

DIE BEDEUTUNG PRIVATER BANKEN FÜR DIE DEUTSCHE VOLKSWIRTSCHAFT

Frank Brückbauer (ZEW)

Prof. Jörg Rocholl, Ph.D (ESMT Berlin)

Prof. Dr. Sascha Steffen (Frankfurt School)

**Eine Untersuchung im Auftrag des Bundesverbandes
deutscher Banken**

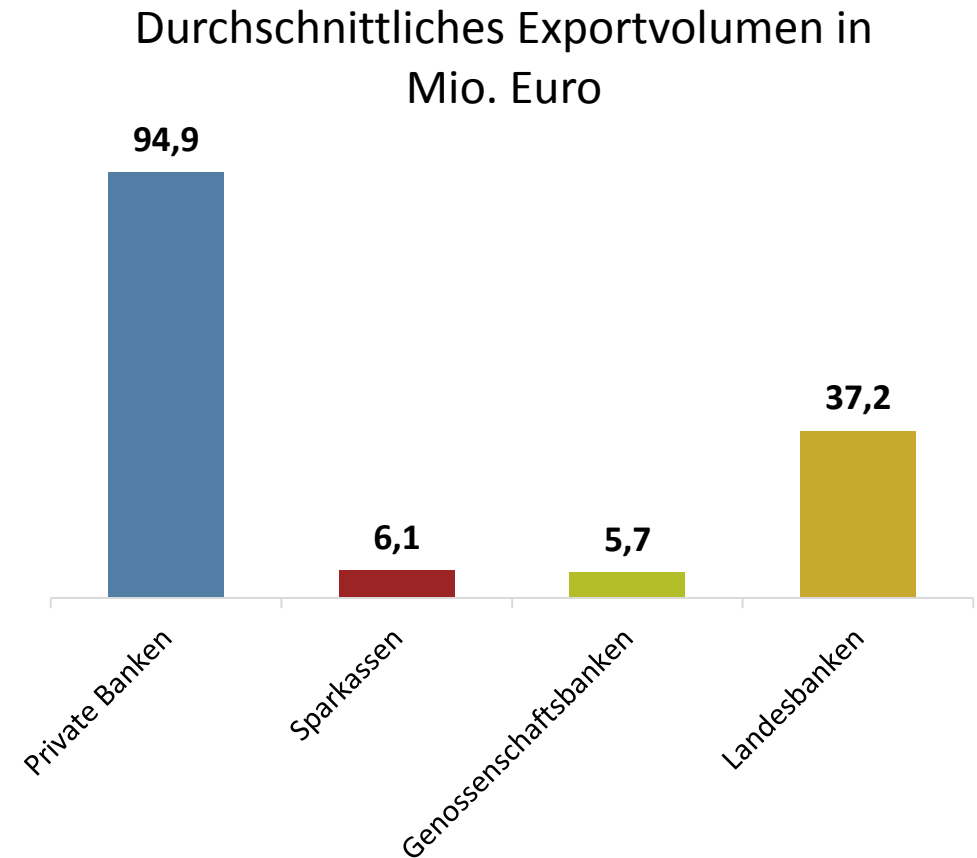
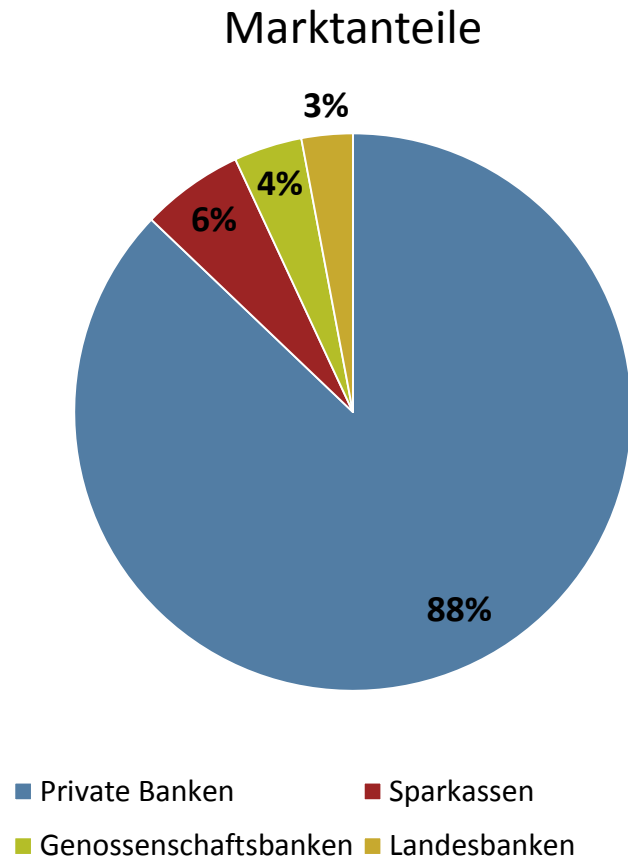
Dezember 2017



