



BAROMETER 2008 FÜR DAS FORDERUNGSMANAGEMENT DER EUROPÄISCHEN UNTERNEHMEN

DEUTSCHLAND

- Sonderbericht -

Nr. 0700810

Dezember 2007

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.eu

AG mit einem Kapital von 1 571 600 € – Handels- und Gesellschaftsregister Paris B 308 293
430 00010 – APE 741 E
Umsatzsteuer-Identifikationsnummer FR 46 308 293 430

EINLEITUNG

S.3

Kontext und Ziele der Studie

S.4

Verfahren

S.5

Stichprobenstruktur

S.7

DIE ERGEBNISSE IM ÜBERBLICK

S.10

DIE ERGEBNISSE IM DETAIL

S.11

1 - Das Kundenportfolio der Unternehmen

S.12

2 - Finanzielle Sicherheit und wirtschaftliche Entwicklung der Unternehmen

S.16

3 - Forderungsmanagement

S.38

4 - Zahlungsfristen

S.48

5 - Beitreibung

S.51

6 - Der Finanzierungsbedarf der Unternehmen

S.56

7 - Factoring

S.60

EINLEITUNG

KONTEXT UND ZIELE DER STUDIE

EUROFACTOR, Unternehmenspartner für Forderungsmanagement, führte 1998 in Zusammenarbeit mit der frz. Vereinigung der Forderungsmanager und Consultants „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 Belgien, Spanien, Frankreich, Italien, Portugal und Großbritannien ab und 6 bis 1000 in Deutschland.

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 Deutschland durchgeführten Studie vorgestellt. Sie ergab folgende Daten:

Zielgruppe: 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 8. Oktober 2007 bis zum 2. November 2007.

TECHNISCHE DATEN UND METHODOLOGIE

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

- Kriterium des Tätigkeitssektors, untergliedert in vier Makro-Sektoren: Handel, Industrie, Baugewerbe, Transport und Dienstleistungen.
- Kriterium der Unternehmensgröße, untergliedert in vier Gruppen: 20-49 Beschäftigte, 50-199 Beschäftigte, 200-500 Beschäftigte und 501-1000 Beschäftigte.

Stichprobenstruktur und Nachgewichtung

Die repräsentative Auswahl setzte sich in Deutschland 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

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

	BESCHÄFTIGTENZAHL		GEWICHTETE STRUKTUR 2007
	2005	2007	
<i>Beschäftigtenzahl</i>	218	341	
TÄTIGKEITSSEKTOR			
Industrie	42%	61%	41%
Handel	26%	20%	28%
Transport	15%	6%	11%
Dienstleistungen	17%	13%	21%
UNTERNEHMENSGRÖSSE			
20 bis 49 Beschäftigte	39%	35%	60%
50 bis 199 Beschäftigte	16%	15%	22%
200 bis 500 Beschäftigte	17%	12%	16%
5001 bis 1000 Beschäftigte	29%	38%	3%
GESAMT	100%	100%	100%

STICHPROBENSTRUKTUR

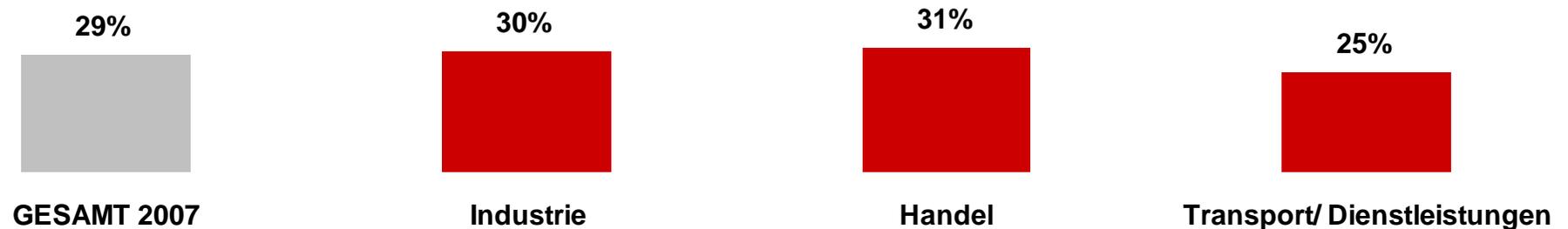
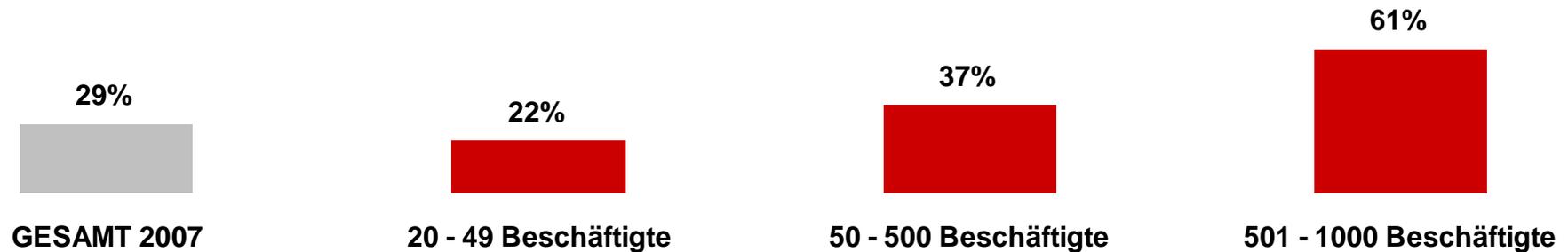
	BESCHÄFTIGTENZAHL		GEWICHTETE STRUKTUR 2007
	2005	2007	
<i>Beschäftigtenzahl</i>	218	341	
UMSATZ			
Unter 2 Millionen Euro	3%	6%	11%
2 bis 5 Millionen Euro	6%	11%	18%
5 bis 8 Millionen Euro	6%	8%	15%
8 bis 15 Millionen Euro	13%	11%	18%
15 bis 45 Millionen Euro	25%	17%	20%
45 bis 100 Millionen Euro	25%	23%	11%
100 Millionen Euro und mehr	23%	23%	8%
GESAMT	100%	100%	100%

Besitz von Zweigstellen in anderen europäischen Ländern

F101. Hat Ihr Unternehmen Tochtergesellschaften in anderen europäischen Ländern?

→ % an Unternehmen mit Tochtergesellschaften in anderen europäischen Ländern

Grundlage: Alle befragten Unternehmen



DIE ERGEBNISSE IM ÜBERBLICK

DIE ERGEBNISSE IM DETAIL

VORWORT: Da eine Reihe von Fragen zwischen den Befragungspahsen geändert wurden, können die Ergebnisse 2005 und 2007 nicht immer miteinander verglichen werden.

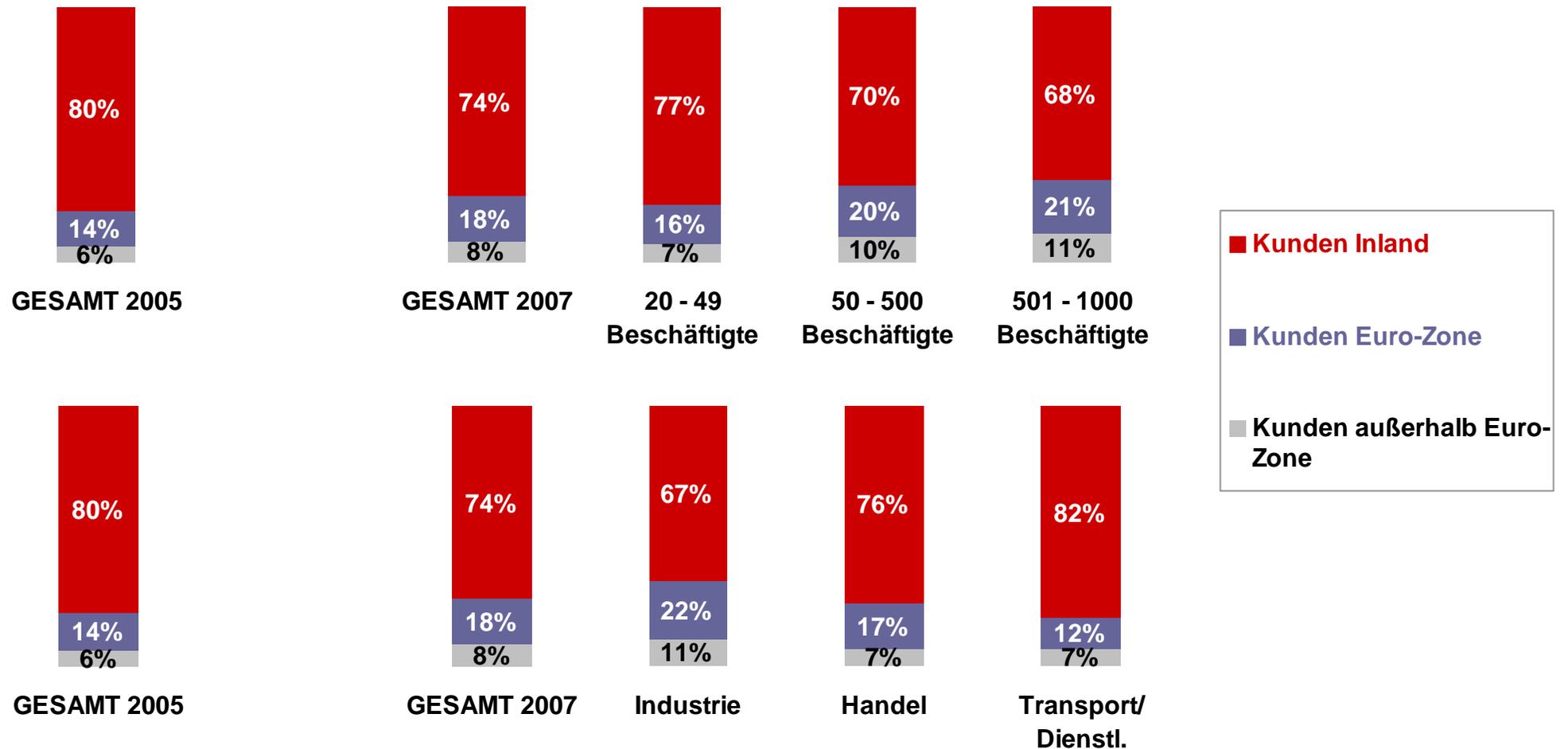
1 – DAS KUNDENPORTFOLIO DER UNTERNEHMEN

Geographische Verteilung der Kundschaft in % des Umsatzes

F10. Wie groß ist der Umsatz-Anteil, den Sie in Deutschland, 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

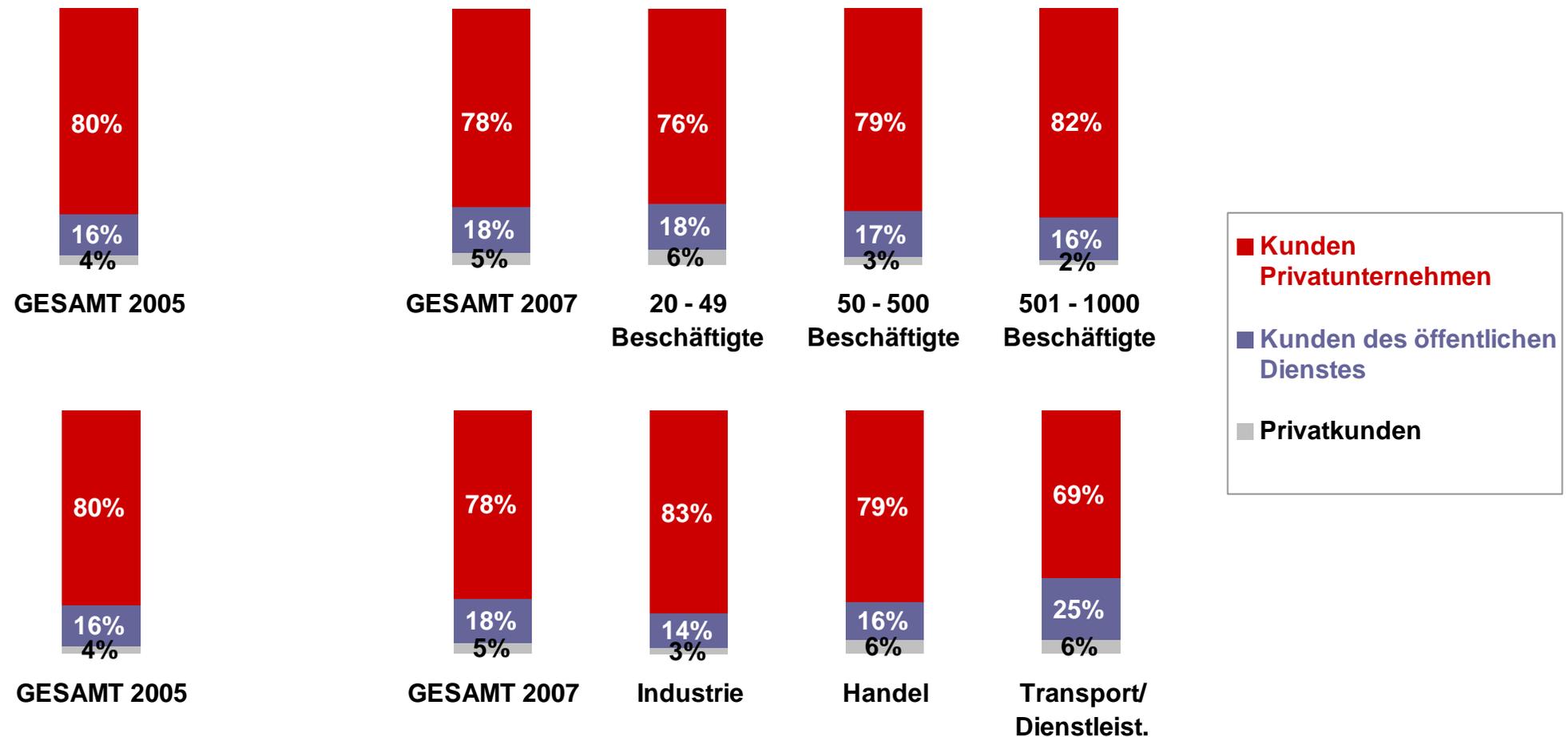


Verteilung der Kundschaft in % des Umsatzes

F11. 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 2007 erzielt wurde

Grundlage: Alle befragten Unternehmen



ANALYSE: Die Märkte der deutschen Unternehmen

- Die deutschen Klein und Mittelbetriebe jeder Größe bleiben trotz des Export-Trends recht wenig auf das Ausland ausgerichtet. Die Inlandstätigkeit betrifft dieses Jahr 74 % des Umsatzes der Unternehmen (im Gegensatz zu 80% im Jahr 2005), wohingegen die internationale Tätigkeit auf 26% angestiegen ist (im Gegensatz zu 20% 2005). Die Exporttätigkeit konzentriert sich mit 18% des Gesamtumsatzes der Unternehmen zwischen 20 und 1000 Beschäftigten hauptsächlich auf die Eurozone. Der Industriesektor trägt mit 22 % Industrietätigkeit am stärksten zu den Exporten bei.
- Der öffentliche Sektor trägt zu 16 % des Umsatzes der deutschen Unternehmen bei (stabil seit 2005); dieser Anteil ist im Industriesektor geringer (14%) und deutlich höher im Dienstleistungssektor (25%).

