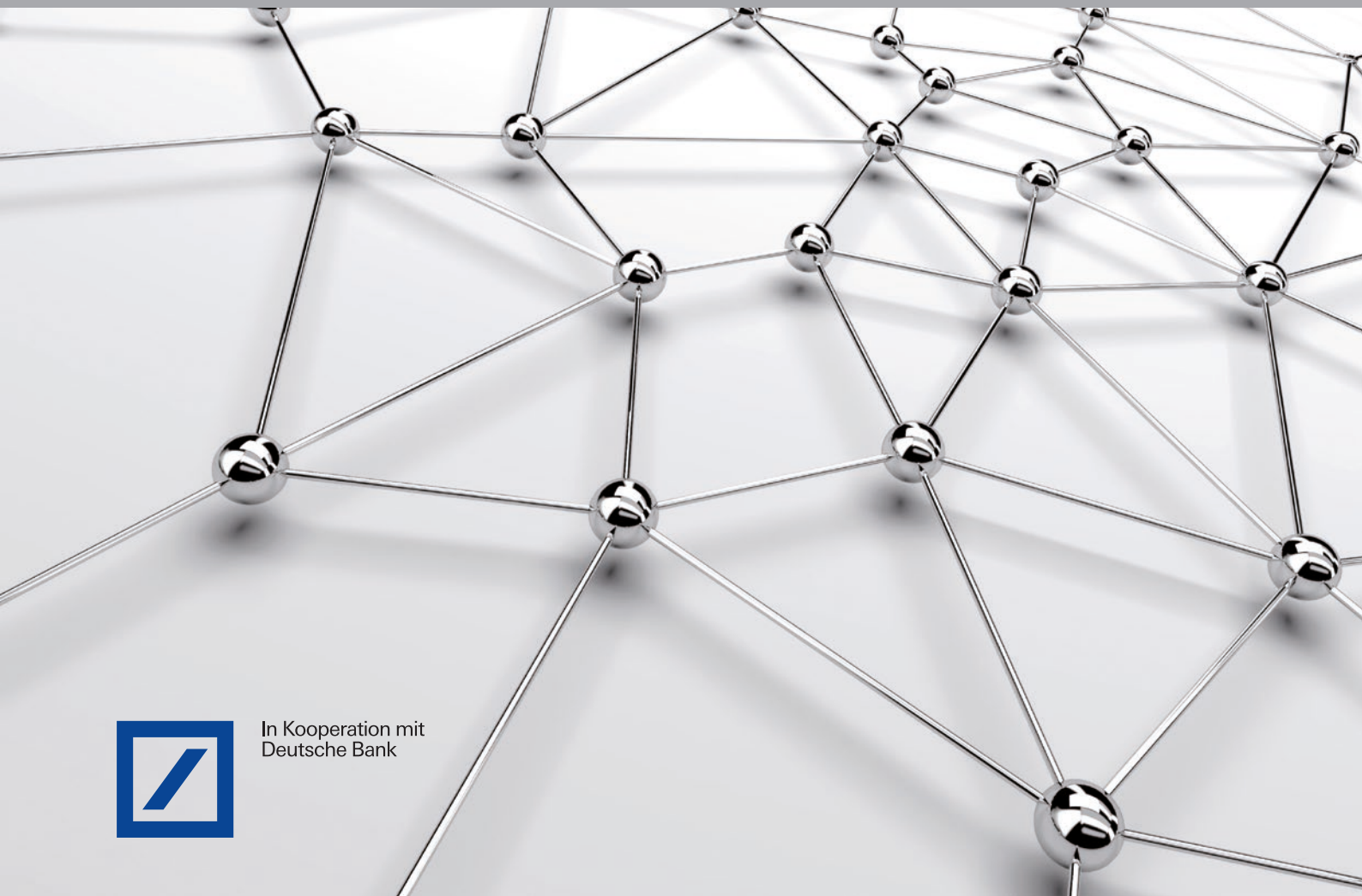




Mitten im Markt. Unternehmerinnenumfrage Frühjahr 2013

Schwerpunkte: Standort Deutschland, Unternehmensführung, Rahmenbedingungen



In Kooperation mit
Deutsche Bank



Impressum

Herausgeber:

