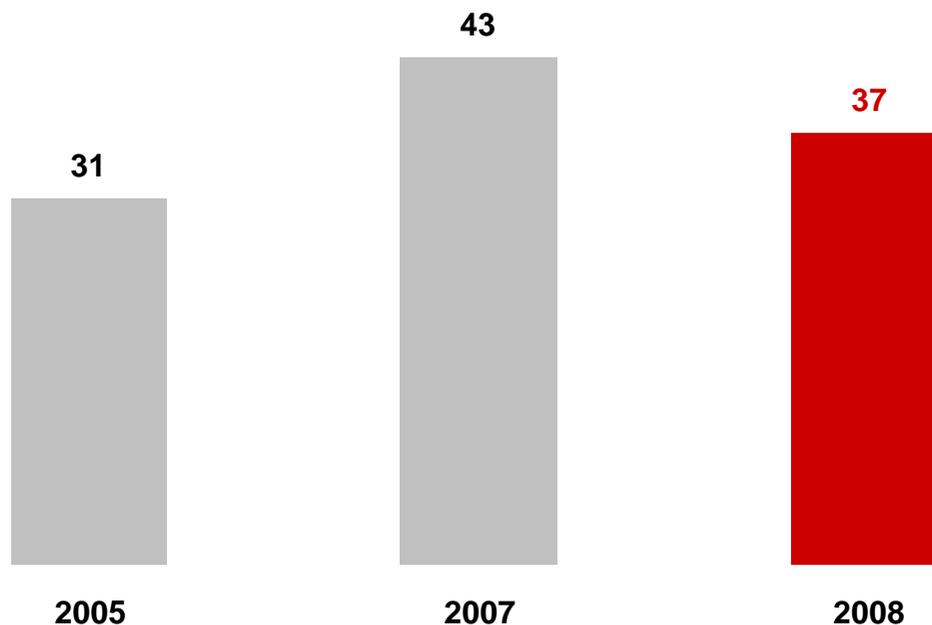


Durchschnittliche Frist bis zur Einleitung eines Beitreibungsverfahrens (1)

F60. Nach wie vielen Tagen nach Fälligkeit einschließlich der internen Mahnung leitet Ihr Unternehmen ein gütliches oder nicht gütliches Beitreibungsverfahren ein?

→ Durchschnittliche Anzahl von Tagen, nach denen ein Beitreibungsverfahren eingeleitet wird

Grundlage: Gesamtheit der Unternehmen, die ihre Forderungen betreiben lassen

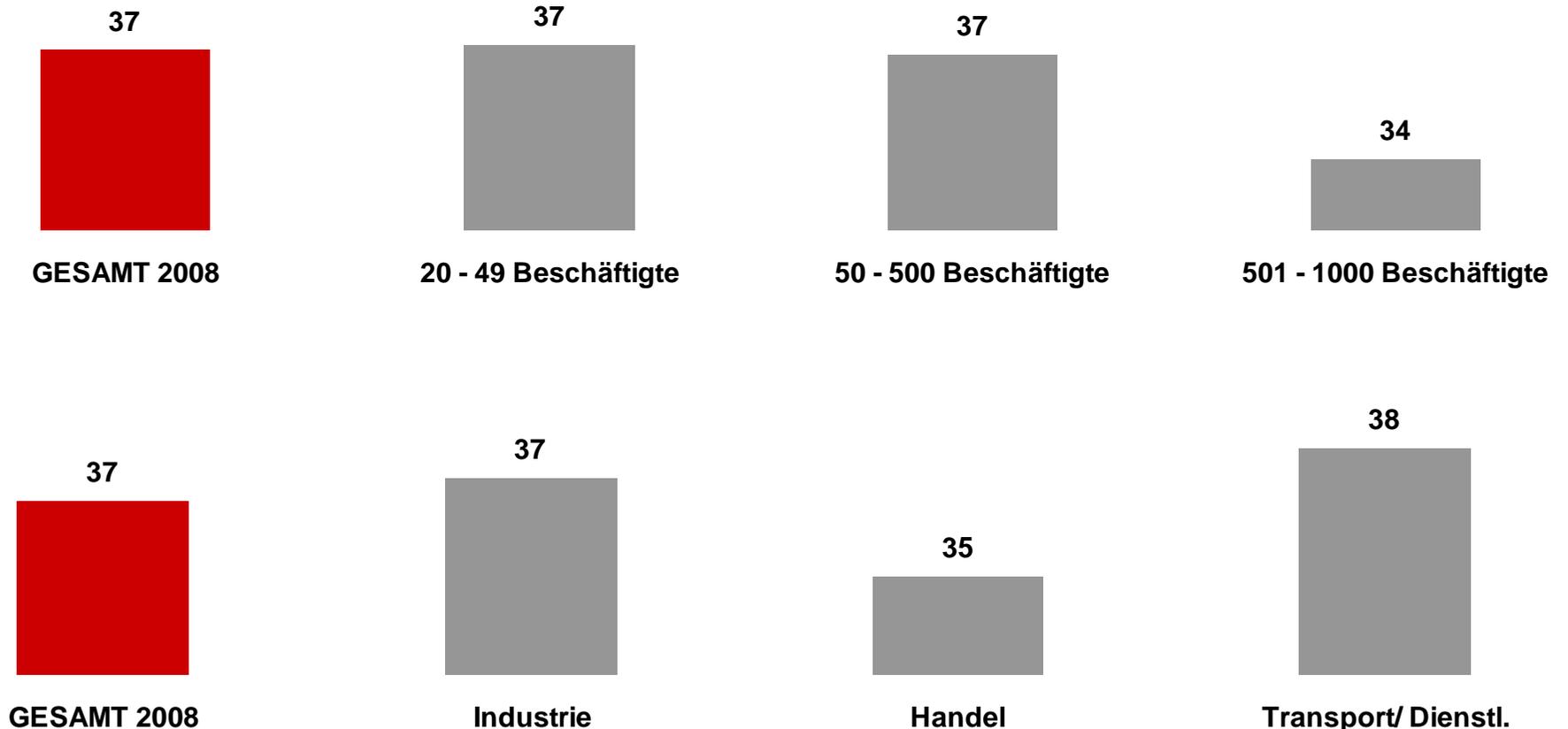


Durchschnittliche Frist bis zur Einleitung eines Beitreibungsverfahrens (2)

F60. Nach wie vielen Tagen nach Fälligkeit einschließlich der internen Mahnung leitet Ihr Unternehmen einen gütliches oder nicht gütliches Beitreibungsverfahren ein?