ZEW

DIE BEDEUTUNG DER PRIVATEN BANKEN FÜR DIE EXPORTFINANZIERUNG

DIE KUNDEN DER PRIVATEN BANKEN HABEN DEN HÖCHSTEN ANTEIL AM EXPORTVOLUMEN



Anmerkungen: Marktanteil gewichtet als Umsatz*Exportquote nach Bankengruppen für 2015, auf Basis von 22.411 Einzelunternehmen und einem absoluten Exportvolumen von ca. 855 Mrd. Euro. Abweichungen der Summe der Marktanteile von 100% aufgrund von Rundungsfehlern.

Quellen: BVD: Dafne, ZEW: Mannheimer Unternehmenspanel

Die Bedeutung der privaten Banken für die deutsche Volkswirtschaft

DIE KUNDEN DER PRIVATEN BANKEN HABEN IN ALLEN BUNDESLÄNDERN DEN HÖCHSTEN ANTEIL AM EXPORTVOLUMEN

Bundesland	Alle Unternehmen	Hausbank							
		Private Banken		Sparkassen		Genossenschaftsbanken		Landesbanken	
	Anz. Unternehmen	Anz. Unternehmen	Marktanteile	Anz. Unternehmen	Marktanteile	Anz. Unternehmen	Marktanteile	Anz. Unternehmen	Marktanteile
Baden-Württemberg	4.372	910	85%	1.634	6%	1.511	3%	317	6%
Bayern	3.952	1.620	89%	1.269	4%	1.033	5%	30	1%
Bremen	169	86	71%	59	21%	8	0%	16	8%
Hamburg	462	290	97%	140	2%	24	1%	8	0%
Hessen	1.810	654	91%	583	5%	522	3%	51	1%
Niedersachsen	1.387	451	82%	516	8%	363	8%	57	2%
Nordrhein-Westfalen	5.671	2.032	90%	2.311	6%	1.312	4%	16	0%
Rheinland-Pfalz	1.241	281	81%	539	14%	414	4%	7	2%
Saarland	306	69	76%	130	7%	102	10%	5	7%
Schleswig-Holstein	675	299	64%	229	12%	135	19%	12	5%
Neue Bundesländer + Berlin	2.366	1.273	92%	566	2%	407	2%	120	4%
Gesamt	22.411	7.976	88%	5.831	6%	7.965	4%	639	3%

Anmerkungen: Marktanteil gewichtet als Umsatz*Exportquote nach Bankengruppen für 2015, auf Basis von 22.411 Einzelunternehmen und einem absoluten Exportvolumen von ca. 855 Mrd. Euro. Abweichungen der Summe der Marktanteile von 100% aufgrund von Rundungsfehlern.

Quellen: BVD: Dafne, ZEW: Mannheimer Unternehmenspanel

Die Bedeutung der privaten Banken für die deutsche Volkswirtschaft

DIE KUNDEN DER PRIVATEN BANKEN HABEN IN ALLEN GRÖßENKLASSEN DEN GRÖßTEN ANTEIL AM EXPORTVOLUMEN

Umsatz in Mio. EUR	Alle Unternehmen		Hausbank			
			Private Banken	Sparkassen	Geno-Banken	Landesbanken
	Anz. Unternehmen	Ø Exportquote	Marktanteile	Marktanteile	Marktanteile	Marktanteile
bis 50	19.518	27%	49%	28%	19%	4%
von 50 bis 100	1.310	40%	65%	22%	9%	4%
von 100 bis 250	869	41%	75%	13%	7%	5%
von 250 bis 1000	435	47%	75%	12%	7%	5%
ab 1000	279	42%	94%	2%	2%	2%
Gesamt	22.411	29%	88%	6%	4%	3%

Anmerkungen: Marktanteil gewichtet als Umsatz*Exportquote nach Bankengruppen für 2015, auf Basis von 22.411 Einzelunternehmen und einem absoluten Exportvolumen von ca. 855 Mrd. Euro. Abweichungen der Summe der Marktanteile von 100% aufgrund von Rundungsfehlern.

