

Stimmungsbarometer Kleinunternehmen

Einschätzungen und Perspektiven von Geschäfts- und Gewerbekunden sowie kleineren mittelständischen Unternehmen in Deutschland



Das Stimmungsbarometer fokussiert die Zielgruppe der Kleinunternehmen, welche, gemessen an der Anzahl, den Großteil der deutschen Unternehmenslandschaft ausmacht

Studienkonzept

Stimmungsbarometer Kleinunternehmen

Gemeinsame Studie von VR Smart Finanz und CFIN – Research Center for Financial Services der Steinbeis-Hochschule Berlin

- Strukturierte Befragung von 179 Kleinunternehmen in Deutschland
- Erhebungszeitraum: 13. April – 21. April 2023
- Fokussierung auf Geschäftskunden, Gewerbetunden sowie den kleineren Mittelstand
- Durchschnittlicher Jahresumsatz: ca. 400.000 Euro
- Durchschnittliche Mitarbeiterzahl der befragten Unternehmen: 6
- **Ziel: Untersuchung einer wirtschaftlich und gesellschaftlich hochrelevanten Zielgruppe der deutschen Unternehmenslandschaft**



1

„Kleinunternehmen kommen relativ robust durch die Krise und blicken positiv in die Zukunft“

2

„Trotz Kostensteigerungen zeigen Kleinunternehmen hohe Investitionsbereitschaft“

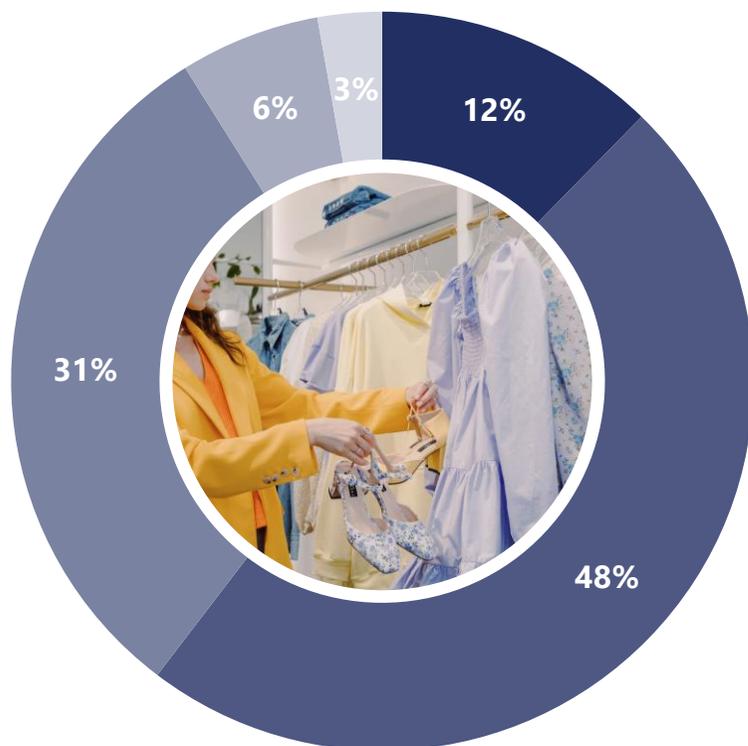
3

„Digitale Kanäle gewinnen weiter an Relevanz – sowohl im Unternehmen als auch bei Finanzierungen“

Trotz schwieriger externer Rahmenbedingungen bewertet ein Großteil der befragten Kleinunternehmen die eigene wirtschaftliche Situation als (sehr) gut

Aktuelle wirtschaftliche Situation des Unternehmens

■ Sehr gut ■ Gut ■ Mittel ■ Schlecht ■ Sehr schlecht



— Key Learnings —

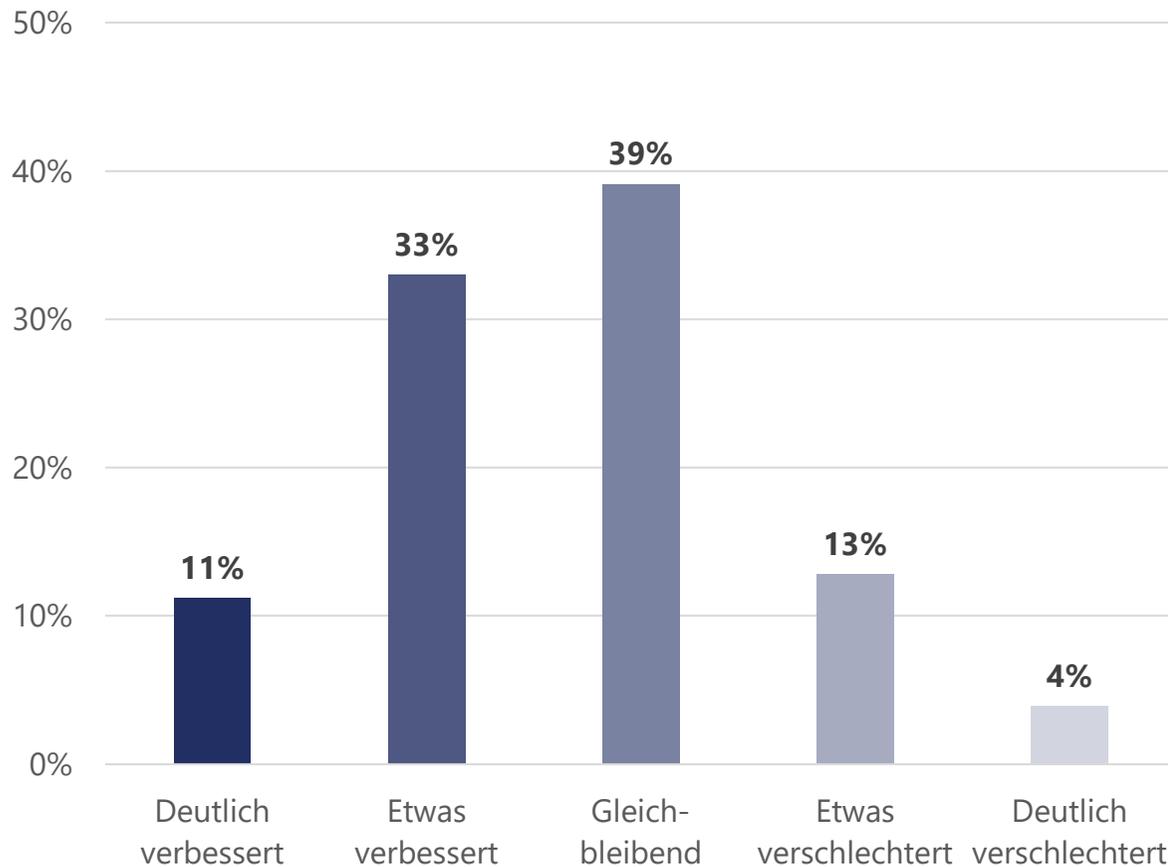
- Überwiegender Teil der Kleinunternehmen bewertet eigene wirtschaftliche Situation als (sehr) gut
- Knappes Drittel gibt den Status quo mit „Mittel“ an
- Nur knapp jede zehnte Firma steht schlecht oder sehr schlecht da

