

Unternehmensbefragung 2008/2009

Unternehmensfinanzierung – deutliche Spuren der Krise

Der Hauptverband des Deutschen Einzelhandels (HDE) hat Einzelhandelsunternehmen zu ihrer Finanzierungssituation befragt. Zusammen mit der KfW und weiteren Fach- und Regionalverbänden werden Unternehmen aller Größenklassen, Branchen, Rechtsformen und Regionen jährlich zu ihrer Bankbeziehung, ihren Kreditbedingungen und ihren Finanzierungsgewohnheiten befragt. Ziel ist es, mit der Befragung aktuelle Fakten, Einschätzungen und Probleme zu diesen Themen festzustellen.

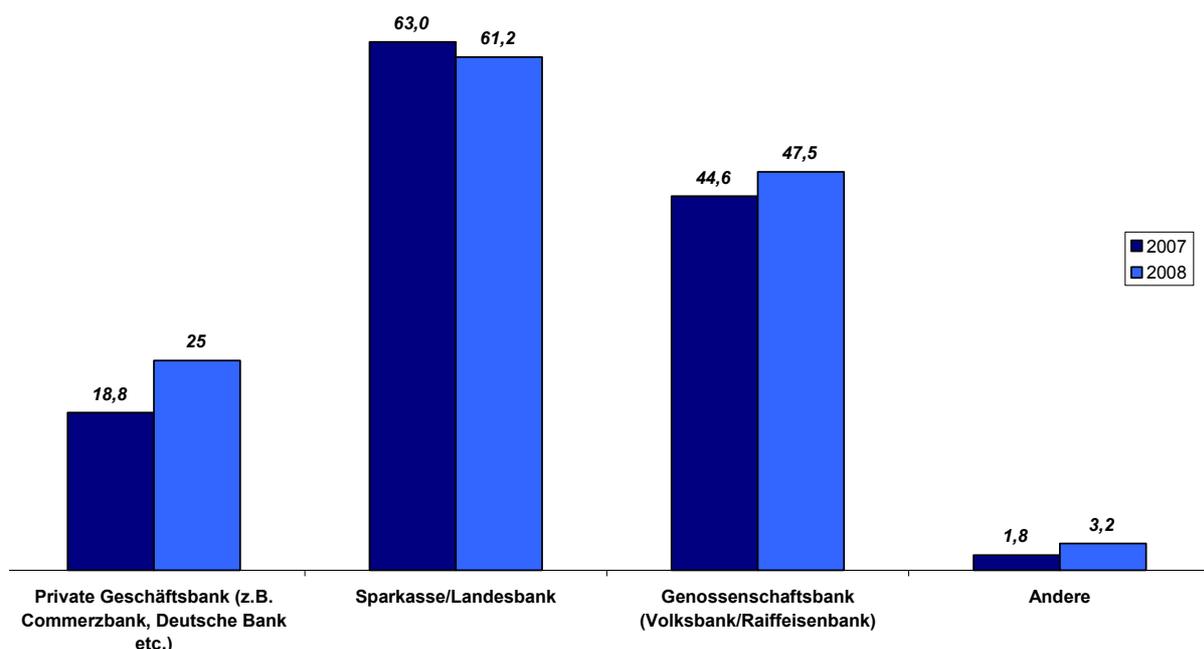
Die Befragung fand in den Monaten Januar bis März 2009 statt. Die Ergebnisse beziehen sich zumeist auf den Zeitraum 2008. Bei den Fragen, die auf die Einschätzung der Unternehmen abzielen, ist jedoch davon auszugehen, dass die Antworten teilweise auch von der aktuellen Situation geprägt sind. Insgesamt gibt die jährliche Umfrage ein verlässliches Stimmungsbild. Die Daten für den Einzelhandel sind im Folgenden aufgeführt und bewertet.

Kreditaufnahme und Bankbeziehung

Bankbeziehungen

Traditionell ist der Einzelhandel eher Kunde der Sparkassen (61,2%) sowie der genossenschaftlich organisierten Banken (47,5%). Im Vergleich zu den Vorjahren hat der private Bankensektor aber durchaus im Handel punkten können und Kunden aus diesem Wirtschaftsbereich hinzugewonnen. 25% der befragten Unternehmen geben an, ihre Hauptbankbeziehung zu einer privaten Geschäftsbank zu haben, knapp 19% waren es noch im Vorjahr.

Bei welcher Art von Kreditinstituten haben Sie zurzeit Ihre Hauptbankverbindungen?
(mehrere Antworten möglich; Angaben in Prozent)

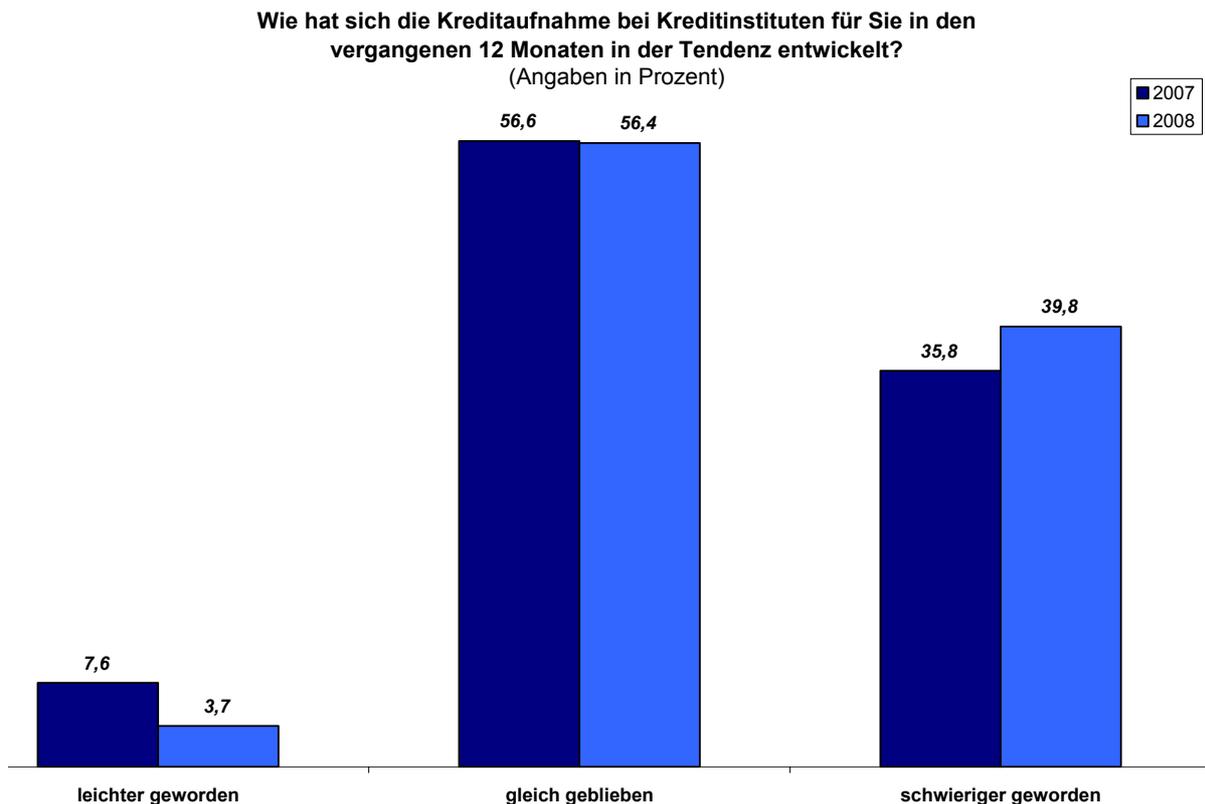


Kreditaufnahme

Die Krise hat sich deutlich negativ auf die Finanzierungsbedingungen für den Einzelhandel ausgewirkt. Knapp 40% der Handelsunternehmen geben an, dass sich die Bedingungen für die Kreditvergabe erheblich erschwert haben. Der Handel hat sowohl im Vergleich zum Vorjahr (36%) als auch im Vergleich zu anderen Wirtschaftszweigen (36%) deutlich größere Schwierigkeiten bei der Finanzierung.

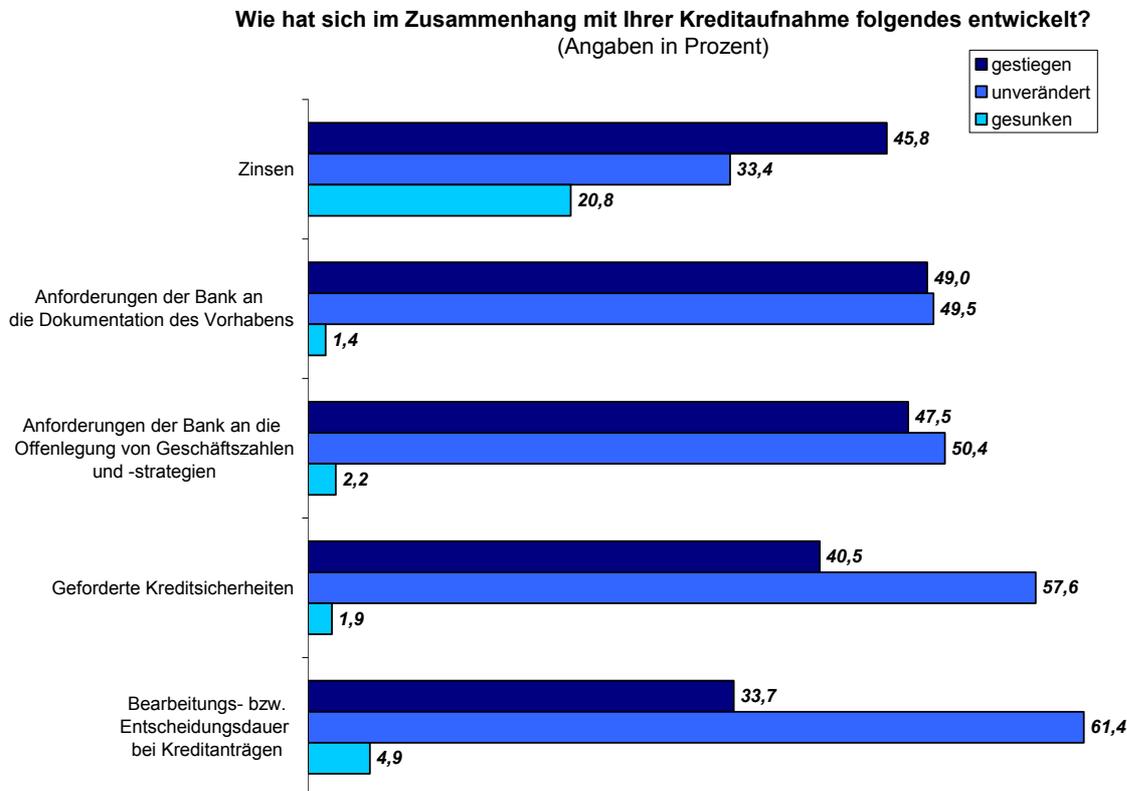
Gründe für diese Benachteiligung liegen vor allem in der Struktur des Einzelhandels, der überwiegend aus kleinen und mittelständischen Unternehmen besteht. Ein hoher Finanzierungsbedarf für Miete, Ausstattung und Warenbestand geht im Handel zumeist mit einer vergleichsweise geringen Eigenkapitalausstattung einher. Somit sind Einzelhandelsunternehmen überproportional stärker von der Krise betroffen und haben wenig Alternativen, um an Finanzierungsmittel zu kommen.

