

Krisengewinner Mittelstand?

Wissenschaftliche Evidenz zu Vorteilen von Familienunternehmen in globalen Krisensituationen

-Zusammenfassung-

Viele Unternehmen waren stark betroffen von der im Herbst 2008 begonnenen Wirtschaftskrise. Einige überlebten die Krise nur schwer, andere überlebten die Krise gar nicht. Genau an dieser Stelle wurde versucht ausführliche Daten zu finden. Es stellten sich die Fragen: Gibt es rückblickend auf die wirtschaftlich harten Jahre 2008, 2009 und teilweise 2010 einen Krisengewinner oder Krisenverlierer? Gibt es Unternehmen, die durch ihre Größe, Branche, Struktur oder sonstigen Kriterien stärker oder weniger stark von der Krise betroffen waren oder gar Vorteile aus der Krise ziehen konnten?

Durch die Medien wurde beispielsweise der Mittelstand immer als das „Rückgrat der deutschen Wirtschaft“ bzw. als „stabilisierender Faktor“ bezeichnet. Daher wurde genau auf den Mittelstand bzw. Familienunternehmen ein besonderes Augenmerk gelegt. Das heißt, es wurde zu Beginn der Recherchen die These aufgestellt, dass der deutsche Mittelstand Vorteile aufweisen kann, die zu einer soliden Bewältigung der Krise führen. Als Vergleichsgröße wurden die deutschen Großunternehmen herangezogen.

Im Verlauf der Untersuchung wurde jedoch deutlich, dass der Mittelstand in sich sehr unterschiedliche Auswirkungen bezüglich der Wirtschaftskrise aufweist und folglich nicht als einheitliche Vergleichsgruppe dienlich war. Beispielsweise bestanden gravierende Unterschiede im Bereich der Eigenkapitalquote, dem Umsatzrückgang oder der Bonität. So wurde die Arbeit erweitert und auch innerhalb des Mittelstands anhand der unterschiedlichen Branchen und Unternehmensgrößen die Krisenresistenz geprüft. Für den Branchenvergleich wurden verschiedene Branchen, wie das verarbeitende Gewerbe, der Einzel- und Großhandel, das Gastgewerbe und der Handel mit Kraftfahrzeugen genauer betrachtet.

Die Kernuntersuchung erforschte die Entwicklung der deutschen Unternehmen anhand von verschiedenen Schwerpunkten. Es wurde ein besonderes Augenmerk auf den Export, die Umsatzentwicklung, die Eigenkapitalquote, den Bonitätsindex, die Insolvenzzahlen und die Mitarbeiterentwicklung gelegt. Die verschiedenen Faktoren, welche anhand von Zahlen gemessen werden können, wurden abgeprüft, um dadurch die Entwicklung nach Unternehmensgröße und Wirtschaftsbereichen aufzuzeigen. Dem folgte die Analyse, ob es Unternehmensgrößen oder Wirtschaftsbranchen gibt, die Vor- oder Nachteile aus der Krise gezogen haben.

Des Weiteren wurden Faktoren einbezogen, die nicht anhand von Zahlenentwicklungen geprüft werden können aber dennoch eine hilfreiche Stütze in der Wirtschaftskrise sein können. Gemeint sind weiche Faktoren oder „soft Facts“, die den Erfolg des Unternehmens nicht in Zahlen ausdrücken können, jedoch stark zum Wert des Unternehmens beitragen. Ein großer Teil beschäftigt sich mit der Wertefrage. Es wird nachgehakt warum Werte im Unternehmen als wichtig erachtet werden und wie diese in der aktuellen Wirtschaftskrise von Nutzen sind. Aber auch andere Faktoren spielten eine große Rolle, beispielsweise die Flexibilität eines Unternehmens oder die Kundennähe.

Für weitere Informationen können Sie gerne mit uns Kontakt aufnehmen: Martina.Hoffmann@wbc.de