

# KMU-Report Berlin 2018

Wirtschaftslage und Finanzierung

Eine gemeinsame  
Untersuchung der  
Investitionsbank Berlin  
und Creditreform Berlin  
Brandenburg Wolfram KG





Sehr geehrte Damen und Herren,

bereits zum achten Mal in Folge erstellen wir mit Hilfe der Berliner Unternehmen den KMU-Report und sind in der glücklichen Situation, dass wir auch in diesem Jahr wieder über eine Verbesserung des Geschäftsklimas berichten können. Ja, die rund 1.100 kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) die sich an unserer Befragung beteiligt haben, sind überwiegend in einer sehr guten Stimmung!

Fast drei Viertel der Befragten (73,1 Prozent) beurteilten ihre Geschäftslage als gut oder sehr gut, womit der Spitzenwert des Vorjahres (69,3 Prozent) noch einmal übertroffen werden konnte. Dabei gibt es natürlich Unterschiede zwischen den Wirtschaftsbereichen: eine außerordentliche Hochstimmung zeigt sich im Baugewerbe, in dem 84,9 Prozent der Unternehmen die Noten „sehr gut“ oder „gut“ vergaben. Am hinteren Ende der Zufriedenheitsskala rangiert der Handel der mit 58,7 Prozent aber auch eine geringe Verbesserung gegenüber dem Vorjahr verzeichnete.

Wir bedanken uns bei den nahezu 1.100 Berliner Unternehmern, die auch in diesem Jahr wieder diese repräsentative Untersuchung ermöglichen und hoffen, dass auch Sie zu den Mittelständlern gehören, die über eine gute Geschäftslage berichten konnten. Mit ihrem erfolgreichen Wirtschaften sind Sie Träger des anhaltenden wirtschaftlichen Aufschwungs in Berlin, der sich – obwohl Kapazitätsgrenzen und Fachkräftemangel hier etwas bremsen dürften – im nächsten Jahr voraussichtlich fortsetzen wird.

Wir wünschen Ihnen weiterhin erfolgreiches Wirtschaften und bleiben Sie uns gewogen!

Mit freundlichen Grüßen



**Jochen Wolfram**  
Creditreform Berlin  
Brandenburg  
Wolfram KG  
Geschäftsführer



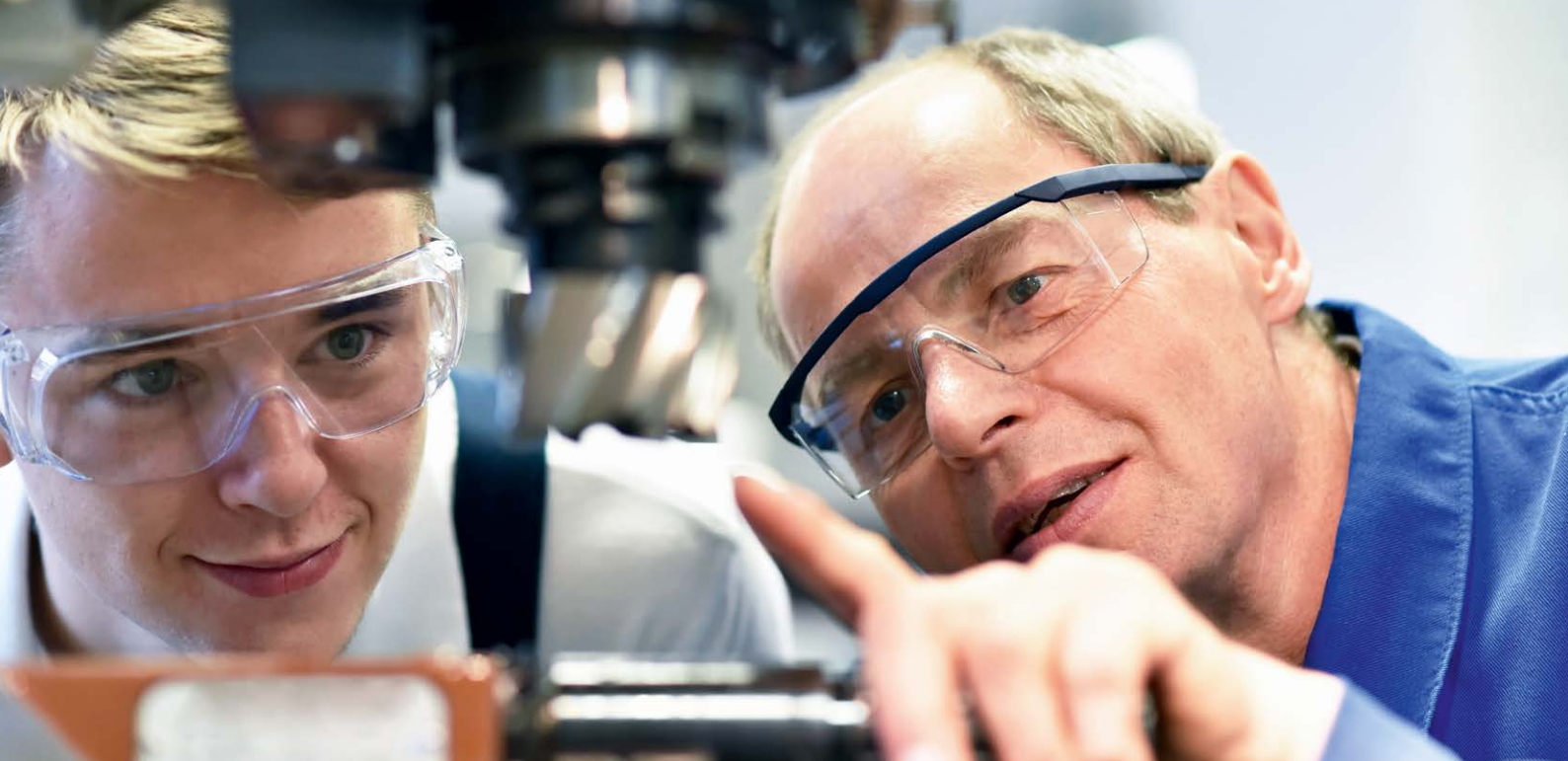
**Christian Wolfram**  
Creditreform Berlin  
Brandenburg  
Wolfram KG  
Geschäftsführer



**Dr. Jürgen Allerkamp**  
Investitionsbank Berlin  
Vorstandsvorsitzender



<b>1 Einleitung</b>	<b>4</b>
<b>2 Die aktuelle konjunkturelle Situation des Mittelstandes</b>	<b>5</b>
2.1 Geschäftslage	5
2.2 Umsatzentwicklung	6
2.3 Aktuelle Personalsituation	8
<b>3 Erwartungen im Mittelstand</b>	<b>11</b>
3.1 Umsätze	11
3.2 Personalplanungen	13
3.3 Investitionsplanungen	15
<b>4 Finanzierung des Mittelstandes</b>	<b>18</b>
4.1 Ertragslage	18
4.2 Eigenkapital	20
4.3 Finanzierungsbedingungen	21
4.4 Finanzierungsquellen	23
<b>5 Im Fokus 2018: Kooperationen im Mittelstand</b>	<b>25</b>
5.1 Fast 40 Prozent der Berliner KMU sind bereits Kooperationen eingegangen	26
<b>6 Zusammenfassung</b>	<b>30</b>
<b>7 Basis der Untersuchung</b>	<b>33</b>



# 1 Einleitung

## Überdurchschnittliches Wirtschaftswachstum in Berlin

Im Jahr 2017 ist das Berliner Bruttoinlandsprodukt (BIP) preisbereinigt um 3,1 Prozent deutlich überdurchschnittlich gewachsen (Deutschland: plus 2,2 Prozent). Auch für das laufende Jahr lassen die Konjunkturprognosen erneut ein kräftiges Wirtschaftswachstum erwarten. Nach Berechnungen der IBB-Volkswirte ist das Berliner Bruttoinlandsprodukt (BIP) bereits im ersten Quartal 2018, gegenüber dem Vorjahresquartal, mit 3,0 Prozent stärker gestiegen als im deutschen Durchschnitt (2,3 Prozent). Die IBB rechnet in ihrer Prognose für 2018 mit einer Wachstumsrate von plus 3,0 Prozent. Danach dürfte sich die Dynamik verringern. Abwärtsrisiken sind der zunehmende Protektionismus, die Zinswende und anziehende Preise. Die Berliner Wirtschaft stößt nach einem lang anhaltenden Wachstumszyklus und Überauslastung zunehmend an Kapazitätsgrenzen und auch der Fachkräftemangel dürfte das Wachstum verlangsamen. Dennoch wird Berlin auch im kommenden Jahr über dem Bundesdurchschnitt wachsen, der mit 1,8 Prozent aber etwas schwächer ausfallen dürfte.

Die gemeinsame Studie von Creditreform Berlin-Brandenburg und der Investitionsbank Berlin (IBB) untersucht seit nunmehr acht Jahren die konjunkturelle Situation sowie die Finanzierungsbedingungen der kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) in der Bundeshauptstadt. Damit hat sich ein Prüfstein für die Bewertung der Berliner Wirtschaftslage etabliert.

## 2 Die aktuelle konjunkturelle Situation des Mittelstandes

### 2.1 Geschäftslage

Die kleinen und mittleren Unternehmen in der Bundeshauptstadt zeigen sich im Frühsommer 2018 sehr zufrieden mit der Geschäftslage. 73,1 Prozent der Befragten bezeichneten die aktuelle Geschäftslage mit „sehr gut“ bzw. „gut“. Der Anteil der positiven Meldungen übersteigt damit den bereits sehr hohen Vorjahreswert (69,3 Prozent). Zudem sind die Einschätzungen der Unternehmen noch etwas besser als im Bundesdurchschnitt (Positivmeldungen: 68,9 Prozent). Nur sehr wenige Berliner Unternehmen (3,2 Prozent) bezeichneten die aktuelle Geschäftslage als „ungenügend“ oder „mangelhaft“.

**Geschäftslage  
überwiegend  
sehr gut oder gut**

**Tab. 1: Geschäftslage im Mittelstand**

	Berlin	Deutschland
sehr gut/gut	73,1 (69,3)	68,9 (65,5)
befriedigend/ausreichend	23,6 (26,6)	28,2 (32,5)
mangelhaft/ungenügend	3,2 (3,8)	1,6 (1,8)

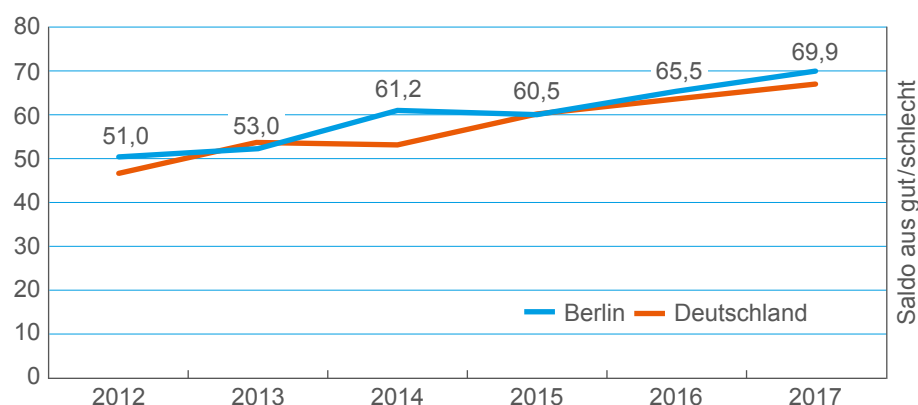
Angaben in % der Befragten, Rest o. A., Vorjahresangaben in Klammern

In der zeitlichen Entwicklung wird deutlich, dass die bereits robuste Konjunktur zuletzt noch einmal an Dynamik gewonnen hat. Der Saldo aus den positiven und negativen Einschätzungen der Geschäftslage verbesserte sich auf plus 69,9 Punkte und erreichte ein Rekordhoch (Vorjahr: plus 65,5 Punkte).

