

Zur Lage der kleinen und mittleren Unternehmen in Deutschland

Wirtschaft – Unternehmensstrategie – Politik

Ergebnisse der KMU-Befragung 2002

Projektleitung: **Kurt Vogler-Ludwig**
in Zusammenarbeit mit : **Prof. Mark Hart**
Kingston-University, London
Technische Durchführung: **All4Comp, Riedering**

Inhalt:

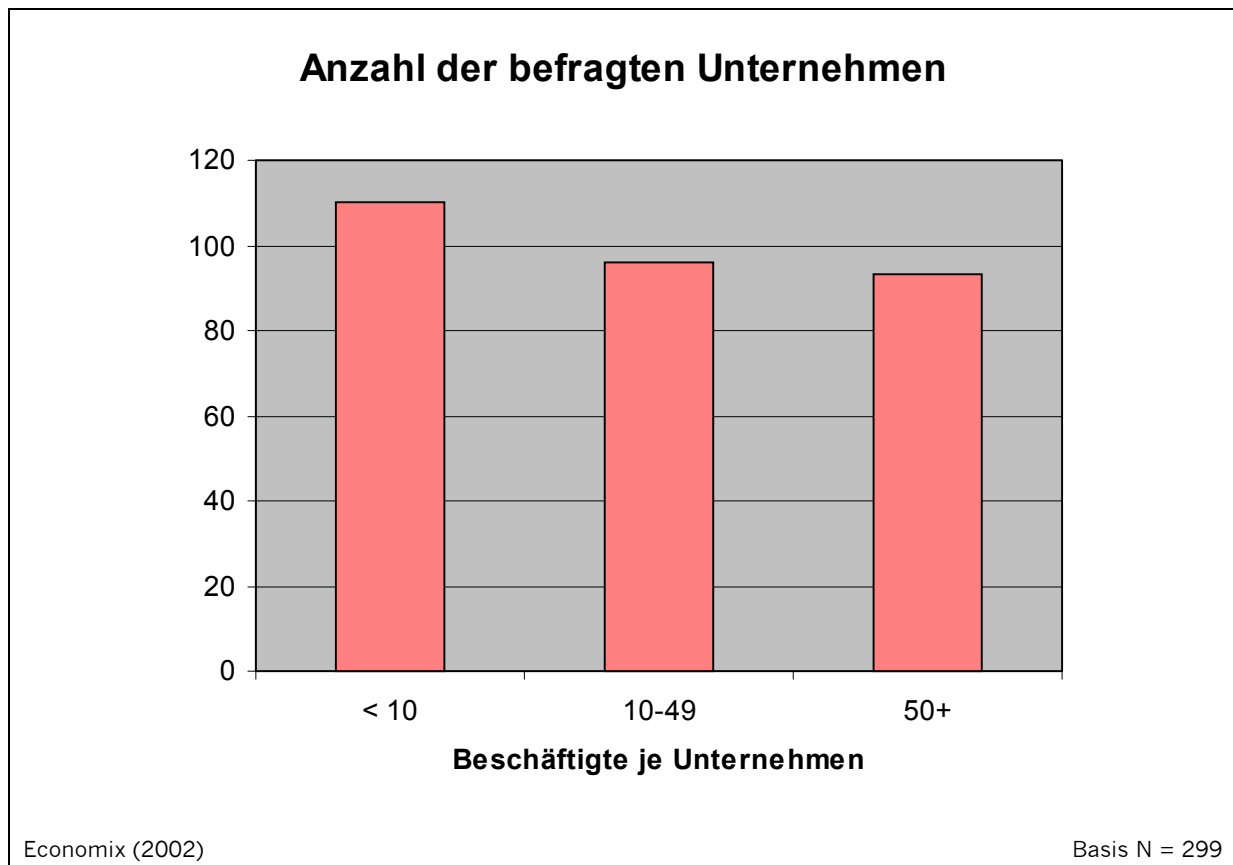
Methode der KMU-Befragung	2
Geschäftslage	3
Absatzregion	4
Kunden- und Lieferantenstruktur	5
Innovationen	6
Internet-Auftritt und Werbung	7
Strategische Ausrichtung	8
Hemmende Faktoren	9
Beurteilung der Politik	10
Fazit	11

München, August 2002

Methode der KMU-Befragung

Stichprobe aus unabhängigen Unternehmen in Industrie, Handel und Dienstleistungen

