

**MIND 2006: Aufschwung aus eigener Kraft**

# **mind**

**MITTELSTAND IN DEUTSCHLAND**

**impulse**

 **Finanzgruppe**

Wissenschaftliche Begleitung: Institut für Mittelstandsforschung Bonn



**4** **Editorial** **Editorial, Management Summary**

**6** **Perspektiven** **Perspektiven**

Erwartungen: Vertrauen auf unternehmerische Stärke

Konjunktur: Viel Optimismus für das eigene Geschäft

Politische Rahmenbedingungen: Unternehmer fürchten höhere Steuern

**12** **Potenziale** **Potenziale**

Investitionspläne: Klarer Kurs in die Zukunft

Investitionen: Mutige Unternehmer

Hausbank: Wichtiger Berater

Finanzierungsquellen: Eigenkapital gewinnt an Bedeutung

Fördermittel: Gern genutzte Töpfe

**22** **Methode** **Methode, Impressum**

## Der Mittelstand in Deutschland:

### Aufschwung aus eigener Kraft

MIND ist die größte Untersuchung zum deutschen Mittelstand. Sie analysiert die rund 1,3 Millionen mittelständischen Unternehmen mit einem Umsatz von über 100.000 Euro im Jahr. Diese Unternehmen beschäftigen insgesamt 15,2 Millionen Menschen und tragen maßgeblich zur Entwicklung von Deutschlands Volkswirtschaft bei. Wie keine andere Studie hierzulande geht MIND den Plänen und Problemen, Visionen und Befürchtungen der deutschen Unternehmer auf den Grund.

In der Studie MIND 04, die im Herbst 2005 veröffentlicht wurde, war das zentrale Ergebnis, dass der deutsche Mittelstand sich vom Jahr 2006 den lang ersehnten Aufschwung erhoffte. Dieser Aufschwung ist nun da. Mit dem

aktuellen Zwischenbericht gehen wir der Frage nach, wie stabil der Optimismus der Unternehmer und deren Investitionsverhalten ist – und was die Mittelständler nach dem Regierungswechsel von der Politik erwarten. Die Ergebnisse zeigen einen selbstbewussten Mittelstand: Denn zum einen fürchten die Unternehmerinnen und Unternehmer aufgrund der vorgesehenen Mehrwertsteuererhöhung eine konjunkturelle Belastung. Andererseits lassen sie einen bemerkenswerten Glauben an die eigene unternehmerische Stärke erkennen.

Die aktuelle MIND-Studie zeigt auch, wie die Unternehmer den Aufschwung finanzieren: Maßgeblich aus eigener Kraft, mit Augenmaß und Vorsicht – und

mit optimistischem Blick in die Zukunft. Noch nie hat MIND einen so hohen Anteil an Investitionen in neue Produkte und Dienstleistungen gemessen, und so viel eigene Stärke bei der Finanzierung. Den weitaus größten Teil der Investitionen bezahlen Unternehmer über Innenfinanzierung und aus eigenen Erträgen.

Der deutsche Mittelstand übt zwar berechtigte Kritik an den politisch Verantwortlichen. Die Unternehmerinnen und Unternehmer sind allerdings so selbstbewusst, sich zuversichtlich im Hinblick auf die weitere Entwicklung zu zeigen. Für uns eine gute Nachricht. Denn wenn der Mittelstand an sich glaubt, dann behält der wirtschaftliche Aufschwung eine seiner wichtigsten Stützen.



Gerd Kühlhorn  
Chefredakteur IMPULSE



Dr. Karl-Peter Schackmann-Fallis  
Geschäftsführendes Vorstandsmitglied des  
Deutschen Sparkassen- und Giroverbandes

# management summary

## Management Summary:

### Selbstbewusster Blick nach vorn

MIND betrachtet alle Unternehmen mit einem Jahresumsatz von mehr als 100.000 Euro und mit weniger als 500 Mitarbeitern. Die 1.080 befragten Entscheider sind die wirklichen Repräsentanten des Mittelstands hierzulande. Dies zeigt sich an der Tatsache, dass 74 Prozent von ihnen Inhaber oder geschäftsführende Gesellschafter ihres Unternehmens sind.

Diese Unternehmer schauen optimistisch ins Jahr 2007, zumindest was ihren eigenen Betrieb betrifft. Andererseits fürchten viele Unternehmer, dass sich die geplante Mehrwertsteuererhöhung als Konjunkturbremse auswirken könnte. Auch von der Unternehmensteuerreform erwarten die Mittelständler nicht viel.

Das Vertrauen in die eigene Stärke lässt die Unternehmer weiter kräftig investieren, vor allem in Innovationen und Expansion. Die Mittel hierfür kommen – neben der Kreditfinanzierung von außen – immer stärker aus der Innenfinanzierung. Auch Fördermittel setzen sich immer mehr als Finanzierungsinstrument durch. Alternative, eigenkapitalähnliche Finanzierungsformen finden dagegen beim Mittelstand bisher noch wenig Verwendung.

## Erwartungen:

### Vertrauen auf unternehmerische Stärke

Der deutsche Mittelstand ist bester Stimmung und startet mit positiven Erwartungen ins kommende Jahr. Ihren Optimismus schöpfen die Unternehmer vor allem aus der eigenen Stärke: Sie sind überwiegend überzeugt, auch 2007 wieder gute Geschäfte zu machen – selbst wenn die Konjunktur in Deutschland an Fahrt verlieren sollte.

MIND zeigt zwei Perspektiven auf, die deutsche Unternehmer beim Blick nach vorn besonders beschäftigen – und liefert so ein differenziertes Bild: Da ist auf der einen Seite das große Vertrauen in eine Fortsetzung des Aufschwungs, der sich vor allem für das eigene Geschäft auszahlen soll. Auf der anderen Seite steht die durchaus kritische

Auseinandersetzung mit der Arbeit der großen Regierungskoalition: Denn viele Unternehmer fürchten, dass die Umsatzsteuererhöhung der Konjunktur schaden könnte. Gleichzeitig überwiegt bei den Erwartungen zur angekündigten Unternehmensteuerreform im Jahr 2008 die Skepsis – noch bevor überhaupt detaillierte Pläne bekannt sind.



## Konjunktur:

### Viel Optimismus für das eigene Geschäft

Der deutsche Mittelstand ist davon überzeugt, dass sich der Wachstumskurs in Deutschland weiter fortsetzt – vor allem mit Blick auf das eigene Unternehmen: Für das laufende Geschäftsjahr erwarten fast 44 Prozent bessere Geschäfte als im Vorjahr, nur 13 Prozent äußern sich pessimistisch. Mit ähnlich guten Aussichten starten die Unternehmen ins kommende Jahr. Drei von vier befragten Chefs gehen davon aus, dass 2007 für ihren Betrieb mindestens ebenso erfolgreich wird wie dieses Jahr. Fast 36 Prozent rechnen sogar mit weiterem Wachstum, nur ein knappes Viertel ist pessimistisch gestimmt bezüglich der Situation des Unternehmens im kommenden Jahr.

