



BAROMETER 2007 FÜR DAS FORDERUNGSMANAGEMENT DER EUROPÄISCHEN UNTERNEHMEN

DEUTSCHLAND

- Sonderbericht -

N° 0600978

Dezember 2006

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-fr.com

SA au capital de 1 571 600 € – RCS Paris B 308 293 430 00010 – APE 741 E
TVA intracommunautaire FR 46 308 293 430

INHALT

EINLEITUNG	S.3
Kontext und Ziele der Studie	S.4
Verfahren	S.5
Stichprobenstruktur	S.7
DIE ERGEBNISSE IM ÜBERBLICK	S.9
DIE ERGEBNISSE IM DETAIL	S.13
1 - Das Kundenportfolio der Unternehmen	S.14
2 - Finanzielle Sicherheit und wirtschaftliche Entwicklung der Unternehmen	S.20
3 - Forderungsmanagement	S.51
4 - Zahlungsfristen	S.65
5 - Beitreibung	S.71
6 - Der Finanzierungsbedarf der Unternehmen	S.76
7 - Factoring	S.82
8 - Zusätzliche Themen	S.89

EINLEITUNG

KONTEXT UND ZIELE DER STUDIE

EUROFACTOR, Unternehmenspartner für Forderungsmanagement, führte 1998 in Zusammenarbeit mit der 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 Deutschland, Belgien, Spanien, Frankreich, Italien, Portugal und Großbritannien 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 Frankreich durchgeführten Studie vorgestellt. Sie ergab folgende Daten:

Zielgruppe: die in Faktoren zerlegbaren Unternehmen mit 6 bis 500 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 9. Oktober 2006 bis zum 3. November 2006.

TECHNISCHE DATEN UND METHODOLOGIE

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

- Kriterium des Tätigkeitssektors, untergliedert in fünf Makro-Sektoren: Handel, Industrie, Baugewerbe, Transport und Dienstleistungen.
- Kriterium der Unternehmensgröße, untergliedert in fünf Gruppen: 6-9 Beschäftigte, 10-19 Beschäftigte, 20-49 Beschäftigte, 50-199 Beschäftigte, 200-500 Beschäftigte.
- Regionales Kriterium: gleichmäßige Verteilung der Stichproben auf die 9 benutzerdefinierten Gebiete.

Stichprobenstruktur und Nachgewichtung

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

Um den repräsentativen Charakter der Auswahl am Ende zu gewährleisten, wurden eine statistische Nachgewichtung anhand der Kriterien des Tätigkeitssektors und der Unternehmensgröße durchgeführt. Die Daten der Nachgewichtung sind identisch mit den Strukturen, die 2005 benutzt wurden.

STICHPROBENSTRUKTUR

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

	UNGEWICHTETE STRUKTUR		GEWICHTETE STRUKTUR 2006
	2005	2006	
<i>Beschäftigtenzahl</i>	339	302	
TÄTIGKEITSSEKTOR			
Baugewerbe	17%	20%	22%
Handel	22%	20%	20%
Industrie	44%	40%	39%
Transport	7%	11%	11%
Dienstleistungen	10%	9%	8%
UNTERNEHMENSGRÖSSE			
6 bis 9 Beschäftigte	11%	10%	12%
10 bis 19 Beschäftigte	33%	40%	49%
20 bis 49 Beschäftigte	33%	30%	24%
50 bis 199 Beschäftigte	12%	8%	6%
200 bis 500 Beschäftigte	11%	12%	9%
GESAMT	100%	100%	100%

STICHPROBENSTRUKTUR

	UNGEWICHTETE STRUKTUR		GEWICHTETE STRUKTUR 2006
	2005	2006	
<i>Beschäftigtenzahl</i>	339	302	
UMSATZ			
Unter 500 000 €	1%	3%	3%
Zwischen 500 000 und 1 million €	4%	9%	12%
Zwischen 1 und 2 Millionen €	9%	14%	18%
Zwischen 2 und 5 Millionen €	19%	21%	24%
Über 5 Millionen €	68%	49%	43%
GESAMT		100%	100%

ZUSAMMENFASSUNG DER ERGEBNISSE

Aufschwung bestätigt, doch Beunruhigung für 2007

- **Deutschland ist** vor allem in der Exportindustrie und im Bereich der Investitionsgüter **das Schwergewicht der europäischen Wirtschaft**. Die deutsche Konjunktur hat von der günstigen Ausrichtung des internationalen Investitionszyklus bisher stark profitiert. Die Umfrage EUROFACTOR/AFDCC bestätigt die Verbesserung der Tätigkeitsindikatoren und verzeichnet für 2006 eine deutliche Zunahme des im Ausland erzielten Umsatzes. Die Inlandstätigkeit macht in diesem Jahr 78 % des Umsatzes der Unternehmen aus (im Gegensatz zu 86% im Jahr 2005), wohingegen die internationale Tätigkeit von 13 auf 22 % angestiegen ist.
- **Je größer die Unternehmen, um so stärker sind sie auf Export ausgerichtet und um so deutlicher trat die Verbesserung der Tätigkeit im Jahre 2006 zu Tage**. Die großen Unternehmen sind bei weitem am zuversichtlichsten (65 % rechnen mit einer Steigerung ihrer Tätigkeit im Gegensatz zu 40% insgesamt). Der von den deutschen Unternehmen erwähnte konjunkturbedingte Aufschwung kommt vielmehr im Bereich der Industrie und im Dienstleistungssektor zum Tragen (sicherlich gefördert durch das BtoB), wohingegen der Handel auf Halbmast gesetzt ist. Dies bestätigt, dass der derzeitige Aufschwung durch die Exporte belebt wird, wohingegen die Nachfrage der Haushalte träge bleibt.
- **Was die inländische Nachfrage angeht, sind die Perspektiven mittelmäßig**. Allerdings ist anzumerken, dass die Aussichten auf eine Steigerung der Stellenangebote bereits erste Formen annehmen, vor allem im verarbeitenden Gewerbe und im Handel. Dennoch scheinen diese Steigerung laut Umfrage immer noch viel zu gering zu sein (nur 13 % der Unternehmen planen eine Erhöhung der Beschäftigtenzahl), als dass man auf einen Verbraucherboom der Haushalte hoffen könnte, der zudem durch die Erhöhung der Mehrwertsteuer Anfang 2007 erst einmal zurückgestellt wird. Die Produktivitätssteigerungen sind immer noch Kernpunkt der Wettbewerbsstrategie der deutschen Unternehmen, und zwar auf Kosten der Stellenangebote.
- **Der Euro scheint keine besondere Veranlassung zur Beunruhigung zu geben**. Seine Aufwertung gegenüber den anderen Währungen von 4.7% zu Beginn des Jahres (nach einer langen Phase der Stabilität 2005) ist für einige Unternehmen etwas beunruhigend, denn durch den, wenn auch recht geringen Anteil der Unternehmen, denen dies zum Nachteil gereicht (17%), wird dieser Prozentsatz um 4 % gesteigert. Die Befürchtungen im Zusammenhang mit der Konkurrenz der Schwellenländer haben sich wieder gelegt und halten sich jetzt die Waage mit den Sorgen im Zusammenhang mit den Rohstoffpreisen, gefolgt von der Entwicklung der Energiepreise (19%).
- **Von den Schwellenländern lösen vor allem die mitteleuropäischen Länder bei den deutschen Unternehmen Beunruhigung aus**, was angesichts der europäischen Geographie und der neueren Geschichte des Outsourcings von Produktionskapazitäten in den Osten legitim zu sein scheint. Dieser Konkurrenzdruck (gekoppelt mit dem Druck der energiepreisbedingten geringen Gewinnspannen, auf die in der Umfrage hingewiesen wurde) zwingt die Unternehmen dazu, Zulieferer und Partner nach unterschiedlichen Kriterien auszusuchen und ihre Produktivität zu steigern.
- **Für 16% der deutschen Unternehmen ist die Steuergesetzgebung die Hauptsorge** (vor allem im Handel (25) und im Dienstleistungssektor (23%): die angekündigte Erhöhung der Mehrwertsteuer um 3 Punkte im Jahr 2007 hat sicherlich dazu beigetragen!!

Der Investitionszyklus wird sich 2007 stabilisieren bzw. seinen Rhythmus verlangsamen.

- **Die Investitionen, die im Vergleich zu den vorgehenden Zyklen stark hinterher hinkten, holten 2006 wieder auf.** 2007 sehen 84% der befragten deutschen Unternehmen Investitionsausgaben für die nächsten 12 Monate vor. Im Gegensatz zur Umfrage 2005 ging der Prozentsatz der Unternehmen, die eine Steigerung ihrer Investitionen im Vergleich zum Vorjahr planen, deutlich zurück (von 59% auf 30%), was ein Zeichen für eine potentielle Stabilisierung des Investitionszyklus im Jahr 2007 ist.
- **Die Investitionsaussichten sind in der Industrie am besten,** denn 35 % der Unternehmen planen für 2007 höhere Investitionen als für 2006 (ein deutlicher Rückgang verglichen mit 63% optimistischer Unternehmen im Jahr 2005), im Handel sind es 28 % und im Dienstleistungssektor 27%. Die angekündigte Einschränkung der Industrieinvestitionen ist sicherlich auf eine Wartehaltung zurückzuführen, die durch die wahrscheinliche Verlangsamung des internationalen Wachstums 2007 hervorgerufen wird. In sämtlichen Sektoren sind eher Kosten zur Modernisierung als zur Steigerung der Produktionskapazität geplant. Nach mehreren Jahren konjunktureller Anämie bleiben die Produktionskapazitäten oftmals ungenutzt, und das, obwohl 2006 eine Steigerung der Kapazitätsnutzung festzustellen war.
- **31% der befragten Unternehmen möchten 2007 auf einen Kredit zurückgreifen,** eine Zahl, die deutlich rückläufig ist im Vergleich zu 42 % bei der vorhergehenden Umfrage, und die Hand in Hand geht mit einem Rückgang der Unternehmen, die eine Erhöhung ihrer Investitionen in Betracht ziehen. Dennoch steigt das Kreditinteresse mit zunehmender Unternehmensgröße an, und ist am stärksten in der Industrie zu spüren, dem treibenden Sektor der aktuellen Wirtschaft, wo die Investitionssteigerung die stabilsten Werte zu erreichen scheint.
- **Die Meinung der deutschen Unternehmen über die Zugänglichkeit von Krediten** ist in der politischen Währungsdebatte in Europa nach wie vor ein aktuelles Thema. Die EZB, die sich über die Dynamik im Kreditwesen Sorgen macht, setzt ihren Standardisierungsprozess für ihre Leitzinsen fort. Zwar beabsichtigten 31 % der deutschen Unternehmen, 2007 einen Kredit aufzunehmen (die Anteile nehmen mit der Größe der Unternehmen zu), dennoch sind 36 % der Meinung, dass Kredite nicht ohne weiteres vergeben werden (Bedingungen ohne Zinssatz). Diese Zahl steigt im Baugewerbe auf 52% an: dies erklärt sich durch ein sehr schwieriges Jahrzehnt der Branche, das jetzt allerdings zu Ende geht. Der Anteil der Unternehmen, die die Kreditbedingungen als leicht erfüllbar befinden, stieg von 12 % im Jahr 2005 auf 27 % im Jahr 2006 an. Die Finanzierungsprobleme nehmen je nach Größe der Unternehmen stark ab (39% der Unternehmen mit mehr als 50 Beschäftigten sind der Meinung, dass Kredite leicht zu bekommen sind). Man kann also berechtigterweise denken, dass die Industrie über ein beachtliches Bankangebot verfügt.
- **Der Anteil der Unternehmen, die den Eindruck haben, dass die europäischen Unternehmen Marktanteile gewinnen, stieg seit 2005 mit 10 Punkten auf 37% an.** Deutschland gehört somit zu jenem Teil Europas, in dem die Klein- und Mittelbetriebe am zuversichtlichsten sind. Das ist auch ganz logisch nach der ungewöhnlich hohen Zunahme der Wettbewerbsfähigkeit/Ausgaben der deutschen Industrie seit 2002.

Die Beziehungen zu den Kunden scheinen relativ stabil zu sein

- **Forderungsmanagement:** Die Aufwendungen im Bereich Forderungsmanagement liegen im europäischen Mittel (0,8 % in Deutschland). Man stellt ferner einen deutlichen Unterschied zwischen den Sektoren fest, insofern, als die Industrie mit 75% sehr viel weniger auf externe Leistungserbringer zurückgreift als der Handel mit 85 % und das Transportwesen und der Dienstleistungssektor mit 90%. Wahrscheinlich hängen die engen Beziehungen zu den Kunden mit diesen Unterschieden zusammen. Die Auslagerung des Forderungsmanagements könnte in Deutschland leicht ausgebaut werden: vier Unternehmen von fünf greifen für das Forderungsmanagement nicht auf externe Dienstleistungen zurück.
- **Zahlungsfristen:** 2006 betrug die durchschnittliche Zahlungsfrist bei den deutschen Klein- und Mittelbetrieben 45 Tage. Die Klein- und Mittelbetriebe beachten im Allgemeinen ihre theoretische Zahlungsfrist. Knapp mehr als einem Drittel haben Kunden, die verspätet zahlen. Diese Zahlungsfrist hat keine aufsteigende Tendenz. Eine Verlängerung der Zahlungsfristen wird nur selten eingeplant: Diese wird nur bei 15 % der Unternehmen praktiziert, die meisten anderen setzen auf Stabilität.
- **Die durchschnittliche Beitreibungsfrist** liegt in Deutschland bei durchschnittlich 38 Tagen, was dem europäischen Durchschnitt entspricht. Möglicherweise spielen die Bemühungen der deutschen Firmen um eine Verbesserung ihrer Wirtschaftlichkeit und insbesondere die Jagd auf unproduktive Elemente eine Rolle bei der Festlegung dieser Zahlungsfrist. Diese Politik des Optimums spiegelt sich zum Teil auch in den zahlreichen Unternehmen wieder (44%), die Verspätungszuschläge berechnen. Eine Reihe von ihnen kassieren diese Zuschläge tatsächlich auch ein (32 %).
- **Finanzierungsbedarf der Unternehmen:** Die verbesserte Lage des deutschen Wirtschaftsgeflechts spiegelt sich in der rückläufigen Zahl der Unternehmern wieder, die erklären, 2006 einen steigenden Finanzierungsbedarf gehabt zu haben (von 25% im Jahr 2005 auf 18%) und der zunehmenden Zahl von Unternehmern, die erklären, dass ihr Bedarf gleich geblieben ist (69% im Jahr 2006 im Vergleich zu 65 % im Jahr 2005).
- **Factoring:** das Factoring wird bei den deutschen Unternehmen selten benutzt. Nur 5 % waren bereits Kunde bei einem Factoring-Unternehmen. Besonders interessant ist für die deutschen Unternehmen der vorbeugende Aspekt des Factoring, d.h. die Informationen über die Zahlungsfähigkeit der Kunden und die Absicherung gegen unbezahlte Rechnungen.

ERGEBNISSE IM DETAIL

VORWORT: Da eine gewisse Anzahl von Fragen im Vergleich zu 2005 und 2006 geändert wurde, sind die Ergebnisse nicht immer mit jenen des Vorjahrs vergleichbar.

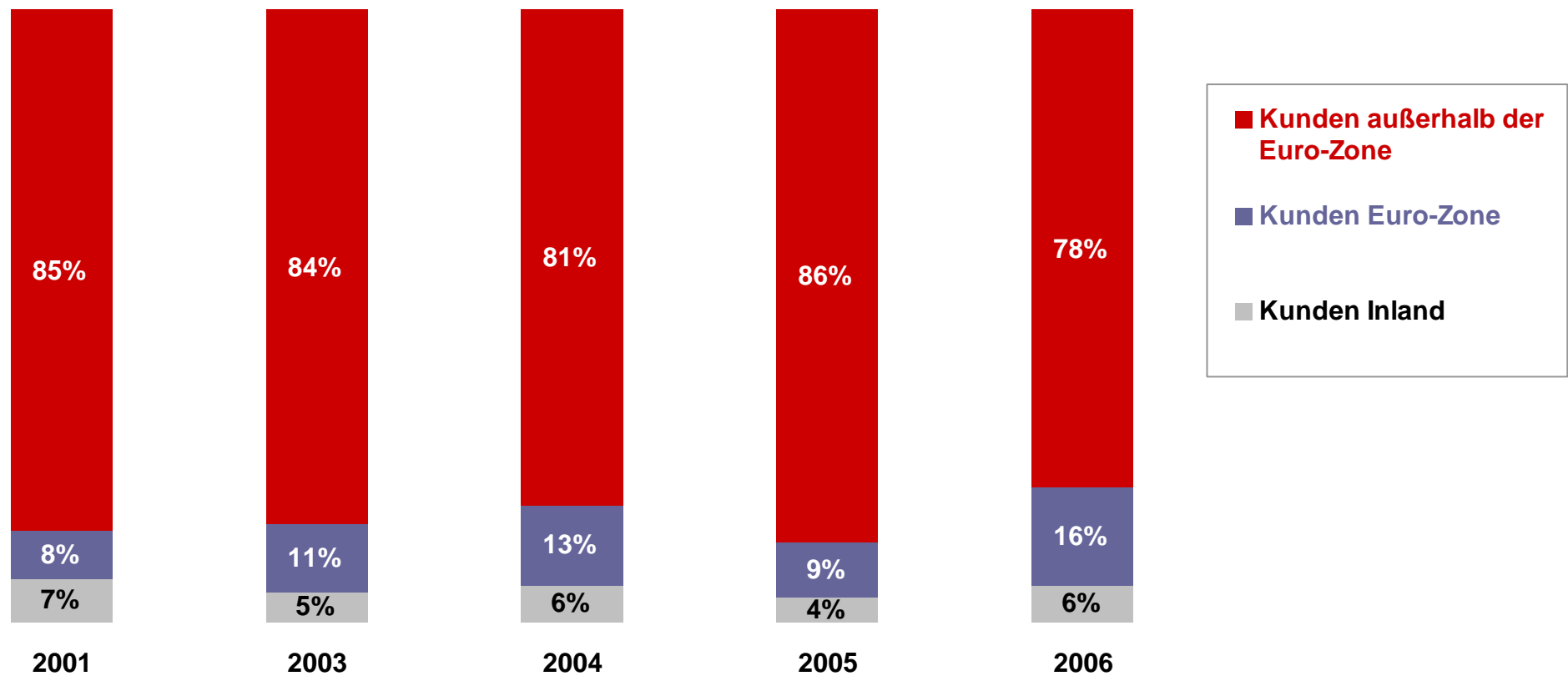
1 – DAS KUNDENPORTFOLIO DER UNTERNEHMEN

Geographische Verteilung der Kundschaft in % des Umsatzes (1)

Q10. Wie groß ist der Umsatz-Anteil, den Sie in [Name des Landes], 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

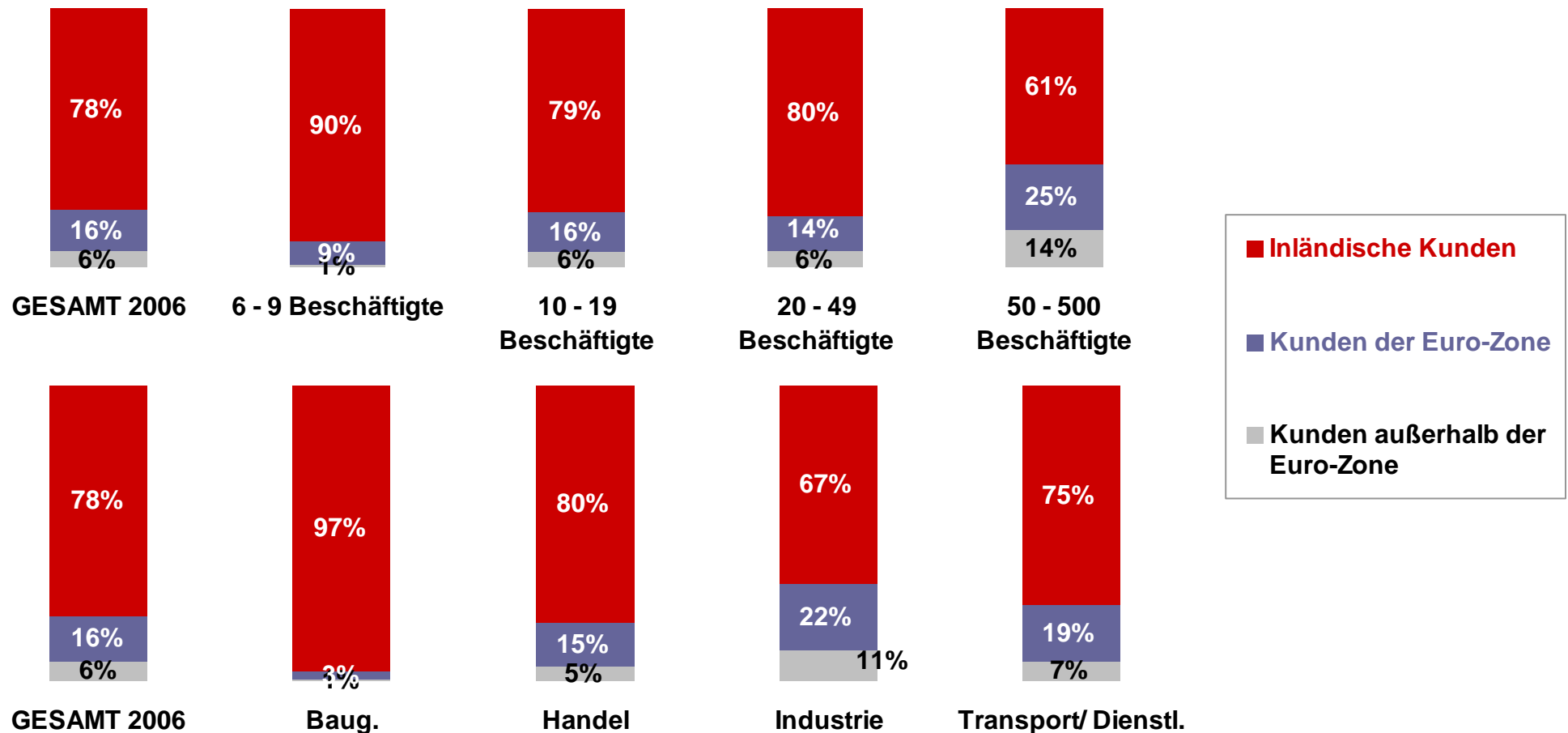


Geographische Verteilung der Kundschaft in % des Umsatzes

Q10. Wie groß ist der Umsatz-Anteil, den Sie in [Name des Landes], 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

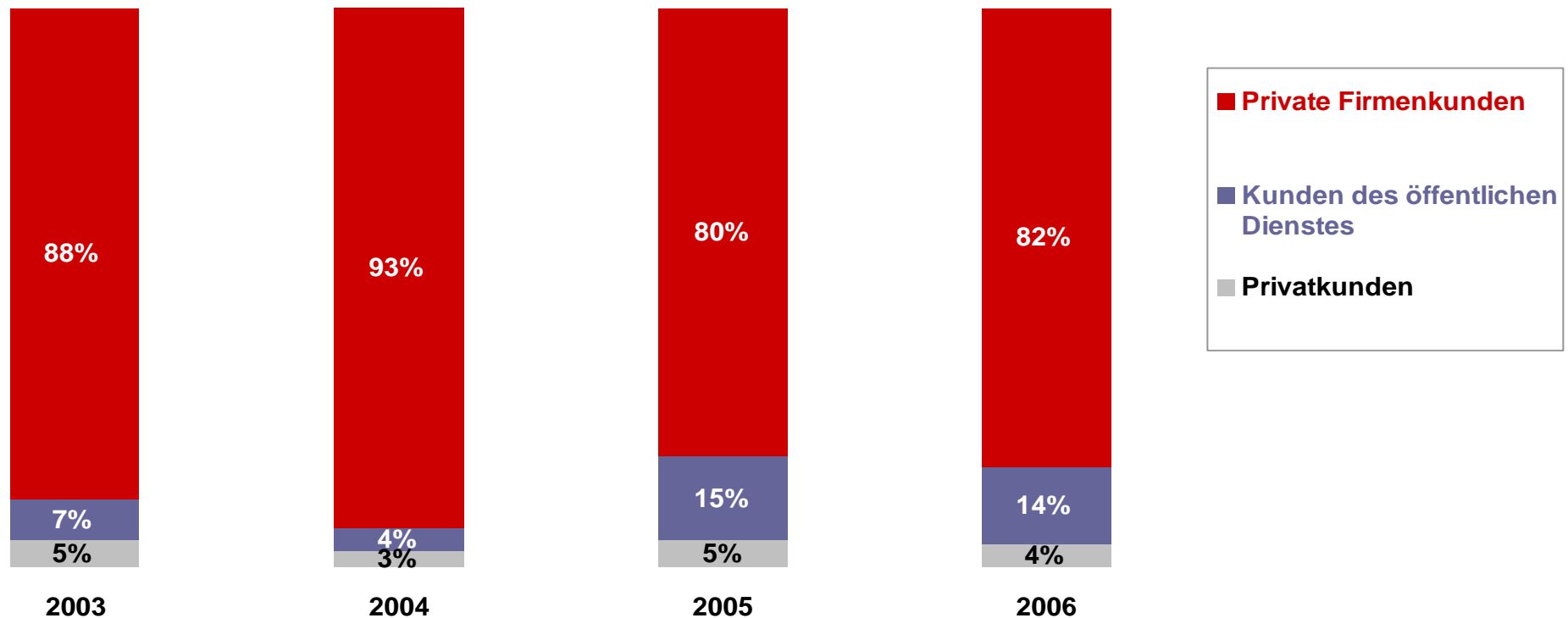


Verteilung nach Kundentyp in % des Umsatzes (1)

Q11. 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 2005 erzielt wurde

Grundlage: Alle befragten Unternehmen



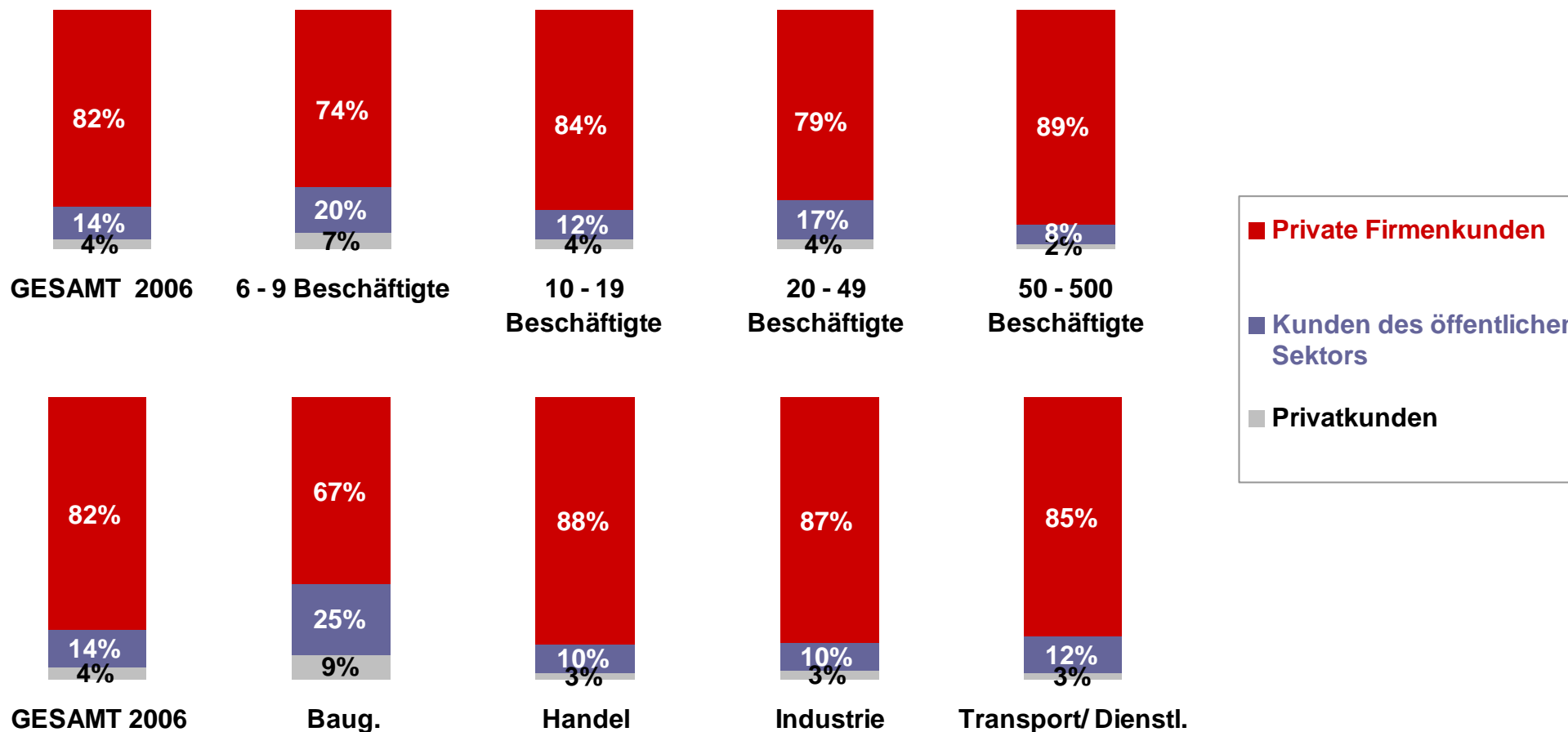
ACHTUNG: Vor 2005 waren die Unternehmen des privaten Sektors in große Unternehmen und Großkonten (u.a. der Vertrieb), Einzelhandel, Klein- und Mittelbetriebe (u.a. Großhändler) und Konzessionärsnetze oder Franchisenehmer unterteilt. Die Ergebnisse 2005/2006 sind nicht direkt mit den Ergebnissen der Vorjahre vergleichbar.

Verteilung nach Kundentyp in % des Umsatzes (2)

Q11. 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 2005 erzielt wurde

Grundlage: Alle befragten Unternehmen



ANALYSE: Die Märkte der deutschen Unternehmen

- Die deutschen Firmen bleiben recht wenig auf das Ausland ausgerichtet. Dennoch kann man feststellen, dass der im Ausland erzielte Umsatz 2006 deutlich anstieg. Die Inlandstätigkeit betrifft dieses Jahr 78 % des Umsatzes der Unternehmen (im Gegensatz zu 86% im Jahr 2005), wohingegen die internationale Tätigkeit von 13% auf 22% angestiegen ist. Deutschland gehört somit zusammen mit Belgien zu den Ländern, die sich am meisten zum Ausland hin öffnen. Diese internationale Öffnung erfolgt hauptsächlich in der Euro-Zone mit 16 % des Umsatzes der Klein- und Mittelbetriebe (im Gegensatz zu 12% im Jahr 2005), wohingegen die Tätigkeit außerhalb der Eurozone nur 6 % des Gesamtumsatzes der Unternehmen ausmacht (im Gegensatz zu 4 % im Jahr 2005). Der Industriesektor trägt mit 33 % Industrietätigkeit in und außerhalb der Euro-Zone am stärksten zu den Exporten bei.

