

BRANCHENEINBLICK

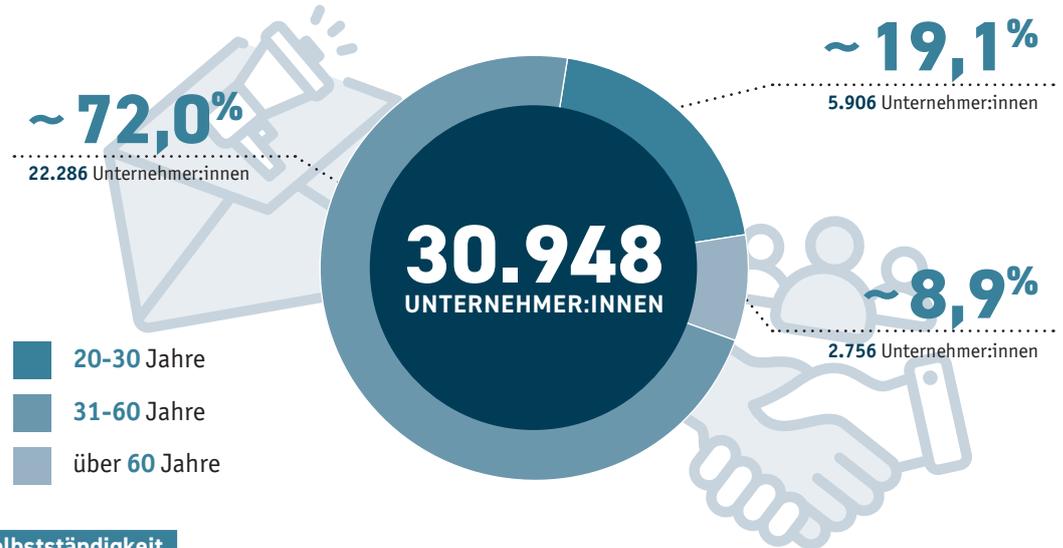
Fakten, die über Ihren Erfolg entscheiden.

hauptberuflich Selbstständige (40-50h)

WERBUNG UND MARKTKOMMUNIKATION

ALTERSSTRUKTUR DER UNTERNEHMER:IN

Das Alter von Unternehmer:innen hat häufig einen Einfluss auf die unternehmerische Tätigkeit: Wie viele Jahre Berufs- und Branchenerfahrung hat man bereits aus unselbstständiger Tätigkeit (vor der Gründung), welchen Kundenstamm hat man sich bereits aufgebaut bzw. welche potenziellen Kunden kann man ansprechen? Wie gelingt es, Neukunden ans Unternehmen zu binden?

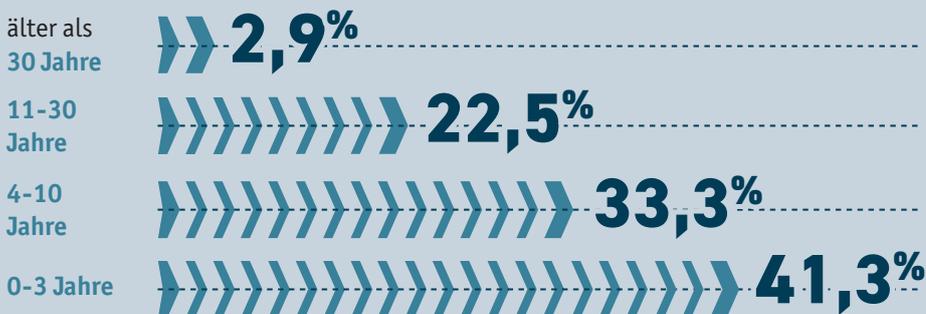


Früher Schritt in die Selbstständigkeit.

Viele Unternehmer:innen gehen nicht als Selbstständige in die Alterspension.

ALTERSSTRUKTUR DER UNTERNEHMEN

Ein hoher Anteil an jungen Unternehmen deutet auf rege Gründungsaktivität hin. Ein geringer Anteil an Unternehmen, die längerfristig bestehen, kann als Zeichen dafür gewertet werden, dass kein hinreichend großer Kundenstamm aufgebaut werden kann. Gründungen und Schließungen verändern die Wettbewerbsstruktur innerhalb der Branche.

