

# Mittelstandsbarometer 2004

Der deutsche Mittelstand –  
Stimmungen, Themen, Perspektiven

 ERNST & YOUNG



## Die Autoren:

### Alfred Müller

Mitglied des Vorstands  
Wirtschaftsprüfer, Steuerberater  
Niederlassungsleiter Mannheim  
Ernst & Young AG  
Theodor-Heuss-Anlage 2  
68165 Mannheim  
Telefon +49 (621) 4208 16201  
Telefax +49 (621) 4208 1195  
alfred.mueller@de.ey.com

### Peter Englisch

Wirtschaftsprüfer, Steuerberater  
Niederlassungsleiter Ruhrgebiet  
Ernst & Young AG  
Wittekindstraße 1a  
45131 Essen  
Telefon +49 (201) 8437 109  
Telefax +49 (201) 8437 255  
peter.englisch@de.ey.com

### Julie Linn Teigland

Certified Public Accountant  
Emerging Growth Markets  
Ernst & Young AG  
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft  
Theodor-Heuss-Anlage 2  
68165 Mannheim  
Telefon +49 (621) 4208 11510  
Telefax +49 (621) 4208 11208  
julie.teigland.@de.ey.com

## Das Design der Studie

Diese Untersuchung basiert auf einer telefonischen Befragung der Geschäftsführer oder Inhaber von 1.600 mittelständischen Betrieben in Deutschland. Die Interviews wurden im April 2004 von einem Meinungsforschungsinstitut im Auftrag der Ernst & Young AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft geführt. Es wur-

den in jedem Bundesland 100 Unternehmen befragt. Dabei wurde sowohl auf Bundeslandebene als auch deutschlandweit folgende Verteilung zugrunde gelegt: 23 Prozent Dienstleistung, 46 Prozent Handel, 14 Prozent Bau und Energie, 17 Prozent Industrie und verarbeitendes Gewerbe. Für die Studie wurde eine

Definition des Mittelstands über die Rechtsform vorgenommen. Es wurden keine kapitalmarktorientierten Unternehmen befragt, sondern Unternehmen folgender Rechtsformen: & Co.; e.G.; e.K.; e.Kfr.; GbR; gGmbH; GmbH; GmbH & Co.; GmbH & Co. KG; GmbH & Co. OHG; KG; KgaA; OHG.

## Ernst & Young – Umfassende Prüfung und Beratung

Ernst & Young mit Hauptsitz in Stuttgart ist eines der großen deutschen Prüfungs- und Beratungsunternehmen und das deutsche Mitgliedsunternehmen von Ernst & Young Global. Ernst & Young beschäftigt rund 6.600 Mitarbeiter an 22 Standorten und erzielte im Geschäftsjahr 2003 circa 900 Mio. Euro Umsatz. Ernst & Young ist damit die dritte große

Kraft unter den deutschen Prüfungs- und Beratungsunternehmen.

Das Dienstleistungsangebot umfasst Wirtschaftsprüfung, prüfungsnahe Beratung, Steuerberatung sowie Transaktions- und Immobilienberatung. Dienstleistungen im Bereich der Rechtsberatung erbringt die Luther

Menold Rechtsanwalts-gesellschaft mbH. Ernst & Young ist der Partner sowohl von großen als auch mittelständischen Unternehmen. Die 103.000 Mitarbeiter von Ernst & Young Global erzielten im Geschäftsjahr 2003 einen Umsatz von über 13,1 Mrd. US\$.

# Inhalt

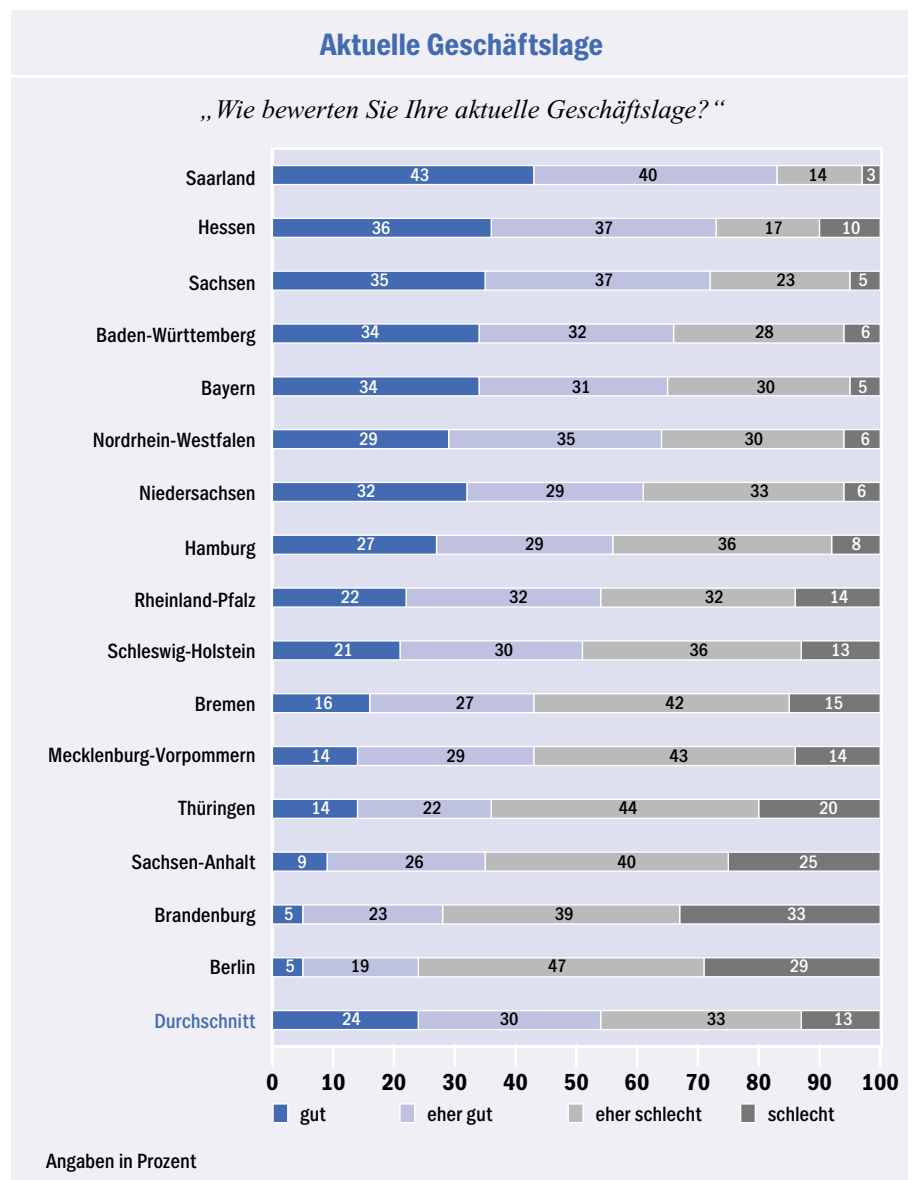
<b>1. Die Geschäftslage bleibt durchwachsen</b>	<b>4</b>
<b>2. Zurückhaltende Prognosen</b>	<b>6</b>
<b>3. Wenig Hoffnung auf einen Wirtschaftsaufschwung: mehr Pessimisten als Optimisten</b>	<b>8</b>
<b>4. Standort Deutschland</b>	<b>10</b>
<b>5. Themen, die den Mittelstand bewegen</b>	<b>17</b>
5.1 Lohnkosten werden zum Top-Thema	17
5.2 Steuerbelastung	18
5.3 Finanzierungslage bleibt angespannt	21
5.4 Globalisierung erfasst Mittelstand	21
<b>6. Mittelstand sieht EU-Erweiterung als Chance</b>	<b>24</b>
6.1 Mehr Erweiterungsoptimisten als -pessimisten im Mittelstand	24
6.2 Nur international tätige Mittelständler sind optimistisch	25
6.3 Der Osten Deutschlands: kein einheitliches Bild	27
6.4 Der Süden zeigt sich eher optimistisch	27
6.5 Mitte und Westen: Die Wirtschaftsstruktur entscheidet	28
6.6 Der Norden: Anknüpfen an alte (Handels-)traditionen?	28
<b>7. Mittelständler auf dem Weg nach Osten?</b>	<b>29</b>
7.1 Osteuropa ist vor allem als Absatzmarkt interessant	30
7.2 Polen beliebtestes Investitionsziel	31
7.3 Ungarn abgeschlagen – Geheimtipp Slowakei	32
7.4 Die baltischen Staaten: hoch in der Gunst deutscher Investoren	33
<b>Fachbeiträge</b>	
Steuerliche Änderungen für mittelständische Unternehmen zum 1.1.2004	19
Zukunftsfähige Finanzierungsstrukturen im Mittelstand	22

# 1. Die Geschäftslage bleibt durchwachsen

Die Stimmung im deutschen Mittelstand ist angesichts der anhaltenden Konjunkturlaute weiterhin getrübt. Positive und negative Einschätzungen der aktuellen Geschäftslage halten sich annähernd die Waage: 54 Prozent der Unternehmen bezeichnen ihre derzeitige Lage als zufrieden stellend (gut oder eher gut), 46 Prozent fällen ein negatives Urteil über die derzeitige Umsatzentwicklung (Grafik 1).

Im Bundeslandvergleich treten signifikante Unterschiede zwischen den Bundesländern zu Tage. Das Saarland ist in puncto Bewertung der aktuellen Geschäftslage Spitzenreiter im Länderranking. Die Mittelständler bezeichnen ihre derzeitige Lage mit großer Mehrheit als gut oder eher gut. Nur 17 Prozent beklagen sich über eine negative Geschäftsentwicklung. Damit liegt das Saarland mit deutlichem Abstand vor Hessen und Sachsen.

In den ostdeutschen Bundesländern ist die Stimmung insgesamt schlechter als in den „alten“: Berlin, Brandenburg, Sachsen-Anhalt, Thüringen und Mecklenburg-Vorpommern machen die letzten Plätze im Länderranking unter sich aus. In diesen Ländern ist auch der Anteil der Unternehmen, die ihre Geschäftslage ausdrücklich als schlecht bezeichnen, besonders hoch. Sachsen stellt unter den ostdeutschen Ländern eine Ausnahme dar: Der Freistaat landet auf Platz drei des Rankings – 35 Prozent der Unternehmen bezeichnen die aktuelle Geschäftslage als gut, 37 Prozent als eher gut.



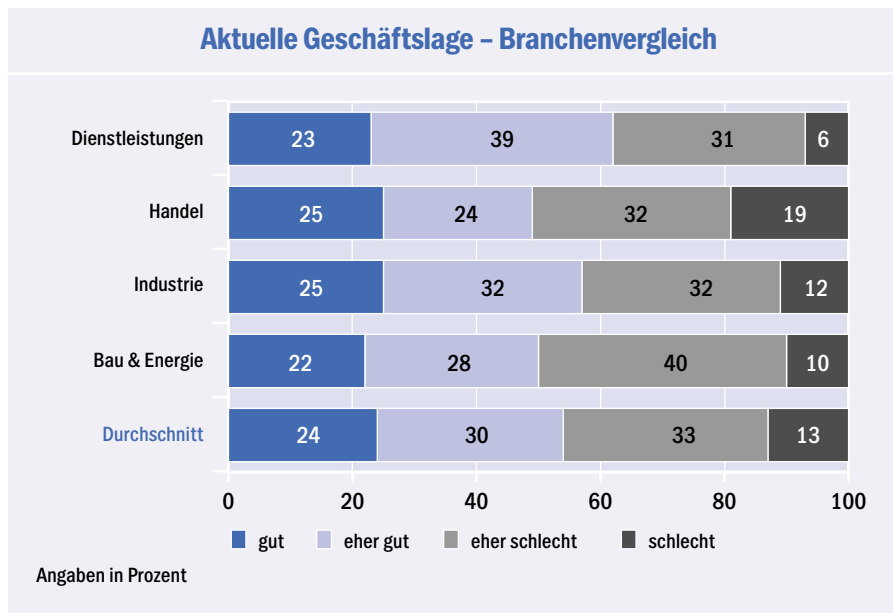
Grafik 1

Der Branchenvergleich offenbart, dass im Handel und im Baugewerbe die Lage besonders negativ eingeschätzt wird. Mit 51 bzw. 50 Prozent bewerten im Handel und in der Bauindustrie überdurchschnittlich viele Unternehmen ihre derzeitige Lage als schlecht oder eher schlecht (Grafik 2).

Der Handel leidet vor allem unter der Konsumzurückhaltung der Verbraucher und einem Überhang bei der Verkaufsfläche. Zuwächse verzeichnen in erster Linie die Discounter, während die klassischen Su-

permärkte und die – zumeist mittelständischen – stationären Fachgeschäfte unter großem Druck stehen.

Die schwierige Lage in der Baubranche ist unter anderem im Zurückgehen der Bauinvestitionen im Wohnungsbau und im Infrastrukturbereich begründet. Angesichts leerer öffentlicher Kassen reduzieren Kommunen, Länder und Bundesregierung ihre Infrastrukturausgaben und verstärken damit die negativen Auswirkungen des ohnehin schwachen Wohnungs- und Wirtschaftsbaus.



Grafik 2

## 2. Zurückhaltende Prognosen

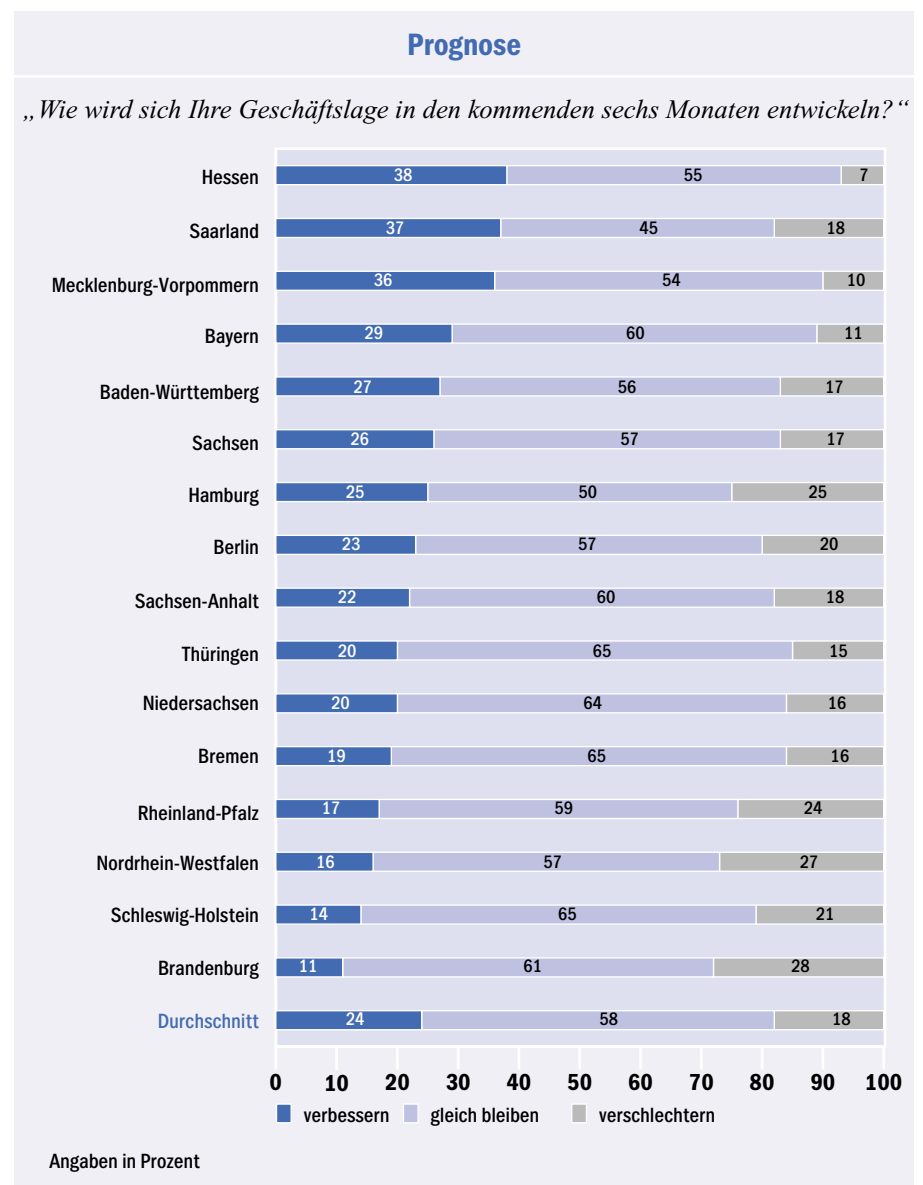
Auch bei der Prognose für die kommenden sechs Monate geben sich die mittelständischen Unternehmen zurückhaltend. Etwa jedes vierte (24 Prozent) geht von einer Verbesserung der Geschäftslage aus, 18 Prozent sind der Meinung, dass sich die Lage verschlechtern werde. Der Rest – 58 Prozent – erwartet eine gleich bleibende Geschäftslage (Grafik 3). Ein klarer Trend zum Positiven lässt sich aus diesem Befragungsergebnis nicht entnehmen.

Auffallend ist, dass im Ländervergleich die Länder, die bereits bei der aktuellen Lage höhere Anteile an positiven Aussagen verzeichnen konnten, auch bei der Geschäftsprognose gut abschneiden.

Überraschend ist das Antwortverhalten der Unternehmen aus Mecklenburg-Vorpommern. Die aktuelle Lage wird zwar nur von 43 Prozent als zufrieden stellend eingestuft; aber immerhin 36 Prozent der Befragten erwarten eine bessere Geschäftsentwicklung. Damit liegt Mecklenburg-Vorpommern auf dem dritten Platz im Länderranking. Der Optimismus der Mittelständler aus Mecklenburg-Vorpommern in puncto weitere Geschäftsentwicklung findet eine Entsprechung im Optimismus der Unternehmen bezüglich der EU-Erweiterung: 47 Prozent der Unternehmen sehen die Osterweiterung als Chance an (vgl. Kapitel 6).