Verband deutscher Unternehmerinnen (VdU) e.V.
Glinkastraße 32
10117 Berlin
Tel.: +49 30 200 59 19 00
www.vdu.de

Deutsche Bank AG
Taunusanlage 12
60325 Frankfurt am Main
Telefon: +49 69 910-3 90 18
www.deutsche-bank.de

Durchführende Institute:

EARSandEYES GmbH
Institut für Markt- und Trendforschung
Brahmsallee 6, 20144 Hamburg

TNS Infratest Finanzforschung
Stieghorster Straße 86–90, 33605 Bielefeld

Verantwortlich:

Stephanie Bschorr, VdU
Carlotta Köster-Brons, VdU
Martina Eich-Ehren, Deutsche Bank
Olaf Petersen, Deutsche Bank
Dr. Alexander Winkler, Deutsche Bank

Gestaltung:

Die G2 Werbeagentur GmbH
Gerhardt & Gustmann, Frankfurt am Main

Druck:

Franz Kuthal GmbH & Co. KG, Mainaschaff

Stand:

April 2013

Fotos:

Titel: © Guido Vrola/iStockphoto;
© Nicole Waring/iStockphoto

Inhalt

Summary	4
Unternehmerinnenumfrage Frühjahr 2013	
1. Umfragekonzept	5
Wissen, was Unternehmerinnen bewegt	
2. Einschätzung der wirtschaftlichen Lage	6
Unternehmerinnen sind optimistisch und investieren in die Zukunft	
3. Unternehmensführung	8
Unternehmerinnen setzen die Prioritäten anders	
4. Unternehmerische Rahmenbedingungen	10
Auf der Unternehmerinnen-Agenda: besseres Bildungssystem, umfassende Kinderbetreuung	



Summary

Unternehmerinnenumfrage Frühjahr 2013

- Das Umfragekonzept: Im Rahmen der Unternehmerinnenumfrage gaben im Februar 2013 rund 440 Mitglieder des Verbands deutscher Unternehmerinnen (VdU) sowie 200 parallel befragte Entscheider in mittelständischen Unternehmen Auskünfte u.a. zu folgenden Themenbereichen: Wirtschaftslage in Deutschland, Eckpfeiler ihrer Unternehmensführung sowie ihre Erwartungen von der zukünftigen Bundesregierung.
- Unternehmerinnen bewerten die eigenen unternehmerischen Perspektiven optimistischer als Entscheider im Mittelstand: 51 % sagen, die Entwicklung des eigenen Unternehmens „wird besser“, bei den Entscheidern in mittelständischen Unternehmen sind es 35 %.
- Bei der Unternehmensführung setzen Frauen die Prioritäten anders. Fast alle Unternehmerinnen legen hohen Wert auf die Faktoren „Kundenbindungsmanagement“, „Strategische Planung“ und „Mitarbeiterbindung“. Entscheider in mittelständischen Unternehmen priorisieren die Instrumente „Mitarbeiterbindung“, gefolgt von „Strategischer Planung“ und „Liquiditätssteuerung“. Eine hohe Kunden- und Mitarbeiterbindung scheint für Unternehmerinnen eine wichtige Stellschraube für ihren wirtschaftlichen Erfolg zu sein.
- Um ihre Fachkräfte an das Unternehmen zu binden, setzen Unternehmerinnen vor allem auf Weiterbildung und Maßnahmen zur Vereinbarkeit von Familie und Beruf. Monetäre Leistungen stehen dagegen nicht im Vordergrund.
- Die Wirtschaft beklagt den Fachkräftemangel in Deutschland. Fast ein Drittel der Unternehmerinnen hat Schwierigkeiten, offene Stellen zu besetzen, dies gilt vor allem bei Stellen für Fachkräfte mit Berufsausbildung. Bei Entscheidern in mittelständischen Unternehmen stellt sich die Situation ähnlich dar.
- Fast alle Unternehmerinnen fordern von der zukünftigen Bundesregierung, stärker in das Bildungssystem zu investieren (97 %) sowie bürokratische Vorschriften abzubauen (92 %). Danach stehen mit jeweils 90 % Maßnahmen zum Abbau des Fachkräftemangels sowie der Ausbau der Kinderbetreuung auf ihrer Agenda. Mit Ausnahme der Kinderbetreuung herrschen auch bei den Entscheidern in mittelständischen Unternehmen ähnliche Forderungen vor.

