



Die weltweite Wirtschaftskrise

Umfrageergebnisse Deutschland

August 2009

1. Veränderungen und Maßnahmen in deutschen Unternehmen

Barverkäufe

47% der Befragten in Deutschland haben ihre Praxis bei Barverkäufen während der Wirtschaftskrise nicht verändert. Dahingegen haben 35 % die Anzahl ihrer Barverkäufe erhöht. 19 % haben sie verringert. Dies entspricht tendenziell den Ergebnissen in der Mehrzahl der befragten Länder.

Verkäufe mit Zahlungsziel

46 % der befragten deutschen Unternehmen haben im Zuge der Wirtschaftskrise den Anteil ihrer Geschäfte mit Zahlungsziel ausgeweitet, 17 % davon sogar deutlich. Nur in Mexiko und Italien gibt es mehr Unternehmen, die über eine deutliche Ausweitung ihrer Verkäufe mit Zahlungsziel berichten. Bei 42 % der Deutschen blieb der Anteil der Lieferungen auf Rechnung gleich. Nur 12 % der Firmen stellten einen Rückgang fest. Dieses Resultat bestätigt die in den meisten befragten Ländern beobachtete Tendenz zu vermehrten beziehungsweise unveränderten Verkäufen mit Zahlungsziel.

Geänderte Zahlungsziele

45 % der Befragten aus Deutschland haben bei ihren Abnehmern die Zahlungsfristen geändert. Ebenso viele Marktteilnehmer haben keine Veränderungen vorgenommen. Nur 9 % der deutschen Unternehmen haben bei weniger Abnehmern das Zahlungsziel geändert als noch vor der Wirtschaftskrise. Dieses Ergebnis stimmt mit der Entwicklung in fast allen befragten Ländern überein.

Einsatz externer Inkassodienste

Für 59 % der Befragten aus Deutschland hat sich die Nutzung externer Inkassodienste während der Wirtschaftskrise nicht geändert. Von den deutschen Firmen, die ihre Praxis bei externen Inkassodiensten geändert haben, nutzen 31 % der Befragten diesen Service häufiger und nur 10 % seltener. Der allgemeine Trend lässt in allen 20 befragten Ländern eine gleichbleibende beziehungsweise leicht zunehmende Nutzung externer Inkassodienste erkennen.

Bonitätsprüfungen

Im Zuge der Wirtschaftskrise setzen 49 % der befragten deutschen Firmen vermehrt Bonitätsprüfungen bei ihren Abnehmern ein, während 43 % ihr Prüfungsverhalten nicht geändert haben. Nur 9 % der deutschen Befragten melden einen Rückgang. Die Tendenz, in der Krise häufiger Bonitätsprüfungen bei Abnehmern durchzuführen, ist in allen 20 befragten Ländern erkennbar.

Erschließung neuer Märkte oder Vertriebswege für Waren oder Dienstleistungen

56 % der befragten Firmen aus Deutschland erschließen während der Wirtschaftskrise vermehrt neue Märkte oder Vertriebswege für Waren oder Dienstleistungen. Laut 35 % der deutschen Umfrageteilnehmer hat keine Veränderung stattgefunden. Angesichts der voraussichtlich schwächeren Nachfrage in den traditionellen Industriemärkten haben nur 8 % der Befragten aus Deutschland auf die Erschließung neuer Märkte oder Vertriebswege verzichtet. In allen befragten Ländern geht der Trend eindeutig dahin, in der Krise verstärkt neue Märkte oder Vertriebswege zu suchen.

Verstärkte Kundenorientierung

50 % der deutschen Befragten haben ihre Bemühungen im Bereich der Kundenorientierung in der Wirtschaftskrise verstärkt, während diese bei 44 % der Unternehmen gleich geblieben sind. Aufgrund der Einsicht, dass die Kundenbindung während einer Krise sogar noch wichtiger ist, hat nur ein sehr geringer Prozentsatz der Befragten in Deutschland (6 %) die Anstrengungen im Bereich der Kundenorientierung verringert. Dieses Ergebnis steht im Einklang mit den Resultaten aller 20 untersuchten Länder.

