

»»» Unternehmensbefragung 2024

Finanzierungsklima aktuell eingetrübt
– Nachhaltigkeit gewinnt weiter an Bedeutung

Inhalt

Zusammenfassung	3
Entwicklung der Finanzierungsbedingungen und Kreditnachfrage	6
Entwicklung von Eigenkapitalquote und Ratingnote	10
Bedeutung einzelner Finanzierungsinstrumente	15
Nachhaltigkeit in Unternehmen	18
Anhang	29

Zusammenfassung (1)

Nachdem sich das Finanzierungsklima bis Anfang 2022 vom Corona-Schock erholte, hat sich infolge der geldpolitischen Straffung das Finanzierungsumfeld für Unternehmen seitdem wieder spürbar eingetrübt. Durch die gleichzeitig schwierige konjunkturelle Lage ließ in einigen Teilen des Unternehmenssektors auch die Kreditnachfrage entsprechend nach. Trotz der Herausforderungen stabilisierte sich aber die Eigenkapital-situation der Unternehmen. Und auch das Thema Nachhaltigkeit rückte bei den Unternehmen weiter stärker in den Fokus. Dies zeigen die Ergebnisse der Unternehmensbefragung 2024.

Gemeinsam mit 17 Spitzen-, Fach- und Regionalverbänden der Wirtschaft hat die KfW Bankengruppe auch in diesem Jahr eine breit gefächerte Befragung von Unternehmen aller Größenklassen, Wirtschaftszweige, Rechtsformen und Regionen durchgeführt. Die Befragung erfolgte im Zeitraum zwischen Anfang März und Ende April 2024 und bildet im Wesentlichen die Situation und Stimmungslage im Jahr 2023 wieder.

Die wichtigsten Ergebnisse der Unternehmensbefragung 2024 sind:

- (1) Das Finanzierungsklima hat sich im Vergleich zur Vorerhebung im Jahr 2022 eingetrübt. Beurteilten in der letzten Befragung noch 43 % der Unternehmen den Kreditzugang als leicht, waren es in der aktuellen Befragung nur knapp 35 %. Vor allem im Einzelhandel und im Dienstleistungssektor war das Finanzierungsklima in diesem Frühjahr angespannt.
- (2) In den zwölf Monaten vor Befragungsbeginn haben 49 % der befragten Unternehmen Kreditverhandlungen geführt. Gegenüber der Vorerhebung im Jahr 2022, die sich auf die Nachfrage im Jahr 2021 bezieht, ist dieser Wert nahezu konstant geblieben. Die Entwicklung unterscheidet sich jedoch stark zwischen verschiedenen Teilen des Unternehmenssektors. Im Segment der kleineren Unternehmen ist die Nachfrage nach Krediten eher zurückgegangen.

Zusammenfassung (2)

- (3) Die Stabilisierung der Eigenkapitalsituation der Unternehmen nach dem Corona-Schock setzte sich im vergangenen Jahr fort. Rund 37 % der befragten Unternehmen meldeten im Frühjahr 2024, dass ihre Eigenkapitalquote innerhalb der zurückliegenden zwölf Monate gestiegen sei. Lediglich 24 % berichteten von einer Verschlechterung. In der Vorerhebung lagen diese Anteile noch bei jeweils rund 34 %.
- (4) Auch bei den Ratingnoten ist eine weitere Entspannung sichtbar. So meldeten zuletzt rund 24 % der Unternehmen eine Verbesserung ihrer Ratingnote. Lediglich rund 19 % der befragten Unternehmen berichteten von einer Verschlechterung. Im Vergleich zur Vorerhebung ist der Saldo aus Verbesserungs- abzüglich Verschlechterungsmeldungen somit wieder positiv.
- (5) Die aktuelle Befragung bestätigt, dass Innenfinanzierung weiterhin die mit Abstand wichtigste Rolle in der Unternehmensfinanzierung spielt. Daneben kommen auch Bankkrediten sowie Darlehen und Einlagen von Gesellschaftern und Familienangehörigen eine hohe Bedeutung zu. Alternative Finanzierungsformen wie Mezzanine- oder Beteiligungsfinanzierungen, sind dagegen nach wie vor nur von untergeordneter Relevanz. Auch neuere Finanzierungsinstrumente wie Kredite von Kreditfonds sowie Crowdfunding konnten sich bisher nicht in der Breite durchsetzen.
- (6) Das Thema Nachhaltigkeit ist bei den Unternehmen mittlerweile fest verankert. Für mehr als die Hälfte der befragten Unternehmen hat das Thema aktuell einen (sehr) hohen Stellenwert. Eine besonders hohe Relevanz hat Nachhaltigkeit für Unternehmen im Verarbeitenden Gewerbe und im Dienstleistungssektor. Auch größere Unternehmen schätzen die Bedeutung tendenziell höher ein. Insgesamt dürfte die Bedeutung des Themas Nachhaltigkeit aus Sicht der Unternehmen in den nächsten drei bis fünf Jahren weiter zunehmen.
- (7) Als die wichtigsten Gründe, sich mit dem Thema Nachhaltigkeit intensiver auseinanderzusetzen, nannten jeweils rund 70 % aller befragten Unternehmen Kundenanforderungen sowie gesellschaftliche Verantwortung. Auch gesetzliche Vorgaben (60 %) und die Senkung von Betriebskosten (56 %) sind für die Mehrheit der Unternehmen wichtige Motive sich mit dem Thema zu beschäftigen. Insbesondere mangelnde personelle Ressourcen (58 %) und fehlende finanzielle Mittel (45 %) stellen für die Unternehmen aber wesentliche Hemmnisse für ein stärkeres Nachhaltigkeitsengagement dar.

Zusammenfassung (3)

- (8) Das Thema Nachhaltigkeit spielt auch bei Kreditverhandlungen eine immer größere Rolle. Mehr als jedes vierte Unternehmen (27 %), welches in den 12 Monaten vor der Befragung Kreditverhandlungen geführt hat, gab an, dass in den Verhandlungen das Thema Nachhaltigkeit adressiert wurde. In der letzten Erhebung im Jahr 2022 war dies nur für rund 18 % der Unternehmen der Fall. Vergleichsweise häufig spielten Nachhaltigkeitsaspekte bei Kreditverhandlungen von größeren Unternehmen eine Rolle.
- (9) Von den Unternehmen, die angaben, dass in Kreditgesprächen das Thema Nachhaltigkeit adressiert wurde, sind etwas mehr als die Hälfte (56 %) nach spezifischen Nachhaltigkeitsinformationen oder -indikatoren gefragt worden. Dabei handelte es sich am häufigsten um Daten zu Treibhausgasemissionen (40 %) sowie zum Energieverbrauch (38 %). Mehr als jedes vierte Unternehmen, das nach spezifische Daten gefragt wurde, gab an, dass ein ESG-Rating oder Zertifizierung vorgelegt werden musste. Dabei handelte es zum weitüberwiegenden Teil um größere Unternehmen.
- (10) Bisher machen Kredite mit Nachhaltigkeitskriterien noch einen sehr kleinen Anteil im Kreditbestand der Unternehmen aus. Bei rund 85 % der Unternehmen liegt dieser Anteil bei Null. Nur bei rund jedem zehnten Unternehmen machen Kredite mit Nachhaltigkeitskriterien derzeit bis zu 25 % an ihrem Kreditportfolio aus.
- (11) Viele Unternehmen sind sich bewusst, dass sie zukünftig im Rahmen von Kreditverhandlungen voraussichtlich häufiger auf das Thema Nachhaltigkeit angesprochen werden. Vier von zehn befragten Unternehmen rechnen damit, dass die Transparenzanforderungen bzgl. Nachhaltigkeit im Zuge von Kreditverhandlungen künftig zunehmen werden. Derzeit sieht sich aber nur jedes dritte Unternehmen hinsichtlich Nachhaltigkeitskennzahlen gut oder sehr gut aufgestellt bzw. vorbereitet. Insbesondere im Segment der größeren Unternehmen zeigen sich ausgeprägte Lücken zwischen erwarteter Relevanz des Themas und Vorbereitungsstand.

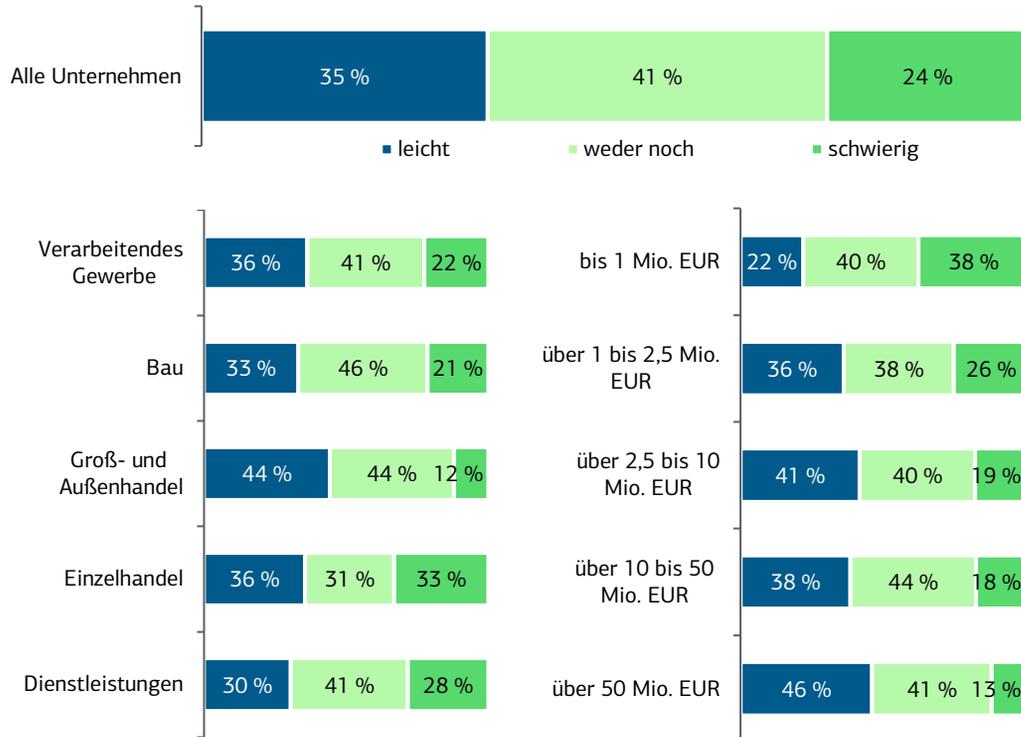
Entwicklung der Finanzierungsbedingungen und Kreditnachfrage

Das Finanzierungsumfeld der Unternehmen hat sich seit der letzten Erhebung im Frühjahr 2022 spürbar gewandelt. Die hohen Inflationszahlen im Jahr 2022 – die vor allem durch die deutlich gestiegenen Energiepreise infolge des Kriegs in der Ukraine getrieben wurden – haben die Europäische Zentralbank (EZB) unter Zugzwang gebracht, mit einer restriktiveren Geldpolitik entgegenzuwirken. Nach über zehn Jahren Niedrigzinspolitik wurde zwischen Juli 2022 und September 2023 die stärkste und schnellste Straffung der Geldpolitik seit Bestehen der Eurozone vollzogen. Die Leitzinssätze der EZB wurden in diesem Zeitraum zehn Mal erhöht – der Hauptrefinanzierungssatz lag seitdem bis Anfang Juni 2024 bei 4,5 %. Die gestiegenen Leitzinsen schlugen sich dabei unmittelbar in den Finanzierungskosten nieder. Kredite (nicht nur) für Unternehmen haben sich in kurzer Zeit deutlich verteuert.

Entsprechend zeichnete sich Ende 2022 ab, dass die Situation am Kreditmarkt für Unternehmen ungemütlicher wird. Das Verhalten der Banken in Kreditverhandlungen wurde als zunehmend restriktiver eingestuft.¹ Auch im Laufe des Jahres 2023 und zu Beginn des Jahres 2024 sahen sich die Unternehmen weiter Schwierigkeiten bei der Kreditaufnahme gegenüber, wie die KfW-ifo-Kredithürde dokumentiert.² Dies bestätigen auch die Ergebnisse unserer diesjährigen Unternehmensbefragung. Zusätzlich bleibt auch das konjunkturelle Umfeld für die Unternehmen herausfordernd. Die eingetrübte Wirtschaftslage und hohen Zinsen haben in der Folge die Kreditnachfrage in einigen Teilen des Unternehmenssektors zuletzt eher gedämpft.

Das Finanzierungsklima hat sich im Vergleich zur Vorerhebung im Jahr 2022 eingetrübt

Finanzierungsklima nach Wirtschaftszweigen und Umsatzgrößenklasse (Anteile in Prozent)



Der Anteil der Unternehmen, die die Aufnahme eines Kredits als schwierig einschätzten, lag in der diesjährigen Befragung bei rund 24 % und damit rund 2 Prozentpunkte über dem Wert vom Frühjahr 2022, als die Befragung letztmalig durchgeführt wurde (Grafik oben). Lediglich 35 % der Unternehmen gaben an, dass der Kreditzugang derzeit leicht ist. Gegenüber der Vorerhebung ist dieser Anteil um rund 8 Prozentpunkte zurückgegangen.

