

## **Das Zahlungsverhalten von Auftraggebern:**

**Eine Auswertung der Mittelstandsbefragung der Creditreform e.V.  
im Frühjahr 1999**

Martin Abraham

Christian Seyde

## ***Arbeitsberichte des Instituts für Soziologie der Universität Leipzig***

Die *Arbeitsberichte des Instituts für Soziologie* erscheinen in unregelmäßiger Reihenfolge. Bisher erschienene Berichte können unter der obigen Adresse angefordert werden. Für die Inhalte sind allein die jeweiligen Autoren verantwortlich.

Redaktion: Martin Abraham

Kontakt      Institut für Soziologie  
                  Universität Leipzig  
                  Burgstr. 21  
                  04109 Leipzig

Tel. +49/ (0)341/ 9735 -666 -660  
Fax +49/ (0)341/ 9735669

email: [abraham@sozio.uni-leipzig.de](mailto:abraham@sozio.uni-leipzig.de)  
net: <http://www.uni-leipzig.de/~sozio/>

## 1. Einleitung und Überblick

Diese Auswertung einer Creditreform-Erhebung thematisiert das Zahlungsverhalten der Kunden mittelständischer Unternehmen und basiert auf der Mittelstandsbefragung der Creditreform e.V. vom Frühjahr 1999. In dieser Umfrage wurden die Unternehmen zum einen gebeten, das Zahlungsverhalten der Kunden einzuschätzen, zum anderen wurden die tatsächlichen Forderungsverluste und Zahlungsziele erhoben. Unterschieden wurden weiterhin in Forderungsverluste durch Kundeninsolvenzen und zwischen der Zahlungsweise öffentlicher und privater Kunden.

Im ersten Teil werden ausgewählte deskriptive Ergebnisse der Mittelstandsbefragung (Creditreform) mit der Leipziger Studie zur Zahlungsmoral (Universität Leipzig) unter Handwerkern verglichen. Dieser Vergleich soll darüber Aufschluß geben, inwiefern die spezifische Gruppe der Handwerksbetriebe in den neuen Bundesländern von einem repräsentativen Querschnitt wie in der Mittelstandsbefragung abweicht. Dies ist insbesondere deshalb interessant, weil in der Leipziger Studie aufgrund detaillierter Informationen Ergebnisse erzielt werden konnten, die mit den Creditreform-Daten nicht reproduzierbar waren.

Zusammenfassend läßt sich hier sagen, daß (1) in wirtschaftlich stärkeren Regionen wie z.B. Leipzig die objektiven Zahlungsprobleme geringer sind, und (2) bei der Frage nach der durchschnittlichen Zahlungszielen aller Kunden sich die Befragten im Schnitt negativer äußern als bei der Betrachtung konkreter Aufträge.

Im zweiten Teil der Auswertung wird der Effekt unterschiedlicher Faktoren auf die verschiedenen Aspekte des Zahlungsverhaltens dargestellt. So wird gefragt nach dem Einfluß 'reiner' ökonomischer Faktoren, wie Bezugs- und Angebotspreise, Auftragslage, Umsatz und Ertrag und der Eigenkapitalausstattung der Unternehmen. Des weiteren sind unternehmens- und beziehungspezifische Faktoren von Interesse, wie Sitz des Unternehmens (Ost oder West), Unternehmensgröße, gestellte Zahlungsfristen, das Rechnungsmanagement und die Zugehörigkeit zu einem bestimmten Wirtschaftsbereich.

Zusammenfassend lassen sich für die verschiedenen Aspekte des Zahlungsverhaltens wenige, konstant signifikante Faktoren festhalten. So zeigen der Unternehmenssitz in den fünf neuen Bundesländern und eine tendenziell schlechte Auftragslage über fast alle Aspekte hinweg Effekte, die die Wahrscheinlichkeit unzureichendes Zahlungsverhaltens der Kunden erhöhen. Vergleichsweise gering ist die Bedeutung von Faktoren des Zahlungsmanagements, z.B. für die subjektive Einschätzung des Zahlungsverhaltens und allgemeinen Forderungsverlusten. Relevant oder sogar zentral sind jedoch diese unternehmensspezifischen Faktoren hinsichtlich der Insolvenzverluste und Zahlungsweise privater Kunden.