1. Umfragekonzept

Wissen, was Unternehmerinnen bewegt

Die Wirtschaft wird weiblicher: Von 2002 bis 2011 stieg die Zahl der selbstständigen Frauen um 51% und die Zahl der Arbeitgeberinnen um 8%.¹

Die ökonomische Leistungskraft deutscher Unternehmerinnen ist von wesentlicher Bedeutung für den Wirtschaftsstandort Deutschland. Was ihren Unternehmergeist auszeichnet, was Unternehmerinnen bewegt, wo sie sich vom mittelständischen Umfeld differenzieren und wo ihre Optionen für die Zukunft liegen, dies möchte die vorliegende Frühjahrsbefragung des Verbands deutscher Unternehmerinnen (VdU) und der Deutschen Bank aufzeigen.

Der VdU ist der einzige deutsche Wirtschaftsverband, der branchenübergreifend die Interessen mittelständischer Unternehmerinnen aus Industrie, Handwerk, Handel und Dienstleistung vertritt. Die Mitglieder des VdU erwirtschaften zusammen einen Jahresumsatz von 85 Milliarden Euro und beschäftigen 500.000 Mitarbeiter. Die Deutsche Bank als einer der wichtigsten Finanzpartner des Mittelstands betreut heute jedes vierte mittelständische Unternehmen – vom Selbstständigen bis zum Familienunternehmen.

Im Sommer 2012² hat der VdU die erste Unternehmerinnenumfrage durchgeführt. Im Fokus standen die wirtschaftliche Lage in Deutschland und die persönliche Situation von Unternehmerinnen. Ziel war es, diese Umfrage jährlich weiterführen zu können, was nun 2013 in Kooperation mit der Deutschen Bank realisiert wurde.

An dieser Stelle möchten wir allen Unternehmerinnen und Unternehmern für ihre Zeit und Unterstützung danken.

Untersuchungsprofil 2013 – Einschätzungen der Unternehmerinnen vs. Einschätzungen von Entscheidern in mittelständischen Unternehmen

Die aktuelle Frühjahrsumfrage basiert auf zwei parallelen Befragungssträngen: Zum einen auf einer Online-Befragung von 441 deutschen Unternehmerinnen, die dem VdU angehören, durchgeführt im Februar 2013 von dem Marktforschungsinstitut EARSandEYES GmbH. Zum anderen auf computergestützten Telefoninterviews mit 200 Entscheidern in mittelständischen Unternehmen, durchgeführt im Februar 2013 von TNS Infratest.

Diese Ausrichtung erlaubt es, Unterschiede wie Gemeinsamkeiten zwischen den Einschätzungen und Einstellungen von Unternehmerinnen und Entscheidern in mittelständischen Unternehmen zu identifizieren.

¹ Vgl. „Wachstumspotenziale inhaberinnengeführter Unternehmen – wo steht Deutschland im EU-Vergleich?“, Studie im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie, Februar 2013

² VdU-Unternehmerinnenumfrage 2012, Juli und August 2012, Anzahl der Befragten: 478

