

# 6. STUDIE ZUM FINANZANLAGEVERHALTEN UND FINANZANLAGEBEDÜRFNIS MITTELSTÄNDISCHER UNTERNEHMEN

## MITTELSTÄNDLER AUF DER SUCHE NACH ANLAGE- ALTERNATIVEN: NIEDRIGZINSNIVEAU VERÄNDERT INVESTMENTVERHALTEN

SEPTEMBER 2015



Staatlich anerkannte, private  
**Fachhochschule des  
Mittelstands (FHM)**

In Zusammenarbeit mit

**COMMERZBANK** 

WISSENSCHAFTLICHE LEITUNG  
PROF. DR. VOLKER WITTBERG



# KERNERGEBNISSE DER STUDIE.

- > Der Anlagebedarf im Mittelstand befindet sich auf einem Allzeithoch. Mit durchschnittlich 5,9 Mio. Euro in 2015 hat sich der Bedarf gegenüber dem Vorjahr mehr als verdoppelt.
- > Die Sicherheit des Emittenten steht bei den Anlagekriterien an 1. Stelle. Geringe Kosten wiegen im Negativzinsumfeld schwerer als Erträge.
- > Die erwartete Mindestverzinsung hat im Durchschnitt gegenüber dem Vorjahr auf 2,42% abgenommen, liegt aber unverändert über dem Marktniveau.
- > Immer mehr Mittelständler legen ihre Liquidität länger als sechs Monate an.
- > In Zeiten der Niedrigzinsphase hat erstmals ein Umdenken stattgefunden: 67% ist bereit, für eine höhere Verzinsung auch längere Laufzeiten oder Kursschwankungen in Kauf zu nehmen.
- > Während kurzfristige Anlageformen an Bedeutung verlieren, steigt die Nachfrage nach längerfristig orientierten Fondslösungen.
- > Beratung ist aus Sicht der Mittelständler weiterhin unverzichtbar, nur 7% sieht sie als weniger wichtig bzw. unwichtig an.
- > Kompetenz, Vertrauen und gute Servicequalität bleiben die wichtigsten Aspekte bei der Anlageberatung.
- > Onlinebanking hat sich etabliert — bei komplexen Anlageprodukten gewinnt persönliche Beratung an Bedeutung.
- > Mittelständler nutzen verschiedene Informationskanäle parallel, das Research der Bank hat einen erstaunlich hohen Stellenwert.
- > Der Großteil der Mittelständler geht davon aus, dass die Niedrigzinsphase länger anhalten wird. 57% der Befragten geht von drei Jahren aus, 29% sogar von fünf Jahren.



# KERNERGEBNIS 1 DER STUDIE.

**Der Anlagebedarf im Mittelstand befindet sich auf einem Allzeithoch. Mit durchschnittlich 5,9 Mio. Euro in 2015 hat sich der Bedarf gegenüber dem Vorjahr mehr als verdoppelt.**

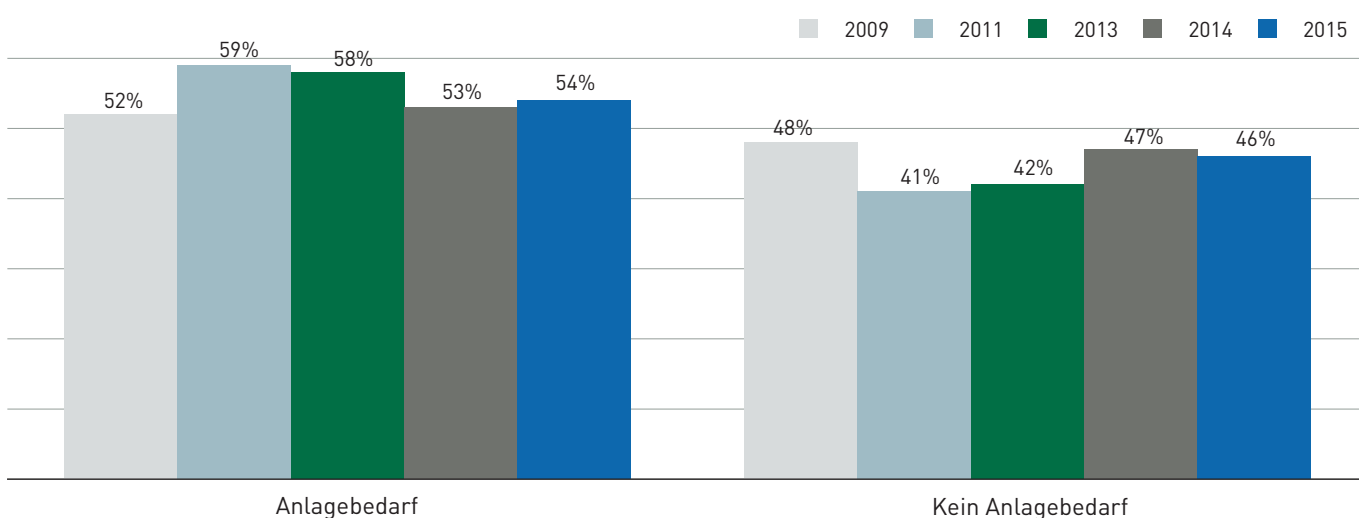
Zunächst ist zu konstatieren, dass die Anzahl der Befragten mit Anlagebedarf auch in diesem Jahr auf hohem Niveau bleibt. 54% der befragten Unternehmen gibt in der aktuellen Studie an, einen Anlagebedarf für das Jahr 2015 zu haben. Dieses Ergebnis zeigt nur einen geringen Anstieg gegenüber dem Vorjahr (53%). Im Zeitvergleich über alle Studien zeigt sich, dass generell mehr als die Hälfte der mittelständischen Unternehmen Anlagebedarf verzeichnet. Erstaunlich ist in dieser Studie die starke Zunahme des durchschnittlichen Anlagevolumens. Es betrug im Jahre 2015 rund 5,9 Mio. Euro und hat sich damit gegenüber dem Vorjahr mehr als verdoppelt (2014: 2,7 Mio. Euro). Damit wurde der bisher höchste Wert ermittelt. Zum Vergleich: Im Jahre 2009 — also nach Ausbruch der Finanzkrise — betrug der Anlagebedarf noch 100.000 Euro. Noch stärker zeigt sich der erhöhte Anlagebedarf im durchschnittlichen Anlagevolumen pro Transaktion. Es beträgt nun rund 977 Tsd. Euro und ist damit fast dreimal so hoch wie noch im Vorjahr mit 333 Tsd. Euro. Insgesamt lässt sich in Verbindung mit den vergangenen Studien anhand des Anlagevolumens der Verlauf der Finanzkrise sowie der sich daran anschließenden wirtschaftlichen Erholung in Deutschland nachverfolgen (siehe angeführte Tabelle). Hinzu kommt nun die Geldpolitik der EZB, die Ursache und Folge zugleich für die hohen Bargeldbestände der Unternehmen sind.

Befragungsjahr	Durchschnittliches Anlagevolumen der Befragten mit Anlagebedarf 2015: n=81
2007	1.700 Tsd. Euro
2009	100 Tsd. Euro
2011	1.154 Tsd. Euro
2013	3.126 Tsd. Euro
2014	2.754 Tsd. Euro
2015	5.916 Tsd. Euro

Die erfolgreichen mittelständischen Unternehmen ersticken folglich gegenwärtig in Liquidität, und es kommt zu einer verstärkten Suche nach lukrativen Anlagemöglichkeiten: Zum einen führt die gute Auftragsentwicklung in Verbindung mit höheren Rechnungseingängen zu einer Liquiditätsschwemme. Darüber hinaus profitieren die rohstoffintensiven Branchen von zurückgegangenen Rohstoffpreisen, die sowohl Liquidität als auch Gewinne ansteigen lassen. Zum anderen werden bei Realinvestitionen aber auch schon Preisblasen befürchtet, so dass mittelständische Unternehmen entscheiden müssen, ob der Preis für Anlagen und Maschinen noch gerechtfertigt ist und ob sich diese neuen Investitionen auch im Falle eines künftigen Abschwungs noch rechnen.

