

Alternative Finanzmittel spielen nur eine untergeordnete Rolle

Die neue Mittelstandsbefragung im Kundenstamm der GVB-Mitgliedsbanken untermauert die Bedeutung des Bankkredits

In Kürze erscheint die Mittelstandsbefragung 2014*, die der GVB gemeinsam mit dem Betriebswirtschaftlichen Forschungszentrum für Fragen der mittelständischen Wirtschaft (BFM) veröffentlicht. Die Forscher der Universität Bayreuth befragten kleine und mittlere Unternehmen aus dem Kundenstamm der GVB-Mitgliedsbanken nach ihrer derzeitigen Kreditsituation. Zudem untersuchten die Wissenschaftler die Bedeutung von alternativen Finanzierungsinstrumenten bei KMU und das Verhältnis des Mittelstands zu seinen Hausbanken. „Profil“ sprach mit zwei der Studienautoren, Klaus Schäfer und Julia Stadler, über die Ergebnisse der Umfrage.



Klaus Schäfer

Schäfer: In der Umfrage wurden die Unternehmen größenabhängig gemäß der europäischen KMU-Definition klassifiziert. Tatsächlich lassen sich hier Differenzen feststellen. Mittelgroße Unternehmen nehmen zur Hälfte eine Verbesserung bei der Kreditaufnahme wahr, bei Kleinstunternehmen sind es nur ein Drittel. Kleine Unternehmen melden mit 14 Prozent die relativ größte Unzufriedenheit mit der Kreditvergabe ihrer Hausbank, bei Kleinstunternehmen zeigen allerdings nur 5 Prozent eine solche Unzufriedenheit.

Ähnlich verhält es sich bei der Wahrnehmung der gegenwärtigen Kreditvergabesituation: Ein Fünftel der mittleren Unternehmen sehen eine schwierige und immerhin noch 8 Prozent gar eine sehr schwierige Situation. Bei den kleinen und kleinsten Unternehmen sind es insgesamt 20 Prozent.

Profil: Woraus resultiert diese unterschiedliche Wahrnehmung des Zugangs zu Finanzmitteln?

Schäfer: Größere Unternehmen können alternative Finanzierungswege sicherlich



Christina Stadler

besser nutzen als kleinere Unternehmen. Auffallend in der Befragung ist auch, dass ausschließlich kleine Unternehmen mit einer Ablehnung ihres Kreditwunsches konfrontiert wurden.

Profil: Welche Rolle spielt der Hausbankkredit bei der Mittelstandsfinanzierung?

Schäfer: Dem Bankkredit fällt auch weiterhin eine außerordentliche Bedeutung in der Unternehmensfinanzierung zu. Dies wird auch in Zukunft so bleiben. In der Befragung sehen etwa 60 Prozent der mittelständischen Unternehmensvertreter keine wesentliche Veränderung bei der Bedeutung des Bankkredits. Lediglich 15 Prozent können sich einen gewissen Bedeutungsverlust vorstellen. Für 43 Prozent der kleinsten Unternehmen gibt es in der externen Finanzierung keine Alternative zum Bankkredit.

Profil: Nutzen Unternehmen überhaupt alternative Finanzierungsformen?

Schäfer: Rund ein Drittel der Befragten sehen in alternativen Finanzierungsinstrumenten zumindest eine Wahloption

zum Bankkredit und wollen diesen Finanzierungswegen auch zukünftig mehr Aufmerksamkeit widmen. Gewiss hängt dies auch damit zusammen, dass knapp 38 Prozent der Unternehmen restriktivere Kreditkonditionen und eine Verteuerung des Bankkredits beklagen.

Profil: Welche alternativen Finanzierungsformen werden von den Unternehmen genutzt?

Schäfer: Das Leasing wird von mehr als einem Drittel der mittelständischen Unternehmen genutzt. An zweiter Stelle liegen Fördergelder. Sie nutzen 28 Prozent zur Unterstützung ihrer Investitionsvorhaben beziehungsweise zur Deckung ihres situativen Finanzierungsbedarfs. Weitere Instrumente wie Factoring oder gar Anleihen fristen bei den Umfrageteilnehmern noch ein Schattendasein.

Profil: Ist die Bedeutung alternativer Finanzierungsinstrumente durch die Finanzkrise gewachsen?

Schäfer: Weder die Art der Instrumente noch deren Bedeutung hat sich signifikant verändert. Bereits vor der internationalen Finanz- und Bankenkrise waren Leasing und Fördermittel die nach dem Bankkredit bedeutendsten externen Finanzierungsinstrumente. Aus der Umfrage heraus kann abgeleitet werden, dass externes Beteiligungskapital nun zumindest von immerhin 6,5 Prozent der Unternehmen genutzt wird. In den vorangegangenen Jahren kam es kaum zum

Einsatz. Die vor dem Ausbruch der Finanzkrise entstandenen Märkte für standardisierte Mezzanine-Programme sind mittlerweile gänzlich verschwunden. Der gewisse Aufschwung am Markt für Unternehmensanleihen ist abgeklungen und hat an Bedeutung verloren.