Personalbestand

Fast die Hälfte der Befragten aus Deutschland (45 %) hat keine krisenbedingten Veränderungen des Personalbestands vorgenommen. Die meisten deutschen Firmen mit verändertem Personalbestand (infolge des Konjunkturrückgangs) haben laut Angaben der Befragten eher einen Personalabbau (32 %) als eine Personalaufstockung (23 %) durchgeführt. In fast allen 20 untersuchten Ländern überwiegt der Personalabbau.

Nutzung alternativer Finanzierungsmöglichkeiten

58 % der deutschen Umfrageteilnehmer haben ihren Umgang mit alternativen Finanzierungsmöglichkeiten während der Krise nicht geändert. Allerdings nutzen diejenigen deutschen Firmen, die ihre Praxis bei alternativen Finanzierungsmöglichkeiten geändert haben, diese tendenziell häufiger (32 %) und nur wenige seltener (10 %). In allen 20 untersuchten Ländern geht die Tendenz eindeutig dahin, dass alternative Finanzierungsmöglichkeiten während des Abschwungs unverändert oder häufiger eingesetzt werden.

2. Die Folgen der Wirtschaftskrise für den Cashflow

Zugang zu Finanzierungsmöglichkeiten

58 % der befragten deutschen Firmen stellen keine Veränderung des Cashflows im Zusammenhang mit den während der Krise zur Verfügung stehenden Finanzierungsmöglichkeiten fest. Die meisten Unternehmen, die eine Veränderung des Cashflows registrieren, verzeichnen eher einen Rückgang (22 %) als einen Anstieg (19 %). Dieses Ergebnis entspricht dem Resultat in den meisten befragten Ländern, wo vorwiegend eine Verminderung des Cashflows im Zusammenspiel mit den in der Krise verfügbaren Finanzierungsmöglichkeiten erkennbar ist.

Zahl der Kunden

37 % der deutschen Befragten zufolge gab es keine Veränderung des Cashflows im Zusammenhang mit der Zahl der Kunden während der Wirtschaftskrise, während 32 % einen Rückgang und 30 % einen Anstieg des Cashflows registrieren. Wie in vielen anderen befragten Ländern verteilen sich die Antworten der Befragten aus Deutschland recht gleichmäßig auf alle drei Antwortoptionen.

Lagerbestände

Gemäß 52 % der Befragten hat sich der Cashflow durch den jeweiligen Lagerbestand während der Krise nicht verändert, während 30 % der Unternehmen einen Rückgang verzeichnen. Im Gegensatz dazu sind 18 % der Befragten aus Deutschland der Auffassung, dass der Cashflow aufgrund des Lagerbestands zugenommen hat. Dies stimmt mit dem Ergebnis in den meisten untersuchten Ländern überein.

Zahlungsdauer bei Kunden

59 % der befragten deutschen Firmen verzeichnen in der Krise einen Rückgang des Cashflows im Zusammenhang mit der Zahlungsdauer ihrer Kunden. Dies ist der größte Prozentsatz innerhalb der 20 befragten Länder. 16 % der deutschen Befragten zufolge ist der Rückgang des Cashflows „stark“, was ebenso den höchsten Prozentsatz unter den 20 befragten Ländern darstellt. 32 % der Umfrageteilnehmer vermelden keine Veränderung des Cashflows, während ein relativ niedriger prozentualer Anteil der Befragten (10 %) einen Anstieg registriert.

Zahlungsausfälle

Ein ähnliches Bild ergibt sich unter Berücksichtigung der Auswirkung von Zahlungsausfällen auf den Cashflow deutscher Unternehmen: 58 Prozent der deutschen Studienteilnehmer klagen aus diesem Grund über einen reduzierten, 16 Prozent davon sogar über einen deutlich reduzierten Cashflow. Kein anderes Land der Studie berichtet über ähnlich große Probleme. 28 Prozent der Befragten in Deutschland sehen keine Veränderung in ihrem Cashflow aufgrund säumiger Zahler. 14 % der Umfrageteilnehmer und damit der geringste Prozentsatz der befragten Firmen aus den 20 Ländern registrieren einen Anstieg des Cashflows.

3. Die Aussichten für 2010

Änderung der Wirtschaftsindikatoren

Die Befragten aus Deutschland stellen sich darauf ein, dass das Bruttoinlandsprodukt und die Exporte in 2010 weiter anziehen und sich die Unternehmensgewinne stabilisieren werden. Gleichzeitig erwarten die Befragten, dass sowohl die Insolvenzen als auch die Arbeitslosigkeit im nächsten Jahr weiter ansteigen.