## 2. Deskriptive Ergebnisse zur Zahlungsmoral im Vergleich: Die Leipziger Studie und die Mittelstandsbefragung der Creditreform

Für die Analyse der Zahlungsmoral von Geschäftskunden lagen den Autoren zwei Datensätze vor: zum einen die **Mittelstandsbefragung der Creditreform e.V.** vom Frühjahr 1999, die neben den regelmäßigen Daten um einige spezielle Fragen zur Zahlungsmoral ergänzt wurde, und die **Leipziger Studie**, der die Analyse konkreter Aufträge von Handwerksbetrieben im Raum Leipzig zugrunde lag. Da für beide Datensätze bereits Berichte vorliegen (Creditreform 1999, Abraham & Voss 1999), wird auf die deskriptive Auswertung beider Datensätze hier verzichtet. Statt dessen sollen die Fragen noch einmal betrachtet werden, mit denen in beiden Studien zumindest ähnliche Merkmale erhoben wurden.

Die folgenden Ausführungen betreffen einige zentrale Faktoren, die sowohl in der Creditreform-Studie als auch in der Leipziger Zahlungsmoralstudie erhoben worden sind. Trotz der unterschiedlichen Größe der Stichprobe sollen sie anhand relativer Häufigkeiten verglichen werden. Um der Regionalität der Leipziger Studie gerecht zu werden und Vergleichbarkeit zu erleichtern, erfolgt die Darstellung der Ergebnisse der Creditreform-Studie nach Ost und West getrennt. Abgesehen vom Umfang der Stichproben unterscheiden sich die beiden Studien in der Zusammensetzung der Stichprobe. Die Leipziger Zahlungsmoralstudie beschränkte sich in ihrer Grundgesamtheit auf zentrale und möglichst unterschiedliche Handwerksbranchen der Stadt und Region.<sup>1</sup> Dabei blieben sowohl weite Bereiche des Dienstleistungsgewerbe unberücksichtigt als auch der Groß-, Klein- und Einzelhandel (vgl. Tabelle 1).

**Tabelle 1: Branchen**

Branchen	Creditreform (West; N=3787)	Creditreform (Ost; N=1271)	Zahlungsmoralstudie (Leipzig; N=177)
Baugewerbe	16.2 %	35.5 %	64.8 %
Verarbeitendes Gewerbe	40.6 %	29.2 %	17.5 %
Dienstleistungen	16.2 %	21.3 %	7.7 %
Handel	27.0 %	14.0 %	---

Die unterschiedliche Anlagen der beiden Untersuchungen und damit die Unterschiede in der Aussagekraft wird auch bei der Betrachtung der erfaßten Betriebsgrößen deutlich. So wurden in der Leipziger Zahlungsmoralstudie im wesentlich kleinere Handwerksfirmen mit weniger als 20 Beschäftigten erfaßt, während diese mit etwa 12% aller Betriebe in der Creditreform-Studie nur eine untergeordnete Rolle spielen (vgl. Tabelle 2).

<sup>1</sup> Zum Design und Ergebnissen der Leipziger Studie vergleiche Abraham & Voss (1999), Abraham et al. (1999).

**Tabelle 2: Mitarbeiterzahl der befragten Unternehmen**

Beschäftigte (relative Häufigkeiten)	Creditreform (West; N=3787)	Creditreform (Ost; N=1271)	Zahlungsmoralstudie (Leipzig; N=177)
bis 20	11.6 %	12.9 %	82.9 %
21 - 50	47.5 %	52.2 %	13.7 %
51 bis 100	21.1 %	19.7 %	2.9 %
101 - 200	12.9 %	11.0 %	0.0 %
> 200	7.0 %	4.2 %	0.6 %

Die Umsatzentwicklung in der Leipziger Zahlungsmoralstudie unterscheidet sich nicht nur von den Creditreform-Daten für die alten Bundesländer sondern auch von den Daten für die neuen Bundesländer erheblich. So geben mehr als ein Drittel aller Befragten an, daß ihr Umsatz im Vergleich zum letzten Geschäftsjahr gestiegen ist. Diese Angaben können in der Creditreform-Studie lediglich 19 Prozent der westdeutschen Unternehmen und sogar nur 12 Prozent der ostdeutschen Unternehmen machen (vgl. Tabelle 3). Dieser Vergleich spiegelt die möglicherweise spezielle Stellung Leipzigs hinsichtlich der wirtschaftlichen Entwicklung in den fünf neuen Bundesländern wider: Leipzig scheint sich im Vergleich zu anderen Regionen in den neuen Bundesländern durch eine bessere wirtschaftliche Entwicklung auszuzeichnen.