Etwa 60% der Kleinunternehmen schätzen eigene wirtschaftliche Lage als (sehr) gut ein

Frage: Wie bewerten Sie die derzeitige wirtschaftliche Situation Ihres Unternehmens? (n = 179)

Im vergangenen Jahr hat sich die Auftragslage der befragten Kleinunternehmen tendenziell verbessert

Entwicklung der Auftragslage in den letzten 12 Monaten



— Key Learnings —

- Die Auftragslage gibt der größte Anteil als gleichbleibend an, wobei tendenziell mehr Verbesserungen (44%) als Verschlechterungen (17%) vorliegen
- 11% geben eine deutliche Verbesserung, 33% eine leichte Verbesserung an
- Nur ein sehr geringer Teil (4%) berichtet von einer deutlich verschlechterten Auftragslage

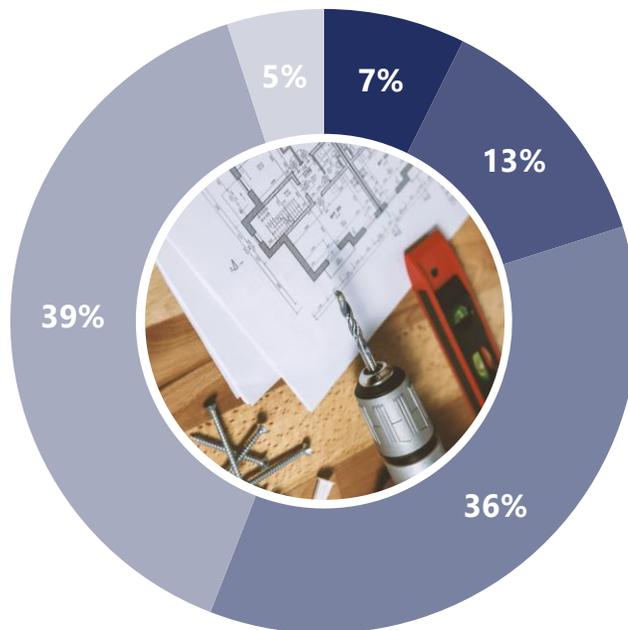
**Tendenziell positive
Entwicklung der Auftragslage
im vergangenen Jahr**

Frage: Wie hat sich Ihre Auftragslage in der vergangenen 12 Monaten entwickelt? (n = 179)

Hohe Kosten, insbesondere im Energiebereich, könnten mitverantwortlich für den Rückgang der Gewinne im letzten Jahr sein

Gewinnentwicklung in den letzten 12 Monaten

■ Verbesserung > 10% ■ Verbesserung < 10% ■ Gleichbleibend
■ Verschlechterung < 10% ■ Verschlechterung > 10%



— Key Learnings —

- Durchwachsene Entwicklung beim Gewinn im Vorjahresvergleich: größerer Anteil stellt leichte Verschlechterung fest
- Hohe Kosten könnten mitverantwortlich für Entwicklung sein
- Mehr als die Hälfte (56%) der Kleinunternehmen verbucht erhöhte bzw. gleichbleibende Gewinne

Trotz verbesserter Auftragslage sind die Gewinne tendenziell rückläufig

Frage: Wie hat sich der Gewinn Ihres Unternehmens in den vergangenen 12 Monaten entwickelt? (n = 179)

Bezüglich der wirtschaftlichen Situation des eigenen Betriebs erwartet ein großer Teil der Befragten eine positive Entwicklung in der Zukunft

Wirtschaftliche Situation in kommenden 12 Monaten



— Key Learnings —

- Die Zukunftsaussichten sind insgesamt positiv, knapp die Hälfte (47%) der Kleinunternehmen erwartet eine positive wirtschaftliche Entwicklung des eigenen Betriebs
- 45% gehen von einer gleichbleibenden Situation aus, lediglich 8% rechnen mit einer negativen Entwicklung

Für die Zukunft erwartet ein großer Teil der Firmen eine Verbesserung

Frage: Was vermuten Sie: Wie wird sich die wirtschaftliche Situation Ihres Unternehmens in den kommenden 12 Monaten entwickeln? (n = 179)

1

„Kleinunternehmen kommen relativ robust durch die Krise und blicken positiv in die Zukunft“

