

meinungsraum.at  
November 2015

-

WKO

-

Kunden UB  
W und NÖ

# Inhalt

1. Studienbeschreibung
2. Ergebnisse
3. Summary
4. Rückfragen/Kontakt

## Studienbeschreibung

## 1.1 Studienbeschreibung

Auftraggeber	Wirtschaftskammer Wien NÖ – Fachgruppe UBIT
Thematik	Studie über die Beratungsbranche
Zielgruppe	Kunden UB W/NÖ
Stichprobenmethode	Computer Assisted Telephone Interviews – Kunden UB aus Wien Computer Assisted Telephone Interviews – Kunden UB aus NÖ
Nettostichprobe	<u>200 Interviews mit Kunden UB Wien</u> <u>200 Interviews mit Kunden UB NÖ</u>
Interviewdauer	ca. 12 Minuten
Responserate	15%
Feldzeit	02.10.2015 bis 18.11.2015

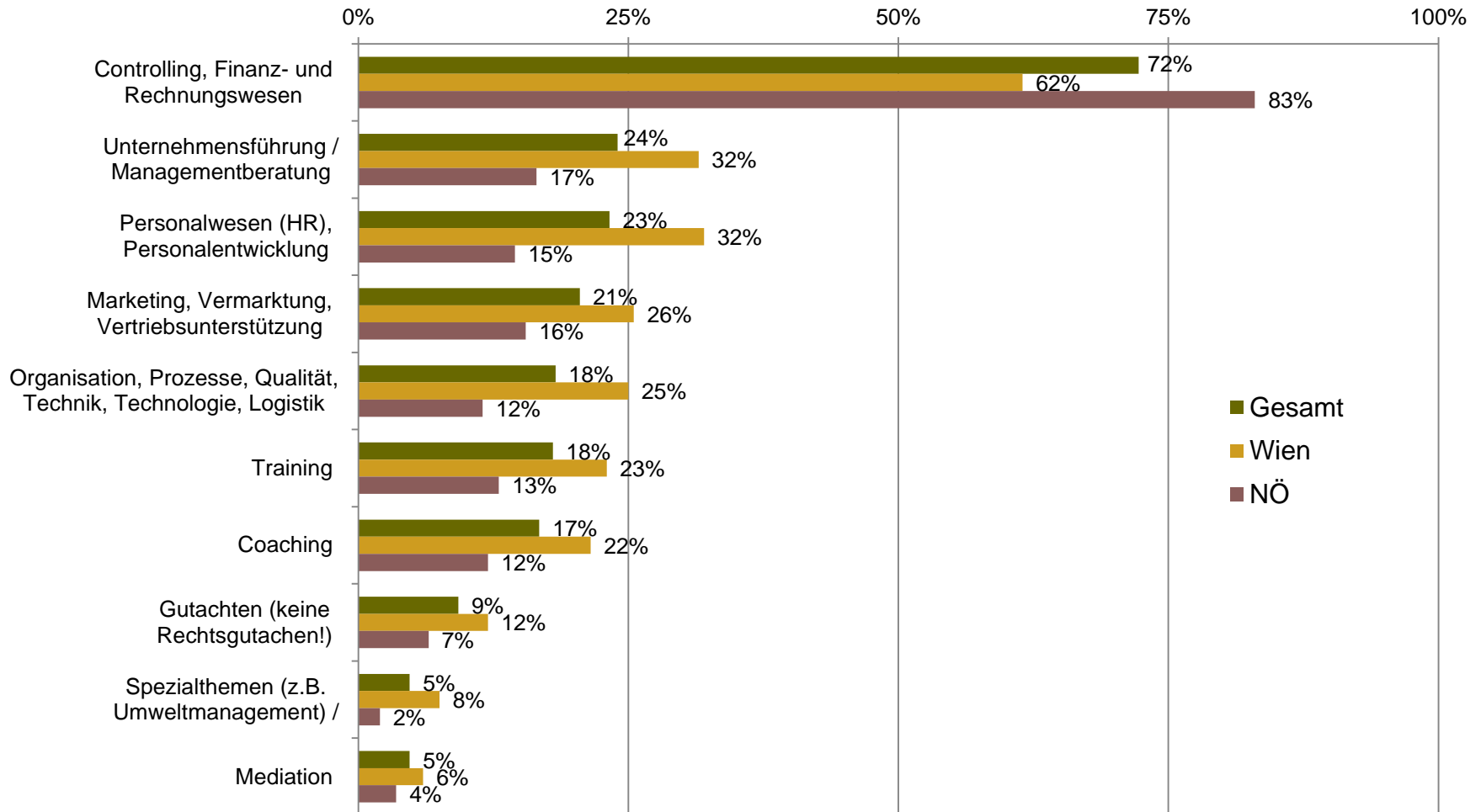
Aus Gründen der leichteren Lesbarkeit verzichten wir auf eine geschlechterspezifische Differenzierung, wie z.B. Österreicher/Innen. Entsprechende Begriffe gelten im Sinne der Gleichbehandlung geschlechtsneutral.