Quellen: BVD: Dafne, ZEW: Mannheimer Unternehmenspanel

Die Bedeutung der privaten Banken für die deutsche Volkswirtschaft

DIE BEDEUTUNG DER PRIVATEN BANKEN FÜR DEUTSCHE HIDDEN CHAMPIONS

ALS HIDDEN CHAMPIONS WURDEN UNTERNEHMEN MIT DEN FOLGENDEN EIGENSCHAFTEN KLASSIFIZIERT

ZEW: Rammer und Spielkamp (2015):

1. Weniger als 10.000 Beschäftigte in Deutschland.
2. Überwiegender Teil des Absatzes im Ausland.
3. Marktstellung
 - $\geq 10\%$ bei Marktvolumen < 200 Mio. Euro,
 - $\geq 7\%$ bei Marktvolumen zwischen 200 und 500 Mio. Euro,
 - $\geq 3\%$ bei Marktvolumen zwischen 500 und 1000 Mio. Euro,
 - $\geq 1\%$ bei Marktvolumen größer 1000 Mio. Euro.
4. Überdurchschnittliches Unternehmenswachstum in den vorangegangenen fünf Jahren; mindestens 10 Prozentpunkte über dem durchschnittlichen Wachstum der Unternehmen der jeweiligen Branche.

Kriterien 1-4 müssen mindestens einmal gleichzeitig in den Jahren 2008, 2010, 2012 oder 2014 im Mannheimer Innovationspanel erfüllt gewesen sein und Informationen zur Hausbankbeziehung müssen vorliegen.

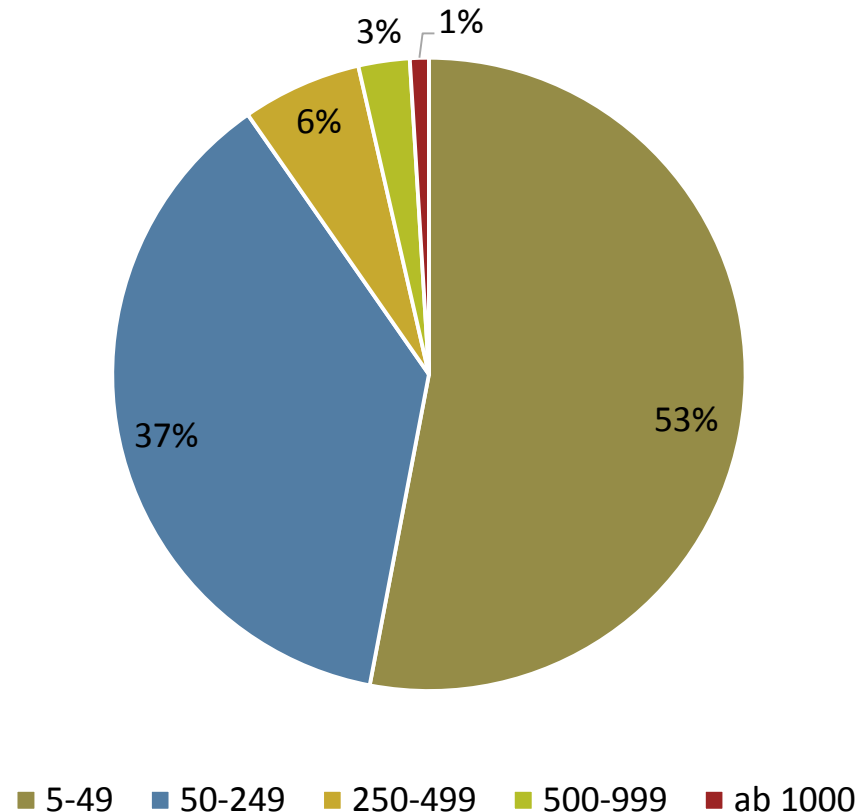
HIDDEN CHAMPIONS STREBEN STARKE MARKTPPOSITIONEN AN UND ERREICHEN IHRE ZIELE DURCH INNOVATIONEN

Rammer und Spielkamp (2015): Hidden Champions ...