2

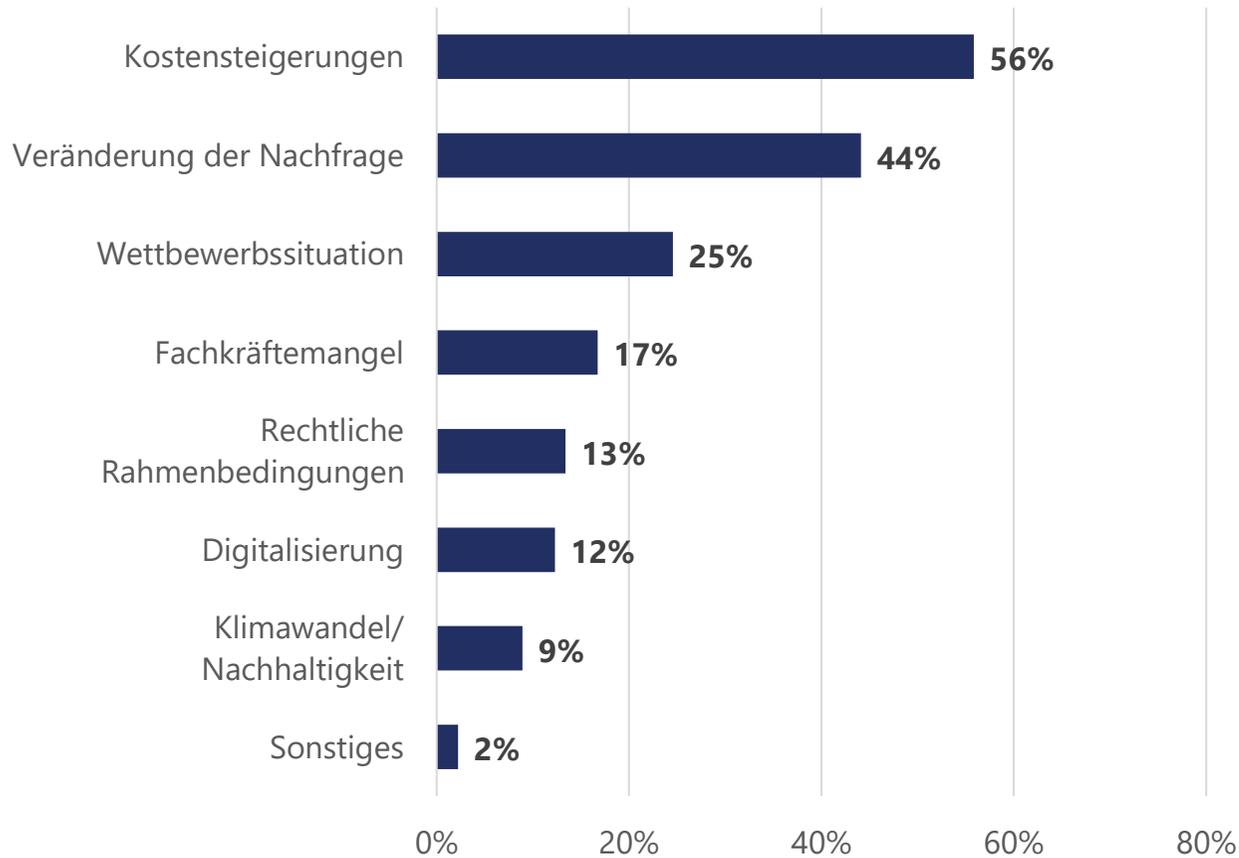
„Trotz Kostensteigerungen zeigen Kleinunternehmen hohe Investitionsbereitschaft“

3

„Digitale Kanäle gewinnen weiter an Relevanz – sowohl im Unternehmen als auch bei Finanzierungen“

Langfristige Herausforderungen (z. B. Fachkräftemangel) sind in der kurzfristigen Betrachtungsweise weniger relevant als Kostensteigerungen und akute Nachfrageveränderungen

Herausforderungen in den kommenden 12 Monaten



— Key Learnings —

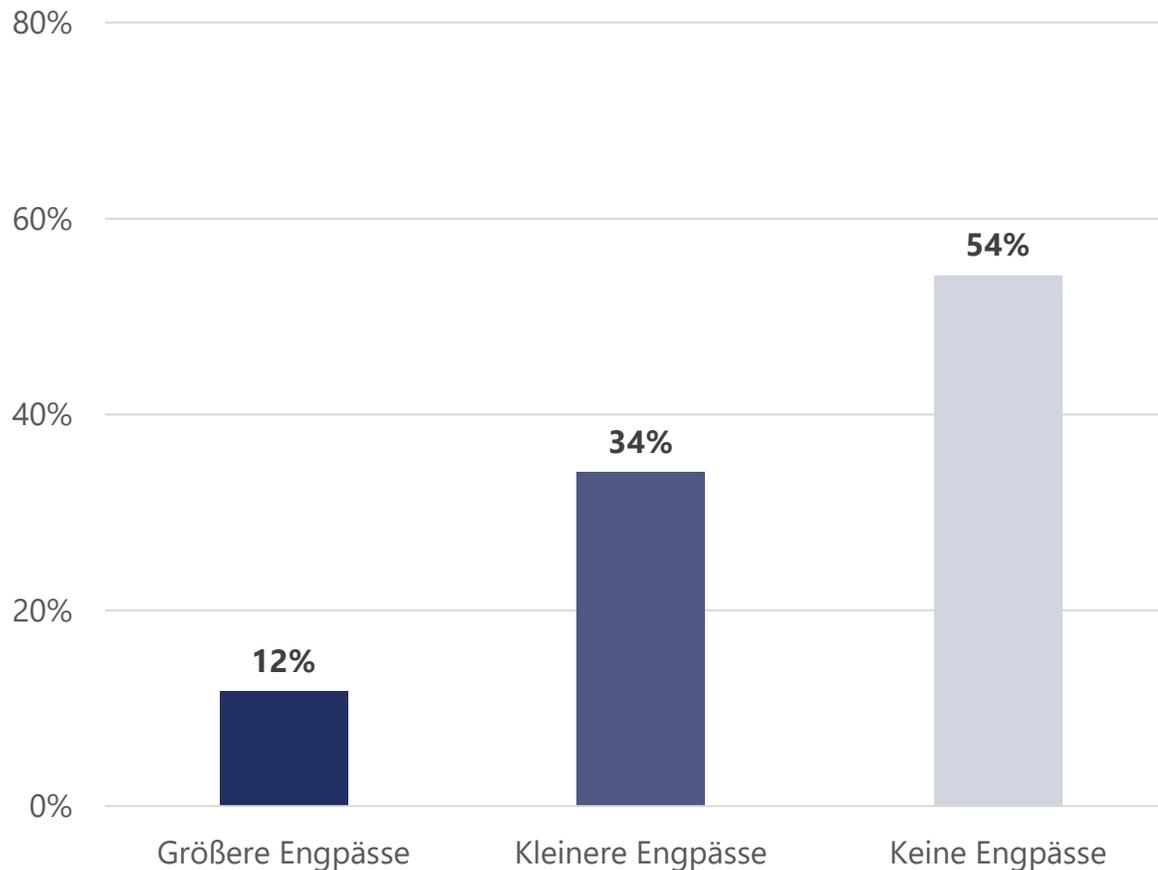
- Auf der kurzfristigen Zeitachse (12 Monate) sind insbesondere Kostensteigerungen sowie eine Veränderung der Nachfrage die größten Herausforderungen
- Nur eine Minderheit sieht kurzfristig die Thematik Klimawandel/ Nachhaltigkeit als große Herausforderung an