- Der öffentliche Sektor trägt zu 14 % des Umsatzes der deutschen Unternehmen bei (stabil seit 2005); dieser Anteil ist in Kleinunternehmen (20% in Unternehmen mit 6-9 Beschäftigten) und im Bausektor (25%) höher.

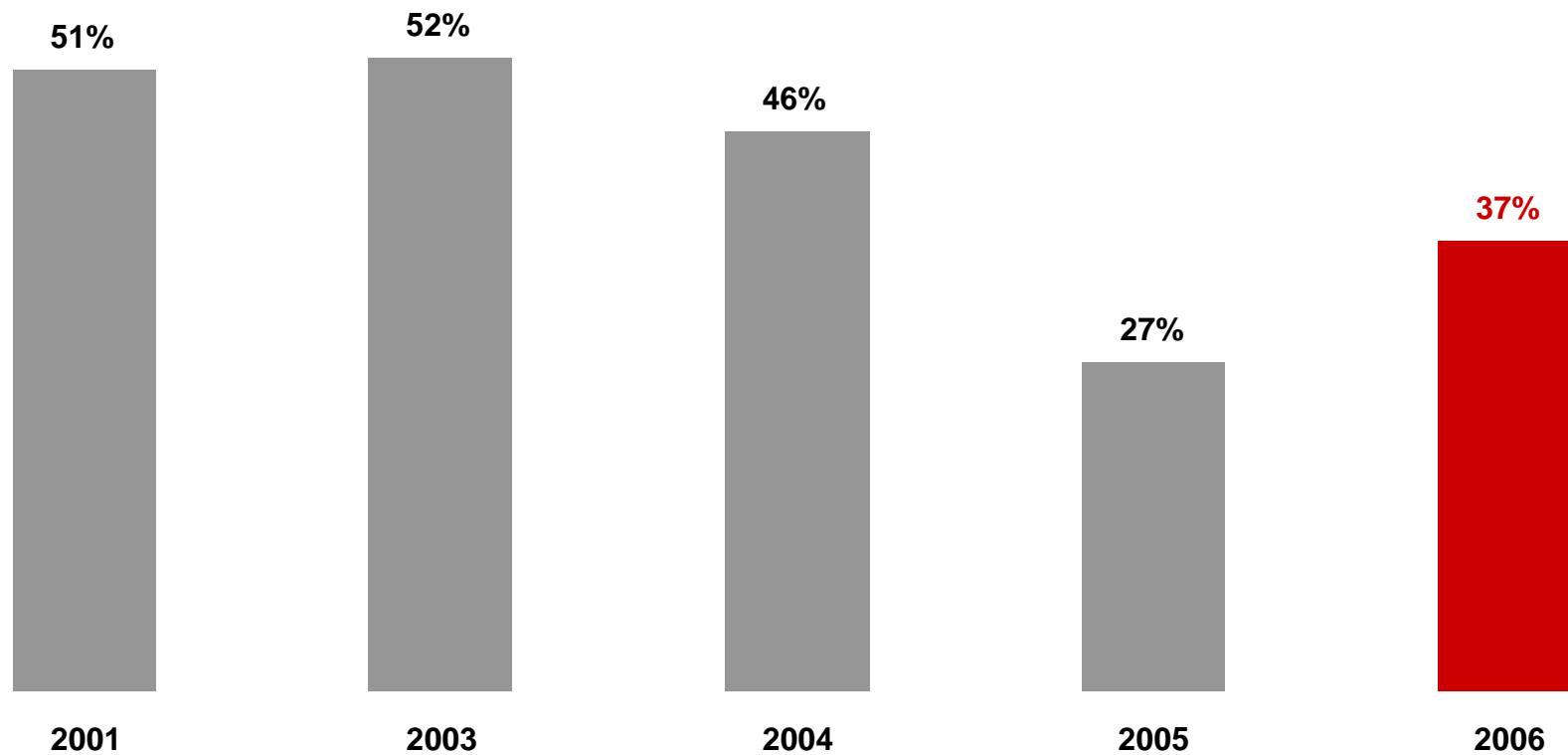
2 – FINANZIELLE GESUNDHEIT UND WIRTSCHAFTLICHES UMFELD DER UNTERNEHMEN

Entwicklungsaussichten für die Unternehmen nach Umsatz(1)

Q70. Glauben Sie, dass der Umsatz Ihres Unternehmens in den nächsten 12 Monaten eher steigen, eher zurückgehen, oder dass er gleichbleibend sein wird?

→ % der Unternehmen, die eine Umsatzsteigerung erwarten

Grundlage: Alle befragten Unternehmen

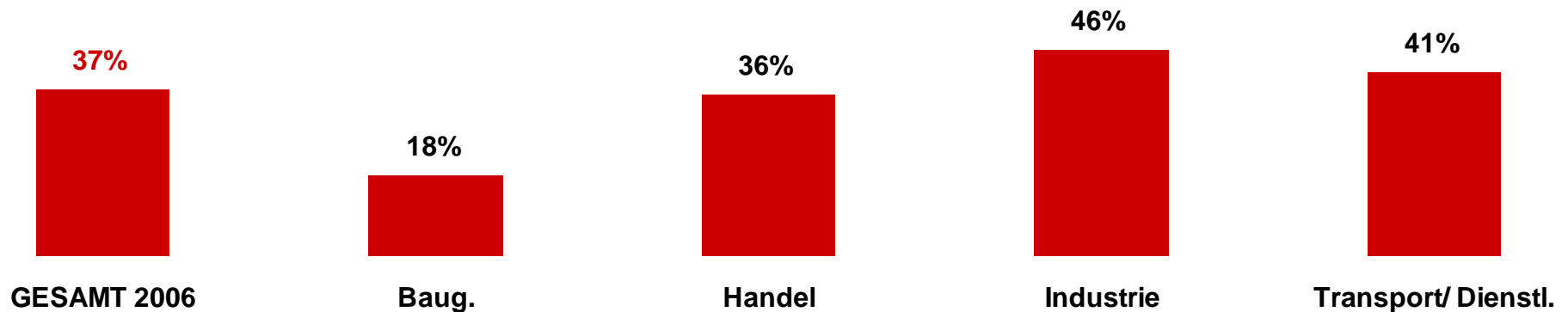
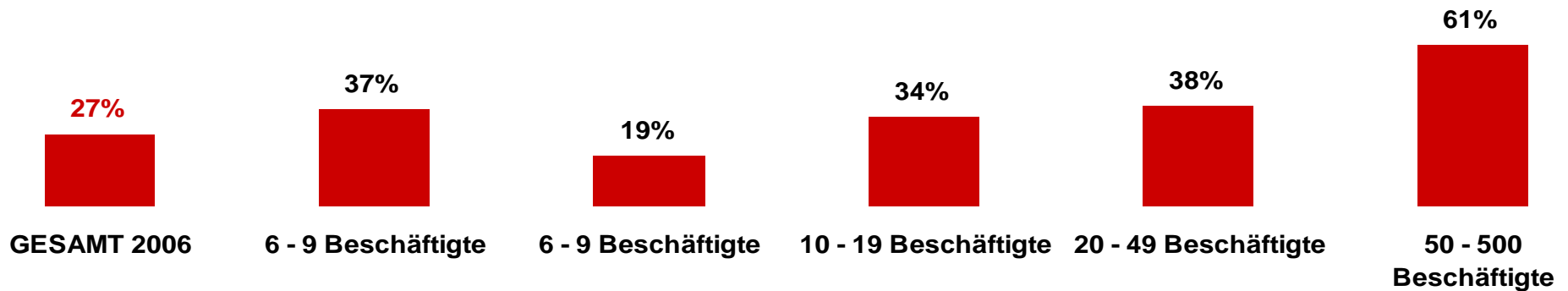


Entwicklungsaussichten für die Unternehmen nach Umsatz

Q70. Glauben Sie, dass der Umsatz Ihres Unternehmens in den nächsten 12 Monaten eher steigen, eher zurückgehen, oder dass er gleichbleibend sein wird?

→ % der Unternehmen, die eine Umsatzsteigerung erwarten

Grundlage: Alle befragten Unternehmen

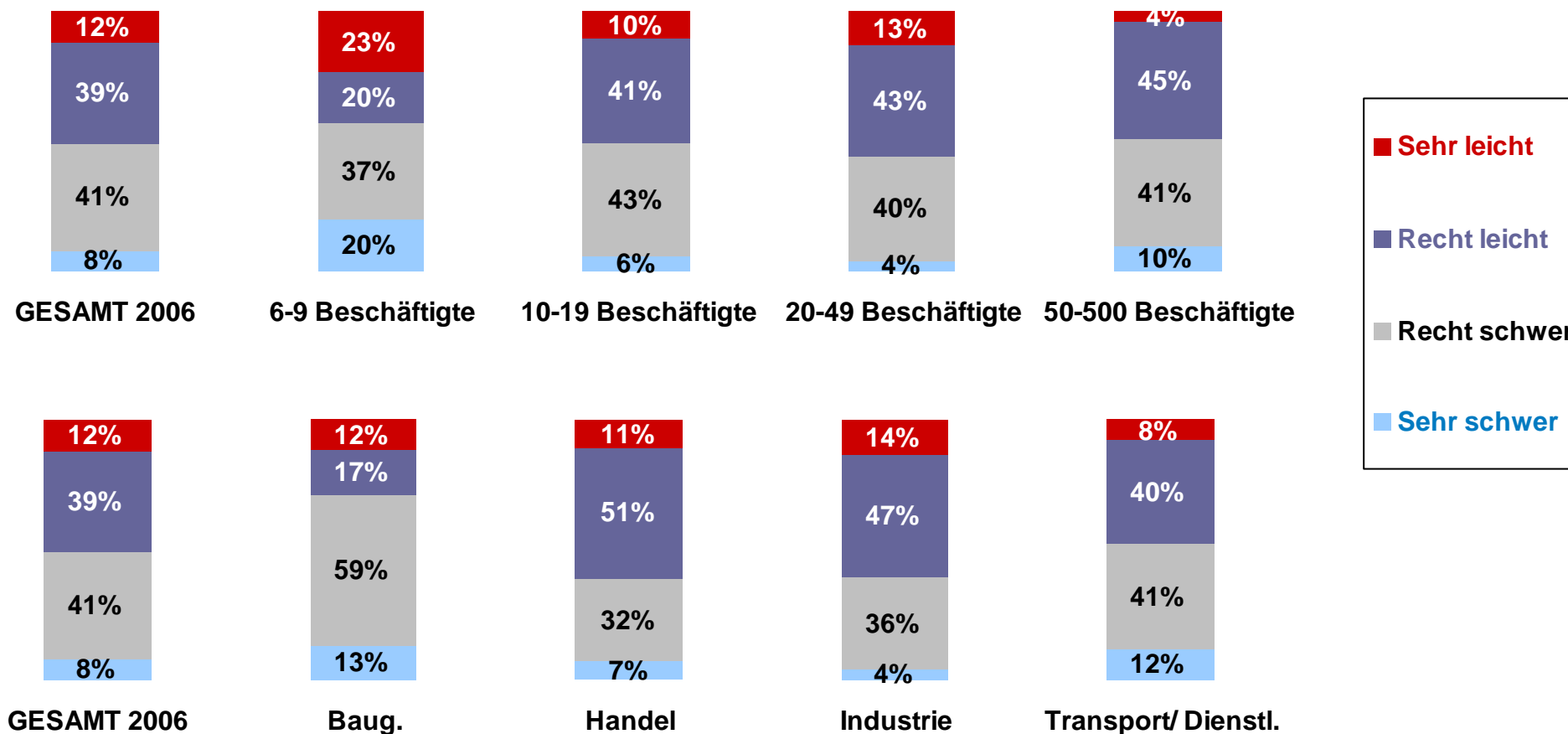


Wahrnehmung des Einstellungskontextes

Q105. Ist die Einstellung von Personal derzeit in Ihrem Tätigkeitssektor...?

➔ % an Unternehmen, die der Meinung sind, dass die Einstellung von Beschäftigten derzeit sehr bzw. Recht leicht ist

Grundlage: Alle befragten Unternehmen



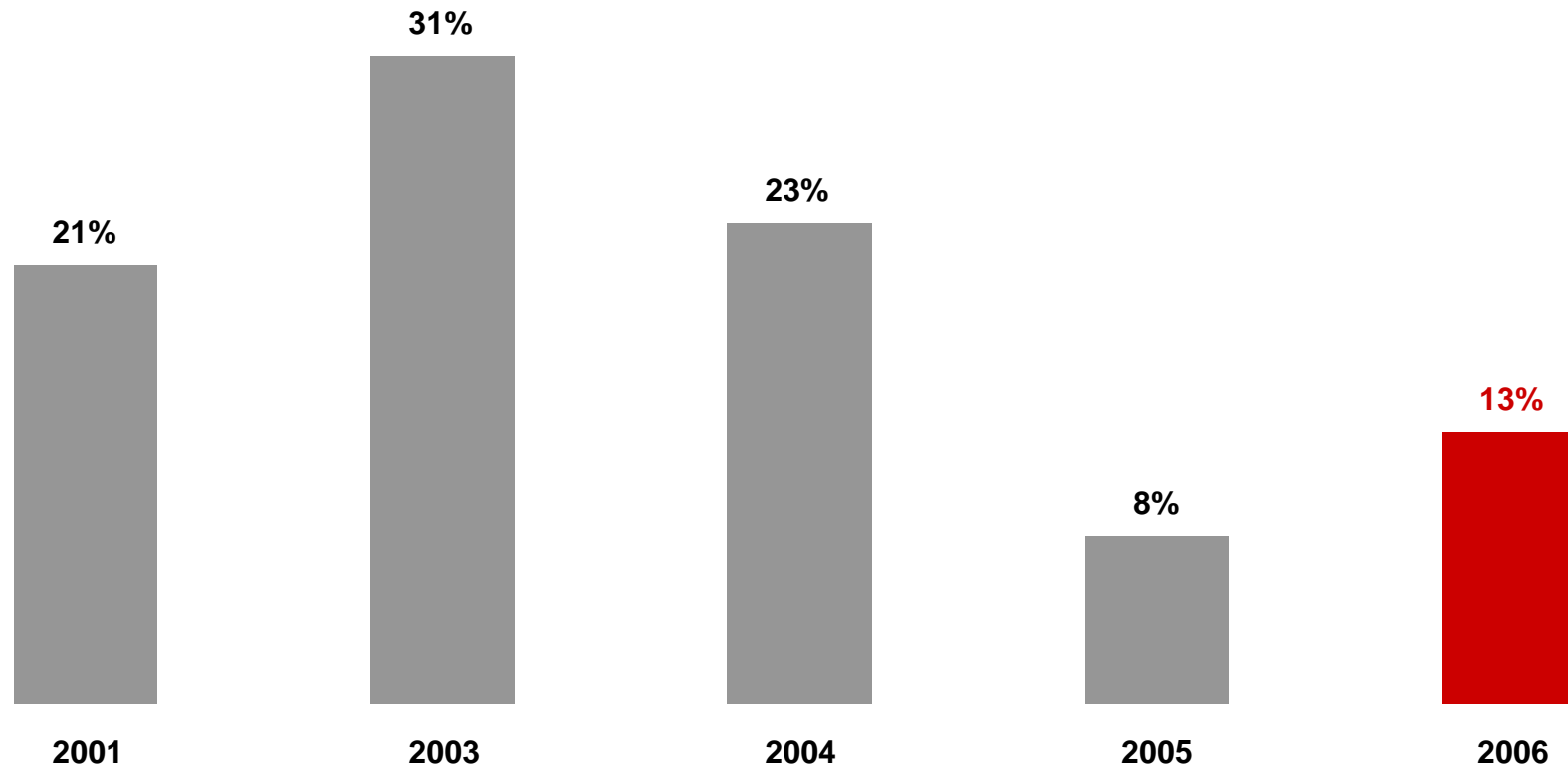
Entwicklungsaussichten für die Unternehmen in Bezug auf die Beschäftigtenzahl

(1)

Q71. Glauben Sie, dass die Beschäftigtenzahl Ihres Unternehmens in den nächsten 12 Monaten eher zunimmt, abnimmt oder stabil bleibt?

→ % an Unternehmen, die eine Erhöhung Ihrer Beschäftigtenzahl planen

Grundlage: Alle befragten Unternehmen

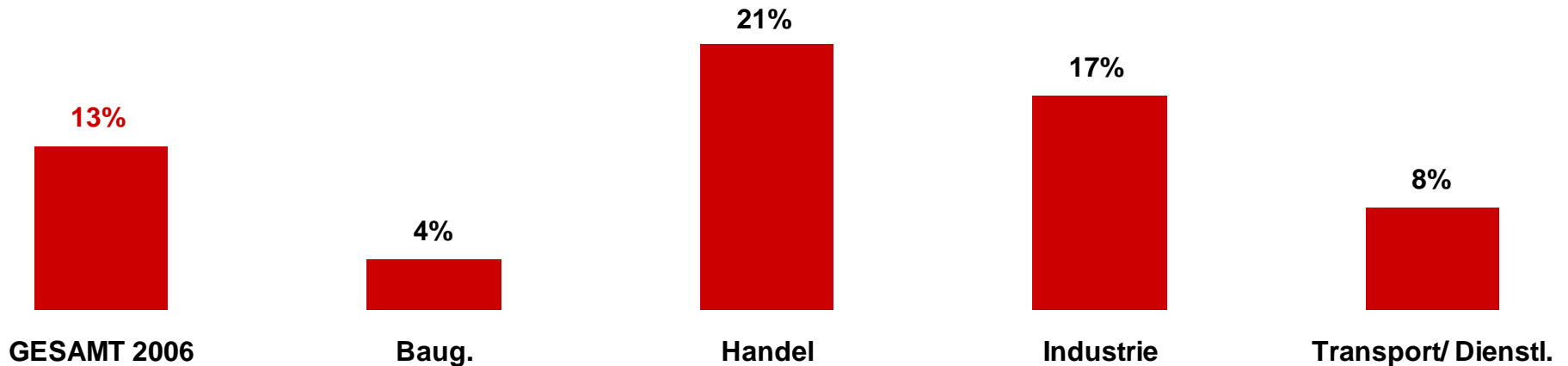
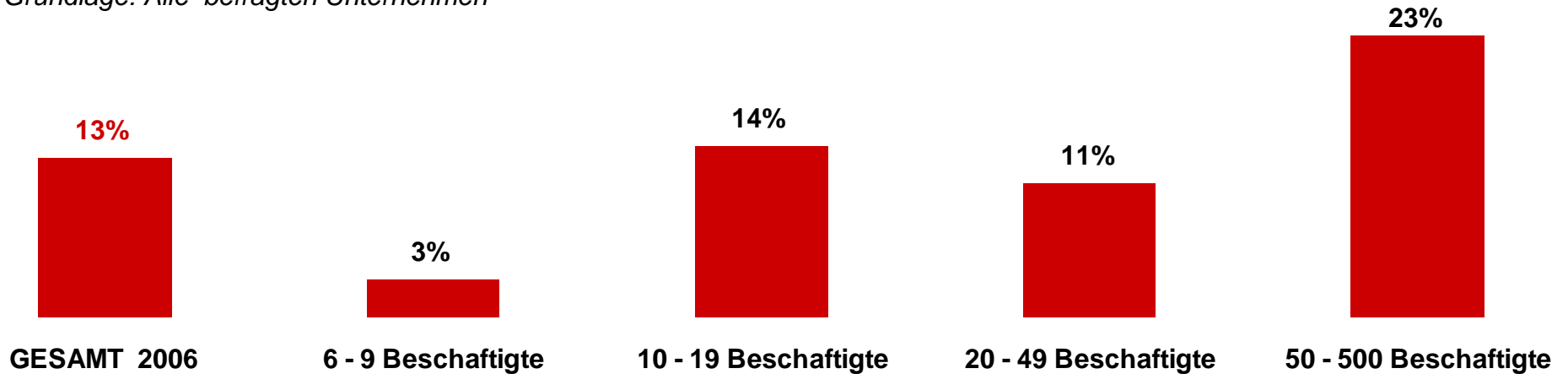


Entwicklungsaussichten für die Unternehmen in Bezug auf die Beschäftigtenzahl

Q71. Glauben Sie, dass die Beschäftigtenzahl Ihres Unternehmens in den nächsten 12 Monaten eher zunimmt, abnimmt oder stabil bleibt?

→ % an Unternehmen, die eine Erhöhung Ihrer Beschäftigtenzahl planen

Grundlage: Alle befragten Unternehmen

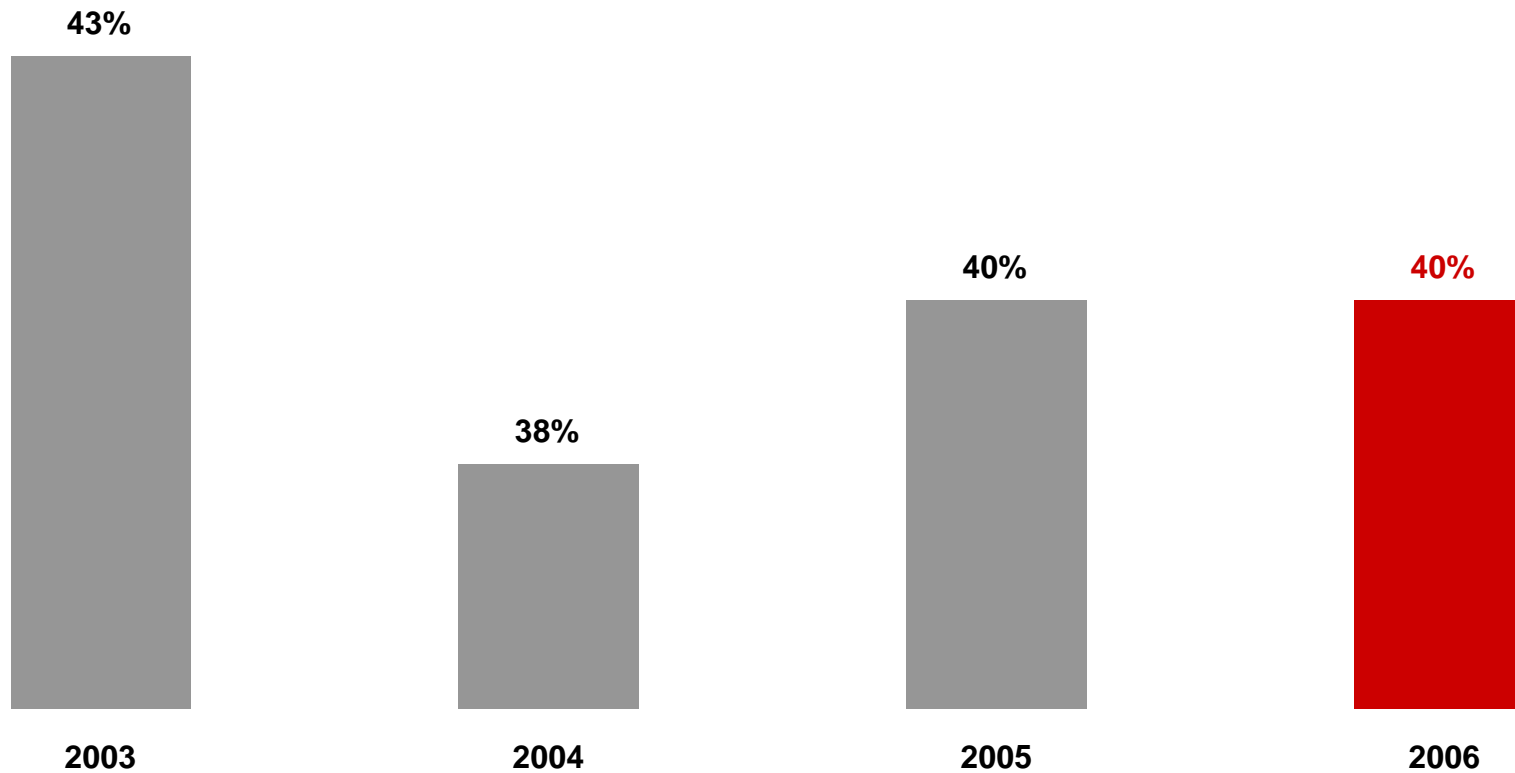


Entwicklungsaussichten für die Unternehmen hinsichtlich ihrer Rentabilität

Q74. 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

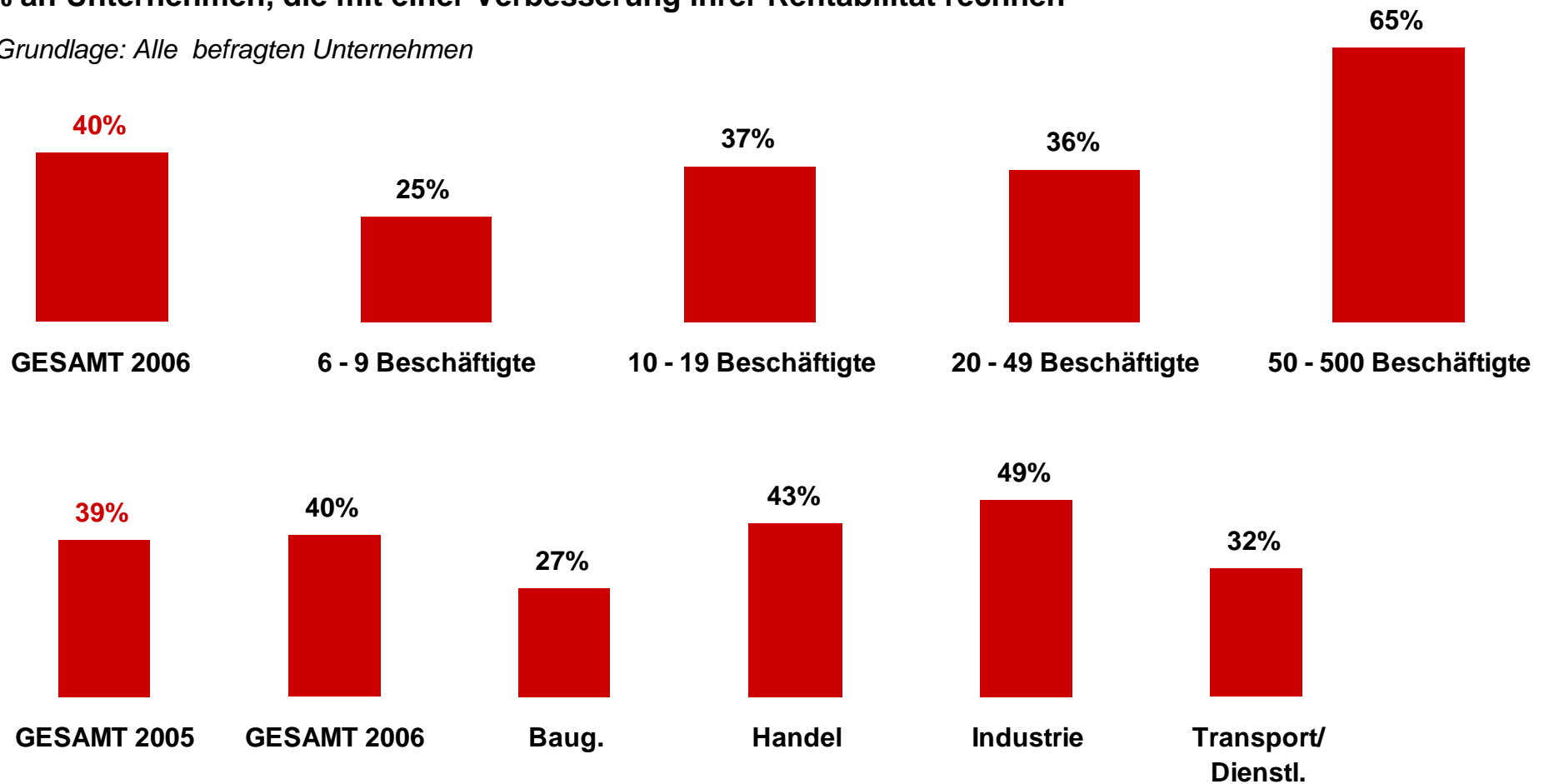


Entwicklungsaussichten für die Unternehmen hinsichtlich ihrer Rentabilität

Q74. 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



ANALYSE: Die Erwartungen der deutschen Unternehmen für 2007

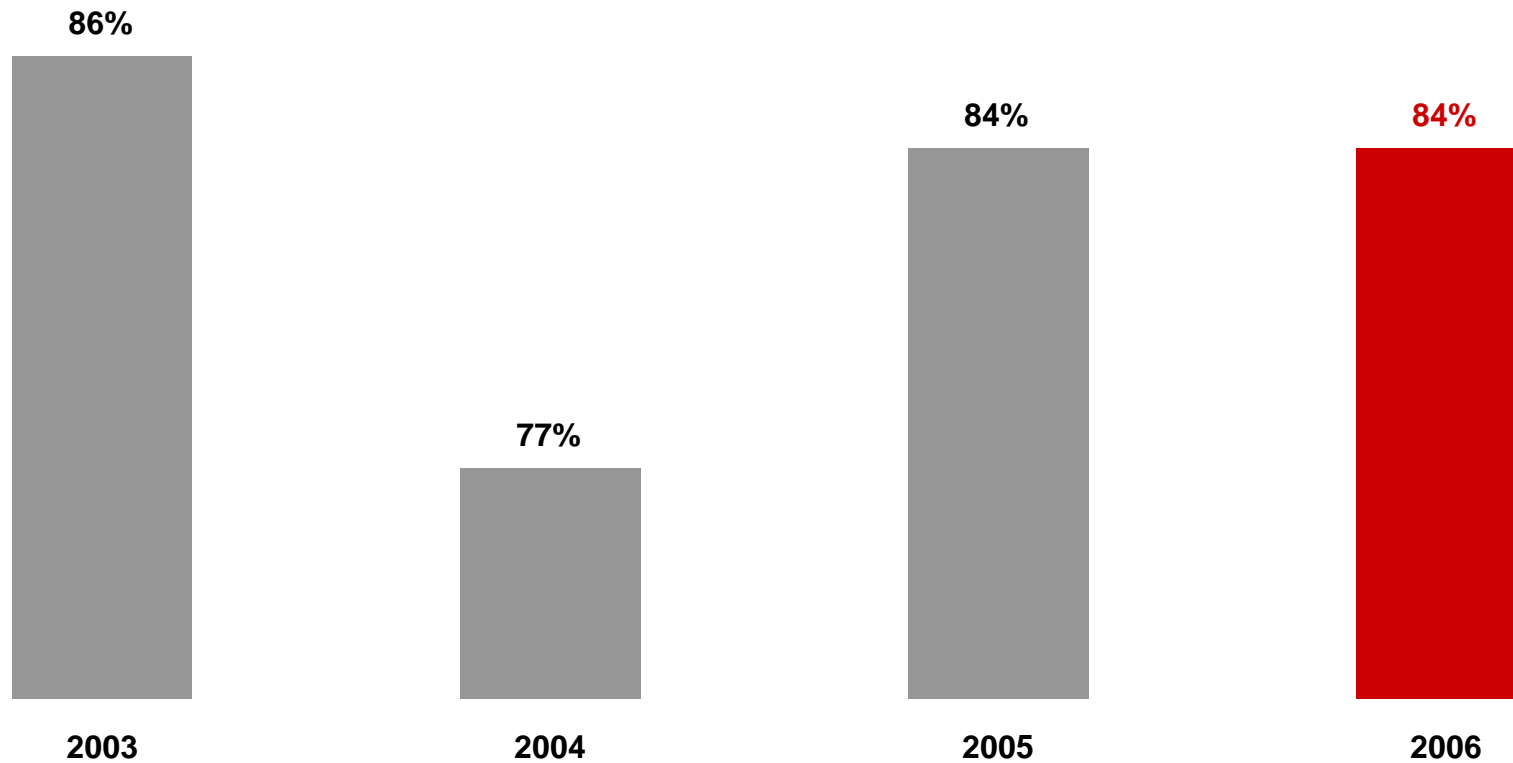
- Die deutschen Unternehmen schließen sich eher dem pessimistischen Profil in Europa an, zusammen mit ihren portugiesischen, italienischen und französischen Kollegen, auch wenn seit 2005 eine Verbesserung festzustellen ist.
- Ausschlaggebend für diese Situation sind Unternehmen unter 10 Beschäftigten: nur jedes fünfte dieser Unternehmen rechnet 2006 mit einer Umsatzsteigerung; bei den Unternehmen mit mehr als 50 Beschäftigten rechnet immerhin jedes sechste Unternehmen damit. Auch innerhalb der Tätigkeitsbereiche sind starke Diskrepanzen festzustellen: der Industriesektor positioniert sich an der Spitze mit 46% wohingegen das Baugewerbe die Lage mit 18% weitaus pessimistischer sieht. Insgesamt rechnen 37% der deutschen Klein- und Mittelbetriebe 2007 mit einer Steigerung ihres Umsatzes (im Gegensatz zu 27% im Jahr 2005).
- In Sachen Rentabilität ist die Lage seit 2005 mit 40% der Unternehmen, die auf eine Verbesserung ihrer Wirtschaftlichkeit hoffen, stabil.
- Dieser Anteil ist bei den großen Unternehmen am höchsten (65% der Unternehmen mit mehr als 50 Beschäftigten). Unterschiede sind aller innerhalb der Tätigkeitsbereiche festzustellen, denn dieser Anteil liegt im Baugewerbe bei 27% und im Bereich Transport/Dienstleistungen bei 32%, wohingegen sie im Handel und in der Industrie 43% bzw. 49% erreichen.
- Die Perspektiven für den Stellenmarkt sind kontrastreich und hängen von der Unternehmensgröße ab. Sie sind praktisch gleich Null bei den kleinen Unternehmen, die im Hinblick auf ihre Geschäftstätigkeit 2006 eher zurückhaltend sind, steigen jedoch bei Unternehmen mit mehr als 50%, die eine Erhöhung ihrer Beschäftigtenzahl planen, auf 23% an.
- Die Entwicklungsaussichten für den Stellenmarkt haben sich seit 2005 leicht verbessert und stiegen von 8% auf 13% an, wenngleich sie das niedrigste Niveau in Europa erreichen und z.B. weit von den 36% in Belgien entfernt sind.
- Die Hälfte der Unternehmen sind der Ansicht, dass Einstellungen derzeit schwierig sind. Das gilt besonders für das Baugewerbe, wo 72 % der Unternehmer Neueinstellungen derzeit sehr oder ziemlich problematisch finden.

