

Mittelstandskompass 2011

Zukunftsfähigkeit – Liquidität –
Gewinnoptimierung



Version 22082011

Themen der Studie

- Produkt und Vertrieb
- Personal und Fachkräfte
- Prozesse und Wertschöpfung
- Wettbewerb
- Finanz- und Ertragslage
- Bank- und Finanzierungspartner

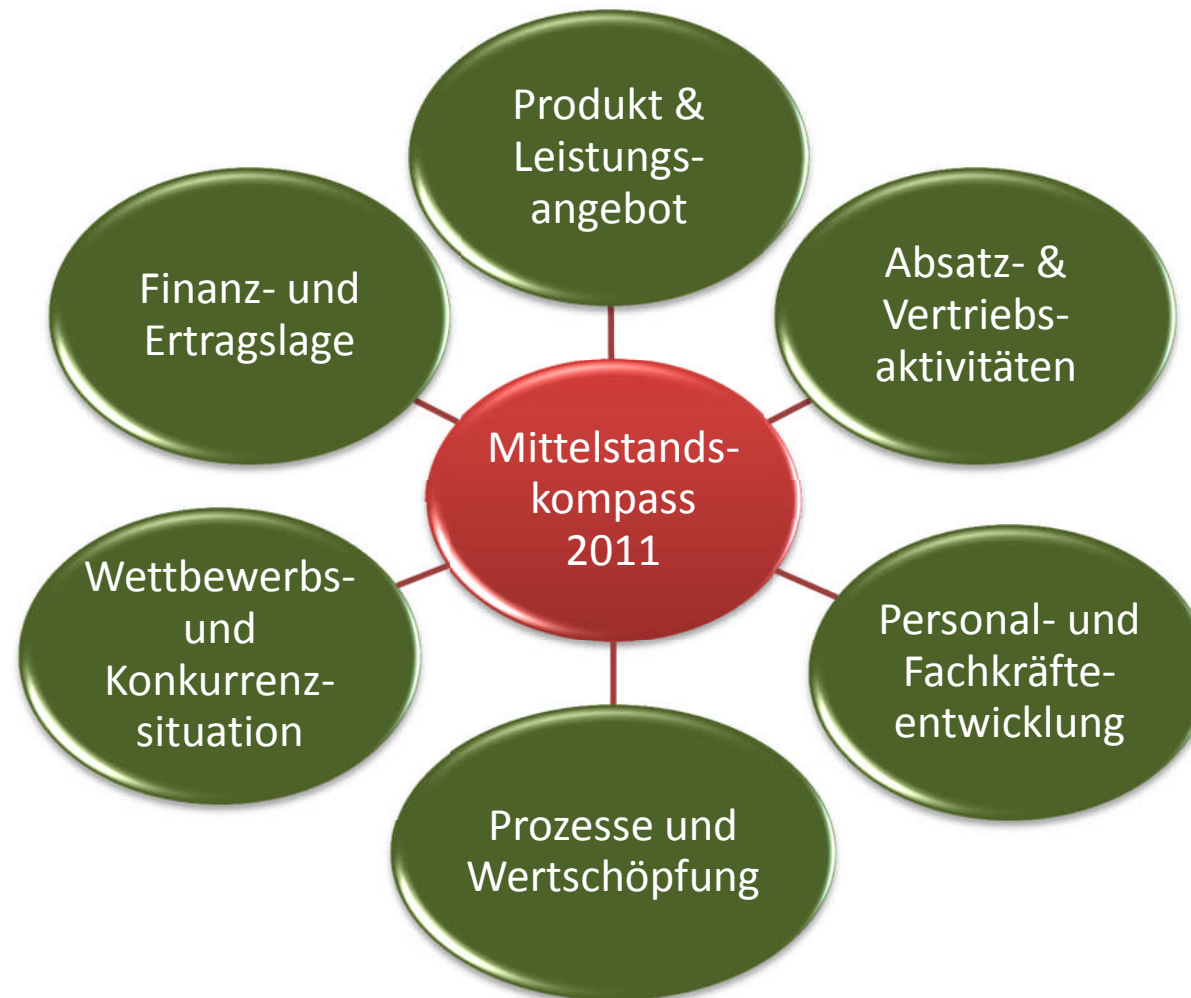
Zukunftsfähigkeit – Liquidität - Gewinnoptimierung

- Management Report – Studienergebnisse im Überblick
- Produkt/Leistungsangebot sowie Absatz-/Vertriebsaktivitäten
- Personal- und Fachkräfteentwicklung
- Prozesse und Wertschöpfung

Zukunftsfähigkeit – Liquidität - Gewinnoptimierung

- Wettbewerbs- und Konkurrenzsituation
- Finanz- und Ertragslage
- Bank- und Finanzierungspartner
- Kontakt und Ansprechpartner
- Datenanhang und Disclaimer

Aufbau und Struktur der Trendstudie „Mittelstandskompass 2011“



Fazit der Studie „Mittelstandskompass 2011“

1. Mit neuen Produkten und Leistungen zu mehr Umsatz

Der deutsche Mittelstand unternimmt auch 2011 wieder erhebliche Anstrengungen bei der Entwicklung neuer Produkte und Leistungen. Über 70 % der von uns befragten Unternehmen rechnen damit, dass mit diesen Investitionen die Umsätze um bis zu 20% gesteigert werden können.

2. Mittelstand als Jobmotor für Deutschland

Der deutsche Mittelstand ist auf Expansionskurs. 80 % der Studienteilnehmer planen Neueinstellungen. Dabei sehen die mittelständischen Unternehmen den Fachkräftemangel wesentlich gelassener, als es oft in der öffentlichen Diskussion dargestellt wird.

Etwa 29 % der Unternehmen planen die Einführung erfolgsorientierter Vergütungssysteme um ihre Mitarbeiter stärker zu binden und gegen Abwerbeversuche von Großunternehmen abzuschotten.

Fazit der Studie „Mittelstandskompass 2011“

3. Investieren statt (Ver)spekulieren !

Die Bereitschaft Geld in laufende und neue Projekte zu stecken könnte kaum größer sein. So geben 90% der befragten Unternehmen an, im Geschäftsjahr 2011 Investitionen zu planen oder bereits getätigt zu haben. Dabei handelt es sich um Investitionen zur

- Kapazitätsausweitung
- Qualitätsverbesserung
- Modernisierung
- Verbesserung der Durchlaufzeiten (Produktivität)

4. Liquiditätspuffer mit Hilfe eines aktiven Working Capital- Managements

Durch die gezielte Senkung des gebunden Kapitals im Kreditoren- und Debitorenbereich war es möglich in hohem Maße Liquidität freizusetzen. Derzeit nimmt bei über 50 % der Unternehmen das Working Capital-Management einen festen Platz in der laufenden Unternehmenssteuerung ein.

Fazit der Studie „Mittelstandskompass 2011“

5. Bessere Kreditchancen durch gestiegene Eigenkapitalquoten

Durch erhöhte Eigenkapitalquoten haben die befragten Unternehmen die Chance auf einen klassischen Bankkredit weiter steigern können.

6. Kreditversicherer und Auskunfteien sind für den Mittelstand eine „Black Box“

Kreditversicherer erteilen Versicherungsschutz für etwa 290 Mrd. € Warenwerte in Deutschland. Trotz dieser starken Stellung im Warenverkehr arbeiten nur etwa 30 % der befragten Unternehmen mit Kreditversicherern zusammen. Für 58 % der Studienteilnehmer sind Kreditversicherer und Auskunfteien eine „Black Box“.

7. Mittelstand: Der Fels in der Brandung

Der deutsche Mittelstand zeigt sich erneut als „krisenfest“. Die befragten Unternehmen verstehen es mit anspruchsvollen Markt- und Wettbewerbssituationen umzugehen. Während die Finanzwirtschaft noch mit der letzten Krise beschäftigt ist, bereitet sich der Mittelstand bereits aktiv auf die künftigen Herausforderungen vor.

Zukunftsfähigkeit – Liquidität - Gewinnoptimierung

- Management Report – Studienergebnisse

- Produkt/Leistungsangebot sowie Absatz-/Vertriebsaktivitäten

- Personal- und Fachkräfteentwicklung

- Prozesse und Wertschöpfung

Zukunftsfähigkeit – Liquidität - Gewinnoptimierung

- Wettbewerbs- und Konkurrenzsituation
- Finanz- und Ertragslage
- Bank- und Finanzierungspartner
- Kontakt und Ansprechpartner
- Datenanhang und Disclaimer

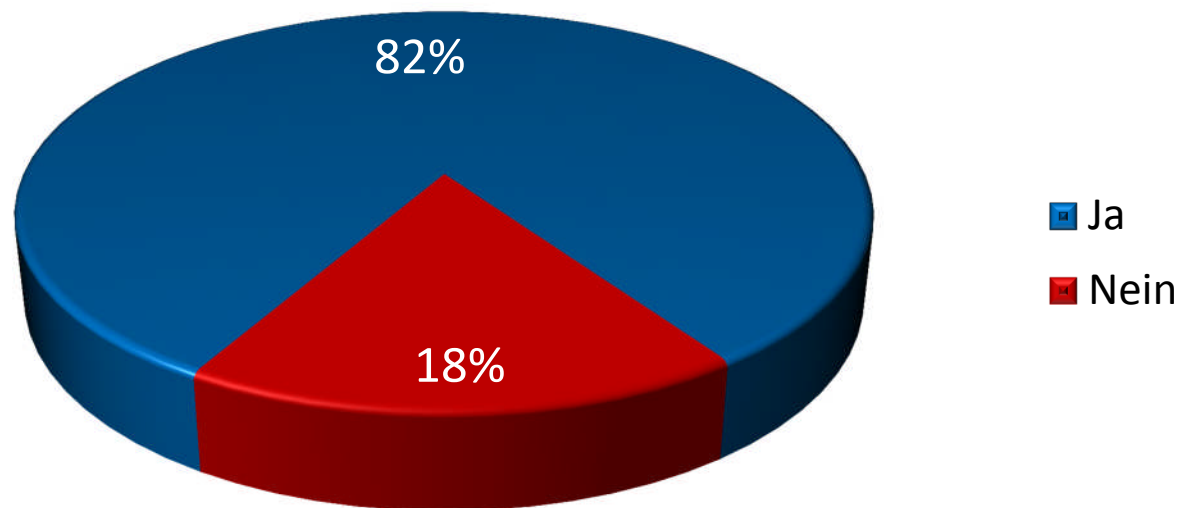
Frage 1.1: Ist die Einführung bzw. das Angebot neuer Produkte/Leistungen im Geschäftsjahr 2011 in Ihrem Unternehmen geplant ?

- Politik und Wirtschaft sehen in der Innovationsfähigkeit von kleinen und mittleren Unternehmen die wichtigste Quelle für deren Wachstum und Wettbewerbsfähigkeit.
- Ohne neue Ideen und Produkte kein Wachstum – diese Erkenntnis hat sich in den letzten Jahren im Mittelstand auf breiter Front durchgesetzt. Und wie setzt sich der Trend im Geschäftsjahr 2011 fort ? (Quelle: Manager Magazin 06-2007)



Nur wer seine Kunden mit pfiffigen Produktideen überrascht, kann im globalen Konkurrenzkampf bestehen.

Frage 1.1: Ist die Einführung bzw. das Angebot neuer Produkte/Leistungen im Geschäftsjahr 2011 in Ihrem Unternehmen geplant ?



82 % der befragten Unternehmen planen die Einführung bzw. das Angebot neuer Produkte/Leistungen im Geschäftsjahr 2011.

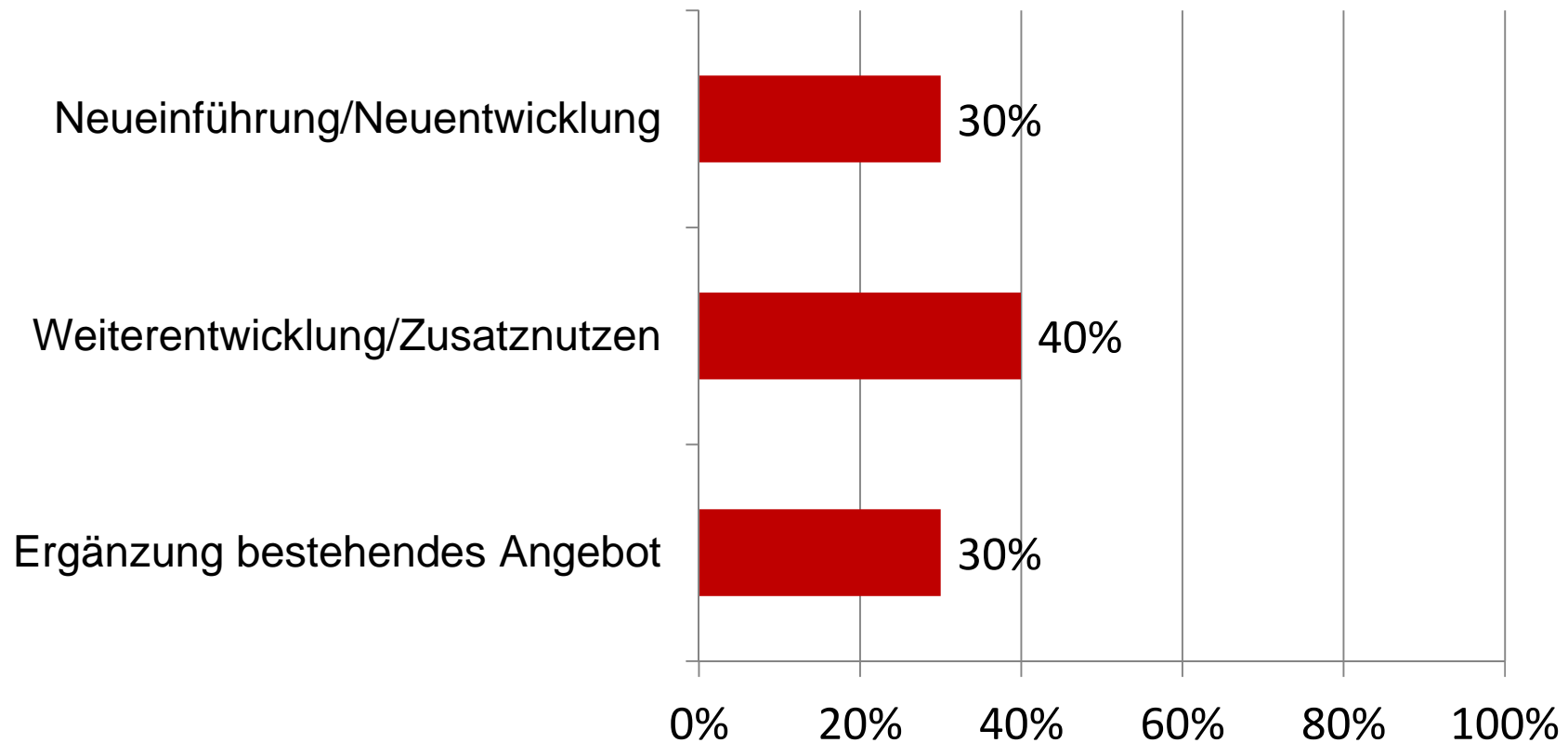
Frage 1.2: Wenn ja. Es handelt sich um...

- Effekte wie Globalisierung, steigende Dynamik von Märkten, Individualisierung und Marktsättigung führen schon seit Jahren zu verschärften Wettbewerbsbedingungen, kürzeren Produktlebenszyklen, sowie dem Ruf nach Differenzierung und Innovation.
- Das damit verbundene Innovationsbedürfnis von Unternehmen lässt sich nicht durch MOTS (more of the same) an Entwicklungsprojekten abdecken. Nein, es etablieren sich neue Formen der Zusammenarbeit.



Der Einzelne addiert, das Team multipliziert, das Netzwerk potenziert !

Frage 1.2: Wenn ja. Es handelt sich um...