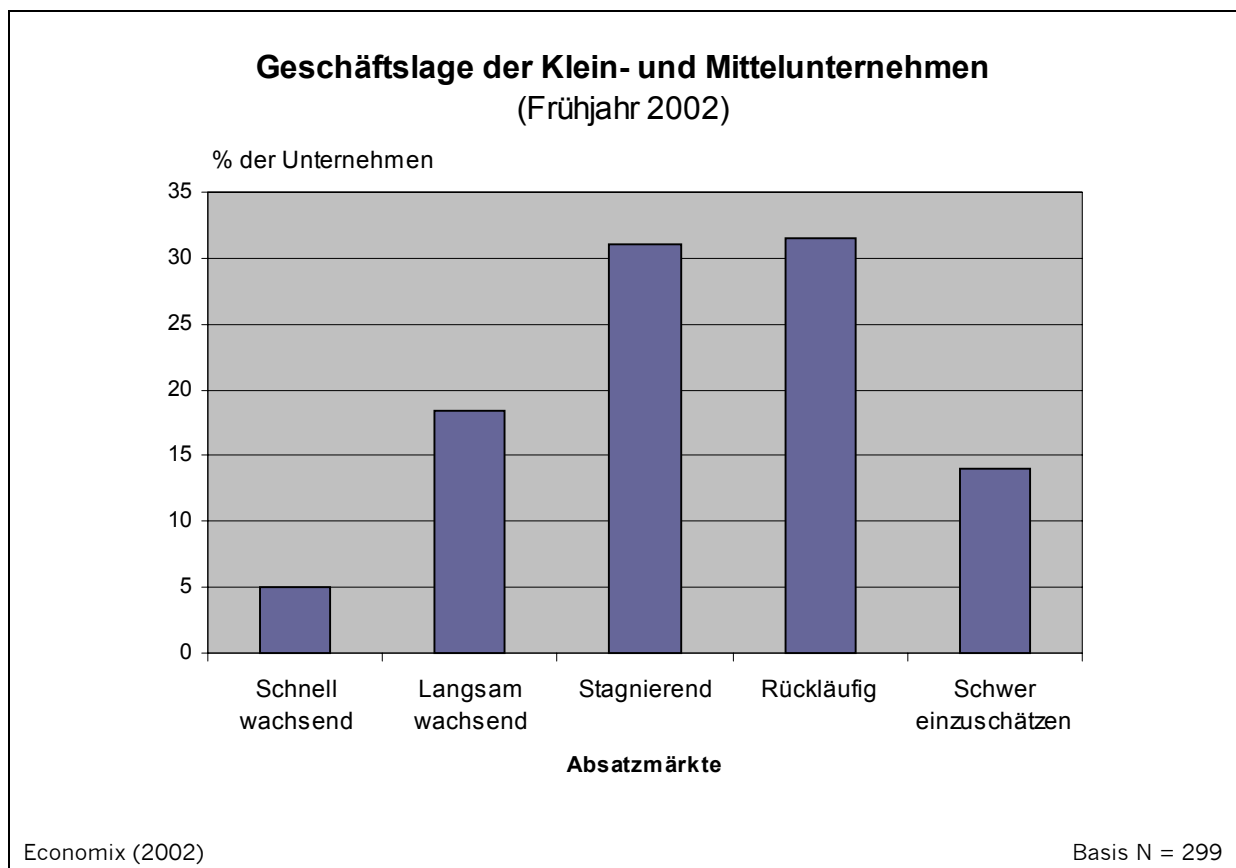
- 299 unabhängige kleine und mittlere Unternehmen in Deutschland beteiligten sich an der Telefonumfrage im Frühjahr 2002. Sie hatten höchstens 250 Mitarbeiter und waren auf alle Größenklassen gleichmäßig verteilt: Jeweils ein Drittel der befragten Unternehmen hatte weniger als 10 Mitarbeiter, 10 bis 49 bzw. 50 und mehr Mitarbeiter.
- Jeweils ein Drittel gehörte zum Verarbeiten der Gewerbe, zum Handel und zu den unternehmensorientierten Dienstleistungen (Software-Services, Forschung und Entwicklung, Rechts-/Steuer- und Wirtschaftsberatung, Marktforschung, Werbung etc.)
- 85 % der befragten Unternehmen waren unabhängige Einzelunternehmen oder Gesellschaften, 15 % wurden als freiberufliche Praxis oder Partnerschaft geführt.
- Die Bundesländer wurden in gleich großen Gruppen berücksichtigt.
- Eine gleichartige Stichprobe wurde in Großbritannien und Frankreich befragt. Dieser Bericht stellt die Ergebnisse für Deutschland vor.