Erwartete Investitionsausgaben (1)

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

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

Grundlage: Alle befragten Unternehmen



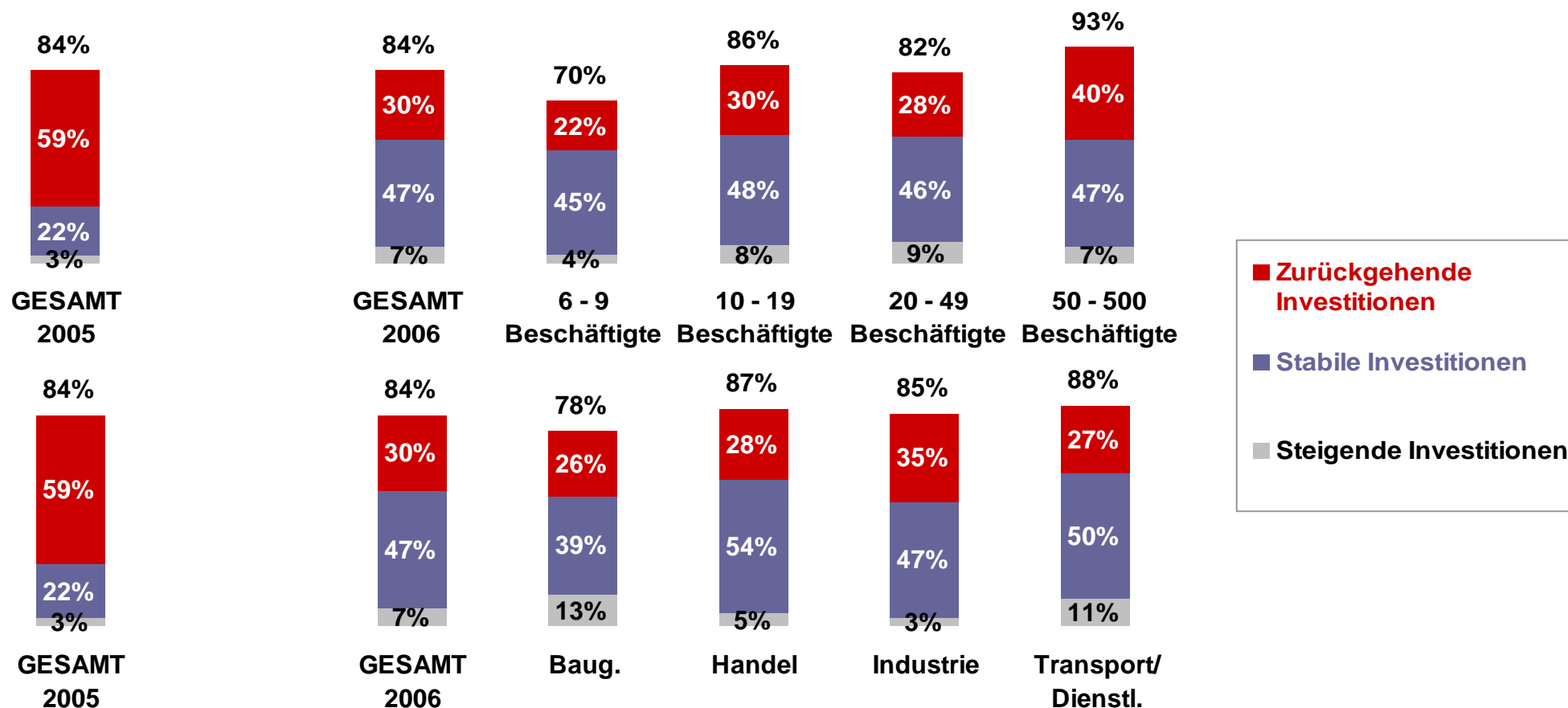
Erwartete Investitionsausgaben (2)

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

Q73. 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 geplant haben

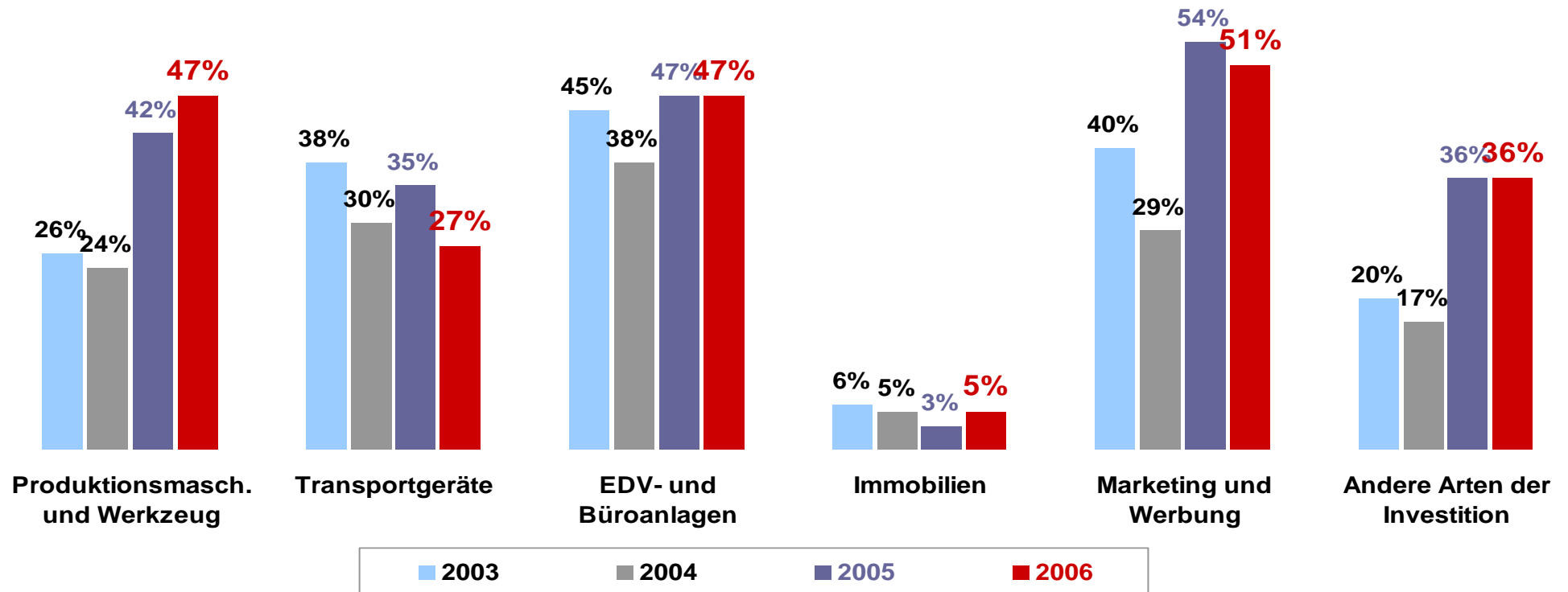


Art der geplanten Investitionsausgaben (1)

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

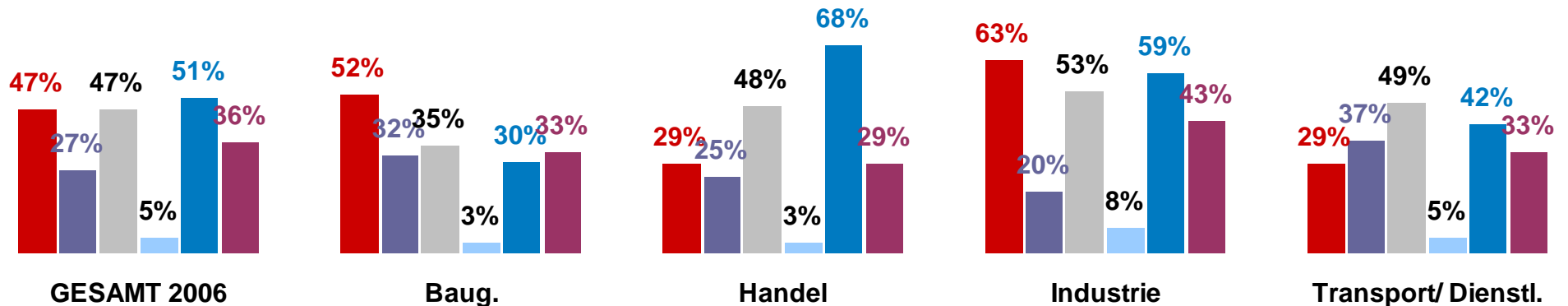
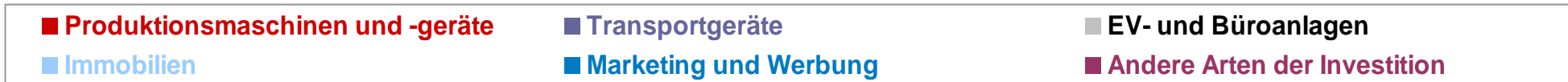
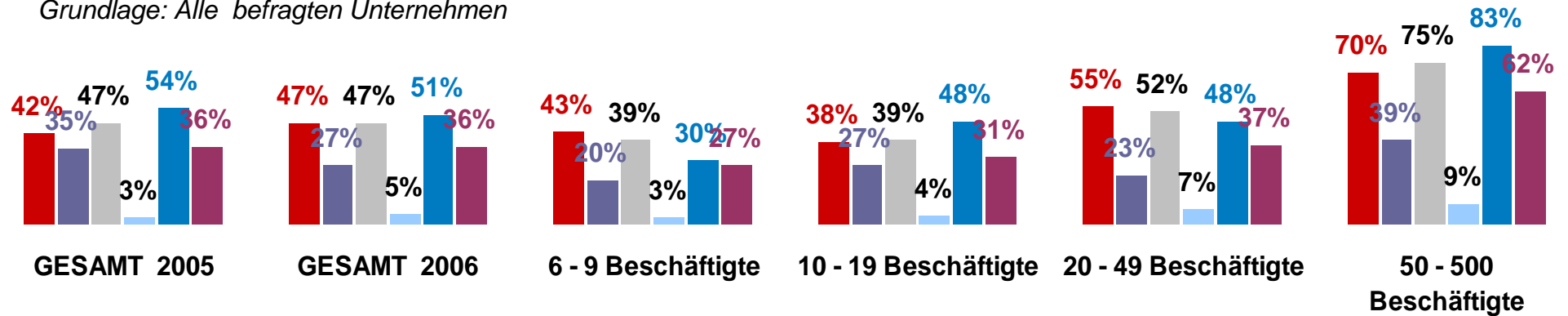


Art der geplanten Investitionsausgaben

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

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

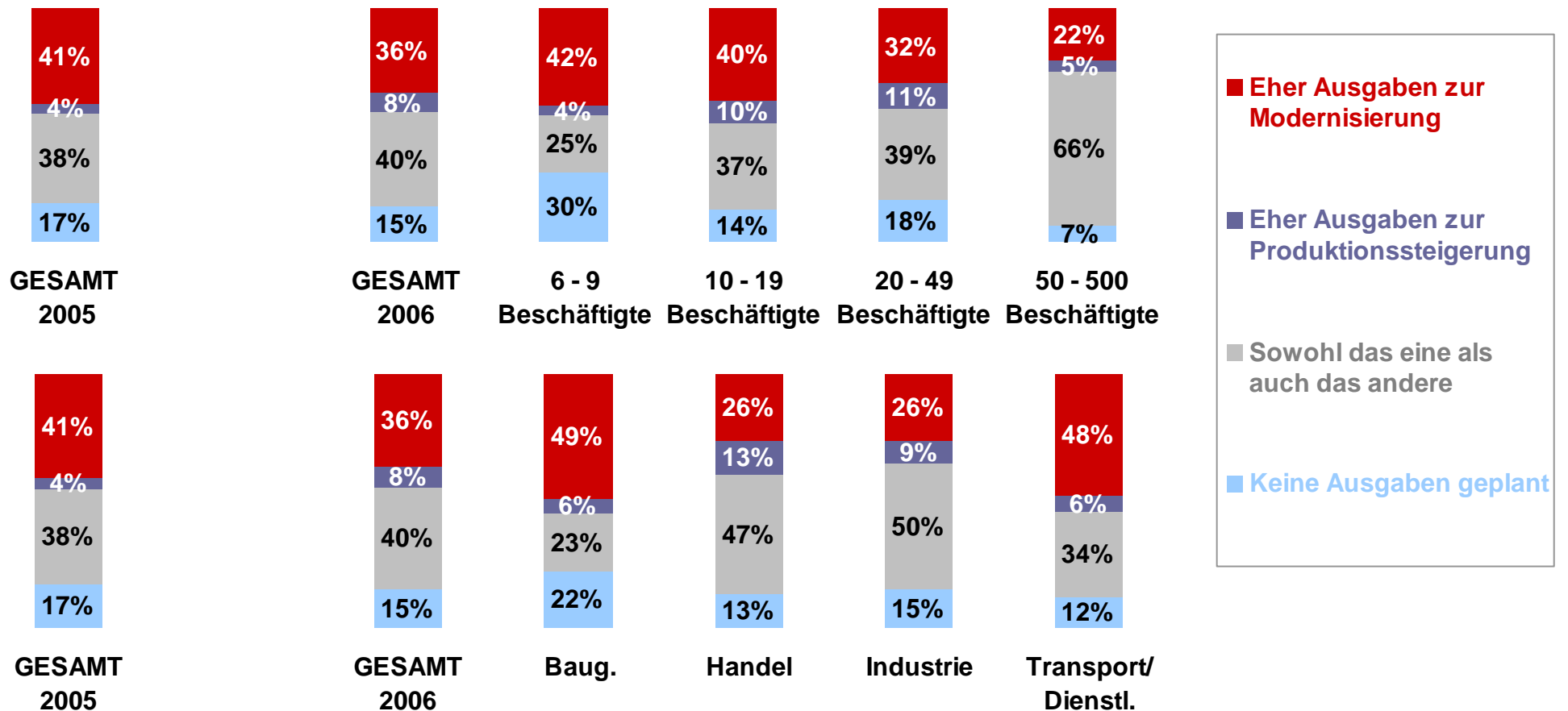
Grundlage: Alle befragten Unternehmen



Q72b. Handelt es sich eher um Ausgaben zur Modernisierung von Anlagen oder eher um Ausgaben zur Produktionssteigerung oder beides?

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

Grundlage: Alle befragten Unternehmen

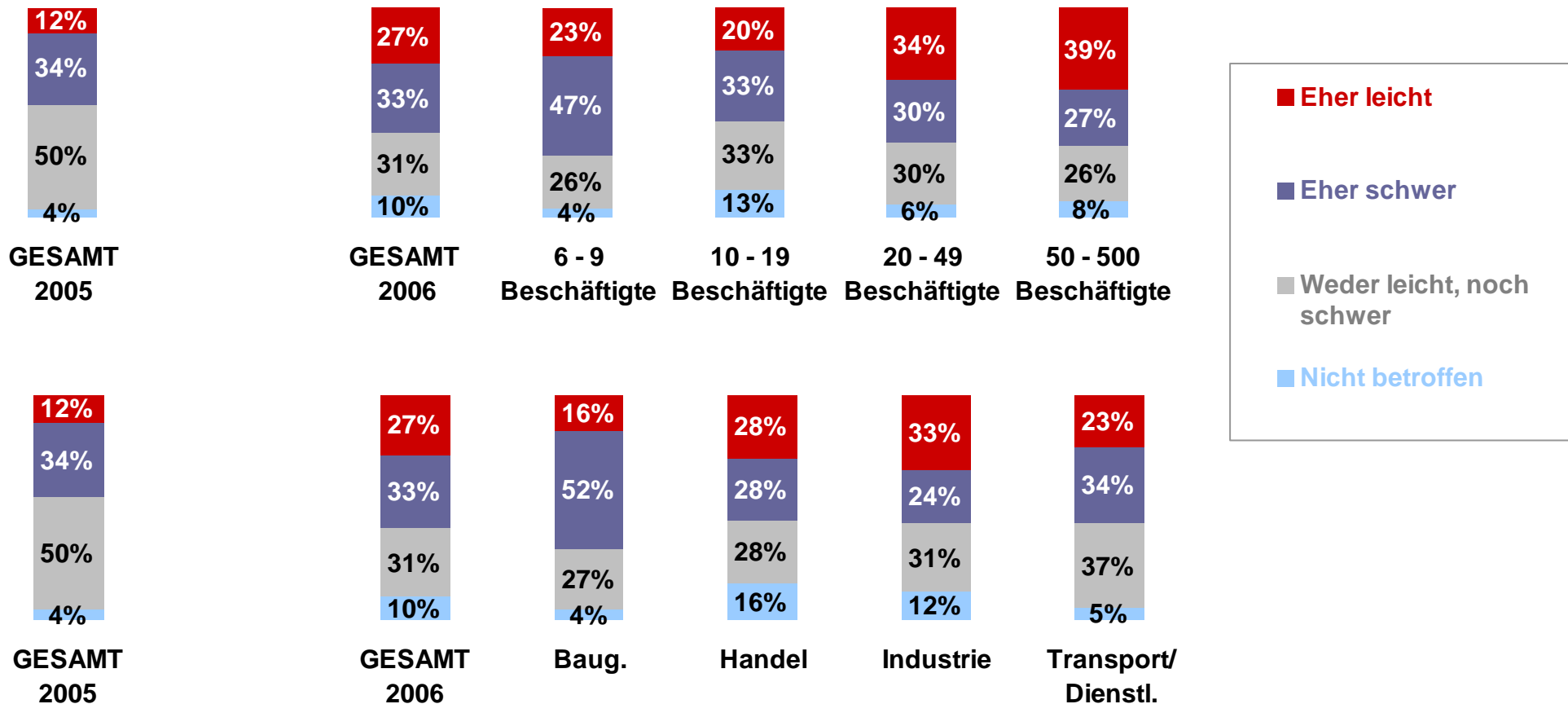


Zugang zu Krediten

Q95. 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



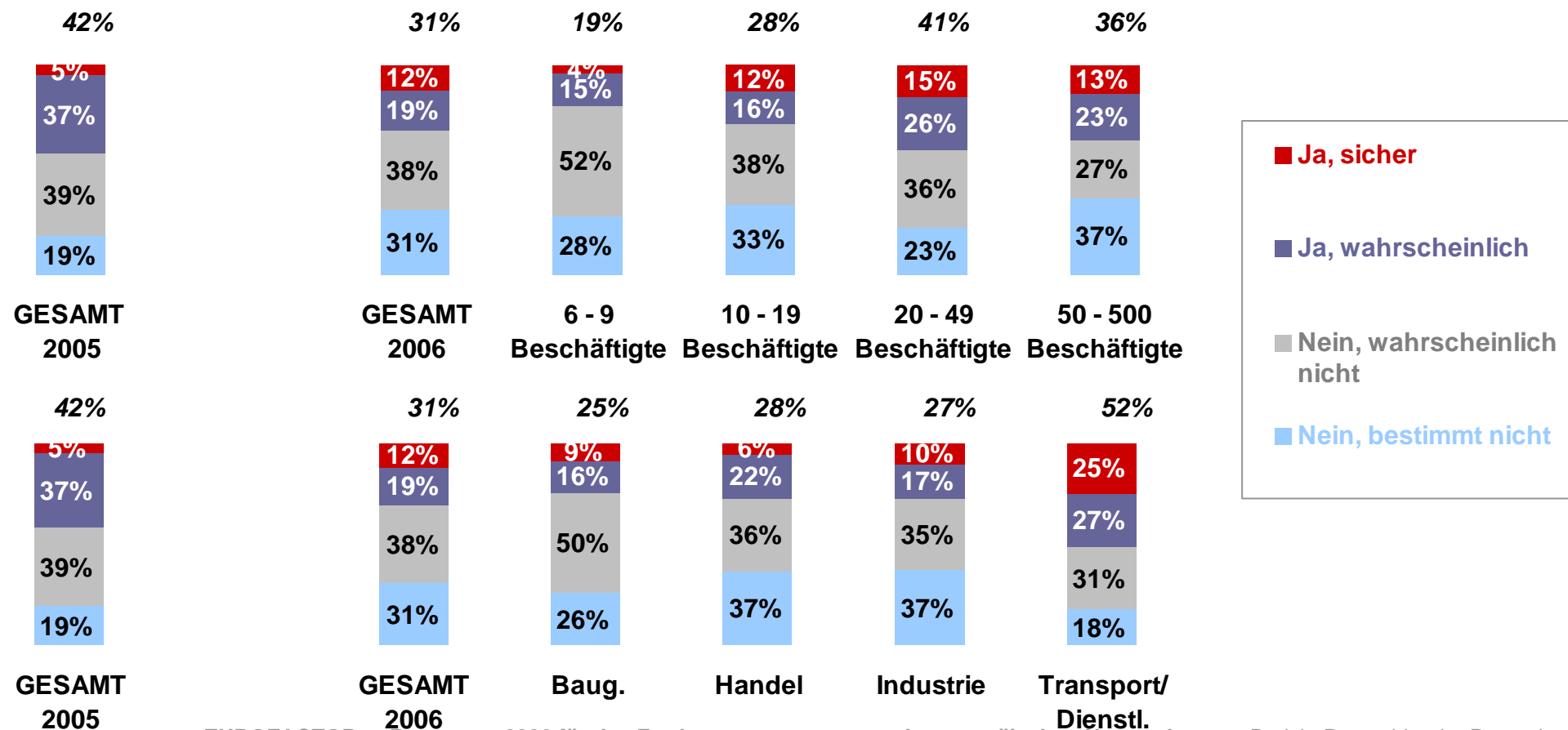
Kreditpläne für die nächsten 12 Monate

Q96. 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 KREDIT AUFNEHMEN MÖCHTEN:



ANALYSE: Die Investitionen der deutschen Unternehmen 2007

- Zwar blieb der Anteil der Unternehmen, die Investitionsausgaben planen, seit 2005 unverändert (84%), dafür sinkt der Anteil jener, die sie steigern möchten, deutlich und fällt unter den europäischen Durchschnitt (30% der deutschen Klein- und Mittelbetriebe möchten ihre Investitionsausgaben steigern im Vergleich zu 35% europaweit).
- Der Optimismus nimmt mit der Größe der Unternehmen zu: während 22% der Unternehmen mit weniger als 10 Beschäftigten eine Steigerung ihrer Investitionsausgaben planen, sind es bei Unternehmen mit mehr als 50 Beschäftigten über das Doppelte (40%). Was die Sektoren angeht, ist man im Baugewerbe etwas pessimistischer als in den anderen Sektoren, denn 78% möchten 2007 investieren und 26% ihre Investitionsausgaben erhöhen.
- In Bezug auf die Investitionsbereiche hat sich seit 2005 nicht viel geändert. Die wichtigsten Bereiche sind Marketing und Werbung (51% der Klein- und Mittelbetriebe), Produktionsgeräte und Werkzeug (47%) und EDV- und Büroanlagen (47%). Es handelt sich mehrheitlich eher um Modernisierungsausgaben als um Kosten zur Produktionssteigerung. Diese betreffen nur eine Minderheit der Unternehmen (8%), was Deutschland europaweit an die letzte Stelle verweist.
- Was die Kreditabsichten angeht, möchte knapp Drittel der deutschen Unternehmen 2007 einen Kredit aufnehmen. Diese Absicht nimmt mit der Größe des Unternehmens zu und ist im Transport-/Dienstleistungssektor stärker ausgeprägt als in den anderen Sektoren.
- Der Zugang zu Krediten wird abgesehen von zinslichen Erwägungen von 33 % der Unternehmen als schwierig empfunden, wohingegen 27 % der Meinung sind, leicht einen Kredit zu bekommen. Unternehmen mit weniger als 10 Beschäftigten (47 %) und Bauunternehmen (52 %) geben an, nur schwer einen Kredit zu bekommen.

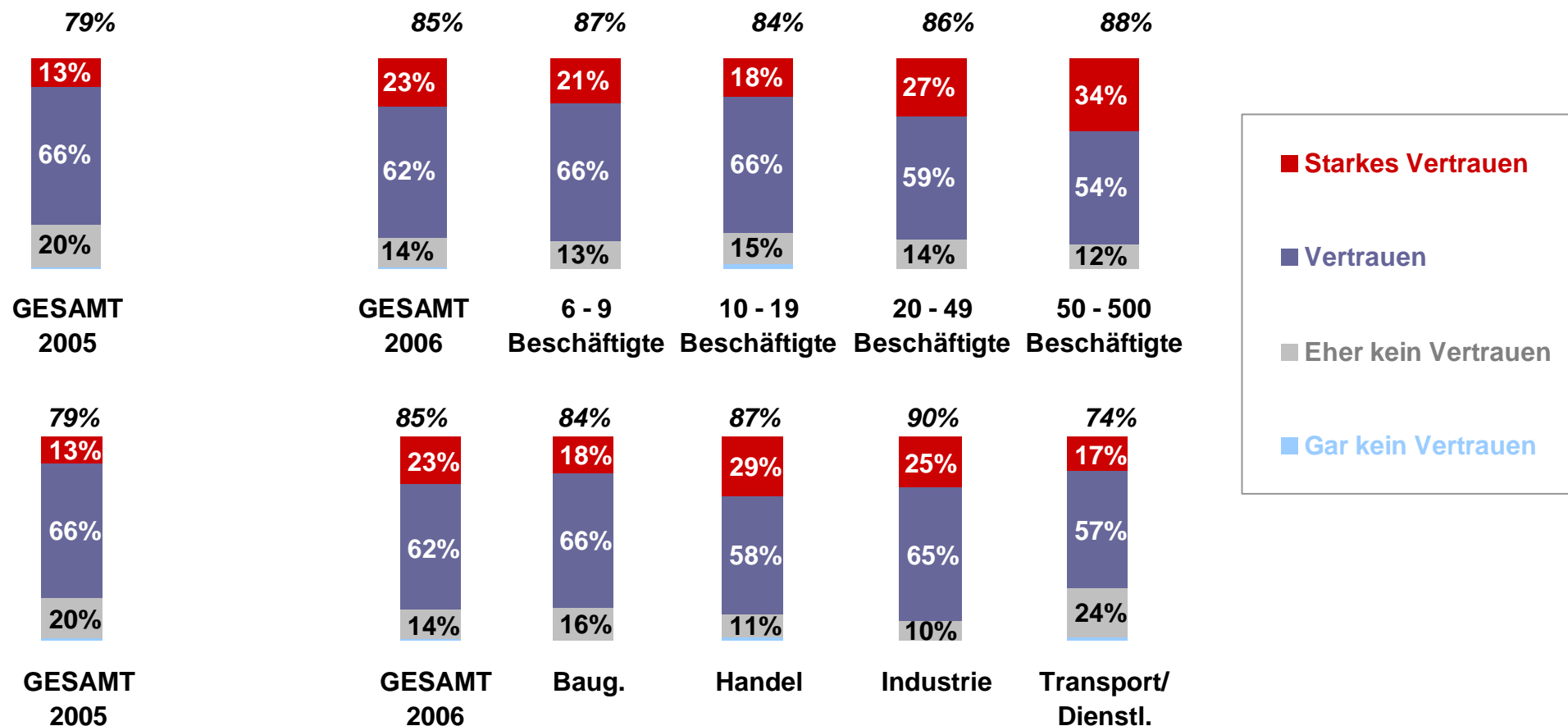
Beurteilung des Wirtschaftsumfelds

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

Q76. 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?