**Tabelle 3: Umsatzentwicklung gegenüber Herbst 1998**

Umsatzentwicklung	Creditreform (West; N=3765)	Creditreform (Ost; N=1267)	Zahlungsmoralstudie (Leipzig; N=179)
gestiegen	19.0 %	12.2 %	36.2 %
gleichgeblieben	35.8 %	35.8 %	29.9 %
gesunken	42.2 %	52.0%	33.9 %

In eine ähnliche Richtung weist die Entwicklung des Personals über das letzte Geschäftsjahr (Tabelle 4). Auch hier sind die Leipziger Zahlen eher mit der Entwicklung in den alten Bundesländern zu vergleichen. Fast doppelt so viele mittelständische Leipziger Unternehmen gaben im Vergleich zum Durchschnitt in den neuen Bundesländern an, ihren Personalbestand erhöht zu haben. Und nur 30 Prozent der Unternehmen, im Vergleich zu 47 Prozent für den Rest der neuen Bundesländer, verringerten ihren Personalbestand.

**Tabelle 4: Veränderung des Personalbestands gegenüber Herbst 1998**

Personalbestand	Creditreform (West; N=3787)	Creditreform (Ost; N=1271)	Zahlungsmoralstudie (Leipzig; N=177)
erhöht	19.8 %	11.7 %	22.9%
gleichgeblieben	50.1 %	41.5 %	48.0 %
verringert	30.2 %	46.8 %	29.1 %

Die Unternehmen der Leipziger Zahlungsmoralstudie beurteilten das Zahlungsverhalten ihrer Kunden durchschnittlich schlechter als die befragten Unternehmen der Creditreform-Studie (Ost und West). So sind die negativen Kategorien zum Teil doppelt so stark besetzt (vgl. Tabelle 5). Gleichzeitig läßt sich jedoch auch feststellen, daß die Leipziger Betriebe wesentlich häufiger die Bewertung „sehr gut“ vergeben. Ein wesentlicher Grund für diese Tendenz zur Polarisierung ist sicherlich in der vergleichsweise globaleren Fragestellung der Zahlungsmoralstudie zu sehen. So wurden die Leipziger Unternehmen nach der allgemeinen Zahlungsmoral für branchenrelevante Kunden gefragt. In der Creditreform-Studie wurden die Unternehmer gebeten, die Zahlungsweise ihrer eigenen (meisten oder bedeutendsten) Kunden einzuschätzen. Will man die beiden Studien trotz ihrer unterschiedlichen Stichprobe zueinander in Beziehung setzen, so scheinen die Differenzen darauf hinzuweisen, daß die Zahlungsmoral der eigenen Kundschaft etwas besser beurteilt wird als die in der Branche insgesamt.

**Tabelle 5: Beurteilung der Zahlungsweise der Kunden**

Zahlungsweise (relative Häufigkeiten)	Creditreform (West; N=3787)	Creditreform (Ost; N=1271)	Zahlungsmoralstudie (Leipzig; N=177)
	Beurteilung der Zahlungsweise der <i>Kunden im Allgemeinen</i>		Beurteilung der Zahlungsweise <i>in der eigenen Branche</i>
sehr gut	1.5 %	0.5 %	2.8 %
gut	20.1 %	12.1 %	8.8 %
befriedigend/ausreichend	66.5 %	56.2 %	35.9 %
mangelhaft	10.8 %	24.0 %	35.4 %
sehr schlecht	1.1 %	7.3 %	17.1 %

Die tatsächlichen Zahlungsziele, wie sie in Tabelle 6 aufgeführt sind, relativieren dieses Bild und können als Hinweis auf die besondere Stellung Leipzigs innerhalb der neuen Bundesländer gedeutet werden: der Anteil pünktlich zahlender Privatkunden ist für die Leipziger Handwerksbetriebe mit 62.4% deutlicher höher als in der repräsentativen Stichprobe der Creditreform-Studie. Eine Ursache für diesen überraschenden Unterschied ist insbesondere der

Umstand, daß die Erhebungsinstrumente beider Studien hier differieren: während in der Leipziger Studie das Zahlungsverhalten für konkrete Aufträge erhoben wurde, stellte die Creditreform-Studie auf eine generelle Einschätzung des Zahlungsverhaltens im Hinblick auf alle Kunden des befragten Unternehmens ab. Die gefundenen Differenzen können somit auch als Hinweis interpretiert werden, daß mit der generellen Einschätzung unter Umständen ein - im Vergleich zu den tatsächlichen Zahlungsverspätungen - negativeres Bild produziert wird.

