



# Unternehmer:innenstudie 2023

Volksbank-Verbund, Februar 2023  
Quelle: Gallup Institut

# DATEN ZUR UNTERSUCHUNG



AUFGABENSTELLUNG	Einstellung österreichischer Unternehmer:innen zum Thema Nachhaltigkeit, Erfolgsfaktoren, Beziehung zur Hausbank, Zufriedenheit mit dem Unternehmerdasein, Zukunftspläne
METHODE	Computer Assisted Telephone Interview (CATI)
ZIELGRUPPE	Unternehmer:innen in Österreich
STICHPROBE	n=1002 Fälle
UNTERSUCHUNGSZEITRAUM	Jänner 2023

*Hinweis: Aufgrund von Rundungen können sich bei der Berechnung von Prozentangaben und bei Summenbildungen geringfügige Abweichungen ergeben (z.B. 99% oder 101% statt 100%).*

# STRUKTUR DER STICHPROBE



	Basis	in Prozent
TOTAL	1002	100
<b>GESCHLECHT</b>		
Männer	648	65
Frauen	354	35
<b>ALTER</b>		
Bis 40 Jahre	155	16
41 - 55 Jahre	458	46
56 - 65 Jahre	308	31
Über 65 Jahre	81	8
<b>MITARBEITER</b>		
Keine	296	30
1 bis 9	566	57
Mehr als 9	140	14

	Basis	in Prozent
<b>JAHRESUMSATZ</b>		
Unter 300.000 Euro	477	48
Bis 1 Mio Euro	264	26
Über 1 Mio Euro	124	12
Keine Angabe	137	14
<b>BRANCHE</b>		
Land- und Forstwirtschaft	45	5
Industrie/ Produzierendes Gewerbe	252	25
Baugewerbe	62	6
Verkehr, Energie	43	4
Handel	256	26
Tourismus und Gastronomie	138	14
Finanzdienstleistungen	24	2
Andere Dienstleistungen	182	18
<b>STANDORT</b>		
Wien	215	22
Niederösterreich, Burgenland	224	22
Steiermark, Kärnten	194	19
Oberösterreich, Salzburg	248	25
Tirol, Vorarlberg	121	12

# IN HALT



Relevante Themen	5
Existierende und geplante Projekte	6
Motivation für Nachhaltigkeitsinvestitionen	7
Erfolgsfaktoren	9
Beziehung zur Hausbank	11
Zufriedenheit mit dem Unternehmerdasein	12
Zukunftsvision	14

# Relevante Themen

## Persönliche Wichtigkeit von Themen



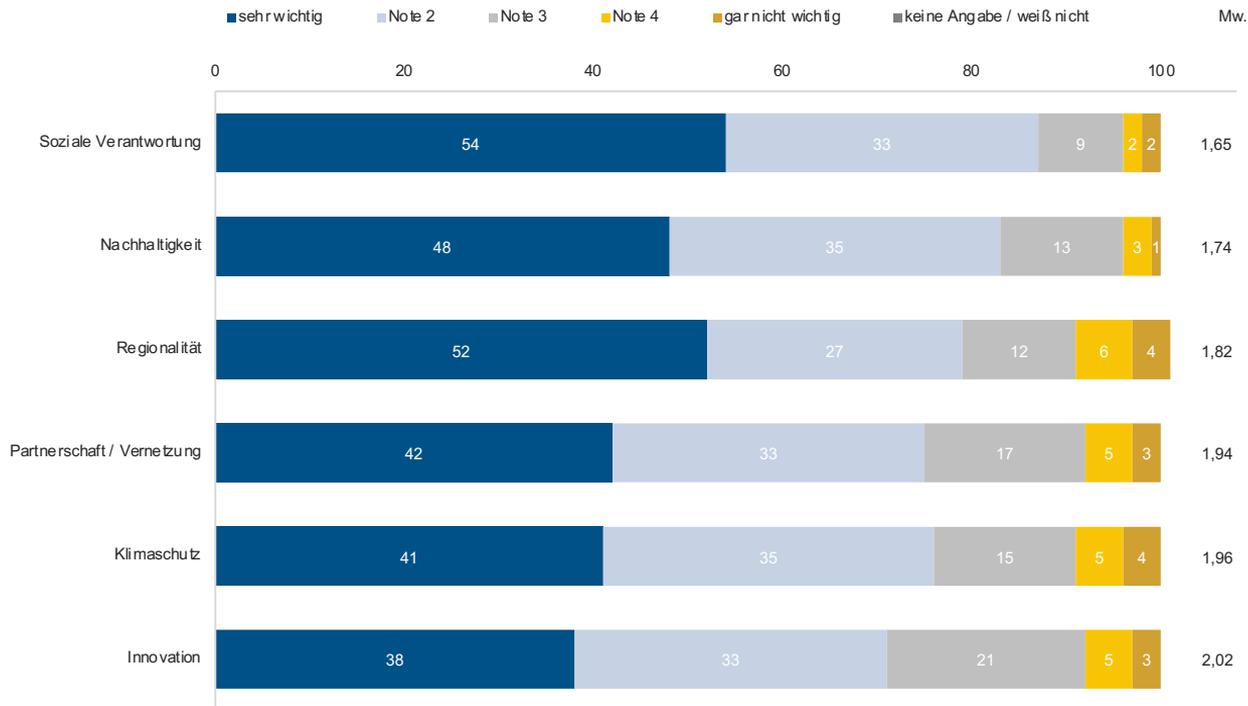
- Soziale Verantwortung besitzt für Unternehmer:innen die höchste Priorität, gefolgt von Nachhaltigkeit und Regionalität.