## Anteil der Unternehmen mit Anlagebedarf:

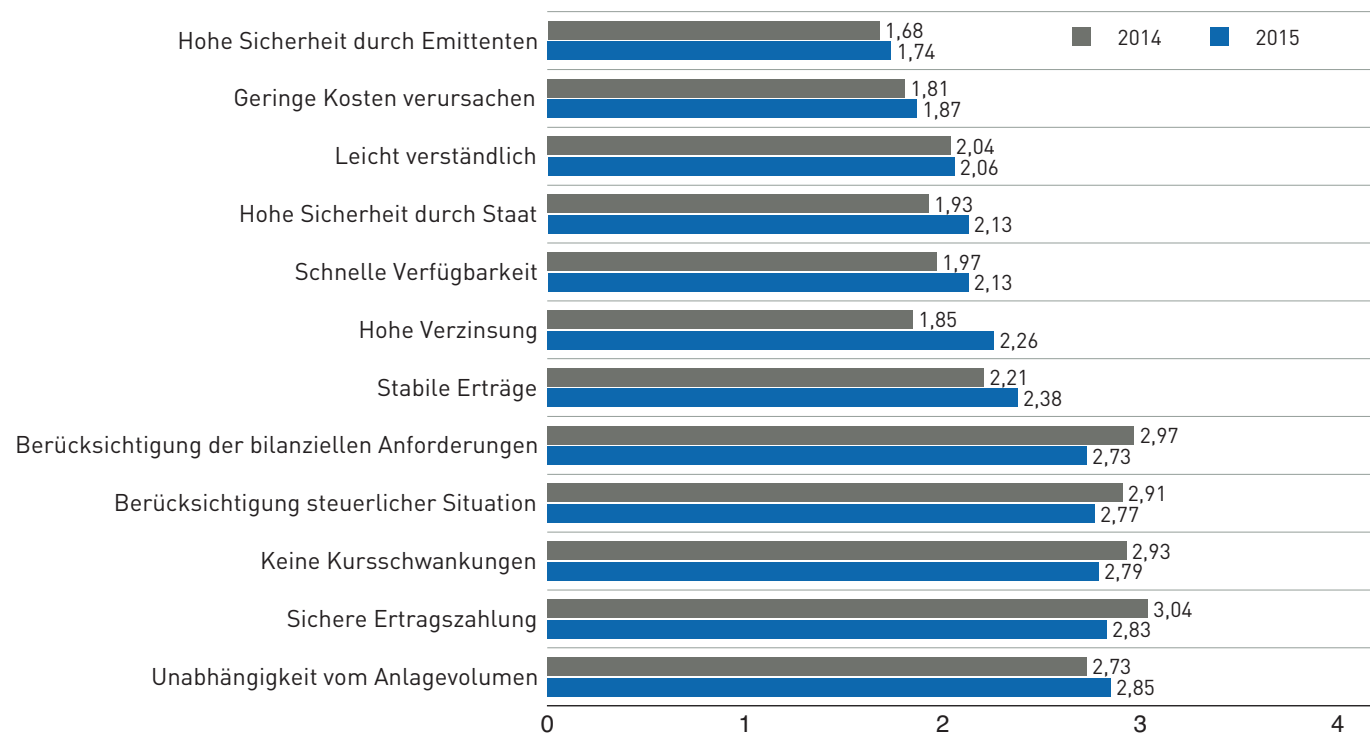
Unternehmen in %, 2015: n = 150



## KERNERGEBNIS 2 DER STUDIE.

### Anforderungen an eine Finanzanlage

Auf der Rangskala von 1 (sehr wichtig) bis 6 (unwichtig) beträgt die Wichtigkeit im Durchschnitt (Mehrfachnennungen möglich, Unternehmen in %, 2015: n=117)



### Die Sicherheit des Emittenten steht bei den Anlagekriterien an 1. Stelle. Geringe Kosten wiegen im Negativzinsumfeld schwerer als Erträge.

Auch in der aktuellen Studie bestätigt sich die hohe Sicherheitsaffinität der mittelständischen Unternehmen. Wie bereits in der Vergangenheit festgestellt, verfügen mittelständische Unternehmen über spezifische Anforderungen an eine Geldanlage. Gefragt nach der Wichtigkeit einer Anlage bewerten Mittelständler die gute Bonität des Emittenten auf einer Rangskala von 1 (sehr wichtig) bis 6 (unwichtig) mit 1,74 als deren wichtigste Eigenschaft. Es folgt die Eigenschaft einer Anlageform, geringe Kosten zu verursachen (1,87). An dritter Stelle steht die leichte Verständlichkeit einer Anlageform (2,06).

Die ersten beiden Anforderungen waren auch in den vorherigen zwei Studien auf den gleichen Rangplätzen. Die Sicherheit der Anlage war und ist für Mittelständler das wichtigste Kriterium.

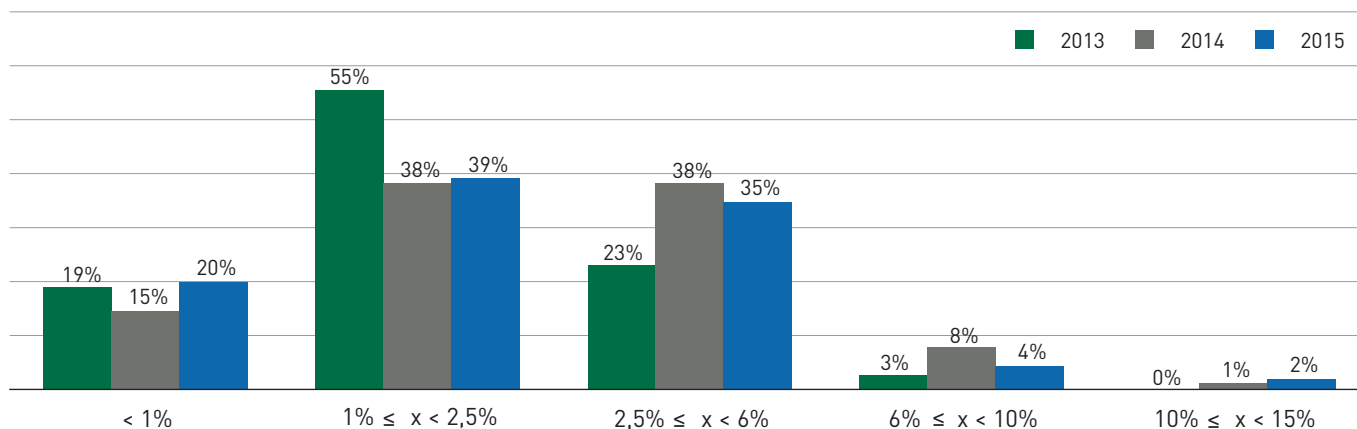
Das zeigt sich auch daran, dass auf dem vierten Rang mit der Forderung nach einer Staatsgarantie für die Anlage wiederum ein Sicherheitskriterium gewählt wurde. Eine Anlage muss aus Sicht des Großteils der Mittelständler vor allem sicher sein — hierfür werden auch Renditenachteile bzw. sogar Zinsverluste in Kauf genommen. Stattdessen versucht man eher, die Anlagekosten so gering wie möglich zu halten.

