

Juli 2016

1&1 KMU-STUDIE 2016

ZUSAMMENFASSUNG



KMU-Studie 2016 in Deutschland mit 1.000 Teilnehmern

Unser Ziel

**Eindrücke von den Motivationen, dem
Arbeitsalltag und Problemstellungen
Kleinstgewerbetreibender in Deutschland
gewinnen**

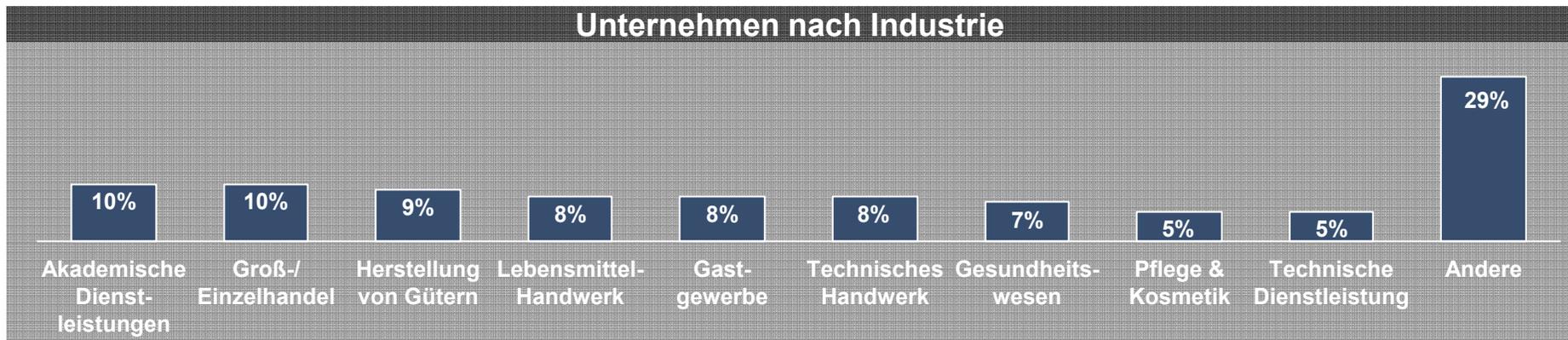
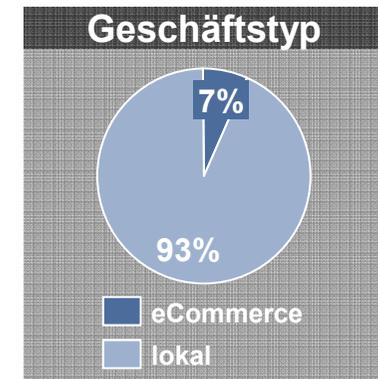
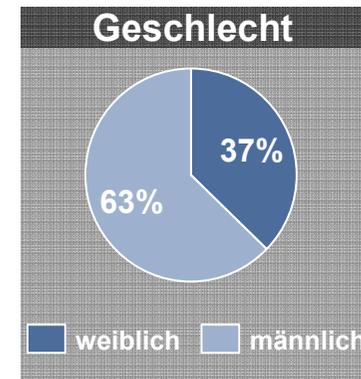
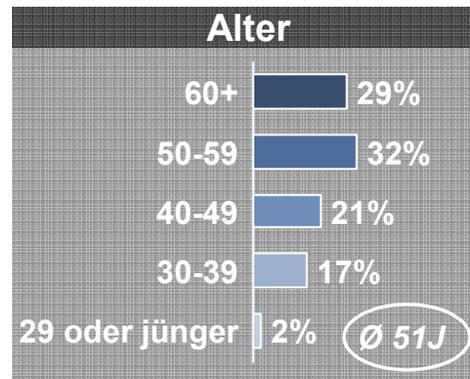
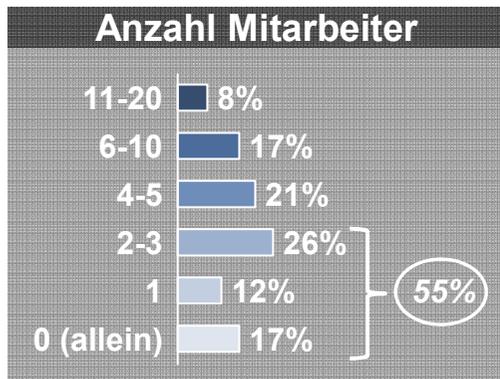
Unsere Zielgruppe