Beim Blick auf die gesamtwirtschaftliche Lage äußern sich die deutschen Unternehmer vorsichtiger. Für das laufende Jahr überwiegen die Optimisten. Skepsis herrscht jedoch bezüglich des kommenden Jahres: Für 2007 erwarten nur noch 22 Prozent der Befragten eine weitere Verbesserung, während rund ein Drittel meint, dass die gute Entwicklung von 2006 im kommenden Jahr in der Breite nicht unverändert anhält. 41 Prozent der Unternehmen gehen von einer unverändert positiven Entwicklung aus.

Größere Mittelständler zeigen sich besonders optimistisch. Mehr als die Hälfte der Firmen mit 50 oder mehr Beschäftigten erwartet 2007 für ihr Unternehmen noch bessere Geschäfte. Mögliche Erklärung für den besonders großen Optimismus: Je größer die Betriebe, desto mehr Erträge erwirtschaften sie im Ausland. Einzelunternehmer und kleinere Betriebe schauen denn auch viel vorsichtiger

in die Zukunft: Von ihnen gehen nur rund 28 Prozent mit sehr guten Erwartungen ins nächste Jahr.

Signifikant skeptischer geben sich bei der diesjährigen Befragung zudem die Chefs von Handelsunternehmen: Bei ihnen zeigt offensichtlich die Furcht vor einer konjunkturellen Eintrübung durch die Mehrwertsteuererhöhung ihre Wirkung.

#### ENTWICKLUNG DER WIRTSCHAFTLICHEN SITUATION DES UNTERNEHMENS

	2006 Anteil in %	2007 Anteil in %
Wird sich verbessern	43,6	35,7
Bleibt unverändert	42,5	38,8
Wird sich verschlechtern	13,4	23,3

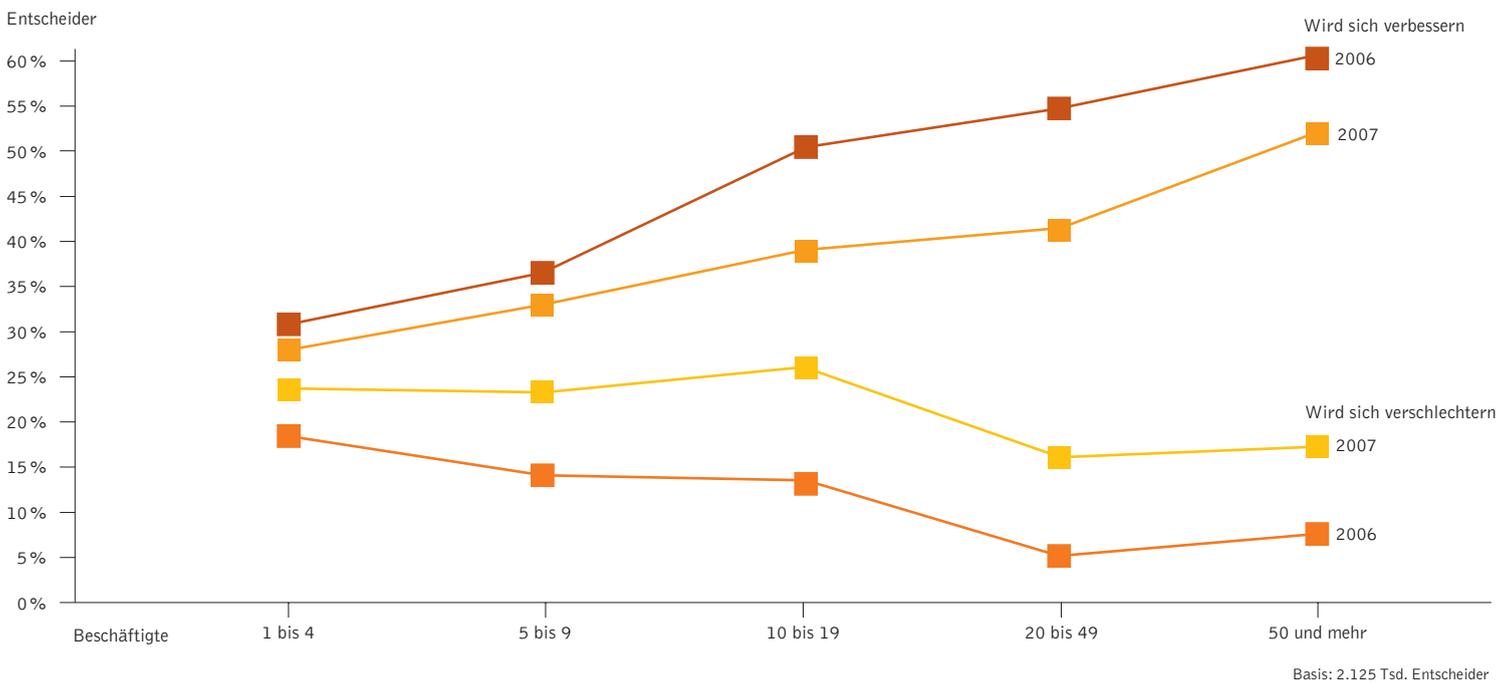
Basis: 2.125 Tsd. Entscheider

#### ENTWICKLUNG DER GESAMTWIRTSCHAFTLICHEN SITUATION

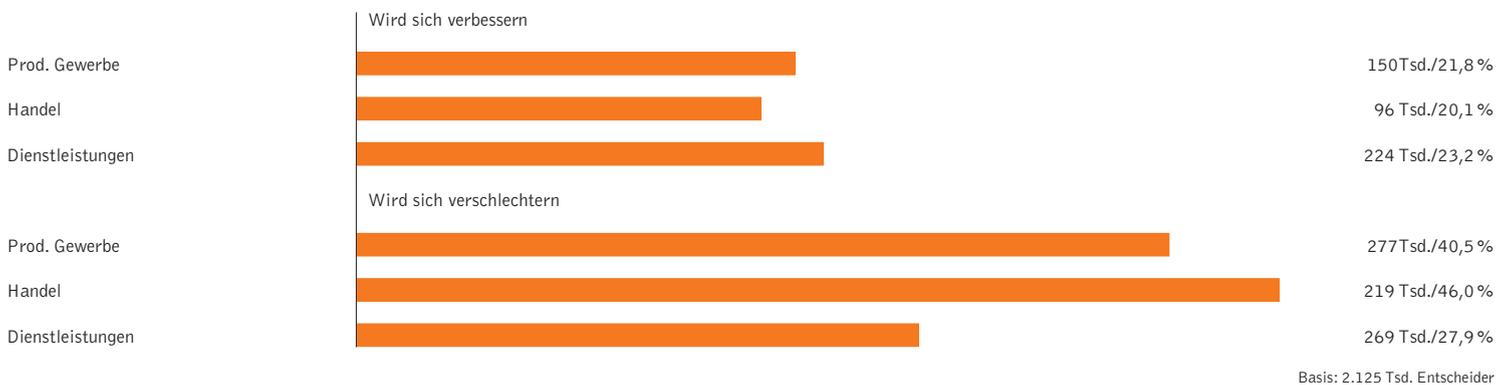
	2006 Anteil in %	2007 Anteil in %
Wird sich verbessern	40,1	22,1
Bleibt unverändert	41,9	41,1
Wird sich verschlechtern	17,8	36,0