Neu auf dem dritten Platz ist die Verständlichkeit der Anlage. Dafür werden mehrere Gründe genannt: Zum einen wurden in der Finanzkrise schlechte Erfahrungen mit komplexen Anlageprodukten gemacht, zum anderen hat der Mittelständler oftmals nicht die Zeit, sich ausführlich mit der Geldanlage zu beschäftigen. Er wählt dann lieber leicht verständliche statt komplexer Anlageformen.

## KERNERGEBNIS 3 DER STUDIE.

### Erwartete Mindestverzinsung für das eingesetzte Kapital

Unternehmen in %, 2015: n=115



**Die erwartete Mindestverzinsung hat im Durchschnitt gegenüber dem Vorjahr auf 2,42% abgenommen, liegt aber unverändert über dem Marktniveau.**

Im Vergleich zum Vorjahr hat die erwartete Mindestverzinsung für eine Anlage gegenüber dem Vorjahr um 0,41 Prozentpunkte auf 2,42% abgenommen. Auch wenn der Median weiterhin bei 2% liegt, zeigt die Entwicklung der Zinsklassen eine deutliche Sprache. Mittlerweile erwartet 20% der Befragten eine Verzinsung von unter 1%, fast 40% eine Verzinsung von unter 2,5%. In diesem Zusammenhang stellt sich die Frage, weshalb die Zinserwartung aktuell, aber auch in den vorherigen Studien über dem Marktzinsniveau lag. Dafür kann es mehrere Gründe geben: Zum einen eine gewisse Trägheit bei der Antizipation der aktuellen Marktzinsen, zum anderen spielt für Mittelständler die aktuelle Zinsentwicklung bei der Festlegung ihrer persönlichen Mindestrendite eine geringe Rolle. Orientierungspunkte sind hier stattdessen eher die langfristige Renditeerwartung des Unternehmers sowie die Renditeerwartung an das eigene Unternehmen. Empirisch auffällig in diesem Zusammenhang ist, dass eine Mindestverzinsung von 2% eine magische Zahl zu sein scheint, denn dieser Wert wurde 2015 allein 19 Mal (n = 115), in 2014 16 Mal (n= 89) und in 2013 13 Mal (n= 74) genannt.

Jahr	Erwartete Mindestverzinsung der Mittelständler	3-Monats-Euribor zum jeweiligen Jahresanfang
2007	5,88%	3,723%
2009	5,24%	2,973%
2011	2,60%	1,013%
2013	1,83%	0,185%
2014	2,83%	0,293%
2015	2,42%	0,076%

Um diese gewünschte Mindestverzinsung erreichen zu können bzw. um auch negative Zinsen zu vermeiden, hat bezüglich Laufzeit der Anlage und Anlageform bei den Mittelständlern mittlerweile ein Umdenken eingesetzt. So werden vermehrt längerfristig orientierte Fondslösungen nachgefragt (siehe dazu die Ausführungen unter Kernergebnis 6).

## KERNERGEBNIS 4 DER STUDIE.

### Immer mehr Mittelständler legen ihre Liquidität länger als sechs Monate an.

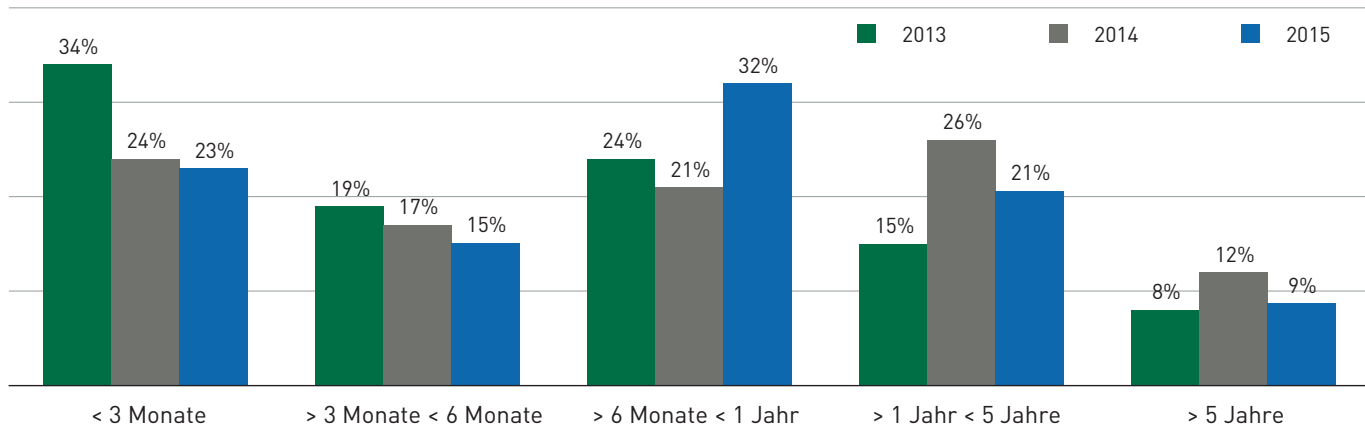
Im Vergleich zu den vorherigen Studien legen Mittelständler ihre Liquidität immer häufiger länger als sechs Monate an. So legt nur noch rund 38% der Mittelständler seine finanziellen Mittel weniger als sechs Monate an. Im Jahre 2013 lag dieser Wert noch bei deutlich über 50%. Stattdessen werden jetzt mehr Laufzeiten zwischen sechs Monaten und einem Jahr bevorzugt. Gleichfalls investieren immer weniger Mittelständler im Vergleich zum Vorjahr ihr Geld länger als ein Jahr. Längere Laufzei-

ten werden vor allem von den Mittelständlern abgelehnt, die in geringverzinsliche Produkte investieren und dabei im Zuge von potenziellen Marktzinssteigerungen Angst vor Kursverlusten haben.

Die Ergebnisse gehen konform mit dem deutlich zugenommenen Anlagevolumen der mittelständischen Unternehmen. Aufgrund des hohen Liquiditätspolsters wird und kann immer mehr der überschüssigen Liquidität länger als sechs Monate angelegt werden, wohl auch um Negativzinsen zu entgehen.

### Anlagehorizont der Mittelständler

Unternehmen in %, 2015: n=126





# KERNERGEBNIS 5 DER STUDIE.

## Aussage zum derzeitigen Anlageverhalten des Unternehmens

Angaben in %, 2015: n=120

	Befragte in %
Unsere Anlagen müssen kurzfristig verfügbar sein. Dafür sind wir im aktuellen Umfeld bereit, keine oder eine negative Rendite in Kauf zu nehmen.	33%
Unsere Anlagen müssen sicher sein, können aber mit Laufzeiten bis zu 3 Jahre angelegt werden. Dafür erwarten wir eine Verzinsung zwischen 0,00% und 0,50%.	29%
Unsere Anlagen sollen einen Ertrag zwischen 1,00% und 2,00% erzielen. Dafür sind wir bereit, Kursschwankungen in gewissen Maßen zu akzeptieren.	28%
Unsere Anlagen sollen einen Ertrag über 3,00% erzielen. Dafür sind wir bereit, stärkere Kursschwankungen zu akzeptieren.	10%

### In Zeiten der Niedrigzinsphase hat erstmals ein Umdenken stattgefunden: 67% ist bereit, für eine höhere Verzinsung auch längere Laufzeiten oder Kursschwankungen in Kauf zu nehmen.