→ Durchschnittliche Anzahl von Tagen, nach denen ein Beitreibungsverfahren eingeleitet wird

Grundlage: Gesamtheit der Unternehmen, die ihre Forderungen betreiben lassen



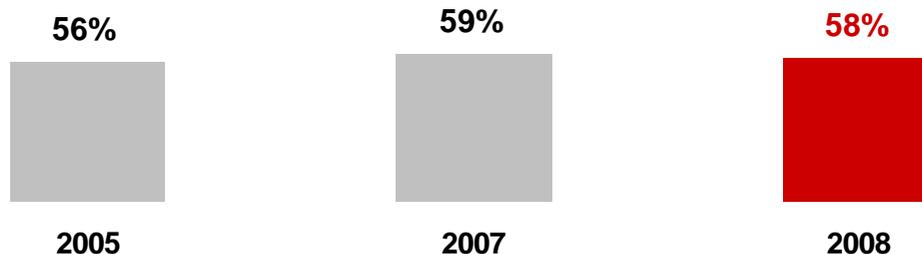
Fakturierung und Einzug der Verzugszinsen (1)

F61. Wie fakturiert Ihr Unternehmen Verzugszinsen bei Zahlung nach Fälligkeit?

F61b. Werden Sie tatsächlich einkassiert?

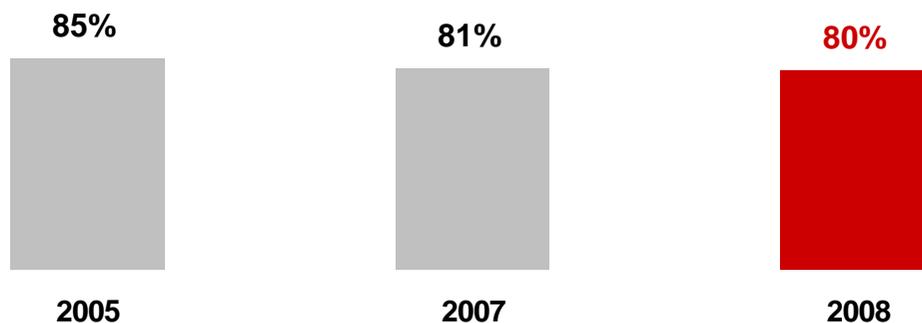
→ % an Unternehmen, die Verzugszinsen in Rechnung stellen

Grundlage: Alle befragten Unternehmen



→ % an Unternehmen, die Verzugszinsen einkassieren

Grundlage: Unternehmen, die Verzugszinsen in Rechnung stellen



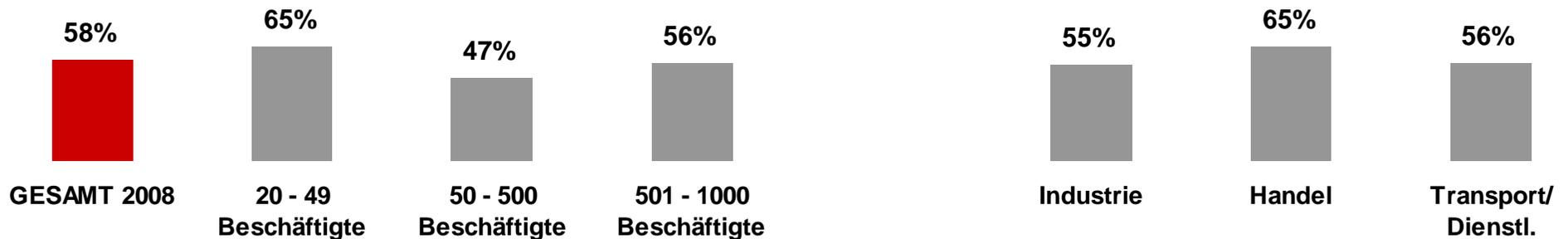
Fakturierung und Einzug der Verzugszinsen (2)

F61. Wie fakturiert Ihr Unternehmen Verzugszinsen bei Zahlung nach Fälligkeit?

F61b. Werden Sie tatsächlich einkassiert?

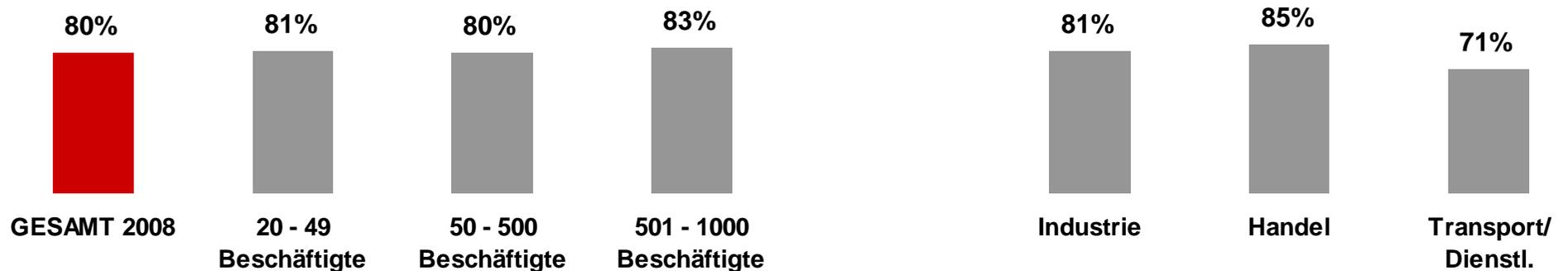
→ % an Unternehmen, die Verzugszinsen in Rechnung stellen

Grundlage: Alle befragten Unternehmen



→ % an Unternehmen, die Verzugszinsen einkassieren

Grundlage: Unternehmen, die Verzugszinsen in Rechnung stellen



- 2008 leiteten 73% der Klein- und Mittelbetriebe ein gütliches oder nicht gütliches Verfahren zur Beitreibung der Forderungen ein. Dieser Anteil hat seit einigen Jahren eine leicht rückläufige Tendenz und lag 2008 noch bei 98%. Das Verfahren wird durchschnittlich 37 Tage nach Ablauf der Zahlungsfrist eingeleitet.
- In Deutschland fakturiert man wesentlich systematischer als in den anderen europäischen Ländern. Insgesamt haben sich die Praktiken der Rechnungsstellung in Deutschland seit 2005 nicht stark geändert: Von fünf Unternehmen stellen drei Verzugszinsen in Rechnung.
- Vier von fünf Unternehmen, die Verzugszinsen in Rechnung gestellt haben, kassieren diese auch ein. In den anderen europäischen Ländern ist dieser Anteil geringer.