Basis: 2.125 Tsd. Entscheider

### ENTWICKLUNG DER WIRTSCHAFTLICHEN SITUATION DES UNTERNEHMENS 2006/2007



### ENTWICKLUNG DER GESAMTWIRTSCHAFTLICHEN SITUATION 2007



## Politische Rahmenbedingungen:

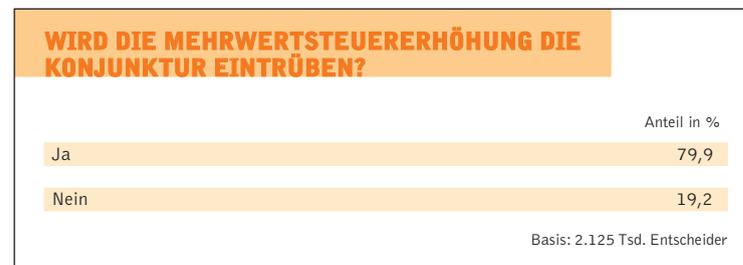
### Unternehmer fürchten höhere Steuern

Die deutschen Mittelständler stellen der aktuellen Regierungskoalition kein gutes Zeugnis aus: Nur etwa 26 Prozent gehen davon aus, dass die gesamtwirtschaftlichen Aussichten sich durch die Neuwahlen verbessert haben. Und spätestens wenn zum 1. Januar 2007 die Mehrwertsteuererhöhung in Kraft tritt, dürfte die Konjunktur Schaden nehmen – davon sind fast 80 Prozent der Befragten überzeugt. Über die Hälfte (52,1 Prozent) der Unternehmer fürchtet zudem, dass die Erhöhung der Mehrwertsteuer auch direkt dem eigenen Geschäft schadet – auch wenn die Regierung plant, im Gegenzug die Beiträge zur Arbeitslosenversicherung zu senken.

Auch die Unternehmensteuerreform, von der Großen Koalition für das Jahr 2008 geplant, steht in der Kritik. Obwohl noch keine Details über Ausgestaltung und mögliche Effekte der Reform bekannt sind, erwartet sich nur eine Minderheit von 21,8 Prozent geringere Steuern davon. 29,3 Prozent sind besonders pessimistisch: Sie gehen davon aus, dass sie nach 2008 sogar mehr Steuern zahlen müssen als bisher.

Bei den Erwartungen zur Steuerreform zeigt sich zwischen Unternehmensgröße und Erwartungshaltung ein ähn-

licher Zusammenhang wie bei der allgemeinen Stimmung in den Betrieben: Die Unternehmer mit kleinen Betrieben sind deutlich weniger optimistisch.

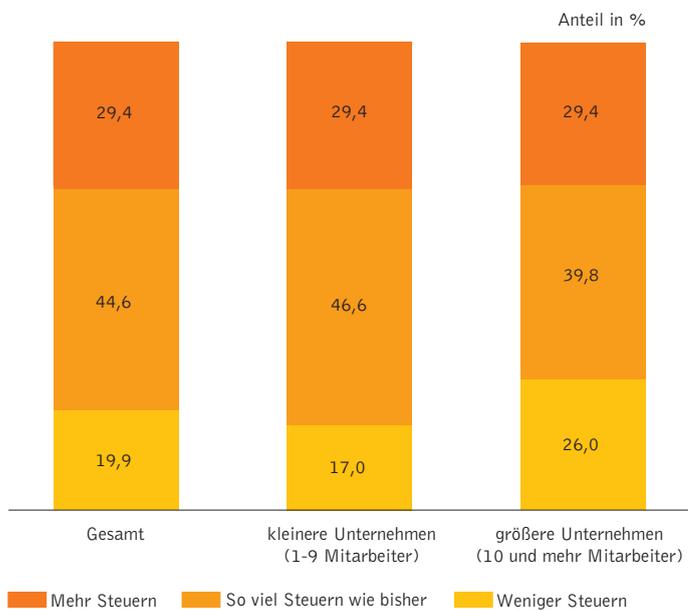


### WAS ERWARTEN SIE VON DER FÜR 2008 ANGEKÜNDIGTEN UNTERNEHMENSTEUERREFORM?

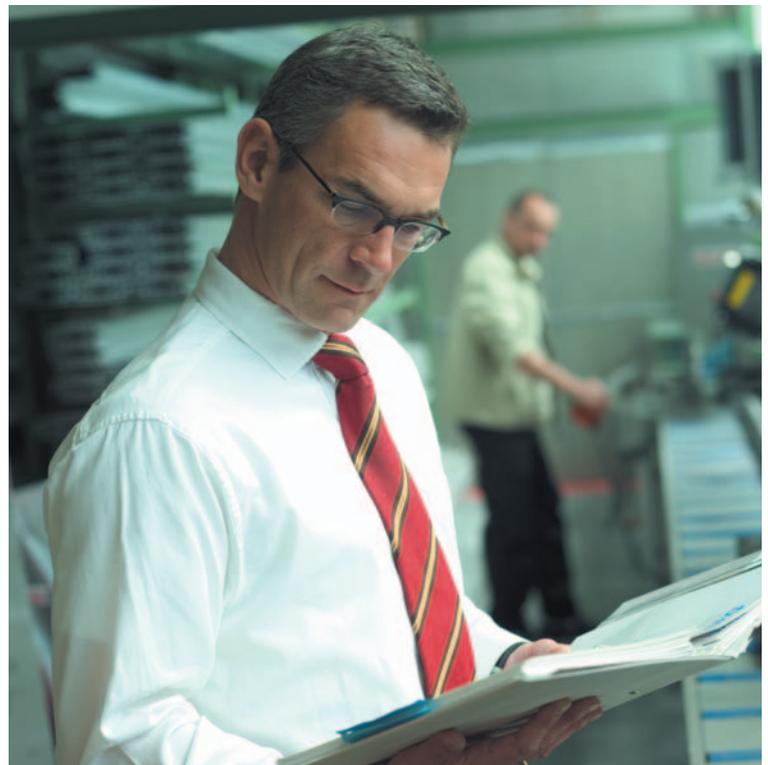
	Anteil in %
Weniger Steuern	21,8
So viel Steuern wie heute	42,9
Mehr Steuern	29,3