2. Einschätzung der wirtschaftlichen Lage

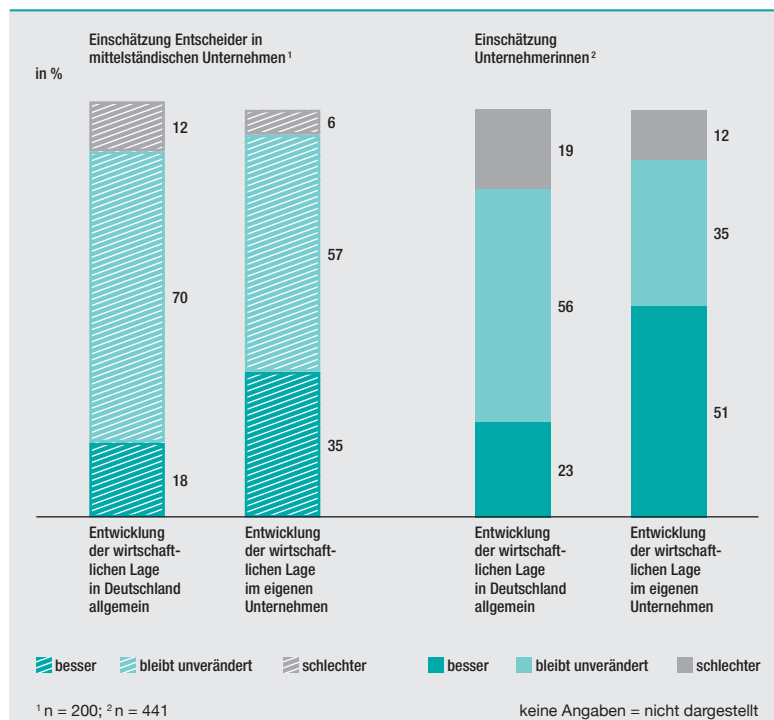
Unternehmerinnen sind optimistisch und investieren in die Zukunft

Die Einschätzung der allgemeinen wirtschaftlichen Entwicklung in den nächsten sechs Monaten aus Sicht der Entscheider in mittelständischen Unternehmen fällt relativ positiv aus: 18% der befragten Entscheider sagen „besser“, 70% „unverändert“ und 12% „schlechter“. Die Erwartungen bezüglich der Entwicklung des eigenen Unternehmens fallen optimistischer aus: 35% sagen „besser“, 57% „unverändert“ und lediglich 6% „schlechter“.

Diese unterschiedliche Tendenz zeigt sich auch bei den Unternehmerinnen: 23% sagen zur Entwicklung der allgemeinen wirtschaftlichen Lage in Deutschland, die Lage „wird besser“, 56% „bleibt unverändert“, 19% „wird schlechter“.

Die Perspektiven für das eigene Unternehmen beurteilen Unternehmerinnen wie die Entscheider im Mittelstand optimistischer: 51% sagen, die Lage wird „besser“.

Beurteilung der Wirtschaftslage allgemein und im eigenen Unternehmen für die nächsten 6 Monate



Obwohl beide Vergleichsgruppen die Entwicklung des eigenen Unternehmens besser einschätzen als die Gesamtwirtschaft, zeigt sich bei den Unternehmerinnen ein noch deutlicherer Optimismus: 51% zu 35% bei den Entscheidern im Mittelstand.

Das Investitionsverhalten – ein Indikator für Zukunftsoptimismus.

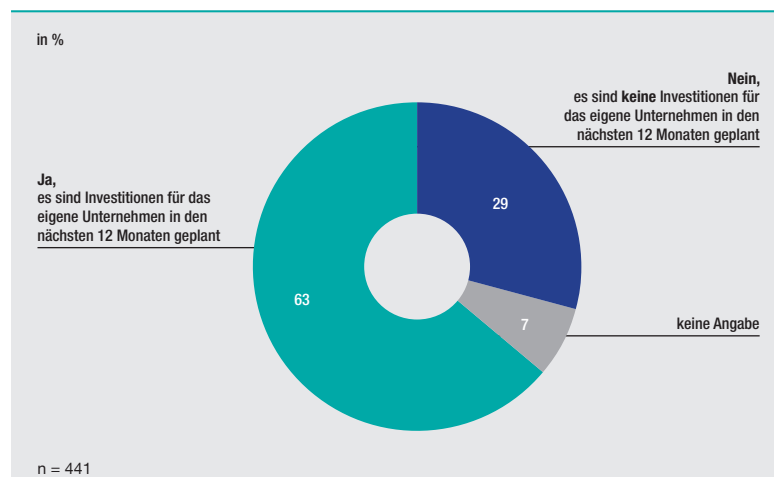
Fast zwei Drittel (63%) der Unternehmerinnen plant in den nächsten zwölf Monaten Investitionen in das eigene Unternehmen. Dies kann als Indikator für die positive Einschätzung ihres nachhaltigen Unternehmenserfolgs gesehen werden.