Immerhin berichten 56% der Einzelhandelsunternehmen aber noch von gleich bleibenden Bedingungen für die Kreditvergabe. Hier ist allerdings davon auszugehen, dass sich dieser Wert seit dem Befragungszeitraum weiter verschlechtert hat und nun deutlich mehr Unternehmen über Finanzierungsschwierigkeiten klagen. Kurzfristige und stichprobenartige Umfragen bestätigen diese Einschätzung bereits.



Gründe für die Verschlechterung

Als Gründe für die Schwierigkeiten bei der Kreditaufnahme werden von den Unternehmen vor allem gestiegene Anforderungen an die Dokumentation des Vorhabens (49%) und an die Offenlegung von Geschäftszahlen und -strategien (47,5%) genannt. Es folgen höhere Zinsen (46%) und höhere Forderungen nach Sicherheiten (41%) als weitere Gründe.

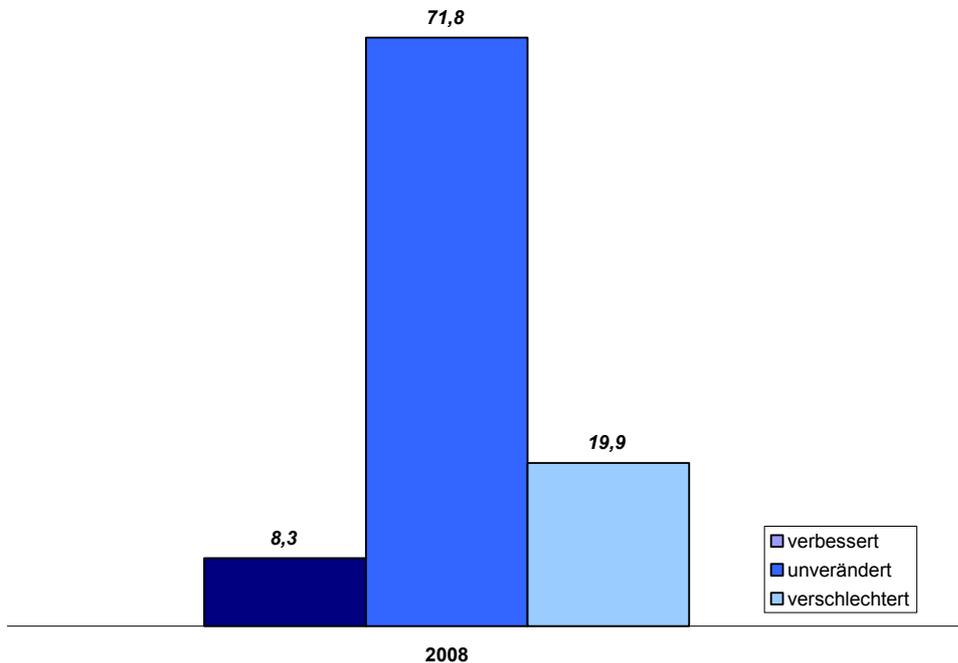


Dabei ist auffällig, dass der Einzelhandel im Vergleich zu anderen Branchen signifikant häufiger über steigende Zinsen als Erschwernis beim Kreditzugang als andere berichtet. Obwohl die Leitzinsen von der EZB seit September deutlich gesenkt wurden, zeigt sich dies nicht bei den Kosten der Kreditvergabe durch die Banken. Das ist ein deutliches Zeichen für die Zurückhaltung und Verunsicherung auf Seiten der Kreditinstitute. Hinzu kommt, dass - wie in allen Rezessionsphasen - die Kreditausfallrisiken für die Banken deutlich steigen, was in Form höherer Risikomargen in die Kreditkonditionen einkalkuliert wird.

In Abhängigkeit von der Größe des Unternehmens zeigt sich über alle Wirtschaftsbereiche, dass vor allem kleine und sehr große Unternehmen über größere Schwierigkeiten klagen als klassische Mittelständler. Bei den kleinen (und zumeist eher jungen) Unternehmen sind es oft die fehlenden Sicherheiten und zusätzliche Dokumentationspflichten. Gerade für kleine Unternehmen bringen zeitliche Verzögerungen und bürokratische Hürden in angespannten Zeiten massive Probleme und nicht selten das wirtschaftliche Aus. Bei den großen Betrieben sind es zumeist die deutlich höheren Investitionssummen, die die Kreditvergabe zum Problemfall machen.

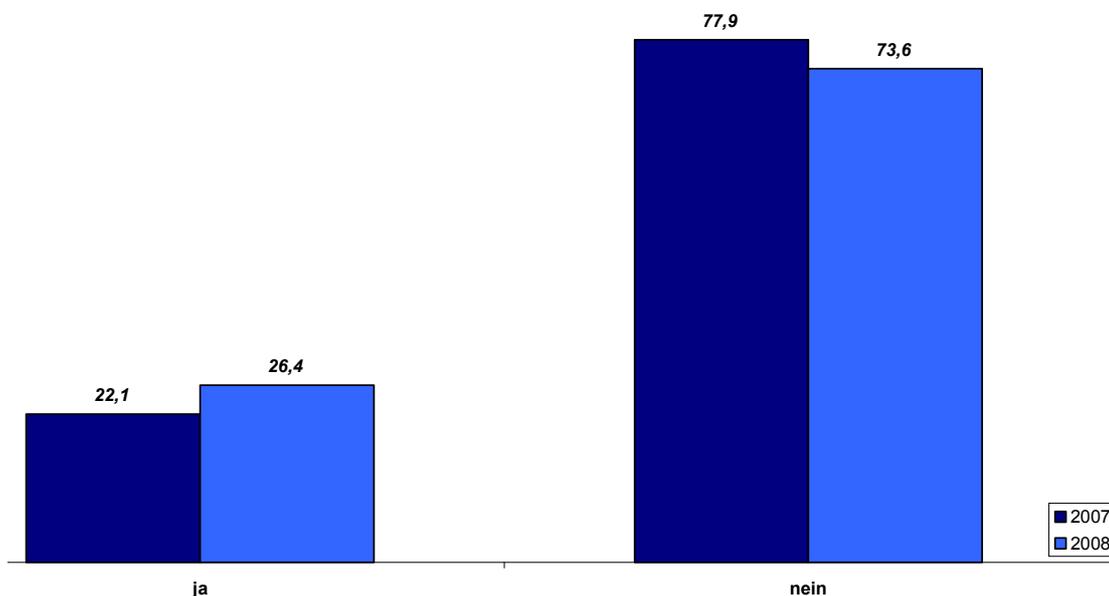
Solche Entwicklungen wirken sich zwangsläufig auch auf das Klima zwischen Banken und ihren Kunden aus. Knapp 20% der befragten Einzelhandelsunternehmen geben an, dass sich das Klima der Firmenbetreuung in 2008 verschlechtert hat. Im Vergleich zum Vorjahr (18%) jedoch nicht übermäßig dramatisch. Allerdings sind Klimaverbesserungen deutlich seltener als noch in 2008 (14%) (Vergleichswert: 2009: 9%).

**Wie hat sich im Zusammenhang mit Ihrer Kreditaufnahme folgendes entwickelt?
Klima in der Firmenbetreuung (z. B. Anzahl der Filialen, Ansprechpartner)**
(Angaben in Prozent)



Mehr als 26% der Einzelhandelsunternehmen klagt laut der aktuellen Befragung über Schwierigkeiten, überhaupt, also selbst zu ungünstigeren Konditionen, noch Kredite zu bekommen. Das ist im Vergleich zum Vorjahr (22%) ein um vier Prozentpunkte verschlechterter Wert, der jedoch nicht auf eine dramatische Gesamtsituation schließen lässt. Von einer allgemeinen Kreditklemme zu sprechen, wäre daher gegenwärtig falsch. Natürlich hat subjektiv betrachtet jedes Unternehmen, das keinen Kredit bekommt, eine Kreditklemme. Von allgemeiner Kreditklemme spricht man jedoch erst, wenn ein durchschnittliches mittelgroßes Unternehmen durchschnittlicher Bonität Schwierigkeiten hat, einen Bankenkredit zu bekommen. Das kann so aktuell (noch) nicht konstatiert werden.

**Mein Unternehmen hat Probleme, überhaupt noch Kredite
(selbst zu ungünstigeren Konditionen) zu erhalten**
(Angaben in Prozent)

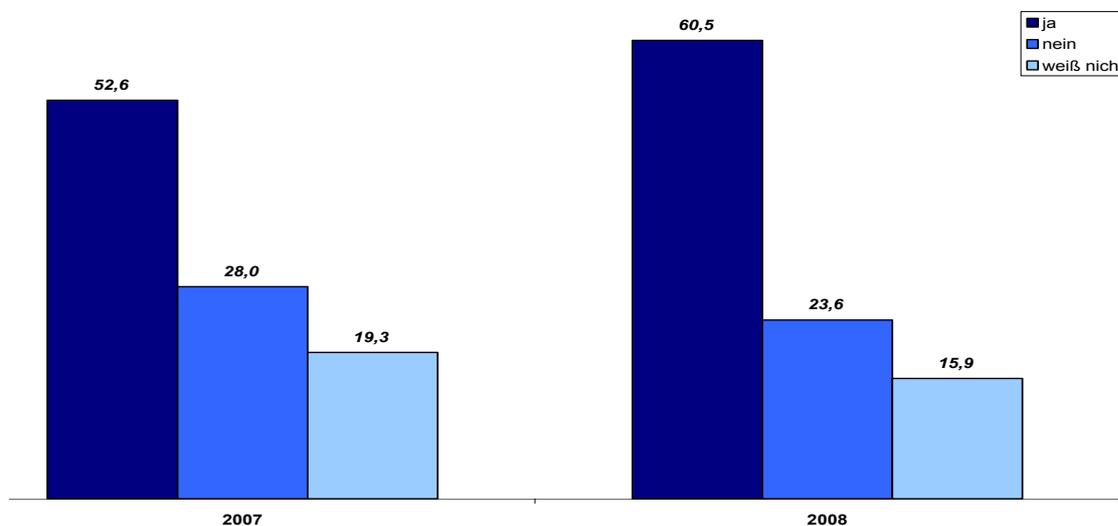


Rating

Haben Sie ein Rating/Scoring von einem Kreditinstitut „internes rating“?