Profil: Frau Dr. Stadler, Sie haben die Unternehmen nicht nur nach ihrem Finanzbedarf, sondern auch nach der Qualität ihrer Bankverbindung befragt. Wie verwurzelt ist das Hausbankenprinzip im Mittelstand?

Christina Stadler: Sehr tief. 80 Prozent der befragten Banken gaben an, dass ihre Volksbank oder Raiffeisenbank auch ihre Hausbank sei, also das Kreditinstitut, mit dem sie den überwiegenden Teil ihrer Finanzgeschäfte tätigen. Auffallend war: Je kleiner das Unternehmen, umso wahrscheinlicher ist, dass der Betrieb eine Hausbank hat und dass diese gleichzeitig eine Genossenschaftsbank ist. Insgesamt gaben 92 Prozent der Kleinstunternehmen an, dass ihre VR-Bankverbindung auch ihre Hausbankverbindung sei. Bei den großen Mittelständlern waren es nur 66 Prozent. Unterschiede bestehen außerdem bei der Zahl der Nebenbankverbindungen. Große Unternehmen haben häufiger Zweit- und Drittbanken. Kleine Unternehmen bevorzugen dagegen, alle Bankdienstleistungen aus einer Hand zu erhalten.

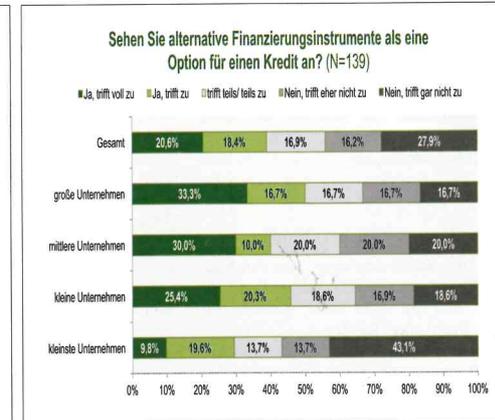
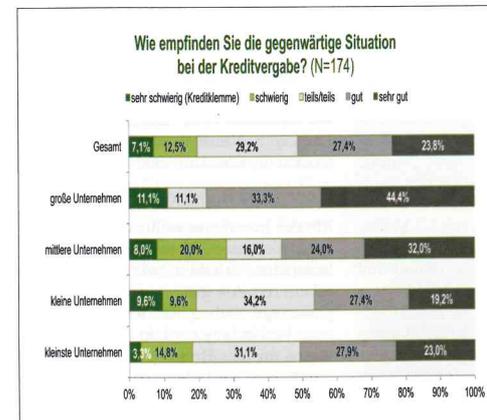
Profil: Sind mittelständische Unternehmen mit ihren Hausbanken zufrieden?

Stadler: Hier haben wir ein ganzes Fragenet gegeben, da wir etwas tiefere Eindrücke zu dieser Thematik gewinnen wollten. Allgemein kann man sagen, dass der deutsche Mittelstand mit seinen Banken zufrieden ist. Hat ein Institut erst einmal den Status der Hausbank erhalten, steigt die Zufriedenheit nochmals. Hier muss man allerdings anmerken, dass KMU ohnehin nur Kreditinstitute zur Hauptbankverbindung machen, mit denen sie auch zufrieden sind.

Profil: Welche Rolle spielt die persönliche Betreuung durch einen Berater für die Zufriedenheit mit einem Kreditinstitut?

Stadler: Wir haben hier einen spannenden Zusammenhang aufgedeckt. Der Schluss liegt nahe, dass eine intensive Betreuung in erster Linie die Zufriedenheit des Kunden mit seinem Berater steigert. Das ist nicht falsch, aber auch nicht die ganze Wahrheit: Durch einen häufigen und engen Kontakt zum Bankberater wächst das Vertrauen in den Kunden in seinen Betreuer. Wir konnten nun nachweisen, dass durch hohes Vertrauen in den Berater auch das Vertrauen in die Bank steigt. Das wiederum hat zur Folge, dass die Zufriedenheit des Kunden mit seinem Kreditinstitut zunimmt. Nahe ist also das Fundament für Vertrauen – Vertrauen die Basis für Kundenzufriedenheit.

Profil: Herr Professor Schäfer, Frau Dr. Stadler, vielen Dank für das Interview! hh



Zwei Erkenntnisse der Mittelstandsumfrage: Drei Viertel der mittelständischen Kunden der bayerischen Volksbanken und Raiffeisenbanken sind mit ihrer Kreditversorgung zufrieden. Es verwundert daher nicht, dass das Interesse an alternativen Finanzierungsinstrumenten eher verhalten ausfällt.