Das Phänomen der Negativzinsen ist auch im Mittelstand angekommen. So gibt 16% der Befragten an, von ihrem Kreditinstitut auf Negativzinsen angesprochen worden zu sein. Der Großteil der Mittelständler geht auch davon aus, dass die Niedrigzinsphase noch andauern wird (siehe dazu das Kernergebnis 11). Insofern könnte von einer Änderung des Anlageverhaltens ausgegangen werden. Das gilt jedoch nicht für alle mittelständischen Unternehmen: Ein wesentlicher Teil der Befragten nimmt negative Renditen in Kauf und ist auch nicht bereit, dafür das Anlageverhalten zu ändern. Ein anderer wesentlicher Teil ist zur Vermeidung von Negativzinsen zumindest bereit, die Laufzeiten

auf bis zu drei Jahren zu verlängern. Ein weiteres Drittel ist zumindest bereit, in Abhängigkeit von der Rendite auch Kursschwankungen in Kauf zu nehmen.

Die gleichen Reaktionsmuster zeigen sich bei der Beantwortung der Frage, ob die Mittelständler auf die historisch niedrigen Zinsen mit einer Änderung ihrer Anlagerichtlinien/ihrer Anlagepolitik reagiert haben.

Im Hinblick auf konkrete Änderungen geben die Befragten hier Finanzanlagelösungen wie Unternehmensanleihen oder Fonds an. Zudem werden Alternativen zur Finanzanlage gegeben, wie „Kaufen statt Leasen“ oder die Tilgung von Krediten. In Summe decken sich diese Aussagen aber mit den im Kernergebnis 6 genannten Anlageformen.

## Haben Sie auf die Niedrigzinsen mit einer Änderung Ihrer Anlagepolitik reagiert?

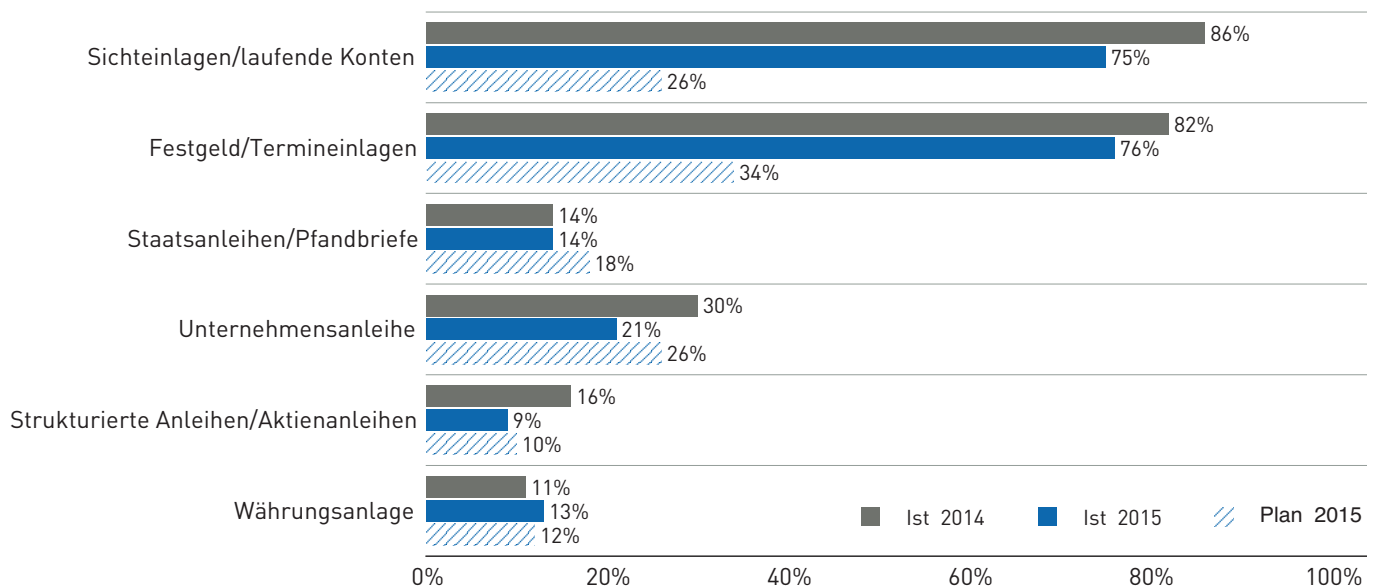
Angaben in %, 2015: n=123

	Befragte in %
Nein, wir wären auch zur Vermeidung von negativen Zinsen nicht zu Änderungen bereit.	27%
Nein, wir wären aber zur Vermeidung von negativen Zinsen bereit, längerfristig anzulegen.	22%
Nein, wir wären aber zur Vermeidung von negativen Zinsen bereit, in andere Anlageformen zu investieren.	19%
Ja, wir legen mit längeren Laufzeiten an.	13%
Ja, wir investieren in andere Anlageformen.	11%
Ja, wir haben sonstige Maßnahmen ergriffen.	8%

## KERNERGEBNIS 6 DER STUDIE (1/2).

### Direktanlagen, in denen Mittelständler gegenwärtig investiert sind und künftig investiert sein wollen

Mehrfachnennungen möglich, Unternehmen in %, 2015: n=117



### Während kurzfristige Anlageformen an Bedeutung verlieren, steigt die Nachfrage nach längerfristig orientierten Fondslösungen.

Grundsätzlich hat die Bedeutung kurzfristiger Anlagen für mittelständische Unternehmen an Bedeutung verloren. Erstmals seit Beginn der Studienreihe im Jahre 2007 sind die Sichteinlagen – wenn auch knapp – nicht mehr die am häufigsten genutzte Anlageform (Jetzt verfügt 75 % der Befragten über Sichteinlagen zur Finanzanlage). Glaubt man den Plänen der Befragten, wird deren Bedeutung sogar noch weiter abnehmen. Obgleich die Kategorie Festgelder/Termineinlagen erstmals die Kategorie Sichteinlagen überholen konnte, planen auch hier weniger Unternehmen mit dieser Anlagekategorie. Diese Entwicklung deckt sich mit dem Kernergebnis 4, dass immer weniger Mittelständler ihr Geld kurzfristig anlegen. Stattdessen geht der Trend eher zu langfristigen Anlagen. So gehen die Planungen hin zu