## Ergebnisse

## Q2 Formen von Leistungen: Controlling, Unternehmensführung & Personalwesen

Welche Leistung/en wurde/n in Anspruch genommen?

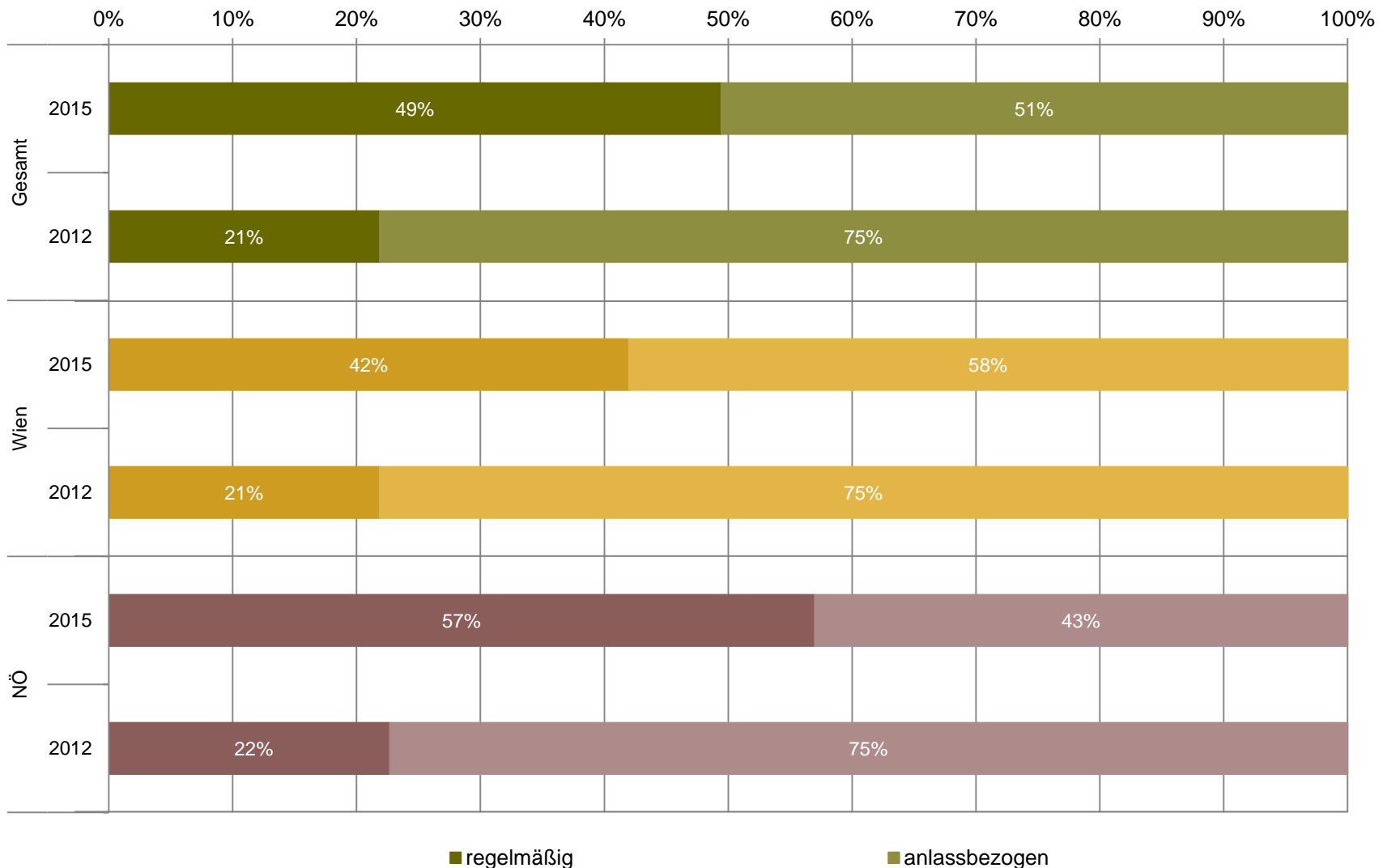
Mehrfachnennung, Angaben in %, n=400 (200 W, 200 NÖ)



# Q3 Häufigkeit der Inanspruchnahme - UB: 49% regelmäßig

Wie häufig nehmen Sie Unternehmensberatung in Anspruch?