Grundlage: Alle befragten Unternehmen

ALLE UNTERNEHMEN, DIE VERTRAUEN HABEN:

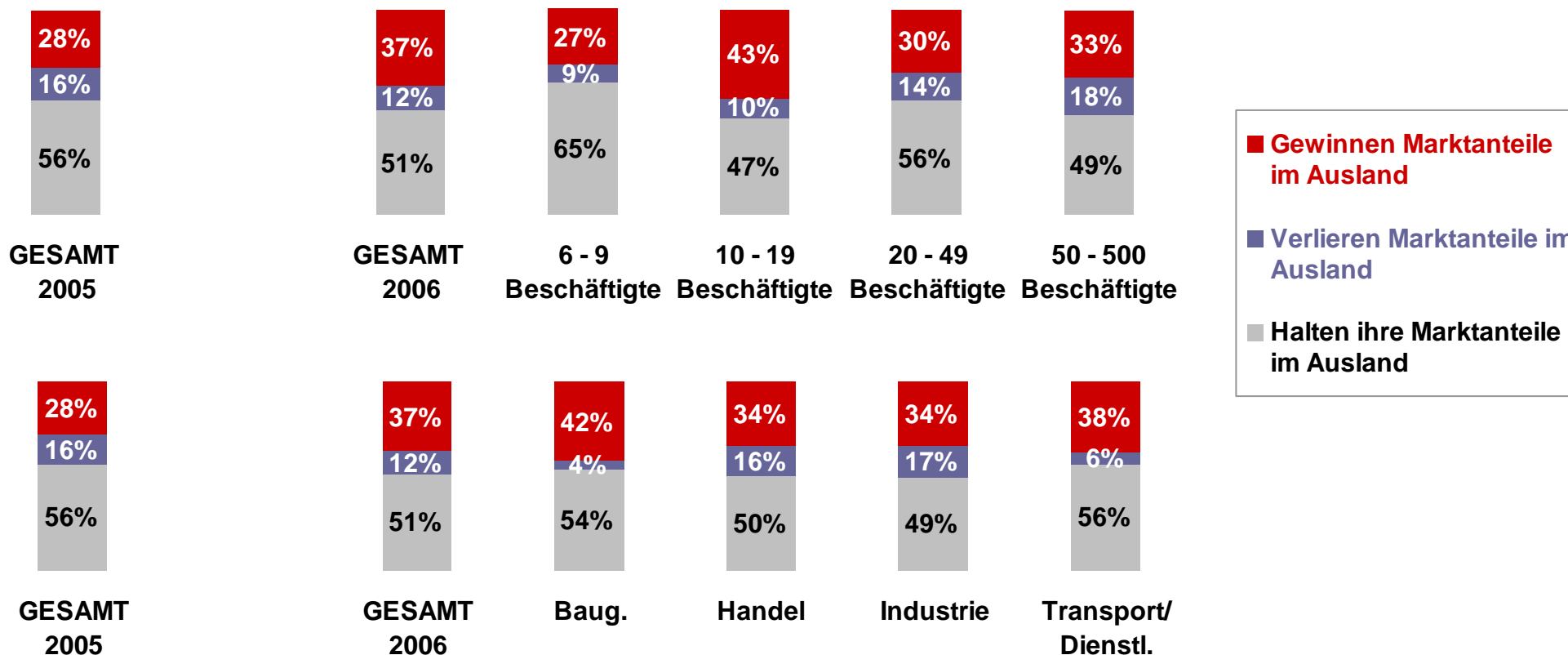


Entwicklung der Marktanteile der europäischen Unternehmen im Ausland

Q80. Haben Sie den Eindruck, dass die europäischen Unternehmen in Ihrem Sektor Marktanteile im Ausland gewinnen, Anteile im Ausland verlieren oder ihre Marktanteile im Ausland halten?

➔ % an Unternehmen, die den Eindruck haben, dass die europäischen Unternehmen Marktanteile im Ausland gewinnen oder verlieren

Grundlage: Alle befragten Unternehmen

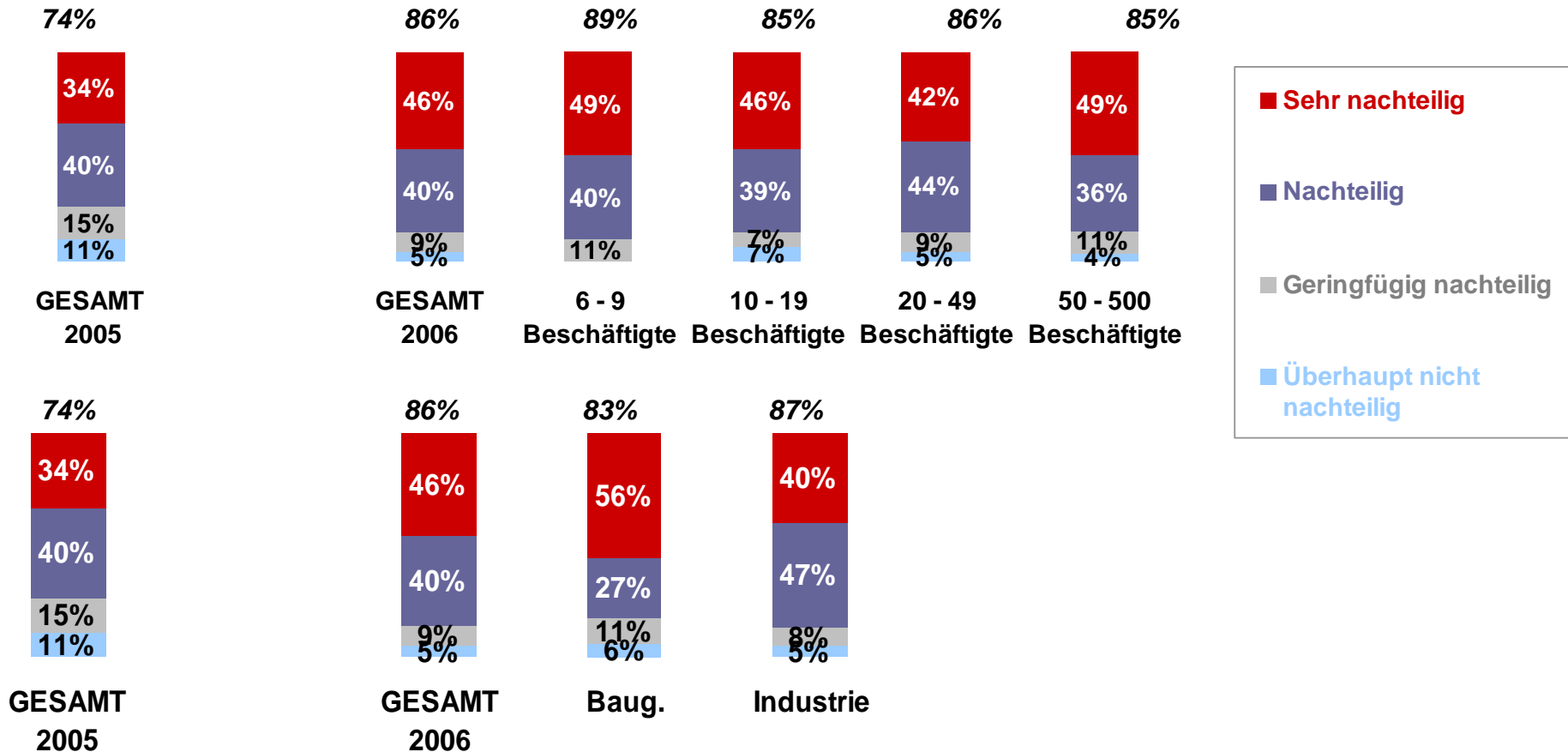


Q90. Sind Sie der Meinung, dass die Rohstoffpreise mit Ausnahme der Energiepreise für Ihr Unternehmen sehr nachteilig, recht nachteilig sind, wenig nachteilig oder gar nicht nachteilig sind?

→ % an Unternehmen, für die die Rohstoffpreise von Nachteil sind

Grundlage: Alle befragten Industrieunternehmen

ALLE UNTERNEHMEN, FÜR DIE DIE ROHSTOFFPREISE VON NACHTEIL SIND:



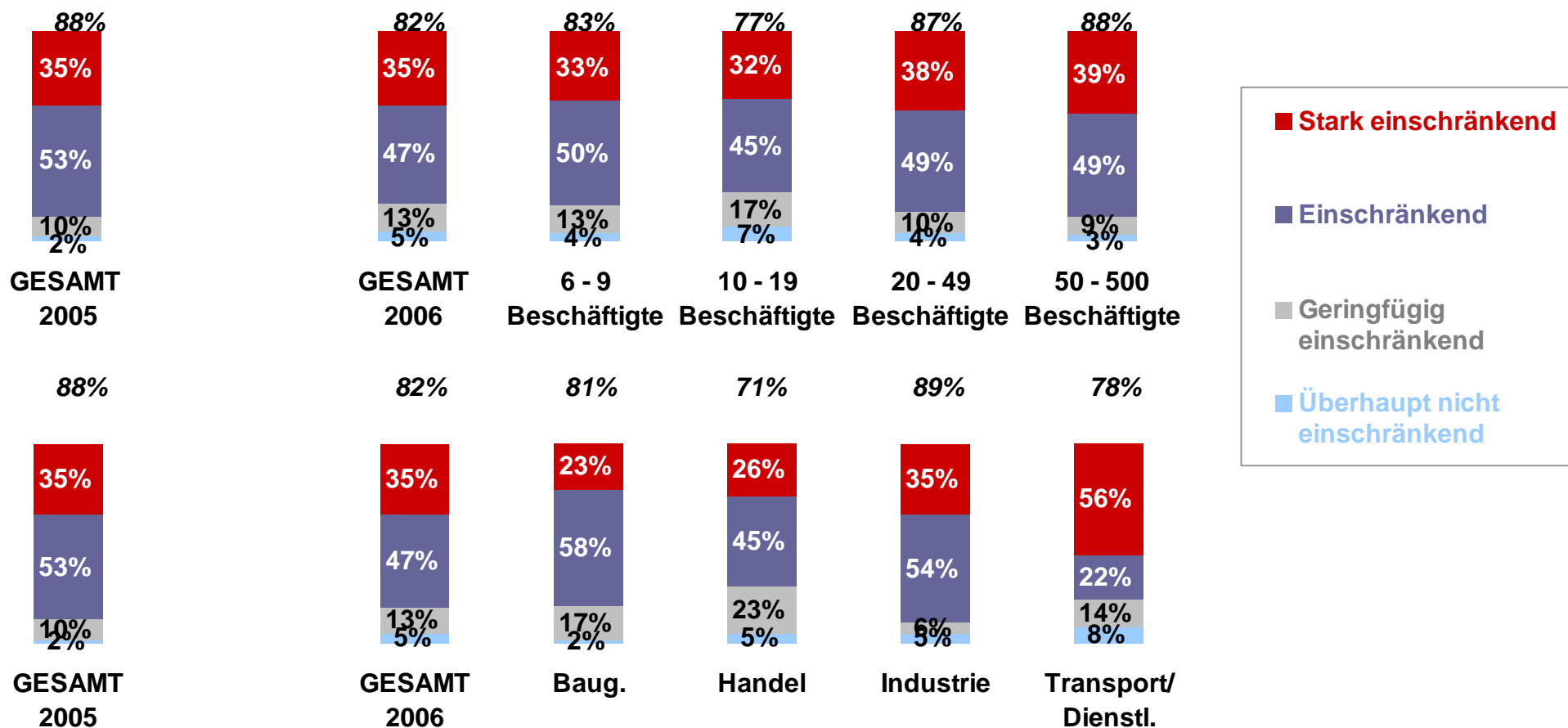
Einschränkungen wegen der Energiepreise

Q92. Würden Sie sagen, dass der aktuelle Energiepreis mit großen, relativ großen, geringen oder überhaupt keinen Einschränkungen für Sie verbunden ist?

➔ % an Unternehmen, für die der Energiepreis Einschränkungen mit sich bringt oder nicht

Grundlage: Alle befragten Unternehmen

ALLE UNTERNEHMEN, FÜR DIE DER ENERGIEPREIS EINE EINSCHRÄNKUNG BEDEUTET:



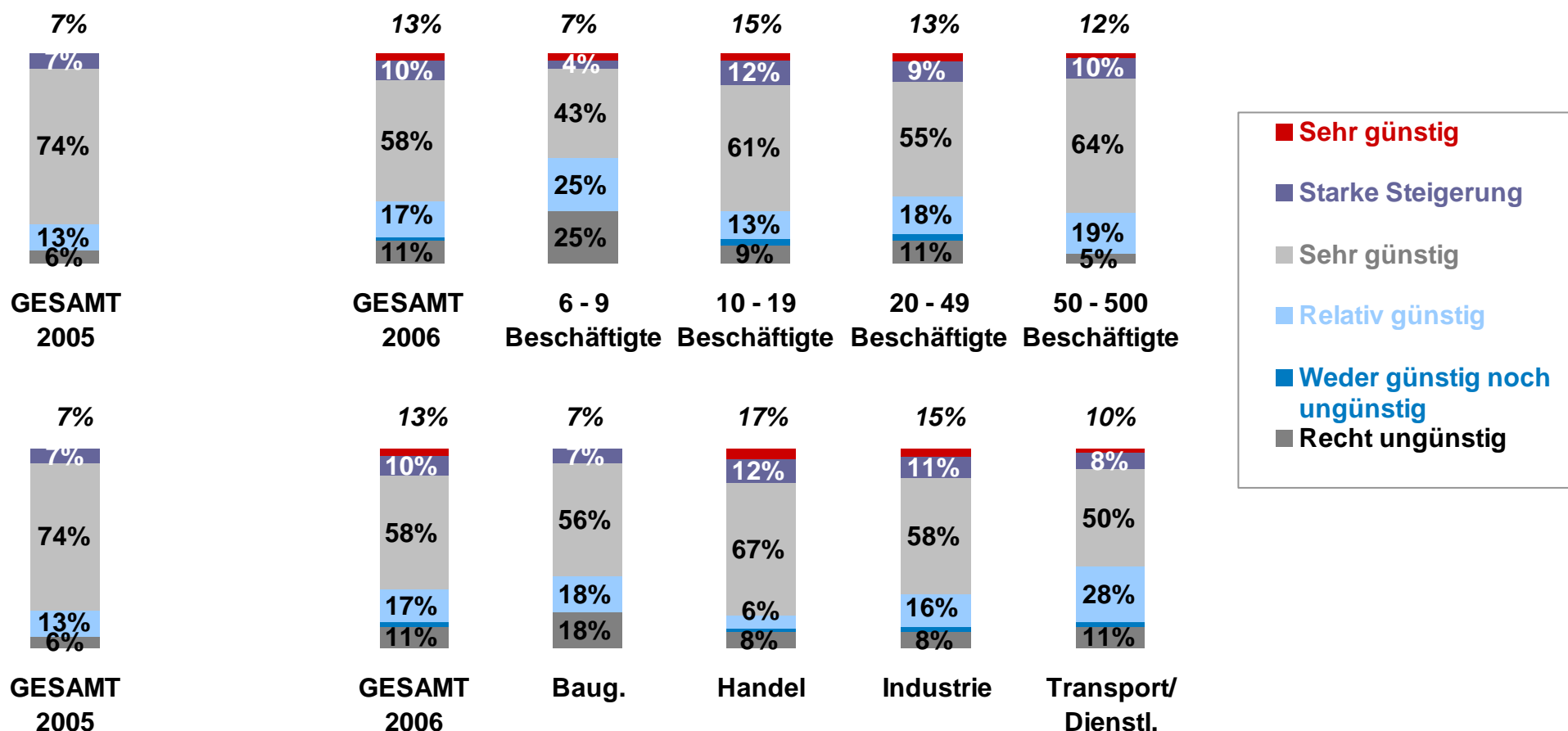
Einschränkungen wegen der Entwicklung des Euro

Q94. Ist die Entwicklung des Euro im Verhältnis zu den anderen Devisen, die in den letzten 6 Monaten im Umlauf waren, für Ihr Unternehmen sehr günstig, relativ günstig, weder günstig noch ungünstig, recht ungünstig oder sehr ungünstig?

→ % an Unternehmen, für die die Entwicklung des Euro-Kurses vorteilhaft oder nachteilig ist

Grundlage: Alle befragten Unternehmen

ALLE UNTERNEHMEN, BEI DENEN ER SICH POSITIV AUSWIRKT:



Hauptsorge der Unternehmen (1)

Q97. Welcher der nachstehenden Punkte ist für Ihr Unternehmen am beunruhigendsten?

Grundlage: Alle befragten Unternehmen



* : Punkt nur in Industrie benutzt

Hauptsorge der Unternehmen (2)

Q97. Welcher der nachstehenden Punkte ist für Ihr Unternehmen am beunruhigendsten?

Grundlage: Alle befragten Unternehmen

% vertikal	GESAMT 2006	Beschäftigtenzahl				Tätigkeitssektor			
		6 - 9 Beschäfti gte	10 - 19 Beschäfti gte	20 - 49 Beschäfti gte	50 - 500 Beschäfti gte	Baug.	Handel	Industrie	Transport/ Dienstl.
Die Konkurrenz der Schwellenländer	20%	17%	21%	20%	20%	27%	21%	20%	<u>12%</u>
Die Entwicklung der Rohstoffpreise	20%	29%	<u>12%</u>	25%	33%	33%	-	33%	-
Die Entwicklung des Energiepreises	19%	20%	23%	16%	<u>8%</u>	<u>9%</u>	15%	<u>14%</u>	45%
Die Entwicklung des Steuerwesens	16%	10%	19%	13%	17%	12%	25%	16%	13%
Die Entwicklung der arbeitsrechtlichen Vorschriften	9%	10%	11%	8%	5%	11%	15%	<u>5%</u>	12%
Die kurzfristige Entwicklung der Zinssätze	3%	3%	3%	2%	6%	3%	2%	3%	6%
Die Entwicklung des Wechselkurses	3%	3%	5%	1%	2%	-	7%	3%	4%
Sonstiges	7%	3%	5%	13%	9%	5%	14%	5%	6%

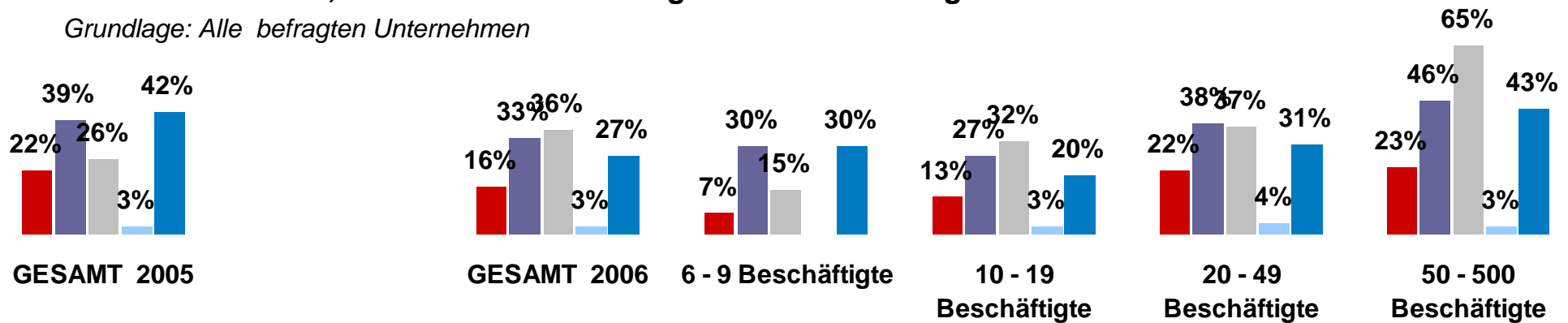
* : Punkt nur in Industrie angegeben

Die Folgen der Entwicklung der Schwellenländer

Q98. 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



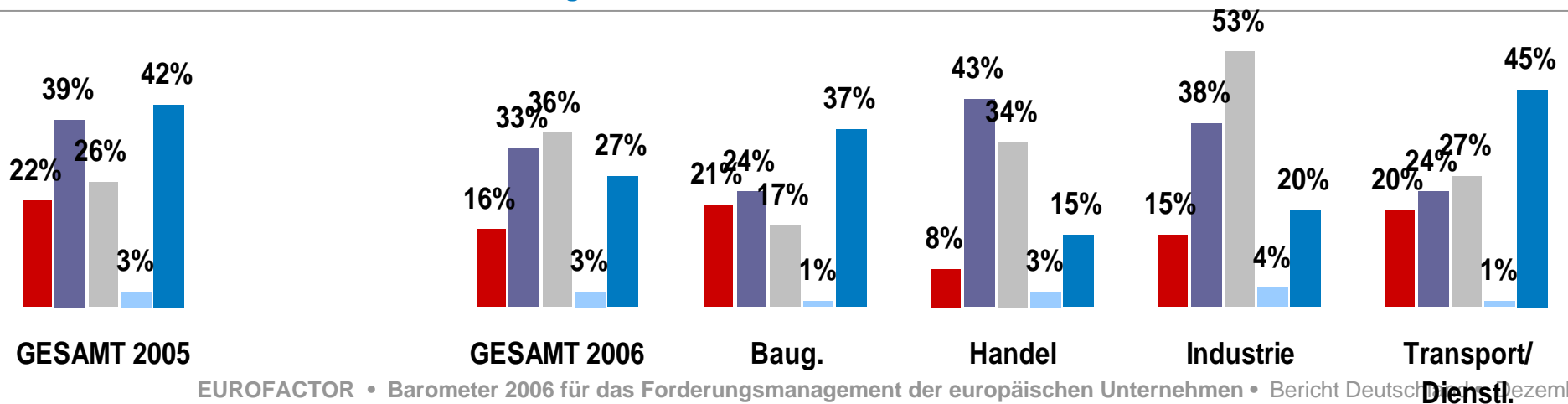
■ die Personalausgaben reduziert werden

■ die Produktivität gesteigert wird

■ man sich im Ausland besser positioniert

■ auf Outsourcing zurückgegriffen wird

■ Zulieferer und Partner nach anderen Kriterien ausgesucht werden

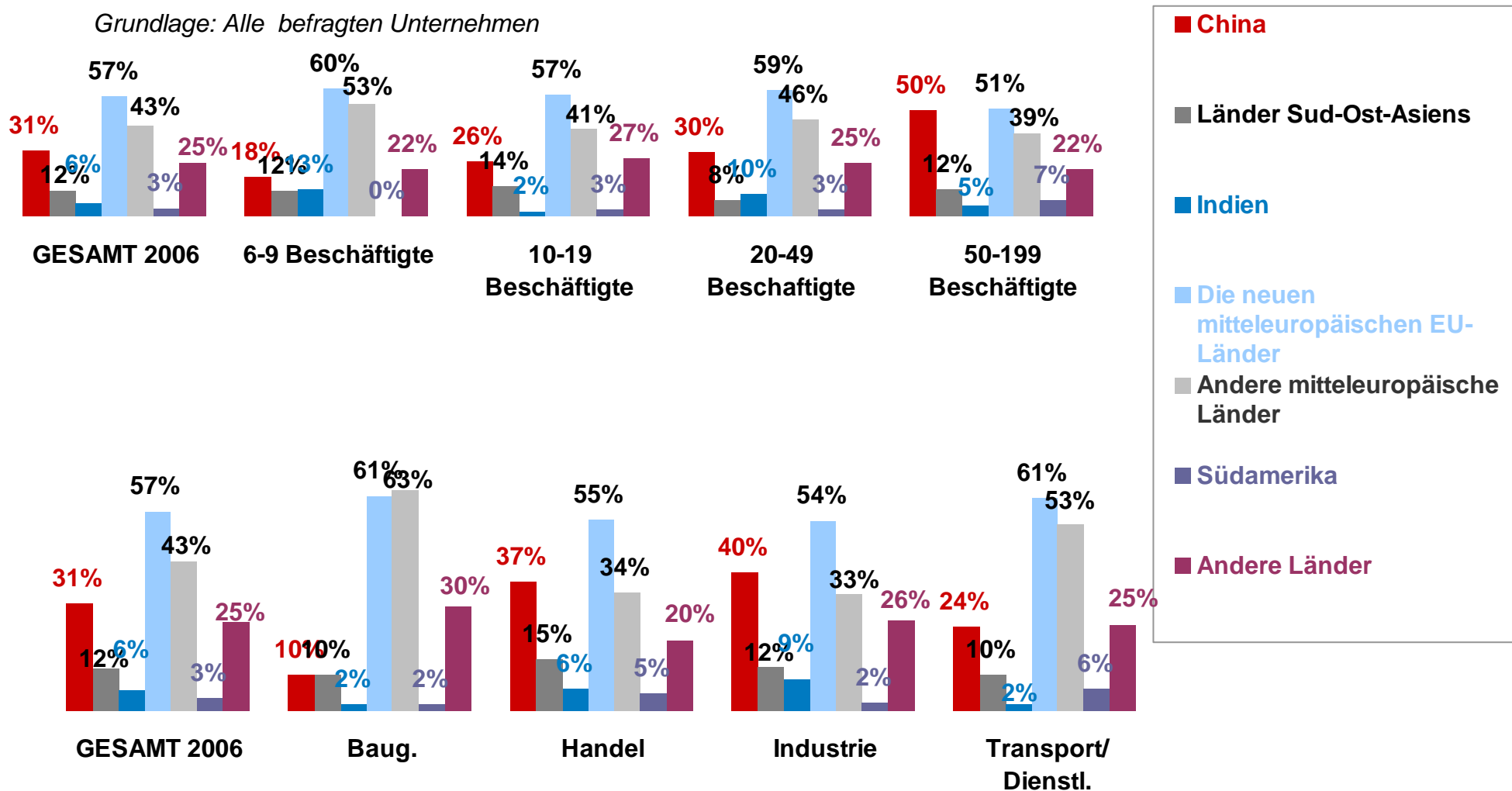


Schwellenland, das für das Unternehmen am wichtigsten ist

Q99a. Welche beiden Schwellenländer sind für Ihre Aktivität am wichtigsten?

➔ % an Unternehmen, für die bestimmte Länder sehr wichtig sind für ihre Tätigkeit

Grundlage: Alle befragten Unternehmen

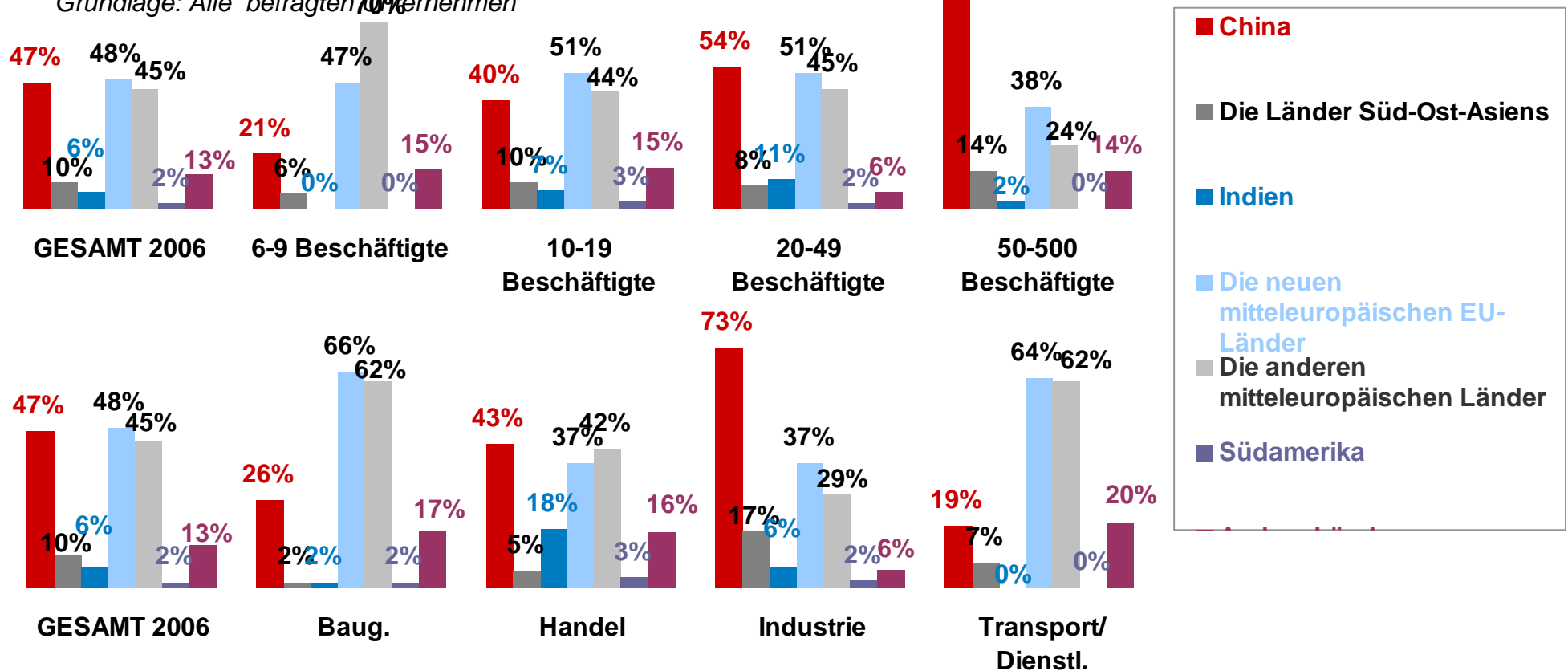


Schwellenländer, die für das Unternehmen am bedrohlichsten sind

Q99b. 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 wirtschaftlichen Umfelds

- Die meisten deutschen Unternehmer sind zuversichtlich, was das wirtschaftliche Umfeld auf kurze Sicht angeht, ein Viertel von ihnen sind sogar sehr zuversichtlich (seit 2005 Steigerung um 10 Punkte); in mindestens acht von zehn Unternehmen aller Tätigkeitsbereiche teilt man diese Zuversicht. Sie macht sich auch bei jenen Unternehmen bemerkbar, die glauben, dass die europäischen Unternehmen Marktanteile gewinnen werden, wobei dieser Anteil seit 2005 um 10 Punkte auf 37 % angestiegen ist. Deutschland gehört also zu dem europäischen Teil, indem die Klein- und Mittelbetriebe besonders zuversichtlich sind, nur Spanien erzielt mit 35 % einen noch höheren Wert. Und das in einem recht komplizierten Kontext:
- Mehr noch als in anderen europäischen Ländern wird der Rohstoffpreis von den Industrie- oder Bauunternehmen als sehr nachteilig empfunden (86% der Unternehmen erachten ihn als nachteilig, + 12 Punkte seit 2005).
- Ferner erklären die deutschen Unternehmer, dass der Energiepreis sehr nachteilig ist, und liegen dabei weit über den Ergebnissen der anderen europäischen Länder. 82% der deutschen Unternehmer erachten ihn als nachteilig, was ein sehr hoher Prozentsatz ist, der sich durch alle Sektoren und alle Unternehmensgrößen hindurch zieht.
- Nur 13% der Klein- und Mittelbetriebe sind der Ansicht, dass sich die Entwicklung des Euro positiv auf ihr Unternehmen auswirkt, für 19% dagegen ist diese Entwicklung negativ.