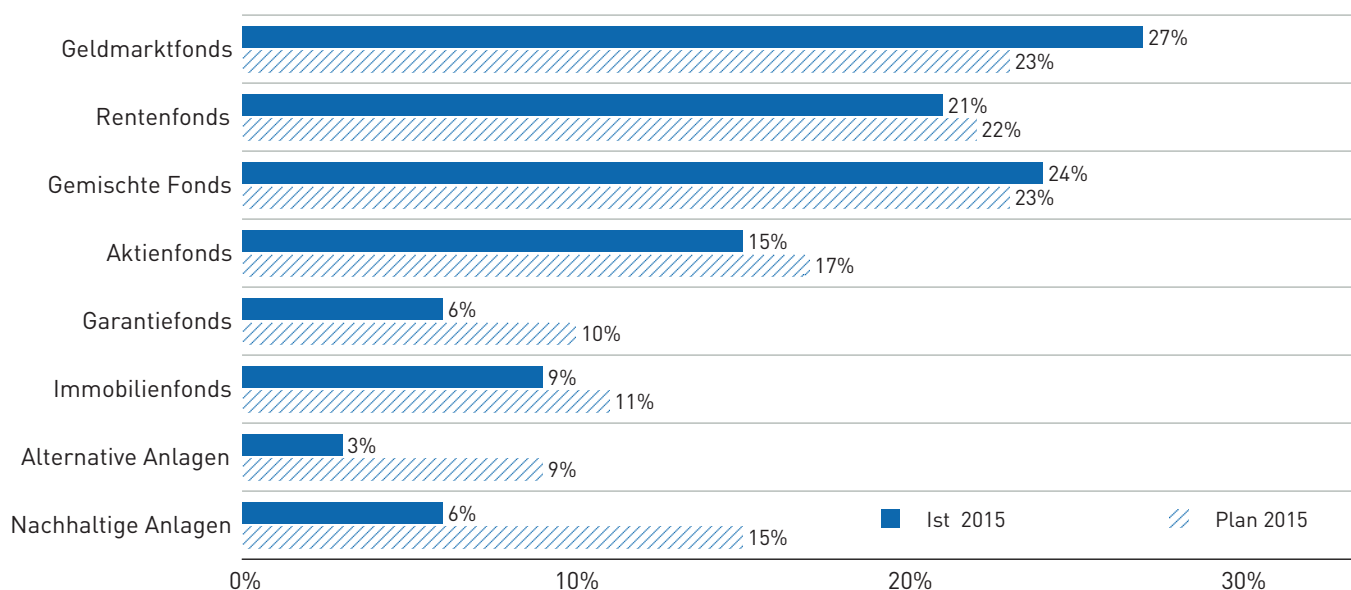
Unternehmensanleihen (26 %) und Staatsanleihen/ Pfandbriefe (18%). Das zeigt sich bei obigen Direktanlagen wie Unternehmensanleihen oder Staatsanleihen. 15 % der Befragten ist in 2015 in Aktien investiert, 13 % plant seine finanziellen Mittel in Aktien anzulegen.

Der Anteil der Mittelständler, der über Fremdwährungsanlagen verfügt, ist mit 13 % annähernd gleich geblieben. Da jedoch 25 % der Mittelständler angibt, über teilweise beträchtliche Fremdwährungsguthaben zu verfügen (im Durchschnitt 1,3 Mio. Euro), nutzen nicht alle Unternehmen die Möglichkeiten der Geldanlage. Dies könnte darin begründet liegen, dass ein Teil der Fremdwährungsguthaben bloße Liquidität darstellt, mit der kurzfristig die nächsten Rohstoffeinkäufe bezahlt werden. Die am stärksten vertretenen Währungen sind dabei weiterhin USD und CHF. Hier bleibt aus Sicht der Unternehmen zu prüfen, ob zumindest eine kurzfristige Anlage nicht dennoch möglich ist.

## KERNERGEBNIS 6 DER STUDIE (2/2).

### Fondslösungen, in denen Mittelständler gegenwärtig investiert sind und künftig investiert sein wollen

Mehrfachnennungen möglich, in %, 2015: n= 117



Gleichzeitig zeigt sich, dass mittelständische Unternehmen nun vermehrt in Fondsanlagen investieren. Durch die Streuung des Fondsvermögens und Verwahrung als „insolvenz-sicheres“ Sondervermögen kommt diese Anlageform dem Sicherheitsbedürfnis mittelständischer Unternehmen entgegen. Gleichzeitig lässt sich so die gewünschte Mindestverzinsung erzielen. Immobilienfonds als „Betongold“ bilden dabei eine neue Anlageklasse, die bisher wenig von mittelständischen Unternehmen nachgefragt wurde.

Weiter bestätigt hat sich der Trend der zwei Studien zuvor nach nachhaltigen und alternativen Anlagen. Hier zeigt sich der Wunsch einiger mittelständischer Unternehmen, gemäß ihrer eigenen Philosophie und unternehmerischem Handeln nachhaltig zu investieren.

# KERNERGEBNIS 7 DER STUDIE.

## Beratung ist aus Sicht der Mittelständler weiterhin unverzichtbar, nur 7% sieht sie als weniger wichtig bzw. unwichtig an.

Über 85% der Befragten sieht die Beratung von Banken bzw. Kreditinstituten mindestens als wichtig an; für 29% ist sie sogar sehr wichtig. Der Wert ist damit im Großen und Ganzen über alle Befragungen hinweg konstant.

Der weiterhin hohe Beratungsbedarf erscheint erstaunlich, so ist ein Teil der Produkte wie das Tagesgeld fast schon selbsterklärend. Viele Produkte werden zudem immer wieder abgeschlossen bzw. prolongiert, so dass aufgrund der Erfahrung im Produkt eine Beratung nicht mehr notwendig und insofern auch ein Online-Abschluss möglich ist (vgl. dazu das Kernergebnis 9).

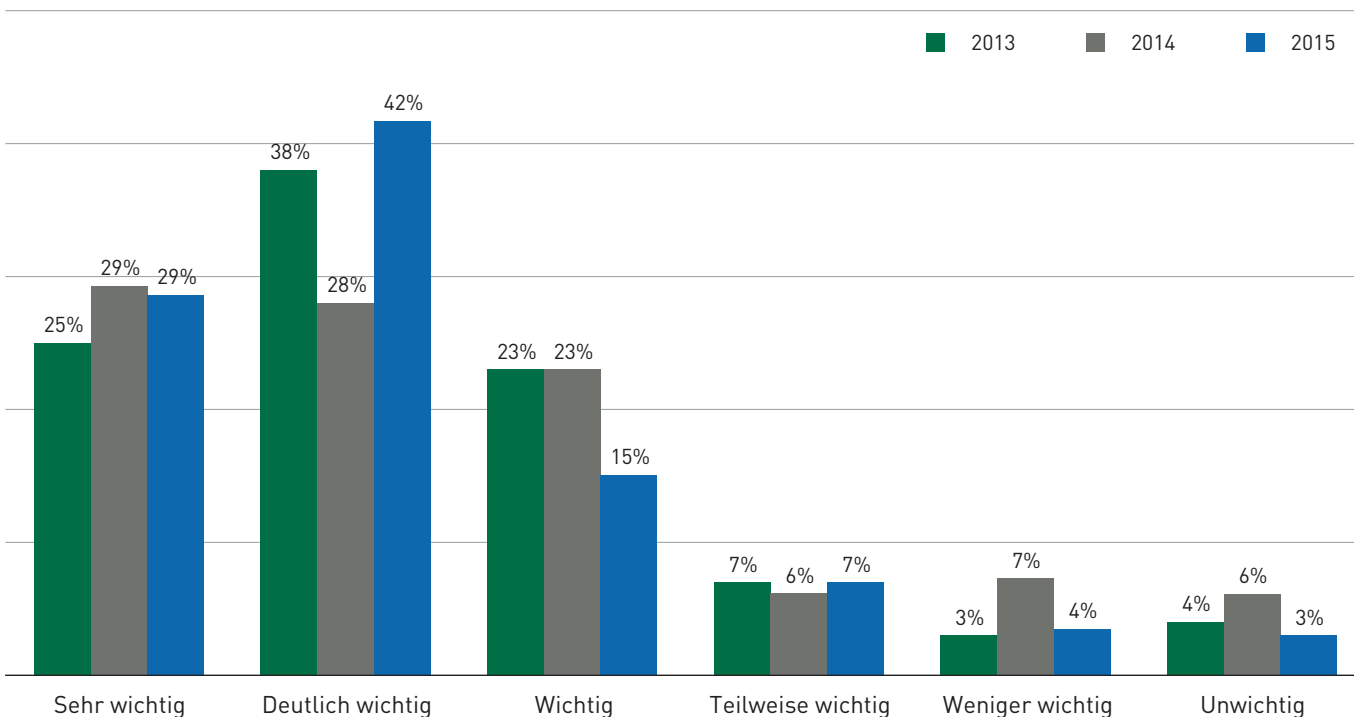
Insbesondere die Negativzinsen verstärken jedoch die Notwendigkeit einer umfassenden Beratung, denn gerade der Mittelstand muss sich in fast allen Bereichen der Unternehmensfüh-

rung mit den Auswirkungen der Niedrigzinsphase befassen. So sind etwa die Finanzierungsstrategien, die Liquiditätshaltung oder das Finanzanlageportfolio zu analysieren. Zudem ist bei zunehmender Liquidität diese auf unterschiedliche Produkte und Anbieter zu streuen, gleichfalls müssen teilweise zwangsweise auch komplexere Produkte zum Einsatz kommen. Der Wunsch nach leicht verständlichen Produkten wird deshalb nicht ohne Grund als drittwichtigste Anforderung klassifiziert, erleichtern diese doch dem Mittelständler die Entscheidung (vgl. dazu das Kernergebnis 2).