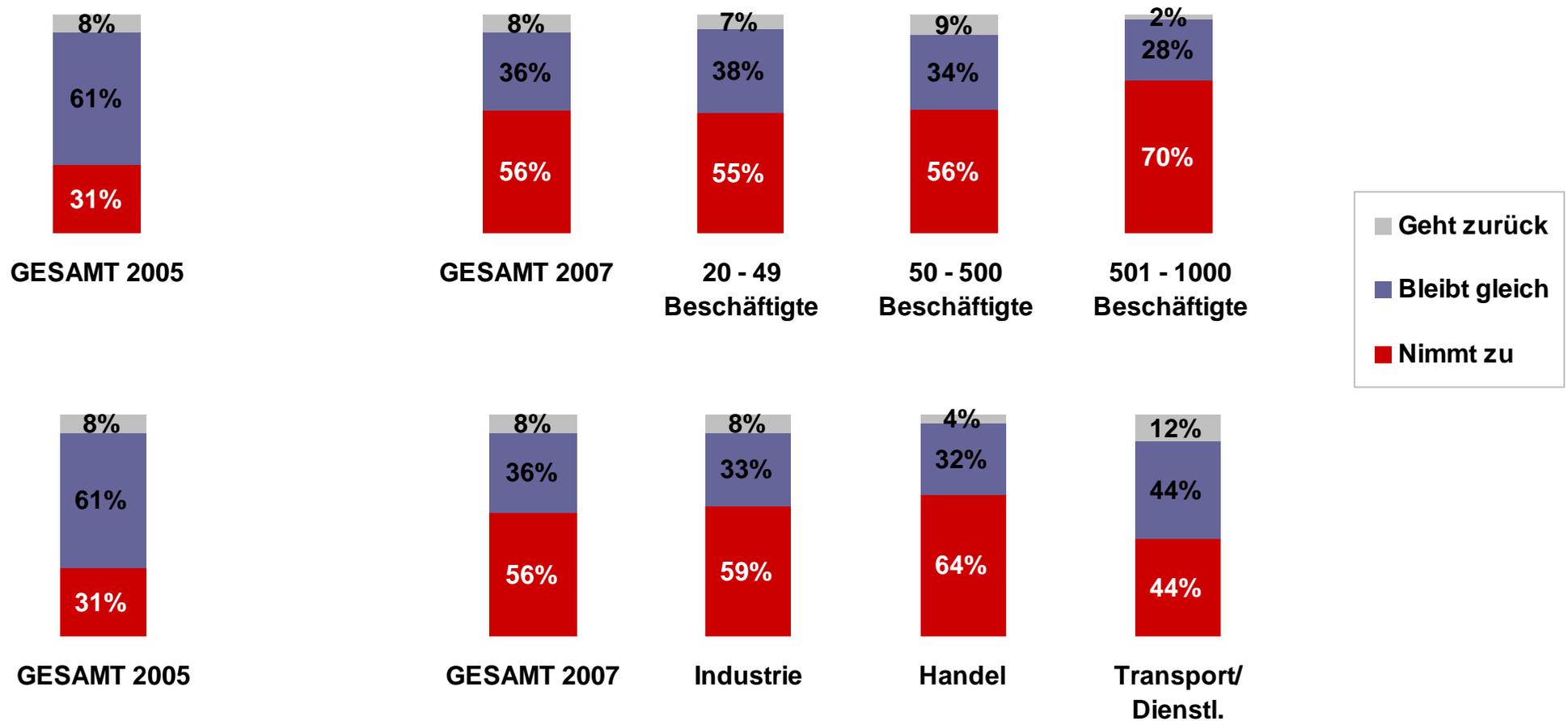
2 – FINANZIELLE GESUNDHEIT UND WIRTSCHAFTLICHES UMFELD DER UNTERNEHMEN

Entwicklungsaussichten für die Unternehmen nach Umsatz

F70. 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

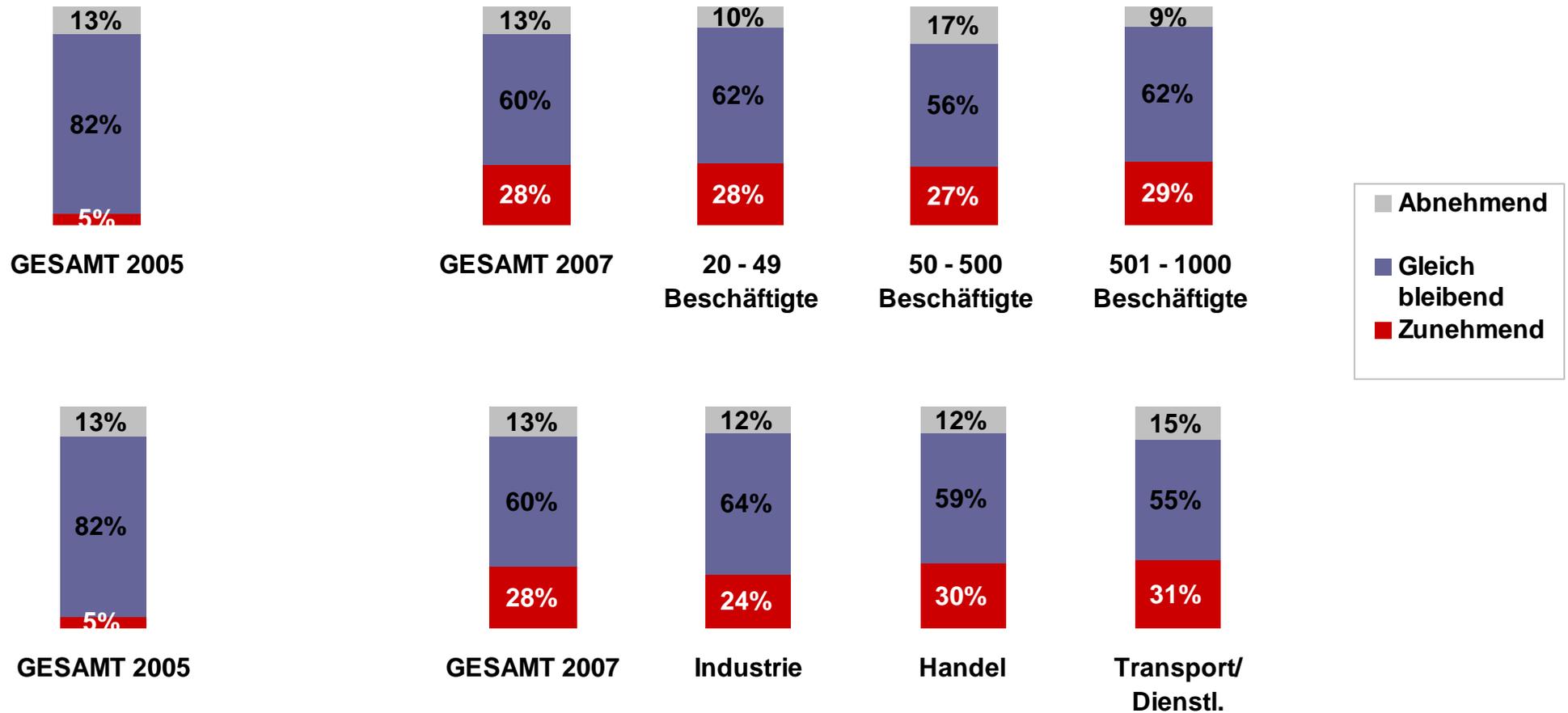


Entwicklungsaussichten für die Unternehmen in Bezug auf die Beschäftigtenzahl

F71. Glauben Sie, dass die Beschäftigtenzahl Ihres Unternehmens in den nächsten 12 Monaten eher zunimmt, abnimmt oder stabil bleibt?

→ % an Unternehmen, die mit einer Erhöhung Ihrer Beschäftigtenzahl rechnen

Grundlage: Alle befragten Unternehmen

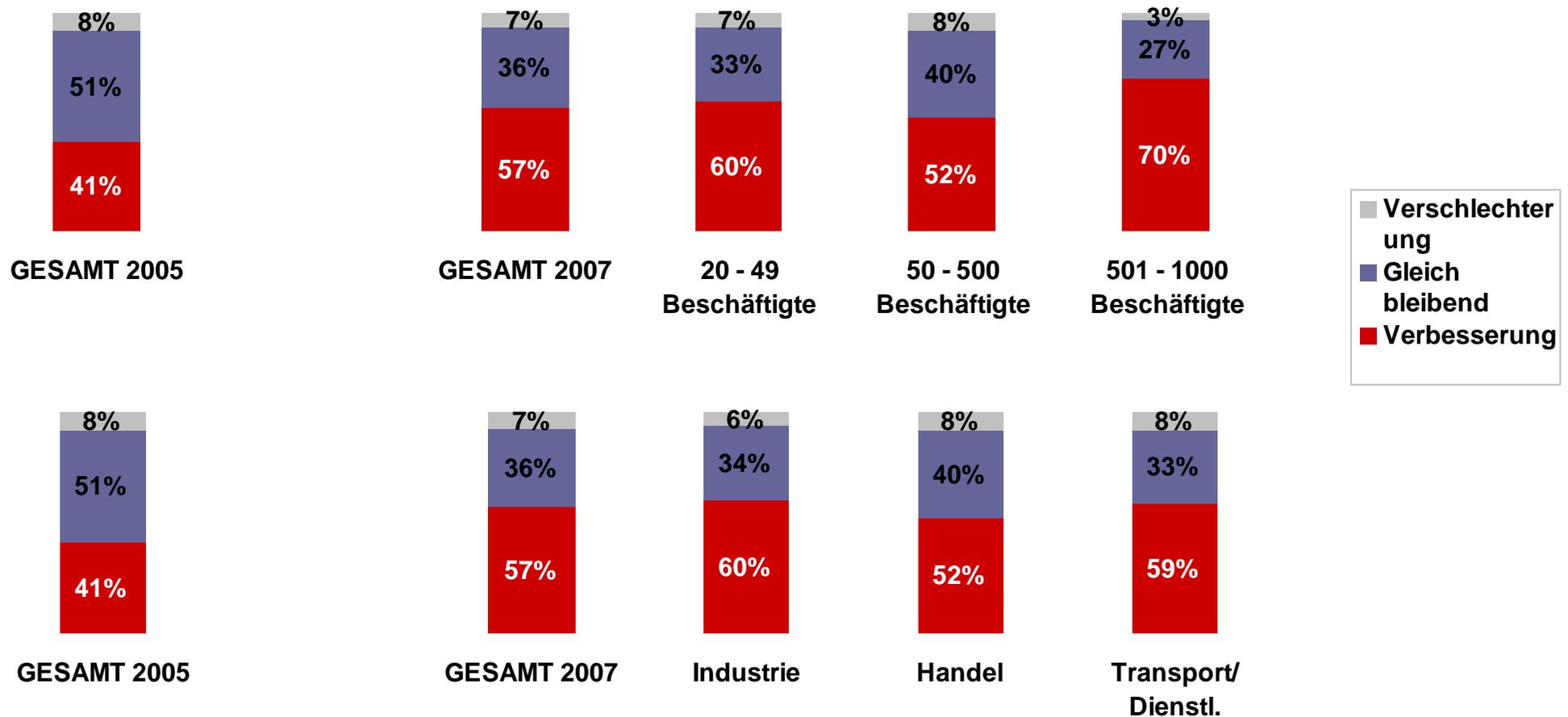


Entwicklungsaussichten für die Unternehmen hinsichtlich ihrer Rentabilität

F74. 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

- In Deutschland sind die Erwartungen generell eher positiv, sowohl hinsichtlich der Wiederankurbelung der Geschäftstätigkeit (56% der Unternehmen) als auch in Bezug auf den Stellenmarkt (28%) und die Rentabilität (58%).
- Diese Haltung wird vor allem von Unternehmen mit mehr als 500 Beschäftigten vertreten: 70% von ihnen erwarten 2008 eine Steigerung ihres Umsatzes. Die Klein- und Mittelbetriebe des Handels sind am optimistischsten (64%) zusammen mit den Industriebetrieben (59%). Am pessimistischsten sind die Unternehmen des Dienstleistungssektors (44%).
- Was die Rentabilität angeht, sind die Erwartungen je nach Unternehmensgröße vollkommen unterschiedlich: Der Anteil der Unternehmen, die mit einer Verbesserung ihrer Rentabilität rechnen, liegt bei 50% bei Unternehmen mit 50 bis 500 Beschäftigten, bei sechzig Prozent bei Unternehmen mit 20 bis 49 Beschäftigten und bei siebenzig Prozent bei Unternehmen mit 501 bis 100 Beschäftigten (insgesamt ein Durchschnitt von 57%). Die Erwartungen sind je nach Tätigkeitssektor ganz unterschiedlich, denn eben dieser Anteil liegt im Handel bei 52 % im Gegensatz zu 59% im Dienstleistungssektor, und bei 60% in der Industrie.
- Die Stellenaussichten bleiben in etwa gleich, unabhängig von der Unternehmensgröße: 28% der Klein- und Mittelbetriebe rechnen mit einer Erhöhung ihrer Beschäftigtenzahl. Neue Posten dürften eher im tertiären Sektor (31%) und im Handel (30%) als in der Industrie (24%) angeboten werden.

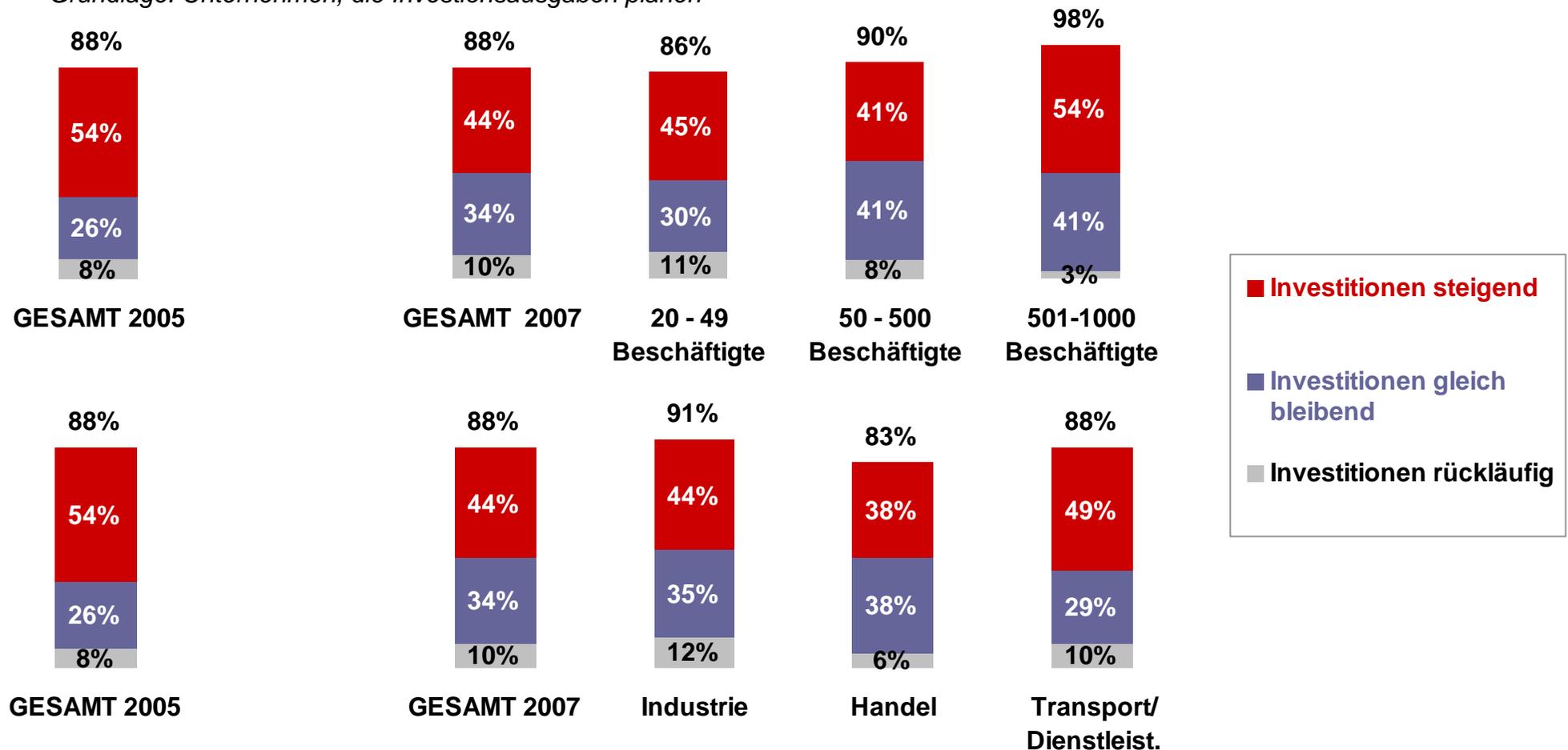
Erwartete Investitionsausgaben

F72. Glauben Sie, dass Ihr Unternehmen in den nächsten 12 Monaten Investitionsausgaben haben wird?

F73. 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 planen

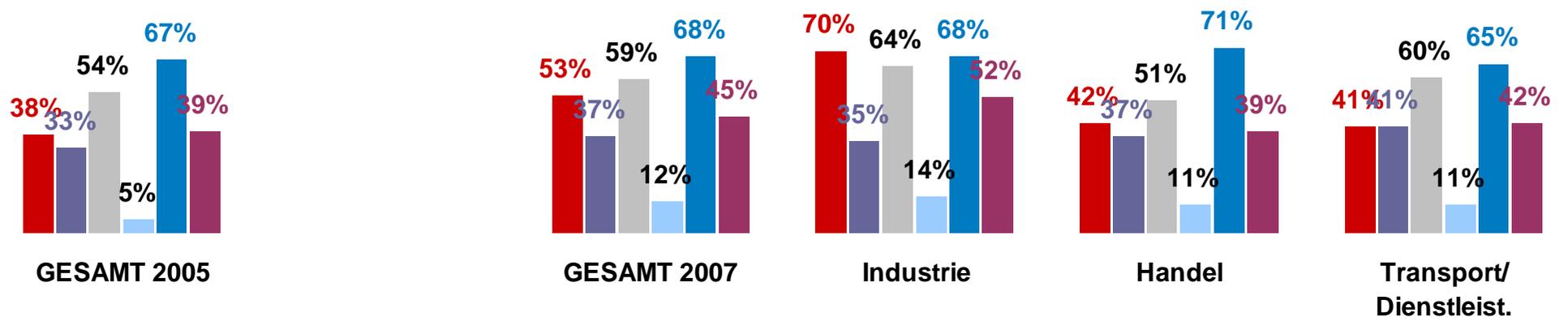
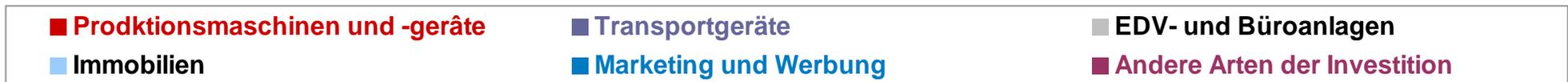
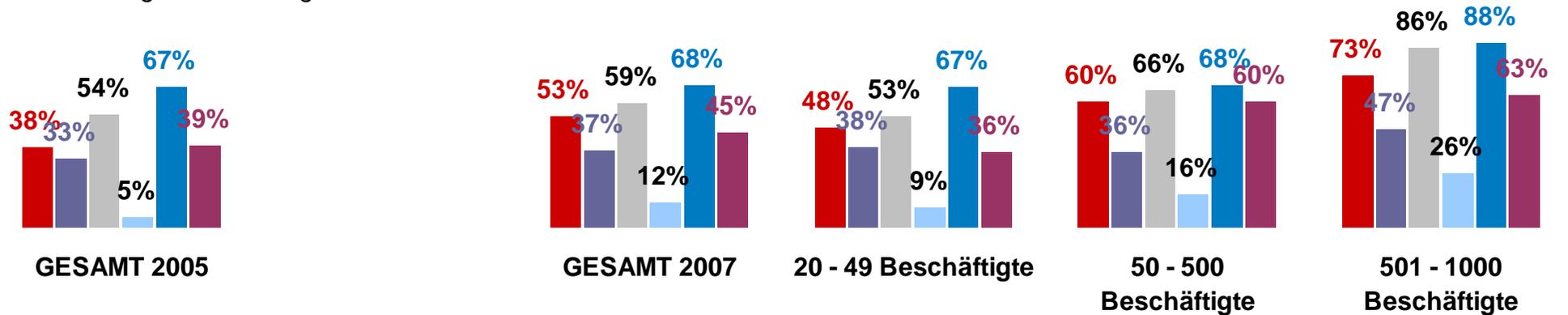