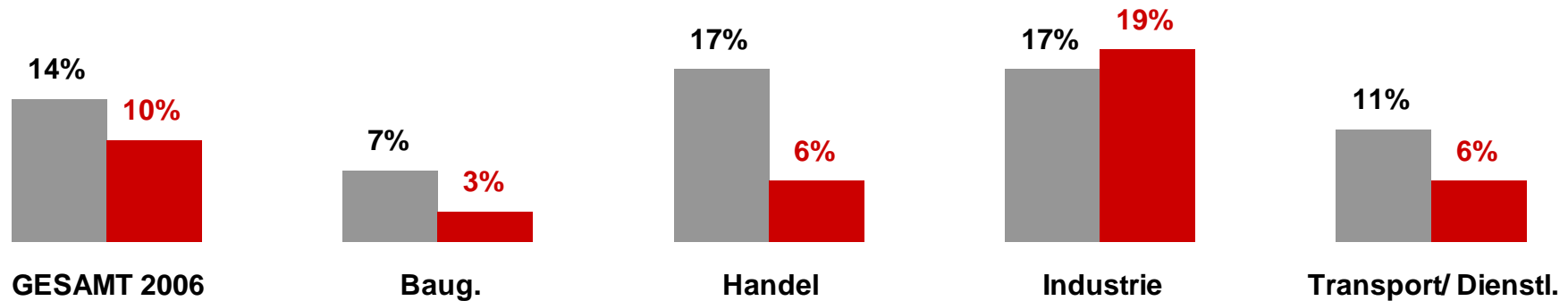
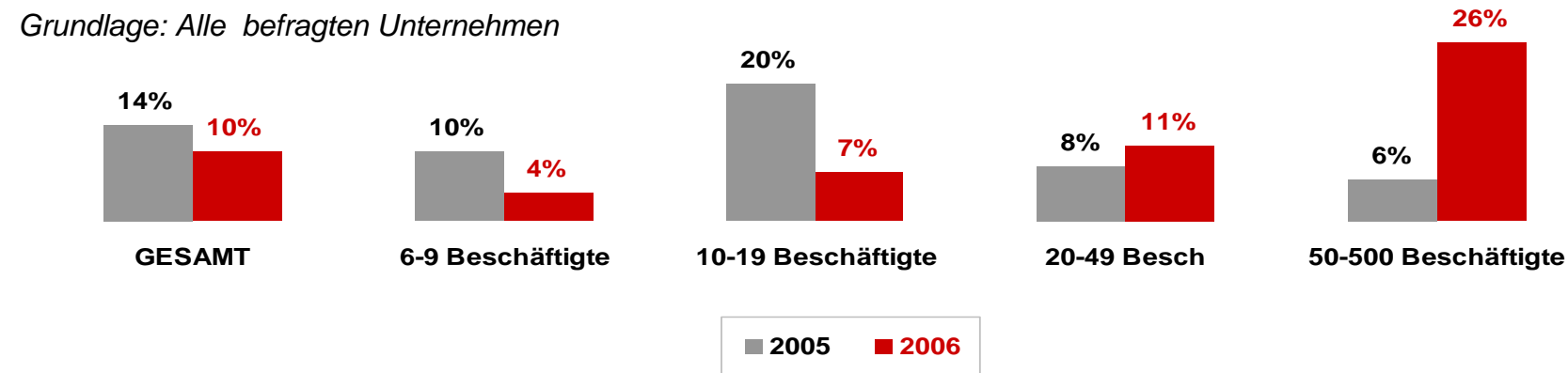
ANALYSE: Beurteilung des wirtschaftlichen Umfelds (Fortsetzung)

- Die Konkurrenz der Schwellenländer ist für die deutschen Unternehmensleiter, zusammen mit der Entwicklung des Rohstoff- und Energiepreises die größte Sorge.
- In Deutschland, wo die neuen EU-Mitglieder mehr noch als anderswo an das eigene Land angrenzen, werden sie in die Überlegungen der Unternehmen einbezogen. Sie werden von den meisten befragten Unternehmen als günstige Gelegenheit aber auch von über der Hälfte von ihnen als Bedrohung angesehen. Betroffen fühlen sich die deutschen Unternehmen ferner von China (das jedoch eher als Bedrohung betrachtet wird) und den anderen mitteleuropäischen Ländern Mitteleuropas.
- Im Unterschied zu den meisten anderen europäischen Ländern muss man sich in den Augen der deutschen Unternehmenschefs umstellen und sich auf dem internationalen Markt besser positionieren. Es folgt an zweiter Stelle die Strategie der Zulieferer- und Partnerauswahl. Die Steigerung der Produktivitätszunahme, die in den anderen europäischen Ländern ganz vorne steht, belegt hier nur den dritten Platz. Outsourcing wird nur von 3 % der Unternehmen genannt, was europaweit der niedrigste Wert ist.

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 2006 zusammenzufassen, wurde ein synthetischer Indikator berechnet. Er benennt das Verhältnis der Unternehmen, die 2006 zeitgleich:
 - ihren Umsatz steigern möchten
 - ihre Rentabilität verbessern möchten
 - Investitionsausgaben planen.
- Nennen wir diesen Faktor den « Eurofactor/AFDCC-Indikator für Wachstumsdynamik » (oder auf Englisch, « Eurofactor/AFDCC Economic Growth Perspective Index »), den wir nachstehend mit « EGP Index » abkürzen können.
- Er liegt in Deutschland bei 10 und ging seit 2005 um 4 Punkte zurück, wodurch Deutschland bei den schwachen Ergebnissen der europäischen Länder unter dem europäischen Durchschnitt von 15 liegt. Dieser Durchschnitt verbirgt allerdings große Disparitäten je nach Größe der Unternehmen: Während der Indikator bei Unternehmen mit weniger als 20 Beschäftigten sehr gering und seit 2005 stark rückläufig ist, nimmt er bei Unternehmen mit mehr als 20 Beschäftigten zu und erreicht bei Unternehmen mit mehr als 50 Beschäftigten einen Wert von 26.
- Er liegt in Deutschland bei 9, d.h. unter dem europäischen Schnitt von 15 %. Dieser Indikator, der bei Klein- und Mittelbetrieben durchgehend auf niedrigem Niveau ist, steigt in Unternehmen mit mehr als 500 Beschäftigten erheblich an (Wert 30). Es gibt folglich in Deutschland bei der Wahrnehmung der Wachstumsdynamik, je nach dem, ob es sich um Klein- oder Mittelbetriebe oder um Großunternehmen handelt, eine sehr große Diskrepanz.
- Er ist im Industriesektor (19) höher als in den anderen Sektoren.

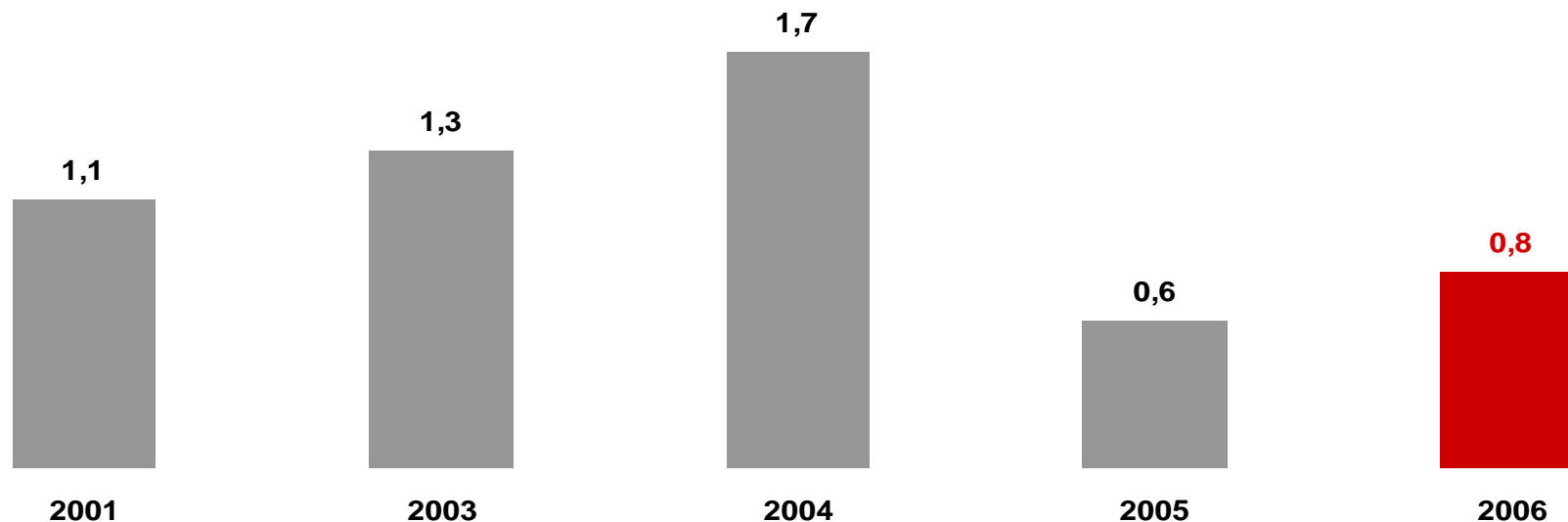
3 – FORDERUNGSMANAGEMENT DER UNTERNEHMEN

Durchschnittliche Kosten für das Forderungsmanagement (intern und extern)

Q26. Wie teuer ist für Ihr Unternehmen das Forderungsmanagement in % des Umsatzes?

→ Durchschnittliche Kosten (intern und extern) für das Forderungsmanagement in % des Umsatzes

Grundlage: Unternehmen, die wissen, wie hoch die Kosten für das Forderungsmanagement ihres Unternehmens sind



HINWEIS: 2005 wurde die Frage im Vergleich zur Frage der Vorjahre abgeändert (2001 bis 2004: Wie teuer kommt das Forderungsmanagement in % des Umsatzes ihr Unternehmen Ihrer Meinung nach zu stehen, wobei die gesamten internen und externen Ausgaben zu berücksichtigen sind? Die internen Aufwendungen umfassen die Kundenbuchhaltung, Kundenbeziehungen, Beitreibung von Forderungen, die Suche nach Handelsinformationen und das Forderungsmanagement, die externen Kosten umfassen das Abonnement bei einer Auskunftsgesellschaft, die Kosten für eine Kreditversicherung, den Vertrag bei einer Beitreibungsgesellschaft, die Anwalts- und Gerichtsvollzieherhonorare, das Factoring und das Consulting im Forderungsmanagement»)

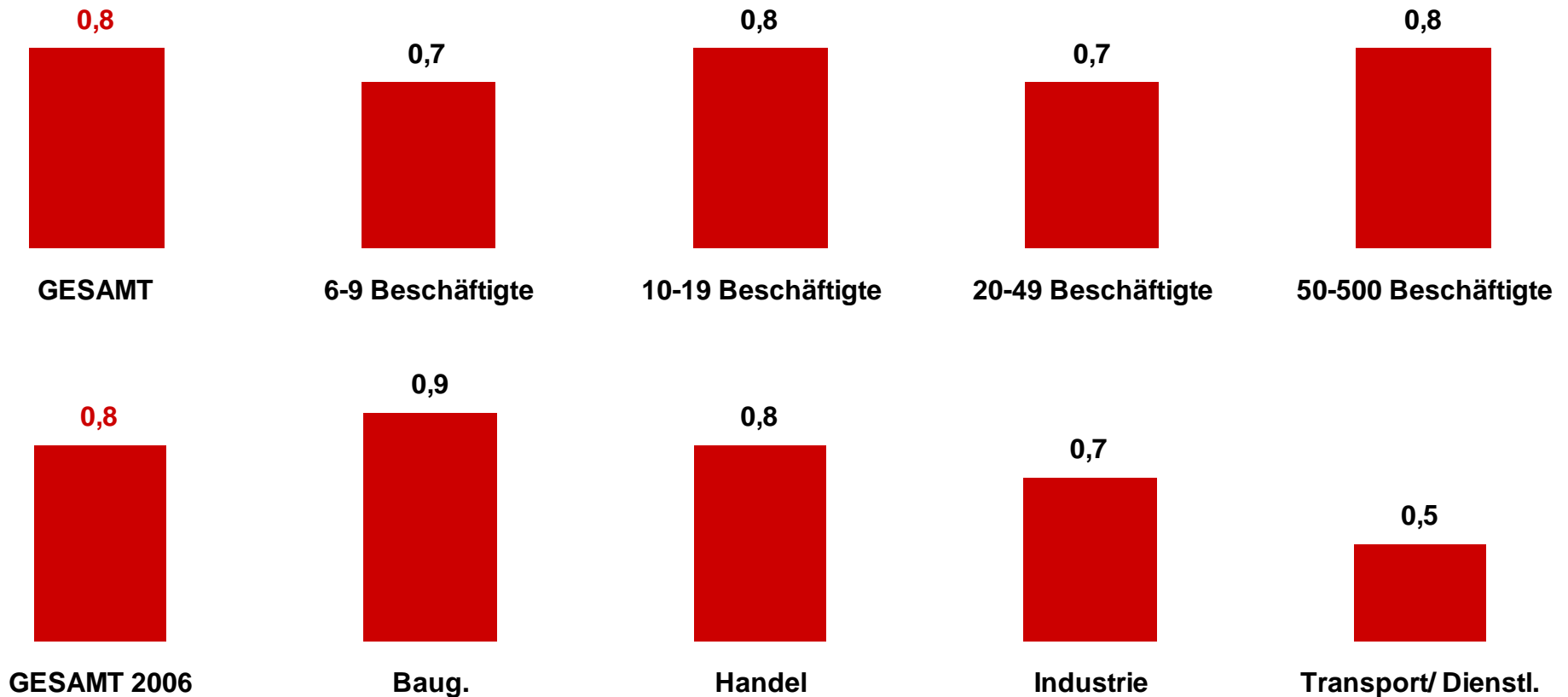
[*] Der Durchschnitt wird auf der Grundlage folgender Annahmen berechnet: Es wurde für jede Gruppe der Mittelwert (Beispiel 0,5 bis 0,9 % = 0,7 %) und für die letzte Gruppe 5 % herangezogen.

Durchschnittliche Kosten für das Forderungsmanagement (intern und extern)

Q26. Wie teuer ist für Ihr Unternehmen das Forderungsmanagement in % des Umsatzes?

→ Durchschnittliche Kosten (intern und extern) für das Forderungsmanagement in % des Umsatzes

Grundlage: Unternehmen, die wissen, wie hoch die Kosten für das Forderungsmanagement ihres Unternehmens sind



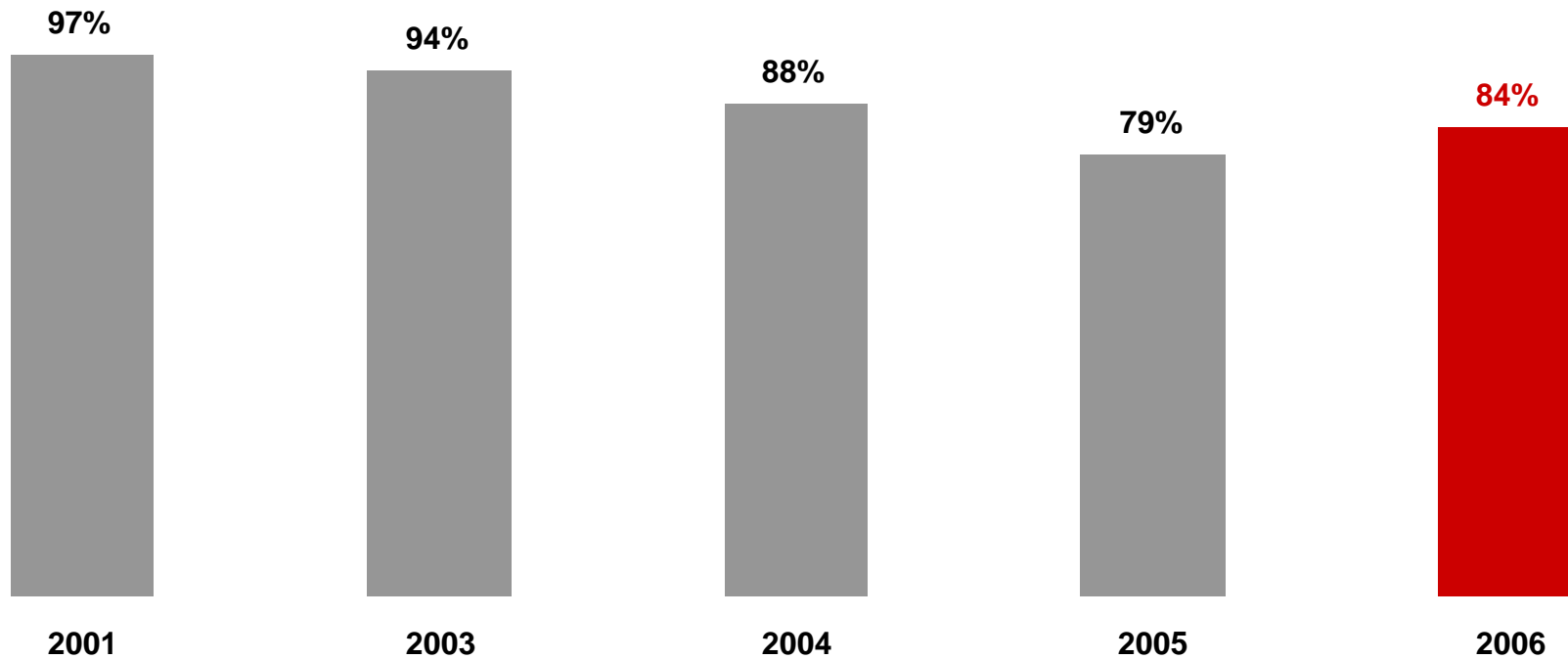
[*] Der Durchschnitt wird auf der Grundlage folgender Annahmen berechnet: Es wurde für jede Gruppe der Mittelwert (Beispiel 0,5 bis 0,9 % = 0,7 %) und für die letzte Gruppe 5 % herangezogen.

Externe Leistungserbringer für das Forderungsmanagement

Q25 . Greift Ihr Unternehmen für das Forderungsmanagement derzeit auf nachstehenden Möglichkeiten zurück?

→ % an Unternehmen, die ihr Forderungsmanagement externen Leistungserbringern anvertrauen

Grundlage: Alle befragten Unternehmen

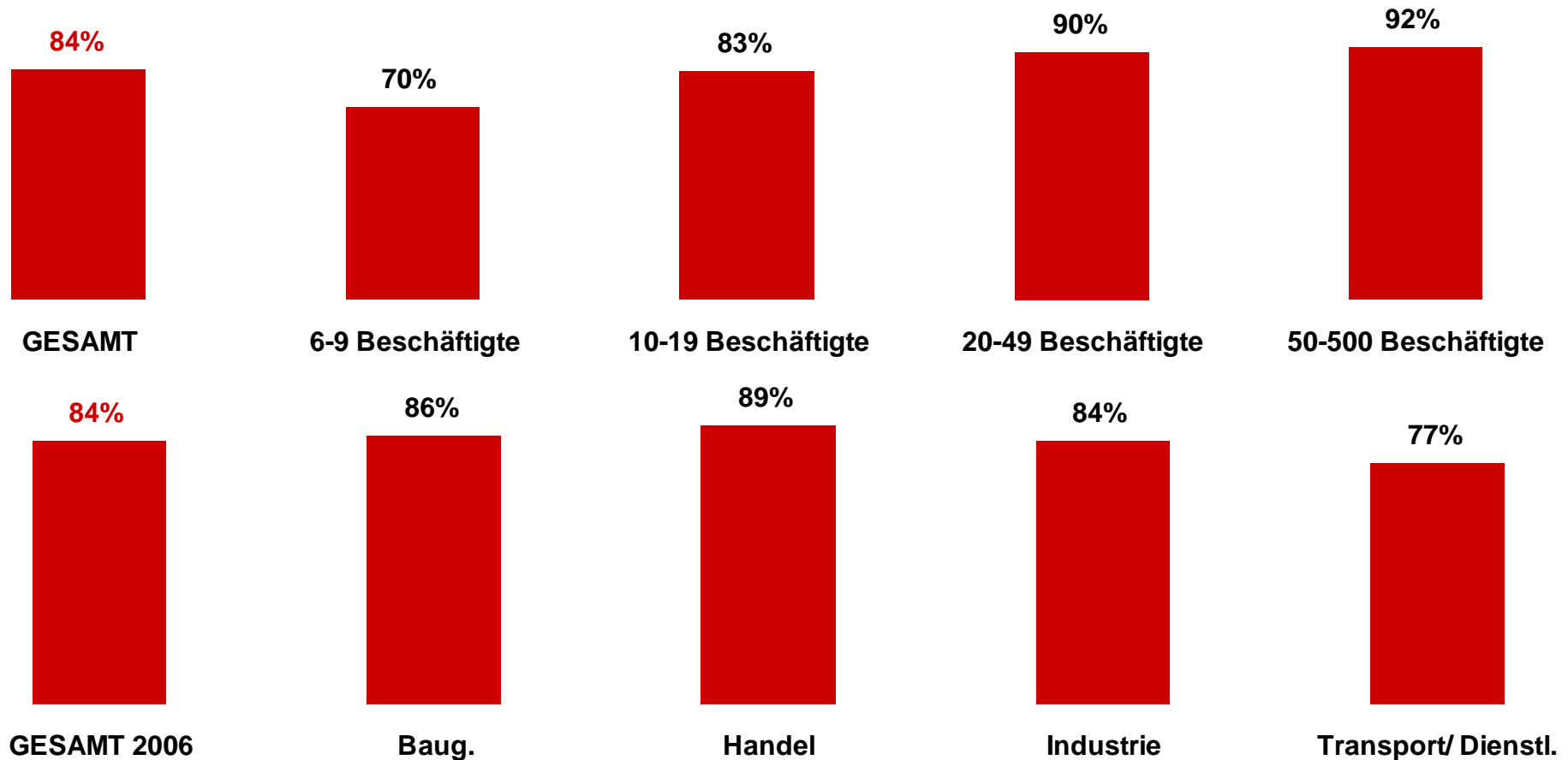


Externe Leistungserbringer für das Forderungsmanagement

Q25 . Greift Ihr Unternehmen für das Forderungsmanagement derzeit auf nachstehenden Möglichkeiten zurück?

→ % an Unternehmen, die ihr Forderungsmanagement externen Leistungserbringern anvertrauen

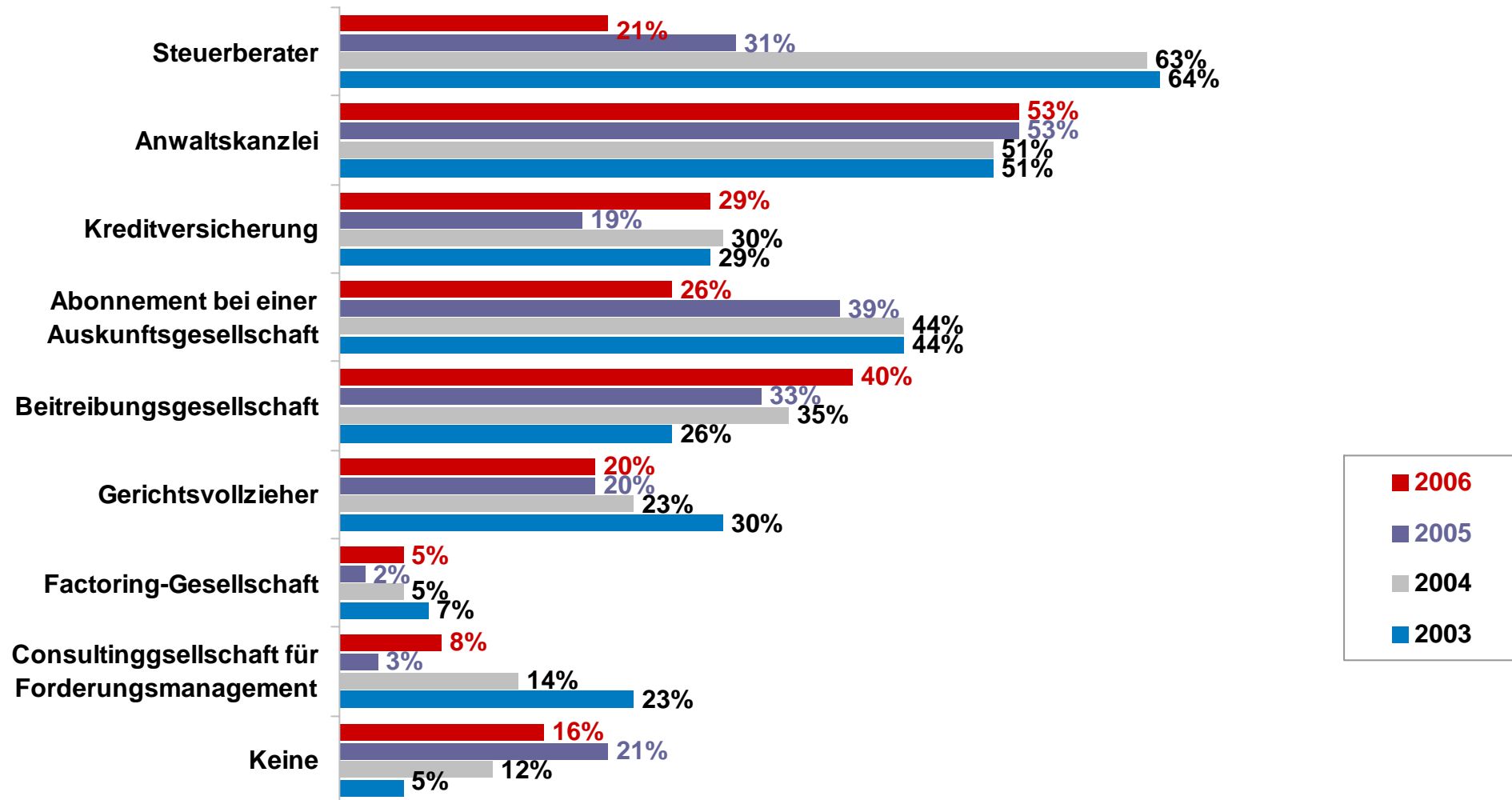
Grundlage: Alle befragten Unternehmen



Externe Leistungserbringer für das Forderungsmanagement (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

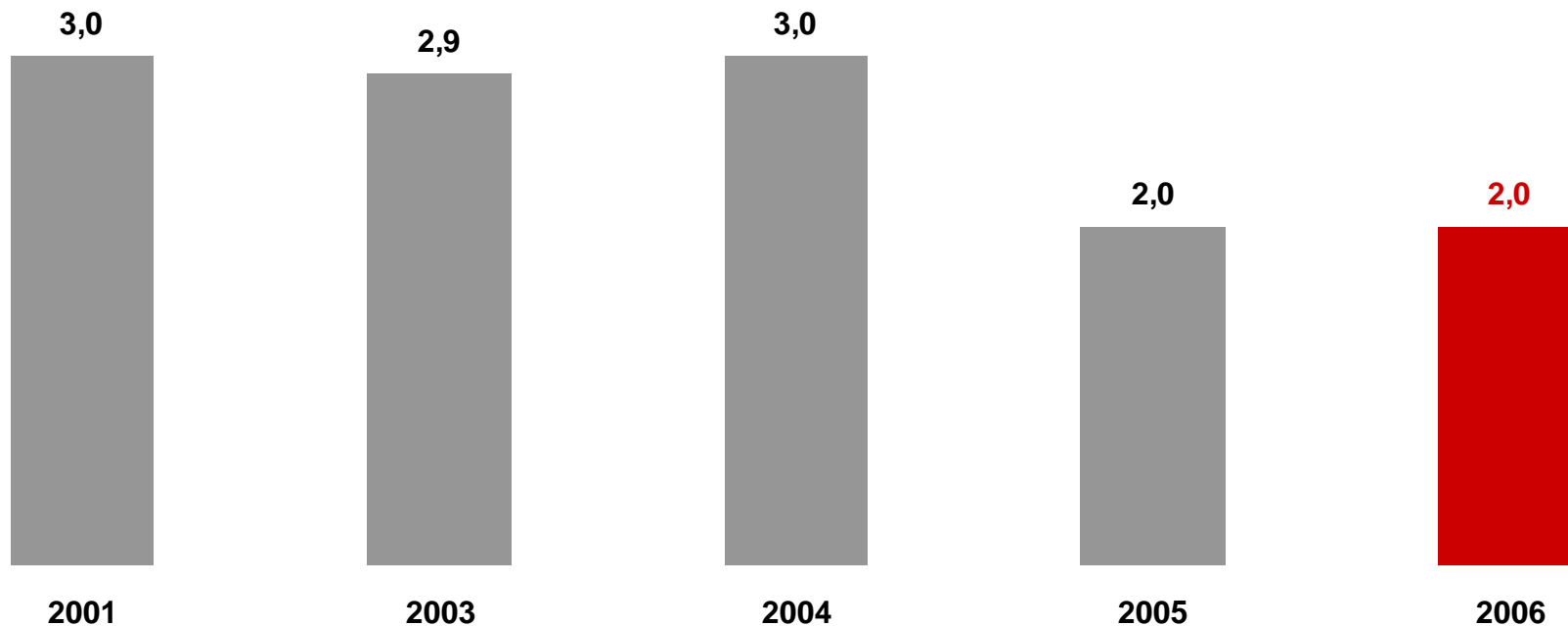
% vertical	GESAMT 2006	Beschäftigtenzahl				Tätigkeitssektor			
		6 - 9 Beschäftigte	10 - 19 Beschäftigte	20 - 49 Beschäftigte	50 - 500 Beschäftigte	Baug.	Handel	Industrie	Transport/ Dienstl.
für Forderungen zuständige Anwaltskanzleien	53%	46%	53%	50%	62%	56%	57%	52%	46%
Beitreibungsgesellschaft	40%	43%	<u>33%</u>	48%	45%	33%	48%	39%	40%
Kreditversicherung	29%	19%	<u>20%</u>	39%	50%	24%	28%	36%	21%
Abonnement bei einer Auskunftsgesellschaft	26%	19%	22%	26%	43%	23%	31%	28%	19%
teuerberater oder zugelassene Verwaltungszentren	21%	37%	23%	16%	14%	40%	18%	18%	<u>9%</u>
für Forderungen zuständige Gerichtsvollzieher	20%	10%	17%	23%	35%	13%	22%	23%	22%
Consultinggesellschaft für Forderungsmanagement	8%	13%	<u>5%</u>	11%	10%	6%	9%	8%	9%
Factoring-Gesellschaft	5%	3%	3%	8%	8%	6%	5%	6%	2%
GESAMT	100%	100%		100%	100%	100%		100%	100%

Anzahl der externen Forderungsmanagement-Leistungen

Q25 . Greift Ihr Unternehmen für ihr Forderungsmanagement derzeit auf eine der nachstehenden Möglichkeiten zurück?