Geschäftslage

Skeptische
Beurteilung überwiegt

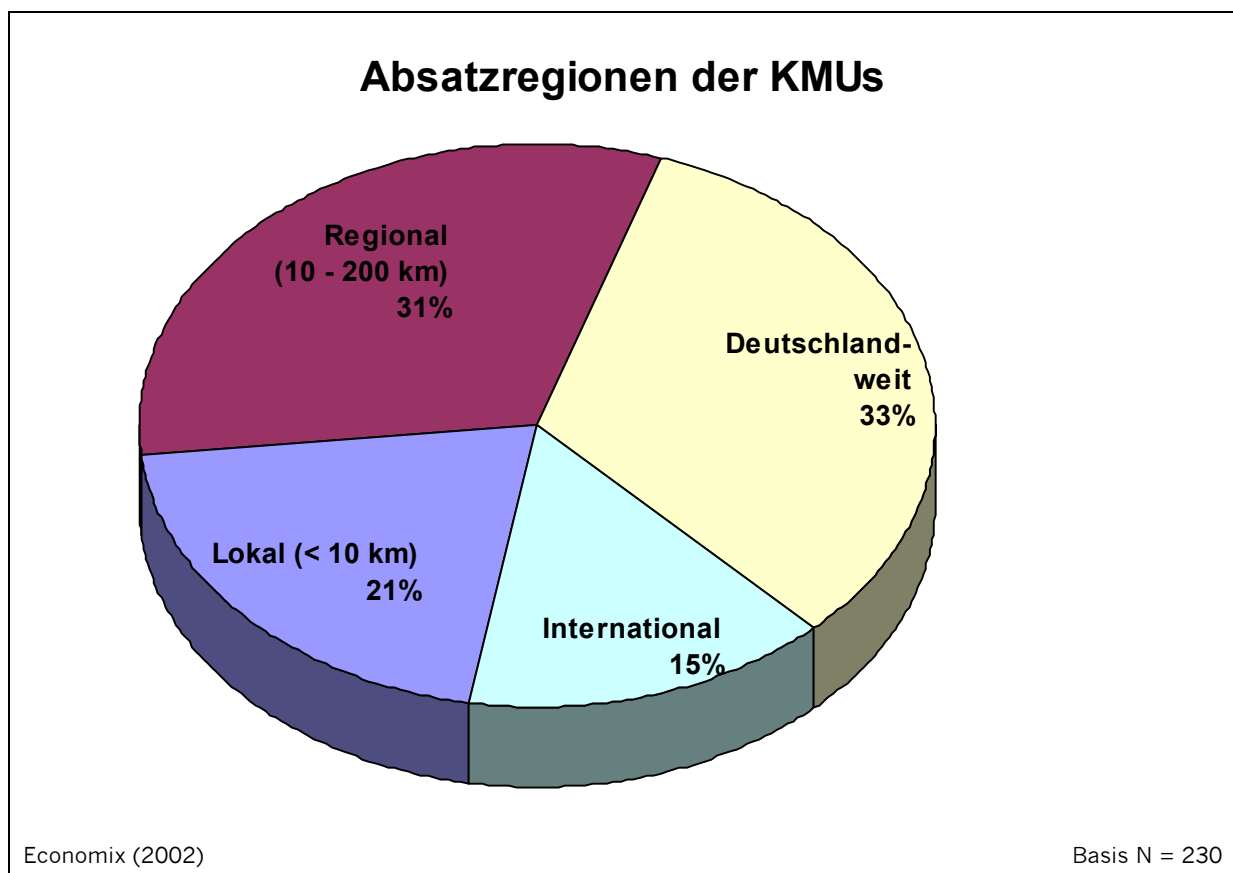
- Die kleinen und mittleren Unternehmen beurteilten Ihre Geschäftslage überwiegend skeptisch. Nur 5 % der Unternehmen waren auf schnell wachsenden Absatzmärkten tätig und 18 % auf langsam wachsenden Märkten. 31 % sahen sich hingegen einer stagnierenden Geschäftsentwicklung gegenüber und für weitere 31 % war die Entwicklung rückläufig.
- Insbesondere im Handel war die Geschäftsentwicklung nach unten gerichtet. Aber auch im Verarbeitenden Gewerbe überwogen die negativen Meldungen. Unter den unternehmensorientierten Dienstleistungen hielten sich positive und negative Entwicklungen die Waage.



Absatzregion

Regional begrenzt aber auch im internationalen Geschäft tätig

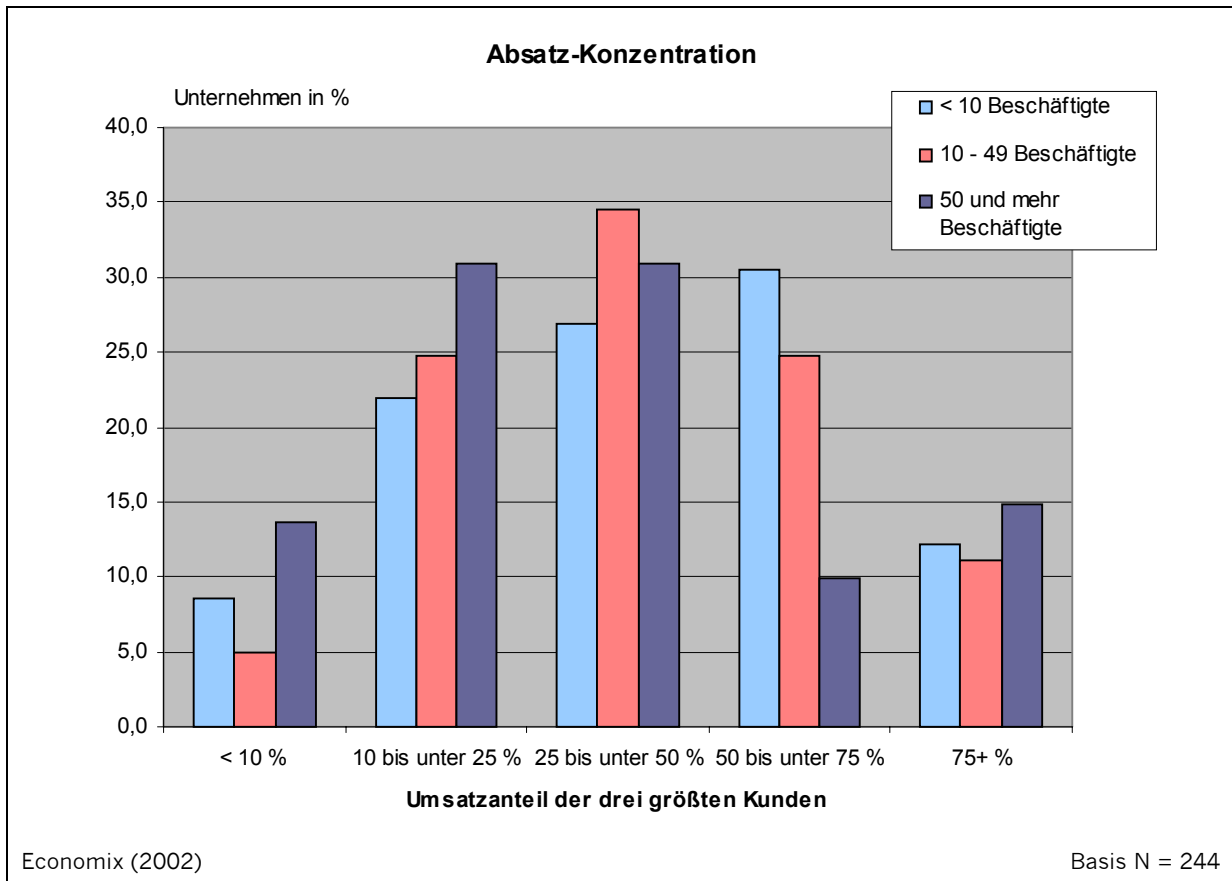
- Der Absatz der KMUs findet zu 21 % im lokalen Umfeld statt (im Umkreis von weniger als 10 km) und weitere 31 % des Umsatzes werden im Umkreis von 200 km erzielt. Ein Drittel wird deutschlandweit umgesetzt und 15 % auf internationalen Märkten – überwiegend in den EU-Ländern.
- Kleine Unternehmen sind etwas häufiger lokal und regional tätig (65 % des Umsatzes werden im Umkreis von 200 km erzielt). Die größeren KMUs haben vor allem Deutschland als Absatzgebiet. Der internationale Absatz hat aber auch bei ihnen einen relativ kleinen Anteil (18 %).