Berlin bleibt damit Boomregion im Osten Deutschlands. Die Flächenländer Ostdeutschlands konnten im vergangenen Jahr das hohe Berliner Aufschwungtempo nicht mitgehen. Mögliche Konjunkturbremsen wie die zunehmenden weltpolitischen Risiken konnten die Konjunkturlaune der Unternehmen offenbar nicht trüben.

**Berlin: Primus in  
Ostdeutschland**

**Abb. 1: Aktuelle Geschäftslage des Mittelstandes (Frühjahr)**



### Hochstimmung im Baugewerbe

Außerordentlich positiv bewerteten einmal mehr die Unternehmen aus dem Baugewerbe ihre Geschäftslage. 84,9 Prozent der Befragten – und damit ein deutlich höherer Anteil als im vergangenen Jahr (76,2 Prozent) – vergaben die Noten „sehr gut“ oder „gut“. Verbessert zeigten sich die Einschätzungen zur Geschäftslage auch im Dienstleistungsgewerbe (sehr gut/gut: 72,5 Prozent; plus 2,6 Prozentpunkte) sowie im Verarbeitenden Gewerbe (sehr gut/gut: 70,9 Prozent; plus 2,0 Prozentpunkte). Der Handel bleibt Schlusslicht: Die Unternehmen aus diesem Wirtschaftsbereich bewerteten ihre Geschäftslage ähnlich wie im Vorjahr, so dass sich der Abstand zu den übrigen Wirtschaftsbereichen nicht verringert hat (sehr gut/gut: 58,7 Prozent; plus 0,6 Prozentpunkte).

**Tab. 2: Geschäftslage in den Hauptwirtschaftsbereichen**

	sehr gut/ gut	befriedigend/ ausreichend	mangelhaft/ ungenügend
Verarb. Gewerbe	70,9 (68,9)	25,1 (27,3)	3,9 (3,7)
Bau	84,9 (76,2)	13,0 (21,1)	2,1 (2,0)
Handel	58,7 (58,1)	33,8 (33,5)	6,1 (8,4)
Dienstleistungen	72,5 (69,9)	25,0 (26,5)	2,4 (3,1)

Angaben in % der Befragten, Rest o. A., Vorjahresangaben in Klammern

## 2.2 Umsatzentwicklung

### Umsätze meist im Plus

Auch die Umsätze im Berliner Mittelstand entwickelten sich weiter positiv. Im vergangenen Jahr 2017 verbuchte eine deutliche Mehrheit der befragten Unternehmen (56,2 Prozent) ein Umsatzplus und nur 13,4 Prozent der Befragten verzeichneten Umsatzrückgänge.



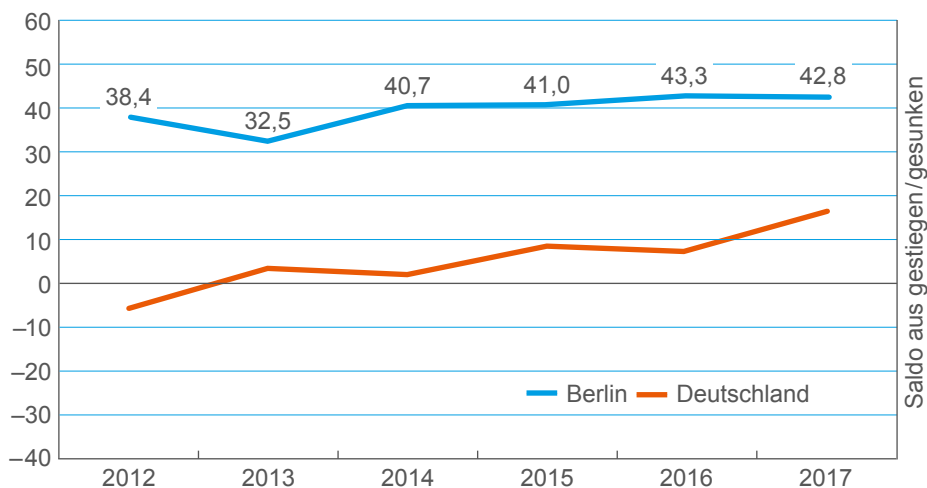
**Tab. 3: Umsatzentwicklung im Mittelstand**

	Berlin	Deutschland
gestiegen	56,2 (56,4)	31,9 (28,1)
stabil	29,8 (30,1)	51,2 (51,8)
gesunken	13,4 (13,1)	15,2 (19,9)

Angaben in % der Befragten, Rest o. A., Vorjahresangaben in Klammern

Der Saldo aus den Prozentwerten von gestiegenen und gesunkenen Umsätzen liegt in Berlin seit geraumer Zeit auf einem konstant sehr hohen Niveau (2017: plus 42,8 Punkte; 2016: plus 43,3 Punkte). Grund für den robusten Wirtschaftsaufschwung sind die günstigen gesamtwirtschaftlichen Rahmenbedingungen, beispielsweise in Form von niedrigen Zinsen und Bevölkerungswachstum.

Aufgrund einer abweichenden Fragestellung ist die Umsatzentwicklung im Berliner Mittelstand zwar nur eingeschränkt mit dem Bundesdurchschnitt zu vergleichen. Gleichwohl bestätigt sich auch hier der positive Umsatztrend.

**Abb. 2: Umsatzentwicklung im Mittelstands (Frühjahr)**

Leicht positiver als vor Jahresfrist entwickelten sich die Umsätze im Verarbeitenden Gewerbe und ebenso im Baugewerbe. Im Dienstleistungsgewerbe konnten diesmal dagegen nicht ganz so viele Unternehmen ein Umsatzplus melden (2017: 56,6 Prozent; 2016: 57,5 Prozent). Das war auch im Handel der Fall: Nachdem im Vorjahr noch 55,9 Prozent der Befragten von gestiegenen Umsätzen berichtet hatten, waren es diesmal 53,4 Prozent. Gleichzeitig nahm im Handel aber auch der Anteil der Unternehmen ab, deren Umsatz 2017 gesunken ist (von 17,9 auf 16,9 Prozent).

**Jeder sechste  
Händler verbucht  
rückläufige  
Umsätze**

**Tab. 4: Umsatzentwicklung in den Hauptwirtschaftsbereichen**

	gestiegen	stabil	gesunken
Verarb. Gewerbe	56,7 (55,5)	29,1 (31,8)	12,8 (12,7)
Bau	56,7 (55,2)	31,9 (33,7)	10,9 (9,9)
Handel	53,4 (55,9)	29,1 (25,7)	16,9 (17,9)
Dienstleistungen	56,6 (57,5)	29,4 (29,1)	13,8 (13,3)

Angaben in % der Befragten, Rest o. A., Vorjahresangaben in Klammern

Auf der Ebene der einzelnen Branchen zeigt sich insgesamt eine positive Entwicklung, allerdings in unterschiedlichen Geschwindigkeiten. Eine kräftig steigende Umsatzkurve für 2017 verzeichneten insbesondere das Nahrungs- und Genussmittelgewerbe, das Kredit- und Versicherungsgewerbe, sowie das Gastgewerbe und der Maschinenbau. Unter dem Durchschnitt für den Berliner Mittelstand blieb die Umsatzentwicklung hingegen u. a. im Einzelhandel und im Verkehrsgewerbe.

**Tab. 5: Umsatzentwicklung nach Branchen**

Branche	Saldo aus gestiegen / gesunken
Nahrungs- und Genussmittelgewerbe	60,9
Kredit- und Versicherungsgewerbe	60,0
Gastgewerbe	57,2
Maschinenbau	56,5
Elektrotechnik	54,0
Grundstücks- und Wohnungswesen	48,4
Bauhauptgewerbe	44,7
Ausbau- und Bauhilfsgewerbe	44,6
<b>Berliner Mittelstand gesamt</b>	<b>42,8</b>
unternehmensnahe Dienstleistungen	41,1
Großhandel	38,6
personenbezogene Dienstleistungen	38,3
Datenverarbeitung, IT	36,9
Einzelhandel	36,1
Verkehr / Nachrichtenübermittlung	34,8
Herstell. von Möbeln, Musikinstrum., Sportgeräten, Spiel- u. Schmuckwaren	31,1

Angaben in Prozentpunkten

## 2.3 Aktuelle Personalsituation

Fortgesetzt hat sich die positive Entwicklung auf dem Berliner Arbeitsmarkt. Zum Jahresende 2017 meldete die Arbeitsagentur rund 160.000 Arbeitslose (minus 13.000 Personen gegenüber dem Vorjahreszeitpunkt). Die Arbeitslosenquote in Berlin sank binnen eines Jahres um 0,8 Punkte auf 8,4 Prozent (Deutschland: minus 0,5 Punkte auf 5,3 Prozent).

Der Mittelstand in Berlin spürt offenbar einen härteren Wettbewerb um qualifiziertes Personal. 30,6 Prozent der befragten Unternehmen haben im vergangenen Jahr ihre Mitarbeiterzahl aufgestockt. Ein Jahr zuvor waren es noch 32,9 Prozent. Offenbar fiel es den kleinen und mittleren Unternehmen schwerer, offene Stellen zeitnah zu besetzen und Bewerber anzuziehen. 12,5 Prozent der befragten Unternehmen haben 2017 die Mitarbeiterzahl verkleinert (Vorjahr: 10,7 Prozent).