- ... legen besonderen Fokus auf die Steigerung ihrer Marktanteile und die Erschließung neuer geographischer Märkte
- ... priorisieren bei Produktinnovationen die Einführung von Marktneuheiten und sind dabei besonders erfolgreich.
- ... investieren besonders häufig kontinuierlich in Forschung- und Entwicklung
- ... vergeben besonders viele Forschungs- und Entwicklungsaufträge an Dritte und kooperieren mit Fachhochschulen, Universitäten und staatlichen Forschungseinrichtungen
- ... sehen die Erarbeitung eines zeitlichen Vorsprungs vor ihren Konkurrenten als Hauptinstrument zum Schutz der eigenen Marktposition.

DIE MEISTEN HIDDEN CHAMPIONS HABEN WENIGER ALS 250 MITARBEITER

Hidden Champions nach Anzahl der Beschäftigten

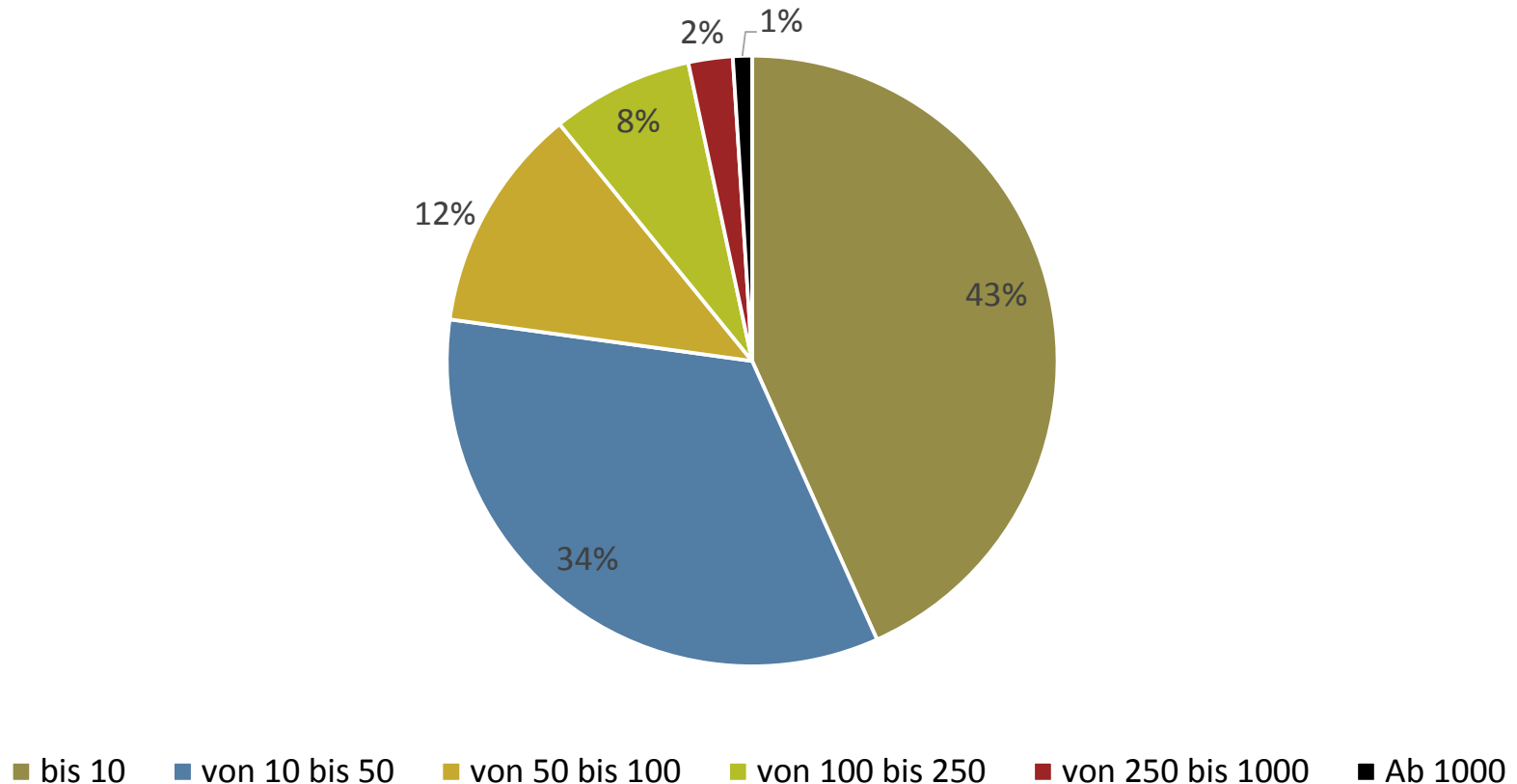


Anmerkungen: Durchschnitt 2008-2014

Quellen: ZEW: Mannheimer Innovationspanel

DIE MEISTEN HIDDEN CHAMPIONS HABEN EINEN UMSATZ VON WENIGER ALS 50 MILLIONEN EURO

Hidden Champions nach Umsatz in Mio. Euro

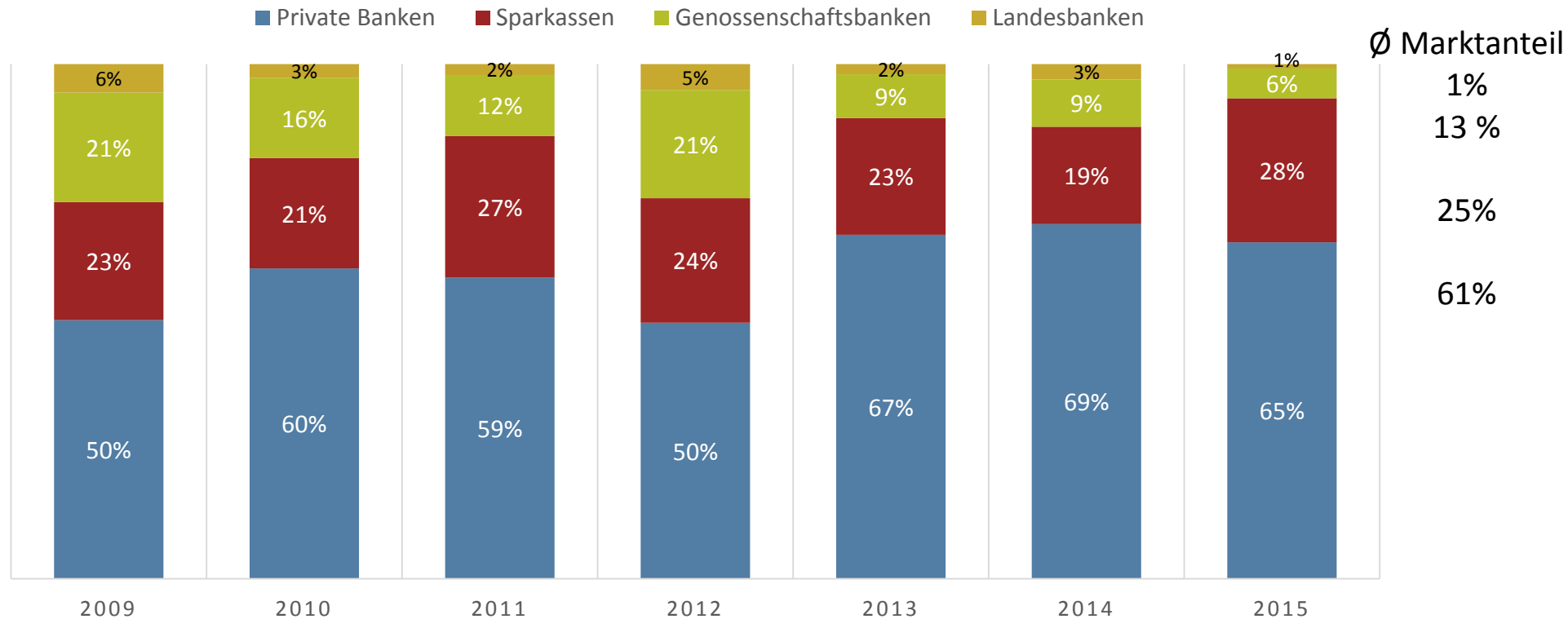


Anmerkungen: Durchschnitt 2008-2014

Quellen: ZEW: Mannheimer Innovationspanel

HIDDEN CHAMPIONS SIND ÜBERWIEGEND KUNDEN DER PRIVATEN BANKEN

Marktanteile alle Hidden Champions



Anmerkungen: Die Jahresangaben entsprechen den Jahren der jeweiligen Erhebungen. Marktanteile nach Anzahl der Unternehmen. Abweichungen der Summe der Marktanteile von 100% aufgrund von Rundungsfehlern.

