

Institut für Mittelstandsforschung Bonn

Multinationale und nationale Analysen der Mittelstands- konjunktur in sechs OECD Ländern

von

Michael Holz

IfM-Materialien Nr. 160

© IfM Bonn, im August 2003



Materialien

Institut für Mittelstandsforschung Bonn
Maximilianstraße 20 • D53111 Bonn

Inhalt

Verzeichnis der Abbildungen	II
Verzeichnis der Übersicht	II
Verzeichnis der Tabellen im Anhang	III
1. Zielstellung und Vorgehensweise	1
2. Erhebungsumfang	5
2.1 Erfasste Konjunkturumfragen nach Untersuchungsländern	5
2.2 Konjunkturumfragen durchführende Institutionen	6
2.3 Anzahl der befragten und der antwortenden Unternehmen	7
2.4 Zusammensetzung der befragten Unternehmen nach Wirtschaftssektoren und Beschäftigtengrößenklassen	11
3. Datenbeschaffung	13
3.1 Häufigkeit der Konjunkturumfragen	13
3.2 Datenquellen der Konjunkturumfragen	14
3.3 Auswahl der Unternehmen	15
3.4 Mittel der Datenbeschaffung	16
3.5 Zeitspanne zwischen dem Befragungsende und der Veröffentlichung der Umfrageergebnisse	17
4. Untersuchungsmethodik	19
4.1 Periodisch wiederkehrende Themengebiete der Konjunkturumfragen	19
4.2 Differenzierung der Umfrageergebnisse	20
4.3 Gewichtung und Saisonbereinigung der Umfrageergebnisse	21
4.4 Berechnung von Geschäftsklima-Indices	22
5. Informationen zu verschiedenen Themengebieten	23
5.1 Bestandsdauer der Konjunkturumfragen	23
5.2 Beabsichtigte Veränderungen	24
5.3 Bedeutung und Hauptvorteile der Konjunkturumfragen	24
5.4 Publikation der Konjunkturumfragen im Internet	25
6. Zusammenfassung	25
Anhang	27

Verzeichnis der Abbildungen und Übersichten

Abbildung 1:	Erfasste Konjunkturumfragen nach Untersuchungsländern	5
Abbildung 2:	Konjunkturumfragen durchführende Institutionen, Mehrfachnennungen, Verteilung in %	7
Abbildung 3:	Anzahl der befragten und der antwortenden Unternehmen, Verteilung in %	8
Abbildung 4:	Durchschnittliche Antwortquoten, Verteilung in %	10
Abbildung 5:	Untersuchte Wirtschaftssektoren, Verteilung in %	12
Abbildung 6:	Untersuchte Beschäftigtengrößenklassen, Verteilung in %	13
Abbildung 7:	Häufigkeit der Konjunkturumfragen, Verteilung in %	14
Abbildung 8:	Datenquellen der Konjunkturumfragen, Verteilung in %	15
Abbildung 9:	Auswahl der Unternehmen, Verteilung in %	16
Abbildung 10:	Mittel der Datenbeschaffung, Mehrfachnennungen, in %	17
Abbildung 11:	Zeitspanne zwischen dem Befragungsende und der Veröffentlichung der Umfrageergebnisse, Verteilung in %	18
Abbildung 12:	Differenzierung der Umfrageergebnisse, Mehrfachnennungen, in %	20
Abbildung 13:	Gewichtung und Saisonbereinigung der Umfrageergebnisse, Verteilung in %	21
Abbildung 14:	Jahr der Einführung der Konjunkturumfragen, Verteilung in %	23
Übersicht 1:	Überblick über die untersuchten Konjunkturumfragen	3

Verzeichnis der Tabellen im Anhang

Tabelle 1: 3i - 3i European Enterprise Barometer	27
Tabelle 2: BNP Paribas Lease Group - Enquête PME-PMI. Europe et France	29
Tabelle 3: Eurochambres - Eurochambres Economic Survey	31
Tabelle 4: Europäische Kommission - Business Survey Carried out among Managements in the Community (Industry Survey)	33
Tabelle 5: Europäische Kommission - Business Survey Carried out among Managements in the Community (Construction Survey)	35
Tabelle 6: Europäische Kommission - Business Survey Carried out among Managements in the Community (Retail Trade Survey)	37
Tabelle 7: Europäische Kommission - Business Survey Carried out among Managements in the Community (Service Sector Survey)	39
Tabelle 8: Grant Thornton International (GTI) and Business Strategies Ltd - European Business Survey	41
Tabelle 9: Bundesverband Junger Unternehmer (BJU) - BJU-Konjunkturumfrage	44
Tabelle 10: Creditreform - Wirtschaftslage und Finanzierung im Mittelstand	46
Tabelle 11: Deutscher Industrie- und Handelskammertag (DIHK) - DIHK-Konjunkturumfrage "Wirtschaftslage und Erwartungen"	48
Tabelle 12: DZ Bank - Mittelstand im Mittelpunkt ("Mittelstandsstudie")	50
Tabelle 13: ifo Institut für Wirtschaftsforschung - ifo Geschäftsklima-Index	52
Tabelle 14: Institut der deutschen Wirtschaft (IW) Köln - IW-Konjunkturumfrage	54
Tabelle 15: Institut für Mittelstandsforschung (IfM) Bonn - Mittelstands-Konjunkturbericht	56

Tabelle 16: Institut für Wirtschaftsforschung Halle (IWH) - IWH-Umfrage in der ostdeutschen Industrie	58
Tabelle 17: Kreditanstalt für Wiederaufbau (KfW) - KfW-Indikator Mittelstandskonjunktur	60
Tabelle 18: Zentralverband des Deutschen Handwerks (ZDH) - ZDH-Konjunkturbericht	62
Tabelle 19: Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung (ZEW)/Creditreform - ZEW / Creditreform-Konjunkturumfrage im Wirtschaftszweig Dienstleister der Informationsgesellschaft	64
Tabelle 20: Banque de France - Enquête Mensuelle de Conjoncture	66
Tabelle 21: Banque du Développement des PME (BDPME) - Enquête Semestrielle de Conjoncture des PME	68
Tabelle 22: BNP Paribas Lease Group - Enquête de Conjoncture PME-PMI	70
Tabelle 23: Chambre de Commerce et d'Industrie de Paris (CCIP) - Enquête d'Opinion sur la Conjoncture	72
Tabelle 24: Crédit Lyonnais-La Tribune-Radio Classique: Baromètre PME-PMI	74
Tabelle 25: FIDUCIAL - Baromètre de Conjoncture des TPE	76
Tabelle 26: Institut National de la Statistique et des Études Économiques (INSEE) - Enquête Mensuelle sur l'Activité dans l'Industrie	78
Tabelle 27: 3i - 3i UK Enterprise Barometer	80
Tabelle 28: The British Chambers of Commerce (BCC) - Quarterly Economic Survey	82
Tabelle 29: Confederation of British Industry (CBI) - Quarterly Industrial Trends Survey of UK Manufacturing	84
Tabelle 30: The Forum of Private Business (FPB) - Quarterly Survey of Private Business	86
Tabelle 31: Institute of Directors (IoD) - IoD Business Opinion Survey	88

Tabelle 32: Nottingham University Business School - UK Business Barometer	90
Tabelle 33: Small Business Research Trust (SBRT)/NatWest - Quarterly Survey of Small Business in Britain	92
Tabelle 34: Banca di Roma - Indagine Congiunturale Semestrale	94
Tabelle 35: BNP Paribas Lease Group - Indagine PMI Italia. Congiuntura e Prospettive	96
Tabelle 36: Confartigianato - Indagine Congiunturale Confartigi- anato Sulle Imprese Artigiane	98
Tabelle 37: Istituto di Studi e Analisi Economica (ISAE) - ISAE Congiuntura Imprese Industriali Italiane	100
Tabelle 38: Istituto di Studi e Analisi Economica (ISAE) - ISAE Congiuntura Imprese di Servizi	102
Tabelle 39: Unioncamere - Congiuntura delle Piccole e Medie Imprese Industriali da 1 a 500 Dipendenti	104
Tabelle 40: Unioncamere - Congiuntura delle Piccole e Medie Im- prese Commerciali e dei Servizi da 1 a 500 Dipendenti	106
Tabelle 41: Bank of Japan - Short-Term Economic Survey of Enterprises in Japan ("All Enterprises Tankan")	108
Tabelle 42: Japan Chamber of Commerce and Industry - SME Business Survey	110
Tabelle 43: Japan Finance Corporation for Small Business (JFS) - Quarterly Survey of Small Business Trends	111
Tabelle 44: Japan Finance Corporation for Small Business (JFS) - Monthly Survey of Small Businesses in Japan	112
Tabelle 45: Japan Finance Corporation for Small Business (JFS) - Survey of Capital Investment by Small Sized Manufacturers	113
Tabelle 46: Ministry of Economy, Trade and Industry (METI) - METI Basic Survey of Japanese Business Structure and Activities	114
Tabelle 47: Shoko Chukin Bank - Monthly Survey of SME Business Sentiments	116

Tabelle 48: SME Agency / Japan Small and Medium Enterprise Corporation (JASMEC) - Survey of Business Conditions in the Small Business Sector	118
Tabelle 49: American Express - OPEN Small Business Network Semi-Annual Monitor	120
Tabelle 50: Dun&Bradstreet (D&B) - Annual Small Business Survey	122
Tabelle 51: National Association For Business Economics (NABE) - Quarterly Survey of Industry Conditions	125
Tabelle 52: National Federation of Independent Business (NFIB) - Small Business Economic Trends	127
Tabelle 53: The NETWORK of City Business Journals -Small Business InSight Survey	129

1. Zielstellung und Vorgehensweise

Zur Analyse der gegenwärtigen Wirtschaftslage und zur Prognose der zukünftigen Wirtschaftsentwicklung werden in entwickelten Volkswirtschaften Konjunkturumfragen durchgeführt. Im Rahmen dieser Umfragen werden Unternehmen nach der Einschätzung der aktuellen Geschäftslage sowie nach ihren Geschäftsaussichten befragt.

Mit der folgenden Untersuchung werden zwei Ziele verfolgt. Zum einen soll eine Bestandsaufnahme und Analyse von Konjunkturumfragen in den sechs größten OECD-Ländern (Deutschland, Frankreich, Großbritannien, Italien, Japan, USA) durchgeführt werden. Darüber hinaus dient die Analyse dazu, die Konjunkturumfrage des IfM Bonn im internationalen Kontext zu positionieren.

Im Fokus der Untersuchung stehen qualitative Konjunkturumfragen mit speziellem Mittelstandsbezug. Neben multinationalen europäischen Umfragen werden nur solche Konjunkturumfragen untersucht, die Unternehmen in allen Regionen bzw. in mehreren großen Regionen der betreffenden Länder einbeziehen. Umfragen, die sich nur auf eine Region bzw. Stadt konzentrieren, werden somit nicht betrachtet.

Qualitative Umfragen zeigen die Art und Richtung der konjunkturellen Entwicklung an. Im Rahmen solcher Umfragen werden Unternehmen typischerweise danach befragt, ob bestimmte Indikatoren wie z.B. Beschäftigung, Umsatz und Investitionen in der Vergangenheit abgenommen haben, konstant geblieben sind oder zugenommen haben. Fragen mit vergleichbaren Antwortkategorien werden den Unternehmen darüber hinaus auch hinsichtlich der zukünftig erwarteten Entwicklung bestimmter Indikatoren gestellt.

In den Konjunkturberichten wird in der Regel die prozentuale Verteilung der verschiedenen Antwortkategorien dargestellt (z.B. der Anteil der Unternehmen, die im nächsten Quartal einen Umsatzanstieg erwarten). Um Entwicklungstendenzen transparent zu machen, werden ferner oftmals die Salden der positiven ("Zunahme", "besser", "überdurchschnittlich") und negativen Antwortkategorien ("Abnahme", "schlechter", "unterdurchschnittlich") gebildet und im Zeitablauf verglichen. Im Gegensatz zu quantitativen Umfragen sind qualitative Konjunkturumfragen jedoch nicht in der Lage, Aussagen über das Ausmaß der Veränderungen zu treffen.

Die Analyse der Konjunkturumfragen gliedert sich in vier Schwerpunkte,¹ die jeweils mehrere Unterpunkte umfassen. Zunächst erfolgt eine Untersuchung des Erhebungsumfangs, d.h. des statistischen Coverage. Danach werden die Konjunkturumfragen hinsichtlich der Verfahren der Datenbeschaffung analysiert. Der dritte Schwerpunkt befasst sich mit der Untersuchungsmethodik der Konjunkturumfragen. Abschließend werden Informationen zu verschiedenen Themenbereichen dargestellt, u.a. zur Bestandsdauer, zu beabsichtigten Veränderungen sowie zur Bedeutung und zu den Zielgruppen der Konjunkturumfragen.

Die vorliegende multinationale Untersuchung wurde mit Hilfe eines speziellen Recherche-Verfahrens durchgeführt. Zunächst wurde ein Fragebogen entwickelt, der auf den Untersuchungsgegenstand ausgerichtet war. Diesem ersten Schritt folgte eine ausführliche Internetrecherche, um auf diese Weise die KMU-Konjunkturumfragen in den sechs Untersuchungsländern möglichst vollständig zu erfassen. Im nächsten Schritt wurden die jeweiligen Survey-Manager direkt telefonisch kontaktiert, um ihnen das Projekt vorzustellen. Im Anschluss an das Gespräch erhielten die Survey-Manager ein erläuterndes Anschreiben sowie den Englisch-sprachigen Fragebogen per e-mail. Dieser wurde von den Survey-Managern im Word Document ausgefüllt und per e-mail an das IfM Bonn zurückgeschickt. Mit Ausnahme der Japanese Finance Corporation for Small Business (JFS) haben sich sämtliche kontaktierten Institutionen an der Untersuchung beteiligt.²

Die vorliegende Untersuchung stellt in ihrer Art die erste Bestandsaufnahme und Analyse von multinationalen (europäischen) und nationalen KMU-Konjunkturumfragen dar. Wenngleich die Studie nicht den Anspruch erhebt, sämtliche qualitativen Konjunkturumfragen mit Mittelstandsfokus in den untersuchten Ländern erfasst zu haben, so wurde dennoch versucht, größtmögliche Vollständigkeit zu erreichen. Diesem Zweck diente nicht nur die ausführliche Internetrecherche in den untersuchten Ländern. Es wurden darüber hinaus die Manager der Konjunkturumfragen im Fragebogen gebeten, weitere ihnen bekannte KMU-Konjunkturumfragen in ihren Ländern nachzuweisen. Entsprechende Anfragen gingen auch an Mittelstandsförderinstitutionen, die einen

-
- 1 Die Gliederung orientiert sich an dem Aufbau des Fragebogens, der per e-mail an sämtliche Survey-Manager zwecks Informationsgewinnung verschickt wurde.
 - 2 Die allgemeine Geschäftspolitik der JFS sieht vor, der Öffentlichkeit nur die im Internet bereitgestellten methodischen Hinweise zugänglich zu machen.

guten Überblick über die Situation in ihrem Land haben (z.B. die US-amerikanische Small Business Administration (SBA) und die japanische SME-Agency).

In der folgenden Übersicht sind überblicksartig alle 53 erfassten Konjunkturumfragen, sortiert nach Untersuchungsländern, aufgelistet. Die vergebenen laufenden Nummern stimmen mit der Tabellenbezeichnung im Anhang überein, wo sämtliche Informationen zu den jeweiligen Umfragen in Tabellenform zusammengestellt sind.

Übersicht 1: Überblick über die untersuchten Konjunkturumfragen

Nr.	Land	Institution	Bezeichnung
1	Multi	3i	3i European Enterprise Barometer
2	Multi	BNP Paribas Lease Group	Enquête PME-PMI. Europe et France
3	Multi	Eurochambres	Eurochambres Economic Survey
4	Multi	Europäische Kommission	Business Survey Carried out among Managements in the Community (Industry Survey)
5	Multi	Europäische Kommission	Business Survey Carried out among Managements in the Community (Construction Survey)
6	Multi	Europäische Kommission	Business Survey Carried out among Managements in the Community (Retail Trade Survey)
7	Multi	Europäische Kommission	Business Survey Carried out among Managements in the Community (Service Sector Survey)
8	Multi	Grant Thornton International (GTI) and Business Strategies Ltd	European Business Survey
9	D	Bundesverband Junger Unternehmer (BJU)	BJU Konjunkturumfrage
10	D	Creditreform	Wirtschaftslage und Finanzierung im Mittelstand
11	D	Deutscher Industrie- und Handelskammertag (DIHK)	DIHK-Konjunkturumfrage "Wirtschaftslage und Erwartungen"
12	D	DZ Bank	Mittelstand im Mittelpunkt ("Mittelstandsstudie")
13	D	ifo Institut für Wirtschaftsforschung	ifo Geschäftsklima-Index
14	D	Institut der deutschen Wirtschaft (IW) Köln	IW Konjunkturumfrage
15	D	Institut für Mittelstandsforschung (IfM) Bonn	Mittelstands-Konjunkturbericht
16	D	Institut für Wirtschaftsforschung Halle (IWH)	IWH-Umfrage in der ostdeutschen Industrie
17	D	Kreditanstalt für Wiederaufbau (KfW)	KfW-Indikator Mittelstandskonjunktur
18	D	Zentralverband des Deutschen Handwerks (ZDH)	ZDH-Konjunkturbericht
19	D	Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung (ZEW)/Creditreform	ZEW/Creditreform-Konjunkturumfrage im Wirtschaftszweig Dienstleister der Informationsgesellschaft
20	F	Banque de France	Enquête Mensuelle de Conjoncture
21	F	Banque du Développement des PME (BDPME)	Enquête Semestrielle de Conjoncture des PME
22	F	BNP Paribas Lease Group	Enquête de Conjoncture PME-PMI
23	F	Chambre de Commerce et d'Industrie de Paris (CCIP)	Enquête d'Opinion sur la Conjoncture
24	F	Crédit Lyonnais-La Tribune-Radio Classique	Baromètre PME-PMI

Fortsetzung Übersicht 1

Nr.	Land	Institution	Bezeichnung
25	F	FIDUCIAL	Baromètre de Conjoncture des TPE
26	F	Institut National de la Statistique et des Études Économiques (INSEE)	Enquête Mensuelle sur l'Activité dans l'Industrie
27	UK	3i	3i UK Enterprise Barometer
28	UK	The British Chamber of Commerce (BCC)	Quarterly Economic Survey
29	UK	Confederation of British Industry (CBI)	Quarterly Industrial Trends of UK Manufacturing
30	UK	The Forum of Private Business (FPB)	Quarterly Survey of Private Business
31	UK	Institute of Directors (IoD)	IoD Business Opinion Survey
32	UK	Nottingham University Business School	UK Business Barometer
33	UK	Small Business Research Trust (SBRT)/Nat West	Quarterly Survey of Small Business in Britain
34	I	Banca di Roma	Indagine Congiunturale Semestrale
35	I	BNP Paribas Lease Group	Indagine PMI Italia. Congiuntura e Prospettive
36	I	Confartigianato	Indagine Congiunturale sulle Imprese Artigiane
37	I	Istituto di Studi e Analisi Economica (ISAE)	ISAE Congiuntura Imprese Industriali Italiane
38	I	Istituto di Studi e Analisi Economica (ISAE)	ISAE Congiuntura Imprese di Servizi
39	I	Unioncamere	Congiuntura delle Piccole e Medie Imprese Industriali da 1 a 500 Dipendenti
40	I	Unioncamere	Congiuntura delle Piccole e Medie Imprese Commerciali e dei Servizi da 1 a 500 Dipendenti
41	JAP	Bank of Japan	Short-Term Economic Survey of Enterprises in Japan ("All Enterprises Tankan")
42	JAP	Japan Chamber of Commerce and Industry	SME Business Survey
43	JAP	Japanese Finance Corporation for Small Business (JFS)	Quarterly Survey of Small Business Trends
44	JAP	Japanese Finance Corporation for Small Business (JFS)	Monthly Survey of Small Businesses in Japan
45	JAP	Japanese Finance Corporation for Small Business (JFS)	Survey of Capital Investment by Small Sized Manufacturers
46	JAP	Ministry of Economy, Trade and Industry (METI)	METI Basic Survey of Japanese Business Structure and Activities
47	JAP	Shoko Chukin Bank	Monthly Survey of SME Business Sentiments
48	JAP	SME Agency / Japan Small and Medium Enterprise Corporation (JASMEC)	Survey of Business Conditions in the Small Business Sector
49	USA	American Express	OPEN Small Business Network Semi-Annual Monitor
50	USA	Dun&Bradstreet (D&B)	Annual Small Business Survey
51	USA	National Association for Business Economics (NABE)	Quarterly Survey of Industry Conditions
52	USA	National Federation of Independent Business (NFIB)	Small Business Economic Trends
53	USA	The NETWORK of City Business Journals	Small Business InSight Survey

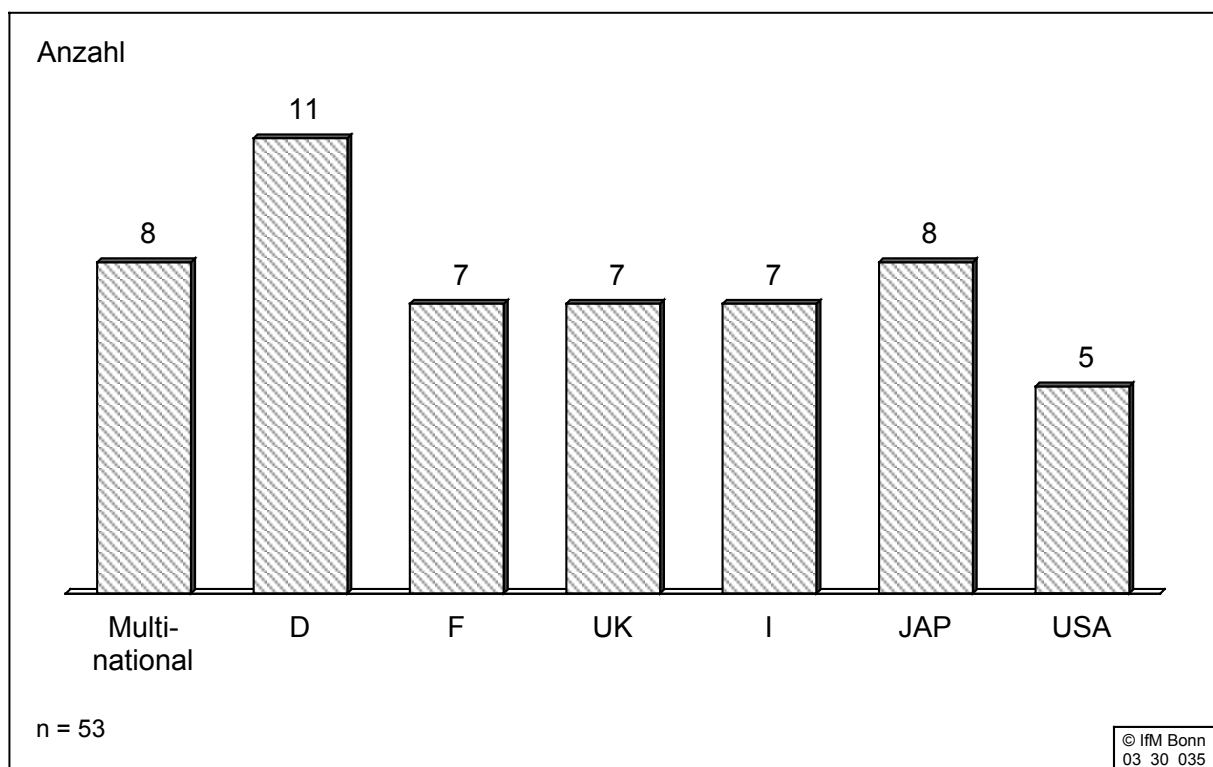
Die nachstehende Analyse wertet die 53 erfassten Konjunkturumfragen im Hinblick auf verschiedene Merkmale aus und erläutert dabei deren Besonderheiten. Für Einzelheiten sei auf die ausführliche Darstellung aller 53 Umfragen im Anhang verwiesen.

2. Erhebungsumfang

2.1 Erfasste Konjunkturumfragen nach Untersuchungsländern

Die 53 erfassten Konjunkturumfragen verteilen sich relativ gleichmäßig über die sechs betrachteten OECD-Länder Deutschland, Frankreich, Großbritannien, Italien, Japan, und USA sowie auf die Kategorie "multinationale Umfragen" (vgl. Abbildung 1).³ Mit Ausnahme Deutschlands und den USA entfallen jeweils sieben bzw. acht Umfragen auf jede einzelne Länderkategorie. In Deutschland konnten mit elf Umfragen die meisten Konjunkturbarometer ausfindig gemacht werden, wohingegen in den USA (gesamtnationale) Konjunkturumfragen mit speziellem Mittelstandsfokus etwas weniger verbreitet sind (5 Umfragen).

Abbildung 1: Erfasste Konjunkturumfragen nach Untersuchungsländern



Alle acht multinationalen europäischen Konjunkturumfragen untersuchen zumindest Deutschland, Frankreich, Italien und Spanien. Sechs Umfragen analysieren die konjunkturelle Entwicklung in den 15 EU-Mitgliedsländern, zwei da-

³ Da nicht zu allen Konjunkturumfragen vollständige Informationen zu sämtlichen Untersuchungsaspekten vorliegen, wird in den Abbildungen angegeben, wie viele Umfragen jeweils in die Auswertung einbezogen werden konnten (z.B.: n = 53).

von zusätzlich die zehn EU-Beitrittskandidaten bzw. die Ländergruppe Norwegen, Polen, Schweiz, Türkei.

Mehrere der multinationalen Umfragen planen, ihren Untersuchungsfokus noch weiter auszudehnen und Unternehmen in zusätzlichen Ländern zu befragen. Der 3i European Enterprise Barometer beabsichtigt die Ausdehnung der Umfrage auf die skandinavischen Länder. Die Europäische Kommission wird zukünftig auch Unternehmen aus den EU-Kandidatenländern in ihre vier Umfragen einbeziehen. Grant Thornton International (GTI) und Business Strategies Ltd planen, ihre Konjunkturumfrage weltweit durchzuführen und dabei die G8-Länder sowie elf weitere Länder (u.a. in Asien) zu untersuchen.⁴

2.2 Konjunkturumfragen durchführende Institutionen

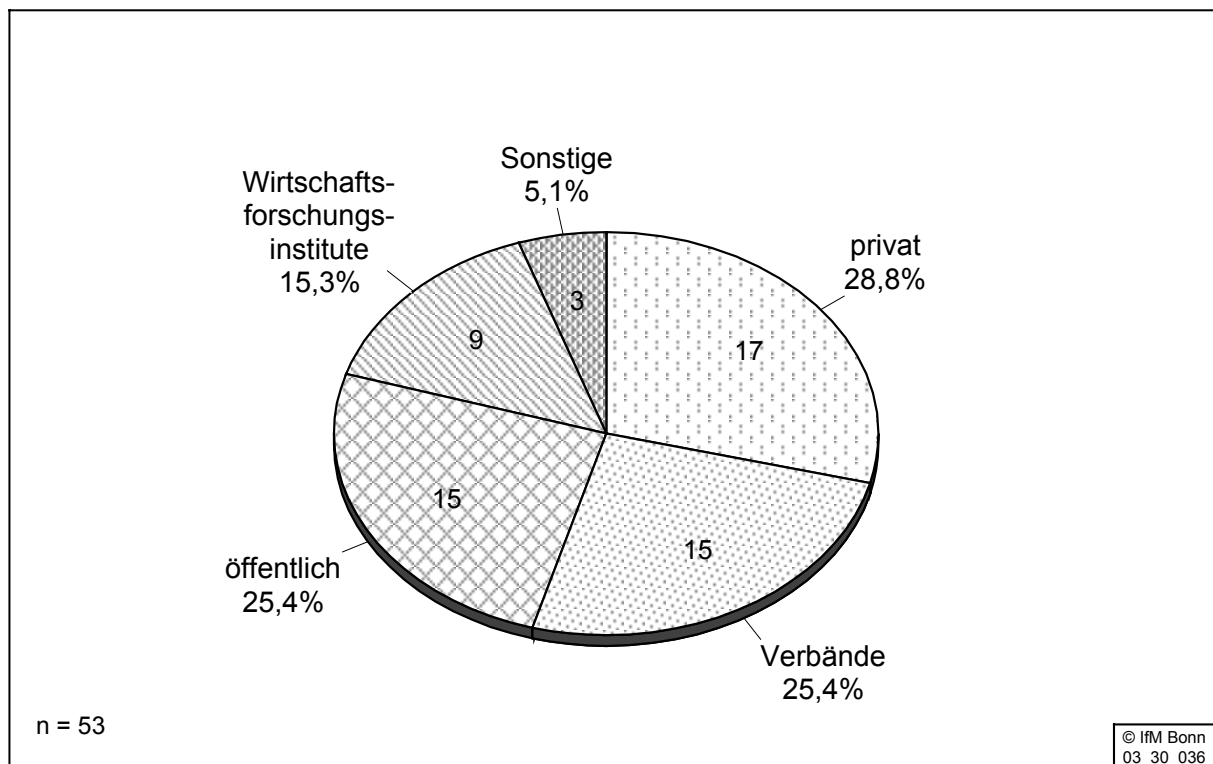
Die 53 dargestellten Konjunkturumfragen werden von insgesamt 59 beteiligten Institutionen durchgeführt. Jeweils gut ein Viertel der Institutionen entfällt auf private (28,8 %) bzw. öffentliche Einrichtungen (25,4 %) sowie auf Unternehmensverbände (25,4 %). Darüber hinaus werden Konjunkturumfragen häufig auch von Wirtschaftsforschungsinstituten (15,3 %) durchgeführt (vgl. Abbildung 2).⁵

Zu den privaten Institutionen, die Konjunkturumfragen durchführen, zählen insbesondere Geschäftsbanken, Investment-Gesellschaften, Wirtschaftsauskunfteien, Finanzdienstleister und Unternehmensberatungsgesellschaften. Öffentliche Institutionen umfassen insbesondere die Europäische Kommission, Förderbanken, Unterstützungsdienstleister, Zentralbanken, Ministerien und Statistikämter.

⁴ Insgesamt sollen sodann mehr als 60 % des weltweiten Bruttoinlandsprodukts (BIP) und ca. 90 % des BIP der Europäischen Union abgedeckt werden.

⁵ Zu den sonstigen Institutionen (5,1 %) gehören ein Radiosender, eine Wirtschaftszeitung sowie ein Netzwerk von Wirtschaftszeitschriften.

Abbildung 2: Konjunktumfragen durchführende Institutionen, Mehrfachnennungen, Verteilung in %

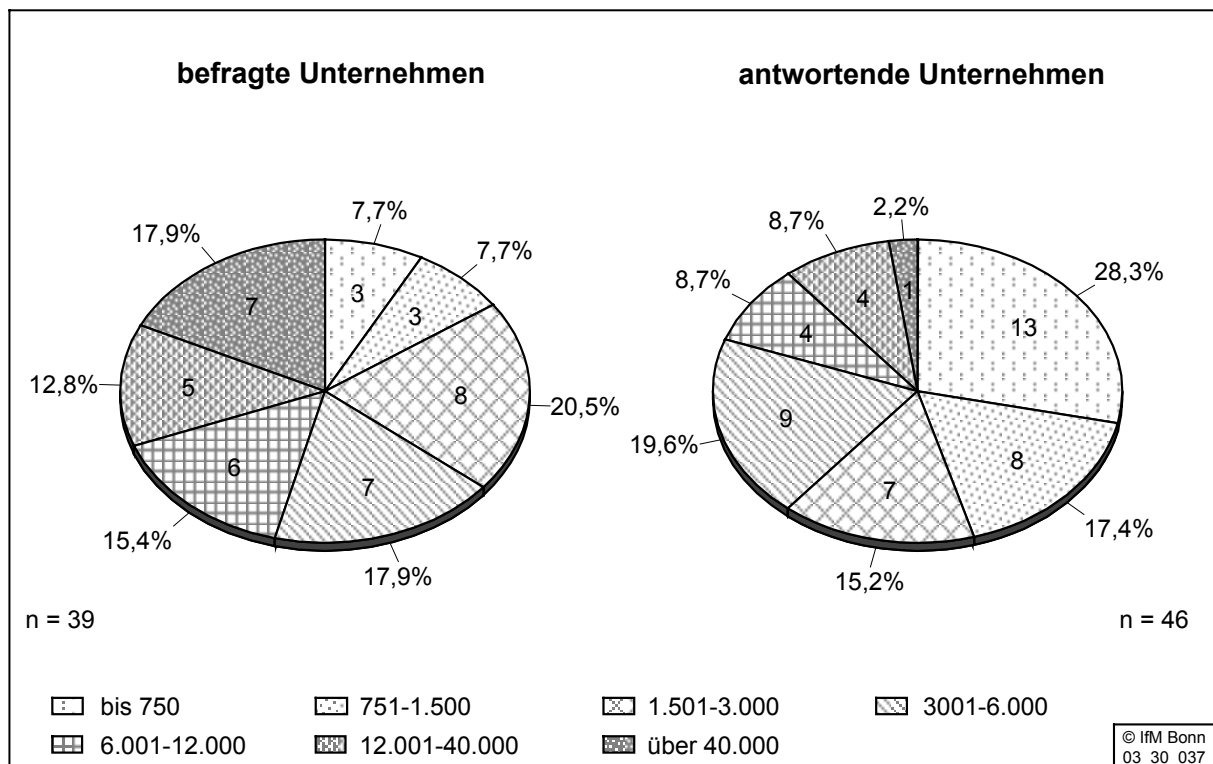


Eine Differenzierung nach Ländern zeigt, dass Konjunktumfragen in Deutschland besonders häufig von Wirtschaftsforschungsinstituten (absolut: 5; 42 %) und Unternehmensverbänden (3; 25 %) durchgeführt werden. In Frankreich dominieren Banken (4; 44 %) sowohl aus dem privaten (Geschäftsbanken) als auch aus dem staatlichen Bereich (Zentralbank, Förderbank). Britische Konjunktumfragen werden besonders häufig von Unternehmensverbänden (4; 50 %) durchgeführt, wohingegen in Italien Unternehmensverbände (3; 43 %), Wirtschaftsforschungsinstitute (2; 29 %) und Geschäftsbanken (2; 29 %) etwa in gleichem Maße beteiligt sind. Japanische Konjunktumfragen sind besonders häufig von öffentlichen Institutionen (7; 78 %), wie z.B. von Förderbanken und Unterstützungsdienstleistern, initiiert worden. In den USA geht die Einrichtung von Konjunktumfragen oftmals auf die Initiative von Unternehmensverbänden (2; 40 %), privaten Finanzdienstleistern und Auskunfteien (2; 40 %) zurück.

2.3 Anzahl der befragten und der antwortenden Unternehmen

Die Anzahl der befragten Unternehmen variiert sehr stark zwischen den einzelnen Konjunktumfragen (vgl. Abbildung 3). Dabei lassen sich keine eindeutigen Schwerpunkte ausmachen.

Abbildung 3: Anzahl der befragten und der antwortenden Unternehmen, Verteilung in %



Von den 39 Umfragen, zu denen diesbezügliche Angaben vorliegen,⁶ befragen jeweils etwa die Hälfte bis zu 6.000 Unternehmen (54 %) bzw. mehr als 6.000 Unternehmen (46 %). Die Spanne der befragten Unternehmen ist sehr weit und reicht von 300 (Nottingham University Business School) bis hin zu 200.000 (Japan Chamber of Commerce and Industry).⁷

Neben der Japanischen Industrie- und Handelskammer befragen sechs weitere Institutionen mehr als 40.000 Unternehmen. Zu dieser Gruppe der am größten dimensionierten Umfragen gehören mit dem Zentralverband des deutschen Handwerks (ZDH; 60.000 befragte Unternehmen) und dem Deutschen Industrie- und Handelskammertag (DIHK; 50.000) auch zwei deutsche Konjunkturumfragen.⁸

⁶ Insbesondere Institutionen, die Konjunkturumfragen mittels Telefoninterviews durchführen, verfügen oftmals nur über Angaben zu der Zahl der antwortenden Unternehmen, nicht jedoch zu der Anzahl der ursprünglich kontaktierten Unternehmen.

⁷ Hinsichtlich der Anzahl der befragten Unternehmen beträgt der arithmetische Durchschnittswert 21.322, der Median beläuft sich auf 4.500.

⁸ Zu den am größten dimensionierten Umfragen gehören ferner die beiden Umfragen "Enquête PME-PMI. Europe et France" (109.000 Unternehmen) und "Enquête de Conjoncture".

Eine sehr große Anzahl befragter Unternehmen bedingt oftmals längere Vorbereitungs-, Erhebungs- und Auswertungszeiträume. Dies schlägt sich häufig in einer geringeren Periodizität nieder. Mit Ausnahme der monatlichen Umfrage der Japan Chamber of Commerce and Industry sowie der trimestralen DIHK-Konjunkturumfrage erscheinen sämtliche Umfragen, die mehr als 40.000 Unternehmen befragen, nur halbjährlich bzw. jährlich.

Da sich i.d.R. nicht alle kontaktierten Unternehmen auch tatsächlich an der Umfrage beteiligen, liegt die Anzahl der antwortenden Unternehmen - zum Teil erheblich - unter der Zahl der ursprünglich befragten Unternehmen. Gut 81 % aller Konjunkturumfragen stützen ihre Ergebnisse auf den Antworten von bis zu 6.000 Unternehmen, annähernd die Hälfte (46 %) basiert auf den Antworten von bis zu 1.500 Unternehmen (vgl. Abbildung 3).

Die Spanne ist wiederum sehr weit und reicht von 130 (National Association for Business Economics (NABE)) bis hin zu 140.000 antwortenden Unternehmen (Japan Chamber of Commerce and Industry).⁹ Bei insgesamt fünf von den 46 Umfragen, zu denen entsprechende Informationen vorliegen, beläuft sich die Zahl der antwortenden Unternehmen auf mehr als 12.000. Dazu zählen neben der Umfrage der Japanischen Industrie- und Handelskammer und derjenigen von Eurochambres (100.000 Unternehmen) wiederum die beiden deutschen Konjunkturumfragen vom DIHK (25.000) und vom ZDH (22.500) sowie die gemeinsam von der japanischen SME Agency und der Japan Small and Medium Enterprise Corporation (JASMEC; 18.000) durchgeführte Befragung.

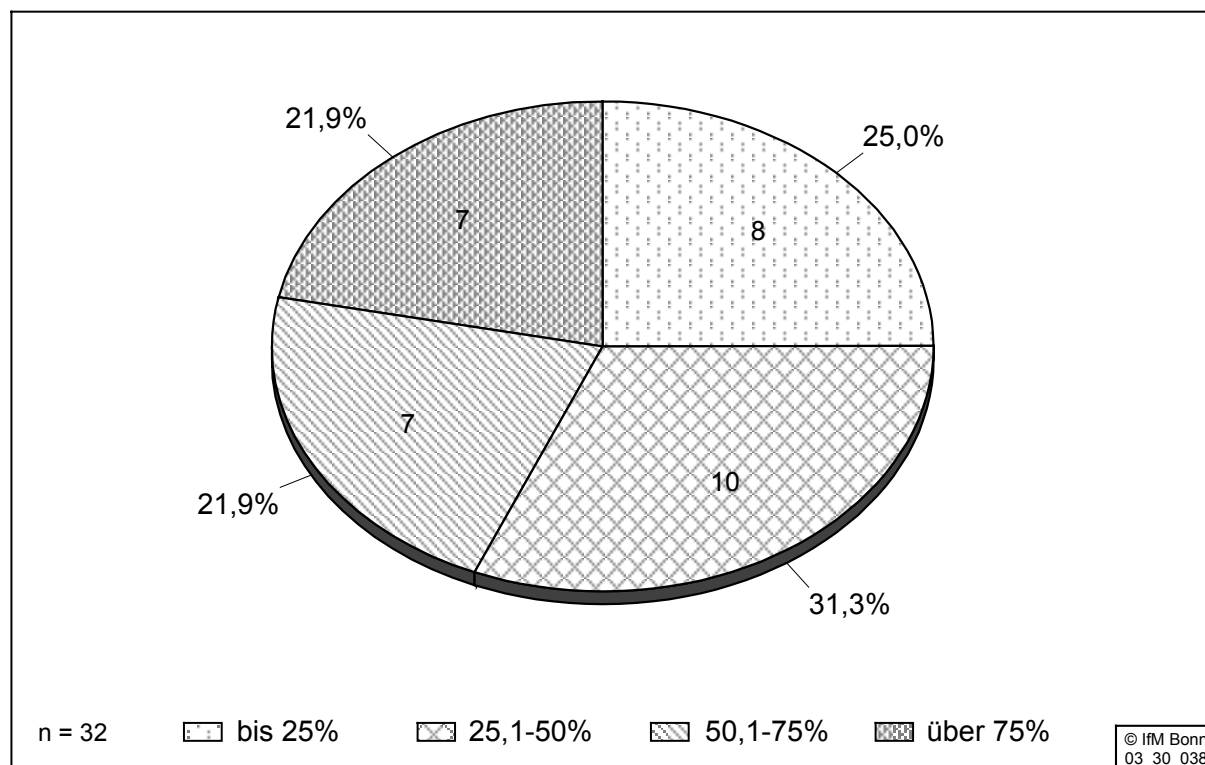
Nicht nur die Anzahl der befragten und der antwortenden Unternehmen weist eine große Bandbreite auf, auch die durchschnittlichen Antwortquoten variieren sehr stark zwischen den Umfragen (vgl. Abbildung 4). Ein Viertel der Konjunkturumfragen (25,0 %) erzielt eine durchschnittliche Antwortquote von bis zu 25 %. Bei einem Drittel (31,3 %) beträgt sie zwischen 25,1 % und 50,0 %. Gut jede fünfte Umfrage (21,9 %) erhält Antworten von 50,1 % bis 75,0 % der befragten Unternehmen. Ebenfalls 21,9 % der Umfragen verfügen sogar über

re PME-PMI" (100.000) der BNP Paribas Lease Group, das "European Business Survey" (59.175) von Grant Thornton International (GTI) and Business Strategies Ltd sowie das "METI Basic Survey of Japanese Business Structure and Activities" (42.000) des japanischen Ministry of Economy, Trade and Industry.

⁹ Hinsichtlich der Anzahl der antwortenden Unternehmen beläuft sich der arithmetische Durchschnittswert auf 8.950, der Median beträgt 1.833.

Antwortquoten von mehr als 75 %.¹⁰ Die Spannweite reicht von 5,0 % ("Enquête de Conjoncture PME-PMI" der BNP Paribas Lease Group¹¹) bis annähernd 100 % (Shoko Chukin Bank).¹²

Abbildung 4: Durchschnittliche Antwortquoten, Verteilung in %



Die Höhe der Antwortquote hängt dabei ganz entscheidend von der Auswahl der befragten Unternehmen sowie von dem eingesetzten Mittel der Datenbeschaffung ab. Diejenigen Konjunkturumfragen, die die höchsten Antwortquoten erzielen, befragen nahezu ausnahmslos von Umfrage zu Umfrage einen identischen Kreis von Unternehmen und setzen zudem auf die direkte persönliche Ansprache der befragten Unternehmen, sei es in Form von Telefoninterviews

¹⁰ Im arithmetischen Durchschnitt beträgt die Antwortquote 50,5 %, der Median beläuft sich auf 47,5 %.