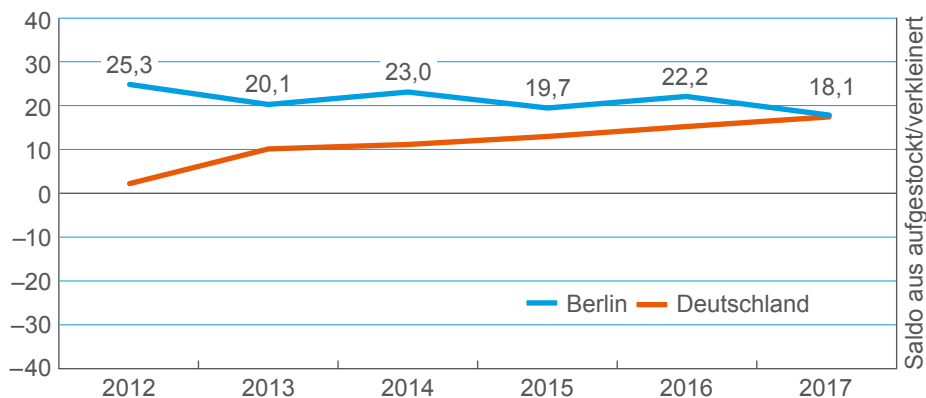
## Beschäftigung im Mittelstand wächst

**Tab. 6: Personalbestand im Mittelstand**

	Berlin	Deutschland
aufgestockt	30,6 (32,9)	27,2 (25,2)
unverändert	55,9 (55,8)	62,1 (64,3)
verkleinert	12,5 (10,7)	9,8 (10,3)

Angaben in % der Befragten, Rest o. A., Vorjahresangaben in Klammern

**Abb. 3: Personalbestand im Mittelstand (Frühjahr)**



Die Personalnachfrage im Berliner Mittelstand lag in den vergangenen Jahren meist deutlich über dem Bundesdurchschnitt. 2017 erreichte der Saldo aus aufstockenden und Personal abbauenden Unternehmen allerdings nicht mehr diese hohen Werte, lag jedoch weiterhin deutlich im Plusbereich (plus 18,1 Punkte). Per Saldo ist der Personalbestand im Berliner KMU-Sektor damit erneut gewachsen.

**Tab. 7: Personalbestand nach Unternehmensalter**

	aufgestockt	unverändert	verkleinert
bis < 3 Jahre	61,5 (62,3)	30,8 (36,1)	7,7 (1,6)
3 bis 10 Jahre	38,8 (44,9)	50,5 (48,2)	10,7 (7,0)
über 10 Jahre	26,8 (27,7)	59,7 (59,7)	13,5 (12,5)

Angaben in % der Befragten, Rest o. A., Vorjahresangaben in Klammern

Vor allem unter den jungen Unternehmen in Berlin (bis unter 3 Jahre) waren Personalaufstockungen die Regel. 61,5 Prozent der Befragten verstärkten sich im Jahr 2017 mit Arbeitskräften. Im Jahr zuvor lag der Anteil im ähnlichen Bereich (62,3 Prozent). Allerdings wurde zum Teil

## Junge Unternehmen finden Personal

auch Personal abgebaut, was bei 7,7 Prozent der jungen Unternehmen der Fall war (Vorjahr: 1,6 Prozent). Zurückhaltender mit Neueinstellungen waren Unternehmen im Alter von 3 bis 10 Jahren. Nachdem im Vorjahr noch fast die Hälfte dieser Unternehmen (44,9 Prozent) den Personalbestand erhöht hatten, waren es 2017 nur 38,8 Prozent. Zugleich hat sich bei rund jedem neunten Unternehmen (10,7 Prozent) dieser Altersklasse die Zahl der Mitarbeiter verringert (Vorjahr: 7,0 Prozent).

**Tab. 8: Personalbestand in den Hauptwirtschaftsbereichen**

	aufgestockt	unverändert	verkleinert
Verarb. Gewerbe	31,5 (34,7)	49,8 (51,0)	16,3 (13,9)
Bau	31,1 (29,8)	58,8 (59,1)	9,2 (9,5)
Handel	26,4 (29,1)	58,1 (58,1)	14,9 (12,3)
Dienstleistungen	31,3 (34,8)	56,4 (55,6)	11,7 (9,3)

Angaben in % der Befragten, Rest o. A., Vorjahresangaben in Klammern

## Baugewerbe ist Jobmotor

Der Blick auf die vier Hauptwirtschaftsbereiche zeigt, wo im Jahr 2017 Personal aufgebaut und wo es abgebaut wurde. Dabei zeigt sich außer im Baugewerbe überall ein geringeres Beschäftigungswachstum als im Jahr zuvor. Per Saldo kam es aber dennoch zu Aufstockungen. Beispielsweise haben im Dienstleistungsgewerbe 31,3 Prozent und im Verarbeitenden Gewerbe 31,5 Prozent der Befragten zusätzliches Personal eingestellt. Ein Jahr zuvor lagen diese Prozentanteile noch bei 34,8 bzw. 34,7 Prozent. Zugenommen hat in beiden Wirtschaftsbereichen der Anteil der Unternehmen, die weniger Mitarbeiter beschäftigen. So hat im Verarbeitenden Gewerbe ca. jedes sechste Unternehmen (16,3 Prozent) die Belegschaft verkleinert. Auch im Handel war diese Tendenz zu verzeichnen.



## 3 Erwartungen im Mittelstand

### 3.1 Umsätze

Weiterhin sehr positiv sind die Umsatzerwartungen im Berliner Mittelstand. Knapp jedes zweite befragte Unternehmen (47,3 Prozent) rechnet mit steigenden Umsätzen im laufenden Jahr 2018. Der Prozentanteil der optimistischen Unternehmen lag damit leicht über dem Vorjahresniveau (46,8 Prozent) und zudem erneut über dem bundesweiten Vergleichswert (45,1 Prozent). Eine rückläufige Umsatzentwicklung erwarten wie im Vorjahr 8,7 Prozent der Befragten.

**Mittelständler bleiben zuversichtlich**

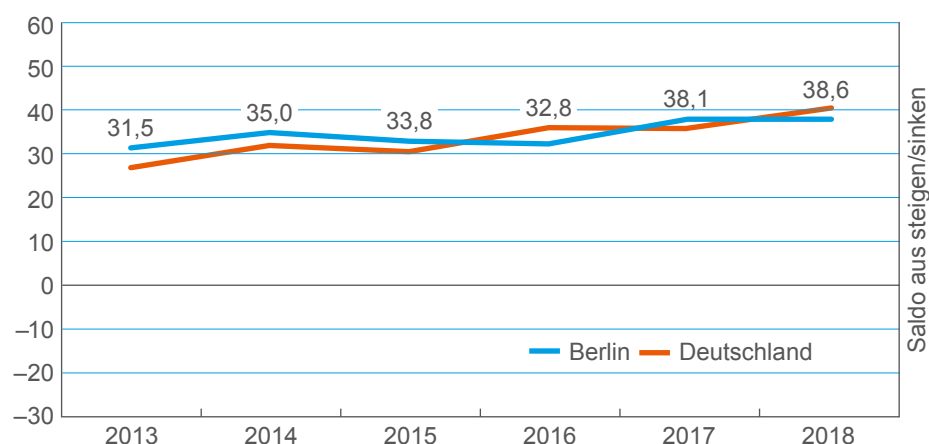
**Tab. 9: Umsatzerwartungen im Mittelstand**

	Berlin	Deutschland
steigend	47,3 (46,8)	45,1 (42,8)
stabil	44,0 (44,2)	48,8 (50,2)
sinkend	8,7 (8,7)	4,4 (6,8)

Angaben in % der Befragten, Rest o. A., Vorjahresangaben in Klammern

Der Saldo aus optimistischen und pessimistischen Einschätzungen der weiteren Umsatzentwicklung erreichte mit plus 38,6 Punkten wieder das hohe Vorjahresniveau (plus 38,1 Punkte). Damit liegen die Umsatzerwartungen im Berliner Mittelstand wie schon in den letzten Jahren weitgehend auf der Höhe des Bundestrends.

**Abb. 4: Zukünftige Umsatzentwicklung im Mittelstand (Frühjahr)**



In allen vier Hauptwirtschaftsbereichen liegt der Anteil der Optimisten deutlich vor dem Anteil der Pessimisten. Im Dienstleistungssektor sowie im Verarbeitenden Gewerbe rechnet etwa jedes zweite Unternehmen (49,5 bzw. 48,8 Prozent) mit steigenden Umsätzen. Allerdings waren es im Dienstleistungssektor vor Jahresfrist schon einmal 51,5 Prozent.

**Bauwirtschaft will weiter wachsen**

Nochmals deutlich besser als vor einem Jahr sind die Umsatzerwartungen im Berliner Baugewerbe. 43,3 Prozent der befragten Unternehmen erwarten ein Umsatzplus – gegenüber dem Vorjahr ein Anstieg um 6,4 Prozentpunkte. Auch im Verarbeitenden Gewerbe hat sich dieser Anteil erhöht (plus 1,5 Prozentpunkte), während gleichzeitig nur noch 7,4 Prozent der Unternehmen einen Umsatzrückgang befürchten (Vorjahr: 9,4 Prozent). Die meisten Pessimisten gibt es einmal mehr im Handel (2018: 13,5 Prozent; 2017: 12,8 Prozent).

**Tab. 10: Umsatzerwartungen in den Hauptwirtschaftsbereichen**

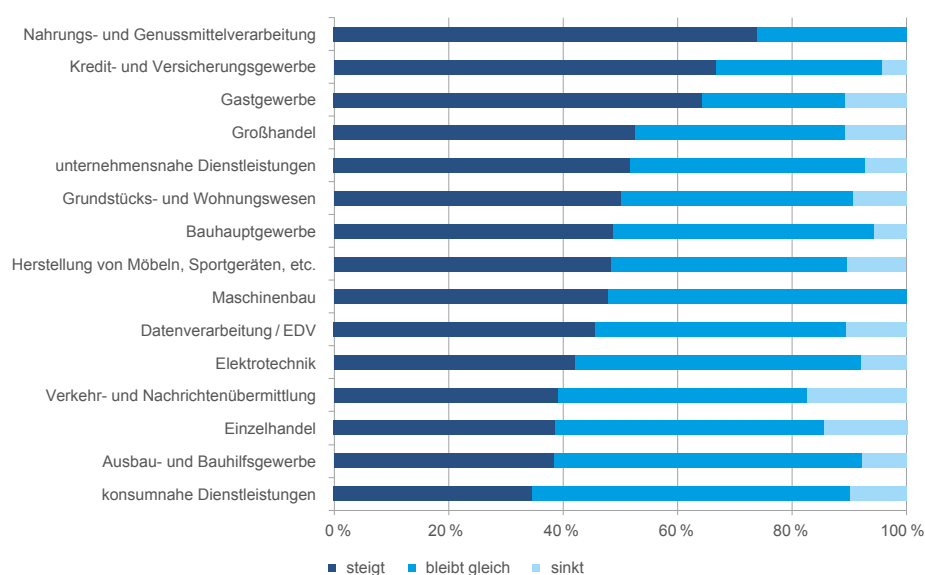
	steigend	stabil	sinkend
Verarb. Gewerbe	48,8 (47,3)	43,8 (43,3)	7,4 (9,4)
Bau	43,3 (36,9)	50,0 (56,7)	6,7 (6,3)
Handel	45,3 (44,7)	41,2 (41,3)	13,5 (12,8)
Dienstleistungen	49,5 (51,5)	41,9 (40,1)	8,6 (8,1)

Angaben in % der Befragten, Rest o. A., Vorjahresangaben in Klammern

Nach Branchen betrachtet, erwarten ein umsatzstarkes Jahr 2018 das Berliner Nahrungs- und Genussmittelgewerbe, gefolgt vom Kredit- und Versicherungsgewerbe und dem Gastgewerbe. Am Ende der Skala liegen die konsumnahen Dienstleistungen. Aber auch hier sind die Umsatzerwartungen überwiegend optimistisch.