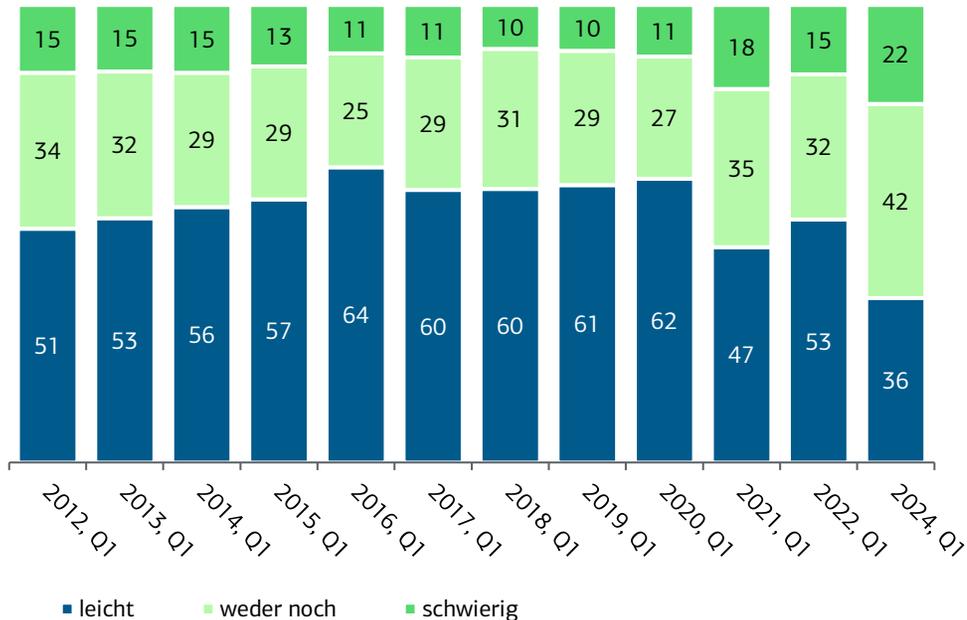
Das Finanzierungsklima wurde im Frühjahr insbesondere von Unternehmen im Einzelhandel als schwierig empfunden – hier lag der Anteil an Negativ-Meldungen mit rund 33 % deutlich über dem Durchschnitt (Grafik unten, links). Im Groß- und Außenhandel berichteten hingegen nur 12 % der befragten Unternehmen von einem schwierigen Kreditzugang. Dagegen beurteilten mehr als vier von zehn Unternehmen in diesem Wirtschaftszweig den Kreditzugang derzeit als leicht.

Auch eine Betrachtung nach Größenklassen zeigt für jedes Segment eine im Vergleich zur Vorerhebung pessimistischere Einschätzung des Finanzierungsklimas. Gleichzeitig zeigt sich auch eine klare Größenabhängigkeit beim Kreditzugang: Je kleiner das Unternehmen umso größer sind die benannten Schwierigkeiten (Grafik unten, rechts).³ Im Segment der Kleinstunternehmen mit bis 1 Mio. EUR Jahresumsatz berichtete mehr als jedes dritte Unternehmen von einem schwierigen Kreditzugang (38 %). Im Segment der Unternehmen mit mehr als 50 Mio. EUR Umsatz waren es nur 13 %. Die deutlichsten Verschlechterungen in der Einschätzung des Finanzierungsklimas sind in den Größenklassen über 2,5 bis 10 Mio. EUR sowie über 10 bis 50 Mio. EUR zu beobachten. Im Vergleich zur Vorerhebung stiegen in diesen Segmenten die Anteile der Negativ-Meldungen um 7,5 bzw. 8,2 Prozentpunkte.

Langfrist-Betrachtung des Finanzierungsklimas verdeutlichen Auswirkungen der Corona-Krise und der geldpolitischen Straffung

Langfristige Entwicklung des Finanzierungsklimas

(Wahrscheinlichkeit in Prozent)



Lesebeispiel: Die Wahrscheinlichkeit, dass ein für die Stichprobe typisches Unternehmen angibt, die Kreditaufnahme in den zurückliegenden zwölf Monaten sei schwierig gewesen, ist gegenüber der Vorerhebung von 15 auf 22 % gestiegen.

Die Ergebnisse einer multivariaten Analyse, die die Veränderung des Antwortverhaltens im Zeitablauf – bei einer simulierten unveränderten Stichprobenszusammensetzung – modelliert, verdeutlichen die bereits mit der Corona-Pandemie einsetzende Verschlechterung des Finanzierungsklimas.

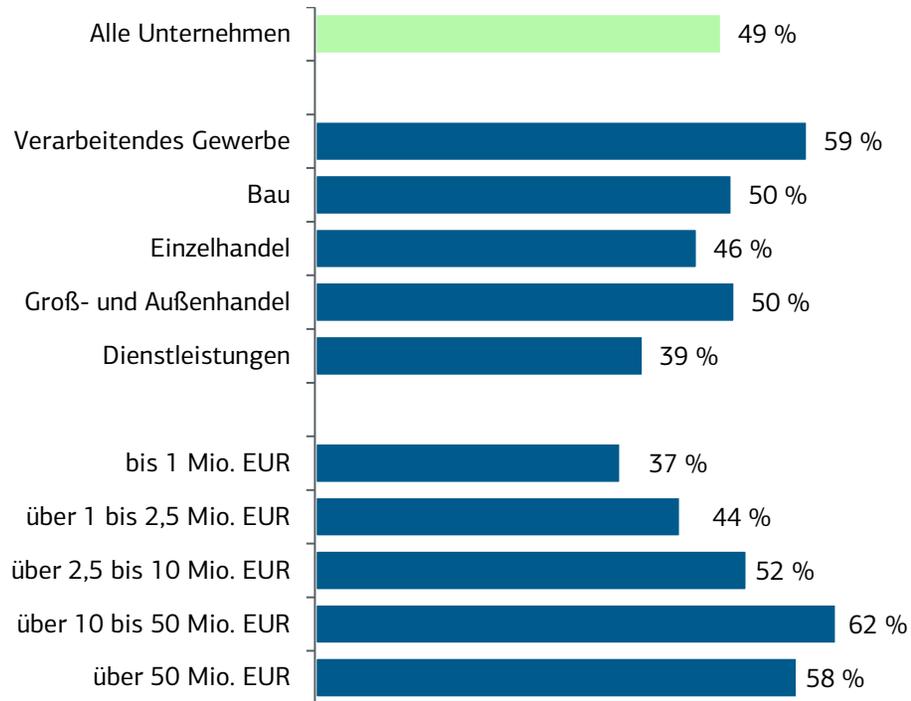
Die Corona-Krise beendete eine Phase, in welcher sich das Finanzierungsklima nach Einschätzung der befragten Unternehmen fast stetig verbessert hat. Im Jahr 2012 überstieg die Wahrscheinlichkeit einen „leichten“ Kreditzugang zu melden um rund 36 Prozentpunkte. Bis zum Befragungsjahr 2020 stieg der Saldo auf rund 51 Prozentpunkte (Befragungszeitpunkt Q1 2020). Im Jahr 2021 fiel er auf 29 Prozentpunkte. Nach einer Erholung im Jahr 2022 – der Saldo legte wieder zu auf 38 Prozentpunkte – fällt die Bewertung des Finanzierungsklimas im Frühjahr 2024 wieder deutlich schlechter aus.

Die Wahrscheinlichkeit, dass ein für die Befragung typisches Unternehmen ein schwieriges Kreditklima meldet, legte gegenüber dem Frühjahr 2022 von 15,2 auf 21,7 % zu – der höchste Wert seit Beginn der Berechnungen. Gleichzeitig ging die Wahrscheinlichkeit einen „leichten“ Kreditzugang zu melden um 17,2 Prozentpunkte zurück.

Durch die im Juni 2024 eingeleitete Zinswende (Senkung der Leitzinsen auf 4,25 %) könnte sich das Finanzierungsklima in der kommenden Zeit wieder etwas erholen. Dies wird jedoch stark davon abhängen, wie die Entwicklung der Zinsen aber auch die der konjunkturellen Lage weitergeht.

Kreditnachfrage auf ähnlichem Niveau wie in der Vorerhebung – jedoch deutliche Unterschiede zwischen den Größenklassen

Unternehmen mit Kreditverhandlungen (Anteile in Prozent)



In den zwölf Monaten vor Befragungsbeginn haben 49 % der Unternehmen Kreditverhandlungen geführt. Gegenüber der Vorerhebung im Jahr 2022, die sich auf die Nachfrage im Jahr 2021 bezieht, ist dieser Wert nahezu konstant geblieben.

Die Anteile schwanken jedoch merklich zwischen den Wirtschaftszweigen. Mit 39 % führten Unternehmen im Dienstleistungssektor am seltensten Kreditverhandlungen. Auch im Einzelhandel war der Anteil mit rund 46 % unterdurchschnittlich. Unternehmen im Verarbeitenden Gewerbe führten mit einem Anteil von 59 % dagegen am häufigsten Verhandlungen, gefolgt von Unternehmen im Baugewerbe und im Groß- und Außenhandel (je rund 50 %).

Traditionell ist die Kreditnachfrage unter größeren Unternehmen höher. Rund sechs von zehn Unternehmen mit mehr als 10 Mio. EUR Jahresumsatz haben in den zwölf Monaten vor Befragungsbeginn Kreditverhandlungen geführt. Gegenüber der Vorerhebung im Frühjahr 2022 ist der Anteil der in Verhandlung stehenden Unternehmen in den größeren Umsatzgrößenklassen sogar deutlich gestiegen (+17,6 Prozentpunkte im Größensegment „über 10 bis 50 Mio. EUR“) – während die Kreditnachfrage im Segment der kleineren Unternehmen eher zurückgegangen ist (-10,6 Prozentpunkte im Segment „über 1 bis 2,5 Mio. EUR.“).

Entwicklung der Eigenkapitalquoten und Ratingnote

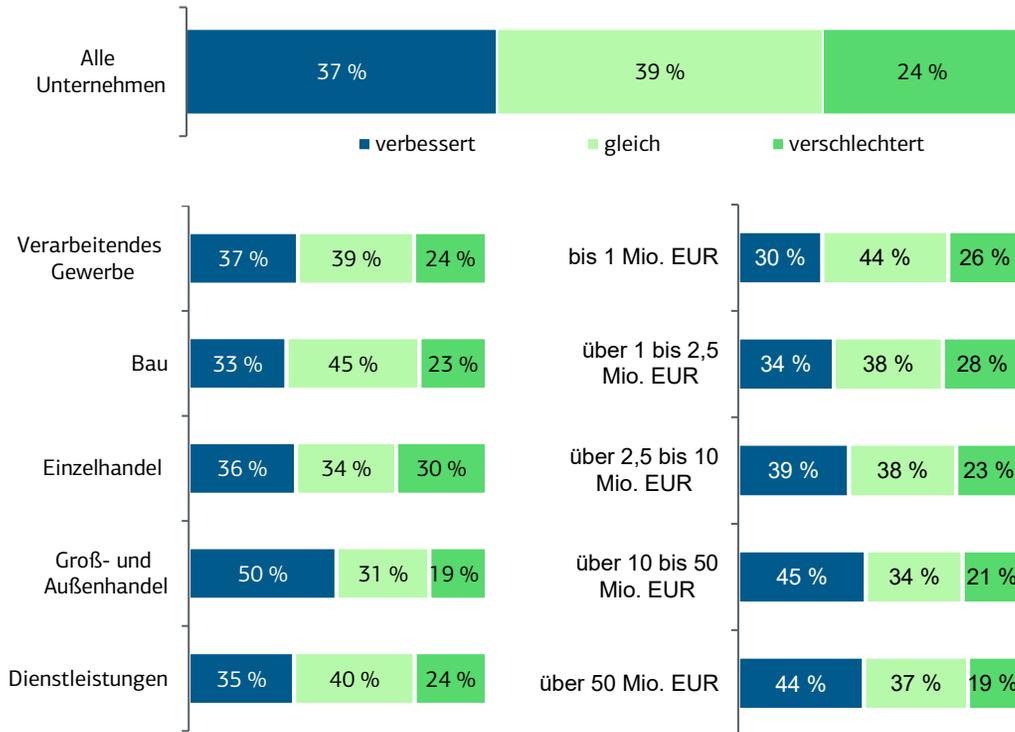
Als eine der zentralen Finanzkennziffern misst die Eigenkapitalquote das Verhältnis von Eigenkapital zum Gesamtkapital eines Unternehmens. Sie ist ein wichtiger Indikator für das Kreditrisiko, das ein potenzieller Kreditgeber mit einem Kredit an das Unternehmen eingeht, und beeinflusst daher sowohl die Kreditentscheidung als auch die Konditionengestaltung. Die Eigenkapitalquote fließt auch in das Rating eines Unternehmens ein, das die individuelle Ausfallwahrscheinlichkeit auf Basis verschiedener Faktoren unter Anwendung statistischer Verfahren ermittelt. Eigenkapitalquote und Ratingnote haben einen wesentlichen Einfluss auf die Finanzierungsbedingungen und ergänzen damit das Bild des Finanzierungsumfelds, das sich aus der subjektiven Einschätzung der Unternehmen ergibt.⁴

Die Eigenkapitalausstattung der Unternehmen in Deutschland hat sich seit der Jahrtausendwende insgesamt deutlich verbessert. Die Eigenkapitalquoten stiegen von durchschnittlichen rund 20 % im Jahr 1997 auf rund 30 % im Jahr 2022.⁵

Viele Unternehmen haben diese aktiv erhöht, um sich an die neuen Rahmenbedingungen am Finanzmarkt anzupassen. Gleichzeitig haben die Unternehmen so ihre Resilienz gegenüber unerwarteten Ereignissen deutlich gestärkt. Denn eine gute Eigenkapitalausstattung ermöglicht nicht nur Verluste in wirtschaftlichen schwierigen Zeiten länger abzufedern. Sie stärkt auch die Bonität der Unternehmen und hilft, den Fremdkapitalzugang offen zu halten. Dies hat sich in den vergangenen vier Jahren, die von zwei kurz aufeinander folgenden Krisen geprägt waren, eindrücklich gezeigt. Die Corona-Krise hat den Trend stetig steigender Eigenkapitalquoten zwar zum Halten gebracht – der vielfach befürchtete massive Einbruch der Eigenkapitalausstattung im Unternehmenssektor blieb jedoch aus. Auch im Angesicht der Energiekrise und der zuletzt schwierigen konjunkturellen Lage zeigte sich die Kapitalstruktur der Unternehmen robust.⁶ Dies bestätigen auch die Ergebnisse unserer diesjährigen Befragung.