Der Blick auf die Entwicklung in Europa ist getrübt.

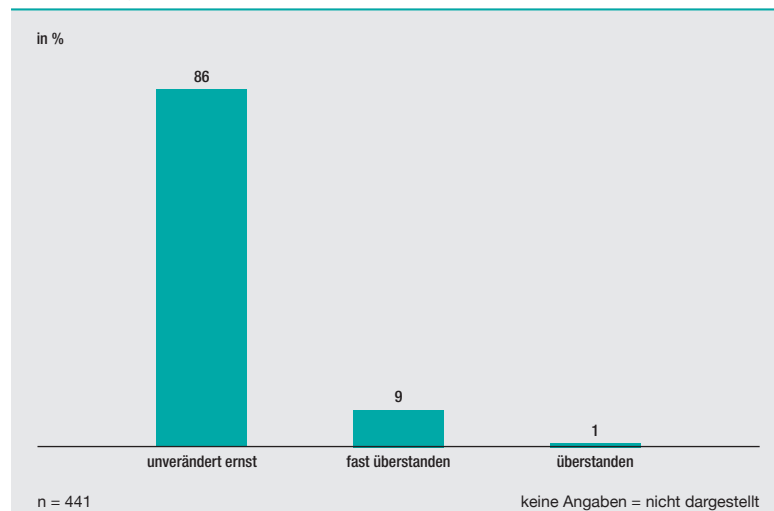
Ein Großteil der Unternehmerinnen, nämlich 86%, schätzt die Finanzkrise in Europa weiterhin als ernst ein.

Schon in der ersten Befragungswelle des VdUs im Sommer 2012 gaben 41% der Unternehmerinnen an, die Auswirkungen der europäischen Finanzkrise im eigenen Unternehmen zu spüren.

Planung von Investitionen in den nächsten 12 Monaten – aus Sicht der Unternehmerinnen



Einschätzung der Finanzkrise in Europa aus Sicht der Unternehmerinnen





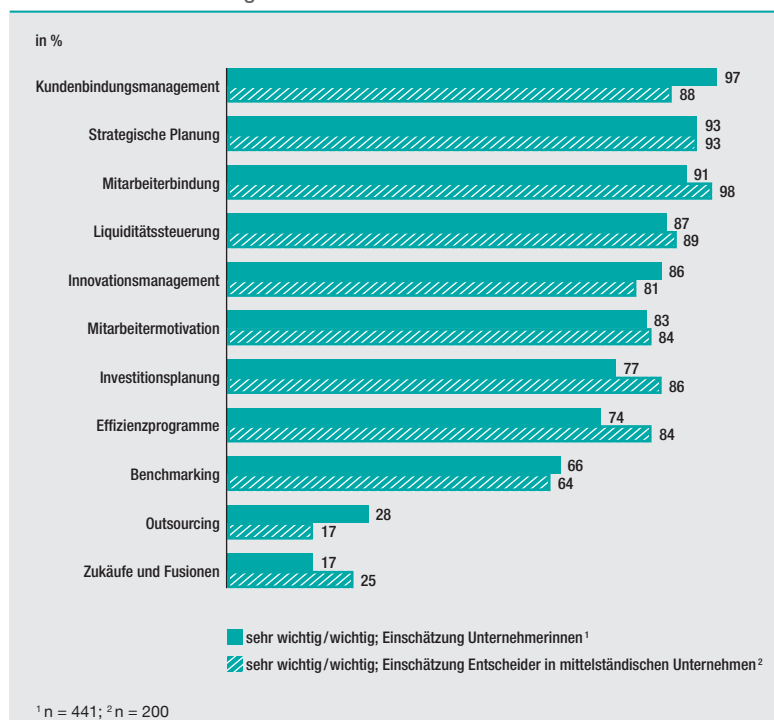
3. Unternehmensführung

Unternehmerinnen setzen die Prioritäten anders

Fast alle Unternehmerinnen legen bei der Unternehmensführung hohen Wert auf die Faktoren „Kundenbindungsmanagement“ (97%), „Strategische Planung“ (93%) und „Mitarbeiterbindung“ (91%). Im Vergleich dazu priorisieren die Entscheider in mittelständischen Unternehmen die Instrumente „Mitarbeiterbindung“ (98%), gefolgt von „Strategischer Planung“ (93%) und „Liquiditätssteuerung“ (89%).