Basis: 2.125 Tsd. Entscheider

### WAS ERWARTEN SIE VON DER FÜR 2008 ANGEKÜNDIGTEN UNTERNEHMENSTEUERREFORM?



Basis: 2.125 Tsd. Entscheider



## **Investitionspläne:**

### **Klarer Kurs in die Zukunft**

Der Optimismus vieler mittelständischer Betriebe spiegelt sich auch in ihrer Investitionsneigung wider, die sich stark auf innovative Produkte und Dienstleistungen konzentriert. Bei der Finanzierung setzen die Unternehmen dagegen auf bewährte Instrumente: Eigene Mittel und Kredite führen nach wie vor mit weitem Abstand vor alternativen Geldquellen. In Zeiten von Basel II wird die Bildung von Eigenkapital immer wichtiger, weil es bei den Ratingverfahren Berücksichtigung

findet. Insofern dürfte künftig die Finanzierung aus Eigenkapital gegenüber dem Fremdkapital an Boden gewinnen.

Fester Bestandteil der Finanzplanung im Mittelstand sind immer häufiger Fördermittel. Dabei zeigt sich: Die Fördermittel von Bund, Ländern und Gemeinden eröffnen gerade kleineren Betrieben häufig erst die Möglichkeit zu Investitionen.



## Investitionen: Mutige Unternehmer

Der Mittelstand zeigt sich investitionsfreudig. Auch wenn viele Kleinbetriebe in der MIND-Untersuchung selbstverständlich keine Millionenbeträge investieren: In der Addition auch kleinerer Summen hat der Mittelstand als Ganzes im vergangenen Jahr einen beachtlichen Beitrag für die deutsche Volkswirtschaft geleistet. Mittelständische Unternehmen investierten 2005 rund 70 Milliarden Euro. Und die Mehrheit will das beibehalten: 70 Prozent der Unternehmen wollen ihre Investitionen im laufenden Geschäftsjahr gleich lassen oder sogar steigern. Nur ein Viertel der Betriebe plant, die Ausgaben zu senken.

Wenn sie ihre Investitionen steigern, dann tun Unternehmen im Mittelstand dies in fast 40 Prozent der Fälle massiv – nämlich um 50 Prozent oder mehr. Umgekehrt können sie Investitionen ebenso drastisch zurückfahren: Die Hälfte der Betriebe, die ihre Ausgaben einschränken, kappen sie um mehr als 50 Prozent. Die Mehrheit der Unternehmen hat die Entscheidungen

für Investitionen im laufenden Geschäftsjahr erst in diesem Jahr getroffen. Beide Umstände zeigen, wie marktnah und schnell kleinere Unternehmen auf veränderte Rahmenbedingungen reagieren.

Die Unternehmen setzen auf die Zukunft des Geschäfts: Mehr als 44 Prozent der

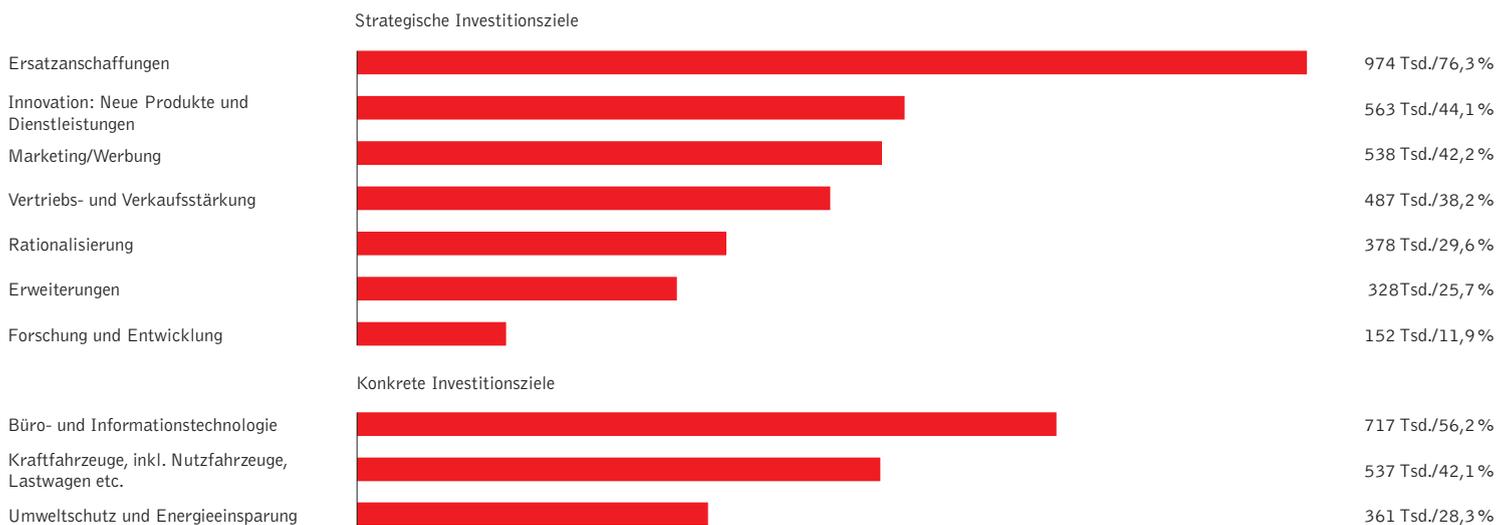
Betriebe werden in den kommenden fünf Jahren in neue Produkte und Dienstleistungen investieren, ein Viertel in Betriebserweiterungen. Rationalisierungen sind nur bei einem Drittel ein Investitionsgrund, dafür planen 42 Prozent der Betriebe, Geld für ihren Fuhrpark auszugeben.