Entwicklung der Eigenkapitalquoten stabilisiert sich trotz schwieriger konjunktureller Lage

Entwicklung der Eigenkapitalquote nach Wirtschaftszweigen und Umsatzgrößenklasse (Anteile in Prozent)



Bereits in der letzten Befragung im Jahr 2022 deutete sich eine Stabilisierung der Eigenkapitalsituation der Unternehmen nach dem Einbruch in der Corona-Krise an. Dies setzte sich auch im vergangenen Jahr fort. Trotz der Herausforderungen im Jahr 2023 berichteten deutlich mehr Unternehmen von gestiegenen als von gesunkenen Eigenkapitalquoten (Grafiken oben). Mehr als ein Drittel der befragten Unternehmen (37 %) meldeten im Frühjahr 2024, dass ihre Eigenkapitalquote innerhalb der zurückliegenden zwölf Monate gestiegen sei. Ein ähnlich hoher Anteil gab an, dass sich die Eigenkapitalquote nicht verändert hat. Lediglich 24 % berichteten von einer Verschlechterung.

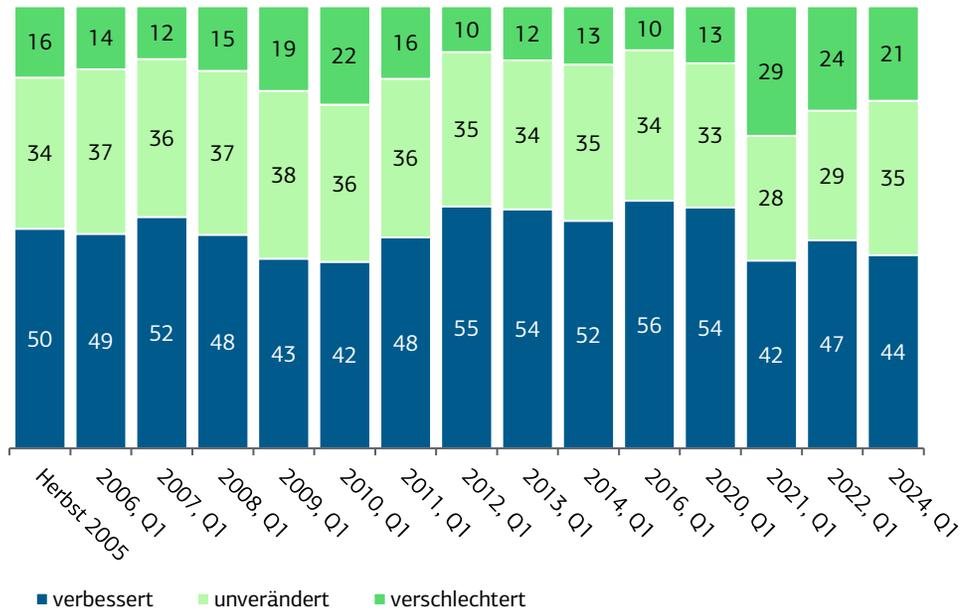
Im Branchenvergleich fällt insbesondere der Groß- und Außenhandel auf (Grafik unten, links). In diesem Wirtschaftszweig meldeten die Hälfte der befragten Unternehmen eine Verbesserung ihrer Eigenkapitalsituation. Im Baugewerbe waren es mit 33 % die wenigsten. Trotz dieser Unterschiede: in allen Branchen überwogen die Verbesserungsmeldungen.

Ein deutliches Muster zeigt sich bei einer Betrachtung der Eigenkapitalquoten nach Größenklassen (Grafik unten, rechts). Je höher der Umsatz, desto tendenziell häufiger die Positivmeldungen. So berichteten mehr als vier von zehn Unternehmen mit einem Jahresumsatz von über 10 Mio. EUR, aber nur 30 % der Unternehmen mit einem Jahresumsatz von unter 1 Mio. EUR von einer Verbesserung ihrer Eigenkapitalquoten. Spiegelbildlich stellt sich der Anteil der Unternehmen dar, die eine Verschlechterung ihrer Eigenkapitalquote in den 12 Monaten vor der Befragung meldeten.

Auch im langfristigen Trend zeigt sich eine Stabilisierung der Eigenkapitalsituation

Langfristige Entwicklung der Eigenkapitalquoten

(Wahrscheinlichkeit in Prozent)



Lesebeispiel: Die Wahrscheinlichkeit, dass ein für die Stichprobe typisches Unternehmen angibt, die Eigenkapitalquote habe sich innerhalb der zurückliegenden zwölf Monate verbessert, ist gegenüber der Vorerhebung von 47 auf 44 % zurückgegangen.

Ergebnisse einer multivariaten Analyse, die Veränderungen des Antwortverhaltens im Zeitablauf – bei einer simuliert unveränderten Stichprobenzusammensetzung – modelliert, bestätigen, dass sich die Eigenkapitalsituation seit dem Einbruch in der Corona-Pandemie wieder stabilisiert. So ist die Wahrscheinlichkeit einer Verschlechterung der Eigenkapitalquote von 29,3 % im Jahr 2021 – dem höchsten Wert seit Beginn der Erhebung – auf 21,4 % im Jahr 2024 zurückgegangen. Sie liegt jedoch weiterhin über dem langfristigen Durchschnitt von rund 16 % und ist vergleichbar mit dem Wert im Befragungsjahr 2010, der die Effekte der Finanz- und Wirtschaftskrise im Jahr 2009 widerspiegelt.

Gleichzeitig ist die Wahrscheinlichkeit einer Verbesserung der Eigenkapitalquote im Vergleich zur Vorerhebung wieder leicht gesunken. Mit einem Wert von 43,7 % liegt sie zwar über dem Wert von 2021, aber immer noch deutlich unter dem langjährigen Durchschnitt von 49,6 %.

Die Analyse zeigt auch, dass im zurückliegenden Jahr insbesondere im Segment der Kleinunternehmen mit bis zu 2,5 Mio. EUR Umsatz eine positive Entwicklung beobachtet werden konnte (Grafiken Seite 14). So ist die Wahrscheinlichkeit, dass ein Unternehmen dieser Größenklasse eine Verbesserung (Verschlechterung) seiner Eigenkapitalquote meldete, im Vergleich zum Jahr 2022 um 4 Prozentpunkte gestiegen (um 3 Prozentpunkte gefallen). Dies ist konträr zu den Entwicklungen in den Umsatzgrößenklassen 2,5 Mio. bis 25 Mio. EUR und über 25 Mio. EUR. In diesen Segmenten sind die Wahrscheinlichkeiten, dass eine Verbesserung (Verschlechterung) der Eigenkapitalquote gemeldet wurde, um 11,7 bzw. 8,8 Prozentpunkte gefallen (um 5,1 bzw. 5,0 Prozentpunkte gestiegen).

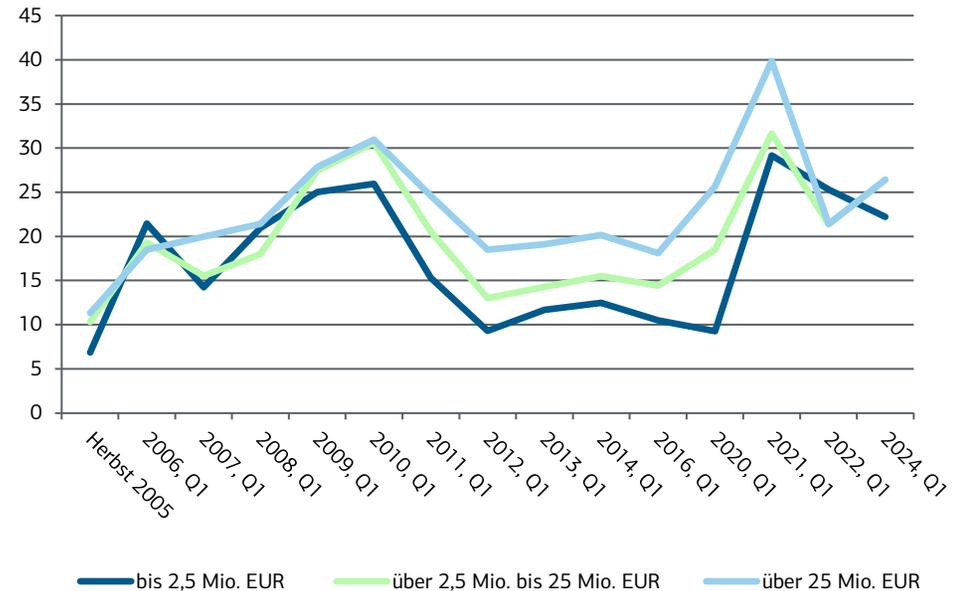
Ein positiver Trend war zuletzt insbesondere bei kleinen Unternehmen sichtbar

Langfristige Entwicklung der Eigenkapitalquote nach Umsatzgrößenklassen (Wahrscheinlichkeit in Prozent)

Verbesserungsmeldungen



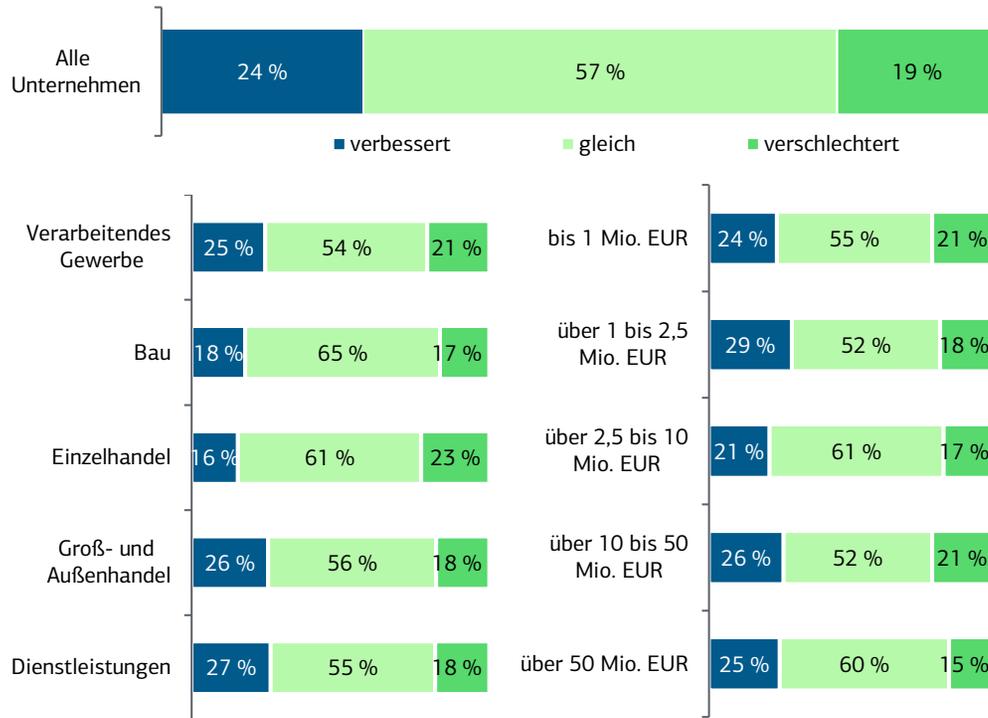
Verschlechterungsmeldungen



Lesebeispiel: Die Wahrscheinlichkeit, dass ein für die Stichprobe typisches Unternehmen mit bis zu 2,5 Mio. EUR Umsatz angibt, die Eigenkapitalquote habe sich innerhalb der zurückliegenden zwölf Monate verbessert, ist gegenüber der Vorerhebung von 32,7 auf 36,7 % gestiegen.