→ Durchschnittliche Anzahl externer Forderungsmanagement-Leistungen

Grundlage: Alle befragten Unternehmen

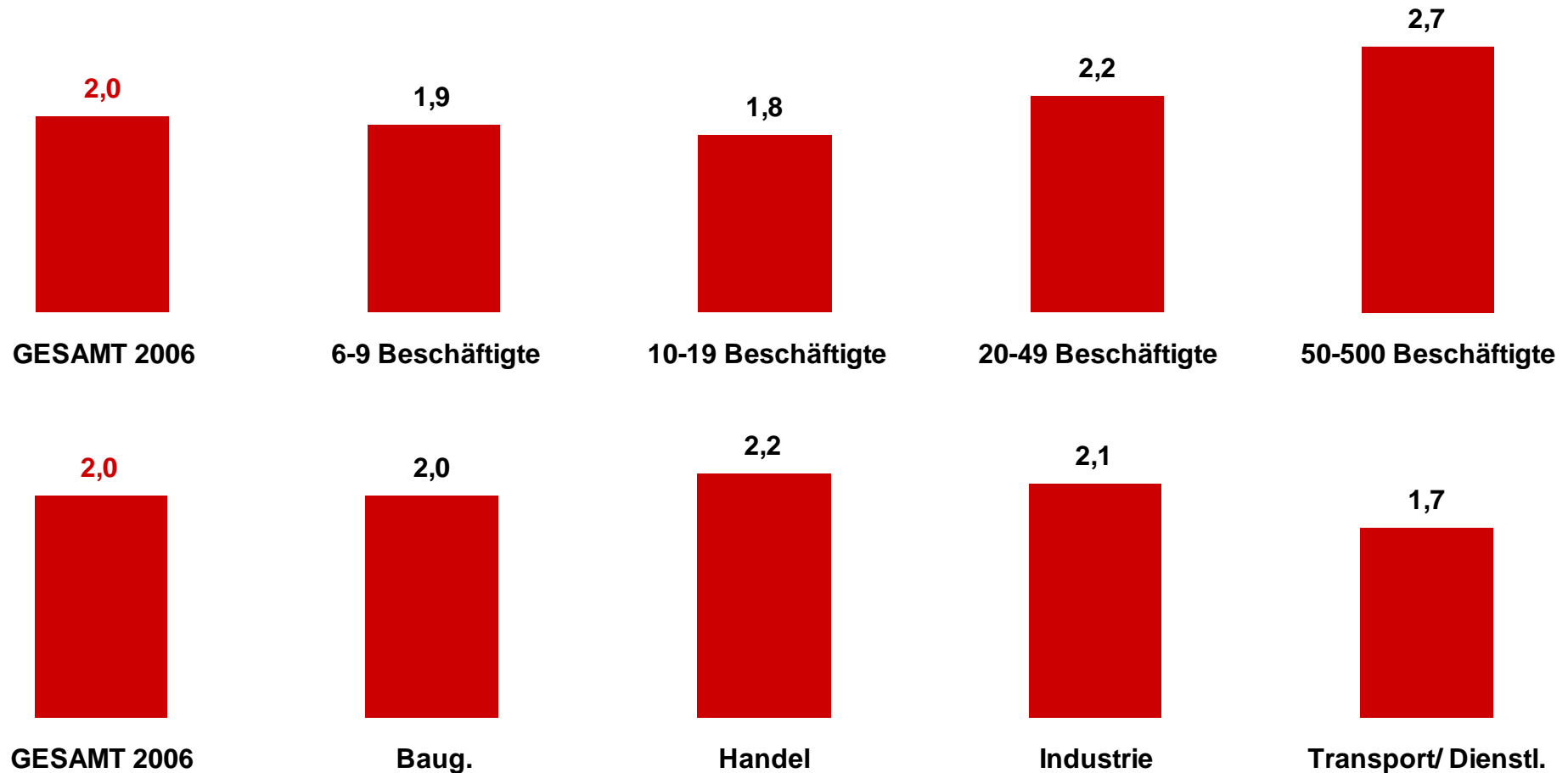


Anzahl der externen Forderungsmanagement-Leistungen

Q25 . Greift Ihr Unternehmen für ihr Forderungsmanagement derzeit auf eine der nachstehenden Möglichkeiten zurück?

→ Durchschnittliche Anzahl externer Forderungsmanagement-Leistungen

Grundlage: Alle befragten Unternehmen

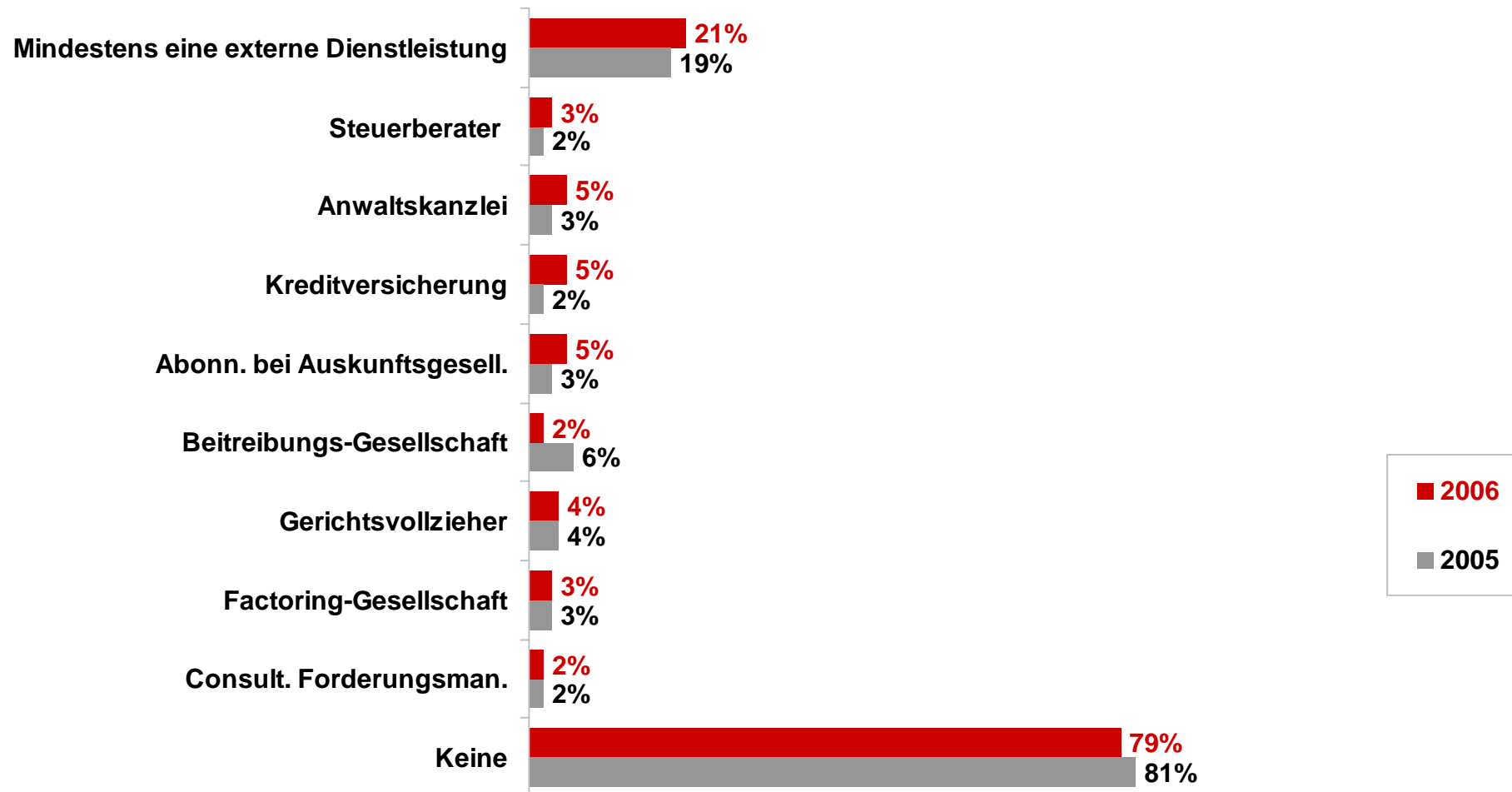


Mögliche externe Forderungsmanagement-Leistungen

Q27 . 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

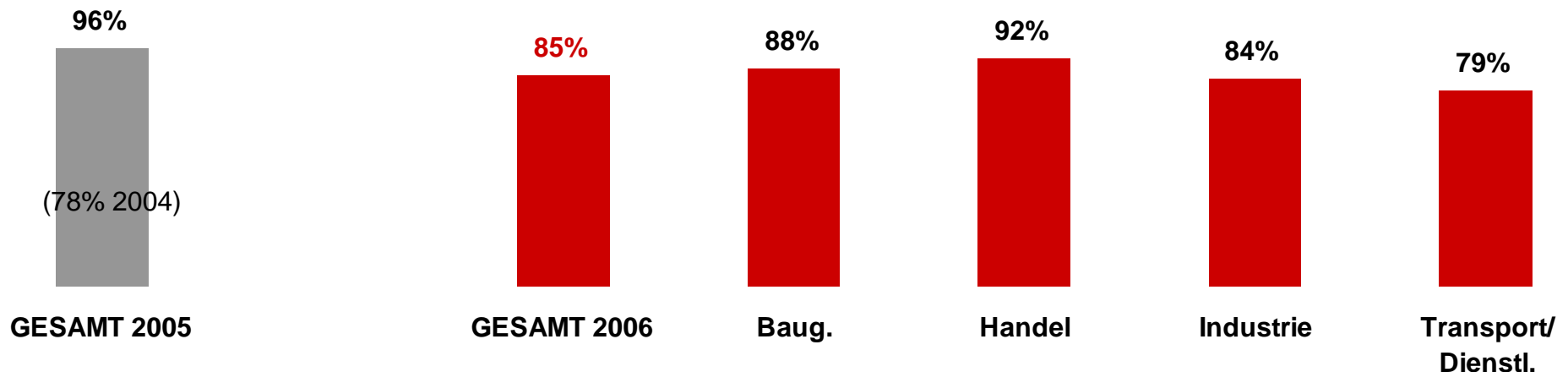
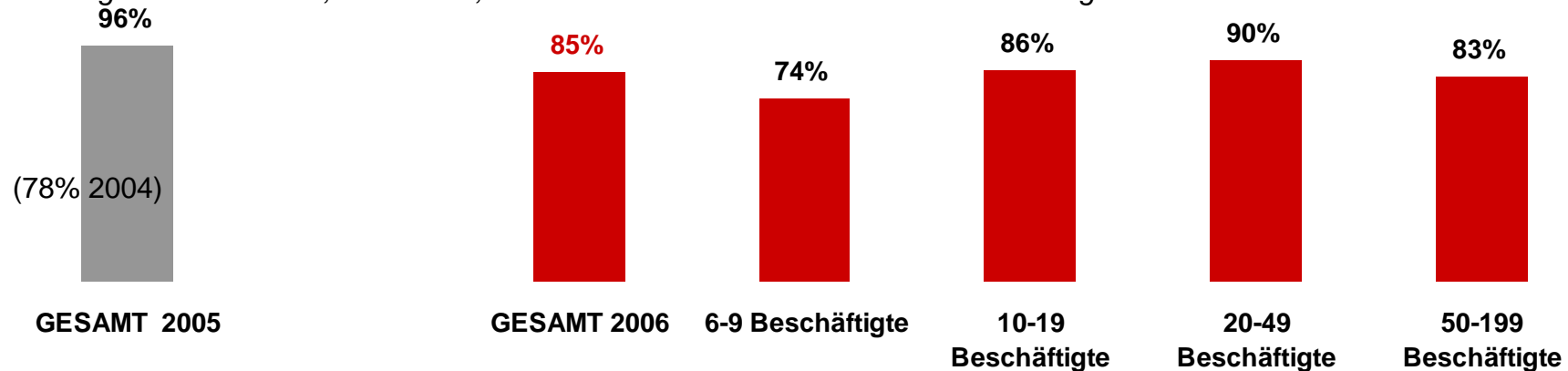
- Deutschland, wo 0,8 % des Umsatzes in das Forderungsmanagement fließen, liegt im europäischen Mittel. Dieser Anteil nimmt seit 2005, als er noch bei 0,6 % lag, kontinuierlich zu.
- Vier Fünftel greifen in Deutschland für ihr Forderungsmanagement auf externe Leistungserbringer zurück. Dieser Anteil steigt bei zunehmender Beschäftigtenzahl leicht an und ist im Bereich Transport/Dienstleistungen etwas niedriger.
- Es handelt sich, wie auch in den meisten anderen europäischen Ländern (mit Ausnahme Frankreichs und Großbritanniens) vorwiegend um Anwaltskanzleien (mindestens jedes zweite Unternehmen), gefolgt von Beitreibungsgesellschaften und Auskunftsfirmen.
- Die Kreditversicherung wird von 29% der Klein- und Mittelbetriebe benutzt. Dieser Anteil nimmt mit zunehmender Beschäftigtenzahl, vor allem bei Unternehmen mit mehr als 50 Beschäftigten, zu. Er ist ebenfalls etwas höher im Industriesektor (36 %). Factoring dagegen wird in Deutschland nur wenig benutzt (5% der Unternehmen), wohingegen in den anderen Ländern jeder zehnte Klein- oder Mittelbetrieb darauf zurückgreift.
- Die Auslagerung des Forderungsmanagements könnte in Deutschland leicht ausgebaut werden, da jedes fünfte Unternehmen die Benutzung externer Dienstleistungen für das Forderungsmanagement in Betracht ziehen könnten.

Unbezahlte Forderungen

Q28 . 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

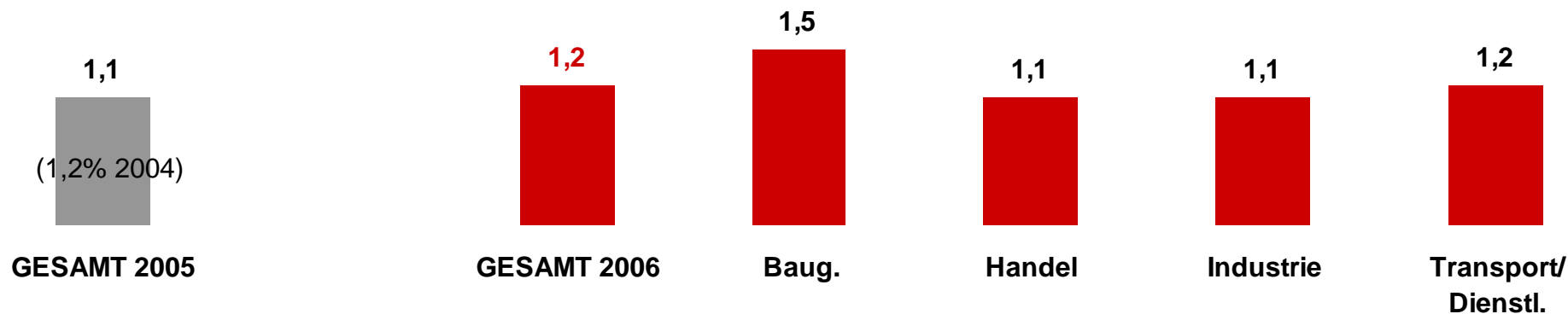
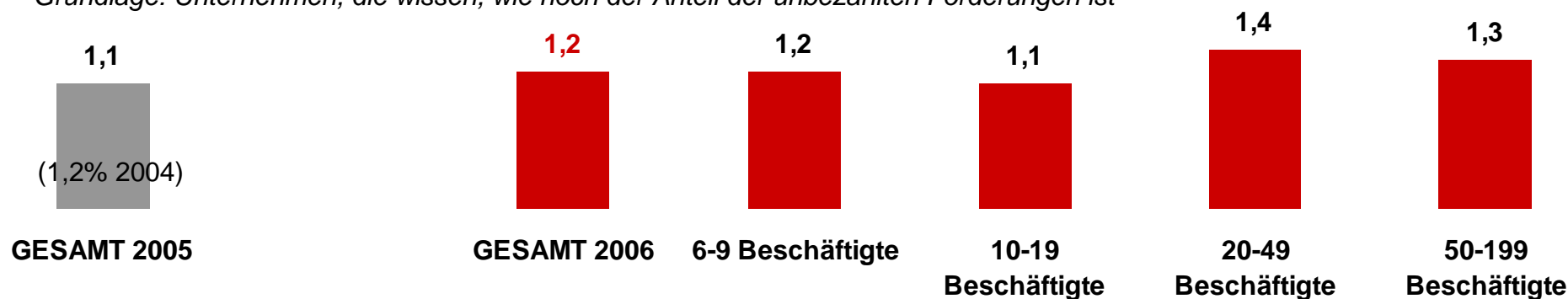


Durchschnittlicher Anteil der unbezahlter Forderungen am Umsatz

Q28 . Wie hoch 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)

→ 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 5,4 % herangezogen.

ANALYSE: Unbezahlte Forderungen

- Im europäischen Vergleich scheinen die Klein- und Mittelbetriebe in Deutschland trotz des rückläufigen Anteils an angeschlagenen Unternehmen seit 2005 (85% im Jahr 2006 im Gegensatz zu 96% im Jahr 2006) von den Handelsrisiken am stärksten betroffen zu sein: in fast allen Unternehmen gab es unbezahlte Forderungen. Diese machen im Durchschnitt 1,2% des Umsatzes aus im Gegensatz zu 0,9 % in den anderen Ländern aus.
- Es gibt keinen deutlichen Unterschied zwischen dem Segment der Unternehmensgröße und dem Segment der Tätigkeitssektoren. Nur der Bausektor scheint leicht davon betroffen zu sein.

4 – ZAHLUNGSFRISTEN

Die durchschnittlichen Zahlungsfristen (1)

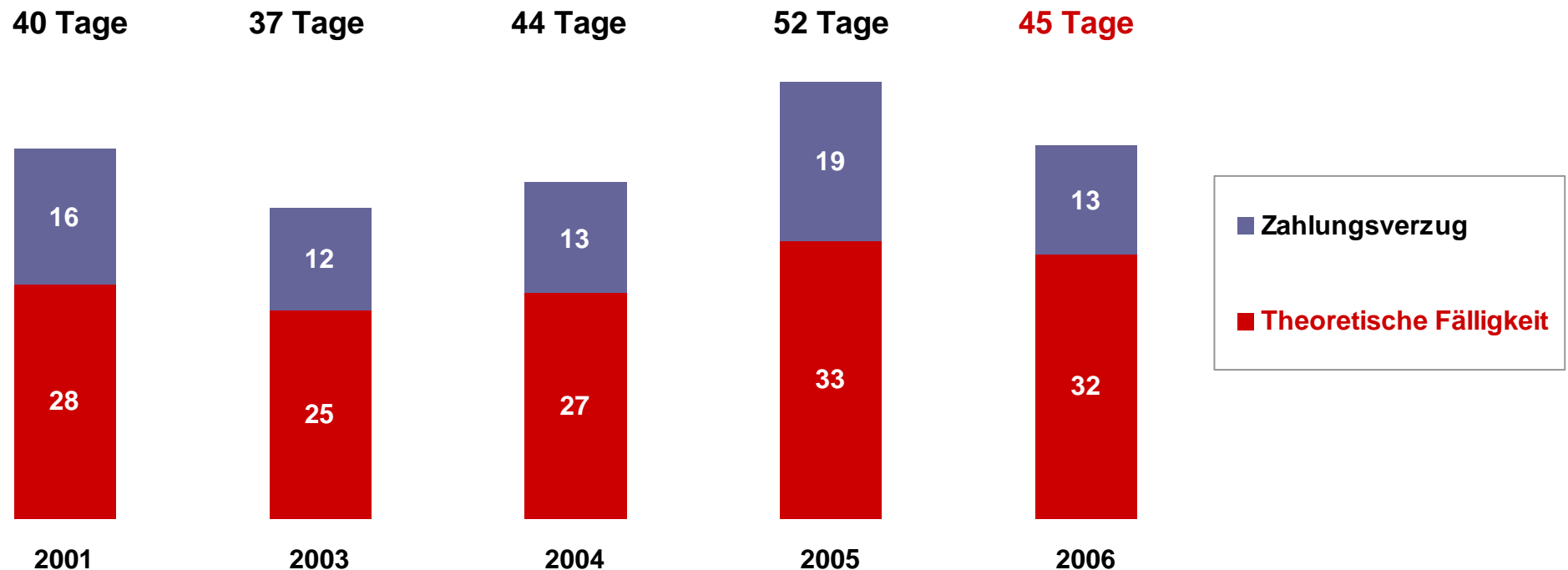
Q20 . Zu welchen Zahlungsfristen verpflichten sich im Durchschnitt die Kunden, mit denen Sie Geschäfte abschließen.

Q21 . Stellen Sie generell eine Abweichung zwischen angekündigter Zahlung und tatsächlicher Zahlung fest?

Q22 . Um wieviel 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. In den vorhergehenden Jahren waren die privaten Unternehmen in Großunternehmen oder Großkonten (mit Vertrieb), Einzelhändler, Klein- und Mittelbetriebe (einschließlich Großhändlern) und das Konzessionärs- oder Franchisenehmernetz untergliedert. Die Ergebnisse für 2005 sind folglich nicht wirklich mit den Ergebnissen der vergangenen Jahre vergleichbar.

Die durchschnittlichen Zahlungsfristen

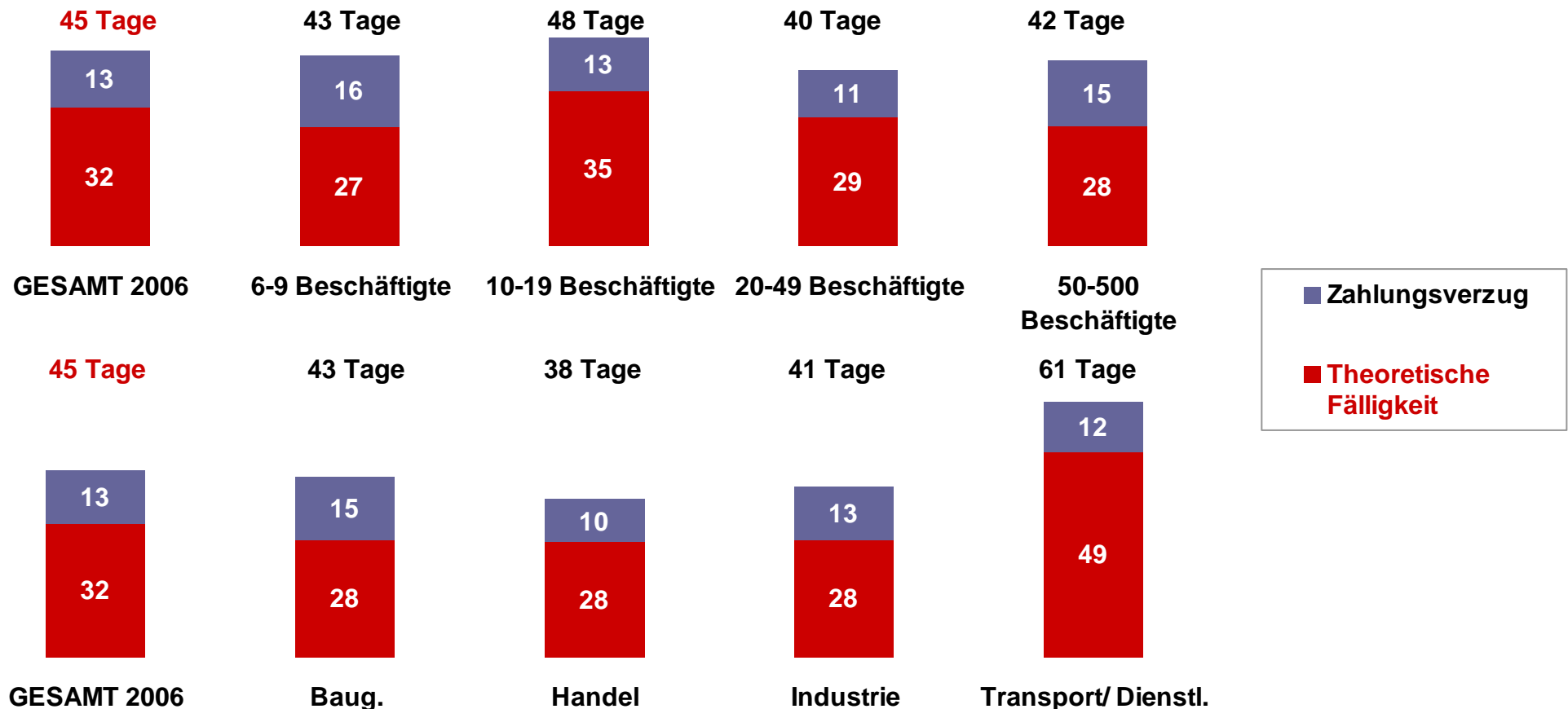
Q20 . Zu welchen Zahlungsfristen verpflichten sich im Durchschnitt die Kunden, mit denen Sie Geschäfte abschließen.

Q21 . Stellen Sie generell eine Abweichung zwischen angekündigter Zahlung und tatsächlicher Zahlung fest?

Q22 . Um wieviel Tage sind die Kunden im Schnitt im Verzug?

→ In der Praxis durchschnittliche Anzahl von Tagen bis zur Zahlung

Grundlage: Alle befragten Unternehmen

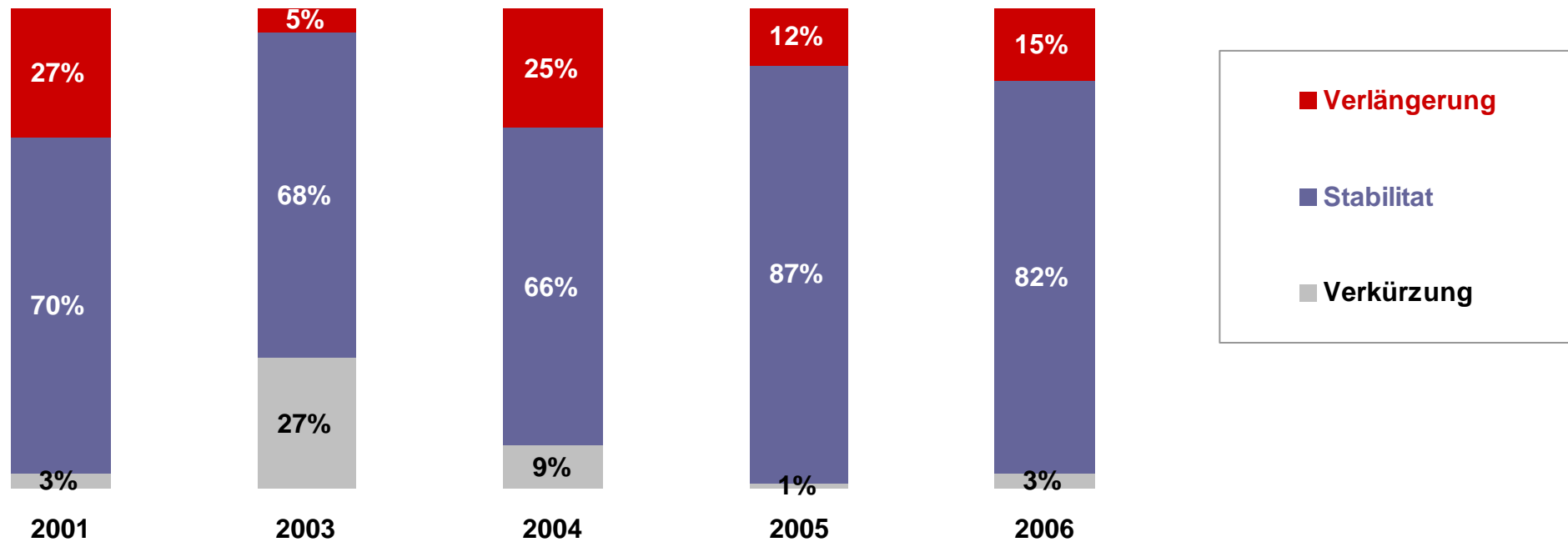


Erwartete Entwicklung der Zahlungsfristen

Q40 . Glauben Sie, dass sich die Zahlungsfristen in den kommenden Jahren eher verlängern, verkürzen oder stabil bleiben werden?

➔ % an Unternehmen, die mit einer Verlängerung, einer Verkürzung oder stabilen Zahlungsfristen rechnen

Grundlage: Alle befragten Unternehmen

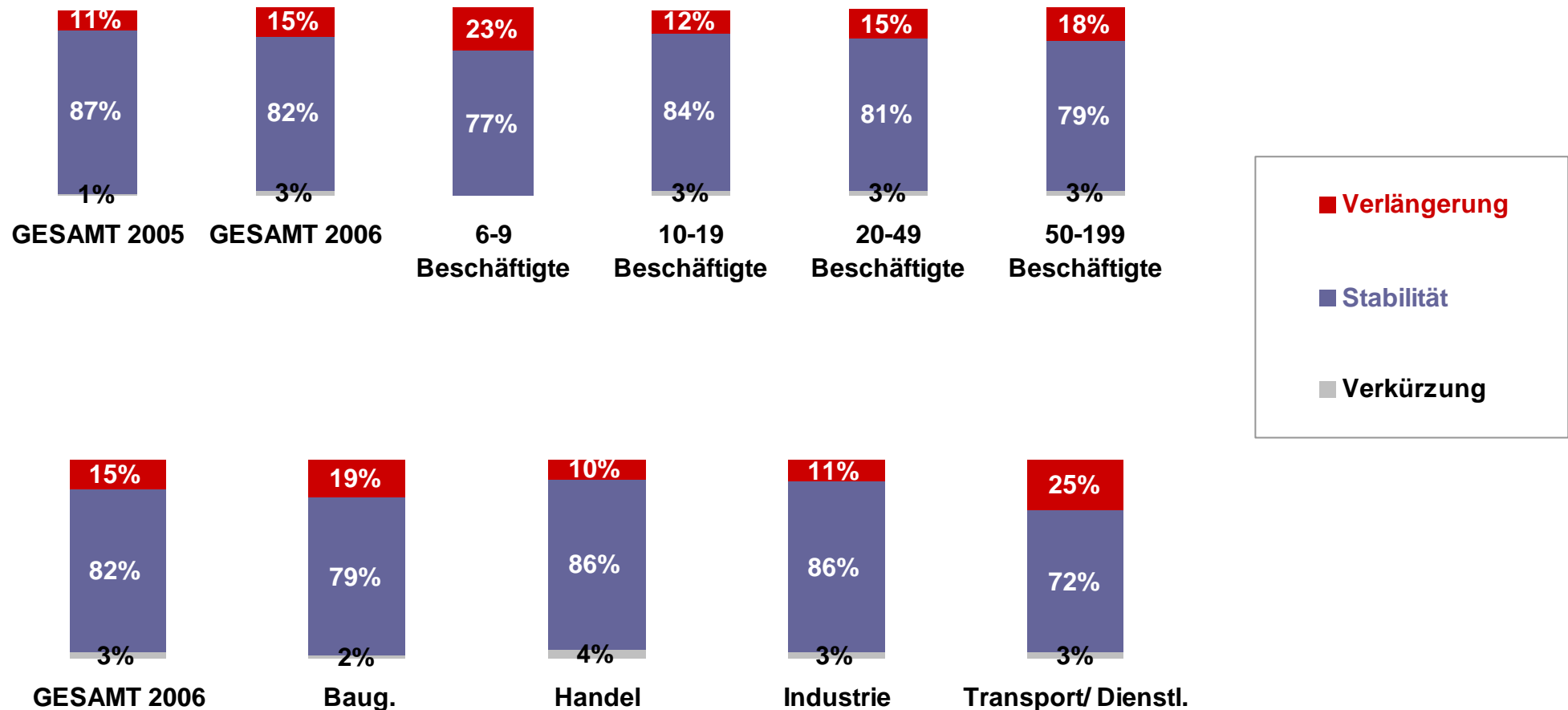


Q40: Glauben Sie, dass sich die Zahlungsfristen in den kommenden Jahren eher verlängern, verkürzen oder stabil bleiben werden?