**Abb. 5: Umsatzerwartungen nach Branchen**



Angaben in % der Befragten

## 3.2 Personalplanungen

Der Personalbedarf im Berliner Mittelstand ist weiter hoch. Ein Drittel der Unternehmen (33,9 Prozent) will die Zahl der Mitarbeiter in den nächsten Wochen aufstocken. Das ist ein höherer Anteil als im Vorjahr (32,5 Prozent). Lediglich 5,0 Prozent der Befragten planen einen Stellenabbau.

**Arbeitskräfte  
sind begehrt**

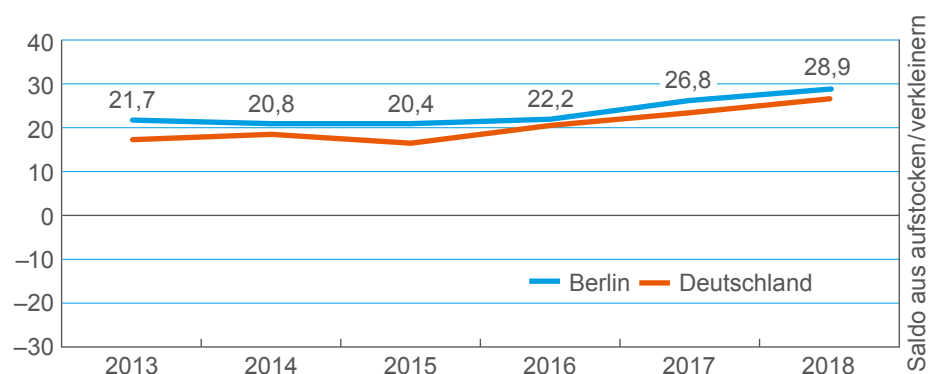
**Tab. 11: Voraussichtliche Entwicklung des Personalbestandes**

	Berlin	Deutschland
aufstocken	33,9 (32,5)	31,8 (29,5)
unverändert	60,8 (61,3)	62,1 (65,2)
verkleinern	5,0 (5,7)	5,0 (5,0)

Angaben in % der Befragten, Rest o.A., Vorjahresangaben in Klammern

In dem Maße, wie der Wirtschaftsaufschwung an Breite und Robustheit gewann, stieg auch die Personalnachfrage der Unternehmen an. Der Saldo aus optimistischen und pessimistischen Personalplänen lag im Frühjahr in den letzten Jahren stets im positiven Bereich und signalisierte so eine steigende Beschäftigung im Mittelstand. 2018 sind die Personalplanungen der Berliner Unternehmen wieder besonders optimistisch und höher als im Bundesdurchschnitt.

**Abb. 6: Zukünftiger Personalbestand im Mittelstand (Frühjahr)**



### Vorsichtigere Personalplanungen im Handel

Einen hohen Anteil an aufstockungswilligen Unternehmen gibt es im Baugewerbe (36,6 Prozent) sowie im Verarbeitenden Gewerbe (36,5 Prozent). Allerdings hat sich im Verarbeitenden Gewerbe auch der Anteil der Unternehmen erhöht, die Stellen abbauen wollen. Im Dienstleistungsgewerbe will jeder dritte Befragte (33,9 Prozent) die Beschäftigung erhöhen, im Handel sind es diesmal nur 26,4 Prozent der Unternehmen. Dabei will der Handel den Personalbestand vorwiegend konstant halten – 67,6 Prozent der Befragten haben das geäußert.

**Tab. 12: Voraussichtliche Entwicklung des Personalbestandes in den Hauptwirtschaftsbereichen**

	aufstocken	unverändert	verkleinern
Verarb. Gewerbe	36,5 (33,1)	55,7 (61,2)	7,4 (4,9)
Bau	36,6 (33,3)	59,2 (61,5)	4,2 (5,2)
Handel	26,4 (29,1)	67,6 (61,5)	6,1 (9,5)
Dienstleistungen	33,9 (33,0)	61,8 (61,3)	4,1 (5,2)

Angaben in % der Befragten, Rest o. A., Vorjahresangaben in Klammern

Mit dem Maschinenbau, der Datenverarbeitung / EDV-Branche und den unternehmensnahen Dienstleistern haben Wirtschaftszweige aus dem Verarbeitenden Gewerbe und dem Sektorservice einen besonders hohen Personalbedarf.



**Tab. 13: Personalplanungen nach Branchen**

Branche	Saldo aus aufstocken / verkleinern
Maschinenbau	47,8
Datenverarbeitung, EDV	38,6
unternehmensnahe Dienstleistungen	38,4
Elektrotechnik	34,0
Ausbau- und Bauhilfsgewerbe	32,8
Bauhauptgewerbe	31,4
<b>Berliner Mittelstand gesamt</b>	<b>28,9</b>
personenbezogene Dienstleistungen	28,4
Nahrungs- und Genussmittelgewerbe	26,1
Gastgewerbe	25,0
Kredit- und Versicherungsgewerbe	24,5
Verkehr / Nachrichtenübermittlung	21,7
Großhandel	21,0
Herstell. von Möbeln, Musikinstrum., Sportgeräten, Spiel- u. Schmuckwaren	17,2
Einzelhandel	16,9
Grundstücks- und Wohnungswesen	7,8

Angaben in Prozentpunkten

### 3.3 Investitionsplanungen

Die Investitionsbereitschaft im Berliner Mittelstand ist höher als im Vorjahr. 54,4 Prozent der Befragten haben Investitionen angekündigt. In der Vorjahresbefragung lag der Anteil noch bei 50,2 Prozent. Gleichwohl bleibt der Anteil der investitionsbereiten Unternehmen wie in den Vorjahren unter dem Bundesdurchschnitt (58,8 Prozent).

**Investitionsbereitschaft nimmt zu**

Das könnte vor allem daran liegen, dass in Berlin bei ähnlichen Investitionsbedingungen wie im gesamten Bundesgebiet starke Wirtschaftsbereiche wie die Dienstleister eine eher unterdurchschnittliche Investitionsneigung aufweisen. So gaben in Berlin 54,4 Prozent der Dienstleistungsunternehmen an, in den nächsten Monaten investieren zu wollen. Im Bundesgebiet insgesamt liegt dieser Anteil mit 61,8 Prozent deutlich höher.

**Tab. 14: Investitionsbereitschaft des Mittelstandes**

investitionsbereite Unternehmen		
	Berlin	Deutschland
2009	44,2	41,4
2010	48,8	44,3
2011	43,1	53,4
2012	46,0	50,6
2013	58,8	50,4
2014	54,0	52,0
2015	52,7	53,6
2016	52,1	58,1
2017	50,2	56,3
2018	54,4	58,8

Angaben in % der Befragten

Am investitionsfreudigsten zeigten sich einmal mehr die Unternehmen aus dem Verarbeitenden Gewerbe. 62,1 Prozent der Befragten wollen hier investieren. Das ist ein höherer Anteil als im Vorjahr. Deutlich zugelegt hat die Investitionsbereitschaft vor allem im Berliner Handel. Diesmal hat knapp die Hälfte der Befragten (49,3 Prozent) angegeben, ein Investitionsvorhaben zu planen. Vor einem Jahr waren es erst 38,5 Prozent. Offenbar muss der mittelständische Handel verstärkt investieren, um wettbewerbsfähig zu bleiben.

**Tab. 15: Investitionsbereitschaft in den Hauptwirtschaftsbereichen**

investitionsbereite Unternehmen		
	Berlin	Deutschland
Verarbeitendes Gewerbe	62,1 (57,6)	65,5 (53,8)
Bau	50,8 (45,2)	52,7 (54,9)
Handel	49,3 (38,5)	51,5 (51,8)
Dienstleistungen	54,4 (52,8)	61,8 (60,2)

Angaben in % der Befragten, () = Vorjahresangaben

Erneut lag der Schwerpunkt der Investitionstätigkeit der Mittelständler auf Erweiterungsinvestitionen. 64,2 Prozent der Befragten sagten, dass sie Erweiterungsinvestitionen tätigen wollen. Am höchsten ist der Anteil diesmal im Handel (72,6 Prozent), wo es eine deutliche Steigerung zum Vorjahr gab. Auch im Baugewerbe wollen viele Betriebe die Kapazitäten erweitern. Etwas verringert hat sich der Anteil der Befragten, die Ersatzinvestitionen durchführen wollen. Nur im Verarbeitenden Gewerbe ist dieser Anteil gestiegen (von 44,0 auf 46,8 Prozent).

**Kapazitäts-  
erweiterungen  
geplant**

**Tab. 16: Art der Investitionen**

	<b>Erweiterung</b>	<b>Rationalisierung</b>	<b>Ersatz</b>
Verarb. Gewerbe	61,9 (70,2)	21,4 (18,4)	46,8 (44,0)
Bau	62,0 (56,1)	17,4 (12,3)	52,1 (65,8)
Handel	72,6 (63,8)	19,2 (20,3)	39,7 (42,0)
Dienstleistungen	63,9 (63,2)	18,3 (18,2)	47,2 (51,5)
<b>Gesamt</b>	<b>64,2 (63,5)</b>	<b>18,9 (17,4)</b>	<b>47,2 (51,3)</b>

Angaben in % der Befragten, Mehrfachnennungen möglich, () = Vorjahresangaben



## 4 Finanzierung des Mittelstandes

### 4.1 Ertragslage

Die kleinen und mittleren Unternehmen können mit der Ertragslage weitgehend zufrieden sein. Jeder zweite Befragte (49,7 Prozent) verbuchte für das Jahr 2017 eine Ertragssteigerung und knapp ein Sechstel der Befragten (16,0 Prozent) mussten Einbußen hinnehmen. Damit konnten viele das Umsatzplus in Gewinnzuwächse ummünzen.

**Tab. 17: Ertragslage im Mittelstand**

	Berlin	Deutschland
gestiegen	49,7 (51,3)	23,7 (20,3)
stabil	33,7 (32,9)	60,4 (59,3)
gesunken	16,0 (15,2)	14,6 (19,8)

Angaben in % der Befragten; Rest o. A., () = Vorjahresangaben

**Erträge entwickeln sich in die richtige Richtung**

Konstant positiv wird die Ertragslage für das vergangene Jahr im Baugewerbe beschrieben, wo immerhin 50,0 Prozent der Befragten Zuwächse verzeichneten (Vorjahr: 49,6 Prozent). Lediglich bei 12,6 Prozent und damit bei jedem Achten gingen die Erträge zurück. Im Handel hatte jedes fünfte Unternehmen (19,6 Prozent) mit Ertragsrückgängen zu kämpfen. Gleichzeitig konnten aber wie im Vorjahr 48,0 Prozent der Händler in Berlin den Gewinn steigern.

Nicht mehr so positiv wie vor einem Jahr wird die Ertragslage von den Dienstleistern gesehen. 2017 verzeichneten immerhin 17,3 Prozent der Unternehmen Rückgänge (Vorjahr: 14,8 Prozent). Die Mehrheit der Dienstleistungsunternehmen in Berlin (51,6 Prozent) meldete aber Ertragssteigerungen.