Auch die Ratingnoten stabilisieren sich – wieder mehr Unternehmen konnten ihr Rating verbessern

Entwicklung der Ratingnote nach Wirtschaftszweigen und Umsatzgrößenklasse (Anteile in Prozent)



Auch bei den Ratingnoten deutet sich eine Stabilisierung an. So meldeten zuletzt rund 24 % der Unternehmen eine Verbesserung ihrer Ratingnote. Bei mehr als jedem zweiten Unternehmen hat sich die Ratingnote in den vorangegangenen 12 Monaten nicht verändert (Grafik oben). Lediglich rund 19 % der befragten Unternehmen berichteten von einer Verschlechterung ihrer Ratingnote. Im Vergleich zur Vorerhebung ist der Saldo (aus Verbesserungs- abzüglich Verschlechterungsmeldungen) wieder positiv (5,1 Punkte). Für das Jahr 2021 meldeten noch 27,5 % eine Verschlechterung und nur 25 % eine Verbesserung ihrer Ratingnote.

Vergleichsweise positiv war die Entwicklung im Jahr 2023 im Dienstleistungssektor sowie im Groß- und Außenhandel (Grafik unten, links). Aber auch im Verarbeitenden Gewerbe überwogen die Positivmeldungen. Deutlich schwieriger war die Lage im Einzelhandel. Hier berichteten mit 23 % deutlich mehr Unternehmen von einer Verschlechterung ihrer Ratingnote als von einer Verbesserung (16 %).

Weniger Unterschiede in der Entwicklung der Ratingnoten zeigen sich bei der Betrachtung nach Größenklassen (Grafik unten, rechts). Grundsätzlich weisen alle Segmente einen positiven Saldo aus Verbesserungs- und Verschlechterungsmeldungen auf. Die höchsten Salden weisen die Größenklassen „über 1 bis 2,5 Mio. EUR Umsatz“ sowie „über 50 Mio. EUR Umsatz“ auf.

Die Bedeutung einzelner Finanzierungsinstrumente

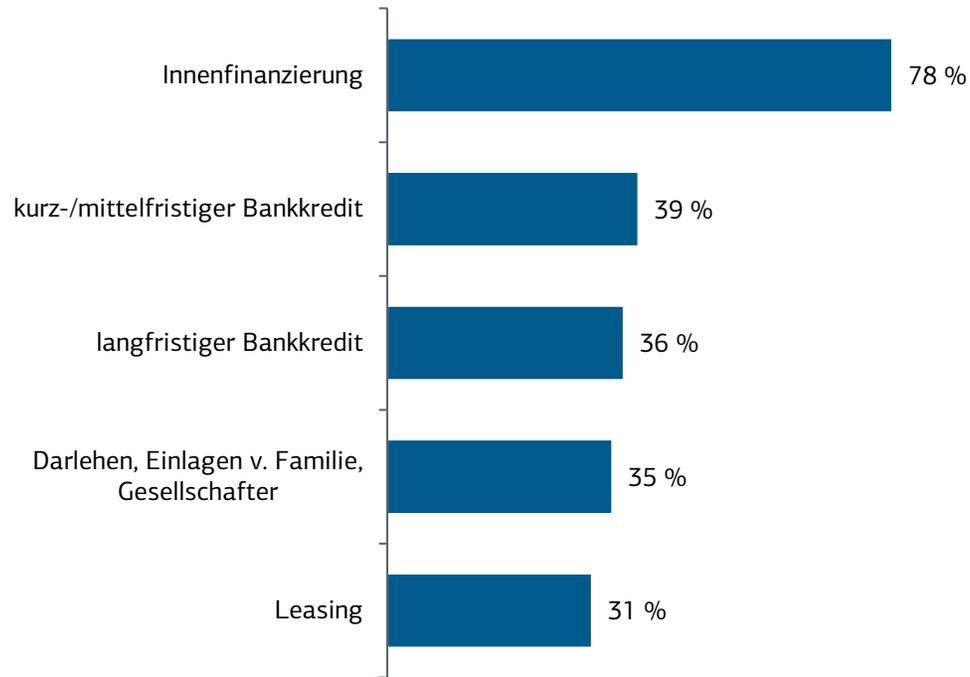
Für die Finanzierung ihrer Geschäftstätigkeiten stehen den Unternehmen eine Vielzahl an unterschiedlichen Finanzierungsinstrumenten zur Verfügung. Neben der Wahl zwischen Formen der Eigenkapitalfinanzierung (z. B. Innenfinanzierung oder Beteiligungsfinanzierung) und Formen der Fremdkapitalfinanzierung (z. B. Bankkredite oder Anleihen) können Unternehmen auch auf weitere Finanzierungsinstrumente wie Leasing, Factoring oder Mezzanine-Kapital zurückgreifen. Nicht jedes der genannten Instrumente eignet sich für jedes Finanzierungsvorhaben gleich gut. Darüber hinaus hat sich gezeigt, dass Unternehmen in ihre Finanzierungsentscheidung auch subjektive Überlegung wie Unabhängigkeit von Kapitalgebern einfließen lassen. In der Folge ergibt sich für die Unternehmen eine Art Rangordnung von präferierten Finanzierungsinstrumenten.⁷

Um einen aktuellen Einblick in die Bedeutung unterschiedlicher Finanzierungsinstrumente zu erhalten, wurden die befragten Unternehmen gebeten zu bewerten, wie wichtig aus ihrer Sicht diese Finanzierungsquellen sind. Die Bewertung erfolgte anhand einer Skala von eins („Wichtig“) bis drei („Unwichtig“). Die im Folgenden vorgelegten Ergebnisse konzentrieren sich aus Gründen der Übersichtlichkeit auf die Rückmeldungen von Unternehmen, die ein bestimmtes Finanzierungsinstrument als wichtig erachtet haben. Dabei zeigt sich, dass die Rangfolge der von den Unternehmen als wichtig erachteten Finanzierungsinstrumente im Vergleich zu früheren Erhebung nahezu unverändert ist.

Innenfinanzierung weiterhin mit großen Abstand das bedeutendste Finanzierungsinstrument für Unternehmen

Finanzierungsinstrument wird als wichtig erachtet (1)

(Anteile in Prozent)



Unter allen möglichen Finanzierungsinstrumenten nimmt die Innenfinanzierung aus Gewinnen, Abschreibungen und Rückstellungen auch in der diesjährigen Erhebungswelle den ersten Rang ein. Mehr als drei Viertel aller Befragten gab an, dass diese Finanzierungsform eine wichtige Rolle für ihr Unternehmen spielt (78 %). Dies dürfte vor allem daran liegen, dass Innenfinanzierung in der Regel die günstigste Finanzierungsform für Unternehmen ist.

Kurz- und mittelfristige Bankkredite mit einer Laufzeit von bis zu fünf Jahren wurden von 39 % der Unternehmen als wichtige Finanzierungsform bewertet und nehmen damit – mit deutlichen Abstand – den zweiten Rang ein. Kurzfristige Bankkredite werden insbesondere zur Überbrückung von Liquiditätsengpässen (bspw. aufgrund von Zahlungsschwankungen von Kunden) bzw. zur kurzfristigen (Vor-)Finanzierung von Waren und Betriebsmitteln eingesetzt.

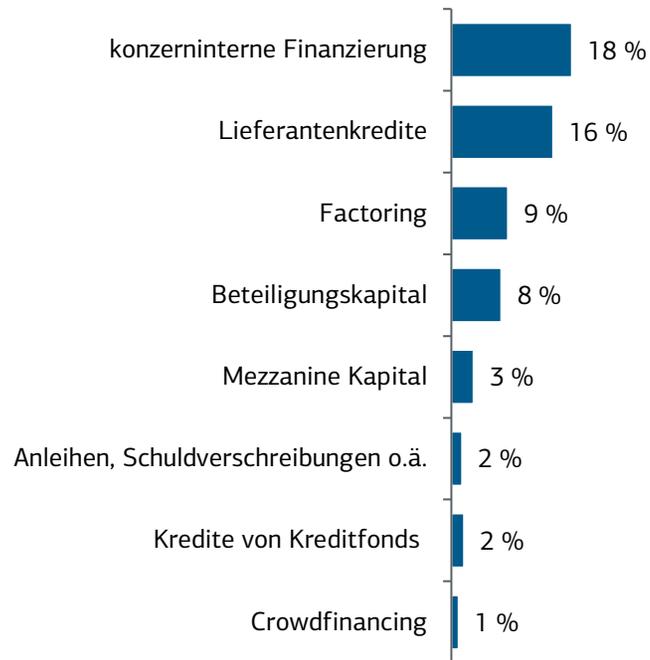
Von etwa gleichrangiger Relevanz für die Unternehmen sind langfristige Bankkredite mit einer Laufzeit von mindestens fünf Jahren (36 %). Diese werden erfahrungsgemäß eher zur Finanzierung von Investitionsvorhaben eingesetzt. Längere Laufzeiten führen zu einer Fristenkongruenz zwischen der Tilgungsdauer des Kredits und der Nutzungsdauer des Investitionsobjekts und erleichtern so die Rückzahlung des Kredits.

An vierter Stelle folgen Einlagen von Gesellschaftern sowie Gesellschafter- und Familiendarlehen (35 %). Auch Leasing, welches von vielen Unternehmen als Investitionsalternative u. a. zur Beschaffung von Fahrzeugen, Produktionsmaschinen sowie Büromaschinen und Datenverarbeitungsgeräten genutzt, wird von fast jedem dritten befragten Unternehmen als wichtig erachtet.

Kredite von Kreditfonds sowie Crowdfinanzierung bleiben Nischeninstrumente

Finanzierungsinstrument wird als wichtig erachtet (2)

(Anteile in Prozent)



Von etwa gleichrangiger Relevanz für die Unternehmen und im Mittelfeld der Bedeutung aller Finanzierungsquellen sind konzerninterne Finanzierung (18 %) und Lieferantenkredite (16 %).

Ein erheblich niedrigerer Stellenwert wird nach Angaben der befragten Unternehmen dem Factoring, d. h. die Möglichkeit, eigene Forderungen aus Lieferung und Leistung an ein Finanzierungsinstitut zu veräußern, eingeräumt (9 %). Auch Beteiligungskapital als Finanzierungsinstrument spielt für die befragten Unternehmen weiterhin nur eine untergeordnete Rolle. Insgesamt beurteilen nur 8 % der Unternehmen die Eigenkapitalzuflüsse im Rahmen von Beteiligungskapital als wichtige Finanzierungsalternative.

Als Mischform zwischen Eigen- und Fremdkapital, z. B. in Form von Nachrangdarlehen oder stillen Beteiligungen, ist Mezzanine-Kapital eine bislang noch immer als eher wenig relevant eingeschätzte alternative Finanzierungsform deutscher Unternehmen. Lediglich 3 % der Befragungsteilnehmer sehen darin ein wichtiges Instrument der Unternehmensfinanzierung. Eine ebenso geringe Bedeutung (2 %) wird den Unternehmensanleihen und Schuldverschreibungen beigemessen.

Kreditfonds wurden in den vergangenen Jahren zwar immer häufiger auch als Alternative zur klassischen Bankfinanzierung gehandelt. Die Befragungsergebnisse zeigen jedoch, dass Kredite von Kreditfonds als Finanzierungsinstrument weiterhin nur eine untergeordnete Rolle spielen. Lediglich rund 2 % der befragten Unternehmen schätzen diese als relevant ein. Auch Crowdfinancing (1 %) wird aktuell nur von einer sehr kleinen Zahl an Unternehmen als wichtig erachtet.