Kunden- und Lieferantenstruktur

Hohe Abhängigkeiten auf Absatz- und Vorprodukt-Märkten

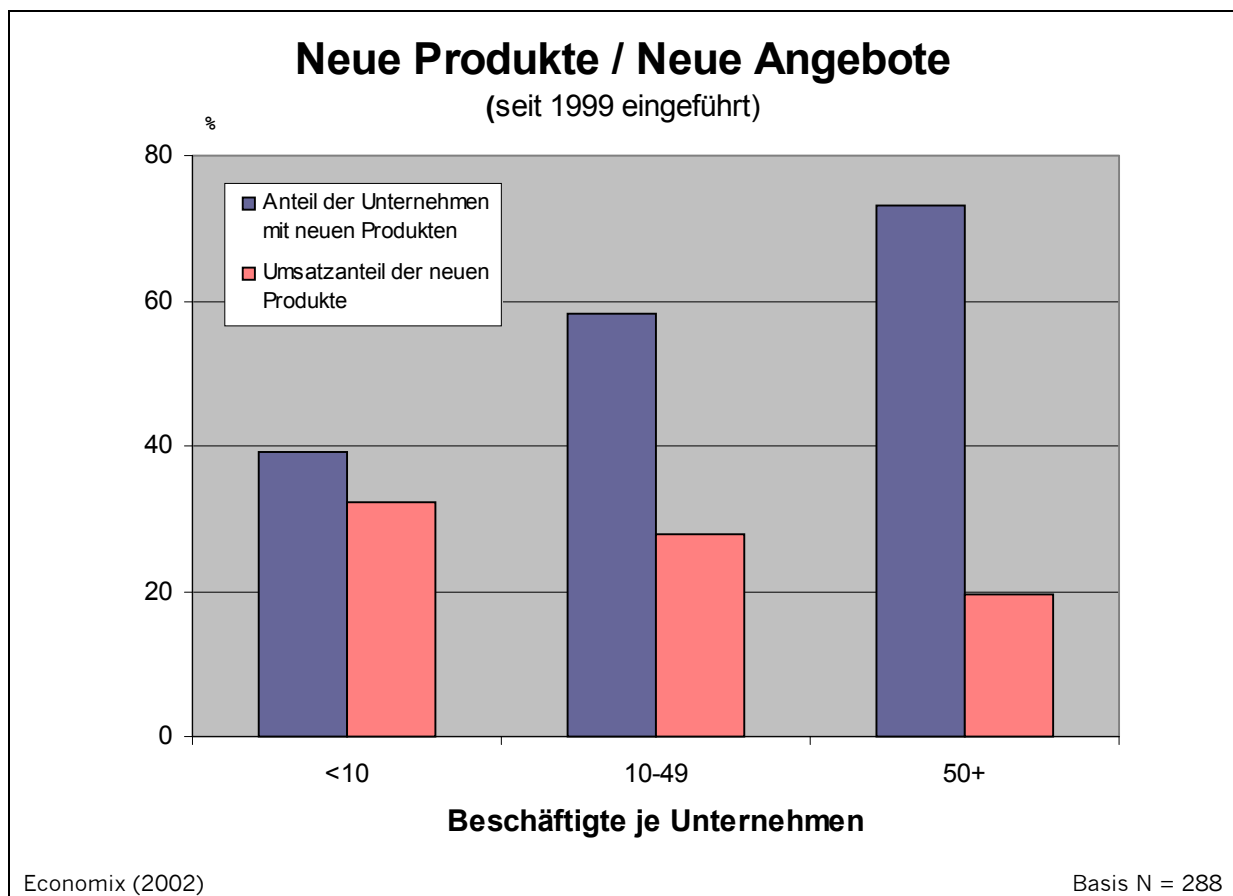
- Kleinere Unternehmen hängen häufig von wenigen Kunden ab. $\frac{1}{4}$ bis $\frac{1}{3}$ der Unternehmen mit weniger als 50 Beschäftigten erzielten 50 bis 75 % ihres Umsatzes allein mit ihren drei größten Kunden. Bei etwas mehr als 10 % der Unternehmen gehen sogar über $\frac{3}{4}$ des Gesamtumsatzes an diese Kunden.
- Größere Unternehmen mit 50 und mehr Beschäftigten sind etwas weniger abhängig. Bei 25 % der Unternehmen wird mehr als die Hälfte des Umsatzes mit den drei größten Kunden erzielt. Von den Unternehmen mit weniger Beschäftigten sind es hingegen 37 bis 43 %.
- Die Abhängigkeit von Lieferanten ist ebenfalls stark. 22 % der Unternehmen kaufen ihre Vorprodukte oder Handelsware bei einem einzigen Lieferanten. Bei kleinen Unternehmen mit weniger als 10 Beschäftigten sind es sogar 40 %.