- Innovation landet nach Mittelwert und Topboxanteil (Note 1+2) an letzter Stelle.

- Klimaschutz, Innovation, soziale Verantwortung und Partnerschaft / Vernetzung sind bei größeren Unternehmen etwas wichtiger als bei kleineren.

- Regionalität hat hingegen für Unternehmen mit geringeren Umsätzen eine höhere Bedeutung.

- Nachhaltigkeit ist ein Thema mit sehr homogener Bewertung in den verschiedenen Teilstichproben.

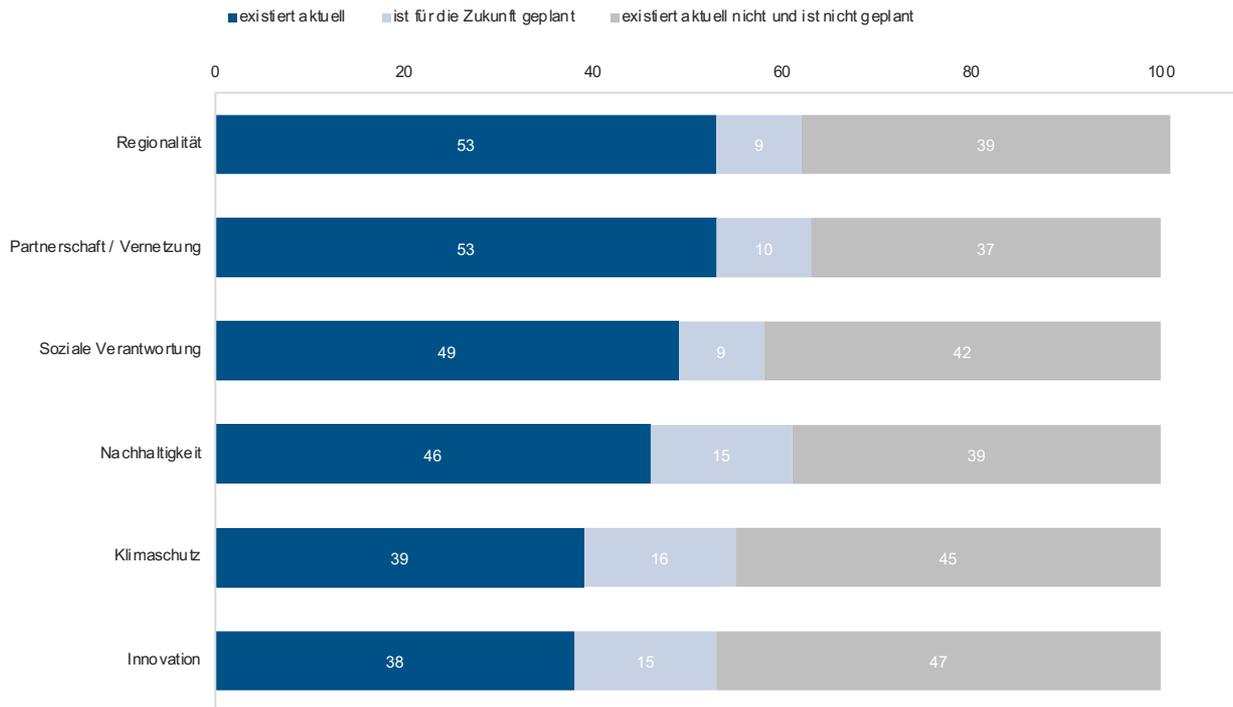


%-Werte, n=1002  
F2. Wie wichtig sind Ihnen persönlich als Unternehmer:in die folgenden Aspekte?