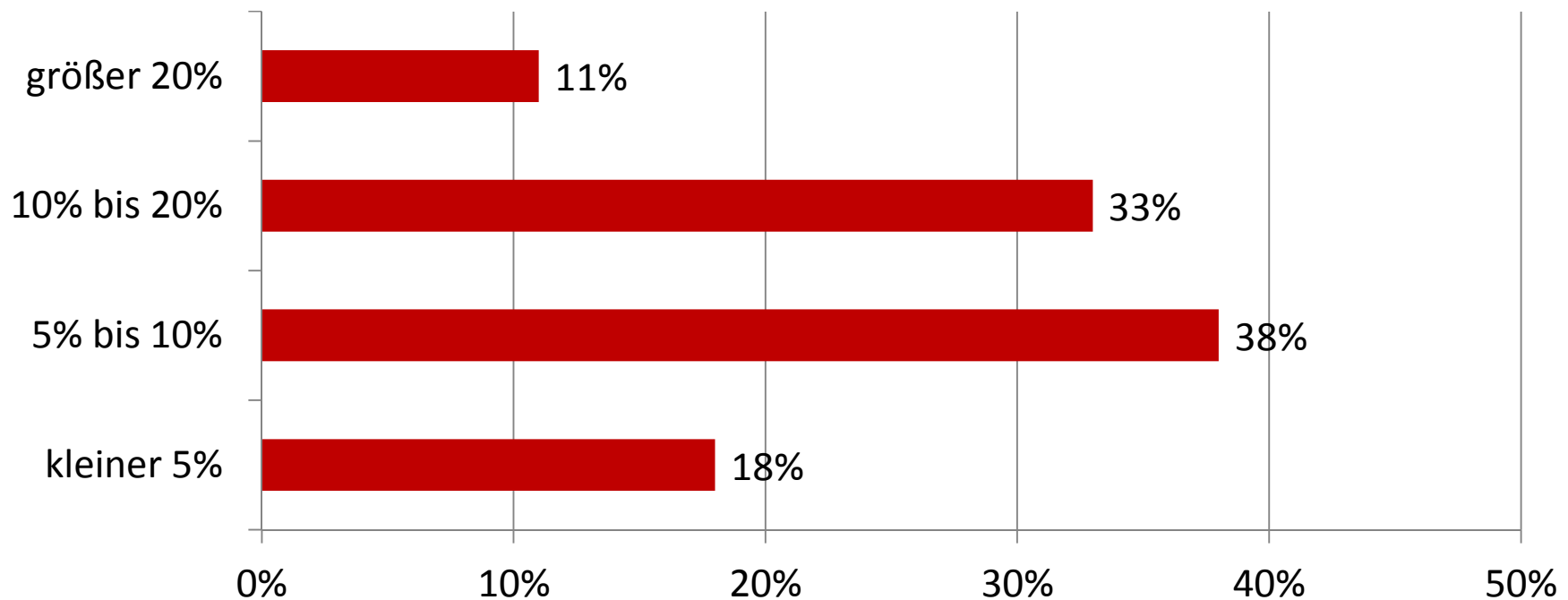
Frage 1.3: Mit welchen Auswirkungen auf den Umsatz rechnet Ihr Unternehmen durch den Ausbau der Produkte-/Leistungspalette ?

- „Epson-Geschäftsführer erwartet Umsatzsteigerung für 2011. Im Laufe des Jahres werden wir im Drucker-Bereich neue Produkte vorstellen, die unsere Handelspartner begeistern werden.“ (Presse 02-2011)
- „STIHL wächst um 16 Prozent und erzielt Rekordumsatz. Die Investitionen lagen mit 122,7 Mio. € weltweit auf hohem Niveau und flossen zu einem großen Teil in die Entwicklung neuer Produkte und Technologien.“ (Presse 04-2011)



Und welche Schlagzeilen planen Sie für Ihr eigenes Unternehmen ?

Frage 1.3: Mit welchen Auswirkungen auf den Umsatz rechnet Ihr Unternehmen durch den Ausbau der Produkte-/Leistungspalette ?



Durch den Ausbau der Produkt- und Leistungspalette rechnen 33 % der befragten Unternehmen mit einer Umsatzsteigerung von etwa 10% bis 20%.

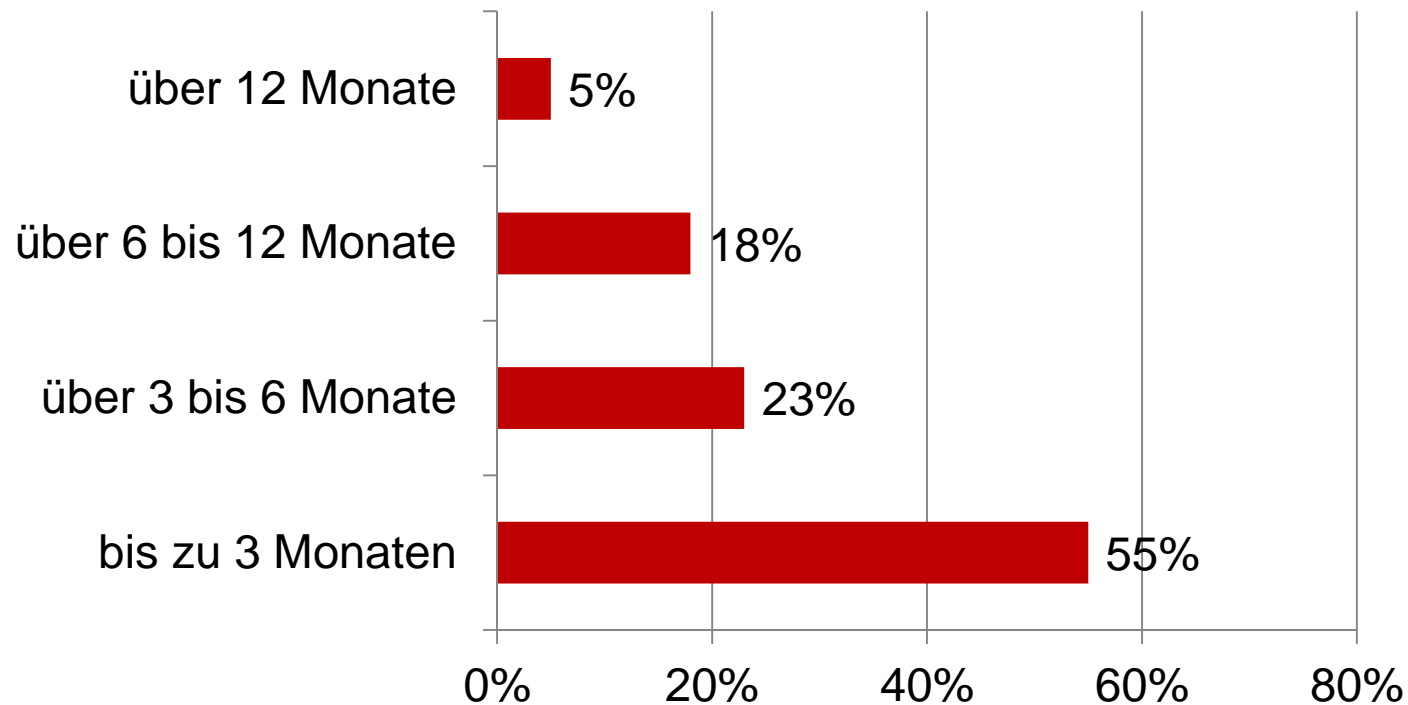
Frage 1.4: Aktuell besteht in Ihrem Unternehmen ein Auftragsvorlauf von...

- „Auftragsvorlauf im ostdeutschen Maschinenbau steigt stark an“ (Welt 07-2011)
- Mit einem soliden Auftragsvorlauf lässt sich die kurz- bis mittelfristige Planung sicherstellen. Den Unternehmen gibt es eine gesunde Basis für weitsichtiges unternehmerisches Handeln.
- Der Auftragsvorlauf stellt somit einen essentiellen Wettbewerbsvorteil dar.



Wie lang ist der Auftragsvorlauf Ihres Unternehmens ?

Frage 1.4: Aktuell besteht in Ihrem Unternehmen ein Auftragsvorlauf von...



45% der befragten Unternehmen haben einen Auftragsvorlauf von mehr als drei Monaten.

Frage 1.5: Bewegen sich die in Ihrem Unternehmen durchsetzbaren Preise etwa auf dem Vorkrisen-Niveau?

- „Der Index der Erzeugerpreise gewerblicher Produkte lag im Juni 2011 um 5,6% höher als im Juni 2010. Der Index stieg gegenüber dem Vormonat Mai um 0,1%.“

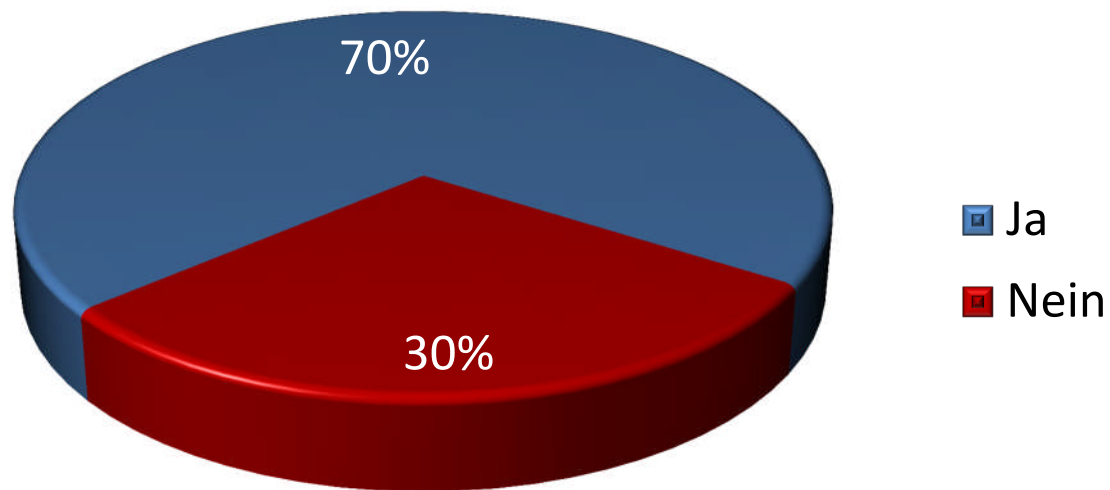
(Statistisches Bundesamt 08-2011)

- „Die Preise für Luftfracht aus Deutschland haben sich im Aufschwungsjahr 2010 deutlich erhöht, aber noch nicht wieder das Niveau aus den Zeiten vor der Krise erreicht. Frachttransporte verteuerten sich um 24,1 Prozent, wie das Statistische Bundesamt am Mittwoch mitteilte.“ Handelsblatt. (Handelsblatt 03-2011)



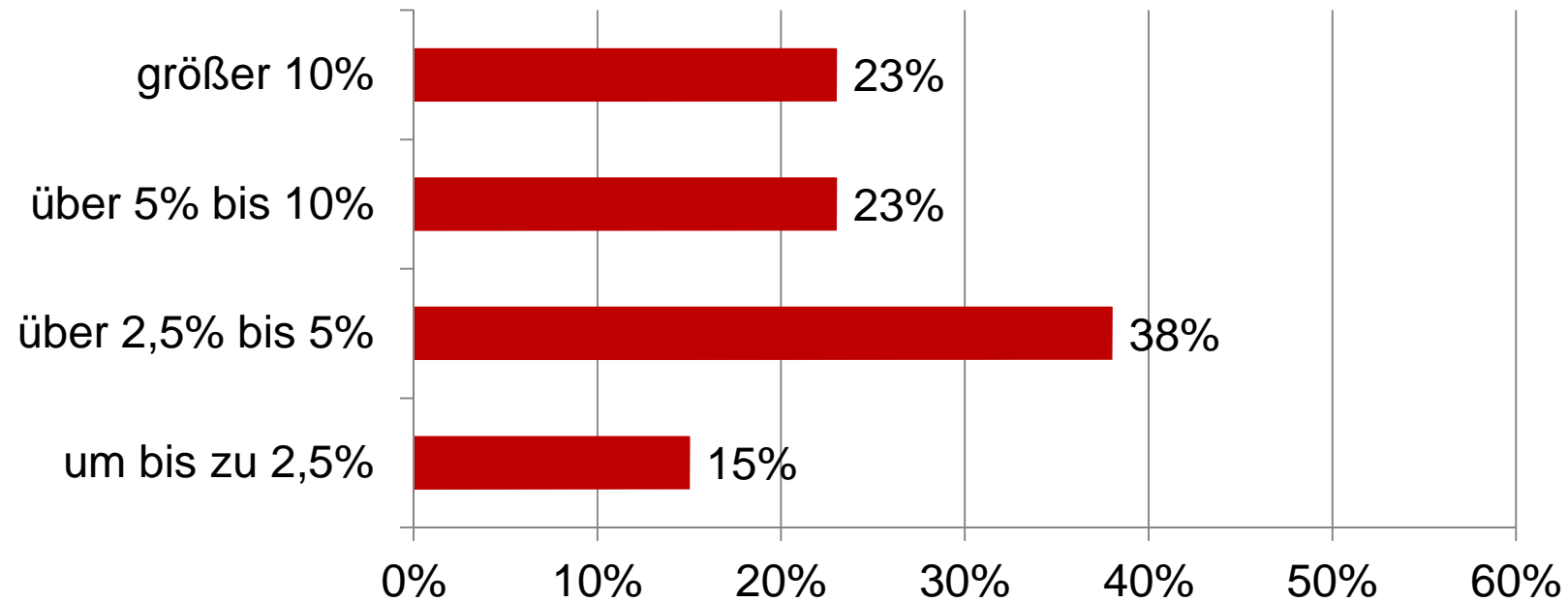
Konnten Sie Ihre Preise bereits anpassen und erhöhen ?

Frage 1.5: Bewegen sich die in Ihrem Unternehmen durchsetzbaren Preise etwa auf dem Vorkrisen-Niveau?



Über 2/3 der befragten Unternehmen konnten ihr Preisniveau bereits auf das Vorkrisenniveau anheben.

Frage 1.6: Wenn nein, um wie viel Prozent etwa liegen die Preise unter dem Vorkrisen-Niveau?