¹¹ Von den 100.000 in Frankreich befragten Unternehmen werden jeweils nur die ersten 5.000 verwertbaren Antworten ausgewertet.

¹² Zu den Umfragen mit den höchsten Antwortquoten zählen neben derjenigen der Shoko Chukin Bank auch folgende Umfragen: "ISAE Congiuntura Imprese Industriali Italiane" (98,3 %), Bank of Japan (98,1 %), Banque de France (95,0 %), Forum of Private Business (95,0 %), die Gemeinschaftsumfrage von der japanischen SME Agency und der Japan Small and Medium Enterprise Corporation (94,7 %) sowie die Umfrage des Instituts für Wirtschaftsforschung Halle (78 %).

oder von persönlichen "face-to-face" Interviews.¹³ Demgegenüber richten sich Umfragen mit geringen Antwortquoten zumeist einen wechselnden Kreis von Unternehmen und wählen als Mittel der Datenbeschaffung eher unpersönliche Formen wie zum Beispiel postalische Fragebögen oder den Versand von Fragebögen per e-mail bzw. Fax.

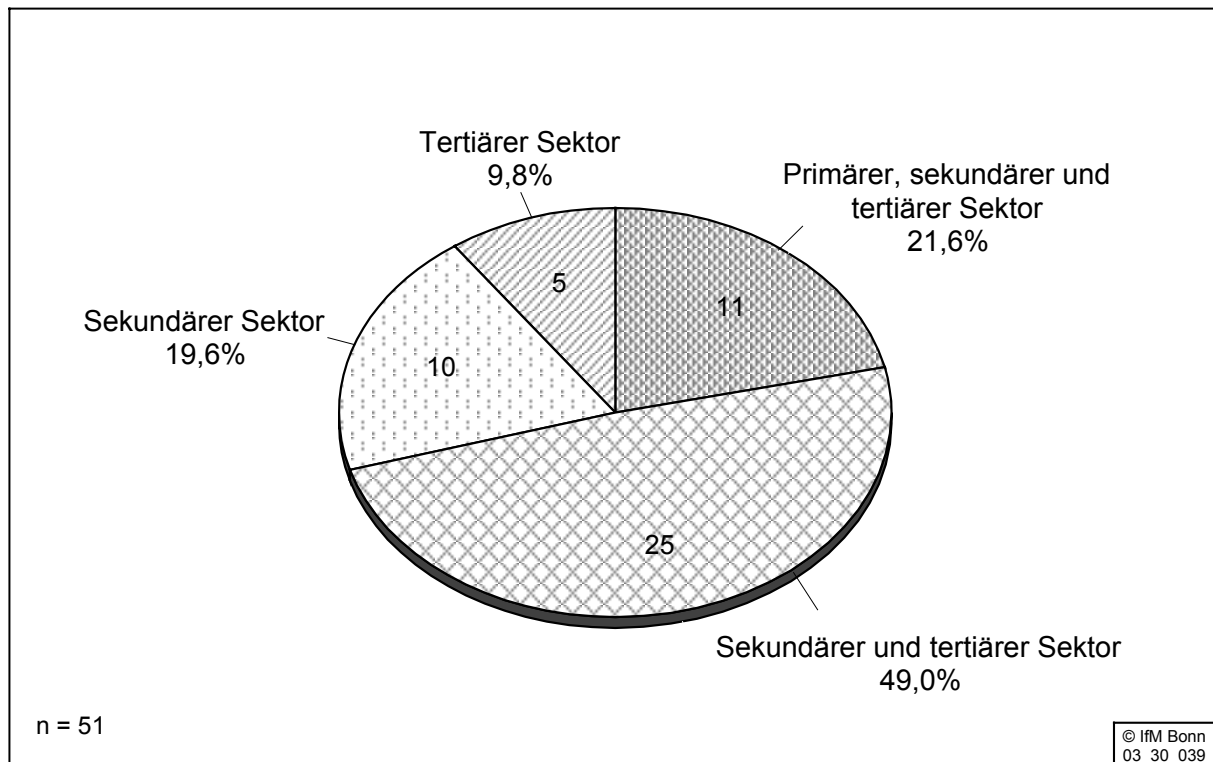
Wenngleich die Ausgestaltung von Konjunkturumfragen sehr stark vom spezifischen Einzelfall abhängig ist, zeigt die länderdifferenzierte Zusammenschau der Ergebnisse zu diesem Abschnitt einige Auffälligkeiten. So werden in Japan hinsichtlich der Anzahl der befragten und antwortenden Unternehmen die umfangreichsten (nationalen) Konjunkturumfragen durchgeführt. Darüber hinaus erzielen die dortigen Umfragen im Durchschnitt auch die höchsten Antwortquoten. Die deutschen Konjunkturumfragen zeichnen sich ebenfalls durch eine überdurchschnittlich hohe Anzahl von antwortenden Unternehmen (6.088) aus. Vom Erhebungsumfang eher klein dimensioniert sind demgegenüber die Konjunkturumfragen in den USA mit durchschnittlich 658 antwortenden Unternehmen sowie in Großbritannien (1.799).

2.4 Zusammensetzung der befragten Unternehmen nach Wirtschaftssektoren und Beschäftigtengrößenklassen

Annähernd die Hälfte (49 %) der Umfragen untersucht die konjunkturelle Entwicklung von Unternehmen sowohl im sekundären als auch im tertiären Sektor, d.h. im Verarbeitenden Gewerbe und im Dienstleistungssektor (vgl. Abbildung 5). Gut ein Fünftel (21,6 %) analysiert zusätzlich auch Unternehmen aus dem Landwirtschaftssektor. Dagegen beschränken sich 19,6 % der Konjunkturumfragen auf die Analyse des Verarbeitenden Gewerbes, weitere 9,8 % konzentrieren sich auf den Dienstleistungssektor.

¹³ Einzig die von der Bank of Japan per postalischem Fragebogen durchgeführte Umfrage stellt hier eine bemerkenswerte Ausnahme dar. Die befragten Unternehmen werden für die Dauer von fünf Jahren aus der Gesamtheit aller japanischen Unternehmen mit 50 und mehr Beschäftigten (bzw. 20 und mehr Beschäftigten im Handel und im Dienstleistungssektor) per Zufallsstichprobe ausgewählt. Obwohl die Unternehmen nicht gesetzlich verpflichtet sind, die Fragen zu beantworten, weist jede Umfrage eine annähernd 100 %-ige Antwortquote auf.

Abbildung 5: Untersuchte Wirtschaftssektoren, Verteilung in %

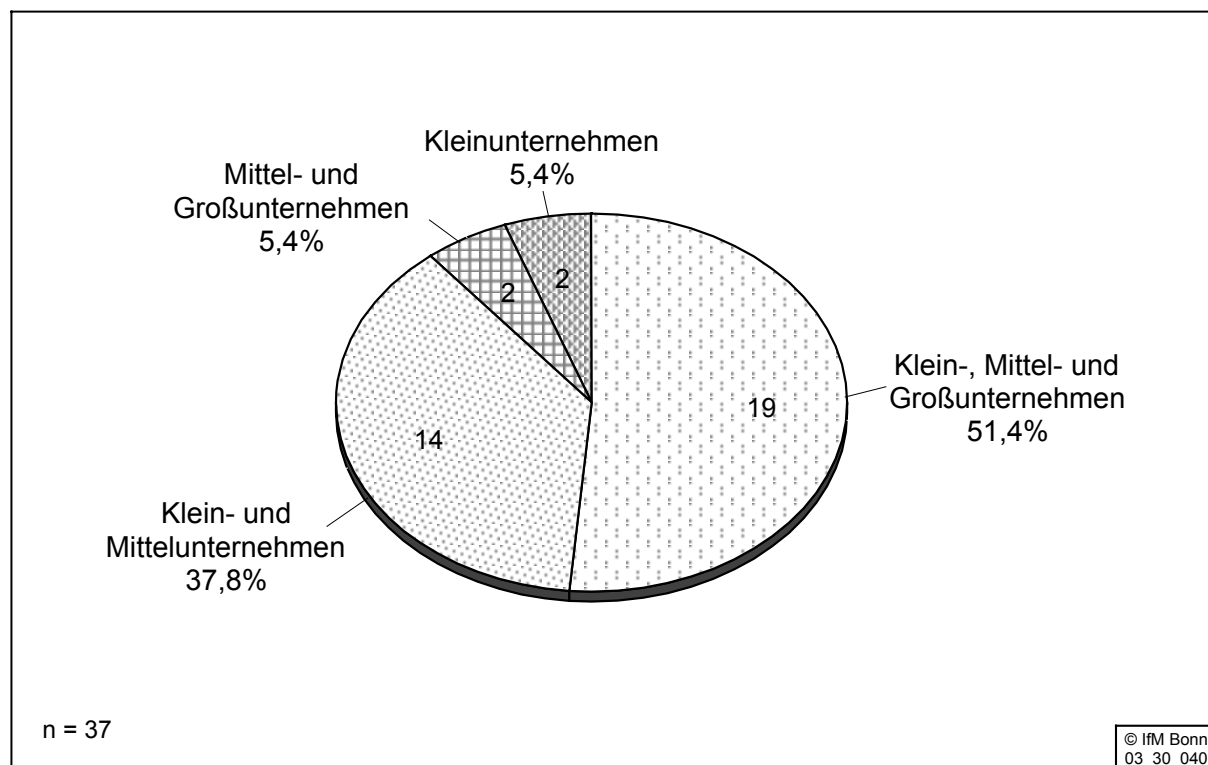


Die weit überwiegende Mehrheit der erfassten Konjunkturumfragen richtet sich an Unternehmen aus verschiedenen Größenklassen (i.d.R. Beschäftigtengrößenklassen) und kontrastiert dabei die konjunkturelle Entwicklung von Großunternehmen und KMU bzw. beschränkt sich von vorn herein auf die Befragung von kleinen und mittleren Unternehmen.¹⁴ Die erfassten Konjunkturumfragen weisen somit einen eindeutigen Mittelstandsfokus auf.

Im Einzelnen untersucht gut die Hälfte der Umfragen (51,4 %) die Wirtschaftslage sowohl von kleinen, mittleren und großen Unternehmen (vgl. Abbildung 6). Mehr als ein Drittel (37,8 %) der Umfragen erfasst ausschließlich kleine und mittlere Unternehmen. Jeweils 5,4 % der Umfragen konzentrieren sich auf Kleinunternehmen bzw. auf Mittel- und Großunternehmen.

¹⁴ Für die Auswertung wurden die verschiedenen Beschäftigtengrößenklassen wie folgt definiert: (1) Kleinunternehmen: 0-49 Beschäftigte, (2) Mittlere Unternehmen: 50-499 Beschäftigte, (3) Großunternehmen: >= 500 Beschäftigte.

Abbildung 6: Untersuchte Beschäftigtengrößenklassen, Verteilung in %



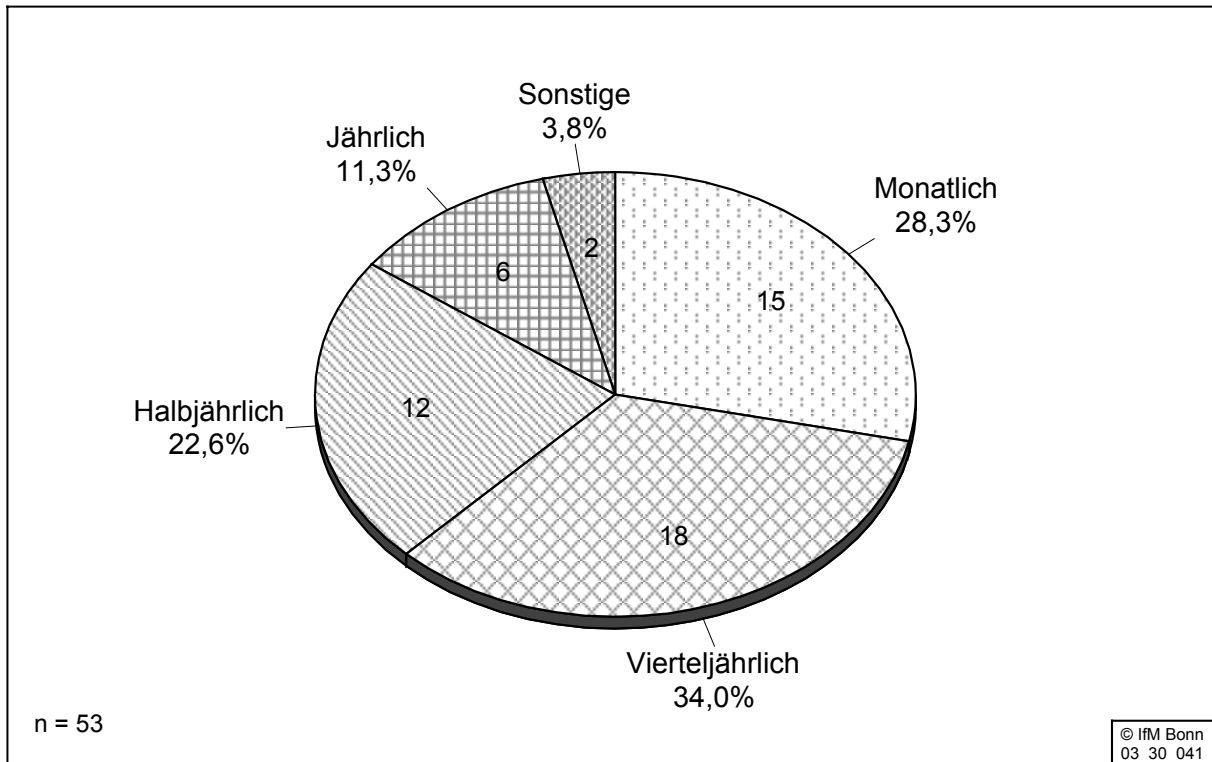
3. Datenbeschaffung

3.1 Häufigkeit der Konjunkturumfragen

Gut ein Viertel (28,3 %) der Konjunkturumfragen wird monatlich durchgeführt, ein weiteres Drittel (34,0 %) weist eine vierteljährliche Periodizität auf (vgl. Abbildung 7). Dies verdeutlicht, dass ein Großteil der Umfragen die konjunkturelle Entwicklung zeitnah abbildet und aktuelle Daten zu der gegenwärtigen Lage sowie zu den Aussichten der befragten Unternehmen liefert. Konjunkturanalysen, die halbjährlich (22,6 %) bzw. jährlich (11,3 %) erscheinen, befragen oftmals nicht nur eine größere Zahl von Unternehmen, sondern sind auch inhaltlich umfassender, da sie den Unternehmen eine größere Anzahl von Fragen stellen und somit detailliertere Ergebnisse liefern.

Die Konjunkturumfrage des Instituts für Wirtschaftsforschung Halle (IWH) wird im zweimonatlichen Turnus durchgeführt, diejenige des Deutschen Industrie- und Handelskammertags (DIHK) erscheint dreimal jährlich.

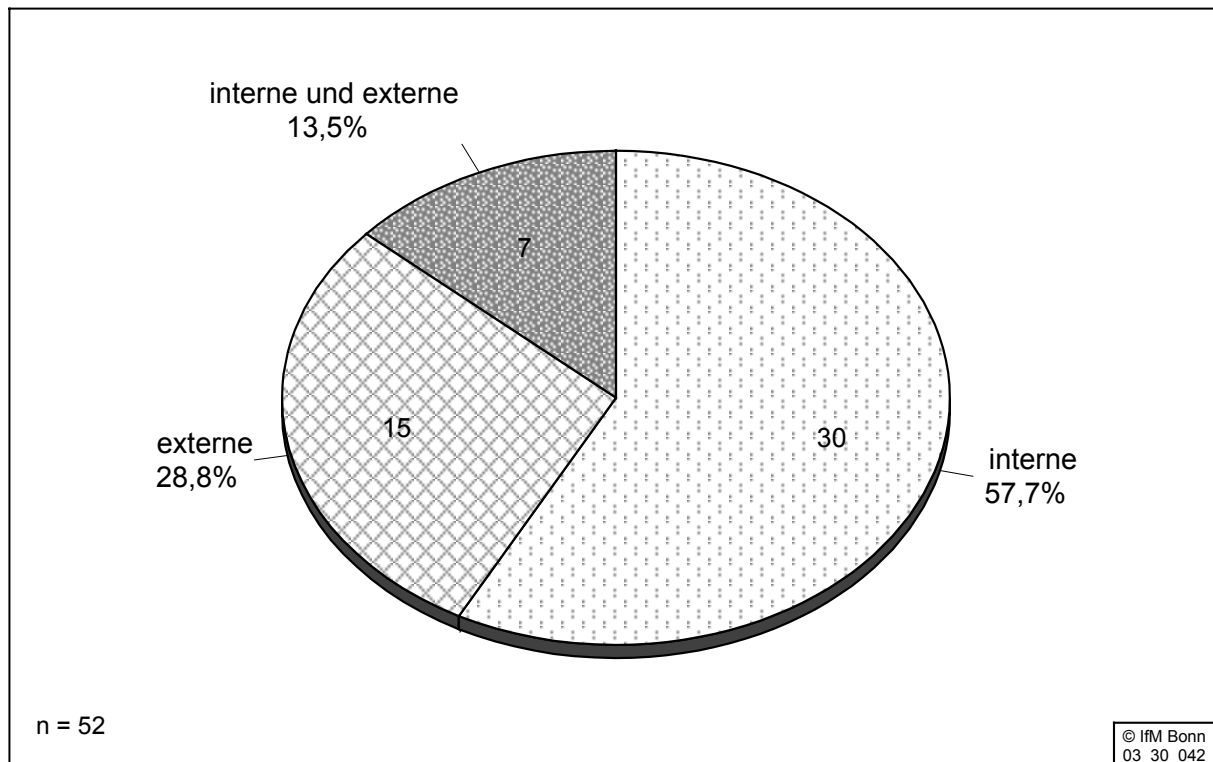
Abbildung 7: Häufigkeit der Konjunkturumfragen, Verteilung in %



3.2 Datenquellen der Konjunkturumfragen

Fast sechs von zehn Umfragen (57,7 %) stützen sich bei der Unternehmensbefragung ausschließlich auf eigene, interne Datenquellen wie z.B. Mitgliederlisten der Industrie- und Handelskammern bzw. anderer Unternehmensverbände, Portefeuilles von Kundenunternehmen, eigene Unternehmenspanel etc. (vgl. Abbildung 8). Gut ein Viertel (28,8 %) der Konjunkturumfragen verwendet ausschließlich externe Datenquellen wie z.B. private bzw. öffentliche Unternehmensdatenbanken. 13,5 % der Umfragen basieren sowohl auf internen als auch auf ergänzenden externen Datenquellen.

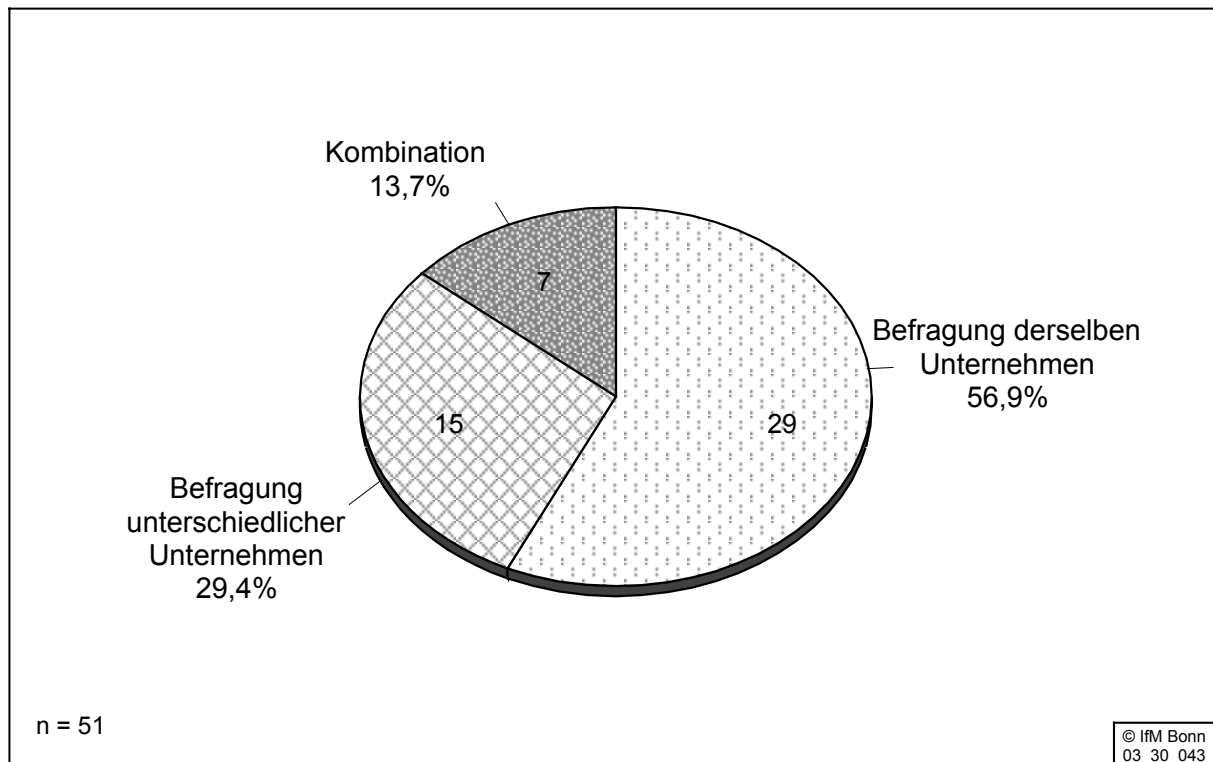
Abbildung 8: Datenquellen der Konjunkturumfragen, Verteilung in %



3.3 Auswahl der Unternehmen

56,9 % der Konjunkturumfragen erheben von Umfrage zu Umfrage einen identischen Kreis von Unternehmen (vgl. Abbildung 9). Das Panel wird dabei regelmäßig aufgefrischt, um ausgeschiedene Unternehmen zu ersetzen und Neugründungen zu erfassen. 29,4 % der Umfragen erheben jeweils bei unterschiedlichen Unternehmen, die zumeist mit Hilfe von Zufallsstichproben ermittelt werden. Eine Kombination aus beiden Möglichkeiten (Befragung derselben bzw. unterschiedlicher Unternehmen) wird von 13,7 % der Konjunkturumfragen angewandt.

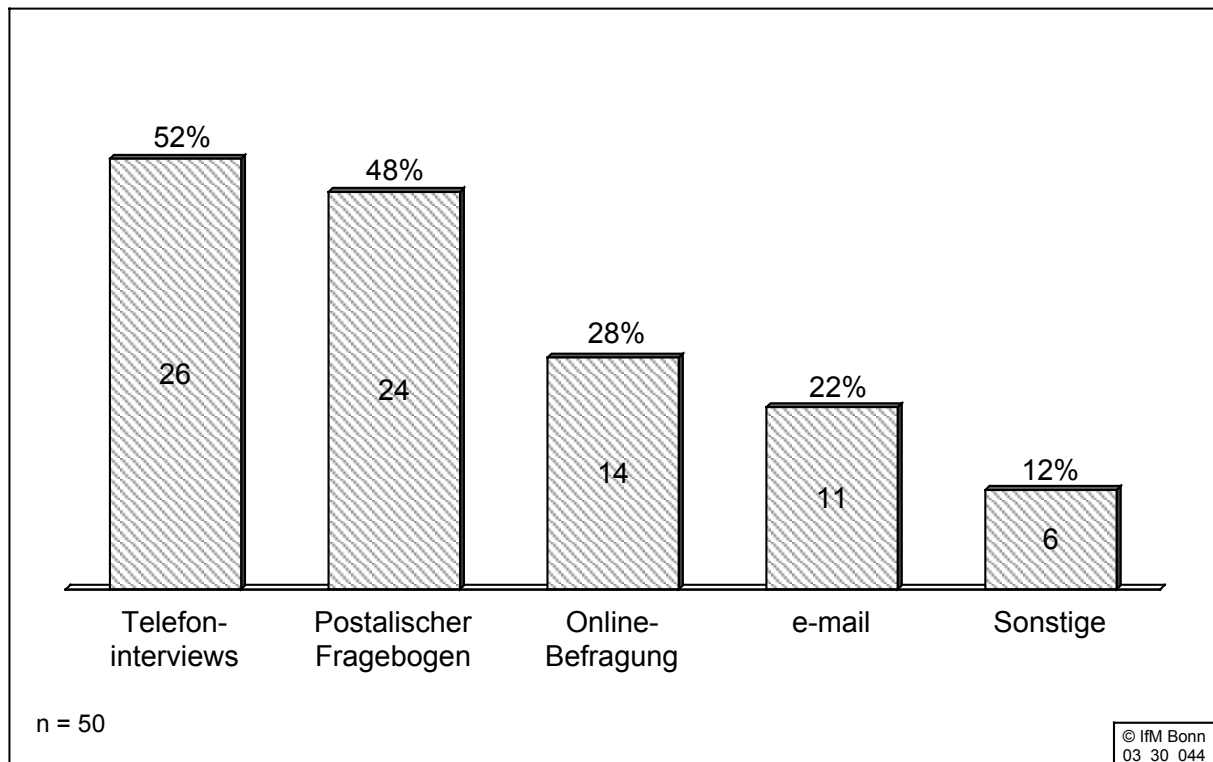
Abbildung 9: Auswahl der Unternehmen, Verteilung in %



3.4 Mittel der Datenbeschaffung

Jeweils etwa die Hälfte aller Konjunkturumfragen erhebt die Daten mittels Telefoninterviews (52 %) und/oder postalischen Fragebögen (48 %) (vgl. Abbildung 10). Dies sind somit die beiden mit Abstand populärsten Mittel der Datenbeschaffung. Darüber hinaus macht eine größere Zahl der Konjunkturumfragen auch von den Möglichkeiten der neuen Informations- und Kommunikationstechnologien Gebrauch. Gut jede vierte Umfrage (28 %) ermöglicht es den Unternehmen, ihre Antworten online im Internet einzugeben. Etwa jede fünfte Umfrage (22 %) verschickt den Fragebogen per e-mail an die befragten Unternehmen und erhält den ausgefüllten Fragebogen per e-mail zurück. Zu den sonstigen Mitteln der Datenbeschaffung, die von 12 % aller Umfragen verwendet werden, zählen der Versand und Empfang des Fragebogens per Fax bzw. persönliche "face-to-face" Interviews.

Abbildung 10: Mittel der Datenbeschaffung, Mehrfachnennungen, in %

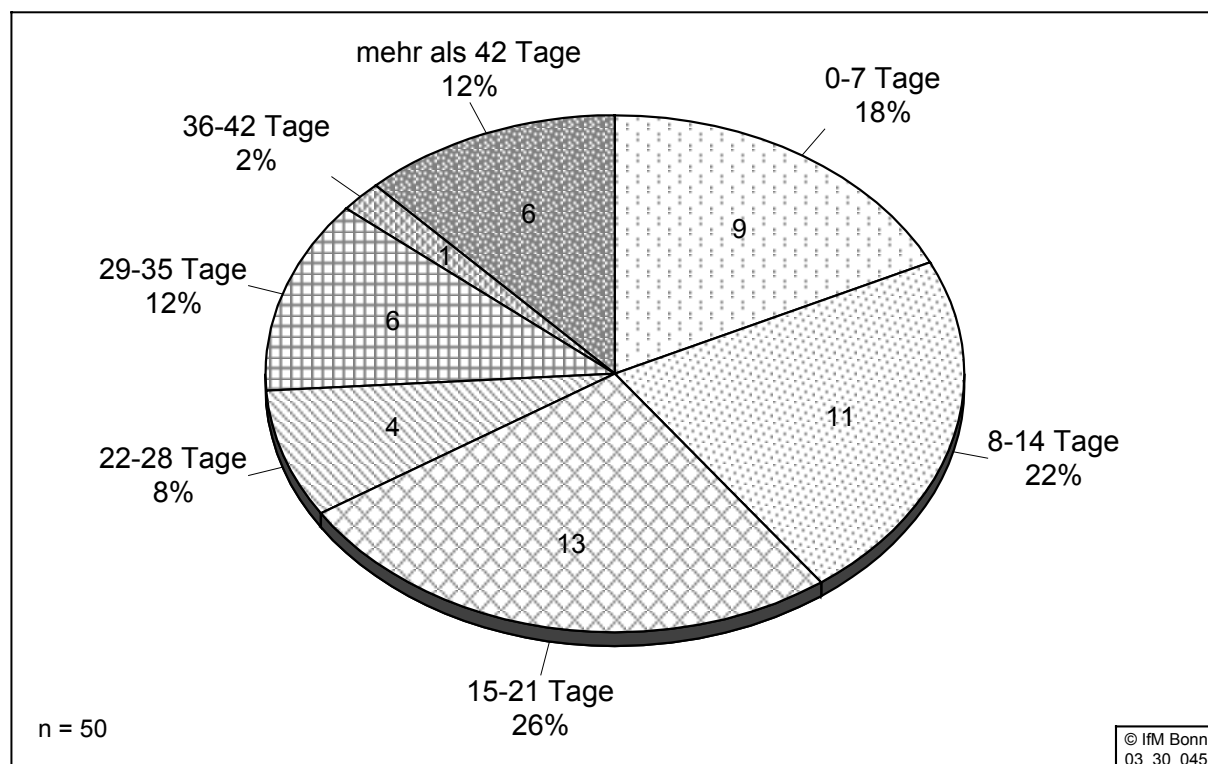


3.5 Zeitspanne zwischen dem Befragungsende und der Veröffentlichung der Umfrageergebnisse

Die Zeitspanne zwischen dem Befragungsende und Veröffentlichung der Umfrageergebnisse variiert sehr stark. Bei dem als Online Befragung ausgestalteten UK Business Barometer der Nottingham University Business School werden die Umfrageergebnisse sofort nach der Beantwortung durch das jeweilige Unternehmen aktualisiert. Dagegen vergehen bei dem als Vollerhebung konzipierten METI Basic Survey of Japanese Business Structure and Activities 16 Monate bis zur Veröffentlichung des Endberichts.¹⁵

¹⁵ Ein Zwischenbericht wird nach zehn Monaten veröffentlicht.

Abbildung 11: Zeitspanne zwischen dem Befragungsende und der Veröffentlichung der Umfrageergebnisse, Verteilung in %



18 % aller Konjunkturumfragen benötigen nach dem Befragungsende maximal eine Woche, bis die Umfrageergebnisse publiziert werden (vgl. Abbildung 11). Bei weiteren 22 % vergehen zwischen acht und 14 Tagen. Bei diesen Konjunkturumfragen handelt es sich in der weit überwiegenden Mehrheit um Umfragen, die entweder monatlich oder vierteljährlich erscheinen, und die somit auf eine rasche Verarbeitung der Umfrageergebnisse angewiesen sind. Ausnahmen von dieser allgemeinen Regel stellen die Umfragen der Pariser Industrie- und Handelskammer (CCIP; 12 Tage) sowie von Creditreform (14 Tage) und American Express (14 Tage) dar, die die Umfrageergebnisse überdurchschnittlich zügig veröffentlichen, obwohl sie nur halbjährlich durchgeführt werden.

Am anderen Ende beträgt die Zeitspanne zwischen Befragungsende und Veröffentlichung bei 12 % der Umfragen mehr als sechs Wochen. Dabei handelt es sich nahezu ausschließlich um Konjunkturumfragen, die entweder jährlich oder halbjährlich durchgeführt werden und auf einem umfangreichen Fragenkatalog basieren.

4. Untersuchungsmethodik

4.1 Periodisch wiederkehrende Themengebiete der Konjunkturumfragen

In den Konjunkturumfragen werden die Unternehmen um Beurteilung einer Vielzahl von Indikatoren gebeten. Am weitesten verbreitet sind dabei die periodisch wiederkehrenden Fragen zu der tatsächlichen (vergangenen) bzw. erwarteten Entwicklung von:

- Beschäftigung
- Umsatz
- Investitionen
- Rentabilität
- Preisen
- Produktionsvolumen
- Kapazitätsauslastung
- Auftragsbestand
- Lagerbestand
- Forschung und Entwicklung
- Exporten
- Geschäftsklima

Etwas weniger häufig sind Fragen im Zusammenhang mit Investitionsmotiven und Finanzierungsarten, Zugang zu Fremdkapital, der erwarteten Lohn- und Zinsentwicklung, dem größten aktuellen Hindernis für die Unternehmensentwicklung, dem wichtigsten Unternehmensziel, Wettbewerbsfähigkeit, Schwierigkeiten bei der Rekrutierung von Mitarbeitern, Investitionen in Weiterbildungsmaßnahmen etc..

Insbesondere einige der US-amerikanischen Konjunkturumfragen (Dun&Bradstreet; National Association for Business Economics (NABE); National Federation of Independent Business (NFIB)) zeichnen sich dadurch aus, dass sie den Unternehmen eine Fülle von konjunkturrelevanten Fragen stellen, die über den eingangs erwähnten Kernbestand hinaus gehen.

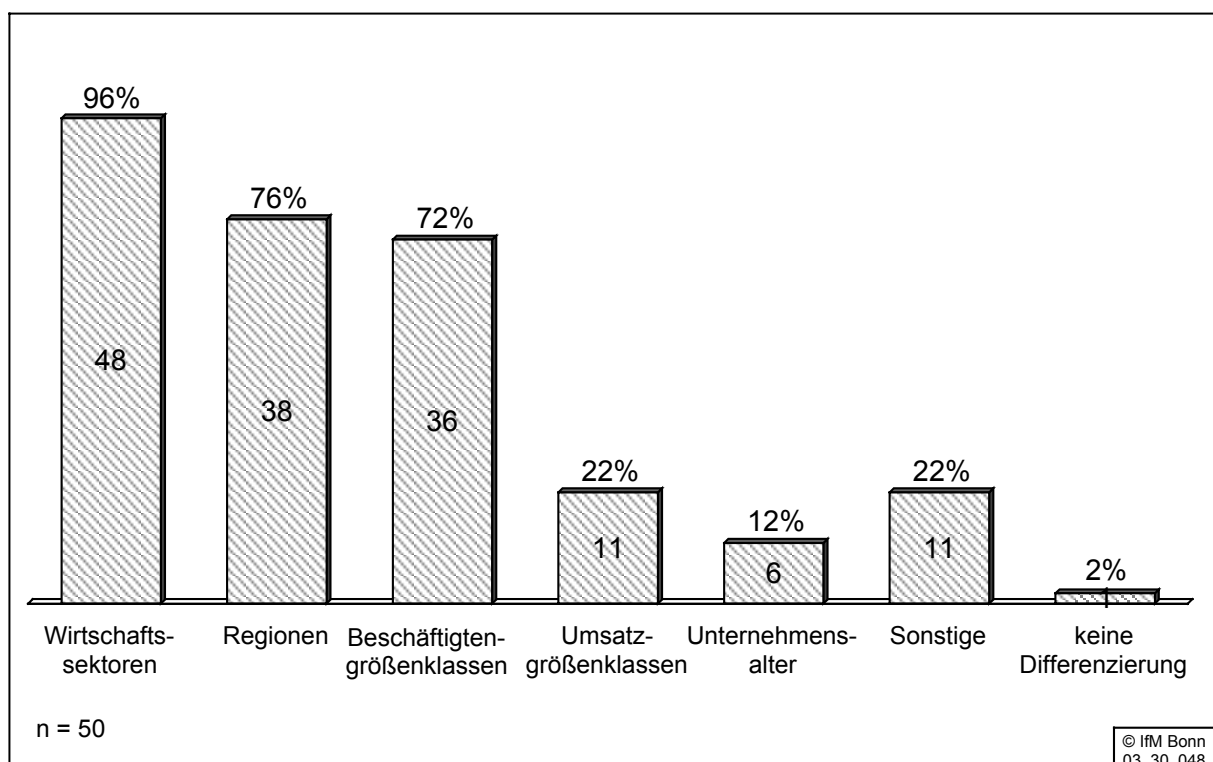
Schließlich befragen mehrere Umfragen die Unternehmen zusätzlich auch zu verschiedenen tagesaktuellen Themen, die von Umfrage zu Umfrage variieren.

4.2 Differenzierung der Umfrageergebnisse

Um unterschiedliche Entwicklungen in verschiedenen Teilsegmenten der Volkswirtschaft sichtbar zu machen, nehmen die Konjunkturumfragen eine Differenzierung ihrer Umfrageergebnisse nach verschiedenen Kategorien vor. Nahezu alle Konjunkturumfragen (96 %) differenzieren ihre Ergebnisse nach der Wirtschaftssektorzugehörigkeit der befragten Unternehmen (vgl. Abbildung 12). Etwa drei Viertel der Umfragen weisen die Umfrageergebnisse getrennt nach Regionen (76 %) oder Beschäftigtengrößenklassen (72 %) aus. Deutlich weniger Umfragen nehmen eine Differenzierung nach Umsatzgrößenklassen (22 %) bzw. nach dem Unternehmensalter (12 %) vor.

22 % der Umfragen differenzieren die Unternehmensantworten zusätzlich nach weiteren Kategorien wie z.B. dem Ausmaß der Exportaktivitäten bzw. der Internetnutzung, Eigentumsstatus, Geschlecht der Unternehmensinhaber, Wachstumsphase, Unternehmenstyp etc.. Einzig die Konjunkturumfrage des Bundesverbandes Junger Unternehmer (BJU) nimmt keinerlei Differenzierung der Ergebnisse vor. Das Ziel der Umfrage besteht vielmehr darin, ein allgemeines Stimmungsbild bei den befragten mittelständischen Jungunternehmern zu erhalten.

Abbildung 12: Differenzierung der Umfrageergebnisse, Mehrfachnennungen, in %



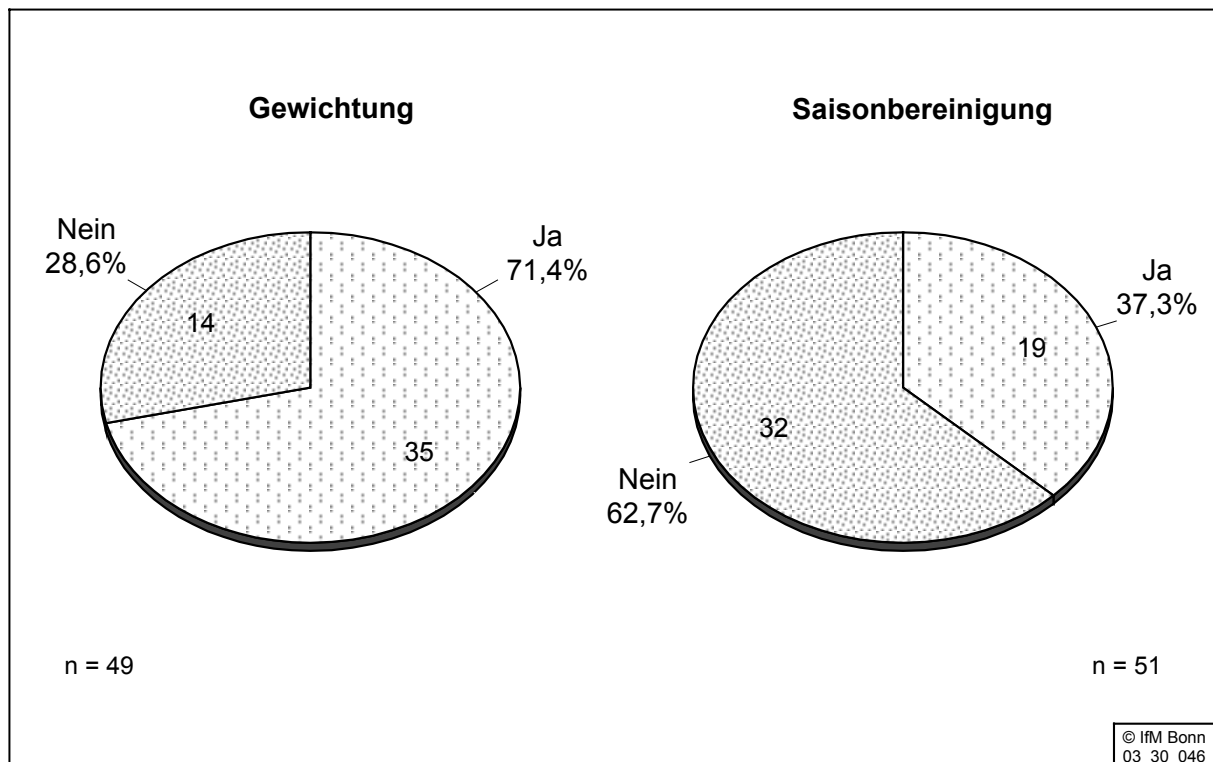
4.3 Gewichtung und Saisonbereinigung der Umfrageergebnisse

Eine Gewichtung der Umfrageergebnisse wird in erster Linie durchgeführt, wenn die Zusammensetzung des Unternehmenssamples nicht der tatsächlichen Unternehmensverteilung in der Volkswirtschaft bzw. in dem analysierten Teilssegment entspricht. Auf diese Weise soll erreicht werden, dass die Untersuchungsergebnisse repräsentativ für die Gesamtwirtschaft sind.

Darüber hinaus kann bei der Gewichtung auch die konjunkturelle Aussagefähigkeit eine Rolle spielen. So zum Beispiel gewichtet der KfW-Indikator Mittelstandskonjunktur das Verarbeitende Gewerbe als "Zyklusmacher" stärker als es seinem Anteil an der Gesamtwirtschaft entspricht.

Während 28,6 % der Konjunkturumfragen keine Gewichtung der Umfrageergebnisse vornimmt, führen gut sieben von zehn Konjunkturumfragen (71,4 %) eine Gewichtung der Unternehmensantworten durch (vgl. Abbildung 13). Die Gewichtung wird überwiegend mit Hilfe von Beschäftigten- und Umsatzzahlen, der Wertschöpfung sowie des regionalen Bruttoinlandsprodukts vorgenommen.

Abbildung 13: Gewichtung und Saisonbereinigung der Umfrageergebnisse, Verteilung in %



Die Umfrageergebnisse werden durch eine Vielzahl von Ursachen oder Einflussgrößen bestimmt. Um jährlich wiederkehrende, jahreszeitlich bedingte Schwankungen zu neutralisieren, können die Unternehmensantworten saisonal bereinigt werden. Im Gegensatz zur Gewichtung nimmt jedoch nur eine Minderheit der Konjunkturumfragen (37,3 %) eine Saisonbereinigung der Umfrageergebnisse vor (vgl. Abbildung 13).¹⁶

Einige Umfragen (z.B. Zentralverband des Deutschen Handwerks (ZDH); Confederation of British Industry (CBI)) nehmen bewusst keine Saisonbereinigung vor, da saisonale Schwankungen die wirtschaftliche Entwicklung in den betrachteten Unternehmenssegmenten wesentlich prägen und die Umfrageergebnisse aktuelle Trends widerspiegeln sollen.