Wann wird die Wirtschaftskrise zu Ende gehen?

Die meisten deutschen Unternehmen (61 %) gehen davon aus, dass die Wirtschaftskrise bis Ende 2010 überstanden sein wird. Dies stimmt mit den Erwartungen in den meisten anderen Ländern überein und korrespondiert mit den Angaben der deutschen Umfrageteilnehmer zum Umschwung bei den Wirtschaftsindikatoren.

Wann wird sich die Wirtschaft erholen?

Die deutschen Unternehmer sind im internationalen Vergleich recht optimistisch, was eine Erholung der Wirtschaft anbelangt. 72 % der Umfrageteilnehmer erwarten einen Aufschwung bis zum Ende des Jahres 2010.

Insolvenzen bei kleinen und mittelgroßen Banken und Geldinstituten

Die Befragten aus Deutschland sind relativ pessimistisch, was die finanzielle Stabilität der Finanzbranche angeht. 67 % der Umfrageteilnehmer erwarten in den kommenden Monaten einen Anstieg der Insolvenzen bei kleinen und mittelgroßen Banken und Geldinstituten. Nur die Befragten aus Spanien, Österreich und Irland sind in dieser Hinsicht pessimistischer.

Insolvenzen bei großen Banken und Geldinstituten

Bei großen Banken und Geldinstituten fällt die Prognose deutlich positiver aus. Nur 37 % der deutschen Befragten rechnen mit einem Anstieg der Insolvenzen bei großen Banken und Finanzinstituten, während 53 % keine Änderung in diesem Bereich erwarten. Jedoch gehen nur 9 % der Befragten von einem Rückgang aus.

Insolvenzen bei Unternehmen aus von der Krise besonders betroffenen Branchen

Wie in fast allen anderen Ländern prognostizieren die meisten Befragten aus Deutschland (74 %) in den nächsten Monaten einen Anstieg der Insolvenzen bei Unternehmen, die in diesen Branchen tätig sind.

Insolvenzen bei Unternehmen aus Branchen, die nicht oder nur in geringem Maße von der Krise betroffen sind

Hier ist Deutschland, erneut in Übereinstimmung mit der Mehrheit der befragten Länder, weniger pessimistisch. 40 % der deutschen Befragten sind der Meinung, dass vermehrt Insolvenzen auftreten werden, während 49 % keine Änderung erwarten.

Finanzielle Stabilität des eigenen Unternehmens

28 % der befragten deutschen Unternehmen erwarten, dass ihre eigene Finanzkraft bis Ende des Jahres nachlassen wird. Nur in Irland, Spanien und Frankreich gibt es mehr Unternehmen mit dieser Prognose.

Finanzielle Stabilität der eigenen Branche

Die Erwartungen für die jeweiligen Branchen sind sogar noch negativer. 36 % der deutschen Umfrageteilnehmer schätzen, dass ihre Branche bis Ende 2009 finanziell weniger stabil sein wird. Generell wird in allen Ländern die kurzfristige Entwicklung der eigenen Branche weniger positiv eingeschätzt.

Finanzielle Stabilität der eigenen Kunden

Ebenso beurteilen die befragten deutschen Firmen die finanzielle Stabilität ihrer Kunden ziemlich negativ. 39 % der deutschen Studienteilnehmer erwarten, dass ihre Kunden bis Ende 2009 an Finanzkraft einbüßen. Nur Spanien und Irland sind in dieser Hinsicht pessimistischer. 40 % der Deutschen gehen davon aus, dass sich die Finanzkraft ihrer Kunden stabilisiert.

4. Staatliche Maßnahmen

Ergreift der Staat genügend Maßnahmen zur Förderung der Wirtschaft?

Die Befragten aus Deutschland liegen mit ihrer Beurteilung der staatlichen Konjunkturprogramme im Mittelfeld der Umfrageländer. 23 % sind der Ansicht, dass die Regierung genügend Maßnahmen ergreift. 48 % glauben, dass zwar Anstrengungen unternommen werden, diese jedoch nicht ausreichen. Und 25 % halten die von der Regierung zur Belebung der Wirtschaft eingeleiteten Maßnahmen für völlig unzureichend.