Art der geplanten Investitionsausgaben

F72. 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

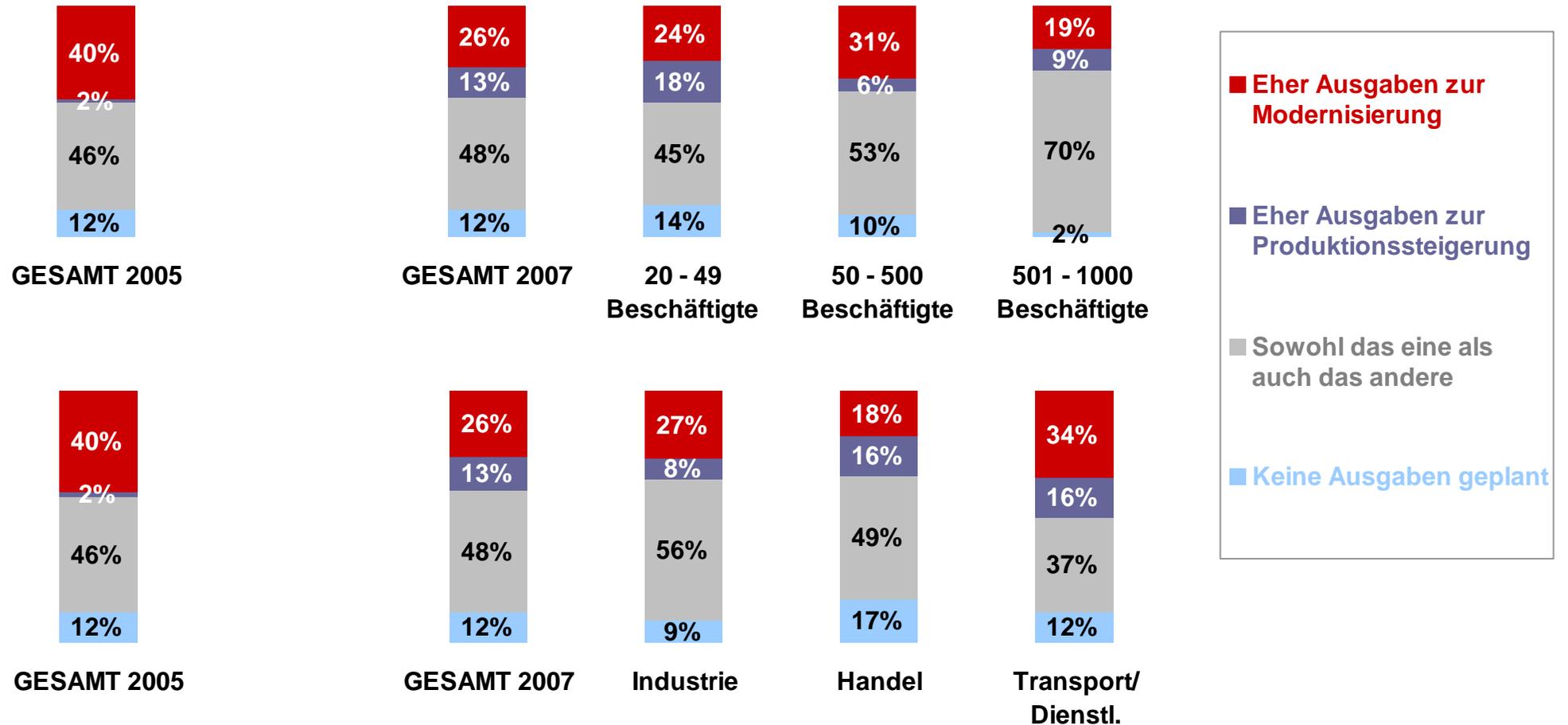


Art der geplanten Investitionsausgaben

F72b. Handelt es sich eher um Ausgaben zur Modernisierung von Anlagen oder eher um Ausgaben zur Produktionssteigerung oder beides?

➔ % an Unternehmen, die mit Ausgaben zur Modernisierung von Anlagen, mit Ausgaben zur Produktionssteigerung ... rechnen

Grundlage: Alle befragten Unternehmen

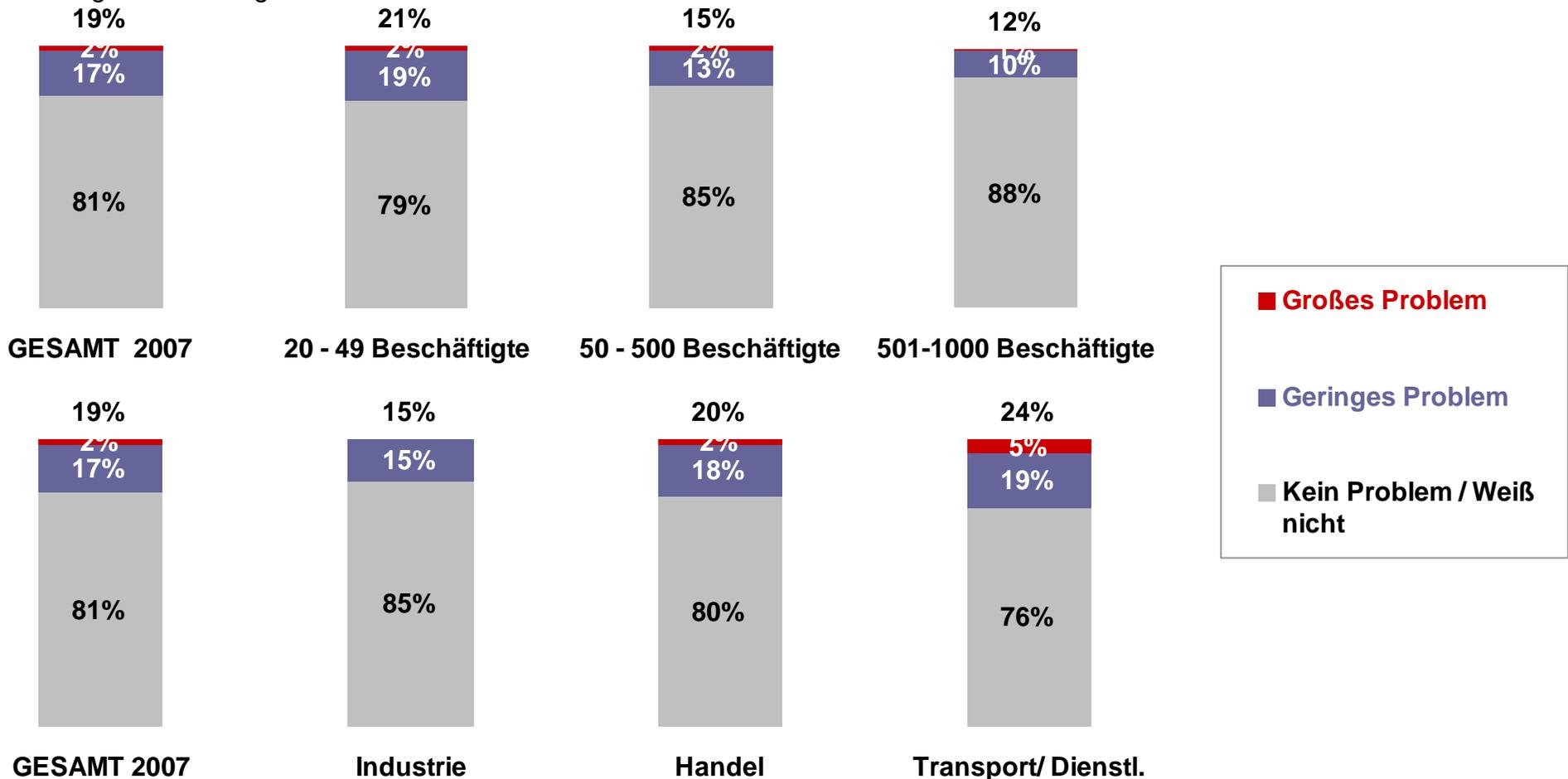


Schwieriger Zugang zu Krediten

F79. Entstanden durch die Finanzkonjunktur dieser letzten Monate größere Kreditzugangsprobleme für Ihr Unternehmen oder hatten sie kein Problem, einen Kredit zu bekommen?

→ % an Unternehmen, die den Zugang zum Kredit leicht oder schwer finden

Grundlage: Alle befragten Unternehmen

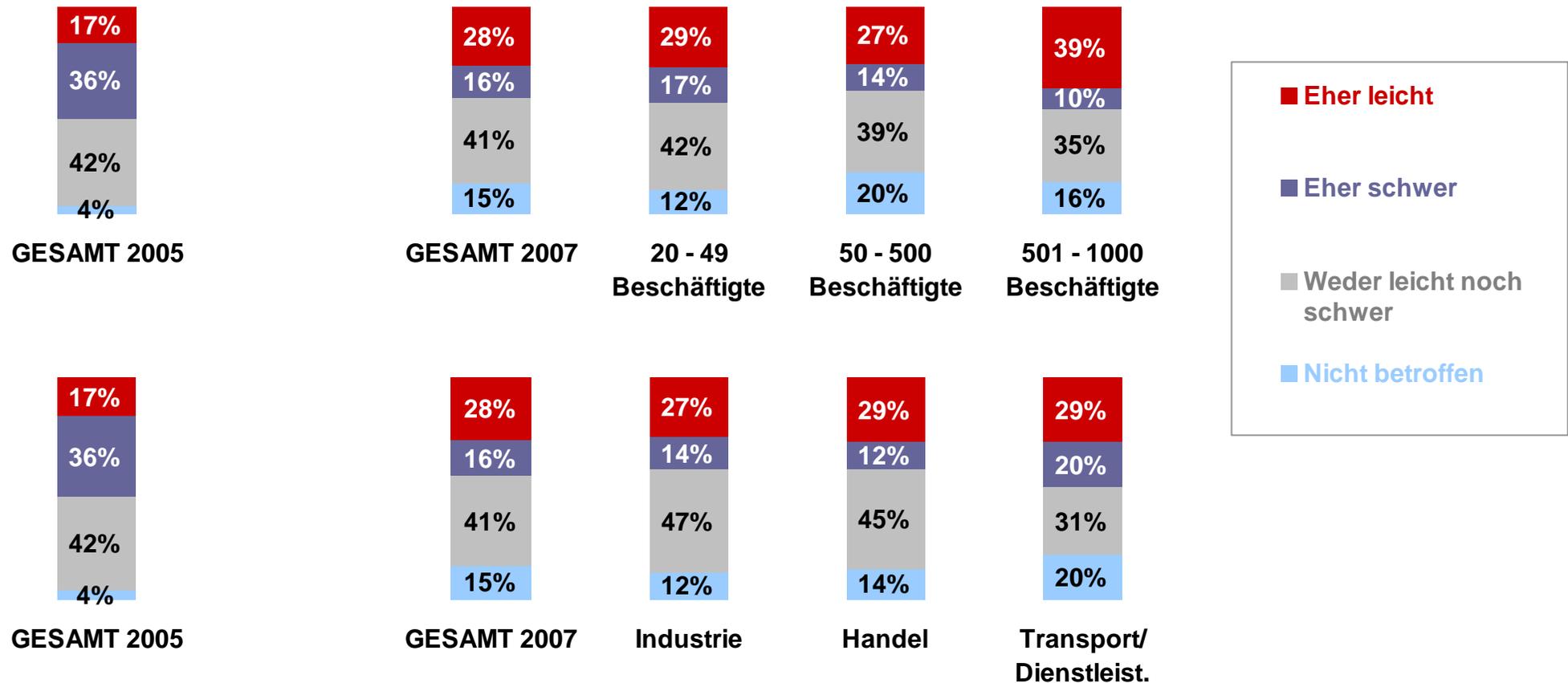


Leichter Zugang zu Krediten

F95. 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



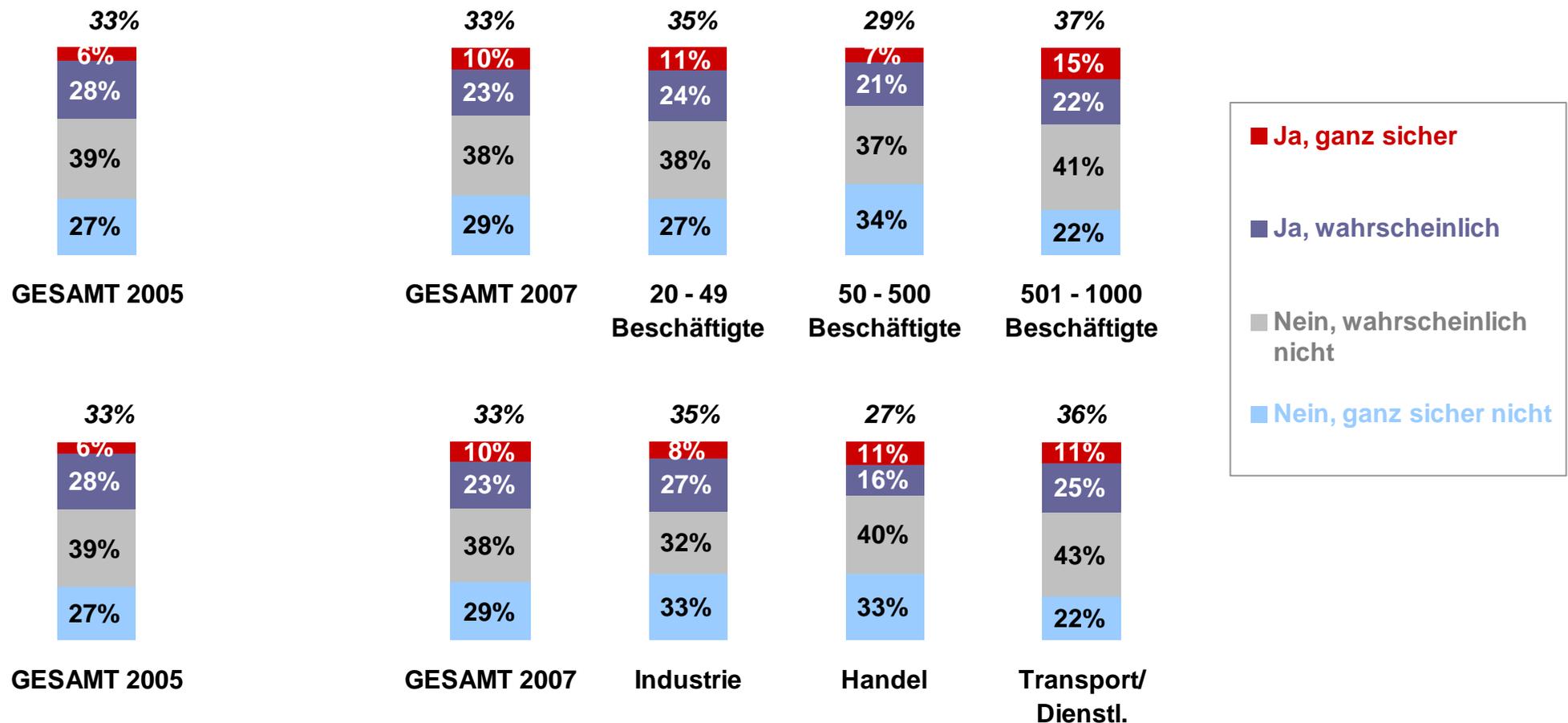
Kreditpläne für die nächsten 12 Monate

F96. 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

- Die erhöhten Erwartungen in Bezug auf die Geschäftstätigkeit und die Rentabilität lassen eine Steigerung der Investitionen deutscher Unternehmen erwarten: 88% von ihnen rechnen mit Investitionskosten und 44% mit einer Erhöhung derselben im Vergleich zu 2007, dabei handelt es sich insbesondere Großunternehmen mit mehr als 500 Beschäftigten und Unternehmen im Dienstleistungsbereich
- Die Hauptinvestitionsgebiete sind Marketing und Werbung (68% der Klein- und Mittelbetriebe), EDV- und Büroanlagen (59%), Produktionsmaschinen und -geräte (53%). Es handelt sich vorwiegend um Modernisierungskosten und weniger um Wachstumskosten: 74% der Klein- und Mittelbetriebe, die Investitionen für 2008 planen, möchten ihren Betrieb modernisieren und 61% möchten ihn vergrößern.
- Was das Kreditinteresse angeht (außerhalb der Kassenmittel), möchte jedes dritte deutsche Unternehmen 2008 einen Kredit aufnehmen. Unternehmen, bei denen die finanzielle Konjunktur am meisten Schwierigkeiten in Bezug auf die Kreditzugänglichkeit in den letzten Monaten bereitete, d.h. Unternehmen mit mittlerer Größe (50 bis 500 Beschäftigte) und Handelsunternehmen zeigen ein geringeres Interesse an Krediten.