Auffallend ist auch die pessimistische Prognose der Unternehmen aus Nordrhein-Westfalen. Zwar bewertet eine deutliche Mehrheit (64 Prozent) die aktuelle Lage als gut oder eher gut, aber die Zukunftsaussichten werden eher negativ

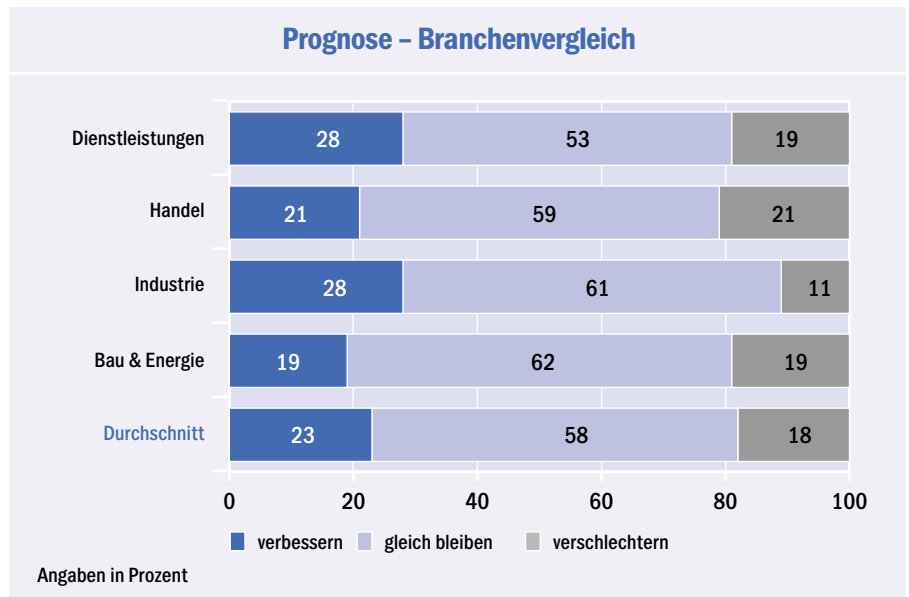
eingeschätzt. 27 Prozent der Unternehmen sind der Meinung, dass sich ihre Geschäftslage verschlechtern werde – nur 16 Prozent gehen vom Gegenteil aus. NRW liegt damit auf dem drittletzten Platz im entsprechenden Länderranking.



Grafik 3

„Dienstleister und Industrieunternehmen sind deutlich optimistischer als Händler und Bauunternehmen.“

Der Branchenvergleich ergibt bezüglich der Geschäftsprognose ein ähnliches Bild wie bei der aktuellen Lage: Dienstleister und Industrieunternehmen sind deutlich optimistischer als Handelsunternehmen und Unternehmen aus der Bauindustrie (Grafik 4). Die Gründe für die Zurückhaltung dieser Branchen liegen auf der Hand. Weder zeichnet sich ein deutlicher Konjunkturaufschwung ab, der auch den privaten Konsum ankurbeln könnte, noch gibt es Signale für eine stärkere Baukonjunktur.

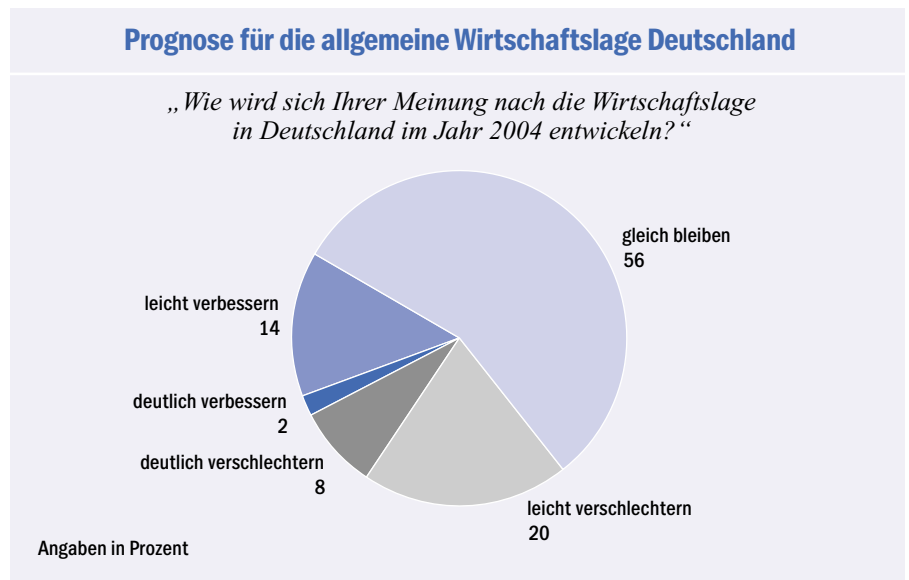


Grafik 4



### 3. Wenig Hoffnung auf einen Wirtschaftsaufschwung: mehr Pessimisten als Optimisten

Kommt der lang erwartete Konjunkturaufschwung im Jahr 2004? Die Mittelständler zeigen sich skeptisch: Die Mehrheit (56 Prozent) geht von einer Stagnation der Wirtschaftslage aus, 28 Prozent sehen sogar eine Verschlechterung der Lage und nur 16 Prozent sind der Meinung, dass die Wirtschaft in Deutschland sich in diesem Jahr erholen werde (Grafik 5). Vergleicht man die hier geäußerten Erwartungen der Unternehmen bezüglich der allgemeinen Wirtschaftslage mit der Prognose für ihre eigene Entwicklung, ergibt sich, dass die mittelständischen Unternehmen ihre eigene Zukunft etwas optimistischer sehen als die der Wirtschaft insgesamt. Dies ist auch ein Hinweis dafür, dass womöglich die Stimmung bei den Unternehmen schlechter ist als die tatsächliche Lage. Die anhaltenden Diskussionen über die Schwächen des Standorts Deutschland, über Abwanderungen von Unternehmen in Niedriglohnländer und über die Reformunfähigkeit der deutschen Gesellschaft haben hier ihre Spuren hinterlassen.

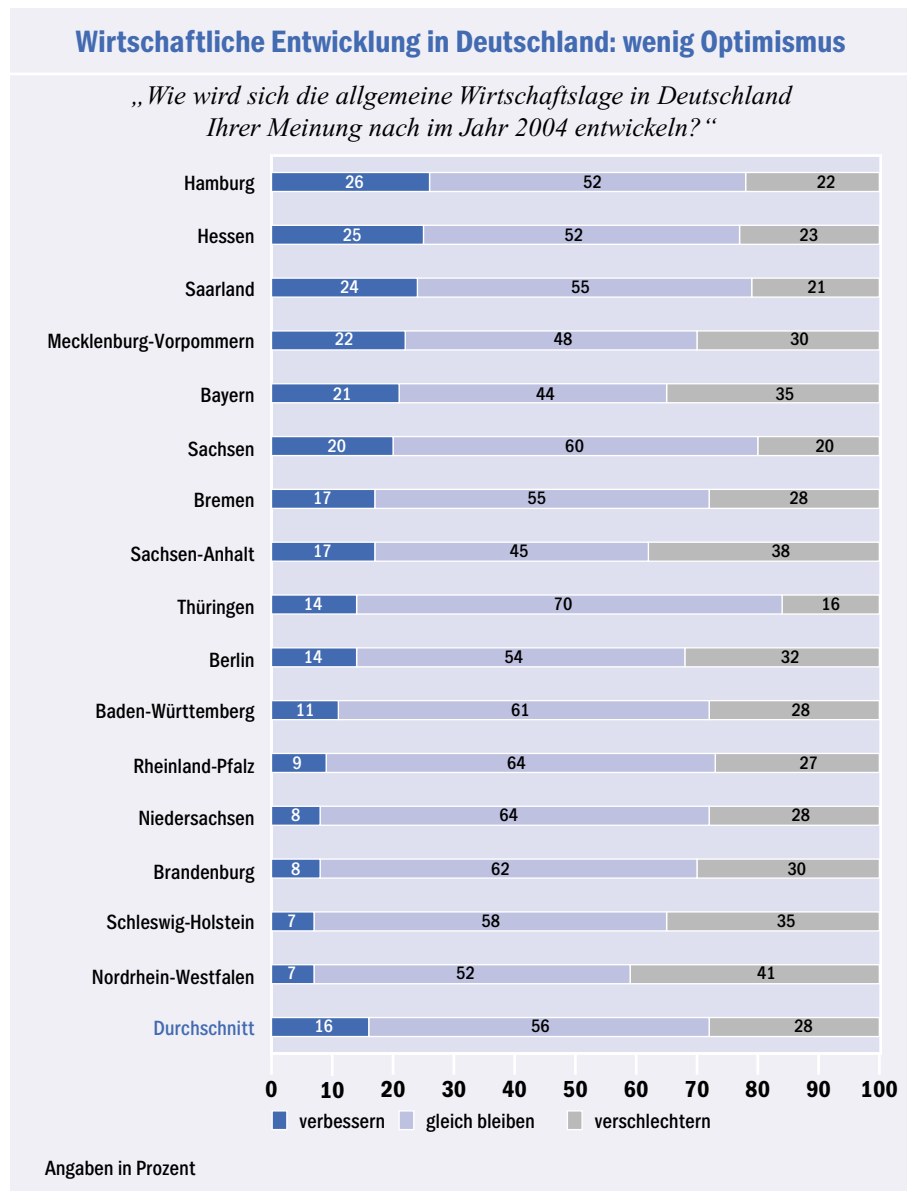


Grafik 5



„Die Mittelständler sehen ihre eigene Zukunft optimistischer als die der Wirtschaft insgesamt.“

Der Ländervergleich ergibt, dass hier – anders als bei der Frage nach der Entwicklung des eigenen Unternehmens – der Pessimismus in den ostdeutschen Bundesländern nicht stärker ausgeprägt ist als in Westdeutschland (Grafik 6). So finden sich in Nordrhein-Westfalen und Schleswig-Holstein besonders wenige Unternehmen, die an eine Verbesserung der Wirtschaftslage glauben. Am optimistischsten blicken die Unternehmen in Hamburg, Hessen und im Saarland in die Zukunft. Nur in diesen drei Ländern ist auch der Anteil der Optimisten größer als der Anteil der Pessimisten.

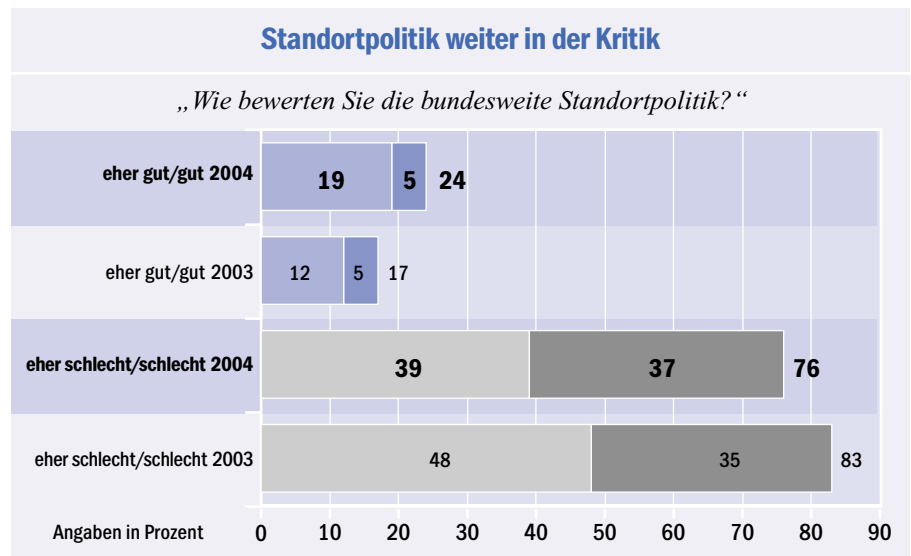


Grafik 6

## 4. Standort Deutschland

Die Erweiterung der Europäischen Union hat noch einmal zur Intensivierung der öffentlichen Diskussion über die Zukunft des Wirtschaftsstandorts Deutschland geführt. Die neuen Beitrittsländer locken mit niedrigeren Steuersätzen und Löhnen und umfangreichen Investitionsanreizen. Wer die Diskussion in Deutschland verfolgt, gewinnt den Eindruck, dass die Bundesrepublik international kaum noch wettbewerbsfähig sei. Horrorszenarien von einer Deindustrialisierung Deutschlands machen die Runde und führen zu einer weiteren Eintrübung der ohnehin schlechten Stimmung. Immer wieder wird an die Politik die Forderung gerichtet, den Standort Deutschland – insbesondere die ostdeutschen Länder – attraktiver zu machen – etwa mit Steuersenkungen, einer Senkung der Lohnnebenkosten oder mit der Einrichtung von Sonderwirtschaftszonen.

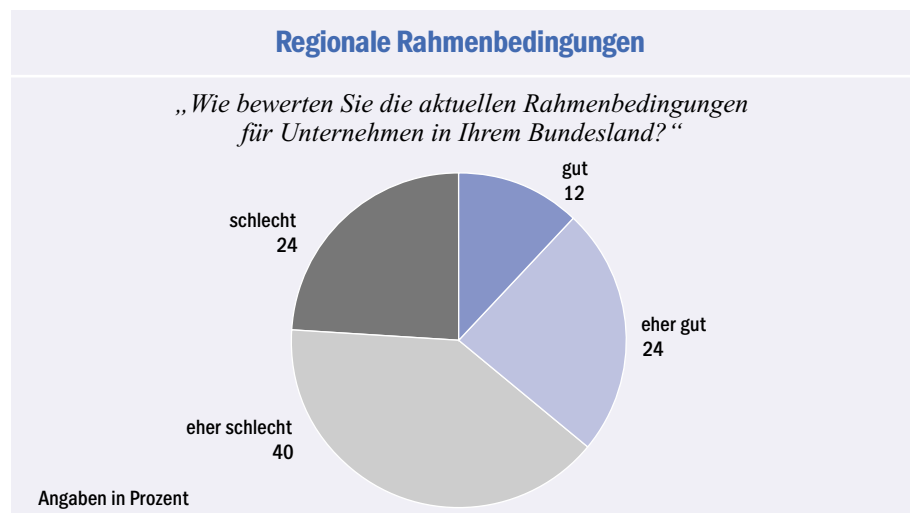
Wie bewerten die mittelständischen Unternehmen die Bemühungen der Bundesregierung, den Standort Deutschland attraktiver zu machen? Nachdem im Vorjahr eine sehr deutliche Mehrheit der Befragten (83 Prozent) die bundesweite Standortpolitik als eher schlecht oder schlecht bezeichnet hatten, fällt das Urteil in diesem Jahr etwas weniger negativ aus: 24 Prozent vergeben für die Politik für den Wirtschaftsstandort Deutschland gute Noten (eher gut oder gut), 76 Prozent fällen ein negatives Urteil (Grafik 7).



Grafik 7

Da die allgemeine Diskussion über den Standort Deutschland eher abstrakt geführt wird und sich oft nur mittelbar auf die Rahmenbedingungen für Unternehmen vor Ort bezieht, haben wir die Unternehmen auch danach gefragt, wie sie die Bedingungen bewerten, die ihnen das Bundesland bietet, in dem sie ansässig sind. Dabei ergibt sich ein etwas posi-

veres Bild als bei der Frage nach der generellen Standortpolitik: Im Bundesdurchschnitt sind 36 Prozent der Befragten zufrieden (gut oder eher gut) mit den Rahmenbedingungen für Unternehmen in ihrem Bundesland, immerhin 64 Prozent aber bewerten diese als eher schlecht oder schlecht.