**Tabelle 6: Zahlungsziele**

Zahlungsziele	Creditreform (West; N=3787)		Creditreform (Ost; N=1271)		Zahlungsmoralstudie (Leipzig; N=177)
	öffentlich	privat	öffentlich	privat	privat
	<i>Welche durchschnittliche Zahlungsziele nehmen Ihre Kunden in Anspruch?</i>				<i>Wieviele Tage nach rechnungsstellung gingen die Zahlungen für den ausgewählten Auftrag ein?</i>
bis zu 30 Tagen	39.0 %	<b>51.1 %</b>	31.4 %	<b>45.7 %</b>	<b>62.4 %</b>
bis zu 60 Tagen	39.3 %	<b>38.6 %</b>	46.8 %	<b>34.1 %</b>	<b>24.0 %</b>
bis zu 90 Tagen	14.3%	<b>8.0 %</b>	15.5 %	<b>16.4 %</b>	<b>10.4 %</b>
über 90 Tage	7.3 %	<b>2.3 %</b>	6.3 %	<b>3.8 %</b>	<b>3.2 %</b>

Zusammenfassend läßt sich sagen, daß (1) in wirtschaftlich stärkeren Regionen wie z.B. Leipzig die objektiven Zahlungsprobleme geringer sind, und (2) bei der Frage nach den durchschnittlichen Zahlungszielen aller Kunden sich die Befragten im Schnitt negativer äußern als bei der Betrachtung konkreter Aufträge.

### 3. Analyse des Zahlungsverhaltens

Im folgenden Abschnitt soll untersucht werden, ob sich in den Daten der Creditreform-Studie Hinweise auf Ursachen und Einflußfaktoren für problematisches Zahlungsverhalten finden lassen. Es werden zwei verschiedene Indikatoren für das Zahlungsverhalten der Kunden verwendet: die *subjektive Einschätzung* des Zahlungsverhaltens der Kunden durch die Befragten (Abschnitt 3.1) sowie die *tatsächlichen Zahlungseingänge*, wobei hier wiederum unterschieden werden kann zwischen privaten Kunden und Kunden der öffentlichen Hand (Abschnitt 3.2). Schließlich werden dann die Forderungsausfälle im Allgemeinen (Abschnitt 3.3) und speziell im Hinblick auf Kundeninsolvenzen (Abschnitt 3.4) beleuchtet.

### 3.1 Subjektive Einschätzung des Zahlungsverhaltens

Die Beurteilung der Zahlungsweise der Kunden erfolgte mittels einer sechsstufigen Skala von 'ungenügend' bis 'sehr gut'. Ein Fünftel aller befragten Unternehmen schätzen das Zahlungsverhalten ihrer Kunden als gut bzw. sehr gut ein. Fast 40 Prozent der befragten Unternehmen sind mit der Zahlungsweise ihrer Kunden eher unzufrieden.

Relevant für die Zahlungszufriedenheit der Unternehmen mit ihren Kunden sind im wesentlichen vier Faktoren, die die *Marktsituation und deren Entwicklung* widerspiegeln (vgl. Anhang, Tabelle I):

- So bewirkt eine *positive Entwicklung der Angebotspreise und Erträge* eine tendenziell größere Zahlungszufriedenheit. Dies kann z.B. durch eine allgemeine gute Marktsituation, in der Kunden eher liquide sein werden, als auch durch einen Selektionseffekt zustande kommen: je besser die Ertragslage, desto eher können als kritisch eingeschätzte Aufträge auch abgelehnt werden.
- In engem Zusammenhang damit ist vermutlich der geringe, aber statistisch signifikante Effekt der Umsatzentwicklung zu interpretieren: Ein *gesunkener Umsatz* läßt eine positivere Bewertung der Zahlungsweise der Kunden erwarten. Dies läßt sich evt. durch den Umstand erklären, daß sinkender Umsatz meist auch mit der Bearbeitung von weniger Aufträgen verknüpft ist und damit die Anzahl von problematischen Aufträgen verringert wird.
- Den größten Effekt auf die positive Beurteilung der Zahlungszufriedenheit zeigt jedoch eine tendenziell *sehr gute Auftragslage*.

Insgesamt besitzt die Marktsituation einen relativ starken Einfluß auf die Zahlungszufriedenheit der Unternehmen mit ihren Kunden. D.h., je besser sich die Marktsituation für die Unternehmen darstellt, desto eher beurteilen die Unternehmer die Zahlungsweise ihrer Kunden als positiv.

Des weiteren ist die Beurteilung der Kunden hinsichtlich ihrer Zahlungsweise von *unternehmensspezifischen Faktoren* abhängig. Hier zeigt sich, daß sich die Unternehmen umso zufriedener äußern,

- je *größer* das auftragnehmende Unternehmen ist
- je *mehr Eigenkapital* das befragte Unternehmen aufweist
- wenn das befragte Unternehmen **nicht** der *Baubranche* oder dem *Handel* angehört
- wenn das befragte Unternehmen in den *alten Bundesländern* ansässig ist.