Innovationen

Mehr als die Hälfte hat in den letzten drei Jahren neue Produkte oder Dienste eingeführt

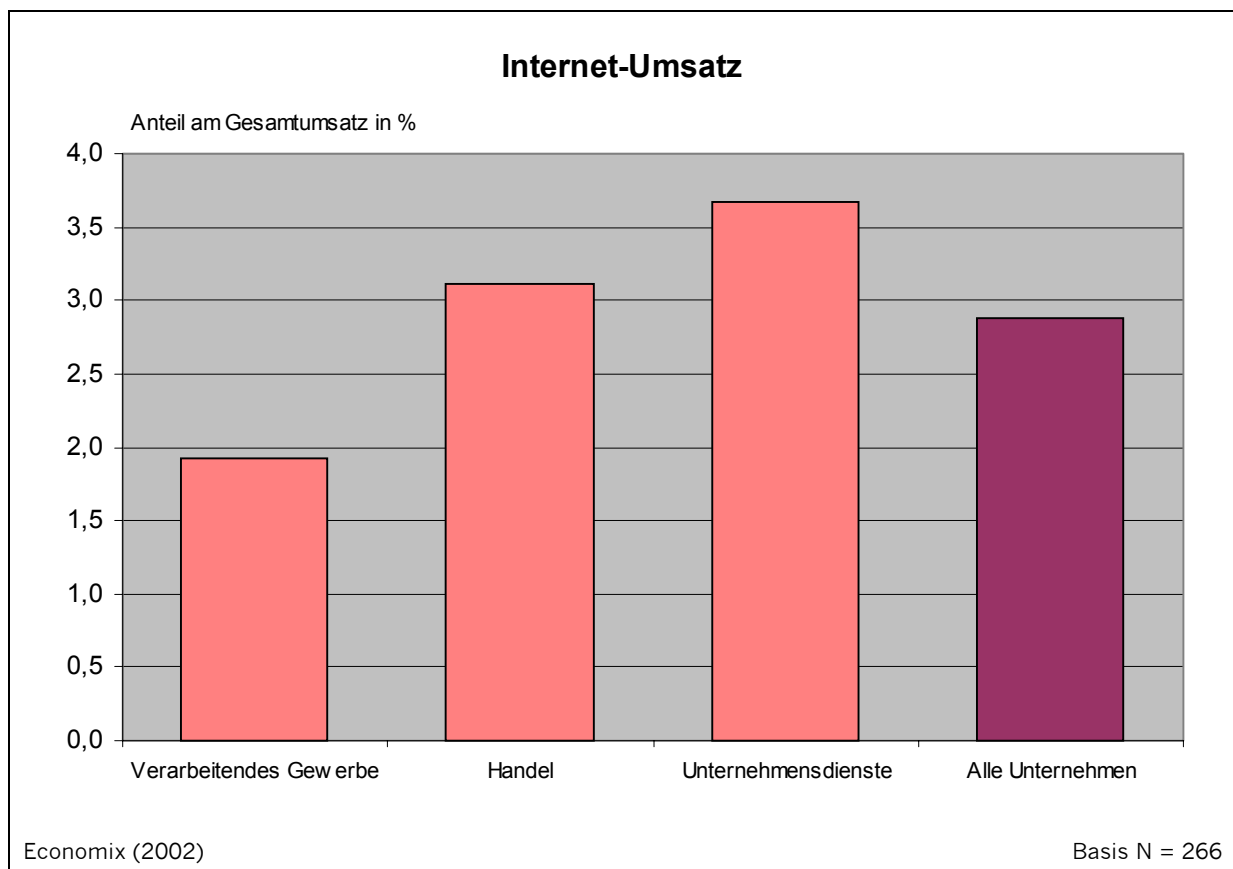
- 56 % der Unternehmen haben seit 1999 neue Produkte eingeführt, ihr Sortiment verändert oder eine neue Art von Dienstleistungen angeboten. Unter den Unternehmen mit 50 und mehr Beschäftigten waren 75 % innovativ. Bei den kleinen Unternehmen waren es nur knapp 40 %.
- Die größeren KMUs erzielten aber nur ein Fünftel ihres Umsatzes mit neuen Produkten bzw. Leistungsangeboten, während es bei kleinen Unternehmen ein Drittel war.
- 47 % der befragten Unternehmen haben im Jahr 2001 Forschungs- und Entwicklungsprojekte finanziert, darunter vor allem die größeren Unternehmen im Verarbeitenden Gewerbe. Bei der Hälfte der Unternehmen blieb der Ausgabenanteil unter 5 % des Umsatzes.
- Allerdings waren 72 % der Kleinunternehmen mit weniger als 10 Beschäftigten nicht in Forschungs- und Entwicklungsprojekten engagiert.