**Tab. 18: Ertragslage in den Hauptwirtschaftsbereichen**

	gestiegen	stabil	gesunken
Verarb. Gewerbe	46,3 (48,6)	38,9 (36,3)	14,3 (15,1)
Bau	50,0 (49,6)	37,0 (35,3)	12,6 (13,5)
Handel	48,0 (48,0)	31,8 (32,4)	19,6 (19,0)
Dienstleistungen	51,6 (54,2)	30,5 (30,6)	17,3 (14,8)

Angaben in % der Befragten, Rest o. A., Vorjahresangaben in Klammern

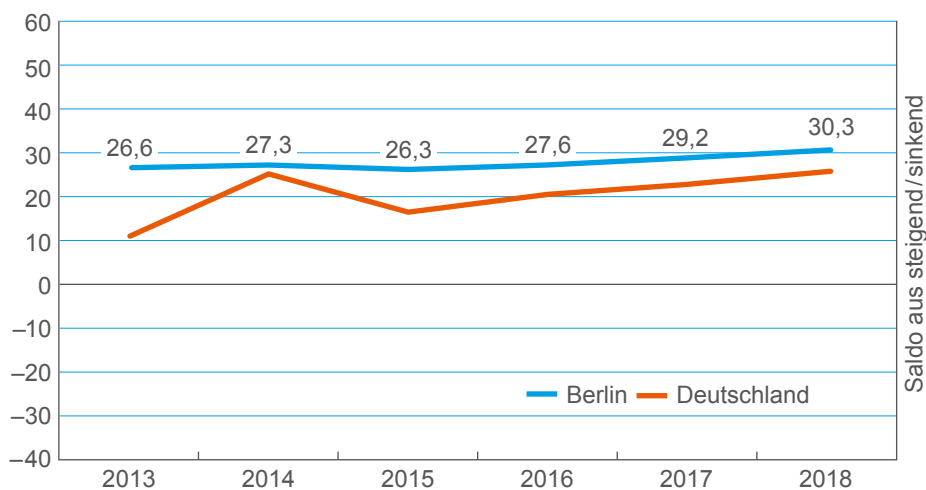
Die Ertragserwartungen im Mittelstand sind für 2018 sehr zuversichtlich. 41,3 Prozent der Befragten rechnen mit steigenden Erträgen im laufenden Jahr. Dieser Prozentanteil liegt im Bereich des Vorjahreswertes und erneut deutlich über dem Bundesdurchschnitt (32,0 Prozent). 11,0 Prozent der Befragten erwarten einen Ertragsrückgang.

**Tab. 19: Zukünftige Ertragslage im Mittelstand**

	Berlin	Deutschland
steigend	41,3 (41,1)	32,0 (31,6)
stabil	47,4 (46,6)	60,6 (59,2)
sinkend	11,0 (11,9)	6,1 (8,8)

Angaben in % der Befragten, Rest o. A., Vorjahresangaben in Klammern

**Abb. 7: Zukünftige Ertragslage im Mittelstand (Frühjahr)**



Positiver als vor Jahresfrist sind die Ertragserwartungen im Baugewerbe sowie im Handel. So rechnen 40,5 Prozent der befragten Händler mit einem Anstieg der Erträge (Vorjahr: 36,3 Prozent). Im Baugewerbe stieg der Anteil der optimistischen Ertragseinschätzungen von 34,5 auf 39,1 Prozent. Gleichzeitig erhöhte sich aber auch die Zahl der Baufirmen, die

sinkende Erträge erwarten (von 7,9 auf 10,1 Prozent). Im Handel hat der Pessimismus hingegen nicht mehr ein so hohes Gewicht wie noch im Vorjahr (13,5 Prozent; Vorjahr: 18,4 Prozent).

**Tab. 20: Ertragserwartungen in den Hauptwirtschaftsbereichen**

	steigend	stabil	sinkend
Verarb. Gewerbe	38,9 (42,0)	49,8 (46,5)	11,3 (11,4)
Bau	39,1 (34,5)	50,8 (57,5)	10,1 (7,9)
Handel	40,5 (36,3)	44,6 (44,1)	13,5 (18,4)
Dienstleistungen	43,6 (45,1)	45,6 (42,7)	10,6 (11,7)

Angaben in % der Befragten, Rest o. A., Vorjahresangaben in Klammern

## 4.2 Eigenkapital

**Mehr eigenkapital-  
schwache  
Unternehmen**

Die Eigenkapitalquoten im Mittelstand haben sich trotz der guten Ertragslage nicht verbessert. Der Anteil der Unternehmen, deren Eigenkapital weniger als 10 Prozent beträgt, ist sogar wieder gestiegen (von 26,5 auf 28,8 Prozent). Insbesondere im Baugewerbe und im Handel war dieser Trend zu beobachten. Möglicherweise haben die Unternehmen die anhaltend günstigen Kreditbedingungen genutzt, um Anschaffungen vermehrt mit Fremdkapital zu finanzieren. Generell bleibt das Baugewerbe derjenige Wirtschaftsbereich, der die geringsten Eigenkapitalquoten aufweist.

**Hohe Eigen-  
kapitalquoten im  
Handel selten**

Gleichzeitig können sehr viele mittelständische Unternehmen in Berlin auf eine solide Eigenkapitalausstattung verweisen. Immerhin 27,9 Prozent verfügen über eine Eigenkapitalquote von 30 Prozent und mehr. Das ist ein ähnlich hoher Anteil wie im Vorjahr (28,5 Prozent). Verbesserungen zeigt vor allem das Verarbeitende Gewerbe, wo der Anteil der eigenkapitalstarken Unternehmen nunmehr bei einem Drittel liegt (33,0 Prozent). Abgerutscht sind die Eigenkapitalquoten hingegen offenbar im Handel. Während im Vorjahr noch 32,4 Prozent der Handelsunternehmen eine hohe Quote von zumindest 30 Prozent meldeten, sind es diesmal lediglich 22,3 Prozent der Befragten, die eine solch hohe Eigenkapitalquote aufweisen. Hier haben möglicherweise die Ertragsrückgänge im letzten Jahr Lücken gerissen.

**Tab. 21: Eigenkapitalquoten in den Hauptwirtschaftsbereichen**

	bis 10%	bis 20%	bis 30%	≥ 30%
Verarb. Gewerbe	26,6 (25,3)	18,7 (21,2)	15,8 (14,3)	33,0 (30,2)
Bau	32,8 (30,2)	24,8 (27,0)	15,5 (17,5)	19,7 (19,4)
Handel	27,7 (25,7)	22,3 (17,3)	20,3 (16,2)	22,3 (32,4)
Dienstleistungen	28,1 (25,6)	17,9 (20,7)	14,3 (16,2)	31,7 (30,5)
<b>Gesamt</b>	<b>28,8 (26,5)</b>	<b>20,2 (21,6)</b>	<b>15,7 (16,1)</b>	<b>27,9 (28,5)</b>

Angaben in % der Befragten, Rest o. A., Vorjahresangaben in Klammern

Insgesamt meldete der Berliner Mittelstand eine Verbesserung seiner Eigenkapitalsituation. Vier von zehn Befragten (39,8 Prozent) berichteten dies. Das war ein höherer Prozentanteil als im Vorjahr (37,5 Prozent). In der Mehrzahl gab es Verbesserungen beim Eigenkapital im Kredit- und Versicherungsgewerbe (57,8 Prozent) sowie im Maschinenbau (56,5 Prozent). Nur unterdurchschnittlich verbesserte sich die Eigenkapitalsituation im Berliner Gastgewerbe (21,4 Prozent).

**Tab. 22: Eigenkapitalsituation in den Branchen**

	verbessert	unverändert	verschlechtert
Kredit- und Versicherungsgewerbe	57,8 (39,3)	37,8 (51,8)	2,2 (8,9)
Maschinenbau	56,5 (39,3)	39,1 (50,0)	4,3 (10,7)
Grundstücks- und Wohnungswesen	46,9 (39,1)	46,9 (50,6)	4,7 (8,0)
unternehmensnahe Dienstleistungen	45,0 (34,4)	46,4 (59,4)	7,9 (6,3)
Großhandel	43,9 (36,4)	50,9 (51,5)	5,3 (10,6)
Bauhauptgewerbe	42,9 (41,0)	43,8 (50,0)	11,4 (6,0)
Datenverarbeitung, IT	40,4 (43,7)	52,6 (47,9)	7,0 (8,5)
<b>Berliner Mittelstand gesamt</b>	<b>39,8 (37,5)</b>	<b>49,6 (51,7)</b>	<b>9,1 (9,1)</b>
Verkehr/Nachrichten- übermittlung	39,1 (36,0)	47,8 (44,0)	13,0 (16,0)
Ausbau- und Bauhilfsgewerbe	38,3 (37,2)	53,1 (51,7)	7,0 (9,7)
Elektrotechnik	36,0 (50,0)	58,0 (45,8)	6,0 (4,2)
Herstellung von Möbeln, Musikinstrumenten, Sportgeräten, Spiel- und Schmuckwaren	31,0 (31,3)	51,7 (43,8)	13,8 (21,9)
personenbezogene Dienstleistungen	27,2 (30,3)	61,7 (61,5)	9,9 (7,3)
Einzelhandel	25,3 (33,0)	61,4 (48,5)	12,0 (15,5)
Gastgewerbe	21,4 (25,0)	78,6 (66,7)	0,0 (8,3)

Angaben in % der Befragten, Rest o. A., Vorjahresangaben in Klammern

### 4.3 Finanzierungsbedingungen

Die aktuellen Finanzierungsbedingungen werden von den kleinen und mittleren Unternehmen vielfach als sehr gut bzw. gut wahrgenommen (37,4 Prozent der Befragten). Dabei scheint den Unternehmen die Finanzierung von Investitionen offenbar leichter zu fallen als im Vorjahr, als nur 33,7 Prozent der Befragten ein „sehr gut“ oder „gut“ vergaben. Lediglich 8,8 Prozent der Befragten beurteilten die Finanzierungsbedingungen mit mangelhaft/ungenügend (Vorjahr: 11,2 Prozent).

**Investitions-  
finanzierung  
fällt leicht**



Unterteilt nach Wirtschaftsbereichen werden die Finanzierungsbedingungen im Mittelstand oftmals sehr unterschiedlich gesehen. So bezeichneten immerhin 14,3 Prozent der Unternehmen aus dem Verarbeitenden Gewerbe die Finanzierungsbedingungen als „mangelhaft/ungenügend“.

**Tab. 23: Beurteilung der Finanzierungsbedingungen für Investitionen**

sehr gut/gut	37,4 (33,7)
befriedigend	25,8 (27,9)
ausreichend	11,6 (10,3)
mangelhaft/ungenügend	8,8 (11,2)

Angaben in % der Befragten, Rest o. A., Vorjahresangaben in Klammern

Nur Unternehmen mit weniger als 50 Beschäftigten beurteilten die Finanzierungsbedingungen günstiger als im Vorjahr. Bei größeren Unternehmen verringerte sich der Anteil der Befragten, die die Finanzierungsbedingungen mit „sehr gut“ bzw. „gut“ bezeichneten. Gleichwohl hatte in drei Größenklassen mehr als jeder zweite Befragte ein „sehr gut“ oder „gut“ vergeben. Am höchsten war dabei der Anteil bei Unternehmen mit 51 bis 100 Beschäftigten (57,1 Prozent), am niedrigsten bei kleinen Unternehmen bis maximal 10 Beschäftigten (39,6 bzw. 39,3 Prozent).