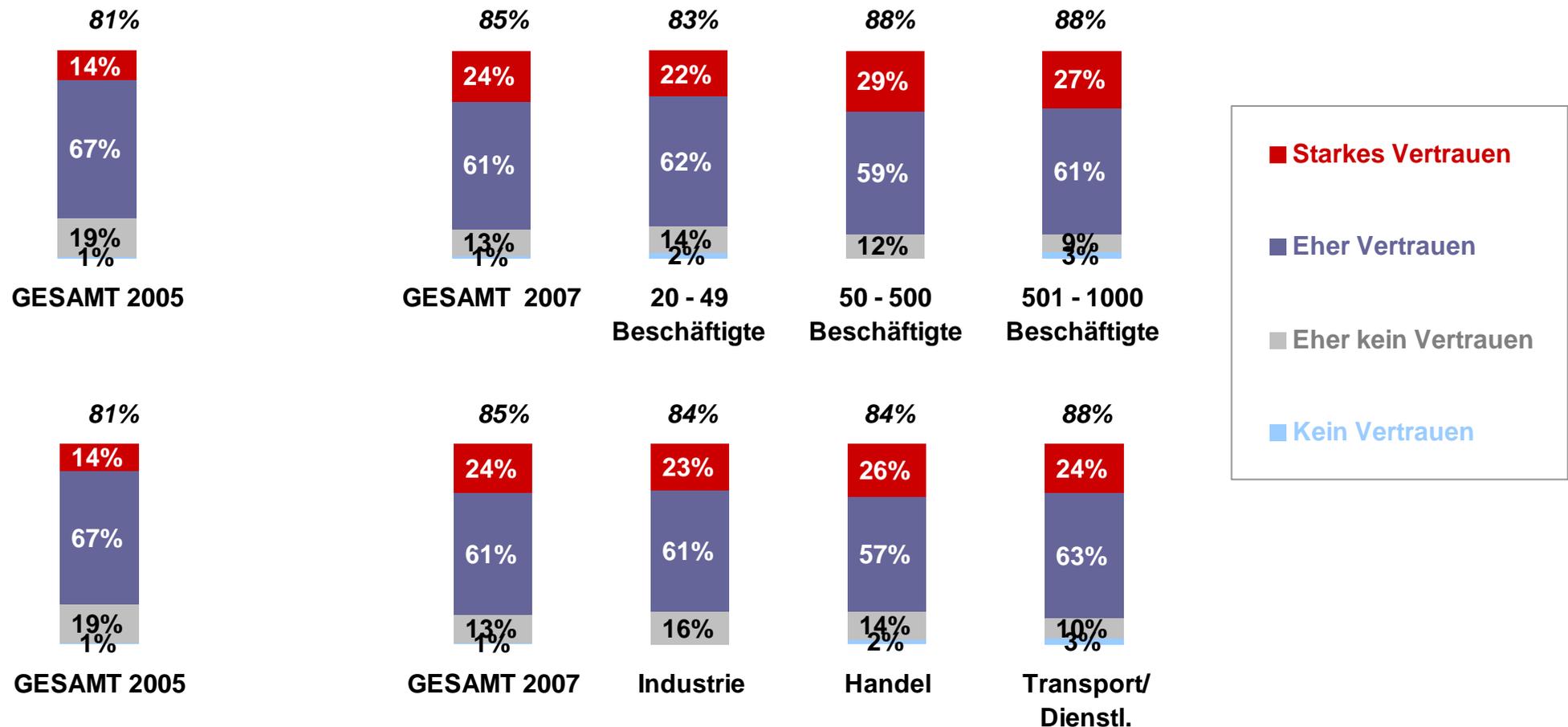
Beurteilung des Wirtschaftsumfelds

F76. 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?

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

Grundlage: Alle befragten Unternehmen

ALLE UNTERNEHMEN, DIE VERTRAUEN HABEN:



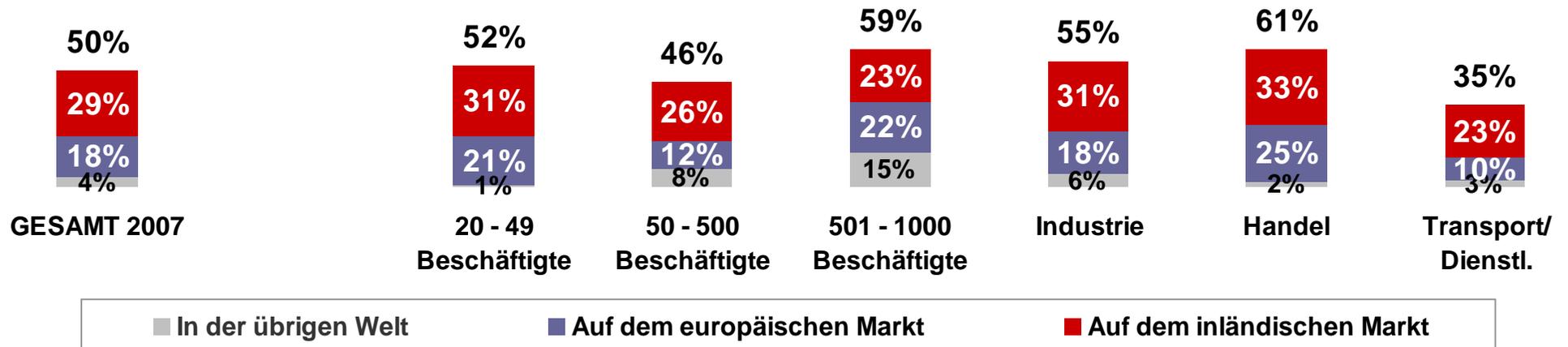
Entwicklung der Marktanteile der Unternehmen

F77. Würden Sie sagen, dass Ihr Unternehmen im Inland und im Ausland eher Marktanteile gewinnt, Marktanteile verliert oder weder noch?

F78. Gilt das eher für den inländischen Markt, den europäischen Markt oder die übrige Welt (Emerging Economies)?

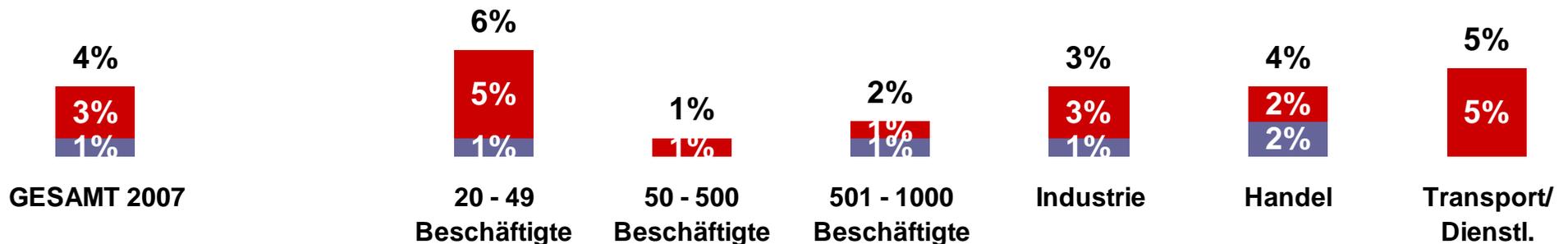
→ % der Unternehmen, die eher Marktanteile gewinnen

Grundlage: Alle befragten Unternehmen



→ % der Unternehmen, die eher Marktanteile verlieren

Grundlage: Alle befragten Unternehmen



Hauptsorge der Unternehmen (1)

F97. Welcher der nachstehenden Punkte ist für Ihr Unternehmen am beunruhigendsten?

Grundlage: Alle befragten Unternehmen



*: Punkt, der nur für die Industrie von Belang ist

Hauptsorge der Unternehmen (2)

F97. Welcher der nachstehenden Punkte ist für Ihr Unternehmen am beunruhigendsten?

Grundlage: Alle befragten Unternehmen

% vertikel	GESAMT 2005	GESAMT 2007	Anzahl der Beschäftigten			Tätigkeitssektor		
			20 - 49 Beschäfti gte	50 - 500 Beschäfti gte	501 - 1000 Beschäfti gte	Industrie	Handel	Transport/ Dienstl.
Entwicklung des Energiepreises	23%	26%	31%	17%	30%	16%	29%	36%
Entwicklung der Rohstoffpreise*	9%	24%	18%	31%	30%	58%	-	-
Die Konkurrenz der Schwellenländer	29%	12%	11%	15%	5%	12%	16%	10%
Die Entwicklung der Arbeitsgesetzgebung	7%	7%	6%	9%	5%	2%	2%	17%
Entwicklung der Steuergesetzgebung	17%	5%	5%	6%	6%	3%	4%	10%
Entwicklung des Wechselkurses	4%	4%	3%	6%	7%	4%	6%	3%
Kurzfristige Entwicklung des Zinssatzes	3%	3%	4%	2%	2%	2%	2%	5%
Sonstiges	8%	2%	3%	1%	4%	2%	2%	3%
GESAMT	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

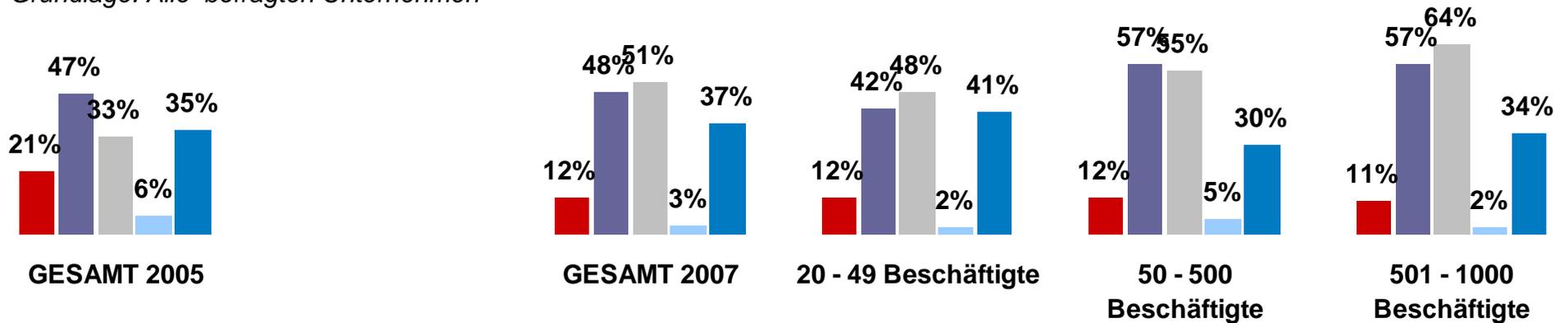
*: Punkt, der nur für die Industrie von Belang ist

Die Folgen der Entwicklung der Schwellenländer

F98. 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



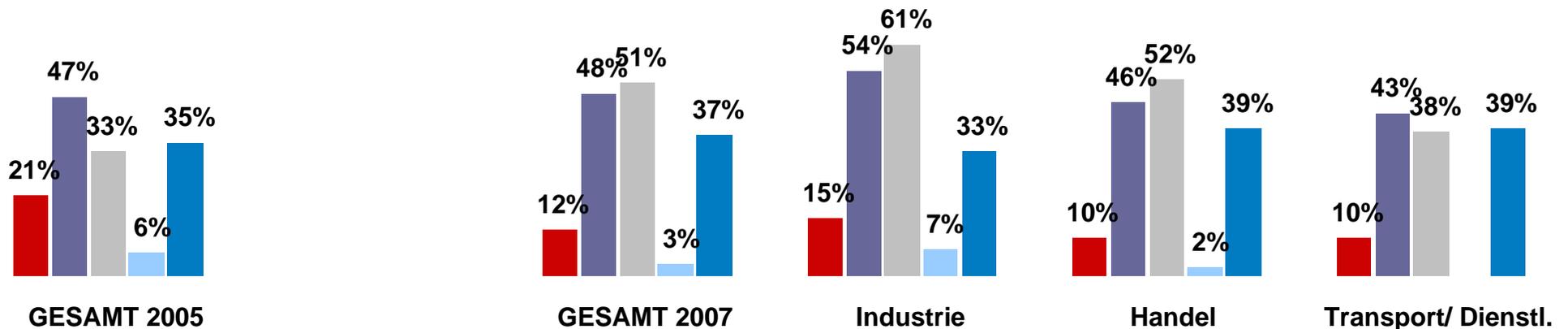
■ die Personalausgaben reduziert werden

■ man sich im Ausland besser positioniert

■ Zulieferer und Partner nach anderen Kriterien ausgesucht werden

■ die Produktivität gesteigert wird

■ auf Outsourcing zurückgegriffen wird

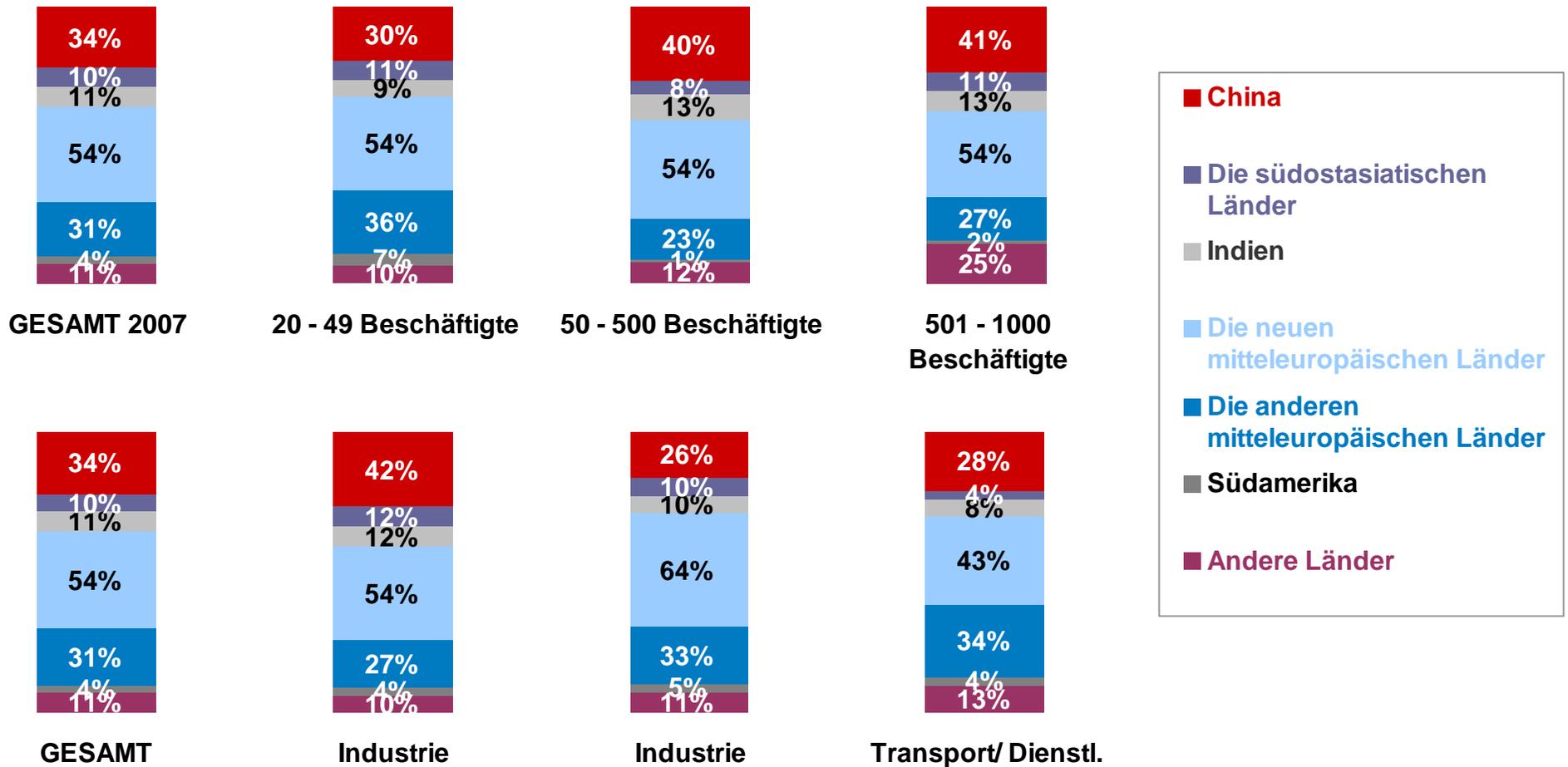


Schwellenland, das für das Unternehmen am wichtigsten ist

F99a. Welche beiden Schwellenländer sind für Ihre Aktivität am wichtigsten?