## VERÄNDERUNG DER INVESTITIONEN IM VERGLEICH ZUM VORJAHR



## GRÜNDE FÜR INVESTITIONEN IN DEN NÄCHSTEN FÜNF JAHREN



Basis: 1.276 Tsd. Unternehmen, Mehrfachnennungen möglich

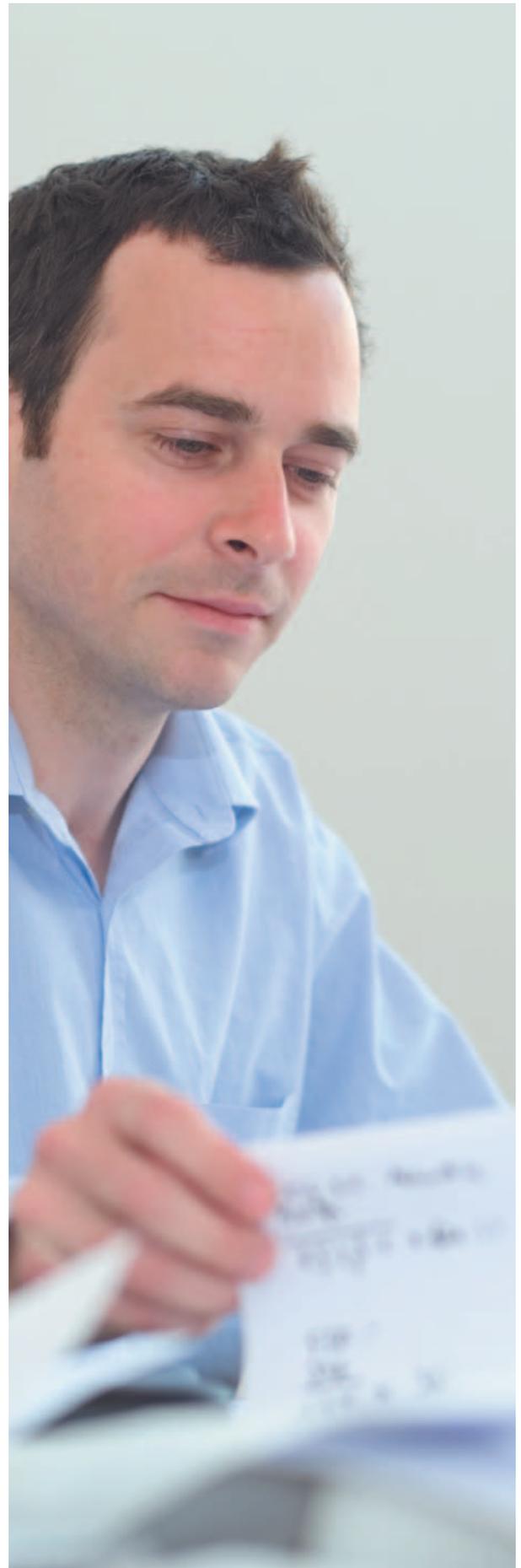
## Hausbank: Wichtiger Berater

Unternehmer in Deutschland verlassen sich in Fragen der Finanzierung auf ihren Steuerberater – und auf die Hausbank. Zwei Drittel der Unternehmen informieren sich beim Steuerberater bzw. Wirtschaftsprüfer, der die Finanzierung gleich an die steuerlichen Erfordernisse anpassen kann. Fast die Hälfte der Betriebe macht sich zudem bei ihrem bevorzugten Kreditinstitut kundig.

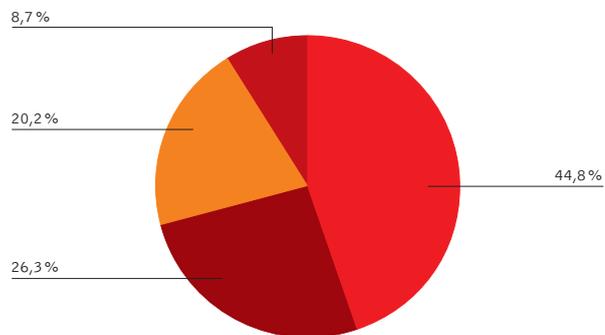
Weder Zeitschriften und Zeitungen noch Freunde und Bekannte werden von den Unternehmern so häufig zu Rate gezogen. Auch Kammern und Wirtschaftsförderer sind keine primären Informationsquellen, noch seltener Finanz- und Unternehmensberater.

Überraschend: Obwohl sich das Angebot an Finanzierungsinstrumenten und Methoden in den vergangenen Jahren wesentlich diversifiziert hat, entscheidet jeder siebte Chef allein – ohne sich anderweitig zu informieren.

Sparkassen und Volksbanken sind dabei die bevorzugten Hausbanken des Mittelstands. Rund 71 Prozent der Unternehmen haben ihre Hauptbankverbindung bei einer Sparkasse oder Volksbank und Raiffeisenbank. Der hohe Marktanteil der öffentlich-rechtlichen Institute (45 Prozent) bei der Hauptbankverbindung im Mittelstand liegt damit stabil auf dem Niveau der vorangegangenen MIND-Studien.



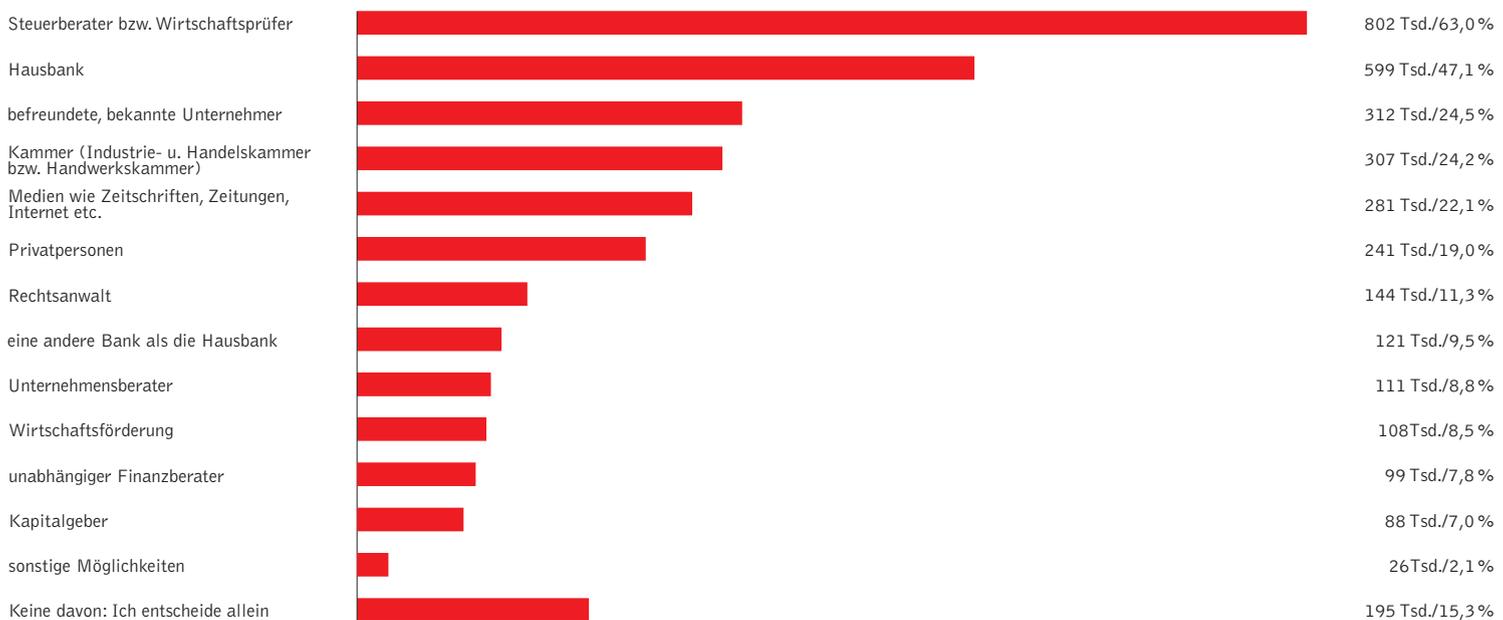
## HAUPTBANKVERBINDUNG



■ Sparkasse  
■ Genossenschaftsbank, Volks- und Raiffeisenbank  
■ Geschäftsbank  
■ Sonstige/keine Angaben