Kosten- und Nachfragesituation als größte unternehmerische Herausforderungen

Frage: Was sind die größten Herausforderungen für Ihr Unternehmen in den kommenden 12 Monaten? (n = 179)

Insgesamt berichtet knapp die Hälfte der Kleinunternehmen von Liquiditätsproblemen im vergangenen Jahr, 12% erlebten hier größere Probleme

Liquiditätsengpässe in den vergangenen 12 Monaten



— Key Learnings —

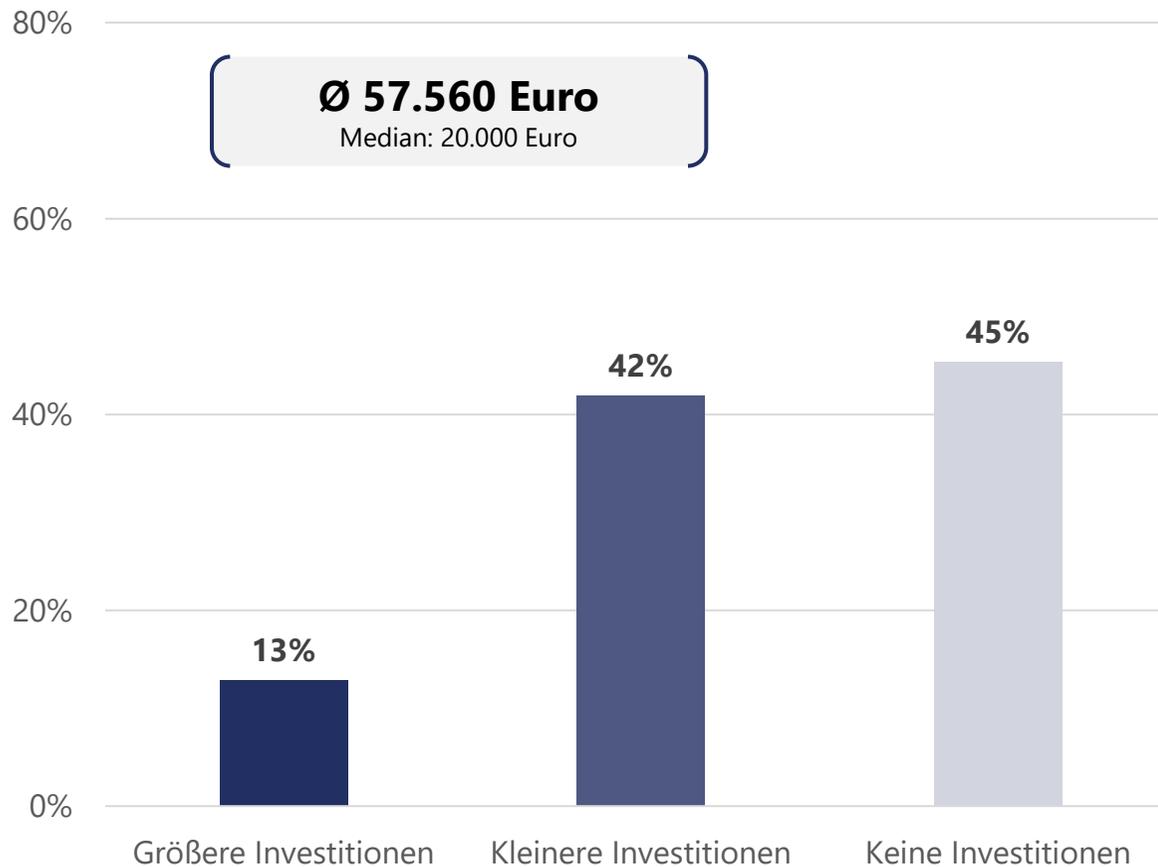
- Knapp die Hälfte der Kleinunternehmen litt im vergangenen Jahr unter Liquiditätsengpässe
- Bei 12% wurden größere Liquiditätsengpässe festgestellt
- Insbesondere die hohe Inflation und stark erhöhte Energiekosten könnten hier mitverantwortlich sein

Knapp die Hälfte der Kleinunternehmen beklagt Liquiditätsengpässe

Frage: Kam es bei Ihrem Unternehmen in den vergangenen 12 Monaten zu Liquiditätsengpässen? (n = 179)

Mehr als die Hälfte der befragten Kleinunternehmen plant in den kommenden 12 Monaten nennenswerte Investitionen