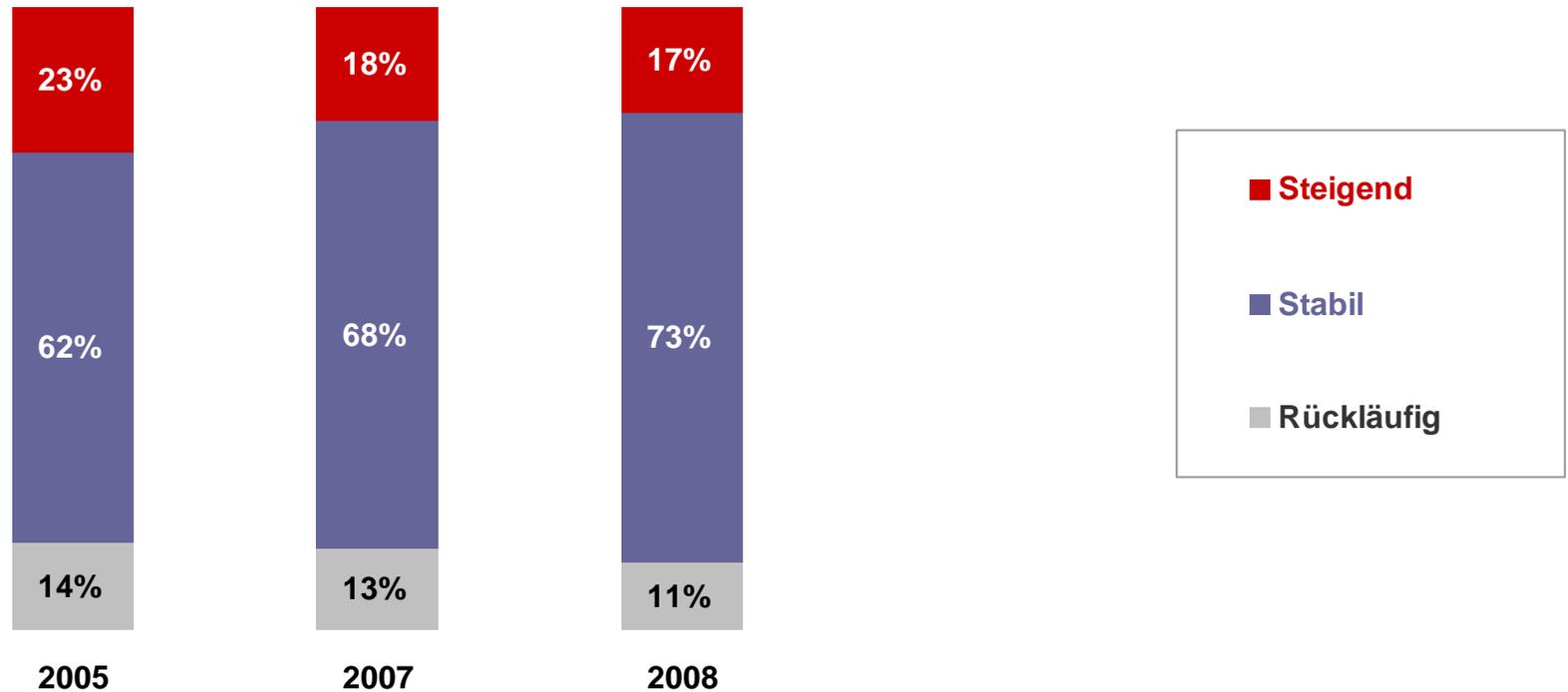
6 – DER FINANZIERUNGSBEDARF DER UNTERNEHMEN

Derzeitige Entwicklung des Finanzierungsbedarfs (1)

F50. Würden Sie sagen, dass der Finanzierungsbedarf Ihres Unternehmens derzeit dazu neigt, stark zuzunehmen, ein wenig zuzunehmen, unverändert zu bleiben, ein wenig abzunehmen oder stark abzunehmen?

➔ % an Unternehmen, die der Meinung sind, ihr Finanzierungsbedarf nimmt zu oder ab