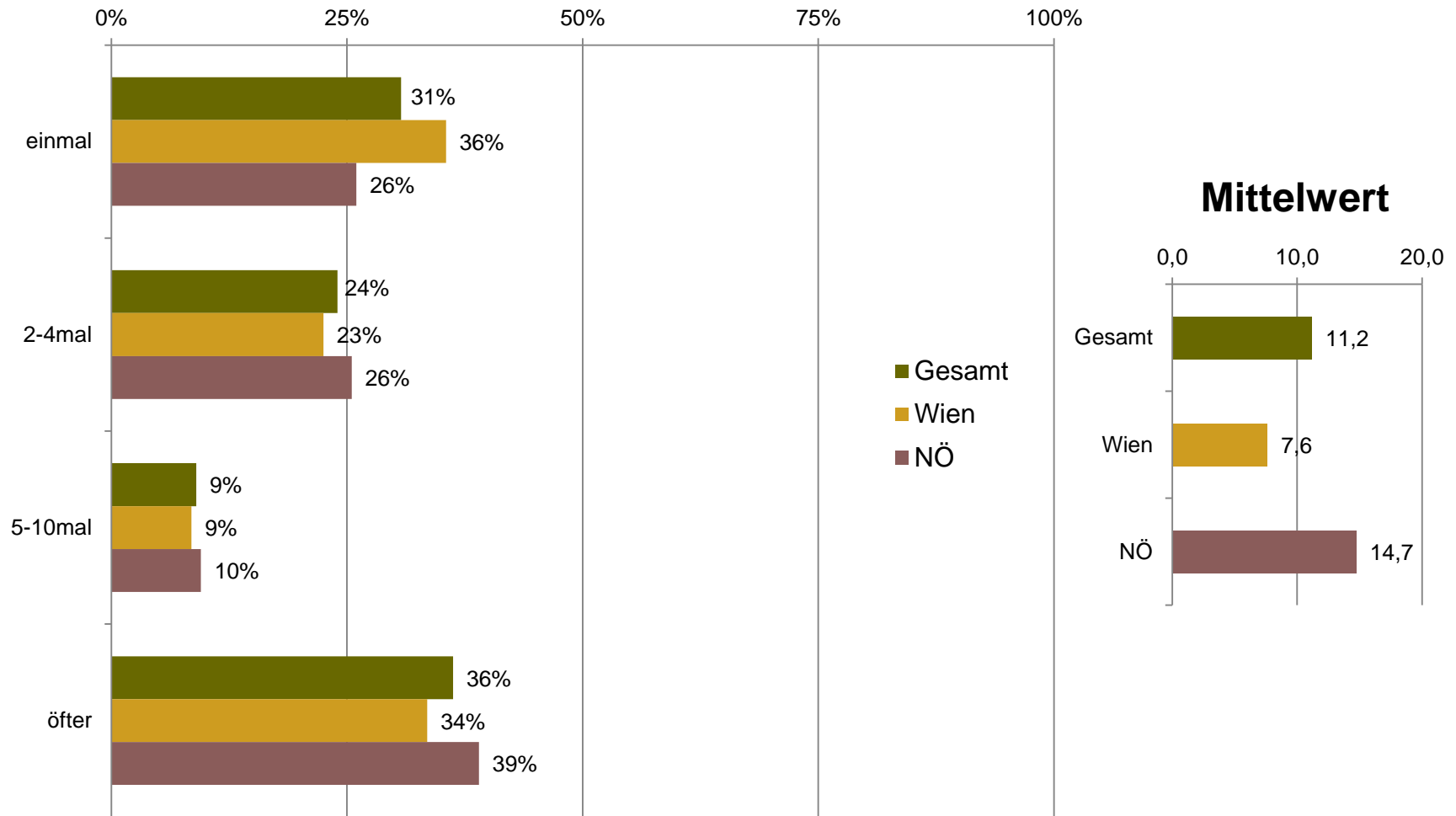
Einfachnennung, Angaben in %, n=400 (200 W, 200 NÖ)



## Q3a Häufigkeit im Jahr: 55% 1 bis 4 Mal im Jahr

Und wie oft ist das in etwa in einem Jahr?