Investitionspläne in den kommenden 12 Monaten



— Key Learnings —

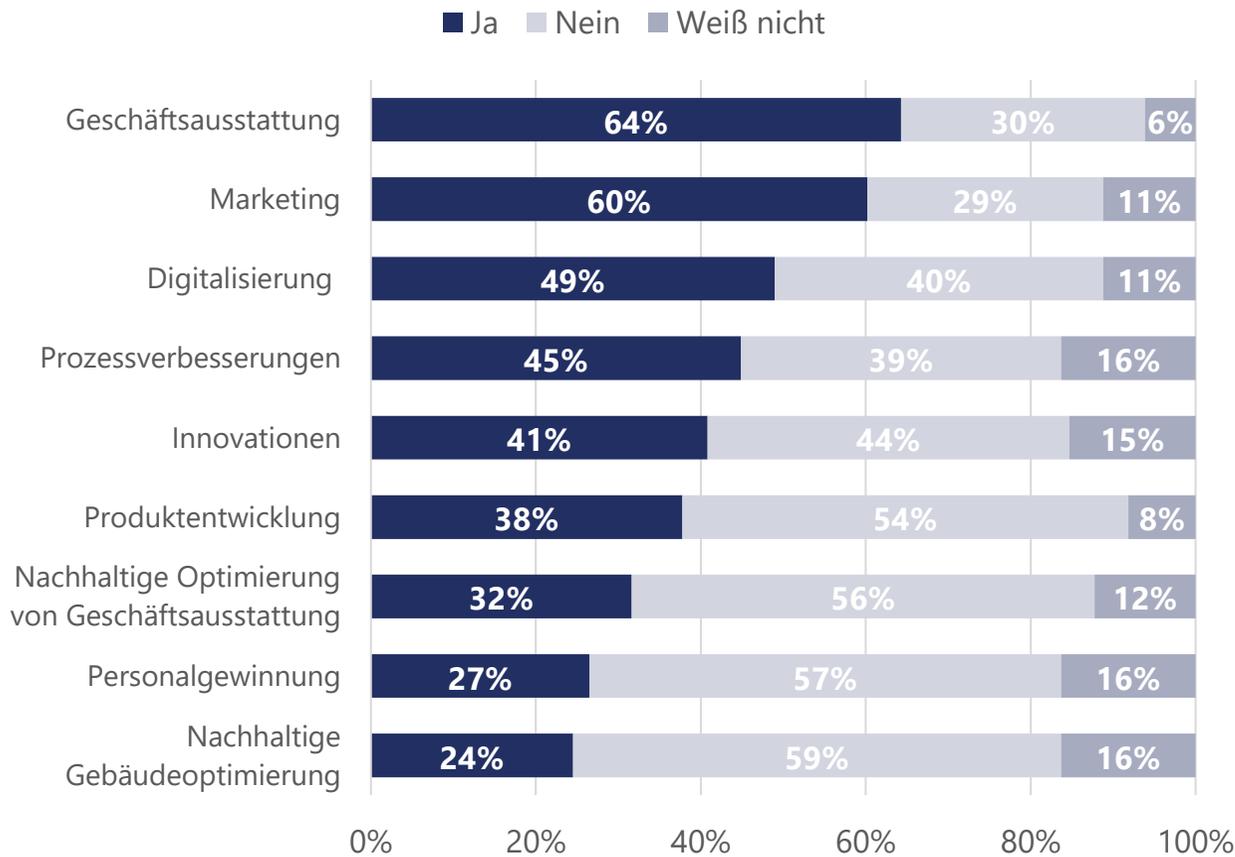
- Mehr als die Hälfte plant im kommenden Jahr nennenswerte Investitionen
- 13% bezeichnen diese als größer, während 42% kleinere Investitionen umsetzen möchten
- Im Durchschnitt wollen diese Firmen knapp 60.000 Euro investieren (Median 20.000 Euro)

Die Investitionsbereitschaft der Kleinunternehmen ist hoch, mehr als die Hälfte plant etwas

Fragen: Planen Sie in den kommenden 12 Monaten nennenswerte Investitionen in Ihrem Unternehmen? (n = 179); Wie viel Geld planen Sie für die Investitionen in den kommenden 12 Monaten ein? (n = 98)

Knapp die Hälfte plant eine Investition im Bereich Nachhaltigkeit, Geschäftsausstattung hier etwas relevanter als Gebäudeoptimierung

Geplante Investitionen in den kommenden 12 Monaten



— Key Learnings —

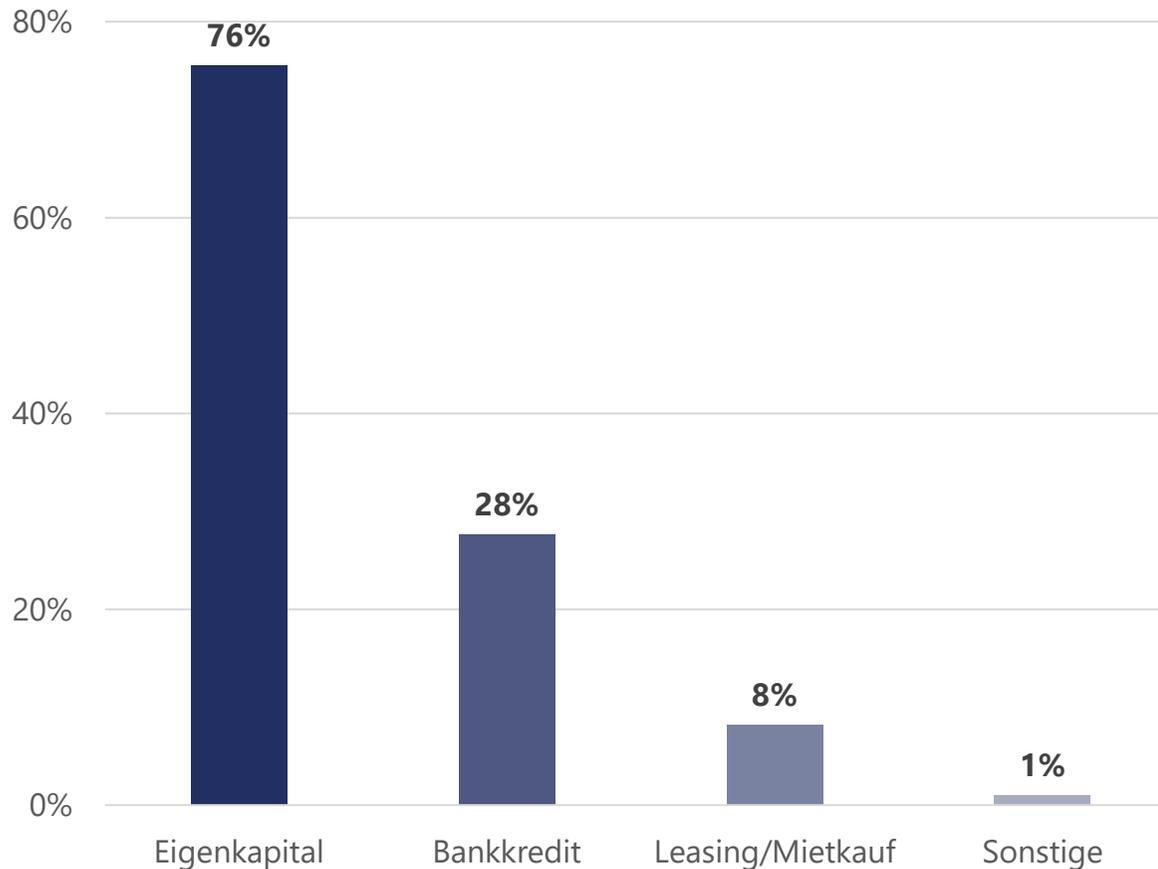
- Investitionen in Geschäftsausstattung und Marketing von höchster Relevanz im Investitionsplan
- Die Hälfte der Firmen mit Investitionsabsicht gibt an, im Bereich Digitalisierung optimieren zu wollen, beispielsweise durch digitale Vertriebskanäle
- Knapp die Hälfte (47%) plant Nachhaltigkeitsinvestitionen¹