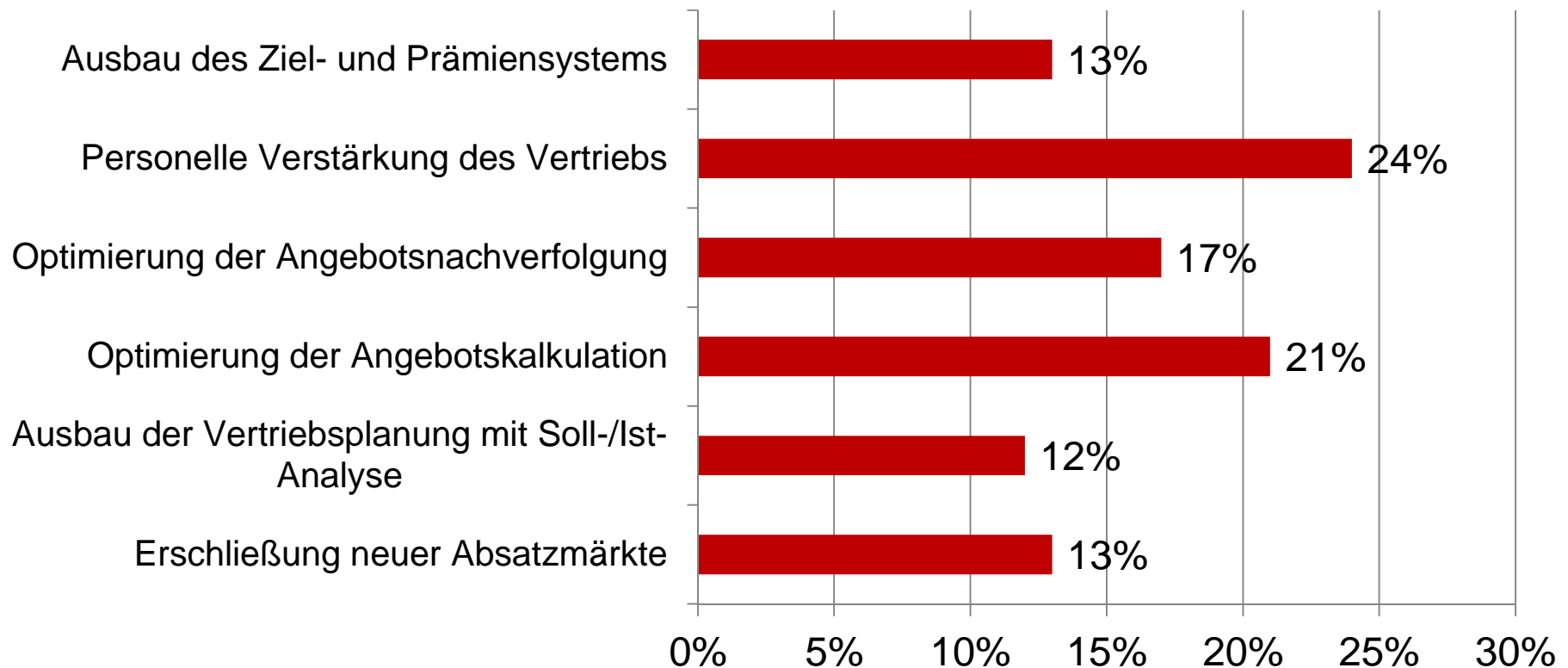
Frage 1.7: Für den Leistungsbereich Absatz/Vertrieb sind in folgenden Teilbereichen Maßnahmen in Umsetzung und/oder in Planung

- „Der Preisdruck bei Photovoltaik-Komponenten trifft Unternehmen wie Sunways in besonderem Maße. Um unser Ergebnis zu verbessern, haben wir zahlreiche Maßnahmen auf der Absatz- und Kostenseite ergriffen, die wir auch im zweiten Halbjahr konsequent fortführen werden“, sagt Michael Wilhelm, Vorstandsvorsitzender von Sunways. (DPA-AFX 08-2011)
- Wer die Wichtigkeit der Planung, Durchführung und Kontrolle von neuen Absatz/Vertriebs-Maßnahmen ignoriert, wird mit größter Wahrscheinlichkeit bereits von der Konkurrenz abgehängt.



Mit welchen Maßnahmen sichern Sie die Leistungsfähigkeit im Bereich Absatz/Vertrieb ab?

Frage 1.7: Für den Leistungsbereich Absatz/Vertrieb sind in folgenden Teilbereichen Maßnahmen in Umsetzung und/oder in Planung



Zukunftsfähigkeit – Liquidität - Gewinnoptimierung

- Management Report – Studienergebnisse im Überblick
- Produkt/Leistungsangebot sowie Absatz-/Vertriebsaktivitäten
- Personal- und Fachkräfteentwicklung
- Prozesse und Wertschöpfung

Zukunftsfähigkeit – Liquidität - Gewinnoptimierung

- Wettbewerbs- und Konkurrenzsituation
- Finanz- und Ertragslage
- Bank- und Finanzierungspartner
- Kontakt und Ansprechpartner
- Datenanhang und Disclaimer

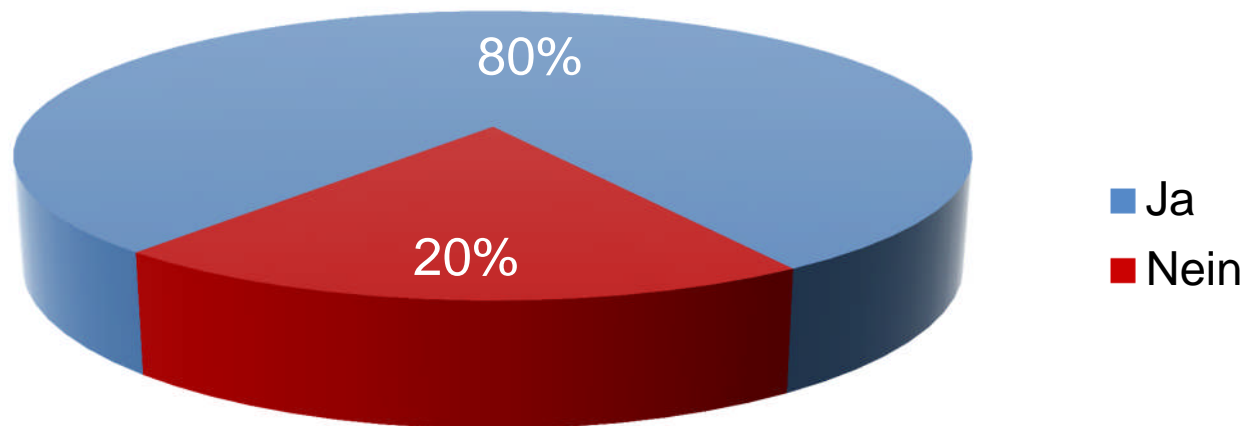
Frage 2.1: Sind in Ihrem Unternehmen für das Geschäftsjahr 2011 Neueinstellungen (ohne Auszubildende) geplant ?

- Die ostdeutschen Maschinen- und Anlagenbauer schaffen zusätzliche Arbeitsplätze. 42 Prozent der Firmen wollen im nächsten halben Jahr neue Mitarbeiter einstellen.
(Thüringer Allgemeine 08-2011)
- „Jedes vierte Unternehmen berichtet von Schwierigkeiten, offene Fachkräftestellen zu besetzen. Aber nur 1% der Mittelständler sehen die Deckung des Fachkräftebedarfs bis 2012 als zentrale unternehmerische Herausforderung.“ (KfW 05-2011)



Erschließung neuer Kundensegmente, Verbesserung der Umsatz- und Ertragssituation, sowie die Neuausrichtung der Unternehmensstrategie sind derzeit die eigentliche Herausforderung.

Frage 2.1: Sind in Ihrem Unternehmen für das Geschäftsjahr 2011 Neueinstellungen (ohne Auszubildende) geplant ?



Frage 2.2: Wenn ja, in welchen Leistungsbereichen ?

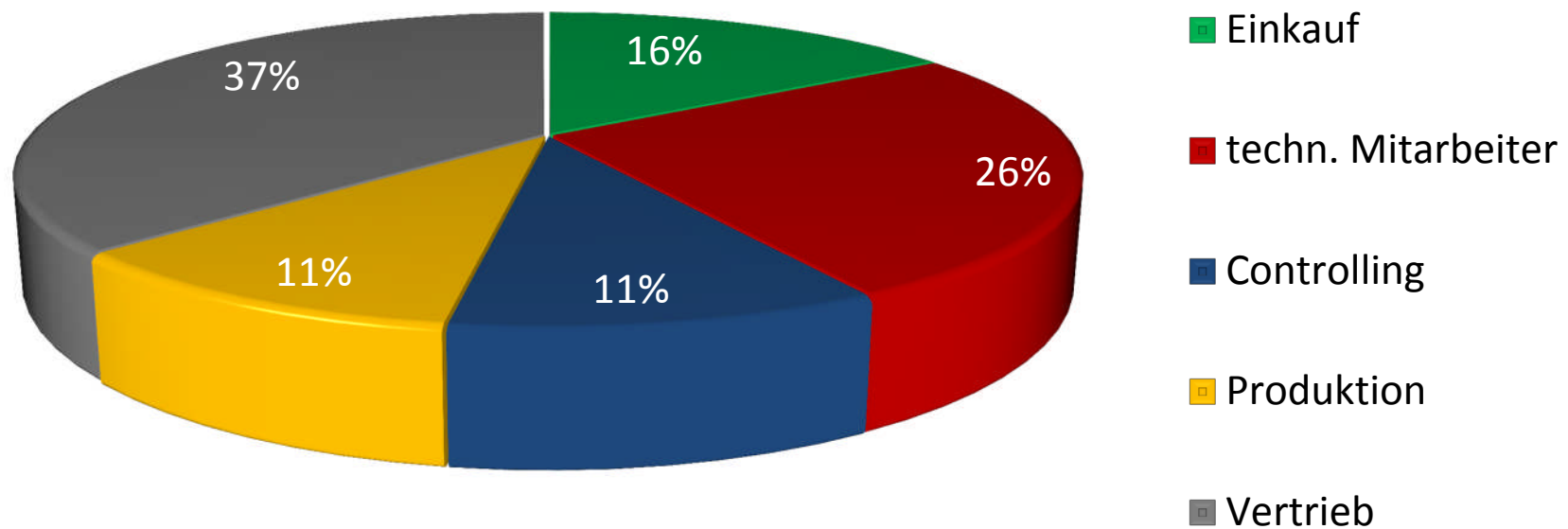
- Die DIHK-Umfrage Frühsommer 2011 zeigt die Beschäftigungsabsichten nach Wirtschaftszweigen (siehe Tabelle). Bei den Einstellungen rechnet die Industrie mit dem stärksten Personalaufbau. Diese Frage haben wir im Mittelstandskompass weiter konkretisiert.

Die Beschäftigungsabsichten der Unternehmen in Deutschland nach Wirtschaftszweigen
Prozentzahlen saldiert*

Wirtschaftszweig	Früh- sommer 2009	Herbst 2009	Jahres- beginn 2010	Früh- sommer 2010	Herbst 2010	Jahres- beginn 2011	Früh- sommer 2011
Industrie	-43	-30	-19	-4	9	16	18
Bauwirtschaft	-20	-20	-17	-5	-6	-2	7
Handel	-23	-16	-11	-2	5	9	10
Dienstleistungen	-18	-9	-2	5	9	12	13
insgesamt	-25	-15	-9	1	7	12	14

* Anteil der „Personalaufbaupläne“ minus Anteil der „Personalabbaupläne“

Frage 2.2: Wenn ja, in welchen Leistungsbereichen ?



Die Mehrzahl der Neueinstellungen planen die Befragten in den Bereichen Vertrieb, sowie Technik.

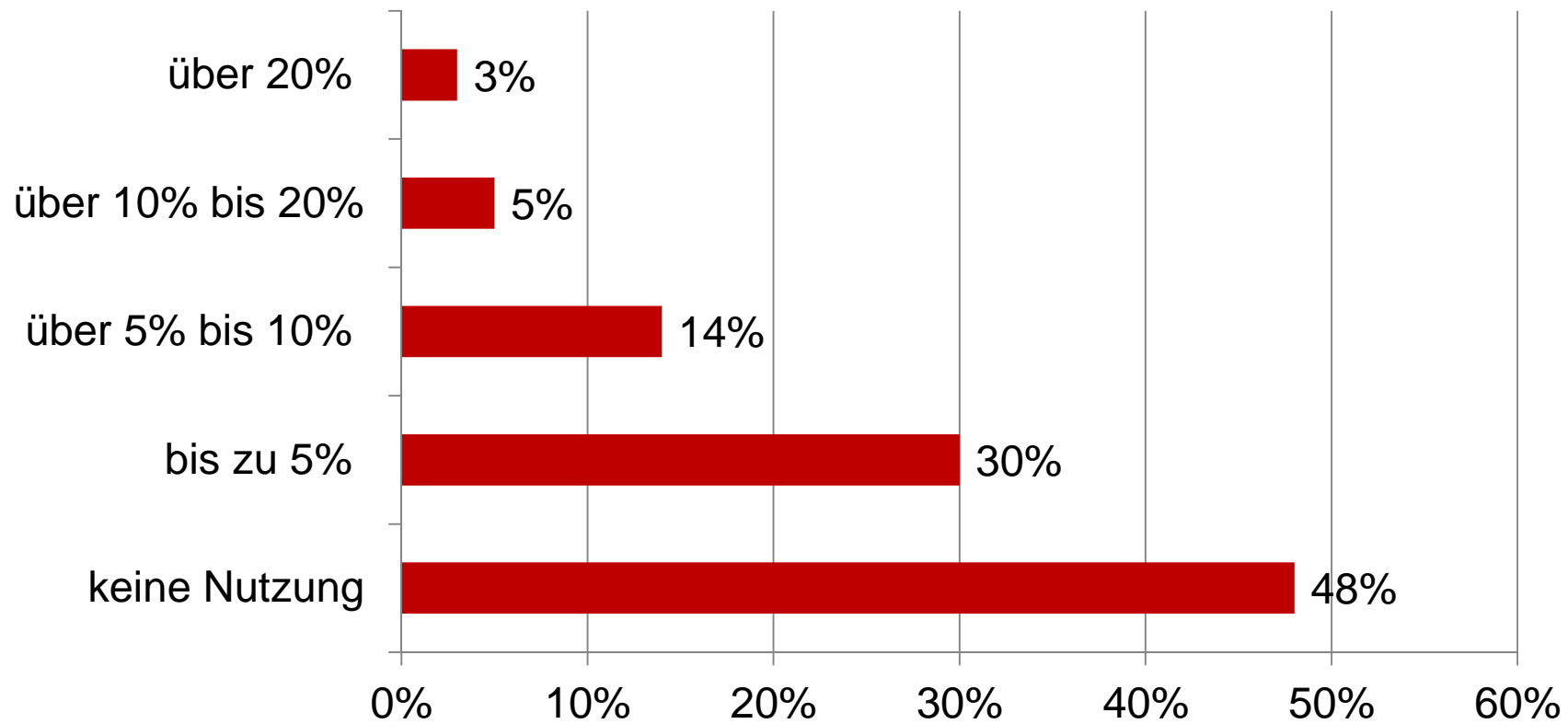
Frage 2.3: Wie hoch ist der Anteil an Zeitarbeit ?

- Bei der Zeitarbeit zeichnet sich im Geschäftsjahr 2011 ein neuer Höchststand ab.
- Trotz des starken Wachstums liegt der Anteil der Zeitarbeit –gemessen an den Arbeitsstunden in Deutschland- nur bei etwa 2,5 %. „Damit liegen wir im EU-Vergleich im hinteren Bereich“ sagt Weise, Chef der Bundesagentur für Arbeit.

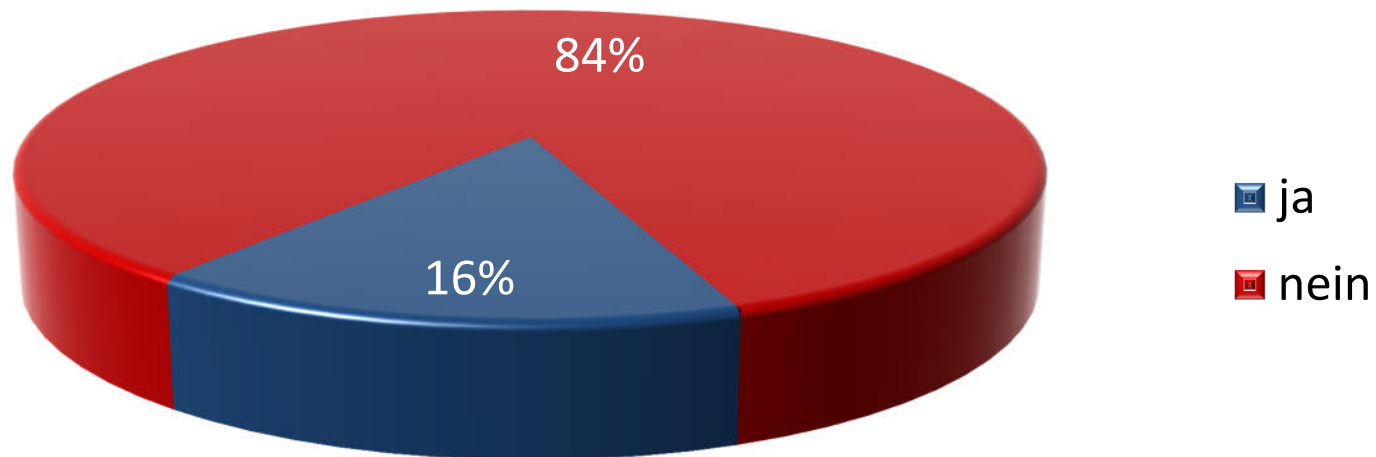


Das Hauptmotiv für Zeitarbeit ist bei Familienunternehmen, die eigene Flexibilität zu steigern.