Spontane Nennung, Angaben in %, n=400 (200 W, 200 NÖ)

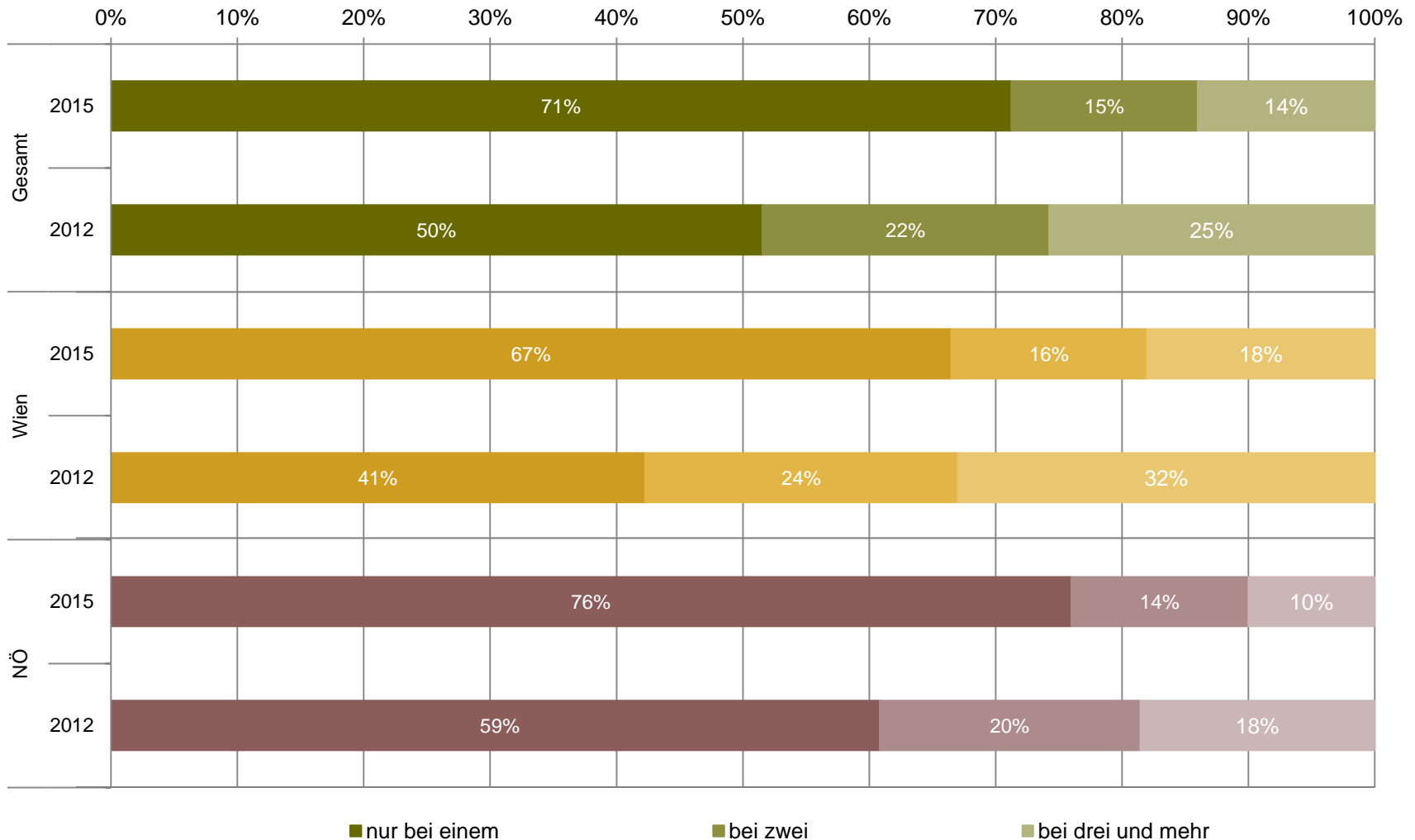




## Q4 Anzahl an Unternehmen: 71% bei eine UB, 15% bei zwei UB

Bei wie vielen verschiedenen Unternehmen nehmen Sie Unternehmensberatung in Anspruch?