Nachhaltigkeit in Unternehmen

Nachhaltigkeit zielt auf ein Miteinander von Mensch, Natur und Wirtschaft zum Nutzen aller Beteiligten ab. Im Zusammenhang mit Unternehmen umfasst der Begriff Nachhaltigkeit in der Regel drei Dimensionen, die miteinander in Einklang zu bringen sind – Ökologie, Soziales und verantwortungsvolle Unternehmensführung. Zur Nachhaltigkeit im ökologischen Sinne tragen zum Beispiel Maßnahmen zur Reduktion von Treibhausgasemissionen oder zur Erhöhung der Energie- und Ressourceneffizienz bei. Die soziale Dimension umfasst unter anderem die Förderung von Diversität und Chancengleichheit oder die Wahrung von Menschenrechten entlang der Wertschöpfungskette. Beispiele für verantwortungsvolle Unternehmensführung sind Maßnahmen zur Korruptionsbekämpfung oder ein faires Verhalten gegenüber Wettbewerbern.⁸

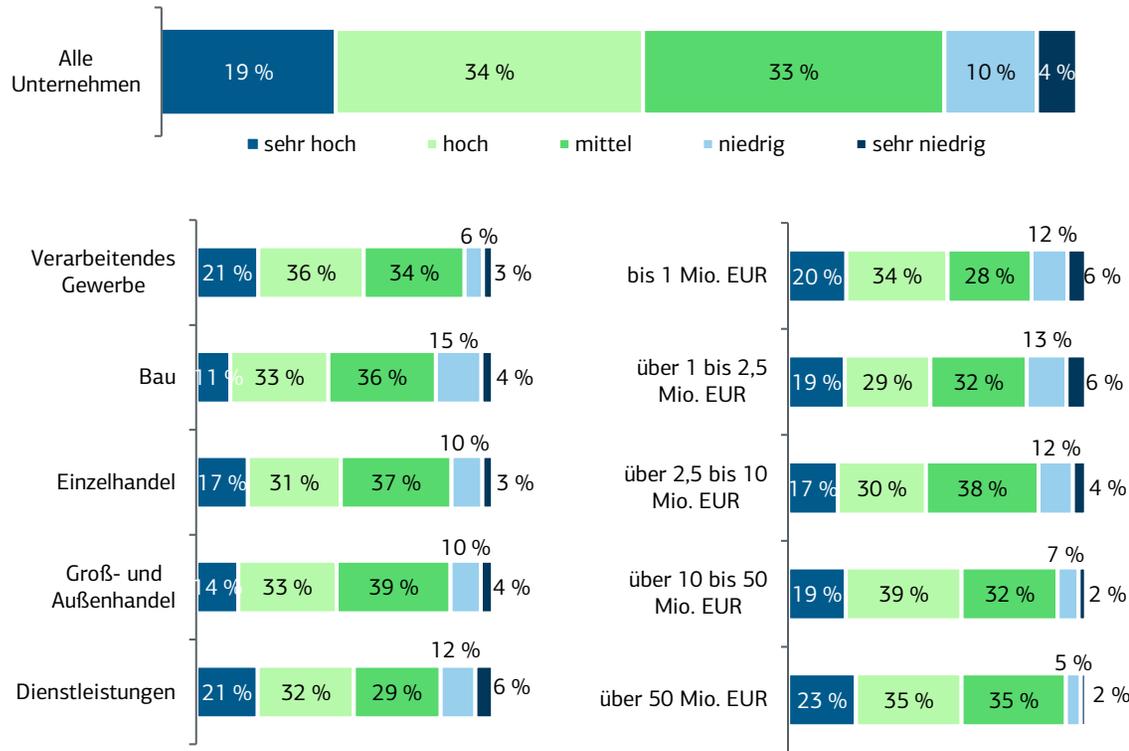
Mit den Sustainable Development Goals der Vereinten Nationen und dem Pariser Klimaschutzabkommen hat das Thema Nachhaltigkeit und insbesondere Klimaschutz in den letzten Jahren global neue Aufmerksamkeit erfahren. In der EU hat die Kommission das Ziel der Klimaneutralität bzw. einer Minderung des

CO₂-Ausstoßes um 55 % bis zum Jahr 2050 mit dem European Green Deal verankert. Die Umsetzung dieser Strategie wurde mit dem Programm Fit for 55 konkretisiert. Ein zentrales Instrument hierfür ist die EU-Taxonomie, die einheitliche Kriterien für nachhaltiges Wirtschaften formuliert. Darüber hinaus wurde zuletzt die Offenlegungspflicht von Unternehmensangaben zum Thema Nachhaltigkeit durch die Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) verstärkt bzw. erweitert. Ziel ist es, die Transparenz zu erhöhen und Kapitalströme verstärkt in nachhaltige Investitionen zu lenken.⁹

Durch die zunehmende Regulierung werden finanzielle und nicht-finanzielle Unternehmen beim Thema Nachhaltigkeit stärker in die Pflicht genommen. Insbesondere steigende Transparenz-anforderungen durch Marktteilnehmer (Finanzierungspartner, Kunden, Zulieferer) machen es für Unternehmen unabdingbar, sich stärker mit ihrem eigenen Nachhaltigkeitsprofil auseinanderzusetzen. Aber auch über legislative Vorgaben hinaus können sich für die Unternehmen Chancen aus einer stärkeren Orientierung an Nachhaltigkeitszielen ergeben.

Das Thema Nachhaltigkeit ist in vielen Unternehmen bereits fest verankert

Stellenwert des Themas Nachhaltigkeit aktuell (Anteile in Prozent)



Für knapp 34 % der Befragten hat das Thema Nachhaltigkeit gegenwärtig einen hohen, für weitere 19 % sogar einen sehr hohen Stellenwert für ihr Unternehmen (Grafik oben). Nur jedes siebte Unternehmen gibt an, dass das Thema Nachhaltigkeit lediglich eine (sehr) geringe Bedeutung für seine Geschäftstätigkeit hat. Im Vergleich zur Vorerhebung im Jahr 2022 gibt es nur wenige Änderungen.

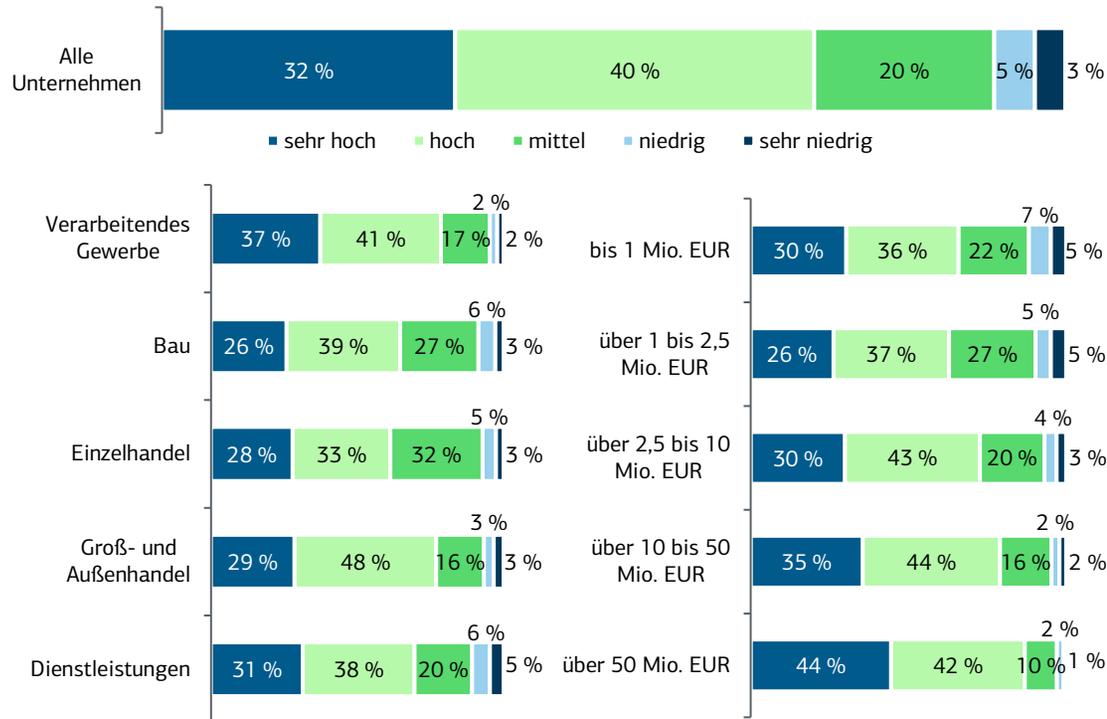
Eine besonders hohe Relevanz hat das Thema Nachhaltigkeit für Unternehmen im Verarbeitenden Gewerbe und im Dienstleistungssektor (Grafik unten, links). Etwas mehr als die Hälfte aller Unternehmen geben in diesen Wirtschaftszweigen an, dass Nachhaltigkeit einen hohen oder sogar sehr hohen Stellenwert für ihre Geschäftstätigkeit hat.

Auch größere Unternehmen schätzen die Bedeutung des Themas Nachhaltigkeit tendenziell höher ein (Grafik unten, rechts). Für rund 60 % der Unternehmen mit mehr als 10 Mio. EUR Umsatz hat das Thema Nachhaltigkeit demnach einen hohen oder sogar sehr hohen Stellenwert.

Zukünftig wird das Thema Nachhaltigkeit für Unternehmen noch an Bedeutung zunehmen

Stellenwert des Themas Nachhaltigkeit in drei bis fünf Jahren

(Anteile in Prozent)



Die Bedeutung des Themas Nachhaltigkeit dürfte aus Sicht der Unternehmen weiter zunehmen (Grafik oben). Hat das Thema heute nur für 53 % der Befragten einen hohen oder sehr hohen Stellenwert, erwarten fast drei Viertel der Unternehmen, dass Nachhaltigkeit in drei bis fünf Jahren einen hohen oder sehr hohen Stellenwert für sie haben wird. Nur 8 % der Befragten erwarten, dass das Thema Nachhaltigkeit auch in Zukunft nur eine geringe oder sehr geringe Relevanz für ihr Unternehmen haben wird.

Ein Bedeutungszuwachs ist dabei in allen Branchen und Größenklassen zu erwarten. Besonders ausgeprägt ist dieser für größere Unternehmen (Grafik unten, rechts). Rund neun von zehn Unternehmen mit mehr als 50 Mio. EUR Umsatz gaben an, dass das Thema Nachhaltigkeit in drei bis fünf Jahren einen hohen oder sehr hohen Stellenwert für sie haben wird.

Im Branchenvergleich fallen insbesondere das Verarbeitende Gewerbe auf – in dem tendenziell größere Unternehmen tätig sind – sowie der Groß- und Außenhandel (Grafik unten, links). In beiden Branchen bescheinigen mehr als drei Viertel der befragten Unternehmen dem Thema Nachhaltigkeit zukünftig eine (sehr) hohe Relevanz.

Externe Anforderungen motivieren Unternehmen, sich stärker mit dem Thema Nachhaltigkeit auseinanderzusetzen

Gründe, sich mit dem Thema Nachhaltigkeit zu beschäftigen

(Anteile in Prozent, Mehrfachnennungen möglich)



Die Gründe der Unternehmen für eine Befassung mit dem Thema Nachhaltigkeit sind vielfältig. Am häufigsten genannt wurden Anforderungen von Kunden. Sie sind für 71 % aller befragten Unternehmen ein wichtiger Antrieb, sich stärker mit dem Thema Nachhaltigkeit zu beschäftigen. An zweiter Stelle steht die gesellschaftliche Verantwortung, die etwas mehr als zwei Drittel aller Befragten als einen wichtigen Grund angaben.

Für 60 % aller befragten Unternehmen sind gesetzliche Vorgaben eine Motivation, sich stärker mit dem Thema Nachhaltigkeit auseinanderzusetzen. Auch wirtschaftliche Gründe wie die Senkung von Betriebskosten – beispielsweise durch die Erhöhung der Energie- und Ressourceneffizienz – spielen für die Mehrheit der befragten Unternehmen eine Rolle, sich mit dem Thema Nachhaltigkeit zu beschäftigen. Eine höhere Mitarbeitermotivation und -bindung treibt rund vier von zehn Unternehmen zu einem stärkeren Engagement für Nachhaltigkeit an.

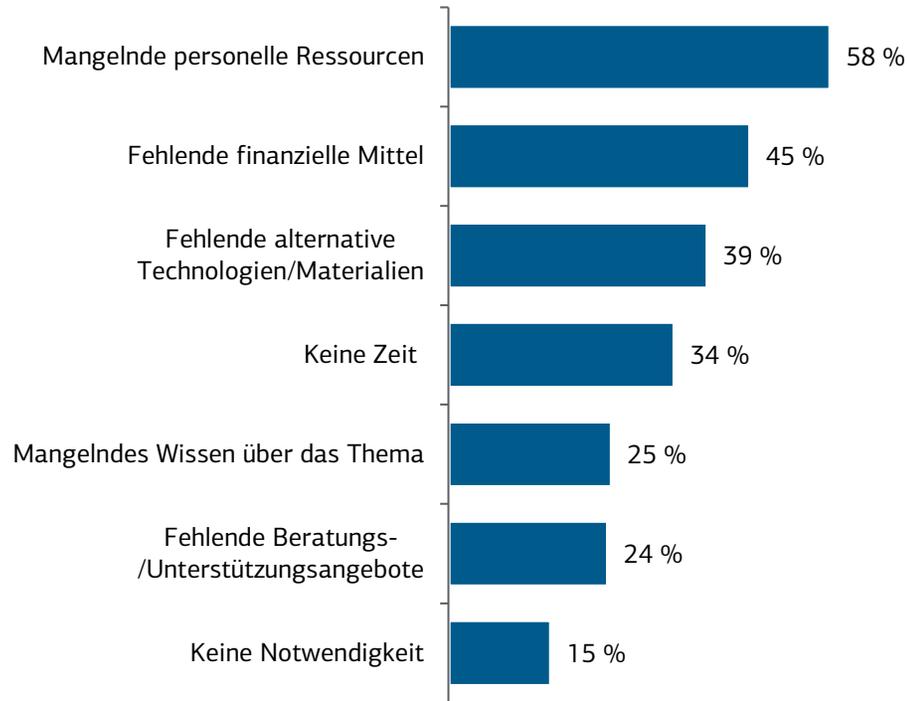
Von insgesamt geringerer Bedeutung sind Marktzugangsmotive, die nur für 24 % aller Unternehmen ein wichtiger Grund für mehr Nachhaltigkeit darstellen. Anforderungen von Kapitalgebern spielen zwar ebenfalls merklicher seltener eine Rolle – sie sind nur für rund 21 % aller Unternehmen ein wichtiger Grund, sich stärker mit dem Thema Nachhaltigkeit zu beschäftigen. Dennoch ist die Bedeutung diese Motivs im Vergleich zu letzten Erhebung deutlich gestiegen (2022: 3 %).