Erwartete Entwicklung der Zahlungsfristen

→ % an Unternehmen, die mit einer Verlängerung, einer Verkürzung oder stabilen Zahlungsfristen rechnen

Grundlage: Alle befragten Unternehmen



ANALYSE: Die Zahlungsfristen

- Ein deutsches Unternehmen lässt sich im Durchschnitt nach 1 1/2 Monaten bezahlen. Dies scheint wesentlich kürzer als die Fristen in den anderen europäischen Ländern zu sein, wo die Zahlung - mit Ausnahme Großbritanniens - nach mehr als zwei Monaten erfolgt. Die theoretischen Fälligkeiten sind ferner kürzer als die tatsächlich praktizierten Zahlungsfristen.
- Diese Fristen sind ein wenig länger im Transport-/Dienstleistungssektor (61) Tage. Die Größe der Unternehmen spielt hier praktisch keine Rolle.
- In Deutschland und in Großbritannien rechnet man am wenigsten mit einer Verlängerung der Zahlungsfristen (weniger als 15 %). Die Mehrheit erwartet eine Stabilität der Situation.

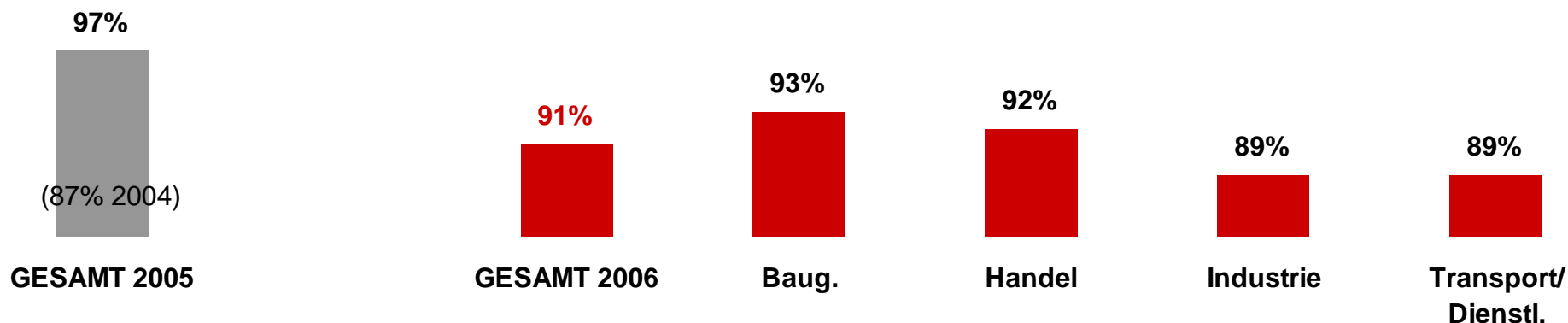
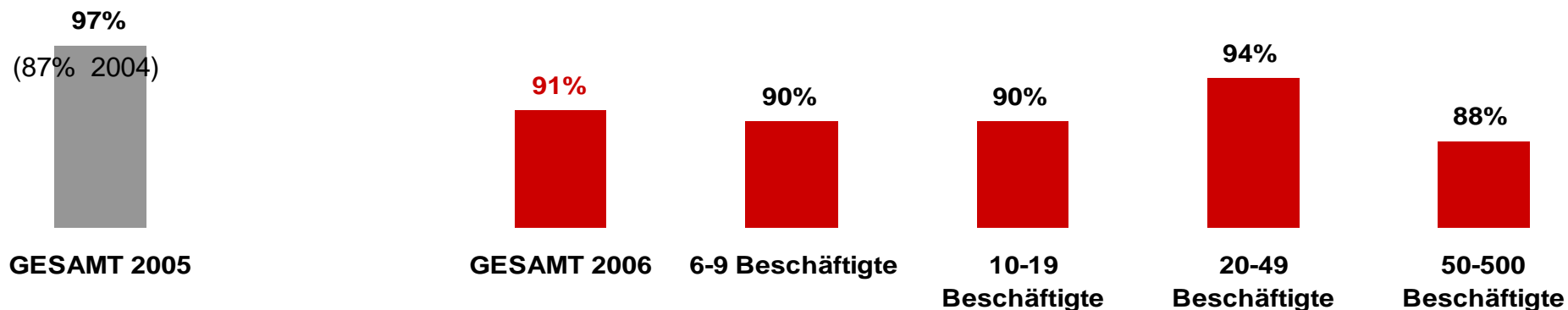
5 – BEITREIBUNG

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

Q60 . Nach wieviel 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

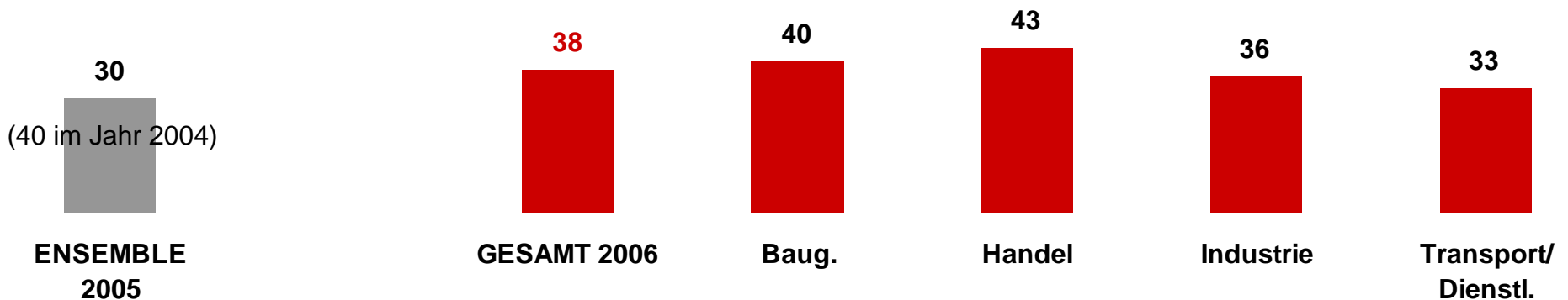


Durchschnittliche Frist für die Einleitung eines Beitreibungsverfahrens

Q60 . Nach wieviel Tagen nach Fälligkeit einschließlich der internen Mahnung leitet Ihr Unternehmen ein gütliches oder nicht gütliches Beitreibungsverfahren ein?

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

Base : GESAMT des entreprises engageant un processus de recouvrement

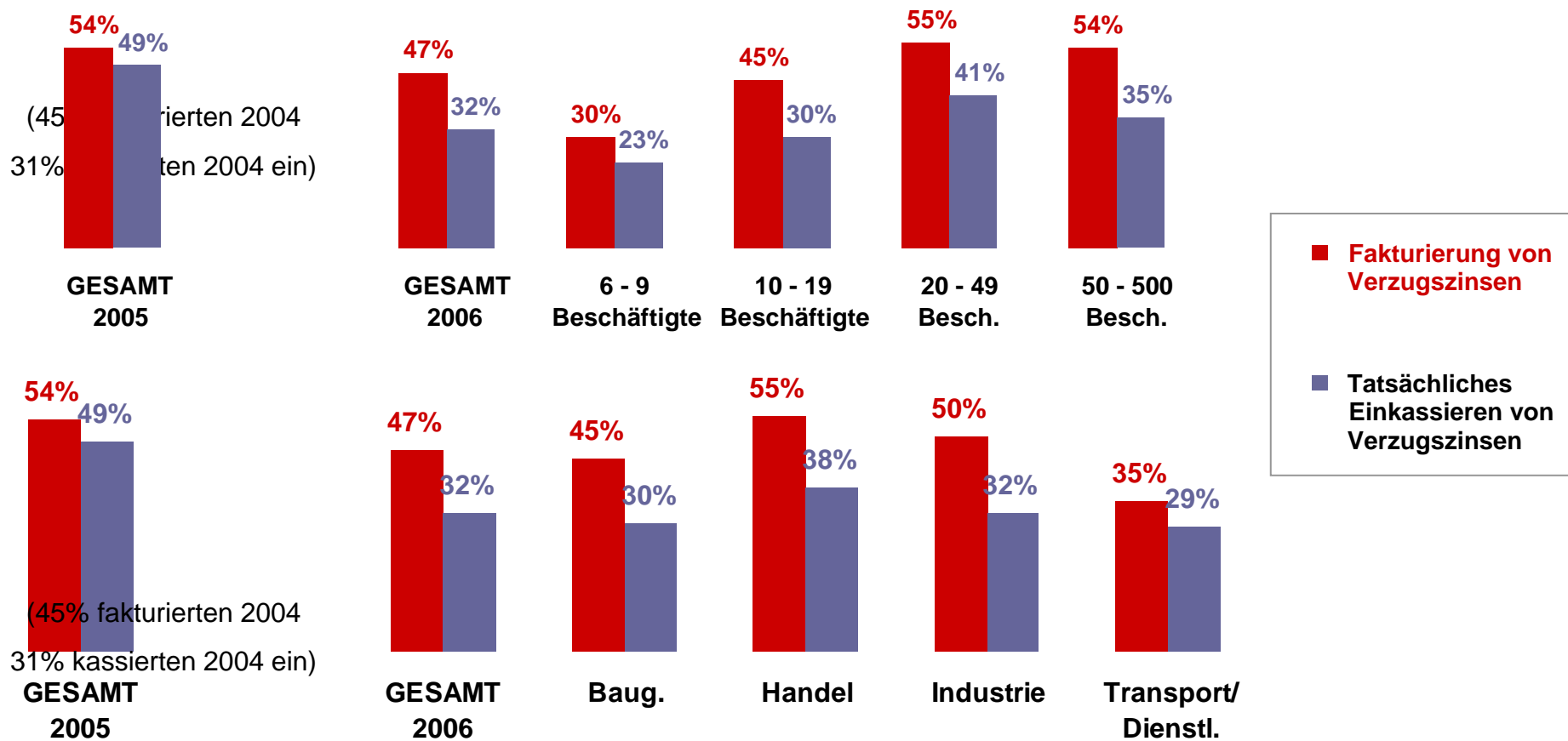


Q61. Wie fakturiert Ihr Unternehmen Verzugszinsen bei Zahlung nach Fälligkeit?

Q61b. Werden Sie tatsächlich einkassiert?

Grundlage: Alle fakturierten Unternehmen

➔ % an Unternehmen, die Verzugszinsen in Rechnung stellen und einkassieren



ANALYSE: Beitreibung

- In Deutschland wartet man durchschnittlich 38 Tage, bis man ein Beitreibungsverfahren einleitet, was etwa dem europäischen Durchschnitt entspricht.
- Die Fakturierung von Verzugszinsen ist eine gängige Praxis (47 % der Unternehmen), vor allem im Handel, in den europäischen Ländern, vor allem in Südeuropa, ist dies jedoch weitaus unüblicher.
- Fakturierte Verzugszinsen werden in zwei Drittel aller Fälle auch einkassiert. Dies ist ein deutlicher Rückgang seit 2005 und wirft Deutschland auf den letzten Platz in Europa zurück.

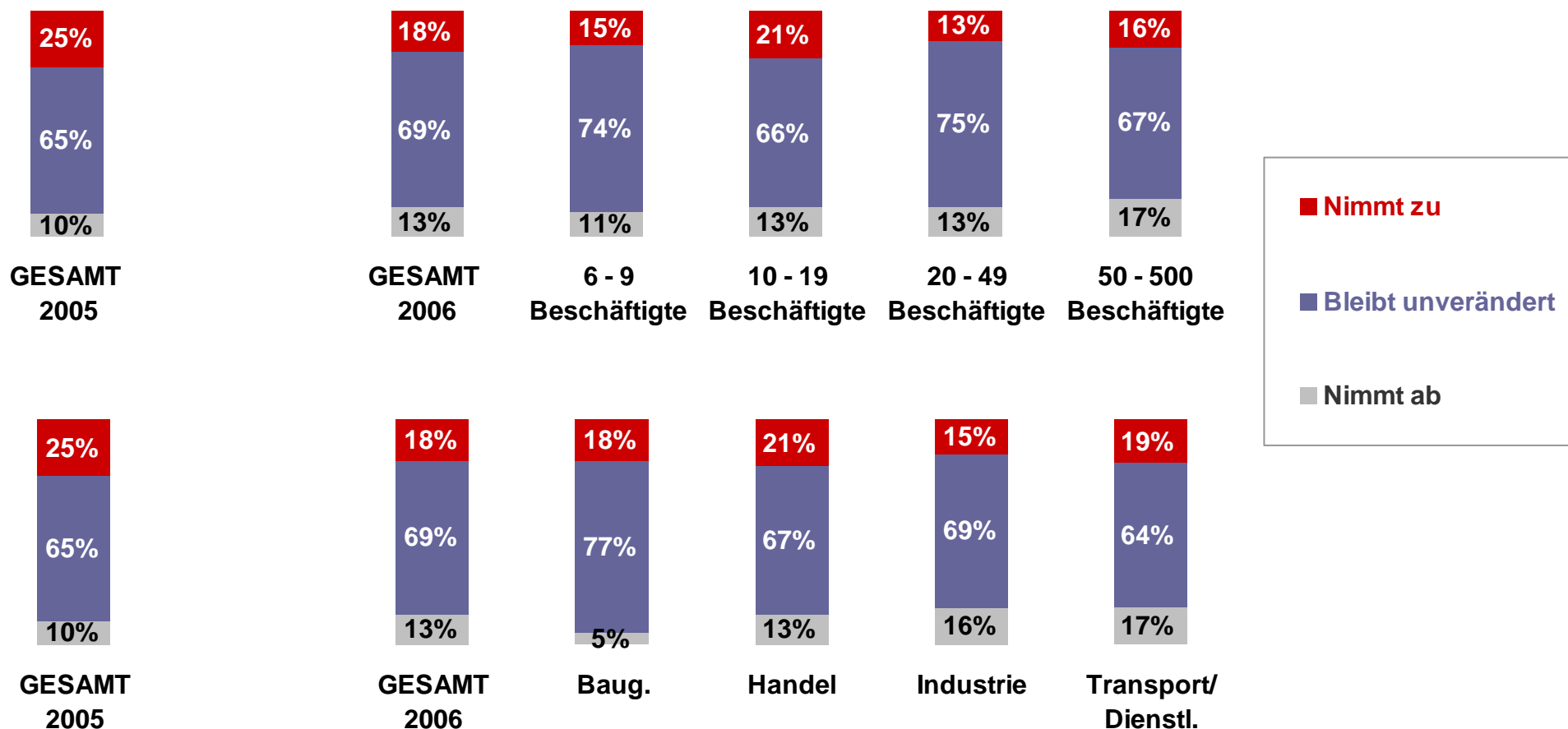
6 – DER FINANZIERUNGSBEDARF DER UNTERNEHMEN

Derzeitige Entwicklung des Finanzierungsbedarfs

Q50. 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

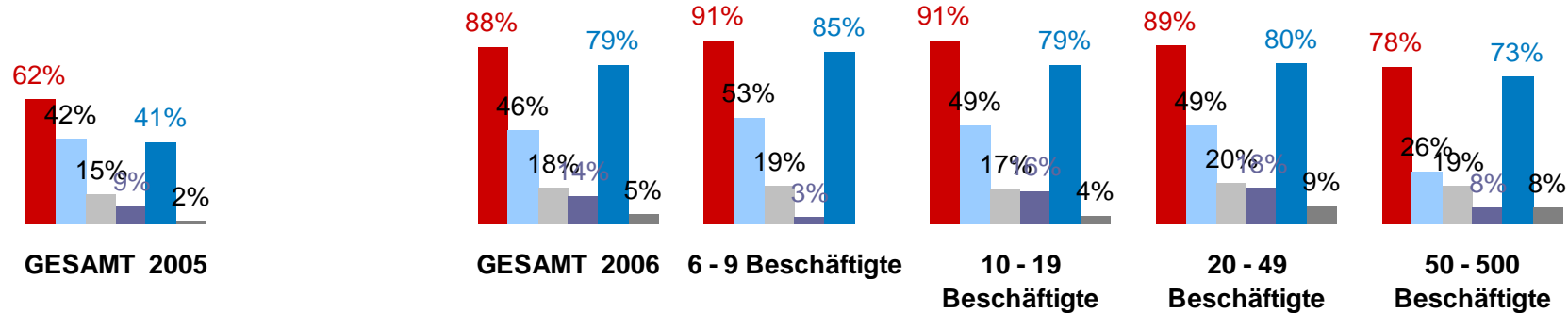


Mittel, um dem Finanzierungsbedarf zu decken

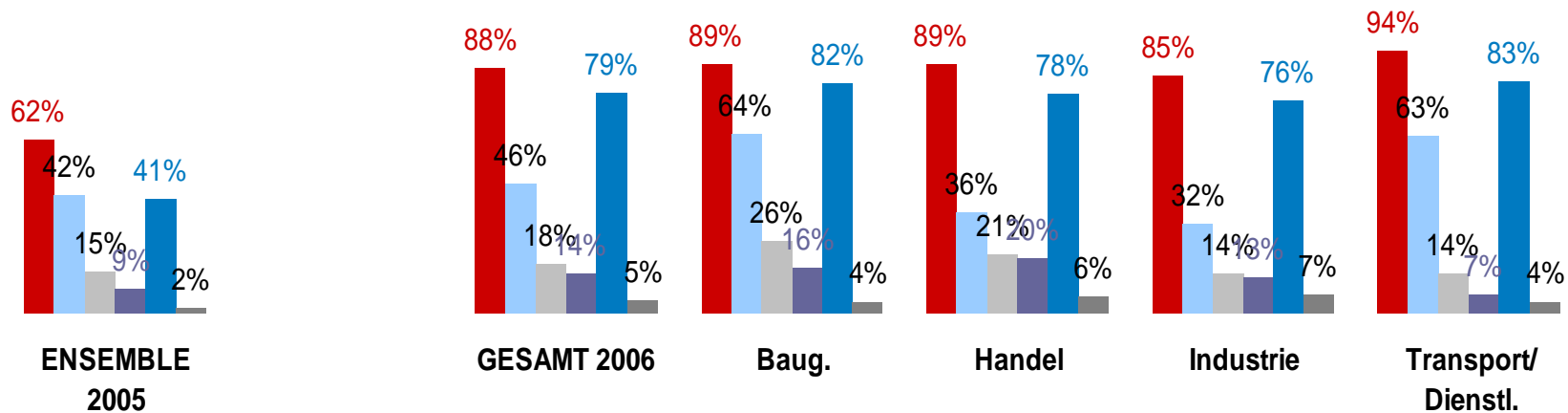
Q52. Greift Ihr Unternehmen, um den Finanzierungsbedarf zu decken, auf eines der folgenden Mittel zurück?

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

Grundlage: Alle befragten Unternehmen



■ Mindestens ein Mittel ■ Überziehung ■ Diskont ■ Finanzierung von Handelsforderungen ■ Lieferfristen ■ Factoring

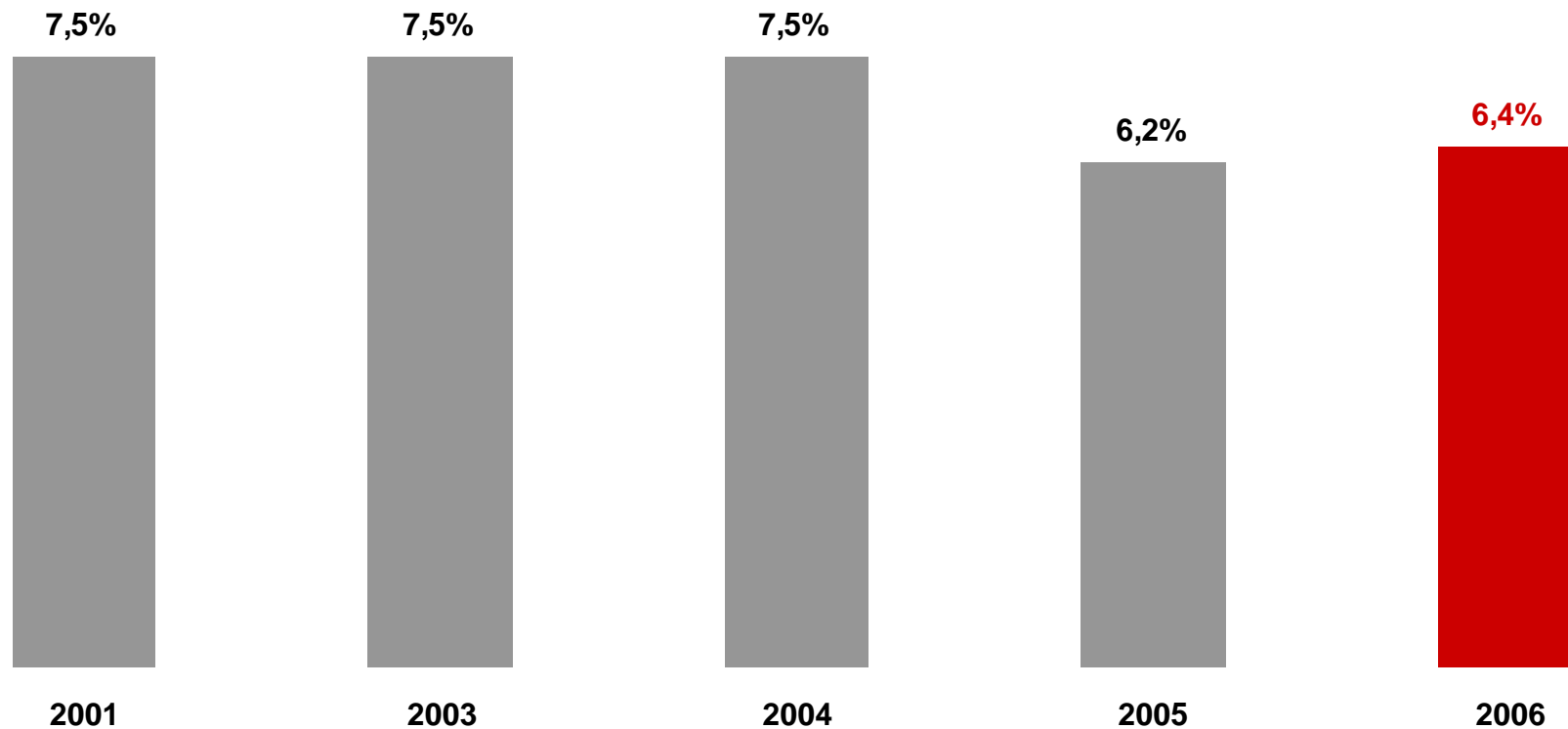


Durchschnittlicher Finanzierungssatz

Q53 . Wenn Sie auf Kreditlinien oder Bankfazilitäten zurückgreifen, wie hoch ist der durchschnittliche kurzfristige Effektivzins der Finanzierung?

→ Angewandter durchschnittlicher kurzfristiger Effektivzins

Grundlage: Alle befragten Unternehmen

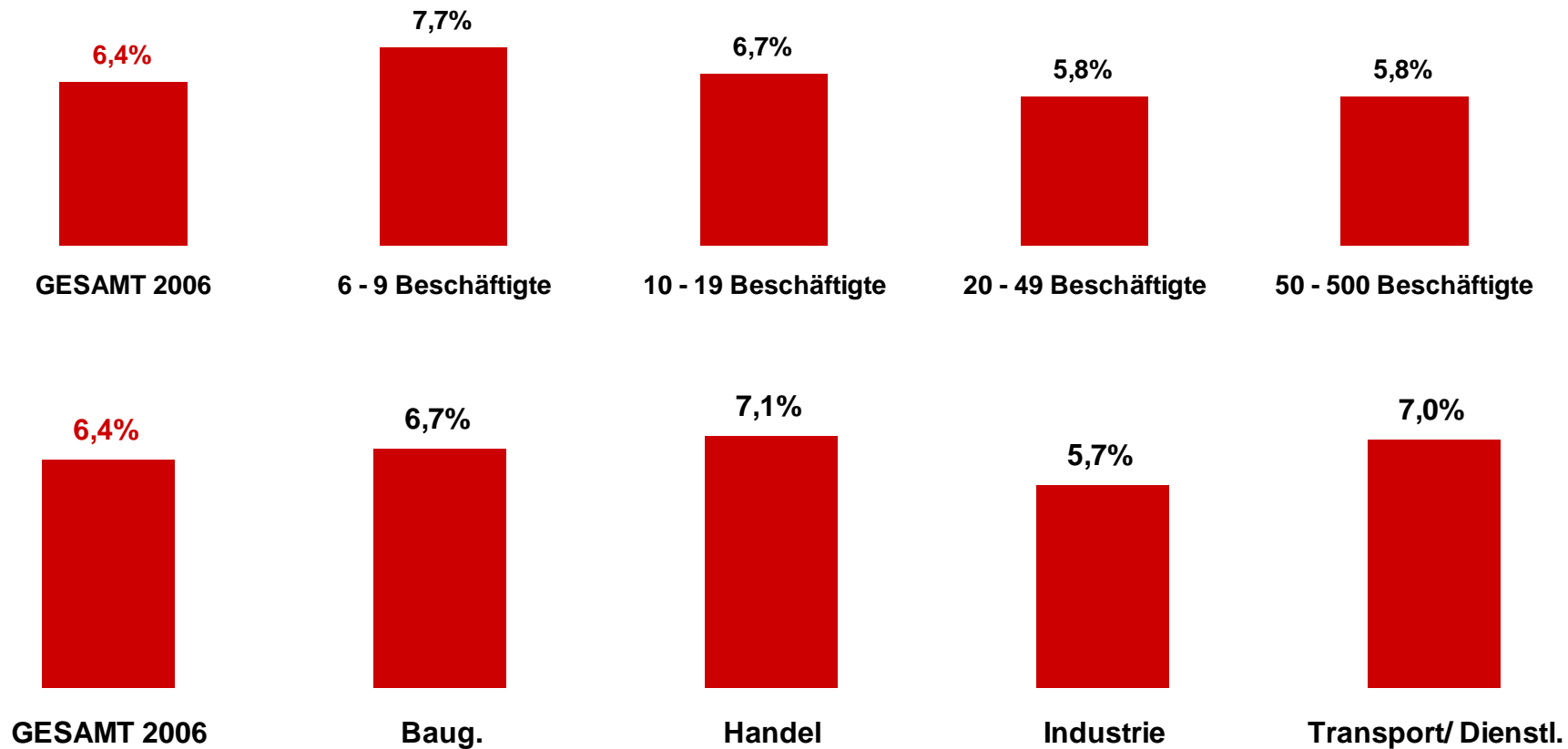


[*] Der durchschnittliche Zins wird auf der Grundlage folgender Annahmen berechnet: Es wurde für jede Gruppe der Mittelwert (z.B. 0,1 bis 0,4 % = 0,25 %) und für die letzte Gruppe 5,4 % herangezogen.

Q53 . Wenn Sie auf Kreditlinien oder Bankfazilitäten zurückgreifen, wie hoch ist der durchschnittliche kurzfristige Effektivzins der Finanzierung?

→ **Angewandter durchschnittlicher kurzfristiger Effektivzins**

Grundlage: Alle befragten Unternehmen



[*] Der durchschnittliche Zins 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 5,4 % herangezogen.

ANALYSE: Der Finanzierungsbedarf der Klein- und Mittelbetriebe

- Auch wenn sich die meisten befragten Unternehmensleiter für Stabilität aussprechen, nimmt der Finanzierungsbedarf der deutschen Unternehmen wie im Jahr 2005 eher zu: fast jedes fünfte Unternehmen erklärt, dass der Bedarf zunimmt im Gegensatz zu 13 % Klein- und Mittelbetriebe, die gegenteiliger Ansicht sind.
- Gängig ist das Mittel der Lieferantenfrist sowie im geringeren Maße das der Überziehung; es folgt der Diskont, der in Deutschland, im Vergleich zu den Praktiken in den anderen europäischen Ländern (außer Großbritannien) nur wenig benutzt wird. Factoring wird nach wie vor selten angewendet.
- Wie auch 2005 beträgt der Effektivzins der kurzfristigen Finanzierung durchschnittlich 6,4 % und ist somit etwas höher als in den Unternehmen der anderen europäischen Länder (5,2% oder weniger). Dieser Satz liegt im Handel mit 7,1 %, im Transport-/Dienstleistungssektor mit 7,0 % und in Unternehmen mit weniger als 10 Beschäftigten mit 7,7 % sogar noch höher.