Die Bedeutung der Beratung für den Mittelstand ergibt sich auch aus der Typologie mittelständischer Unternehmenslenker, müssen sie doch „Allrounder“ sein. Da die Geldanlage in mittelständischen Unternehmen nicht zum Tagesgeschäft zählt, ist Beratung weiterhin wichtig.

## Bedeutung der Beratung auf der Rangskala von 1 (sehr wichtig) bis 6 (unwichtig)

Angaben in %, 2015: n=114



## KERNERGEBNIS 8 DER STUDIE.

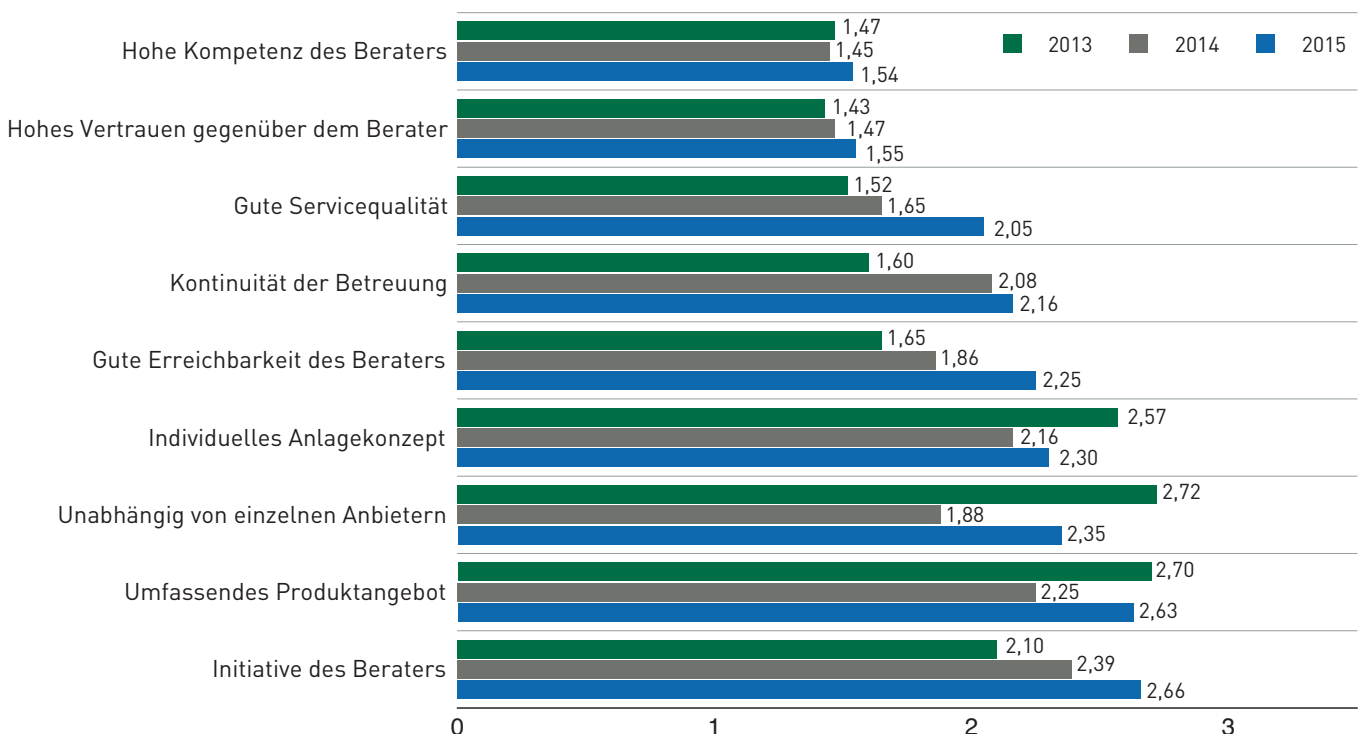
### Kompetenz, Vertrauen und gute Servicequalität bleiben die wichtigsten Aspekte bei der Anlageberatung.

In der Beratung bleiben Vertrauen, Kompetenz und gute Servicequalität weiterhin die wichtigsten Aspekte bei der Anlageberatung. Kompetenz und Vertrauen stellen dabei zwei Anforderungen dar, die im Zeitverlauf in den Studien gleichauf liegen bzw. sich ein „Kopf-an-Kopf-Rennen“ liefern. Die Anforderung einer „guten Servicequalität“ ist jetzt bereits in drei Umfragen in Folge auf dem 3. Platz.

Wichtig ist Unternehmenslenkern auch die Kontinuität in der Betreuung (in der aktuellen und der Studie 2013 auf Rang 4). Das geht einher mit dem Wunsch nach Vertrauen in der Beratung. Mittelständler möchten einen persönlichen Ansprechpartner, mit dem sie auf Augenhöhe ihre Anlageentscheidung vorbereiten können. Das führt langfristig zu Vertrauen, was durch einen zu häufigen Beraterwechsel schnell wieder zerstört werden kann.

### Auf der Rangskala von 1 (sehr wichtig) bis 6 (unwichtig) beträgt die Wichtigkeit bei der Anlageberatung im Durchschnitt