Investitionen sollen insbesondere in Geschäftsausstattung und Marketing erfolgen

Frage: [Investitionsabsicht]: In welchen Bereichen werden Sie investieren? (n = 98); 1) Investition in nachhaltige Geschäftsausstattung und/oder Gebäudeoptimierung

Eigenkapital stellt die wichtigste Finanzierungsquelle für Investitionen dar, etwa ein Drittel will auf Fremdkapital zurückgreifen

Finanzierungsinstrumente



Frage: [Investitionsabsicht]: Wie werden Sie die geplanten Investitionen finanzieren? (n = 98)

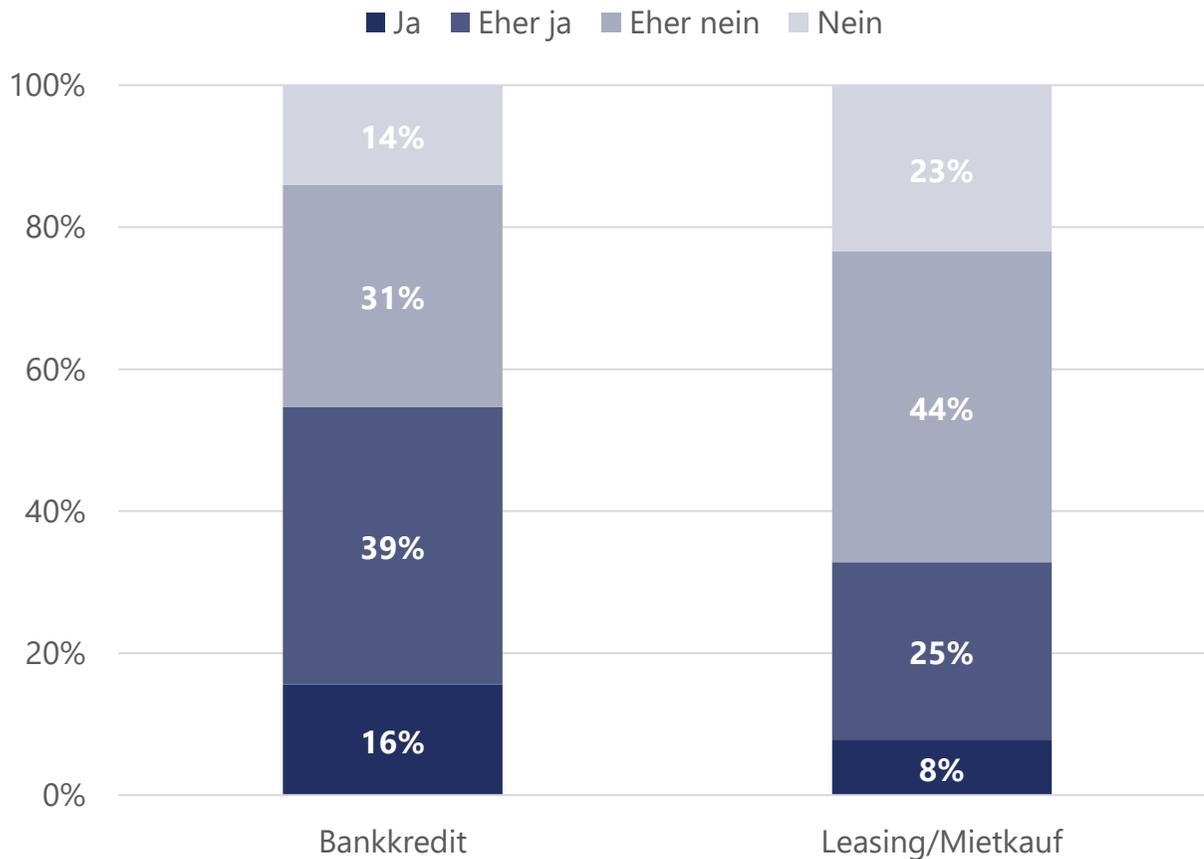
— Key Learnings —

- Großteil der Firmen plant eine Finanzierung der Investitionen über eigene Mittel
- Etwa ein Drittel würde dafür Bankkredite oder Leasing-Angebote nutzen
- Kleineres Unternehmenssegment ist tendenziell weniger affil für Fremdkapital

Drei von vier Unternehmen würden Eigenkapital zur Finanzierung der Investitionen einsetzen

Firmen die über Eigenkapital finanzieren wollen, schließen eine Nutzung von Fremdkapital im Falle mangelnder Liquidität nicht aus

Finanzierung/Leasing als Alternative



— Key Learnings —

- Firmen, die über Eigenkapital investieren, würden bei nicht ausreichenden Mitteln teilweise auf Fremdkapital zurückgreifen
- Mehr als die Hälfte würde einen Bankkredit in Anspruch nehmen, etwa ein Drittel Leasing bzw. Mietkauf