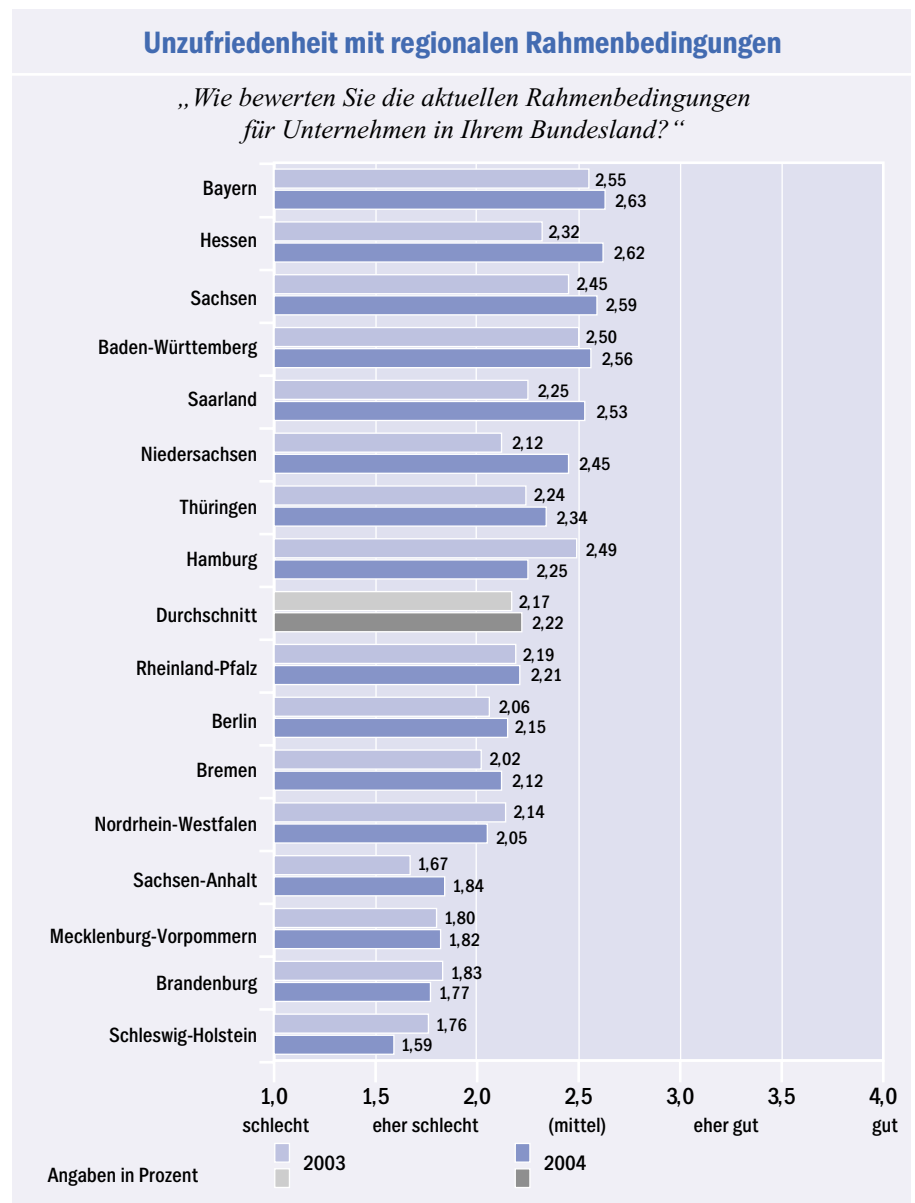


Grafik 8

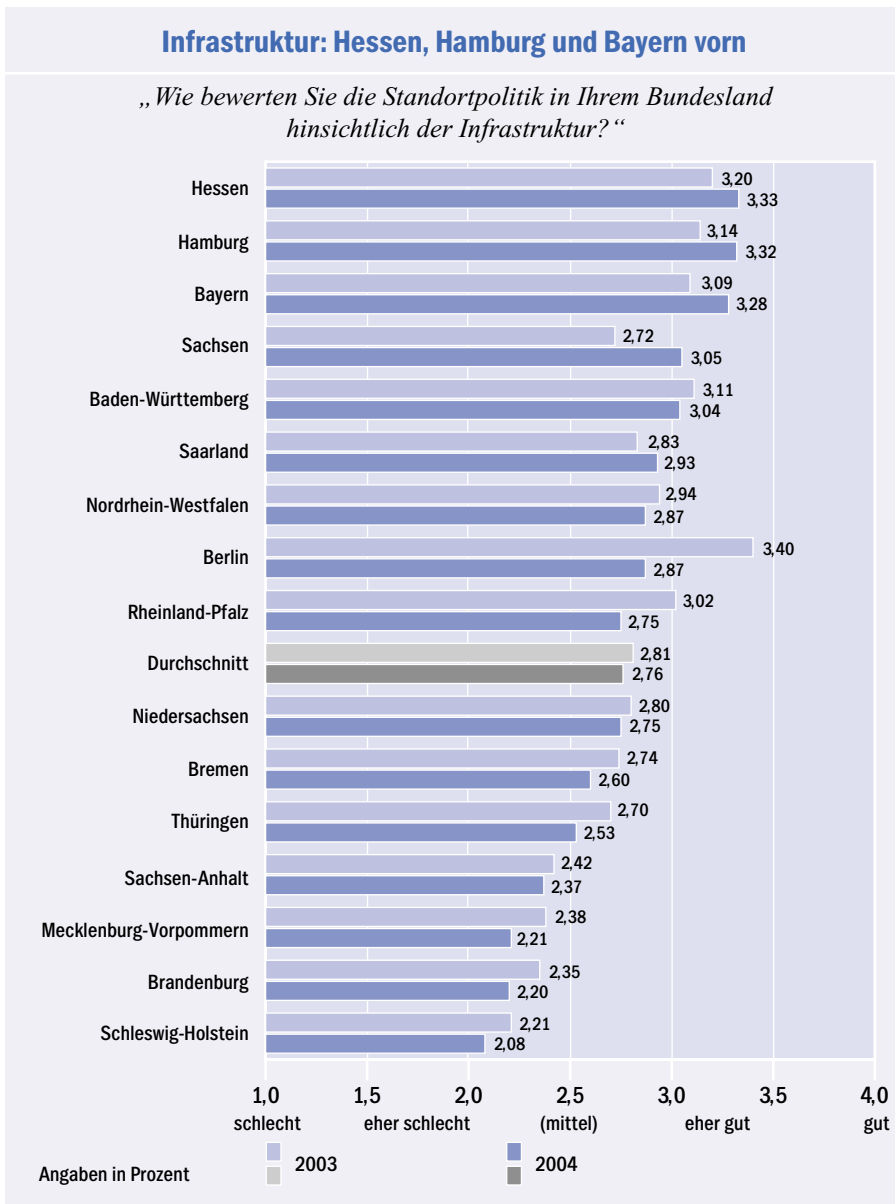
„Das Nord-Süd-Gefälle hat sich weiter verstärkt.“

Im Ländervergleich schneiden Bayern, Hessen, Baden-Württemberg, Sachsen und das Saarland am besten ab. Im Durchschnitt überwiegen in diesen Ländern die eher positiven Bewertungen, sodass sich ein Mittelwert über 2,5 ergibt (Grafik 9). Die schlechtesten Noten erhalten die Länder Schleswig-Holstein, Brandenburg, Mecklenburg-Vorpommern und Sachsen-Anhalt. Auch die Mittelständler in Nordrhein-Westfalen vergeben eher schlechte Noten. In den Ländern Hessen, Saarland und Niedersachsen ergibt der Vergleich zum Vorjahr relativ deutliche Verbesserungen.

Fazit: Als Tendenz zeichnet sich eine leichte Verbesserung der Bewertungen in puncto regionale Rahmenbedingungen ab. Dies setzt sich auch in den Befragungsergebnissen zu verschiedenen Standortfaktoren fort. Gute Noten gibt es aber nur für die wenigsten Bundesländer. Das Nord-Süd-Gefälle, das schon im Vorjahr zu erkennen war, hat sich weiter verstärkt.



Grafik 9



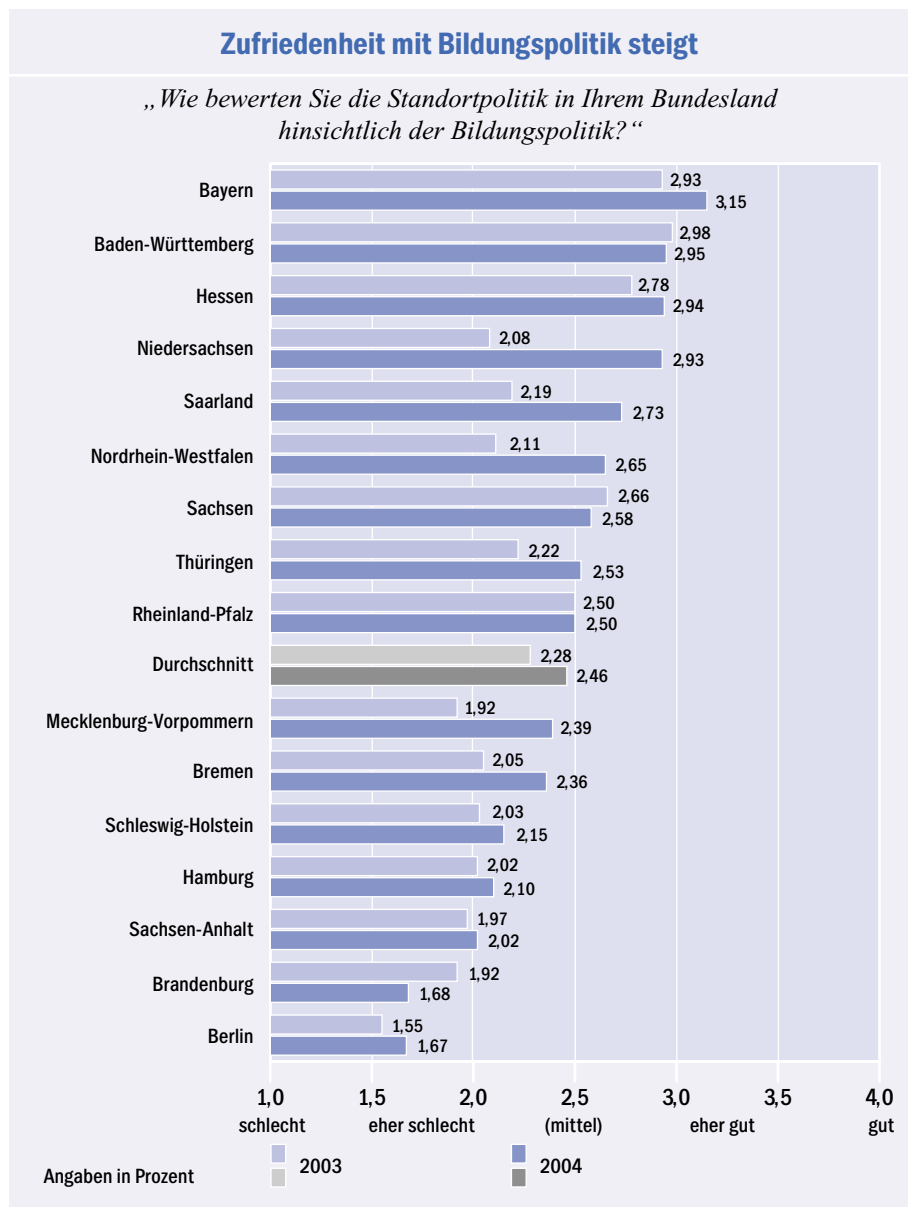
Grafik 10

Zum Bereich **Infrastruktur** zählen die physische Infrastruktur, also etwa Straßen- und Bahnnetze, Anbindung an Schifffahrt, die Verfügbarkeit von Büro- und Gewerbeflächen sowie die Qualität von Telekommunikationseinrichtungen. Obwohl Bund, Länder und Kommunen ihre Ausgaben für Infrastrukturprojekte (etwa Straßenbau) deutlich zurückfahren, steigt die Zufriedenheit der Mittelständler mit der regionalen Infrastruktur – wenn auch nur in geringem Maß (Grafik 10). Im Durchschnitt überwiegen wie auch schon im Vorjahr die eher positiven Bewertungen. Besonders gute Noten bekommen Hessen, Hamburg und Bayern, während Mecklenburg-Vorpommern, Brandenburg und insbesondere Schleswig-Holstein schlecht abschneiden. Bemerkenswert ist auch das Befragungsergebnis für Berlin: Nachdem die Bundeshauptstadt im Vorjahr in puncto Infrastruktur mit Abstand am besten abgeschnitten hatte, fällt sie in diesem Jahr deutlich zurück.

„Die Zustimmung der Unternehmen zur Bildungspolitik ist vor allem in Niedersachsen, Nordrhein-Westfalen und dem Saarland deutlich gestiegen.“

Obwohl die **Bildungspolitik** zum großen Teil in der Kompetenz der Länder liegt, sorgt das Thema Bildung immer wieder für intensive Diskussionen auch auf Bundesebene. Gerade im Rahmen der Standortdebatte wird immer wieder betont, dass eine gute Bildung und Ausbildung zu den wichtigsten Faktoren im Wettbewerb der Standorte zu zählen ist. Die Zukunftsfähigkeit nicht nur der deutschen Wirtschaft, sondern der Gesellschaft insgesamt wird sich an den Weichenstellungen im Bildungsbereich entscheiden – so der Diskussionskonsens.

Im Bundesdurchschnitt ist im Vergleich zum Jahr 2003 die Zufriedenheit mit der Bildungspolitik gestiegen (Grafik 11). Positive und negative Bewertungen halten sich nun annähernd die Waage – im Vorjahr war noch eine deutlich negativere Tendenz erkennbar gewesen. Signifikante Verbesserungen sind in Niedersachsen, im Saarland, in Nordrhein-Westfalen und in Mecklenburg-Vorpommern zu verzeichnen. Am besten schneiden Bayern, Baden-Württemberg, Hessen und Niedersachsen ab. Ein schlechtes Zeugnis stellen vor allem die Unternehmer in Berlin und Brandenburg ihren jeweiligen Landesregierungen aus.



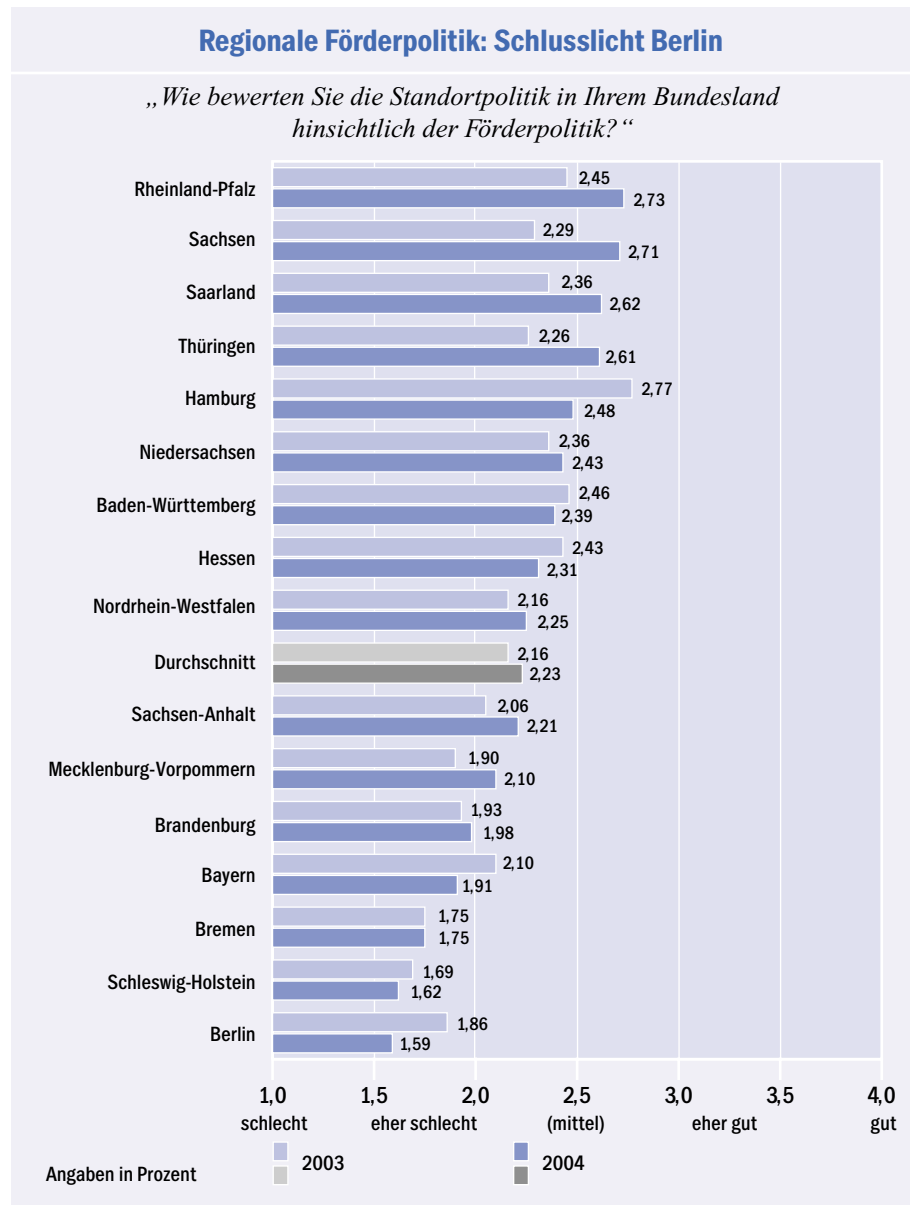
Grafik 11

Auch bei den Ergebnissen zur **regionalen Förderpolitik** sind im Durchschnitt etwas positivere Ergebnisse zu verzeichnen als im Vorjahr (Grafik 12). Allerdings hat es deutliche Verschiebungen gegeben: Der Vorjahresspitzenreiter Hamburg hat deutlich schlechtere Noten erhalten und ist auf den fünften Platz im Länderranking zurückgefallen. Rheinland-Pfalz, Sachsen, das Saarland und Thüringen kommen auf die vordersten Plätze und können mehr gute als schlechte Bewertungen verzeichnen. Schlechte Noten gibt es wie schon im Vorjahr für Bremen, Schleswig-Holstein und Berlin.

Deutschland bietet eine sehr umfassende öffentliche Förderinfrastruktur. Allerdings zeigt sich immer wieder, dass Unternehmer die bestehenden Fördermöglichkeiten nur zögerlich in Anspruch nehmen. Dafür gibt es mehrere Gründe: Viele Unternehmer wissen schlicht nicht, welche Programme es gibt. Zudem ist immer wieder festzustellen, dass die Unternehmer notwendige Innovationsprojekte schnell umsetzen und nicht bereit sind, auf die Genehmigung ihres Förderantrags zu warten. Damit verwirken sie dann meist ihre Förderfähigkeit. Ein weiterer Grund für die recht geringe Inanspruchnahme von Fördergeldern: die Angst vor Bürokratie. Die Beantragung von Fördergeldern bedeutet immer auch einen oft erheblichen bürokratischen Aufwand. Zudem fühlen sich Unternehmer z. B. durch

die erforderlichen Erklärungen zur Mittelverwendung in ihrer Entscheidungsfreiheit eingeschränkt. Fakt ist allerdings, dass Unternehmen, die sich in puncto

Fördermöglichkeiten kompetent beraten lassen und die bestehenden Möglichkeiten ausschöpfen, deutliche Vorteile gegenüber der Konkurrenz erzielen können.



Grafik 12

**Gute Noten aus dem Ausland für den Standort Deutschland**

**Ergebnisse einer Umfrage unter ausländischen Unternehmen**

Deutschland genießt bei internationalen Unternehmen nach wie vor einen guten Ruf: In einer gesonderten Ernst & Young-Umfrage gaben 19 Prozent der Unternehmen an, dass Deutschland für sie einer der drei attraktivsten Standorte weltweit sei (Grafik a). Besonders geschätzt wird Deutschland wegen der guten Infrastruktur (Verkehrswege und Telekommunikation), der Qualität von Forschung & Entwicklung, der umfassenden Ausbildung der Arbeitskräfte und der Produktivitätssteigerungen, die am Standort Deutschland erreicht werden können. Die wichtigsten Nachteile sind aus Sicht der Investoren die Arbeitskosten und die fehlende arbeitsrechtliche Flexibilität für Unternehmen.