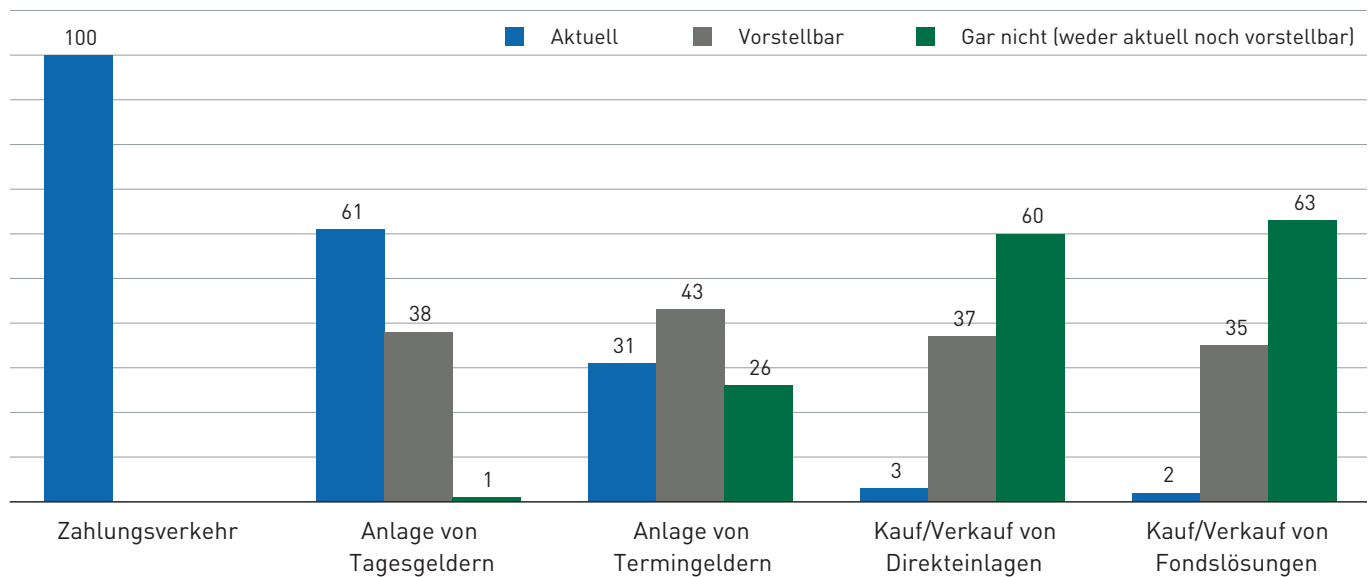
2015: n= 107



## KERNERGEBNIS 9 DER STUDIE.

### Welche Geschäfte werden aktuell auf elektronischen Weg/über Onlinebanking abgewickelt?

Mehrfachnennungen möglich, in %, 2015: n= 109



#### Onlinebanking hat sich etabliert — bei komplexen Anlageprodukten gewinnt persönliche Beratung an Bedeutung.

Grundsätzlich gewinnt das Onlinebanking auch im mittelständischen Tagesgeschäft über den bloßen Zahlungsverkehr hinaus an Bedeutung. Der Zahlungsverkehr an sich hat sich bereits in mittelständischen Unternehmen voll durchgesetzt. Darüber hinaus gibt 61% der Unternehmen an, die Anlage von Tagesgeldern elektronisch zu verwalten. 31% der Unternehmen schließt Festgelder elektronisch ab. Im Gegensatz dazu kauft oder verkauft jedoch derzeit nur 3% Unternehmen Direktinvestments über das Internet, bei Fondslösungen ist es sogar nur 2%. Im Vergleich zu 2014 hat insbesondere die Bereitschaft des Kaufs über die letzten beiden Kategorien abgenommen. Dem liegt die Erfahrung zugrunde, dass bei diesen beiden Produktgruppen für

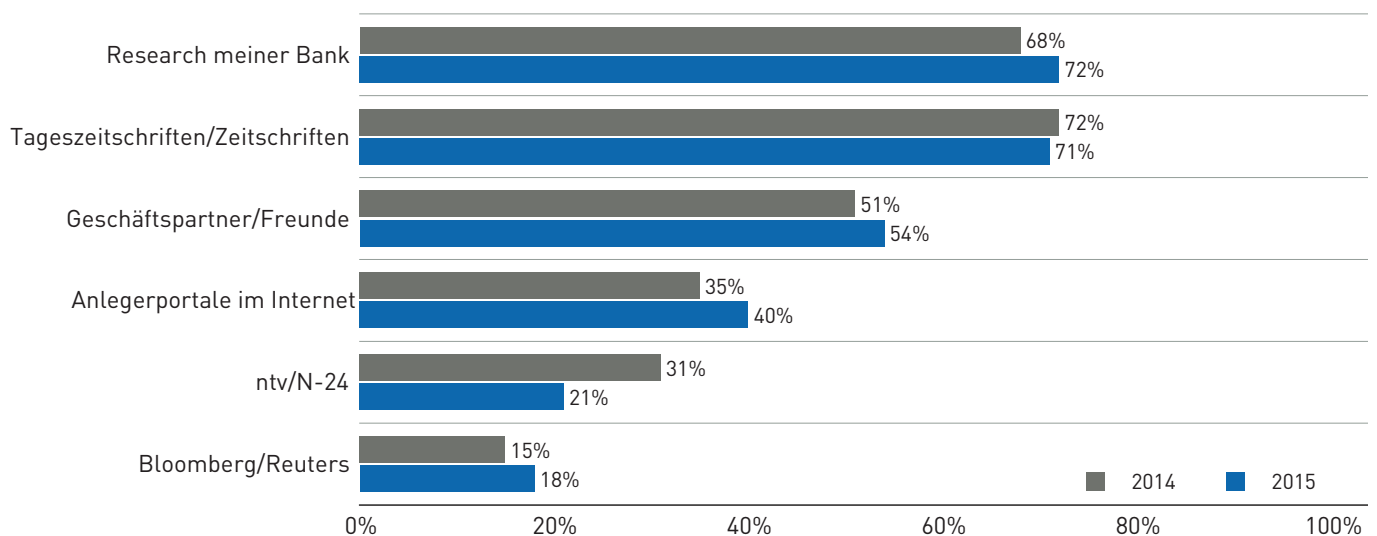
eine Kaufentscheidung mehr Informationen notwendig sind, die in dieser Form im Internet nur schwer erhältlich sind oder nur im Zusammenspiel mit einer persönlichen Beratung richtig interpretiert werden können.

Es ist jedoch davon auszugehen, dass künftig auch komplexere Anlagelösungen — unter Nutzung einer vorherigen Beratung — online gekauft werden. Für Banken folgt daraus, dass der Multi-Kanalvertrieb weiter zu stärken ist. Gleichfalls sind die Informationsportale mit Researchergebnissen zur Stärkung des Internetvertriebs von Banken weiter auszubauen (siehe dazu auch das folgende Kernergebnis).

## KERNERGEBNIS 10 DER STUDIE.

### Informationsquellen, die bei der Geldanlage wichtig sind.

Unternehmen absolut, Mehrfachnennungen möglich, 2015: n=107



### Mittelständler nutzen verschiedene Informationskanäle parallel, das Research der Bank hat einen erstaunlich hohen Stellenwert.

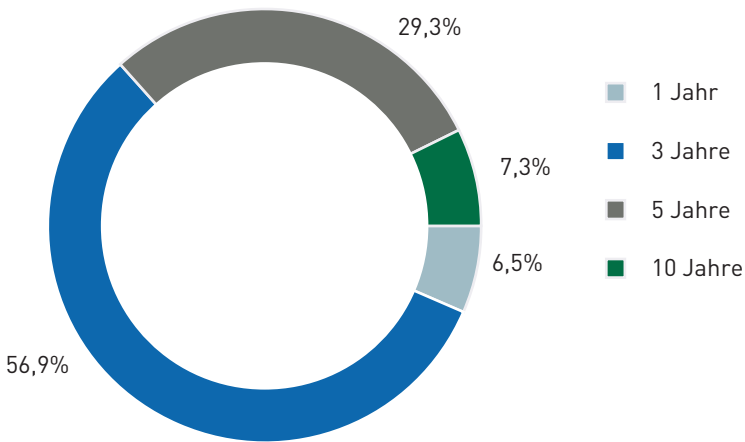
Gefragt nach den Informationsquellen für Anlageentscheidungen gibt 71% der Befragten an, sich über Tageszeitungen und Zeitschriften zu informieren. 72% nutzt das Research ihrer Hausbank für Anlageentscheidungen. Über ein Drittel der Befragten informiert sich bereits über das Internet. 54% der Befragten informiert sich bei Freunden – ein Phänomen, das sich immer wieder bei mittelständischen Unternehmen zeigt, die sich typischerweise über ihre Netzwerke informieren.