Internet-Auftritt und Werbung

Geringe Nutzung des eCommerce

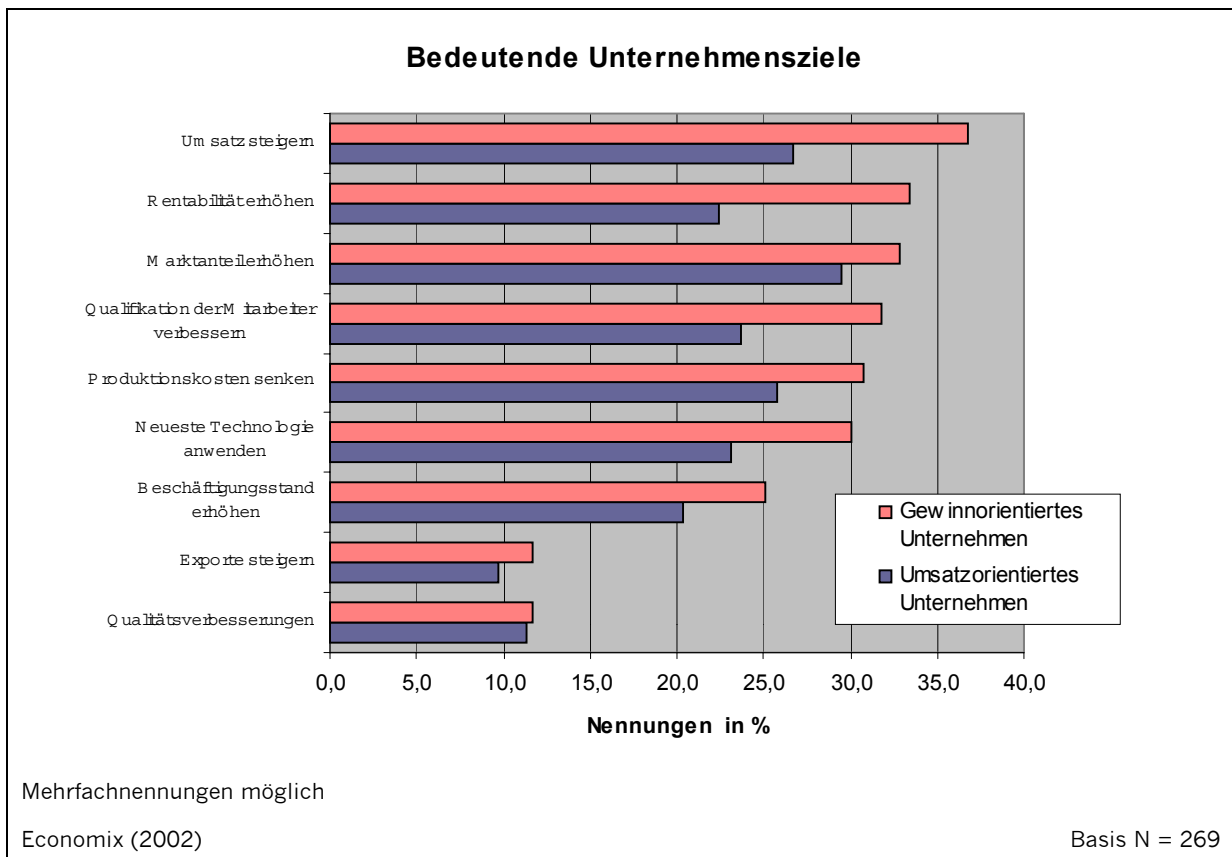
- Fast alle Unternehmen (rund 90 %) treten in ihren Märkten aktiv durch Marketing und Werbung auf. Der Kostenanteil für die Markterschließung blieb meist unter 5 % des Umsatzes.
- Fast 60 % der Unternehmen haben eine Internet-Website, auf der ihre Produkte und Angebote dargestellt werden, 73 % korrespondieren durch Emails und 44 % nutzen elektronischen Datenaustausch.
- Kleine Unternehmen halten sich in der Internet-Nutzung zurück: Nur 40 % haben einen eigenen Internet-Auftritt. Email und elektronischer Datenaustausch werden häufiger genutzt.
- Der Anteil des Internet-Umsatzes ist mit durchschnittlich knapp 3 % sehr klein. Auch bei den unternehmensorientierten Diensten erreicht er nur 3,6 %.
- Ähnlich gering ist der Bezug von Vorprodukten und Handelsware über das Internet. Er liegt unter 4 % des gesamten Wareneinkaufs.