Basis: 1.276 Tsd. Unternehmen

## INFORMATIONSQUELLEN IN FINANZIERUNGSFRAGEN



Basis: 1.276 Tsd. Unternehmen, Mehrfachnennungen möglich

## Finanzierungsquellen:

### Eigenkapital gewinnt an Bedeutung

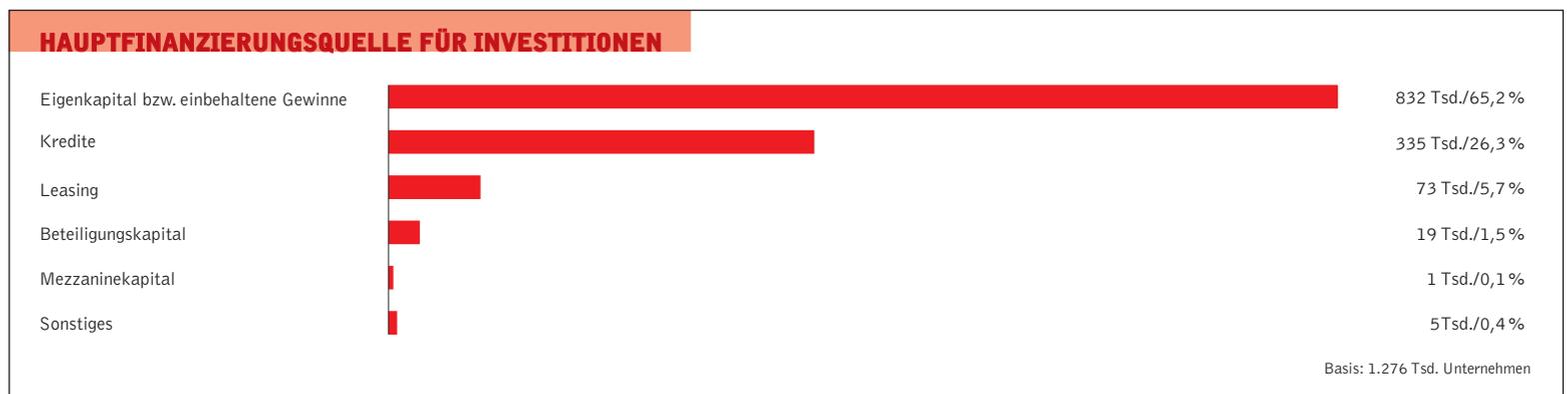
Am 1. Januar 2007 treten die neuen Kreditregeln des „Baseler Akkords“ (Basel II) endgültig in Kraft. Kreditinstitute müssen dann für jeden ausgereichten Kredit so viel Eigenkapital vorhalten, dass sie mögliche Ausfälle damit abdecken. Das Ausfallrisiko wird durch bankinterne Ratings ermittelt. Entsprechend müssen Unternehmer Vorsorge treffen – und sie haben in den vergangenen Jahren offenbar ihre Lektion gelernt: denn dem klassischen Kredit tritt zunehmend die Innenfinanzierung zur Seite.