Bei mangelnder Liquidität würde der überwiegende Teil zu Fremdkapital greifen

Frage: [Finanzierung nur über Eigenkapital]: Angenommen, Ihre vorhandene Liquidität würde für die geplante Investition nicht ausreichen, würden Sie eine Finanzierung (z. B. Bankkredit, Leasing) in Anspruch nehmen? (n = 64)

1

„Kleinunternehmen kommen relativ robust durch die Krise und blicken positiv in die Zukunft“

2

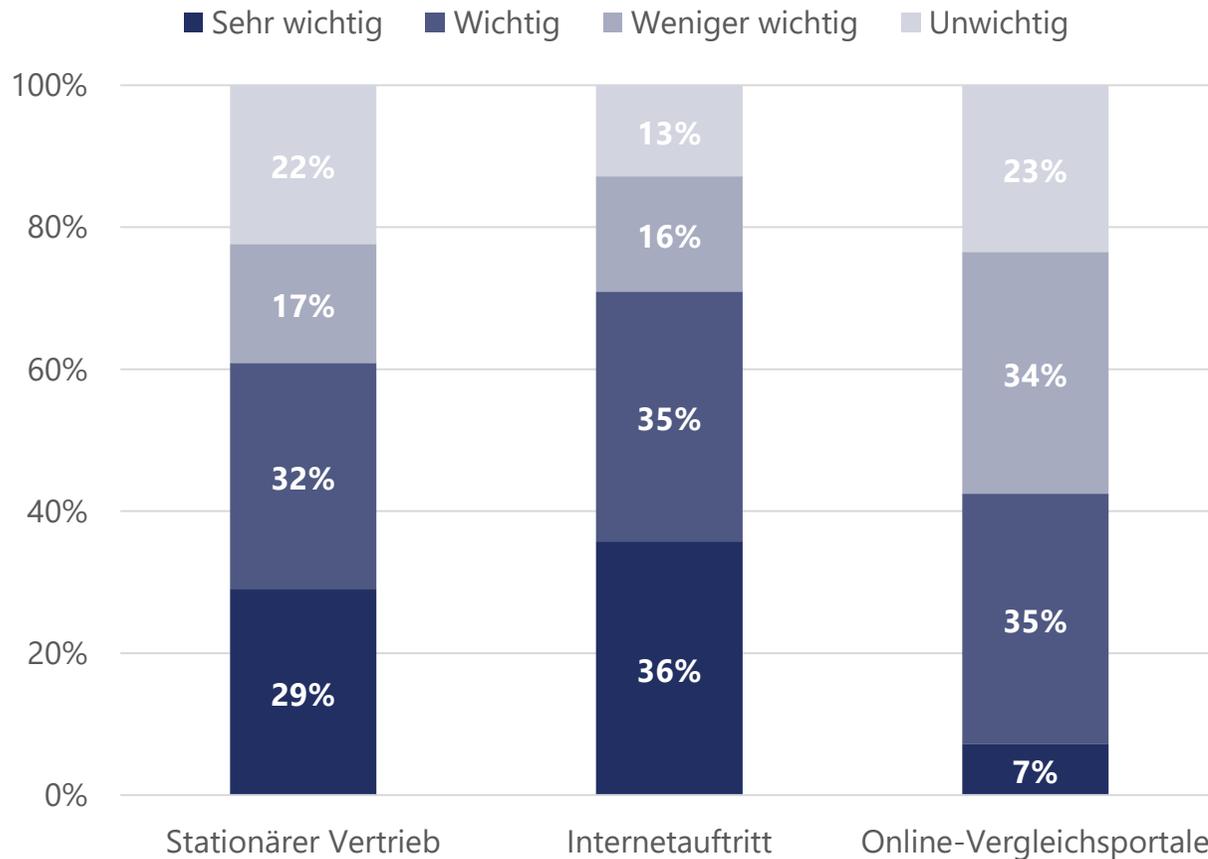
„Trotz Kostensteigerungen zeigen Kleinunternehmen hohe Investitionsbereitschaft“

3

„Digitale Kanäle gewinnen weiter an Relevanz – sowohl im Unternehmen als auch bei Finanzierungen“

Der eigene Webauftritt (z. B. Online-Shop) ist für einen Großteil ein wichtiger Vertriebskanal, stationärer Vertrieb nach wie vor von hoher Relevanz

Relevanz verschiedener Vertriebskanäle



— Key Learnings —

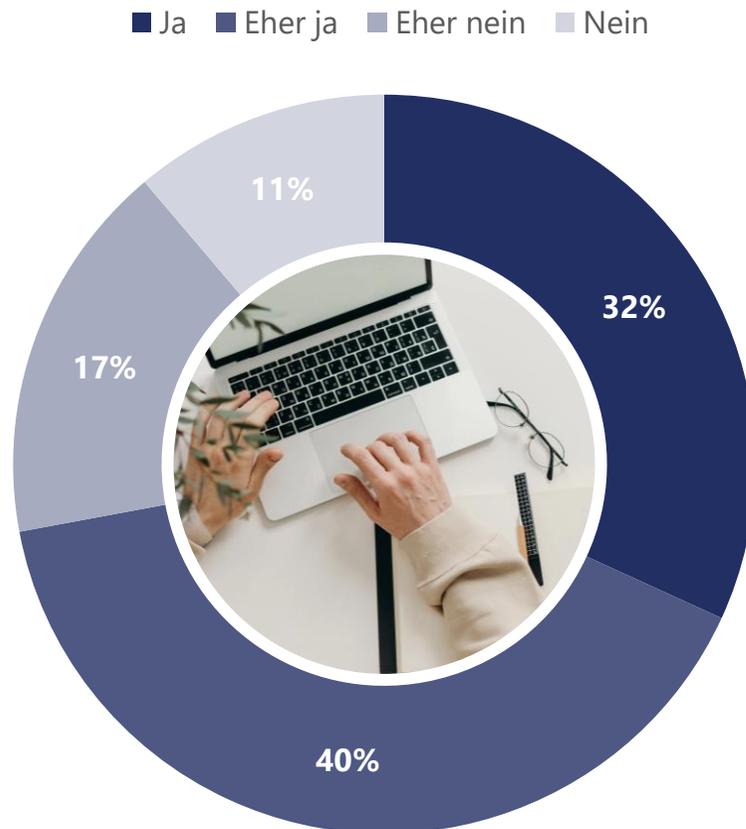
- Internetauftritt wird mittlerweile als wichtiger für den Geschäftserfolg bewertet, als der stationäre Vertrieb
- 71% der Kleinunternehmen bewerten Online-Vertrieb als (sehr) wichtig
- Vergleichsportale mit geringerer Relevanz, hier herrschen unterschiedliche Meinungen vor