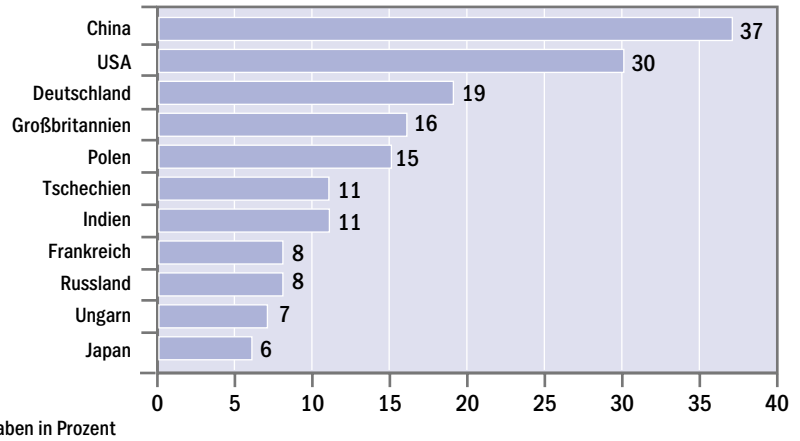
Bei ausländischen Unternehmen gelten nur China und die Vereinigten Staaten mit 37 bzw. 30 Prozent als attraktivere Standorte. Hinter Deutschland konnten sich Großbritannien (16 Prozent), Polen (15 Prozent), Tschechien (11 Prozent) und Indien (11 Prozent) platzieren.

**Lohnkosten sind nicht der wichtigste Faktor bei Standortentscheidungen**

Internationale Unternehmen legen mehr Wert auf eine gute Infrastruktur und die Möglichkeit, am Investitionsstandort Produktivitätszuwächse zu erzielen, als auf niedrige Löhne. 55 Prozent der Befragten geben an, dass die Verkehrsinfrastruktur bei der Investitionsentscheidung eine sehr große Rolle spielt, für 51 Prozent ist die Telekommunikations-Infrastruktur ein sehr wichtiger Faktor (Grafik b). 52 Prozent sehen in zu erzielenden potenziellen Produktivitätszuwächsen einen besonders wichtigen Standortfaktor. Die Arbeitskosten sind für 50 Prozent der Befragten ein sehr wichtiges Merkmal eines Wirtschaftsstandorts.

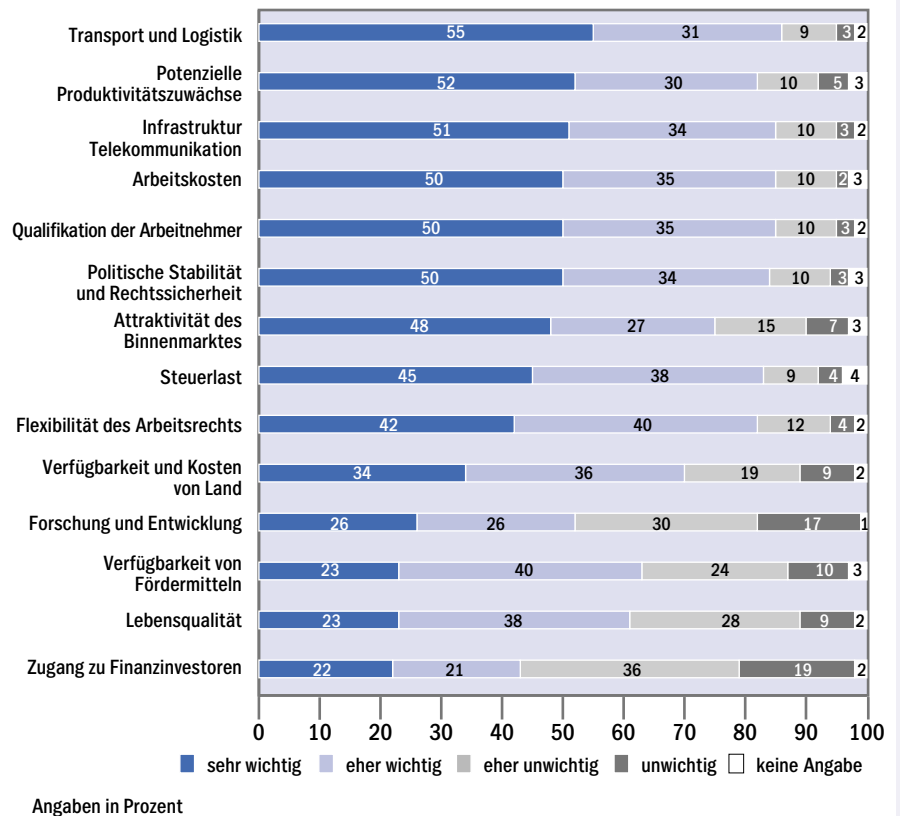
**Die attraktivsten Standorte: China, USA und Deutschland**

„Welche drei Länder sind aus Ihrer Sicht die attraktivsten Investitionsstandorte weltweit?“



Grafik a

**Die wichtigsten Kriterien bei der Standortwahl: Infrastruktur, Produktivität und Arbeitskosten**



Grafik b

Die Befragungsergebnisse zeigen: Die Höhe der Löhne und der Lohnnebenkosten sind wichtige Merkmale eines Wirtschaftsstandorts, aber nicht die einzigen. Gut ausgebildete und motivierte Arbeitskräfte, eine moderne Infrastruktur sowie Qualität in Forschung und Entwicklung spielen bei der Entscheidung für oder gegen einen Standort ebenfalls eine große Rolle. Zudem können es sich viele Unternehmen gar nicht leisten, am größten Absatzmarkt Europas nicht vertreten zu sein.

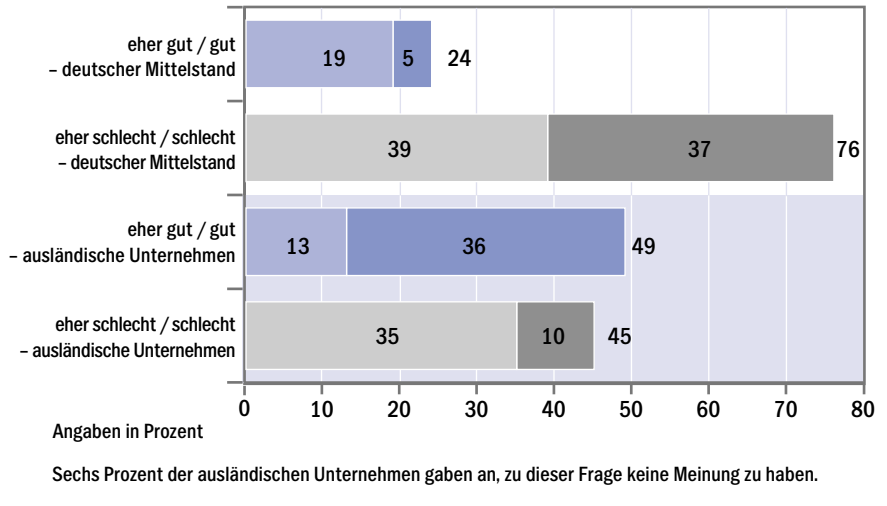
**Mehr gute als schlechte Noten für die deutsche Standortpolitik**

Anders als beim deutschen Mittelstand genießt die deutsche Standortpolitik bei ausländischen Unternehmen durchaus einen guten Ruf. Als „gut“ oder „eher gut“ bewerteten 49 Prozent der befragten ausländischen Unternehmen die deutsche Standortpolitik – im deutschen Mittelstand sind es nur 24 Prozent der Unternehmen, die sich positiv äußern.

Aus Sicht internationaler Unternehmen strahlt die deutsche Politik Verlässlichkeit und Stabilität aus. Die jüngsten Steuerenkungen signalisierten zudem, dass Deutschland sich bemüht, auch in puncto Steuern international konkurrenzfähiger zu werden.

**Deutsche Standortpolitik: deutscher Mittelstand versus ausländische Unternehmen**

„Wie bewerten Sie die bundesweite Standortpolitik?“



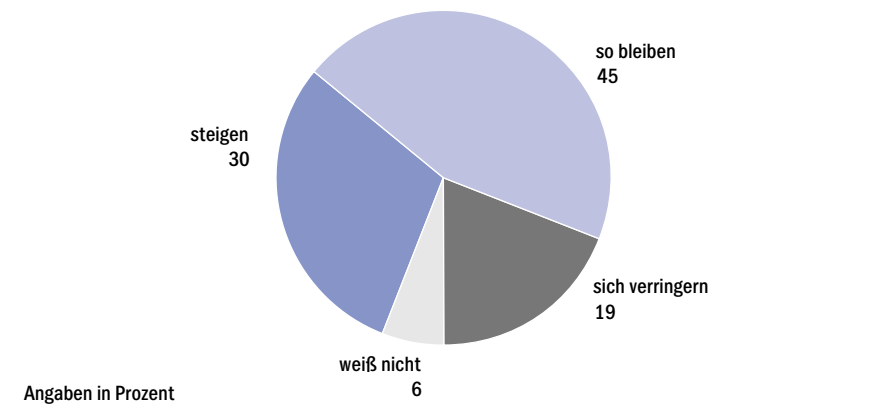
Grafik c

Die Befragung der ausländischen Unternehmen zeigt auch eine durchaus positive Perspektive auf: 30 Prozent der Befragten glauben, dass sich die Attraktivität Deutschlands als Investitionsstandort in Zukunft noch erhöhen wird. 45 Prozent gehen von einer gleich bleibenden Attraktivität aus, 19 Prozent rechnen hingegen

damit, dass Deutschland an Attraktivität verlieren wird (Grafik d). Offensichtlich werden also – zumindest im Ausland – die deutschen Reformanstrengungen durchaus gesehen und honoriert. Das verbesserte Image Deutschlands bei ausländischen Investoren lässt für die Zukunft höhere Investitionen erwarten.

**Gute Aussichten für den Standort Deutschland?**

„Wie wird sich aus Ihrer Sicht die Attraktivität des Wirtschaftsstandorts Deutschland in den kommenden zwei Jahren entwickeln?“



Grafik d

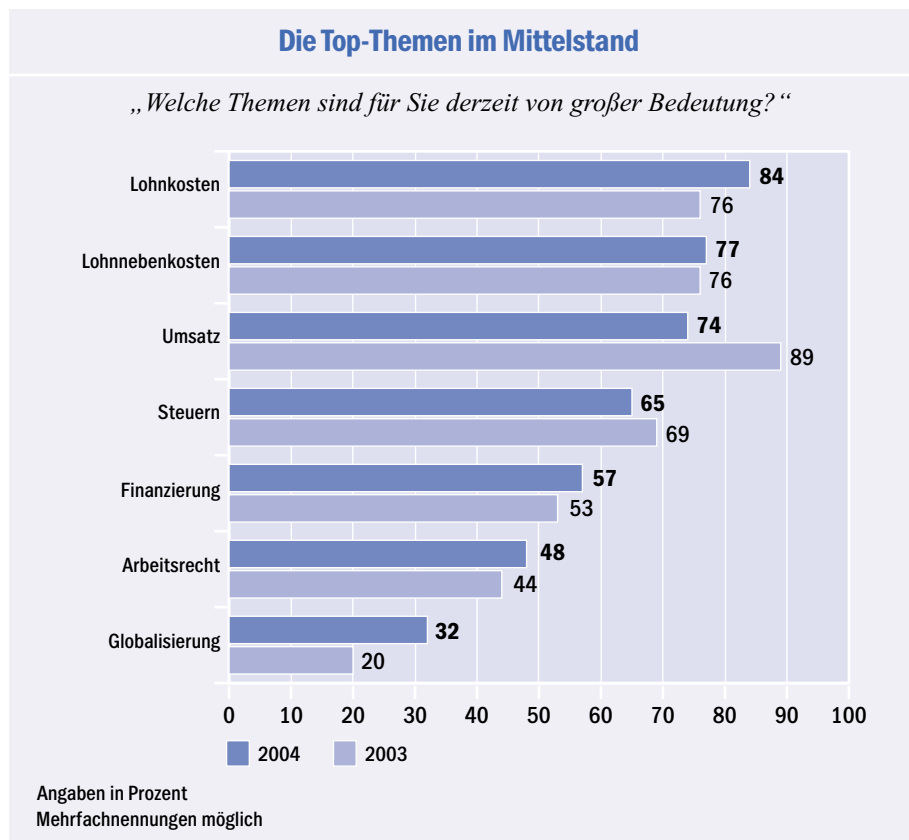
## 5. Themen, die den Mittelstand bewegen

### 5.1 Lohnkosten werden zum Top-Thema

Während im vergangenen Jahr noch die eigene Umsatzentwicklung das wichtigste Thema bei den mittelständischen Unternehmen war, stehen nun die Lohnkosten im Fokus (Grafik 13). Auf die Frage, welche Themen für sie derzeit von großer Bedeutung sind, nennen 84 Prozent (Vorjahr 76 Prozent) „Lohnkosten“ und nur noch 74 Prozent „Umsatz“ (Vorjahr 89 Prozent). Die gewachsene Bedeutung dieses Themas ist möglicherweise auf die intensive öffentliche Diskussion im Befragungszeitraum (April 2004) – unmittelbar vor der EU-Erweiterung – über die Niedriglohnkonkurrenz in Ostdeutschland zurückzuführen. Tatsächlich bringt die Erweiterung des europäischen Binnenmarkts auch eine Verschärfung der Wettbewerbssituation mit sich. Gerade kleinere mittelständische Unternehmen haben nur eingeschränkt die Möglichkeit, von den günstigeren Produktionskosten im Ausland zu profitieren, indem sie vor Ort eigene Produktionsstätten errichten. Folglich muss es ihr Ziel sein, in Deutschland – trotz hoher Lohnkosten – zu wettbewerbsfähigen Preisen zu produzieren. Angesichts dieser Ausgangslage ist es kaum verwunderlich, dass die hohen Lohn- und Lohnnebenkosten in Deutschland derzeit die wichtigsten Themen für mittelständische Unternehmen sind.

Gerade für den personalintensiv produzierenden Mittelstand sind die Lohnkosten und Lohnnebenkosten ein entscheidender Kostenfaktor. In vielen Bereichen bestimmen diese Kosten maßgeblich, wie teuer die angebotenen Dienstleistungen und Waren sind. Zudem stehen die Unternehmen vor dem Problem, dass sie bei

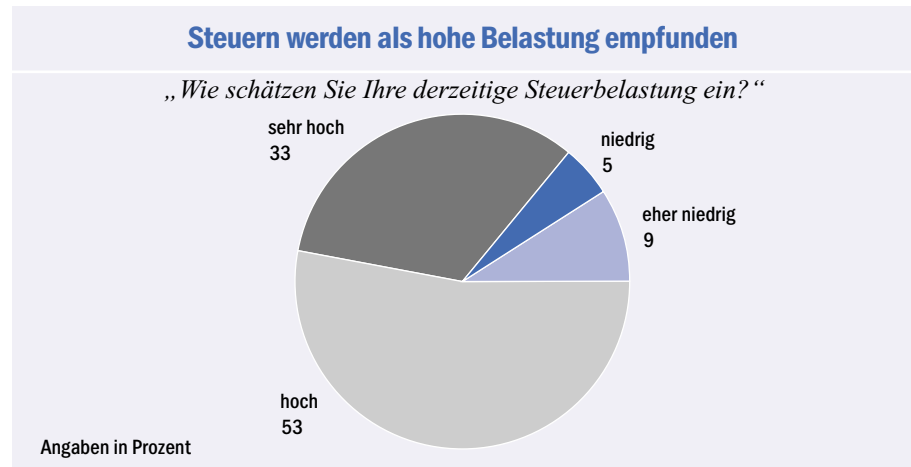
diesem wichtigen Kostenfaktor kaum flexibel reagieren können. Eine Veränderung etwa bei den Lohnnebenkosten stellt für sie eine wichtige Veränderung ihrer wirtschaftlichen Rahmenbedingungen dar. Auch die Lohnkosten selbst können sie nur in geringem Maß beeinflussen.



Grafik 13

## 5.2 Steuerbelastung

Weiterhin eine große Rolle spielt das Thema Steuern – 65 Prozent der Mittelständler geben an, dass sie sich derzeit intensiver mit diesem Thema auseinandersetzen. Die übergroße Mehrheit der Unternehmen betrachten ihre derzeitige Steuerbelastung als hoch oder sehr hoch (Grafik 14). Gerade vor dem Hintergrund, dass bereits die Belastungen durch hohe Lohn- und Lohnnebenkosten als ausgesprochen hoch angesehen werden, betrachten viele Unternehmen die hohen Steuern in Deutschland zunehmend als ernstes Problem. Auch hier hat in den vergangenen Monaten die EU-Erweiterung das Problembewusstsein erhöht: In den Beitrittsländern liegen die Unternehmenssteuern deutlich niedriger als in Deutschland. Auch dies stellt einen Wettbewerbsvorteil der dort ansässigen Firmen dar. Eine Untersuchung von Ernst & Young und dem Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung (ZEW) hat ergeben, dass Unternehmen in Deutschland etwa doppelt so hohe Steuern zahlen als in den Beitrittsländern. So beträgt die effektive Steuerbelastung von Unternehmen in Deutschland 37 Prozent, in Frankreich 35 Prozent und in Großbritannien 29 Prozent. In den EU-Beitrittsländern liegt sie deutlich niedriger: in Ungarn bei 19 Prozent, in Lettland bei 18 Prozent und in Litauen sogar nur bei 13 Prozent. Die meisten Beitrittsländer haben für die kommenden Jahre zum Teil erhebliche Steuersenkungen angekündigt. Wenn diese Maßnahmen in Kraft treten, wird die Steuerbelastung für Unternehmen in diesen Ländern zum Teil noch einmal deutlich sinken. Ungarn, die Tschechische

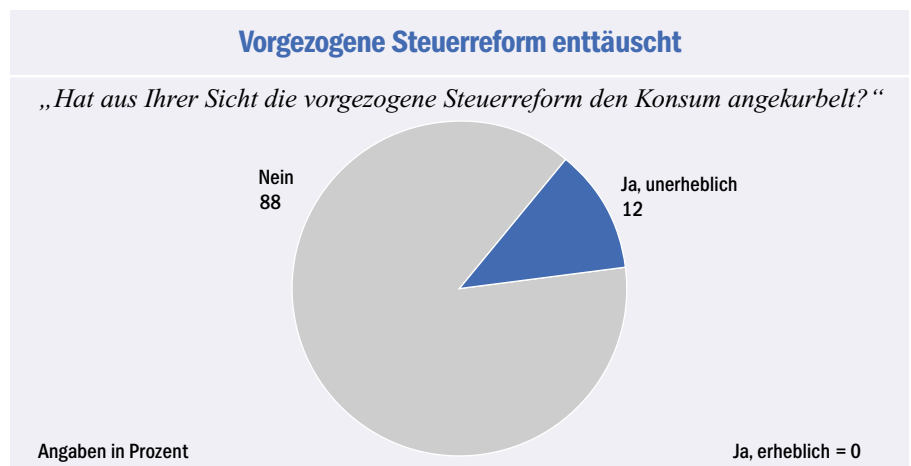


**Grafik 14**

Republik und Polen werden dadurch zu Niedrigsteuerländern mit tatsächlichen Steuerbelastungen von 14, 17 bzw. 18 Prozent. Allerdings können auch deutsche Unternehmen von der niedrigeren Steuerbelastung in den Beitrittsländern profitieren, wenn sie mit Tochtergesellschaften vor Ort vertreten sind.