Auf diese Frage antworteten 61% der befragten Einzelhandelsunternehmen mit „ja“. Der Wert liegt somit gut 8 Prozentpunkte höher als im Vorjahr und zeigt, dass das Bewusstsein für diese Thematik auch im Handel deutlich gestiegen ist. Das mag zum einen an der Krisensituation liegen. Die mediale und gesellschaftliche Aufmerksamkeit für dieses Thema hat zu mehr Information beigetragen. Zum anderen dürfte es aber auch ein Erfolg der Aufklärung durch die Verbände und Kreditinstitute sowie anderer Berater sein, dass die Unternehmen die Bewertung ihrer Finanzsituation ernster nehmen. Auch die Zahl der Unternehmen, die sich zum Thema Rating als nicht informiert und unwissend outen ist von 19% in 2008 auf 16% in 2009 zurückgegangen.

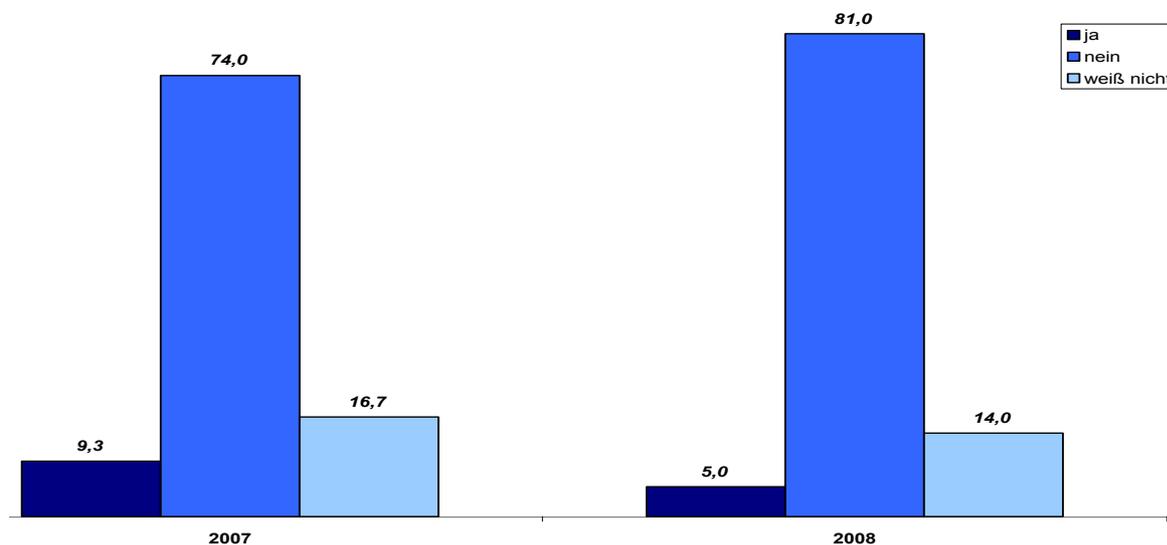
Haben Sie ein Rating/Scoring von einem Kreditinstitut (internes Rating)?
(Angaben in Prozent)



Haben Sie ein Rating/Scoring von einem externen Anbieter „externes rating“?

Interne Ratings von der Hausbank sind weit bekannter und werden häufiger in Anspruch genommen als Ratings von externen Anbietern. Nur 5% der befragten Unternehmen geben an, ein externes Rating zu haben.

Haben Sie ein Rating/Scoring von einem externen Anbieter (externes Rating)?
(Angaben in Prozent)

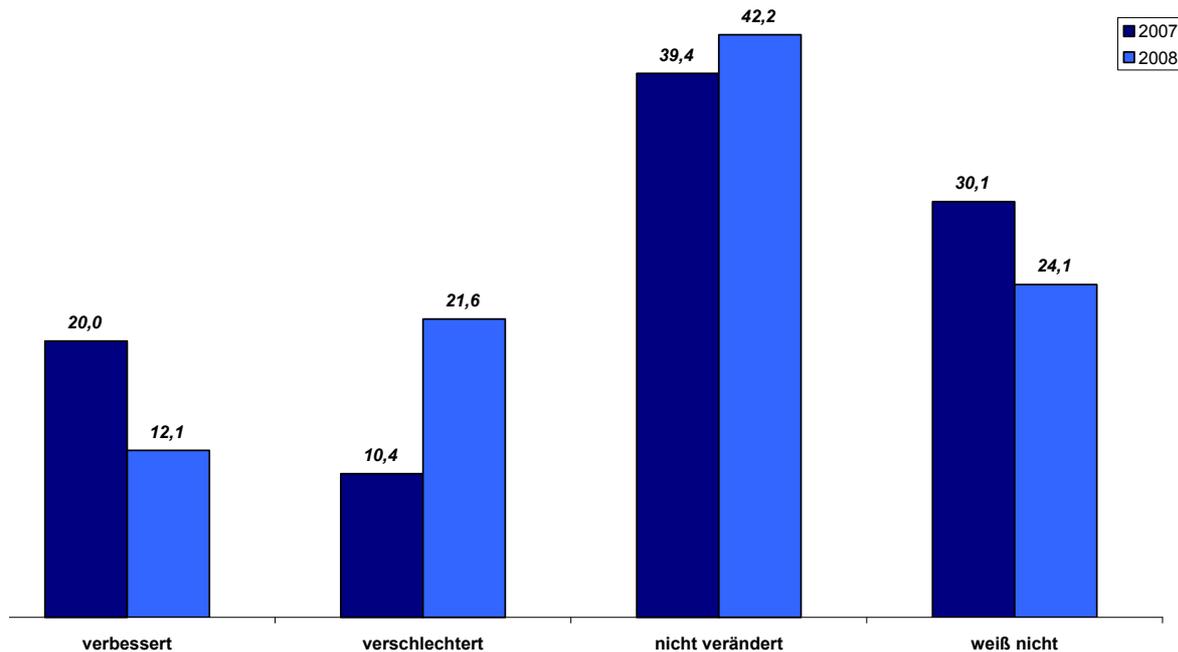


Kriterien und Ergebnisse der Bonitätsprüfung

Sowohl die Kriterien für die Bonitätsprüfung als auch die Noten des Ratings sind dem überwiegenden Teil der Unternehmen bekannt. 52% der Unternehmen geben an, die Kriterien für die Prüfung zu kennen, nur 46% der Unternehmen kennen ihre eigene Ratingnote. Hier besteht insofern noch weiterer Optimierungsbedarf.

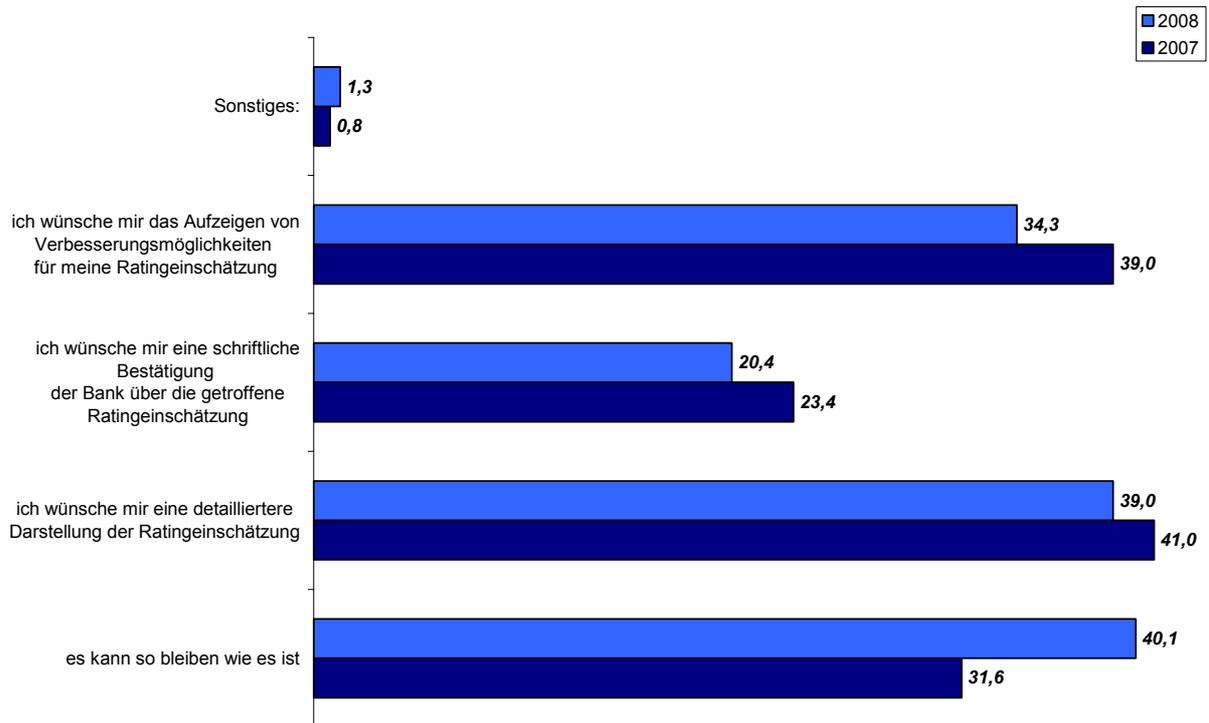
Von den Unternehmen, die ihre Ratingnote kennen, berichten 22% von einer Verschlechterung der Bewertung, deutlich mehr als noch in 2008 (10%).

Wie hat sich Ihre Ratingnote bzw- Einstufung in den letzten 12 Monaten entwickelt?
(Angaben in Prozent)



Bei der Ratingkommunikation der Banken gibt es nach wie vor Optimierungspotenzial. Unternehmen sind zwar zu 40% zufrieden und sagen, es kann so bleiben, wie es ist. Das macht jedoch im Umkehrschluss 60% der Unternehmen, die Verbesserungsbedarf sehen. Sie wünschen sich unter anderem eine bessere Vermittlung ihrer Ratingergebnisse, dabei wünschen sie vor allem eine detaillierte Darstellung der Einschätzung (39%) sowie ein Aufzeigen von Verbesserungsmöglichkeiten (gut 34%). Ein Anliegen, das beiden Seiten in der Zusammenarbeit mehr Nutzen als Aufwand bringen dürfte.