4.4 Berechnung von Geschäftsklima-Indices

44 % der Konjunkturumfragen berechnen einen zusammengesetzten Index bezüglich des gegenwärtigen und/oder zukünftigen Geschäftsklimas.¹⁷ Der jeweilige Indexwert wird in der Regel berechnet aus den Antworten der Unternehmen zu zwei oder mehreren Fragen, die ihnen anlässlich der Konjunkturumfrage gestellt werden.

Unter den aufgestellten Indices nimmt der Mittelstandsindikator des Instituts für Mittelstandsforschung (IfM) Bonn insofern eine Ausnahmestellung ein, als er als einziger explizit die Unterschiede zwischen mittelständischen und großen Unternehmen im Konjunkturverlauf darstellt. Der Indikator drückt die relative Besser- bzw. Schlechterstellung des Mittelstands gegenüber den Großunternehmen aus. Als Basis für die Berechnung dienen die Angaben der Unternehmen zur Geschäftslage und zu den Geschäftserwartungen. Ein positiver (negativer) Indikator signalisiert eine positive (negative) Abweichung der Mittelstandskonjunktur von der Konjunkturentwicklung der Großunternehmen. Mit Hilfe der größenspezifischen Analyse der Konjunkturentwicklung der mittelständischen sowie der großen Unternehmen kann somit untersucht werden,

¹⁶ Zumindest bei den nur jährlich durchgeführten Konjunkturumfragen erübrigt sich eine Saisonbereinigung der Umfrageergebnisse.

¹⁷ n = 50.

inwieweit der Mittelstand als konjunktureller Puffer bzw. Stabilisator für die Gesamtwirtschaft wirkt.¹⁸

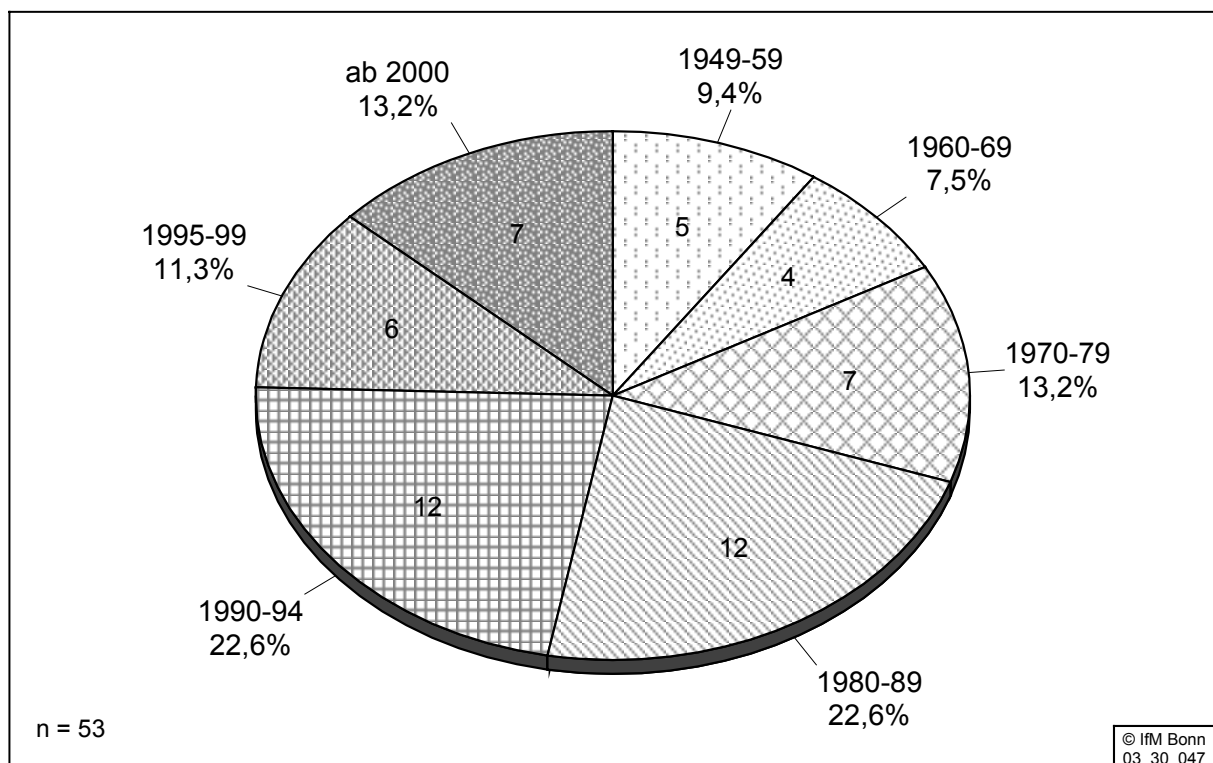
5. Informationen zu verschiedenen Themengebieten

5.1 Bestandsdauer der Konjunkturumfragen

Die große Vielfalt der betrachteten Konjunkturumfragen kommt auch in unterschiedlichen Bestandsdauern zum Ausdruck. Während einerseits der ifo-Geschäftsklima-Index bereits seit 1949 ermittelt wird, stammen die drei jüngsten Umfragen aus dem Jahr 2002 (American Express; Confartigiano; Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung (ZEW)/Creditreform).

Nahezu jede zehnte Konjunkturumfrage (9,4 %) wurde im Zeitraum 1949-1959 etabliert, jede zwölfte (7,5 %) in den Jahren 1960-1969 (vgl. Abbildung 14). Demgegenüber besteht annähernd die Hälfte der Umfragen (47,1 %) erst seit 1990, 13,2 % sogar erst seit dem Jahr 2000.

Abbildung 14: Jahr der Einführung der Konjunkturumfragen, Verteilung in %



¹⁸ Mittelständische Unternehmen haben in der Vergangenheit oftmals verzögert und weniger stark ausgeprägt auf konjunkturelle Schwankungen reagiert.

5.2 Beabsichtigte Veränderungen

Bei gut der Hälfte (52 %) der Konjunkturumfragen ist geplant, im Laufe des Jahres 2003 bzw. in den Folgejahren Änderungen vorzunehmen.¹⁹ Die beabsichtigten Veränderungen konzentrieren sich insbesondere auf die folgenden Bereiche:

- Erhöhung der Anzahl der befragten Unternehmen sowie Erweiterung des Fragenkatalogs
- Ausdehnung der Konjunkturumfragen auf weitere Länder, Regionen bzw. Wirtschaftsbereiche
- Änderung der Periodizität der Umfrage
- Einsatz zusätzlicher Mittel der Datenbeschaffung
- Verkürzung der Auswertungszeit
- Differenzierung der Umfrageergebnisse nach zusätzlichen Kategorien
- Änderung des Gewichtungsverfahrens
- Entwicklung eines zusammengesetzten Index
- Veröffentlichung der Umfrageergebnisse im Internet

5.3 Bedeutung und Hauptvorteile der Konjunkturumfragen

Die untersuchten Konjunkturumfragen erzielen ein breites Echo. Zu den Lesern gehören insbesondere Entscheidungsträger in Politik (Regierung, Ministerien), Wirtschaft (Finanz- und Wirtschaftsexperten, Zentralbank, Verbände, Unternehmen), Wissenschaft (Forschungsinstitute) und Medien.

Die Umfrageergebnisse werden u.a. als Grundlage für Wirtschaftsprognosen der Finanzministerien, Zentralbanken, Konjunkturforscher und Finanzanalysten benötigt. Darüber hinaus haben sie große Bedeutung für die Lobbyarbeit der Unternehmensverbände und verdeutlichen der Politik und der allgemeinen Öffentlichkeit die hohe volkswirtschaftliche Bedeutung der kleinen und mittleren Unternehmen. Ferner stellen sie die Grundlage für die Beratung von mittelständischen Unternehmen durch Unternehmensberatungsgesellschaften dar und fungieren auch als PR-Instrument für die Konjunkturumfragen durchführenden Institutionen. Dem Unternehmenssektor ermöglichen die Umfrageer-

¹⁹ n = 50.

gebnisse die Bestimmung der eigenen Position im jeweiligen konjunkturellen Umfeld (Benchmarking).

Im Zusammenhang mit der unterschiedlichen inhaltlichen Ausgestaltung der Konjunkturumfragen sind mit ihnen darüber hinaus unterschiedliche Vorteile verbunden. Zu den großen Vorteilen der Umfragen mit einer höheren Periodizität gehört die rasche Verfügbarkeit von aktuellen Daten zur konjunkturellen Entwicklung. Jährliche oder halbjährliche Konjunkturumfragen können dies nicht leisten, liefern jedoch häufig detailliertere und umfangreichere Ergebnisse. Seit langem bestehende Umfragen ermöglichen die Analyse von Zeitreihen und dienen als Grundlage für wissenschaftliche Forschungen.

5.4 Publikation der Konjunkturumfragen im Internet

Die Ergebnisse von rund 90 % der Umfragen sind im Internet (zumeist nur in der jeweiligen Landessprache) verfügbar.²⁰ Der Umfang der Ergebnispräsentation schwankt zwischen der Komplettversion des Konjunkturberichts, kurzen textlichen bzw. tabellarischen Zusammenfassungen der wichtigsten Ergebnisse und der Veröffentlichung von Pressemitteilungen.

Einzig Crédit Lyonnais-La Tribune-Radio Classique, das Forum of Private Business (FPB), das Institut für Mittelstandsforschung (IfM) Bonn, Small Business Research Trust (SBRT)/Nat West und die japanische SME Agency / Japan Small and Medium Enterprise Corporation haben bisher auf eine Publikation der Umfrageergebnisse im Internet verzichtet.

6. Zusammenfassung

Qualitative KMU-Konjunkturumfragen sind in allen betrachteten OECD-Ländern etwa in gleich hohem Maße verbreitet, wobei in Deutschland eine überdurchschnittlich und in den USA ein unterdurchschnittlich hohe Anzahl von Umfragen ermittelt werden konnte. An der Durchführung von Konjunkturumfragen sind sowohl private und öffentliche Institutionen, Unternehmensverbände als auch Wirtschaftsforschungsinstitute beteiligt.

Im Hinblick auf die untersuchten Merkmale zeichnen sich die Konjunkturumfragen durch eine große Vielfalt aus. So variieren zum Beispiel die Anzahl der befragten und antwortenden Unternehmen sowie die Antwortquoten sehr

²⁰ n = 52.

stark. Eine hohe Anzahl befragter Unternehmen geht oftmals aufgrund längerer Vorbereitungs-, Erhebungs- und Auswertungszeiten mit einer geringeren Periodizität einher. Die Höhe der Antwortquote wird ferner entscheidend durch die Auswahl der befragten Unternehmen und durch die eingesetzten Mittel der Datenbeschaffung beeinflusst.

Die japanischen Konjunkturumfragen zählen hinsichtlich der Anzahl der befragten und antwortenden Unternehmen zu den umfangreichsten (nationalen) Umfragen, die zudem im Schnitt auch die höchsten Antwortquoten erzielen. Die deutschen Konjunkturumfragen zeichnen sich ebenfalls durch eine überdurchschnittlich hohe Anzahl von antwortenden Unternehmen aus. Demgegenüber sind die Konjunkturumfragen in den USA und Großbritannien eher kleiner dimensioniert, wenngleich einige der US-amerikanischen Umfragen sich durch besonders umfangreiche Fragenkataloge auszeichnen.

Die überwiegende Mehrheit der Konjunkturumfragen untersucht die konjunkturelle Entwicklung von Unternehmen des Verarbeitenden Gewerbes sowie des Dienstleistungssektors und weist darüber hinaus einen eindeutigen Mittelstandsfokus auf. Jeweils fast sechs von zehn Konjunkturumfragen stützen sich ausschließlich auf eigene, interne Datenquellen bzw. befragen von Umfrage zu Umfrage einen identischen Kreis von Unternehmen. Telefoninterviews und postalische Fragebögen sind die mit Abstand populärsten Mittel der Datenbeschaffung, wenngleich bereits gut jede vierte Umfrage auf die neuen Informations- und Kommunikationstechnologien zugreift.

Nahezu alle Konjunkturumfragen differenzieren die Umfrageergebnisse nach der Wirtschaftssektorzugehörigkeit der befragten Unternehmen. Jeweils etwa drei Viertel nehmen eine Differenzierung nach Regionen und/oder Beschäftigtengrößeklassen vor. Gut sieben von zehn Umfragen führen eine Gewichtung der Umfrageergebnisse durch. Eine Saisonbereinigung wird dagegen nur von einer Minderheit vorgenommen. Die Ergebnisse der weit überwiegenden Mehrheit der Konjunkturumfragen werden im Internet publiziert, zumeist nur in der jeweiligen Landessprache und in unterschiedlichem Ausmaß. Im Sinne einer erleichterten weltweiten Verbreitung der Umfrageergebnisse wäre es sinnvoll, eine Englisch-sprachige Version bzw. kurze Zusammenfassung im Internet zur Verfügung zu stellen.

Anhang

Tabelle 1: 3i - 3i European Enterprise Barometer

Deutsche Bezeichnung: 3i Europäisches Unternehmensbarometer
 Institution: Investment-Gesellschaft

I.) Erhebungsumfang	
Untersuchte Länder	5 EU-Länder: Deutschland, Frankreich, Großbritannien, Italien, Spanien
Anzahl der befragten und der antwortenden Unternehmen	Von Umfrage zu Umfrage unterschiedlich. Durchschnittlich etwa 1.900 befragte Unternehmen, 600 antwortende Unternehmen; Antwortquote ca. 32 %
Zusammensetzung der befragten Unternehmen (4. Quartal 2002)	<p><i>Wirtschaftssektorverteilung:</i> Landwirtschaft: 1 % Bergbau und Chemie: 9 % Metallverarbeitung, Elektroindustrie: 19 % Sonstiges Verarbeitendes Gewerbe: 20 % Energie- und Wasserversorgung: 1 % Baugewerbe: 3 % Handel, Gastronomie: 14 % Verkehr, Kommunikation: 3 % Finanzwirtschaft, unternehmensbezogene Dienstleistungen: 22 % Sonstige Dienstleistungen: 8 %</p> <p><i>Beschäftigungsverteilung:</i> 1-9 Beschäftigte: 3 % 10-19 Beschäftigte: 5 % 20-49 Beschäftigte: 22 % 50-99 Beschäftigte: 18 % 100-199 Beschäftigte: 22 % 200-249 Beschäftigte: 5 % 250-499 Beschäftigte: 14 % >= 500 Beschäftigte: 10 % keine Angabe: 1 %</p> <p><i>Regionalverteilung:</i> Deutschland: 14,5 % Frankreich: 8,8 % Großbritannien: 65,0 % Italien: 2,4 % Spanien: 9,3 %</p> <p><i>Unternehmensalterverteilung:</i> 0-10 Jahre: 37 % 11-30 Jahre: 34 % 31-50 Jahre: 13 % > 50 Jahre: 14 % keine Angabe: 2 %</p> <p>(jeweils Durchschnitt über alle 5 Länder)</p>
II.) Datenbeschaffung	
Häufigkeit der Konjunkturumfrage	Vierteljährlich
Datenquellen	Eigenes Portfolio von 3i-unterstützten Unternehmen in Deutschland, Frankreich, Großbritannien, Italien und Spanien
Auswahl der Unternehmen	Es wird ein Ausschnitt aus allen 3i-unterstützten Unternehmen befragt, wobei von Umfrage zu Umfrage überwiegend dieselben Unternehmen interviewt werden (mit Ausnahme von Unternehmen, die aus 3i's Portfolio ausscheiden oder neu eintreten).

Mittel der Datenbeschaffung	Großbritannien: Versand und Empfang des Fragebogens per e-mail; Übrige Länder: Fax
Zeitspanne zwischen Befragungsende und Veröffentlichung der Umfrageergebnisse	5 Wochen
III.) Untersuchungsmethodik	
Wesentliche, periodisch wiederkehrende Themengebiete der Konjunkturumfrage	<ul style="list-style-type: none"> • Erwartete Umsatzentwicklung im aktuellen Quartal • Erwartete Rentabilitätsentwicklung im aktuellen Quartal • Erwartete Investitionsentwicklung im aktuellen Quartal • Erwartete Beschäftigungsentwicklung im aktuellen Kalenderjahr <p>Darüber hinaus werden die Unternehmen jeweils gefragt, ob im Vergleich zum Vorjahr das wirtschaftliche und politische Klima günstiger oder ungünstiger ist, um:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ein neues Unternehmen zu gründen • ein existierendes Unternehmen zu expandieren • Unternehmenswachstum durch Übernahmen zu realisieren. <p>Schließlich werden den Unternehmen auch Fragen zu tagesaktuellen Themen gestellt.</p>
Differenzierung der Umfrageergebnisse nach folgenden Kategorien	Land
Analyse einzelner Beschäftigtengrößeklassen	Nein
Gewichtung der Umfrageergebnisse	Ja. Die Ergebnisse werden mit dem BIP der untersuchten Länder gewichtet.
Saisonbereinigung der Umfrageergebnisse	Nein
Berechnung eines Index bezüglich des gegenwärtigen und/oder zukünftigen Geschäftsklimas	Ja. Der Geschäftsklimaindex ("3i European Barometer Index") wird berechnet aus den Antworten der Unternehmen auf die drei Fragen, ob im Vergleich zum Vorjahr das wirtschaftliche und politische Klima günstiger oder ungünstiger ist, um ein neues Unternehmen zu gründen, ein existierendes Unternehmen zu expandieren bzw. Unternehmenswachstum durch Übernahmen zu realisieren.
IV.) Sonstige Informationen	
Bestand der Konjunkturumfrage	Seit 1998
Geplante Veränderungen	Geplant ist die Ausdehnung der Umfrage auf die skandinavischen Länder. Verkürzung der o.g. Auswertungszeit von 5 auf 3,5 Wochen.
Bedeutung und Zielgruppen der Konjunkturumfrage	Die Ergebnisse des Konjunkturbarometers werden zunehmend von Entscheidungsträgern in der Regierung und der Bank of England sowie von sonstigen Finanz- und Wirtschaftsexperten verwendet. Darüber hinaus sind sie auch Grundlage der Wirtschaftsprognosen des Finanzministeriums.
Internet-Adresse	http://www.3i.com
Publikation der Konjunkturumfrage im Internet	Ja. Komplette Version

Tabelle 2: BNP Paribas Lease Group - Enquête PME-PMI. Europe et France

Deutsche Bezeichnung: KMU-Umfrage. Europa und Frankreich
 Institution: Geschäftsbank

I.) Erhebungsumfang	
Untersuchte Länder	Deutschland, Frankreich, Italien, Spanien
Anzahl der befragten und der antwortenden Unternehmen	Frankreich: 100.000 befragte Unternehmen, die ersten 5.000 Antworten werden verarbeitet; Antwortquote ca. 5 %. Deutschland, Italien, Spanien: jeweils 3.000 befragte Unternehmen, jeweils 500 verarbeitete Fragebögen; Antwortquote ca. 17 %.
Zusammensetzung der befragten Unternehmen	<i>(1) Frankreich:</i> <i>Wirtschaftssektorverteilung:</i> Verarbeitendes Gewerbe: 21 % Baugewerbe: 17 % Handel: 28 % Verkehr: 3 % Dienstleistungen: 30 % <i>Beschäftigungsverteilung:</i> 6-9 Beschäftigte: 47 % 10-19 Beschäftigte: 29 % 20-49 Beschäftigte: 19 % 50-99 Beschäftigte: 3 % 100-200 Beschäftigte: 1 % <i>Regionalverteilung:</i> Ile de France: 20 % Westen: 18 % Norden: 9 % Osten: 10 % Zentrum Ost: 16 % Zentrum: 6 % Südosten: 10 % Südwesten: 8 % <i>(2) Deutschland, Italien, Spanien: keine Angaben verfügbar</i>
II.) Datenbeschaffung	
Häufigkeit der Konjunkturumfrage	Jährlich (im Dezember)
Datenquellen	Frankreich: vom nationalen Statistikamt INSEE zur Verfügung gestellte Unternehmensdatenbank SIREN; Deutschland, Italien, Spanien: private Unternehmensdatenbanken nach Vorbild von Dun&Bradstreet
Auswahl der Unternehmen	Zufallsstichprobe aus den Unternehmensdatenbanken
Mittel der Datenbeschaffung	Frankreich: Postalischer Fragebogen; Deutschland, Italien, Spanien: Telefoninterviews
Zeitspanne zwischen Befragungsende und Veröffentlichung der Umfrageergebnisse	5 Wochen
III.) Untersuchungsmethodik	
Wesentliche, periodisch wiederkehrende Themengebiete der Konjunkturumfrage	Tatsächliche Entwicklung im Berichtsjahr im Vergleich zum Vorjahr: <ul style="list-style-type: none"> • Umsatz • Auftragsbestand • Verkaufspreise • Rentabilität • Liquidität • Beschäftigung • Zeitarbeit • Exporttätigkeit • Investitionsvolumen und -motive, Selbstfinanzierungsquote

	<p>Erwartete Entwicklung im nächsten Jahr im Vergleich zum Berichtsjahr:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vertrauen in das eigene Unternehmen bzw. in die Volkswirtschaft • Umsatz • Auftragsbestand • Verkaufspreise • Rentabilität • Beschäftigung • Zeitarbeit <p>Investitionsvolumen</p>
Differenzierung der Umfrageergebnisse nach folgenden Kategorien	Wirtschaftssektor, Beschäftigtengrößenklasse, Region, Sonstige: Internetzugang, Exportaktivitäten
Analyse einzelner Beschäftigtengrößenklassen	6-9, 10-19, 20-49, 50-99, 100-200 Beschäftigte
Gewichtung der Umfrageergebnisse	Ja. Die Antworten werden anhand der Verteilung nach Wirtschaftssektoren, Beschäftigtengröße und Region gewichtet.
Saisonbereinigung der Umfrageergebnisse	Nein
Berechnung eines Index bezüglich des gegenwärtigen und/oder zukünftigen Geschäftsklimas	Nein
IV.) Sonstige Informationen	
Bestand der Konjunkturumfrage	Seit 1998
Geplante Veränderungen	Es sind derzeit keine Änderungen geplant.
Bedeutung und Zielgruppen der Konjunkturumfrage	Hauptzielgruppen der Umfrage sind Spezialisten der Volks- und Betriebswirtschaft. Ihnen soll ein genaues Bild der Wirtschaftsaktivitäten kleiner und mittlerer Unternehmen in den vier wichtigsten Ländern der Euro-Zone vermittelt werden.
Internet-Adresse	http://www.bnpparibas-leasegroup.com
Publikation der Konjunkturumfrage im Internet	Ja. Komplette Version

Tabelle 3: Eurochambres - Eurochambres Economic Survey

Deutsche Bezeichnung: Eurochambres Wirtschaftsumfrage
 Institution: Vereinigung europäischer Industrie- und Handelskammern

I.) Erhebungsumfang	
Untersuchte Länder	Insgesamt 25 Länder (15 EU-Mitgliedsländer + 10 Kandidatenländer): Belgien, Dänemark, Deutschland, Finnland, Frankreich, Griechenland, Großbritannien, Irland, Italien, Luxemburg, Niederlande, Österreich, Portugal, Schweden, Spanien + Bulgarien, Estland, Malta, Polen, Rumänien, Slowakei, Slowenien, Tschechien, Ungarn, Zypern
Anzahl der befragten und der antwortenden Unternehmen	Ca. 100.000 antwortende Unternehmen
Zusammensetzung der befragten Unternehmen	Im Detail von Land zu Land unterschiedlich. <i>Wirtschaftssektorverteilung:</i> Verarbeitendes Gewerbe Dienstleistungen <i>Beschäftigungsverteilung:</i> KMU stellen die weit überwiegende Mehrheit der befragten Unternehmen <i>Regionalverteilung:</i> 120 Regionen in 25 europäischen Ländern
II.) Datenbeschaffung	
Häufigkeit der Konjunkturumfrage	Jährlich
Datenquellen	Eigene Unternehmensdatenbanken der jeweiligen Industrie- und Handelskammern in den teilnehmenden Ländern (Mitgliederlisten)
Auswahl der Unternehmen	Von Land zu Land unterschiedlich. In einigen Ländern (z.B. in Deutschland) werden jedes Jahr dieselben Unternehmen befragt, wohingegen in anderen Ländern (z.B. in Frankreich) die Unternehmen per Zufallsstichprobe ermittelt werden.
Mittel der Datenbeschaffung	Von Land zu Land unterschiedlich. Die Mehrzahl der Länder verwendet jedoch folgende Mittel der Datenbeschaffung: Postalischer Fragebogen, Telefoninterviews, Online-Befragung
Zeitspanne zwischen Befragungsende und Veröffentlichung der Umfrageergebnisse	Ca. 2-3 Monate
III.) Untersuchungsmethodik	
Wesentliche, periodisch wiederkehrende Themengebiete der Konjunkturumfrage	Für folgende sechs Indikatoren werden die Unternehmen sowohl (1) nach der tatsächlichen Entwicklung im Berichtsjahr im Vergleich zum Vorjahr als auch (2) nach der erwarteten Entwicklung im Folgejahr befragt: <ul style="list-style-type: none"> • Gesamtumsatz • Inlandsumsatz • Auslandsumsatz • Beschäftigung • Investitionen • Geschäftsklima (Einfluss der allgemeinen Wirtschaftslage auf die Unternehmensaktivitäten)
Differenzierung der Umfrageergebnisse nach folgenden Kategorien	Wirtschaftssektor, Beschäftigtengrößenklasse, Region, Sonstige: Euro-Zone vs. EU-Mitgliedsländer der Non-Euro Zone; EU-Mitgliedsländer vs. EU-Kandidatenländer; Unterentwickelte EU-Regionen vs. sonstige EU-Regionen
Analyse einzelner Beschäftigtengrößenklassen	Nein. In dem veröffentlichten Gesamtbericht wird keine Differenzierung nach Beschäftigtengrößenklassen vorgenommen.
Gewichtung der Umfrageergebnisse	Ja. Die Ergebnisse werden sowohl auf regionaler und nationaler Ebene (von den jeweiligen Industrie- und Handelskammern) als auch auf europäischer Ebene (von Eurochambres mittels BIP-Daten) gewichtet.

Saisonbereinigung der Umfrageergebnisse	Nein
Berechnung eines Index bezüglich des gegenwärtigen und/oder zukünftigen Geschäftsklimas	Nein
IV.) Sonstige Informationen	
Bestand der Konjunkturumfrage	Seit 1993
Geplante Veränderungen	Es sind keine grundlegenden Änderungen geplant.
Bedeutung und Zielgruppen der Konjunkturumfrage	Die Hauptnutzer sind Entscheidungsträger in Politik und Wirtschaft, sowie die Medien. Der Hauptvorteil besteht darin, dass die Umfrage nicht nur die Ergebnisse auf nationaler Ebene ausweist, sondern darüber hinaus auch eine regionale Differenzierung vornimmt.
Internet-Adresse	http://www.eurochambres.be Auf der Internet-Seite von Eurochambres können darüber hinaus die nationalen Auswertungen der teilnehmenden Länder heruntergeladen werden.
Publikation der Konjunkturumfrage im Internet	Ja. Komplette Version

Tabelle 4: Europäische Kommission - Business Survey Carried out among Managements in the Community (Industry Survey)

Deutsche Bezeichnung: Konjunkturumfrage bei den Unternehmen in der Gemeinschaft (Industrieumfrage)
 Institution: Europäische Kommission

I.) Erhebungsumfang	
Untersuchte Länder	15 EU-Mitgliedsländer: Belgien, Dänemark, Deutschland, Finnland, Frankreich, Griechenland, Großbritannien, Irland, Italien, Luxemburg, Niederlande, Österreich, Portugal, Schweden, Spanien
Anzahl der befragten und der antwortenden Unternehmen	24.416 befragte Unternehmen; Antwortquote von Land zu Land unterschiedlich (zwischen 65 % und 95 %)
Zusammensetzung der befragten Unternehmen	<i>Wirtschaftssektorverteilung:</i> unterteilt in 56 Branchen <i>Beschäftigungsverteilung:</i> < 50 Beschäftigte 50-249 Beschäftigte >= 250 Beschäftigte <i>Regionalverteilung:</i> Belgien: 8,0 % Dänemark: 2,0 % Deutschland: 15,4 % Finnland: 2,7 % Frankreich: 16,4 % Griechenland: 5,2 % Großbritannien: 4,3 % Irland: 0,8 % Italien: 16,8 % Luxemburg: - Niederlande: 7,0 % Österreich: 2,7 % Portugal: 4,6 % Schweden: 4,5 % Spanien: 9,4 %
II.) Datenbeschaffung	
Häufigkeit der Konjunkturumfrage	Monatlich
Datenquellen	Die publizierten Daten basieren auf Umfragen, die monatlich im Rahmen des "Joint Harmonised EU Programme of Business and Consumer Surveys" in den EU-Mitgliedsstaaten von öffentlichen und privaten Instituten durchgeführt werden. Die Datenquellen sind dabei von Land zu Land unterschiedlich, u.a. Unternehmensregister, Unternehmensdatenbanken etc.
Auswahl der Unternehmen	In der Regel wird ein konstantes Sample von Unternehmen befragt. Um die Antwortquote zu erhöhen, modifizieren einige Länder von Monat zu Monat ihr Sample.
Mittel der Datenbeschaffung	Von Land zu Land unterschiedlich. Im Wesentlichen werden folgende Mittel der Datenbeschaffung verwendet: Postalischer Fragebogen, Telefoninterviews, Online Befragung, Versand und Empfang des Fragebogens per e-mail
Zeitspanne zwischen Befragungsende und Veröffentlichung der Umfrageergebnisse	ca. 2-3 Wochen
III.) Untersuchungsmethodik	
Wesentliche, periodisch wiederkehrende Themengebiete der Konjunkturumfrage	<ul style="list-style-type: none"> • Produktionstrend in der nahen Vergangenheit • Aktueller Auftragsbestand • Aktueller Bestand an Auslandsaufträgen • Lagerbestand an Fertigprodukten • Produktionserwartungen für die nächsten Monate • Verkaufspreiserwartungen für die nächsten Monate • Beschäftigungserwartungen für die nächsten Monate

	<p>Ergänzend werden den Unternehmen vierteljährlich folgende Fragen gestellt:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Faktoren, die die Produktion begrenzen • Ausmaß der Produktionskapazitäten • Zugesicherte Produktionsaufträge in Monaten • Entwicklung der Neuaufträge in der nahen Vergangenheit • Exportaussichten für die nächsten Monate • Kapazitätsauslastung • Entwicklung der Wettbewerbsposition auf dem Inlandsmarkt • Entwicklung der Wettbewerbsposition auf dem Auslandsmarkt innerhalb der EU <p>Entwicklung der Wettbewerbsposition auf Auslandsmärkten außerhalb der EU</p>
Differenzierung der Umfrageergebnisse nach folgenden Kategorien	Wirtschaftssektor (56 Branchen), Land
Analyse einzelner Unternehmensgrößenklassen	Nein
Gewichtung der Umfrageergebnisse	Ja. Auf nationaler sowie auf europäischer Ebene
Saisonbereinigung der Umfrageergebnisse	Ja. Alle Daten sind mit DAINTRIES, einer von Eurostat entwickelten Methode, saisonal bereinigt.
Berechnung eines Index bezüglich des gegenwärtigen und/oder zukünftigen Geschäftsklimas	<p>Ja. (1) Vertrauensindikator Industrie ("Industrial Confidence Indicator"): Der seit 1985 monatlich berechnete Vertrauensindikator Industrie ist der arithmetische Durchschnitt der saldierten, saisonal bereinigten Antworten der Unternehmen auf die folgenden Fragen: aktueller Auftragsbestand, Lagerbestand an Fertigprodukten, Produktionserwartungen für die nächsten Monate.</p> <p>(2) Economic Sentiment Indicator (ESI): Ebenfalls seit 1985 wird monatlich der Economic Sentiment Indicator berechnet, der die gesamte wirtschaftliche Aktivität in der EU widerspiegeln soll. Der Indikator kombiniert die Einschätzungen von Unternehmen und Konsumenten. In den ESI gehen vier von der Europäischen Kommission berechnete Vertrauensindikatoren mit folgendem Gewicht ein: Industrial Confidence Indicator (40 %), Consumer Confidence Indicator (20 %), Construction Confidence Indicator (20 %), Retail Trade Confidence Indicator (20 %).</p>
IV.) Sonstige Informationen	
Bestand der Konjunkturumfrage	Seit 1962
Geplante Veränderungen	Mehrere, laufende Veränderungen, u.a. (1) Aufnahme von Unternehmen aus den EU-Kandidatenländern in die Umfrage und (2) zusätzliche (quantitative) Fragen zur Preisentwicklung.
Bedeutung und Zielgruppen der Konjunkturumfrage	Die Umfrage ermöglicht Vergleiche der konjunkturellen Entwicklung in den einzelnen EU-Mitgliedsstaaten. Einer der Hauptvorteile ist die monatliche Verfügbarkeit von aktuellen, harmonisierten Daten. Die Berechnung eines aussagekräftigen Konjunkturindex für die Euro-Zone und für die EU insgesamt ist ein wichtiges Instrument, um die EU-Institutionen, die Mitgliedsstaaten und die unterschiedlichsten Entscheidungsträger in Politik und Wirtschaft über die aktuelle konjunkturelle Situation im Verarbeitenden Gewerbe der EU zu informieren.
Internet-Adresse	http://europa.eu.int/comm/economy_finance/indicators/businessandconsumersurveys_en.htm
Publikation der Konjunkturumfrage im Internet	Ja. Kurze Zusammenfassung (Zahlenübersicht)

Tabelle 5: Europäische Kommission - Business Survey Carried out among Managements in the Community (Construction Survey)

Deutsche Bezeichnung: Konjunkturumfrage bei den Unternehmen in der Gemeinschaft (Umfrage in der Bauwirtschaft)
 Institution: Europäische Kommission

I.) Erhebungsumfang	
Untersuchte Länder	15 EU-Mitgliedsländer: Belgien, Dänemark, Deutschland, Finnland, Frankreich, Griechenland, Großbritannien, Irland, Italien, Luxemburg, Niederlande, Österreich, Portugal, Schweden, Spanien
Anzahl der befragten und der antwortenden Unternehmen	9.176 befragte Unternehmen; Antwortquote von Land zu Land unterschiedlich (zwischen 65 % und 95 %)
Zusammensetzung der befragten Unternehmen	<i>Wirtschaftssektorverteilung:</i> unterteilt in 9 Branchen <i>Beschäftigungsverteilung:</i> < 50 Beschäftigte 50-249 Beschäftigte >= 250 Beschäftigte <i>Regionalverteilung:</i> Belgien: 11,4 % Dänemark: 8,7 % Deutschland: 14,8 % Finnland: 0,9 % Frankreich: 27,2 % Griechenland: 5,0 % Großbritannien: 8,2 % Irland: 1,3 % Italien: 5,4 % Luxemburg: - Niederlande: 6,5 % Österreich: 1,7 % Portugal: 3,3 % Schweden: 1,3 % Spanien: 4,1 %
II.) Datenbeschaffung	
Häufigkeit der Konjunkturumfrage	Monatlich
Datenquellen	Die publizierten Daten basieren auf Umfragen, die monatlich im Rahmen des "Joint Harmonised EU Programme of Business and Consumer Surveys" in den EU-Mitgliedsstaaten von öffentlichen und privaten Instituten durchgeführt werden. Die Datenquellen sind dabei von Land zu Land unterschiedlich, u.a. Unternehmensregister, Unternehmensdatenbanken etc.
Auswahl der Unternehmen	In der Regel wird ein konstantes Sample von Unternehmen befragt. Um die Antwortquote zu erhöhen, modifizieren einige Länder von Monat zu Monat ihr Sample.
Mittel der Datenbeschaffung	Von Land zu Land unterschiedlich. Im Wesentlichen werden folgende Mittel der Datenbeschaffung verwendet: Postalischer Fragebogen, Telefoninterviews, Online Befragung, Versand und Empfang des Fragebogens per e-mail
Zeitspanne zwischen Befragungsende und Veröffentlichung der Umfrageergebnisse	ca. 2-3 Wochen
III.) Untersuchungsmethodik	
Wesentliche, periodisch wiederkehrende Themengebiete der Konjunkturumfrage	<ul style="list-style-type: none"> • Wirtschaftsaktivität im Vergleich zum Vormonat • Faktoren, die die Wirtschaftsaktivität begrenzen • Aktueller Auftragsbestand • Erwartete Beschäftigungsentwicklung in den nächsten Monaten • Erwartete Preisentwicklung in den nächsten Monaten <p>Ergänzend wird den Unternehmen vierteljährlich folgende Frage gestellt:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Zugesicherte Aufträge in Monaten

Differenzierung der Umfrageergebnisse nach folgenden Kategorien	Wirtschaftssektor (9 Branchen), Land
Analyse einzelner Beschäftigtengrößenklassen	Nein
Gewichtung der Umfrageergebnisse	Ja. Auf nationaler sowie auf europäischer Ebene
Saisonbereinigung der Umfrageergebnisse	Ja. Alle Daten sind mit DAINTRIES, einer von Eurostat entwickelten Methode, saisonal bereinigt.
Berechnung eines Index bezüglich des gegenwärtigen und/oder zukünftigen Geschäftsklimas	Ja. (1) Vertrauensindikator Baugewerbe ("Construction Confidence Indicator"): Der seit 1985 monatlich berechnete Vertrauensindikator Baugewerbe ist der arithmetische Durchschnitt der saldierten, saisonal bereinigten Antworten der Unternehmen auf die folgenden Fragen: aktueller Auftragsbestand, erwartete Beschäftigungsentwicklung in den nächsten Monaten. (2) Economic Sentiment Indicator (ESI): Ebenfalls seit 1985 wird monatlich der Economic Sentiment Indicator berechnet, der die gesamte wirtschaftliche Aktivität in der EU widerspiegeln soll. Der Indikator kombiniert die Einschätzungen von Unternehmen und Konsumenten. In den ESI gehen vier von der Europäischen Kommission berechnete Vertrauensindikatoren mit folgendem Gewicht ein: Industrial Confidence Indicator (40 %), Consumer Confidence Indicator (20 %), Construction Confidence Indicator (20 %), Retail Trade Confidence Indicator (20 %).
IV.) Sonstige Informationen	
Bestand der Konjunkturumfrage	Seit 1966
Geplante Veränderungen	Mehrere, laufende Veränderungen, u.a. (1) Aufnahme von Unternehmen aus den EU-Kandidatenländern in die Umfrage und (2) zusätzliche (quantitative) Fragen zur Preisentwicklung.
Bedeutung und Zielgruppen der Konjunkturumfrage	Die Umfrage ermöglicht Vergleiche der konjunkturellen Entwicklung in den einzelnen EU-Mitgliedsstaaten. Einer der Hauptvorteile ist die monatliche Verfügbarkeit von aktuellen, harmonisierten Daten. Die Berechnung eines aussagekräftigen Konjunkturindex für die Euro-Zone und für die EU insgesamt ist ein wichtiges Instrument, um die EU-Institutionen, die Mitgliedsstaaten und die unterschiedlichsten Entscheidungsträger in Politik und Wirtschaft über die aktuelle konjunkturelle Situation im Baugewerbe der EU zu informieren.
Internet-Adresse	http://europa.eu.int/comm/economy_finance/indicators/businessandconsumersurveys_en.htm
Publikation der Konjunkturumfrage im Internet	Ja. Kurze Zusammenfassung (Zahlenübersicht)

Tabelle 6: Europäische Kommission - Business Survey Carried out among Managements in the Community (Retail Trade Survey)

Deutsche Bezeichnung: Konjunkturumfrage bei den Unternehmen in der Gemeinschaft (Einzelhandelsumfrage)
 Institution: Europäische Kommission

I.) Erhebungsumfang	
Untersuchte Länder	15 EU-Mitgliedsländer: Belgien, Dänemark, Deutschland, Finnland, Frankreich, Griechenland, Großbritannien, Irland, Italien, Luxemburg, Niederlande, Österreich, Portugal, Schweden, Spanien
Anzahl der befragten und der antwortenden Unternehmen	15.036 befragte Unternehmen; Antwortquote von Land zu Land unterschiedlich (zwischen 65 % und 95 %)
Zusammensetzung der befragten Unternehmen	<i>Wirtschaftssektorverteilung:</i> unterteilt in 9 Branchen <i>Beschäftigungsverteilung:</i> < 50 Beschäftigte 50-249 Beschäftigte >= 250 Beschäftigte <i>Regionalverteilung:</i> Belgien: 9,6 % Dänemark: 2,0 % Deutschland: 6,8 % Finnland: 3,2 % Frankreich: 26,6 % Griechenland: 4,9 % Großbritannien: 1,9 % Irland: 3,7 % Italien: 6,7 % Luxemburg: - Niederlande: 2,7 % Österreich: 21,3 % Portugal: 2,6 % Schweden: 4,5 % Spanien: 3,6 %
II.) Datenbeschaffung	
Häufigkeit der Konjunkturumfrage	Monatlich
Datenquellen	Die publizierten Daten basieren auf Umfragen, die monatlich im Rahmen des "Joint Harmonised EU Programme of Business and Consumer Surveys" in den EU-Mitgliedsstaaten von öffentlichen und privaten Instituten durchgeführt werden. Die Datenquellen sind dabei von Land zu Land unterschiedlich, u.a. Unternehmensregister, Unternehmensdatenbanken etc.
Auswahl der Unternehmen	In der Regel wird ein konstantes Sample von Unternehmen befragt. Um die Antwortquote zu erhöhen, modifizieren einige Länder von Monat zu Monat ihr Sample.
Mittel der Datenbeschaffung	Von Land zu Land unterschiedlich. Im Wesentlichen werden folgende Mittel der Datenbeschaffung verwendet: Postalischer Fragebogen, Telefoninterviews, Online Befragung, Versand und Empfang des Fragebogens per e-mail
Zeitspanne zwischen Befragungsende und Veröffentlichung der Umfrageergebnisse	ca. 2-3 Wochen