**Kleine Unternehmen mit 0-20 Mitarbeitern in
Deutschland aus Branchenverzeichnissen
beantworteten über 60 Fragen**

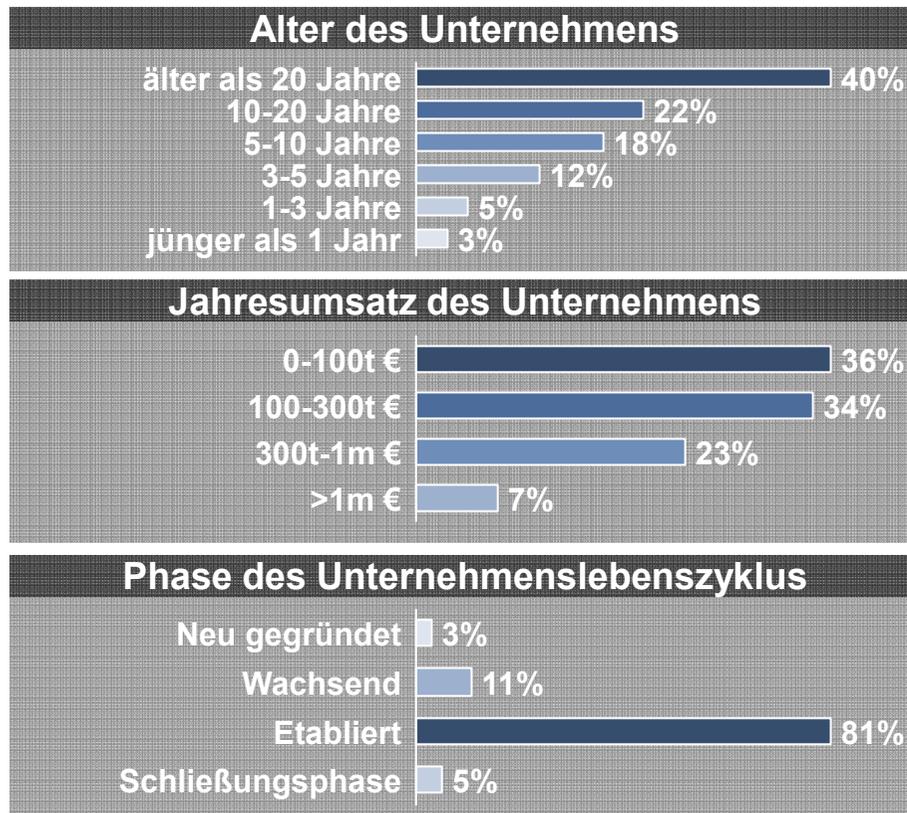
Unser Vorgehen

**Externe Recherche zu kleinen Unternehmen
Qualitative Studie (n=93) als Basis für eine
Massenbefragung mit einem externen
Dienstleister (n=1.000)**

Demographische Merkmale



Die Mehrheit der befragten Unternehmen existiert seit mindestens 10 Jahren und erwirtschaftet Jahresumsätze unter 300.000 €



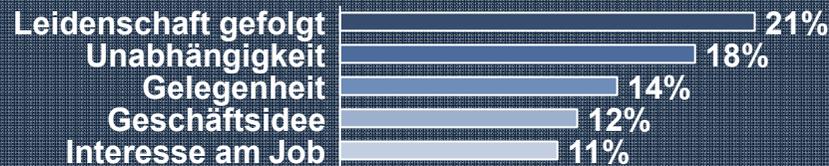
Über 60% der Unternehmen bestehen seit über 10 Jahren, nur 3% sind weniger als 1 Jahr alt

Der Großteil kleiner Unternehmen erwirtschaftet einen Jahresumsatz unter 300t €, nur 30% generieren einen höheren Umsatz

Über 80% der Geschäftsführer beschreiben ihr Unternehmen als „etabliert“, nur 11% sehen es in der Wachstumsphase

Wachstum ist ein vergleichsweise niedriger Motivationstreiber für viele Unternehmen