Frage 2.3: Wie hoch ist der Anteil an Zeitarbeit ?



Frage 2.4: Wurde/wird der Anteil an Zeitarbeit im Geschäftsjahr 2011 ausgebaut ?



Die deutliche Mehrheit der befragten Unternehmen plant auch keinen weiteren Ausbau der Zeitarbeit.

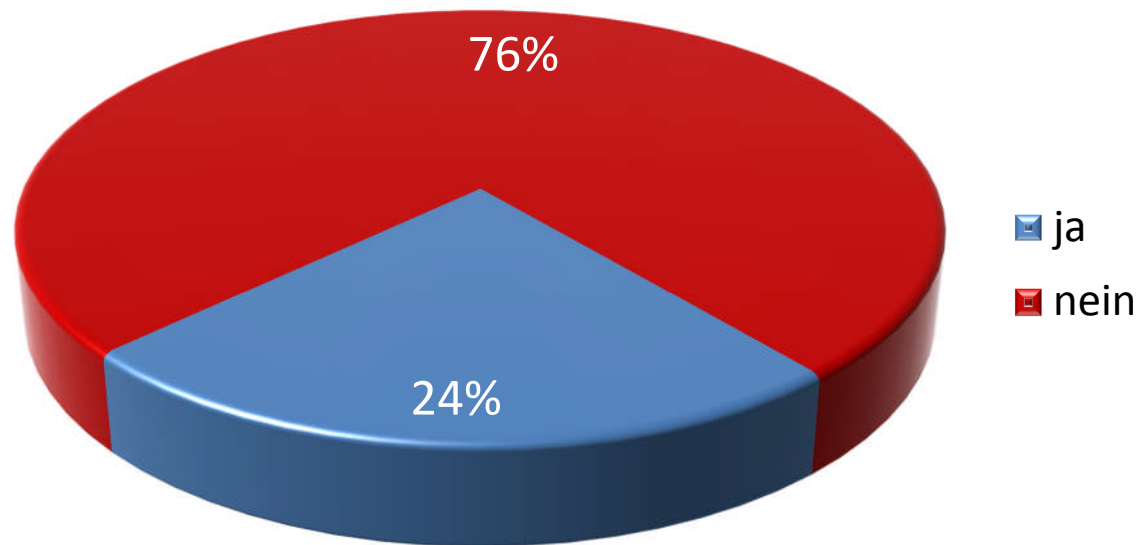
Frage 2.5: Wurden Ihnen im laufenden Geschäftsjahr bereits Fachkräfte vom Wettbewerb oder von Großunternehmen abgeworben ?

- „Altersbedingt scheiden bis 2030 rund 2.700 der 6.200 Beschäftigten in den MINT-Berufen (Ingenieurausbildung, sowie die Fächer Mathematik, Informatik, Naturwissenschaften) aus dem Erwerbsleben aus. Dem stehen bis dahin jedoch rund 20.000 neue Absolventen dieser Fächer aus den saarländischen Hochschulen gegenüber.“ (Arbeitskammer Saarland 08-2011)
- Wie sich der Fachkräftemangel wirklich auswirken wird ist immer noch nicht absehbar.



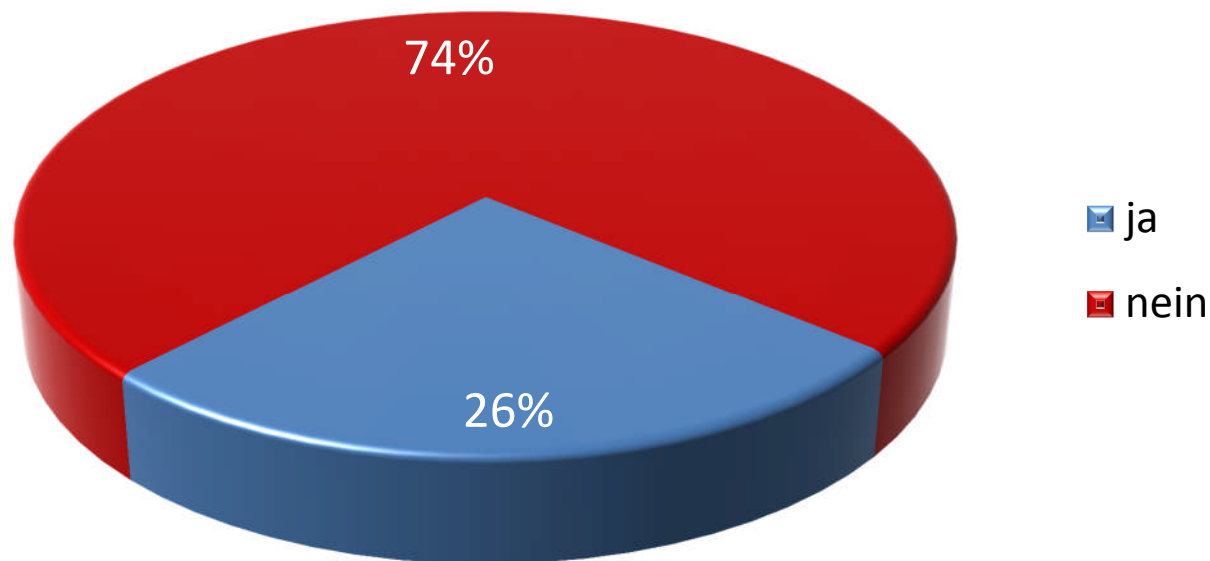
Wie schätzen Sie selbst die Situation ein?

Frage 2.5: Wurden Ihnen im laufenden Geschäftsjahr bereits Fachkräfte vom Wettbewerb oder von Großunternehmen abgeworben ?



Lediglich 24% der befragten Unternehmen wurden im lfd. Geschäftsjahr Fachkräfte abgeworben. Damit kommt der Bindung der eigenen Fachkräfte eine hohe Bedeutung zu.

Frage 2.6: Haben Sie selbst bereits Fachkräfte vom Wettbewerb oder von Großunternehmen abgeworben ?



Etwa 26 % der befragten Unternehmen haben von Wettbewerbern oder Großunternehmen Fachkräfte abwerben können.

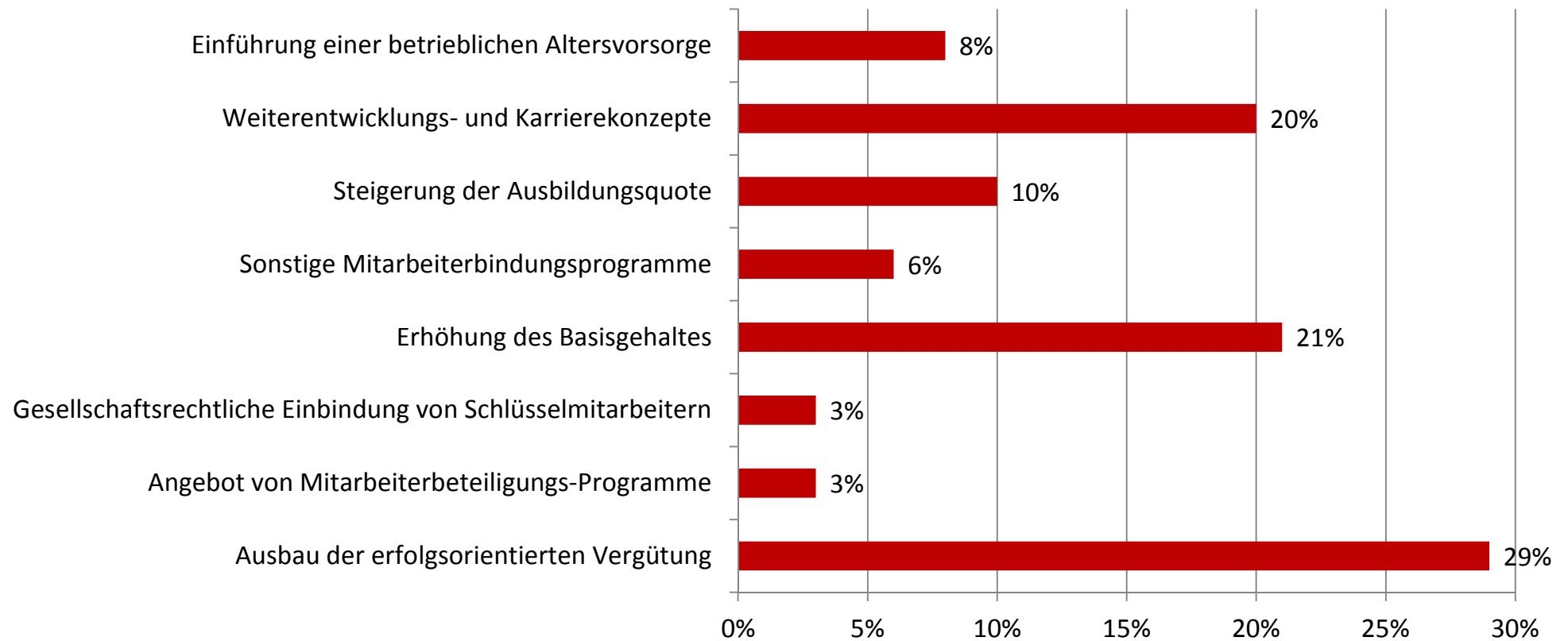
Frage 2.7: Für den Leistungsbereich Personal sind folgende Maßnahmen in Umsetzung und/oder in Planung?

- Die drängenden Themen einer erfolgreichen Personalarbeit: Recruiting, Talent Management und Vergütung stehen 2011 weiterhin hoch im Kurs. (Personalwirtschaft Online 08-2011)
- Wird der Bereich Personal nicht in einem professionellen Rahmen weiterentwickelt, kann sich das zu einem immensen Wettbewerbsnachteil führen.



Welche Anreize bieten Sie Ihren Mitarbeitern und wie machen Sie Ihr Unternehmen für Fachkräfte interessant?

Frage 2.7: Für den Leistungsbereich Personal sind folgende Maßnahmen in Umsetzung und/oder in Planung?



Zukunftsfähigkeit – Liquidität - Gewinnoptimierung

- Management Report – Studienergebnisse im Überblick
- Produkt/Leistungsangebot sowie Absatz-/Vertriebsaktivitäten
- Personal- und Fachkräfteentwicklung
- Prozesse und Wertschöpfung

Zukunftsfähigkeit – Liquidität - Gewinnoptimierung

- Wettbewerbs- und Konkurrenzsituation
- Finanz- und Ertragslage
- Bank- und Finanzierungspartner
- Kontakt und Ansprechpartner
- Datenanhang und Disclaimer

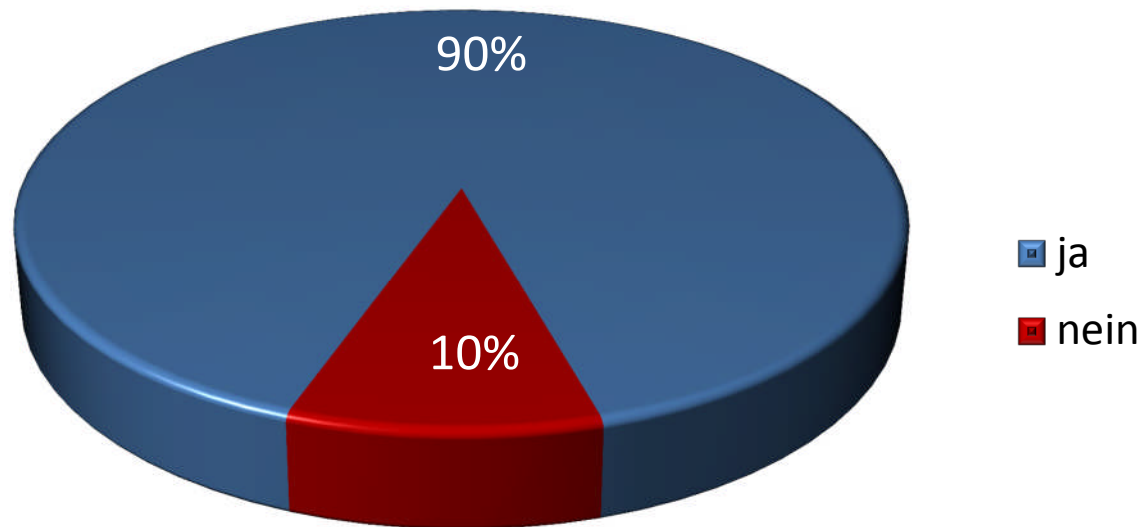
Frage 3.1: Sind in Ihrem Unternehmen für das Geschäftsjahr 2011 Investitionen geplant bzw. bereits umgesetzt worden ?

- Der deutsche Mittelstand plant 2011 Rekord-Investitionen in Höhe von 145 Milliarden Euro. (GE Capital Studie 07-2011)
- Investitionen bilden die Grundlage für langfristiges Wachstum, stellen jedoch auch ein hohes Risiko dar. Nur mit der richtigen Liquiditätsplanung und klaren Branchenkenntnissen führen Investitionen zum gewünschten Mehrertrag.

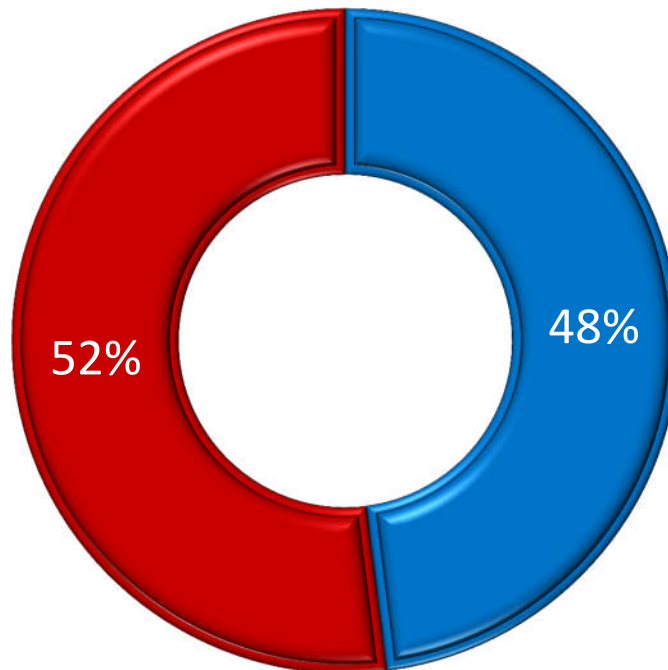


Wie sieht Ihre Investitions- und Gewinnplanung aus?

Frage 3.1: Sind in Ihrem Unternehmen für das Geschäftsjahr 2011 Investitionen geplant bzw. bereits umgesetzt worden ?