Zusammengefaßt weisen diese Effekte darauf hin, daß die Unternehmen zufriedener mit dem Zahlungsverhalten ihrer Kunden sind, die Zahlungsverspätungen und -ausfälle aufgrund ihrer wirtschaftliche Stellung leichter verkraften können, oder anders ausgedrückt: wirtschaftlich gesündere Unternehmen besitzen eine höhere Toleranzschwelle ihren Kunden gegenüber.

Keinen Einfluß zeigen hier Indikatoren, die die unternehmenseigene Organisation der Zahlungsabwicklung abbilden, d.h. weder die Organisation der Rechnungsabwicklung durch eine eigene Abteilung oder den Inhaber persönlich noch die vertraglich vereinbarte Regelung der Zahlungsfristen.

Zusammenfassend läßt sich also festhalten, daß kleinere Unternehmen in den neuen Bundesländern aus den Sektoren Bau und Handel, die mit schlechten Marktbedingungen konfrontiert sind, in besonderem Maße über die Zahlungsmoral ihrer Kunden klagen.

### **3.2 Das tatsächliche Zahlungsverhalten privater und öffentlicher Kunden**

Im Gegensatz zu dem vorhergehenden Abschnitt steht hier nicht die subjektiv wahrgenommene, sondern das tatsächliche Zahlungsverhalten der Kunden im Mittelpunkt. Diese wurde erhoben, indem nach den *durchschnittlichen tatsächlichen Zahlungseingängen* gefragt wurde.

Im Hinblick auf die Zahlungsmoral wird auch immer wieder der Unterschied zwischen privaten Kunden und jenen der öffentlichen Hand thematisiert. Hierbei wird angenommen, daß sich die öffentliche Hand zwar mehr Zeit bei der Begleichung offener Rechnungen läßt, jedoch aufgrund der Unmöglichkeit der Insolvenz mit der Zahlung in jedem Fall gerechnet werden kann.

Im Rahmen der vorliegenden Untersuchung wurden die Unternehmen gefragt, welche durchschnittlichen Zahlungsziele ihre privaten und öffentlichen Kunden in Anspruch nehmen. Die Hälfte aller privaten Kunden und nur ein Drittel der öffentlichen Kunden zahlen innerhalb von 30 Tagen. 12 Prozent der privaten Kunden und 21 Prozent der öffentlichen Kunden lassen sich bei der Begleichung von Rechnungen bis zu 90 und mehr Tagen Zeit. Damit wird auch deutlich, daß unter den Kunden der öffentlichen Hand fast doppelt so viele „schlechte Zahler“ zu finden sind.

Für die folgenden Analysen wurde nun verglichen, welche Einflußfaktoren sich für beide Kundentypen, und welche sich jeweils nur für private oder öffentliche Kunden feststellen lassen (vgl. Anhang, Tabelle IV). Für *private wie öffentliche Kunden* gilt, daß Zahlungsverspätungen eher erwartet werden können, wenn

- die *Erträge* sinken
- das Unternehmen seinen Sitz in den *neuen Bundesländern* hat

Nur für **private Kunden** gilt, daß deren Zahlungen eher verspätet eintreffen,

- wenn über eine schlechte *Auftragslage* berichtet wird.
- je länger die *Zahlungsfrist* üblicherweise gewährt wird. *Die positive Wirkung kürzerer Zahlungsfristen gilt also nicht für Kunden der öffentlichen Hand.*
- wenn das Unternehmen **nicht** zur *Baubranche* gehört: *private Kunden in der Baubranche nehmen somit im Schnitt kürzere Zahlungsziele in Anspruch*

Darüber hinaus gilt **nur für öffentliche Kunden**, daß deren Zahlungen eher verspätet eintreffen, wenn

- wenn die *Bezugspreise* des befragten Unternehmens sinken
- wenn die *Angebotspreise* gleichbleiben oder steigen
- wenn die eigenen *Umsätze* sinken
- wenn die Rechnungsstellung zumindest durch einen *eigenen Mitarbeiter* erfolgt
- mit *steigender Größe* des befragten Unternehmens
- wenn das Unternehmen *zur Baubranche* gehört

Das Muster, daß das Zahlungsverhalten von privaten und öffentlichen Kunden beschreibt, differiert demnach durchaus, insbesondere scheint die Marktlage für das Zahlungsverhalten öffentlicher Kunden eine geringere Rolle zu spielen als für die privaten Kunden. Darüber hinaus wird deutlich, daß die geäußerte subjektive Zufriedenheit mit dem Zahlungsverhalten der Kunden und das tatsächliche Zahlungsverhalten durchaus differieren kann. Die im Schnitt geringere Zufriedenheit in der Baubranche korrespondiert nur mit dem tatsächlich schlechteren Zahlungsverhalten der öffentlichen Hand, während die privaten Kunden in der Baubranche im Schnitt schneller zahlen als in anderen Branchen.