Welche Erwartungen haben Sie an eine künftige Ratingkommunikation mit Ihrer Bank?
(Angaben in Prozent)



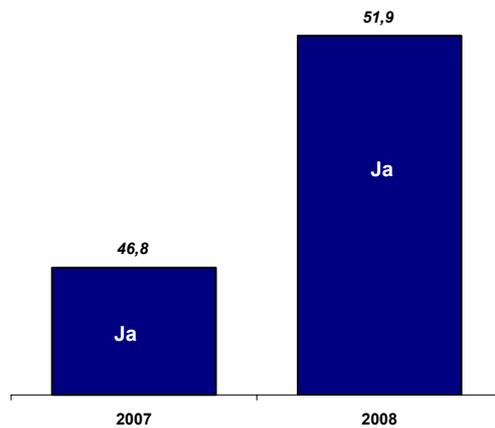
Der Appell richtet sich daher an die Banken und Kreditinstitute, die Finanz- insbesondere Rating-Kommunikation weiter zu intensivieren und aktiv mit den Kunden an Verbesserungsstrategien zu arbeiten.

Investitionen

Investitionstätigkeit in 2008

52% der Einzelhandelsunternehmen haben im Befragungszeitraum Investitionsprojekte durchgeführt; im Vorjahr waren es nur 47%. Im Vergleich zu anderen Wirtschaftsbereichen hat der Einzelhandel jedoch wieder signifikant weniger investiert. Der Durchschnitt über alle Unternehmen liegt bei 66%; das verarbeitende Gewerbe weist mit 80% dabei nach wie vor die höchste Investitionstätigkeit aus. Dass die Investitionstätigkeit in 2008 noch lebhaft war, dürfte maßgeblich am positiven Konjunkturverlauf im ersten Halbjahr gelegen haben. Daher wird sich dieser positive Trend angesichts der massiven Konjunkturkrise im Jahr 2009 vermutlich kaum fortsetzen. Erwartungsgemäß liegt der Anteil der jüngeren Unternehmen unter den Investoren deutlich höher als der Durchschnitt aller Unternehmen. Auch haben Unternehmen aus den neuen Bundesländern weniger investiert als aus den alten. (vgl. hierzu die Ergebnisse der KfW-Gesamtstudie)

Haben Sie in den letzten 12 Monaten Investitionsprojekte durchgeführt?
(Angaben in Prozent)

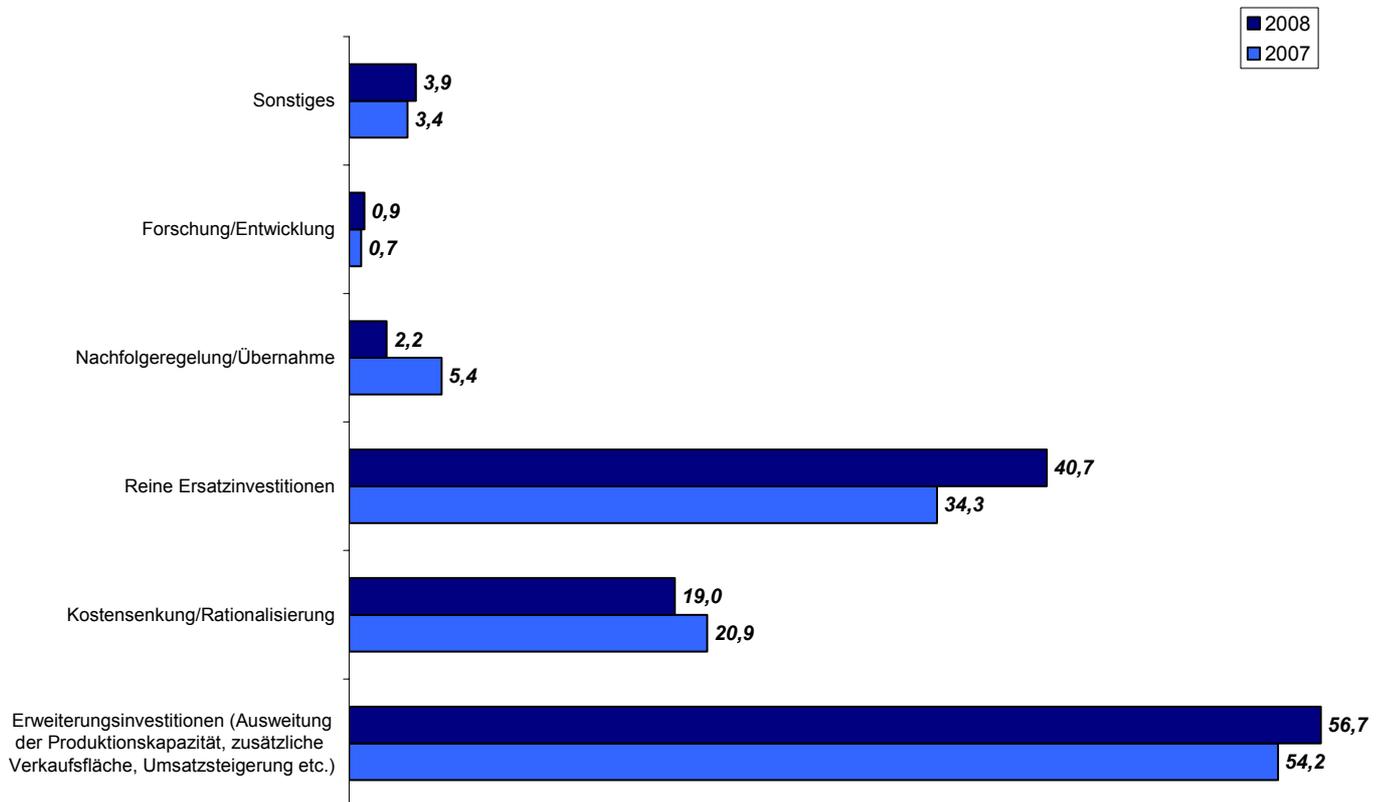


Hauptziel der Investition

Wie in den Vorjahren haben die Einzelhandelsunternehmen zum größten Teil investiert, um zu erweitern und damit Wachstum zu realisieren. 57% der Handelsunternehmen gaben an, Erweiterungsinvestitionen getätigt zu haben. Es folgen mit 41% die reinen Ersatzinvestitionen und mit großem Abstand (19%) Investitionen zur Kostensenkung und Rationalisierung. Die beiden letztgenannten Investitionsmotive hat der Handel über die letzten Jahre stets kontinuierlich verfolgt, so dass es in der Branche keine ungeahnt neuen Potenziale zur weiteren Kostensenkung gibt. Der Anteil der Rationalisierungsinvestitionen ist über die letzten Jahre relativ stabil geblieben.

Das stärkere Engagement bei Erweiterungs- und Ersatzinvestitionen erklärt sich sowohl aus der konjunkturellen als auch aus der strukturellen Entwicklung im Handel. Um die Position am Markt zu stärken und zu kräftigen, erweitern erfolgreiche Formate und Unternehmen ihre Kapazitäten, expandieren und erschließen neue Standorte und Märkte. Für manche erfolgt dieser Erweiterungsprozess im Zuge von Zusammenschlüssen und Umfirmierungen. In diesen Fällen kommt es dann neben Erweiterungsinvestitionen auch zu Ersatzinvestitionen, mit denen bestehende Standorte modernisiert und teilweise umfirmiert werden.

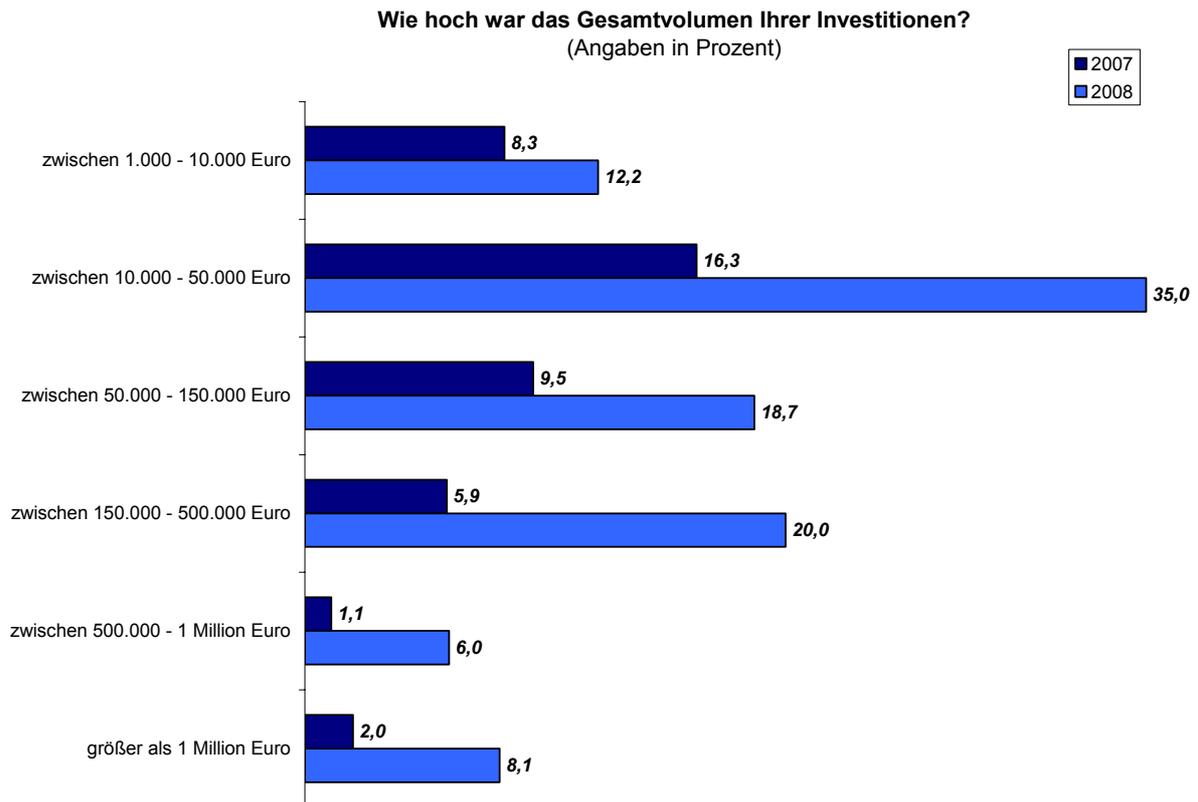
Wenn ja, was war Ihr Hauptziel, das Sie mit den Investitionsvorhaben verfolgten?
(Angaben in Prozent)