Die Strategie einer hohen Kunden- und Mitarbeiterbindung scheint für Unternehmerinnen einen wesentlichen Erfolgsfaktor darzustellen, denn eine gute Kundenbindung ist ohne eine gute Mitarbeiterbindung nur schwer realisierbar.

Wichtigkeit der Instrumente in der Unternehmensführung – Unternehmerinnen im Vergleich zu Entscheidern im Mittelstand



Mitarbeiterbindung – Weiterbildung und Work-Life-Balance stehen hoch im Kurs

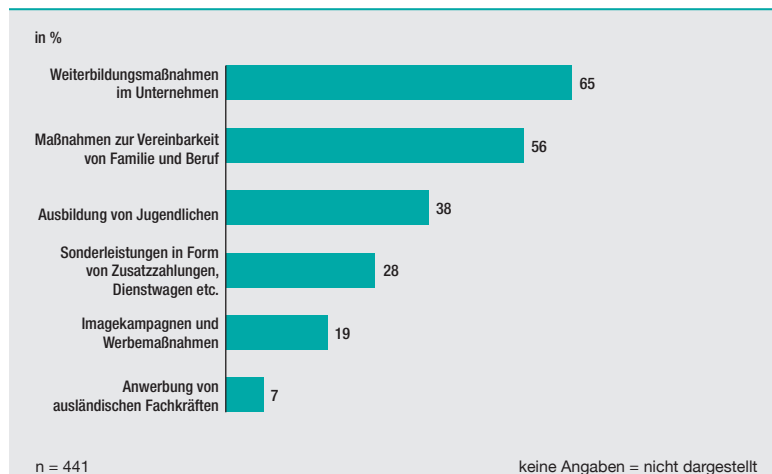
Um ihre Fachkräfte an das Unternehmen zu binden, setzen Unternehmerinnen vor allem auf Weiterbildung und Maßnahmen zur Vereinbarkeit von Familie und Beruf. Monetäre Leistungen stehen dagegen nicht im Vordergrund.

Dass Unternehmerinnen die Vereinbarkeit von Privat- und Berufsleben – wie z.B. Kinderbetreuung oder flexible Arbeitszeitmodelle – als wichtig erachten, liegt sicherlich in ihrem persönlichen Erfahrungshorizont begründet.

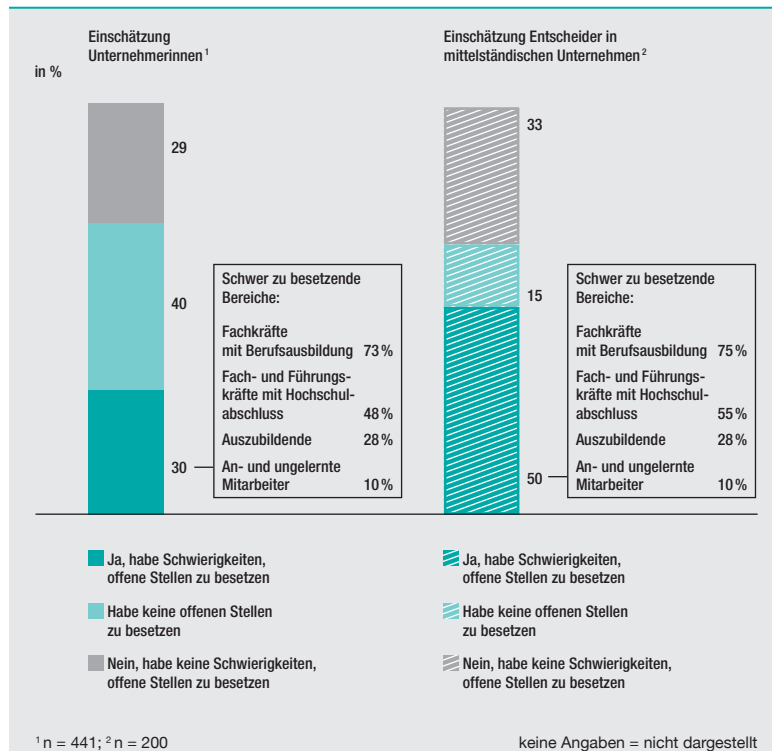
Mit den besten Köpfen Erfolg sichern – eine Herausforderung für alle Unternehmen