→ Aufteilung der Länder, die für das Unternehmen am bedrohlichsten sind

Grundlage: Alle befragten Unternehmen

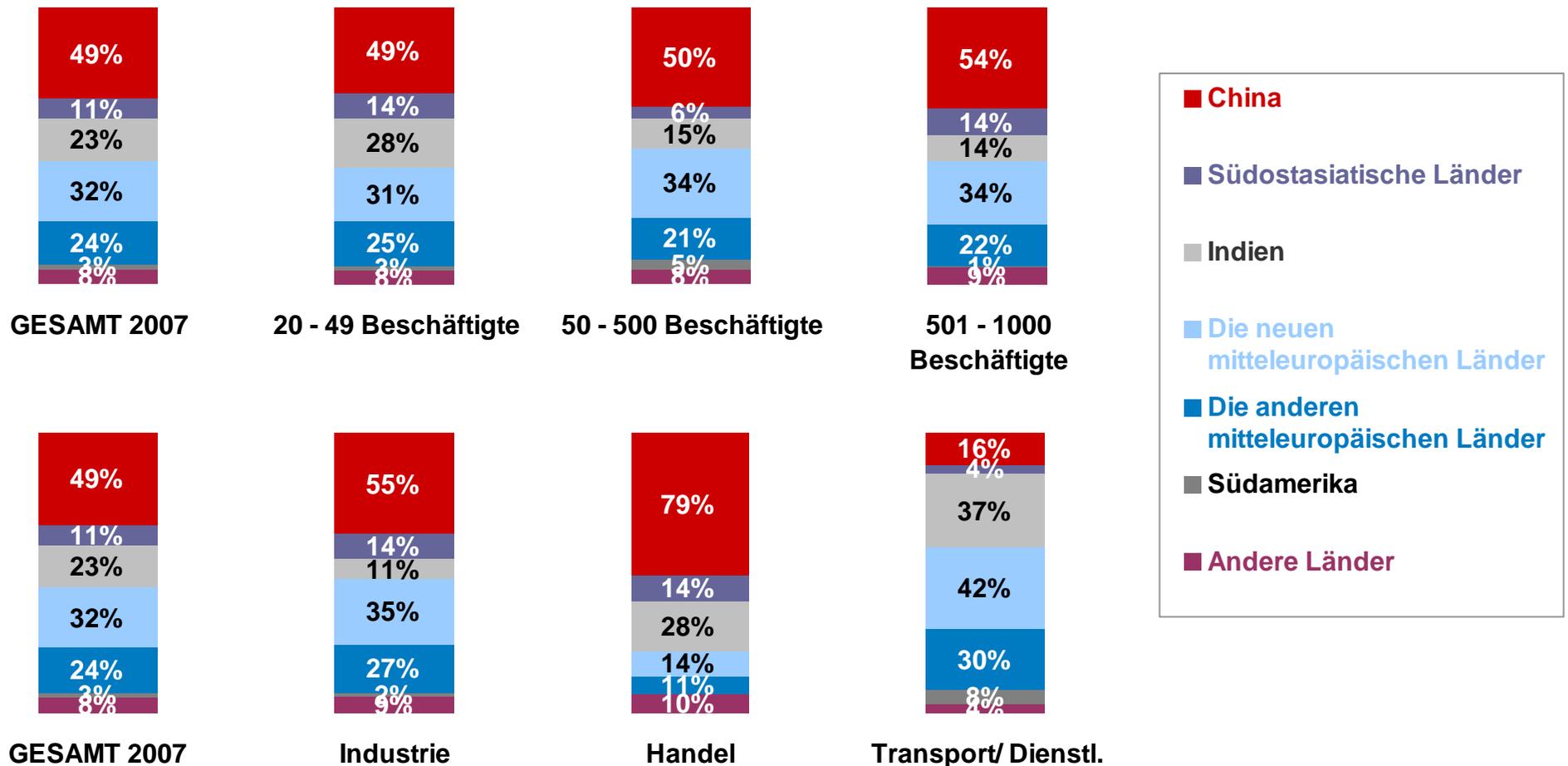


Schwellenländer, die für das Unternehmen am bedrohlichsten sind

F99b. Welche beiden Schwellenländer sind für Ihre Tätigkeit am bedrohlichsten?

→ Aufteilung der Länder, die für das Unternehmen am bedrohlichsten sind

Grundlage: Alle befragten Unternehmen



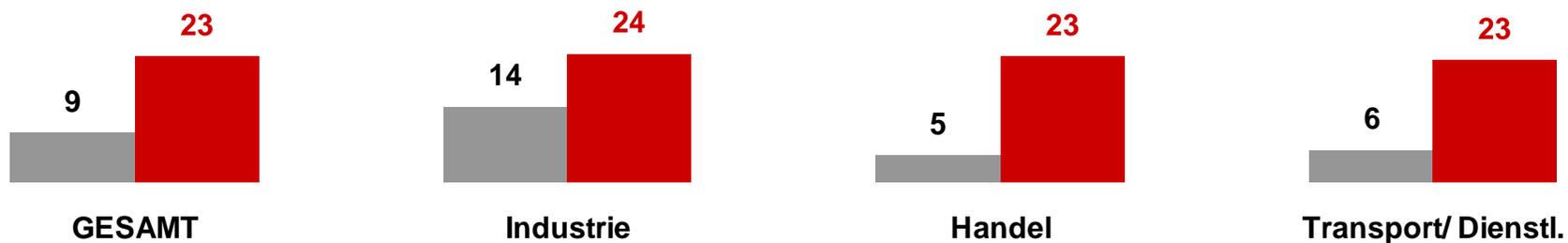
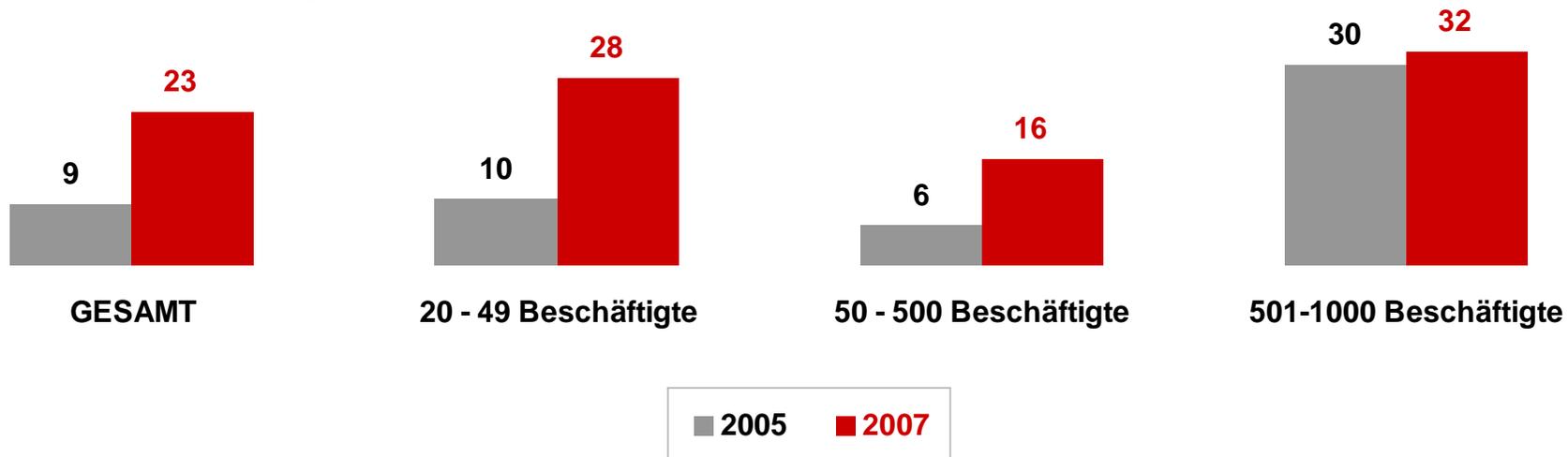
ANALYSE: Beurteilung des Wirtschaftsumfelds

- Die meisten deutschen Unternehmer sind zuversichtlich, was das wirtschaftliche Umfeld auf kurze Sicht angeht, ein Viertel von ihnen ist sogar sehr zuversichtlich, und zwar unabhängig vom Tätigkeitssektor oder der Unternehmensgröße. Dieses Vertrauen äußert sich bei jedem zweiten Unternehmen im Gewinn von Marktanteilen, und zwar sowohl im Inland als auch auf dem europäischen Markt. Dieses Empfinden ist besonders ausgeprägt bei großen Unternehmen (59%) und bei den Klein- und Mittelbetrieben des Handels (61%).
- Wie überall in Europa ist die Entwicklung der Energie- und der Rohstoffpreise eine große Sorge in Deutschland. Die Entwicklung des Energiepreises ist Hauptsorge der Unternehmensleiter (26%), insbesondere bei den Dienstleistungsunternehmen (36%). Die Entwicklung der Rohstoffpreise ist dagegen für 24 % der Unternehmensleiter eine große Sorge.
- Die Konkurrenz der Schwellenländer ist bei 12% der deutschen betroffenen Unternehmen Hauptsorge, im Gegensatz zu 29% im Jahr 2005. Als Reaktion auf die Konkurrenz dieser Länder, insbesondere von China und den anderen europäischen Ländern, scheint die beste Lösung für die Klein- und Mittelbetriebe eine Verbesserung der internationalen Positionierung, die Wahl der Zulieferer und die Steigerung der Produktivität zu sein.
- Schließlich ist festzustellen, dass die Schwellenländer zwar als Bedrohung für die Geschäftstätigkeit der europäischen Länder empfunden wird, sie andererseits jedoch, wie bei den mitteleuropäischen Ländern, die der EU beigetreten sind, eine Wachstumsmöglichkeit bieten. Manche Länder werden ganz besonders als Bedrohung angesehen, wie z.B. China.

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 zusammenzufassen, wurde ein synthetischer Indikator berechnet. Er benennt das Verhältnis der Unternehmen, die 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 Economic Growth Perspective Index »), den wir nachstehend mit « EGP Index » abkürzen können.

- Er liegt in Deutschland bei 23 mit deutlich steigender Tendenz (14 Punkte im Vergleich zu 2005), was Deutschland und Großbritannien an die Spitze der optimistischen Länder setzt. Dieser Durchschnitt verhüllt jedoch große Disparitäten je nach Größe der Unternehmen: der Indikator liegt über dem Durchschnitt bei Klein- und Mittelbetrieben (28) und ist schwächer bei Klein- und Mittelbetrieben mittlerer Größe, trotz einer Steigerung von 10 Punkten im Vergleich zu 2005. Er erreicht Höchstwerte (32) bei Großunternehmen, auch wenn er dort nur um 2 Punkte angestiegen ist.

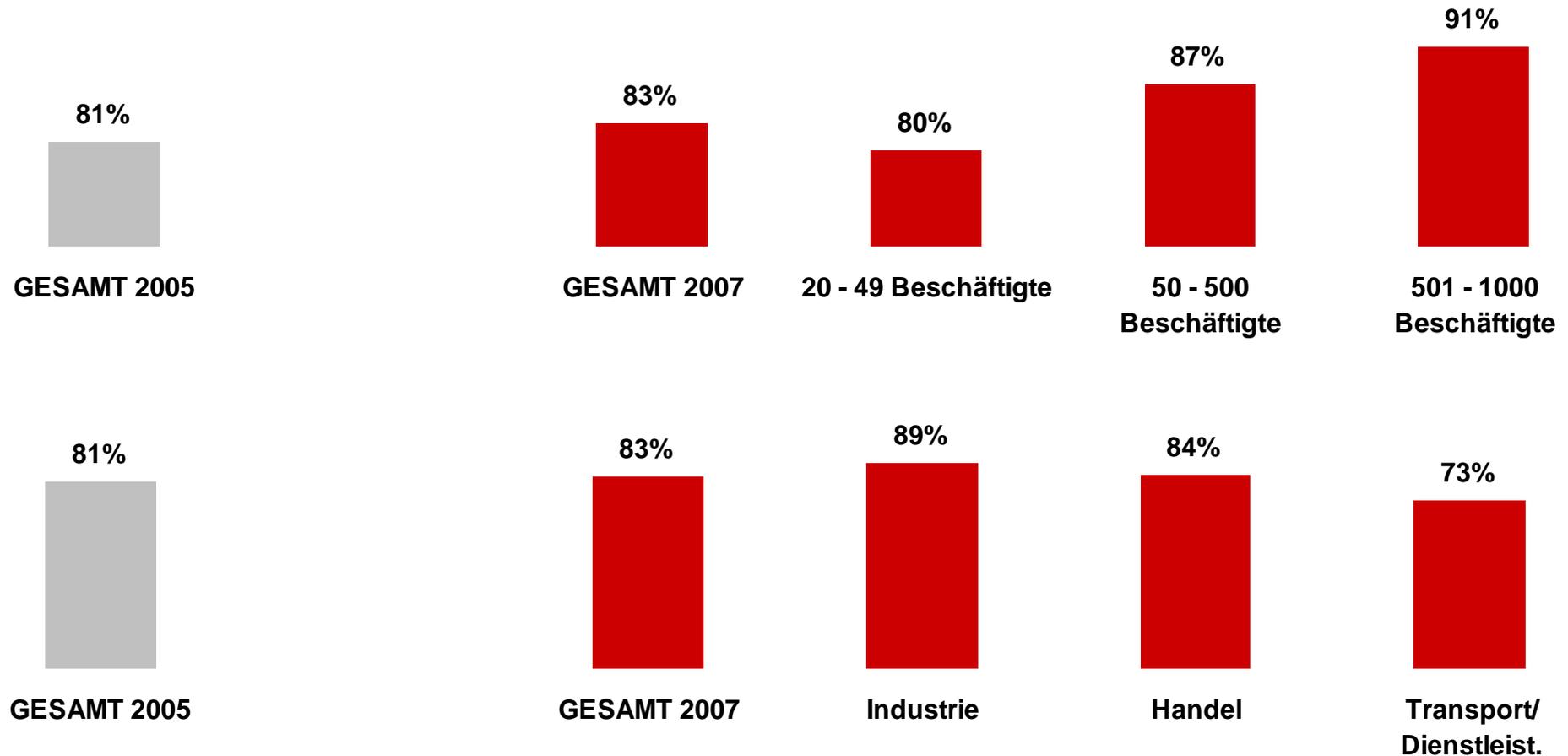
3 – FORDERUNGSMANAGEMENT DER UNTERNEHMEN

Externe Leistungserbringer für das Forderungsmanagement

F25. Greift Ihr Unternehmen für das Forderungsmanagement derzeit auf nachstehenden Möglichkeiten zurück?

→ % an Unternehmen, die ihr Forderungsmanagement externen Leistungserbringern anvertrauen

Grundlage: Alle befragten Unternehmen

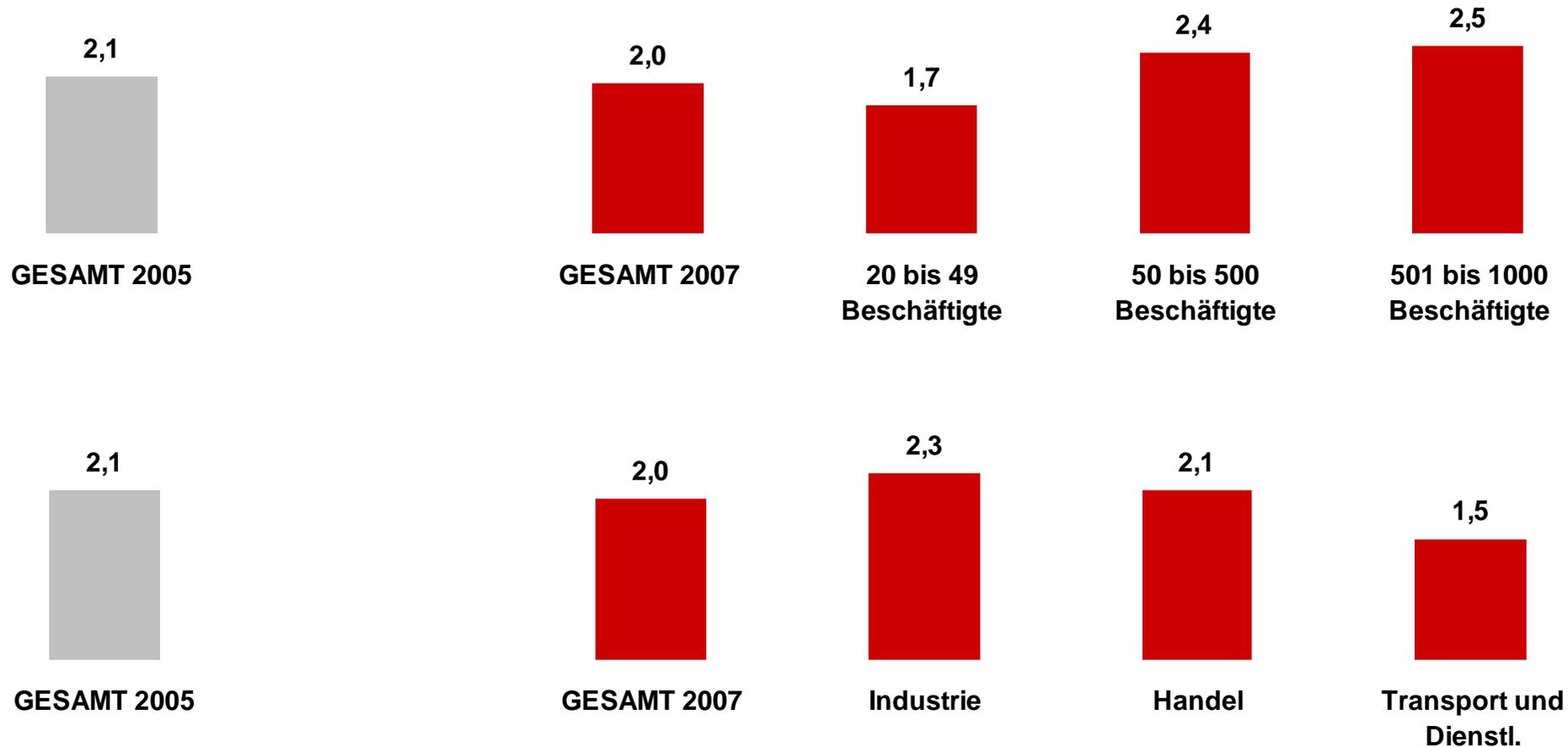


Anzahl der externen Forderungsmanagement-Leistungen

F25. Greift Ihr Unternehmen für das Forderungsmanagement derzeit auf nachstehenden Möglichkeiten zurück?