### 3.3 Forderungsverluste

Nach den durchschnittlichen Forderungsverlusten wurde mittels einer 5-stufigen Skala gefragt. Diese reichte von „keine Verluste“ bis zu „mehr als ein Prozent Forderungsverluste“ im Vergleich zum Umsatz. So gaben lediglich 4 Prozent der befragten Unternehmer an 1998 keine Forderungsverluste gehabt zu haben. Dem gegenüber stehen immerhin 37 Prozent mit weit mehr als 0,5 Prozent Forderungsverluste relativ zum Umsatz.

Im Gegensatz zur subjektiven Zufriedenheit lassen sich wesentliche Effekte der **Marktlage** für die tatsächlichen Forderungsverluste nicht bestätigen. Weder zeigen die Entwicklung der Erträge und Umsätze noch die Veränderung der Bezugs- und Angebotspreise einen interpretierbaren Effekt für das Ausmaß der Forderungsverluste. Lediglich der Effekt der Auftragslage zeigt einen statistisch signifikanten Einfluß (vgl. Anhang, Tabelle II):

- Eine tendenziell *schlechte Auftragslage* läßt höhere Forderungsverluste erwarten.

Im Hinblick auf die **unternehmensspezifischen Indikatoren** zeigen wiederum die Indikatoren für die unternehmensinterne Organisation der Zahlungsabwicklung keinen Einfluß. Dagegen sind Unternehmen stärker durch Forderungsverluste betroffen, wenn

- sie in den *neuen Bundesländern* liegen
- es sich um *kleinere Unternehmen* handelt
- diese in der *Baubranche* tätig sind.

### 3.4 Forderungsverluste durch Kundeninsolvenz

In diesem Abschnitt soll ein weiterer Aspekt des Zahlungsverhaltens betrachtet werden: Welche Faktoren zeigen Effekte hinsichtlich Forderungsverluste durch **Kundeninsolvenzen**? Mehr als 75 Prozent der befragten Unternehmen gaben an, Zahlungsverluste durch die Insolvenzen ihrer Kunden zu haben.

Forderungsverluste durch Insolvenzen sind erwartungsgemäß stärker durch **marktspezifischen Indikatoren** bedingt. Auch hier erweisen sich, wie bei der subjektiven Einschätzung des Zahlungsverhaltens, die schlechte Auftragslage und gesunkene Erträge als statistisch signifikante Erklärungsfaktoren: die Wahrscheinlichkeit von Forderungsverlusten durch Kundeninsolvenzen steigt, wenn

- die eigene *Auftragslage* sich verschlechtert
- die *Erträge* und die *Angebotspreise* gegenüber Herbst 1998 sanken.

Für die Betrachtung der Forderungsverluste durch Kundeninsolvenzen sind insbesondere auch die Eigenschaften des befragten Unternehmens relevant. Hier zeigt sich, daß insbesondere die **Organisation und Gestaltung der Zahlungsabwicklung** zentral für Insolvenzverluste ist. Demnach sind höhere Forderungsverluste durch Insolvenzen zu erwarten, wenn

- die unternehmensinterne *Rechnungsabwicklung* durch eine extra Abteilung bzw. Mitarbeiter getätigt werden
- längere vertraglich geregelte *Zahlungsfristen* üblich sind.

Der letzte Befund ist insofern besonders interessant, als er einen konkreten Ansatzpunkt für unternehmerisches Handeln bietet und dieser Zusammenhang ebenfalls in der Leipziger Studie schon bestätigt werden konnte: je kürzer die gestellten Zahlungsfristen, desto weniger häufig kommt es zu Verspätungen und Zahlungsausfällen.

Darüber hinaus existieren auch Effekte im Hinblick auf die **Eigenschaften des befragten Unternehmens**

- *Größere Unternehmen* sind eher durch Insolvenzverluste betroffen
- In den *neuen Bundesländern* kommt es eher zu Forderungsverlusten durch Kundeninsolvenzen.
- Die Wahrscheinlichkeit der Verluste durch Insolvenzen für Unternehmen im *Baugewerbe* ist überraschenderweise vergleichsweise viel **geringer** als für Unternehmen im Handel- und Dienstleistungssektor.