Der Versuch der Bundesregierung, mithilfe der vorgezogenen Steuerreform und der Senkung der Einkommensteuersätze die Konjunktur anzukurbeln, ist – zumindest aus Sicht der Mittelständler – weit-

gehend gescheitert. Der Eingangssteuersatz wurde von 19,9 auf 16 Prozent, der Spitzensteuersatz von 48,5 auf 45 Prozent gesenkt (siehe Beitrag „Steuerliche Änderungen für mittelständische Unternehmen zum 1.1.2004“). 88 Prozent der Befragten geben an, dass diese Steuersenkung nicht die erhoffte Wirkung hatte (Grafik 15). Zwölf Prozent der Unternehmer sehen einen gewissen Effekt, der aber unerheblich sei. Erhebliche Auswirkungen der vorgezogenen Steuerreform, die die Politik zum Jahresende beschäftigt hatte, sieht keiner der Befragten.



**Grafik 15**

## Steuerliche Änderungen für mittelständische Unternehmen zum 1.1.2004

### Niedrigere Einkommensteuersätze ...

Natürliche Personen, die in der Rechtsform eines Einzelunternehmens oder einer Personengesellschaft tätig sind, können von der Absenkung des Einkommensteuertarifs zum 1.1.2004 profitieren. Der Eingangssteuersatz beträgt demnach 16 Prozent, der Spitzensteuersatz 45 Prozent statt der bisherigen 19,9 bzw. 48,5 Prozent. Nach wie vor ist eine weitere Steuersatzsenkung mit Wirkung ab dem 1.1.2005 vorgesehen, wonach das Einkommen eingangs mit 15 Prozent und maximal mit 42 Prozent besteuert werden soll.

### ... aber weitere Beschränkungen der abziehbaren Betriebsausgaben

Doch stehen dem Steuersatzvorteil Verschlechterungen bei der Abziehbarkeit von Betriebsausgaben entgegen. Geschenke an Geschäftsfreunde wurden bislang als Betriebsausgaben anerkannt, wenn sie pro Empfänger im Wirtschaftsjahr 40 Euro nicht überstiegen. Ab dem Wirtschaftsjahr 2004 gilt eine Grenze von 35 Euro. Diese Grenze sollte dringend berücksichtigt werden, da andernfalls die Kosten für Geschenke steuerlich nicht abziehbar sind.

**Bewirtungskosten** konnten bereits in den vergangenen Jahren nur zu 80 Prozent als Betriebsausgaben berücksichtigt werden. Ab dem Wirtschaftsjahr 2004 mindern nur noch 70 Prozent der Kosten den Gewinn. Unverändert erforderlich

bleibt der Nachweis über den Anlass und die bewirteten Gäste sowie die gesonderte Erfassung der Bewirtungskosten in den Büchern des Unternehmens.

Die Anschaffungs- oder Herstellungskosten von Wirtschaftsgütern des Anlagevermögens, die nach dem 31.12.2003 angeschafft oder hergestellt werden, sind monatsgenau abzuschreiben. Die so genannte **Halbjahresregelung** gilt nicht mehr – danach konnte die volle Jahresabschreibung angesetzt werden, wenn das Wirtschaftsgut in der ersten Jahreshälfte angeschafft oder hergestellt wurde; der hälftige Betrag kam zum Abzug, wenn der Kauf oder die Herstellung in der zweiten Jahreshälfte stattfand. Gerechtfertigt wird der dadurch höhere Rechenaufwand damit, dass die meisten Unternehmen ihre Bücher computergestützt führen. Abschreibungen können somit nur noch für den Monat der Anschaffung oder Herstellung und die restlichen Monate des Wirtschaftsjahres geltend gemacht werden.

### Neue Regeln der Gesellschafter-Fremdfinanzierung ...

Besteht ein Unternehmen in der Rechtsform einer Kapitalgesellschaft, verhindern die Regeln zur Gesellschafter-Fremdfinanzierung, dass ein Gesellschafter seine Kapitalgesellschaft übermäßig fremdfinanziert und dadurch deren steuerpflichtige Gewinne durch die Zahlung von Darlehenszinsen schmälert. Der geringeren Steuerbelastung der Kapitalgesellschaft

stünden zwar steuerpflichtige Zinseinkünfte des Gesellschafters gegenüber, jedoch wäre die Steuerbelastung von Gesellschaft und Gesellschafter in der Gesamtschau regelmäßig geringer, als wenn die Gesellschaft Gewinne an den Gesellschafter ausschütten würde.

### ... nun auch von inländischen Gesellschaftern zu beachten

Betroffen von der Neuregelung sind ab dem Wirtschaftsjahr, das nach dem 31.12.2003 beginnt, über die bisherigen Vorgaben hinaus insbesondere alle im Inland wohnhaften bzw. ansässigen, wesentlich beteiligten Gesellschafter einer Kapitalgesellschaft. Eine wesentliche Beteiligung liegt dann vor, wenn der Gesellschafter zu mehr als 25 Prozent am Grund- oder Stammkapital der Gesellschaft beteiligt ist. Aber auch Fremdfinanzierungen durch eine dem wesentlich beteiligten Gesellschafter nahe stehende Person sind betroffen. Hierunter fallen z. B. andere Kapitalgesellschaften, an denen der Gesellschafter ebenso wesentlich beteiligt ist. Als nahe stehende Personen in diesem Sinne gelten unter gewissen Umständen aber auch Familienangehörige. Schließlich sind noch Darlehen, die ein Dritter, z. B. die Hausbank, gewährt und welche durch den wesentlich beteiligten Gesellschafter oder eine diesem nahe stehende Person besichert werden, zu überprüfen.

*Fortsetzung auf Seite 20*

## Steuerliche Änderungen für mittelständische Unternehmen zum 1.1.2004

Die Regeln zur Gesellschafter-Fremdfinanzierung müssen allerdings nicht beachtet werden, wenn eine gewisse **Freigrenze** nicht überschritten wird. Erhalten die Gesellschafter mit einer Beteiligung von mehr als 25 Prozent insgesamt nicht mehr als 250.000 Euro Zinsen im Wirtschaftsjahr, werden die Zinszahlungen steuerlich voll anerkannt. Geht man von einem Darlehenszinssatz von fünf Prozent aus, sind also nur solche Gesellschaften betroffen, die insgesamt von ihren wesentlich beteiligten Gesellschaftern Darlehen in Höhe von mehr als fünf Mio. Euro erhalten.

Wird die Freigrenze überschritten, ist eine weitere Überprüfung der Gesellschafter-Darlehen erforderlich. Bei festverzinslichen Darlehen des Gesellschafters an die Kapitalgesellschaft gilt, dass das Darlehen nur in Höhe des **1,5fachen des anteiligen Eigenkapitals** des Gesellschafters akzeptiert wird und nur Zinsen in entsprechendem Umfang als Betriebsausgaben abziehbar sind. Darüber hinausgehende Zinsen mindern nicht den Gewinn der Gesellschaft und sind vom Gesellschafter – anstelle der Berücksichtigung von Zinseinkünften – als Gewinnausschüttungen zu versteuern.

Nicht unter die neuen Regeln der Gesellschafter-Fremdfinanzierung fallen dürfte hingegen eine typische Gestaltung mittelständischer Unternehmen: Eine GmbH ist Komplementärin einer GmbH & Co. KG, ohne jedoch am Vermögen der KG betei-

ligt zu sein. Gewährt die GmbH der KG ein Darlehen, sind die Zinsen unverändert von der GmbH als Gewinnanteil zu versteuern.

Festzuhalten bleibt, dass sich jede Kapitalgesellschaft, unabhängig davon, ob an ihr ausländische oder inländische Gesellschafter beteiligt sind, dringend mit den komplexen Regeln zur Gesellschafter-Fremdfinanzierung auseinandersetzen sollte, um Probleme mit der Abzugsfähigkeit von Zinsaufwendungen zu vermeiden.

### Kürzung von Steuervergünstigungen beim Unternehmensverkauf ...

Unternehmer, die ihr Unternehmen veräußern oder aufgeben wollen, müssen ab 2004 mehr Einkommensteuer auf den Verkaufs- bzw. Aufgabegewinn zahlen. Zum einen wurde der Freibetrag gekürzt, der einmal im Leben gewährt wird, wenn der Verkäufer das 55. Lebensjahr vollendet hat oder dauernd berufsunfähig ist. Er beträgt statt 51.200 Euro nur noch 45.000 Euro und vermindert sich zudem, wenn der Verkaufsgewinn 136.000 Euro übersteigt, sodass ab einem Gewinn von 181.000 Euro kein Freibetrag mehr berücksichtigt werden kann. Zum anderen reduziert sich der Steuervorteil durch den so genannten ermäßigten Steuersatz, der unter denselben Voraussetzungen wie der Freibetrag beansprucht werden kann. Statt der Hälfte der sonst fälligen Steuer müssen nun 56 Prozent davon auf den Veräußerungsgewinn gezahlt werden.

**... und bei der Unternehmensnachfolge**  
Soll das Unternehmen auf die nächste Generation unentgeltlich übertragen werden, kann Schenkungsteuer anfallen. Bei einer Übertragung nach dem 31.12.2003 ist dabei ein höherer Wert der Schenkungsteuer zu unterwerfen mit der Folge einer Steuermehrbelastung. Denn hier wurde der Betriebsvermögensfreibetrag von 256.000 Euro auf 225.000 Euro und der Bewertungsabschlag von 40 auf 35 Prozent gekürzt. Geht der Betrieb nicht auf den Ehegatten oder die Kinder, sondern auf einen entfernteren Verwandten oder Freund über, fällt ab 2004 noch mehr Schenkungsteuer an. Bis zum letzten Jahr sorgte der so genannte Entlastungsbetrag dafür, dass nur die Steuer zu zahlen war, die nach Steuerklasse I (insbesondere Ehegatte und Kinder) angefallen wäre. Dieser Steuervorteil wurde nun um zwölf Prozent gekürzt.

### Rechnungsangaben

Schließlich müssen ab dem 1.1.2004 über die bisherigen Angaben hinaus weitere Pflichtangaben in den Rechnungen enthalten sein, wie z. B. die fortlaufende Rechnungsnummer. Auch ist auf der Rechnung entweder die Steuernummer oder die Umsatzsteuer-Identifikationsnummer des leistenden Unternehmers zu vermerken. Die Vollständigkeit der Angaben ist von großer Bedeutung, da andernfalls die Abziehbarkeit der Vorsteuer beim Rechnungsempfänger gefährdet sein kann.

„Mittelständler müssen sich stärker mit alternativen Finanzierungsmöglichkeiten beschäftigen.“

### 5.3 Finanzierungslage bleibt angespannt

Basel II wirft seine Schatten voraus: Die neuen Richtlinien zur Kreditvergabe werden zwar erst 2006 in Kraft treten, viele Banken arbeiten aber bereits mit Unternehmens-Ratings, die den neuen Richtlinien entsprechen. In der Öffentlichkeit wird immer wieder über mögliche negative Auswirkungen von Basel II für mittelständische Unternehmen diskutiert, und viele Unternehmen haben schon selbst erfahren müssen, dass die Banken bei der Kreditvergabe deutlich restriktiver geworden sind (wenngleich dies nicht immer direkt mit Basel II zusammenhängen muss). Die Unternehmen müssen sich stärker als bisher mit der Finanzierungsthematik beschäftigen – die restriktivere und vor allem differenziertere Kreditvergabe der Banken zwingt die Unternehmen dazu, sich „fit fürs Rating“ zu machen und/oder auf alternative Finanzierungsformen auszuweichen. Unzweifelhaft ist, dass zukünftig alternative Finanzierungsformen stärker in den Fokus auch mittelständischer Unternehmen rücken werden und der klassische Bankkredit nicht mehr die einzige Finanzierungsquelle sein wird. Viele Unternehmen stellen bereits heute fest, dass die Banken ihnen den Geldhahn zudrehen und eine weitere Finanzierung sowohl des laufenden Betriebs als auch notwendiger Investitionen nicht sichergestellt ist. Bereits heute geben 57 Prozent der befragten Unternehmen an, dass das Thema „Finanzierung“ für sie von großer oder sehr großer Bedeutung sei. Es ist davon auszugehen, dass dieser Wert in den kommenden Jahren eher noch steigen als sinken wird.

### 5.4 Globalisierung erfasst den Mittelstand

Die Internationalisierung geschäftlicher Aktivitäten stellt schon seit vielen Jahren keine Domäne der Großkonzerne mehr dar und stellt vor allem das Management kleiner und mittelständischer Unternehmen vor große Herausforderungen. Die viel diskutierte Globalisierung der Märkte stellt auch mittelständische Industrieunternehmen zunehmend vor die Notwendigkeit, die in vielen Fällen bereits erfolgreichen Exportstrategien durch Internationalisierung eines Teils ihrer Wertschöpfung zu ergänzen. Verschiedene Faktoren tragen dazu bei, dass eine Internationalisierung auch für den deutschen Mittelstand keine Option, sondern ein Muss darstellt:

- Die Globalisierung der Weltmärkte führt zu einem verschärften Konkurrenz- und Kostendruck. Insbesondere für Unternehmen mit höheren Lohnanteilen kann es sich lohnen, Teile ihrer Produktion, zumindest aber spezifische Teilprozesse der Entwicklung oder Fertigung ins kostengünstigere Ausland zu verlagern.
- Die Sicherung und Ausweitung des Absatzmarktes angesichts vielfach stagnierender Inlandsnachfrage macht eine verstärkte Präsenz auf Absatzmärkten anderer Regionen notwendig. Viele europäische Nachbarländer wei-

sen höhere Wachstumsraten auf als der deutsche Markt. Vielfach können solche Wachstumsmärkte nur durch Kundennähe von Vertrieb und Produktion sowie möglicherweise auch Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten erschlossen werden.

- Die EU-Erweiterung und die damit einhergehende Öffnung der osteuropäischen Märkte stellen eine große Chance, aber auch eine Herausforderung dar. Viele mittelständische Unternehmen müssen nun ihre Wertschöpfungsprozesse optimieren und die strategische Ausrichtung überdenken, um für die Erschließung auch dieser Märkte gewappnet zu sein, aber auch die nationale Markt- und Wettbewerbsposition zu stärken.

Die zunehmende Bedeutung der Globalisierung der Wirtschaft wird auch in den Befragungsergebnissen deutlich: 32 Prozent der Unternehmen geben an, dass dieses Thema derzeit für sie von größerer Bedeutung ist – im Vorjahr lag der Anteil noch bei 20 Prozent.

## Zukunftsfähige Finanzierungsstrukturen im Mittelstand

Das deutsche System der Unternehmensfinanzierung im Mittelstand ist im internationalen Vergleich traditionell stärker bankenorientiert. Die Ursachen dafür liegen neben der steuerlichen Gesetzgebung vor allem in der jahrzehntelangen Kooperation der Kapital suchenden Unternehmen mit dem deutschen Kreditwesen.

Diese Kooperation steht aktuell auf dem Prüfstand:

- 45 Prozent aller mittelständischen Unternehmen sehen sich mit erhöhten Kreditanforderungen konfrontiert.
- Auch die Kreditvergabepolitik der (für den Mittelstand besonders bedeutsamen) Sparkassen und Volksbanken ist im Jahr 2003 deutlich restriktiver geworden.

Die wahrgenommene Angebotsverknappung bei Krediten ist dabei nicht nur auf das geänderte Verhalten der Kreditgeber zurückzuführen, auch wenn die hohen Wertberichtigungen der letzten Jahre sowie Basel II und der Wegfall der Gewährträgerhaftung für Sparkassen ab 2005 ihre Spuren hinterlassen haben. Ein wichtiger und häufig übersehener Grund liegt in der wirtschaftlichen Verfassung sowie im Verhalten vieler Unternehmen selbst. Die Befunde aktueller empirischer Erhebungen zeigen

- erhebliche Defizite im Hinblick auf Instrumente zur Schaffung finanzieller Transparenz, insbesondere im Bereich der strategischen Ausrichtung der Finanzierung (nur zehn Prozent aller Unternehmen ermitteln systematisch den Eigenkapitalbedarf und planen ihre Deckung quantitativ und qualitativ);

- geringe Bereitschaft zur Bereitstellung notwendiger Ressourcen (so widmen aktuell 33 Prozent aller mittelständischen Unternehmen nach eigenen Angaben Finanzierungsangelegenheiten „so wenig Zeit wie möglich“).

Diese Problematik wird durch die wirtschaftliche Situation noch verschärft. Aktuell befindet sich die deutsche Volkswirtschaft in einem tief greifenden Wandel, der sich in einem steigenden Wettbewerbsdruck in nahezu allen Branchen niederschlägt. Das schnelle Zusammenwachsen der internationalen Märkte zwingt viele, auch mittelständische Unternehmen zu neuen Geschäftsmodellen und Wachstumsanstrengungen, die einen erhöhten Kapitalbedarf verursachen. Dieser Kapitalbedarf ist mit Mitteln der Innenfinanzierung alleine häufig nicht mehr darstellbar.

