

Unternehmensbefragung 2022

Finanzierungsklima erholt sich von der Corona-Krise – Nachhaltigkeit gewinnt an Bedeutung

Zusammenfassung

Autorin: Dr. Jennifer Abel-Koch, Telefon 069 7431-9592, Jennifer.abel-koch@kfw.de

Nach einer deutlichen Verschlechterung des Finanzierungsklimas in der Corona-Krise hat sich die Situation für die Unternehmen im vergangenen Jahr wieder etwas entspannt. Die Kreditnachfrage ist zuletzt wieder zurückgegangen, nachdem sie zu Beginn der Pandemie aufgrund des erhöhten Liquiditätsbedarfs der Unternehmen deutlich zugenommen hatte. Auch mit Blick auf die Eigenkapitalquoten der Unternehmen stellt sich die Situation momentan wieder etwas positiver dar als noch vor einem Jahr. Dies zeigen die Ergebnisse der Unternehmensbefragung 2022.

Gemeinsam mit 17 Spitzen-, Fach- und Regionalverbänden der Wirtschaft hat KfW Research zum 21. Mal eine breit gefächerte Befragung von Unternehmen aller Größenklassen, Wirtschaftszweige, Rechtsformen und Regionen durchgeführt. Die Befragung erfolgte im Zeitraum zwischen Mitte Dezember 2021 und Mitte April 2022 und bildet im Wesentlichen die Situation und Stimmungslage im Jahr 2021 ab.

Die Auswirkungen des Ukraine-Kriegs spiegeln sich damit in den Befragungsergebnissen noch nicht in vollem Ausmaß wider. Die weitere Entwicklung des Finanzierungsumfelds unterliegt angesichts der sich eintrübenden Konjunktur und einer zunehmenden Straffung der Geldpolitik einer hohen Unsicherheit.

Eine Herausforderung bleibt die Transformation hin zu einer nachhaltigen und klimaneutralen Wirtschaft. Die aktuellen Befragungsergebnisse zeigen, dass das Thema Nachhaltigkeit für die Unternehmen immer mehr an Bedeutung gewinnt. Auch in Kreditverhandlungen spielt es bereits eine Rolle. Gleichzeitig sind mangelnde finanzielle Ressourcen ein zentrales Hemmnis für ein stärkeres Engagement der Unternehmen in Sachen Nachhaltigkeit.

Die wichtigsten Ergebnisse der Unternehmensbefragung 2022 sind:

1. Das Finanzierungsklima hat sich gegenüber der vorherigen Befragung wieder etwas verbessert, bleibt jedoch unter dem Vorkrisenniveau. Beurteilten in der letztjährigen Befragung nur rund 35 % der Unternehmen den Kreditzugang als leicht, waren es in der aktuellen Befragung knapp 41 %. Vor allem im Dienstleistungssektor und im Einzelhandel bleibt das Finanzierungsklima angespannt.
2. Die Kreditnachfrage ist im Jahr 2021 im Vergleich zum Vorjahr wieder etwas zurückgegangen. Rund 44 % der Unternehmen haben im Jahr 2021 Kreditverhandlungen geführt – fast ein Drittel weniger als im Corona-Jahr 2020, in dem viele Unternehmen Kredite in Anspruch genommen hatten, um Liquiditätsengpässe zu überbrücken.
3. Am häufigsten wurden langfristige Kredite nachgefragt. Rund 56 % aller Unternehmen in Kreditverhandlungen führten diese zu Krediten mit Laufzeiten von mindestens 5 Jahren. Etwa 48 % der Unternehmen haben sich in ihren Kreditverhandlungen um mittelfristige Kredite und rund 47 % der Unternehmen um kurzfristige Kredite bemüht.
4. In mehr als der Hälfte aller Fälle führten die Kreditverhandlungen zum Erfolg. In der aktuellen Befragung gaben rund 54 % der Unternehmen, die Verhandlungen über kurzfristige Kredite geführt haben, an, dass diese erfolgreich waren. Bei mittelfristigen Krediten kamen 58 %, bei langfristigen Krediten 54 % der Verhandlungen zu einem Abschluss.
5. Während in der vorherigen Befragung erstmals mehr Unternehmen von gesunkenen als von gestiegenen Eigenkapitalquoten berichteten, deutet die aktuelle Befragung auf eine Stabilisierung der Entwicklung hin. Für das Jahr 2021 berichtet rund ein Drittel der Unternehmen von einer Verschlechterung der Eigenkapitalquote, aber auch ein Drittel von einer Verbesserung.
6. Eine Entspannung gegenüber der letztjährigen Befragung deutet sich auch bei der Entwicklung der Ratingnoten an. 24,1 % der Unternehmen