Grundlage: Alle befragten Unternehmen

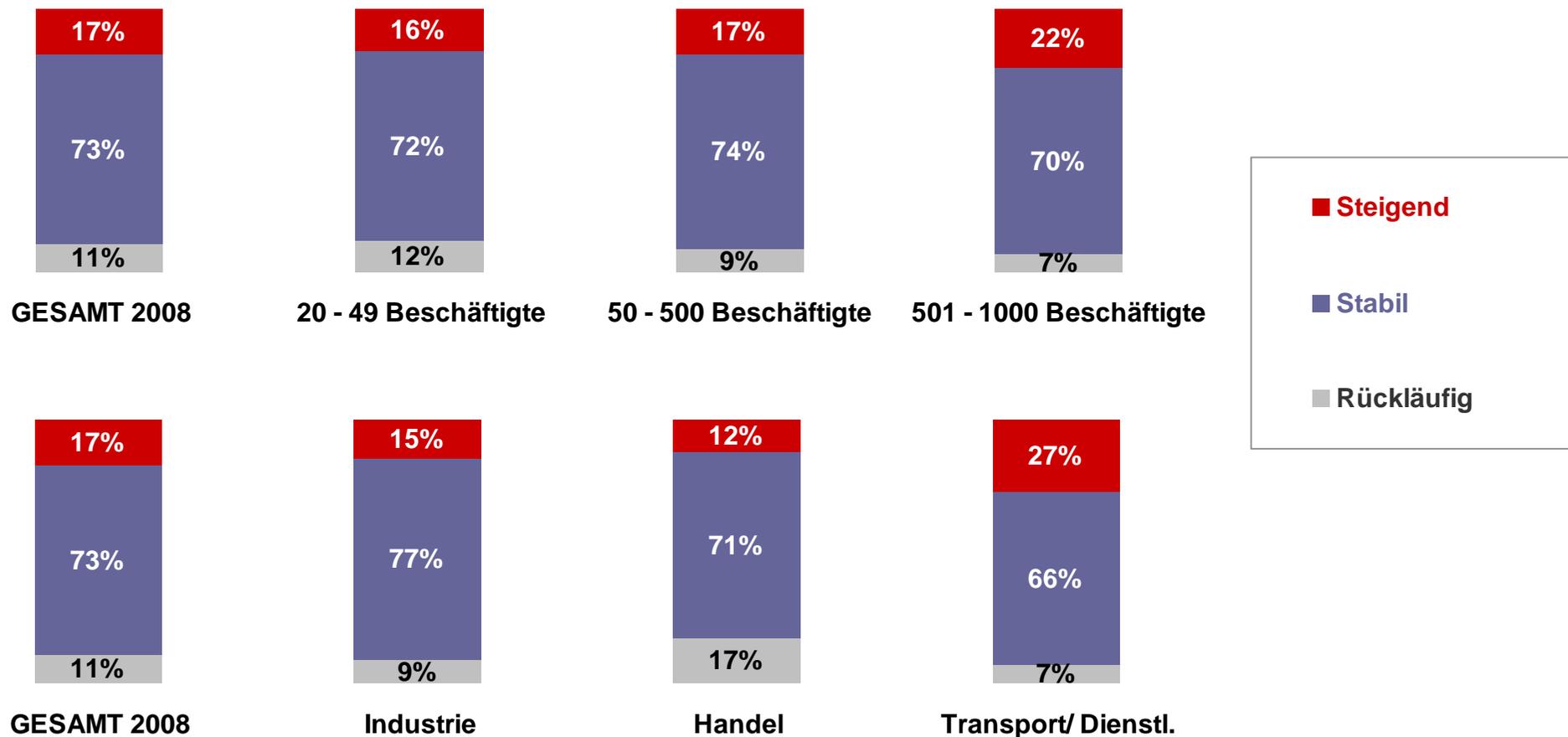


Derzeitige Entwicklung des Finanzierungsbedarfs (2)

F50. Würden Sie sagen, dass der Finanzierungsbedarf Ihres Unternehmens derzeit dazu neigt, stark zuzunehmen, ein wenig zuzunehmen, unverändert zu bleiben, ein wenig abzunehmen oder stark abzunehmen?

➔ % an Unternehmen, die der Meinung sind, ihr Finanzierungsbedarf nimmt zu oder ab

Grundlage: Alle befragten Unternehmen

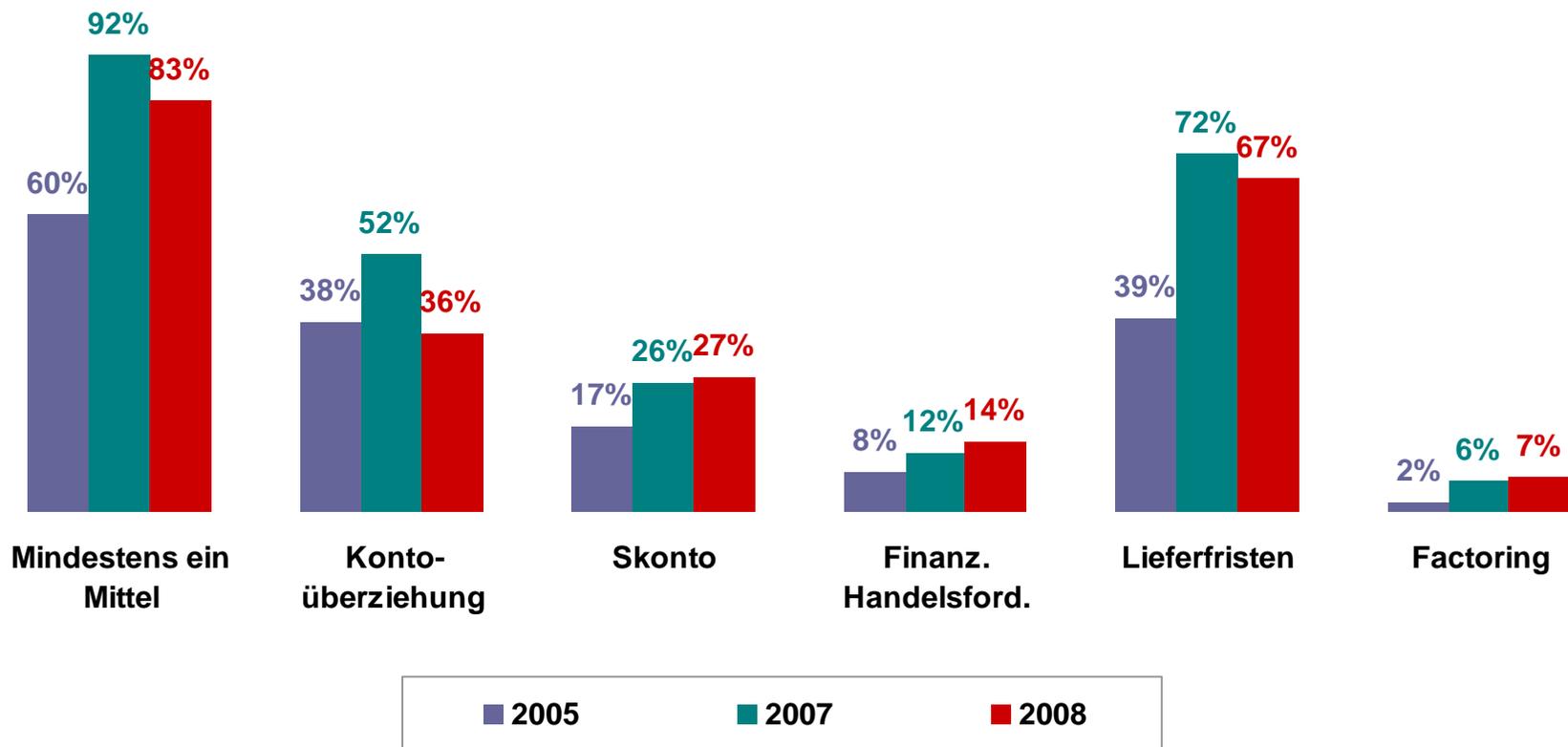


Mittel, um dem Finanzierungsbedarf zu decken (1)

F52. Greift Ihr Unternehmen, um den Finanzierungsbedarf zu decken, auf eines der folgenden Mittel zurück?