Top 5 Motive für die Unternehmensgründung



Entscheidung für Unternehmensgründung basiert selten auf finanziellen Motiven

Zufriedenheit mit dem Status Quo des Unternehmens



Obwohl die Mehrheit der Unternehmen vergleichsweise geringen Umsatz erwirtschaften, sind mehr als 80% zufrieden mit dem Status Quo

Top 5 Motivationstreiber



Wachstum ist eine eher durchschnittliche Unternehmersmotivation und dient primär der finanziellen Absicherung

Finanzielle Absicherung ist ein Hygienefaktor aber Unabhängigkeit und Selbstverwirklichung sind am relevantesten für Unternehmer

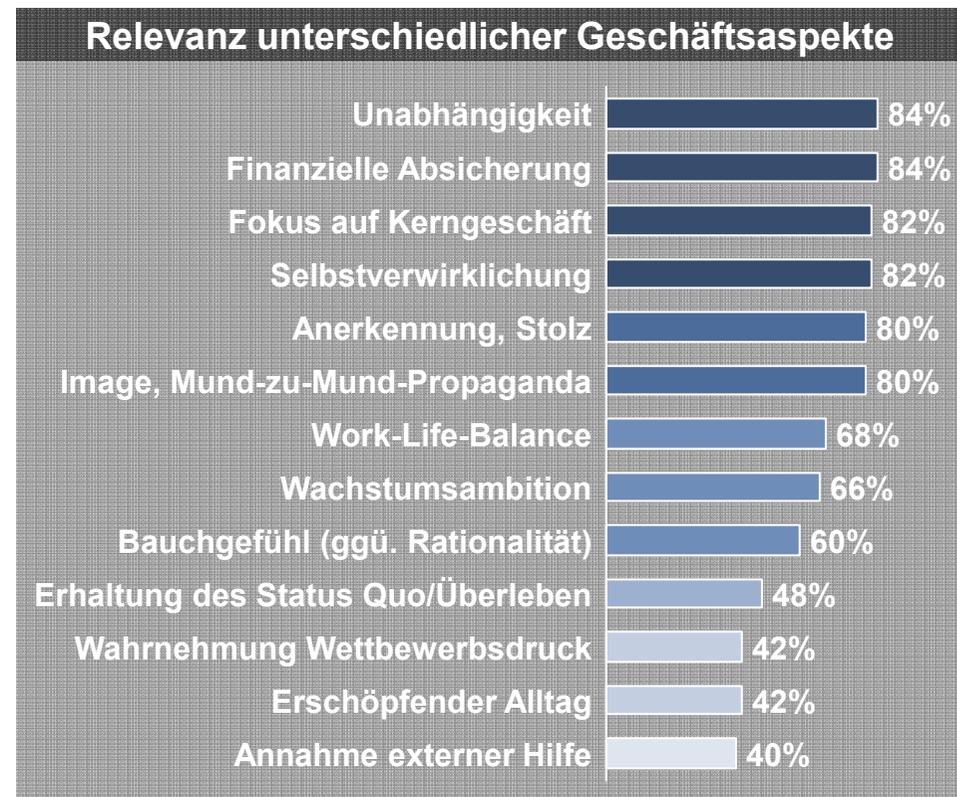
Nicht-monetäre Aspekte wie Unabhängigkeit, Selbstverwirklichung und Anerkennung sind sehr relevant für Unternehmer

Finanzielle Absicherung ist ein wichtiges Ziel und Wachstumsambitionen dienen häufig diesem Zweck

40% akzeptieren Hilfe von Dritten, um sich besser auf das Kerngeschäft konzentrieren zu können

Vergleichsweise niedrig wahrgenommener Wettbewerbsdruck und Erschöpfung im Berufsalltag