An letzter Stelle möglicher Gründe für eine stärkere Befassung mit dem Thema Nachhaltigkeit rangieren gegenwärtig die Anforderungen von Lieferanten. Für nur 13 % aller befragten Unternehmen ist dies ein wichtiges Motiv, ihre Anstrengungen im Bereich Nachhaltigkeit auszubauen.

Die Notwendigkeit ist erkannt – aber es fehlen personelle und finanzielle Ressourcen

Hemmnisse, sich mit Nachhaltigkeit zu befassen

(Anteile in Prozent, Mehrfachnennungen möglich)



Wenngleich die Bedeutung des Themas Nachhaltigkeit für Unternehmen perspektivisch zunehmen dürfte und schon heute für viele einen hohen Stellenwert hat, gibt es zahlreiche Hemmnisse, die die Unternehmen in ihrem Nachhaltigkeitsengagement bremsen.

An erster Stelle sind hier mangelnde personelle Ressourcen zu nennen, die mehr als jedes zweite Unternehmen als Hemmnis betrachtet. Im Vergleich zur Vorerhebung hat die Bedeutung dieses Hemmnisses zugelegt (2022: 52 %). Der fortschreitende Fachkräftemangel dürfte hierfür eine wesentliche Rolle spielen. Eine ebenfalls große Rolle spielen mangelnde finanzielle Ressourcen. Rund 45 % der befragten Unternehmen gaben an, dass dies ein zentrales Hemmnis für die Ausweitung ihrer Nachhaltigkeitsbemühungen ist. Auch dieses Hindernis wurde im Vergleich zur letzten Erhebung häufiger genannt (2022: 40 %).

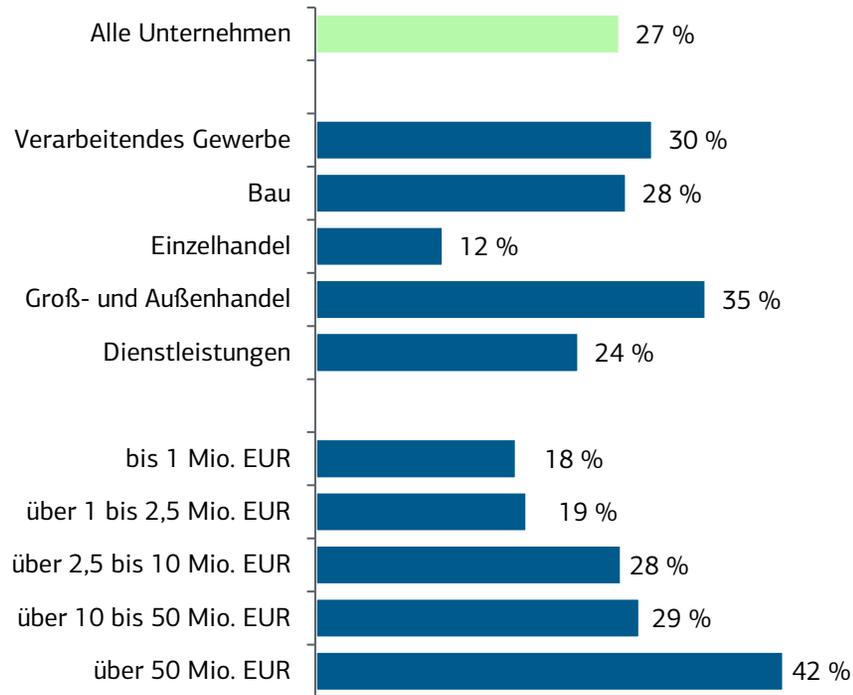
Vielfach sprechen aus Sicht der Unternehmen auch technische Gründe gegen ein nachhaltigeres Wirtschaften. Fast 40 % der Unternehmen gaben an, dass fehlende alternative Technologien oder Materialien ein wichtiges Hemmnis auf dem Weg zu mehr Nachhaltigkeit sind. Rund 34 % der befragten Unternehmen gaben an, keine Zeit für eine stärkere Befassung mit dem Thema Nachhaltigkeit zu haben – deutlich mehr als im Jahr 2022 (27 %). Zum Teil dürfte dies auch Ausdruck der vielfältigen Herausforderungen sein, mit denen Unternehmen angesichts der Krisen der letzten Jahre konfrontiert waren.

Etwa jeder vierte Befragte sieht auch in fehlenden Beratungs- und Unterstützungsangeboten ein Hemmnis. In engem Zusammenhang steht damit mangelndes Wissen über das Thema, das ähnlich viele Unternehmen als ein Hemmnis sehen. Lediglich 15 % der Unternehmen sehen aktuell keine Notwendigkeit, sich mit dem Thema Nachhaltigkeit auseinanderzusetzen.

Immer mehr Unternehmen werden im Rahmen von Kreditverhandlungen auf das Thema Nachhaltigkeit angesprochen

Das Thema Nachhaltigkeit hat bei Kreditverhandlungen eine Rolle gespielt

(Anteile in Prozent; nur Unternehmen, die Kreditverhandlungen geführt haben)



Dass Anforderungen von Kapitalgebern zuletzt deutlich häufiger als Motiv genannt werden, sich stärker mit dem Thema Nachhaltigkeit zu beschäftigen, hat auch damit zutun, dass Unternehmen immer öfter von Banken und Sparkassen im Rahmen von Kreditverhandlungen auf das Thema angesprochen werden. Rund 27 % der Unternehmen, die in den 12 Monaten vor der Befragung Kreditverhandlungen geführt haben, gaben an, dass in den Verhandlungen das Thema Nachhaltigkeit adressiert wurde. In der letzten Erhebung im Jahr 2022 war dies nur für rund 18 % der Unternehmen der Fall.

Hintergrund dieser Entwicklung ist die fortschreitende Implementierung von regulatorische Neuerungen, die Finanzinstitute einerseits zu einer umfangreicheren Offenlegung von Informationen zur Nachhaltigkeit ihrer Geschäftstätigkeit verpflichten. Andererseits wird regulatorisch von den Banken auch eine stärkere Berücksichtigung von Nachhaltigkeitsrisiken in ihren Geschäftsaktivitäten eingefordert. Die Erfüllung dieser regulatorischen Vorgaben geht mit einem erhöhten Informationsbedarf zwischen Finanzinstituten und Kunden einher.

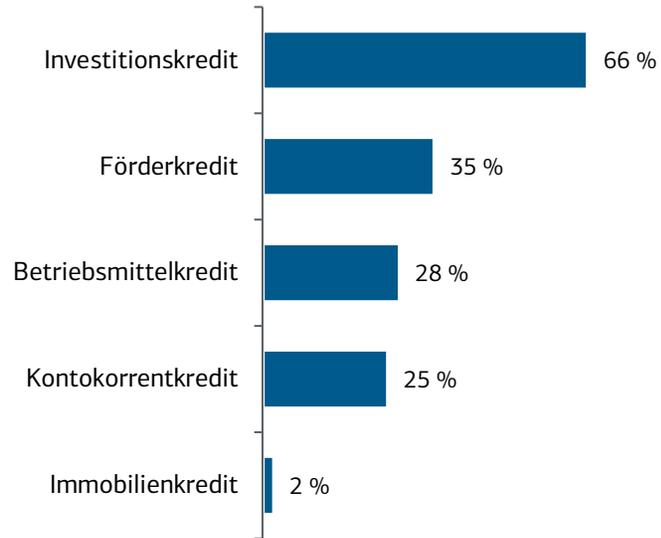
Vergleichsweise häufig spielten Nachhaltigkeitsaspekte bei Kreditverhandlungen von größeren Unternehmen eine Rolle. Grund für die auffälligen Unterschiede nach Größenklassen dürften die regulatorischen Vorgaben zur Nachhaltigkeitsberichterstattung sein, die nach der Größe der Unternehmen differenzieren.¹⁰

Im Vergleich der Branchen fallen insbesondere der Groß- und Außenhandel auf, in denen mehr als jedes dritte befragte Unternehmen im Rahmen von Kreditverhandlungen auf das Thema Nachhaltigkeit angesprochen wurden. Auch in Kreditverhandlungen von Unternehmen aus dem Verarbeitenden Gewerbe und Bausektor wurden Nachhaltigkeitsaspekte häufig adressiert.

Nachhaltigkeitsaspekte sind bei vielen Kreditarten schon relevant

Um welche Art von Krediten handelte es sich dabei?

(Anteile in Prozent, Mehrfachnennungen möglich)



Der Bedarf von Banken und Sparkassen an Nachhaltigkeitsinformationen ihrer Kunden ist dabei nicht auf einzelne Kreditprodukte beschränkt. Denn die regulatorischen Vorgaben für Finanzinstitute – insbesondere solche, die sich aus der 7. Novelle der MaRisk ergeben – beziehen sich auf das gesamte Geschäft der Kreditvergabe. Die Befragungsergebnisse zeigen, dass dies in der Praxis bereits umgesetzt wird und das Thema Nachhaltigkeit in den Gesprächen einer breiten Palette von Kreditarten thematisiert wird.

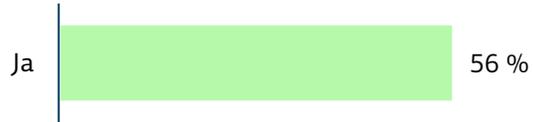
Zwei Drittel der Unternehmen, die von ihren Finanzierungspartnern auf Nachhaltigkeitsaspekte angesprochen wurden, haben Verhandlungen über Investitionskredite geführt. Hierbei handelt es sich i. d. R. um mittel- bis langfristige Kredite. Etwas mehr als ein Drittel der Unternehmen hat Verhandlungen über ein Förderkredit geführt. Hierbei dürfte sich der Informationsbedarf z. T. aus den zugrundeliegenden Förderkriterien ergeben haben.

Aber auch in Verhandlungen zu kurzfristigen Krediten, wie Betriebsmittelkrediten und Kontokorrentkrediten wurden Nachhaltigkeitsaspekte adressiert. Dies traf jeweils auf rund ein Viertel der Unternehmen zu, die im Rahmen von Kreditverhandlungen auf das Thema Nachhaltigkeit angesprochen wurden.

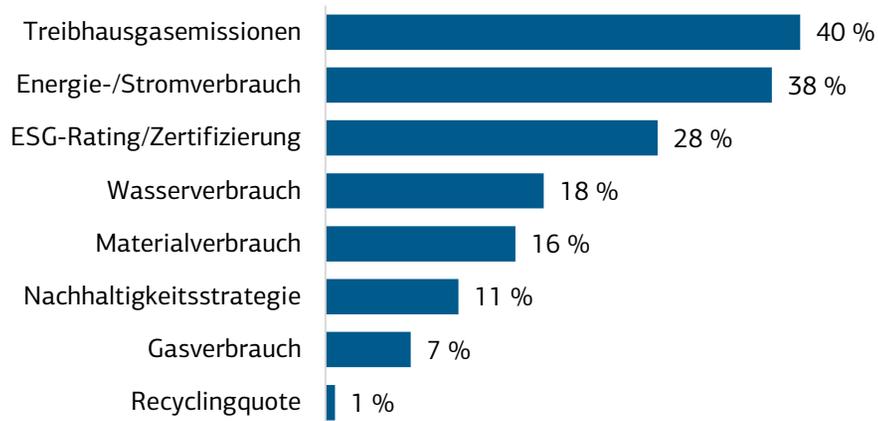
Rund 2 % der Unternehmen gaben an, dass es sich um einen Immobilienkredit gehandelt hat, bei dem sie auf Nachhaltigkeitsaspekte angesprochen wurden.

In mehr als der Hälfte der Fälle wurde nach spezifischen Nachhaltigkeitsinformationen gefragt

Wurde nach spezifischen Nachhaltigkeitsinformationen bzw. -indikatoren gefragt?



Welche spezifischen Nachhaltigkeitsinformationen wurden nachgefragt? (Anteile in Prozent, Mehrfachnennungen möglich)



Von den Unternehmen, die angaben, dass in Kreditgesprächen das Thema Nachhaltigkeit adressiert wurde, sind etwas mehr als die Hälfte (56 %) nach spezifischen Nachhaltigkeitsinformationen oder -indikatoren gefragt wurden (Grafik oben). In einem Freitextfeld konnten die befragten Unternehmen angeben, um welche Indikatoren es sich dabei handelte (Grafik unten).

In 40 % der Fälle wurden die Unternehmen nach Daten zu Treibhausgasemissionen gefragt. In ähnlich vielen Fällen wurden Daten zum Energie-/Stromverbrauch angefragt. Auch andere Verbrauchsdaten wie Wasserverbrauch (18 %), Materialverbrauch (16 %) und Gasverbrauch (7 %) wurden von Kreditgebern nachgefragt, allerdings in deutlich weniger Fällen.