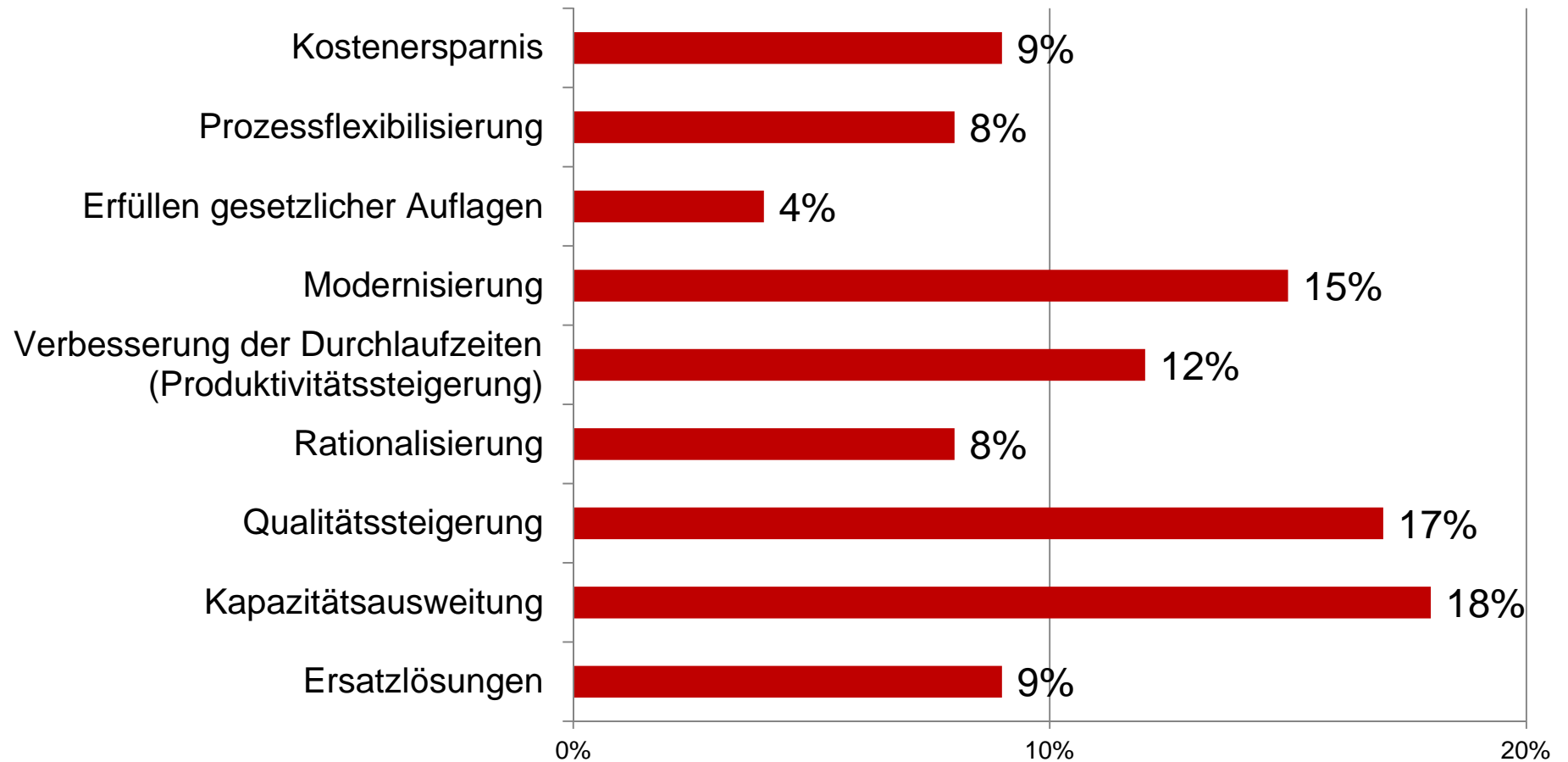


Frage 3.2: Wenn ja, welche Art von Investitionen?



- Ersatzinvestitionen
- Erweiterungsinvestitionen

Frage 3.3: Folgende Ziele werden mit diesen Investitionsmaßnahmen verfolgt (Mehrfachnennung ist möglich)



Zukunftsfähigkeit – Liquidität - Gewinnoptimierung

- Management Report – Studienergebnisse im Überblick
- Produkt/Leistungsangebot sowie Absatz-/Vertriebsaktivitäten
- Personal- und Fachkräfteentwicklung
- Prozesse und Wertschöpfung

Zukunftsfähigkeit – Liquidität - Gewinnoptimierung

- Wettbewerbs- und Konkurrenzsituation
- Finanz- und Ertragslage
- Bank- und Finanzierungspartner
- Kontakt und Ansprechpartner
- Datenanhang und Disclaimer

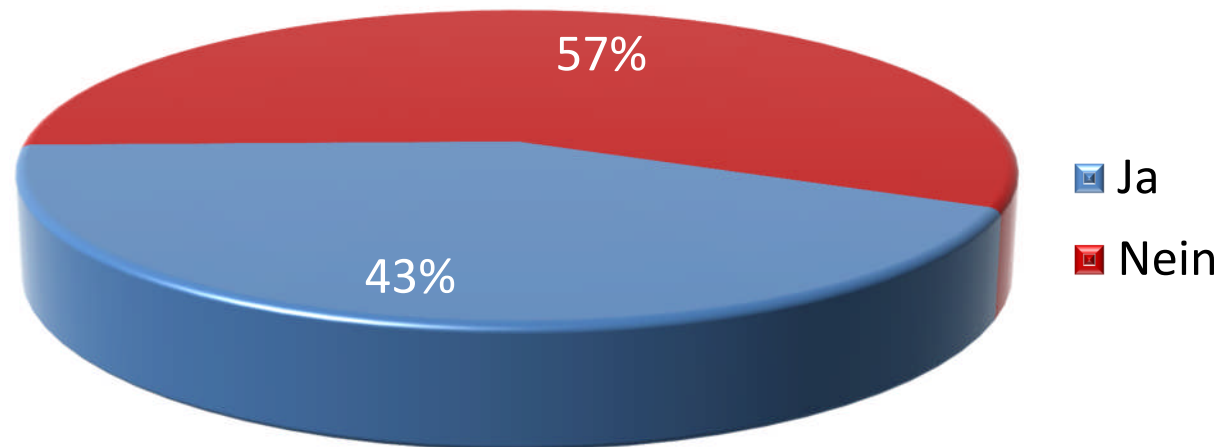
Frage 4.1: Hat sich für Ihr Unternehmen die Wettbewerbs- und Konkurrenzsituation nach der Finanz- und Wirtschaftskrise entspannt ?

- „Trotz des temporären Preisabfalls infolge der weltweiten Finanz- und Wirtschaftskrise ist mittelfristig keine Entspannung auf den Ressourcenmärkten zu erwarten. Mit der Erholung der Weltwirtschaft, den steigenden Wachstumsraten und der damit verbundenen wachsenden Nachfrage ziehen auch die Rohstoffpreise wieder an. Da während der Wirtschaftskrise notwendige Investitionen in Entwicklung und Innovation ausgeblieben sind, muss künftig von einer weiteren Verstärkung der Konkurrenzsituation ausgegangen werden.“ (Stiftung Wissenschaft und Politik Berlin 2010)



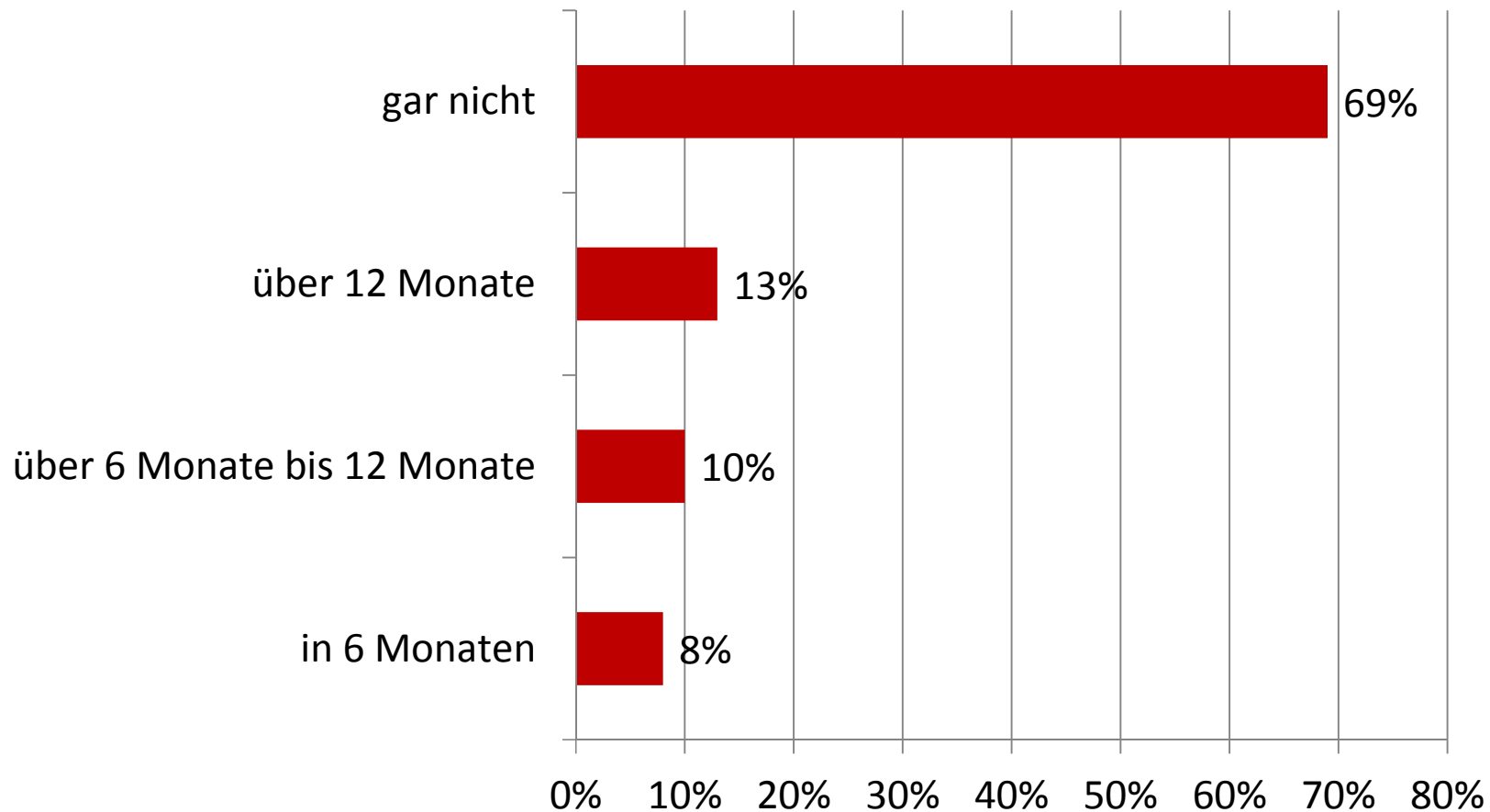
Und wie stellt sich die Preis- und Wettbewerbssituation für Ihr Unternehmen dar ?

Frage 4.1: Hat sich für Ihr Unternehmen die Wettbewerbs- und Konkurrenzsituation nach der Finanz- und Wirtschaftskrise entspannt ?




Lediglich für 43% der befragten Unternehmen hat die Finanz- und Wirtschaftskrise keine nachhaltigen negativen Auswirkungen bezüglich der Wettbewerbs- und Konkurrenzsituation.

Frage 4.2: Wenn nein, bis wann rechnen Sie mit einer Entschärfung der Situation?



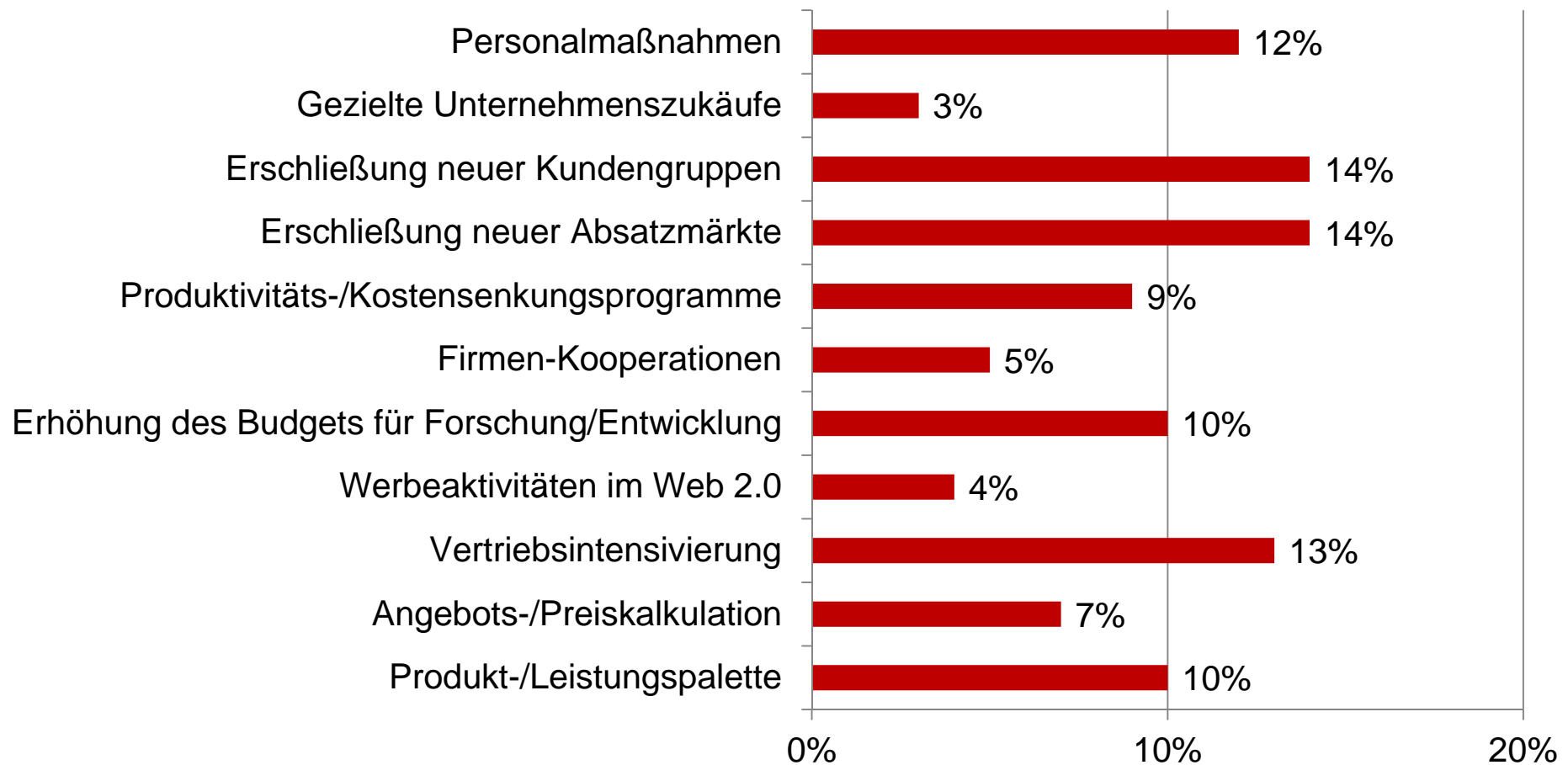
Frage 4.3: Strategische Projekte sind in folgenden Bereichen geplant:

- „Der deutsche Mittelstand rechnet in den kommenden fünf Jahren mit deutlichen Marktveränderungen.
- Insbesondere wird von einem steigendem Margendruck und zunehmendem Investitionsbedarf ausgegangen.
- Um ihre Wettbewerbsposition in diesem Umfeld trotzdem zu verbessern, wollen und müssen die Firmen ihre Aktivitäten über alle Unternehmensbereiche hinweg deutlich ausbauen.“ (HANNOVER Finanz / Markt und Mittelstand-Das Wachstumsmagazin Studie 2011)



Handeln statt abwarten lautet die Devise. Welche Bereiche nimmt der deutsche Mittelstand nun in Angriff um Kernkompetenzen weiter auszubauen ?