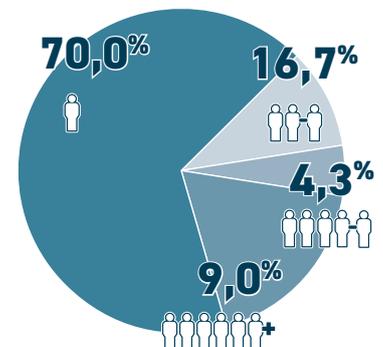


>30

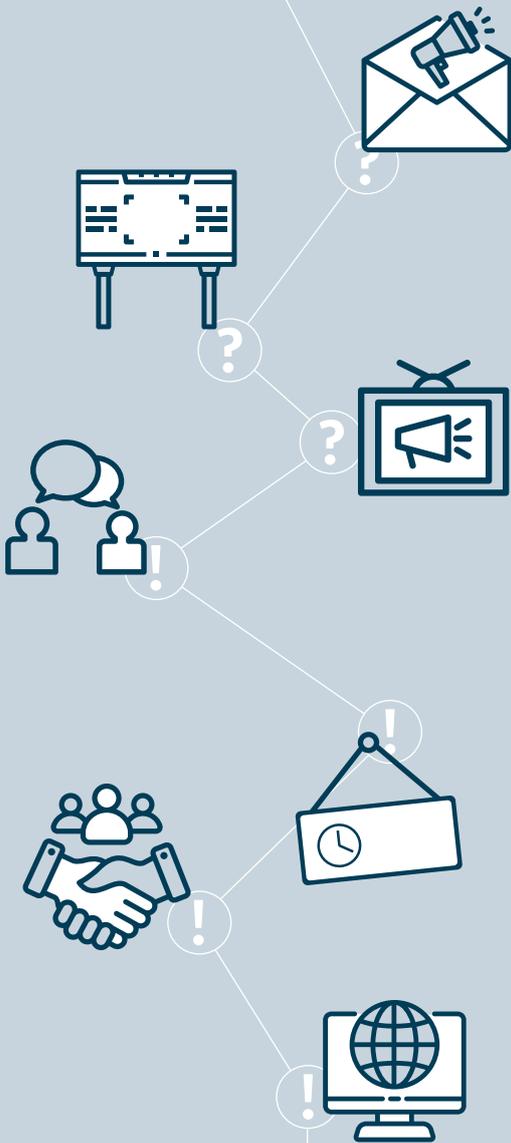
alle Angaben in Jahren

GRÖSSE DER UNTERNEHMEN (BESCHÄFTIGUNG)

Die Unternehmensgröße kann sowohl gemessen an Personen als auch am Umsatz dargestellt werden.



Rund 70 % der Unternehmen sind Ein-Personen-Unternehmen.



GESCHÄFTSMODELL

Das Geschäftsmodell beschreibt die Funktionsweise eines Unternehmens – wie und wodurch es Gewinne macht.

Es bestehen unterschiedliche Berufsbilder wie z.B. Kommunikationsberater:innen, Markt- und Meinungsforscher:innen, PR-, Event-, Werbe- oder Onlineagenturen. Entsprechend vielfältig sind die Geschäftsmodelle und **Schwerpunktsetzungen** in der Branche, exemplarisch:

- Online oder Print
- Strategisch, konzeptionelle Beratung
- Nach (Zielgruppen-) Unternehmensgröße: EPU, KMU

Art der Berufsausübung

Viele der Einpersonunternehmen haben sich Büros im Wohnsitz eingerichtet; dies auch vor dem Hintergrund, dass ein hoher Arbeitsanteil direkt beim Kunden geleistet wird – typisch für beratungsintensivere Branchen.

Viele Akteure haben sich ein weiteres Standbein aufgebaut, bspw. Vortragstätigkeiten, Seminare (-> auch ein Asset in der Kundenakquise).

Aus Kundenperspektive ist die **zeitliche Verfügbarkeit** wichtig und Herausforderung zugleich. Speziell wenn Unternehmer:innen im Rahmen von Aufträgen bei Kunden tätig sind. Hierzu müssen **geeignete Kommunikationsformen** überlegt werden (bspw. Rückruf-SMS, Abwesenheitsnotizen, etc.), wohl auch differenziert zwischen **Stamm- und Neukunden**.

Im Durchschnitt gibt es in jeder der rund 2.090 Gemeinden mehrere Anbieter (~ 15 Unternehmen). Ein zentraler Faktor beim Geschäftsmodell ist die qualitative und preisliche Positionierung. Hier gibt es enorme Unterschiede.