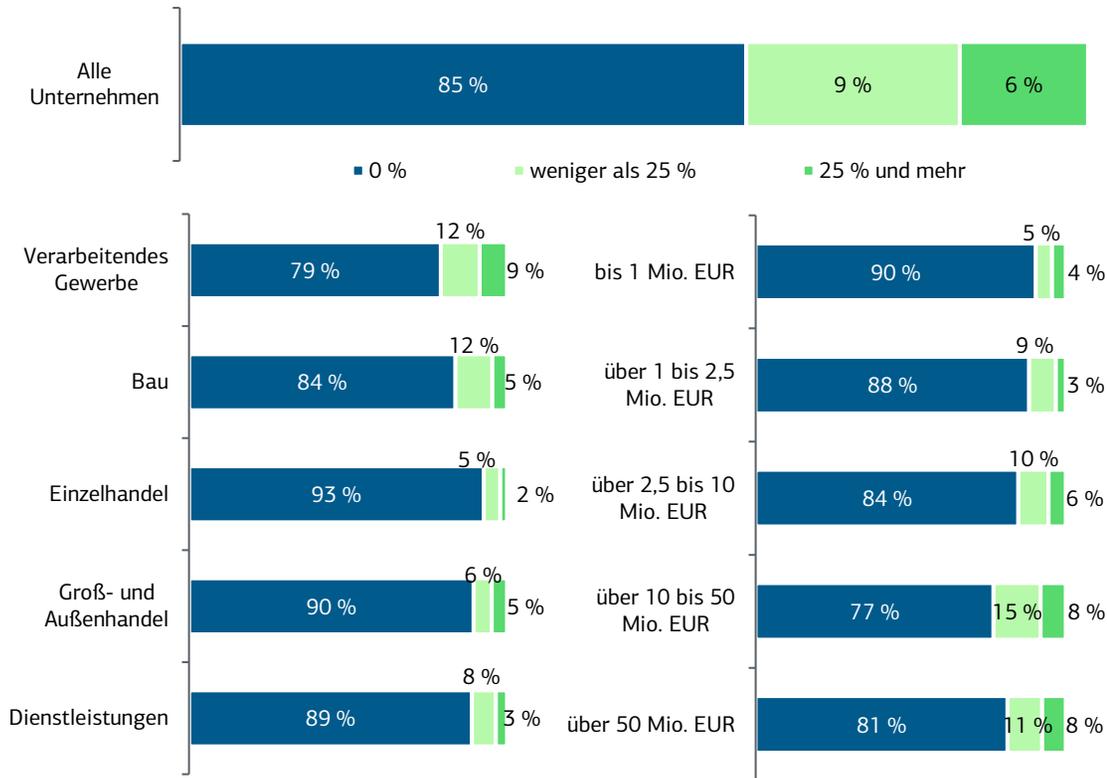
Mehr als jedes vierte Unternehmen, das nach spezifische Daten gefragt wurden, gab an, dass ein ESG-Rating oder Zertifizierung vorgelegt werden musste. Dabei handelte es sich zum weitüberwiegenden Teil um größere Unternehmen mit mehr als 2,5 Mio. EUR Umsatz.

Nach einer Nachhaltigkeitsstrategie wurde lediglich jedes zehnte Unternehmen gefragt. Recyclingquoten mussten von den Unternehmen eher selten vorgelegt werden.

Kennzahlen zur Nachhaltigkeit werden zukünftig eine wichtige Grundlage für Finanzierungsentscheidungen sein. In der Folge werden sich Unternehmen zukünftig stärker mit ihrem Nachhaltigkeitsprofil auseinandersetzen und entsprechende Informationen und Daten strukturiert erfassen müssen.

Nur den wenigsten Krediten im aktuellen Kreditbestand der Unternehmen liegen Nachhaltigkeitskriterien zugrunde

Anteil von Krediten mit Nachhaltigkeitskriterien am gesamten Kreditbestand des Unternehmens (Anteile in Prozent)



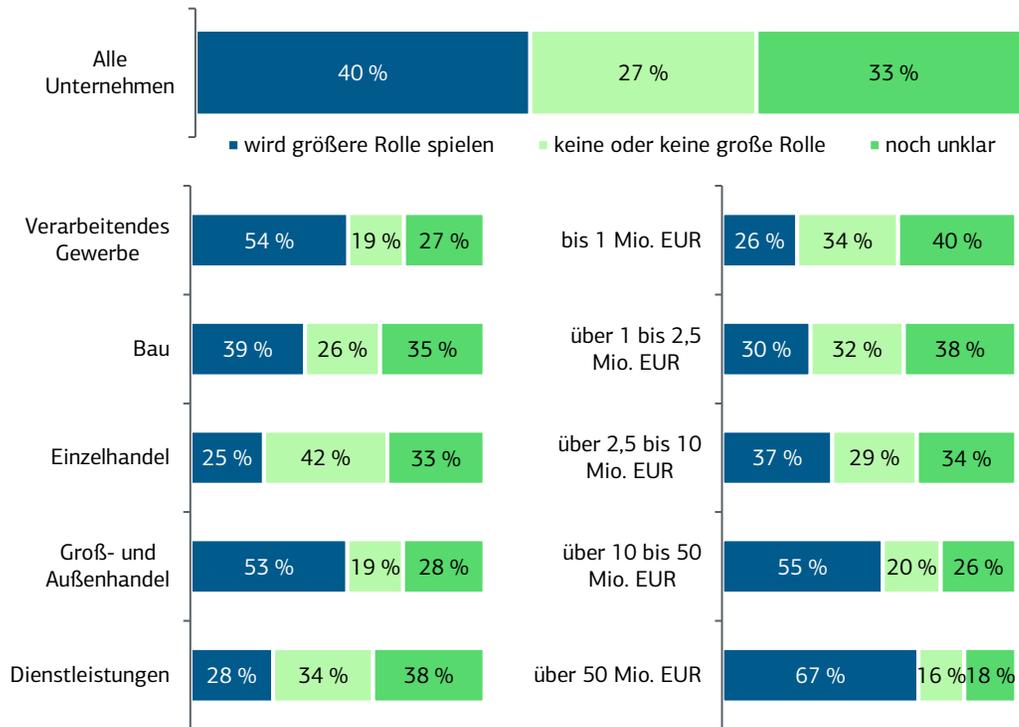
Die Ergebnisse der Befragung zeigen, dass sich der Etablierungsprozess von Nachhaltigkeitskriterien in der Kreditvergabe noch am Anfang befindet. Rund 85 % der befragten Unternehmen gaben an, dass der Anteil von Krediten mit Nachhaltigkeitskriterien an ihrem gesamten Kreditbestand derzeit noch bei 0 % liegt (Grafik oben). Am häufigsten war dies im Segment der kleineren Unternehmen mit weniger als 1 Mio. EUR Umsatz (90 %) sowie im Einzelhandel (93 %) der Fall (Grafiken unten).

Bei rund jedem zehnten Unternehmen machen Kredite mit Nachhaltigkeitskriterien derzeit bis zu 25 % an ihrem Kreditportfolio aus. Lediglich 6 % der Unternehmen haben aktuell einen Anteil nachhaltiger Kredite von über 25 % im Kreditbestand.

Wurde von den befragten Unternehmen angegeben, dass es Kredite mit Nachhaltigkeitskriterien im Kreditbestand gibt, so lag der durchschnittliche Anteil bei 28 %.

Viele Unternehmen sehen eine zunehmende Bedeutung des Themas Nachhaltigkeit bei Kreditverhandlungen

Welche Rolle wird das Thema Nachhaltigkeit zukünftig bei Kreditverhandlungen spielen? (Anteile in Prozent)



Mit fortschreitendem Implementierungsprozess von regulatorischen Vorgaben wird der Bedarf der Finanzinstitute an Nachhaltigkeitsinformationen ihrer Kunden in den kommenden Jahren weiter zunehmen. Zum einen dürfte dies weitere Kundengruppen betreffen. Zum anderen dürfte der Informationsbedarf selbst konkreter werden und entsprechende Daten bzw. Indikatoren einbeziehen.

Viele Unternehmen sind sich bewusst, dass sie zukünftig im Rahmen von Kreditverhandlungen wahrscheinlich häufiger auf das Thema Nachhaltigkeit angesprochen werden. Vier von zehn befragte Unternehmen rechnen damit, dass die Transparenzanforderungen bzgl. Nachhaltigkeit im Zug von Kreditverhandlungen künftig zunehmen werden (Grafik oben). Dabei zeigt sich klar, dass insbesondere größere Unternehmen mit einer zunehmenden Rolle rechnen. Im Segment der Unternehmen mit mehr als 50 Mio. EUR Umsatz waren es 67 % der befragten Unternehmen (Grafik unten, rechts).

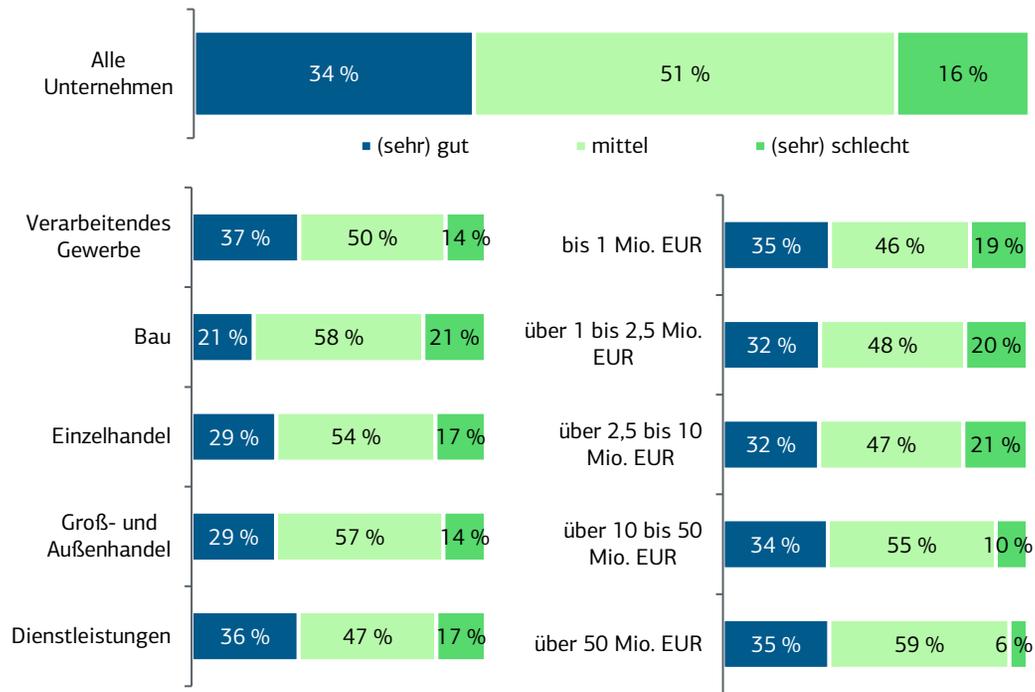
Jedes vierte Unternehmen geht davon aus, dass das Thema Nachhaltigkeit auch in Zukunft bei Kreditgesprächen keine oder keine große Relevanz einnehmen wird. Dies trifft insbesondere auf kleinere Unternehmen zu.

Für ein Drittel der befragten Unternehmen ist noch unklar, wie sich die Relevanz des Themas speziell bei Kreditverhandlungen entwickelt. Im Segment der kleineren Unternehmen liegt dieser Anteil sogar bei rund 40 %. Diese Zahlen verdeutlichen, dass es im Unternehmenssektor noch eine große Unsicherheit darüber gibt, wie sich der Informationsbedarf der Banken in Bezug auf Nachhaltigkeitsaspekte weiterentwickelt.

Aber nur ein Drittel der Unternehmen sieht sich derzeit (sehr) gut aufgestellt, Nachhaltigkeitsinformationen bereitzustellen

Wie gut sind die Unternehmen aufgestellt, sollten sie nach Nachhaltigkeitsinformationen gefragt werden?

(Anteile in Prozent)



Derzeit sieht sich nur jedes dritte Unternehmen gut oder sehr gut aufgestellt bzw. vorbereitet, sollte es von Banken oder Sparkassen im Rahmen von Kreditverhandlungen um Nachhaltigkeitskennzahlen gebeten werden (Grafik oben). Hierbei zeigen sich auffällig wenige Unterschiede zwischen den Unternehmensgrößenklassen (Grafik unten, rechts).

Vergleicht man diese Zahlen mit dem jeweiligen Anteil von Unternehmen, die dem Thema Nachhaltigkeit zukünftig eine größere Rolle in Kreditverhandlungen beimessen (siehe Seite 28), so zeigen sich aber insbesondere für größere Unternehmen ausgeprägte Lücken. Hier besteht offenbar noch eine größere Notwendigkeit sich stärker mit der Erfassung von Nachhaltigkeitskennzahlen auseinanderzusetzen. Aber die Anfänge scheinen gemacht. Denn immerhin mehr als die Hälfte der Unternehmen mit mehr als 10 Mio. EUR Umsatz sehen sich zumindest mittelmäßig gut aufgestellt, sollten sie nach Nachhaltigkeitsindikatoren gefragt werden. Lediglich 6 % sehen sich (sehr) schlecht vorbereitet. Über alle Größenklassen hinweg liegt dieser Anteil bei 16 %.