# Existierende und geplante Projekte



- Bei Regionalität sowie Partnerschaft / Vernetzung existieren aktuell die meisten Projekte in den Unternehmen.
- In Planung befinden sich am häufigsten Projekte zu Klimaschutz, Nachhaltigkeit und Innovation.
- Keine Planung existiert am öftesten für Innovations- und Klimaschutzprojekte.
- Mit Ausnahme Regionalität existieren Projekte umso häufiger, je größer und umsatzstärker das Unternehmen ist.



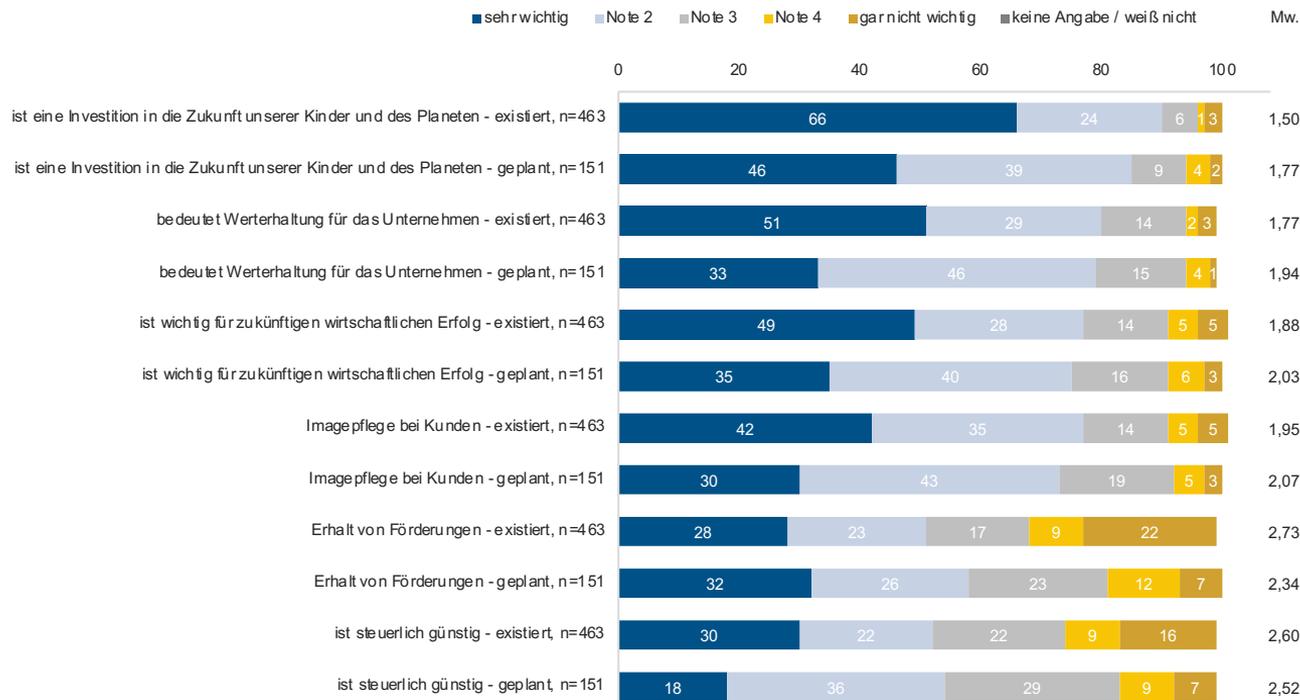
%-Werte, n=1002  
F3. Existieren in Ihrem Unternehmen Projekte und Initiativen in Hinblick auf diese Aspekte?

# Motivation für Nachhaltigkeitsinvestitionen

## Existierende bzw. geplante Projekte



- Es fällt auf, dass die Wichtigkeit der meisten Motive deutlich höher bewertet wird, wenn eine Investition in Nachhaltigkeit bereits umgesetzt wurde.
- Nur bei Erhalt von Förderungen verhält es sich vice versa.
- Die bedeutendsten Motive generell sind:
  - Investition in die Zukunft der Kinder und des Planeten,
  - zukünftiger wirtschaftlicher Erfolg
  - und Werterhaltung für das Unternehmen.
- Steuervorteile sind am wenigsten wichtig.