Zusammenfassend lassen sich für die verschiedenen Aspekte des Zahlungsverhaltens wenige, konstant signifikante Faktoren festhalten. So zeigen der Unternehmenssitz in den fünf neuen Bundesländern und eine tendenziell schlechte Auftragslage über fast alle Aspekte hinweg Effekte, die die Wahrscheinlichkeit unzureichendes Zahlungsverhaltens der Kunden erhöhen. Vergleichsweise gering ist die Bedeutung von Faktoren des Zahlungsmanagements, z.B. für die subjektive Einschätzung des Zahlungsverhaltens und allgemeinen Forderungsverlusten. Relevant oder sogar zentral sind jedoch diese unternehmensspezifischen Faktoren hinsichtlich der Insolvenzverluste und Zahlungsweise privater Kunden (Zahlungsfristen) und öffentlicher Kunden (Art der Rechnungsstellung).

## Literaturhinweise

Martin Abraham & Thomas Voss (1999): *Das Zahlungsverhalten von Geschäftspartnern. Eine Untersuchung des Zahlungsverhaltens im Handwerk für den Raum Leipzig*. Arbeitsberichte des Instituts für Soziologie Nr. 2 (1/99), Universität Leipzig.

Martin Abraham, Thomas Voss, Christian Seyde & Sabine Michel (1999): *Das Zahlungsverhalten von Geschäftspartnern. Eine Untersuchung des Zahlungsverhaltens im Handwerk für den Raum Leipzig. Codebuch zur Studie*. Arbeitsberichte des Instituts für Soziologie Nr. 3 (1/99), Universität Leipzig.

Creditreform e.V. (1999): *Bericht zur Mittelstandsbefragung Frühjahr 1999*, Neuss.

## Anhang: Regressions-Tabellen, die den Analysen über die Ursachen problematischen Zahlungsverhaltens zugrunde liegen.

### Tabelle I:

**Einflußfaktoren auf die subjektive Beurteilung der Zahlungsweise der Kunden (lineare multiple Regression) und die tatsächliche Zahlungsweise privater und öffentlicher Kunden (multiple logistische Regression)\*\*\***

Einflußfaktor	Subjektive Beurteilung der Zahlungsweise der Kunden 1 'ungenügend' 6 'sehr gut'	Tatsächliche Zahlungsweise der Kunden 0 'pünktlich' (bis 30 Tage) 1 'verspätet' (>30 Tage)	
	BETA-Koeffizienten der linearen Regression	Odd ratios (Exp B) der logistischen Regression	
		private Kunden	öffentliche Kunden
Unternehmenssitz 1 'ost' 0 'west'	- 0.18*	1.30*	1.30*
derzeitige Auftragslage 1 'ungenügend' 6 'sehr gut'	0.22*	0.86*	0.97
Bezugspreise 1 'gleichgeblieben/gestiegen' 0 'gesunken'	- 0.01	0.96	1.47*
Angebotspreise gegenüber Herbst 1998 1 'gleichgeblieben/ gestiegen' 0 'gesunken'	0.06*	0.87	0.62*
Umsatz gegenüber Herbst 1998 1 'gleichgeblieben/ gestiegen' 0 'gesunken'	- 0.05*	1.12	1.30**
Erträge gegenüber Herbst 1998 1 'gleichgeblieben/ gestiegen' 0 'gesunken'	0.12*	0.70*	0.51*
Rechnungsstellung durch 0 'Inhaber/Ehepartner' 1 'extra Abteilung/Angestellten'	0.01	0.94	1.36*
Zahlungsfrist 0 'bis 10 Tage' 1 'bis 30 Tage'	0.01	2.27*	0.99
Anzahl des beschäftigten Personals 1 '<20' 7 '>400'	0.08*	1.04	1.14*
Anteil des Eigenkapitals 1 'bis 10%' 4 '>30%'	0.07*	0.99	0.96
Unternehmen gehört zum Baugewerbe 1 'ja' 0 'nein'	- 0.15*	0.67*	1.93*
Dienstleistung	- 0.03	0.93	0.89
Handel	- 0.07*	0.88	1.04
Konstante	2.58	0.10	0.06

\* signifikant auf 1%-Niveau, \*\* signifikant auf 5%-Niveau, \*\*\*Alle Fälle (N=353) mit einer Zahlungsfrist länger als 30 Tagen wurden aus der Berechnung aus geklammert.