➔ % an Unternehmen, die diese Mittel benutzen, um den Finanzierungsbedarf zu decken

Grundlage: Alle befragten Unternehmen

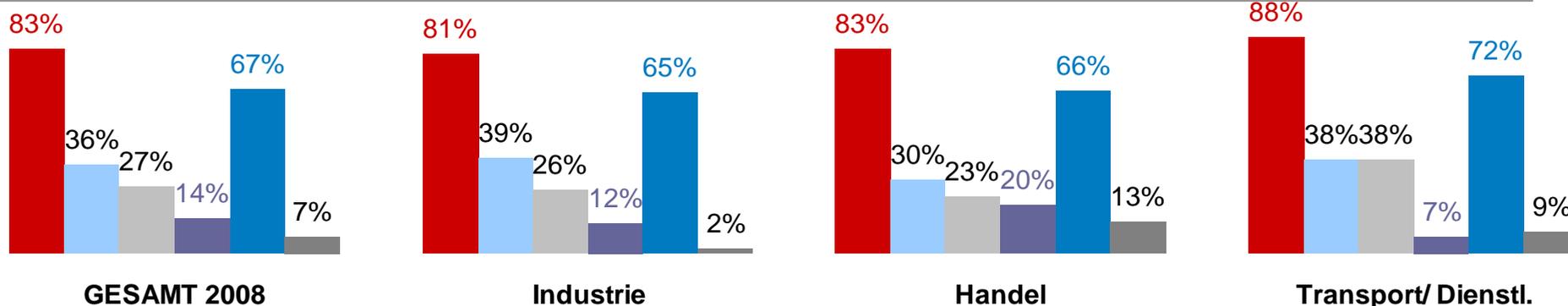
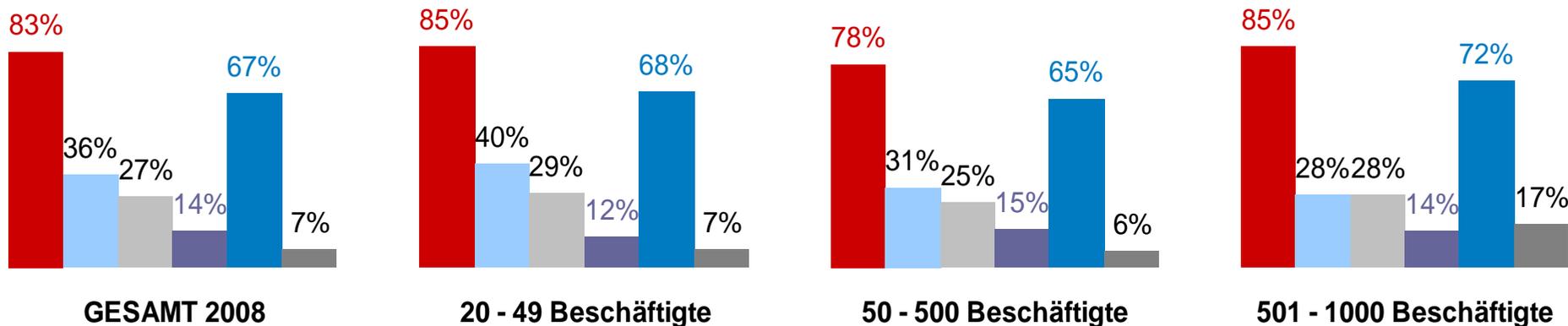


Mittel, um dem Finanzierungsbedarf zu decken (2)

F52. Greift Ihr Unternehmen, um den Finanzierungsbedarf zu decken, auf eines der folgenden Mittel zurück?

➔ % an Unternehmen, die diese Mittel benutzen, um den Finanzierungsbedarf zu decken

Grundlage: Alle befragten Unternehmen



ANALYSE: Finanzierungsbedarf der Klein- und Mittelbetriebe

- Selbst wenn die meisten befragten deutschen Unternehmensleiter der Meinung sind, dass der Finanzierungsbedarf der Unternehmen eher stagniert, hat der Finanzierungsbedarf wie 2005 eher eine steigende Tendenz: 17% der Klein- und Mittelbetriebe erklären, dass er eher ansteigt im Gegensatz zu 11%, die das Gegenteil glauben.
- Bei 27% der Unternehmen aus dem Transport- und Dienstleistungssektor ist der Finanzierungsbedarf besonders stark angestiegen.
- Insgesamt greifen 83 % der deutschen Unternehmen auf mindestens ein Mittel zurück (Kontoüberziehung, Skonto, Forderungsfinanzierung, Lieferantenfristen und Factoring), um den Finanzierungsbedarf zu erfüllen. Dieser Anteil ist einer der höchsten in Europa mit Portugal und Italien. Die Lieferantenfristen sind mit 72% das meistbenutzte Mittel, gefolgt von der Kontoüberziehung (36%) und dem Skonto (27%). Auf das Mittel des Factoring wird weiterhin nur selten zurück gegriffen (7%).

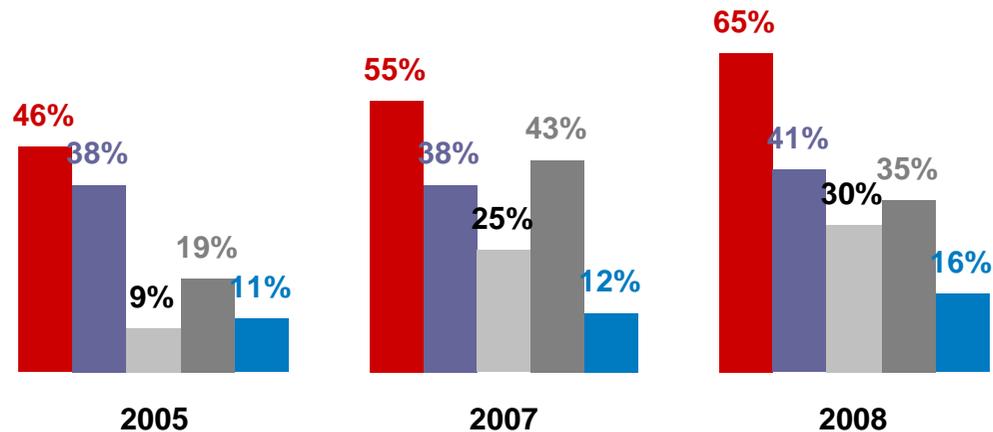
7 – FACTORING

Der Vorteil von Factoring-Unternehmen (1)

F62/F65. Sie haben gesagt, dass Ihr Unternehmen (nicht) die Dienste eines Factoring-Unternehmens in Anspruch nimmt. Ich erinnere Sie daran, dass Factoring eine umfassende, modulierbare Leistung ist, die Informationen über die Solvenz ihrer nationalen und internationalen Kunden, die Absicherung gegen die Gefahr unbezahlter Rechnungen, die Finanzierung von Kundenforderungen, das Einziehen der Außenstände und die Kundenbuchhaltung umfassen. Sagen sie mir bei jeder dieser Serviceleistungen, ob sie für Ihr Unternehmen sehr interessant, nur wenig interessant oder überhaupt nicht interessant ist.