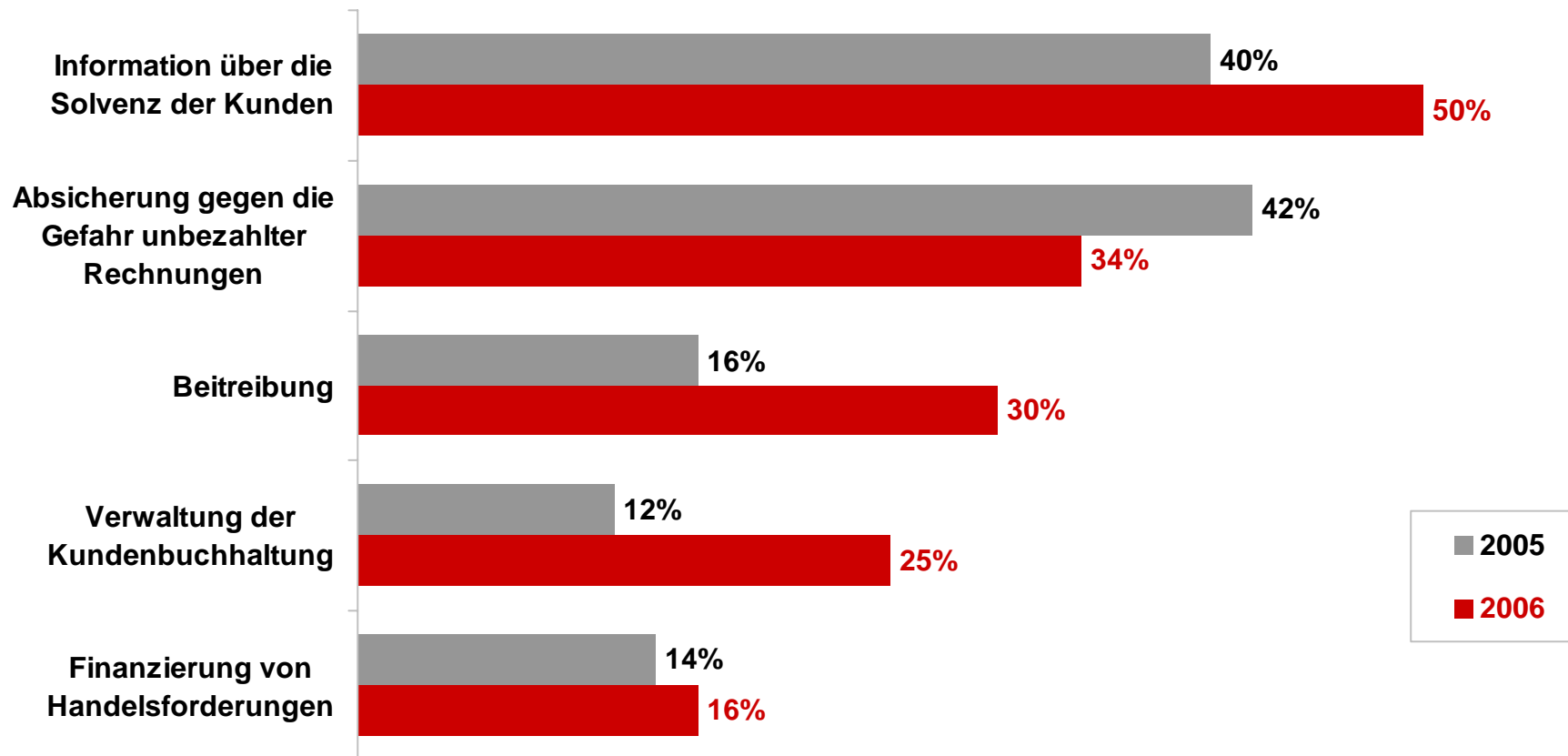
7 – FACTORING

Der Vorteil von Factoring-Unternehmen (1)

Q62/Q65. 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

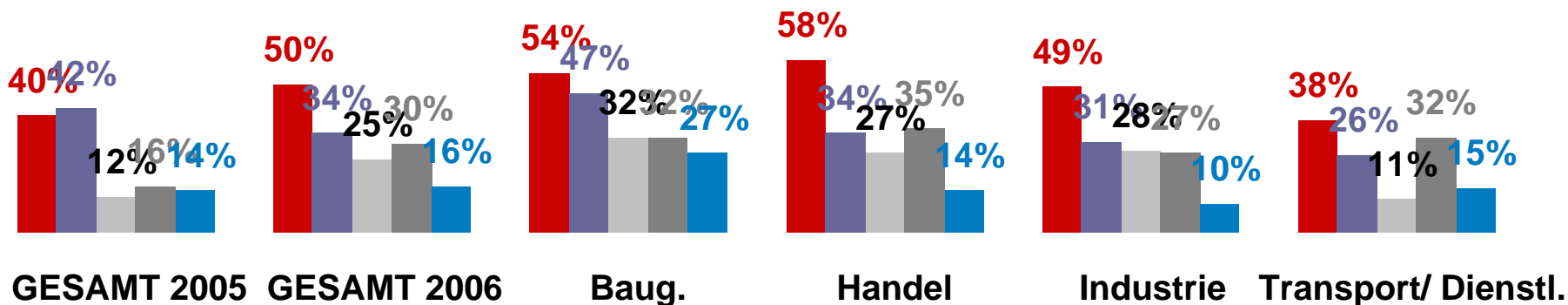
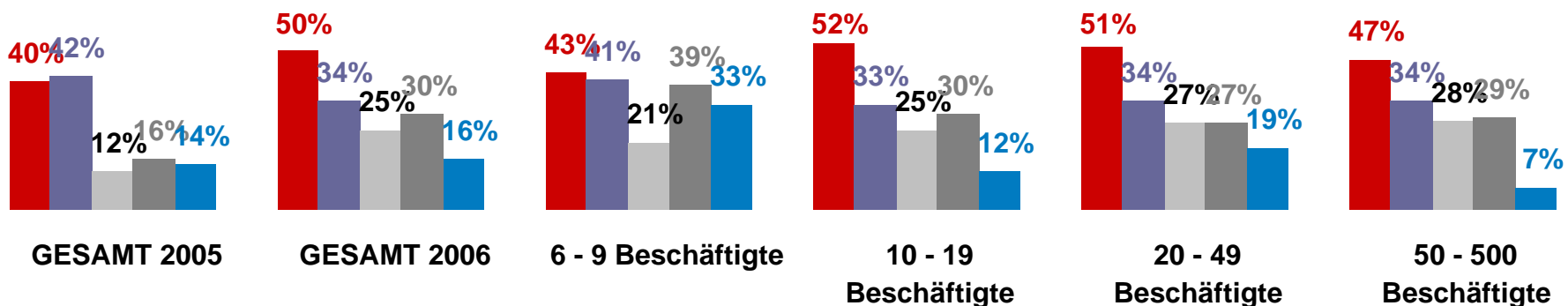
Grundlage: Alle befragten Unternehmen



Der Vorteil von Factoring-Unternehmen (2)

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

Alle befragten Unternehmen

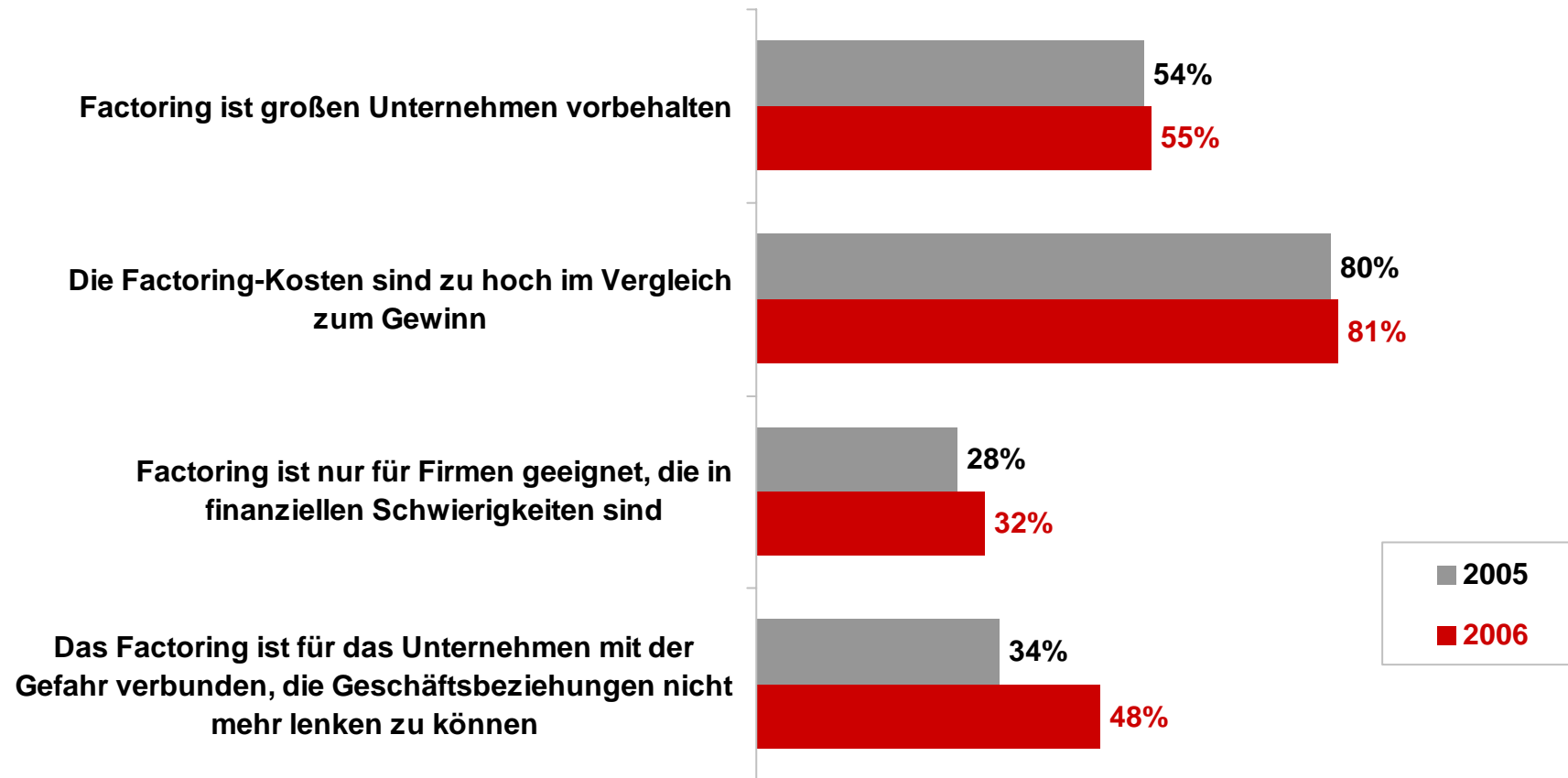


Generelle Meinung über Factoring-Services (1)

Q67. Ich nenne Ihnen verschiedenen Meinungen über die Factoring-Services. Sagen sie mit bei jeder Aussage, ob Sie damit voll und gang, eher, eher nicht oder überhaupt nicht einverstanden sind.

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

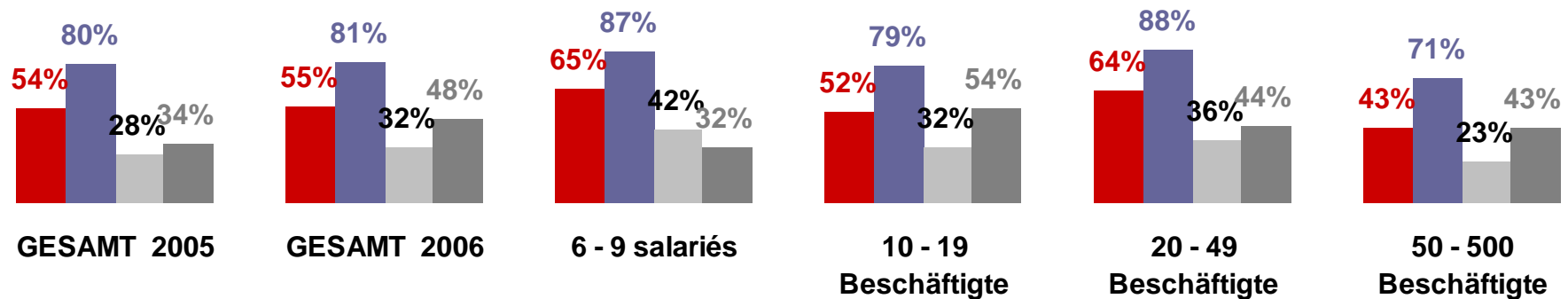
Grundlage: Alle befragten Unternehmen



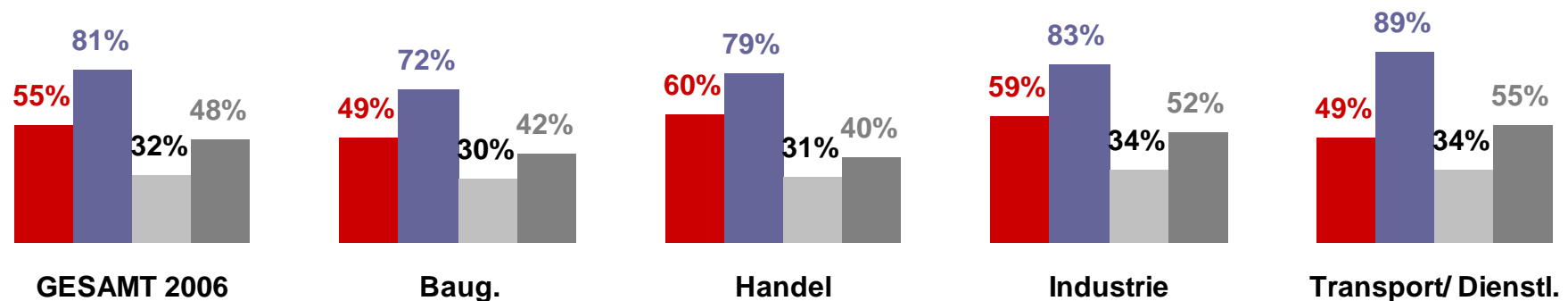
Generelle Meinung über Factoring-Services (2)

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

Grundlage: Alle befragten Unternehmen



- Factoring ist großen Unternehmen vorbehalten
- Die Factoring-Kosten sind zu hoch im Verhältnis zum Gewinn
- Factoring ist nur dann geeignet, wenn das Unternehmen in finanziellen Schwierigkeiten ist
- Mit dem Factoring läuft das Unternehmen Gefahr, die Geschäftsbeziehungen zu seinen Kunden nicht mehr zu steuern

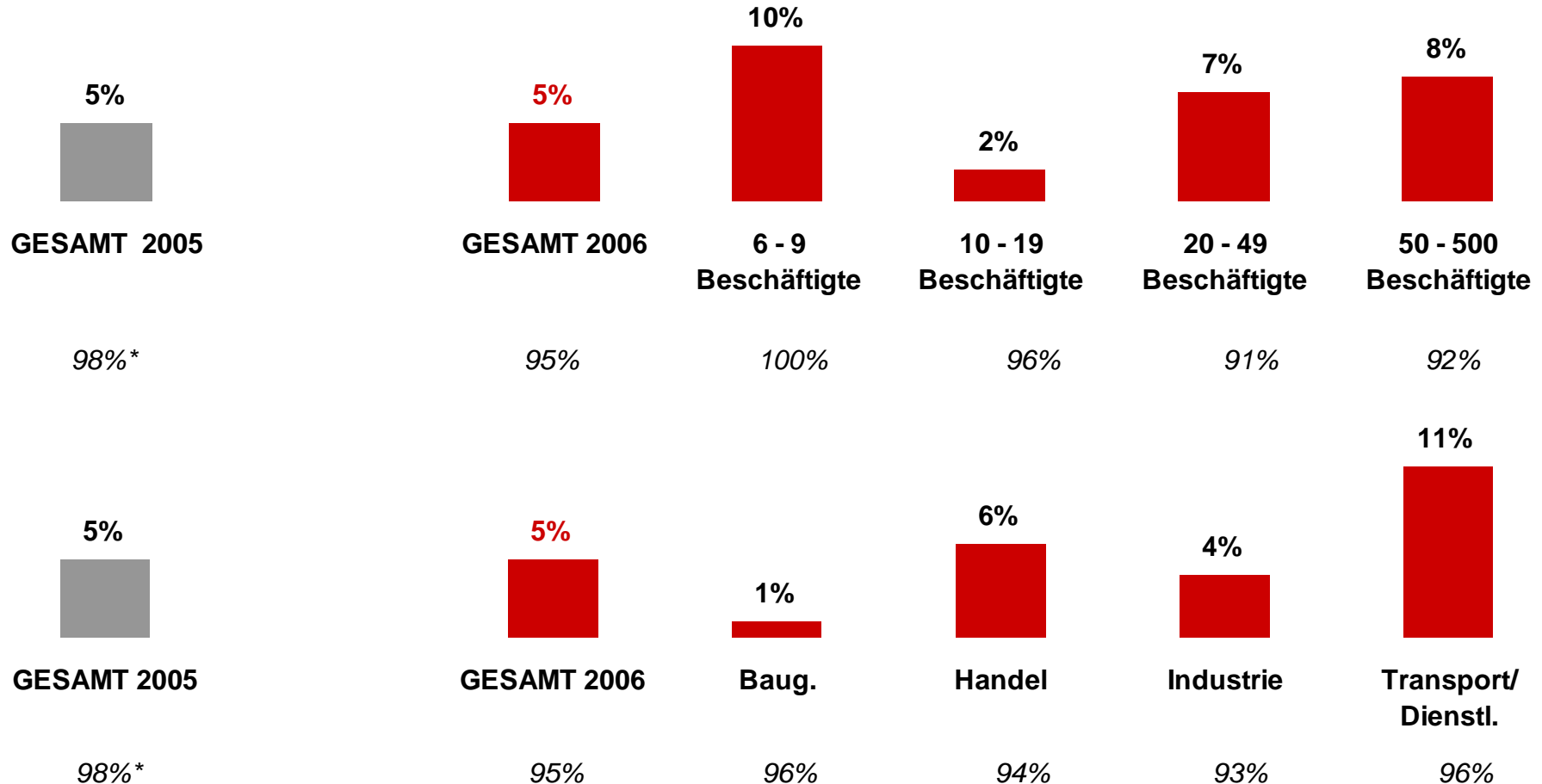


Anteil der Unternehmen, die bereits Kunden bei einem Factoring-Unternehmen waren

Q63 . 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



* % betroffener Unternehmen

ANALYSE: Factoring

- Wie wir gesehen haben, greifen die deutschen Unternehmen nur sehr selten auf das Factoring-Prinzip zurück. Nur 5 % der deutschen Unternehmen waren bereits Kunde bei einem Factoring-Unternehmen.
- Erläutert man das Factoring-Prinzip, besteht ein gewisses Interesse, das in Deutschland genau so groß ist, wie in den anderen europäischen Ländern. Die beiden Hauptvorteile sind vorbeugender Art, nämlich die Information über die Solvenz der Kunden und der Schutz vor unbezahlten Rechnungen.
- Haupthindernis sind die gewinnanteiligen Kosten, die angeblich nachteilig sind für die Unternehmen.

8 – ERGÄNZENDE THEMEN

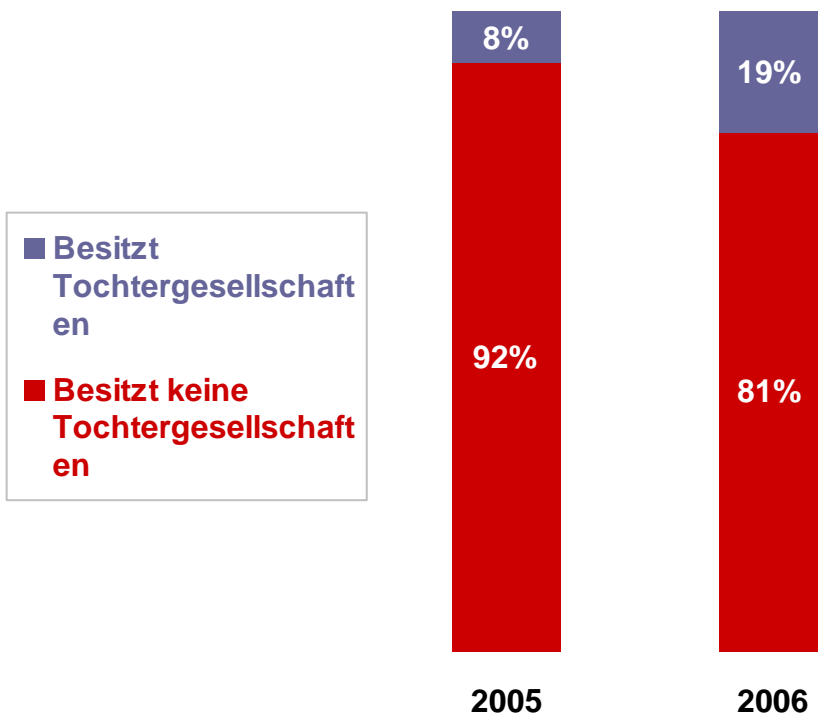
Klein- und Mittelbetrieb, die zu einem Konzern gehören: Eine zentrale Finanzverwaltung auf Konzernebene

Q101. Hat Ihr Unternehmen Tochtergesellschaften in anderen europäischen Ländern?

Q102. Hat Ihr Unternehmen auf Konzernebene eine zentrale Finanzverwaltung?

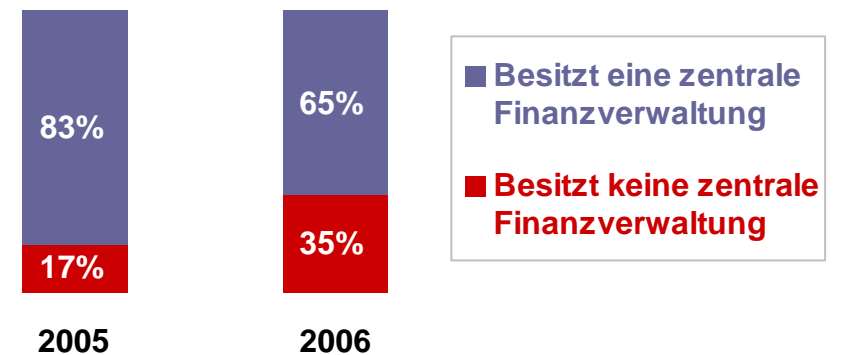
→ % an Unternehmen mit Tochtergesellschaften in anderen europäischen Ländern

Grundlage: Alle befragten Unternehmen



→ % an Unternehmen mit einer zentralen Finanzverwaltung auf Konzernebene

Grundlage: Unternehmen mit Tochtergesellschaften im Ausland

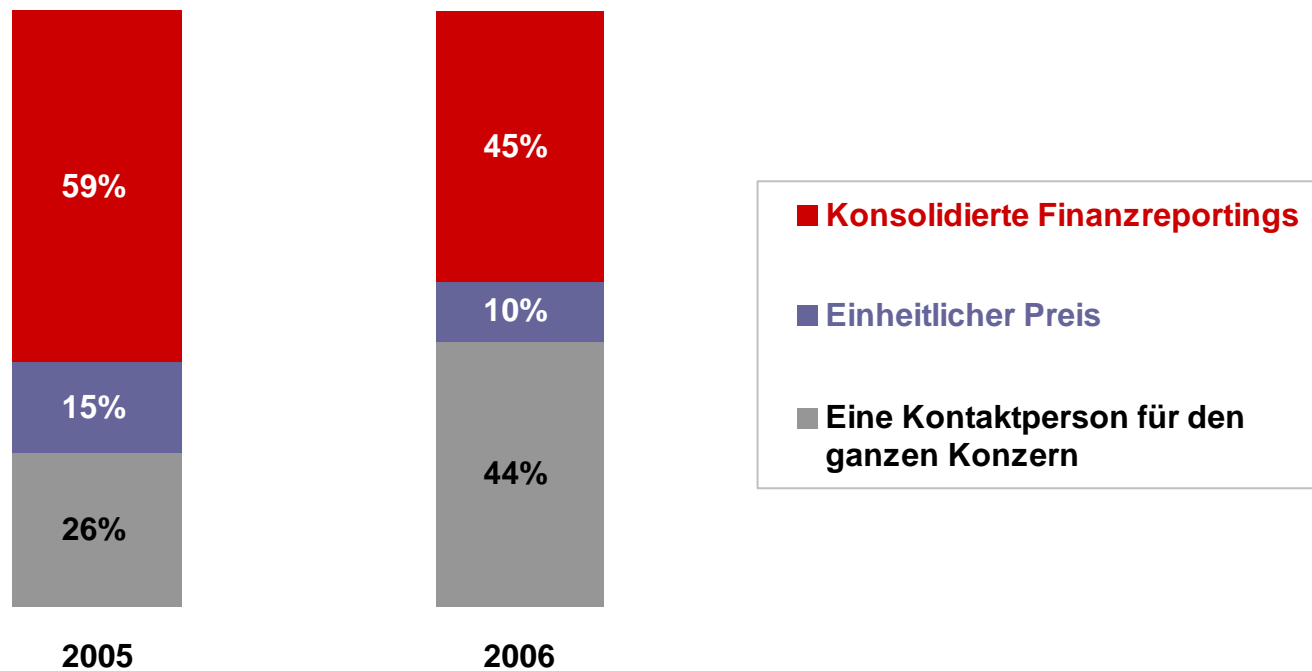


Klein- und Mittelbetriebe, die zu einem Konzern gehören: Dienstleistung, die auf dem Gebiet der Finanzierungslösungen am wichtigsten ist

Q104. Welche Dienstleistung im Zusammenhang mit einer Finanzierungslösung ist für Ihren Konzern am wichtigsten?

→ % an Unternehmen, für die eine Dienstleistung im Zusammenhang mit Finanzierungslösungen für den Konzern am wichtigsten ist

Grundlage: Unternehmen mit Tochtergesellschaften

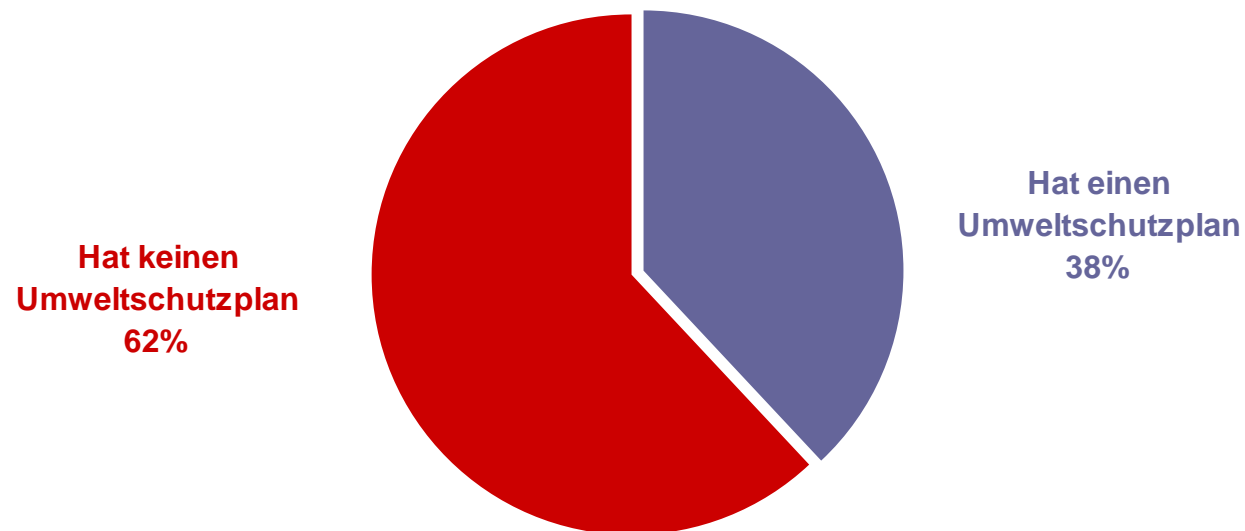


Anwendung eines Umweltschutzplans im Unternehmen

Q106. Gehört zu Ihrer Unternehmensstrategie ein Umweltschutzplan?

→ Unternehmen mit Umweltschutzplan

Grundlage: Alle befragten Unternehmen



Kenntnis der Unterstützungsmöglichkeiten und Inanspruchnahme

Q108. Haben Sie das Gefühl, zu wissen, welche Art der Unterstützung Ihr Unternehmen bekommen könnte?

Q109. Nutzen sie diese Möglichkeit?

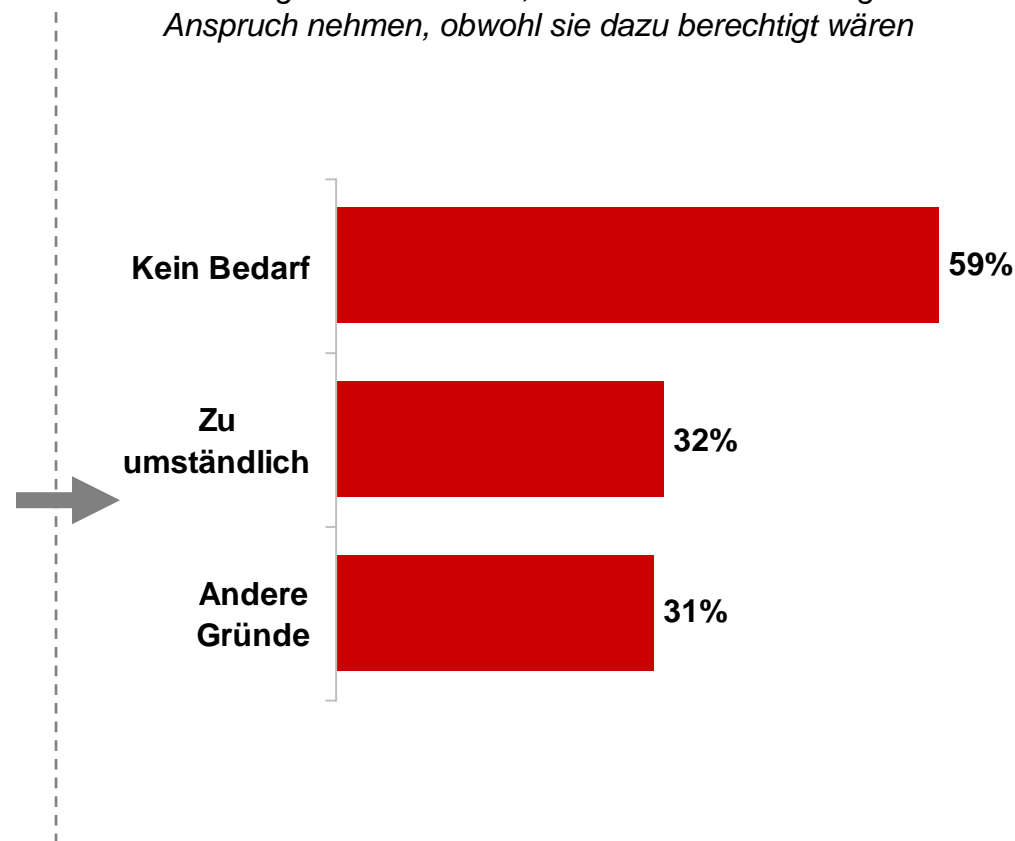
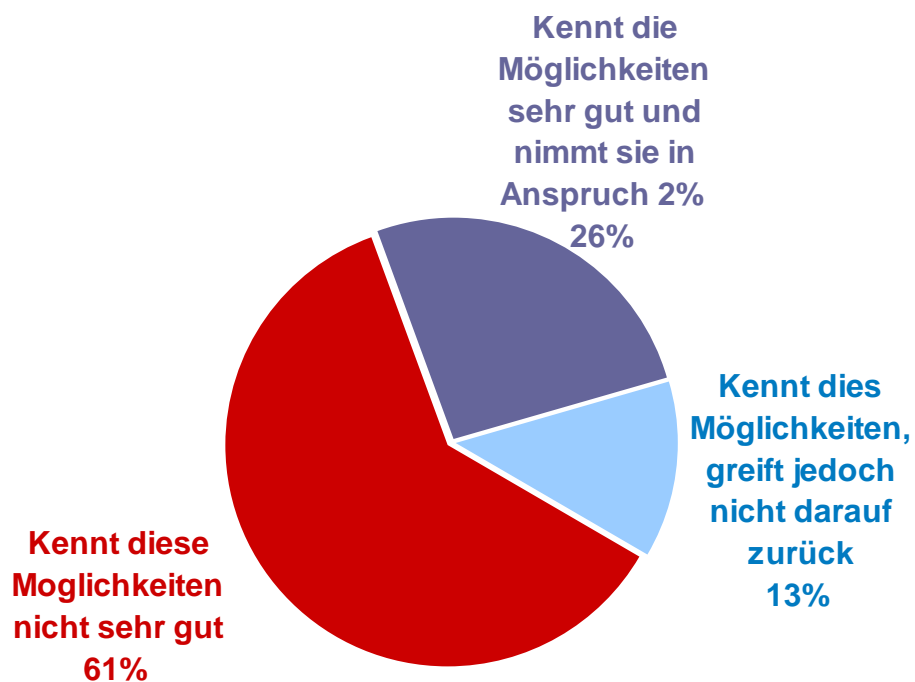
Q110. Aus welchem Grund ?

→ % an Unternehmen, die über solche Unterstützungsmöglichkeiten informiert sind und diese in Anspruch nehmen

Grundlage: Alle befragten Unternehmen

→ Gründe, warum diese Möglichkeiten nicht wahrgenommen werden

Grundlage: Unternehmen, die keine Unterstützung in Anspruch nehmen, obwohl sie dazu berechtigt wären



Aussicht auf eine Veränderung der Kapitalbeteiligung

Q111. Werden sich in Ihrem Unternehmen in den nächsten 5 Jahren die Kapitalbeteiligung oder die Besitzverhältnisse aufgrund der Pensionierung des derzeitigen Unternehmensleiters verändern?

Q112. Wurde die Nachfolge bereits geregelt?

Grundlage: Alle befragten Unternehmen