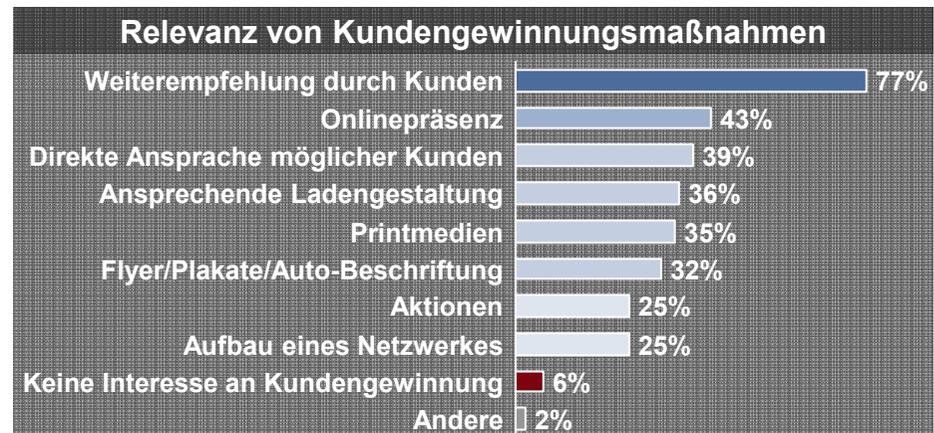
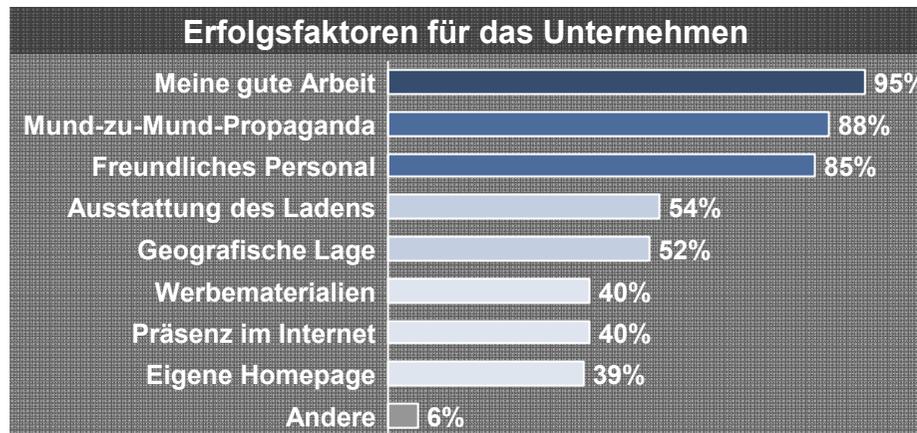
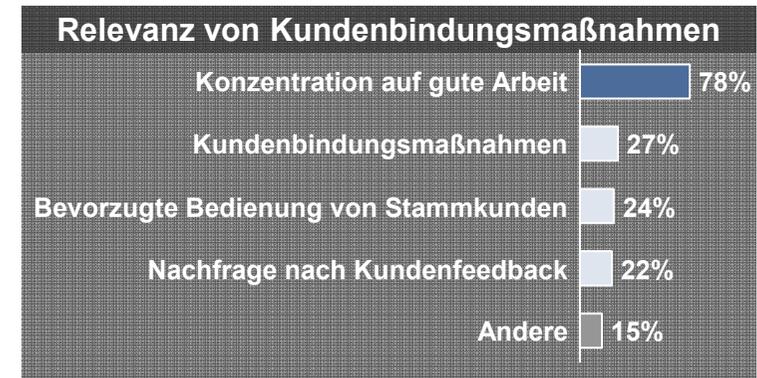
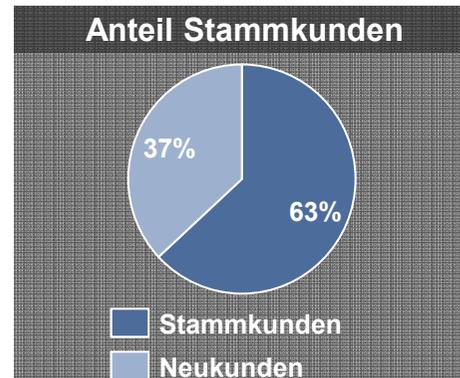
Work-Life –Balance spielt eine eher moderate Rolle im Vergleich zu anderen Faktoren



Die meisten Kleinunternehmen verlassen sich auf ihre gute Arbeit und Weiterempfehlung durch Kunden

Im Schnitt sind 63% aller Kunden der Befragten Stammkunden

Die Mehrheit der Unternehmen versucht sich auf das Kerngeschäft zu konzentrieren um Stammkunden zu halten und Neukunden zu gewinnen



„Es hat als Hobby nach dem Studium angefangen. Erst nach einer Weile wurde uns klar, dass wir davon sogar leben könnten.“

(Grafikdesign-Agentur)

„Ich habe mein Unternehmen gegründet, weil ich meinen vorigen Job hasste. Ich habe mir andere Läden angeschaut und gedacht 'Ich kann das besser'.“