Frage 4.3: Strategische Projekte sind in folgenden Bereichen geplant:



Zukunftsfähigkeit – Liquidität - Gewinnoptimierung

- Management Report – Studienergebnisse im Überblick
- Produkt/Leistungsangebot sowie Absatz-/Vertriebsaktivitäten
- Personal- und Fachkräfteentwicklung
- Prozesse und Wertschöpfung

Zukunftsfähigkeit – Liquidität - Gewinnoptimierung

- Wettbewerbs- und Konkurrenzsituation

- Finanz- und Ertragslage

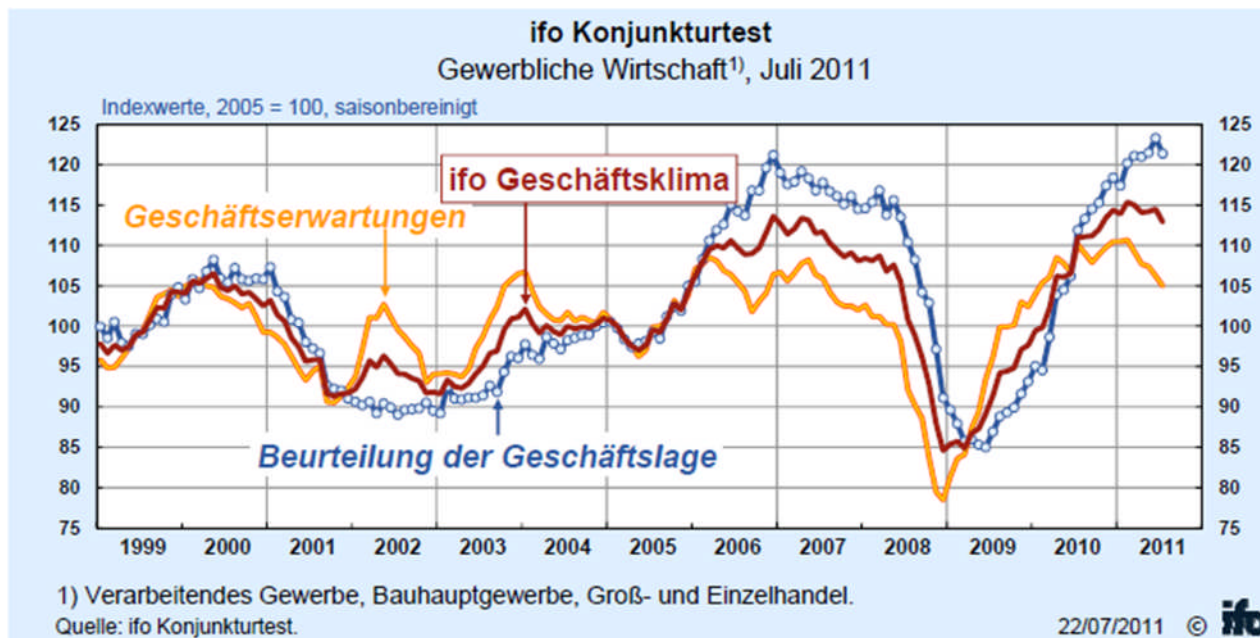
- Bank- und Finanzierungspartner

- Kontakt und Ansprechpartner

- Datenanhang und Disclaimer

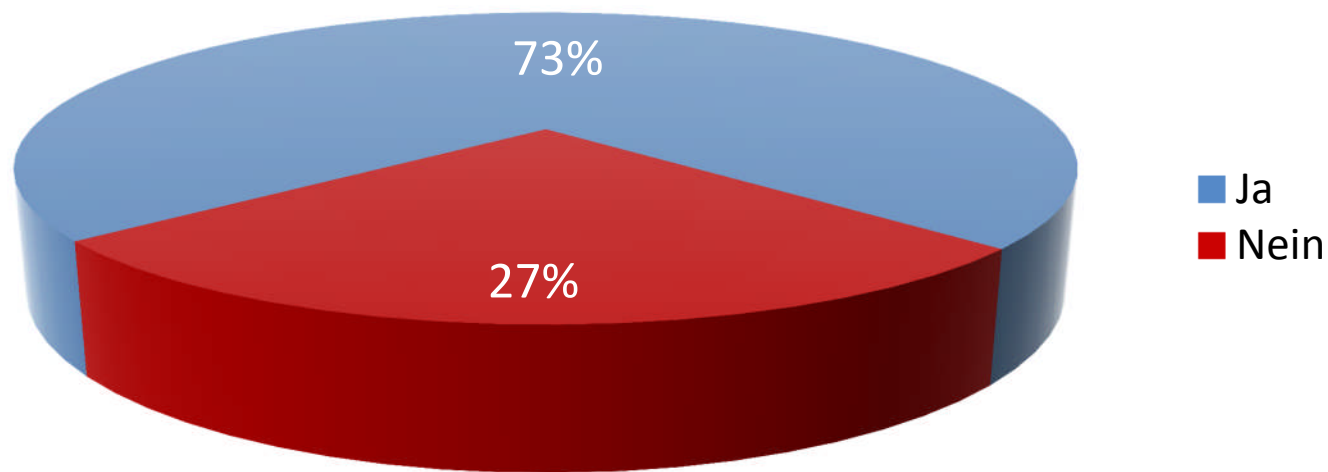
Frage 5.1: Wird in Ihrem Unternehmen der geplante Jahresüberschuss 2011 das Vorkrisen-Niveau erreichen ?

- Der ifo-Geschäftsklimaindex hat sich im Juli 2011 deutlich verschlechtert.



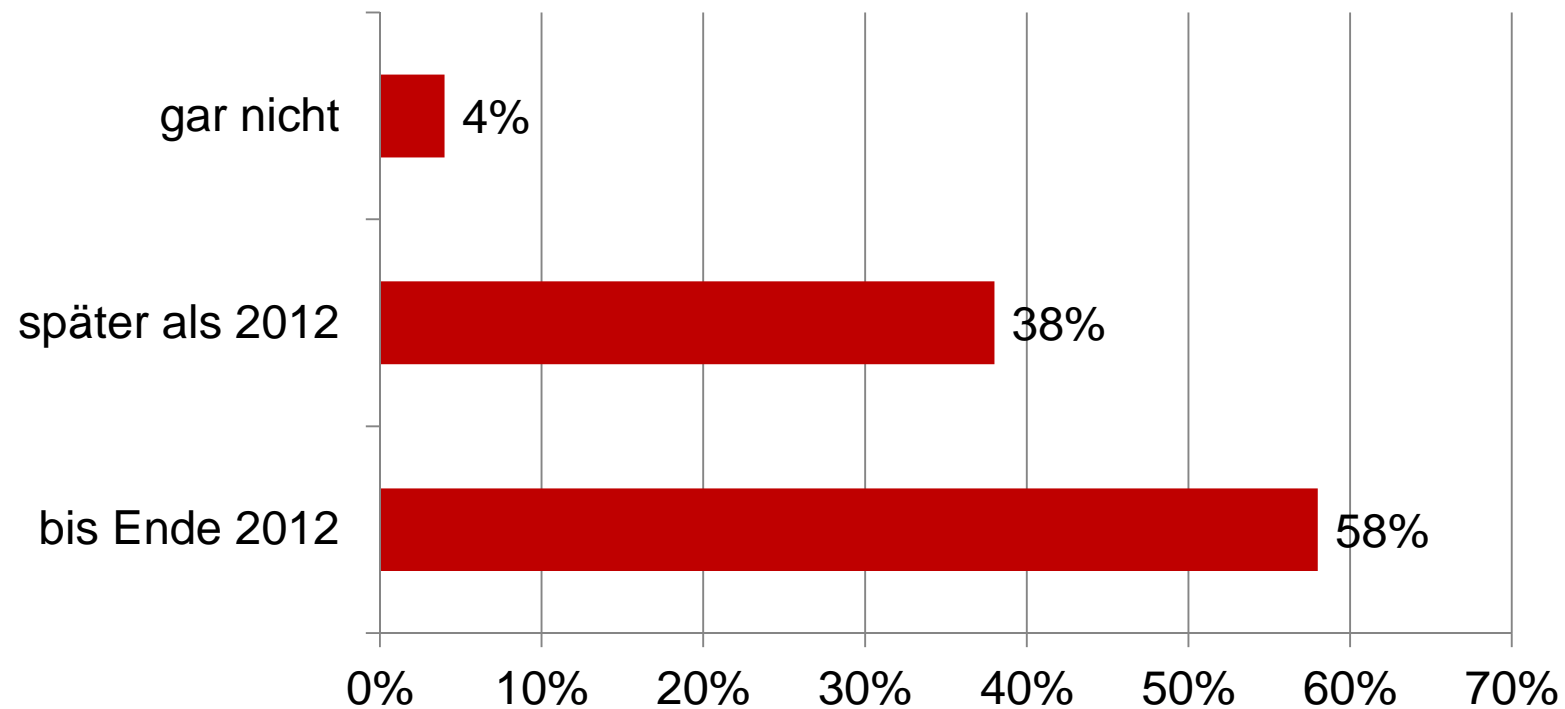
Und wo steht Ihr Unternehmen am Jahresende ?

Frage 5.1: Wird in Ihrem Unternehmen der geplante Jahresüberschuss 2011 das Vorkrisen-Niveau erreichen ?



Der deutsche Mittelstand sieht trotz alledem positiv in die Zukunft. Fast $\frac{3}{4}$ der befragten Unternehmen rechnen mit einer Ertragslage ähnlich oder sogar über dem Vorkrisen-Niveau.

Frage 5.2: Wenn nein, bis wann wird nach Ihrer Planung das Vorkrisen-Niveau erreicht?



Weitere 58% der Unternehmen rechnen bis Ende 2012 damit, dass das Vorkrisenniveau wieder erreicht wird.

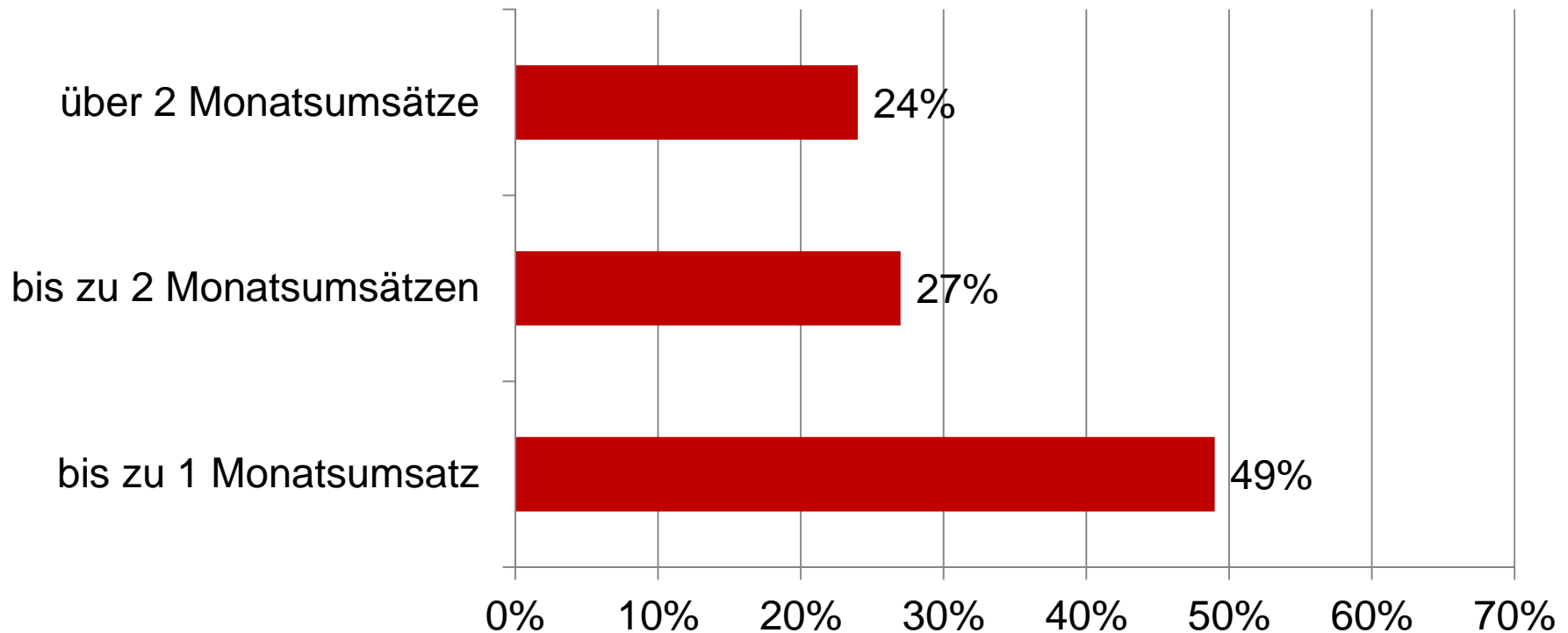
Frage 5.3: Die freien Kreditlinien, bzw. der Liquiditätspuffer, belaufen sich derzeit auf ...

- Was passiert, wenn „nach der Krise gleich vor der Krise“ ist? Wie bereitet sich der deutsche Mittelstand mithilfe von zusätzlichen Liquiditätspuffern auf künftige Rezessionen vor?
- Die meisten Unternehmen, welche während der Krise in die Insolvenz geraten sind, hatten bereits vor der Krise mit Problemen zu kämpfen. Diese haben sich dann in der Finanz- und Wirtschaftskrise nochmals verschärft.



Ein Liquiditätspuffer von mindestens zwei Monatsumsätzen wäre optimal. Damit kann der Mittelstand Krisen oder konjunkturellen Abstürzen gestärkt entgegentreten.

Frage 5.3: Die freien Kreditlinien, bzw. der Liquiditätspuffer, belaufen sich derzeit auf ...



51% der Unternehmen konnten bereits einen Liquiditätspuffer von über einem Monatsumsatz aufbauen.

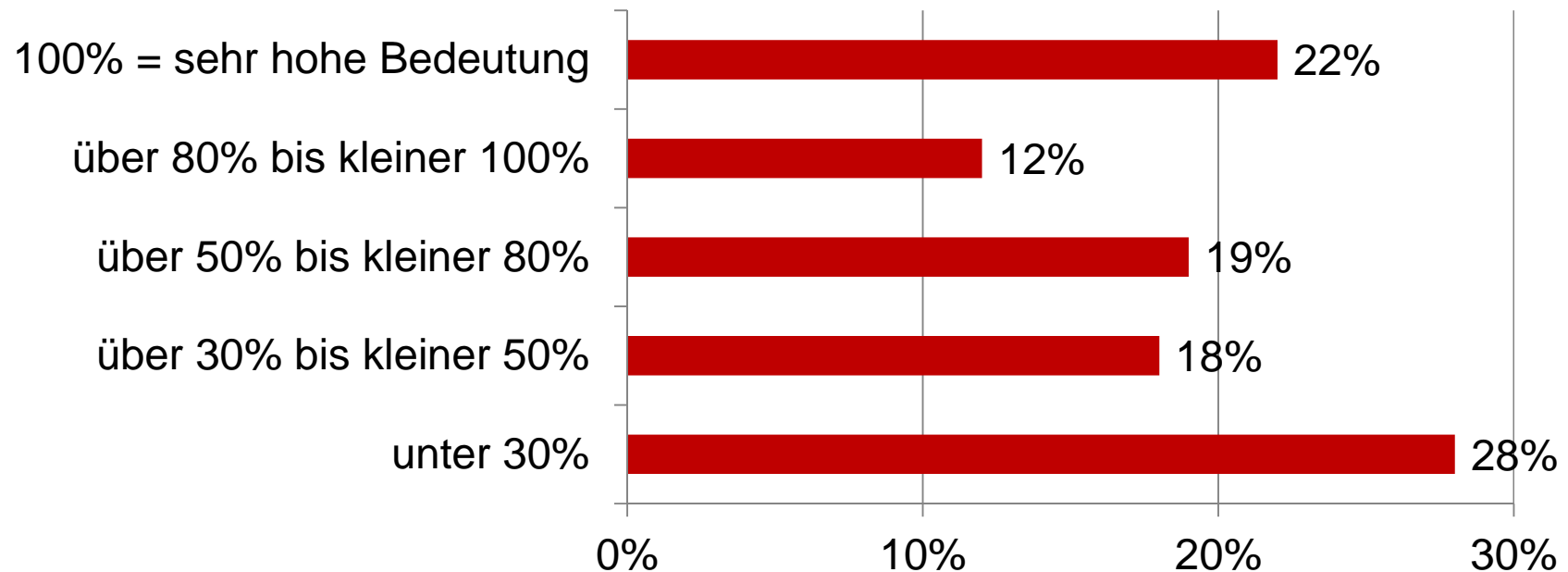
Frage 5.4: Welchen Stellenwert hat das Working Capital-Management (Selbst-/Innenfinanzierung) im Rahmen Ihrer Unternehmenssteuerung?