Eigener Web-Auftritt für Kleinunternehmen deutlich wichtiger als Vergleichsportale

Frage: Wie bewerten Sie die Relevanz der folgende Vertriebskanäle für Ihren Geschäftserfolg? (n = 179)

Eine große Mehrheit der befragten Firmen kann sich vorstellen, eine Unternehmensfinanzierung online abzuschließen

Online-Abschlussbereitschaft bei Finanzierungen



— Key Learnings —

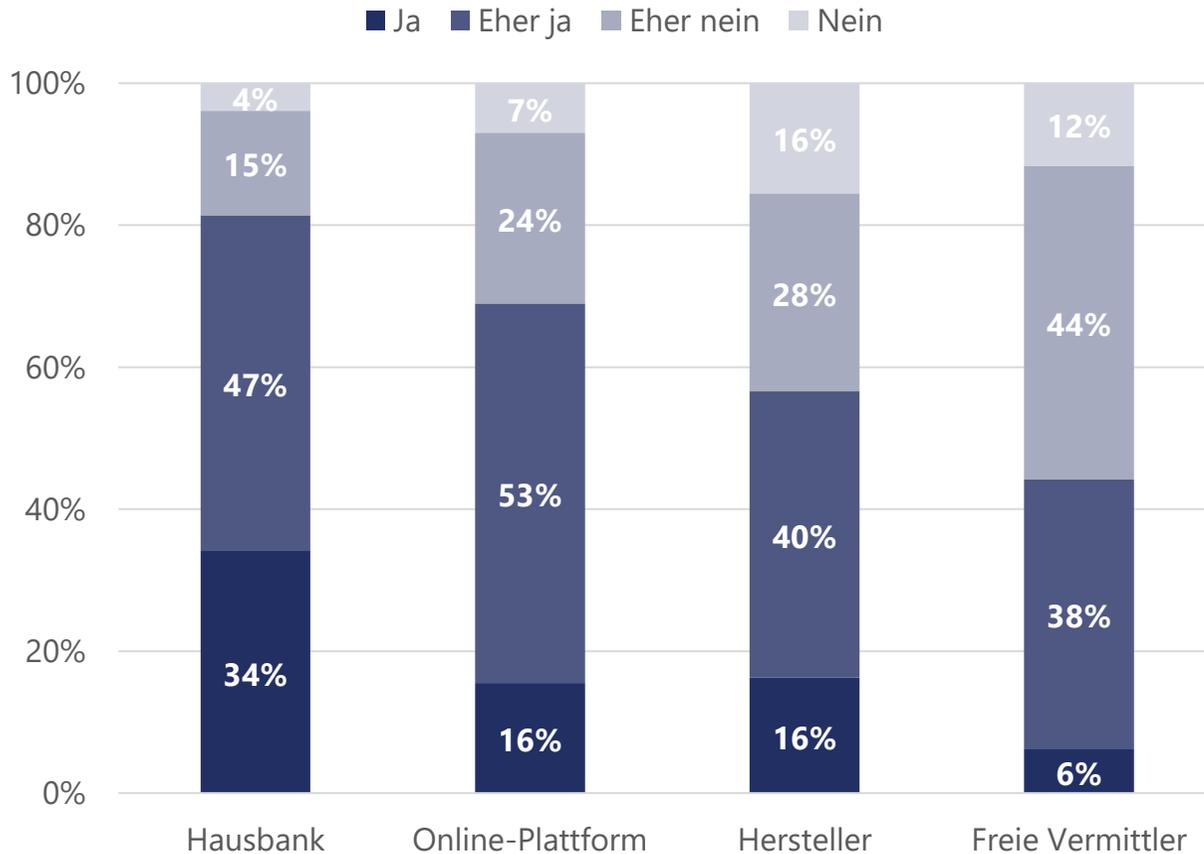
- Mehr als zwei Drittel (72%) der Befragten können sich einen Online-Abschluss vorstellen
- Jüngere Unternehmer:innen zeigen höhere Bereitschaft als ältere (18-39: 85% vs. 40-67: 66%)
- Online-Abschlusskanal entwickelt sich für viele Kleinunternehmen zu attraktivem Standard

**Sehr hohe Bereitschaft für
Online-Abschluss von
Finanzierungen**

Frage: Angenommen, Sie würden sich entscheiden eine Finanzierung für Ihr Unternehmen abzuschließen. Können Sie sich vorstellen diese Finanzierung online abzuschließen?
(n = 179)

Über 80% der Firmen mit Online-Abschlussbereitschaft würden eine Finanzierung bei der Hausbank abschließen

Finanzierungspartner bei Online-Finanzierung



— Key Learnings —

- Hausbank mit deutlichem Vorsprung auf Rang eins hinsichtlich eines Online-Abschlusses bei Finanzierungen
- Mehr als die Hälfte könnte sich zudem vorstellen, auf Kredit-Plattformen eine Finanzierung abzuschließen
- Freie Vermittler deutlich weniger gefragt

Hausbank und Online-Plattformen als relevante Partner bei digitalen Finanzierungsvorhaben

Frage: [Online-Abschlussbereitschaft]: Bei welchem Anbieter würden Sie diese Finanzierung online abschließen? (n = 129)



Ansprechpartner



Steve Müller

Strategie & Gremien

VR Smart Finanz

steve.mueller@vr-smart-finanz.de



Dr. Thomas Jürgenschellert

CFIN – Research Center for Financial
Services an der Steinbeis-Hochschule

thomas.juergenschellert@c-fin.de