(Teeladen)

„Gute Arbeit ist meine Werbung, ich brauche sonst gar nichts.“

(Fahrradgeschäft)

„Ich kann in derselben Zeit viel mehr Geld mit Privatpatienten verdienen. Also bezahle ich lieber eine Agentur, damit sie meine Website für mich baut.“

(Arzt)

„Ich habe eine Website, weil jeder eine hat... Du kannst dich der Technik nicht verschließen.“

(Florist)

„Mein Geschäft wird mich nie reich machen, aber es reicht für meine Familie, und nur das zählt.“

(Modegeschäft)

„Ich könnte noch mehr Gewinn machen, aber das will ich gar nicht. Ich habe auch so schon genug um die Ohren.“

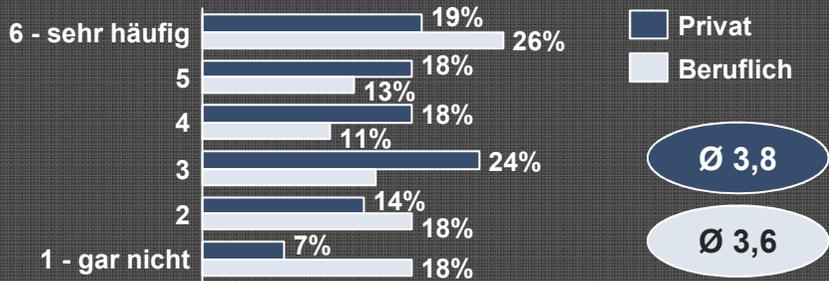
(Fotograf)

„Alle meine Freunde haben immer nach meinen Cupcakes gefragt. Da hab ich einfach entschieden, das zu meinem Beruf zu machen.“

(Cupcake Shop)

Viele Unternehmen haben eine Website, aber nur wenige pflegen sie regelmäßig

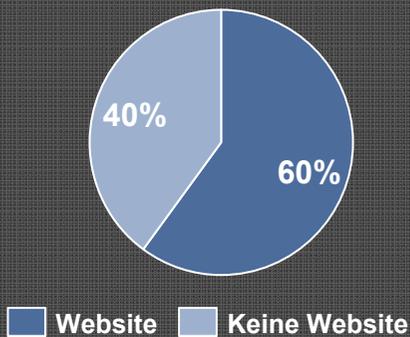
Häufigkeit privater und beruflicher Internetnutzung



Berufliche und private Internetnutzung im mittleren Bereich, aber Privatnutzung überwiegt

Obwohl 60% der Unternehmen eine Website haben, pflegen nur 10% diese regelmäßig

Unternehmen mit Website



Berufliche Online-Nutzung



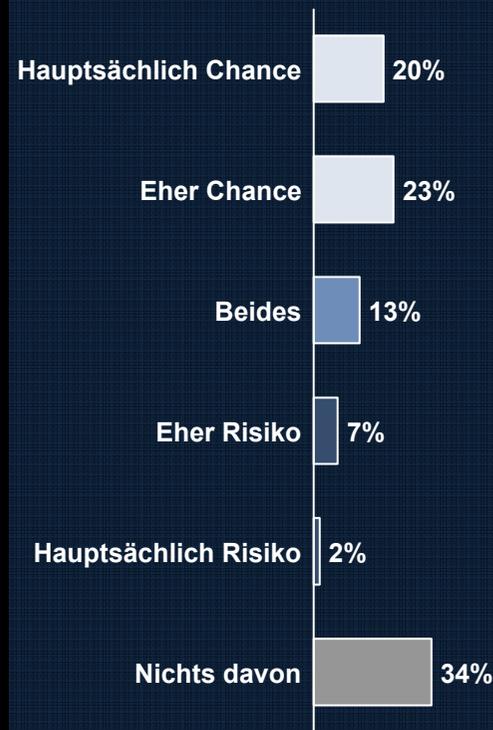
Mehr als 40% aller Unternehmen sehen das Internet nicht als Chance

Die Mehrheit der Befragten sieht das Internet als Chance (56%)