Besonders entscheidend für die Kundenakquise ist der **persönliche Kontakt** zu den (potenziellen) Kunden, eine gute Erreichbarkeit und die laufende Netzwerkpflege und deren Ausbau. Um **langfristig erfolgreich bzw. wettbewerbsfähig** zu bleiben, ist es wichtig ausreichend Erfahrung (aus bspw. einem früheren Dienstverhältnis) in den Beruf einzubringen, **Qualität vor Quantität** zu setzen und Zusatzqualifikationen zu erwerben (zur Erweiterung des Geschäftsfeldes). Die Ausarbeitung eines USP (=Alleinstellungsmerkmal) ist entscheidend, speziell angesichts der zahlreichen Konkurrenzunternehmen.

ARBEITSZEIT DER UNTERNEHMER:INNEN

Die Arbeitszeit der Unternehmer:innen ist gerade bei Ein-Personen-Unternehmen die Basis für die Geschäftstätigkeit. Die Unternehmer:innen müssen sich sowohl um die Kundschaft (Aufträge) als auch die administrativen Arbeiten (Buchhaltung, Einhaltung der rechtlichen Rahmenbedingungen etc.) kümmern. **Die Anzahl der Arbeitsstunden ist für die Umsatzhöhe ausschlaggebend.**



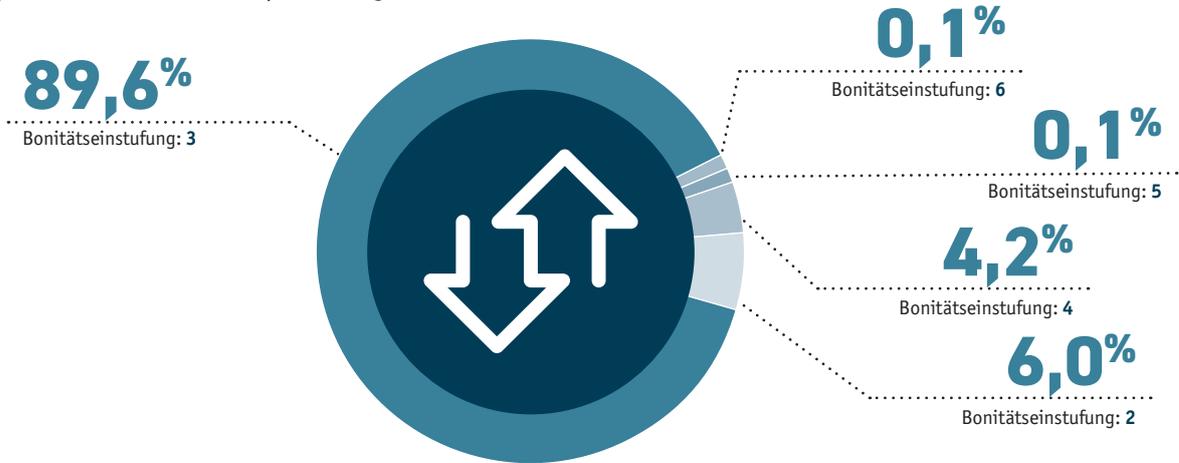
Selbstständige arbeiten in Österreich deutlich länger als unselbstständig Beschäftigte – insgesamt rund 2.100 Arbeitsstunden im Jahr.

Unter Berücksichtigung von Urlaub, Feiertagen bzw. Krankenständen ergibt sich eine typische Arbeitswoche von 50 Arbeitsstunden (gegenüber z.B. 40 Stunden bei einem Vollzeitdienstverhältnis).

Der überwiegende Teil der Arbeitszeit (jedenfalls im Ausmaß einer Vollzeitarbeitskraft) ist für die berufliche Tätigkeit für Kunden zu verwenden, der kleinere Teil (wohl max. 20 %) für die weitere administrative Arbeit.

RATING

Das Rating stellt eine Bonitätseinstufung von Unternehmen dar. Es erfolgt eine Einstufung der wirtschaftlichen Lage anhand von Finanzkennzahlen. Die Bonitätsstufen 1 und 2 bedeuten, dass eingestufte Unternehmen ein sehr geringes (Ausfalls- bzw. Insolvenz-)Risiko haben. Die Klasse 3 entspricht einer „durchschnittlichen Bonität“. Die Stufen 4 bis 6 weisen eine sehr schlechte Bonität aus – das (Ausfalls- bzw. Insolvenz-)Risiko liegt über dem Durchschnitt und es sind keine zusätzlichen Bankverbindlichkeiten verfügbar.