**Tabelle II:**

**Einflußfaktoren auf die Forderungsverluste 1998 (multiple lineare Regression) und auf die Forderungsverluste speziell durch Kundeninsolvenz (multiple logistische Regression)**

Einflußfaktor	Forderungsverluste 1998 0 'keine' 4 'mehr als 1%	Forderungsverluste 1998 durch <i>Kundeninsolvenz</i> 1 'ja' 0 'nein'
	BETA-Koeffizienten der linearen Regression	Odd rations (Exp B) der logistischen Regression
Unternehmenssitz 1 'ost' 0 'west'	0.21*	2.28*
derzeitige Auftragslage 1 'ungenügend' 6 'sehr gut'	- 0.14*	0.90*
Bezugspreise gegenüber Herbst 1998 1 'gleichgeblieben/ gestiegen' 0 'gesunken'	- 0.01	0.89
Angebotspreise gegenüber Herbst 1998 1 'gleichgeblieben/ gestiegen' 0 'gesunken'	- 0.03**	0.82**
Umsatz gegenüber Herbst 1998 1 'gleichgeblieben/ gestiegen' 0 'gesunken'	- 0.001	1.02
Erträge gegenüber Herbst 1998 1 'gleichgeblieben/ gestiegen' 0 'gesunken'	- 0.03	0.66*
Rechnungsstellung durch 1 'extra Abteilung/Angestellten' 0 'Inhaber/Ehepartner'	0.002	1.39*
Zahlungsfrist 0 'bis 10 Tage' 1 'bis 30 Tage'	- 0.01	1.38*
Anzahl des beschäftigten Personals 1 '<20' 7 '>400'	- 0.08*	1.12*
Anteil des Eigenkapitals 1 'bis 10%' 4 '>30%'	0.07*	1.12*
Unternehmen gehört zum Baugewerbe 1 'ja' 0 'nein'	0.21*	0.79**
Dienstleistung	0.07*	1.29**
Handel	0.04*	1.85*
Konstante	2.53	0.66

\* signifikant auf 1%-Niveau, \*\* signifikant auf 5%-Niveau

## Bisher erschienene *Arbeitsberichte des Instituts für Soziologie*

- Nr. 1 (1/99) *Tätigkeitsbericht des Instituts für Soziologie 1997/98*
- Nr. 2 (1/99) Martin Abraham & Thomas Voss: *Das Zahlungsverhalten von Geschäftspartnern. Eine Untersuchung des Zahlungsverhaltens im Handwerk für den Raum Leipzig.*
- Nr. 3 (1/99) Martin Abraham, Thomas Voss, Christian Seyde & Sabine Michel: *Das Zahlungsverhalten von Geschäftspartnern. Eine Untersuchung des Zahlungsverhaltens im Handwerk für den Raum Leipzig. Codebuch zur Studie.*
- Nr. 4 (4/99) Thomas Voss & Martin Abraham: *Rational Choice Theory in Sociology: A Survey.*
- Nr. 5 (7/99) Martin Abraham: *The Carrot on the Stick. Individual Job Performance, Internal Status and the Effect of Employee Benefits.*
- Nr. 6 (11/99) Kerstin Tews: *Umweltpolitik in einer erweiterten EU. Problematische Konsequenzen des einseitigen Rechtsanpassungszwangs am Beispiel der umweltpolitischen Koordination zwischen der EU und Polen.*
- Nr. 7 (1/00) Martin Abraham & Christian Seyde: *Das Zahlungsverhalten von Auftraggebern: Eine Auswertung der Mittelstandsbefragung der Creditreform e.V. im Frühjahr 1999.*
- Nr. 8 (3/00) Martin Abraham & Per Kropp: *Die soziale Einbettung von Konsumentscheidungen. Studienbeschreibung und Codebook.*
- Nr. 9 (6/00) Martin Abraham: *Vertrauen, Macht und soziale Einbettung in wirtschaftlichen Transaktionen: Das Beispiel des Zahlungsverhaltens von Geschäftspartnern.*
- Nr. 10 (7/00) Martin Abraham & Per Kropp: *Die Bedeutung sozialer Einbettung für Konsumentscheidungen privater Akteure. Bericht an die Deutsche Forschungsgemeinschaft*
- Nr. 11(8/00) Olaf Struck & Julia Simonson: *Stabilität und De-Stabilität am betrieblichen Arbeitsmarkt: Eine Untersuchung zur betrieblichen Übergangspolitik in west- und ostdeutschen Unternehmen*
- Nr. 12(8/00) Jan Skrobanek: *Soziale Identifikationstypen? - Anmerkungen zur ganzheitlichen Erfassung der Typik von "Identifikation"*
- Nr. 13(9/00) Sonja Haug: *Soziales Kapital, Migrationsentscheidungen und Kettenmigrationsprozesse. Das Beispiel der italienischen Migranten in Deutschland*