→ % an Unternehmen, die Interesse bzw. ein starkes Interesse an Factoring-Serviceleistungen haben

Alle befragten Unternehmen



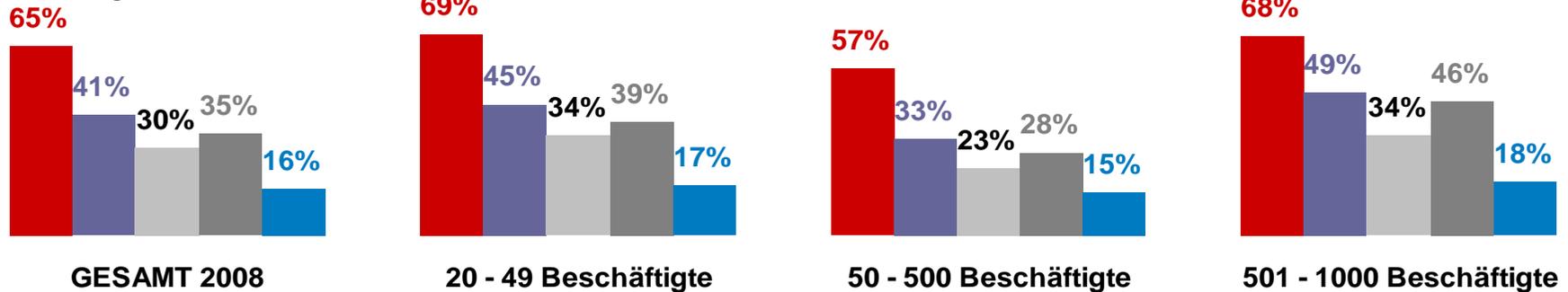
- Information über die Zahlungsfähigkeit der Kunden
- Absicherung gegen unbezahlte Rechnungen
- Finanzierung von Handelsforderungen
- Beitreibung
- Verwaltung der Kundenbuchhaltung

Der Vorteil von Factoring-Unternehmen (2)

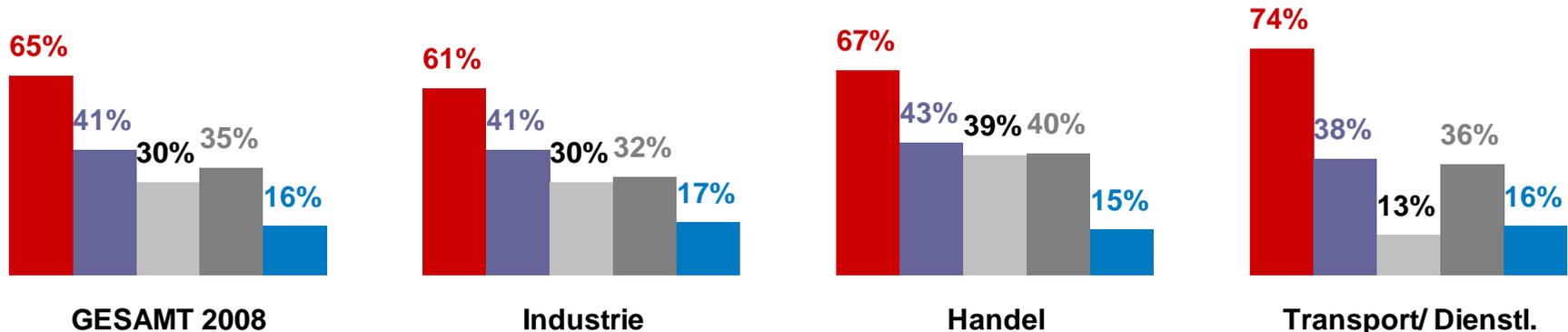
F62/F65. Sie haben gesagt, dass Ihr Unternehmen (nicht) die Dienste eines Factoring-Unternehmens in Anspruch nimmt. Ich erinnere Sie daran, dass Factoring eine umfassende, modulierbare Leistung ist, die Informationen über die Solvenz ihrer nationalen und internationalen Kunden, die Absicherung gegen die Gefahr unbezahlter Rechnungen, die Finanzierung von Kundenforderungen, das Einziehen der Außenstände und die Kundenbuchhaltung umfassen. Sagen sie mir bei jeder dieser Serviceleistungen, ob sie für Ihr Unternehmen sehr interessant, nur wenig interessant oder überhaupt nicht interessant ist.

→ % an Unternehmen, die Interesse bzw. ein starkes Interesse an Factoring-Serviceleistungen haben

Alle befragten Unternehmen



- Information über die Zahlungsfähigkeit der Kunden
- Absicherung gegen unbezahlte Rechnungen
- Finanzierung von Handelsforderungen
- Beitreibung
- Verwaltung der Kundenbuchhaltung

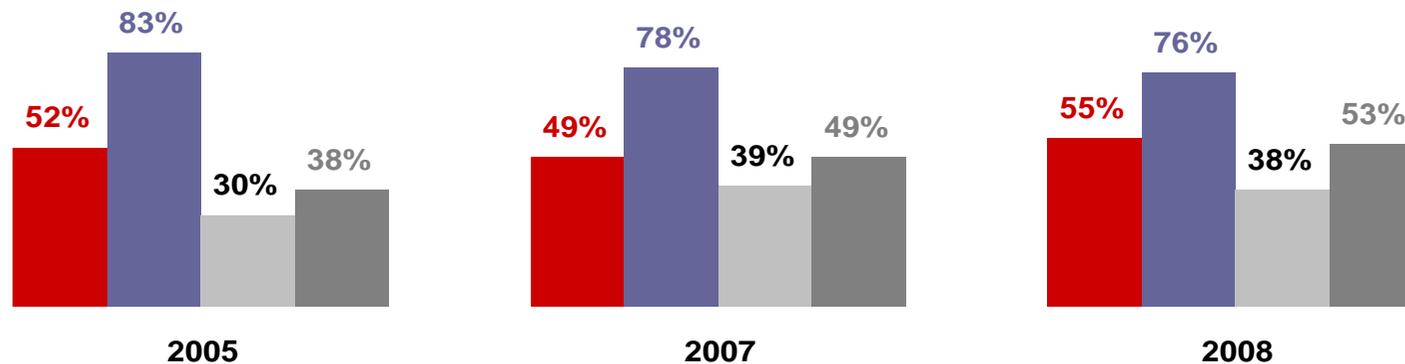


Generelle Meinung über Factoring-Services (1)