Investitionsvolumen

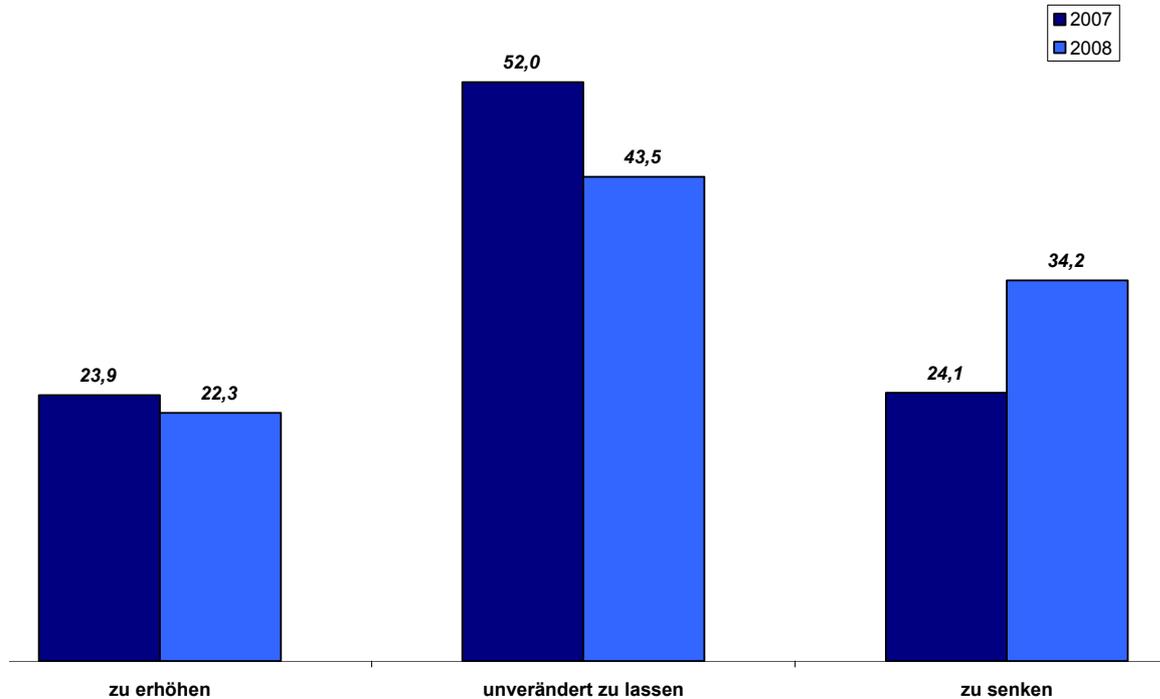
Die meisten der getätigten Investitionen liegen bei Investitionsgrößen zwischen 10.000 und 50.000 Euro (35%). Jeweils etwa 20% entfallen auf die Größenklassen zwischen 50.000 und 150.000 sowie zwischen 150.000 und 500.000 Euro. Höhere Investitionen werden nur noch von etwa 14 % der Unternehmen getätigt.

28% der Einzelhandelsunternehmen gaben an, dass sie im Befragungszeitraum ihr Investitionsvolumen erhöht haben; etwa gleich viele gaben an, das Volumen reduziert zu haben.



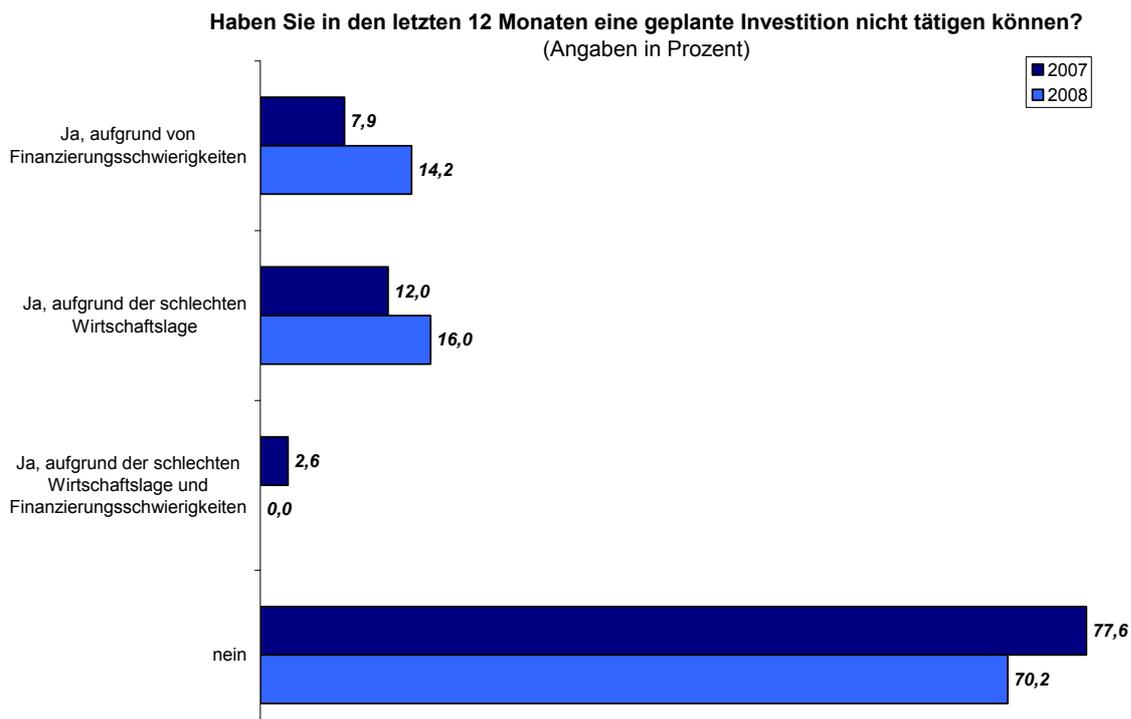
Für die kommenden 12 Monate planen immerhin noch 22% der befragten Unternehmen, ihre Investitionen zu erhöhen; 34% werden sie hingegen zurückfahren. Im Vergleich zu den anderen Branchen ist der geplante Investitionsrückgang im stark binnenmarktorientierten Einzelhandel daher weit geringer ausgeprägt (Durchschnitt aller Branchen 37%, verarbeitendes Gewerbe 34%).

Planen Sie in den kommenden 12 Monaten Ihre Investitionen...
(Angaben in Prozent)



Einschränkung bei Investitionen in den vergangenen 12 Monaten

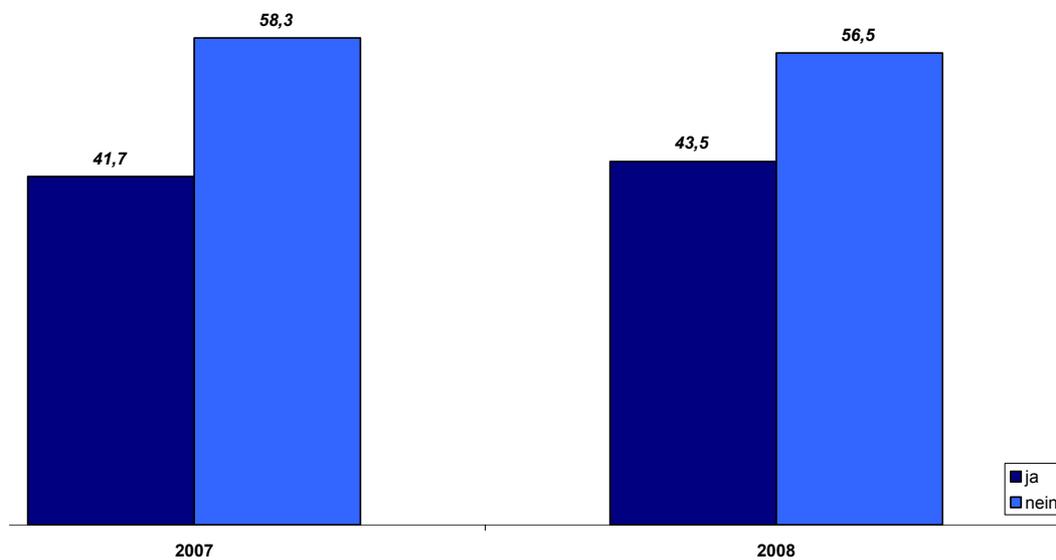
Rund 30% der befragten Einzelhandelsunternehmen gaben an, dass sie im Befragungszeitraum geplante Investitionen nicht wie geplant durchführen konnten, wobei sowohl die schlechte Wirtschaftslage (16%) als auch Finanzierungsschwierigkeiten (14%) als Gründe hierfür angegeben wurden. Im Vergleich zu den anderen Branchen hatte der Einzelhandel weit größere Schwierigkeiten, seine Investitionen durchzuführen. Noch stärker war nur noch der Dienstleistungssektor betroffen. Das hängt vor allem mit der Größe der Unternehmen zusammen. Vor allem die im Handel stark vertretenen kleineren Unternehmen haben Schwierigkeiten bei der Finanzierung, so dass ihre geplanten Investitionsprojekte sich häufig gar nicht oder zumindest nicht in der gewünschten Weise realisieren lassen.



Kreditfinanzierte Investition

Der Anteil der Unternehmen, die in den letzten 12 Monaten einen Bankkredit beantragt haben, um ein Investitionsprojekt durchführen zu können, ist gegenüber dem Vorjahr (41%) nur leicht gestiegen (43%) und auch im Durchschnitt aller Branchen relativ stabil. Dabei zeigt sich, dass insbesondere mittlere Unternehmen mit einem Umsatz zwischen 2,5 und 50 Mio. Euro wiederum überdurchschnittlich häufig Kredite beantragt haben. Die Gründe hierfür dürften darin liegen, dass kleinere Unternehmen Investitionen offenbar stärker aus liquiden Mitteln finanzieren, auf Verwandte und Freunde zurückgreifen oder andere Quellen des informellen Kapitalmarktes nutzen. Die großen Unternehmen nutzen hingegen auch zahlreiche andere Finanzierungsquellen, die ihnen auf dem Kapitalmarkt offen stehen. Auch 2008 haben im Durchschnitt aller Unternehmen ostdeutsche Betriebe wieder signifikant weniger Investitionskredite (39%) beantragt als westdeutsche (47%).