→ Durchschnittliche Anzahl externer Forderungsmanagement-Leistungen

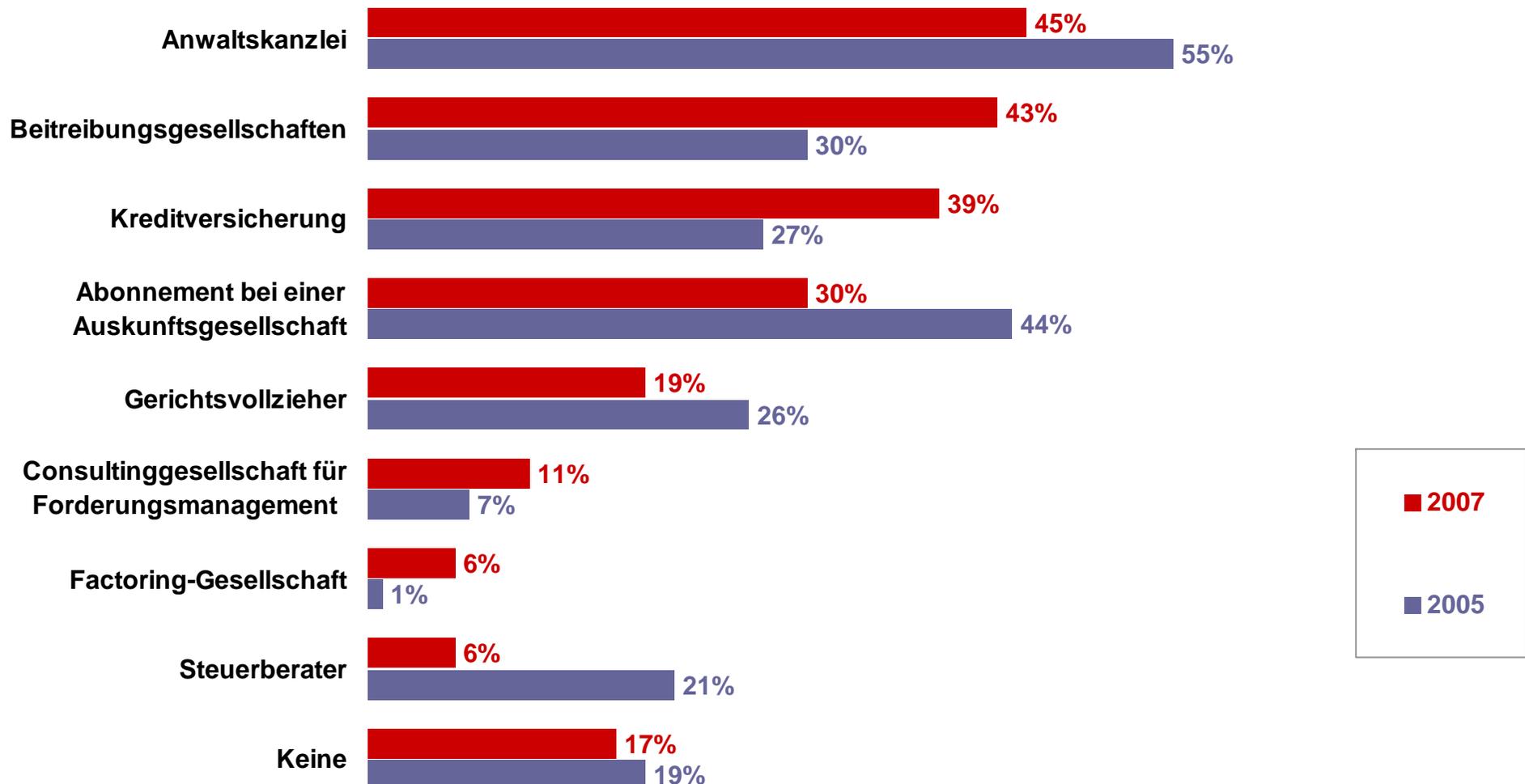
Grundlage: Alle befragten Unternehmen



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

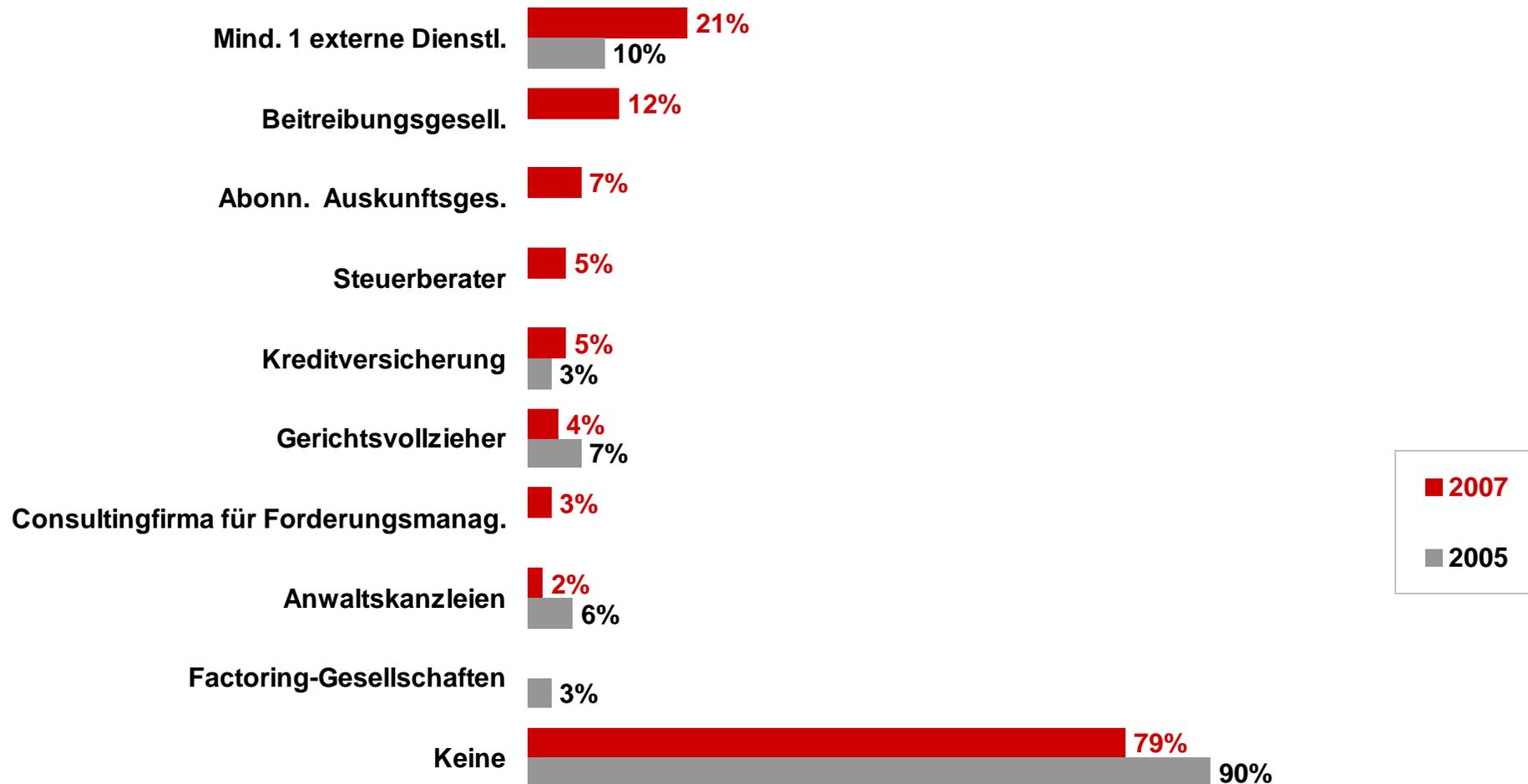
% vertikal	GESAMT 2005	GESAMT 2007	Anzahl der Beschäftigten			Tätigkeitssektor		
			20 - 49 Beschäftigte	50 - 500 Beschäftigte	501 - 1000 Beschäftigte	Industrie	Handel	Transport/ Dienstleist.
Anwaltskanzleien für Forderungsmanagement	55%	45%	36%	57%	62%	47%	41%	44%
Beitreibungsgesellschaft	30%	43%	40%	47%	39%	47%	54%	27%
Kreditversicherung	27%	39%	32%	49%	61%	48%	41%	27%
Abonnement bei einer Auskunftsgesellschaft	44%	30%	23%	40%	38%	35%	25%	27%
Gerichtsvollzieher für Forderungsmanagement	26%	19%	18%	21%	16%	21%	27%	10%
Consultinggesellschaft für Forderungsmanagement	7%	11%	9%	15%	10%	15%	10%	7%
Factoring-Gesellschaft	1%	6%	5%	8%	13%	13%	4%	0%
Steuerberater oder zugelassene Verwaltungszentren	21%	6%	9%	2%	12%	5%	8%	5%
Keine	19%	17%	20%	13%	9%	11%	16%	27%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Mögliche externe Forderungsmanagement-Leistungen

F27. 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

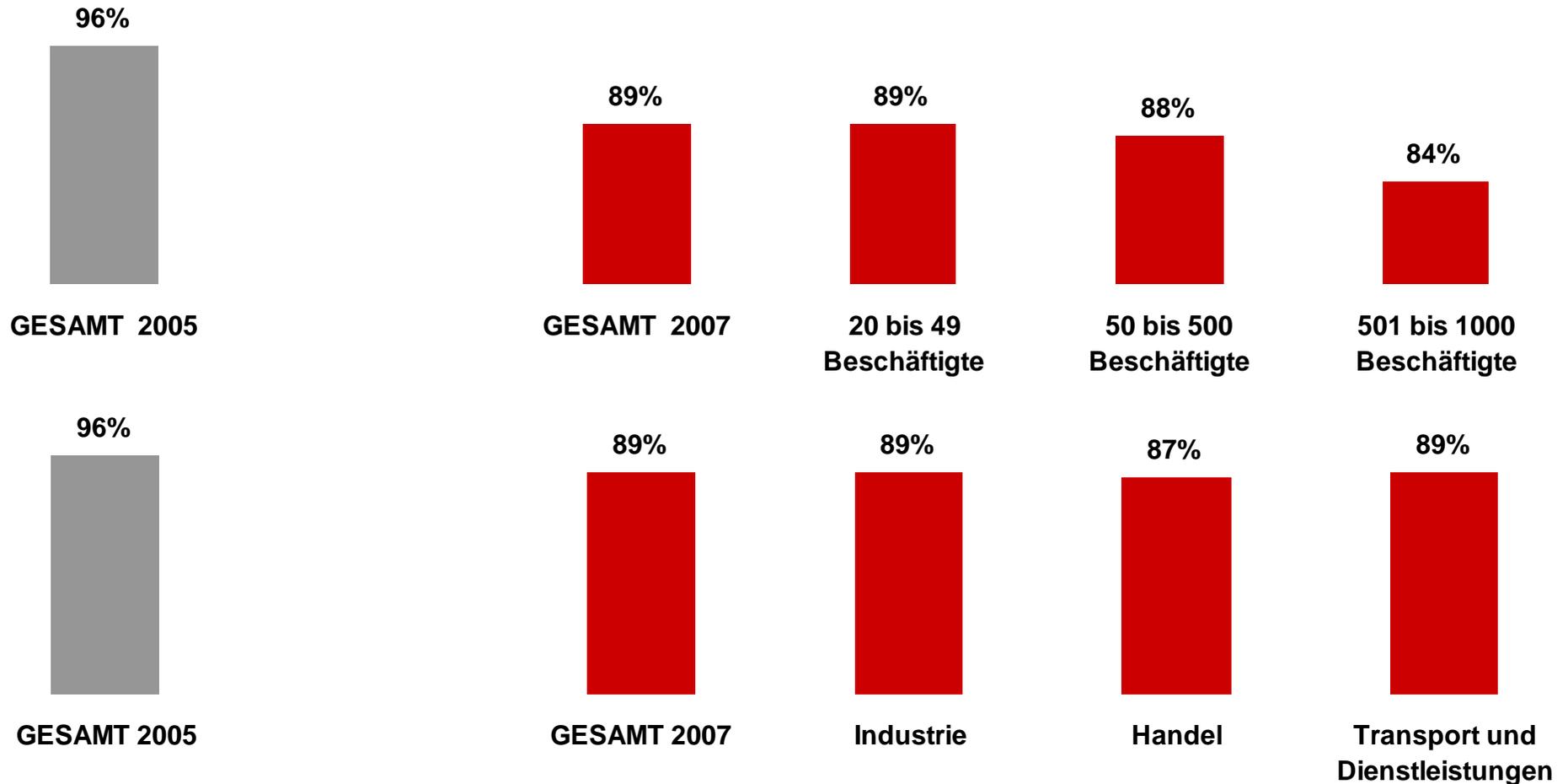
- In Deutschland nehmen mehr als vier von fünf Unternehmen externe Leistungserbringer für ihr Forderungsmanagement in Anspruch; dieser Anteil nimmt mit zunehmender Größe der Unternehmen zu: er liegt bei 80% bei Unternehmen mit 20 bis 49 Beschäftigten, bei 87% bei Unternehmen mit 50-500 Beschäftigten und bei 91% bei Unternehmen mit 501 bis 1000 Beschäftigten. In der Industrie ist er eher höher (89%), im Dienstleistungssektor eher niedriger (73%).
- Wie in den meisten anderen europäischen Ländern (außer in Frankreich und Spanien) wenden sich auch die deutschen Klein- und Mittelbetriebe an Anwaltskanzleien (45%). Je größer die Beschäftigtenzahl, um so stärker wird dieser Dienst in Anspruch genommen. Die deutschen Firmen wenden sich ferner an Beitreibungsgesellschaften (43%) und Kreditversicherungen (39%).
- 30% der Klein- und Mittelbetriebe haben sich bei einer Auskunftsgesellschaft angemeldet. Dieser Anteil ist bei kleinen Betrieben niedriger (23%) als bei Handelsunternehmen (25%) oder Dienstleistungsunternehmen (27%). Factoring ist trotz eines leichten Anstiegs seit 2005 ein in Deutschland sehr selten benutzter Service (6% der Unternehmen) und vor allem in den größeren Klein- und Mittelbetrieben (13%) und in Industrieunternehmen (13%) zu beobachten.
- Das Outsourcing des Forderungsmanagements könnte sich in Deutschland entwickeln, da jedes fünfte Unternehmen die Inanspruchnahme externer Dienstleistungen für das Forderungsmanagement und vor allem für die Beitreibung von Forderungen plant (12%).

Unbezahlte Forderungen

F28. 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

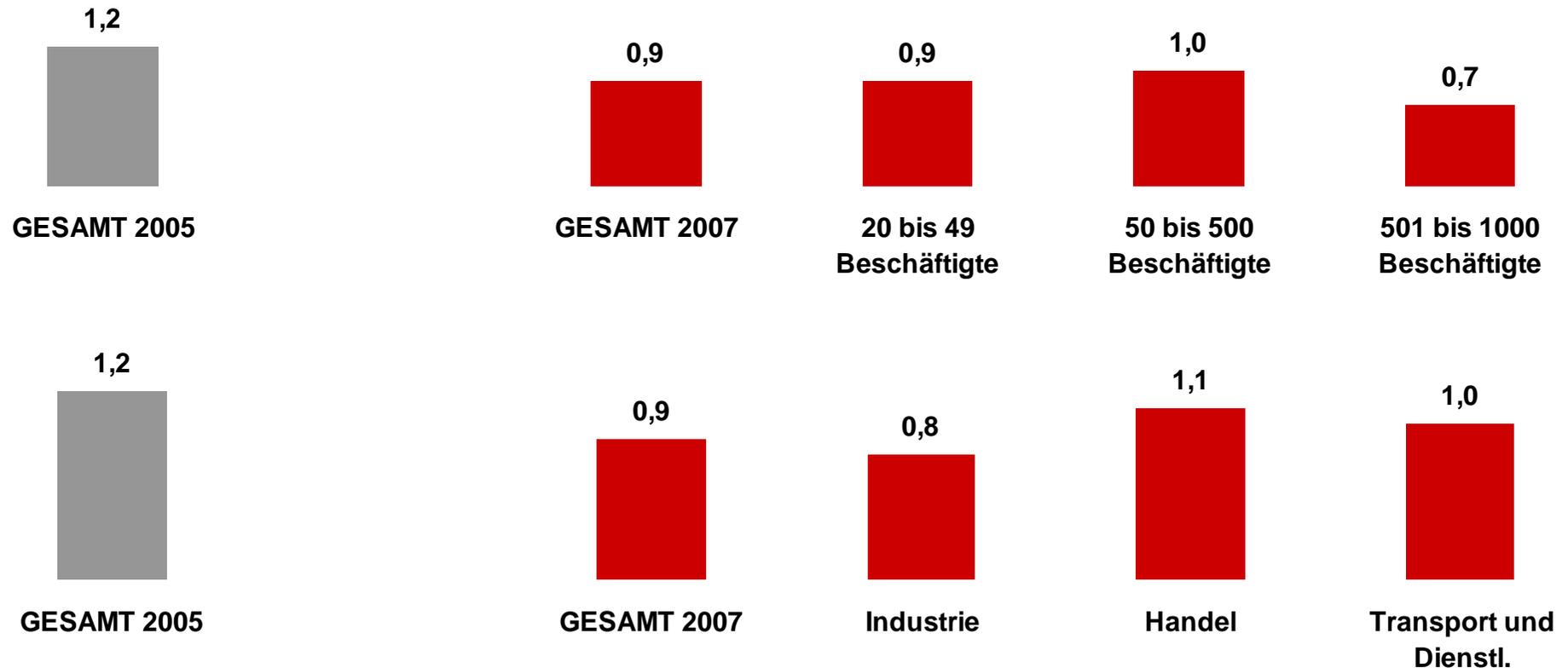


Durchschnittlicher Anteil der unbezahlter Forderungen am Umsatz

F28. 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 wird (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 5,45 % herangezogen.

ANALYSE: Unbezahlte Forderungen

- Hinsichtlich der ausstehenden Forderungen bleibt Deutschland trotz eines Rückgangs seit 2005 eines der europäischen Länder, das der größten Gefahr ausgesetzt ist, denn neun von zehn Unternehmen sind von unbezahlten Rechnungen betroffen. Ausstehende Forderungen, die vorher bei 1,2 % des Umsatzes der Unternehmen lagen, haben inzwischen einen Prozentsatz von 0,9 % erreicht.
- Es gibt keine größen- oder sektorenbedingte Unterschiede; die Mittelbetriebe (501 – 1000 Beschäftigte) sind lediglich etwas weniger betroffen (84%).