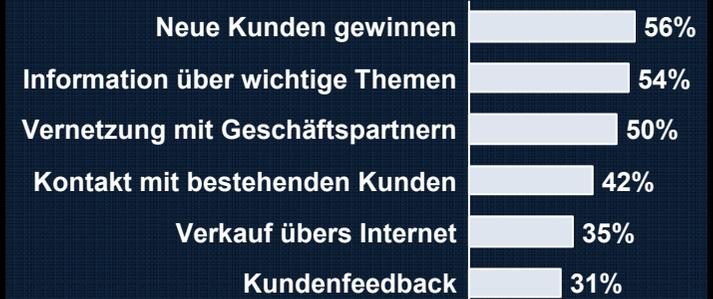
Ein Drittel der Unternehmen stehen dem Internet neutral gegenüber und 22% sehen es als Risiko

Als größte Risiken werden Datenschutz und Angst vor geringer Kontrolle der eigenen Selbstdarstellung, von Kundenmeinungen und dem Wettbewerb genannt

Internet – Chance oder Risiko?



Chance - Gründe

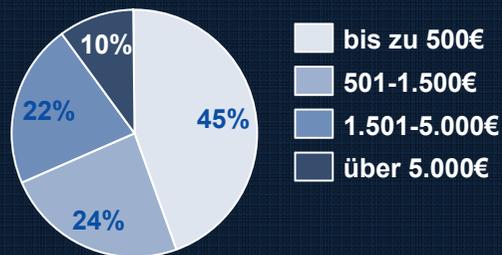


Risiko - Gründe



Über zwei Drittel aller Kleinstunternehmen geben jährlich unter 1.500€ für Marketingaktivitäten aus

Jährliche Marketing-Ausgaben



Nahezu die Hälfte aller Unternehmen gibt weniger als 500€ pro Jahr für Marketing aus

Über 50% aller Unternehmen sehen eine professionelle Website als relevant an

Relevante Marketing-Aufgaben



Zwei Drittel aller Unternehmen geben weniger als 500€ pro Jahr für Online-Marketing aus

Kleine Unternehmen suchen insbesondere für ihre Website, Werbung und Online-Shops Hilfe von Dritten (z.B. Webdesigner, Agenturen)

Der Großteil kleiner Unternehmen gibt unter 500€ pro Jahr für Online-Marketing aus

Nur 4% verwenden mehr als 5.000€ pro Jahr auf Online-Marketing-Aktivitäten

Relevanz externer Hilfe im Online-Marketing

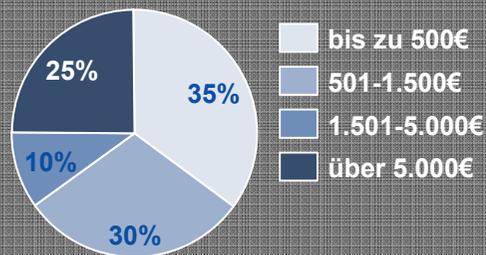


Jährliche Online-Marketing-Ausgaben



Kleinstunternehmen verwenden mehr Budget auf administrative Tätigkeiten als auf Marketing

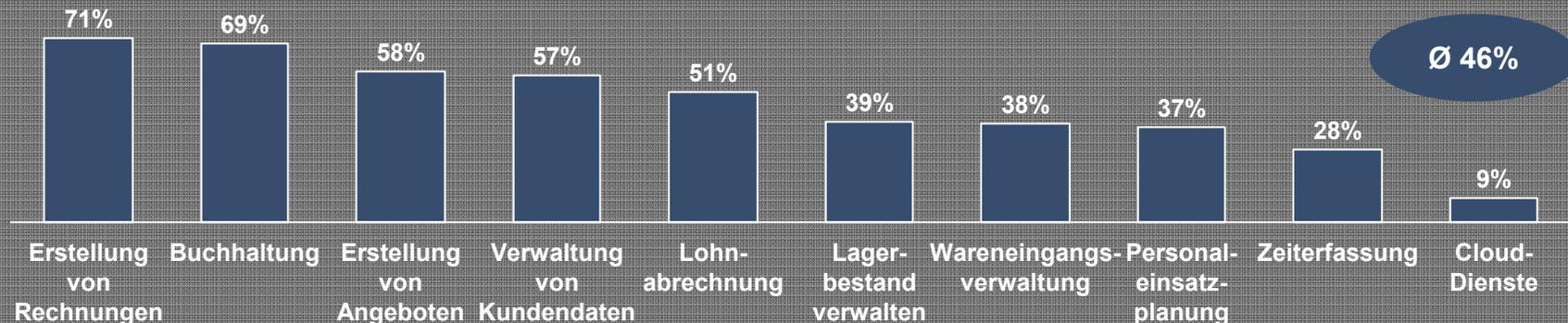
Jährliche BackOffice-Ausgaben



Aufwendungen für BackOffice-Lösungen sind im Schnitt mehr als 70% höher als für Marketing-Lösungen