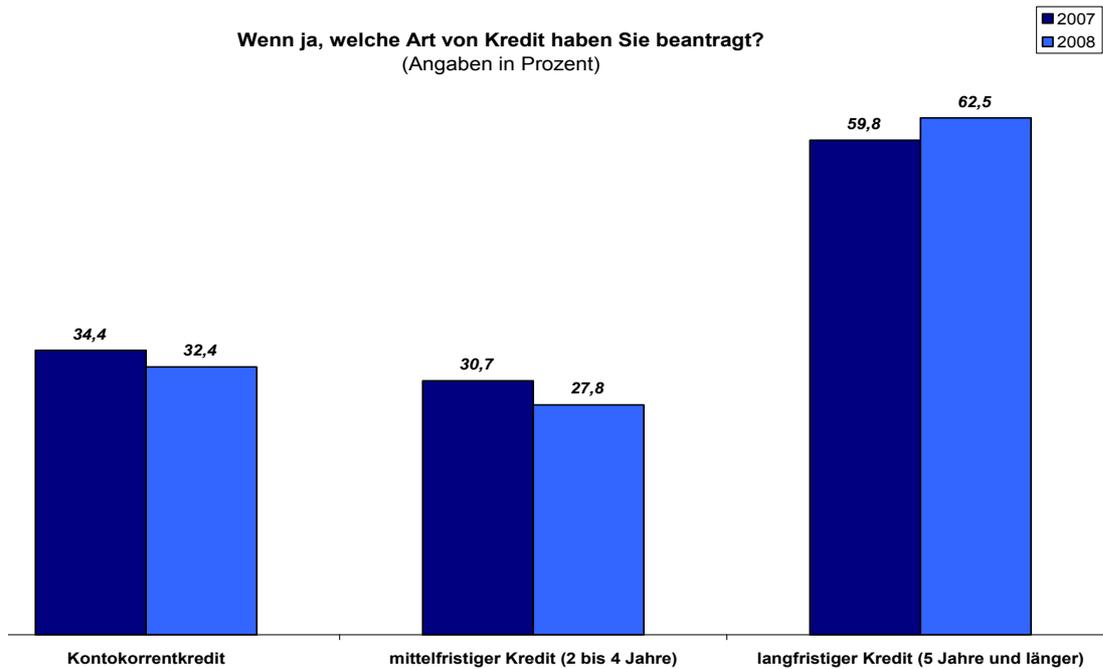
Wenn Sie ein Investitionsprojekt durchgeführt haben bzw. durchführen wollten:
Haben Sie dazu einen Bankkredit beantragt?
(Angaben in Prozent)



Fristigkeit von Krediten

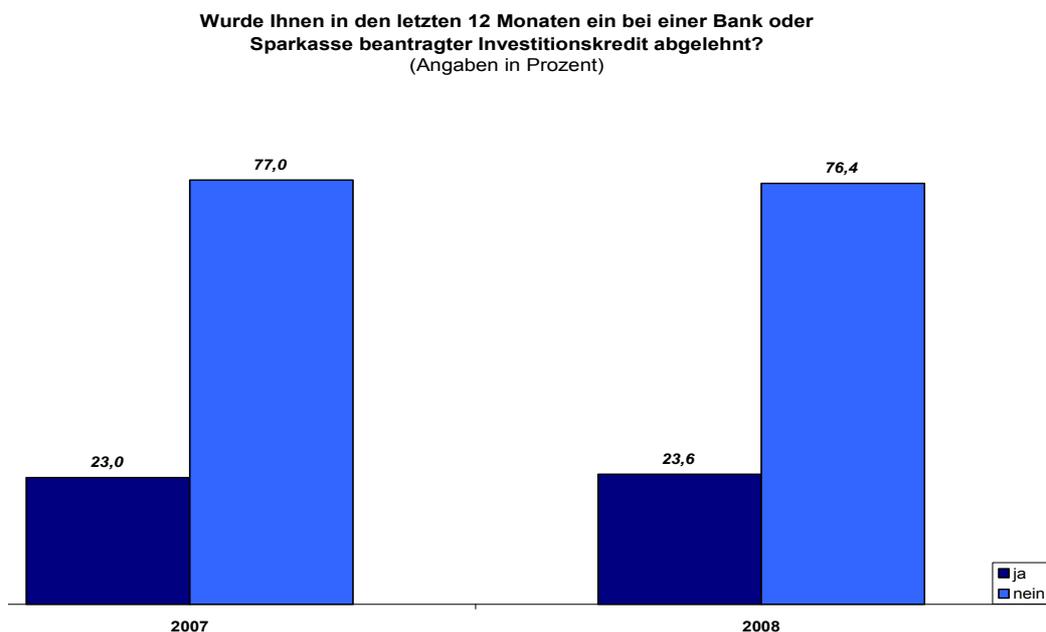
In der diesjährigen Studie wurden die Unternehmen zum zweiten Mal befragt, welche Fristigkeit der von ihnen beantragte Kredit hat. 63% der befragten Einzelhändler gibt an, dass er um eine langfristige Geldanleihe bat. Die zweithäufigste Präferenz im Handel entfällt mit 33% auf kurzfristige Kontokorrentkredite. 28% beantragten mittelfristige Kredite mit Laufzeiten zwischen 2 und 4 Jahren.

Die hohe Inanspruchnahme von Kontokorrentkrediten unterstreicht die Struktur des Handels, mit einer relativ großen Anzahl sehr kleiner Unternehmen. Sie nutzen den Kontokorrentkredit für Finanzierungen, da ihnen weniger Alternativen zur Verfügung stehen. Sie sind somit gezwungen, ihre Investitionen häufiger fristenkongruent sowie zu teureren Konditionen zu finanzieren.



Abgelehnte Investitionsanträge

Öfter als bei anderen Branchen werden Kreditanträge vom Handel und von der Dienstleistungsbranche abgelehnt. Dabei mussten Kunden von Privatbanken häufiger mit Ablehnung rechnen. Ebenso sind auch hier kleinere und jüngere Unternehmen öfter negativ betroffen.

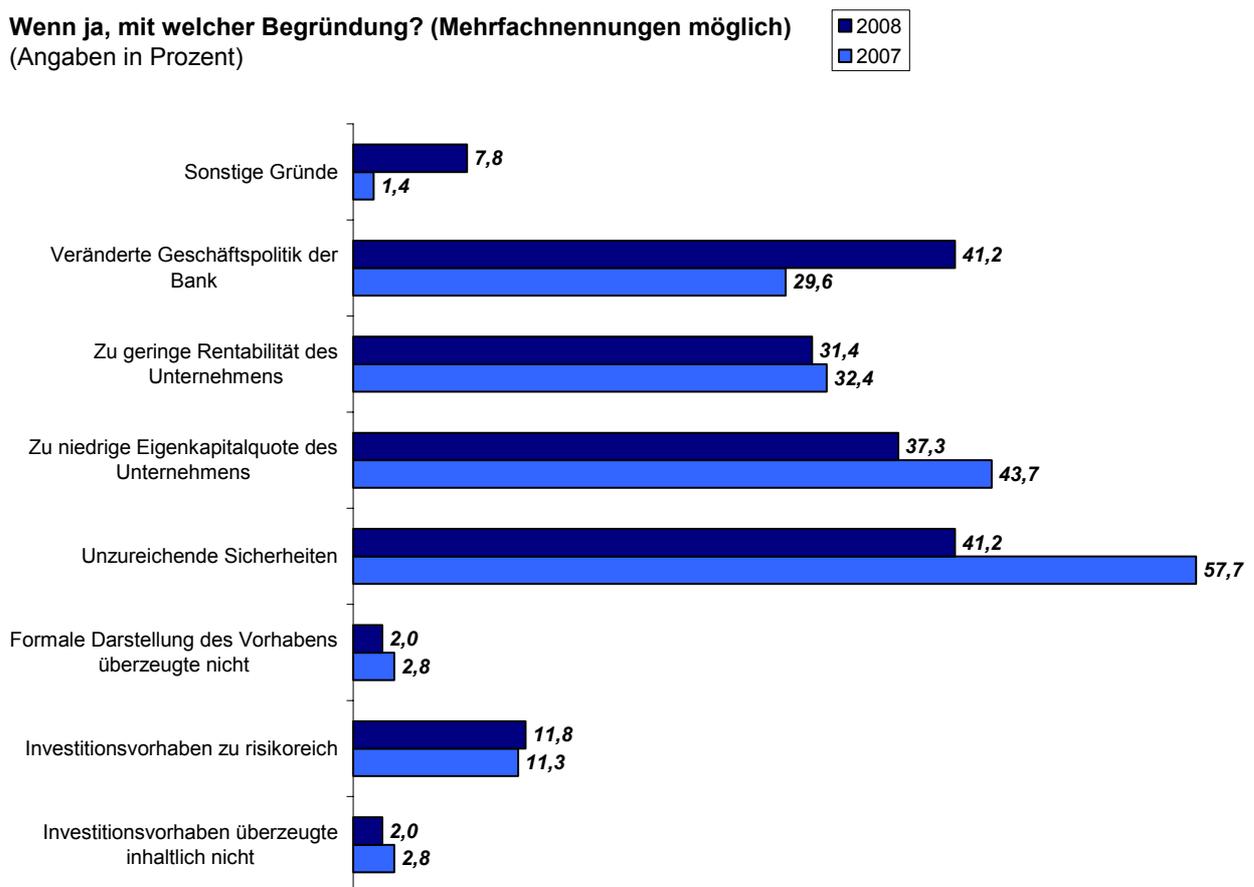


Die Eigenkapitalbasis spielt hierbei eine durchaus wichtige Rolle. Sie ist im vergangenen Jahr erneut bei den Einzelhandelsunternehmen der zweithäufigste Grund für die Ablehnung von Kreditanträgen gewesen (37%). Von den Banken wird die Eigenkapitalquote häufig als Gradmesser für den Erfolg eines Unternehmens herangezogen. Im Einzelhandel ist diese Sicht allerdings zu kurz gefasst und bereitet den Unternehmen somit wesentliche Probleme. Bedeutende Teile des Kapitals sind im Handel gebunden, insbesondere in Ausstattung und Warenbestand.

Der häufigste Grund für die Ablehnung von Investitionskrediten war für die Handelsbetriebe wie auch im Vorjahr das Fehlen von Sicherheiten (41%). Deutlich häufiger als in den Vorjahren haben Händler angegeben, dass die veränderte Geschäftspolitik der Banken mit zur Ablehnung geführt hat. Gut 41% haben das restriktivere und viel vorsichtigere Kreditvergabeverhalten der Banken bereits zu spüren bekommen, das vor allem aus der gewachsenen Verunsicherung durch die Krise her rührt. Vor allem große Unternehmen haben die Skepsis der Banken und ihre geänderte Geschäftspolitik deutlich häufiger erfahren müssen.

58% der Einzelhandelsunternehmen, deren Kreditantrag abgelehnt wurde, konnten ihr Investitionsvorhaben dennoch vollständig oder zumindest mit Einschränkungen umsetzen, 42% mussten sich von dem Projekt verabschieden. Damit liegt der Wert der Ablehnungen um 2 Prozentpunkte über dem aller befragten Unternehmen und unterstreicht erneut die großen Probleme für den Handel.