BANKVERBINDLICHKEITEN

Bankverbindlichkeiten sind verzinstes, rückzahlbares Fremdkapital, für das typischerweise auch Sicherheiten (z.B. die persönliche Haftung der Unternehmer:innen) übernommen werden muss. Langfristige Bankverbindlichkeiten dienen typischerweise zur Finanzierung von Investitionen. Der Kontokorrentkredit zählt zu den kurzfristigen Bankverbindlichkeiten, hierüber erfolgt vielfach die Finanzierung des laufenden Betriebes.



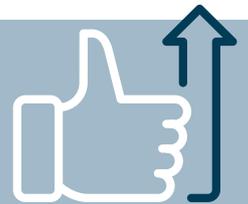
! Bei einem Jahresumsatz von € 112.000,- wird im Durchschnitt eine Bankfinanzierung im Ausmaß von rd. € 8.200,- in Anspruch genommen.

BREAK-EVEN-UMSATZ – DIE GEWINNSCHWELLE

Der Break-Even-Point ist jener Wert, bei dem die Einnahmen (Umsatzerlöse) den Ausgaben (Gesamtkosten) entsprechen. Über diesem Punkt wird ein Gewinn erwirtschaftet, darunter ein Verlust.

! Auf Basis der o.a. Kostenstruktur ergibt sich ein Mindestumsatz für ein EPU von rd. € 112.000,- p.a. Bei einem angenommenen Umsatz je Kunde in Höhe von € 2.200,- exkl. USt (sohin € 2.640,- inkl. USt) erfordert die Erreichung des Mindestumsatzes insgesamt rd. 50 Dienstleistungen – sohin weniger als 1 Kunden pro Tag. Die Umsätze je Kunde variieren in dieser Berufsgruppe stark, in Abhängigkeit der gewählten Schwerpunktsetzung.

Besonders in der Zeit nach der Unternehmensgründung, in der Aufbauphase des Kundenstammes, aber auch in Urlaubszeiten etc. kann es zu erheblichen Stehzeiten kommen. Ungefähr 50 % der aufgewendeten Zeit ist als verrechenbar einzustufen. Die nicht verrechenbaren 50 % entfallen auf administrative Tätigkeiten wie Buchhaltung, Werbung aber auch inhaltliche Weiterbildungen. Neben der Verteilung zwischen Stamm- und Laufkunden ist im Hinblick auf den erforderlichen Kundenstamm (Anzahl der Stammkunden) natürlich die Wiederkaufhäufigkeit (Beauftragung für Folgeprojekte) pro Jahr relevant. Diese liegt in der Branche je nach Spezialisierung bei rund 50 %. Abhängig von der Schwerpunktsetzung (projektbasiert oder Dauerkunde) kann diese Rate auch stärker variieren.



Erforderlicher

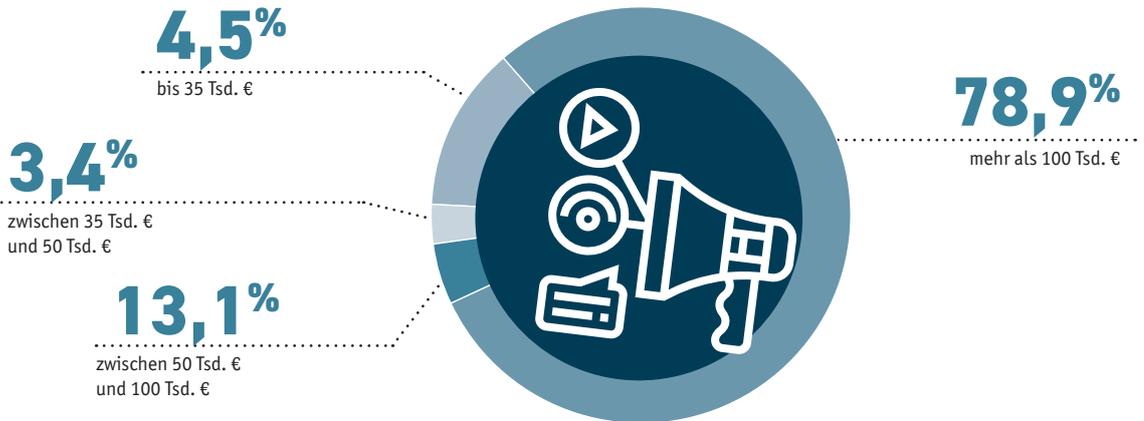
Mindestjahresumsatz: € 112.000,-

Arbeitstage	215
Arbeitsstunden (p.a.)	1.720
Mindest-Stundenumsatz Ø	65,-
Annahme: Umsatz je Kunde	2.200,-
Anzahl (Kunden/Jahr)	51
Anzahl (Kunden/Tag)	<1