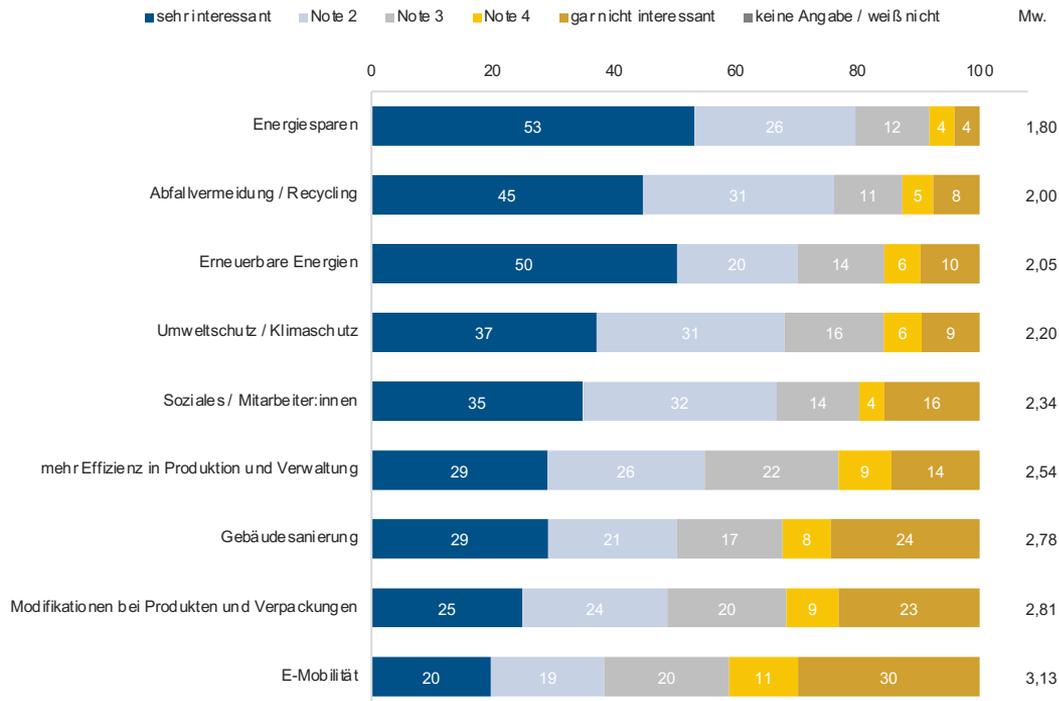
%-Werte, Basis: Investition in Nachhaltigkeit existiert bzw. ist geplant  
 F4/5. Wie stark waren/sind für Sie die folgenden Motive für eine Investition im Bereich „Nachhaltigkeit“?

# Motivation für Nachhaltigkeitsinvestitionen

## Interessante Bereiche für Investition in Nachhaltigkeit



- Energiesparen ist der interessanteste Bereich für eine Investition in Nachhaltigkeit, gefolgt von Abfallvermeidung / Recycling und erneuerbaren Energien.
- E-Mobilität bildet das Schlusslicht und wird nur von 20% als sehr interessant erlebt.



%-Werte, n=1002  
F6. Wie interessant sind für Sie Investitionen in folgende Bereiche der Nachhaltigkeit?

# Persönliche Erfolgsfaktoren

## Spontane Nennungen



- Das Eingehen auf Kund:innen / Kund:innennähe wird am häufigsten als Erfolgsfaktor genannt, von Frauen häufiger als von Männern.
- Es folgen intensiver Arbeitseinsatz, gute Arbeit / Qualität und Team / Mitarbeiter:innen.
- Teamwork wird wieder von Frauen häufiger genannt als von Männern, während letztere häufiger ihre Kompetenz und Erfahrung ins Spiel bringen.