- Bereits mit unserer Working Capital Studie haben wir aufgezeigt, dass mit Hilfe eines straffen Liquiditätsmanagements immense Geldmittel für weiteres Wachstum freigesetzt werden können. (Rentabilitäts- und Working Capital Analyse 2011, Schulz & Partner GmbH)
- „Die EBITDA-Marge kann im Durchschnitt der betrachteten Schlüsselbranchen um etwa 3,9 % des Umsatzes gesteigert werden.“ Ähnliche Potenziale sind auch für mittelständische Unternehmen denkbar! (Rentabilitäts- und Working Capital Analyse 2011, Schulz & Partner GmbH)



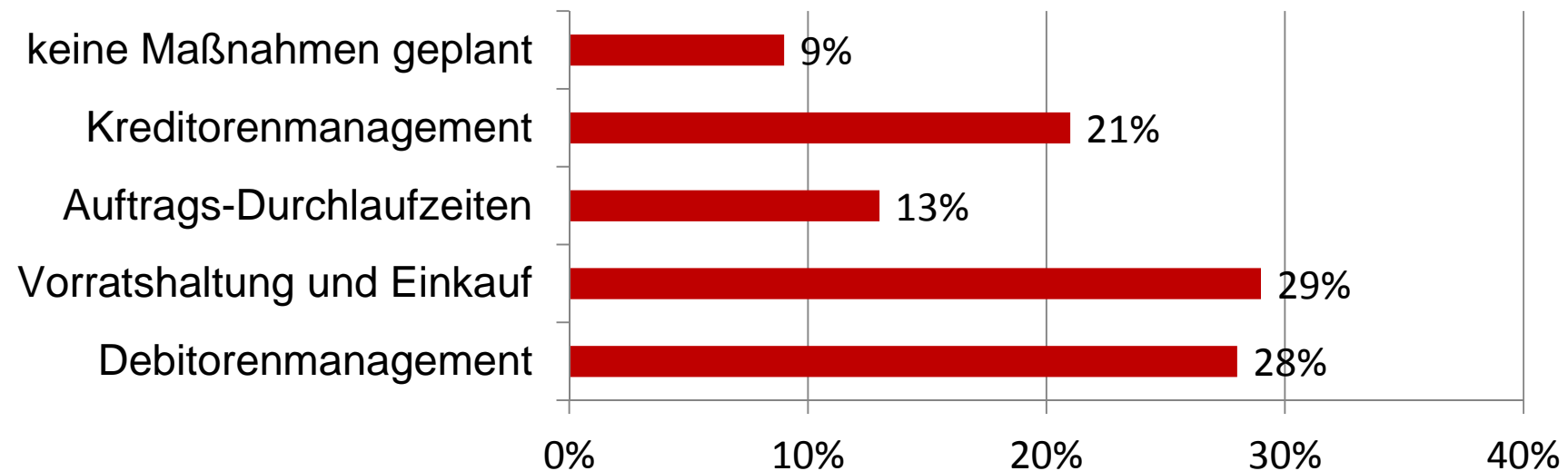
Die Vorteile eines straffen Working Capital-Managements werden immer noch unterschätzt bzw. zu wenig genützt.

Frage 5.4: Welchen Stellenwert hat das Working Capital-Management (Selbst-/Innenfinanzierung) im Rahmen Ihrer Unternehmenssteuerung?



Bereits 53% der Unternehmer messen dem Working Capital einen großen bis sehr großen Stellenwert ein. 28 % der Studienteilnehmer messen diesem Steuerungsinstrument nur geringe Bedeutung bei.

Frage 5.5: Verbesserungen in der lfd. Working Capital-Steuerung sind in folgenden Teilbereichen geplant bzw. bereits erfolgt:



Vor allem die Stellschrauben Vorratshaltung sowie Debitoren- und Kreditorenmanagement werden erfolgreich für die Working Capital-Steuerung genutzt. Potenziale liegen noch im Bereich Auftrags-Durchlaufzeiten.

Zukunftsfähigkeit – Liquidität - Gewinnoptimierung

- Management Report – Studienergebnisse im Überblick
- Produkt/Leistungsangebot sowie Absatz-/Vertriebsaktivitäten
- Personal- und Fachkräfteentwicklung
- Prozesse und Wertschöpfung

Zukunftsfähigkeit – Liquidität - Gewinnoptimierung

- Wettbewerbs- und Konkurrenzsituation
- Finanz- und Ertragslage
- Bank- und Finanzierungspartner
- Kontakt und Ansprechpartner
- Datenanhang und Disclaimer

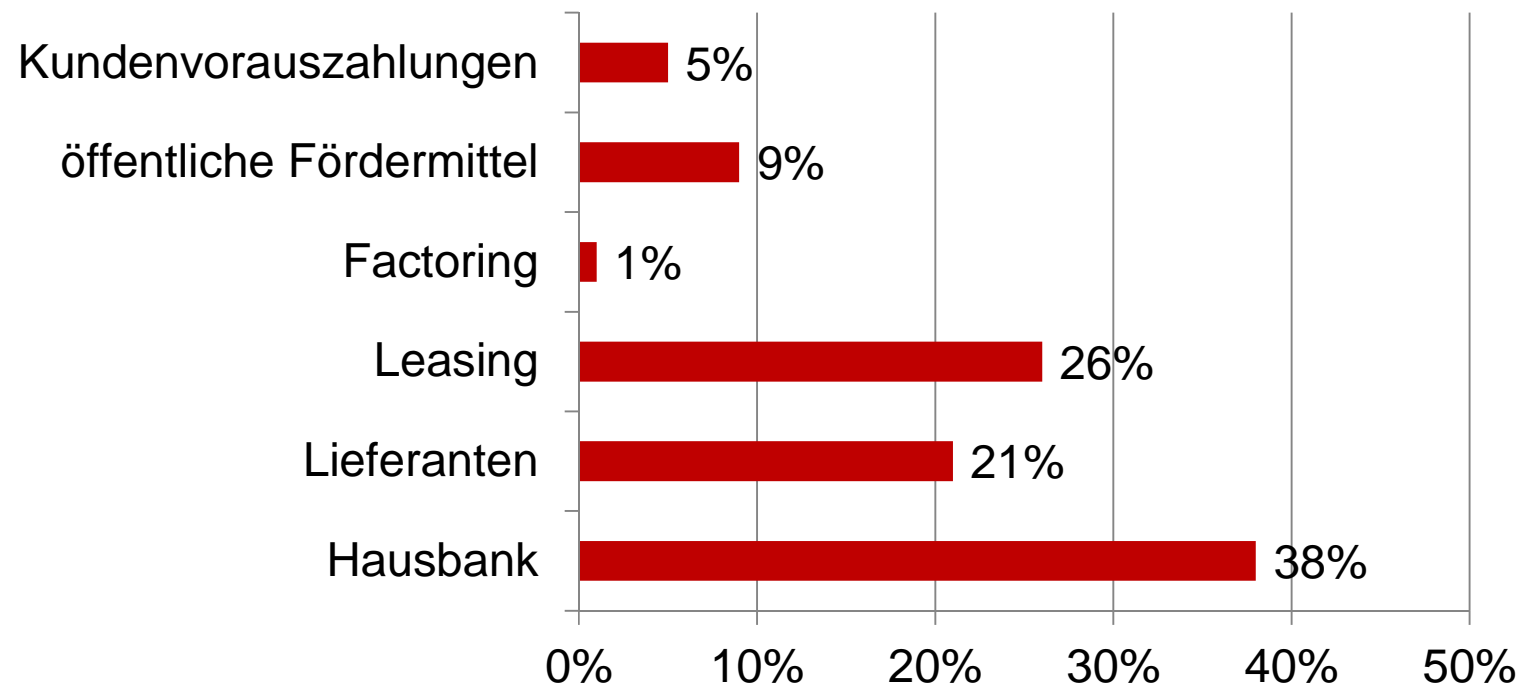
Frage 6.1: Welche Finanzierungspartner nutzen Sie für Ihr Unternehmen ?

- Zwischen der Entwicklung der Eigenkapitalquote und der Ratingnote besteht ein signifikanter Zusammenhang (KfW Mittelstandsbericht 2011)
- Die Eigenkapitalquote der Unternehmen stieg im Durchschnitt von 16,9 auf 19,5 Prozent. Die immer wieder befürchtete „Kernschmelze der Kapitalbasis“ hat nicht stattgefunden. (Diagnose Mittelstand 2011)



Die verbesserte Eigenkapitalquote mittelständischer Unternehmen erleichtert auch den Zugang zu traditionellen Bankfinanzierungen.

Frage 6.1: Welche Finanzierungspartner nutzen Sie für Ihr Unternehmen ?



Die Top 3 der Finanzierungsquellen für den Mittelstand sind: Hausbank, Leasing und Lieferanten.

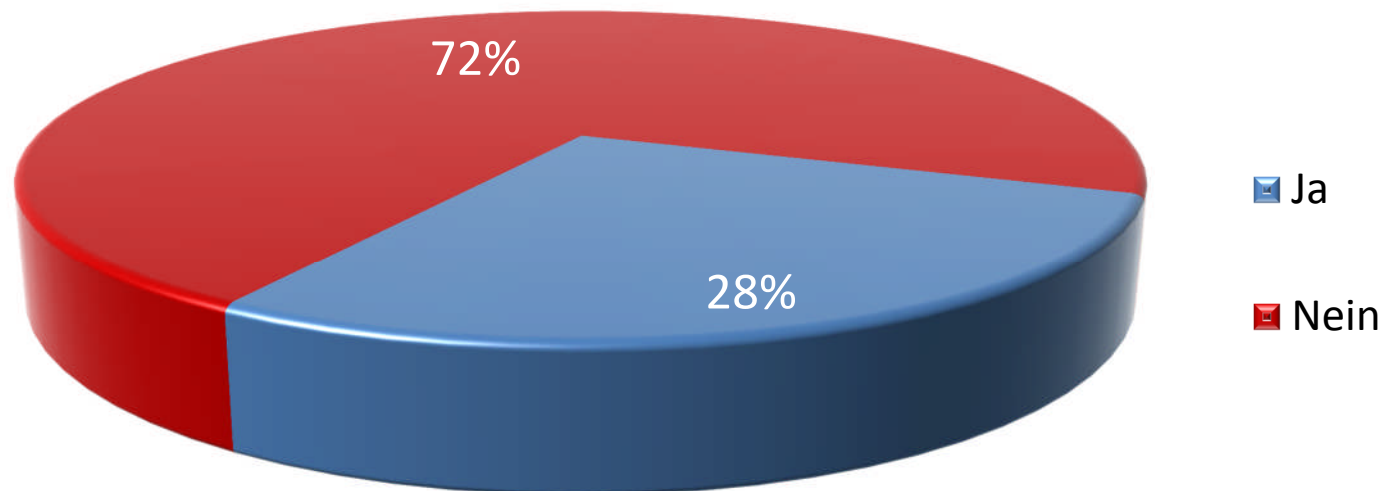
Frage 6.2: Arbeiten Sie aktiv mit Kreditversicherern (u.a. Coface, Atradius, Euler, Hermes) zusammen?

- Rund 40.000 Unternehmen haben in Deutschland eine Warenkreditversicherung abgeschlossen.
- Das versicherte Handelsvolumen der Delkredereversicherung im Inland betrug Ende 2009 rund 259 Milliarden Euro.
- Im Wesentlichen teilen sich fünf Anbieter den deutschen Markt: Euler Hermes, Atradius, Coface, Zurich und die R+V.



Und wie beurteilen die Kreditversicherer Ihr Unternehmen ?

Frage 6.2: Arbeiten Sie aktiv mit Kreditversicherern (u.a. Coface, Atradius, Euler Hermes) zusammen?



Unsere Umfrage hat ergeben, dass lediglich jeder 4. mittelständische Betrieb mit Kreditversicherern zusammenarbeitet.

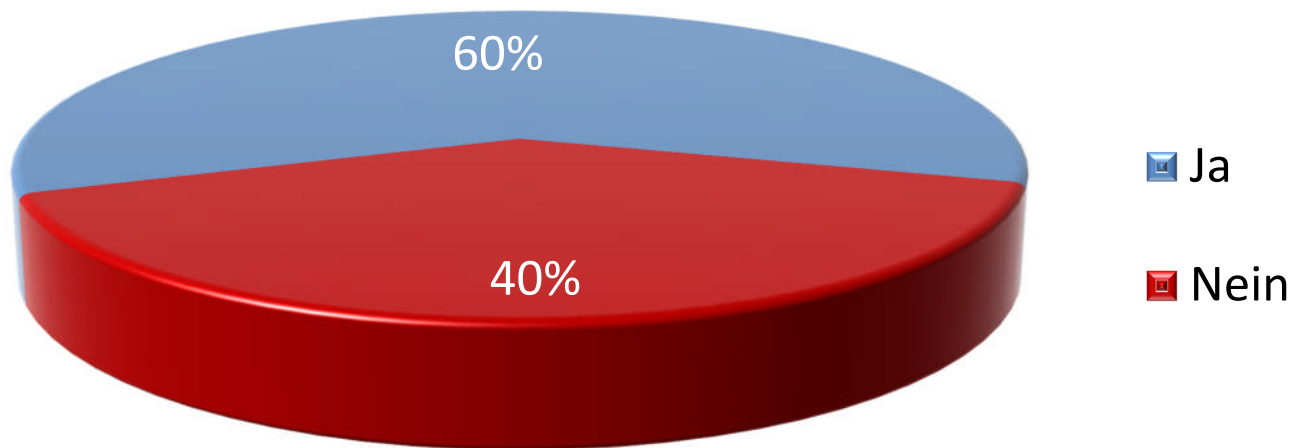
Frage 6.3: Arbeiten Sie aktiv mit Wirtschaftsauskunfteien (u.a. Creditreform, Bürgel, D&B) zusammen?

- Fast jeder kennt sie: die so genannte "Bonitätsampel". Die Farben Grün, Gelb oder Rot signalisieren auf einen Blick, ob es angebracht ist, mit jemandem Geschäfte zu machen oder nicht. Ein Score beziffert das Risiko nach dem Schulnotensystem.
- Firmenauskünfte beinhalten eine Vielzahl an Informationen, die für Einschätzung von Geschäftspartnern von Bedeutung sind – zum Beispiel Bilanzen, Besitz- und Beteiligungsverhältnisse, Marktaktivitäten oder Ratings – teils in Auszügen, teils in allen Einzelheiten. (Quelle: Handwerksblatt.de)



Kennen Sie die Bonitäts-Auskünfte zu Ihrem Unternehmen ?

Frage 6.3: Arbeiten Sie aktiv mit Wirtschaftsauskunfteien (u.a. Creditreform, Bürgel, D&B) zusammen?