Viele Unternehmen werden die Kleinunternehmerregelung betreffend USt in Anspruch nehmen.

UMSATZNIVEAUS DER UNTERNEHMEN

Die Höhe der Umsätze ist zentral für den nachhaltigen Bestand des Unternehmens. Eine zu geringe Umsatzhöhe kann dazu führen, dass die Kosten nicht zur Gänze gedeckt werden können. Das bedeutet, dass der/die Unternehmer:in nicht zur Gänze das Unternehmerentgelt verdienen.



! Die meisten Unternehmen mit weniger als € 100.000,- sind Ein-Personen-Unternehmen.

KOSTENSTRUKTUR

Es ist zwischen fixen und variablen Kosten zu unterscheiden. Die fixen Kosten fallen an, unabhängig ob das Unternehmen Umsätze erzielt. Es sind die Kosten der Infrastruktur des Unternehmens. Dazu zählen insbesondere die Personalkosten (Entgelt für Arbeitsleistung der Selbstständigen und/oder Beschäftigte) sowie die sonstigen Kosten (z.B. Miete, Versicherungen, ...), aber auch die Abschreibung für Investitionen. Variable Kosten sind abhängig vom Umsatz. Darunter fällt der Material- und Handelswareneinsatz.



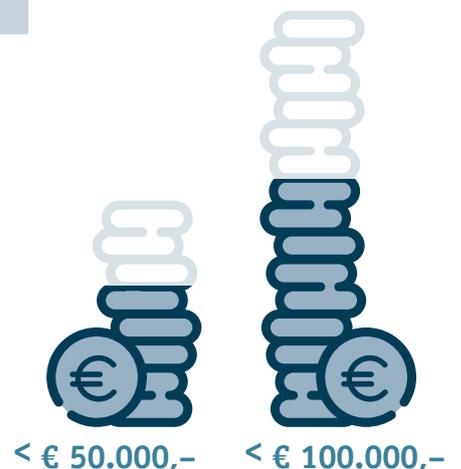
Die Branche ist gekennzeichnet von hohen Fixkosten und geringen variablen Kosten (rd. 15 % des Umsatzes).

Hohe Fixkosten bedeuten eine hohe Gewinnschwelle (Break-Even-Punkt). Im Branchendurchschnitt betragen die Fixkosten für ein Unternehmen (EPU), welches das gesamte Jahr tätig ist, rund € 95.000,-.

ERTRAGSKRAFT

Die Ertragskraft gibt das Ergebnis der Unternehmen wieder. Im Durchschnitt sind die Unternehmen bis € 100.000,- Jahresumsatz nicht in der Lage, das komplette Unternehmerentgelt zu verdienen.

! In der Größenklasse bis € 50.000,- wird im Durchschnitt rund 66 % des benötigten (kalkulatorischen) Entgelts erwirtschaftet.
Bei Unternehmen bis € 100.000,- Jahresumsatz in der Regel nur 59 %, da fast immer Aushilfen bzw. Teilzeitbeschäftigte benötigt werden.



Impressum: Wirtschaftskammer Österreich, Abteilung Zielgruppenmanagement, Wiedner Hauptstraße 63, 1045 Wien, <http://epu.wko.at>, für den Inhalt verantwortlich: Lukas Sprenger, MSc, BSc, Mag. Roman Riedl, Autor: Mag. Peter Voithofer, Grafik: nw-partner.at, Quellen: KMU Forschung Austria, KSV 1870 Information GmbH, Statistik Austria, Wirtschaftskammer Österreich, Interviews mit Unternehmer:innen

WEITERE INFOS UND KONTAKTE



WERBUNG & MARKTKOMM.
Werbung und Marktkommunikation:
bit.ly/3iduGjd



EPU
epu.wko.at/kontakt



GRÜNDER-SERVICE
gruenderservice.at/kontakt