Auffällig ist, dass ein Großteil von Mittelständlern das Research ihrer Hausbank nutzt. Das geht einher mit den mittlerweile hohen Nutzungsraten des Internets bei der Geldanlage (siehe das Kernergebnis 9). Es ist davon auszugehen, dass insbesondere die Kunden, die online Vertragsabschlüsse tätigen, sich vorher anhand des Researchs der Hausbank informieren. Insofern sollten Banken deren Researchaktivitäten ausbauen und über die unterschiedlichen Informationskanäle „spielen“.

# KERNERGEBNIS 11 DER STUDIE.

## Geschätzte Dauer der noch sehr niedrigen Zinsen

Unternehmen in %, 2015: n=123



**Der Großteil der Mittelständler geht davon aus, dass die Niedrigzinsphase länger anhalten wird. 57% der Befragten geht von drei Jahren aus, 29% sogar von fünf Jahren.**

Der Großteil der Mittelständler geht davon aus, dass die Niedrigzinsphase noch länger anhalten wird. 57% der Befragten geht von drei Jahren aus, 29% sogar von fünf Jahren. Nur 6,5% vermutet, dass die Phase innerhalb eines Jahres beendet ist, eine ähnlich große Zahl (7,3%) erwartet, dass die Phase sogar 10 Jahre lang andauern könnte.

In Bezug auf Kernergebnis 5 ist erstaunlich, dass nur relativ wenige Mittelständler Konsequenzen aus der Einstellung ziehen und ihr Anlageverhalten dementsprechend ändern, um einer weiteren Geldwertvernichtung entgegenzutreten.

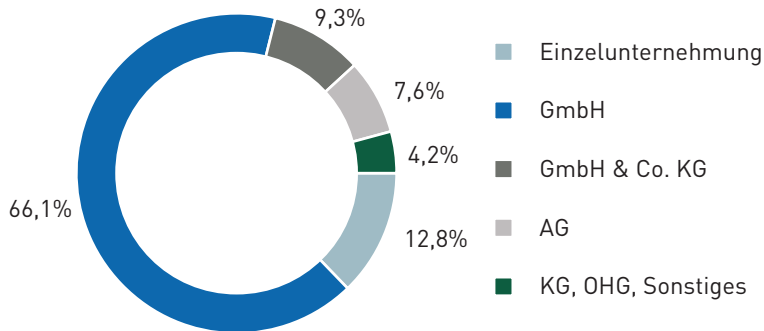


# DESIGN DER STUDIE.

## Zusammenstellung der Stichprobe.

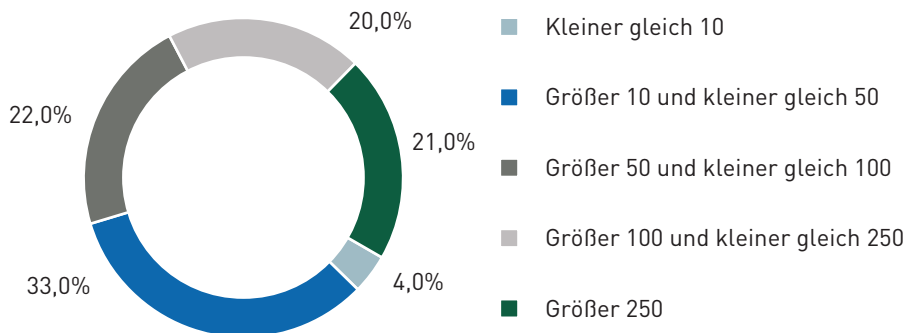
### Rechtsform 2015

Unternehmen in %



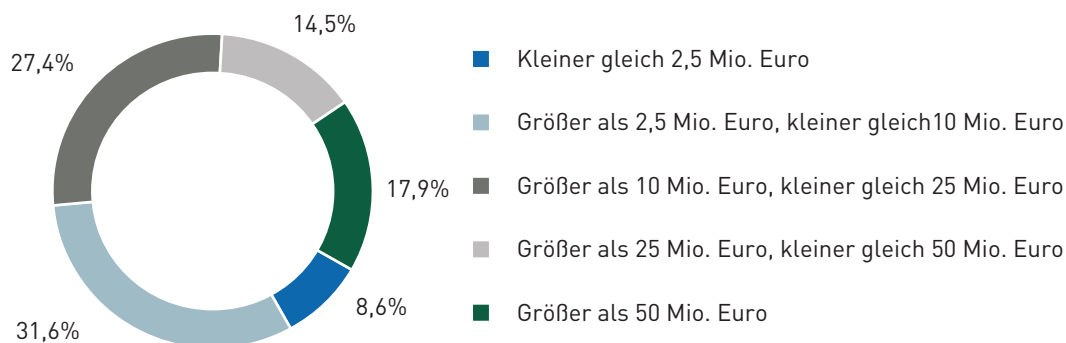
### Anzahl Mitarbeiter 2015

Unternehmen in %



### Umsatz 2015

Unternehmen in %



# DESIGN DER STUDIE.

Zur Ermittlung eines validen Datensatzes wurde analog zu den Vorstudien ein hybrider Forschungsansatz gewählt. Zunächst wurde eine schriftliche Befragung durchgeführt, im Anschluss wurden die Ergebnisse im Rahmen von Experteninterviews hinterfragt und interpretiert.

Basis der Studie bildet eine schriftliche Befragung von insgesamt 1.400 mittelständischen Unternehmen, die postalisch und persönlich zwischen Mitte April und Mitte Mai 2015 durchgeführt wurde. Außerdem wurden 4.000 Unternehmen online und 4.500 Unternehmen per E-Mail-Versand des Fragebogens befragt.

Zum Mittelstand zählen hierbei gemäß der Mittelstandsdefinition des Instituts für Mittelstandsforschung in Bonn Unternehmen, deren Beschäftigtenanzahl zum Befragungszeitpunkt zwischen 10 und 499 Mitarbeiter und deren Umsatz im Jahre 2014 zwischen 5 und 50 Mio. Euro lag. Die Rücklaufquote der postalischen und persönlichen Befragung betrug mit 82 Fragebögen annähernd 5,9%. Die Online-bzw. E-Mail-Rücklaufquote lag mit 75 Fragebögen bei 0,88%.

Zur Interpretation der Ergebnisse wurden im zweiten Schritt im Juni 2015 insgesamt 10 Experteninterviews geführt. Als Experten wurden Entscheider aus mittelständischen Unternehmen, Verbänden, Unternehmensberater sowie Firmenkundenbetreuer und Produktentwickler aus Banken und Kapitalanlagegesellschaften ausgewählt.

## Befragung in zwei Schritten:

Ziel:	Generierung einer empirischen Datenbasis
Befragungszeitraum:	Mitte April – Mitte Mai 2015
Befragte:	8.500 Entscheider aus mittelständischen Unternehmen per Mail 1.400 Entscheider aus mittelständischen Unternehmen per Post und persönlich
Rücklaufquote:	1,6%



## KONTAKTE.

**Prof. Dr. Volker Wittberg**

Prorektor

Fachhochschule des Mittelstands (FHM)

Ravensberger Straße 10G  
33602 Bielefeld

Telefon: 0521 96655260

Fax: 0521 9665511

E-Mail: [wittberg@fhm-impl.de](mailto:wittberg@fhm-impl.de)

**Bernd Reh**

Pressesprecher Mittelstandsbank

Commerzbank AG

Kaiserplatz 16  
60311 Frankfurt am Main

Telefon: 069 136-46971

E-Mail: [bernd.reh@commerzbank.com](mailto:bernd.reh@commerzbank.com)