In dieser Situation ist der deutsche Mittelstand gefordert, Finanzierung als strategischen Wettbewerbsvorteil auszubauen und zügig entsprechende Konzepte zu entwickeln und umzusetzen. Die komfortable Finanzierungssituation der Vergangenheit wird nicht mehr wiederkehren. Die Spielregeln für eine Kreditvergabe werden in der Zukunft mehr und mehr vom internationalen Kapitalmarkt bestimmt.

Wie sehen zukunftsfähige Finanzierungsstrukturen im Mittelstand aus? Bei der Beantwortung dieser Frage ist eine Orientierung an den Maßstäben der internationalen Kapital- und Kreditmärkte unumgänglich. Diese zeigen sich in den Prüfschemata großer Ratingagenturen wie Standard & Poor's. Uneingeschränkt kredit- und kapitalmarktfähige Unternehmen müssen danach u. a. drei zentrale Eigenschaften hinsichtlich ihrer Finanzierungsstrukturen respektive ihrer Finanzkraft aufweisen:

- Ausreichende Ausstattung mit (wirtschaftlichem) Eigenkapital, das als permanentes Element der Kapitalstruktur und als Finanzpolster für Gläubiger dem Unternehmen langfristig zur Verfügung steht
- Begrenzter Verschuldungsgrad
- Ausreichende Innenfinanzierungskraft (Profitabilität und Cashflow)

Wie erfüllt der deutsche Mittelstand aktuell diese Anforderungen? Betrachtet man die neuesten verfügbaren Zahlen (differenziert nach Umsatzgrößenklassen), so zeigt sich statistisch ein ernüchterndes Bild:

	0,5-2,5 Mio. €	2,5-5 Mio. €	5-12,5 Mio. €	12,5-50 Mio. €	> 50 Mio. €	Mindest-Zielwert bei Produktionsunternehmen*
Eigenkapitalquote	2,8 %	8,8 %	13,0 %	18,4 %	23,2 %	25,0 %
Verschuldungsgrad**	48,9 %	38,2 %	36,3 %	31,5 %	26,3 %	< 30 %
Umsatzrentabilität	3,9 %	2,3 %	1,7 %	1,5 %	1,2 %	3,0 %
Cashflow-Rate	7,8 %	5,3 %	4,5 %	4,2 %	4,5 %	6,0 %

Quelle: DSGV „Diagnose Mittelstand 2004“

\* Eigene Berechnungen Ernst & Young

\*\* Bankschulden im Verhältnis zur Bilanzsumme

## Zukunftsfähige Finanzierungsstrukturen im Mittelstand

Die DSGVO-Studie macht darüber hinaus folgende zentrale Aussagen: Im Vergleich zu größeren Unternehmen (> 50 Mio. € Umsatz) bestehen bei Unternehmen unter 50 Mio. € Umsatz besonders große Defizite in der Eigenkapitalausstattung sowie bezüglich der Abhängigkeit von Bankkrediten. Eine Einzelanalyse mittelständischer Unternehmen unter 50 Mio. € Umsatz zeigt darüber hinaus noch deutlichere Warnsignale:

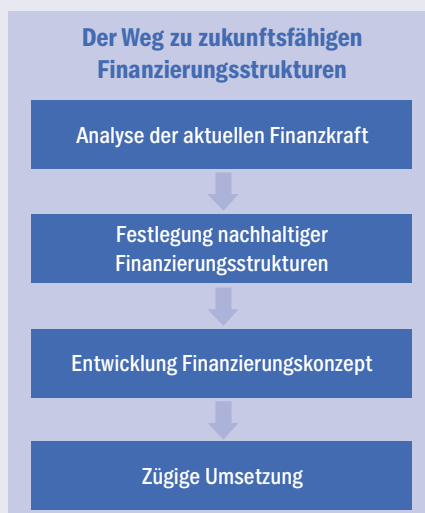
- 39,3 Prozent der Unternehmen weisen derzeit ein negatives bilanzielles Eigenkapital aus.
- 28,8 Prozent aller Firmen erwirtschaften eine negative Umsatzrendite.
- 14,3 Prozent der Betriebe zeigen einen negativen Cashflow.

Der Befund ist eindeutig: Die Finanzierungsstrukturen vieler deutscher mittelständischer Unternehmen sind nicht mehr zukunftsfähig und müssen grundlegend restrukturiert werden. Mit dem aktuellen Finanzierungsmix sowie mit der aktuellen Innenfinanzierungskraft lässt sich keine Basis für eine nachhaltige Wettbewerbsfähigkeit in einem zunehmend härteren Wettbewerbsumfeld schaffen. Die geringe finanzielle Flexibilität, die sich auch in einer zu hohen Abhängigkeit von Bankkrediten und versperrten Zugängen zum Kapitalmarkt niederschlägt, ist als weiteres Hemmnis für das entschlossene Nutzen von Geschäftschancen und möglichen Marktanteilsausweitungen zu nennen.

Was ist zu tun? Der Weg zu einer zukunftsfähigen Finanzierungsstruktur führt nur über eine strukturierte Vorgehensweise, die die jeweilige individuelle Unternehmenssituation ausreichend mit berücksichtigt. Dabei müssen drei Kernfragen beantwortet werden:

- Wie ist meine aktuelle Finanzierungssituation?
- Wo will/muss ich hin?
- Welche Optionen sind für mich sinnvoll und wie kann ich sie sinnvoll implementieren?

In einem ersten Schritt ist eine Analyse der aktuellen Finanzkraft anhand der zentralen Kriterien „Finanz- und Vermögensstruktur“, „Innenfinanzierungskraft“ sowie „finanzielle Flexibilität“ vorzunehmen. Diese schließt auch eine Abschätzung des mittelfristig auftretenden Finanzbedarfs ein. Danach ist eine nachhaltige Finanzierungsstruktur zu definieren und in einer ersten Planbilanz festzuhalten. In einem dritten Schritt ist ein mittel- und langfristiges Finanzierungskonzept (auch unter Beachtung steuerlicher und rechtlicher Rahmenbedingungen) zu erstellen und bezüglich seiner Auswirkungen auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage zu plausibilisieren. Dazu gehört auch die endgültige Auswahl der auszuwählenden Finanzierungsformen zur Verbesserung der Eigenkapitalquote. Abschließend ist für eine zügige Umsetzung mit seriösen und „passenden“ Finanzierungspartnern zu sorgen.



Aufgrund der aktuell hohen Innovationsrate und der auf den ersten Blick hohen Intransparenz und Komplexität der verschiedenen angebotenen Finanzierungsformen (beispielsweise der Mezzanine-Finanzierung) ist die Hinzuziehung externer und neutraler Experten häufig sinnvoll. Gerade der größere deutsche Mittelstand ist aufgefordert, auch alternative Finanzierungsformen als Option zu begreifen. Die Beschränkung auf bewährte Leasing- und Factoringlösungen alleine kann die auftretenden Lücken zu den Anforderungen der Kredit- und Kapitalmärkte nicht mehr schließen.

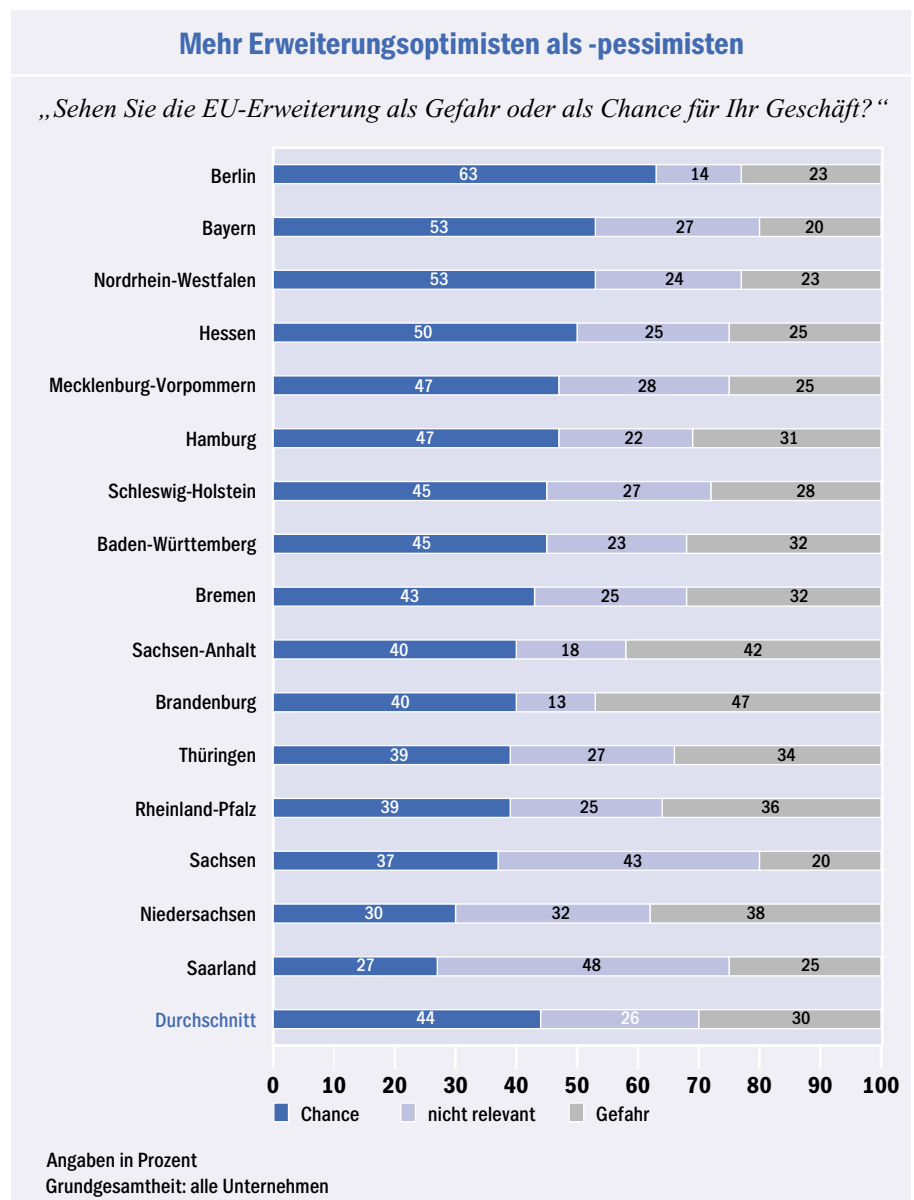
Abschließend ist festzuhalten, dass diejenigen Unternehmen des Mittelstands, die entschlossen diesen Weg beschreiten, gute Aussichten haben, auch in den kommenden Jahren Zugang zu notwendigen Eigen- und Fremdmitteln zu erhalten. Sie erfüllen damit zusätzlich die erhöhten Transparenzanforderungen der Kredit- und Kapitalmärkte, auch im Zusammenhang mit einem internen oder externen Rating. Notwendig dafür ist aber eine deutliche Bewusstseinsänderung in weiten Teilen des Mittelstands. Die stiefmütterliche Behandlung der Finanzierungsfrage und die Zufriedenheit mit einer langfristig existenzgefährdend geringen Innenfinanzierungskraft erweisen sich zunehmend als eine zentrale Achillesferse zu vieler Unternehmen im deutschen Mittelstand.

## 6. Mittelstand sieht EU-Erweiterung als Chance

### 6.1 Mehr Erweiterungsoptimisten als -pessimisten im Mittelstand

Am optimistischsten sind die Mittelständler in Berlin, Bayern und Nordrhein-Westfalen. 63 Prozent beziehungsweise je 53 Prozent der Unternehmen gehen davon aus, dass die Erweiterung der EU positive Auswirkungen auf ihr Geschäft haben wird (vgl. Grafik 16). In Brandenburg, Sachsen-Anhalt und Niedersachsen überwiegt hingegen die Skepsis: Fast die Hälfte der brandenburgischen Unternehmer (47 Prozent) und immerhin 42 beziehungsweise 38 Prozent der Mittelständler in Sachsen-Anhalt und Niedersachsen sehen die EU-Erweiterung mit Sorge.

Der hohe Anteil an Unternehmen, die offensichtlich verunsichert sind, ist erstaunlich. 30 Prozent der Unternehmen sehen in der Osterweiterung eine Gefahr, obwohl vieles dafür spricht, dass die deutsche Wirtschaft von der Erweiterung stark profitieren kann. Warum betrachten Unternehmen die Erweiterung als Gefahr für ihr Geschäft? Mehrere Faktoren können eine Rolle spielen: So fällt auf, dass in eher strukturschwachen Ländern (z. B. Brandenburg, Sachsen-Anhalt, Niedersachsen, Rheinland-Pfalz) die Zahl derer, die die Erweiterung skeptisch sehen, besonders hoch ist. Der Faktor „Grenznähe“ sagt nichts aus über die Einstellung der Unternehmen zur Osterweiterung: Mecklenburg-Vorpommern hat ebenso wie Brandenburg eine Grenze zu Polen, zeigt aber ein deutlich anderes Antwortverhalten als das südlichere Nachbarland.



Grafik 16

Auch in Bayern ist die Zahl derer, die die Osterweiterung als Chance für ihr Geschäft betrachten, – wie in Mecklenburg-Vorpommern – überdurchschnittlich

hoch. Ausschlaggebend scheint ein anderer Faktor zu sein: der Grad der Internationalisierung der mittelständischen Wirtschaft.

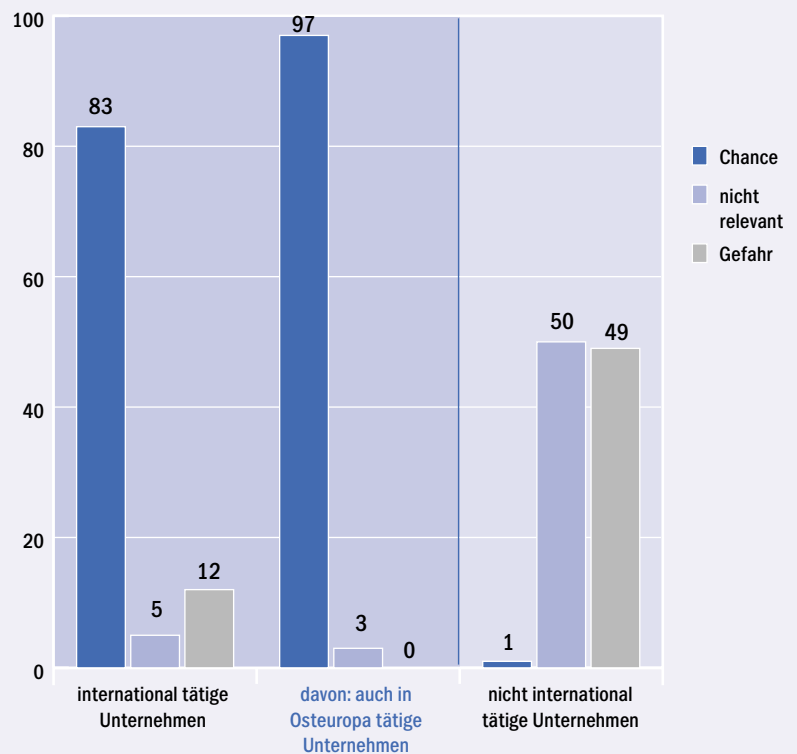
„In strukturschwachen Ländern mit einem niedrigen Internationalisierungsgrad wird die EU-Erweiterung vor allem als Gefahr angesehen.“

## 6.2 Nur international tätige Mittelständler sind optimistisch

Es sind fast ausschließlich die international tätigen Unternehmen, die sich von dem Beitritt der zehn neuen EU-Länder bessere Geschäfte erhoffen: Acht von zehn deutschen Mittelständlern, die im Ausland aktiv sind, sehen in der Osterweiterung eine Chance (vgl. Grafik 17). Unternehmen, die den Schritt über die Grenze noch nicht gewagt haben, können hingegen der EU-Erweiterung nichts Positives abgewinnen: 49 Prozent betrachten sie als Gefahr, 50 Prozent als nicht relevant für ihr Geschäft. Nur ein Prozent der Unternehmen können sich vorstellen, dass sie von der Osterweiterung profitieren werden.