Wenn ja, mit welcher Begründung? (Mehrfachnennungen möglich)
(Angaben in Prozent)

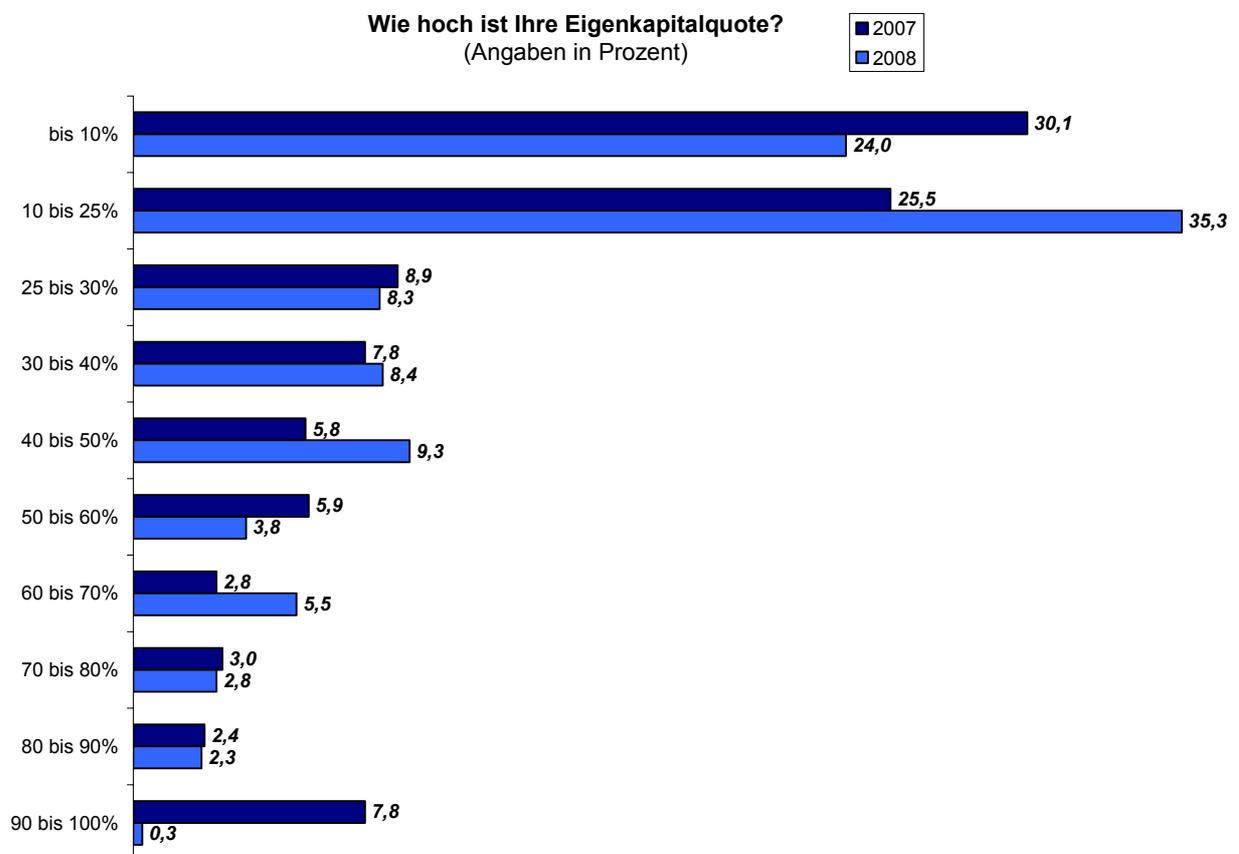


Eigenkapital

Eigenkapitalausstattung

Die Eigenkapitalquote im Einzelhandel ist, wie bereits ausgeführt, traditionell vergleichsweise niedrig und aufgrund einer vergleichsweise hohen Kapitalbindung durch Ausstattung, Mieten und Warenbestand bei zu gleich sehr geringen Gewinnmargen auch nur schwer zu erhöhen. Die meisten Unternehmen der Branche (fast 60%) weisen eine Eigenkapitalquote von maximal 25% auf. Die Hälfte davon kommt noch nicht einmal auf 10%. Immerhin 35% der Unternehmen decken das solide Mittelfeld zwischen 25 und 70% Eigenkapitalquote ab, nur knapp 5% der Händler liegen komfortabel höher.

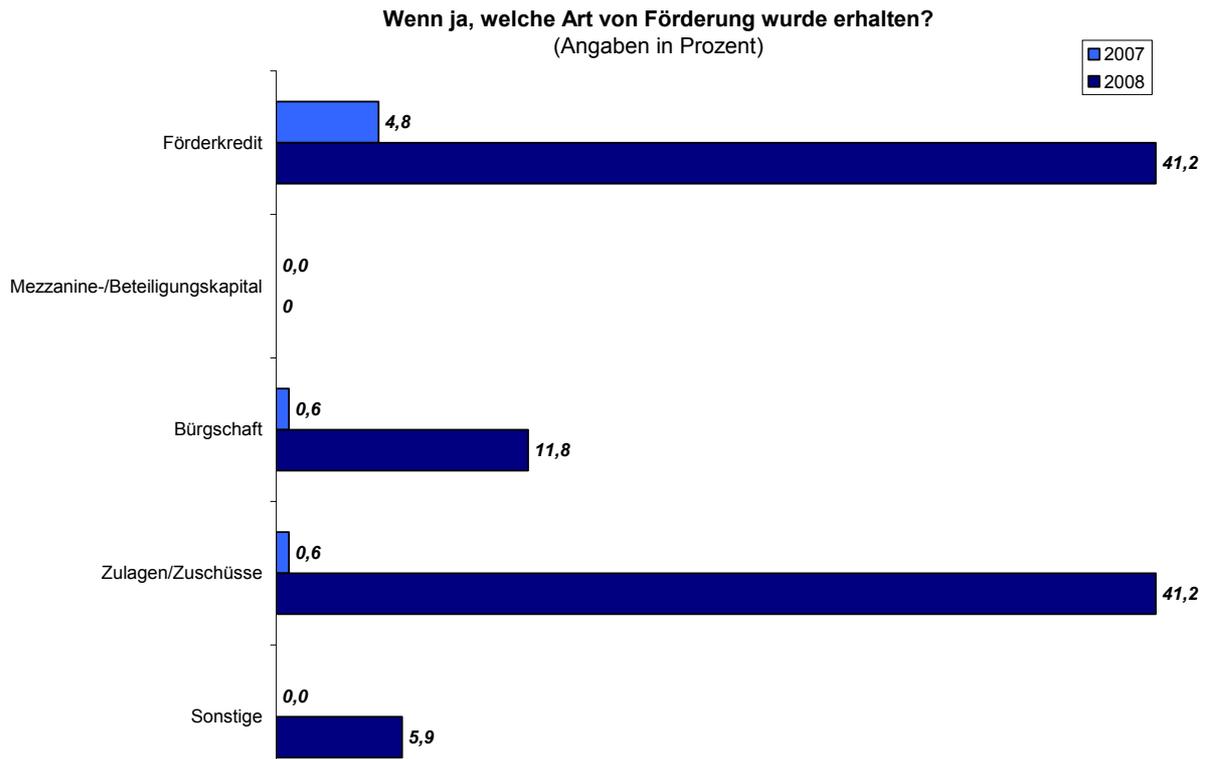
In den letzten 12 Monaten ist bei knapp 40% der befragten Einzelhandelsunternehmen die Eigenkapitalquote gesunken. Auch für 2009 gehen nur knapp 34% der Unternehmen von einer Steigerung der Quote aus. Der Spielraum hierfür dürfte ohnehin eng begrenzt sein.



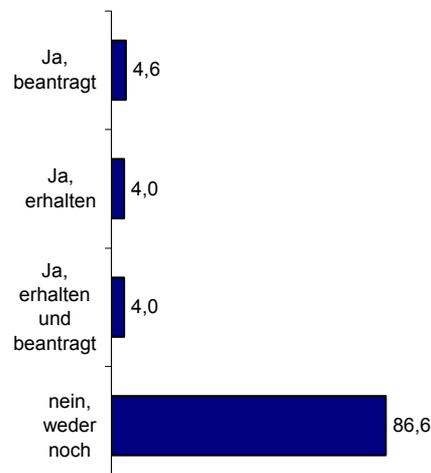
Fördermittel

Förderverhalten

Einzelhandelsunternehmen nutzen die öffentlichen Fördermöglichkeiten noch weit unterdurchschnittlich. Nur knapp 5% der befragten Unternehmen gab an, in den vergangenen 12 Monaten Förderkredite oder öffentliche Hilfen für Investitionen oder Unternehmensfinanzierungen beantragt zu haben. Am häufigsten beantragten die Unternehmen dabei Förderkredite (41%) sowie Zulagen und Zuschüsse (41%) gefolgt von Bürgschaften (11%). Häufigster Partner für die Fördervorhaben war die KfW (70%). Die Inanspruchnahme von Landes- (81%) und EU-Fördermitteln (15%) dürfte auf entsprechende Programme schließen lassen, die diese Mittel kombiniert zur Förderung einsetzen.



Haben Sie in den vergangenen 12 Monaten Förderkredite oder öffentliche Hilfen für Investitionen oder Unternehmensfinanzierung beantragt oder erhalten (Jahr 2008)?
(Angaben in Prozent)



Befragt zu der Bedeutung und Bewertung von unterschiedlichen Finanzierungsinstrumenten für ihr Unternehmen, ergibt sich aus der Sicht der befragten Einzelhandelsunternehmen folgendes Bild:

Wichtigste Finanzierungsquelle ist die Innenfinanzierung aus Gewinnen, Abschreibungen und Rückstellungen (52%) gefolgt von kurzfristigen Bankkrediten (45%), langfristigen Bankkrediten (26%) sowie Lieferantenkrediten (24%).

Nach wie vor unbedeutend, teilweise sogar unbekannt und auch in Zukunft für die Finanzierung im Handel nicht relevant, schätzen Unternehmen die Finanzquellen Beteiligungskapital, Aktien sowie Unternehmensanleihen und Schuldverschreibungen. Das liegt überwiegend an der Struktur der Unternehmen, die üblicherweise den Geld- und nicht den Kapitalmarkt für die Finanzierung nutzen. Beteiligungen (offen oder still) gewinnen nach Ansicht der befragten Unternehmen in Zukunft jedoch stärker an Bedeutung. Schlechtere Chancen auf dem Geldmarkt an liquide Mittel zu kommen, verbunden mit der Notwendigkeit nach neuen Wegen zu suchen, dürften hierfür Motive sein. Später als andere Branchen, wendet sich der Handel diesen Möglichkeiten zu. Die bereits von anderen gesammelten Erfahrungen sind dabei nützlich. Darüber hinaus zeigt der Kenntnisstand über verschiedene Finanzierungsformen, dass hier durchaus noch Informations- und Aufklärungsbedarf besteht.