III.) Untersuchungsmethodik	
Wesentliche, periodisch wiederkehrende Themengebiete der Konjunkturumfrage	<ul style="list-style-type: none"> • Aktuelle Umsatzlage • Lagerbestand • Entwicklung eigener Beschaffungsaufträge in den nächsten drei Monaten • Geschäftsaussichten für die nächsten sechs Monate • Geplante Beschäftigungsentwicklung in den nächsten drei Monaten
Differenzierung der Umfrageergebnisse nach folgenden Kategorien	Wirtschaftssektor (9 Branchen), Land
Analyse einzelner Beschäftigtengrößenklassen	Nein
Gewichtung der Umfrageergebnisse	Ja. Auf nationaler sowie auf europäischer Ebene
Saisonbereinigung der Umfrageergebnisse	Ja. Alle Daten sind mit DAINTRIES, einer von Eurostat entwickelten Methode, saisonal bereinigt.
Berechnung eines Index bezüglich des gegenwärtigen und/oder zukünftigen Geschäftsklimas	<p>Ja. (1) Vertrauensindikator Einzelhandel ("Retail Trade Confidence Indicator"):</p> <p>Der seit 1985 monatlich berechnete Vertrauensindikator Einzelhandel ist der arithmetische Durchschnitt der saldierten, saisonal bereinigten Antworten der Unternehmen auf die folgenden Fragen: aktuelle Umsatzlage, Lagerbestand, Geschäftsaussichten für die nächsten sechs Monate.</p> <p>(2) Economic Sentiment Indicator (ESI):</p> <p>Ebenfalls seit 1985 wird monatlich der Economic Sentiment Indicator berechnet, der die gesamte wirtschaftliche Aktivität in der EU widerspiegeln soll. Der Indikator kombiniert die Einschätzungen von Unternehmen und Konsumenten. In den ESI gehen vier von der Europäischen Kommission berechnete Vertrauensindikatoren mit folgendem Gewicht ein: Industrial Confidence Indicator (40 %), Consumer Confidence Indicator (20 %), Construction Confidence Indicator (20 %), Retail Trade Confidence Indicator (20 %).</p>
IV.) Sonstige Informationen	
Bestand der Konjunkturumfrage	Seit 1984
Geplante Veränderungen	Mehrere, laufende Veränderungen, u.a. (1) Aufnahme von Unternehmen aus den EU-Kandidatenländern in die Umfrage und (2) zusätzliche (quantitative) Fragen zur Preisentwicklung.
Bedeutung und Zielgruppen der Konjunkturumfrage	<p>Die Umfrage ermöglicht Vergleiche der konjunkturellen Entwicklung in den einzelnen EU-Mitgliedsstaaten. Einer der Hauptvorteile ist die monatliche Verfügbarkeit von aktuellen, harmonisierten Daten.</p> <p>Die Berechnung eines aussagekräftigen Konjunkturindex für die Euro-Zone und für die EU insgesamt ist ein wichtiges Instrument, um die EU-Institutionen, die Mitgliedsstaaten und die unterschiedlichsten Entscheidungsträger in Politik und Wirtschaft über die aktuelle konjunkturelle Situation im Einzelhandel der EU zu informieren.</p>
Internet-Adresse	http://europa.eu.int/comm/economy_finance/indicators/businessandconsumersurveys_en.htm
Publikation der Konjunkturumfrage im Internet	Ja. Kurze Zusammenfassung (Zahlenübersicht)

Tabelle 7: Europäische Kommission - Business Survey Carried out among Managements in the Community (Service Sector Survey)

Deutsche Bezeichnung: Konjunkturumfrage bei den Unternehmen in der Gemeinschaft (Dienstleistungsumfrage)
 Institution: Europäische Kommission

I.) Erhebungsumfang	
Untersuchte Länder	15 EU-Mitgliedsländer: Belgien, Dänemark, Deutschland, Finnland, Frankreich, Griechenland, Großbritannien, Irland, Italien, Luxemburg, Niederlande, Österreich, Portugal, Schweden, Spanien
Anzahl der befragten und der antwortenden Unternehmen	18.086 befragte Unternehmen; Antwortquote von Land zu Land unterschiedlich (zwischen 65 % und 95 %)
Zusammensetzung der befragten Unternehmen	<i>Wirtschaftssektorverteilung:</i> unterteilt in 19 Branchen <i>Beschäftigungsverteilung:</i> < 50 Beschäftigte 50-249 Beschäftigte >= 250 Beschäftigte <i>Regionalverteilung:</i> Belgien: 6,6 % Dänemark: 2,8 % Deutschland: 23,4 % Finnland: 0,4 % Frankreich: 24,9 % Griechenland: 6,2 % Großbritannien: 4,4 % Irland: 3,3 % Italien: 5,5 % Luxemburg: - Niederlande: 2,2 % Österreich: 5,3 % Portugal: 4,9 % Schweden: 6,1 % Spanien: 3,9 %
II.) Datenbeschaffung	
Häufigkeit der Konjunkturumfrage	Monatlich
Datenquellen	Die publizierten Daten basieren auf Umfragen, die monatlich im Rahmen des "Joint Harmonised EU Programme of Business and Consumer Surveys" in den EU-Mitgliedsstaaten von öffentlichen und privaten Instituten durchgeführt werden. Die Datenquellen sind dabei von Land zu Land unterschiedlich, u.a. Unternehmensregister, Unternehmensdatenbanken etc.
Auswahl der Unternehmen	In der Regel wird ein konstantes Sample von Unternehmen befragt. Um die Antwortquote zu erhöhen, modifizieren einige Länder von Monat zu Monat ihr Sample.
Mittel der Datenbeschaffung	Von Land zu Land unterschiedlich. Im Wesentlichen werden folgende Mittel der Datenbeschaffung verwendet: Postalischer Fragebogen, Telefoninterviews, Online Befragung, Versand und Empfang des Fragebogens per e-mail
Zeitspanne zwischen Befragungsende und Veröffentlichung der Umfrageergebnisse	ca. 2-3 Wochen
III.) Untersuchungsmethodik	
Wesentliche, periodisch wiederkehrende Themengebiete der Konjunkturumfrage	<ul style="list-style-type: none"> • Geschäftsklima • Nachfrageentwicklung in der nahen Vergangenheit • Erwartete Nachfrageentwicklung in den nächsten Monaten • Beschäftigungsentwicklung in der nahen Vergangenheit • Erwartete Beschäftigungsentwicklung in den nächsten Monaten
Differenzierung der Umfrageergebnisse nach folgenden Kategorien	Wirtschaftssektor (19 Branchen), Land
Analyse einzelner Beschäftigtengrößklassen	Nein

Gewichtung der Umfrageergebnisse	Ja. Auf nationaler sowie auf europäischer Ebene
Saisonbereinigung der Umfrageergebnisse	Ja. Alle Daten sind mit DAINTRIES, einer von Eurostat entwickelten Methode, saisonal bereinigt.
Berechnung eines Index bezüglich des gegenwärtigen und/oder zukünftigen Geschäftsklimas	Ja. Vertrauensindikator Dienstleistungen ("Services Confidence Indicator"): Der seit 1995 monatlich berechnete Vertrauensindikator Dienstleistungen ist der arithmetische Durchschnitt der saldierten, saisonal bereinigten Antworten der Unternehmen auf die folgenden Fragen: Geschäftsklima, Nachfrageentwicklung in der nahen Vergangenheit, erwartete Nachfrageentwicklung in den nächsten Monaten.
IV.) Sonstige Informationen	
Bestand der Konjunkturumfrage	Seit 1996
Geplante Veränderungen	Mehrere, laufende Veränderungen, u.a. (1) Aufnahme von Unternehmen aus den EU-Kandidatenländern in die Umfrage und (2) zusätzliche (quantitative) Fragen zur Preisentwicklung.
Bedeutung und Zielgruppen der Konjunkturumfrage	Die Umfrage ermöglicht Vergleiche der konjunkturellen Entwicklung in den einzelnen EU-Mitgliedsstaaten. Einer der Hauptvorteile ist die monatliche Verfügbarkeit von aktuellen, harmonisierten Daten. Die Berechnung eines aussagekräftigen Konjunkturindex für die Euro-Zone und für die EU insgesamt ist ein wichtiges Instrument, um die EU-Institutionen, die Mitgliedsstaaten und die unterschiedlichsten Entscheidungsträger in Politik und Wirtschaft über die aktuelle konjunkturelle Situation im Dienstleistungssektor der EU zu informieren.
Internet-Adresse	http://europa.eu.int/comm/economy_finance/indicators/businessandconsumersurveys_en.htm
Publikation der Konjunkturumfrage im Internet	Ja. Kurze Zusammenfassung (Zahlenübersicht)

Tabelle 8: Grant Thornton International (GTI) and Business Strategies Ltd - European Business Survey

Deutsche Bezeichnung: Europäische Wirtschaftsumfrage
 Institutionen: Unternehmensberatungsgesellschaften

I.) Erhebungsumfang																					
Untersuchte Länder	19 Länder (15 EU-Mitgliedsländer + 4 weitere Länder): Belgien, Dänemark, Deutschland, Finnland, Frankreich, Griechenland, Großbritannien, Irland, Italien, Luxemburg, Niederlande, Österreich, Portugal, Schweden, Spanien + Norwegen, Polen, Schweiz, Türkei																				
Anzahl der befragten und der antwortenden Unternehmen	59.175 befragte Unternehmen, 4.990 antwortende Unternehmen; Antwortquote 8,4 %. Die Antwortquote variiert je nach Land relativ stark zwischen 4,5 % in den Niederlanden und 14,7 % in Finnland.																				
Zusammensetzung der befragten Unternehmen	<p><i>Wirtschaftssektorverteilung:</i> Verarbeitendes Gewerbe: 36 % Baugewerbe: 10 % Handel: 23 % Finanzdienstleistungen: 1 % Sonstige Dienstleistungen: 29 %</p> <p><i>Beschäftigungsverteilung:</i> 1-10 Beschäftigte: 14 % 11-25 Beschäftigte: 40 % 26-50 Beschäftigte: 33 % 51-100 Beschäftigte: 7 % 101-200 Beschäftigte: 3 % 201-250 Beschäftigte: 1 % 251-350 Beschäftigte: 1 % 351-500 Beschäftigte: 1 % >= 501 Beschäftigte: 1 %</p> <p><i>Umsatzverteilung:</i> 0-2,4 Million EUR: 40 % 2,5-6,9 Million EUR: 37 % 7-14,9 Million EUR: 12 % 15-34,9 Million EUR: 6 % 35-69,9 Million EUR: 2 % >= 70 Million EUR: 2 %</p> <p><i>Regionalverteilung:</i></p> <table data-bbox="592 1496 1423 1771"> <tr> <td>Belgien: 3,9 %</td> <td>Niederlande: 3,0 %</td> </tr> <tr> <td>Dänemark: 4,0 %</td> <td>Österreich: 3,1 %</td> </tr> <tr> <td>Deutschland: 11,1 %</td> <td>Portugal: 3,6 %</td> </tr> <tr> <td>Finnland: 4,8 %</td> <td>Schweden: 3,6 %</td> </tr> <tr> <td>Frankreich: 8,3 %</td> <td>Spanien: 4,3 %</td> </tr> <tr> <td>Griechenland: 3,8 %</td> <td>Norwegen: 5,7 %</td> </tr> <tr> <td>Großbritannien: 11,7 %</td> <td>Polen: 5,3 %</td> </tr> <tr> <td>Irland: 3,4 %</td> <td>Schweiz: 4,3 %</td> </tr> <tr> <td>Italien: 10,5 %</td> <td>Türkei: 3,0 %</td> </tr> <tr> <td>Luxemburg: 2,5 %</td> <td></td> </tr> </table> <p><i>Unternehmensalterverteilung:</i> 0-5 Jahre: 6 % 6-10 Jahre: 14 % 11-15 Jahre: 18 % 16-25 Jahre: 18 % > 26 Jahre: 42 %</p> <p>(jeweils Durchschnitt über alle 19 Länder)</p>	Belgien: 3,9 %	Niederlande: 3,0 %	Dänemark: 4,0 %	Österreich: 3,1 %	Deutschland: 11,1 %	Portugal: 3,6 %	Finnland: 4,8 %	Schweden: 3,6 %	Frankreich: 8,3 %	Spanien: 4,3 %	Griechenland: 3,8 %	Norwegen: 5,7 %	Großbritannien: 11,7 %	Polen: 5,3 %	Irland: 3,4 %	Schweiz: 4,3 %	Italien: 10,5 %	Türkei: 3,0 %	Luxemburg: 2,5 %	
Belgien: 3,9 %	Niederlande: 3,0 %																				
Dänemark: 4,0 %	Österreich: 3,1 %																				
Deutschland: 11,1 %	Portugal: 3,6 %																				
Finnland: 4,8 %	Schweden: 3,6 %																				
Frankreich: 8,3 %	Spanien: 4,3 %																				
Griechenland: 3,8 %	Norwegen: 5,7 %																				
Großbritannien: 11,7 %	Polen: 5,3 %																				
Irland: 3,4 %	Schweiz: 4,3 %																				
Italien: 10,5 %	Türkei: 3,0 %																				
Luxemburg: 2,5 %																					

II.) Datenbeschaffung	
Häufigkeit der Konjunkturumfrage	Jährlich
Datenquellen	Dun&Bradstreet-Unternehmensdatenbanken bzw. in einigen Ländern sonstige zuverlässige Unternehmensdatenbanken
Auswahl der Unternehmen	Unternehmen, die in den Vorjahren an der Umfrage teilgenommen haben, werden erneut kontaktiert. Ergänzend wird das Sample regelmäßig aufgefrischt.
Mittel der Datenbeschaffung	Postalischer Fragebogen
Zeitspanne zwischen Befragungsende und Veröffentlichung der Umfrageergebnisse	Ca. 6 Monate bis zur Veröffentlichung des Endberichts. Ausgewählte Teile des Berichts werden bereits früher (nach ca. zwei Monaten) als Pressemitteilung publiziert.
III.) Untersuchungsmethodik	
Wesentliche, periodisch wiederkehrende Themengebiete der Konjunkturumfrage	<p>Die Unternehmen werden bezüglich folgender zehn Indikatoren nach der erwarteten Entwicklung im folgenden Jahr befragt:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Produktionsvolumen • Beschäftigung • Rentabilität • Exportvolumen • Verkaufspreise • Ausrüstungsinvestitionen • Gebäudeinvestitionen • Aus- und Weiterbildung • Forschung und Entwicklung • Werbung <p>Daneben werden folgende Informationen erhoben:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Wichtige Faktoren, die das Unternehmenswachstum in kurz- und langfristiger Sicht behindern • Unternehmensziele für das nächste Jahr • Beschäftigungsentwicklung im letzten Jahr <p>Ergänzend werden noch zusätzliche, wechselnde Fragen zu weiteren Themengebieten gestellt.</p>
Differenzierung der Umfrageergebnisse nach folgenden Kategorien	<p>Wirtschaftssektor, Beschäftigtengrößenklasse, Umsatzgrößenklasse, Region, Unternehmensalter</p> <p>Im veröffentlichten Bericht werden die Ergebnisse je nach Fragestellung nach unterschiedlichen Kategorien differenziert ausgewiesen, hauptsächlich nach Ländern, Beschäftigtengrößenklassen und Unternehmensalter. Grundsätzlich können jedoch sämtliche Fragen nach allen vorgenannten Kategorien ausgewertet werden.</p>
Analyse einzelner Beschäftigtengrößenklassen	11-50, 51-250 Beschäftigte
Gewichtung der Umfrageergebnisse	Ja. Zunächst wird eine Gewichtung der Länderergebnisse vorgenommen. Danach erfolgt eine Gewichtung auf länderübergreifender Ebene, um verschiedene Durchschnittswerte zu ermitteln (z.B. EU, Eurozone etc.).
Saisonbereinigung der Umfrageergebnisse	Nein. Die Umfrage wird jedes Jahr zur selben Zeit durchgeführt.
Berechnung eines Index bezüglich des gegenwärtigen und/oder zukünftigen Geschäftsklimas	Nein, es wird kein zusammengesetzter Indikator berechnet.
IV.) Sonstige Informationen	
Bestand der Konjunkturumfrage	Seit 1992
Geplante Veränderungen	<p>In 2003 ändert sich die Ausrichtung der Konjunkturumfrage. Im Rahmen des "International Business Owners' Survey" (IBOS) werden von nun an ca. 6.000 Interviews mit Unternehmern in 19 Ländern durchgeführt (Europa, Afrika, Asien-Pazifik und Nord- und Südamerika).</p> <p>Mit der weltweiten Umfrage (G8-Länder plus elf weitere Länder) werden mehr als 60 % des weltweiten BIP und ca. 90 % des EU-BIP abgedeckt.</p>

Bedeutung und Zielgruppen der Konjunkturumfrage	Die Umfrage ist europaweit eine der umfangreichsten ihrer Art. Im Laufe von zehn Jahren hat GTI einen umfangreichen Datenbestand hinsichtlich der Entwicklung von europäischen KMU aufgebaut.
Internet-Adresse	http://www.gti.org bzw. http://www.grantthorntonIBOS.com
Publikation der Konjunkturumfrage im Internet	Ja. Kompletversion

Tabelle 9: Bundesverband Junger Unternehmer (BJU) - BJU-Konjunkturumfrage

Institution: Unternehmerverband

I.) Erhebungsumfang	
Untersuchtes Land	Deutschland
Anzahl der befragten und der antwortenden Unternehmen	2.500 befragte Unternehmen, ca. 500 antwortende Unternehmen; Antwortquote durchschnittlich ca. 20 %
Zusammensetzung der befragten Unternehmen	<p><i>Wirtschaftssektorverteilung:</i> Landwirtschaft: 0,5 % Verarbeitendes Gewerbe: 18,0 % Energieversorgung: 0,3 % Baugewerbe: 8,0 % Handel: 19,2 % Verkehr und Nachrichtenübermittlung: 3,4 % Kreditinstitute und Versicherungsgewerbe: 3,6 % Dienstleistungen/Freie Berufe: 47,0 %</p> <p><i>Beschäftigungsverteilung:</i> 1-20 Beschäftigte: 53 % 21-50 Beschäftigte: 21 % 51-100 Beschäftigte: 12 % 101-200 Beschäftigte: 5 % 201-300 Beschäftigte: 2 % 301-500 Beschäftigte: 2 % 501-1.000 Beschäftigte: 2 % 1.001-2.000 Beschäftigte: 1 % > 2.000 Beschäftigte: 1 %</p> <p>Der <i>Jahresumsatz</i> liegt mehrheitlich zwischen 1 und 20 Millionen Euro. Die vorherrschende <i>Rechtsform</i> ist die GmbH. Im Durchschnitt sind die BJU-Mitglieder 35 Jahre alt, wobei das Höchstalter 40 Jahre beträgt. Sie sind zu ca. 40 % Existenzgründer und zu ca. 60 % Familiennachfolger.</p>
II.) Datenbeschaffung	
Häufigkeit der Konjunkturumfrage	Halbjährlich (Frühjahr und Herbst)
Datenquellen	Alle 2.500 Mitgliedsunternehmen des BJU werden in die Umfrage einbezogen.
Auswahl der Unternehmen	Jedes halbe Jahr werden dieselben Unternehmen befragt (Vollerhebung).
Mittel der Datenbeschaffung	Versand des Fragebogens per e-mail, Rückantwort entweder per e-mail oder Fax.
Zeitspanne zwischen Befragungsende und Veröffentlichung der Umfrageergebnisse	2-3 Wochen
III.) Untersuchungsmethodik	
Wesentliche, periodisch wiederkehrende Themengebiete der Konjunkturumfrage	<ul style="list-style-type: none"> • Auftragsbestandsentwicklung im letzten Vierteljahr • Investitionsentwicklung in den nächsten sechs Monaten • Vorrangiges Investitionsziel in den nächsten sechs Monaten • Gewinnentwicklung in den nächsten sechs Monaten • Beschäftigungsentwicklung in den nächsten sechs Monaten • Ausbildungsplatzentwicklung im neuen Ausbildungsjahr <p>Daneben enthält jede Konjunkturumfrage noch drei Fragen zu tagesaktuellen Themen.</p>
Differenzierung der Umfrageergebnisse	Nein. Die Ergebnisse werden nicht nach Wirtschaftssektoren, Unternehmensgröße, Regionen o.ä. aufgeschlüsselt. Das Ziel der Umfrage besteht darin, ein Stimmungsbild bei den mittelständischen Jungunternehmern zu erhalten.
Analyse einzelner Beschäftigtengrößenklassen	Nein

Gewichtung der Umfrageergebnisse	Nein
Saisonbereinigung der Umfrageergebnisse	Nein
Berechnung eines Index bezüglich des gegenwärtigen und/oder zukünftigen Geschäftsklimas	Nein
IV.) Sonstige Informationen	
Bestand der Konjunkturumfrage	Seit 1989 werden die halbjährlichen Umfragen dokumentiert, durchgeführt werden sie schon länger.
Geplante Veränderungen	Nein. Es sind keine grundlegenden Änderungen geplant.
Bedeutung und Zielgruppen der Konjunkturumfrage	Sowohl intern (für die Lobbyarbeit) als auch extern (Presse/Öffentlichkeit) zeigen die Ergebnisse der Konjunkturumfrage die Bedürfnisse und Wünsche aber auch die Stimmungslagen im jungen deutschen Mittelstand. Zielgruppen und Adressaten sind eindeutig Politik und Presse, mit dem Ziel Öffentlichkeit herzustellen und Änderungen anzuregen.
Internet-Adresse	http://www.bju.de
Publikation der Konjunkturumfrage im Internet	Ja. Komplette Version

Tabelle 10: Creditreform - Wirtschaftslage und Finanzierung im Mittelstand

Institution: Wirtschaftsauskunftei

I.) Erhebungsumfang	
Untersuchtes Land	Deutschland
Anzahl der befragten und der antwortenden Unternehmen	Ca. 5.000 antwortende Unternehmen
Zusammensetzung der befragten Unternehmen (Herbst 2002)	<p>Kleine und mittlere Unternehmen mit 1-500 Beschäftigten und einem Umsatz von weniger als 50 Millionen Euro. Identität: Geschäftsführer = Inhaber, Konzernunabhängigkeit</p> <p><i>Wirtschaftssektorverteilung:</i> Verarbeitendes Gewerbe: 27,5 % Baugewerbe: 15,3 % Handel: 19,6 % Dienstleistungen: 37,6 %</p> <p><i>Beschäftigungsverteilung:</i> Bis 5 Beschäftigte: 27,0 % 6-10 Beschäftigte: 21,5 % 11-20 Beschäftigte: 19,6 % 21-50 Beschäftigte: 18,1 % 51-100 Beschäftigte: 6,7 % 101-250 Beschäftigte: 4,2 % 251-500 Beschäftigte: 1,4 %</p> <p><i>Rechtsformverteilung:</i> Einzelkaufmann: 26,3 % OHG: 1,6 % KG: 2,0 % GmbH & Co. KG: 12,5 % GmbH: 51,6% AG: 1,7 % Sonstige: 3,5 %</p>
II.) Datenbeschaffung	
Häufigkeit der Konjunkturumfrage	Halbjährlich (Frühjahr und Herbst)
Datenquellen	Eigene Datenbank mit über 3,1 Millionen Unternehmen
Auswahl der Unternehmen	Zufallsstichprobe
Mittel der Datenbeschaffung	Postalischer Fragebogen
Zeitspanne zwischen Befragungsende und Veröffentlichung der Umfrageergebnisse	2 Wochen
III.) Untersuchungsmethodik	
Wesentliche, periodisch wiederkehrende Themengebiete der Konjunkturumfrage	<p>Die aktuelle konjunkturelle Situation des Mittelstandes im letzten halben Jahr:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aktuelle Geschäftslage • Preisentwicklung • Umsatzentwicklung • Beschäftigungsentwicklung <p>Erwartungen für das nächste halbe Jahr:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Umsatzerwartungen • Voraussichtliche Preisentwicklung • Beschäftigungsentwicklung • Investitionsbereitschaft und Art der Investitionen
Differenzierung der Umfrageergebnisse nach folgenden Kategorien	Wirtschaftssektor, Beschäftigtengrößenklasse, Region, Unternehmensalter

Analyse einzelner Beschäftigten- größenklassen	bis 5, 6-10, 11-20, 21-50, 51-100, 101-250, 251-500 Beschäftigte
Gewichtung der Umfrageergeb- nisse	Nein
Saisonbereinigung der Umfrage- ergebnisse	Nein
Berechnung eines Index bezüglich des gegenwärtigen und/oder zu- künftigen Geschäftsklimas	Nein
IV.) Sonstige Informationen	
Bestand der Konjunkturumfrage	Seit 1979
Geplante Veränderungen	Keine
Bedeutung und Zielgruppen der Konjunkturumfrage	Hauptzielgruppen: Institutionen, Journalisten, Verbände, Unternehmen Darüber hinaus veröffentlicht Creditreform vergleichbare Umfrageergeb- nisse auch einzeln für den Handel bzw. das Handwerk ("Wirtschaftslage Handel" bzw. "Wirtschaftslage Handwerk").
Internet-Adresse	http://www.creditreform.de
Publikation der Konjunkturumfrage im Internet	Ja. Zusammenfassung der wesentlichen Ergebnisse als Presseinformati- on

Tabelle 11: Deutscher Industrie- und Handelskammertag (DIHK) - DIHK-Konjunkturumfrage "Wirtschaftslage und Erwartungen"

Institution: Spitzenorganisation der deutschen Industrie- und Handelskammern

I.) Erhebungsumfang	
Untersuchtes Land	Deutschland
Anzahl der befragten und der antwortenden Unternehmen	Ca. 50.000 befragte Unternehmen, ca. 25.000 antwortende Unternehmen; Antwortquote ca. 50 %
Zusammensetzung der befragten Unternehmen (Herbst 2002)	Die Umfrage berücksichtigt Unternehmen aus allen IHK-Branchen (Industrie, Bau, Handel und Dienstleistungen), Regionen, Beschäftigungs- und Umsatzgrößenklassen. <i>Wirtschaftssektorverteilung:</i> Industrie: 36 % Bauwirtschaft: 7 % Handel: 25 % Dienstleistungen: 32 % <i>Beschäftigungsverteilung:</i> 1-19 Beschäftigte 20-199 Beschäftigte 200-999 Beschäftigte >= 1.000 Beschäftigte
II.) Datenbeschaffung	
Häufigkeit der Konjunkturumfrage	Dreimal pro Jahr
Datenquellen	Umfrage bei allen 82 Industrie- und Handelskammern in Deutschland, repräsentative Stichprobe der Mitgliedsunternehmen, gegebenes Sample von IHK-zugehörigen Unternehmen
Auswahl der Unternehmen	Es werden jedes Mal größtenteils dieselben Unternehmen befragt.
Mittel der Datenbeschaffung	Postalischer Fragebogen, Online-Befragung, Fax
Zeitspanne zwischen Befragungsende und Veröffentlichung der Umfrageergebnisse	bis zu 6 Wochen bei Bundesergebnissen, 2-3 Wochen bei regionalen IHK-Ergebnissen
III.) Untersuchungsmethodik	
Wesentliche, periodisch wiederkehrende Themengebiete der Konjunkturumfrage	<ul style="list-style-type: none"> • Gegenwärtige Geschäftslage der Unternehmen (zusätzlich: Gewinnlage) • Geschäftserwartungen • Exporterwartungen • Investitionsabsichten der Unternehmen • Beschäftigungsabsichten der Unternehmen
Differenzierung der Umfrageergebnisse nach folgenden Kategorien	Wirtschaftssektor, Beschäftigtengrößenklasse, Region Insgesamt ca. 6.000 Zellen (subsets)
Analyse einzelner Beschäftigtengrößenklassen	1-19, 20-199, 200-999, >= 1.000 Beschäftigte
Gewichtung der Umfrageergebnisse	Ja
Saisonbereinigung der Umfrageergebnisse	Nein
Berechnung eines Index bezüglich des gegenwärtigen und/oder zukünftigen Geschäftsklimas	Nein, bislang nicht.
IV.) Sonstige Informationen	
Bestand der Konjunkturumfrage	Seit Herbst 1977
Geplante Veränderungen	Nein

Bedeutung und Zielgruppen der Konjunkturumfrage	Adressaten: Medien, Politik, Wissenschaft, Unternehmen. Vorteile: größte Unternehmensbefragung Deutschlands incl. Dienstleistungen, regionale Teilergebnisse. Ergänzend zu der Auswertung der Umfrageergebnisse werden zudem regionale Entwicklungen durch IHK-Stellungnahmen verdeutlicht.
Internet-Adresse	http://www.dihk.de
Publikation der Konjunkturumfrage im Internet	Ja. Komplettversion

Tabelle 12: DZ Bank - Mittelstand im Mittelpunkt ("Mittelstandsstudie")

Institution: Geschäftsbank

I.) Erhebungsumfang	
Untersuchtes Land	Deutschland
Anzahl der befragten und der antwortenden Unternehmen	Ca. 2.500 antwortende Unternehmen
Zusammensetzung der befragten Unternehmen (Herbst/Winter 2002)	<p>Die Mittelstandsstudie untersucht grundsätzlich mittelständische Unternehmen mit einem Jahresumsatz zwischen 0,5 Millionen Euro und 125 Millionen Euro sowie mit mindestens 20 Beschäftigten. Da nicht in allen Branchen genügend Adressen zur Verfügung stehen, musste die Mittelstandsdefinition insbesondere in der Agrarwirtschaft etwas nach unten "aufgeweicht" werden.</p> <p><i>Wirtschaftssektorverteilung:</i> Landwirtschaft: 6 % Chemie/Kunststoff: 8 % Metall/Kfz/Maschinenbau: 20 % Elektronik/EBM-Waren: 8 % Ernährung/Tabak: 7 % Baugewerbe: 9 % Handel: 20 % Dienstleistungen: 23 %</p> <p><i>Beschäftigungsverteilung:</i> bis 20 Beschäftigte: 14 % 21-100 Beschäftigte: 51 % 101-200 Beschäftigte: 20 % 201-500 Beschäftigte: 13 % > 500 Beschäftigte: 2 %</p> <p><i>Umsatzverteilung:</i> bis 5 Millionen €: 25 % 5-10 Millionen €: 17 % 10-25 Millionen €: 30 % 25-50 Millionen €: 21 % 50-125 Millionen €: 7 %</p> <p><i>Rechtsformverteilung:</i> Einzelkaufleute: 3 % OHG/KG: 4 % GmbH: 62 % GmbH & Co: 21 % AG: 5 % Sonstige: 5 %</p>
II.) Datenbeschaffung	
Häufigkeit der Konjunkturumfrage	Halbjährlich (Frühjahr/Sommer und Herbst/Winter)
Datenquellen	Grundgesamtheit ist der Hoppenstedt-Datenbestand (unabhängig davon, ob eine Geschäftsbeziehung mit der DZ Bank besteht)
Auswahl der Unternehmen	Nach Regionen und Branchen quotierte Stichprobe. Die überwiegende Mehrheit der Unternehmen wird erneut befragt.
Mittel der Datenbeschaffung	Telefoninterviews
Zeitspanne zwischen Befragungsende und Veröffentlichung der Umfrageergebnisse	Ca. zwei Monate

III.) Untersuchungsmethodik	
Wesentliche, periodisch wiederkehrende Themengebiete der Konjunkturumfrage	<ul style="list-style-type: none"> • Aktuelle Geschäftslage • Erwartete Geschäftsentwicklung in den nächsten sechs Monaten • Entwicklung der Absatzpreise in den nächsten sechs Monaten • Entwicklung des Personalbestands in den nächsten sechs Monaten • Investitionsabsichten in den nächsten sechs Monaten • Gegenwärtiges Engagement im Auslandsgeschäft <p>Daneben enthält jede Umfrage weitere Fragen zu einem speziellen Themengebiet, das von aktuellem Interesse für den Mittelstand ist.</p>
Differenzierung der Umfrageergebnisse nach folgenden Kategorien	Wirtschaftssektor, Beschäftigtengrößenklasse, Umsatzgrößenklasse, Region
Analyse einzelner Beschäftigtengrößenklassen	bis 20, 21-100, 101-200, 201-500 Beschäftigte
Gewichtung der Umfrageergebnisse	Nein
Saisonbereinigung der Umfrageergebnisse	Nein
Berechnung eines Index bezüglich des gegenwärtigen und/oder zukünftigen Geschäftsklimas	Nein. Es wird ein Saldo von Positiv- und Negativmeldungen bei der Einschätzung der aktuellen Geschäftslage sowie bei der erwarteten Geschäftsentwicklung in den nächsten sechs Monaten berechnet. Diese werden aber nicht als "Geschäftsklimaindices" bezeichnet.
IV.) Sonstige Informationen	
Bestand der Konjunkturumfrage	Seit 1993 regional begrenzt, seit 1995 bundesweit
Geplante Veränderungen	Nein
Bedeutung und Zielgruppen der Konjunkturumfrage	<ul style="list-style-type: none"> • Hohe Anzahl von telefonisch durchgeführten Interviews, • Ansprechpartner: Inhaber, Geschäftsführer oder Finanzentscheider mittelständischer Unternehmen, • Zeitreihenauswertungen seit 1995 • Sehr differenziertes Konjunkturbarometer: Die tiefe Gliederung der Ergebnisse nach Regionen, Branchen und Größenklassen liefert häufig wichtige Anhaltspunkte für die Einschätzung von Branchenkonjunktoren, sektoraler Beschäftigungsentwicklung, unterschiedlichen Entwicklungen von Unternehmen verschiedener Größenklassen etc. • Mittelständische Entscheidungsträger soll die Studie darin unterstützen, die eigene Unternehmenssituation, Probleme und angestrebte Entwicklungsperspektiven mit den Umfrageergebnissen ihrer Branche zu vergleichen und ggf. Rückschlüsse für die Unternehmensstrategie zu ziehen.
Internet-Adresse	http://www.dzbank.de oder http://www.mittelstandsstudie.de
Publikation der Konjunkturumfrage im Internet	Ja. Komplettversion

Tabelle 13: ifo Institut für Wirtschaftsforschung - ifo Geschäftsklima-Index

Institution: Wirtschaftsforschungsinstitut

I.) Erhebungsumfang	
Untersuchtes Land	Deutschland
Anzahl der befragten und der antwortenden Unternehmen	Insgesamt ca. 6.700 befragte Unternehmen, ca. 4.550 antwortende Unternehmen; Antwortquote ca. 68 %
Zusammensetzung der befragten Unternehmen	<i>Wirtschaftssektorverteilung:</i> Verarbeitendes Gewerbe: 54 % Bauhauptgewerbe: 18 % Groß- und Einzelhandel: 28 % <i>Beschäftigungsverteilung:</i> sämtliche Unternehmensgrößenklassen von Ein-Personen-Unternehmen bis hin zu Großkonzernen
II.) Datenbeschaffung	
Häufigkeit der Konjunkturumfrage	Monatlich
Datenquellen	Eigener Berichtskreis
Auswahl der Unternehmen	Es werden jeden Monat dieselben Unternehmen befragt. Die Unternehmensfluktuation wird durch Aufnahme neuer Unternehmen ausgeglichen.
Mittel der Datenbeschaffung	Postalischer Fragebogen, Online-Befragung (im Aufbau)
Zeitspanne zwischen Befragungsende und Veröffentlichung der Umfrageergebnisse	Ca. 2-5 Tage; Befragungsende spätestens ca. am 23. des Berichtsmonats; Veröffentlichung am viertletzten Werktag des Berichtsmonats (ca. 25.-28.)
III.) Untersuchungsmethodik	
Wesentliche, periodisch wiederkehrende Themengebiete der Konjunkturumfrage	<ul style="list-style-type: none"> • Aktuelle Geschäftslage • Geschäftserwartungen für die nächsten sechs Monate <p>In den ifo-Geschäftsklima-Index gehen nur die beiden vorgenannten Größen ein. Daneben werden im Rahmen der Befragung für den ifo Konjunkturtest noch (zum Teil sektorspezifische) Informationen zu weiteren Indikatoren abgefragt:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gegenwärtiger Lagerbestand • Gegenwärtiger Auftragsbestand • Nachfrage-/Umsatzentwicklung im vergangenen Monat • Preisentwicklung im vergangenen Monat • Produktionstätigkeit im vergangenen Monat • Erwartete Produktionstätigkeit in den nächsten drei Monaten • Erwartete Preisentwicklung in den nächsten drei Monaten • Erwartete Beschäftigungsentwicklung in den nächsten drei Monaten etc.
Differenzierung der Umfrageergebnisse nach folgenden Kategorien	Wirtschaftssektor, Region
Analyse einzelner Beschäftigtengrößenklassen	Nein
Gewichtung der Umfrageergebnisse	Ja. Die Unternehmen werden je nach Wirtschaftssektor unterschiedlich gewichtet. Verarbeitendes Gewerbe: Produktbeschäftigte; Bauhauptgewerbe: Beschäftigte und Umsatz; Groß- und Einzelhandel: Umsatz
Saisonbereinigung der Umfrageergebnisse	Ja
Berechnung eines Index bezüglich des gegenwärtigen und/oder zukünftigen Geschäftsklimas	Ja. Der ifo Geschäftsklima-Index: Die Prozentanteile der positiven und negativen Meldungen zu den beiden Fragen "aktuelle Geschäftslage" und "Geschäftserwartungen" werden zunächst jeweils saldiert. Aus den beiden Salden wird dann der geometrische Mittelwert gebildet. Dieser Mittelwert ist der ifo Geschäftsklima-Index für den betreffenden Berichtsmonat; bezogen auf ein Basisjahr (derzeit 1991) und saisonbereinigt.