meldeten eine Verbesserung, 28,5 % eine Verschlechterung. Damit ist der Saldo aus Verbesserungs- und Verschlechterungsmeldungen immer noch leicht negativ (-4.4 %), aber deutlich kleiner als in der letztjährigen Erhebung (-15 %).

7. Die Corona-Pandemie hat sich auch auf die Kommunikation zwischen Unternehmen und Kreditinstituten ausgewirkt und den Trend zur Digitalisierung beschleunigt. Eine Zunahme der Nutzung digitaler Kanäle wie E-Mail, Videotelefonie oder Chats seit März 2020 stellten 34 % mehr Unternehmen fest als eine Abnahme. Im Saldo zugelegt hat auch die Nutzung digitaler Online-Banking Angebote (28 %) sowie der telefonische Kontakt (14 %). Der persönliche Kontakt (-34 %) sowie die Nutzung der Bankfiliale (-36 %) haben dagegen stark abgenommen.
8. Das Thema Nachhaltigkeit hat für 57 % der Unternehmen aktuell einen hohen oder sogar sehr hohen Stellenwert. Rund 78 % der Befragten gehen davon aus, dass das Thema Nachhaltigkeit in drei bis fünf Jahren einen hohen oder sehr hohen Stellenwert für ihr Unternehmen haben wird. Ein Bedeutungszuwachs wird dabei in allen Wirtschaftszweigen und allen Unternehmensgrößenklassen erwartet.
9. Als wichtigsten Grund, sich mit dem Thema Nachhaltigkeit intensiver auseinanderzusetzen, geben drei Viertel aller befragten Unternehmen gesellschaftliche Verantwortung an. Weitere wichtige Motive sind Kundenanforderungen (65 %), die Senkung von Betriebskosten (57 %) und – insbesondere für größere Unternehmen – gesetzliche Vorgaben (53 %). Eine stärkere Mitarbeitermotivation (40 %), der Zugang zu neuen Märkten (22 %) oder Anforderungen von Lieferanten (15 %) spielen eine kleinere Rolle. Anforderungen von Kreditinstituten sind bislang kaum ausschlaggebend (3 %).
10. Auch wenn Anforderungen von Kreditinstituten nicht zu den wichtigsten Gründen für mehr Nachhaltigkeit gehören, gaben rund 18 % der Unternehmen mit Kreditverhandlungen an, dass das Thema darin eine Rolle gespielt hat. Vor allem bei Unternehmen mit mehr als 50 Mio. EUR Jahresumsätzen wurde das Thema Nachhaltigkeit in den Kreditverhandlungen angesprochen (30 %).
11. Fehlende finanzielle Mittel stellen für 43 % der Unternehmen ein wichtiges Hemmnis für ein stärkeres Nachhaltigkeitsengagement dar. Besonders betroffen sind kleinere Unternehmen mit geringen Jahresumsätzen. Ein größeres Hemmnis sind nur fehlende personelle Ressourcen (49 %). Darüber hinaus spielen fehlende alternative Technologien oder Materialien (41 %), fehlende Beratungsangebote (32 %) und mangelndes Wissen über das Thema (29 %) eine Rolle. Keine Notwendigkeit, sich mit dem Thema Nachhaltigkeit zu befassen, sehen nur 12 % aller Befragten.