Welche Rollen spielen folgende Finanzierungsquellen für Ihr Unternehmen?	1*	2	3	4	5	6**	wird wichtiger	keine Instrument nicht
	in Prozent							
Innenfinanzierung aus Gewinnen, Abschreibungen, Rückstellungen	52,2	26,8	11,8	3,7	2,7	2,7	6,3	3,8
Kurzfristige Bankkredite (z.B. Kontokorrentkredit etc.)	44,4	23,1	12,4	6,9	6,2	6,9	2,7	0,2
Mittelfristige Bankkredite (2 - 4 Jahre)	11,6	17,8	22,3	14,1	12,4	21,8	3,4	1,2
Langfristige Bankkredite (5 Jahre und länger)	26,1	20,3	17,8	9,7	7,6	18,5	4,3	0,7
Factoring	1,7	4,7	5,7	8,4	8,1	71,3	3,9	25,8
Lieferantenkredite	23,7	18,3	13,4	13,1	8,9	22,5	3,9	1,4
Konzerninterne Finanzierungen	8,0	9,2	6,4	4,3	6,7	65,4	4,4	15,4
Einlagen von Gesellschaftern	13,9	17,1	13,3	11,2	6,1	38,4	5,1	6,5
Beteiligungskapital (Kapitalbeteiligungsgesellschaften, Business Angels)	0,3	0,6	2,6	4,5	6,1	85,9	4,7	21,5
Aktien (Börsennotierung/Kapitalerhöhung)	0,3	0,3	-	0,6	2,7	96,1	1,5	15,4
Mezzanine Finanzierungsinstrumente (Stille Beteiligungen, Nachrangdarlehen, etc)	2,2	2,2	4,5	3,8	4,5	82,7	4,6	20,8
Leasing	11,5	15,6	20,3	12,2	9,5	30,8	4,3	3,3
Unternehmensanleihen, Schuldverschreibungen etc.	0,9	1,2	-	1,5	4,3	92,0	2,1	18,4
Sonstige	18,9	5,4	2,7	2,7	-	70,3	7,7	17,8

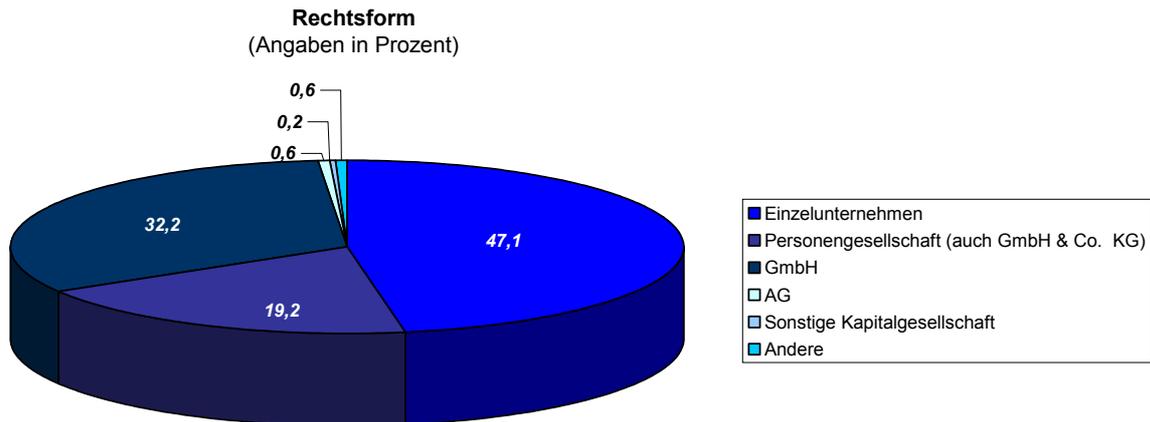
* wichtig; ** eher unwichtig

Struktur des Samples für den Einzelhandel

Es haben insgesamt 472 Unternehmen aus dem Handel an der Befragung teilgenommen. Das entspricht einem Anteil von knapp 16% aller befragten Unternehmen.

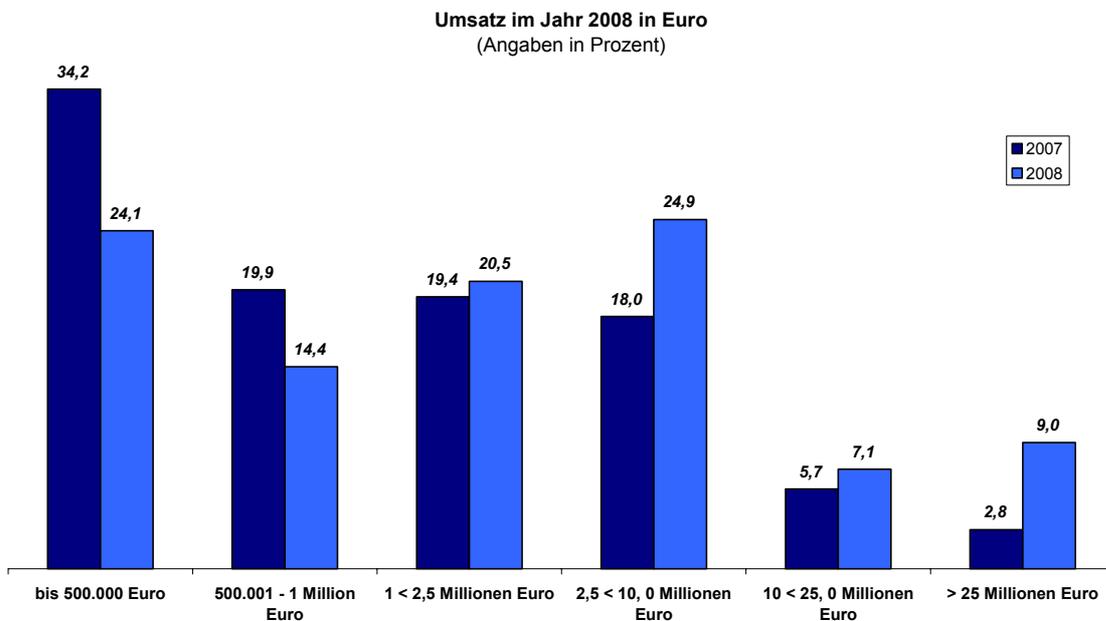
Rechtsform der befragten Unternehmen

An der Befragung haben überwiegend Einzelunternehmen (47%) teilgenommen; gefolgt von GmbHs (32%) und Personengesellschaften (19%). Aktiengesellschaften, andere Kapitalgesellschaften sowie sonstige Rechtsformen sind entsprechend ihrer zahlenmäßigen Bedeutung im Handel kaum repräsentiert.



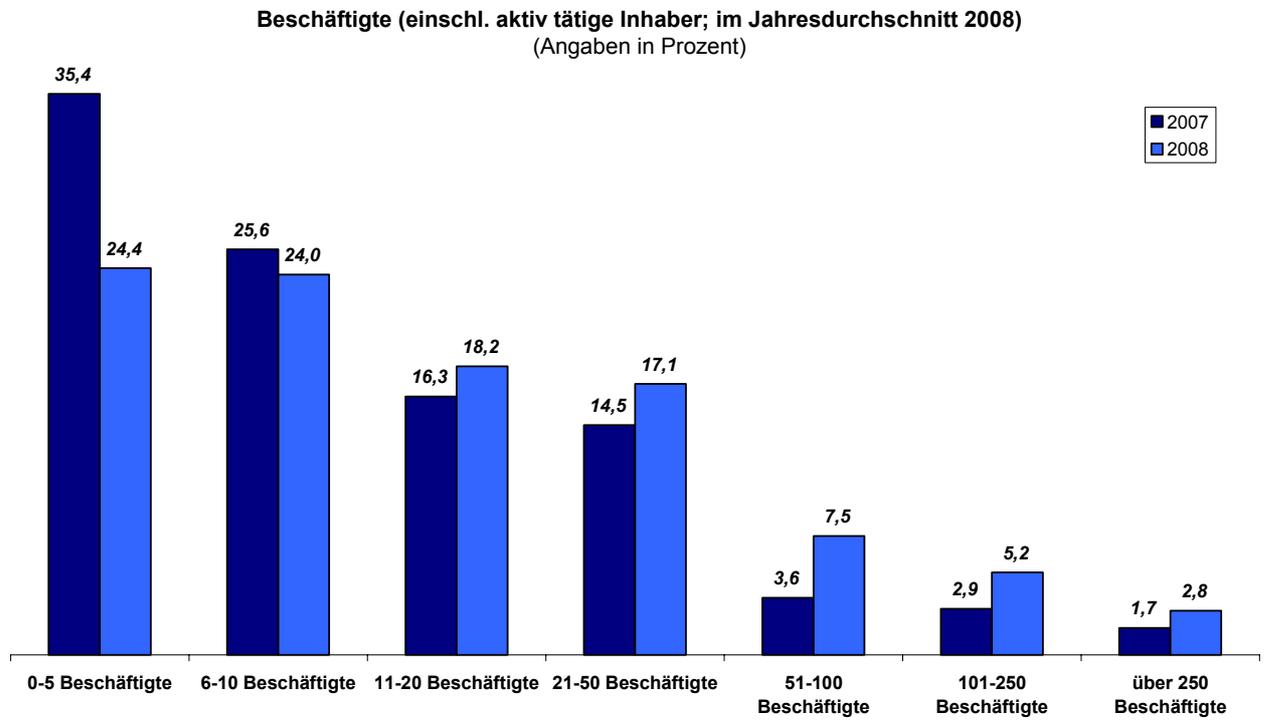
Umsatzverteilung

Bei der Umsatzverteilung zeigt sich, dass sich überwiegend kleine und mittlere Unternehmen an der Umfrage beteiligt haben. Die Umsatzgrößen zwischen 2,5 und 10 Mio. Euro kommen am häufigsten vor (46%). Einen höheren Umsatz haben nur noch gut 16% der Unternehmen. Rund 24% haben einen Umsatz von weniger als 500.000 Euro.



Beschäftigte

Knapp die Hälfte der befragten Unternehmen hat weniger als 10 Beschäftigte (48,4%). Zwischen 11 und 50 Beschäftigte haben immerhin noch gut 35%. Lediglich 8% aller befragten Unternehmen haben mehr als 100 Beschäftigte.



Hauptverband des Deutschen Einzelhandels (HDE)

Monika Dürrer

Geschäftsführerin Handelspolitik

duerrer@hde.de

Telefon: 030 / 72 62 50 11