IV.) Sonstige Informationen	
Bestand der Konjunkturumfrage	Seit 1949
Geplante Veränderungen	1) Erweiterung auf neue Wirtschaftsbereiche, die durch technologischen Fortschritt entstanden sind 2) Eventuell in Zukunft Auswertung nach Beschäftigtengrößenklassen
Bedeutung und Zielgruppen der Konjunkturumfrage	Der ifo Geschäftsklima-Index ist ein vielbeachteter Frühindikator für die konjunkturelle Entwicklung. Informationsgemeinschaft auf Gegenseitigkeit, Unternehmen profitieren von den marktnahen Ergebnissen
Internet-Adresse	http://www.ifo.de
Publikation der Konjunkturumfrage im Internet	Ja. Kompletversion

Tabelle 14: Institut der deutschen Wirtschaft (IW) Köln - IW-Konjunkturumfrage

Institution: Wirtschaftsforschungsinstitut

I.) Erhebungsumfang	
Untersuchtes Land	Deutschland
Anzahl der befragten und der antwortenden Unternehmen	Ca. 6.000 befragte Unternehmen, ca. 1.500 bis 1.800 antwortende Unternehmen; Antwortquote ca. 27,5 %
Zusammensetzung der befragten Unternehmen	<i>Wirtschaftssektorverteilung:</i> Verarbeitendes Gewerbe: 60 %, Baugewerbe: ca. 9 % Dienstleistungen: ca. 30 % <i>Beschäftigungsverteilung:</i> KMU: ca. 58 % Großunternehmen: ca. 42 %
II.) Datenbeschaffung	
Häufigkeit der Konjunkturumfrage	Halbjährlich (Frühjahr und Herbst)
Datenquellen	Vorstrukturierte Zufallsstichprobe aus externer Unternehmensdatenbank
Auswahl der Unternehmen	Annähernd konstantes Panel
Mittel der Datenbeschaffung	Postalischer Fragebogen, Versand und Empfang von Fragebögen per e-mail
Zeitspanne zwischen Befragungsende und Veröffentlichung der Umfrageergebnisse	etwa 2 bis 3 Wochen
III.) Untersuchungsmethodik	
Wesentliche, periodisch wiederkehrende Themengebiete der Konjunkturumfrage	Aktuelle Wirtschaftslage im Vergleich zum letzten halben Jahr: <ul style="list-style-type: none"> • Produktion • Preise • Beschäftigung • Investitionen • Exporte • Erträge Wirtschaftliche Perspektiven im folgenden halben Jahr: <ul style="list-style-type: none"> • Produktion • Preise • Beschäftigung • Investitionen • Exporte • Erträge
Differenzierung der Umfrageergebnisse nach folgenden Kategorien	Wirtschaftssektor, Beschäftigtengrößenklasse, Umsatzgrößenklasse, Region
Analyse einzelner Beschäftigtengrößenklassen	0-10, 10-50, 50-200, 200-500, 500-1000, 1.000-5.000, > 5.000 Beschäftigte
Gewichtung der Umfrageergebnisse	Ja. Gewichtung nach Umsatz
Saisonbereinigung der Umfrageergebnisse	Nein
Berechnung eines Index bezüglich des gegenwärtigen und/oder zukünftigen Geschäftsklimas	Nein
IV.) Sonstige Informationen	
Bestand der Konjunkturumfrage	Seit 1992 für Ostdeutschland, seit 2002 deutschlandweit
Geplante Veränderungen	Nein

Bedeutung und Zielgruppen der Konjunkturumfrage	Das IW Köln lieferte eine der ersten Konjunkturumfragen für Ostdeutschland. Die Ergebnisse spiegeln den tatsächlichen Konjunkturverlauf recht gut wider. Meist indiziert das IW-Geschäftsklima die ostdeutschen Produktionstrends mit einem zeitlichen Vorlauf von ein bis zwei Quartalen. Die positiven Erfahrungen waren Anlass, die Umfrage im Jahr 2002 auf Gesamtdeutschland zu erweitern.
Internet-Adresse	http://www.iwkoeln.de
Publikation der Konjunkturumfrage im Internet	Ja. Komplettversion

Tabelle 15: Institut für Mittelstandsforschung (IfM) Bonn - Mittelstands-Konjunkturbericht

Institution: Wirtschaftsforschungsinstitut

I.) Erhebungsumfang	
Untersuchtes Land	Deutschland
Anzahl der befragten und der antwortenden Unternehmen	Ca. 1.670 antwortende Unternehmen
Zusammensetzung der befragten Unternehmen	<p><i>Wirtschaftssektorverteilung:</i> Industrie: 76,7 % Einzelhandel: 15,8 % Großhandel: 7,5 %</p> <p><i>Beschäftigungsverteilung:</i> Industrie (West- und Ostdeutschland): bis 49 Beschäftigte: 48,8 % 50-499 Beschäftigte: 45,9 % >= 500 Beschäftigte: 5,2 %</p> <p>Einzel- und Großhandel (Westdeutschland): bis 9 Beschäftigte: 24,7 % 10-49 Beschäftigte: 46,8 % >= 50 Beschäftigte: 28,5 %</p> <p><i>Regionalverteilung:</i> Westdeutschland: 62,6 % Ostdeutschland: 37,4 %</p>
II.) Datenbeschaffung	
Häufigkeit der Konjunkturumfrage	Halbjährlich (Jahresmitte und Jahresende)
Datenquellen	Kooperation mit sechs west- und drei ostdeutschen Industrie- und Handelskammern
Auswahl der Unternehmen	Es werden überwiegend dieselben Unternehmen befragt.
Mittel der Datenbeschaffung	Postalischer Fragebogen
Zeitspanne zwischen Befragungsende und Veröffentlichung der Umfrageergebnisse	Ca. 2 Monate
III.) Untersuchungsmethodik	
Wesentliche, periodisch wiederkehrende Themengebiete der Konjunkturumfrage	<p>Industrie:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Geschäftslage • Geschäftserwartungen • Voraussichtliche Entwicklung des Exportgeschäfts • Auftragseingänge gegenüber der Vorperiode • Auftragsbestand • Kapazitätsauslastung gegenüber der Vorperiode (nur Westdeutschland) • Voraussichtliche Entwicklung der Investitionsausgaben • Schwerpunkt der zukünftigen Investitionen (nur Westdeutschland) • Beschäftigungsentwicklung im letzten Vierteljahr • Voraussichtliche Entwicklung der Beschäftigtenzahl <p>Einzel- und Großhandel:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Geschäftslage • Geschäftserwartungen • Umsatz gegenüber der Vorperiode • Lagerbestand • Voraussichtliche Entwicklung der Verkaufspreise
Differenzierung der Umfrageergebnisse nach folgenden Kategorien	Wirtschaftssektor, Beschäftigtengrößenklasse, Region

Analyse einzelner Beschäftigten- größenklassen	Industrie: bis 49, 50-499, >= 500 Beschäftigte Einzel- und Großhandel: bis 9, 10-49, >= 50 Beschäftigte
Gewichtung der Umfrageergeb- nisse	Ja, grob anhand der Nettowertschöpfung.
Saisonbereinigung der Umfrage- ergebnisse	Nein
Berechnung eines Index bezüglich des gegenwärtigen und/oder zu- künftigen Geschäftsklimas	Ja. Es werden zwei verschiedene Arten von Indices berechnet. (1) Der IfM Bonn-Mittelstandsindikator stellt die Unterschiede zwischen mittelständischen und großen Unternehmen im Konjunkturverlauf dar. Er drückt die relative Besser- bzw. Schlechterstellung des Mittelstands gegenüber den Großunternehmen aus und kann Werte zwischen +100 und -100 annehmen. Als Basis für die Berechnung dienen die Angaben der Unternehmen zur Geschäftslage und zu den Geschäftserwartungen. Ein positiver (negativer) Indikator signalisiert eine positive (negative) Abweichung der Mittelstandskonjunktur von der Konjunkturerwartung der Großunternehmen. (2) Der IfM Bonn-Konjunkturindikator drückt als Klimaindikator die allgemeine Einschätzung der Geschäftslage der kleinen und mittleren Unternehmen in der aktuellen konjunkturellen Situation aus. Er wird berechnet aus den Angaben "gut" und "befriedigend" zur Geschäftslage der KMU aus Industrie, Einzel- und Großhandel.
IV.) Sonstige Informationen	
Bestand der Konjunkturumfrage	Seit 1985
Geplante Veränderungen	Nein
Bedeutung und Zielgruppen der Konjunkturumfrage	Der Hauptvorteil des Konjunkturberichts besteht in der größenspezifischen Analyse der Konjunkturerwartung der mittelständischen sowie der großen Unternehmen. Damit lässt sich u.a. langfristig untersuchen, inwieweit der Mittelstand als konjunktureller Puffer bzw. Stabilisator für die Gesamtwirtschaft wirkt. Mittelständische Unternehmen haben in der Vergangenheit oftmals verzögert und weniger stark ausgeprägt auf konjunkturelle Schwankungen reagiert.
Internet-Adresse	http://www.ifm-bonn.org
Publikation der Konjunkturumfrage im Internet	Nein. Hinweis auf Erscheinen und Bezugsmöglichkeit

Tabelle 16: Institut für Wirtschaftsforschung Halle (IWH) - IWH-Umfrage in der ostdeutschen Industrie

Institution: Wirtschaftsforschungsinstitut

I.) Erhebungsumfang	
Untersuchtes Land	Deutschland
Anzahl der befragten und der antwortenden Unternehmen	370 bis 400 befragte Unternehmen, 300 antwortende Unternehmen; Antwortquote ca. 78 %
Zusammensetzung der befragten Unternehmen	<p><i>Wirtschaftssektorverteilung:</i> Verarbeitendes Gewerbe Baugewerbe</p> <p><i>Beschäftigungsverteilung (Verarbeitendes Gewerbe):</i> bis 49 Beschäftigte: 50 % 50-249 Beschäftigte: 37 % >= 250 Beschäftigte: 13 %</p> <p><i>Beschäftigungsverteilung (Baugewerbe):</i> bis 19 Beschäftigte: 75 % 20-249 Beschäftigte: 23 % >= 250 Beschäftigte: 2 %</p> <p><i>Regionalverteilung</i> Nur Unternehmen aus Ostdeutschland</p>
II.) Datenbeschaffung	
Häufigkeit der Konjunkturumfrage	Zweimonatlich
Datenquellen	Eigenes Unternehmenspanel
Auswahl der Unternehmen	Grundsätzlich werden dieselben Unternehmen befragt, wobei die ausgeschiedenen Unternehmen regelmäßig durch Neuzugänge ersetzt werden.
Mittel der Datenbeschaffung	Postalischer Fragebogen, Telefoninterviews, Online-Befragung, Sonstige: Versand des Links auf den Online-Fragebogen per e-mail
Zeitspanne zwischen Befragungsende und Veröffentlichung der Umfrageergebnisse	3 Wochen
III.) Untersuchungsmethodik	
Wesentliche, periodisch wiederkehrende Themengebiete der Konjunkturumfrage	<ul style="list-style-type: none"> • Aktuelle Geschäftslage • Geschäftsaussichten für die nächsten sechs Monate • Beschäftigung • Inlands- und Auslandsumsatz • Forschung und Entwicklung • Investitionsentwicklung <p>Zusätzlich werden auch Fragen zu tagesaktuellen Themen gestellt.</p>
Differenzierung der Umfrageergebnisse nach folgenden Kategorien	Wirtschaftssektor, Beschäftigtengrößenklasse, Sonstige: Eigentumsstatus
Analyse einzelner Beschäftigtengrößenklassen	<p>Verarbeitendes Gewerbe: 1-49, 50-249, >= 250 Beschäftigte</p> <p>Baugewerbe: 1-19, 20-249, >= 250 Beschäftigte</p>
Gewichtung der Umfrageergebnisse	Ja. Die Angaben der Unternehmen zur aktuellen Geschäftslage und zu den Geschäftsaussichten für die nächsten sechs Monate werden mit ihrem jeweiligen Beschäftigtenanteil gewichtet.
Saisonbereinigung der Umfrageergebnisse	Ja. Die Angaben der Unternehmen zur aktuellen Geschäftslage und zu den Geschäftsaussichten für die nächsten sechs Monate werden saisonbereinigt.
Berechnung eines Index bezüglich des gegenwärtigen und/oder zukünftigen Geschäftsklimas	Ja. Es werden separate Indices hinsichtlich der aktuellen Geschäftslage und den Geschäftsaussichten für das Verarbeitende Gewerbe und das Baugewerbe berechnet. Darüber hinaus wird für beide Sektoren jeweils ein "leading indicator" gebildet.

IV.) Sonstige Informationen	
Bestand der Konjunkturumfrage	Seit 1991 bezogen auf das Verarbeitende Gewerbe, seit 1993 incl. Baugewerbe
Geplante Veränderungen	Geplant ist die Häufigkeit der Umfrage von zweimonatlich auf vierteljährlich zu ändern.
Bedeutung und Zielgruppen der Konjunkturumfrage	Hauptnutzer: Unternehmensverbände, Gewerkschaften, Regierungsstellen. Hauptvorteile: Die frühe Diagnose der aktuellen Konjunkturentwicklung und die kurzfristige Wirtschaftsprognose für die ostdeutsche Industrie.
Internet-Adresse	http://www.iwh-halle.de
Publikation der Konjunkturumfrage im Internet	Ja. Ausschnittsweise.

Tabelle 17: Kreditanstalt für Wiederaufbau (KfW) - KfW-Indikator Mittelstands-konjunktur

Institution: Staatliche Förderbank

I.) Erhebungsumfang	
Untersuchtes Land	Deutschland
Anzahl der befragten und der antwortenden Unternehmen	Ca. 3.300 befragte (potenziell berücksichtigungsfähige) Unternehmen, ca. 2.000 antwortende (in die Analyse eingehende) Unternehmen; "Antwortquote" ca. 60 %. Die konkrete Zahl ist davon abhängig, wie viele den Selektionskriterien (Beschäftigten-, Umsatzgrenze) genügende Unternehmen im Bezugsquartal einen Investitionskredit nachgefragt und für die Konjunkturanalyse verwertbare Angaben gemacht haben (90 % geben das Statistische Beiblatt ab, davon sind 70 % verwertbar ausgefüllt).
Zusammensetzung der befragten Unternehmen	<i>Wirtschaftssektorverteilung:</i> Verarbeitendes Gewerbe: 49 % Baugewerbe: 7 % Handel: 31 % Dienstleistungen: 13 % <i>Beschäftigungsverteilung:</i> bis 20 Beschäftigte: 70 % 21 bis 50 Beschäftigte: 16 % 51 bis 500 Beschäftigte: 14 % <i>Regionalverteilung:</i> Westdeutschland: 83 % Ostdeutschland einschließlich Berlin: 17 % <i>Mittlerer Jahresumsatz:</i> 3,5 Millionen € (arithmetischer Mittelwert)
II.) Datenbeschaffung	
Häufigkeit der Konjunkturumfrage	Vierteljährlich
Datenquellen	Datenbasis sind jeweils die Unternehmen, die im Bezugsquartal einen Investitionskredit im Rahmen der gewerblichen Breitenprogramme der KfW zur Investitionsförderung erhalten haben.
Auswahl der Unternehmen	Um bei der Konjunkturanalyse berücksichtigt zu werden, müssen die im Bezugsquartal von der KfW finanzierten Unternehmen zusätzlich folgende Bedingungen erfüllen: maximal 500 Beschäftigte, Jahresumsatz maximal 50 Millionen €, valide Antworten auf die für die Konjunkturanalyse relevanten Fragen im Kreditantragsformular/Statistischen Beiblatt (insbesondere Frage nach dem Investitionsmotiv inklusive Kontrollfragen). Typischerweise sind dies von Quartal zu Quartal unterschiedliche Unternehmen, da nicht in jedem Quartal die gleichen Unternehmen einen Investitionskredit beantragen.
Mittel der Datenbeschaffung	Die mittelständischen Unternehmen werden bei Beantragung eines Investitionskredites über die durchleitende Bank/Sparkasse gebeten, ein Kreditantragsformular und ein ergänzendes Statistisches Beiblatt auszufüllen, auf denen unter anderem die einschlägigen Angaben zur Konjunkturanalyse abgefragt werden.
Zeitspanne zwischen Befragungsende und Veröffentlichung der Umfrageergebnisse	1 Tag. Der KfW-Indikator Mittelstandskonjunktur wird einen Bankarbeitstag nach Ende des Bezugsquartals ermittelt.
III.) Untersuchungsmethodik	
Wesentliche, periodisch wiederkehrende Themengebiete der Konjunkturumfrage	<ul style="list-style-type: none"> • Primäres Investitionsmotiv (Umsatzsteigerung, Kostensenkung/Rationalisierung, Sonstige) • Anzahl der Beschäftigten vor/nach der Investition • Investitionssumme

	Daneben werden weitere volkswirtschaftlich relevante Informationen abgefragt (Innovationsverhalten, Position im Wettbewerb, Umwelteffekte, Forschungs- und Entwicklungstätigkeit), die in andere mittelstandsspezifische Analysen der KfW einfließen, nicht aber in den KfW-Indikator Mittelstandskonjunktur.
Differenzierung der Umfrageergebnisse nach folgenden Kategorien	Wirtschaftssektor, Region; Beschäftigtengrößenklasse (nur interne Auswertung)
Analyse einzelner Beschäftigtengrößenklassen	bis 20, 21-50, 51-500 Beschäftigte
Gewichtung der Umfrageergebnisse	Ja. Bei der Gewichtung spielen sowohl gesamtwirtschaftliche Überlegungen (der Osten wird im Indikator für Deutschland weniger stark gewichtet als ostdeutsche Unternehmen in der Stichprobe enthalten sind) als auch die konjunkturelle Aussagefähigkeit (das Verarbeitende Gewerbe wird relativ zu seinem Anteil in der Gesamtwirtschaft als "Zyklusmacher" übergewichtet) eine Rolle. Grundsätzlich werden die Kenngrößen für die vier Sektoren nach Ost und West getrennt ermittelt, wobei die individuellen Antworten der Unternehmen mit deren Jahresumsatz (als Indikator für die ökonomische Bedeutung des Unternehmens) gewichtet werden. Sodann werden die so ermittelten Reihen in einem zweiten Schritt mit einem fixen Gewichtungsschema auf die veröffentlichten Branchen- bzw. Regionenindikatoren hochgerechnet, um störende Effekte von Strukturverschiebungen im Zeitablauf auszuschließen.
Saisonbereinigung der Umfrageergebnisse	Nein, da sich keine ausgeprägte Saisonabhängigkeit gezeigt hat.
Berechnung eines Index bezüglich des gegenwärtigen und/oder zukünftigen Geschäftsklimas	Ja. Der KfW-Indikator Mittelstandskonjunktur als Diagnoseinstrument zur Bestimmung der mittelständischen Konjunkturlage basiert auf einem indirekten Ansatz: Er wird aus dem primären Investitionsmotiv abgeleitet. Ein steigender Anteil von Unternehmen, die mit der finanzierten Investition primär eine Umsatzsteigerung anstreben, wird, ebenso wie ein rückläufiger Rationalisiereranteil, als positives Konjunktursignal gewertet. Konkret wird eine Saldengröße ermittelt (Umsatzsteigereranteil minus Rationalisiereranteil), die zu einem Index mit dem Basisjahr 2000 transformiert wird. Ein höherer Index zeigt für ein gegebenes Segment eine "bessere" Konjunkturlage an.
IV.) Sonstige Informationen	
Bestand der Konjunkturumfrage	Seit 1997. Vorläufer nur für das westdeutsche Verarbeitende Gewerbe
Geplante Veränderungen	Gegenwärtig sind keine Veränderungen am KfW-Indikator Mittelstandskonjunktur geplant.
Bedeutung und Zielgruppen der Konjunkturumfrage	Der KfW-Indikator Mittelstandskonjunktur wird bislang quartalsweise als Pressemitteilung veröffentlicht und in den Medien wiedergegeben. Zielgruppen sind die Wirtschaftspolitik, Verbände, Forschungsinstitutionen sowie die interessierte Öffentlichkeit. Der KfW-Indikator soll darüber hinaus im Rahmen des „MittelstandsMonitors - Jährlicher Bericht zu Konjunktur- und Strukturfragen kleiner und mittlerer Unternehmen“ zu einem der zentralen Instrumente der mittelständischen Konjunkturdiagnose in Deutschland werden. Seine besonderen Vorteile sind die häufige (quartalsweise) sowie schnelle (ein Bankarbeitstag nach Ende des Berichtsquartals) Verfügbarkeit. Sein Ziel ist die Diagnose der gegenwärtigen Position von spezifischen Unternehmensgruppen im Konjunkturzyklus.
Internet-Adresse	http://www.kfw.de
Publikation der Konjunkturumfrage im Internet	Ja. Pressemitteilung

Tabelle 18: Zentralverband des Deutschen Handwerks (ZDH) - ZDH-Konjunkturbericht

Institution: Spitzenorganisation der deutschen Handwerkskammern

I.) Erhebungsumfang	
Untersuchtes Land	Deutschland
Anzahl der befragten und der antwortenden Unternehmen	60.000 befragte Unternehmen, ca. 22.500 antwortende Unternehmen; Antwortquote ca. 37,5 %
Zusammensetzung der befragten Unternehmen	<p><i>Wirtschaftssektorverteilung:</i></p> <p>Bauhauptgewerbe Ausbaugewerbe Metallgewerbe Kraftfahrzeuggewerbe Nahrungsmittelgewerbe Dienstleistungsgewerbe Persönliche Ausstattung</p> <p><i>Regionalverteilung:</i></p> <p>Westdeutschland: 72,7 % Ostdeutschland: 27,3 %</p>
II.) Datenbeschaffung	
Häufigkeit der Konjunkturumfrage	Halbjährlich im ersten und dritten Quartal (zusätzlich: Veröffentlichung von Kurzberichten im zweiten und vierten Quartal)
Datenquellen	Eigenes Unternehmenspanel in Zusammenarbeit mit den Handwerkskammern
Auswahl der Unternehmen	Es werden jedes Mal dieselben Unternehmen befragt. Das Sample wird kontinuierlich aufgefrischt, z.B. beim Ausscheiden von Unternehmen.
Mittel der Datenbeschaffung	Postalischer Fragebogen, Telefoninterviews (in einem Bundesland)
Zeitspanne zwischen Befragungsende und Veröffentlichung der Umfrageergebnisse	20 Tage
III.) Untersuchungsmethodik	
Wesentliche, periodisch wiederkehrende Themengebiete der Konjunkturumfrage	<p>Tendenzielle Entwicklung im Berichtsquartal:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Geschäftslage • Beschäftigte im Vergleich zum Vorquartal • Umsatz im Vergleich zum Vorquartal • Auftragsbestand (soweit betriebsüblich) im Berichtsquartal • Verkaufspreise im Vergleich zum Vorquartal • Getätigte Investitionen im Vergleich zum Vorquartal <p>Erwartungen für das nächste Quartal im Vergleich zum Berichtsquartal:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Geschäftslage • Beschäftigte • Umsatz • Auftragsbestand • Verkaufspreise • Investitionstätigkeit
Differenzierung der Umfrageergebnisse nach folgenden Kategorien	Wirtschaftssektor (Gewerbegruppen), Region
Analyse einzelner Beschäftigtengrößenklassen	Nein
Gewichtung der Umfrageergebnisse	Ja
Saisonbereinigung der Umfrageergebnisse	Nein. Die saisonalen Schwankungen sind ein wesentliches Charakteristikum der wirtschaftlichen Entwicklung im Handwerkssektor.

Berechnung eines Index bezüglich des gegenwärtigen und/oder zukünftigen Geschäftsklimas	Ja. Es wird ein Index berechnet, der die aktuelle Geschäftslagebeurteilung sowie die Geschäftserwartungen abbildet und der auf dem ifo-Geschäftsklimaindex basiert.
IV.) Sonstige Informationen	
Bestand der Konjunkturumfrage	Seit 1992 für Gesamtdeutschland. Für einzelne Regionen noch früher.
Geplante Veränderungen	Ja. Differenzierung der Ergebnisse nach Beschäftigtengrößenklassen und schließlich auch nach Unternehmensalter.
Bedeutung und Zielgruppen der Konjunkturumfrage	Hauptzielgruppen: Organisationen innerhalb des Handwerkssektors, Unternehmen, Ministerien, interessierte Öffentlichkeit. Ergänzend zu der Auswertung der Umfrageergebnisse werden zudem regionale Entwicklungen durch Zitate aus allen Kammerberichten verdeutlicht. In den Konjunkturberichten für das dritte Quartal wird außerdem die Entwicklung innerhalb der Gewerbegruppen anhand von Kommentaren der Zentralfachverbände aufgezeigt.
Internet-Adresse	http://www.zdh.de
Publikation der Konjunkturumfrage im Internet	Ja. Komplettversion

Tabelle 19: Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung (ZEW)/Creditreform - ZEW / Creditreform-Konjunkturumfrage im Wirtschaftszweig Dienstleister der Informationsgesellschaft

Institutionen: Wirtschaftsforschungsinstitut - Wirtschaftsauskunftei

I.) Erhebungsumfang	
Untersuchtes Land	Deutschland
Anzahl der befragten und der antwortenden Unternehmen	Ca. 4.500 befragte Unternehmen, ca. 1.300 antwortende Unternehmen; Antwortquote ca. 29 %.
Zusammensetzung der befragten Unternehmen	<p><i>Wirtschaftssektorverteilung:</i> EDV-Dienste und -Vermietung IKT-Handel Telekommunikationsdienstleister Steuerberatung und Wirtschaftsprüfung Unternehmensberatung Architekten Technische Beratung und Planung Forschung und Entwicklung Werbung</p> <p><i>Beschäftigungsverteilung (Westdeutschland):</i> 1-19 Beschäftigte 20-59 Beschäftigte > 59 Beschäftigte</p> <p><i>Beschäftigungsverteilung (Ostdeutschland):</i> 1-24 Beschäftigte > 24 Beschäftigte</p> <p><i>Regionalverteilung:</i> Westdeutschland Ostdeutschland</p>
II.) Datenbeschaffung	
Häufigkeit der Konjunkturumfrage	Vierteljährlich
Datenquellen	MARKUS-Unternehmensdatenbank von Creditreform
Auswahl der Unternehmen	Es wurde eine geschichtete Zufallsstichprobe aus der Zielpopulation gezogen. Es werden in jedem Quartal dieselben Unternehmen befragt. Das Sample wird jährlich aufgefrischt, um Neugründungen zu erfassen und ausgeschiedene Unternehmen zu ersetzen.
Mittel der Datenbeschaffung	Postalischer Fragebogen, Online-Befragung
Zeitspanne zwischen Befragungsende und Veröffentlichung der Umfrageergebnisse	2-3 Wochen
III.) Untersuchungsmethodik	
Wesentliche, periodisch wiederkehrende Themengebiete der Konjunkturumfrage	<p>Entwicklung im laufenden Quartal im Vergleich zum Vorquartal:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Umsatz • Preise • Ertragslage • Nachfrage • Personalbestand <p>Voraussichtliche Entwicklung im folgenden Quartal:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Umsatz • Preise • Ertragslage • Nachfrage • Personalbestand

	Ergänzend zu den Daten zur konjunkturellen Entwicklung der Branchen werden auch Informationen zu wichtigen Strukturmerkmalen der Sektoren erhoben.
Differenzierung der Umfrageergebnisse nach folgenden Kategorien	10 Wirtschaftssektoren, 2 Regionen; (selten) Beschäftigtengrößenklassen Die zehn Branchen werden zu zwei Gruppen (IKT-Dienstleister und wissensintensive Dienstleister) zusammengefasst und im Folgenden wird die Kombination aus Region und diesen beiden Gruppen untersucht.
Analyse einzelner Beschäftigtengrößenklassen	Nein. Eine Analyse nach Beschäftigtengrößenklassen wird grundsätzlich nicht vorgenommen. Nur für ausgewählte Strukturmerkmale wird eine größen-spezifische Analyse durchgeführt.
Gewichtung der Umfrageergebnisse	Ja. Die Zielpopulation wird in zehn Branchen, zwei Regionen sowie in fünf Beschäftigtengrößenklassen (drei für Westdeutschland, zwei für Ostdeutschland) geschichtet. Insgesamt werden 50 Zellen gebildet. Die Antworten der Unternehmen werden jeweils mit ihrem Umsatzanteil in der entsprechenden Zelle gewichtet.
Saisonbereinigung der Umfrageergebnisse	Ja. Aufgrund der Umstrukturierung der Umfrage sind jedoch in 2002 ausnahmsweise keine saisonbereinigten Daten verfügbar.
Berechnung eines Index bezüglich des gegenwärtigen und/oder zukünftigen Geschäftsklimas	Nein, zur Zeit nicht. Bis 2001 wurde der "Service Sentiment Indicator" (SSI) aus Daten der Umfrage und der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung berechnet. Für 2003 ist geplant, einen Index zu veröffentlichen, der das Geschäftsklima im deutschen IKT-Sektor widerspiegelt.
IV.) Sonstige Informationen	
Bestand der Konjunkturumfrage	Seit Anfang 2002 konzentriert sich die Umfrage ausschließlich auf Dienstleistungsunternehmen innerhalb des deutschen IKT-Sektors. Die ursprüngliche Konjunkturumfrage im unternehmensnahen Dienstleistungssektor wurde im Jahr 1994 das erste Mal durchgeführt.
Geplante Veränderungen	Geplant ist die Entwicklung eines Index, der das Geschäftsklima im deutschen IKT-Sektor widerspiegelt.
Bedeutung und Zielgruppen der Konjunkturumfrage	Die ZEW/Creditreform-Umfrage ist die einzige Konjunkturumfrage, die die konjunkturelle Entwicklung des deutschen IKT-Sektors untersucht. Die Ergebnisse werden im ZEW-Branchenreport "Dienstleister der Informationsgesellschaft" veröffentlicht und an die teilnehmenden Unternehmen sowie an interessierte Gruppen in der Wissenschaft, den Medien etc. weitergegeben. Presseberichte zu den Umfrageergebnisse werden regelmäßig u.a. im Handelsblatt, der Frankfurter Allgemeinen Zeitung, der Financial Times Deutschland sowie in Wirtschaftsmagazinen veröffentlicht. Die Umfrageergebnisse stellen ferner die Datengrundlage verschiedener wissenschaftlicher Arbeiten dar.
Internet-Adresse	http://www.zew.de
Publikation der Konjunkturumfrage im Internet	Ja. Komplette Version

Tabelle 20: Banque de France - Enquête Mensuelle de Conjoncture

Deutsche Bezeichnung: Monatliche Konjunkturumfrage
 Institution: Französische Zentralbank

I.) Erhebungsumfang	
Untersuchtes Land	Frankreich
Anzahl der befragten und der antwortenden Unternehmen	4.000 befragte Unternehmen, ca. 3.800 antwortende Unternehmen; Antwortquote ca. 95 %
Zusammensetzung der befragten Unternehmen	<i>Wirtschaftssektorverteilung</i> Verarbeitendes Gewerbe: 100 % (unterteilt in eine Vielzahl von Branchen) <i>Beschäftigungsverteilung:</i> Alle Unternehmensgrößen <i>Regionalverteilung:</i> Unternehmen in ganz Frankreich
II.) Datenbeschaffung	
Häufigkeit der Konjunkturumfrage	Monatlich
Datenquellen	Eigene Datenbank der Banque de France
Auswahl der Unternehmen	Es werden jeden Monat dieselben Unternehmen befragt, die ihrerseits freiwillig an der Umfrage teilnehmen. Das Sample wird regelmäßig aufgefrischt, um liquidierte Unternehmen zu ersetzen und neue Unternehmen zu erfassen.
Mittel der Datenbeschaffung	Telefoninterviews
Zeitspanne zwischen Befragungsende und Veröffentlichung der Umfrageergebnisse	Ca. 8 Tage
III.) Untersuchungsmethodik	
Wesentliche, periodisch wiederkehrende Themengebiete der Konjunkturumfrage	<ul style="list-style-type: none"> • Produktion im Berichtsmonat • Produktionsaussichten • Auftragsbestand (davon Auslandsaufträge) • Lagerbestand • Beschäftigungsentwicklung im Berichtsmonat • Beschäftigungsaussichten • Beschaffungs- und Verkaufspreise • Kapazitätsauslastung
Differenzierung der Umfrageergebnisse nach folgenden Kategorien	Wirtschaftssektor, Region
Analyse einzelner Beschäftigtengrößenklassen	Nein
Gewichtung der Umfrageergebnisse	Ja. Es wird eine Gewichtung der Ergebnisse der Untersektoren anhand der jeweiligen Wertschöpfung vorgenommen.
Saisonbereinigung der Umfrageergebnisse	Ja
Berechnung eines Index bezüglich des gegenwärtigen und/oder zukünftigen Geschäftsklimas	Ja. Geschäftsklimaindikator (Faktorenanalyse)
IV.) Sonstige Informationen	
Bestand der Konjunkturumfrage	Seit 1976 (in der jetzigen Form)
Geplante Veränderungen	Keine
Bedeutung und Zielgruppen der Konjunkturumfrage	Hauptvorteile: (1) Schnelle Verfügbarkeit von aktuellen Informationen zur konjunkturellen Entwicklung, (2) Zusammenstellung von qualitativen Informationen. Die Banque de France führt vergleichbare Konjunkturumfragen auch in weiteren Wirtschaftssektoren durch (u.a. im Handel).

Internet-Adresse	http://www.banque-france.fr
Publikation der Konjunkturumfrage im Internet	Ja. Komplettversion

Tabelle 21: Banque du Développement des PME (BDPME) - Enquête Semestrielle de Conjoncture des PME

Deutsche Bezeichnung: Halbjährliche KMU-Konjunkturumfrage
 Institution: Staatliche Förderbank

I.) Erhebungsumfang	
Untersuchtes Land	Frankreich
Anzahl der befragten und der antwortenden Unternehmen	(1) Eigenes Sample: 2.000 befragte Unternehmen, 600 antwortende Unternehmen; Antwortquote: 30 % (2) Ergänzendes Sample: 7.000-8.000 befragte Unternehmen, 400 antwortende Unternehmen; Antwortquote: ca. 5,3 % (3) Insgesamt: ca. 9.000-10.000 befragte Unternehmen, 1.000 antwortende Unternehmen; Antwortquote: ca. 10,5 %
Zusammensetzung der befragten Unternehmen (Juni 2002)	<i>Wirtschaftssektorverteilung:</i> Verarbeitendes Gewerbe: 35 % Baugewerbe: 13 % Großhandel: 13 % Einzelhandel: 7 % Tourismus: 9 % Verkehr: 3 % Unternehmensnahe Dienstleistungen: 17 % Sonstige Dienstleistungen: 3 % <i>Beschäftigungsverteilung:</i> < 10 Beschäftigte: 33 % 10-49 Beschäftigte: 52 % 50-500 Beschäftigte: 15 %
II.) Datenbeschaffung	
Häufigkeit der Konjunkturumfrage	Halbjährlich
Datenquellen	Eigenes Unternehmenspanel und externe Unternehmensdatenbank
Auswahl der Unternehmen	Die Konjunkturumfrage analysiert die ersten 1.000 korrekt ausgefüllten Fragebögen, die von der Gesamtheit der befragten Unternehmen mit weniger als 500 Beschäftigten zurückgesandt werden. Regelmäßig 60 % dieser 1.000 Fragebögen werden von einem eigenen Sample von 2.000 Unternehmen gestellt, die freiwillig zweimal pro Jahr befragt werden. Die benötigten ergänzenden 400 Antworten erhält BDPME aus einer zweiten Befragung von ca. 7.000-8.000 KMU, die als Zufallsstichprobe aus einer externen Unternehmensdatenbank gezogen werden.
Mittel der Datenbeschaffung	Postalischer Fragebogen
Zeitspanne zwischen Befragungsende und Veröffentlichung der Umfrageergebnisse	ca. 4 Wochen
III.) Untersuchungsmethodik	
Wesentliche, periodisch wiederkehrende Themengebiete der Konjunkturumfrage	<ul style="list-style-type: none"> • Aktuelle Geschäftslage • Erwartete Entwicklung der Geschäftslage • Tatsächliche Beschäftigungsentwicklung im letzten halben Jahr • Erwartete Entwicklung der Beschäftigung • Schwierigkeiten bei der Rekrutierung von Mitarbeitern • Exportentwicklung • Aktuelle Rentabilität • Erwartete Entwicklung der Rentabilität • Tatsächliche Liquiditätslage im letzten halben Jahr • Erwartete Entwicklung der Liquiditätslage im nächsten halben Jahr • Investitionen im letzten halben Jahr • Geplante Investitionen im nächsten halben Jahr • Kapazitätsauslastung

	<ul style="list-style-type: none"> • Hindernisse für das Tätigen von Investitionen • Finanzierungsarten der Investitionen • Art der Investitionen • Aktueller Auftragsbestand
Differenzierung der Umfrageergebnisse nach folgenden Kategorien	Wirtschaftssektor, Beschäftigtengrößenklasse, Sonstige: Exportanteil am Umsatz
Analyse einzelner Beschäftigtengrößenklassen	0-9, 10-19, 20-49, 50-99, 100-500 Beschäftigte
Gewichtung der Umfrageergebnisse	Nein
Saisonbereinigung der Umfrageergebnisse	Nein
Berechnung eines Index bezüglich des gegenwärtigen und/oder zukünftigen Geschäftsklimas	Nein
IV.) Sonstige Informationen	
Bestand der Konjunkturumfrage	Seit 1985
Geplante Veränderungen	Nein. Es sind keine größeren Änderungen geplant.
Bedeutung und Zielgruppen der Konjunkturumfrage	<p>Die halbjährliche Umfrage von BDPME ermöglicht es, die Konjunkturentwicklung von KMU zu untersuchen und konjunkturelle Wendepunkte vorherzusagen.</p> <p>Für interne Zwecke der Förderbank ist es sehr wichtig, Aufschluss über die Investitionen der KMU sowie über ihren Finanzierungsbedarf zu erhalten.</p> <p>In externer Hinsicht werden die Ergebnisse der Konjunkturumfrage breit gestreut: Medien (Presse und Radio), öffentliche Institutionen, Finanzwirtschaft, Forschungsinstitute sowie selbstverständlich alle Unternehmen, die an der Umfrage teilnehmen.</p>
Internet-Adresse	http://www.bdpme.fr
Publikation der Konjunkturumfrage im Internet	Ja. Komplettversion

Tabelle 22: BNP Paribas Lease Group - Enquête de Conjoncture PME-PMI

Deutsche Bezeichnung: KMU-Konjunkturumfrage
 Institution: Geschäftsbank

I.) Erhebungsumfang	
Untersuchtes Land	Frankreich
Anzahl der befragten und der antwortenden Unternehmen	Im Dezember: 100.000 befragte Unternehmen, die ersten 5.000 Antworten werden verarbeitet; Antwortquote ca. 5 %; Im Juni: 5.000 (erneut) befragte Unternehmen, 2.500 antwortende Unternehmen; Antwortquote 50 %
Zusammensetzung der befragten Unternehmen	<i>Wirtschaftssektorverteilung:</i> Verarbeitendes Gewerbe: 21 % Baugewerbe: 17 % Handel: 28 % Verkehr: 3 % Dienstleistungen: 30 % <i>Beschäftigungsverteilung:</i> 6-9 Beschäftigte: 47 % 10-19 Beschäftigte: 29 % 20-49 Beschäftigte: 19 % 50-99 Beschäftigte: 3 % 100-200 Beschäftigte: 1 % <i>Regionalverteilung:</i> Ile de France: 20 % Westen: 18 % Norden: 9 % Osten: 10 % Zentrum Ost: 16 % Zentrum: 6 % Südosten: 10 % Südwesten: 8 %
II.) Datenbeschaffung	
Häufigkeit der Konjunkturumfrage	Halbjährlich (im Juni und Dezember)
Datenquellen	Vom nationalen Statistikamt INSEE zur Verfügung gestellte Unternehmensdatenbank SIREN
Auswahl der Unternehmen	Im Dezember wird eine Zufallsstichprobe aus der Unternehmensdatenbank SIREN gezogen. Im Juni werden die im Dezember befragten Unternehmen erneut interviewt.
Mittel der Datenbeschaffung	Postalischer Fragebogen
Zeitspanne zwischen Befragungsende und Veröffentlichung der Umfrageergebnisse	3 Wochen
III.) Untersuchungsmethodik	
Wesentliche, periodisch wiederkehrende Themengebiete der Konjunkturumfrage	Tatsächliche Entwicklung im Berichtsjahr im Vergleich zum Vorjahr: <ul style="list-style-type: none"> • Umsatz • Auftragsbestand • Verkaufspreise • Rentabilität • Liquidität • Beschäftigung • Zeitarbeit • Exporttätigkeit Investitionsvolumen und -motive, Selbstfinanzierungsquote

	<p>Erwartete Entwicklung im nächsten Jahr im Vergleich zum Berichtsjahr:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vertrauen in das eigene Unternehmen bzw. in die Volkswirtschaft • Umsatz • Auftragsbestand • Verkaufspreise • Rentabilität • Beschäftigung • Zeitarbeit • Investitionsvolumen
Differenzierung der Umfrageergebnisse nach folgenden Kategorien	Wirtschaftssektor, Beschäftigtengrößenklasse, Region, Sonstige: Internetzugang, Exportaktivitäten
Analyse einzelner Beschäftigtengrößenklassen	6-9, 10-19, 20-49, 50-99, 100-200 Beschäftigte
Gewichtung der Umfrageergebnisse	Ja. Die Antworten werden anhand der Verteilung nach Wirtschaftssektoren, Beschäftigtengröße und Region gewichtet.
Saisonbereinigung der Umfrageergebnisse	Nein
Berechnung eines Index bezüglich des gegenwärtigen und/oder zukünftigen Geschäftsklimas	Nein
IV.) Sonstige Informationen	
Bestand der Konjunkturumfrage	Seit 1975
Geplante Veränderungen	Es sind derzeit keine Änderungen geplant.
Bedeutung und Zielgruppen der Konjunkturumfrage	Hauptzielgruppen der Umfrage sind Spezialisten der Volks- und Betriebswirtschaft. Ihnen soll ein genaues Bild der Wirtschaftsaktivitäten kleiner und mittlerer französischer Unternehmen vermittelt werden. Kleine und mittlere Unternehmen stellen das Herzstück der französischen Volkswirtschaft dar.
Internet-Adresse	http://www.bnpparibas-leasegroup.com
Publikation der Konjunkturumfrage im Internet	Ja. Kompletversion

Tabelle 23: Chambre de Commerce et d'Industrie de Paris (CCIP) - Enquête d'Opinion sur la Conjoncture

Deutsche Bezeichnung: Meinungsumfrage zur Konjunktur
 Institution: Industrie- und Handelskammer Paris

I.) Erhebungsumfang	
Untersuchtes Land	Frankreich
Anzahl der befragten und der antwortenden Unternehmen	Ca. 6.000 antwortende Unternehmen
Zusammensetzung der befragten Unternehmen	<p><i>Wirtschaftssektorverteilung:</i> Verarbeitendes Gewerbe: 20,6 % Baugewerbe: 7,9 % Handel: 29,4 % Dienstleistungen: 42,1 % (insgesamt unterteilt in 15 Branchen)</p> <p><i>Beschäftigungsverteilung:</i> 0-499 Beschäftigte: 96,7 % >= 500 Beschäftigte: 3,3 %</p> <p><i>Regionalverteilung:</i> Region Paris: 75,2 % Übriges Frankreich: 24,8 % (Im Herbst werden die Ergebnisse für 12 ausgewählte Fragen im Rahmen der Konjunkturmfrage von Eurochambres (vgl. Tabelle 3) nach 8 großen Regionen differenziert ausgewiesen. Im Frühjahr und allgemein für den gesamten Fragenkatalog im Herbst wird nur die Unterteilung in die o.g. zwei Regionen vorgenommen.)</p>
II.) Datenbeschaffung	
Häufigkeit der Konjunkturmfrage	Halbjährlich (Frühjahr und Herbst)
Datenquellen	Mitgliederlisten der französischen Industrie- und Handelskammern
Auswahl der Unternehmen	Die befragten Unternehmen variieren. Sie werden mittels einer Zufallsstichprobe ausgewählt.
Mittel der Datenbeschaffung	Telefoninterviews
Zeitspanne zwischen Befragungsende und Veröffentlichung der Umfrageergebnisse	12 Tage
III.) Untersuchungsmethodik	
Wesentliche, periodisch wiederkehrende Themengebiete der Konjunkturmfrage	<ul style="list-style-type: none"> • Entwicklung der Geschäftsaktivitäten in den letzten sechs Monaten • Erwartete Entwicklung der Geschäftsaktivitäten in den nächsten sechs Monaten • Aktuelle Finanzlage • Entwicklung der Liquidität in den letzten sechs Monaten • Entwicklung der Beschaffungspreise in den letzten sechs Monaten • Entwicklung der Verkaufspreise in den letzten sechs Monaten • Investitionsentwicklung in den letzten sechs Monaten • Geplante Investitionen in den nächsten sechs Monaten • Motive für Investitionen in den nächsten sechs Monaten • Beschäftigungsentwicklung in den letzten sechs Monaten • Geplante Beschäftigungsentwicklung in den nächsten sechs Monaten • Einschätzung der Entwicklung der allgemeinen Wirtschaftslage in Frankreich in den letzten sechs Monaten • Erwartete Entwicklung der allgemeinen Wirtschaftslage in Frankreich in den nächsten sechs Monaten
Differenzierung der Umfrageergebnisse nach folgenden Kategorien	Wirtschaftssektor, Beschäftigtengrößenklasse, Region Insgesamt werden ungefähr 60 Zellen analysiert.

Analyse einzelner Beschäftigten- größenklassen	Verarbeitendes Gewerbe: 0-49, 49-499, >=500 Beschäftigte Übrige Sektoren: 0-9, 9-499, >=500 Beschäftigte Es wird immer ein Vergleich zwischen den KMU-Ergebnissen und solchen der Großunternehmen mit 500 und mehr Beschäftigten durchgeführt. Die Umfrage beinhaltet deshalb neben 5.800 KMU auch 200 Großunternehmen.
Gewichtung der Umfrageergebnisse	Ja. Da das Untersuchungssample nicht repräsentativ für die französische Volkswirtschaft ist, werden die Ergebnisse gewichtet. Einige Zellen im Sample sind gezielt überrepräsentiert, damit sichergestellt ist, dass die Anzahl der Antworten statistisch signifikante Ergebnisse zulässt. Die Gewichtung nach Wirtschaftssektoren und Beschäftigtengrößenklassen erfolgt mit Hilfe von Beschäftigungsdaten. Die regionalen Ergebnisse werden mittels des regionalen BIP gewichtet.
Saisonbereinigung der Umfrageergebnisse	Nein
Berechnung eines Index bezüglich des gegenwärtigen und/oder zukünftigen Geschäftsklimas	Nein
IV.) Sonstige Informationen	
Bestand der Konjunkturumfrage	Seit 1991
Geplante Veränderungen	Zur Zeit sind keine Änderungen geplant.
Bedeutung und Zielgruppen der Konjunkturumfrage	Die Hauptnutzer der Umfrage sind institutionell. Das Hauptziel besteht darin, die Pariser Industrie- und Handelskammer mit eigenen Informationen zur Konjunkturentwicklung im Mittelstand zu versorgen und somit in die Lage zu versetzen, lokale, regionale und nationale Politikträger beraten zu können.
Internet-Adresse	http://www.ccip.fr
Publikation der Konjunkturumfrage im Internet	Ja. Komplette Version

Tabelle 24: Crédit Lyonnais-La Tribune-Radio Classique: Baromètre PME-PMI

Deutsche Bezeichnung: KMU-Barometer
 Institutionen: Geschäftsbank - Wirtschaftszeitung - Radiosender

I.) Erhebungsumfang	
Untersuchtes Land	Frankreich
Anzahl der befragten und der antwortenden Unternehmen	300 antwortende Unternehmen
Zusammensetzung der befragten Unternehmen (Oktober 2002)	<p><i>Wirtschaftssektorverteilung:</i> Landwirtschaft Verarbeitendes Gewerbe Baugewerbe, öffentliche Arbeiten Großhandel Verkehr Dienstleistungen</p> <p><i>Beschäftigungsverteilung:</i> 10-19 Beschäftigte: 20 % 20-49 Beschäftigte: 20 % 50-99 Beschäftigte: 20 % 100-199 Beschäftigte: 20 % 200-499 Beschäftigte: 20 %</p>
II.) Datenbeschaffung	
Häufigkeit der Konjunkturumfrage	Monatlich
Datenquellen	Unternehmensdatenbank des Nationalen Statistikamts INSEE
Auswahl der Unternehmen	Die befragten Unternehmen variieren sehr stark von Umfrage zu Umfrage.
Mittel der Datenbeschaffung	Telefoninterviews
Zeitspanne zwischen Befragungsende und Veröffentlichung der Umfrageergebnisse	1 Woche
III.) Untersuchungsmethodik	
Wesentliche, periodisch wiederkehrende Themengebiete der Konjunkturumfrage	<ul style="list-style-type: none"> • Geschäftsklima • Produktion • Liquidität • Beschäftigung • Investitionen
Differenzierung der Umfrageergebnisse nach folgenden Kategorien	Wirtschaftssektor, Beschäftigtengrößenklasse
Analyse einzelner Beschäftigtengrößenklassen	10-19, 20-49, 50-99, 100-199, 200-499 Beschäftigte
Gewichtung der Umfrageergebnisse	Ja
Saisonbereinigung der Umfrageergebnisse	Nein
Berechnung eines Index bezüglich des gegenwärtigen und/oder zukünftigen Geschäftsklimas	Ja. Die Antworten zu 20 Fragen werden zu einem Index "Lage der französischen KMU" ("Santé des PME-PMI françaises") zusammengefasst.
IV.) Sonstige Informationen	
Bestand der Konjunkturumfrage	Seit 1992
Geplante Veränderungen	Es ist geplant, eine kurze Zusammenfassung der Umfrageergebnisse im Internet zu veröffentlichen.
Bedeutung und Zielgruppen der Konjunkturumfrage	Hauptnutzer: Wissenschaftler, Wirtschaftsjournalisten. Dies ist die einzige Umfrage, die monatlich die konjunkturelle Lage des französischen Mittelstands untersucht.