Die höchsten Anteil von Unternehmen, die sich derzeit (sehr) gut auf Nachfragen nach Nachhaltigkeitskennzahlen vorbereitet sehen, finden sich im Verarbeitenden Gewerbe (37 %) und im Dienstleistungssektor (36 %) (Grafik unten, links). Den niedrigsten Anteil im Baugewerbe. In diesem Wirtschaftszweig sehen sich derzeit auch die meisten Unternehmen (sehr) schlecht aufgestellt, sollten sie um Nachhaltigkeitsinformationen geben werden (21 %).

Anhang

Literatur

- ¹ Vgl. Herold Esteves, J. G. (2022), KfW-ifo-Kredithürde Q4 2022: Die Situation am Kreditmarkt wird für die Unternehmen zusehends ungemütlich, KfW Research.
- ² Vgl. Körner, J. (2024), KfW-ifo-Kredithürde Q1 2024: Kreditzugang für KMU etwas verbessert, aber weiterhin restriktiv, KfW Research.
- ³ Kleine Unternehmen stellen – ähnlich wie junge Unternehmen – per se ein höheres Risiko für externe Geldgeber dar. Hinzu kommt, dass sie aus Sicht der Finanziere häufig eher geringe Finanzierungsvolumina nachfragen, sodass – für einen potenziellen Geldgeber – ein eher ungünstiges Verhältnis aus Transaktionskosten zum Ertrag entsteht. Darüber hinaus verfügen kleine Unternehmen lediglich über begrenzte materielle Vermögenswerte, die sie zur Besicherung von Krediten einsetzen können. Als Konsequenz fällt ihnen der Kreditzugang schwerer als anderen Unternehmen. Vgl. Müller, S. und J. Stegmaier (2015): Economic failure and the role of plant age and size. First evidence from German administrative data, *Small Business Economics* 44(3), S. 621–638.
- ⁴ Vgl. Abel-Koch, J. (2022): Unternehmensbefragung 2022: Finanzierungsklima erholt sich von der Corona-Krise – Nachhaltigkeit gewinnt an Bedeutung, KfW Research.
- ⁵ Vgl. Deutsche Bundesbank (2023): Hochgerechnete Angaben aus Jahresabschlüssen deutscher Unternehmen von 1997 bis 2022, Dezember 2023.
- ⁶ Vgl. Schwartz, M. und J. Gerstenberger (2023): KfW-Mittelstandspanel 2023: Belastungsfähigkeit des Mittelstands wird auf die Probe gestellt: bislang nur leichte Blessuren, aber erhöhte Anspannung ist spürbar. KfW Research.
- ⁷ Vgl. Myers, S.C. (1984), The capital structure puzzle. *The Journal of Finance*, 39(9), 574–592. und Myers, S. C. und N. S. Majluf (1984), Corporate financing and investment decisions when firms have information that investors have not, *Journal of Financial Economics*, 13, 187–221.
- ⁸ Vgl. Abel-Koch, J. (2022): Unternehmensbefragung 2022: Finanzierungsklima erholt sich von der Corona-Krise – Nachhaltigkeit gewinnt an Bedeutung, KfW Research.
- ⁹ Vgl. Gerstenberger, J. (2024) Bisher nur wenige KMU von Banken auf Nachhaltigkeitsinformationen angesprochen – Bedarf dürfte aber zunehmen, *Fokus Volkswirtschaft* Nr. 453, KfW Research.
- ¹⁰ Vgl. Richtlinie (EU) 2022/2464

Struktur des Samples

An der diesjährigen Befragung nahmen 17 Verbände teil. Erstmals wurden die Unternehmen ausschließlich über ein Online-Fragebogen befragt. Der auswertbare Rücklauf betrug dieses Jahr – nach Ausscheiden von 29 als Duplikate identifizierten Fragebögen – 1.805 Unternehmen. Durch fehlende Angaben (z. B. Einzelantwortverweigerungen oder wenn Fragen auf bestimmte Unternehmen nicht zutreffen) kann sich die Zahl bei einzelnen Fragen weiter reduzieren.

Die Anteile einer bestimmten Umsatzgrößenklasse oder eines bestimmten Wirtschaftszweigs am Sample spiegeln nicht notwendigerweise die Anteile aller Unternehmen dieser Größenordnung oder dieses Wirtschaftszweigs an der gesamten Volkswirtschaft wider. Eine entsprechende Korrektur wird nicht vorgenommen.

Die folgenden Tabellen geben die Struktur des Samples wieder. Die Kategorien "Sonstige", "Andere" usw. werden in der Untersuchung nicht gesondert ausgewiesen.

Struktur des Samples nach Wirtschaftszweigen

	Anteil in Prozent
Verarbeitendes Gewerbe	33,2
Bau	12,0
Einzelhandel	6,9
Groß- und Außenhandel	8,4
Dienstleistungen	38,7
Andere	0,8

Struktur des Samples nach Umsatzgrößenklassen

	Anteil in Prozent
Bis 1 Mio. EUR	27,6
Über 1 bis 2,5 Mio. EUR	14,7
Über 2,5 bis 10 Mio. EUR	23,4
Über 10 bis 50 Mio. EUR	19,8
Über 50 Mio. EUR	14,5

Struktur des Samples

Struktur des Samples nach Zugehörigkeit zum Handwerk

	Anteil in Prozent
Handwerk	20,8
Kein Handwerk	79,2

Struktur des Samples nach Unternehmensalter

	Anteil in Prozent
Junges Unternehmen	6,5
Älter als 5 Jahre alt	93,5

Struktur des Samples nach Region des Unternehmenssitzes

	Anteil in Prozent
West	80,8
Ost	19,2

Struktur des Samples nach Rechtsform

	Anteil in Prozent
Einzelunternehmen	19,8
Personengesellschaft	23,7
GmbH	52,6
AG	2,4
Andere	1,4

Struktur des Samples nach Hauptbankverbindung

	Anteil in Prozent
Privatbank	41,9
Sparkasse	59,3
Genossenschaftsbank	46,5
Andere	5,8

Erläuterungen zur Methodik (1)

Die Untersuchungsergebnisse werden meist in Form von Häufigkeiten präsentiert. Jedoch wurden die Ergebnisse mithilfe von Regressionsanalysen überprüft. Dabei kamen zumeist Probit- oder Logit-Modelle mit Umsatz, Wirtschaftszweig, Region, Rechtsform, Hauptbankverbindung, Handwerkszugehörigkeit und Altersklasse als erklärende Variable zum Einsatz.

Auf die Hochrechnung der Ergebnisse – etwa auf die Randverteilung der Umsatzsteuerstatistik – wird verzichtet. Für den Verzicht sprechen folgende Argumente: Die Unternehmensbefragung ist aufgrund des Befragungswegs keine echte Zufallsstichprobe. Da es sich auch um keine geschichtete Stichprobe handelt und kleine Unternehmen deshalb eine vergleichsweise kleine Gruppe in der Stichprobe bilden, bekäme ein kleines Unternehmen einen sehr großen Hochrechnungsfaktor, was die Auswertungen anfällig für Ausreißer macht. Außerdem werden die Ergebnisse in der Regel nicht für den Gesamtdatensatz interpretiert, sondern auf die Größenklassen, Wirtschaftszweige usw. heruntergebrochen.

Vergleiche mit den Ergebnissen der zurückliegenden Befragungen ermöglichen das Aufzeigen von Entwicklungen im Zeitablauf und damit eine bessere Einordnung der Ergebnisse. Hierbei ist zu beachten, dass sich die Zusammensetzung der einzelnen Stichproben zwischen den Befragungen teilweise unterscheidet. Einfache, deskriptive Vergleiche der Befragungsergebnisse verschiedener Erhebungswellen können deshalb irreführend sein. So kann bei einfachen Vergleichen zwischen

einzelnen Erhebungswellen nicht unterschieden werden, ob eine beobachtete Veränderung im Antwortverhalten auf die unterschiedliche Struktur der antwortenden Unternehmen oder auf eine tatsächliche Verhaltens- bzw. Wahrnehmungsveränderung bei den Unternehmen zurückzuführen ist.

Um dennoch solche Vergleiche zu ermöglichen, werden in diesem Bericht zwei Methoden angewandt.

Methode I: Bei Vergleichen ausschließlich mit einer Vorbefragung wird deren Zusammensetzung nach Verbandszugehörigkeit mithilfe von Gewichten so korrigiert, dass die Strukturveränderungen, die auf einer unterschiedlichen Verbändestruktur basieren, herausgerechnet werden. Auf diese Weise kann simuliert werden, wie das Antwortverhalten im Vorjahr ausgefallen wäre, wenn dieselbe Struktur bezüglich der Verbandszugehörigkeit im Datensatz vorgelegen hätte, wie in der aktuellen Erhebung. Der Vorteil dieser Methode ist, dass die Veränderungen im Antwortverhalten anhand der Häufigkeiten, mit der eine Frage beantwortet wurde, veranschaulicht werden können.

Erläuterungen zur Methodik (2)

Methode II: Bei Vergleichen über mehrere Wellen ist diese Methode nicht gangbar. Stattdessen wird zunächst der Einfluss der unterschiedlichen Teilnehmerstruktur in den einzelnen Erhebungen auf das Befragungsergebnis mithilfe einer multivariaten Analyse ermittelt und von der Veränderung des Antwortverhaltens im Zeitablauf – bei einer simulierten unveränderten Stichprobenszusammensetzung – getrennt.

Dazu werden die Merkmale Umsatzgröße, Alter, Wirtschaftszweignzugehörigkeit, Rechtsform, Region des Unternehmenssitzes, Art des Kreditinstituts, bei der das Unternehmen seine Hauptbankverbindung unterhält sowie die Zugehörigkeit zum jeweiligen Wirtschaftsverband in die Untersuchung einbezogen. Die Veränderung des Antwortverhaltens im Zeitablauf wird durch die Aufnahme von Dummyvariablen erfasst, die den Zeitpunkt der Befragung wiedergeben. Die Analyse wird mithilfe von Probit- oder multinominalen Probit-Modellen durchgeführt.

Die Veränderungen des Antwortverhaltens im Zeitablauf werden dann mithilfe von Modellrechnungen für ein exemplarisches Unternehmen dargestellt. Ergebnis dieser Modellrechnungen sind Wahrscheinlichkeiten, mit denen ein für die Erhebung typisches Unternehmen eine bestimmte Antwort gibt. Veränderungen im Antwortverhalten zwischen den Erhebungswellen werden somit anhand eines Vergleichs von Wahrscheinlichkeiten veranschaulicht. Da beide Methoden auf unterschiedlichen Ansätzen basieren können sich die Ergebnisse beider Methoden geringfügig unterscheiden

Liste der teilnehmenden Verbände

AGA Norddeutscher Unternehmensverband Großhandel, Außenhandel, Dienstleistung e.V.

Börsenverein des Deutschen Buchhandels e.V.

Bundesverband der Deutschen Industrie e.V. (BDI)

Bundesverband Druck und Medien e.V. (BVDM)

Bundesverband mittelständische Wirtschaft –
Unternehmerverband Deutschlands e.V. (BVMW)

Bundesverband Großhandel, Außenhandel, Dienstleistungen
e.V. (BGA)

Hauptverband der Deutschen Bauindustrie e.V. (HDB)

Handelsverband Deutschland e.V. (HDE)

Forum Luft- und Raumfahrt Baden-Württemberg e.V. (LR BW)

Deutscher Industrieverband für Optik, Photonik, Analysen- und
Medizintechnik e.V. (SPECTARIS)

Union Mittelständischer Unternehmen e.V. (UMU)

Verband der Automobilindustrie e.V. (VDA)

Verband der Wirtschaft Thüringens e.V. (VWT)

Vereinigung der Bayerischen Wirtschaft e.V. (VBW)

Wirtschaftsverband Stahl- und Metallverarbeitung e.V. (WSM)

Zentralverband des Deutschen Baugewerbes e.V. (ZDB)

Zentralverband Elektrotechnik- und Elektronikindustrie e.V.
(ZVEI)

Herausgeber

KfW Bankengruppe
Abteilung Volkswirtschaft
Palmengartenstraße 5-9
60325 Frankfurt am Main
Telefon 069 7431-0, Telefax 069 7431-2944
www.kfw.de

Autoren

Dr. Juliane Gerstenberger
Telefon +49 69 7431-4420
Albrecht Bauer
Telefon +49 69 7431-3146

Disclaimer

Dieses Papier gibt die Meinung der Autoren wieder und repräsentiert nicht notwendigerweise die Position der KfW. Sämtliche Research-Beiträge werden der Öffentlichkeit ausschließlich zu Informationszwecken zur Verfügung gestellt und geben lediglich die Einschätzung der KfW zum Zeitpunkt ihrer Veröffentlichung wieder. Alle zu Grunde liegenden Angaben wurden sorgfältig recherchiert und gewissenhaft zusammengestellt. Eine Gewähr für Richtigkeit und Vollständigkeit kann dennoch nicht übernommen werden, sofern die Unrichtigkeit oder Unvollständigkeit nicht auf Vorsatz oder grober Fahrlässigkeit der KfW beruht. Darüber hinaus verweisen wir auf unseren allgemeinen Haftungsausschluss.