Die Klagen aus der Wirtschaft sind bekannt: Der Fachkräftemangel in Deutschland weitet sich dramatisch aus. So hat auch fast ein Drittel der Unternehmerinnen Schwierigkeiten, offene Stellen zu besetzen. Dies gilt vor allem bei Stellen für Fachkräfte mit Berufsausbildung, gefolgt von Problemen bei der Besetzung von Stellen für Fach- und Führungskräfte mit Hochschulabschluss. Bei den Ergebnissen der Befragung der Entscheider in mittelständischen Unternehmen stellt sich die Situation ähnlich dar.

Nutzung von Maßnahmen zur Qualifizierung und zum Halten der Fachkräfte aus Sicht der Unternehmerinnen



Schwierigkeiten bei der Besetzung offener Stellen – Unternehmerinnen vs. Entscheider im Mittelstand





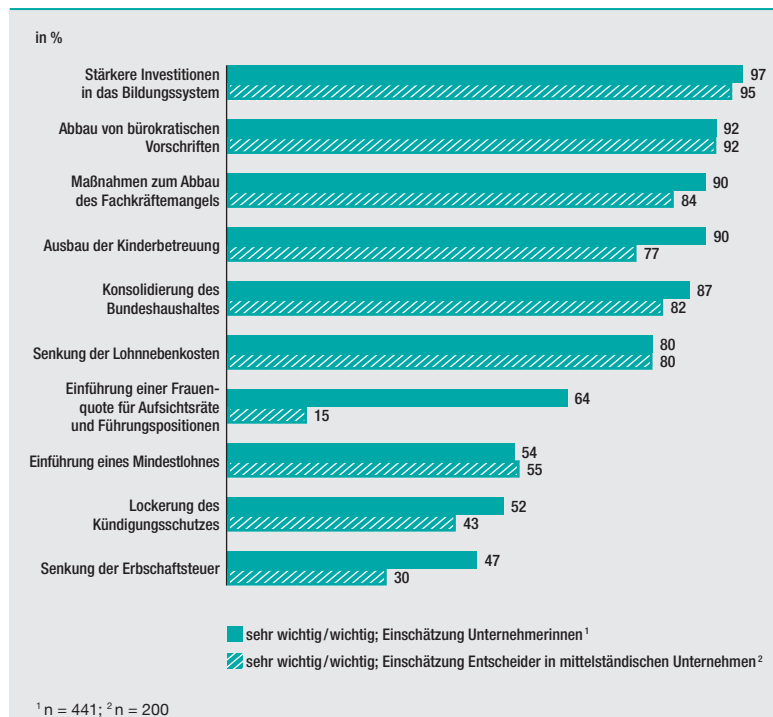
4. Unternehmerische Rahmenbedingungen

Auf der Unternehmerinnen-Agenda: besseres Bildungssystem, umfassende Kinderbetreuung

Fast alle Unternehmerinnen fordern von der zukünftigen Bundesregierung, stärker in das Bildungssystem zu investieren (97%) sowie bürokratische Vorschriften abzubauen (92%). Danach stehen Maßnahmen zum Abbau des Fachkräftemangels sowie der Ausbau der Kinderbetreuung auf ihrer Agenda. Interessant ist, dass bei den ersten drei Themen ähnliche Forderungen auch bei den Entscheidern in mittelständischen Unternehmen festzustellen sind. Eine Ausnahme bildet die Kinderbetreuung.