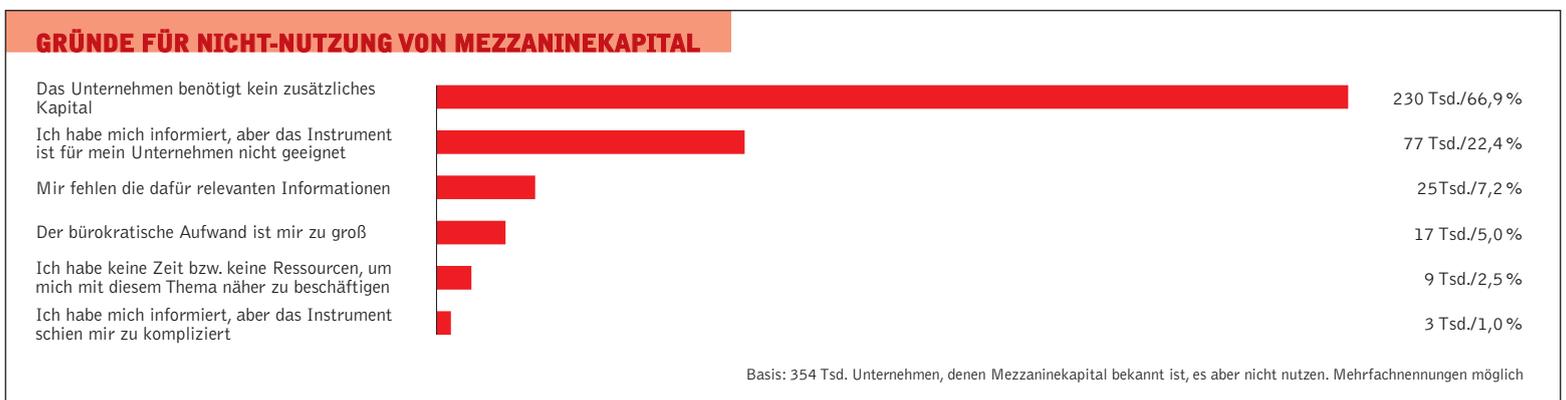
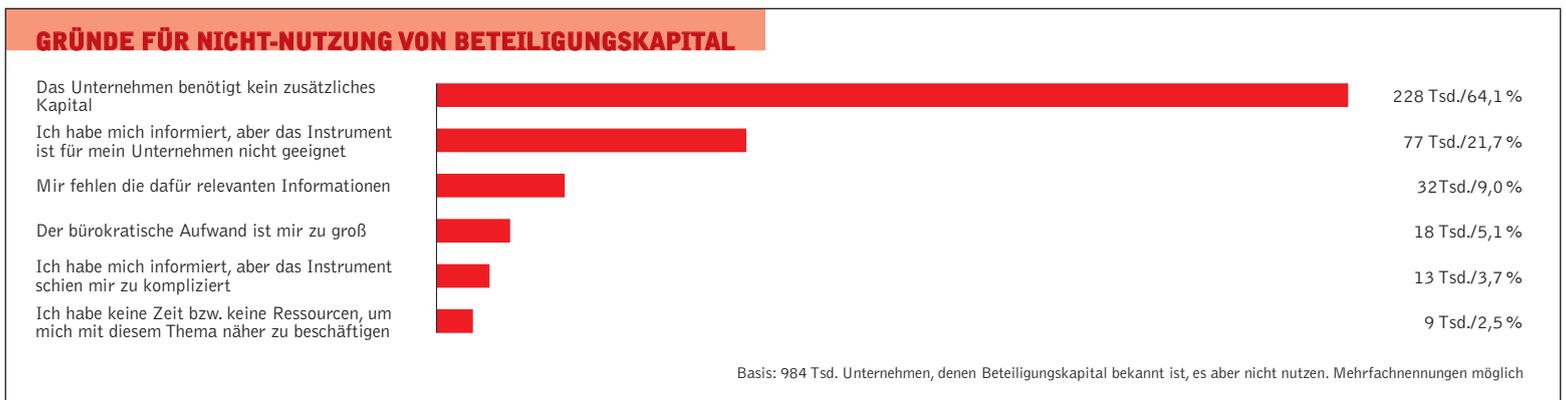
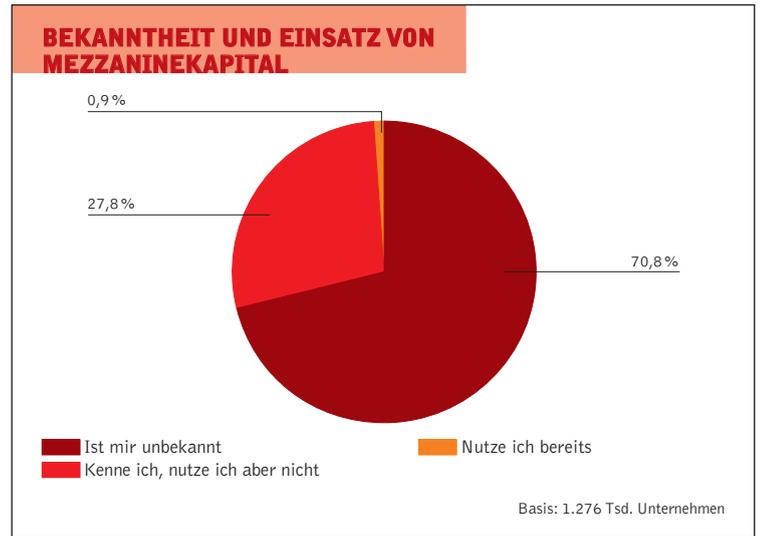
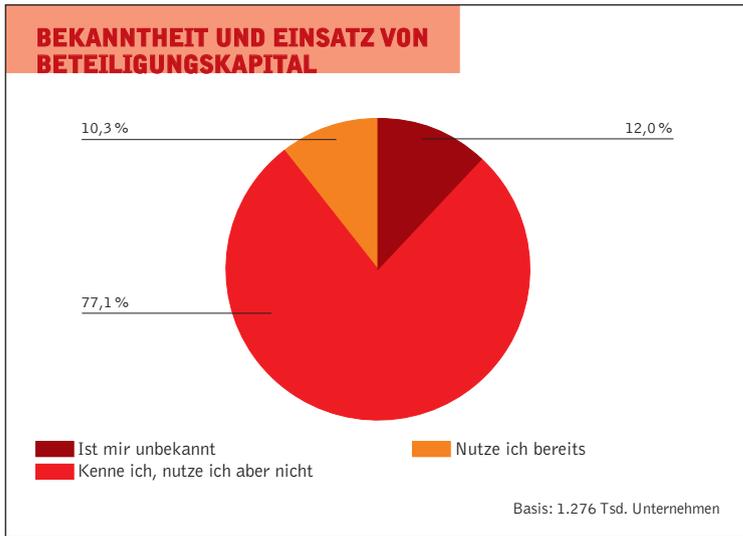
So finanzieren aktuell gut 65 Prozent der Unternehmen Investitionen aus eigenen Mitteln oder durch einbehaltene

Gewinne. Ein Viertel der Betriebe setzt primär auf Kredite. Beteiligungskapital und eigenkapitalähnliche Finanzierungsinstrumente wie Mezzaninekapital haben ihren Bekanntheitsgrad gesteigert: So ist Beteiligungskapital in gut 77 Prozent der Unternehmen bekannt. Mezzaninekapital kennen fast 30 Prozent der Befragten. Ein differenziertes Bild zeigt sich, wenn man die Nutzung dieser alternativen Finanzierungsformen betrachtet: Beteiligungskapital nutzen 10 Prozent der Betriebe, lediglich ein Prozent der Unternehmen setzt Mezzaninekapital ein.

Rund zwei Drittel der Firmen, die kein Beteiligungs- oder Mezzaninekapital

nutzen, gehen aktuell noch davon aus, sie seien auf zusätzliches Kapital nicht angewiesen. Angesichts der zunehmenden Investitionsneigung könnte sich diese Einschätzung jedoch künftig ändern. Weitere 22 Prozent der Nicht-Nutzer halten ihren Betrieb für ungeeignet, nachdem sie sich informiert haben. Das zunehmende Angebot an mittelstandsgerechten Produkten mag für die kommenden Jahre einen Rückgang dieser Bewertung mit sich bringen. Beteiligungs- und Mezzaninekapital sind anspruchsvolle Finanzierungsinstrumente, die vor allem in speziellen Entwicklungsphasen eines Unternehmens sinnvoll einzusetzen sind – etwa bei nachhaltigem Wachstum oder für Nachfolgeregelungen.





## Fördermittel: Gern genutzte Töpfe



Die aktuelle Studie bestätigt einen Trend, der sich bereits durch die vorangegangenen MIND-Studien gezogen hat: Öffentliche Fördermittel nehmen als Finanzierungsinstrument an Bedeutung zu. Fast 32 Prozent der Unternehmen haben bereits einmal staatliche Hilfen beantragt. Das sind nochmals fast drei Prozentpunkte mehr als bei der Untersuchung aus dem Jahr 2005 und sieben mehr als 2001.

Die wichtigsten Förderquellen sind Bund und Land: Von den Unternehmen, die sich um Bundesförderung bemühten, waren über 80 Prozent erfolgreich, Mittel aus Landesförder-töpfen haben sogar schon 87 Prozent der Antragsteller einmal erhalten. Die hohen Erfolgsquoten sind auch ein Indiz dafür, dass die Hausbanken ihrer Beratungs- und Entscheidungsfunktion nachkommen – und damit Fördermittel zielgerichtet und erfolgsorientiert einsetzen.

Fördermittel sorgen vor allem bei kleineren Unternehmen für Investitionen. Fast 40 Prozent der Betriebe mit weniger als zehn Beschäftigten hätten ohne staatliche Hilfe gar nicht erst investiert, während das lediglich für 22 Prozent der größeren Betriebe gilt. Insgesamt zeigen die Ergebnisse, dass eine Konzentration der Fördermittel auf die kleinen Unternehmen notwendig ist, größere Mittelständler und Großunternehmen benötigen staatliche Fördermittel eher weniger.