4 – ZAHLUNGSFRISTEN

Die durchschnittlichen Zahlungsfristen

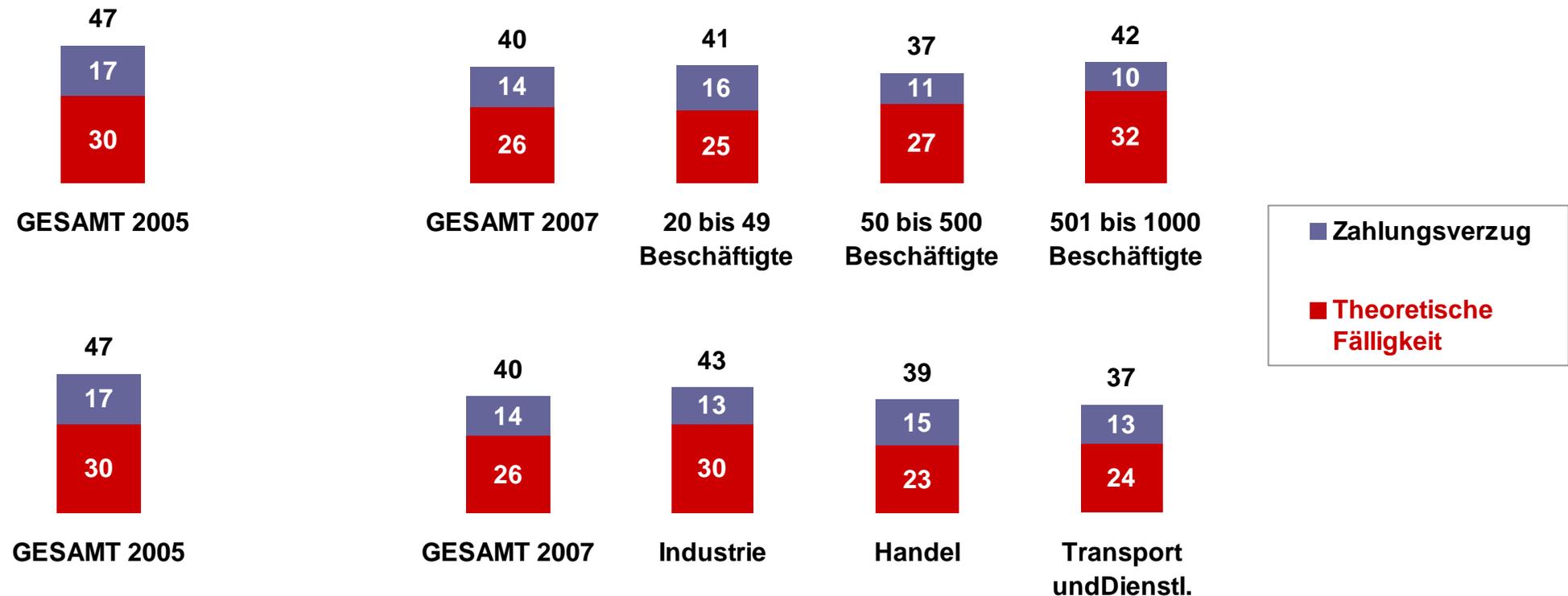
F20. Zu welchen Zahlungsfristen verpflichten sich im Durchschnitt die Kunden, mit denen Sie Geschäfte abschließen?

F21. Stellen Sie generell eine Abweichung zwischen angekündigter Zahlung und tatsächlicher Zahlung fest?

F22. Wie viele 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.

ANALYSE: Die Zahlungsfristen

- Ein deutsches Unternehmen lässt sich im Durchschnitt innerhalb von 40 Tagen bezahlen. Wie in Großbritannien ist diese Frist deutlich kürzer, als in anderen europäischen Ländern. Sie hat sich im Vergleich zu 2005 um eine Woche verkürzt.
- Die Zahlungsfristen sind nichts desto trotz in der Industrie länger (43 Tage) als im Dienstleistungssektor (37 Tage) und in Unternehmen mit 50 bis 500 Beschäftigten (37 Tage).

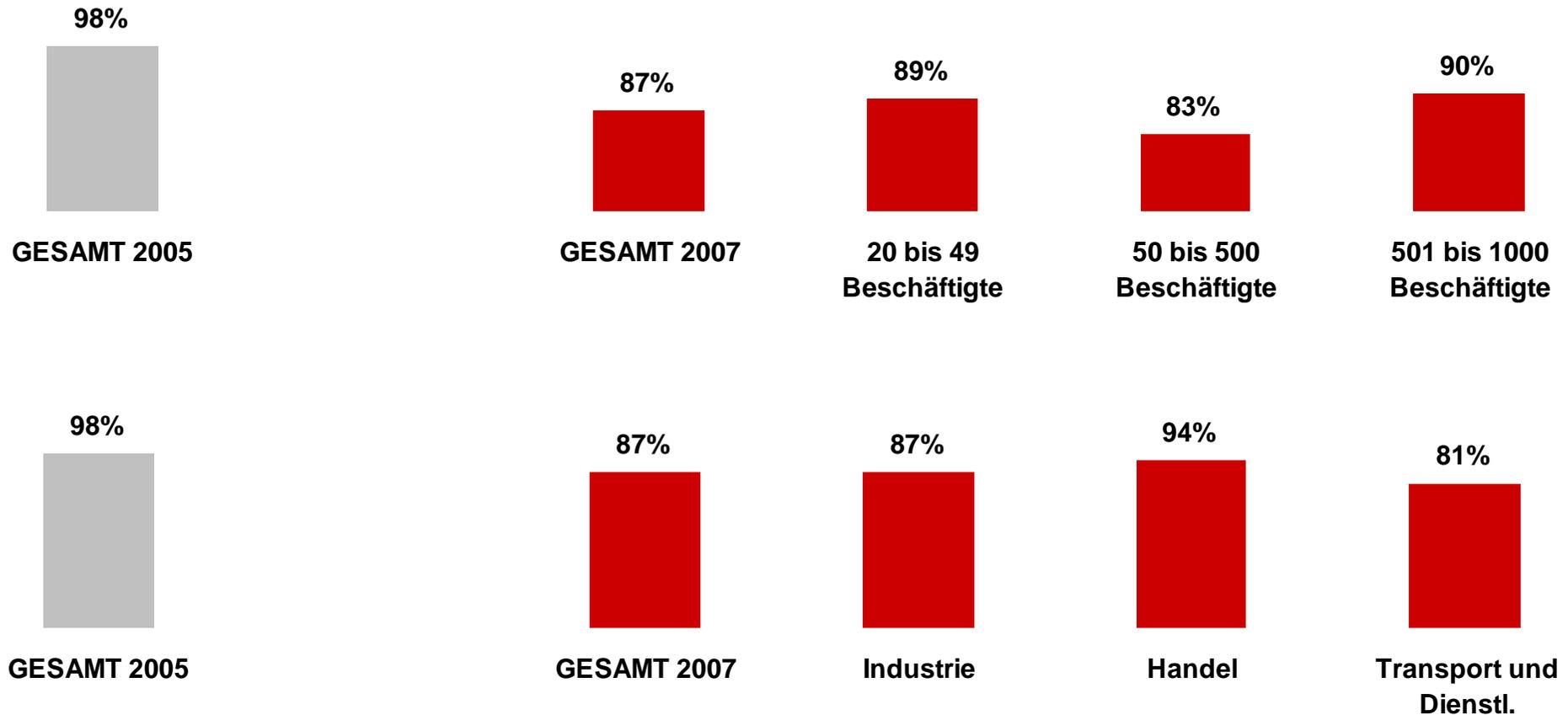
5 – BEITREIBUNG

Prozentsatz an Unternehmen, die ihre Forderungen betreiben lassen

F60. Nach wie vielen Tagen nach Fälligkeit einschließlich der internen Mahnung leitet Ihr Unternehmen ein gütliches oder nicht gütliches Beitreibungsverfahren ein?

→ % an Unternehmen, die ein Beitreibungsverfahren einleiten

Grundlage: Alle befragten Unternehmen

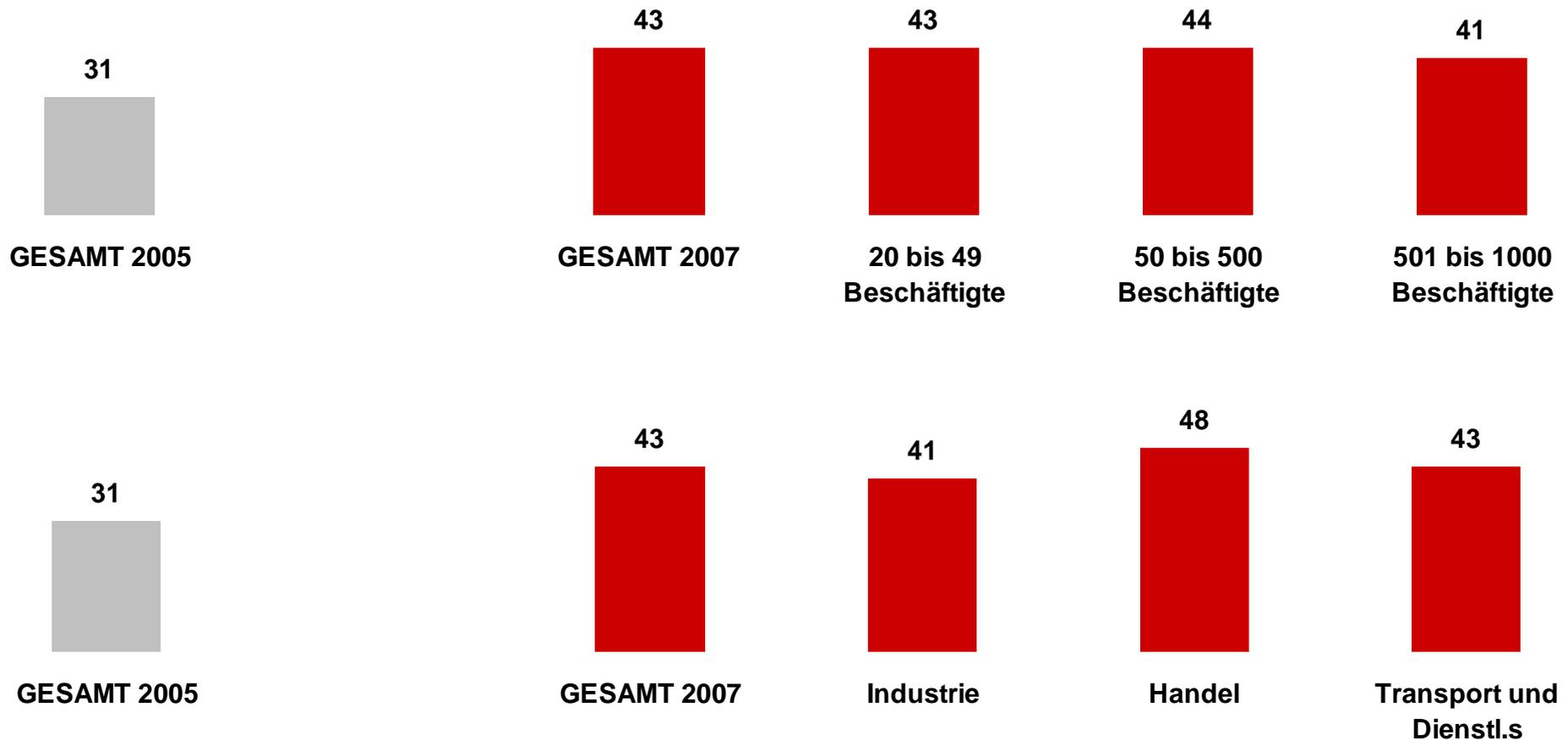


Durchschnittliche Frist für die Einleitung eines Beitreibungsverfahrens

F60. Nach wie vielen Tagen nach Fälligkeit einschließlich der internen Mahnung leitet Ihr Unternehmen ein gütliches oder nicht gütliches Beitreibungsverfahren ein?

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

Grundlage: Gesamtheit der Unternehmen, die ihre Forderungen betreiben lassen



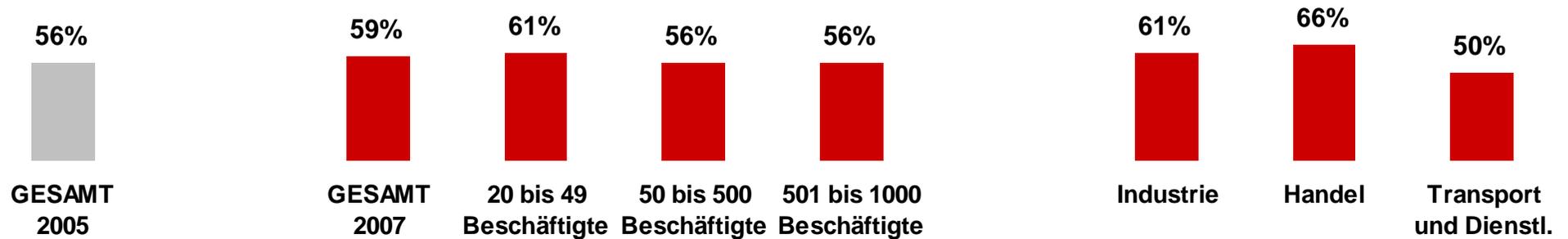
Fakturierung und Einzug der Verzugszinsen

F61. Wie fakturiert Ihr Unternehmen Verzugszinsen bei Zahlung nach Fälligkeit?

F61b. Werden Sie tatsächlich einkassiert?

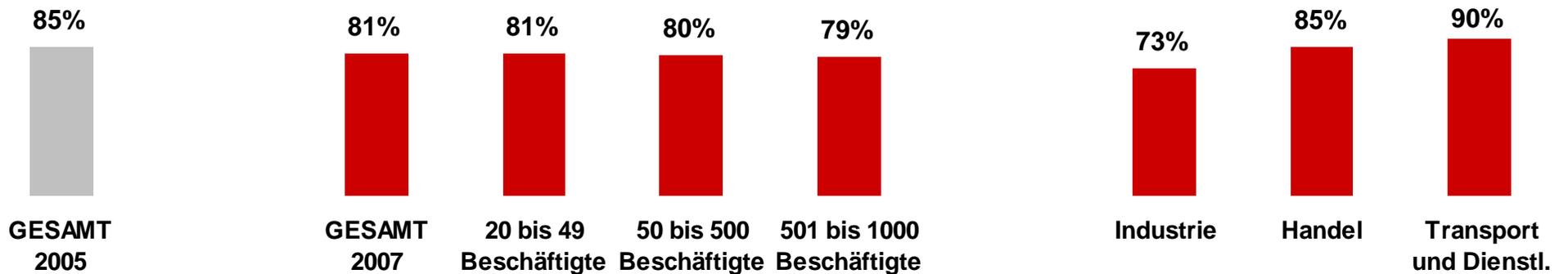
→ % an Unternehmen, die Verzugszinsen in Rechnung stellen

Grundlage: Alle befragten Unternehmen



→ % an Unternehmen, die Verzugszinsen einkassieren

Grundlage: Unternehmen, die Verzugszinsen in Rechnung stellen



- 87 der deutschen Klein- und Mittelbetriebe leiten ein Verfahren zur gütlichen oder nicht gütlichen Beitreibung ein, und zwar durchschnittlich anderthalb Monate nach Fälligkeit der Zahlung.
- In Deutschland fakturiert man wesentlich systematischer als in den anderen europäischen Ländern. insgesamt haben sich die Praktiken der Rechnungsstellung in Deutschland seit 2005 stark verändert: von fünf Unternehmen stellen drei Verzugszinsen in Rechnung.
- Von vier von fünf Unternehmen, die Verzugszinsen in Rechnung gestellt haben, werden diese auch einkassiert.