F67. Ich nenne Ihnen verschiedenen Meinungen über die Factoring-Services. Sagen sie mit bei jeder Aussage, ob Sie damit voll und ganz, eher, eher nicht oder überhaupt nicht einverstanden sind..

➔ % an Unternehmen, die voll und ganz oder eher einverstanden sind

Grundlage: Alle befragten Unternehmen



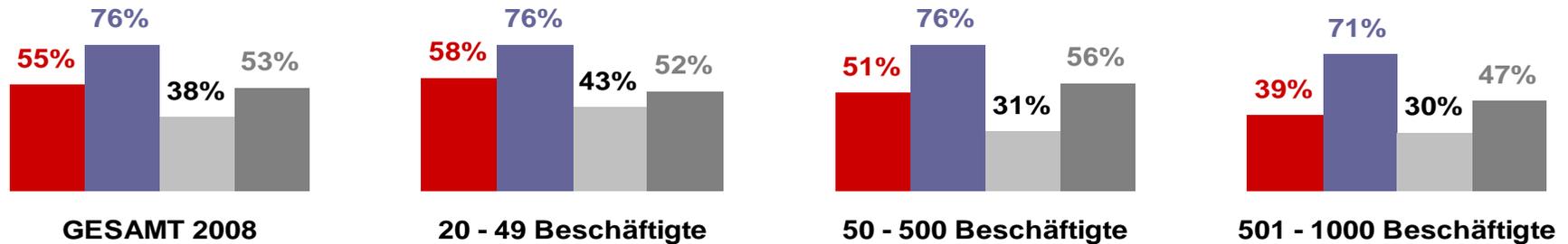
- Factoring ist Großunternehmen vorbehalten
- Factoring ist zu teuer im Vergleich zum Gewinn
- Factoring ist nur für Firmen geeignet, die in finanziellen Schwierigkeiten sind
- Factoring ist für das Unternehmen mit der Gefahr verbunden, die Geschäftsbeziehungen nicht mehr lenken zu können

Generelle Meinung über Factoring-Services (2)

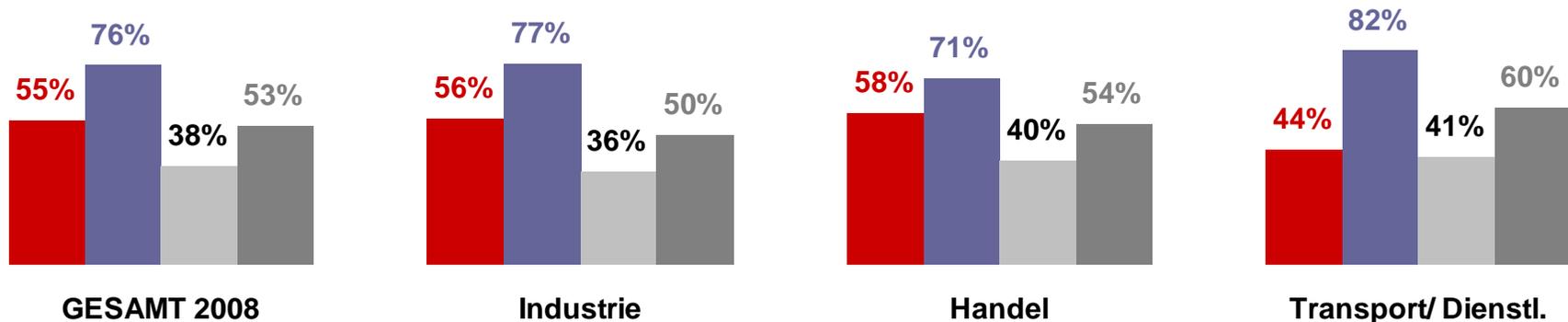
F67. Ich nenne Ihnen verschiedenen Meinungen über die Factoring-Services. Sagen sie mit bei jeder Aussage, ob Sie damit voll und ganz, eher, eher nicht oder überhaupt nicht einverstanden sind.

➔ % an Unternehmen, die voll und ganz oder eher einverstanden sind

Grundlage: Alle befragten Unternehmen



- Factoring ist Großunternehmen vorbehalten
- Factoring ist zu teuer im Vergleich zum Gewinn
- Factoring ist nur für Firmen geeignet, die in finanziellen Schwierigkeiten sind
- Factoring ist für das Unternehmen mit der Gefahr verbunden, die Geschäftsbeziehungen nicht mehr lenken zu können