**Tab. 24: Beurteilung der Finanzierungsbedingungen nach Unternehmensgröße (Zahl der Beschäftigten)**

	sehr gut/ gut	befriedigend	ausreichend	mangelhaft/ ungenügend
1 bis 5	39,6 (33,0)	33,3 (36,5)	15,2 (13,9)	11,8 (16,6)
6 bis 10	39,3 (39,6)	32,2 (36,9)	16,4 (11,5)	12,0 (12,0)
11 bis 20	53,2 (46,6)	25,5 (27,0)	13,5 (12,3)	7,8 (14,1)
21 bis 50	54,1 (44,2)	30,3 (31,9)	9,2 (15,9)	6,4 (8,0)
51 bis 100	57,1 (61,7)	19,0 (27,7)	9,5 (4,3)	14,3 (6,4)
> 100	41,2 (60,0)	23,5 (27,5)	29,4 (2,5)	5,9 (10,0)

Angaben in % der bewertenden Unternehmen, () = Vorjahresangaben

Diejenigen Unternehmen, die das beurteilen konnten, stimmten zumeist (41,4 Prozent) der Aussage zu, dass sich der Zugang zu Finanzmitteln im Vergleich zum Vorjahr nicht verändert hat. Jeder neunte Befragte (10,9 Prozent) sagte, es sei schwieriger geworden. Vor einem Jahr hatten das noch 12,6 Prozent der Befragten behauptet. Die meisten Schwierigkeiten mit Finanzierungen hat derzeit offenbar der Handel (14,9 Prozent der Befragten), die wenigsten die Dienstleister (8,9 Prozent). Verschärfungen bemerkten die mittelständischen Unternehmen zumeist bei den Offenlegungs- und Dokumentationsvorschriften bzw. den zu hinterlegenden Sicherheiten. Auch fällt die Bearbeitungsdauer nach Ansicht der Unternehmen häufig zu lange aus.

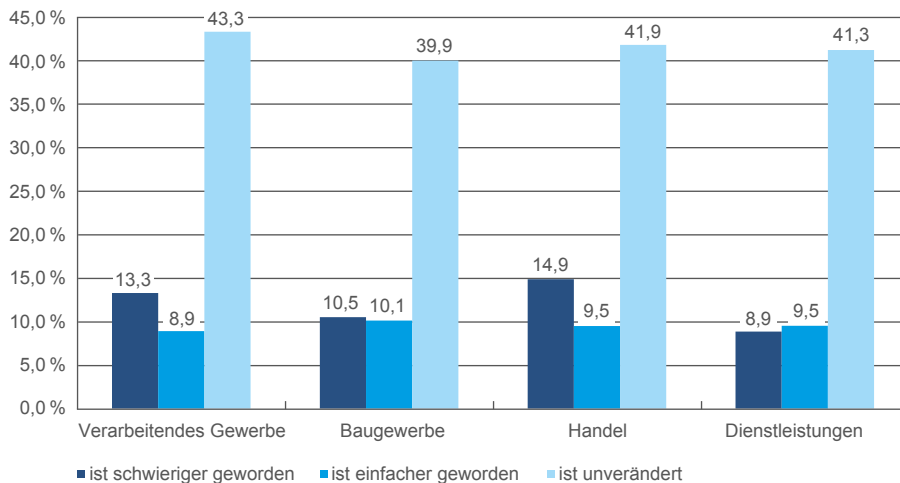


**Tab. 25: Wie hat sich der Zugang zu Finanzierungsmitteln gegenüber dem Vorjahr verändert?**

ist einfacher geworden	9,5 (10,3)
ist unverändert	41,4 (39,8)
ist schwieriger geworden	10,9 (12,6)

Angaben in % der Befragten, Rest o. A., Vorjahresangaben in Klammern

**Abb. 8: Beurteilung der Finanzierungsbedingungen**



Angaben in % der Befragten, Rest o. A.

## 4.4 Finanzierungsquellen

Nach wie vor sind die Einnahmen aus dem operativen Geschäft die Hauptfinanzierungsquelle für kleine und mittlere Unternehmen. Mit diesen Umsätzen werden beispielsweise die laufenden Kosten wie Löhne/ Gehälter und Materialeinkäufe beglichen (83,1 Prozent). An zweiter und dritter Stelle haben der Rückgriff auf Gewinnrücklagen (39,5 Prozent der Befragten) bzw. Bankkredite (38,4 Prozent) ebenfalls eine hohe Bedeutung für die Unternehmensfinanzierung im Mittelstand. Alle drei genannten Finanzierungsquellen haben zuletzt noch an Bedeutung gewonnen. Fördermittel nutzt etwa jedes achte Unternehmen im Mittelstand (12,2 Prozent der Befragten). Beteiligungskapital spielt hingegen nur in Einzelfällen eine Rolle (2,9 Prozent).

**Fast vier von zehn Unternehmen nutzen Bankkredite**

**Tab. 26: Welche Finanzierungsmittel hat Ihr Unternehmen bisher eingesetzt oder geplant einzusetzen?**

Einnahmen aus dem laufenden Geschäft	83,1 (82,4)
Rücklagen aus Gewinnen	39,5 (38,8)
Kredite von Banken	38,4 (37,2)
eingebrachte Eigenmittel	35,1 (36,5)
öffentliche Fördermittel	12,2 (12,9)
Bürgschaften	6,1 (6,1)
Beteiligungskapital	2,9 (3,9)
Zins- oder Lizenzeinnahmen	1,6 (1,0)

Angaben in % der Befragten, Mehrfachnennungen möglich, () = Vorjahresangaben

**Tab. 27: Welche Finanzierungsmittel hat Ihr Unternehmen bisher eingesetzt oder geplant einzusetzen?**

	Verarb. Gewerbe	Bau	Handel	Dienst- leistungen
Einnahmen aus dem laufenden Geschäft	82,3 (83,3)	74,8 (79,8)	79,7 (77,7)	88,8 (84,7)
Rücklagen aus Gewinnen	37,9 (40,0)	40,3 (43,3)	36,5 (34,1)	40,8 (37,9)
Kredite von Banken	40,9 (44,9)	35,7 (35,3)	40,5 (38,0)	38,0 (34,4)
eingebrachte Eigenmittel	36,0 (35,9)	33,6 (29,4)	41,2 (40,8)	33,5 (38,6)
öffentliche Fördermittel	22,2 (23,7)	6,7 (6,0)	10,1 (8,4)	11,2 (12,7)
Bürgschaften	10,8 (5,7)	9,2 (11,1)	2,7 (5,6)	3,5 (4,3)
Beteiligungs- kapital	4,9 (4,9)	1,3 (1,2)	0,0 (2,8)	3,7 (5,0)
Zins- oder Lizenzeinnahmen	1,5 (1,2)	0,8 (0,4)	0,7 (0,6)	2,4 (1,4)

Angaben in % der Befragten, Mehrfachnennungen möglich, () = Vorjahresangaben

Für den Handel und das Dienstleistungsgewerbe hat sich die Bedeutung des Bankkredits als Finanzierungsquelle zuletzt erhöht. Auch Rücklagen wurden zur Finanzierung verstärkt eingesetzt. Weiterhin bleiben aber auch hier die Umsatzerlöse das Finanzmittel der ersten Wahl.

Das Verarbeitende Gewerbe nutzte Bankkredite sowie Gewinnrücklagen dagegen zuletzt weniger stark als im Vorjahr. Außerdem sind im Verarbeitenden Gewerbe Unterschiede zu den anderen Wirtschaftsbereichen in der Finanzierungsstruktur sichtbar: So spielen für die Unternehmen aus dem Verarbeitenden Gewerbe auch öffentliche Fördermittel (22,2 Prozent) sowie Bürgschaften (10,8 Prozent) eine nennenswerte Rolle bei der Unternehmensfinanzierung – letztere wurden stärker als im Vorjahr eingesetzt.

**Fördermittel  
meist nur für das  
Verarbeitende  
Gewerbe relevant**



## 5 Im Fokus 2018: Kooperationen im Mittelstand

---

Kooperationen bieten den knapp 180.000 Berliner KMU große Chancen. Sie können der Wirtschaftsmacht anderer, oft größerer Unternehmen begegnen, ihre Produktivität durch Arbeitsteilung und Synergien erhöhen sowie Risiken teilen und diversifizieren. Durch Kooperationen können Ressourcen erschlossen werden, die für KMU sonst außer Reichweite wären – finanzielle- und Technologieressourcen sowie Ressourcen für Forschung und Entwicklung. Kosten für den Eintritt in verschiedene Wertschöpfungsketten, z. B. in Form von Zertifizierungen, können gesenkt werden. Dabei dürfen die Risiken, die Kooperationen mit sich bringen, nicht außer Acht gelassen werden. Dazu zählen Abhängigkeiten von Partnern, Einschränkungen der Entscheidungsfähigkeit, die Preisgabe sensibler Daten sowie Koordinationsanforderungen. Letztlich bringen Kooperationen den Berliner Unternehmen aber viele Vorteile, wie auch diese Befragung zeigt.

KMU sind vor allem auf nachgelagerten Wertschöpfungsebenen stark in Kooperationen eingebunden. Ein gutes Beispiel sind die schnell wachsenden unternehmensnahen Dienstleistungen in Berlin, bei denen der Kooperationsgrad besonders hoch ist. An der Spitze der kooperativen Wertschöpfungsketten finden sich vor allem die Hidden Champions des Berliner Mittelstandes.

Im Bereich Forschung und Entwicklung (FuE) haben Kooperationen eine große Bedeutung hinsichtlich der Innovationsfähigkeit von KMU. Die Digitalisierung, die einen Strukturwandel hin zu völlig neuen Produktionstechnologien ermöglicht, stellt KMU vor neue Technologieanforderungen und ist ein weiterer Grund für Kooperationen mit Start-ups oder

Forschungseinrichtungen. Laut dieser Befragung kooperieren jedoch nur sehr wenige Berliner Unternehmen derzeit mit Forschungseinrichtungen. Insgesamt kann festgehalten werden, dass der Berliner Mittelstand im Hinblick auf Innovationen und Digitalisierung noch ungenutzte Potenziale hat. Kollaborationen von etablierten Firmen aus dem Wirtschafts- und Finanzbereich mit Start-ups, wie zuletzt im Bereich FinTechs und InsurTechs, können diese Potenziale heben, doch muss der Mittelstand hierbei noch aktiver werden. Den Umfragen dieses KMU-Reports zufolge können sich zwar gut 20 Prozent der Mittelständler vorstellen, in Zukunft mit Start-ups zu kooperieren, jedoch pflegen tatsächlich erst wenige Unternehmen Innovationspartnerschaften. Die Start-ups bringen dabei ihre Innovationskraft und ihren Zugang zu neuen, digitalaffinen Zielgruppen ein, die etablierten Firmen ihre langjährige Erfahrung und Reputation, Marktzugänge sowie ihr Finanzierungsvermögen.