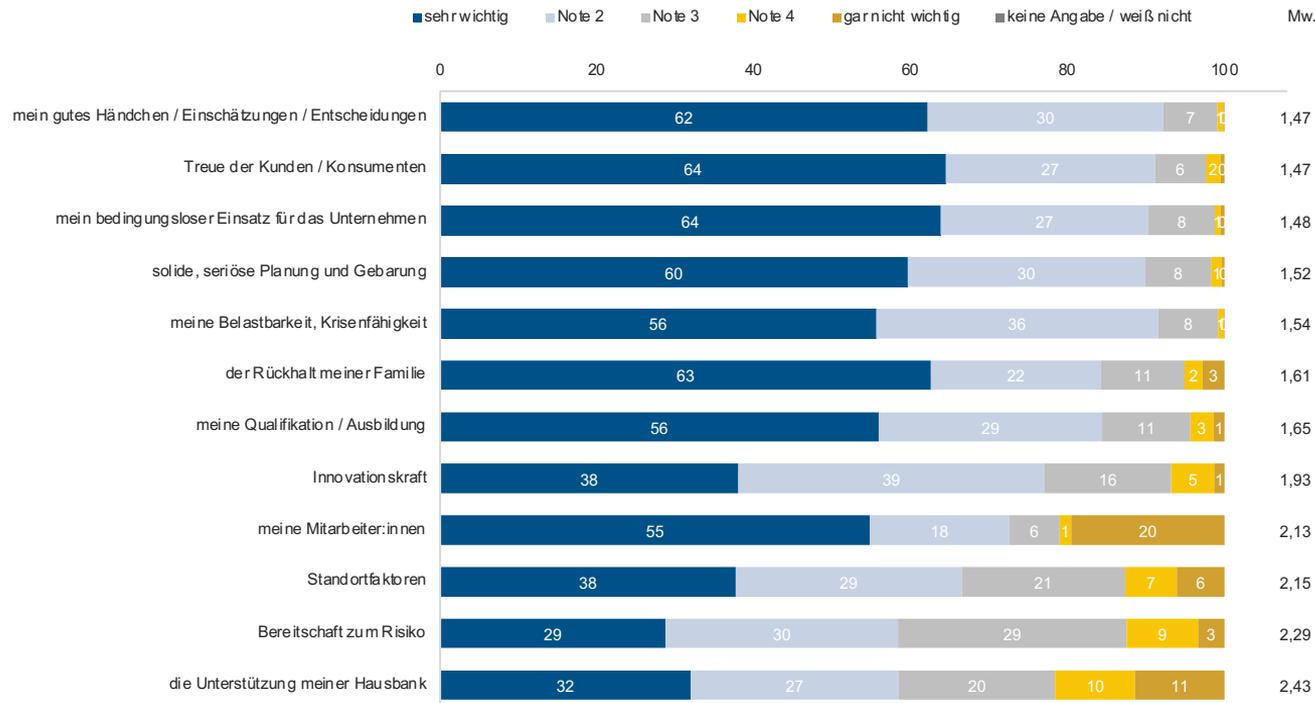
F7. Sprechen wir nun noch über das Thema „Erfolg“. Was würden Sie persönlich als Ihre „Erfolgsfaktoren“ als Unternehmer:in identifizieren? Was hat Ihren Erfolg als Unternehmer:in in erster Linie bewirkt? Nach erster Nennung: Und was noch?

# Erfolgsfaktoren

## Gestützte Bewertung



- Die gestützte Bewertung hingegen führt die eigene Einschätzung bzw. die eigenen Entscheidungen an erster Stelle, gleichauf mit der Treue der Kund:innen und dem bedingungslosen Einsatz für das Unternehmen.
- Als weniger ausschlaggebend sieht man die Bereitschaft zum Risiko und die Unterstützung der Hausbank.



%-Werte, n=1002

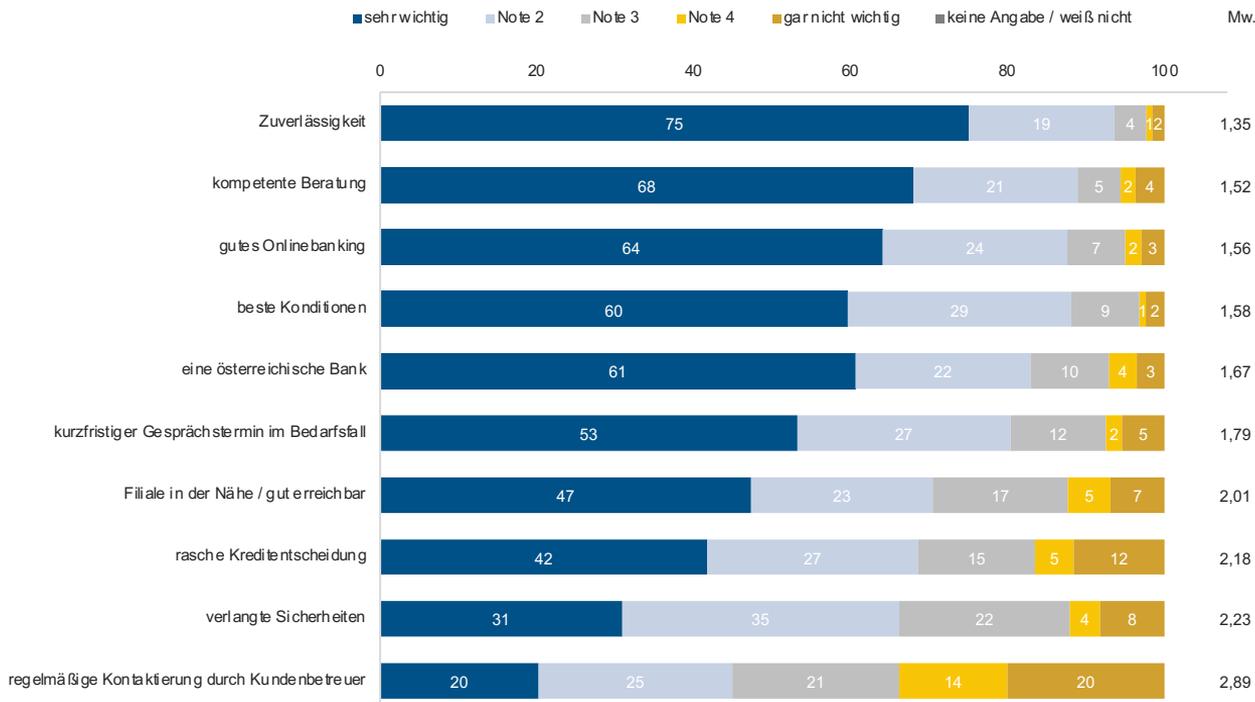
F8. Sagen Sie uns bitte, wie wichtig für Sie persönlich die folgenden Erfolgsfaktoren für Unternehmer:innen sind.