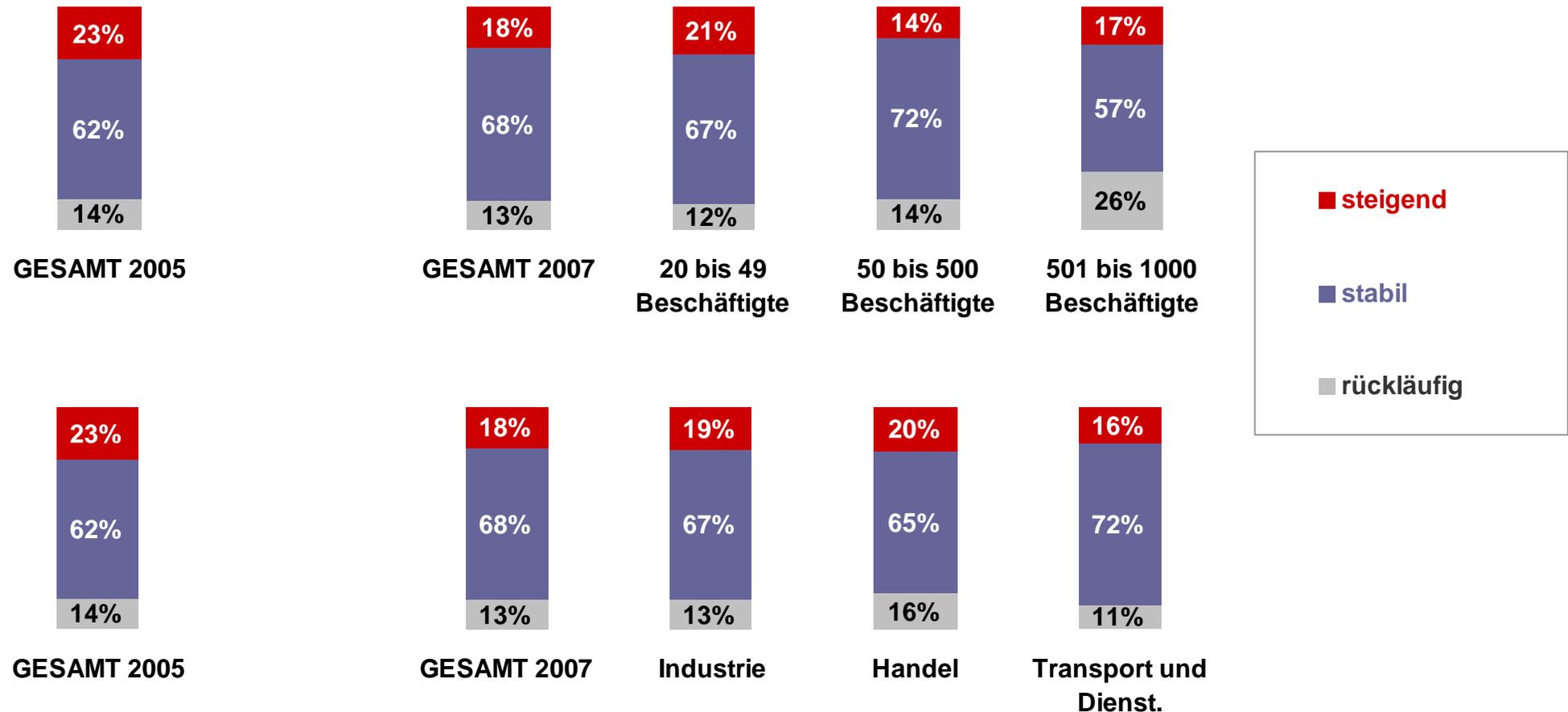
6 – DER FINANZIERUNGSBEDARF DER UNTERNEHMEN

Derzeitige Entwicklung des Finanzierungsbedarfs

F50. 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

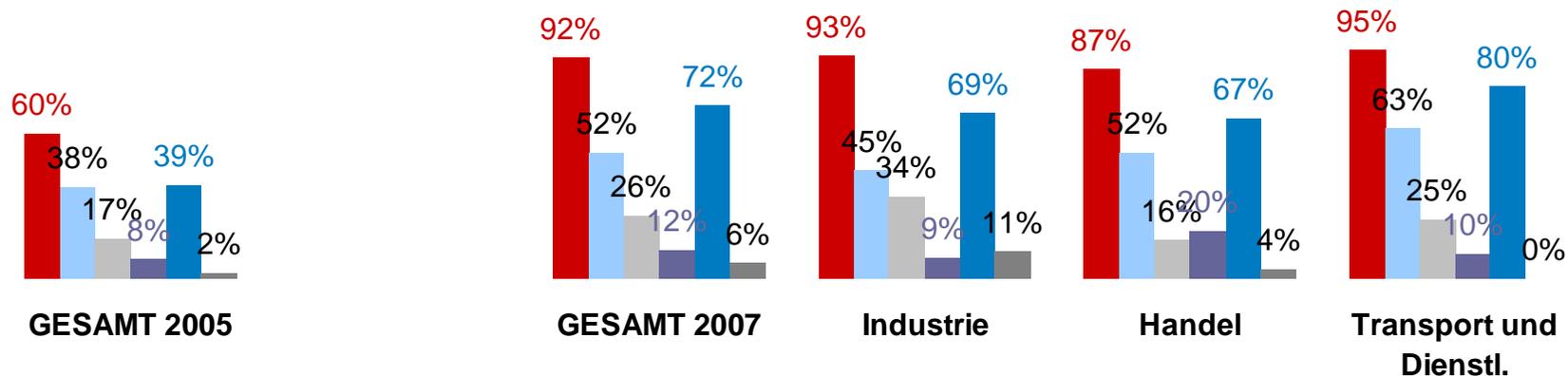
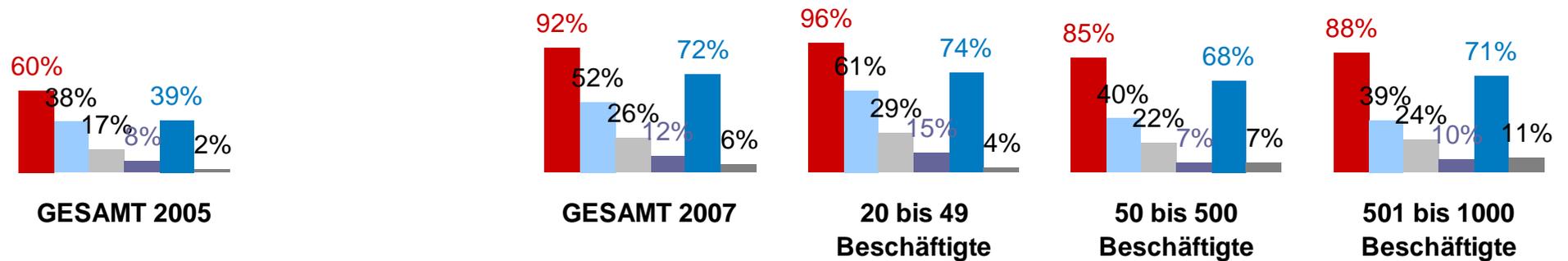


Mittel, um dem Finanzierungsbedarf zu decken

F52. 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



ANALYSE: Fianzierungsbedarf der Klein- und Mittelbetriege

- Selbst wenn die meisten befragten deutschen Unternehmensleiter der Meinung sind, dass der Finanzierungsbedarf der Unternehmen eher steigt, hat der Finanzierungsbedarf wie 2005 eher eine steigende Tendenz: 18% der Klein- und Mittelbetrieb erklären, dass er eher ansteigt im Gegensatz u zu 13%, die das Gegenteil glauben. Die Situation ist generell in den einzelnen Sektoren und Unternehmen jeder Größe gleich.

- insgesamt greifen 92 % der deutschen Unternehmen auf mindestens ein Mittel zurück (Kontoüberziehung, Skonto, Forderungsfinanzierung, Lieferantenfristen und Factoring), um den Finanzierungsbedarf zu erfüllen. Dieser Anteil ist am zunehmen im Vergleich zu 2005, was insbesondere auf die Tatsache zurückzuführen ist, dass immer stärker auf Lieferantenfristen, das meistbenutzte Mittel, zurückgegriffen wird (72%), Zweithäufigstes Mittel ist die Kontoüberziehung (56%) gefolgt vom Skonto (29%). Auf das Mittel des Factoring wird nur selten zurück gegriffen (6%).

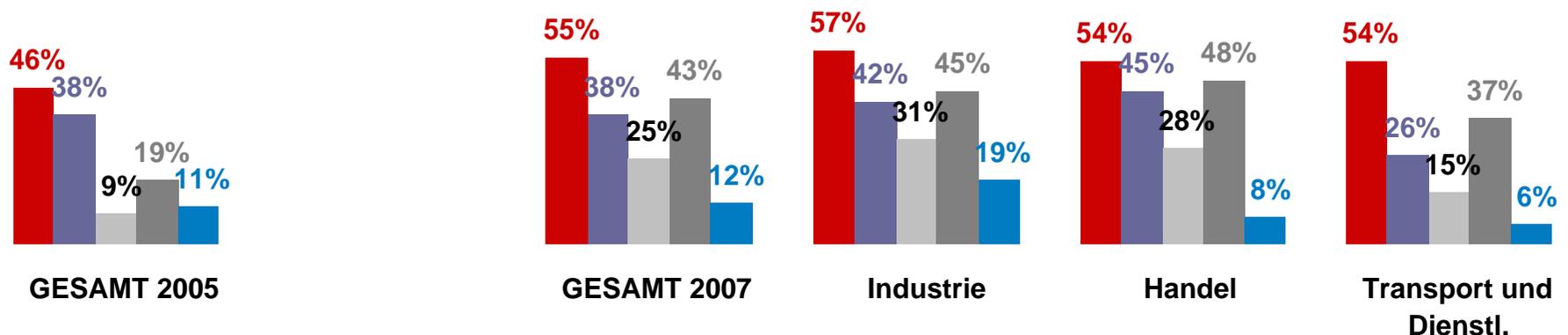
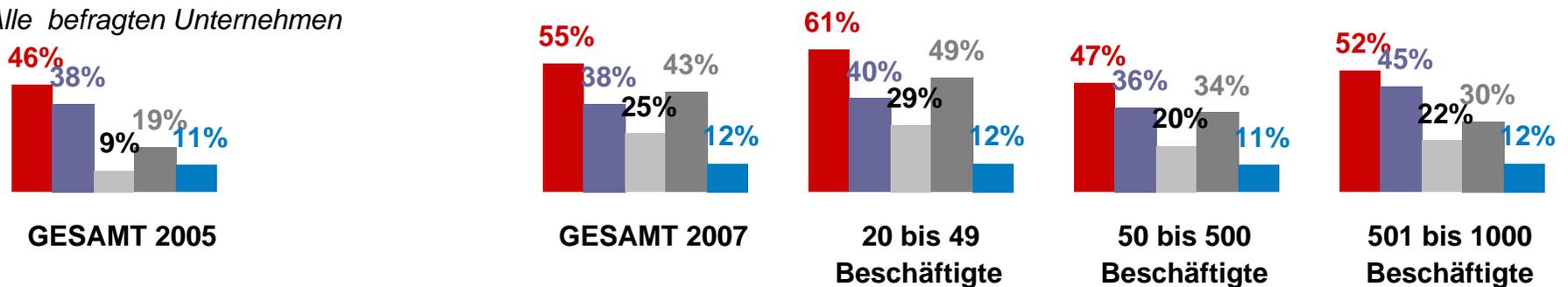
7 – FACTORING

Der Vorteil von Factoring-Unternehmen

F62/F65. 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

Alle befragten Unternehmen

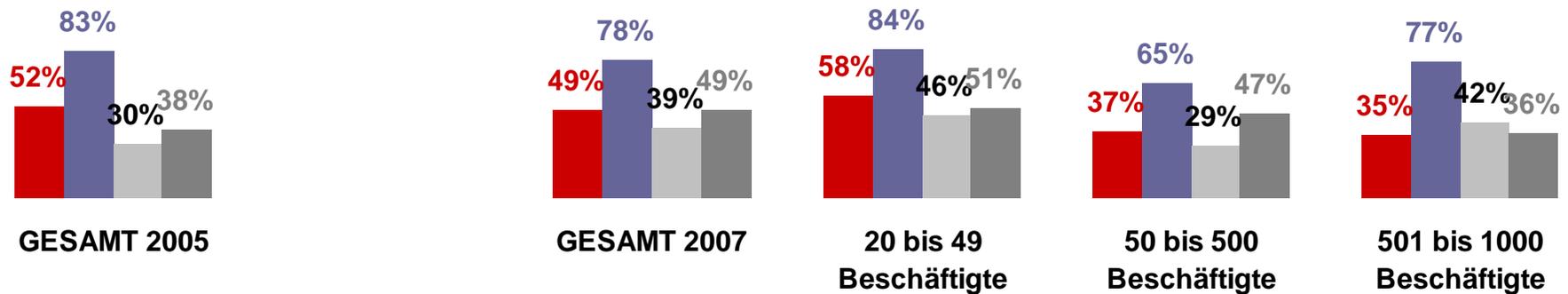


Generelle Meinung über Factoring-Services

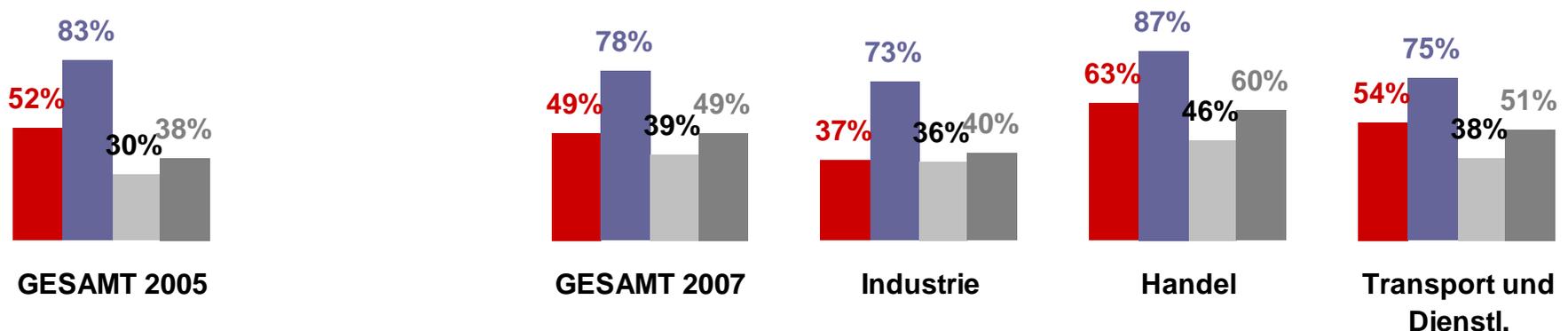
F67. Ich nenne Ihnen verschiedenen Meinungen über die Factoring-Services. Sagen sie mit bei jeder Aussage, ob Sie damit voll und gang, eher, eher nicht oder überhaupt nicht einverstanden sind. .

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

Grundlage: Alle befragten Unternehmen



- Factoring ist Großunternehmen vorbehalten
- Factoring ist zu teuer im Vergleich zum Gewinn
- Factoring ist nur für Firmen geeignet, die in finanziellen Schwierigkeiten sind
- Factoring ist für das Unternehmen mit der Gefahr verbunden, die Geschäftsbeziehungen nicht mehr lenken zu können

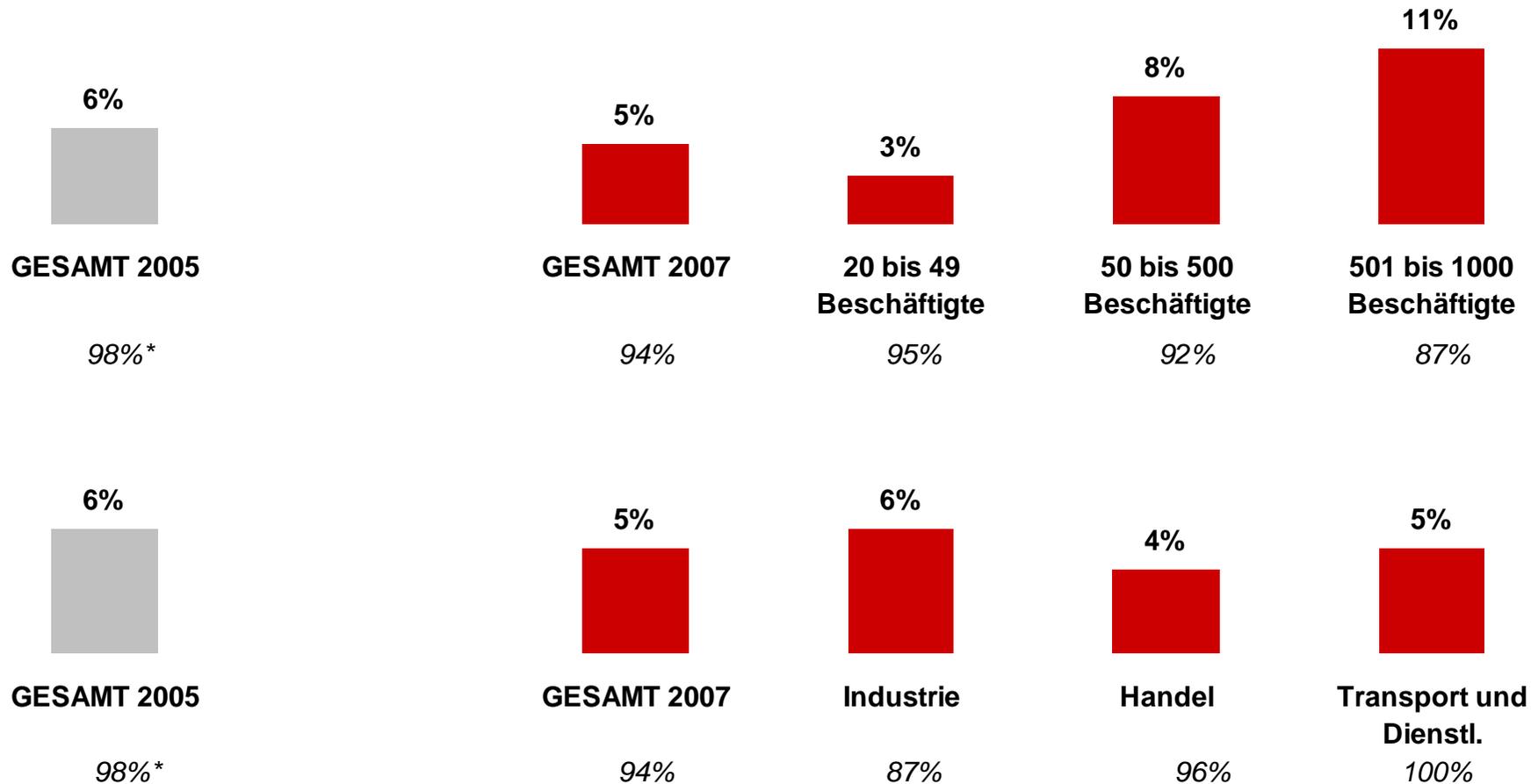


Anteil der Unternehmen, die bereits Kunden bei einem Factoring-Unternehmen waren

F63. 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



* % der betroffenen Unternehmen

- Wie wir gesehen haben, greifen die deutschen Unternehmen nur sehr selten auf das Factoring-Prinzip zurück. Nur 6 % der deutschen Unternehmen waren bereits Kunde bei einem Factoring-Unternehmen.
- Hauptargument scheint eine vorbeugende Haltung zu sein, d.h. Informationen über die Zahlungsfähigkeit der Kunden zu bekommen (55%), vor allem in kleinen Betrieben (61%).
- Haupthindernis sind die gewinnanteiligen Kosten, die angeblich nachteilig sind für die Unternehmen.