Wollen 90% der Unternehmerinnen den Ausbau der Kinderbetreuung realisiert wissen, sind es bei den Entscheidern im Mittelstand nur 77%. Hier sehen die Unternehmerinnen wohl noch erheblichen Nachholbedarf seitens der Politik. Für sie scheint die eher ganzheitliche Perspektive wichtig, die Vereinbarkeit von privatem und beruflichem Leben, das Einbeziehen des familiären Kontextes in die Arbeitswelt und damit auch die Zufriedenheit der Mitarbeiter.

Wichtigkeit von Maßnahmen einer zukünftigen Bundesregierung – Unternehmerinnen vs. Entscheider im Mittelstand

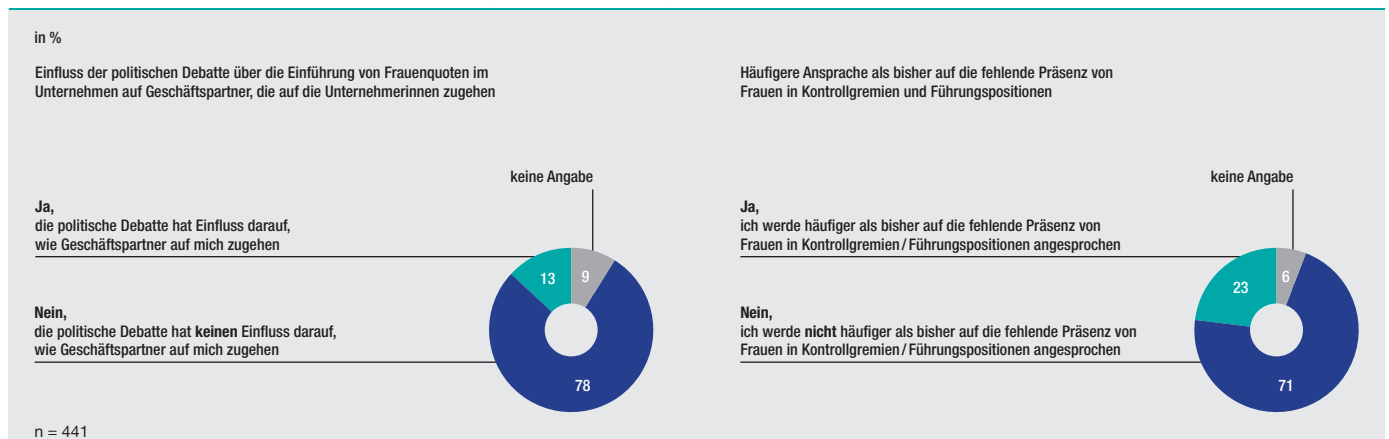


Die Einführung einer Frauenquote für Aufsichtsräte und Führungspositionen ist für 64% der Unternehmerinnen wichtig bzw. sehr wichtig. Bei den Entscheidern in mittelständischen Unternehmen nimmt dieses Thema mit 15% nur die letzte Position auf der Liste der wirtschaftspolitischen Forderungen an die zukünftige Bundesregierung ein.

Frauenquote – im Tagesgeschäft kein Thema

Für mehr als drei Viertel der Unternehmerinnen hat die politische Debatte über die Frauenquote keinen Einfluss darauf, wie Geschäftspartner auf sie zugehen. Ebenso werden mehr als zwei Drittel der Unternehmerinnen nicht häufiger als bisher auf die fehlende Präsenz von Frauen in Kontrollgremien und Führungspositionen angesprochen.

Einfluss der Frauenquote auf Geschäftspartner und generell – Erfahrungen der Unternehmerinnen



Unternehmerinnen sind ein wichtiger Wirtschaftstreiber in Deutschland und ihre Bedeutung wächst zunehmend. So bleibt es spannend zu beobachten, was Unternehmerinnen in Zukunft bewegt, welche Prioritäten sie im Vergleich zu Entscheidern im Mittelstand setzen und wo ihre Erfolgsfaktoren liegen. Die nächste Befragungswelle des Verbands deutscher Unternehmerinnen und der Deutschen Bank wird dazu Einblicke und Ausblicke liefern.