Internet-Adresse	http://www.creditlyonnais.com
Publikation der Konjunkturumfrage im Internet	Nein

Tabelle 25: FIDUCIAL - Baromètre de Conjoncture des TPE

Deutsche Bezeichnung: Konjunkturbarometer der sehr kleinen Unternehmen (TPE)
 Institution: Unternehmensberatungsgesellschaft

I.) Erhebungsumfang											
Untersuchtes Land	Frankreich										
Anzahl der befragten und der antwortenden Unternehmen	Ca. 1.000 antwortende Unternehmen mit 0-19 Beschäftigten. Die Anzahl der insgesamt befragten Unternehmen ist nicht verfügbar.										
Zusammensetzung der befragten Unternehmen (Oktober 2002)	<p><i>Wirtschaftssektorverteilung:</i> Verarbeitendes Gewerbe: 15,2 % Baugewerbe: 14,7 % Handel: 14,3 % Gastronomie: 14,0 % Immobilienwirtschaft: 14,3 % Unternehmensbezogene Dienstleistungen: 14,0 % Personenbezogene Dienstleistungen: 13,7 %</p> <p><i>Beschäftigungsverteilung:</i> 0 Beschäftigte: 19,0 % 1-2 Beschäftigte: 22,0 % 3-5 Beschäftigte: 21,9 % 6-9 Beschäftigte: 19,3 % 10-19 Beschäftigte: 18,0 %</p> <p><i>Regionalverteilung:</i></p> <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td>Norden: 5 %</td> <td>Ost-BP: 7 %</td> </tr> <tr> <td>Osten: 7 %</td> <td>Südosten: 13 %</td> </tr> <tr> <td>Ile de France: 24 %</td> <td>Südwesten: 11 %</td> </tr> <tr> <td>Westen: 11 %</td> <td>Mittelmeer: 14 %</td> </tr> <tr> <td>West-BP: 8 %</td> <td></td> </tr> </table>	Norden: 5 %	Ost-BP: 7 %	Osten: 7 %	Südosten: 13 %	Ile de France: 24 %	Südwesten: 11 %	Westen: 11 %	Mittelmeer: 14 %	West-BP: 8 %	
Norden: 5 %	Ost-BP: 7 %										
Osten: 7 %	Südosten: 13 %										
Ile de France: 24 %	Südwesten: 11 %										
Westen: 11 %	Mittelmeer: 14 %										
West-BP: 8 %											
II.) Datenbeschaffung											
Häufigkeit der Konjunkturumfrage	Vierteljährlich										
Datenquellen	Externe Unternehmensdatenbank des IFOP-Instituts										
Auswahl der Unternehmen	Das Sample variiert von Umfrage zu Umfrage.										
Mittel der Datenbeschaffung	Telefoninterviews										
Zeitspanne zwischen Befragungsende und Veröffentlichung der Umfrageergebnisse	ca. 3 Wochen										
III.) Untersuchungsmethodik											
Wesentliche, periodisch wiederkehrende Themengebiete der Konjunkturumfrage	<ul style="list-style-type: none"> • Finanzielle Lage in den letzten drei Monaten • Erwartete finanzielle Lage in den nächsten drei Monaten • Erwartete Entwicklung der Unternehmensaktivitäten in den nächsten drei Monaten • Optimismus bezüglich der allgemeinen wirtschaftlichen Lage in Frankreich • Optimismus bezüglich der eigenen Unternehmenslage • Tatsächliche Beschäftigungsentwicklung in den letzten drei Monaten • Erwartete Beschäftigungsentwicklung in den nächsten drei Monaten • Probleme bei der Rekrutierung von Mitarbeitern • Art der geschaffenen und der beabsichtigten Neubeschäftigung • Verkaufspreisentwicklung in den letzten drei Monaten • Erwartete Verkaufspreisentwicklung in den nächsten drei Monaten • Arbeitszeitentwicklung in den letzten drei Monaten <p>Daneben enthält jede Umfrage auch Fragen zu tagesaktuellen Themen.</p>										
Differenzierung der Umfrageergebnisse nach folgenden Kategorien	Wirtschaftssektor, Beschäftigtengrößenklasse, Region										

Analyse einzelner Beschäftigten- größenklassen	0, 1-2, 3-5, 6-9, 10-19 Beschäftigte
Gewichtung der Umfrageergeb- nisse	Ja. Die Gewichtung erfolgt im Hinblick auf die Verteilung nach Wirt- schaftssectoren, Beschäftigtengrößenklassen und Regionen.
Saisonbereinigung der Umfrage- ergebnisse	Nein
Berechnung eines Index bezüglich des gegenwärtigen und/oder zu- künftigen Geschäftsklimas	Nein
IV.) Sonstige Informationen	
Bestand der Konjunkturumfrage	Seit Januar 2001
Geplante Veränderungen	Es wird in Erwägung gezogen, eine detaillierte Untersuchung spezifischer Wirtschaftssektoren innerhalb der vierteljährlichen Konjunkturumfrage durchzuführen. Geplant ist auch die Berechnung eines Index bezüglich des gegenwärti- gen und/oder zukünftigen Geschäftsklimas.
Bedeutung und Zielgruppen der Konjunkturumfrage	Die Umfrage hat im Wesentlichen drei Zielgruppen und verbindet damit jeweils die folgenden Ziele: <ul style="list-style-type: none"> • Die wichtigsten französischen Entscheidungsträger in Politik, Wirt- schaft und Wissenschaft (ca. 2.500 Personen): Die Umfrageergeb- nisse sollen ihnen die große volkswirtschaftliche Bedeutung der sehr kleinen Unternehmen (<i>frz.</i> TPE) bewusst machen. • Mitarbeiter von FIDUCIAL: Sie sollen über die Bedürfnisse und die wirtschaftliche Entwicklung von kleinen Unternehmen mit bis zu 19 Beschäftigten informiert werden. • Unternehmenskunden von FIDUCIAL: Die Umfrage ermöglicht es ihnen, ihre eigene wirtschaftliche Situation im Vergleich zu anderen Unternehmen derselben Größenordnung bestimmen zu können (Benchmarking).
Internet-Adresse	http://www.fiducial.fr
Publikation der Konjunkturumfrage im Internet	Ja. Komplettversion

Tabelle 26: Institut National de la Statistique et des Études Économiques (INSEE) - Enquête Mensuelle sur l'Activité dans l'Industrie

Deutsche Bezeichnung: Monatliche Umfrage zur Wirtschaftsaktivität in der Industrie
 Institution: Französisches Statistikamt

I.) Erhebungsumfang	
Untersuchtes Land	Frankreich
Anzahl der befragten und der antwortenden Unternehmen	Ca. 4.500 befragte Unternehmen mit 20 und mehr Beschäftigten
Zusammensetzung der befragten Unternehmen	<p><i>Wirtschaftssektorverteilung:</i> Produzierendes Gewerbe Lebensmittelindustrie Mineralölindustrie</p> <p><i>Beschäftigungsverteilung:</i> >= 20 Beschäftigte: 100 % (Klein-, Mittel- und Großunternehmen; wobei mittelständische Unternehmen mit weniger als 500 Beschäftigten bzw. einem Jahresumsatz von weniger als 150 Millionen Euro den weit überwiegenden Teil der befragten Unternehmen stellen)</p> <p><i>Regionalverteilung:</i> Unternehmen in ganz Frankreich</p>
II.) Datenbeschaffung	
Häufigkeit der Konjunkturumfrage	Monatlich
Datenquellen	Eigene Unternehmensdatenbank (jährliche Unternehmenserhebung von INSEE)
Auswahl der Unternehmen	Es werden in jeder Umfrage dieselben Unternehmen befragt, wobei das Sample einmal pro Jahr aufgefrischt wird.
Mittel der Datenbeschaffung	Postalischer Fragebogen
Zeitspanne zwischen Befragungsende und Veröffentlichung der Umfrageergebnisse	2 Wochen
III.) Untersuchungsmethodik	
Wesentliche, periodisch wiederkehrende Themengebiete der Konjunkturumfrage	<ul style="list-style-type: none"> • Produktionstätigkeit in den vergangenen drei Monaten • Erwartetes Produktionsvolumen in den nächsten drei Monaten • Gesamter Auftragsbestand • Exportauftragsbestand • Lagerbestand • Erwartete Entwicklung der Verkaufspreise in den nächsten drei Monaten • Einschätzung der Entwicklung des Produktionsvolumens des gesamten französischen Verarbeitenden Gewerbes in den nächsten drei Monaten • Einschätzung der Entwicklung der Verkaufspreise des gesamten französischen Verarbeitenden Gewerbes in den nächsten drei Monaten <p>Darüber hinaus werden denselben Unternehmen jedes Vierteljahr ("Enquête Trimestrielle sur l'Activité dans l'Industrie) noch folgende zusätzliche Fragen gestellt:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nachfrage (in- und ausländische) in den letzten drei Monaten • Erwartete Nachfrage (in- und ausländische) in den nächsten drei Monaten • Exportnachfrage in den letzten drei Monaten • Erwartete Exportnachfrage in den nächsten drei Monaten • Lagerbestand an Rohmaterialien und Halbfertigprodukten • Beschäftigung in den letzten drei Monaten • Erwartete Beschäftigungsentwicklung in den nächsten drei Monaten

	<ul style="list-style-type: none"> • Produktionsengpässe in den letzten drei Monaten • Kapazitätsauslastung • Liquiditätsprobleme • Lohnentwicklung in den letzten drei Monaten
Differenzierung der Umfrageergebnisse nach folgenden Kategorien	Wirtschaftssektor (5 Branchen) Beschäftigtengrößenklasse (nur interne Auswertung)
Analyse einzelner Beschäftigtengrößenklassen	20-100, 100-500, >= 500 Beschäftigte Die nach Beschäftigtengrößenklassen differenzierten Daten werden nicht publiziert. Sie sind jedoch in der Banque de Données Macro-économique (BDM) von INSEE verfügbar.
Gewichtung der Umfrageergebnisse	Ja. Es wird ein zweistufiges Gewichtungsverfahren angewandt.
Saisonbereinigung der Umfrageergebnisse	Ja. Die Gesamtheit der publizierten Daten ist saisonbereinigt, mit Ausnahme der Antworten zu den allgemeinen Geschäftsaussichten.
Berechnung eines Index bezüglich des gegenwärtigen und/oder zukünftigen Geschäftsklimas	Ja. INSEE publiziert zwei zusammengesetzte Indices: (1) Geschäftsklimaindex berechnet aus den Angaben der Unternehmen zu ausgewählten Indikatoren (2) Konjunkturwende-Indikator, der frühestmöglich den nächsten Wendepunkt der Konjunkturentwicklung im Verarbeitenden Gewerbe vorhersagen soll
IV.) Sonstige Informationen	
Bestand der Konjunkturumfrage	Seit 1962
Geplante Veränderungen	Es ist beabsichtigt, ab Ende 2004/Anfang 2005 den Unternehmen ergänzend auch die Möglichkeit einzuräumen, die Beantwortung des Fragebogens online im Internet vorzunehmen.
Bedeutung und Zielgruppen der Konjunkturumfrage	Das Ziel der Konjunkturumfrage besteht darin, die gegenwärtigen und erwarteten Wirtschaftsaktivitäten der Unternehmen im Verarbeitenden Gewerbe abzubilden. Die Ergebnisse werden für die Analyse der gegenwärtigen Konjunkturentwicklung sowie für die kurzfristige Konjunkturprognose verwendet. Vergleichbare Umfragen werden auch in sonstigen, nicht-industriellen Sektoren durchgeführt. Hauptzielgruppen: Journalisten, Wissenschaftler, Finanzanalysten, Entscheidungsträger in Politik und Wirtschaft. Einer der Hauptvorteile der Umfrage besteht darin, dass die monatlichen Daten in harmonisierter Form an die Europäische Kommission, als französischer Input für das "Business Survey Carried out among Managements in the Community" (vgl. Tabelle 4) geliefert werden. Somit werden international vergleichende Konjunkturanalysen für das Verarbeitende Gewerbe ermöglicht.
Internet-Adresse	http://www.cnis.fr
Publikation der Konjunkturumfrage im Internet	Ja. Komplettversion

Tabelle 27: 3i - 3i UK Enterprise Barometer

Deutsche Bezeichnung: 3i Unternehmensbarometer Großbritannien
 Institution: Investment-Gesellschaft

I.) Erhebungsumfang	
Untersuchtes Land	Großbritannien
Anzahl der befragten und der antwortenden Unternehmen	Von Umfrage zu Umfrage unterschiedlich. Durchschnittlich etwa 1.400 befragte Unternehmen, 400 antwortende Unternehmen; Antwortquote ca. 29 %
Zusammensetzung der befragten Unternehmen (4. Quartal 2002)	<p><i>Wirtschaftssektorverteilung:</i> Landwirtschaft: 1 % Bergbau und Chemie: 7 % Metallverarbeitung, Elektroindustrie: 22 % Sonstiges Verarbeitendes Gewerbe: 18 % Energie und Wasser: 1 % Baugewerbe: 3 % Handel, Gastronomie: 15 % Verkehr, Kommunikation: 4 % Finanzwirtschaft, unternehmensbezogene Dienstleistungen: 25 % Sonstige Dienstleistungen: 5 %</p> <p><i>Beschäftigungsverteilung:</i> 1-9 Beschäftigte: 3 % 10-19 Beschäftigte: 5 % 20-49 Beschäftigte: 24 % 50-99 Beschäftigte: 18 % 100-199 Beschäftigte: 22 % 200-249 Beschäftigte: 5 % 250-499 Beschäftigte: 12 % >= 500 Beschäftigte: 10 % keine Angabe: 1 %</p> <p><i>Regionalverteilung:</i> Norden: 33 % Midlands: 14 % Süden: 53 %</p> <p><i>Unternehmensalterverteilung:</i> 0-10 Jahre: 32 % 11-30 Jahre: 38 % 31-50 Jahre: 12 % > 50 Jahre: 18 %</p>
II.) Datenbeschaffung	
Häufigkeit der Konjunkturumfrage	Vierteljährlich
Datenquellen	Eigenes Portfolio von 3i-unterstützten Unternehmen.
Auswahl der Unternehmen	Ein Ausschnitt aus allen 3i-unterstützten Unternehmen wird befragt, wobei von Umfrage zu Umfrage überwiegend dieselben Unternehmen interviewt werden (mit Ausnahme von Unternehmen, die aus 3i's Portfolio ausscheiden oder neu eintreten).
Mittel der Datenbeschaffung	Versand und Empfang des Fragebogens per e-mail
Zeitspanne zwischen Befragungsende und Veröffentlichung der Umfrageergebnisse	5 Wochen
III.) Untersuchungsmethodik	
Wesentliche, periodisch wiederkehrende Themengebiete der Konjunkturumfrage	<ul style="list-style-type: none"> • Erwartete Umsatzentwicklung im aktuellen Quartal • Erwartete Rentabilitätsentwicklung im aktuellen Quartal • Erwartete Investitionsentwicklung im aktuellen Quartal • Erwartete Beschäftigungsentwicklung im aktuellen Kalenderjahr

	<p>Darüber hinaus werden die Unternehmen jeweils gefragt, ob im Vergleich zum Vorjahr das wirtschaftliche und politische Klima günstiger oder ungünstiger ist, um:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ein neues Unternehmen zu gründen • ein existierendes Unternehmen zu expandieren • Unternehmenswachstum durch Übernahmen zu realisieren. <p>Schließlich werden den Unternehmen auch Fragen zu tagesaktuellen Themen gestellt.</p>
Differenzierung der Umfrageergebnisse nach folgenden Kategorien	Wirtschaftssektor, Region
Analyse einzelner Beschäftigtengrößenklassen	Nein
Gewichtung der Umfrageergebnisse	Nein
Saisonbereinigung der Umfrageergebnisse	Nein
Berechnung eines Index bezüglich des gegenwärtigen und/oder zukünftigen Geschäftsklimas	Ja. Der Geschäftsklimaindex ("3i UK Barometer Index") wird berechnet aus den Antworten der Unternehmen auf die drei Fragen, ob im Vergleich zum Vorjahr das wirtschaftliche und politische Klima günstiger oder ungünstiger ist, um ein neues Unternehmen zu gründen, ein existierendes Unternehmen zu expandieren bzw. Unternehmenswachstum durch Übernahmen zu realisieren.
IV.) Sonstige Informationen	
Bestand der Konjunkturumfrage	Seit 1988
Geplante Veränderungen	Verkürzung der o.g. Auswertungszeit von 5 auf 3,5 Wochen.
Bedeutung und Zielgruppen der Konjunkturumfrage	Die Ergebnisse des Konjunkturbarometers werden zunehmend von Entscheidungsträgern in der Regierung und der Bank of England sowie von sonstigen Finanz- und Wirtschaftsexperten verwendet. Darüber hinaus sind sie auch Grundlage der Wirtschaftsprognosen des Finanzministeriums.
Internet-Adresse	http://www.3i.com
Publikation der Konjunkturumfrage im Internet	Ja. Kompletversion. Die früher separat veröffentlichten Ergebnisse werden seit kurzem als Bestandteil des 3i European Enterprise Barometer publiziert (vgl. Tabelle 1).

Tabelle 28: The British Chambers of Commerce (BCC) - Quarterly Economic Survey

Deutsche Bezeichnung: Vierteljährliche Wirtschaftsumfrage
 Institution: Spitzenorganisation der britischen Handelskammern

I.) Erhebungsumfang	
Untersuchtes Land	Großbritannien
Anzahl der befragten und der antwortenden Unternehmen	7.000-8.000 antwortende Unternehmen. Die Anzahl der insgesamt befragten Unternehmen und somit die Antwortquote sind nicht bekannt.
Zusammensetzung der befragten Unternehmen	<p><i>Wirtschaftssektorverteilung:</i> Verarbeitendes Gewerbe: 33,8 % Dienstleistungen: 66,2 %</p> <p><i>Beschäftigungsverteilung:</i> 1-19 Beschäftigte: 53,5 % 20-199 Beschäftigte: 38,4 % 200-499 Beschäftigte: 5,0 % >= 500 Beschäftigte: 3,6 %</p> <p><i>Verteilung nach Exportaktivitäten:</i> Unternehmen mit Exporttätigkeit: 40,1 % Unternehmen ohne Exporttätigkeit: 59,9 %</p>
II.) Datenbeschaffung	
Häufigkeit der Konjunkturumfrage	Vierteljährlich
Datenquellen	Mitgliedsunternehmen der Handelskammern in ganz Großbritannien
Auswahl der Unternehmen	Die jeweiligen Handelskammern wenden verschiedene Erhebungsmethoden an. Einige befragen all ihre Mitglieder, während andere einen festen Ausschnitt ihrer Mitglieder interviewen.
Mittel der Datenbeschaffung	Unterschiedlich je nach Handelskammer: Postalischer Fragebogen, Telefoninterviews (nur von der Londoner Handelskammer angewandt), Online-Befragung (von ca. einem Drittel aller Kammern angeboten)
Zeitspanne zwischen Befragungsende und Veröffentlichung der Umfrageergebnisse	3 Wochen
III.) Untersuchungsmethodik	
Wesentliche, periodisch wiederkehrende Themengebiete der Konjunkturumfrage	<ul style="list-style-type: none"> • Inlandsumsatz und -aufträge • Auslandsumsatz und -aufträge • Beschäftigungsverhalten im letzten Vierteljahr • Beschäftigungspläne für das nächste Vierteljahr • Art der im letzten Vierteljahr zu besetzenden Stellen • Schwierigkeiten bei der Rekrutierung von Mitarbeitern • Cashflow-Entwicklung im letzten Vierteljahr • Entwicklung der Investitionspläne (Anlagen und Maschinen) im letzten Vierteljahr • Entwicklung der Investitionen in Weiterbildungsmaßnahmen im letzten Vierteljahr • Umsatz- und Rentabilitätsersparungen für die nächsten zwölf Monate • Preiserwartungen für das nächste Vierteljahr • Gegenwärtige Kapazitätsauslastung • Relative Bedeutung verschiedener Problembereiche für die Unternehmensentwicklung
Differenzierung der Umfrageergebnisse nach folgenden Kategorien	Wirtschaftssektor (Verarbeitendes Gewerbe vs. Dienstleistungen), Beschäftigtengrößenklasse, Region Analyse von insgesamt 96 Zellen: 2 Wirtschaftssektoren * 4 Beschäftigtengrößenklassen * 12 britische Regionen
Analyse einzelner Beschäftigtengrößenklassen	1-19, 20-199, 200-499, >= 500 Beschäftigte

Gewichtung der Umfrageergebnisse	<p>Ja. Die Gewichtung der Umfrageergebnisse wird in zwei Stufen durchgeführt:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Die Ergebnisse für jede Beschäftigtengrößenklasse eines Wirtschaftssektors (Verarbeitendes Gewerbe und Dienstleistungen) werden entsprechend des Beitrags dieser Größenklasse zum <i>regionalen BIP</i> gewichtet. Wenn z.B. Dienstleistungsunternehmen der Größenklasse ">= 500 Beschäftigte" 40 % des regionalen BIP erwirtschaften, so werden die aggregierten Antworten der Unternehmen dieser Größenklasse mit dem Faktor 0,4 gewichtet. Dieses Verfahren wird für jede Region und auf nationaler Ebene durchgeführt. Zum Vergleich werden sowohl gewichtete als auch ungewichtete Ergebnisse veröffentlicht. 2. Die Ergebnisse einer Region werden mit dem jeweiligen Beitrag zum <i>nationalen BIP</i> gewichtet. Wenn z.B. Unternehmen in der Region London 10 % zum britischen BIP beitragen, so werden die Antworten der Londoner Unternehmen mit dem Faktor 0,1 gewichtet.
Saisonbereinigung der Umfrageergebnisse	Nein
Berechnung eines Index bezüglich des gegenwärtigen und/oder zukünftigen Geschäftsklimas	Nein. Nur indirekt über die o.g. Indikatoren (u.a. Umsatz- und Rentabilitätsenerwartungen für die nächsten zwölf Monate etc.)
IV.) Sonstige Informationen	
Bestand der Konjunkturumfrage	Seit 1985 auf nationaler Ebene. Umfragen einiger lokaler Kammern bestehen noch länger.
Geplante Veränderungen	<p>Die wichtigsten Ziele für 2003:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Zentralisierung der Datensammlung auf nationaler Ebene, so dass die Generierung eines einzigen Datensatzes und somit detailliertere Analysen ermöglicht werden. Zur Zeit werden ca. 2/3 der Fragebögen regional einbehalten und für die Gesamtanalyse werden nur die aggregierten Ergebnisse weitergegeben. 2. Verwendung des verfügbaren Datensatzes, um Analysen verschiedener Branchen (z.B. Baugewerbe, Elektronikgüter, Verkehr, Distribution etc.), Unternehmensgrößen (insbes. kleiner Unternehmen) und des Exportsektors durchzuführen.
Bedeutung und Zielgruppen der Konjunkturumfrage	<p>Die Konjunkturumfrage gibt Aufschluss über Lage und Perspektiven der Mitgliedsunternehmen. Die Britische Handelskammer (BCC) nutzt die Ergebnisse, um Lobbyarbeit für die Mitgliedsunternehmen zu betreiben. Da das Sample groß und annähernd repräsentativ für die Gesamtwirtschaft ist, kann die BCC mit Autorität und als "Stimme der Unternehmen" sprechen. Ferner dient die Präsentation der Umfrageergebnisse auch der Schärfung des (Medien-) Profils der BCC, was deren Arbeit als repräsentative Vertretung der Unternehmen erleichtert.</p> <p>Die Umfrageergebnisse werden regelmäßig im Quarterly Inflation Report der Bank of England berücksichtigt und sind ein Schlüsselindikator für die Zinssatzentscheidungen des Geldpolitik-Komitees der britischen Zentralbank.</p>
Internet-Adresse	http://www.chamberonline.co.uk
Publikation der Konjunkturumfrage im Internet	Ja, eine Zusammenfassung der wichtigsten Ergebnisse kann online gelesen und ausgedruckt werden.

Tabelle 29: Confederation of British Industry (CBI) - Quarterly Industrial Trends Survey of UK Manufacturing

Deutsche Bezeichnung: Vierteljährliche Wirtschaftstrends-Umfrage im britischen Verarbeitenden Gewerbe
 Institution: Unternehmensverband der britischen Industrie

I.) Erhebungsumfang	
Untersuchtes Land	Großbritannien
Anzahl der befragten und der antwortenden Unternehmen	2.000 befragte Unternehmen, durchschnittlich 1.050 antwortende Unternehmen, davon mehr als 900 KMU; Antwortquote ca. 52,5 %
Zusammensetzung der befragten Unternehmen	<p><i>Wirtschaftssektorverteilung:</i> Verarbeitendes Gewerbe: 100 %</p> <p><i>Beschäftigungsverteilung:</i> 1-199 Beschäftigte: 76 % 200-499 Beschäftigte: 14 % 500-4.999 Beschäftigte: 7 % >= 5.000 Beschäftigte: 1,5 %</p> <p><i>Regionalverteilung:</i> Unternehmen aus ganz Großbritannien</p>
II.) Datenbeschaffung	
Häufigkeit der Konjunkturumfrage	Vierteljährlich
Datenquellen	Eigenes Panel bestehend aus CBI-Mitgliedsunternehmen sowie sonstigen Unternehmen
Auswahl der Unternehmen	Es werden grundsätzlich dieselben Unternehmen eines gegebenen Samples befragt, das regelmäßig aufgefrischt wird.
Mittel der Datenbeschaffung	Postalischer Fragebogen
Zeitspanne zwischen Befragungsende und Veröffentlichung der Umfrageergebnisse	8 bis 10 Tage
III.) Untersuchungsmethodik	
Wesentliche, periodisch wiederkehrende Themengebiete der Konjunkturumfrage	<ul style="list-style-type: none"> • Optimismus hinsichtlich allgemeiner Lage in der jeweiligen Branche • Optimismus hinsichtlich der Exportentwicklung in nächsten zwölf Monaten • Entwicklung der Investitionen (Gebäude vs. Anlagen und Maschinen) in den nächsten zwölf Monaten • Ausmaß der gegenwärtigen Kapazitätsauslastung • Ausmaß der gegenwärtigen Inlands- bzw. Auslandsaufträge sowie der Lagerbestände an Fertigprodukten • Trend in den letzten vier Monaten bzw. erwarteter Trend für die nächsten vier Monate hinsichtlich: Beschäftigtenzahl, Inlands- bzw. Auslandsaufträge, Produktionsvolumen, Inlands- bzw. Auslandslieferungen, Lagerbestände, Durchschnittskosten pro Output-Einheit, Durchschnittspreis für Inlands- bzw. Auslandsaufträge • Anzahl der Produktionsmonate, die durch gegenwärtige Aufträge abgedeckt sind • Faktoren, die den Output in den nächsten vier Monaten begrenzen • Faktoren, die das Abschließen von Exportaufträgen in den nächsten vier Monaten begrenzen • Wettbewerbsfähigkeit auf dem britischen Markt, auf sonstigen EU- und non-EU-Märkten (Trend in den letzten vier Monaten bzw. erwarteter Trend für die nächsten vier Monate) • Ausmaß der Anlagekapazitäten im Verhältnis zur erwarteten Marktnachfrage

	<ul style="list-style-type: none"> • Hauptmotive für Investitionen in Gegenstände des Anlagevermögens in den nächsten zwölf Monaten • Faktoren, die Investitionen in das Anlagevermögen in den nächsten vier Monaten begrenzen • Erwartete Entwicklung der Investitionen in Produkt- und Verfahrensinnovationen sowie in Weiterbildungsmaßnahmen
Differenzierung der Umfrageergebnisse nach folgenden Kategorien	Wirtschaftssektor (Branche), Beschäftigtengrößenklasse, Region
Analyse einzelner Beschäftigtengrößenklassen	1-199, 200-499, 500-4.999, >=5.000 Beschäftigte (KMU-Zusammenfassung: 1-499 Beschäftigte)
Gewichtung der Umfrageergebnisse	Ja. Die Umfrageergebnisse werden in einer Matrix mit 200 Zellen differenziert ausgewiesen (50 Branchen und 4 Beschäftigtengrößenklassen). Die Ergebnisse der jeweiligen Zellen werden mit Outputgrößen sowie mit der Bruttowertschöpfung gewichtet.
Saisonbereinigung der Umfrageergebnisse	Nein. CBI-Daten werden grundsätzlich nicht saisonbereinigt. Die Angaben sollen aktuelle Trends widerspiegeln und somit die gegenwärtige Lage und die Erwartungen der befragten Unternehmen direkt messen.
Berechnung eines Index bezüglich des gegenwärtigen und/oder zukünftigen Geschäftsklimas	Ja. CBI berechnet einen Geschäftsklima-Index ("Confidence Index"), der auf den o.g. Optimismus-Fragen basiert.
IV.) Sonstige Informationen	
Bestand der Konjunkturumfrage	Seit 1958
Geplante Veränderungen	Es wird diskutiert, die Online-Beantwortung des Fragebogens zu ermöglichen sowie eine KMU-spezifische Auswertung von Ergebnissen anderer CBI-Umfragen vorzunehmen, um somit Trends in diesem Wirtschaftsegment besser beobachten zu können.
Bedeutung und Zielgruppen der Konjunkturumfrage	<p>Die Hauptvorteile beziehen sich auf die Stetigkeit der Umfrage, den Verzicht auf saisonale Anpassungen oder andere Datenrevisionen sowie auf die rasche Veröffentlichung der Umfrageergebnisse nach Abschluss der Befragung. Die Qualität der Daten ist konsistent und garantiert somit robuste Ergebnisse, die in dieser Form von keiner offiziellen Statistik bereitgestellt werden.</p> <p>Seit 1975 wird eine ergänzende monatliche Umfrage (mit fünf statt 17 Fragen) durchgeführt. Daneben führt CBI eine Vielzahl von weiteren Umfragen durch, die alle in gewissem Maße auch den KMU-Sektor abdecken. Die hier dargestellte Konjunkturumfrage ist die bedeutendste von CBI's Umfragen und stellt zudem die umfassendste Analyse der britischen mittelständischen Wirtschaft im Verarbeitenden Gewerbe dar. Sie deckt ca. 33 % der gesamten Beschäftigung des britischen Verarbeitenden Gewerbes ab.</p> <p>Seit mehr als 25 Jahren liefert CBI die monatlichen Daten in harmonisierter Form an die Europäische Kommission, als britischer Input für das "Business Survey Carried out among Managements in the Community" (vgl. Tabelle 4).</p> <p>Die Umfrageergebnisse erzielen ein breites Echo in den nationalen und regionalen Medien und werden stark von Unternehmensführern, Wissenschaftlern, Finanzanalysten sowie von Politikgestaltern der Bank of England und des Finanzministeriums genutzt.</p>
Internet-Adresse	http://www.cbi.org.uk
Publikation der Konjunkturumfrage im Internet	Ja, eine Zusammenfassung der wichtigsten Ergebnisse kann online gelesen und ausgedruckt werden.

Tabelle 30: The Forum of Private Business (FPB) - Quarterly Survey of Private Business

Deutsche Bezeichnung: Vierteljährliche Umfrage in der mittelständischen Wirtschaft
 Institution: Unternehmensverband

I.) Erhebungsumfang	
Untersuchtes Land	Großbritannien
Anzahl der befragten und der antwortenden Unternehmen	Jedes Vierteljahr zwischen 1.200 und 3.000 befragte Unternehmen, mit einer ca. 95 %-igen Antwortquote.
Zusammensetzung der befragten Unternehmen (1. Quartal 2002)	<p><i>Wirtschaftssektorverteilung:</i> Landwirtschaft: 1,5 % Verarbeitendes Gewerbe: 17,0 % Baugewerbe: 7,5 % Großhandel: 3,3 % Einzelhandel: 22,9 % Gastgewerbe: 5,3 % Verkehr: 3,8 % Finanz- und unternehmensnahe Dienstleistungen: 10,4 % Druckgewerbe/Verlage: 1,6 % Andere Dienstleistungen: 15,2 % Freie Berufe: 11,4 %</p> <p><i>Beschäftigungsverteilung:</i> 1-4 Beschäftigte: 30,1 % 5-9 Beschäftigte: 28,8 % 10-19 Beschäftigte: 22,8 % 20-49 Beschäftigte: 14,2 % 50-99 Beschäftigte: 2,8 % >= 100 Beschäftigte: 1,2 %</p> <p><i>Umsatzverteilung:</i> < 50.000 Pfund: 2,6 % 50.000-99.000 Pfund: 5,4 % 100.000-149.000 Pfund: 5,7 % 150.000-499.000 Pfund: 37,8 % 500.000-999.000 Pfund: 23,2 % 1 Million-4,9 Millionen Pfund: 21,7 % >= 5 Millionen Pfund: 3,5 %</p> <p><i>Regionalverteilung:</i> Nordwest: 8,6 % London: 16,2 % Nordost: 0,7 % Südosten: 13,9 % Yorks/Humber: 2,9 % Südwesten: 24,7 % East Midlands: 3,0 % Wales: 7,0 % West Midlands: 3,3 % Schottland: 11,0 % Eastern: 8,6 %</p> <p><i>Rechtsformverteilung:</i> Einzelunternehmer: 31,0 % Personengesellschaften: 23,3 % Kapitalgesellschaften: 45,1 % Sonstige: 0,6 %</p> <p><i>Verteilung nach Geschlecht der Unternehmensinhaber:</i> Weiblich: 8,1 % Weiblich/Männlich: 28,0 % Männlich: 56,8 %</p>
II.) Datenbeschaffung	
Häufigkeit der Konjunkturumfrage	Vierteljährlich
Datenquellen	Eigene Datenquelle: Unternehmen, die Mitglied des Forum of Private Business sind

Auswahl der Unternehmen	Für jeden vierteljährlichen Konjunkturbericht wird ein anderer Ausschnitt der Mitgliedsunternehmen befragt. Insgesamt werden im Laufe eines Jahres alle Mitgliedsunternehmen einmal befragt.
Mittel der Datenbeschaffung	Sonstige: Persönliche Interviews, die im Rahmen der jährlichen Treffen eines FPB-Mitarbeiters mit dem jeweiligen FPB-Mitglied in dessen Unternehmen durchgeführt werden.
Zeitspanne zwischen Befragungsende und Veröffentlichung der Umfrageergebnisse	5 Wochen
III.) Untersuchungsmethodik	
Wesentliche, periodisch wiederkehrende Themengebiete der Konjunkturmfrage	<ul style="list-style-type: none"> • Gegenwärtige Schlüsselprobleme • Hauptproblem • Tatsächliches Wachstum im letzten Vierteljahr • Wachstumsaussichten für das nächste Vierteljahr
Differenzierung der Umfrageergebnisse nach folgenden Kategorien	Wirtschaftssektor, Beschäftigtengrößenklasse, Umsatzgrößenklasse, Region, Unternehmensalter, Sonstige: Wachstumsphase, Geschlecht der Unternehmensinhaber
Analyse einzelner Beschäftigtengrößenklassen	1-4, 5-9, 10-19, 20-49, 50-99, >= 100 Beschäftigte
Gewichtung der Umfrageergebnisse	Nein
Saisonbereinigung der Umfrageergebnisse	Nein
Berechnung eines Index bezüglich des gegenwärtigen und/oder zukünftigen Geschäftsklimas	Ja. FPB Index der wichtigsten KMU-Problembereiche ("FPB Index of Priorities of SME Concerns"). Der Index wird vierteljährlich berechnet und spiegelt die relative Bedeutung verschiedener Problembereiche sowie ihre Rangordnung wider.
IV.) Sonstige Informationen	
Bestand der Konjunkturmfrage	Seit 1985
Geplante Veränderungen	Ja - noch im Diskussionsstadium
Bedeutung und Zielgruppen der Konjunkturmfrage	Die Ergebnisse werden der Regierung, der Bank of England, Banken, den Medien, Behörden, Mitgliedern des britischen und europäischen Parlaments, Wissenschaftlern und einer Vielzahl anderer interessierter Gruppen präsentiert und zur Verfügung gestellt. Die Konjunkturmfrage stellt ein wichtiges Kommunikationsmittel dar, das die Interessen und Probleme der KMU öffentlich macht.
Internet-Adresse	http://www.fpb.co.uk
Publikation der Konjunkturmfrage im Internet	Nein

Tabelle 31: Institute of Directors (IoD) - IoD Business Opinion Survey

Deutsche Bezeichnung: IoD Wirtschafts-Meinungsumfrage
 Institution: Unternehmensverband

I.) Erhebungsumfang	
Untersuchtes Land	Großbritannien
Anzahl der befragten und der antwortenden Unternehmen	500 antwortende Unternehmen
Zusammensetzung der befragten Unternehmen	<i>Wirtschaftssektorverteilung:</i> Verarbeitendes Gewerbe Dienstleistungen <i>Beschäftigungsverteilung:</i> 1-20 Beschäftigte (Mikrounternehmen) 21-100 Beschäftigte (Kleinunternehmen) 101-200 Beschäftigte (Mittlere Unternehmen) >= 201 Beschäftigte (Großunternehmen)
II.) Datenbeschaffung	
Häufigkeit der Konjunkturumfrage	Vierteljährlich
Datenquellen	Mitgliedsunternehmen des IoD
Auswahl der Unternehmen	Das Untersuchungssample ist eine Zufallsstichprobe aus dem Mitgliederbestand des IoD.
Mittel der Datenbeschaffung	Telefoninterviews
Zeitspanne zwischen Befragungsende und Veröffentlichung der Umfrageergebnisse	Ca. 4 Wochen
III.) Untersuchungsmethodik	
Wesentliche, periodisch wiederkehrende Themengebiete der Konjunkturumfrage	<ul style="list-style-type: none"> • Gegenwärtige Unternehmenslage • Geschäftserwartungen • Kapazitätsauslastung • Auftragsbestand • Exportauftragsbestand • Beschäftigungsentwicklung • Produktionentwicklung • Kostenentwicklung • Preisentwicklung • Gewinnentwicklung • Lohnentwicklung im letzten Vierteljahr • Investitionsaussichten
Differenzierung der Umfrageergebnisse nach folgenden Kategorien	Wirtschaftssektor, Beschäftigtengrößenklasse
Analyse einzelner Beschäftigtengrößenklassen	1-20, 21-100, 101-200, >= 201 Beschäftigte
Gewichtung der Umfrageergebnisse	keine Angabe
Saisonbereinigung der Umfrageergebnisse	keine Angabe
Berechnung eines Index bezüglich des gegenwärtigen und/oder zukünftigen Geschäftsklimas	Nein
IV.) Sonstige Informationen	
Bestand der Konjunkturumfrage	Seit 1996
Geplante Veränderungen	Nein

Bedeutung und Zielgruppen der Konjunkturumfrage	Das Ziel der Umfrage besteht darin, die konjunkturelle Lage und die Aussichten der britischen Wirtschaft zeitnah darzustellen.
Internet-Adresse	http://www.iod.com
Publikation der Konjunkturumfrage im Internet	Ja. Komplette Version

Tabelle 32: Nottingham University Business School - UK Business Barometer

Deutsche Bezeichnung: Wirtschaftsbarometer Großbritannien
 Institution: universitäres Wirtschaftsforschungsinstitut

I.) Erhebungsumfang	
Untersuchtes Land	Großbritannien
Anzahl der befragten und der antwortenden Unternehmen	300 befragte Unternehmen, davon 150 antwortende; Antwortquote ca. 50 %
Zusammensetzung der befragten Unternehmen	<p><i>Wirtschaftssektorverteilung:</i> Produzierendes Gewerbe: 37,8 % Handel: 11,0 % Dienstleistungen: 51,2 %</p> <p><i>Beschäftigungsverteilung:</i> 1-10 Beschäftigte: 40,2 % 11-20 Beschäftigte: 35,4 % 21-50 Beschäftigte: 8,7 % 51-100 Beschäftigte: 4,7 % > 100 Beschäftigte: 6,3 % keine Angabe: 4,7 %</p> <p><i>Umsatzverteilung:</i> < 1 Million Pfund: 58,3 % 1-3 Millionen Pfund: 21,3 % > 3 Millionen Pfund: 20,5 %</p>
II.) Datenbeschaffung	
Häufigkeit der Konjunkturumfrage	Monatlich
Datenquellen	Eigenes Panel mit registrierten Unternehmen
Auswahl der Unternehmen	Periodische Befragung derselben Unternehmen
Mittel der Datenbeschaffung	Online Befragung. Jeden Monat erhalten die registrierten Unternehmen per e-mail eine Einladung, den Fragebogen online auszufüllen. Das Ausfüllen des Fragebogens nimmt nur ca. 2 Minuten in Anspruch.
Zeitspanne zwischen Befragungsende und Veröffentlichung der Umfrageergebnisse	Sofortige Aktualisierung der Umfrageergebnisse. Die Ergebnisse werden sofort aktualisiert, wenn das jeweilige Unternehmen seine Antworten eingegeben hat.
III.) Untersuchungsmethodik	
Wesentliche, periodisch wiederkehrende Themengebiete der Konjunkturumfrage	<ul style="list-style-type: none"> • Beeinflussung der Unternehmensentwicklung durch Fachkräftemangel • Beeinflussung der Unternehmensentwicklung durch Finanzierungsengpässe • Beeinflussung der Unternehmensentwicklung durch geringe Marktnachfrage • Tatsächliches Wachstum im letzten Vierteljahr • Wachstumsaussichten für das nächste Vierteljahr <p>Zusätzlich beinhaltet jede Umfrage 12 tagesaktuelle Fragen.</p>
Differenzierung der Umfrageergebnisse nach folgenden Kategorien	<p>Wirtschaftssektor, Beschäftigtengrößenklasse, Umsatzgrößenklasse, Region, Unternehmensalter</p> <p>Die publizierten Ergebnisse hinsichtlich der o.g. fünf Kernfragen werden jeweils nach Wirtschaftssektor und Umsatzgrößenklassen differenziert.</p>
Analyse einzelner Beschäftigtengrößenklassen	1-10, 11-20, 21-50, 51-100, >100 Beschäftigte
Gewichtung der Umfrageergebnisse	Nein
Saisonbereinigung der Umfrageergebnisse	Nein

Berechnung eines Index bezüglich des gegenwärtigen und/oder zukünftigen Geschäftsklimas	Nein
IV.) Sonstige Informationen	
Bestand der Konjunkturumfrage	In Papierform seit 1992, in elektronischer Form seit 1997
Geplante Veränderungen	Geplant ist die Einführung weiterer Konjunkturbarometer (z.B. für die Unternehmensberatungsbranche), deren Entwicklung jeweils miteinander verglichen werden soll.
Bedeutung und Zielgruppen der Konjunkturumfrage	Das UK Business Barometer ist die erste ausschließlich Internet-gestützte KMU-Konjunkturumfrage in Großbritannien. Die Umfrage ermittelt speziell die Sichtweise von kleineren Unternehmen bezüglich verschiedener Problembereiche. Die Ergebnisse der Umfrage werden nationalen, regionalen und lokalen Politikgestaltern sowie anderen Schlüsselinstitutionen (Unterstützungsdienstleister, Universitäten, Verbände, Medien) kommuniziert. Die Ausgestaltung der Umfrage als Online-Befragung ermöglicht es, die Informationen sehr schnell auszuwerten und direkt an die Zielgruppen weiterzuleiten. Darüber hinaus können die Unternehmen ihre Position im Vergleich zum nationalen Durchschnitt der anderen Unternehmen ermitteln (Benchmarking).
Internet-Adresse	http://www.ukbb.ac
Publikation der Konjunkturumfrage im Internet	Ja. Online Darstellung der Ergebnisse

Tabelle 33: Small Business Research Trust (SBRT)/NatWest - Quarterly Survey of Small Business in Britain

Deutsche Bezeichnung: Vierteljährliche Umfrage im britischen Mittelstand
 Institution: Wirtschaftsforschungsinstitut - Geschäftsbank

I.) Erhebungsumfang	
Untersuchtes Land	Großbritannien
Anzahl der befragten und der antwortenden Unternehmen	Ca. 2.000-2.500 befragte Unternehmen, ca. 1.000 antwortende Unternehmen; Antwortquote etwa 44 %
Zusammensetzung der befragten Unternehmen	<i>Wirtschaftssektorverteilung:</i> Unternehmen aus allen Wirtschaftssektoren <i>Beschäftigungsverteilung:</i> <10 Beschäftigte: 74 % >= 10 Beschäftigte: 26 % <i>Regionalverteilung:</i> Unternehmen aus ganz Großbritannien Ca. 11 % der Unternehmen wurden vor weniger als drei Jahren gegründet.
II.) Datenbeschaffung	
Häufigkeit der Konjunkturumfrage	Vierteljährlich
Datenquellen	Eine Mischung aus eigenem Panel, Mitgliedern von KMU-Organisationen (Forum of Private Business, Federation of Small Business, National Chamber of Trade etc.), Leserschaft des NatWest Small Business Digest sowie Zufallssamples von KMU.
Auswahl der Unternehmen	Jedes Quartal wird ca. ein Drittel bis die Hälfte der Unternehmen in der Datenbasis befragt. Später wird, falls notwendig, eine Gewichtung nach Maßgabe der Verteilung der Arbeitskräfteerhebung ("Labour Force Survey") vorgenommen. Von einer Umfrage zur nächsten sind jeweils etwa 50 % der befragten Unternehmen identisch.
Mittel der Datenbeschaffung	Postalischer Fragebogen (hauptsächlich), Online-Befragung, Versand und Empfang des Fragebogens per e-mail
Zeitspanne zwischen Befragungsende und Veröffentlichung der Umfrageergebnisse	Ca. 4 Wochen
III.) Untersuchungsmethodik	
Wesentliche, periodisch wiederkehrende Themengebiete der Konjunkturumfrage	Vergangene (im Vergleich zum Vorjahr) und erwartete Entwicklung (im nächsten Quartal) hinsichtlich: <ul style="list-style-type: none"> • Umsatz • Beschäftigung • Investitionen • Absatzpreise • Gegenwärtiges Hauptproblem für die Unternehmensentwicklung
Differenzierung der Umfrageergebnisse nach folgenden Kategorien	Wirtschaftssektor, Beschäftigtengrößenklasse, Umsatzgrößenklasse, Region, Unternehmensalter, Sonstige: Unternehmen mit steigenden vs. sinkenden Umsätzen bzw. Beschäftigtenzahlen
Analyse einzelner Beschäftigtengrößenklassen	0, 1-4, 5-9, 10-19, >=20 Beschäftigte
Gewichtung der Umfrageergebnisse	Ja. Gewichtung entsprechend der Verteilung der Arbeitskräfteerhebung ("Labour Force Survey", eine halbjährliche, staatliche Umfrage unter 60.000 Unternehmen).
Saisonbereinigung der Umfrageergebnisse	Ja. Die Ergebnisse der Hauptindikatoren werden saisonbereinigt.