# Beziehung zur Hausbank

## Wichtige Aspekte in Bezug auf die Hausbank



- Zuverlässigkeit steht bei der Beziehung zur Hausbank an erster Stelle, gefolgt von kompetenter Beratung und gutem Onlinebanking.
- Auch „Beste Konditionen“ und „Eine österreichische Bank sind durchaus von höherer Wichtigkeit.
- Weniger Bedeutung haben verlangte Sicherheiten und eine regelmäßige Kontaktaufnahme durch den / die Kundenbetreuer:in.
- Die Wichtigkeit von Zuverlässigkeit, gutem Onlinebanking, Erreichbarkeit und Konditionen ist relativ unabhängig von der Unternehmensgröße.
- Alle anderen Aspekte gewinnen durch zunehmende Größe an Bedeutung.

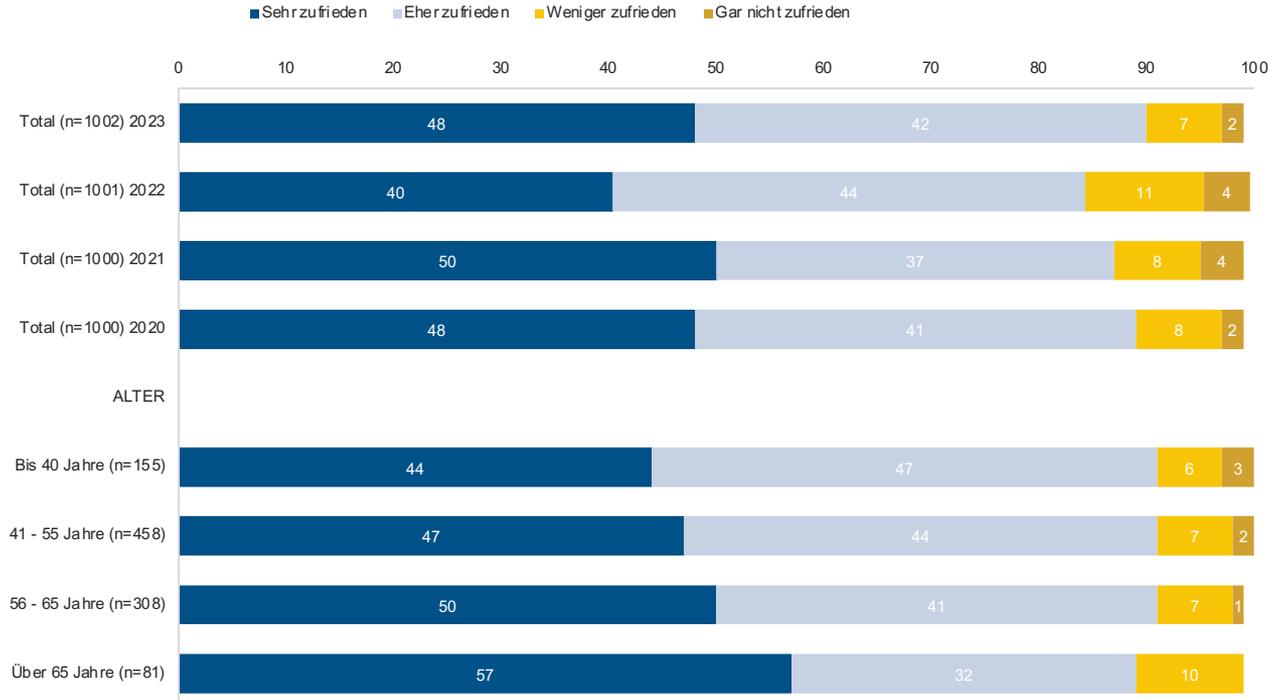


%-Werte, n=1002  
F11. Wie wichtig sind für Sie die folgenden Aspekte bei Ihrer Hausbank?