Strategische Ausrichtung

Gewinnorientierte Unternehmen setzen stärkere Prioritäten

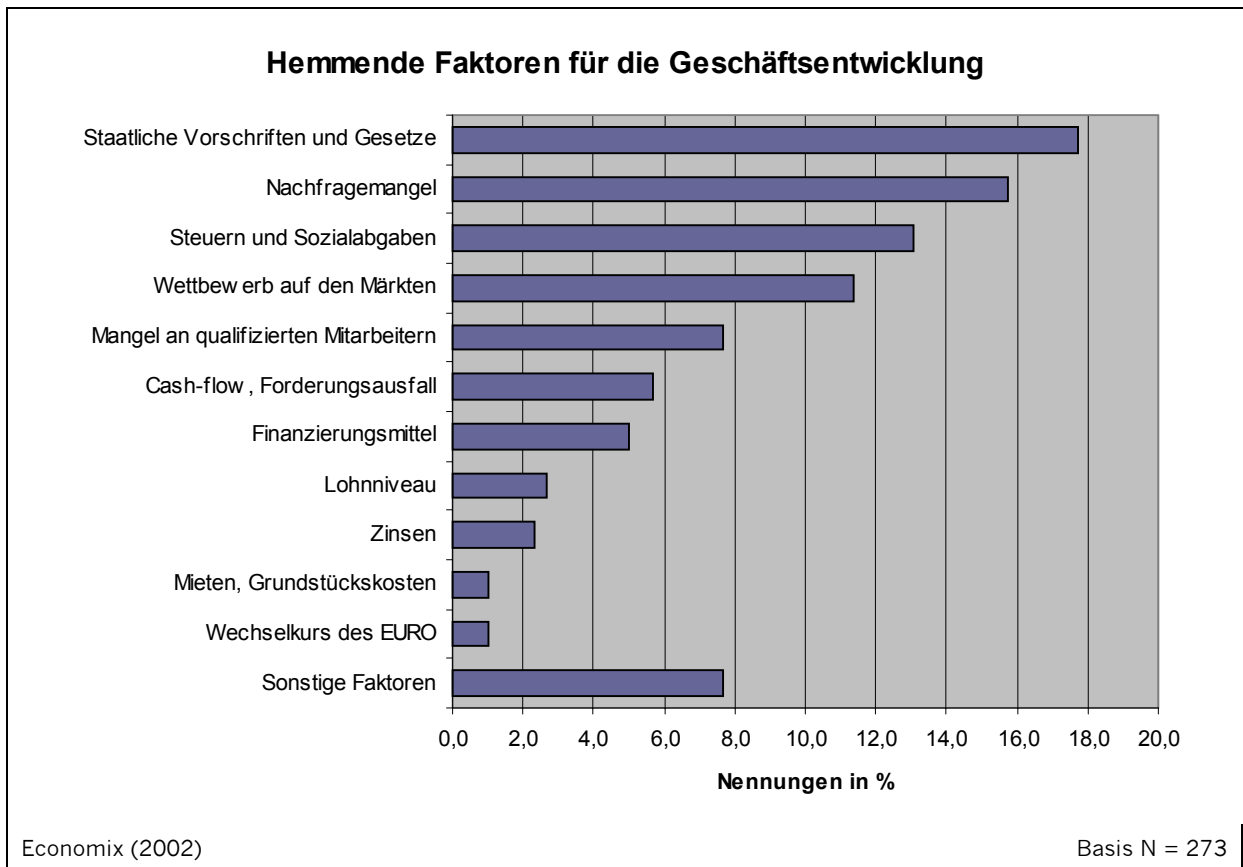
- Gewinnorientierte Unternehmen setzen sich in allen Teilbereichen der Unternehmensstrategie höhere Prioritäten als umsatzorientierte Unternehmen.
- Umsatzorientierte Unternehmen sind in erster Linie auf die Ausweitung ihres Marktanteils ausgerichtet. Für gewinnorientierte Unternehmen haben auch die Qualifikation der Mitarbeiter, die Anwendung der neuesten Produktionstechnologie und die Reduzierung der Produktionskosten ein hohes Gewicht.
- Qualitätsverbesserungen an Produkten und Dienstleistungen stehen im Hintergrund. Gleiches gilt für die Steigerung der Exporttätigkeit.
- Umsatzorientierte Unternehmen setzen stärker auf die vorhandenen Produkte und Dienste und auf die belieferten Märkte, während gewinnorientierte Unternehmen häufiger die Einführung neuer Produkte und Dienste präferieren. Ebenso sind interne Kostensenkungen für letztere von größerer Bedeutung.
- 45 % der Unternehmen verfügen über einen schriftlichen Unternehmensplan, der überwiegend für interne Zwecke erstellt wurde. In 23 % der Unternehmen wurde der Unternehmensplan mit der Bank oder einem Beratungsunternehmen abgestimmt.



Hemmende Faktoren

Gesetzesflut und Bürokratie gelten als die stärksten Hemmnisse

- Staatliche Gesetze, Vorschriften und bürokratische Regelungen werden am häufigsten als das größte Hindernis für die Geschäftsentwicklung genannt. Die wörtlichen Nennungen zu den damit gemeinten Vorschriften decken den gesamten Paragrafenwald ab. Steuern und Sozialabgaben rangieren ebenfalls auf den oberen Rängen der Hemmnisse.
- Die Nachfrageentwicklung und die Wettbewerbssituation auf den Märkten liegen auf Platz 2 und 4.
- Die Löhne werden nur von vergleichsweise wenigen Unternehmen als bedeutendstes Hemmnis genannt. Gleiches gilt für Zinsen, Wechselkurse und Mieten.
- Der Mangel an adäquat ausgebildeten Arbeitskräften hat für einen Teil der Unternehmen große Bedeutung.
- Kritik wird auch am geltenden Arbeits- und Tarifrecht geübt. 79 % der kleinen und mittleren Unternehmen sind der Meinung, dass damit die Arbeitnehmerinteressen einseitig bevorzugt würden. Nur 16 % sehen darin einen fairen Ausgleich zwischen Arbeitnehmer- und Arbeitgeberinteressen, und 5 % sind der Meinung, die Arbeitgeberinteressen stünden im Vordergrund.



Beurteilung der Politik

Schlechte Noten für die Politik

- Die Mehrheit der befragten Klein- und Mittelunternehmen ist der Meinung, die Bundes- und Landesregierungen würden ihre Bedürfnisse nur schlecht verstehen. Insbesondere der Bundesregierung wird von 74 % der Befragten mangelndes Verständnis für die Belange der KMUs vorgeworfen. Die Landesregierungen kommen etwas besser weg. Allerdings beurteilen auch hier 60 % der Befragten in allen Bundesländern das Verständnis der Regierungsseite als schlecht.
- Die Wirtschaftspolitik im Allgemeinen wird günstiger beurteilt. Aber auch hier schneidet die Bundesregierung schlechter ab als die Landesregierungen.