Berechnung eines Index bezüglich des gegenwärtigen und/oder zukünftigen Geschäftsklimas	Ja. Ein Verbund aus erwarteter Umsatz- und Beschäftigungsentwicklung im nächsten Quartal.
IV.) Sonstige Informationen	
Bestand der Konjunkturumfrage	Seit 1984
Geplante Veränderungen	Es wurde damit begonnen, die Datenbasis mittels "Random Surveys" von KMU aufzufrischen.
Bedeutung und Zielgruppen der Konjunkturumfrage	Die Hauptzielgruppen sind Wissenschaftler und Politikgestalter. Die Daten werden von der Bank of England, dem Wirtschafts- und Handelsministerium (DTI) und dem Small Business Service verwendet. Über die Umfrageergebnisse wird ausführlich in den nationalen Medien berichtet.
Internet-Adresse	http://www.sbrt.co.uk
Publikation der Konjunkturumfrage im Internet	Nein. Eine Zusammenfassung der wichtigsten Ergebnisse kann von Fall zu Fall (mit erheblicher zeitlicher Verzögerung) online gelesen und ausgedruckt werden.

Tabelle 34: Banca di Roma - Indagine Congiunturale Semestrale

Deutsche Bezeichnung: Halbjährliche Konjunkturumfrage
 Institution: Geschäftsbank

I.) Erhebungsumfang	
Untersuchtes Land	Italien
Anzahl der befragten und der antwortenden Unternehmen	Ca. 2.000 befragte Unternehmen, ca. 1.100 antwortende Unternehmen; Antwortquote ca. 55 %
Zusammensetzung der befragten Unternehmen (1. Semester 2002)	<p><i>Wirtschaftssektorverteilung:</i> Konsumgüterindustrie Investitionsgüterindustrie Zwischenprodukte</p> <p><i>Beschäftigungsverteilung:</i> 11-50 Beschäftigte: 54,9 % 51-250 Beschäftigte: 36,0 % 251-500 Beschäftigte: 9,1 %</p> <p><i>Regionalverteilung:</i> Nord-Zentrum: 65,5 % Süden: 34,5 %</p>
II.) Datenbeschaffung	
Häufigkeit der Konjunkturumfrage	Halbjährlich (Frühjahr und Herbst)
Datenquellen	Daten vom italienischen Statistikamt ISTAT
Auswahl der Unternehmen	Sowohl ein Panel-Anteil als auch ein non-Panel-Anteil
Mittel der Datenbeschaffung	Versand des Fragebogens per e-mail, Antworten per Telefoninterview
Zeitspanne zwischen Befragungsende und Veröffentlichung der Umfrageergebnisse	15 Tage
III.) Untersuchungsmethodik	
Wesentliche, periodisch wiederkehrende Themengebiete der Konjunkturumfrage	<p>Für die folgenden Indikatoren wird jeweils die <i>tatsächliche</i> Entwicklung im vergangenen halben Jahr sowie die <i>erwartete</i> Entwicklung im nächsten halben Jahr erfragt:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Industrieproduktion (gesamt, für Inlandsmarkt, Export) • Auftragsbestand (Inland, Ausland) • Lagerbestand • Verkaufspreise (Inland, Ausland) • Beschäftigung • Kreditkosten • Verbindlichkeiten gegenüber Banken • Lieferantenkredite und -forderungen • Internationale und nationale Wettbewerbsfähigkeit (Selbsteinschätzung)
Differenzierung der Umfrageergebnisse nach folgenden Kategorien	Wirtschaftssektor, Beschäftigtengrößenklasse, Region
Analyse einzelner Beschäftigtengrößenklassen	11-50, 51-250, 251-500 Beschäftigte
Gewichtung der Umfrageergebnisse	Ja. Die Ergebnisse werden so gewichtet, dass sie die Verteilung der mittelständischen Unternehmen im Verarbeitenden Gewerbe widerspiegeln. Die Gewichtung wird mit Hilfe einer Kombination von Beschäftigtengrößenklasse und Region durchgeführt.
Saisonbereinigung der Umfrageergebnisse	Für alle Datensätze sind sowohl saisonbereinigte als auch nicht-bereinigte Daten vorhanden.
Berechnung eines Index bezüglich des gegenwärtigen und/oder zukünftigen Geschäftsklimas	Nein

IV.) Sonstige Informationen	
Bestand der Konjunkturumfrage	Seit 1994
Geplante Veränderungen	Geplant sind regionale Konjunkturumfragen (inhaltlich identisch mit der nationalen Umfrage) für die Lombardei, die Emilia-Romagna und Sizilien. Gegenwärtig werden bereits regionale Umfragen für Kampanien und Latium ausgewertet.
Bedeutung und Zielgruppen der Konjunkturumfrage	Die Hauptzielgruppen sind Konjunkturforscher und Banken.
Internet-Adresse	http://www.bancaroma.it
Publikation der Konjunkturumfrage im Internet	Ja. Komplettversion

Tabelle 35: BNP Paribas Lease Group - Indagine PMI Italia. Congiuntura e Prospettive

Deutsche Bezeichnung: KMU-Konjunkturumfrage Italien. Konjunktur und Aussichten
 Institution: Geschäftsbank

I.) Erhebungsumfang	
Untersuchtes Land	Italien
Anzahl der befragten und der antwortenden Unternehmen	3.000 befragte Unternehmen mit 6-200 Beschäftigten, 500 antwortende Unternehmen; Antwortquote ca. 17 %
Zusammensetzung der befragten Unternehmen	<p><i>Wirtschaftssektorverteilung:</i> Verarbeitendes Gewerbe: 44 % Baugewerbe: 14 % Handel: 26 % Verkehr: 7 % Sonstige Dienstleistungen: 9 %</p> <p><i>Beschäftigungsverteilung:</i> 6-9 Beschäftigte: 48 % 10-19 Beschäftigte: 26 % 20-49 Beschäftigte: 20 % 50-99 Beschäftigte: 4 % 100-200 Beschäftigte: 2 %</p>
II.) Datenbeschaffung	
Häufigkeit der Konjunkturumfrage	Jährlich
Datenquellen	Externe Unternehmensdatenbank
Auswahl der Unternehmen	Zufallsstichprobe
Mittel der Datenbeschaffung	Telefoninterviews
Zeitspanne zwischen Befragungsende und Veröffentlichung der Umfrageergebnisse	Ca. 5 Wochen
III.) Untersuchungsmethodik	
Wesentliche, periodisch wiederkehrende Themengebiete der Konjunkturumfrage	<p>Tatsächliche Entwicklung im Berichtsjahr im Vergleich zum Vorjahr:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Umsatz • Auftragsbestand • Verkaufspreise • Rentabilität • Liquidität • Beschäftigung • Zeitarbeit • Exporttätigkeit • Investitionsvolumen und -motive, Selbstfinanzierungsquote <p>Erwartete Entwicklung im nächsten Jahr im Vergleich zum Berichtsjahr:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vertrauen in das eigene Unternehmen bzw. in die Volkswirtschaft • Umsatz • Auftragsbestand • Verkaufspreise • Rentabilität • Beschäftigung • Zeitarbeit • Investitionsvolumen
Differenzierung der Umfrageergebnisse nach folgenden Kategorien	Wirtschaftssektor, Beschäftigtengrößenklasse
Analyse einzelner Beschäftigtengrößenklassen	6-9, 10-19, 20-49, 50-99, 100-200 Beschäftigte
Gewichtung der Umfrageergebnisse	Ja

Saisonbereinigung der Umfrageergebnisse	Nein
Berechnung eines Index bezüglich des gegenwärtigen und/oder zukünftigen Geschäftsklimas	Nein
IV.) Sonstige Informationen	
Bestand der Konjunkturumfrage	Seit 1998
Geplante Veränderungen	Es sind derzeit keine Änderungen geplant.
Bedeutung und Zielgruppen der Konjunkturumfrage	Hauptzielgruppen der Umfrage sind Spezialisten der Volks- und Betriebswirtschaft. Ihnen soll ein genaues Bild der Wirtschaftsaktivitäten kleiner und mittlerer italienischer Unternehmen vermittelt werden.
Internet-Adresse	http://www.leasegroup.it
Publikation der Konjunkturumfrage im Internet	Ja. Komplettversion

Tabelle 36: Confartigianato - Indagine Congiunturale Confartigianato Sulle Imprese Artigiane

Deutsche Bezeichnung: Confartigianato Konjunkturumfrage unter Handwerksunternehmen
 Institution: Unternehmensverband des italienischen Handwerks

I.) Erhebungsumfang	
Untersuchtes Land	Italien
Anzahl der befragten und der antwortenden Unternehmen	3.300 bis 3.400 befragte Unternehmen, 2.500 antwortende Unternehmen; Antwortquote ca. 75 %
Zusammensetzung der befragten Unternehmen	<p><i>Wirtschaftssektorverteilung:</i> Verarbeitendes Gewerbe: 60 % Baugewerbe: 13 % Unternehmensnahe Dienstleistungen: 14 % Personenbezogene Dienstleistungen: 13 %</p> <p><i>Beschäftigungsverteilung:</i> 0-9 Beschäftigte > 9 Beschäftigte</p> <p><i>Regionalverteilung:</i> Nordwesten Nordosten Zentrum Süden</p>
II.) Datenbeschaffung	
Häufigkeit der Konjunkturumfrage	Vierteljährlich
Datenquellen	Stichprobe aus der Gesamtheit aller privaten Handwerksunternehmen, die in das Unternehmensregister der Kammern eingetragen sind.
Auswahl der Unternehmen	Ca. 30 % bis 35 % der Unternehmen werden wiederkehrend befragt, die restlichen Unternehmen wechseln von Umfrage zu Umfrage.
Mittel der Datenbeschaffung	Telefoninterviews
Zeitspanne zwischen Befragungsende und Veröffentlichung der Umfrageergebnisse	3-4 Wochen
III.) Untersuchungsmethodik	
Wesentliche, periodisch wiederkehrende Themengebiete der Konjunkturumfrage	<ul style="list-style-type: none"> • Geschäftsvolumen im laufenden Quartal im Vergleich zum Vorjahresquartal • Erwartete Entwicklung des Geschäftsvolumens im nächsten Quartal
Differenzierung der Umfrageergebnisse nach folgenden Kategorien	4 Wirtschaftssektoren, 2 Beschäftigtengrößenklassen, 4 Regionen Insgesamt ist das Untersuchungssample in 144 Zellen unterteilt.
Analyse einzelner Beschäftigtengrößenklassen	0- 9, > 9 Beschäftigte
Gewichtung der Umfrageergebnisse	Ja. Mit der Wertschöpfung pro Beschäftigten
Saisonbereinigung der Umfrageergebnisse	Nein
Berechnung eines Index bezüglich des gegenwärtigen und/oder zukünftigen Geschäftsklimas	Nein
IV.) Sonstige Informationen	
Bestand der Konjunkturumfrage	Seit Mai 2002
Geplante Veränderungen	Keine
Bedeutung und Zielgruppen der Konjunkturumfrage	Das Hauptziel der Umfrage besteht darin, eine Informationslücke hinsichtlich der konjunkturellen Entwicklung von Handwerksunternehmen in Italien zu schließen (die z.B. im Jahr 1999 ca. 11 % des BIP erwirtschafteten).

Internet-Adresse	http://www.confartigianato.it
Publikation der Konjunkturumfrage im Internet	Ja. Komplettversion

Tabelle 37: Istituto di Studi e Analisi Economica (ISAE) - ISAE Congiuntura Imprese Industriali Italiane

Deutsche Bezeichnung: ISAE Konjunktur der italienischen Industrieunternehmen
 Institution: Wirtschaftsforschungsinstitut

I.) Erhebungsumfang	
Untersuchtes Land	Italien
Anzahl der befragten und der antwortenden Unternehmen	4.019 befragte Unternehmen, 3.950 antwortende Unternehmen; Antwortquote ca. 98 % (dank der Telefoninterview-Methode)
Zusammensetzung der befragten Unternehmen	<p><i>Wirtschaftssektorverteilung:</i> Lebensmittel und Getränke: 8,6 % Chemie, Gummi: 8,5 % Elektronik: 8 % Mechanik (incl. Kraftfahrzeuge): 11,8 % Metallwaren: 14,6 % Textil, Bekleidung: 21,7 % Sonstige: 26,8 %</p> <p><i>Beschäftigungsverteilung:</i> <= 99 Beschäftigte: 84,4 % > 99 Beschäftigte: 15,6%</p> <p><i>Regionalverteilung:</i> Norden: 50,6 % Zentrum: 24,8 % Süden: 24,6 %</p>
II.) Datenbeschaffung	
Häufigkeit der Konjunkturumfrage	Monatlich
Datenquellen	Datenbank des italienischen Statistikamts ISTAT mit der Gesamtheit aller Unternehmen des Verarbeitenden Gewerbes
Auswahl der Unternehmen	Das Sample ist nach drei Dimensionen geschichtet: Wirtschaftssektor, Unternehmensgröße und Verwaltungsregion. Jeden Monat gibt es einen Unternehmensumschlag in Höhe von ca. 3 %.
Mittel der Datenbeschaffung	Telefoninterviews
Zeitspanne zwischen Befragungsende und Veröffentlichung der Umfrageergebnisse	1 Woche
III.) Untersuchungsmethodik	
Wesentliche, periodisch wiederkehrende Themengebiete der Konjunkturumfrage	<p>Tatsächliche Entwicklung im Berichtsmonat im Vergleich zum Vormonat:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Auftragsbestand (gesamt, Inland, Ausland) • Produktion • Lagerbestand <p>Erwartete Entwicklung in den nächsten drei bis vier Monaten:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Auftragsbestand • Produktion • Verkaufspreise • Beschäftigung • Allgemeine Wirtschaftslage
Differenzierung der Umfrageergebnisse nach folgenden Kategorien	Wirtschaftssektor (22 Branchen), Beschäftigtengrößenklasse, Region
Analyse einzelner Beschäftigtengrößenklassen	bis 99, 100-499, >=500 Beschäftigte

Gewichtung der Umfrageergebnisse	Ja. Es wird ein doppeltes Gewichtungsverfahren angewandt. Zunächst werden die Antworten der einzelnen Unternehmen mit ihrer eigenen Beschäftigtenzahl gewichtet, um eine sehr tief untergliederte sektorale Schätzung zu erhalten (mehr als 200 Branchen). Danach werden diese Branchen mit offiziellen Wertschöpfungsdaten gewichtet, um schrittweise die Daten für das gesamte Verarbeitende Gewerbe zu ermitteln.
Saisonbereinigung der Umfrageergebnisse	Ja. Alle Salden sind saisonbereinigt ("Tramo Seats").
Berechnung eines Index bezüglich des gegenwärtigen und/oder zukünftigen Geschäftsklimas	Ja. Unter Anwendung der Methodik der Europäischen Kommission wird ein Geschäftsklimaindex für das gesamte Verarbeitende Gewerbe berechnet. Der Index mit der Basis 1995=100 ist der einfache arithmetische Mittelwert der Salden der Unternehmenseinschätzung hinsichtlich des Auftrags- und Lagerbestands (mit umgekehrtem Vorzeichen) sowie der Produktions- und Verkaufspreiserwartungen (wobei alle Daten saisonal bereinigt sind).
IV.) Sonstige Informationen	
Bestand der Konjunkturumfrage	Seit 1959. Seit 1962 monatliche Umfrage. Im Jahr 1986 wurde die Umfrage erneuert, um Daten auf regionaler Ebene zu gewinnen.
Geplante Veränderungen	Ja. Geplant ist eine Änderung des Gewichtungsverfahrens. Zeitreihen, die auf dem neuen Verfahren basieren, werden im Juni 2003 veröffentlicht.
Bedeutung und Zielgruppen der Konjunkturumfrage	Die ISAE-Konjunkturumfrage wird in hohem Maße von nationalen und internationalen Experten für die Analyse der Konjunkturentwicklung im italienischen Verarbeitenden Gewerbe verwendet. Die Umfrage liefert aktuelle und zuverlässige Daten hinsichtlich der konjunkturellen Entwicklung des Verarbeitenden Gewerbes. ISAE liefert die monatlichen Daten in harmonisierter Form an die Europäische Kommission, als italienischer Input für das "Business Survey Carried out among Managements in the Community" (vgl. Tabelle 4).
Internet-Adresse	http://www.isae.it
Publikation der Konjunkturumfrage im Internet	Ja. Presseveröffentlichung

Tabelle 38: Istituto di Studi e Analisi Economica (ISAE) - ISAE Congiuntura Imprese di Servizi

Deutsche Bezeichnung: ISAE Konjunktur der Dienstleistungsunternehmen
 Institution: Wirtschaftsforschungsinstitut

I.) Erhebungsumfang	
Untersuchtes Land	Italien
Anzahl der befragten und der antwortenden Unternehmen	2.000 befragte Unternehmen (seit Januar 2003; davor 1.000 Unternehmen)
Zusammensetzung der befragten Unternehmen (seit Januar 2003)	<p><i>Wirtschaftssektorverteilung:</i> Finanzdienstleistungen: 15,5 % Unternehmensnahe Dienstleistungen: 49,8 % Personenbezogene Dienstleistungen: 34,7 %</p> <p><i>Regionalverteilung:</i> Nordwesten Nordosten Zentrum Süden</p>
II.) Datenbeschaffung	
Häufigkeit der Konjunkturumfrage	Monatlich (seit Januar 2003; davor vierteljährlich)
Datenquellen	Datenbank des italienischen Statistikamts ISTAT mit der Gesamtheit aller Unternehmen des Dienstleistungssektors
Auswahl der Unternehmen	Das annähernd konstante Sample ist geschichtet nach Verwaltungsregionen und Wirtschaftssektoren.
Mittel der Datenbeschaffung	Telefoninterviews
Zeitspanne zwischen Befragungsende und Veröffentlichung der Umfrageergebnisse	Ca. 11 Tage. Die Umfrageergebnisse werden zum Ende des jeweiligen Berichtsmonats veröffentlicht.
III.) Untersuchungsmethodik	
Wesentliche, periodisch wiederkehrende Themengebiete der Konjunkturumfrage	<p>Tatsächliche Entwicklung im Berichtsmonat im Vergleich zum Vormonat:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Auftragsbestand (gesamt, Inland, Ausland) • Umsatz • Beschäftigung <p>Erwartete Entwicklung in den nächsten drei bis vier Monaten:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Auftragsbestand • Umsatz • Beschäftigung • Verkaufspreise • Allgemeine Wirtschaftslage
Differenzierung der Umfrageergebnisse nach folgenden Kategorien	Wirtschaftssektor, Region
Analyse einzelner Beschäftigtengrößenklassen	Nein. Zur Zeit nicht.
Gewichtung der Umfrageergebnisse	<p>Ja, seit Januar 2003.</p> <p>Es wird ein doppeltes Gewichtungsverfahren angewandt. Zunächst werden die Antworten der einzelnen Unternehmen mit ihrem eigenen Umsatz gewichtet, um Daten für die 19 wichtigsten Dienstleistungsbranchen zu erhalten. Danach werden diese Branchen mit offiziellen Wertschöpfungsdaten gewichtet, um schrittweise die Daten für den gesamten Dienstleistungssektor zu ermitteln.</p>
Saisonbereinigung der Umfrageergebnisse	Ja. Die Salden sind saisonbereinigt.
Berechnung eines Index bezüglich des gegenwärtigen und/oder zukünftigen Geschäftsklimas	Ja. Seit Januar 2003 wird unter Anwendung der Methodik der Europäischen Kommission ein Geschäftsklimaindex für den gesamten Dienstleistungssektor berechnet.

IV.) Sonstige Informationen	
Bestand der Konjunkturumfrage	Seit 1992
Geplante Veränderungen	Ja. Seit Januar 2003 monatliche Umfragen, Verdopplung des Samples und Abdeckung des gesamten gewerblichen Dienstleistungssektors (incl. personenbezogene und Finanz-Dienstleistungen).
Bedeutung und Zielgruppen der Konjunkturumfrage	Die ISAE-Konjunkturumfrage wird in hohem Maße von italienischen und internationalen Experten für die Analyse der Konjunktorentwicklung im italienischen Dienstleistungssektor verwendet. Die Umfrage liefert aktuelle und zuverlässige Daten hinsichtlich der konjunkturellen Entwicklung des Dienstleistungssektors. Die seit Januar 2003 von ISAE erfassten Dienstleistungsbranchen erwirtschaften 36 % des italienischen BIP. Die ISAE-Umfrage ist zur Zeit die einzige Umfrage, die auf monatlicher Basis Informationen zur konjunkturellen Entwicklung des Dienstleistungssektors veröffentlicht.
Internet-Adresse	http://www.isae.it
Publikation der Konjunkturumfrage im Internet	Ja. Presseveröffentlichung

Tabelle 39: Unioncamere - Congiuntura delle Piccole e Medie Imprese Industriali da 1 a 500 Dipendenti

Deutsche Bezeichnung:	Konjunktur der kleinen und mittleren Industrieunternehmen mit einem bis 500 Beschäftigten
Institution:	Verband der italienischen Handels-, Industrie-, Handwerks- und Landwirtschaftskammern

I.) Erhebungsumfang	
Untersuchtes Land	Italien
Anzahl der befragten und der antwortenden Unternehmen	Ca. 2.500 antwortende Unternehmen
Zusammensetzung der befragten Unternehmen	<p><i>Wirtschaftssektorverteilung:</i> Energie, Gas, Wasser und Bergbau Metallverarbeitung Mineralienverarbeitung Petrochemie, Pharmazie Lebensmittelindustrie Bekleidungsindustrie Holzverarbeitung Papierverarbeitung Elektronikindustrie Mechanikindustrie Sonstige</p> <p><i>Beschäftigungsverteilung:</i> 1-9 Beschäftigte 10-49 Beschäftigte 50-500 Beschäftigte</p> <p><i>Regionalverteilung:</i> Nordwesten Nordosten Zentrum Süden und Inseln</p>
II.) Datenbeschaffung	
Häufigkeit der Konjunkturumfrage	Vierteljährlich
Datenquellen	Register der italienischen Unternehmen
Auswahl der Unternehmen	Die Unternehmen werden größtenteils per Zufallsstichprobe ausgewählt. Dennoch gibt es für jede Umfrage ein festes Panel, das etwa ein Drittel der Unternehmen in jeder Zelle abdeckt.
Mittel der Datenbeschaffung	Telefoninterviews
Zeitspanne zwischen Befragungsende und Veröffentlichung der Umfrageergebnisse	Ca. 1 Woche
III.) Untersuchungsmethodik	
Wesentliche, periodisch wiederkehrende Themengebiete der Konjunkturumfrage	<p>Tatsächliche Entwicklung im Berichtsquartal im Vergleich zum Vorquartal:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Umsatz • Produktion • Auftragsbestand • Export <p>Erwartete Entwicklung im nächsten Quartal:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Umsatz • Produktion • Auftragsbestand (Inland, Ausland)
Differenzierung der Umfrageergebnisse nach folgenden Kategorien	11 Wirtschaftssektoren, 3 Beschäftigengrößenklassen, 4 Regionen

Analyse einzelner Beschäftigten- größenklassen	1-9, 10-49, 50-500 Beschäftigte
Gewichtung der Umfrageergeb- nisse	Ja. Die Antworten der Unternehmen werden mit der Anzahl der Beschäf- tigten oder der Wertschöpfung pro Beschäftigtem gewichtet.
Saisonbereinigung der Umfrage- ergebnisse	Nein
Berechnung eines Index bezüglich des gegenwärtigen und/oder zu- künftigen Geschäftsklimas	Nein
IV.) Sonstige Informationen	
Bestand der Konjunkturumfrage	Seit dem ersten Quartal 2000
Geplante Veränderungen	Nein
Bedeutung und Zielgruppen der Konjunkturumfrage	Die Konjunkturumfrage von Unioncamere erfasst in hohem Maße auch die kleinsten Unternehmen des Verarbeitenden Gewerbes, wohingegen Umfragen anderer Institutionen hauptsächlich auf mittlere und große Un- ternehmen abstellen.
Internet-Adresse	http://www.starnet.unioncamere.it
Publikation der Konjunkturumfrage im Internet	Ja. Presseveröffentlichung

Tabelle 40: Unioncamere - Congiuntura delle Piccole e Medie Imprese Commerciali e dei Servizi da 1 a 500 Dipendenti

Deutsche Bezeichnung:	Konjunktur der kleinen und mittleren Handels- und Dienstleistungsunternehmen mit einem bis 500 Beschäftigten
Institution:	Verband der italienischen Handels-, Industrie-, Handwerks- und Landwirtschaftskammern

I.) Erhebungsumfang	
Untersuchtes Land	Italien
Anzahl der befragten und der antwortenden Unternehmen	ca. 5.500 antwortende Unternehmen
Zusammensetzung der befragten Unternehmen	<p><i>Wirtschaftssektorverteilung:</i> Handel: 64 % Sonstige Dienstleistungen: 36 %</p> <p><i>Beschäftigungsverteilung:</i> 1-9 Beschäftigte 10-49 Beschäftigte 50-500 Beschäftigte</p> <p><i>Regionalverteilung:</i> Nordwesten Nordosten Zentrum Süden und Inseln</p>
II.) Datenbeschaffung	
Häufigkeit der Konjunkturumfrage	Vierteljährlich
Datenquellen	Register der italienischen Unternehmen
Auswahl der Unternehmen	Die Unternehmen werden größtenteils per Zufallsstichprobe ausgewählt. Dennoch gibt es für jede Umfrage ein festes Panel, das etwa ein Drittel der Unternehmen in jeder Zelle abdeckt
Mittel der Datenbeschaffung	Telefoninterviews
Zeitspanne zwischen Befragungsende und Veröffentlichung der Umfrageergebnisse	Ca. 1 Woche
III.) Untersuchungsmethodik	
Wesentliche, periodisch wiederkehrende Themengebiete der Konjunkturumfrage	<p>Tatsächliche Entwicklung im Berichtsquartal im Vergleich zum Vorquartal:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Umsatz • Auftragsbestand <p>Erwartete Entwicklung im nächsten Quartal:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Umsatz • Auftragsbestand (Inland, Ausland)
Differenzierung der Umfrageergebnisse nach folgenden Kategorien	14 Wirtschaftssektoren, 3 Beschäftigtengrößenklassen, 4 Regionen
Analyse einzelner Beschäftigtengrößenklassen	1-9, 10-49, 50-500 Beschäftigte
Gewichtung der Umfrageergebnisse	Ja. Die Antworten der Unternehmen werden mit der Anzahl der Beschäftigten oder der Wertschöpfung pro Beschäftigtem gewichtet.
Saisonbereinigung der Umfrageergebnisse	Nein
Berechnung eines Index bezüglich des gegenwärtigen und/oder zukünftigen Geschäftsklimas	Nein
IV.) Sonstige Informationen	
Bestand der Konjunkturumfrage	Seit dem ersten Quartal 2000
Geplante Veränderungen	Nein

Bedeutung und Zielgruppen der Konjunkturumfrage	Die Konjunkturumfrage von Unioncamere erfasst in hohem Maße auch die kleinsten Handels- und Dienstleistungsunternehmen, wohingegen Umfragen anderer Institutionen hauptsächlich auf mittlere und große Unternehmen abstellen.
Internet-Adresse	http://www.starnet.unioncamere.it
Publikation der Konjunkturumfrage im Internet	Ja. Presseveröffentlichung

Tabelle 41: Bank of Japan - Short-Term Economic Survey of Enterprises in Japan ("All Enterprises Tankan")

Deutsche Bezeichnung: Zeitnahe Wirtschaftsumfrage unter japanischen Unternehmen
 Institution: Japanische Zentralbank

I.) Erhebungsumfang	
Untersuchtes Land	Japan
Anzahl der befragten und der antwortenden Unternehmen	8.414 befragte Unternehmen, 8.254 antwortende Unternehmen; Antwortquote 98,1 % (Dezember 2002) Obwohl die ausgewählten Unternehmen nicht gesetzlich verpflichtet sind, die Fragen zu beantworten, weist jede Umfrage eine annähernd 100 %-ige Antwortquote auf.
Zusammensetzung der befragten Unternehmen (Dezember 2002)	<p><i>Wirtschaftssektorverteilung:</i> Verarbeitendes Gewerbe (unterteilt in 17 Branchen): 41,3 % Elektro- und Gasversorgung: 0,6 % Baugewerbe: 7,6 % Großhandel: 14,3 % Einzelhandel: 12,2 % Verkehr: 7,3 % Nachrichtenwesen: 0,4 % Leasing: 1,5 % Immobilienwirtschaft: 2,1 % Dienstleistungen: 12,1 % Sonstiges Nicht-Verarbeitendes Gewerbe: 0,3 % (Die Finanz- und Versicherungswirtschaft wird u.a. aufgrund von erfassungstechnischen Gründen nicht abgedeckt.)</p> <p><i>Beschäftigungsverteilung:</i> 50-299 Beschäftigte (kleine Unternehmen): 51,8 % 300-999 Beschäftigte (mittlere Unternehmen): 31,9 % >= 1.000 Beschäftigte (große Unternehmen): 16,3 %</p> <p><i>Regionalverteilung:</i> Hokkaido-Region Tohoku-Region Kanto-Region Hokuriku-Region Chubu-Region Kinki-Region Chugoku-Region Shikoku-Region Kyushu-Okinawa-Region</p>
II.) Datenbeschaffung	
Häufigkeit der Konjunkturumfrage	Vierteljährlich
Datenquellen	Die befragten Unternehmen werden für die Dauer von fünf Jahren aus der Gesamtheit aller japanischen Unternehmen mit 50 und mehr Beschäftigten (bzw. 20 und mehr Beschäftigten im Handel und im Dienstleistungssektor) ausgewählt ("Establishment and Enterprise Census" des japanischen Statistikamtes).
Auswahl der Unternehmen	Es werden jedes Vierteljahr dieselben Unternehmen befragt. Die Unternehmen des gegenwärtigen Samples wurden im März 1999 als Zufallsstichprobe ausgewählt.
Mittel der Datenbeschaffung	Postalischer Fragebogen
Zeitspanne zwischen Befragungsende und Veröffentlichung der Umfrageergebnisse	ca. 2 Tage (z.B. Befragung vom 12. November - 12. Dezember; Veröffentlichung des unkommentierten, vollständigen Datensatzes am 14. Dezember 2002)

III.) Untersuchungsmethodik	
Wesentliche, periodisch wiederkehrende Themengebiete der Konjunkturumfrage	<p>Hinsichtlich folgender Indikatoren werden die Unternehmen sowohl nach der gegenwärtigen Lage als auch nach der erwarteten Entwicklung im nächsten Vierteljahr befragt ("Judgement Survey"):</p> <ul style="list-style-type: none"> • Unternehmenslage • Angebots-/Nachfragebedingungen auf dem relevanten Markt • Angebots-/Nachfragebedingungen auf dem Auslandsmarkt • Lagerbestand an Fertigprodukten bzw. Handelswaren • Lagerbestand der jeweiligen Unternehmenslieferanten • Produktionskapazität • Beschäftigungslage • Finanzlage • Grad der Schwierigkeit des Zugangs zu Fremdkapital • Kreditzinsentwicklung • Verkaufspreise • Beschaffungspreise. <p>Neben diesen qualitativen Angaben werden ergänzend noch quantitative Daten ("Quantitative Survey") von den Unternehmen erhoben (z.B. genaue monetäre Zahlen bezüglich Umsatz, Materialkosten, Personalausgaben, Abschreibungen, Gewinn, Investitionen etc.).</p>
Differenzierung der Umfrageergebnisse nach folgenden Kategorien	Wirtschaftssektor, Beschäftigtengrößenklasse, (insgesamt 81 Zellen); in separatem Dokument ("Classification by District"): Region Darüber hinaus veröffentlichen auch die regionalen Filialen der Bank of Japan regional differenzierte Ergebnisse.
Analyse einzelner Beschäftigtengrößenklassen	grundsätzlich 50-299, 300-999, >= 1.000 Beschäftigte
Gewichtung der Umfrageergebnisse	Nein, bezüglich qualitativer Ergebnisse ("Judgement Survey"). Die Ergebnisse werden nicht nach der Unternehmensgröße gewichtet. Ja, hinsichtlich der quantitativen Ergebnisse ("Quantitative Survey"). Hier wird eine Gewichtung nach Unternehmensgröße vorgenommen, so dass die Angaben größerer Unternehmen mit einem höheren Gewicht in die gebildeten Durchschnittswerte eingehen.
Saisonbereinigung der Umfrageergebnisse	Ja (indirekt). Die Unternehmen werden bereits bei der Beantwortung des Fragebogens gebeten, saisonale Faktoren nicht zu berücksichtigen.
Berechnung eines Index bezüglich des gegenwärtigen und/oder zukünftigen Geschäftsklimas	Nein
IV.) Sonstige Informationen	
Bestand der Konjunkturumfrage	Seit 1974
Geplante Veränderungen	Ja. Bei der nächsten turnusmäßigen Revision im Jahr 2003 wird sowohl die Anzahl der befragten Unternehmen als auch der gestellten Fragen erhöht.
Bedeutung und Zielgruppen der Konjunkturumfrage	Hauptziel der Umfrage ist es, ein genaues Abbild der konjunkturellen Entwicklung in Japan zu zeichnen. Die Ergebnisse der Umfrage sind eine der wichtigsten Datenquellen, die bei der Gestaltung der Geldpolitik durch die Bank of Japan Berücksichtigung finden. Darüber hinaus ist die "Tankan"-Umfrage auch außerhalb Japans weit bekannt.
Internet-Adresse	http://www.boj.or.jp
Publikation der Konjunkturumfrage im Internet	Ja. Komplettversion

Tabelle 42: Japan Chamber of Commerce and Industry - SME Business Survey

Deutsche Bezeichnung: KMU-Konjunkturumfrage
 Institution: Industrie- und Handelskammer Tokio

I.) Erhebungsumfang	
Untersuchtes Land	Japan
Anzahl der befragten und der antwortenden Unternehmen	Ca. 200.000 befragte Unternehmen, 140.000 antwortende Unternehmen; Antwortquote ca. 70 %
Zusammensetzung der befragten Unternehmen	<i>Wirtschaftssektorverteilung:</i> Verarbeitendes Gewerbe Dienstleistungen <i>Regionalverteilung:</i> Unternehmen in ganz Japan
II.) Datenbeschaffung	
Häufigkeit der Konjunkturumfrage	Monatlich
Datenquellen	Mitgliederlisten der lokalen Industrie- und Handelskammern
Auswahl der Unternehmen	Zufallsstichprobe
Mittel der Datenbeschaffung	Online-Befragung
Zeitspanne zwischen Befragungsende und Veröffentlichung der Umfrageergebnisse	1 Woche
III.) Untersuchungsmethodik	
Wesentliche, periodisch wiederkehrende Themengebiete der Konjunkturumfrage	Verschiedene Fragen zu Konjunkturlage und -erwartungen
Differenzierung der Umfrageergebnisse nach folgenden Kategorien	Wirtschaftssektor, Beschäftigtengrößenklasse, Umsatzgrößenklasse, Region
Analyse einzelner Beschäftigtengrößenklassen	Nein
Gewichtung der Umfrageergebnisse	Nein
Saisonbereinigung der Umfrageergebnisse	Nein (Vergleich der Ergebnisse mit den Antworten des Vorjahresmonats)
Berechnung eines Index bezüglich des gegenwärtigen und/oder zukünftigen Geschäftsklimas	Nein
IV.) Sonstige Informationen	
Bestand der Konjunkturumfrage	Seit 1989
Geplante Veränderungen	Nein
Bedeutung und Zielgruppen der Konjunkturumfrage	Die Umfrageergebnisse reflektieren die Stimmungslage der KMU, die den Großteil der Mitglieder der Industrie- und Handelskammern ausmachen. Die Hauptnutzer der Konjunkturumfrage sind die lokalen Industrie- und Handelskammern, verschiedene Regierungsstellen, kleine und mittlere Unternehmen sowie die breite Öffentlichkeit. Die Ergebnisse werden ferner der Tokyo Metropolitan Government übermittelt.
Internet-Adresse	http://www.jcci.or.jp/home-e.html
Publikation der Konjunkturumfrage im Internet	keine Angabe

Tabelle 43: Japan Finance Corporation for Small Business (JFS) - Quarterly Survey of Small Business Trends

Deutsche Bezeichnung: Vierteljährliche Umfrage zur Wirtschaftsentwicklung im Mittelstand
 Institution: Staatliche Förderbank

I.) Erhebungsumfang	
Untersuchtes Land	Japan
Anzahl der befragten und der antwortenden Unternehmen	Ca. 12.000 befragte Unternehmen, ca. 5.400 antwortende Unternehmen; Antwortquote ca. 45 %
Zusammensetzung der befragten Unternehmen	keine Angabe
II.) Datenbeschaffung	
Häufigkeit der Konjunkturumfrage	Vierteljährlich
Datenquellen	Unternehmen, die Klienten der JFS sind
Auswahl der Unternehmen	keine Angabe
Mittel der Datenbeschaffung	keine Angabe
Zeitspanne zwischen Befragungsende und Veröffentlichung der Umfrageergebnisse	keine Angabe
III.) Untersuchungsmethodik	
Wesentliche, periodisch wiederkehrende Themengebiete der Konjunkturumfrage	Für die folgenden Indikatoren wird jeweils die tatsächliche Entwicklung im Vergleich zum Vorjahr sowie die erwartete Entwicklung abgefragt: <ul style="list-style-type: none"> • Aktuelle Geschäftslage • Umsatz- und Auftragsentwicklung • Lagerbestand • Verkaufspreise • Beschaffungspreise • Umsatzrendite • Beschäftigung • Investitionsaktivitäten • Finanzierungslage • Zugang zu kurz- und langfristigem Fremdkapital
Differenzierung der Umfrageergebnisse	keine Angabe
Analyse einzelner Beschäftigtengrößeklassen	keine Angabe
Gewichtung der Umfrageergebnisse	keine Angabe
Saisonbereinigung der Umfrageergebnisse	Ja. Die meisten Indikatoren werden saisonbereinigt.
Berechnung eines Index bezüglich des gegenwärtigen und/oder zukünftigen Geschäftsklimas	keine Angabe
IV.) Sonstige Informationen	
Bestand der Konjunkturumfrage	Seit 1959
Geplante Veränderungen	keine Angabe
Bedeutung und Zielgruppen der Konjunkturumfrage	Die Konjunkturumfrage ist eine der wichtigsten Umfragen, die die wirtschaftliche Lage von mittelständischen Unternehmen in Japan untersuchen. Die Regierung und die japanische Planungsagentur (Japan Planning Agency) stützen sich in ihrer Arbeit u.a. auf die JFS-Umfrage als Indikator für wirtschaftliche Trends im KMU-Sektor.
Internet-Adresse	http://www.jfs.go.jp
Publikation der Konjunkturumfrage im Internet	Ja. In englischer Sprache jedoch nur ein tabellenartiger Überblick über die wesentlichen Ergebnisse zu den einzelnen Indikatoren.