# Zufriedenheit mit dem Unternehmergebiet



- Nach einem leichten Einbruch im letzten Jahr erholten sich die Zufriedenheitswerte und befinden sich wieder auf dem Niveau von 2020.
- Bei Topbox 1 erkennt man jedoch abnehmende Anteile, je jünger die Unternehmer:innen sind.

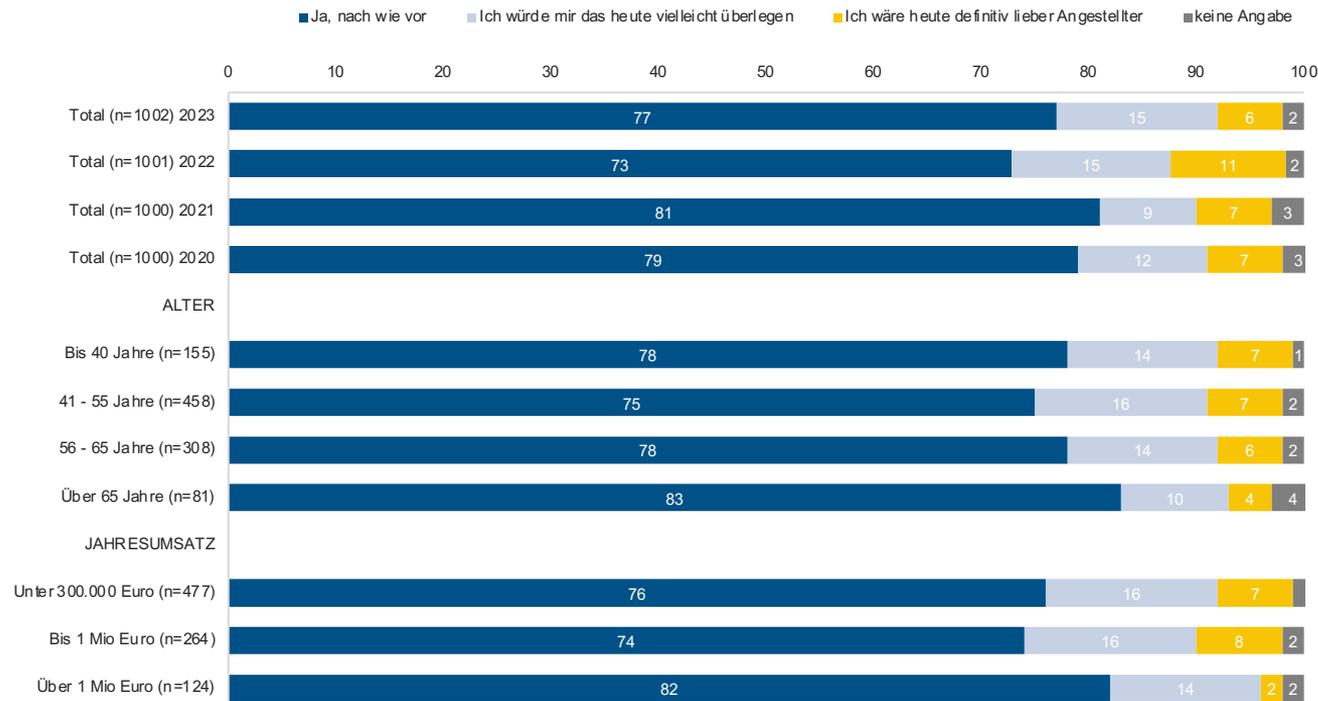


%-Werte  
F14. Wie zufrieden sind Sie mit Ihrem Unternehmergebiet?

# Lieber Unternehmer:in als Angestellte/r?



- 77% sind nach wie vor lieber Unternehmer:in als angestellt. Hier wird noch nicht ganz das Niveau von 2020/21 erreicht, auch wenn eine Verbesserung zum Vorjahr erzielt wird.
- Inhaber:innen größerer Unternehmen mit höheren Umsätzen hegen hier die wenigsten Zweifel.