Verständnis für die Bedürfnisse der kleinen und mittleren Unternehmen																					
Bundesregierung	Länderregierungen																				
<table border="1"> <caption>Verständnis für die Bedürfnisse der kleinen und mittleren Unternehmen - Bundesregierung</caption> <tr><th>Kategorie</th><th>Anteil</th></tr> <tr><td>Schlecht</td><td>74%</td></tr> <tr><td>Befriedigend</td><td>19%</td></tr> <tr><td>Weiß nicht</td><td>7%</td></tr> <tr><td>Sehr gut</td><td>0%</td></tr> </table>	Kategorie	Anteil	Schlecht	74%	Befriedigend	19%	Weiß nicht	7%	Sehr gut	0%	<table border="1"> <caption>Verständnis für die Bedürfnisse der kleinen und mittleren Unternehmen - Länderregierungen</caption> <tr><th>Kategorie</th><th>Anteil</th></tr> <tr><td>Schlecht</td><td>50%</td></tr> <tr><td>Befriedigend</td><td>34%</td></tr> <tr><td>Weiß nicht</td><td>10%</td></tr> <tr><td>Sehr gut</td><td>6%</td></tr> </table>	Kategorie	Anteil	Schlecht	50%	Befriedigend	34%	Weiß nicht	10%	Sehr gut	6%
Kategorie	Anteil																				
Schlecht	74%																				
Befriedigend	19%																				
Weiß nicht	7%																				
Sehr gut	0%																				
Kategorie	Anteil																				
Schlecht	50%																				
Befriedigend	34%																				
Weiß nicht	10%																				
Sehr gut	6%																				
Beurteilung der Wirtschaftspolitik von ...																					
Bundesregierung	Länderregierungen																				
<table border="1"> <caption>Beurteilung der Wirtschaftspolitik von ... - Bundesregierung</caption> <tr><th>Kategorie</th><th>Anteil</th></tr> <tr><td>Schlecht</td><td>57%</td></tr> <tr><td>Befriedigend</td><td>35%</td></tr> <tr><td>Weiß nicht</td><td>7%</td></tr> <tr><td>Sehr gut</td><td>1%</td></tr> </table>	Kategorie	Anteil	Schlecht	57%	Befriedigend	35%	Weiß nicht	7%	Sehr gut	1%	<table border="1"> <caption>Beurteilung der Wirtschaftspolitik von ... - Länderregierungen</caption> <tr><th>Kategorie</th><th>Anteil</th></tr> <tr><td>Schlecht</td><td>40%</td></tr> <tr><td>Befriedigend</td><td>44%</td></tr> <tr><td>Weiß nicht</td><td>10%</td></tr> <tr><td>Sehr gut</td><td>6%</td></tr> </table>	Kategorie	Anteil	Schlecht	40%	Befriedigend	44%	Weiß nicht	10%	Sehr gut	6%
Kategorie	Anteil																				
Schlecht	57%																				
Befriedigend	35%																				
Weiß nicht	7%																				
Sehr gut	1%																				
Kategorie	Anteil																				
Schlecht	40%																				
Befriedigend	44%																				
Weiß nicht	10%																				
Sehr gut	6%																				
Economix (2002)	Basis N = 287																				

Fazit

- Der Abbau gesetzlicher Regelungen und die Beherrschung der staatlichen Bürokratie scheint aus der Sicht der mittelständischen Unternehmen die entscheidende Frage der bevorstehenden Bundestagswahl. Sie sehen in staatlichen Auflagen, Steuern und Abgaben ein weit größeres Hemmnis für ihren Geschäftsverlauf als in der Entwicklung der Löhne. Die Unternehmen erteilen der bisherigen Wirtschaftspolitik schlechte Noten und sehen im Regierungslager wenig Verständnis für ihre Belange. Dabei schneiden die Länderregierungen nur etwas besser ab als die Bundesregierung. Offenbar sehen sich die kleinen und mittleren Unternehmen in Deutschland in der Zange zwischen der Rezession auf ihren Absatzmärkten und Kosten treibenden staatlichen Auflagen. Die Regierungen haben nach ihrer Einschätzung wenig getan, um das Leben unter schwierigen wirtschaftlichen Verhältnissen zu erleichtern.
- Die Rezession hat die kleinen und mittleren Unternehmen auf breiter Front erfasst. Nur ein knappes Viertel befand sich zum Befragungszeitpunkt im Frühjahr 2002 noch auf – meist langsam – wachsenden Märkten. Trotz der Krise der New Economy stehen aber die Anbieter unternehmerorientierter Dienstleistungen relativ besser da als die Unternehmen des Verarbeitenden Gewerbes oder des Handels. Der Wachstumstrend bei hoch qualifizierten Diensten scheint ungebrochen und setzt den strukturellen Wandel zu know-how-intensiven Dienstleistungen beschleunigt fort.
- Die lebhaftere Innovationstätigkeit der kleinen und mittleren Unternehmen ist zwar ein gutes Zeichen, aber der wirtschaftliche Beitrag der neuen Produkte, Dienste und Sortimente hält sich in engen Grenzen. Das Hauptgeschäft der Unternehmen kommt aus Angeboten, die älter als drei Jahre sind. Gleichzeitig ist das Engagement im Internet bescheiden: 3 % des Umsatzes werden im eCommerce erzielt. Hier zeichnet sich eine Spaltung ab in Unternehmen, die diesen Absatzweg ausschließlich oder gar nicht nutzen. Die Old Economy muss diesen Technologiesprung aber schaffen, wenn sie nicht abgedrängt werden will.
- Fast die Hälfte der mittelständischen Unternehmen verfügt über einen schriftlichen Unternehmensplan. Hier wurden in den letzten Jahrzehnten Fortschritte erzielt. Die Umsetzung dieser Pläne ist in erster Linie eine Frage der unternehmerischen Dynamik und weniger die Frage eines optimalen Maßnahmen-Mix. Gewinnorientierte Unternehmen setzen sich überall ehrgeizigere Ziele als umsatzorientierte Unternehmen. Die schumpeter'schen Unternehmer und Unternehmerinnen bleiben die Motoren der Wirtschaft.