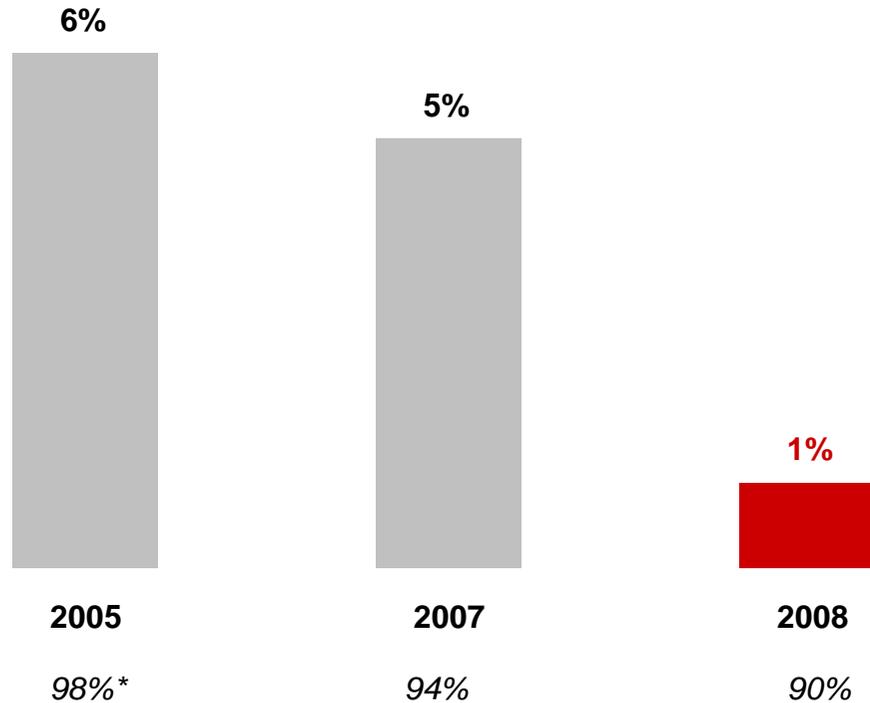


Anteil der Unternehmen, die bereits Kunden bei einem Factoring-Unternehmen waren (1)

F63. War Ihr Unternehmen Kunde bei einem Factoring-Unternehmen?

→ % der Unternehmen, die bereits Kunde bei einem Factoring-Unternehmen waren

Grundlage: Unternehmen, die nicht Kunde bei einem Factoring-Unternehmen sind



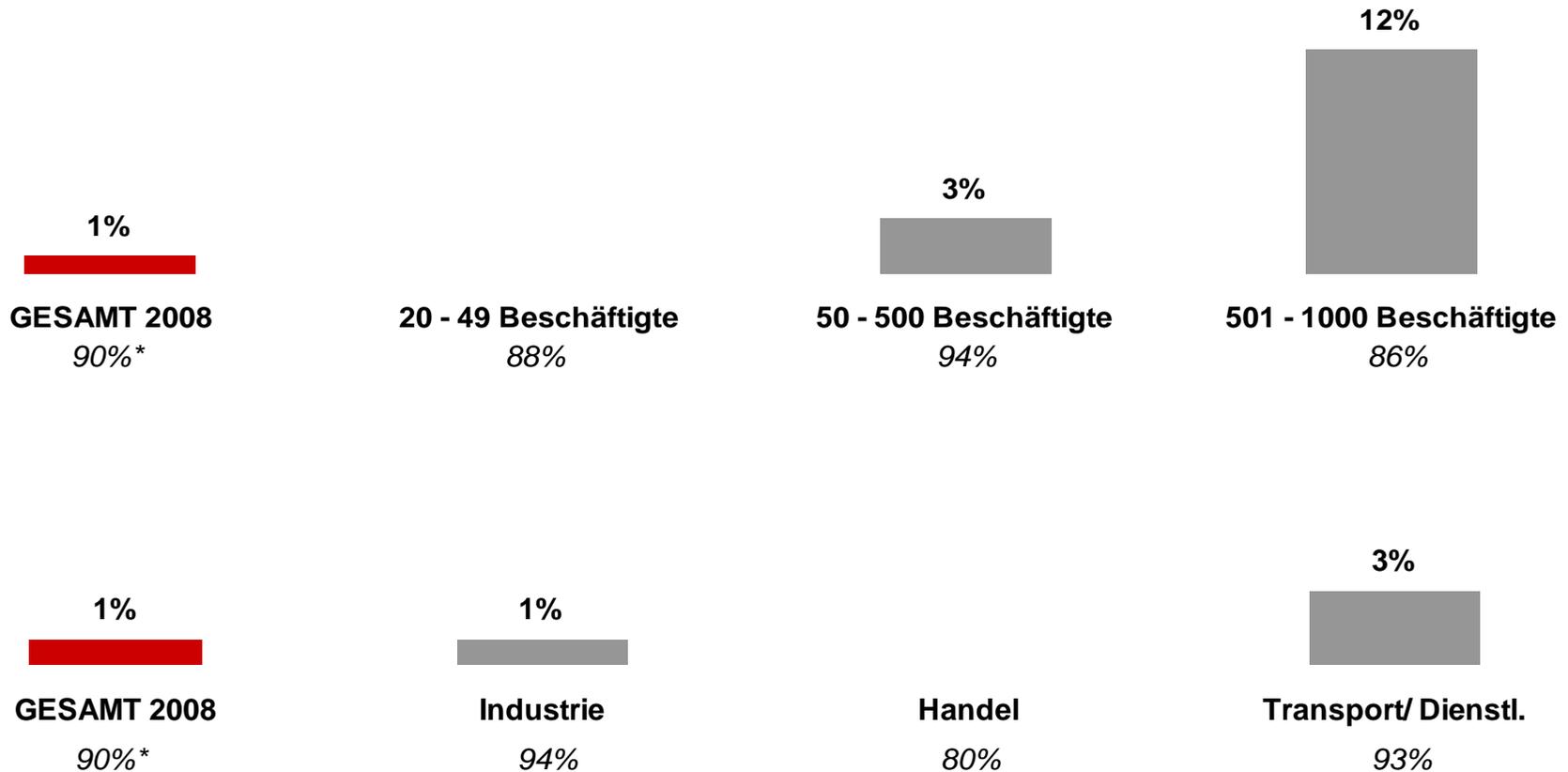
* % der betroffenen Unternehmen

Anteil der Unternehmen, die bereits Kunden bei einem Factoring-Unternehmen waren (2)

F63. War Ihr Unternehmen Kunde bei einem Factoring-Unternehmen?

→ % der Unternehmen, die bereits Kunde bei einem Factoring-Unternehmen waren

Grundlage: Unternehmen, die nicht Kunde bei einem Factoring-Unternehmen sind



* % der betroffenen Unternehmen

- Wie oben bereits angemerkt wurde, greifen die deutschen Unternehmen mit 10% mehr und mehr auf das Factoring-Prinzip zurück. Von den Unternehmen, die das System nicht nutzen, war bereits 1% Kunde bei einem Factoring-Unternehmen im Gegensatz zu 5 % im Jahre 2007.
- Mehr noch als in den vorhergehenden Jahren ist das Hauptargument eine vorbeugende Haltung, d.h. Informationen über die Zahlungsfähigkeit der Kunden zu bekommen (65%), vor allem in Transport- und Dienstleistungsbetrieben (74%).
- Haupthindernis sind die gewinnanteiligen Kosten, die angeblich nachteilig sind für die Unternehmen.