Quellen: ZEW: Mannheimer Innovationspanel, Mannheimer Unternehmenspanel

DIE PRIVATEN BANKEN SIND IN ALLEN GRÖßENKLASSEN MARKTFÜHRER

Umsatz in Mio Euro	Alle Hidden Champions	Hausbank							
		Private Banken		Sparkassen		Genossenschaftsbanken		Landesbanken	
	Anz. Unternehmen	Anz. Unternehmen	Marktanteile	Anz. Unternehmen	Marktanteile	Anz. Unternehmen	Marktanteile	Anz. Unternehmen	Marktanteile
bis 10	1.211	628	52%	323	27%	233	19%	27	2%
bis 50	2.163	1.183	55%	618	29%	335	15%	27	1%
von 50 bis 100	323	251	78%	67	21%	5	2%	0	0%
von 100 bis 250	210	192	91%	14	7%	2	1%	2	1%
von 250 bis 1000	66	56	85%	2	3%	4	6%	4	6%
ab 1000	28	23	81%	0	0%	5	18%	0	0%

Anzahl Beschäftigte	Alle Hidden Champions	Hausbank							
		Private Banken		Sparkassen		Genossenschaftsbanken		Landesbanken	
	Anz. Unternehmen	Anz. Unternehmen	Marktanteile	Anz. Unternehmen	Marktanteile	Anz. Unternehmen	Marktanteile	Anz. Unternehmen	Marktanteile
5-49	1.478	836	57%	395	27%	220	15%	27	2%
50-249	1.041	682	66%	242	23%	117	11%	0	0%
250-499	170	110	65%	49	29%	11	6%	0	0%
500-999	74	52	71%	13	18%	3	4%	6	7%
ab 1000	27	25	93%	2	7%	0	0%	0	0%

Anmerkungen: Durchschnittliche Marktanteile 2008-2014. Marktanteile nach Anzahl der Unternehmen. Abweichungen der Summe der Marktanteile von 100% aufgrund von Rundungsfehlern.

Quellen: ZEW: Mannheimer Innovationspanel, Mannheimer Unternehmenspanel

APPENDIX

HAUPTDATENQUELLEN FÜR DIE UNTERSUCHUNGEN ZU HIDDEN CHAMPIONS SIND DAS MANNHEIMER INNOVATIONSPANEL UND DAS MANNHEIMER UNTERNEHMENSPANEL DES ZEW

Daten der Erhebungen 2009-2015 des Mannheimer Innovationspanel (MIP):

- Das MIP basiert auf jährlichen Erhebungen des ZEW zum Innovationsverhalten der deutschen Wirtschaft und ist für Deutschland repräsentativ.
- Grundgesamtheit: Ca. 280.000 Unternehmen: Unternehmen ab 5 Mitarbeiter. Ausgenommene Sektoren: Land- und Forstwirtschaft, Fischerei, Baugewerbe, Kfz-Handel/Reparatur, Einzelhandel, Gastgewerbe, Immobilienwesen, Unternehmensverwaltung, Veterinärwesen, Vermietung, Bildungs- und Gesundheitsdienstleistungen, öffentliche Verwaltung, konsumnahe und kulturelle Dienstleistungen.
- Umfasst den Zeitraum 2007-2014.

Mannheimer Unternehmenspanel (MUP):

- Das MUP stellt die von der Beobachtungszahl umfangreichste Panel-Unternehmensdatenbank in Deutschland außerhalb der amtlichen Statistik dar.
- Enthält Informationen zur Hausbank der Unternehmen

QUELLENVERZEICHNIS

Rammer, C., & Spielkamp, A. (2015). Hidden Champions-Driven by Innovation: Empirische Befunde auf Basis des Mannheimer Innovationspanels (No. 15-03). ZEW-Dokumentation.