In eingespielten Kooperationen profitieren alle Beteiligten, wenn die Rahmenbedingungen stimmen. Hier ist auch die Politik gefragt, um die nötigen Rahmenbedingungen zu gewährleisten. Diese sind insbesondere eine optimale technische Infrastruktur, vor allem auch mit einem umfassenden Breitbandausbau, eine durchdachte Bildungspolitik, um den Nachwuchs an Fachkräften zu sichern, ein reibungslos funktionierender und integrativer Arbeitsmarkt sowie der Abbau von Handelshemmnissen. Hier kann die Politik die richtigen Weichenstellungen treffen.

## 5.1 Ergebnisse der Untersuchung

Mit 39,4 Prozent geben knapp zwei Fünftel der befragten Unternehmen an, bereits Erfahrungen mit Kooperationen gesammelt zu haben. Weitere 21,4 Prozent der Befragten sind bisher keine Kooperationen eingegangen, äußerten aber Interesse, während 35,0 Prozent der Unternehmen kein Interesse zeigen. Es gibt also ein beträchtliches Potenzial von Unternehmen, die an Kooperationen interessiert sind, bisher aber davon abgehalten wurden.

Dabei gibt es erhebliche Unterschiede zwischen den Hauptwirtschaftsbereichen. Im Dienstleistungsbereich ist der Anteil der kooperationserfahrenen Unternehmen mit Abstand am höchsten: Mehr als 47 Prozent der Unternehmen sind hier bereits Kooperationen eingegangen, so dass das „Mobilisierungspotenzial“ mit rund 19 Prozent mit Abstand am geringsten ist. Ganz anders im Baugewerbe: Mit gut 32 Prozent haben hier relativ wenige Unternehmen bereits Erfahrungen mit Kooperationen gemacht aber der Anteil der interessierten Unternehmen ist hier mit 25,6 Prozent am größten. Ein geringes Interesse an Kooperationen zeigt der Handel, wo lediglich gut ein Viertel der Befragten über Erfahrungen verfügten und auch nur rund 20 Prozent der bisher passiven Unternehmen Interesse bekunden.

**Das Dienstleistungsgewerbe zeigt sich mit Abstand am kooperativsten**

**Tab. 28: Sind Sie bereits eine Kooperation eingegangen  
bzw. wäre eine Kooperation für Sie von Interesse?**

	ja	nein, aber Interesse	kein Interesse
Verarb. Gewerbe	38,9	23,2	35,0
Bau	32,4	25,6	37,8
Handel	26,4	20,3	46,6
Dienstleistungen	47,3	18,8	29,8
alle Unternehmen	39,4	21,4	35,0

Angaben in % der Befragten

Noch deutlicher werden die Unterschiede auf der Ebene einzelner Branchen. Weit vorne hinsichtlich Kooperationen liegen dann die Chemische Industrie, die Dienstleistungsbereiche und das Kreditgewerbe. Am hinteren Ende der Skala rangiert der Einzelhandel, wo mehr als die Hälfte der Befragten angab, kein Interesse an Kooperationen zu haben.

**Tab. 29: Sind Sie bereits eine Kooperation eingegangen  
bzw. wäre eine Kooperation für Sie von Interesse  
(ausgesuchte Wirtschaftsbereiche)?**

	ja	nein, aber Interesse	kein Interesse
Chemische Industrie	58,3	8,3	33,3
unternehmensnahe Dienstleistungen	53,6	18,5	25,2
Kredit- und Versicherungsgewerbe	53,3	13,3	31,1
sonst. Dienstleistungen	53,1	13,6	28,4
Datenverarbeitung / EDV	52,6	19,3	26,3
Elektrotechnik	48,0	14,0	38,0
Ausbau- und Bauhilfsgewerbe	33,6	25,8	36,7
Bauhauptgewerbe	28,6	25,7	41,0
Großhandel	28,1	24,6	40,4
Einzelhandel	24,1	18,1	50,6

Angaben in % der Befragten

Nahezu alle Unternehmen, die angaben, bereits eine Kooperation eingegangen zu sein, verwirklichten diese mit einem anderen Unternehmen, während Kooperationen mit Institutionen – etwa mit Wissenschafts- oder Forschungsinstituten – so gut wie keine Rolle spielten.

Für 53,4 Prozent der Unternehmen mit Kooperationserfahrungen bestand der Kooperationserfolg in Umsatzsteigerungen, während 40,8 Prozent den Know-how-Transfer hervorhoben, 32,4 Prozent über einen besseren Personaleinsatz und 31,2 Prozent über eine Erweiterung des

**Der Erfolg einer Kooperation besteht zumeist in Umsatzsteigerungen**

## Bauunternehmen profitieren von verbessertem Personaleinsatz

Absatzmarktes berichteten. Für 28,5 Prozent der Unternehmen bestand der Kooperationserfolg in einer Kostenersparnis, während lediglich 21,0 Prozent bessere Verfahren oder Produkte nannten. Auch hierbei gab es erhebliche Unterschiede zwischen den Hauptwirtschaftsbereichen. Auffällig ist hier vor allem die große Bedeutung des Know-how-Transfers im Dienstleistungsgewerbe und die eines verbesserten Personaleinsatzes auf dem Bau, wo der Fachkräftemangel derzeit das Hauptproblem darstellt. Im Handel wird die Kostenersparnis überdurchschnittlich oft als Kooperationserfolg bezeichnet, während verbesserte Verfahren und Produkte vor allem im Verarbeitenden Gewerbe eine Rolle spielen.

**Tab. 30: Sie sind bereits eine Kooperation eingegangen, worin bestand für Sie der Kooperationserfolg?**

	Verarb. Gewerbe	Bau	Handel	Dienst- leistungen
Umsatzsteigerung	40,5	54,5	59,0	56,6
Know-how- Transfer	34,2	26,0	33,3	49,8
besserer Personaleinsatz	26,6	57,1	20,5	27,9
erweiterter Absatzmarkt	35,4	18,2	38,5	32,9
Kostenersparnis	25,3	31,2	43,6	26,0
bessere Ver- fahren/Produkte	35,4	9,1	25,6	19,2

Angaben in % der Befragten, Mehrfachnennungen möglich, () = Vorjahresangaben

Bestärkt fühlen können sich also die Unternehmen, die sich von einer Kooperation vor allem Umsatzsteigerungen versprechen. Dies erwartet fast die Hälfte (48,9 Prozent) der Unternehmen, die bisher keine Kooperation eingegangen sind, es sich aber vorstellen könnten. Auf Platz 2 der Erwartungen, die für eine Kooperation sprechen könnten, liegt die Vergrößerung des Kundenkreises bzw. des Marktpotenzials (46,2 Prozent) vor dem Ausgleich fehlenden Know-hows bzw. dem fehlender Fachkräfte (36,4 Prozent).

## Abhängigkeit von Dritten durch Kooperationen befürchtet

Was hält Unternehmen andererseits davon ab, eine Kooperation einzugehen? 43,8 Prozent der Unternehmen, die bisher keine Kooperation eingegangen sind, gaben an, eine Abhängigkeit von Dritten zu befürchten. Dies ist quer durch alle Hauptwirtschaftsbereiche der wichtigste Grund für eine Zurückhaltung, während fehlende Zeit, den richtigen Partner zu finden, bei 36,9 Prozent mit Abstand dahinter liegt.

## Kooperation mit etabliertem Unternehmen steht oben auf der Wunschliste

Von allen Befragten könnten sich mehr als zwei Fünftel (42,3 Prozent) die Zusammenarbeit mit einem etablierten Unternehmen vorstellen, während für 21,9 Prozent die Zusammenarbeit mit einem Start-up interessant wäre. Eine Bietergemeinschaft/Arbeitsgemeinschaft ist hauptsächlich im Baugewerbe von Bedeutung und kommt über alle Wirtschaftsbereiche hinweg auf 27,9 Prozent der Nennungen. Für rund



ein Fünftel der Befragten wäre eine Zusammenarbeit in Unternehmens- teilen wie Einkauf, Produktion oder Vertrieb interessant. Lediglich 17,7 Prozent der Befragten könnten sich ein Joint Venture (Gemeinschaftsun- ternehmen) mit einem oder mehreren anderen Unternehmen vorstellen, 15,1 Prozent die Zusammenarbeit mit einem ausländischen Partner und nur 13,6 Prozent die Zusammenarbeit mit einer Wissenschafts- oder Forschungseinrichtung.

Für die Kooperation mit einem etablierten Unternehmen spricht aus Sicht von 38,7 Prozent aller Befragten die Beteiligung an einem größe- ren Netzwerk, während für 36,5 Prozent der Befragten der Erfahrungsaustausch und für exakt ein Drittel ein besserer Zugang zu Märkten und Zielgruppen im Vordergrund steht. Auch hier gibt es deutliche Unter- schiede zwischen den Hauptwirtschaftsbereichen.

**Tab. 31: Welche Motivation hätten Sie für die Kooperation mit einem etablierten Unternehmen?**

	<b>Verarb. Gewerbe</b>	<b>Bau</b>	<b>Handel</b>	<b>Dienst- leistungen</b>
Teilhabe an Netzwerk	32,0	31,9	40,5	44,5
Wissens- und Erfah- rungsaustausch	37,9	34,0	29,1	39,5
leichterer Zugang zu Märkten und Zielgruppen	36,5	29,8	27,7	35,4
Profitieren von Branchen- wissen/ Know-how	30,0	26,1	24,3	29,8
finanzielle Aspekte	21,2	21,0	23,0	22,7
Nachfolgeregelung	12,3	18,5	12,8	16,2

Angaben in % der Unternehmen mit internationalen Geschäftsbeziehungen

Eine Kooperation mit einem Start-up ist für deutlich weniger Befragte interessant. Als Motive dafür werden vor allem die Erschließung neuer Märkte und Zielgruppen (28,2 Prozent), der Erfahrungsaustausch (21,8 Prozent) und die Stärkung der Wettbewerbs- und Innovationskraft (20,8 Prozent) angegeben, die vorrangig im Dienstleistungsbereich von gro- ßer Bedeutung ist (25,7 Prozent).

Wie oben dargestellt, führen fast zwei Fünftel der Befragten (36,9 Pro- zent), die keine Kooperation unterhalten, hierfür die fehlende Zeit als Begründung an. Die Suche nach einem Kooperationspartner wäre für die meisten Befragten nämlich auch so bedeutsam, dass sie das selbst in die Hand nehmen würden; 44,8 Prozent aller Befragten antworteten entsprechend. Lediglich rund ein Fünftel der Befragten würde hierfür die Unterstützung durch die Kammern (20,2 Prozent) oder private Koopera- tionsplattformen (18,3 Prozent) in Anspruch nehmen. Von noch geringe- rer Bedeutung bei der Suche nach Kooperationspartnern sind Messen (16,0 Prozent) oder Banken (7,2 Prozent).