Wirkung der staatlichen Maßnahmen

Auch wenn kein Ergebnis wie in China, Hongkong und der Schweiz erreicht wird, wo ein hoher Prozentsatz der Befragten staatliche Konjunkturmaßnahmen in Anspruch nimmt, so ist doch der Anteil der deutschen Befragten, die diese Initiativen nutzen, mit 18 % im Vergleich zur Mehrheit der befragten Länder relativ hoch. 57 % der Umfrageteilnehmer aus Deutschland sind der Auffassung, dass die staatlichen Konjunkturmaßnahmen keine Wirkung zeigen.

Geforderte Maßnahmen der Regierung zur Belebung der Wirtschaft

Wie in den meisten Ländern stehen Steuersenkungen/-anreize ganz oben auf der Liste der Maßnahmen, die die Regierung den deutschen Befragten zufolge (71 %) zur Belebung der Wirtschaft ergreifen sollte. Mit großem Abstand auf der Wunschliste folgen verbesserte Kreditmöglichkeiten (41 %) und niedrigere Zinssätze (37 %).

Für die Studie wurden im Zeitraum Mitte Juli bis Anfang August 2009 über 3.500 Unternehmen aus allen Branchen in 20 Ländern befragt: Australien, Belgien, China, Dänemark, Deutschland, Frankreich, Großbritannien, Hongkong, Irland, Italien, Kanada, Mexiko, Niederlande, Österreich, Polen, Schweden, Schweiz, Spanien, Tschechien und USA.

Rechtliche Hinweise

Zweck dieser Umfrage ist es, einen branchenübergreifenden Einblick in die Auswirkungen der Wirtschaftskrise und die weitere Wirtschaftsentwicklung aus Sicht von Unternehmen aus verschiedenen Ländern in Europa, Nordamerika, Asien und Australien zu gewähren.

Beim Abruf dieser Studie bestätigen Sie, dass Sie mit den folgenden Nutzungsbestimmungen und rechtlichen Einschränkungen in Zusammenhang mit den Umfrageergebnissen einverstanden sind und diese verstanden haben.

Inhalt

Die Umfrageergebnisse und -inhalte beruhen auf den von Heliview Research B.V. erhobenen und graphisch aufbereiteten Daten und dienen allein zu Informationszwecken. Sie sind kein Ersatz für eine professionelle Beratung in spezifischen Fällen. Die Informationen, die den Umfrageergebnissen zugrunde liegen, wurden nicht geprüft. Die Daten und Abbildungen dürfen ohne vorige Zustimmung nicht kopiert oder vervielfältigt und der Inhalt darf nicht geändert werden. Auch wenn nach besten Kräften versucht wurde, die Datenqualität sicherzustellen, garantieren weder die Atradius Credit Insurance N.V., ihre Tochtergesellschaften und Niederlassungen („Atradius“) noch deren Mitarbeiter die Korrektheit und Vollständigkeit der Umfrage und jeglicher darin enthaltenen Informationen. Sie haften nicht für etwaige Ungenauigkeiten oder Auslassungen in den Inhalten. Die Informationen werden ohne ausdrückliche oder stillschweigende Gewährleistung aufgeführt. Atradius sichert nicht zu, dass der Inhalt der Umfrage oder die daraus gezogenen Folgerungen zu jedem Zweck in jedem Land geeignet sind. Die Nutzer der Informationen handeln auf eigenes Risiko und sind für die Einhaltung der jeweils gültigen Gesetze und Vorschriften verantwortlich.

Haftungsausschluss

Die Atradius N.V. und ihre Mitarbeiter übernehmen keine Haftung für etwaige Verluste oder Schäden infolge von Fehlern oder Auslassungen in den Informationen oder für Schäden, die sich durch die Nutzung, missbräuchliche Nutzung oder unsachgemäße Verwendung der aufgeführten Daten ergeben.



Atradius N.V.

David Ricardostraat 1 · 1066 JS Amsterdam
P.O. Box 8982 · 1006 JD Amsterdam
Niederlande
Telefon: +31 20 553 9111
Fax: +31 20 553 2811
www.atradius.com