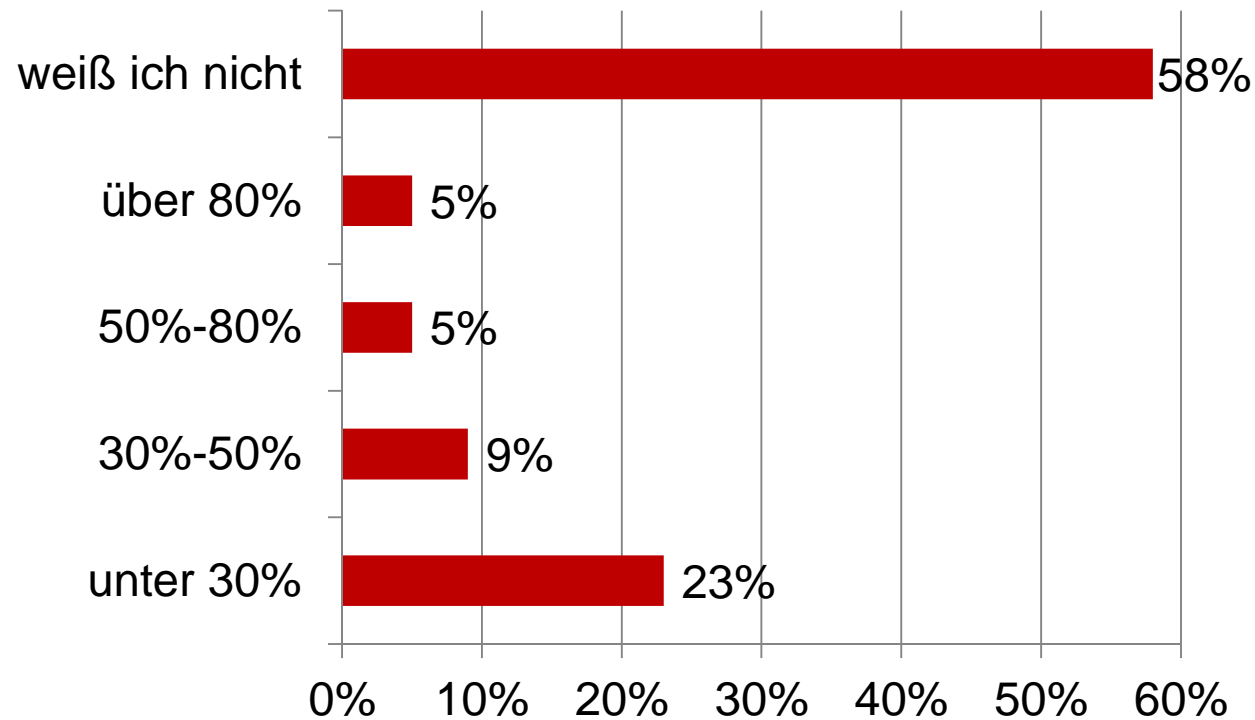
Frage 6.4: Welchen Einfluss haben Wirtschaftsauskunfteien und Kreditversicherer auf die Kreditvergabe Ihrer möglichen Finanzierungspartner?

- Eine Kreditversicherung (auch „Delkredere-Versicherung“ genannt) springt dann ein, wenn ein Kunde seine Rechnungen nicht mehr begleicht.
- Der Schwerpunkt von Kreditversicherern liegt darin, die Zahlungsfähigkeit der bestehenden und neuen Kunden intensiv zu überwachen, um Kunden rechtzeitig vor einem möglichen Zahlungsausfall zu warnen.
- Die Risikosteuerung erfolgt durch die Vergabe oder Nicht-Vergabe von Deckungslimite. Damit gilt für das versicherte Unternehmen: ohne Deckungslimit kein Geschäft !



Und wie hoch sind die Limite für Ihr Unternehmen ?

Frage 6.4: Welchen Einfluss haben Wirtschaftsauskunfteien und Kreditversicherer auf die Kreditvergabe Ihrer möglichen Finanzierungspartner



Etwa 60% der befragten Unternehmen können derzeit den Einfluss von Wirtschaftsauskunfteien/Kreditversicherern auf die Kreditvergabe Ihrer Geschäftspartner nicht einschätzen.

Frage 6.5: Wie schätzen Sie Ihre Chancen auf einen positiven Kreditentscheid bei den folgenden Finanzierungsmöglichkeiten ein?

- Das ifo-Institut ermittelt monatlich die sog. Kredithürde. Derzeit bewerten nur noch 21,5 % der befragten Unternehmen die Kreditvergabepaxis als restriktiv.

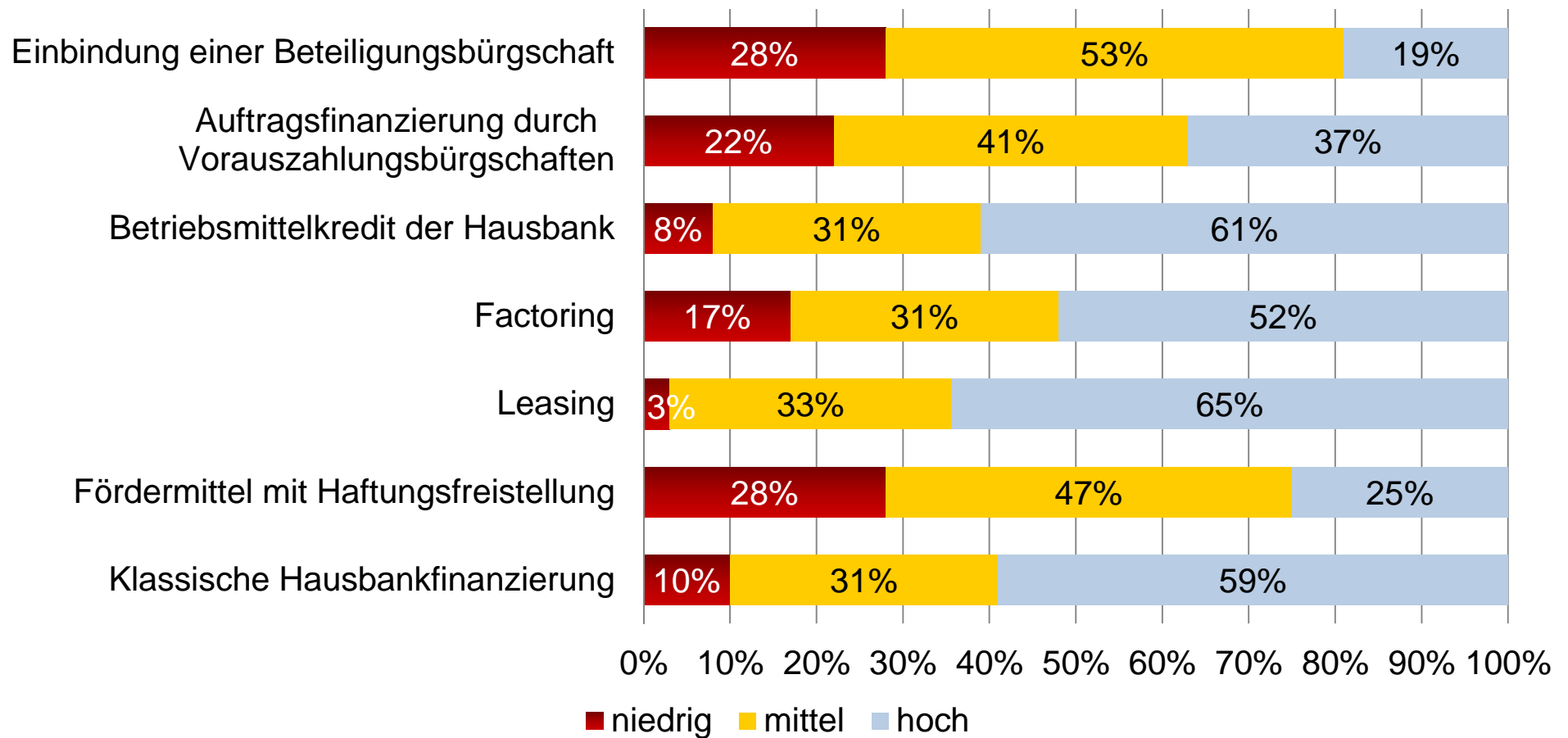
Prozentanteile der Unternehmen, die angaben, die Kreditvergabe sei restriktiv

Monat/Jahr	07/10	08/10	09/10	10/10	11/10	12/10	01/11	02/11	03/11	04/11	05/11	06/11	07/11
Gewerbliche Wirtschaft	31,6	29,5	29,0	27,6	27,0	26,3	25,4	23,6	23,7	22,6	21,8	21,4	21,5
Verarbeitendes Gewerbe													
<i>große</i>	36,7	32,0	30,8	27,7	26,9	25,3	23,8	22,3	22,6	19,6	18,7	19,1	18,7
<i>mittlere</i>	30,0	27,7	27,2	25,1	26,2	24,0	23,0	21,6	21,0	19,9	19,8	18,3	17,3
<i>kleine</i>	30,5	28,9	29,7	30,0	26,5	25,7	26,0	22,2	24,5	23,8	21,6	22,0	22,0
Bauhauptgewerbe	38,2	38,6	35,0	37,3	38,0	39,3	36,3	31,6	32,4	32,8	29,9	29,9	28,4
Handel	28,5	26,4	26,8	24,4	23,3	22,9	22,8	22,2	21,6	20,7	20,6	20,2	21,3

Quelle: ifo Konjunkturtest.

Und wie bewerten Sie die Kredit Chancen für Ihr Unternehmen ?

Frage 6.5: Wie schätzen Sie Ihre Chancen auf einen positiven Kreditentscheid bei den folgenden Finanzierungsmöglichkeiten ein?



Zukunftsfähigkeit – Liquidität - Gewinnoptimierung

- Management Report – Studienergebnisse im Überblick
- Produkt/Leistungsangebot sowie Absatz-/Vertriebsaktivitäten
- Personal- und Fachkräfteentwicklung
- Prozesse und Wertschöpfung

Zukunftsfähigkeit – Liquidität - Gewinnoptimierung

- Wettbewerbs- und Konkurrenzsituation
- Finanz- und Ertragslage
- Bank- und Finanzierungspartner
- Kontakt und Ansprechpartner
- Datenanhang und Disclaimer

Kontakt und Ansprechpartner



Schulz & Partner – Lösungen für Mittelstand und Banken

Projektteam: Achim Schulz, Reiner Schon,
Toni Kadenbach, Alexander Reinhard

Wappenhalle Business Center
Konrad-Zuse Platz 8
81829 München

Telefon: + 49 (0) 89 – 20 70 42 - 300
Fax: + 49 (0) 89 – 20 70 42 - 302
Mobil + 49 (0)172 - 82 595 77
E-Mail info@schulz-beratung.de
Internet www.schulz-beratung.de
www.unternehmerforum-sp.de
www.personalzirkel.de

Zukunftsfähigkeit – Liquidität - Gewinnoptimierung

- Management Report – Studienergebnisse im Überblick
- Produkt/Leistungsangebot sowie Absatz-/Vertriebsaktivitäten
- Personal- und Fachkräfteentwicklung
- Prozesse und Wertschöpfung

Zukunftsfähigkeit – Liquidität - Gewinnoptimierung

- Wettbewerbs- und Konkurrenzsituation
 - Finanz- und Ertragslage
 - Bank- und Finanzierungspartner
 - Kontakt und Ansprechpartner
- Datenanhang und Disclaimer

■ Teilnehmerstruktur

Die empirische Grundlage der Trendstudie „Mittelstandskompass 2011“ bildet eine Umfrage unter Geschäftsführern und Führungskräften, die im Zeitraum von März 2011 bis Juni 2011 durchgeführt wurde.

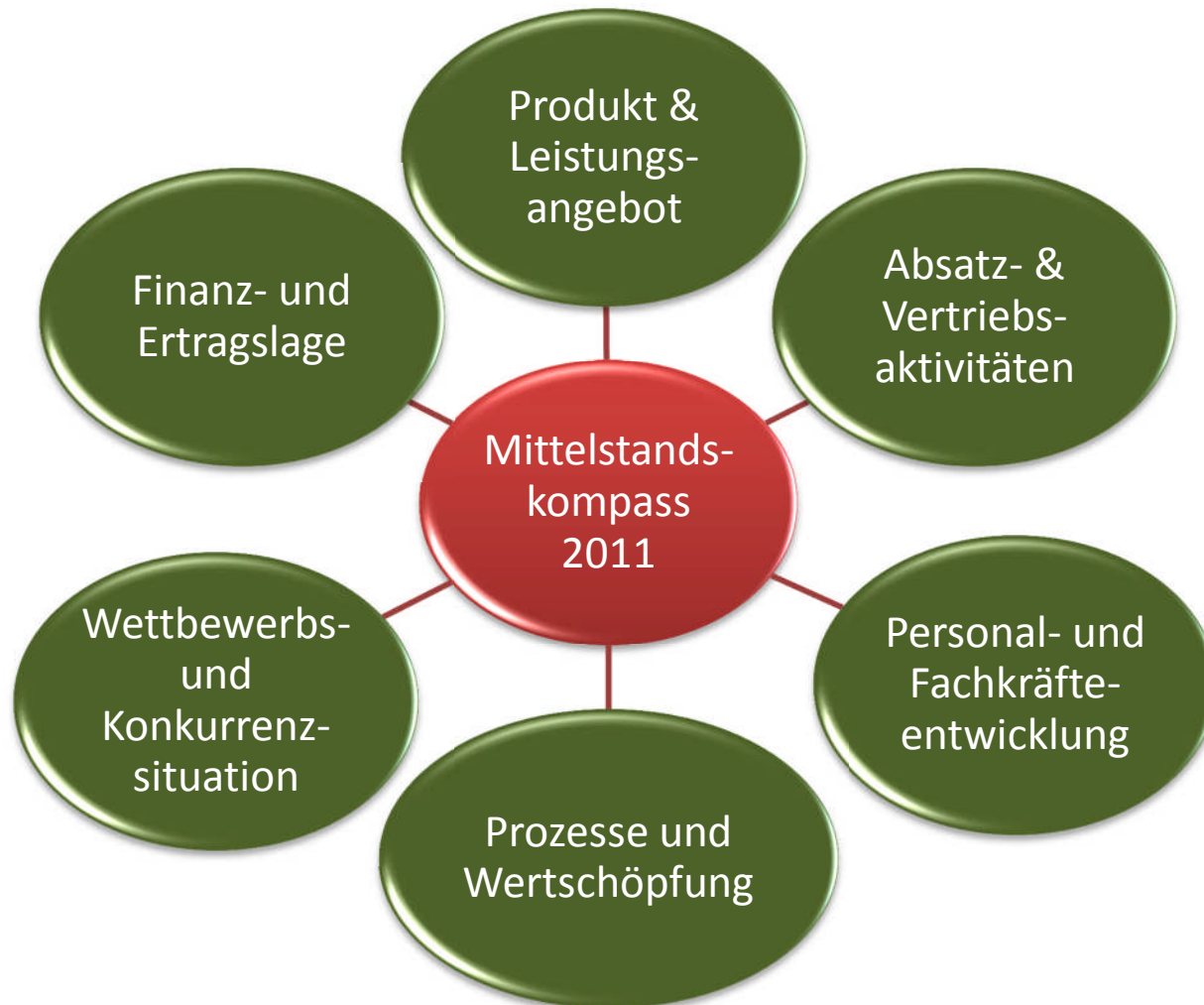
■ Fragebogenstruktur

Der Fragebogen beinhaltet sechs Themenbereiche mit 31 Detailfragen. Die Beantwortung der Fragen erfolgte anhand eines Fragebogens, der papierbasiert ausgefüllt wurde.

■ Teilnehmerzahl

An der vorliegenden Studie 2011 haben 93 Geschäftsführer und Führungskräfte teilgenommen.

Aufbau und Struktur des Mittelstandskompas 2011



Disclaimer

- Die Schulz & Partner-Studie „Mittelstandskompass 2011“ gibt die aktuellen Einschätzungen der befragten Geschäftsführer und Führungskräfte wieder.
- Grundlage dafür waren die hierzu durchgeführten Befragungen und Interviews im Mittelstand.
- Die Sekundärinformationen und ergänzenden Auswertungen basieren auf veröffentlichten Datenquellen, sowie wissenschaftlichen Fachberichten.
- Die vorstehenden Angaben werden nur zu Informationszwecken und ohne vertragliche oder sonstige Verpflichtung zur Verfügung gestellt. Die Studie stellt keine Wertpapierberatung oder Wertpapierkauf/-verkaufempfehlung dar.
- Für die Richtigkeit, Vollständigkeit oder Angemessenheit der vorstehenden Angaben oder Einschätzungen wird keine Gewähr übernommen.

Copyright 2011, Schulz & Partner, Konrad-Zuse-Platz 8, 81829 München.

- Bei Verwendung der Ergebnisse aus der Studie ist wie folgt zu zitieren:
Schulz & Partner-Studie „Mittelstandskompass 2011“, München, 2011.