## 6 Zusammenfassung

Der Berliner Mittelstand bleibt auf Wachstumskurs. Die rund 1.100 befragten Unternehmen sind sehr zufrieden mit der Geschäftslage. So schätzte im Frühjahr 2018 die überwiegende Mehrzahl der Befragten (73,1 Prozent) die aktuelle Geschäftslage mit „sehr gut“ bzw. „gut“ ein. Im Vorjahr lag dieser Anteil mit 69,3 Prozent etwas niedriger. Außerordentlich positiv bewertete erneut das Baugewerbe die Geschäftslage. Die zunehmende protektionistische Handelspolitik wie beispielsweise durch die USA konnte die Konjunkturlaune der Berliner Unternehmen nicht trüben. Auch bremst der Fachkräftemangel in einer wachsenden Stadt wie Berlin bislang offenbar weniger die konjunkturelle Entwicklung als andernorts.

Entsprechend positiv entwickelten sich die Umsätze der kleinen und mittleren Unternehmen. Im Jahr 2017 gelang mehr als jedem zweiten Befragten (56,2 Prozent) ein Umsatzplus. 13,4 Prozent der Befragten verzeichneten weniger Umsatz. Im Handel war der Anteil der Unternehmen mit Umsatzrückgängen überdurchschnittlich hoch (16,9 Prozent).



Die Berliner Unternehmen haben ihr Personal weiter aufgestockt. 2017 haben 30,6 Prozent der Befragten zusätzliches Personal eingestellt und jedes achte Unternehmen (12,5 Prozent) hat Stellen abgebaut. Vor allem die jungen Berliner Unternehmen meldeten Beschäftigungszuwächse (61,5 Prozent der Befragten).

Bislang keine Eintrübung zeigen die Umsatzerwartungen im Mittelstand. Fast jeder zweite Befragte (47,3 Prozent) rechnet für das laufende Jahr mit einem Umsatzplus. Damit sind die Berliner Unternehmen ähnlich zuversichtlich wie im Vorjahr. Eine rückläufige Umsatzentwicklung erwarten lediglich 8,7 Prozent der Befragten. Im Baugewerbe sind die Umsatzerwartungen sogar nochmals optimistischer als im Vorjahr – pessimistische Einschätzungen gibt es jedoch vermehrt im Handel.

Der Personalbedarf der kleinen und mittleren Unternehmen ist offenbar weiter hoch. Gut ein Drittel der Befragten (33,9 Prozent) will die Zahl der Mitarbeiter im Jahresverlauf aufstocken (Vorjahr: 32,5 Prozent). Nur 5,0 Prozent der Unternehmen haben eine Verkleinerung des Personalbestandes angekündigt. Überdurchschnittlich wachsen dürfte die Beschäftigung im Verarbeitenden Gewerbe sowie im Baugewerbe.

Auch die Investitionsbereitschaft der Berliner Wirtschaft ist gestiegen. 54,4 Prozent der Befragten planen Investitionen (Vorjahr: 50,2 Prozent). Dabei stehen mehrheitlich Erweiterungsinvestitionen auf der Agenda (64,2 Prozent der investierenden Unternehmen). Am investitionsfreudigsten zeigten sich erneut die Unternehmen aus dem Verarbeitenden Gewerbe (62,1 Prozent).

Die kleinen und mittleren Unternehmen können mit der Ertragslage weitgehend zufrieden sein. Jeder zweite Befragte (49,7 Prozent) verbuchte für das Jahr 2017 eine Ertragssteigerung und nur knapp ein Sechstel der Befragten (16,0 Prozent) mussten Einbußen hinnehmen. Die Ertragserwartungen im Mittelstand sind für 2018 ebenfalls sehr zuversichtlich. 41,3 Prozent der Befragten rechnen mit steigenden Erträgen im laufenden Jahr. Dieser Prozentanteil liegt im Bereich des Vorjahreswertes und erneut deutlich über dem Bundesdurchschnitt.

Die Zahl der Unternehmen, deren Eigenkapitalquote weniger als 10 Prozent beträgt und die deshalb als eigenkapitalschwach gelten, nahm gegenüber dem Vorjahr leicht zu. Damit ist die Berliner Wirtschaft weiterhin gespalten in eigenkapitalschwache (28,8 Prozent der Befragten) und eigenkapitalstarke (27,9 Prozent) Unternehmen. Insbesondere im Handel und im Baugewerbe verringerten sich die Eigenkapitalquoten. Möglicherweise haben die Unternehmen die historisch günstigen Kreditbedingungen genutzt, um Vermögenswerte vermehrt mit Fremdkapital zu finanzieren.

Insgesamt hat der Berliner Mittelstand meist wenig Probleme mit der Unternehmensfinanzierung. Die aktuellen Finanzierungsbedingungen

werden von vielen Befragten (37,4 Prozent) als „sehr gut“ bzw. „gut“ bezeichnet. Dieser Anteil hat sich gegenüber dem Vorjahr noch einmal erhöht. Vor allem bei kleinen Unternehmen mit weniger als 50 Beschäftigten war das der Fall. 8,8 Prozent der Berliner Unternehmen nehmen die Finanzierungsbedingungen als ungenügend bzw. mangelhaft wahr.

Hauptfinanzierungsquellen der kleinen und mittleren Unternehmen sind die Einnahmen aus dem laufenden Geschäft (83,1 Prozent), gefolgt von Gewinnrücklagen und Bankkrediten. Für den Handel und die Dienstleister hatten Bankkredite zuletzt eine höhere Bedeutung als im Vorjahr. Öffentliche Fördermittel nutzt etwa jedes achte Unternehmen im Mittelstand (12,2 Prozent). Vor allem beim Verarbeitenden Gewerbe werden diese eingesetzt (22,2 Prozent).

Fast 40 Prozent der Berliner KMU sind bereits Kooperationen eingegangen, wobei der Anteil im Dienstleistungsbereich mit 47 Prozent am größten und im Baugewerbe mit 32 Prozent am kleinsten ist. Mehr als die Hälfte der Unternehmen mit Kooperationserfahrungen berichten über Umsatzsteigerungen, wobei im Baugewerbe der Anteil der Unternehmen, die einen verbesserten Personaleinsatz verzeichnen, mit 57 Prozent noch größer ist. Als Kooperationspartner sind in erster Linie etablierte Unternehmen gefragt (42 Prozent). Deutlich weniger Unternehmen können es sich vorstellen, eine Bietergemeinschaft bzw. Arbeitsgemeinschaft einzugehen (28 Prozent) und nur für 22 Prozent der Befragten wäre die Kooperation mit einem Start-up interessant.



## 7 Basis der Untersuchung

Die vorliegende Untersuchung schließt sich der vorherrschenden wissenschaftlichen Lehre an, die eine Definition des Mittelstandes auf die Mitarbeiterzahl abstellt (nicht mehr als 249 Beschäftigte) und eine Umsatzgröße von nicht mehr als 50 Mio. Euro zulässt. Entscheidend für die Definition kleiner und mittlerer Unternehmen ist darüber hinaus die „Personaleinheit“ von Geschäftsführer und Inhaber. Befragungszeitraum war April 2018. Die Stichprobendaten wurden gemäß der Wirtschaftsstruktur Berlins hochgerechnet.

**Tab. 32: Anzahl der befragten Unternehmen**

Verarbeitendes Gewerbe	203
Bau	238
Handel	146
Dienstleistungen	463
<b>Gesamt</b>	<b>1.050</b>

**Tab. 33: Anzahl der Beschäftigten**

1 bis 5 Personen	44,6
6 bis 10 Personen	20,4
11 bis 20 Personen	16,0
21 bis 50 Personen	12,3
51 bis 100 Personen	4,0
101 bis 250 Personen	1,1
über 250 Personen	0,5

Angaben in % der Befragten, Rest o.A.

**Tab. 34: Alter des Unternehmens**

bis 2 Jahre	1,9
2 bis 3 Jahre	3,1
3 bis 4 Jahre	3,6
4 bis 5 Jahre	3,6
5 bis 10 Jahre	13,4
11 bis 25 Jahre	45,6
über 25 Jahre	28,1

Angaben in % der Befragten, Rest o. A.

**Tab. 35: Hauptsitz des Unternehmens**

Charlottenburg	9,4
Friedrichshain	2,3
Hellersdorf	2,4
Hohenschönhausen	1,3
Köpenick	5,5
Kreuzberg	4,2
Lichtenberg	3,5
Marzahn	2,5
Mitte	6,7
Neukölln	6,2
Pankow	5,0
Prenzlauer Berg	3,1
Reinickendorf	6,3
Schöneberg	4,2
Spandau	4,7
Steglitz	5,9
Tempelhof	6,7
Tiergarten	1,0
Treptow	4,2
Wedding	1,6
Weißensee	2,2
Wilmerdorf	2,5
Zehlendorf	3,6

Angaben in % der Befragten, Rest o. A.



## **Verantwortlich für den Inhalt:**

Creditreform Wirtschaftsforschung  
Hellersbergstr. 12, 41460 Neuss  
Michael Bretz  
Telefon: +49 (0) 2131 109-171  
Telefax: +49 (0) 2131 109-176  
E-Mail: [m.bretz@verband.creditreform.de](mailto:m.bretz@verband.creditreform.de)  
[www.creditreform.de](http://www.creditreform.de)

Creditreform Berlin Brandenburg Wolfram KG  
Karl-Heinrich-Ulrichs-Str. 1, 10787 Berlin  
Christian Frey  
Telefon: +49 (0) 30 21294-350  
Telefax: +49 (0) 30 21294-355  
E-Mail: [c.frey@berlin.creditreform.de](mailto:c.frey@berlin.creditreform.de)  
[www.creditreform-bb.de](http://www.creditreform-bb.de)

Investitionsbank Berlin  
Bundesallee 210, 10719 Berlin  
Uwe Sachs  
Telefon: +49 (0) 30 2125-2950  
Telefax: +49 (0) 30 2125-2902  
E-Mail: [uwe.sachs@ibb.de](mailto:uwe.sachs@ibb.de)  
Claus Pretzell ([claus.pretzell@ibb.de](mailto:claus.pretzell@ibb.de))  
Sarah Kopp ([sarah.kopp@ibb.de](mailto:sarah.kopp@ibb.de))  
[www.ibb.de](http://www.ibb.de)

**Alle Rechte liegen bei den Herausgebern:**

© 2018, Verband der Vereine Creditreform e. V.,  
Hellersbergstr. 12, 41460 Neuss  
Creditreform Berlin Brandenburg Wolfram KG,  
Karl-Heinrich-Ulrichs-Str. 1, 10787 Berlin und  
Investitionsbank Berlin,  
Bundesallee 210, 10719 Berlin

Ohne ausdrückliche Genehmigung des Verbandes der Vereine Creditreform e. V. ist es nicht gestattet, diese Untersuchung / Auswertung oder Teile davon in irgendeiner Weise zu vervielfältigen oder zu verbreiten. Lizenzangaben sind nach Vereinbarung möglich. Ausgenommen ist die journalistische und wissenschaftliche Verbreitung.

**Bildnachweis:**

fotolia: S. 4 © industrieblick, S. 11 © auremar, S. 25 © Syda Productions,  
S. 30 © fizkes, S. 33 © seventyfour; iStock: S. 18 © AzmanL

Berlin, 28. Juni 2018