### HABEN SIE SCHON EINMAL STAATLICHE FÖRDERMITTEL FÜR IHRE FIRMA BEANTRAGT?

	2001 Anteil in %	2005 Anteil in %	2006 Anteil in %
Ja	24,9	29,1	31,7
Nein	75,1	71,9	67,6

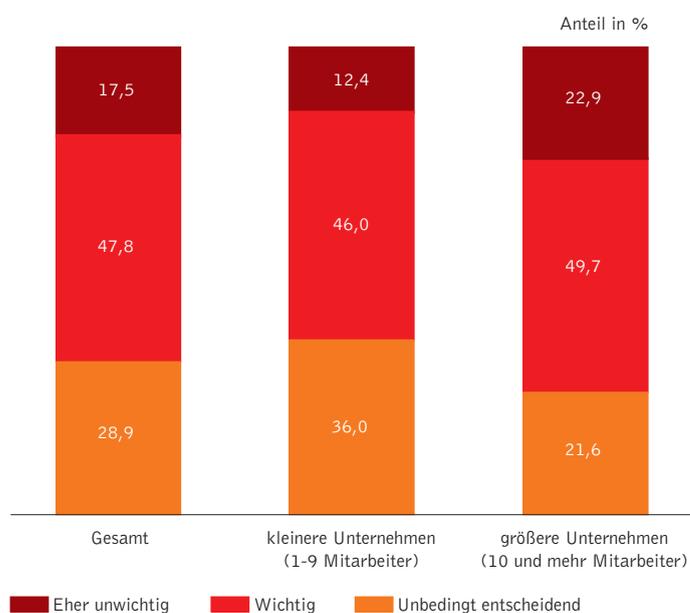
Basis: 1.325/1.307/1.276 Tsd. Unternehmen

### WO HABEN SIE STAATLICHE FÖRDERMITTEL FÜR IHRE FIRMA BEANTRAGT?

	Schon einmal beantragt		Davon schon einmal bewilligt bekommen	
	Tsd.	Anteil in %	Tsd.	Anteil in %
Beim Bund	209	51,8	169	80,7
Beim Land	174	43,1	152	87,0
Bei der Kommune	45	11,1	31	69,4

Basis: 404 Tsd. Unternehmen, die eine staatliche Förderung beantragt bzw. erhalten haben

### WIE BEDEUTSAM WAR DIE FÖRDERUNG FÜR DIE INVESTITIONSENTSCHEIDUNG?



Basis: 313 Tsd. Unternehmen, die schon einmal Fördermittel erhalten haben

## MIND 2006: Befragungsmerkmale

### **GRUNDGESAMTHEIT:**

1,276 Millionen mittelständische Unternehmen in Deutschland, die mindestens 100.000 Euro Jahresumsatz tätigen (Handel: 250.000 Euro; Großhandel: 500.000 Euro) und weniger als 500 Mitarbeiter beschäftigen. In diesen Unternehmen befinden sich 2,125 Millionen Entscheider (darunter 1,575 Millionen Inhaber und geschäftsführende Gesellschafter).

### **GESAMTSTICHPROBENGRÖSSE:**

1.080 Befragte

### **AUSWAHLVERFAHREN:**

Unternehmen: Nach Quotenvorgaben, gebildet aus den Merkmalen Branche, Umsatz und Nielsegebiet. Durch Disproportionalität der Stichprobe wurde eine ausreichende Fallzahl auch in den oberen Umsatzklassen gesichert.  
Entscheider: Zufallsauswahl aus den im jeweiligen Unternehmen in unternehmerischer Funktion tätigen Personen.

### **ART DER BEFRAGUNG:**

Telefonisches Interview (CATI) anhand eines vollstrukturierten Fragebogens

### **GEWICHTUNG UND TRANSFORMATION:**

Unternehmen: Als Unternehmensgewichtung erfolgt eine Angleichung an die Soll-Zahlen aus der Umsatzsteuerstatistik 2004 nach 8 Umsatzgrößenklassen in 13 Wirtschaftszweigen, um die Disproportionalität der Stichprobe und Stichprobenausfälle auszugleichen.  
Entscheider: Die Entscheider-Grundgesamtheit wird durch Transformation der Unternehmens- in eine Personstichprobe gebildet, wobei die Anzahl der Entscheider pro Unternehmen als Transformationsfaktor dient.

### **ZEITLICHER ABLAUF:**

Konzeption und Vorbereitung der Studie in der 24. – 26. KW 2006;  
Feldarbeit in der 27. – 31. KW 2006

### **DURCHFÜHRUNG DER STUDIE**

Feldarbeit und Datenaufbereitung durch BIK MARPLAN, Hamburg und Offenbach.

### **TABELLEN UND GRAFIKEN:**

Fehlende Prozent zu 100 = keine Angabe.

## MIND 2006: Impressum

### **HERAUSGEBER:**

Gruner + Jahr AG & Co KG, Wirtschaftspresse Köln  
Deutscher Sparkassen- und Giroverband (DSGV), Berlin

### **VERANTWORTLICH:**

Gerd Kühnhorn, Chefredakteur impulse  
Wolfgang Diestelmann, G+J Marketing-Forschung und -Services

Christian Achilles, Kommunikation und Medien,  
Leiter Kommunikation und Medien, DSGV

Christiane Bauer, Marktstrategie,  
Leiterin Produktmanagement, DSGV

Martin Lambert, Volkswirtschaft/Finanzmärkte,  
Referent für Mittelstand, Struktur- und Regionalpolitik, DSGV

### **WISSENSCHAFTLICHE BEGLEITUNG:**

Prof. Dr. Frank Wallau,  
Institut für Mittelstandsforschung, Bonn

### **KONZEPTION UND INHALT:**

impulse, Köln

Christoph Hus, David Selbach, Olaf Wittrock,  
Journalistenbüro Wortwert, Köln

### **ANSPRECHPARTNER FÜR FRAGEN ZUR STUDIE:**

Redaktion impulse  
Gerd Kühnhorn, Tel.: (02 21) 49 08-6 26  
Anzeigenmarketing impulse  
Svenja Krüger, Tel.: (02 21) 49 08-5 01

Deutscher Sparkassen- und Giroverband  
Pressesekretariat  
Tel.: (0 30) 2 02 25-51 15  
Fax: (0 30) 2 02 25-51 19  
presse@dsgv.de

### **DATENAUFBEREITUNG:**

BIK Aschpurwis + Behrens GmbH, Hamburg (Studienleitung)

### **Gestaltung:**

Susanne Ziems, Hamburg

Internet: [www.impulse.de/mind](http://www.impulse.de/mind)