### Nur international tätige Mittelständler begreifen EU-Erweiterung als Chance

„Sehen Sie die EU-Erweiterung als Gefahr oder als Chance für Ihr Geschäft?“



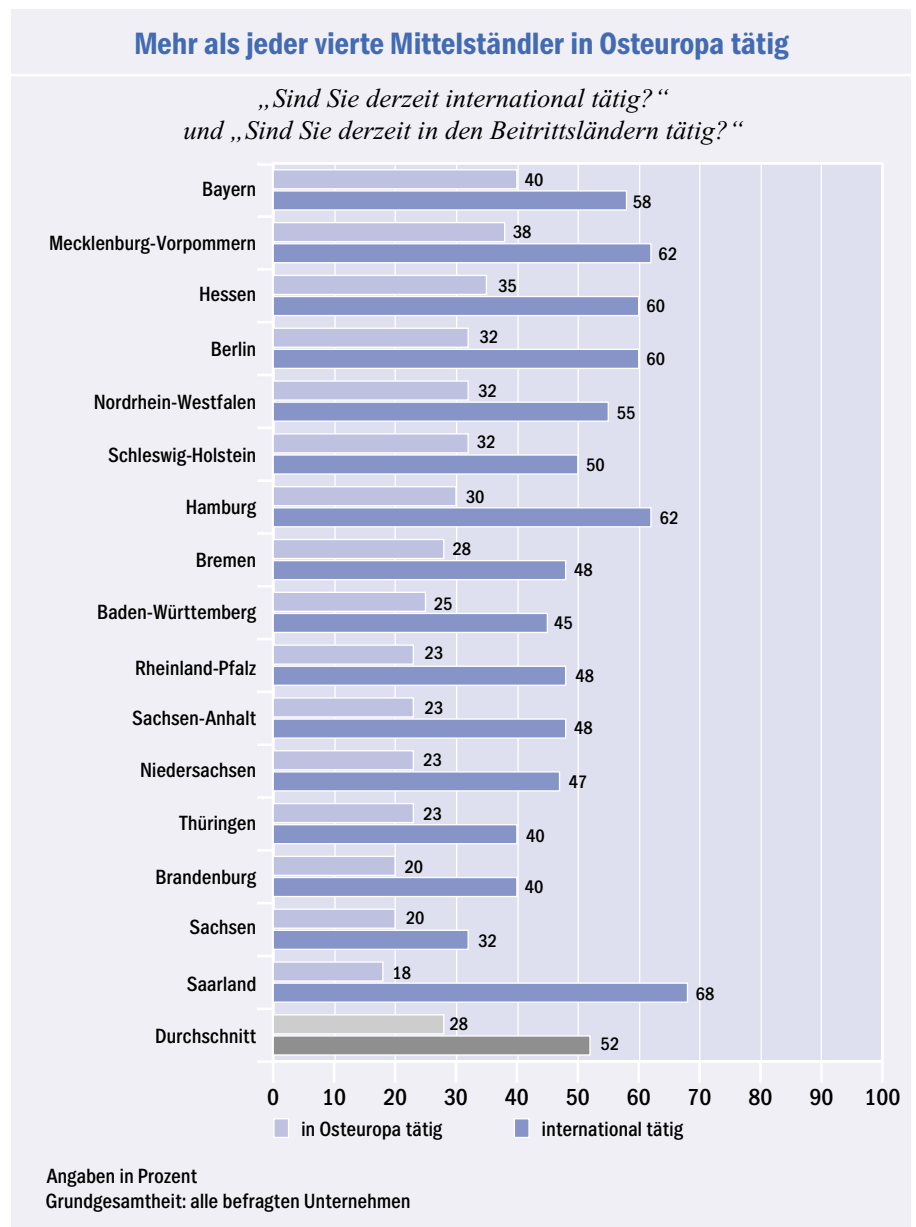
Angaben in Prozent

Grafik 17



„Jeder zweite Mittelständler ist international tätig, jeder vierte auch in Osteuropa.“

Je mehr Unternehmen bereits konkrete Erfahrungen in den Beitrittsländern gesammelt haben, desto größer ist der Anteil der Mittelständler, die die Osterweiterung als Chance begreifen. Am häufigsten in Osteuropa tätig sind die Unternehmen aus Bayern, Mecklenburg-Vorpommern und Hessen (Grafik 18). Entsprechend viele Unternehmen gehen in diesen Bundesländern von einem positiven Effekt der Erweiterung aus. Vor allem in strukturschwachen Bundesländern mit relativ wenigen international ausgerichteten Unternehmen sehen mittelständische Unternehmen in der Osterweiterung eine Gefahr. So überwiegt etwa in Brandenburg, Niedersachsen und Sachsen-Anhalt – Länder mit einem niedrigen Internationalisierungsgrad im Mittelstand – die Sorge vor negativen Folgen der EU-Erweiterung.



Grafik 18

### 6.3 Der Osten Deutschlands: kein einheitliches Bild

**Überdurchschnittlich viele Erweiterungsoptimisten in Mecklenburg-Vorpommern.** Bereits heute sind relativ viele Mittelständler aus Mecklenburg-Vorpommern in Osteuropa – vor allem im Nachbarland Polen – aktiv (vgl. Grafik 18). Das Bundesland ist zwar strukturschwach, hat aber kaum Nachteile, sondern eher Vorteile zu erwarten: Die Wirtschaft ist stark touristisch und landwirtschaftlich geprägt. In beiden Bereichen ist der Nachbar Polen tendenziell eher „unterlegen“. Polen bietet gerade in diesen Branchen interessante Investitionsmöglichkeiten. Ein weiterer möglicher Aspekt ist die Hoffnung auf eine Stärkung des Wirtschaftsraums Ostsee.

**Sachsen: große Gleichgültigkeit gegenüber Erweiterung.** Obwohl Sachsen eine lange Grenze zu Polen und Tschechien hat, zeigt sich der sächsische Mittelstand recht unbeeindruckt von der Osterweiterung. Anders als in den anderen „neuen Bundesländern“ ist die sächsische Wirtschaft relativ stark. Die zumeist recht erfolgreichen Mittelständler haben sich nach der Wende deutlich nach Westdeutschland orientiert – dorthin kamen Wachstumsimpulse. Dies erklärt auch den niedrigen Internationalisierungsgrad. Früher bestehende Geschäftsverbindungen nach Osten wurden vielfach gekappt. Zu erwarten ist, dass sich das Bild in den kommenden Jahren wandeln wird:

Sollte der prognostizierte weitere Aufschwung etwa in Polen und der Tschechischen Republik tatsächlich stattfinden, so werden die Mittelständler wohl ihre bislang recht einseitige Westorientierung aufgeben und sich bietende Chancen im Osten wahrnehmen.

**Brandenburg: Mittelstand fürchtet Osterweiterung.** Der große Pessimismus der mittelständischen Wirtschaft in Brandenburg erklärt sich wohl aus der Angst vor der Niedriglohnkonkurrenz (etwa im Handwerk/Bau) aus dem direkten Nachbarland Polen. Im Vergleich zu Mecklenburg-Vorpommern sind nur etwa halb so viele Unternehmen in den Beitrittsländern tätig.

**Berlin: Hoffen auf das Zentrum Europas.** Die sehr positive Einstellung des Berliner Mittelstands zur Osterweiterung erklärt sich wohl in erster Linie aus der Hoffnung auf eine damit verbundene steigende Bedeutung der Stadt als zukünftige „Drehscheibe in den Osten“. Ein nachhaltiges Wirtschaftswachstum in den Beitrittsländern wäre – so die Erwartung der Unternehmen – auch für Berlin ein Wachstumsimpuls. Inwieweit die Berliner Wirtschaft tatsächlich von einer steigenden Wirtschaftskraft der Beitrittsländer profitieren könnte, bleibt allerdings abzuwarten.

### 6.4. Der Süden zeigt sich eher optimistisch

**Bayern stark in Osteuropa.** Der bayerische Mittelstand ist am stärksten in Osteuropa präsent. Auch zeigen sich die Unternehmen bezüglich der Auswirkungen der Erweiterung deutlich optimistischer als in den meisten übrigen Bundesländern (Ausnahme: Berlin). Bayern hat eine lange Grenze zu Tschechien und die mittelständische Wirtschaft hat sich bereits in den vergangenen Jahren stark in Osteuropa engagiert. Viele bayerische Unternehmen haben inzwischen ein zweites Standbein im Nachbarland Tschechien. Zudem gibt es in Bayern überdurchschnittlich viele mittelständische Unternehmen, die auch finanzstark (und risikobereit) genug sind, den Schritt nach Osten zu wagen.

**Baden-Württemberg: Zurückhaltung bei der Internationalisierung.** Baden-württembergische Unternehmen sind insgesamt unterdurchschnittlich häufig international tätig. Auch das Engagement in Osteuropa liegt unter dem Durchschnitt. Entsprechend hoch ist der Anteil derer, die Vorbehalte gegenüber der EU-Osterweiterung hegen. Anders als das Nachbarland Bayern hat Baden-Württemberg keine Grenze zu einem der Beitrittsländer. Offenbar bedeutet das für die Unternehmen auch, dass die Erweiterung relativ „weit weg“ ist.

## 6.5. Mitte und Westen: Die Wirtschaftsstruktur entscheidet

**Nordrhein-Westfalen und Hessen: Optimismus herrscht vor.** Hessische und nordrhein-westfälische Mittelständler sind der Osterweiterung gegenüber sehr positiv eingestellt. Überdurchschnittlich viele Unternehmen sind international bzw. in Osteuropa tätig und sehen sich daher in einer guten Ausgangsposition für den Wettstreit mit den neuen Konkurrenten. Das Antwortverhalten in Hessen, Nordrhein-Westfalen und Bayern ist in puncto Osterweiterung vergleichbar: Es gibt relativ viele starke Mittelständler, die die Erweiterung als Chance für ihr Geschäft begreifen.

**Rheinland-Pfalz und Niedersachsen: Wächst der Abstand zwischen starken und schwachen Regionen?** Der Mittelstand im eher strukturschwachen Rheinland-Pfalz sieht die Osterweiterung mit gemischten Gefühlen. Womöglich haben viele Unternehmen Angst, beim sich intensivierenden Wettlauf der Regionen ins Hintertreffen zu gelangen. In Niedersachsen besteht eine ähnliche Ausgangs-

lage wie in Rheinland-Pfalz, nur in verschärfter Form. Die Osterweiterung liegt schon räumlich näher und wird von überdurchschnittlich vielen Unternehmen als Gefahr angesehen.

**Sonderfall Saarland.** Die Mittelständler im Saarland sind traditionell stark international aktiv – vor allem in Luxemburg und Frankreich. Der Osten Europas scheint allerdings für die Saarländer weniger interessant zu sein. Angesichts der geografischen Lage ist durchaus nachvollziehbar, dass ein großer Teil der Mittelständler die Osterweiterung als nicht oder kaum relevant ansieht.

## 6.6. Der Norden: Anknüpfen an alte (Handels-)traditionen?

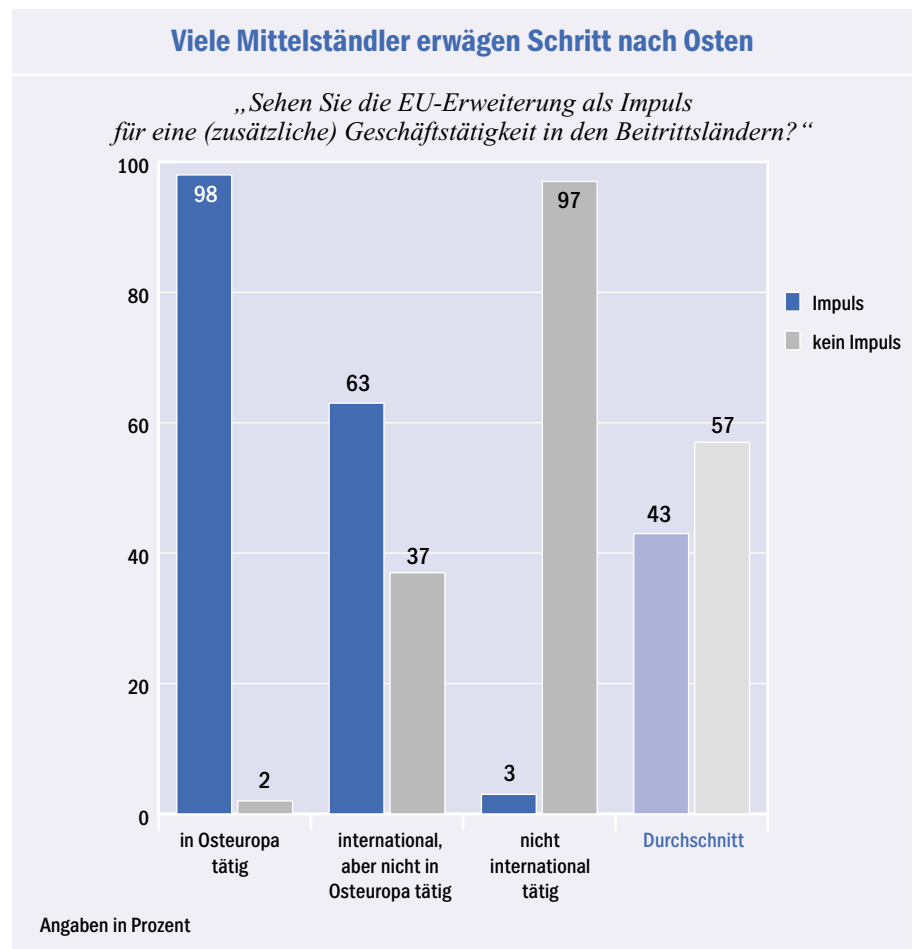
**Die Hansestädte Hamburg und Bremen.** In Hamburg und Bremen gibt es überdurchschnittlich viele international tätige Mittelständler, aber nur durchschnittlich viele in Osteuropa aktive Unternehmen. Die Mittelständler betrachten die Erweiterung eher als Chance denn als Gefahr. Der Grund mag die Hoffnung auf eine weiter steigende Wirtschaftskraft der Beitrittsländer mit positiven Impulsen für den Warenverkehr sein. Die mögliche Gefahr einer Konkurrenz durch osteuropäische Unternehmen (etwa in Bau/Handwerk/Industrie) ist für die Mittelständler in den Hansestädten weniger drängend als in anderen Bundesländern.



## 7. Mittelständler auf dem Weg nach Osten?

Mittelständler, die nicht international tätig sind, sehen in der Osterweiterung keinen Anlass, ihre Strategie zu überdenken und eine Geschäftstätigkeit in den Beitrittsländern zu beginnen. Anders die Unternehmen, die bereits international tätig, bislang aber nicht in den Beitrittsländern aktiv sind: Eine deutliche Mehrheit – 63 Prozent – betrachtet die Erweiterung als Anlass, jetzt über eine Tätigkeit in den Beitrittsländern nachzudenken (Grafik 19). Fast alle Unternehmen, die dort bereits engagiert sind, sehen die Erweiterung als positiven Impuls an, ihre Geschäftstätigkeit vor Ort auszuweiten. Der Schritt nach Osten wird für viele Mittelständler durch die Osterweiterung sehr attraktiv: Neue Absatzmärkte und eine geringere Abhängigkeit von den Heimatmärkten bieten für viele Unternehmen eine viel versprechende Perspektive.

Die Osterweiterung der EU war und ist der womöglich wichtigste Faktor in der Entwicklung der Beitrittsländer zu attraktiven Investitionsstandorten. Weitgehende politische Stabilität, wirtschaftlicher Aufschwung sowie steuerliche und rechtliche Rahmenbedingungen, die den Vergleich mit EU-Ländern nicht zu scheuen brauchen – ohne den langwierigen und intensiven Vorbereitungsprozess, den die Beitrittskandidaten durchlaufen mussten, wäre diese Entwicklung innerhalb eines recht kurzen Zeitraums nicht möglich gewesen.



Grafik 19

Die Osterweiterung hatte also schon als Zukunftsperspektive einen großen Einfluss sowohl auf die Entwicklung der Rahmenbedingungen als auch auf die Bereitschaft der Unternehmen, Investitionen in diesen Ländern zu tätigen. Die Erfahrung mit bisherigen Erweiterungen lässt zudem erwarten, dass der tatsächliche EU-Beitritt nochmals zu einem nachhaltigen Investitionsschub füh-

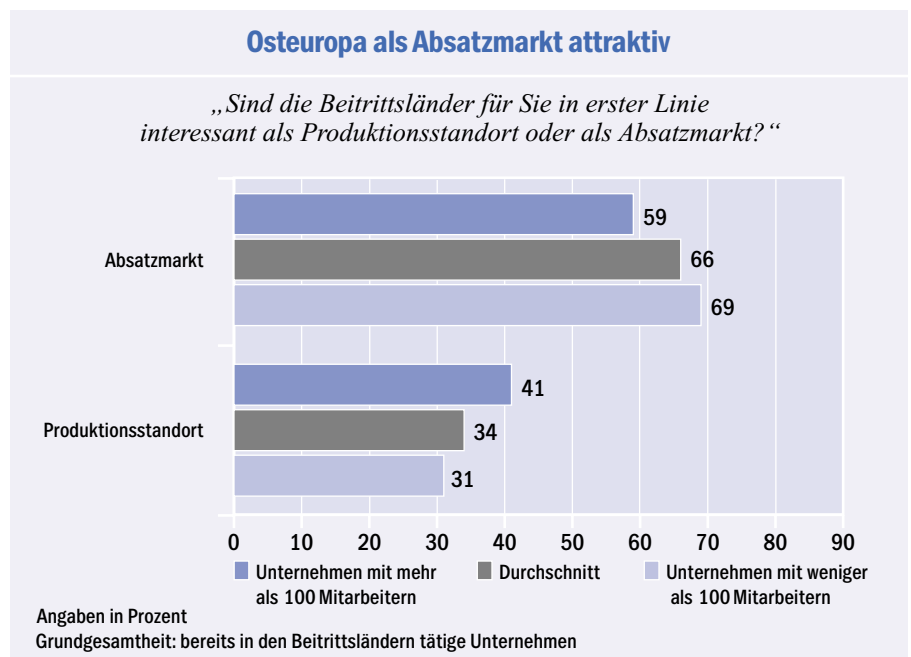
ren dürfte. Die Befragungsergebnisse stützen diese Erwartung. Der Beitritt zum europäischen Binnenmarkt wird die Hemmschwelle für Investitionen weiter senken und damit wahrscheinlich zahlreiche Unternehmer, die bislang die Risiken und Unwägbarkeiten als zu groß angesehen haben, dazu bewegen, konkret über Investitionen nachzudenken.

## 7.1 Osteuropa ist vor allem als Absatzmarkt interessant

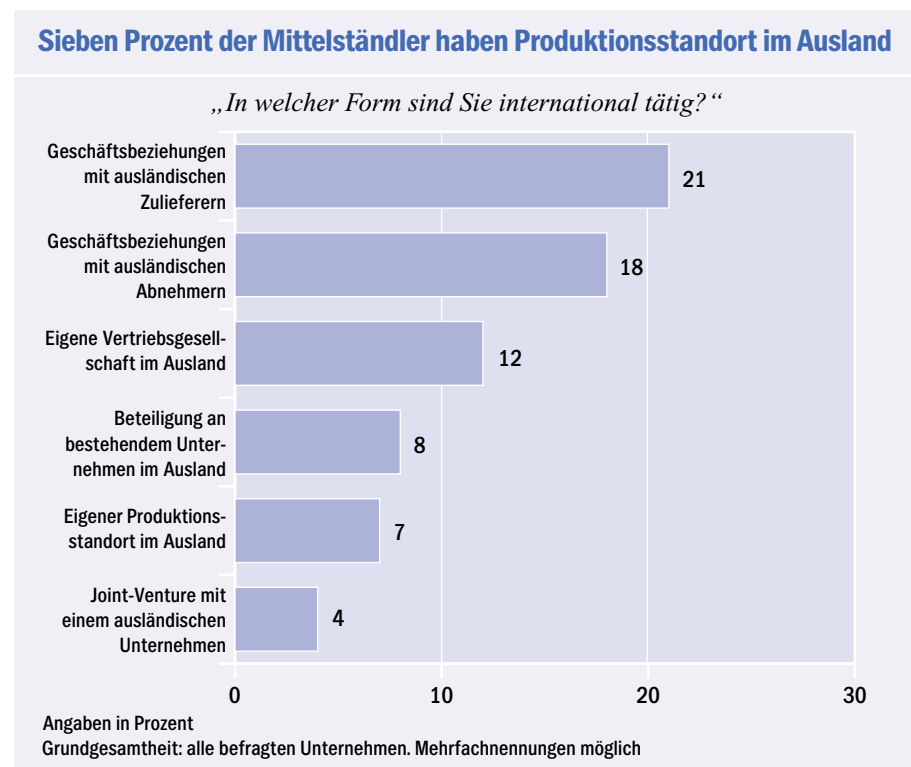
66 Prozent der Unternehmen, die in Osteuropa aktiv sind, geben an, dass diese Region für sie als Absatzmarkt besonders interessant sei und dass sie aus diesem Grund vor Ort tätig seien (Grafik 20). Die Attraktivität des Produktionsstandorts Osteuropa wird nur von 34 Prozent der Mittelständler als Grund für ihre Tätigkeit in den Beitrittsländern genannt. Für die meisten mittelständischen Unternehmen ist Osteuropa eher ein Absatzmarkt und nicht potenzieller Produktionsstandort.