Tabelle 44: Japan Finance Corporation for Small Business (JFS) - Monthly Survey of Small Businesses in Japan

Deutsche Bezeichnung: Monatliche Umfrage im japanischen Mittelstand
 Institution: Staatliche Förderbank

I.) Erhebungsumfang	
Untersuchtes Land	Japan
Anzahl der befragten und der antwortenden Unternehmen	Ca. 900 befragte Unternehmen, ca. 630 antwortende Unternehmen; Antwortquote ca. 70 %
Zusammensetzung der befragten Unternehmen	keine Angabe
II.) Datenbeschaffung	
Häufigkeit der Konjunkturumfrage	Monatlich
Datenquellen	Unternehmen, die Klienten der JFS und in den drei Verdichtungsräumen Tokyo, Osaka und Nagoya ansässig sind
Auswahl der Unternehmen	keine Angabe
Mittel der Datenbeschaffung	keine Angabe
Zeitspanne zwischen Befragungsende und Veröffentlichung der Umfrageergebnisse	keine Angabe
III.) Untersuchungsmethodik	
Wesentliche, periodisch wiederkehrende Themengebiete der Konjunkturumfrage	<ul style="list-style-type: none"> • Umsatz im Vergleich zum Vormonat • Umsatzerwartungen für die nächsten drei Monate • Lagerbestand • Preise • Aktuelle Gewinnsituation • Gewinnentwicklung • Beschäftigungssituation • Beschäftigungserwartungen • Auslastung der Produktionskapazitäten • Überstundenentwicklung • Finanzierungslage
Differenzierung der Umfrageergebnisse	keine Angabe
Analyse einzelner Beschäftigtengrößeklassen	keine Angabe
Gewichtung der Umfrageergebnisse	keine Angabe
Saisonbereinigung der Umfrageergebnisse	Ja. Für die meisten Indikatoren.
Berechnung eines Index bezüglich des gegenwärtigen und/oder zukünftigen Geschäftsklimas	keine Angabe
IV.) Sonstige Informationen	
Bestand der Konjunkturumfrage	Seit 1963
Geplante Veränderungen	keine Angabe
Bedeutung und Zielgruppen der Konjunkturumfrage	Die Konjunkturumfrage wird durchgeführt, um zeitnahe Informationen über die wirtschaftliche Entwicklung mittelständischer Unternehmen zu erhalten.
Internet-Adresse	http://www.jfs.go.jp
Publikation der Konjunkturumfrage im Internet	Ja. In englischer Sprache jedoch nur ein tabellenartiger Überblick über die wesentlichen Ergebnisse zu den einzelnen Indikatoren.

Tabelle 45: Japan Finance Corporation for Small Business (JFS) - Survey of Capital Investment by Small Sized Manufacturers

Deutsche Bezeichnung: Umfrage zu den Anlagevermögen-Investitionen kleiner Unternehmen des Verarbeitenden Gewerbes
 Institution: Staatliche Förderbank

I.) Erhebungsumfang	
Untersuchtes Land	Japan
Anzahl der befragten und der antwortenden Unternehmen	ca. 30.000 befragte Unternehmen, ca. 10.500 antwortende Unternehmen; Antwortquote ca. 35 %
Zusammensetzung der befragten Unternehmen	<i>Wirtschaftssektorverteilung:</i> Verarbeitendes Gewerbe: 100 % <i>Beschäftigungsverteilung:</i> Unternehmen mit 20-299 Beschäftigten
II.) Datenbeschaffung	
Häufigkeit der Konjunkturumfrage	Halbjährlich
Datenquellen	keine Angabe
Auswahl der Unternehmen	Zufallsstichprobe
Mittel der Datenbeschaffung	keine Angabe
Zeitspanne zwischen Befragungsende und Veröffentlichung der Umfrageergebnisse	keine Angabe
III.) Untersuchungsmethodik	
Wesentliche, periodisch wiederkehrende Themengebiete der Konjunkturumfrage	<ul style="list-style-type: none"> • Realisierte Anlagevermögen-Investitionen im letzten Bilanzjahr • Geplante Anlagevermögen-Investitionen im gegenwärtigen Bilanzjahr • Finanzierung der Investitionen • Art der Investitionen • Investitionsgrund
Differenzierung der Umfrageergebnisse	keine Angabe
Analyse einzelner Beschäftigtengrößenklassen	keine Angabe
Gewichtung der Umfrageergebnisse	keine Angabe
Saisonbereinigung der Umfrageergebnisse	keine Angabe
Berechnung eines Index bezüglich des gegenwärtigen und/oder zukünftigen Geschäftsklimas	keine Angabe
IV.) Sonstige Informationen	
Bestand der Konjunkturumfrage	Seit 1959
Geplante Veränderungen	keine Angabe
Bedeutung und Zielgruppen der Konjunkturumfrage	Diese Umfrage ist hinsichtlich der Anzahl der befragten Unternehmen die größte Umfrage ihrer Art in Japan. Sie wird allgemein als unverzichtbar für die Analyse von Investitionstrends angesehen. Die JFS führt eine vergleichbare Umfrage auch für Unternehmen aus den Sektoren Handel und Dienstleistungen durch.
Internet-Adresse	http://www.jfs.go.jp
Publikation der Konjunkturumfrage im Internet	Ja. In englischer Sprache jedoch nur ein tabellenartiger Überblick über die wesentlichen Ergebnisse zu den einzelnen Indikatoren.

Tabelle 46: Ministry of Economy, Trade and Industry (METI) - METI Basic Survey of Japanese Business Structure and Activities

Deutsche Bezeichnung: METI Umfrage zu Struktur und Aktivitäten der japanischen Wirtschaft
 Institution: Ministerium für Wirtschaft, Handel und Industrie

I.) Erhebungsumfang	
Untersuchtes Land	Japan
Anzahl der befragten und der antwortenden Unternehmen	Ca. 42.000 befragte Unternehmen
Zusammensetzung der befragten Unternehmen	<p><i>Wirtschaftssektorverteilung:</i> Bergbau Verarbeitendes Gewerbe Elektrizität, Gas Groß- und Einzelhandel, Gastronomie Finanzwirtschaft Sonstige Dienstleistungen</p> <p><i>Beschäftigungsverteilung:</i> 50-99 Beschäftigte 100-199 Beschäftigte 200-299 Beschäftigte 300-499 Beschäftigte 500-999 Beschäftigte >= 1.000 Beschäftigte</p>
II.) Datenbeschaffung	
Häufigkeit der Konjunkturumfrage	Jährlich
Datenquellen	Eigenes Unternehmenspanel
Auswahl der Unternehmen	Diese Umfrage ist eine Vollerhebung innerhalb des eigenen Unternehmenspanels und keine Stichprobe. Es werden jeweils alle Unternehmen mit mindestens 50 Beschäftigten und einer Bilanzsumme von mindestens 30 Millionen Yen befragt, die zum Unternehmenspanel gehören.
Mittel der Datenbeschaffung	Postalischer Fragebogen
Zeitspanne zwischen Befragungsende und Veröffentlichung der Umfrageergebnisse	Zwischenbericht nach 10 Monaten, Endbericht nach 16 Monaten
III.) Untersuchungsmethodik	
Wesentliche, periodisch wiederkehrende Themengebiete der Konjunkturumfrage	Die Unternehmen werden u.a. zu den folgenden Themengebieten befragt: <ul style="list-style-type: none"> • Bilanzsumme und Investitionen • Anzahl der Beschäftigten • Umsatz • Gewinnsituation • Unternehmensaktivitäten • Vermögensgegenstände und Verbindlichkeiten • FuE-Personal
Differenzierung der Umfrageergebnisse nach folgenden Kategorien	Wirtschaftssektor, Beschäftigtengrößenklasse, Umsatzgrößenklasse, Sonstige: Kapital/Bilanzsumme
Analyse einzelner Beschäftigtengrößenklassen	50-99, 100-199, 200-299, 300-499, 500-999, >=1000 Beschäftigte
Gewichtung der Umfrageergebnisse	Nein
Saisonbereinigung der Umfrageergebnisse	Nein
Berechnung eines Index bezüglich des gegenwärtigen und/oder zukünftigen Geschäftsklimas	Nein

IV.) Sonstige Informationen	
Bestand der Konjunkturumfrage	Seit 1992
Geplante Veränderungen	Das hängt von der wirtschaftlichen Lage sowie von den politischen Notwendigkeiten ab.
Bedeutung und Zielgruppen der Konjunkturumfrage	Das Ziel der Umfrage besteht darin, ein Verständnis der aktuellen Lage japanischer Unternehmen zu erhalten und darauf basierend Politikmaßnahmen zu planen und zu implementieren.
Internet-Adresse	http://www.meti.go.jp
Publikation der Konjunkturumfrage im Internet	Ja. Ausführlicher Bericht

Tabelle 47: Shoko Chukin Bank - Monthly Survey of SME Business Sentiments

Deutsche Bezeichnung: Monatliche Umfrage zur mittelständischen Wirtschaftslage
 Institution: Geschäftsbank

I.) Erhebungsumfang	
Untersuchtes Land	Japan
Anzahl der befragten und der antwortenden Unternehmen	800 befragte Unternehmen, 800 antwortende Unternehmen; Antwortquote durchschnittlich ca. 100 %
Zusammensetzung der befragten Unternehmen	<p><i>Wirtschaftssektorverteilung:</i> Verarbeitendes Gewerbe: 43,8 % Baugewerbe: 6,3 % Großhandel: 12,5 % Einzelhandel: 12,5 % Verkehr 6,3 % Grundstücks- und Wohnungswesen: 6,3 % Dienstleistungen: 12,5 %</p> <p><i>Beschäftigungsverteilung:</i> Es werden nur kleine und mittlere Unternehmen befragt.</p> <p><i>Regionalverteilung:</i> Unternehmen aus allen Regionen Japans</p>
II.) Datenbeschaffung	
Häufigkeit der Konjunkturumfrage	Monatlich
Datenquellen	Eigene Datenquelle: Kundenunternehmen der Shoko Chukin Bank aus ganz Japan
Auswahl der Unternehmen	Es werden jedes Mal dieselben Unternehmen befragt.
Mittel der Datenbeschaffung	Telefoninterviews
Zeitspanne zwischen Befragungsende und Veröffentlichung der Umfrageergebnisse	Ca. 2 Wochen
III.) Untersuchungsmethodik	
Wesentliche, periodisch wiederkehrende Themengebiete der Konjunkturumfrage	<ul style="list-style-type: none"> • Geschäftslage • Umsatzentwicklung im Vergleich zum Vorjahresmonat • Verkaufspreisentwicklung • Beschaffungspreisentwicklung • Rentabilität • Finanzielle Lage • Lagerbestand an Fertigprodukten und Handelsware • Auslastung der Produktionskapazitäten • Beschäftigungsentwicklung
Differenzierung der Umfrageergebnisse nach folgenden Kategorien	Wirtschaftssektor
Analyse einzelner Beschäftigtengrößeklassen	Nein
Gewichtung der Umfrageergebnisse	Nein
Saisonbereinigung der Umfrageergebnisse	Ja
Berechnung eines Index bezüglich des gegenwärtigen und/oder zukünftigen Geschäftsklimas	Ja
IV.) Sonstige Informationen	
Bestand der Konjunkturumfrage	Seit 1975
Geplante Veränderungen	Die Zahl der befragten Unternehmen soll um 200 Unternehmen aus Wachstumssektoren (Druckgewerbe, Chemie, Neue Dienstleistungen)

	auf 1.000 erhöht werden, so dass der Strukturwandel der japanischen Wirtschaft besser abgebildet werden kann.
Bedeutung und Zielgruppen der Konjunkturmfrage	Die Ergebnisse der Konjunkturmfrage werden nicht nur von der japanischen Regierung genutzt, sondern finden auch im Ausland beträchtliches Interesse. Ein Hauptvorteil der Umfrage ist die monatliche Veröffentlichung von Konjunkturdaten des japanischen Mittelstands.
Internet-Adresse	http://www.shokochukin.go.jp
Publikation der Konjunkturmfrage im Internet	Ja. Komplettversion (nur in japanischer Sprache)

Tabelle 48: SME Agency / Japan Small and Medium Enterprise Corporation (JASMEC) - Survey of Business Conditions in the Small Business Sector

Deutsche Bezeichnung: Umfrage zur Wirtschaftslage im Mittelstand
 Institutionen: KMU Förderinstitutionen

I.) Erhebungsumfang	
Untersuchtes Land	Japan
Anzahl der befragten und der antwortenden Unternehmen	ca. 19.000 befragte Unternehmen, 18.000 antwortende Unternehmen; Antwortquote ca. 95 %
Zusammensetzung der befragten Unternehmen	<p><i>Wirtschaftssektorverteilung:</i> Verarbeitendes Gewerbe: 29,7 % Baugewerbe: 12,3 % Großhandel: 7,2 % Einzelhandel: 34,0 % Dienstleistungen: 16,8 %</p> <p><i>Beschäftigungsverteilung:</i> 1-2 Beschäftigte: 36,5 % 3-5 Beschäftigte: 27,7 % 6-20 Beschäftigte: 20,5 % 21-100 Beschäftigte: 13,2 % >= 101 Beschäftigte: 2 %</p> <p><i>Regionalverteilung:</i> Hokkaido-Region: 4,3 % Tohoku-Region: 10,5 % Kanto-Region: 26,7 % Chubu-Region: 12,6 % Kinki-Region: 14,3 % Chugoku-Region: 9,0 % Sikoku-Region: 7,0 % Kyushu-Okinawa-Region: 15,7 %</p>
II.) Datenbeschaffung	
Häufigkeit der Konjunkturumfrage	Vierteljährlich
Datenquellen	Kooperation mit der "Japan Chamber of Commerce and Industry", der "Central Federation of Societies of Commerce and Industry" sowie mit der "National Federation of Small Business Associations"
Auswahl der Unternehmen	Die drei vorgenannten Institutionen wählen in Abstimmung mit der SME Agency die Unternehmen aus. Grundsätzlich werden jedes Quartal dieselben Unternehmen befragt.
Mittel der Datenbeschaffung	Sonstige: Direkte (face-to-face) Interviews, durchgeführt von den lokalen Industrie- und Handelskammern, den Societies of Commerce and Industry sowie von den Prefectural Federations of Small Business Association
Zeitspanne zwischen Befragungsende und Veröffentlichung der Umfrageergebnisse	1 Monat
III.) Untersuchungsmethodik	
Wesentliche, periodisch wiederkehrende Themengebiete der Konjunkturumfrage	<p>Die Unternehmen werden u.a. zu folgenden Themen befragt:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aktuelle Geschäftslage im Vergleich zum Vorquartal • Beschäftigungssituation • Umsatzentwicklung • Entwicklung der Ertragslage • Entwicklung der finanziellen Lage • Zugang zu kurz- und langfristigem Fremdkapital • Größter Problembereich für die Unternehmensentwicklung • Erwartungen für das Folgequartal etc.

Differenzierung der Umfrageergebnisse nach folgenden Kategorien	Wirtschaftssektor, Beschäftigtengrößenklasse, Region, Sonstige: hauptsächlich Export-abhängige KMU vs. sonstige KMU
Analyse einzelner Beschäftigtengrößenklassen	Verarbeitendes Gewerbe / Baugewerbe: <= 20, > 20 Beschäftigte Groß- und Einzelhandel / Dienstleistungssektor: <= 5, > 5 Beschäftigte Allgemein: Kleinunternehmen vs. Mittlere Unternehmen
Gewichtung der Umfrageergebnisse	Nein
Saisonbereinigung der Umfrageergebnisse	Nein
Berechnung eines Index bezüglich des gegenwärtigen und/oder zukünftigen Geschäftsklimas	Nein
IV.) Sonstige Informationen	
Bestand der Konjunkturumfrage	Seit 1980
Geplante Veränderungen	Nein
Bedeutung und Zielgruppen der Konjunkturumfrage	Die Konjunkturumfrage ist die größte Umfrage, die die wirtschaftliche Lage der KMU im Konjunkturverlauf analysiert und dabei nach verschiedenen Kategorien (z.B. Unternehmensgröße) differenzierte Ergebnisse ausweist.
Internet-Adresse	http://www.jasmec.go.jp
Publikation der Konjunkturumfrage im Internet	Nein (keine Englisch-sprachige Version verfügbar)

Tabelle 49: American Express - OPEN Small Business Network Semi-Annual Monitor

Deutsche Bezeichnung: Halbjährlicher Monitor des OPEN Mittelstandsnetzwerks
 Institution: Finanzdienstleistungsunternehmen

I.) Erhebungsumfang	
Untersuchtes Land	USA
Anzahl der befragten und der antwortenden Unternehmen	Bisher: 501 (März 2002) bzw. 766 (Oktober 2002) antwortende Unternehmen
Zusammensetzung der befragten Unternehmen	<p><i>Wirtschaftssektorverteilung:</i> Baugewerbe: 9 % Einzelhandel: 22 % Unternehmensnahe und persönliche Dienstleistungen: 44 % Sonstige Wirtschaftssektoren (incl. Land- und Forstwirtschaft, Großhandel, Bergbau, Verkehr, Kommunikation, Versorgungsunternehmen): 25 %</p> <p><i>Beschäftigungsverteilung:</i> 1-9 Beschäftigte: 85 % 10-19 Beschäftigte: 9 % 20-49 Beschäftigte: 4 % 50-99 Beschäftigte: 2 %</p> <p><i>Regionalverteilung:</i> Nordosten: 20 % Nord-Zentrum: 22 % Süden: 35 % Westen: 22 %</p>
II.) Datenbeschaffung	
Häufigkeit der Konjunkturumfrage	Halbjährlich
Datenquellen	Unternehmensdatenbank der International Communications Research (ICR), die die Telefoninterviews durchführt.
Auswahl der Unternehmen	Es werden von Umfrage zu Umfrage überwiegend dieselben Unternehmen befragt.
Mittel der Datenbeschaffung	Telefoninterviews
Zeitspanne zwischen Befragungsende und Veröffentlichung der Umfrageergebnisse	2 Wochen
III.) Untersuchungsmethodik	
Wesentliche, periodisch wiederkehrende Themengebiete der Konjunkturumfrage	<p>Die Umfrage umfasst eine Vielzahl verschiedener Fragestellungen, u.a.:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Entwicklung der Wirtschaftslage im nächsten halben Jahr • Unternehmensentwicklung im nächsten halben Jahr • Wichtigstes Unternehmensziel im nächsten halben Jahr • Größtes Hindernis für die Unternehmensentwicklung • Inhaltliche Ausrichtung der Unternehmensstrategie im nächsten halben Jahr • Investitionen im nächsten halben Jahr und Art der Investitionen • Beschäftigungsentwicklung im nächsten halben Jahr und Begründung • Gegenwärtiges Auftreten von Finanzierungs- (Cash-Flow-) Problemen und eingeleitete Gegenmaßnahmen
Differenzierung der Umfrageergebnisse nach folgenden Kategorien	Wirtschaftssektor, Beschäftigtengrößenklasse, Umsatzgrößenklasse, Region, Sonstige: Geschlecht des Unternehmenseigentümers, Ethnische Zugehörigkeit
Analyse einzelner Beschäftigtengrößenklassen	1-9, 10-19, 20-49, 50-99 Beschäftigte
Gewichtung der Umfrageergebnisse	Ja. Die Umfrageergebnisse werden so gewichtet, dass sie für die Population der US-amerikanischen Kleinunternehmen mit weniger als 100 Beschäftigten repräsentativ sind.

Saisonbereinigung der Umfrageergebnisse	Nein
Berechnung eines Index bezüglich des gegenwärtigen und/oder zukünftigen Geschäftsklimas	Nein
IV.) Sonstige Informationen	
Bestand der Konjunkturumfrage	Seit März 2002
Geplante Veränderungen	Es ist beabsichtigt, die Umfrage inhaltlich noch weiterzuentwickeln, so dass die Fragen die wichtigsten aktuellen Belange der Kleinunternehmen aufgreifen, z.B. zu den Themen Krankenversicherung, Beschäftigungspläne etc.
Bedeutung und Zielgruppen der Konjunkturumfrage	Als führender Anbieter von finanzwirtschaftlichen Lösungen für mittelständische Unternehmen in den USA, führt "OPEN: The Small Business Network" von American Express die Umfrage durch, um mehr über die aktuellen Bedürfnisse der Kleinunternehmen zu erfahren. Darüber hinaus dient die Konjunkturumfrage als Vehikel, welches Kleinunternehmen eine Stimme verleiht und ihre Bedürfnisse publik macht. Die Ergebnisse werden an die Medien sowie an Unternehmensverbände weitergeleitet, die sich für die Situation der mittelständischen Wirtschaft interessieren.
Internet-Adresse	http://www.americanexpress.com
Publikation der Konjunkturumfrage im Internet	Ja. Ausführliche Zusammenfassung der wesentlichen Ergebnisse

Tabelle 50: Dun&Bradstreet (D&B) - Annual Small Business Survey

Deutsche Bezeichnung: Jährliche Mittelstandsumfrage
 Institution: Wirtschaftsauskunftei

I.) Erhebungsumfang	
Untersuchtes Land	USA
Anzahl der befragten und der antwortenden Unternehmen	Ca. 540 antwortende Unternehmen mit bis zu 25 Beschäftigten
Zusammensetzung der befragten Unternehmen (2002)	<p><i>Wirtschaftssektorverteilung:</i> Landwirtschaft: <1 % Verarbeitendes Gewerbe: 8 % Baugewerbe: 5 % Großhandel: 9 % Einzelhandel: 31 % Verkehr: 4 % Immobilienwirtschaft: 5 % Unternehmensnahe Dienstleistungen: 35 % Gesundheit/Pflege: 1 % Künste: < 1 % Sonstige Dienstleistungen: <1 %</p> <p><i>Beschäftigungsverteilung:</i> 1-2 Beschäftigte: 24 % 3-5 Beschäftigte: 46 % 6-9 Beschäftigte: 11 % 10-20 Beschäftigte: 14 % 21-25 Beschäftigte: 5 %</p> <p><i>Umsatzverteilung (monatlicher Umsatz):</i> < 10.000 US-\$ 10.000-49.000 US-\$ >= 50.000 US-\$</p> <p><i>Dauer der Unternehmertätigkeit:</i> 1-5 Jahre: 10 % 6-10 Jahre: 12 % 11-19 Jahre: 18 % >= 20 Jahre: 59 %</p> <p>Unternehmensstandort: eigene Wohnung ("home-based"): 13 % Büro/Laden ("non-home-based"): 87 %</p> <p>Unternehmenstyp (Selbsteinschätzung): "Leader": 17 % "Innovator": 16 % "Survivor": 31 % "Steady": 31 % Sonstiges: 2 % Keine Angabe: 1 %</p>
II.) Datenbeschaffung	
Häufigkeit der Konjunkturumfrage	Jährlich
Datenquellen	Dun&Bradstreet Datenbank kleiner Unternehmen mit 1-25 Beschäftigten
Auswahl der Unternehmen	Zufallsstichprobe aus der D&B Datenbank, so dass jedes Jahr größtenteils verschiedene Unternehmen befragt werden.
Mittel der Datenbeschaffung	Telefoninterviews
Zeitspanne zwischen Befragungsende und Veröffentlichung der Umfrageergebnisse	2 Monate

III.) Untersuchungsmethodik	
Wesentliche, periodisch wiederkehrende Themengebiete der Konjunkturumfrage	<p>Während der im März/April geführten Telefoninterviews werden die Unternehmer bezüglich der für den Rest des Jahres erwarteten Entwicklung folgender Indikatoren befragt:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Allgemeine Wirtschaftslage • Geschäftsaussichten • Größte Unternehmenschance ("opportunity") • Größter Problembereich für die Unternehmensentwicklung • Beschaffungspreisentwicklung • Verkaufspreisentwicklung • Lohnentwicklung • Kreditzinssatzentwicklung • Beschäftigungsentwicklung • Entwicklung der Anzahl der Kunden • Umsatzentwicklung • Gewinnentwicklung • Verstärkt im Unternehmensfokus?: Umsatzverbesserung, Kostenkontrolle, Akquise von Finanzierungsmitteln, Reduzierung der ausstehenden Forderungen • Investitionsentwicklung im Allgemeinen sowie in den Bereichen Telekommunikation, Werbung & Marketing, Produktinnovationen, Aus- und Weiterbildung, Ausrüstungsgegenstände, Anlagen, Websites oder Internet Marketing • Gebrauch verschiedener Finanzierungsquellen: Lieferantenkredit, persönliche Kreditkarte, Unternehmens-Kreditkarte, gewerblicher Kredit, persönlicher Kredit, Kredit aus dem Familien- oder Freundeskreis, eigene Ersparnisse, Verrechnung mit Außenständen • Verfügbarkeit von Finanzierungsquellen • Kosten für externe Finanzierung • Volumen der externen Finanzierung • Anteil der Kunden, die mit Kreditkarte bezahlen • Wochenarbeitszeit des Inhabers für das Unternehmen • Hauptaktivitäten des Unternehmensinhabers • Verschiedene Fragen zu den Themen Internetnutzung, Outsourcing, Sozialleistungen für Beschäftigte
Differenzierung der Umfrageergebnisse nach folgenden Kategorien	<p>Wirtschaftssektor, Beschäftigtengrößenklasse, Umsatzgrößenklasse, Sonstige: Dauer der Unternehmertätigkeit in Jahren; Unternehmensstandort; Unternehmenstyp; Voraussichtliche Dauer bis zum Rückzug aus der Selbständigkeit in Jahren; Internetnutzung im Unternehmen; Computernutzung im Unternehmen; Minderheiten-Unternehmen; Frauen-Unternehmen; Art der Hauptkunden</p> <p>Hinsichtlich der einzelnen o.g. Indikatoren werden die veröffentlichten Ergebnisse auf folgende Art und Weise dargestellt: (1) Ergebnis für das gesamte Sample, (2) Signifikante Abweichungen zwischen einzelnen Untergruppen, (3) Vergleich zum Vorjahr.</p>
Analyse einzelner Beschäftigtengrößenklassen	1-5, 6-25 Beschäftigte
Gewichtung der Umfrageergebnisse	Ja. Alle Daten werden gewichtet, um die Repräsentativität für den gewählten KMU-Ausschnitt (Unternehmen mit bis zu 25 Beschäftigten) zu gewährleisten.
Saisonbereinigung der Umfrageergebnisse	Nein. Aufgrund des jährlichen Zyklus der Umfrage werden die Ergebnisse nicht saisonbereinigt.
Berechnung eines Index bezüglich des gegenwärtigen und/oder zukünftigen Geschäftsklimas	Nein
IV.) Sonstige Informationen	
Bestand der Konjunkturumfrage	Seit 1981

Geplante Veränderungen	Größere inhaltliche Änderungen wurden im Jahr 2001 vorgenommen. Die Reihenfolge und Formulierung der Fragen wurde geändert. Ferner wurden zusätzliche Fragen eingeführt. Diese Änderungen erschweren zum Teil den Vergleich mit den Ergebnissen früherer Umfragen.
Bedeutung und Zielgruppen der Konjunkturumfrage	Die Konjunkturumfrage soll einen breiten Überblick über die Entwicklung und Probleme kleiner Unternehmen verschaffen sowie die Entwicklung im nächsten Jahr prognostizieren. Die Umfrage dient als PR-Instrument für Dun&Bradstreet und soll Interessenten auf D&B's "Small Business Website" führen.
Internet-Adresse	http://sbs.dnb.com
Publikation der Konjunkturumfrage im Internet	Ja. Komplette Version

Tabelle 51: National Association For Business Economics (NABE) - Quarterly Survey of Industry Conditions

Deutsche Bezeichnung: Vierteljährliche Umfrage zur Wirtschaftslage
 Institution: Unternehmensverband

I.) Erhebungsumfang	
Untersuchtes Land	USA
Anzahl der befragten und der antwortenden Unternehmen	600 befragte Unternehmen, 130 antwortende Unternehmen; Antwortquote: ca. 22 %
Zusammensetzung der befragten Unternehmen	<i>Wirtschaftssektorverteilung:</i> Güterproduktion Verkehr, Kommunikation, Versorgung Finanzwirtschaft Dienstleistungen Es liegen keine genauen Daten hinsichtlich Unternehmensgröße, Region, Unternehmensalter etc. vor.
II.) Datenbeschaffung	
Häufigkeit der Konjunkturumfrage	Vierteljährlich
Datenquellen	NABE-Mitgliedsunternehmen
Auswahl der Unternehmen	Dem gesamten Panel von ca. 600 freiwilligen Unternehmen wird jedes Quartal der Fragebogen vorgelegt. Davon antworten durchschnittlich ca. 130.
Mittel der Datenbeschaffung	Online-Befragung, Versand und Empfang des Fragebogens per e-mail, Sonstige: Fax
Zeitspanne zwischen Befragungsende und Veröffentlichung der Umfrageergebnisse	Ca. 1,5 Wochen
III.) Untersuchungsmethodik	
Wesentliche, periodisch wiederkehrende Themengebiete der Konjunkturumfrage	<ul style="list-style-type: none"> • Mengenmäßige Nachfrage nach den Unternehmensprodukten im letzten Vierteljahr • Beschäftigungsentwicklung im letzten Vierteljahr • Gegenwärtiger Lagerbestand • Lagerbestandsentwicklung im letzten Vierteljahr • Investitionsausgaben im letzten Vierteljahr • Gewinnmargen im letzten Vierteljahr • Lohnentwicklung im letzten Vierteljahr • Beschaffungspreise im letzten Vierteljahr • Verkaufspreise im letzten Vierteljahr • Mangel an bestimmten Produktionsfaktoren im letzten Vierteljahr • Exportentwicklung im letzten Vierteljahr • Verkaufspreisentwicklung im nächsten Vierteljahr • Beschaffungspreisentwicklung im nächsten Vierteljahr • Erwartetes Wachstum des BIP im nächsten Vierteljahr • Beschäftigungsentwicklung im nächsten halben Jahr • Produktivitätsentwicklung in den nächsten zwölf Monaten • Investitionsausgabenentwicklung in den nächsten zwölf Monaten • IKT-Ausgabenentwicklung in den nächsten zwölf Monaten • Investitionsausgabenkorrektur im letzten Vierteljahr
Differenzierung der Umfrageergebnisse nach folgenden Kategorien	Wirtschaftssektor
Analyse einzelner Beschäftigtengrößenklassen	Nein
Gewichtung der Umfrageergebnisse	Nein

Saisonbereinigung der Umfrageergebnisse	Ja (indirekt). Die Unternehmen werden gebeten, ihre Antworten unter Ausklammerung von saisonalen Schwankungen zu geben.
Berechnung eines Index bezüglich des gegenwärtigen und/oder zukünftigen Geschäftsklimas	Nein
IV.) Sonstige Informationen	
Bestand der Konjunkturumfrage	Seit 1982
Geplante Veränderungen	Nein
Bedeutung und Zielgruppen der Konjunkturumfrage	NABE-Mitgliedsunternehmen nutzen die Umfrage, um die wirtschaftliche Lage in ihrem Sektor einschätzen zu können. Die Konjunkturumfrage analysiert die wirtschaftlichen Bedingungen, mit denen die Mitgliedsunternehmen konfrontiert sind, z.B. Nachfrage, Preise, Kosten, Löhne, Beschäftigung, Gewinnmargen etc. Die kompletten Umfrageergebnisse sind nur den NABE-Mitgliedsunternehmen zugänglich. Eine Zusammenfassung der wichtigsten Highlights wird jedoch auch der allgemeinen Öffentlichkeit zur Verfügung gestellt.
Internet-Adresse	http://www.nabe.com
Publikation der Konjunkturumfrage im Internet	Ja. Zusammenfassung der wesentlichen Ergebnisse.

Tabelle 52: National Federation of Independent Business (NFIB) - Small Business Economic Trends

Deutsche Bezeichnung: Wirtschaftstrends im Mittelstand
 Institution: Verband der mittelständischen Wirtschaft

I.) Erhebungsumfang	
Untersuchtes Land	USA
Anzahl der befragten und der antwortenden Unternehmen	Jan./April/Juli/Okt.: 7.200 befragte Unternehmen, ca. 1.300-1.700 antwortende Unternehmen; Übrige Monate: 2.625 befragte Unternehmen, ca. 500-700 antwortende Unternehmen; Antwortquote: durchschnittlich jeweils ca. 20 %.
Zusammensetzung der befragten Unternehmen (Oktober 2002)	<i>Wirtschaftssektorverteilung:</i> Landwirtschaft: 8 % Verarbeitendes Gewerbe: 12 % Baugewerbe: 18 % Großhandel: 6 % Einzelhandel: 25 % Verkehr: 3 % Finanzwirtschaft: 8 % Dienstleistungen: 13 % Freie Berufe: 7 % <i>Beschäftigungsverteilung:</i> 1 Beschäftigter: 8 % 2 Beschäftigte: 11 % 3-5 Beschäftigte: 28 % 6-9 Beschäftigte: 18 % 10-14 Beschäftigte: 12 % 15-19 Beschäftigte: 6 % 20-39 Beschäftigte: 8 % >= 40 Beschäftigte: 8 % keine Angabe: 1 %
II.) Datenbeschaffung	
Häufigkeit der Konjunkturumfrage	Monatlich
Datenquellen	Mitgliedsunternehmen des NFIB, dem größten US-amerikanischen Verband mittelständischer Unternehmen
Auswahl der Unternehmen	Jeden Monat wird ein anderes Sample befragt.
Mittel der Datenbeschaffung	Postalischer Fragebogen
Zeitspanne zwischen Befragungsende und Veröffentlichung der Umfrageergebnisse	Ca. 2 Wochen. Die Ergebnisse für den Berichtsmonat werden grundsätzlich am 15. des Folgemonats veröffentlicht.
III.) Untersuchungsmethodik	
Wesentliche, periodisch wiederkehrende Themengebiete der Konjunkturumfrage	<ul style="list-style-type: none"> • Geschäftsaussichten im nächsten Vierteljahr und Begründung • Entwicklung der allgemeinen Wirtschaftslage im nächsten Vierteljahr • Nettoeinkommen nach Steuern im letzten Vierteljahr und Begründung • Dollar-Umsatz im letzten Vierteljahr • Mengenmäßiger Umsatz im nächsten Vierteljahr • Durchschnittliche Verkaufspreise im letzten Vierteljahr • Durchschnittliche Verkaufspreise im nächsten Vierteljahr • Beschäftigungsentwicklung im letzten Vierteljahr • Anzahl qualifizierter Bewerber pro ausgeschriebener Stelle im letzten Vierteljahr • Offene Stellen, die bisher nicht besetzt werden konnten • Beschäftigungsentwicklung im nächsten Vierteljahr • Lohnentwicklung im letzten und im nächsten Vierteljahr • Verfügbarkeit von Krediten im letzten Vierteljahr • Konnte der Kreditbedarf im letzten Vierteljahr gedeckt werden?

	<ul style="list-style-type: none"> • Erwartete Verfügbarkeit von Krediten im nächsten Vierteljahr • Zinssatzentwicklung und Höhe des Zinssatzes für eigene (neue) Kredite im letzten Vierteljahr • Lagerbestand im letzten Vierteljahr • Höhe des gegenwärtigen Lagerbestands • Lagerbestand im nächsten Vierteljahr • Investitionen in Anlagen, Maschinen oder Grund und Boden im letzten Halbjahr und Gesamtausgaben hierfür • Investitionen in Anlagen, Maschinen oder Grund und Boden in den nächsten drei bis sechs Monaten • Singulärer größter Problembereich für die Unternehmensentwicklung
Differenzierung der Umfrageergebnisse nach folgenden Kategorien	Wirtschaftssektor (nur interne Auswertung)
Analyse einzelner Beschäftigtengrößtenklassen	Nein. Nur unter besonderen Umständen.
Gewichtung der Umfrageergebnisse	Nein
Saisonbereinigung der Umfrageergebnisse	Ja. Für die meisten Indikatoren (mit Ausnahme der Zinssatzentwicklung und dem größten, singulären Problembereich für die Unternehmensentwicklung) wird eine Saisonbereinigung ("Regression Method Adjustment") durchgeführt.
Berechnung eines Index bezüglich des gegenwärtigen und/oder zukünftigen Geschäftsklimas	Ja. Der (saisonbereinigte) "Small Business Optimism Index" setzt sich aus zehn Indikatoren zusammen, die alle mit demselben Gewicht in die Berechnung eingehen. Darüber hinaus werden auch Indices für die Beschäftigung, Arbeitslosigkeit und Lagerbestände berechnet.
IV.) Sonstige Informationen	
Bestand der Konjunkturumfrage	Seit 1973 (bis 1986 vierteljährliche, seitdem monatliche Umfrage)
Geplante Veränderungen	In 2003 sollen die Umfrageergebnisse bereits am 10. des Folgemonats veröffentlicht werden. Davon abgesehen sind keine größeren Veränderungen beabsichtigt.
Bedeutung und Zielgruppen der Konjunkturumfrage	Der wichtigste Leser der Konjunkturumfrage ist die US-amerikanische Zentralbank ("Federal Reserve"). Daneben zählen auch die politischen Entscheidungsträger, die Medien und die Finanzwirtschaft zu den bedeutendsten Abnehmern der Umfrage. Die Hauptvorteile sind: (1) der lange Bestand der Umfrage, (2) die Einbeziehung aller Wirtschaftssektoren, (3) die Zuverlässigkeit der Ergebnisse. Ein wichtiger Grund für die Schaffung dieser Umfrage bestand darin, der Öffentlichkeit die volkswirtschaftliche Bedeutung der amerikanischen KMU zu verdeutlichen.
Internet-Adresse	http://www.nfib.com
Publikation der Konjunkturumfrage im Internet	Ja. Komplette Version

Tabelle 53: The NETWORK of City Business Journals -Small Business In-Sight Survey

Deutsche Bezeichnung: InSight Mittelstandsumfrage
 Institution: Netzwerk von Wirtschaftszeitschriften

I.) Erhebungsumfang	
Untersuchtes Land	USA
Anzahl der befragten und der antwortenden Unternehmen	500 antwortende Unternehmen
Zusammensetzung der befragten Unternehmen	<p><i>Wirtschaftssektorverteilung:</i> Land- und Forstwirtschaft, Bergbau: 3 % Verarbeitendes Gewerbe: 4 % Baugewerbe: 9 % Großhandel: 6 % Einzelhandel: 22 % Verkehr, Kommunikation, Versorgungsunternehmen: 4 % Finanz-, Versicherungs- und Immobilienwirtschaft: 8 % Unternehmensnahe und personenbezogene Dienstleistungen: 44 %</p> <p><i>Beschäftigungsverteilung:</i> 1-9 Beschäftigte: 85 % 10-19 Beschäftigte: 8 % 20-49 Beschäftigte: 5 % 50-99 Beschäftigte: 2 %</p> <p><i>Umsatzverteilung:</i> < \$1 Million Umsatz: 87 % > \$1 Million Umsatz: 13 %</p> <p><i>Regionalverteilung:</i> Nordosten: 20 % Mittlerer Westen: 22 % Süden: 35 % Westen: 23 %</p> <p><i>Unternehmensalterverteilung:</i> < 1 Jahr: 2 % 1 Jahr: 3 % 2-5 Jahre: 20 % 6-10 Jahre: 21 % 11-20 Jahre: 23 % > 20 Jahre: 31 %</p>
II.) Datenbeschaffung	
Häufigkeit der Konjunkturumfrage	Vierteljährlich
Datenquellen	InfoUSA Unternehmensdatenbank
Auswahl der Unternehmen	Das Untersuchungssample wird jedes Mal als Zufallsstichprobe gezogen.
Mittel der Datenbeschaffung	Telefoninterviews
Zeitspanne zwischen Befragungsende und Veröffentlichung der Umfrageergebnisse	1-2 Wochen
III.) Untersuchungsmethodik	
Wesentliche, periodisch wiederkehrende Themengebiete der Konjunkturumfrage	<ul style="list-style-type: none"> • Wichtigster Problembereich für die Unternehmensentwicklung • Einschätzung der gegenwärtigen nationalen und der regionalen Wirtschaftslage sowie der Unternehmenslage • Aussichten für das nächste halbe Jahr hinsichtlich nationaler und regionaler Wirtschaftslage sowie der Unternehmenslage • Beschäftigungsentwicklung im nächsten halben Jahr • Investitionsentwicklung im nächsten halben Jahr • Gegenwärtiges Unternehmenswachstum (expandierend, schrumpfend, stagnierend)

Differenzierung der Umfrageergebnisse nach folgenden Kategorien	Wirtschaftssektor, Beschäftigtengrößenklasse, Umsatzgrößenklasse, Region, Unternehmensalter
Analyse einzelner Beschäftigtengrößenklassen	1-9, 10-19, 20-49, 50-99 Beschäftigte
Gewichtung der Umfrageergebnisse	Ja. Die Daten werden gewichtet, so dass sie die gesamte US-amerikanische KMU-Population (ca. 7,4 Millionen Unternehmen) widerspiegeln.
Saisonbereinigung der Umfrageergebnisse	Nein
Berechnung eines Index bezüglich des gegenwärtigen und/oder zukünftigen Geschäftsklimas	Ja. Der "Small Business InSight Economic Index" wird berechnet unter Berücksichtigung der Einschätzung der Wirtschafts- und Unternehmenslage, den Aussichten für die US-Volkswirtschaft und für die finanzielle Unternehmensentwicklung im nächsten halben Jahr sowie der erwarteten Beschäftigungs- und Investitionsentwicklung im nächsten halben Jahr.
IV.) Sonstige Informationen	
Bestand der Konjunkturumfrage	Seit April 2001
Geplante Veränderungen	Nein
Bedeutung und Zielgruppen der Konjunkturumfrage	Die Ergebnisse der Umfrage werden in US-amerikanischen Wirtschaftszeitschriften ("American City Business Journals") publiziert. Die ebenfalls veröffentlichte Presseerklärung wird von verschiedenen Presseagenturen ("incl. PR Newswire") verbreitet. Die Ergebnisse werden ferner auch den Klienten des NETWORK of City Business Journals präsentiert.
Internet-Adresse	http://www.networkcitybiz.com
Publikation der Konjunkturumfrage im Internet	Ja. Pressemitteilung