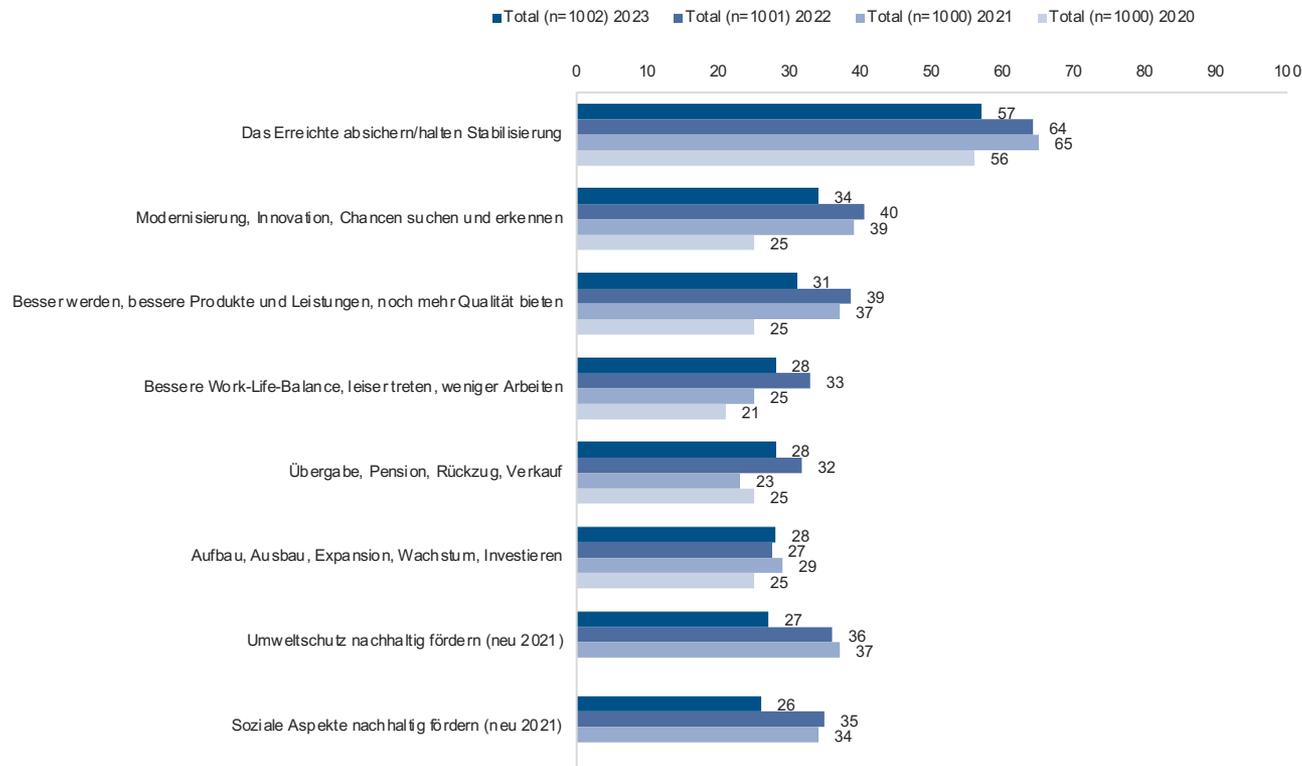
*F15. Sind Sie auch heute noch lieber Unternehmer:in als Angestellte/r?* %-Werte

# Zukunftsvision

## Zukunft des Unternehmens



- Man erkennt deutlich, dass nach den Aktivitätsschüben durch die Pandemie wieder etwas „Entspannung“ eintritt.
- Modernisierung und bessere Produkte und Leistungen sind wieder weniger wichtig und bewegen sich auf das Niveau von 2020 zu.
- Auch Umweltschutz und Förderung sozialer Aspekte gehen deutlich zurück.
- Stabilisierung ist ab einem Alter von über 40 Jahren häufiger ein Thema als vorher.
- Modernisierung wird im Alter von über 55 Jahren weniger wichtig.
- Die Verbesserung von Produkten und Leistungen ist für die jüngste Gruppe von höherer Bedeutung, ebenso wie der Aufbau und Ausbau des Unternehmens.



F16. Welche Zukunftsvision haben Sie für Ihr Unternehmen, was sind Ihre Vorstellungen, die Sie innerhalb der nächsten 5 Jahre verwirklichen wollen? %-Werte