Nur große Mittelständler seien in der Lage, die notwendigen Investitionen für eine Verlagerung oder Neugründung eines Produktionsstandorts aufzubringen. Eine massenhafte Abwanderung von Mittelständlern und damit von Arbeitsplätzen nach Osteuropa ist nicht zu erwarten. Allerdings könnte die Verlagerung von Produktionsstandorten der Großindustrie viele Mittelständler zwingen, den Großunternehmen nach Osteuropa zu folgen.

In puncto Internationalisierung spielen Geschäftsbeziehungen mit ausländischen Lieferanten oder Abnehmern die größte Rolle. Nur ein geringer Teil der Unternehmen ist im Ausland tatsächlich unternehmerisch tätig: Jeder achte Mittelständler betreibt eine eigene Vertriebsgesellschaft im Ausland, und nur sieben Prozent der Unternehmen verfügen über einen eigenen Produktionsstandort im Ausland (Grafik 21).



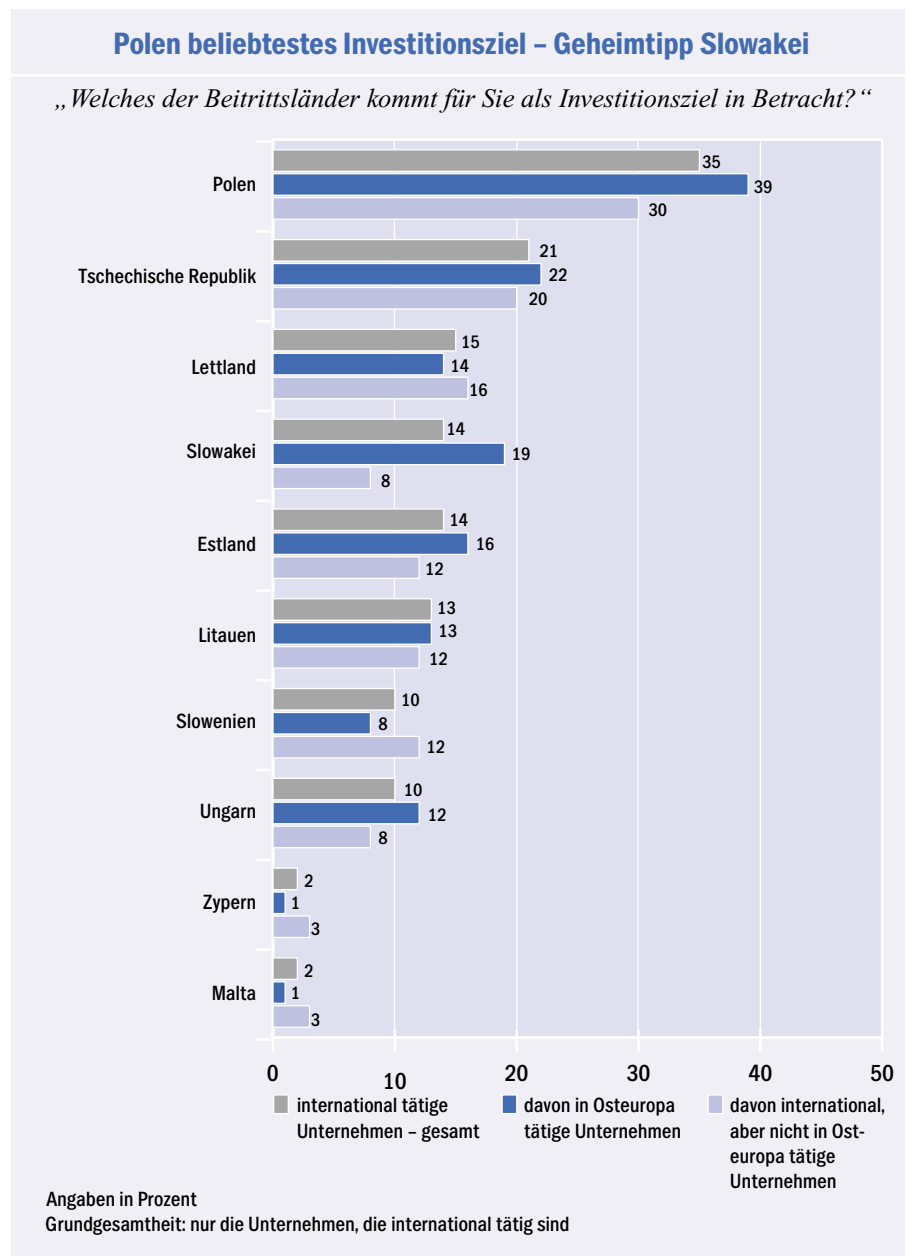
Grafik 20



Grafik 21

## 7.2 Polen beliebtestes Investitionsziel

Eine Investition in Polen kommt für jeden dritten deutschen Mittelständler, der schon international tätig ist, in Frage (Grafik 22). Polen ist die größte Marktwirtschaft der EU-Beitrittsländer und nimmt damit eine Schlüsselposition in Mittel- und Osteuropa ein. Mit der Tschechischen Republik ist Polen der bedeutendste Handelspartner Deutschlands in Mittel- und Osteuropa. Auch ist Deutschland der mit großem Abstand wichtigste Handelspartner Polens: Rund ein Drittel des polnischen Außenhandels entfällt auf Deutschland. Polen stellt geografisch das Verbindungsglied zwischen Deutschland und Russland dar und verfügt über einen Zugang zum Meer. Derzeit ist Polen noch stark landwirtschaftlich geprägt und verfügt insgesamt über eine relativ schlechte Infrastruktur – Autobahnen sind kaum vorhanden. Dennoch konnten Unternehmen bestimmter Branchen – etwa der Automobilbranche – in den vergangenen Jahren erfolgreich angesiedelt werden.



Grafik 22

### 7.3 Ungarn abgeschlagen – Geheimtipp Slowakei

Etwas weniger attraktiv als Polen ist offenbar die Tschechische Republik: 21 Prozent der Unternehmen können sich eine Geschäftstätigkeit in Tschechien vorstellen. Mit jeweils etwa 14 Prozent sind auch die baltischen Staaten für deutsche Mittelständler vergleichsweise attraktive Standorte. Für Tschechien spricht in den Augen vieler Unternehmer unter anderem die günstige geografische Lage mit Grenzen zu Deutschland, Österreich, Polen und der Slowakei. Hinzu kommt die technische Vorbildung der Arbeitskräfte – als Land mit einer traditionell starken Industrie sind auch die Ausbildungsangebote in diesem Bereich sehr gut. Die relativ kontinuierliche und solide Wirtschaftsentwicklung in den letzten Jahren bietet die Perspektive einer weiterhin positiven wirtschaftlichen Entwicklung. Auf der anderen Seite herrscht rund um Prag Arbeitskräftemangel, während im Osten des Landes genug Arbeitskräfte verfügbar sind. Zu den Standortvorteilen zählt neben dem noch moderaten Lohnniveau und der günstigen geografischen Lage auch die relativ gute Infrastruktur. Zudem plant die Regierung, mit einer schrittweisen Senkung der Unternehmenssteuer auf 24 Prozent bis 2006 und einem erleichterten Zugang zu Fördermitteln die Tschechische Republik noch attraktiver zu machen.

War Ungarn zu Beginn der 90er Jahre noch eines der beliebtesten Investitionsziele, fällt das Land zumindest in der Gunst deutscher Mittelständler zurück: Nur noch für zehn Prozent der international tätigen Mittelständler kommt eine Investition in Ungarn in Frage.

Ungarn zeichnet sich durch seine Nähe zu Südosteuropa aus und hat zudem schon sehr früh den wirtschaftlichen Transformationsprozess eingeleitet. Traditionell besteht in Ungarn eine ausgeprägtere westliche Orientierung der Wirtschaft, als dies bei den anderen EU-Beitrittsstaaten der Fall ist. Im Vergleich zu diesen befinden sich allerdings die Lohnkosten in Ungarn inzwischen auf einem relativ hohen Niveau – Investoren, die großen Wert auf ein niedriges Lohnniveau im Zielland legen, weichen verstärkt auf andere Länder aus. Wie auch in der Tschechischen Republik gibt es in Ungarn große regionale Unterschiede bei der wirtschaftlichen Entwicklung und der Wirtschaftskraft des Landes (West-Ost-Gefälle).

Die Slowakei liegt mit 14 Prozent etwa gleichauf mit dem Baltikum. Allerdings nennen die Unternehmen, die bereits konkrete Erfahrungen in Osteuropa gesammelt haben, mit 19 Prozent die Slowakei deutlich häufiger als potenzielles Investitionsziel. Einst das Anhängsel im Staatenbund mit Tschechien, mausert sich das zentraleuropäische Land zu einem beliebten Investitionsstandort – unter anderem der Automobilindustrie. So zählen der französische PSA-Konzern (Peugeot, Citroën), Volkswagen und Hyundai zu den Großinvestoren in der Slowakei. Die Slowakische Republik hat traditionell gute Beziehungen zur Bundesrepublik, die Wirtschaft entwickelte sich in den vergangenen Jahren positiv und so ist – auch angesichts dieser Befragungsergebnisse – durchaus mit einem weiteren Anwachsen der Investitionen deutscher Unternehmen zu rechnen.



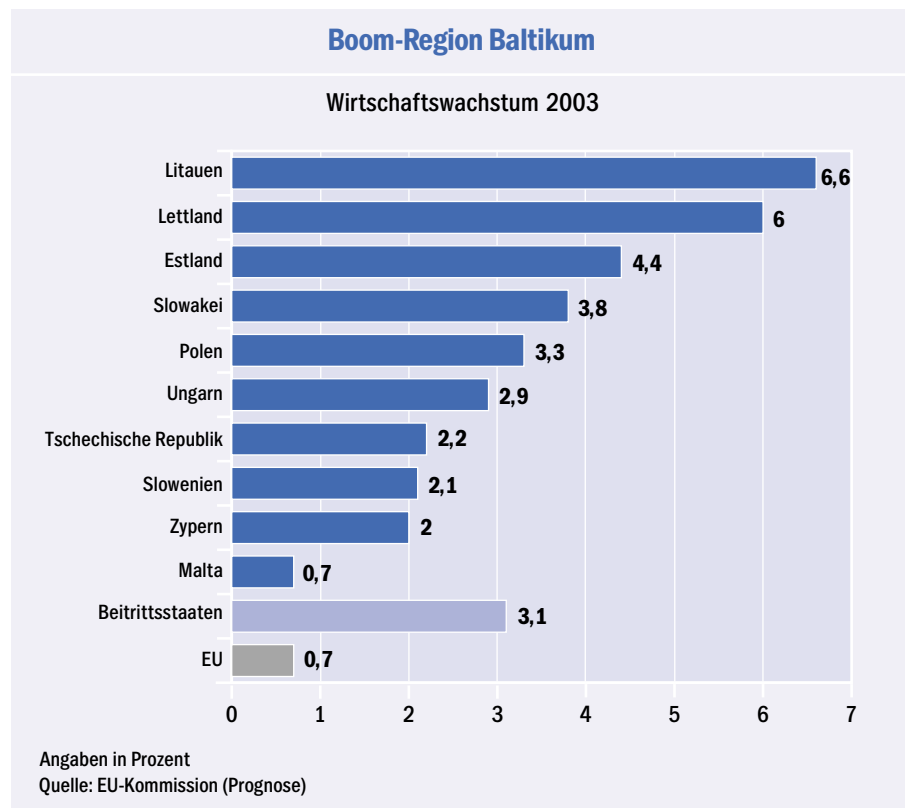
## 7.4 Die baltischen Staaten: hoch in der Gunst deutscher Investoren

Die Beziehungen Deutschlands zu den baltischen Staaten sind ausgesprochen eng. Deutschland ist einer der wichtigsten Handelspartner dieser Länder und zudem eine der wichtigsten Quellen ausländischer Direktinvestitionen.

Angetrieben von steigendem privaten Konsum, reger Investitionsneigung, einem funktionstüchtigen Finanzwesen und einer starken Exportdynamik erreichten Estland, Lettland und Litauen etwa in 2002 hohe Zuwachsraten. Deutschland exportierte im vergangenen Jahr Waren im Wert von ca. 4,3 Milliarden Euro in die baltischen Staaten. Auf Litauen – den größten baltischen Staat – entfällt dabei knapp die Hälfte des Volumens. Auch im deutschen Mittelstand stehen die baltischen Staaten offenbar hoch in der Gunst: Lettland, Estland und Litauen werden von 15, 14 bzw. 13 Prozent der international tätigen deutschen Mittelständler als potenzielle Investitionsziele genannt.

Alle drei Länder nehmen eine Vorreiterrolle in der Informations- und Telekommunikationsindustrie ein und können sich durchaus mit den Standards in Westeuropa messen. Dabei spielt die Nähe zu weltweit führenden skandinavischen Unternehmen im Telekommunikationssektor eine wichtige Rolle. Was für die deut-

sche Autoindustrie Tschechien, Slowakei oder Ungarn sind, ist für die Telekomkonzerne aus Finnland und Schweden das Baltikum: Hier sitzen die Zulieferer von Nokia und Ericsson. Um Tallinn herum entwickelt sich ein baltisches Silicon Valley.



Grafik 23

# Kontakt

Für eine erste Kontaktaufnahme und/oder weiterführende Informationen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung.

## Ernst & Young AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Französische Straße 48  
10117 [Berlin](#)  
Telefon (030) 25471 0  
Telefax (030) 25471 550

Tiefer 4  
28195 [Bremen](#)  
Telefon (0421) 3357 40  
Telefax (0421) 3357 433

Märkische Straße 115–117  
44141 [Dortmund](#)  
Telefon (0231) 5501 0  
Telefax (0231) 5501 250

Forststraße 2a  
01099 [Dresden](#)  
Telefon (0351) 4840 0  
Telefax (0351) 4840 550

Am Wehrhahn 50  
40211 [Düsseldorf](#)  
Telefon (0211) 9352 0  
Telefax (0211) 9352 550

Uerdinger Straße 88  
40474 [Düsseldorf](#)  
Telefon (0211) 9352 0  
Telefax (0211) 9352 550

Meyfahrtstraße 19  
99084 [Erfurt](#)  
Telefon (0361) 6589 0  
Telefax (0361) 6589 550

Wittekindstraße 1a  
45131 [Essen](#)  
Telefon (0201) 8437 0  
Telefax (0201) 8437 250

Eschersheimer Landstraße 14  
60322 [Frankfurt/Main](#)  
Telefon (069) 15208 0  
Telefax (069) 15208 550

Mergenthalerallee 10–12  
65760 [Eschborn/Frankfurt/M.](#)  
Telefon (06196) 996 0  
Telefax (06196) 996 550

Bismarckallee 15  
79098 [Freiburg](#)  
Telefon (0761) 3888 0  
Telefax (0761) 3888 250

Valentinskamp 24  
20354 [Hamburg](#)  
Telefon (040) 36132 0  
Telefax (040) 36132 550

Düsternstraße 1  
20355 [Hamburg](#)  
Telefon (040) 36132 0  
Telefax (040) 36132 550

Sophienstraße 5  
30159 [Hannover](#)  
Telefon (0511) 8508 0  
Telefax (0511) 8508 550

Titotstraße 8  
74072 [Heilbronn](#)  
Telefon (07131) 939 0  
Telefax (07131) 939 100

Ludwigstraße 8  
50667 [Köln](#)  
Telefon (0221) 2779 0  
Telefax (0221) 2779 550

Grimmaische Straße 25  
04109 [Leipzig](#)  
Telefon (0341) 2526 0  
Telefax (0341) 2526 550

Theodor-Heuss-Anlage 2  
68165 [Mannheim](#)  
Telefon (0621) 4208 0  
Telefax (0621) 4208 550

Arnulfstraße 126  
80636 [München](#)  
Telefon (089) 14331 0  
Telefax (089) 14331 550

Forchheimer Straße 2  
90425 [Nürnberg](#)  
Telefon (0911) 3958 0  
Telefax (0911) 3958 550

Gartenstraße 86  
88212 [Ravensburg](#)  
Telefon (0751) 3551 0  
Telefax (0751) 3551 550

Wittelsbacher Straße 1  
83435 [Bad Reichenhall](#)  
Telefon (08651) 5005  
Telefax (08651) 5422

Peter-Zimmer-Straße 11  
66123 [Saarbrücken](#)  
Telefon (0681) 2104 0  
Telefax (0681) 2104 550

Mittlerer Pfad 15  
70499 [Stuttgart](#)  
Telefon (0711) 9881 0  
Telefax (0711) 9881 550

Karlsruher Straße 21  
78048 [Villingen-Schwenningen](#)  
Telefon (07721) 801 01  
Telefax (07721) 801 100



ERNST & YOUNG AG  
WIRTSCHAFTSPRÜFUNGSGESELLSCHAFT

[www.de.ey.com](http://www.de.ey.com)