Mehr als 50% des BackOffice-Budgets wird für Software-Lösungen ausgegeben (online & offline)

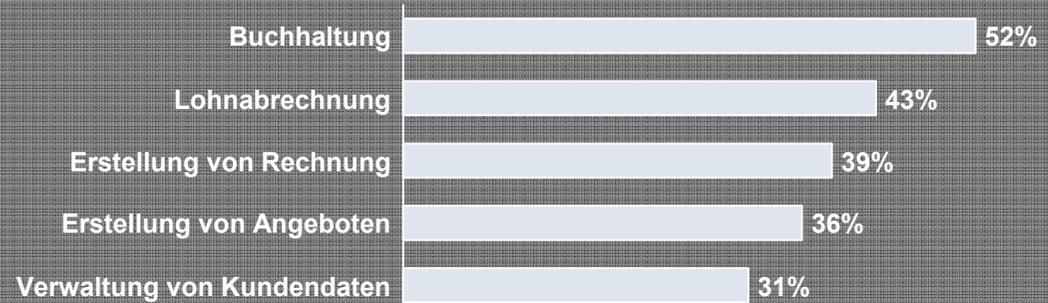
Relevante BackOffice-Aufgaben (in %)



Buchhaltung und Lohnabrechnung werden bevorzugt an Dienstleister abgegeben, Kundendaten werden bevorzugt per Software verwaltet

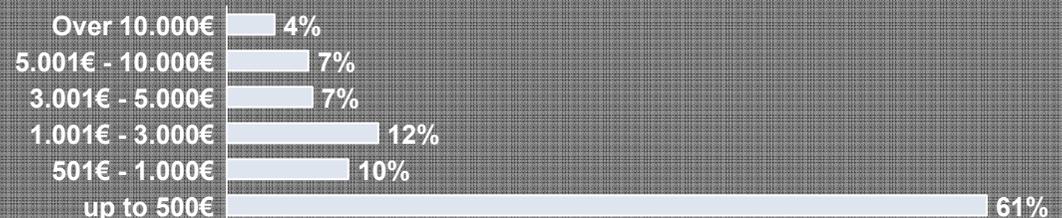
Externe Dienstleister werden besonders für Buchhaltung und Lohnabrechnung benötigt

Relevanz externer Hilfe für BackOffice-Aufgaben



Der Großteil kleiner Unternehmen hat ein Budget unter 500€ für Verwaltungssoftware zur Verfügung

Jährliches Budget für Verwaltungs-Software



Zusammenfassung

- 1 "Das" Kleinunternehmen gibt es nicht – sie unterscheiden sich in Demographie, Einstellungen und Alltag
- 2 62% aller Unternehmen sind älter als 10 Jahre und 81% bezeichnen sich selbst als etabliert
- 3 Obwohl 70% der Unternehmen einen Umsatz unter 300t € erwirtschaften, sind 82% zufrieden mit dem Status Quo
- 4 63% der Kunden sind Stammkunden; Deshalb sind Konzentration auf die eigene Arbeit (78%) und Weiterempfehlungen (77%) die relevantesten Kundenbindungs- und -Akquisemaßnahmen
- 5 60% aller Unternehmen haben eine Website, aber nur 10% davon pflegen sie regelmäßig
- 6 Mehr als 40% kleiner Unternehmen sehen das Internet nicht als Chance – 34% stehen ihm neutral gegenüber und 22% sehen es als Risiko
- 7 Budget und Relevanz sind für Verwaltungsaufgaben im Durchschnitt deutlich höher als für Marketing
- 8 Rechnungserstellung und Buchhaltung sind die relevantesten Verwaltungsaufgaben für kleine Unternehmen
- 9 Fast 40% aller kleinen Unternehmen ziehen externe Dienstleister für die Erstellung und Pflege ihrer Website in Erwägung