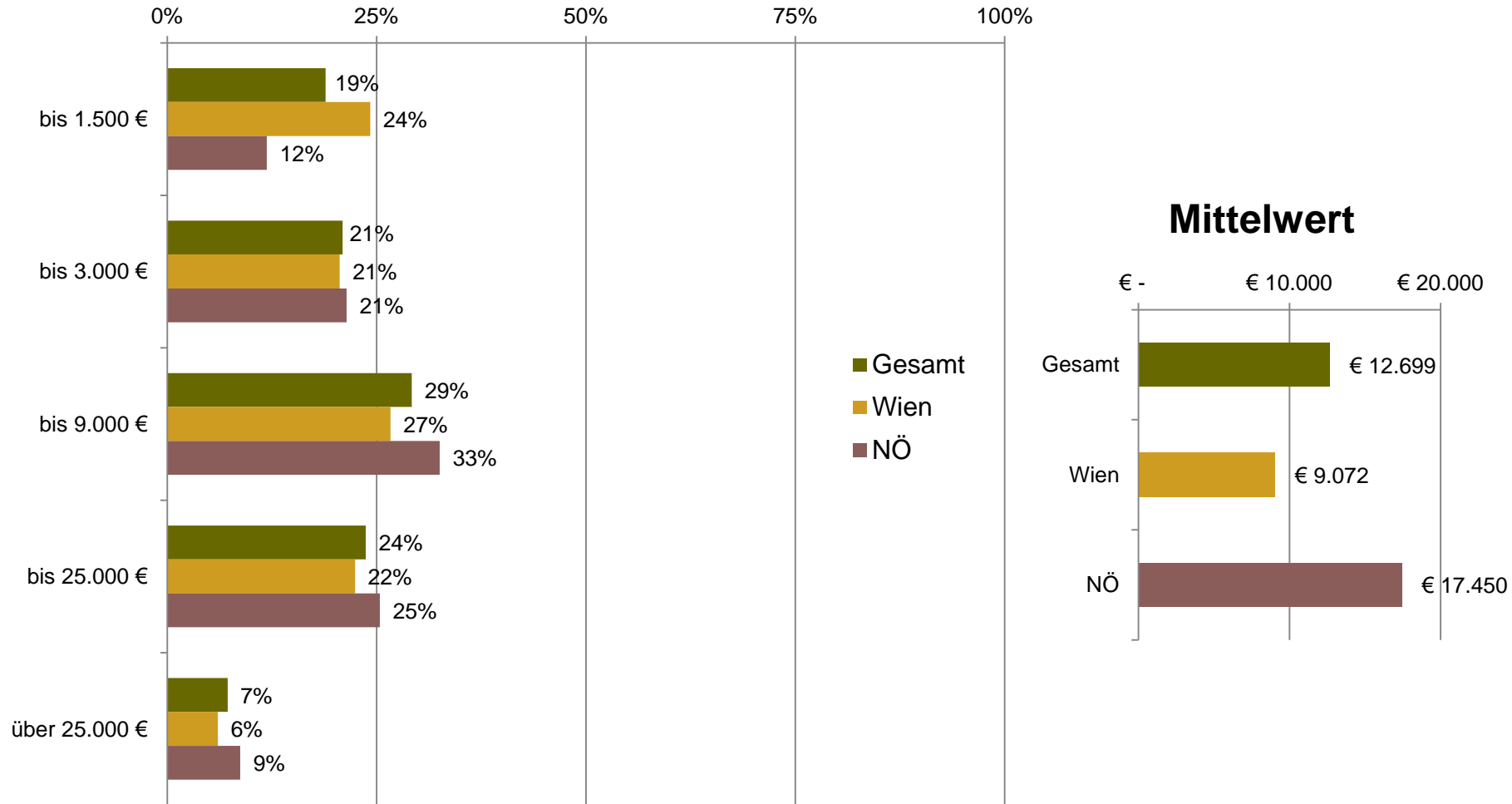
Einfachnennung, Angaben in %, n=400 (200 W, 200 NÖ)



## Q5.1 Volumen an Aufträgen jährlich: im Durchschnitt € 12.699

In welchem Volumen vergibt Ihr Unternehmen typischerweise Aufträge im Bereich Unternehmensberatung?

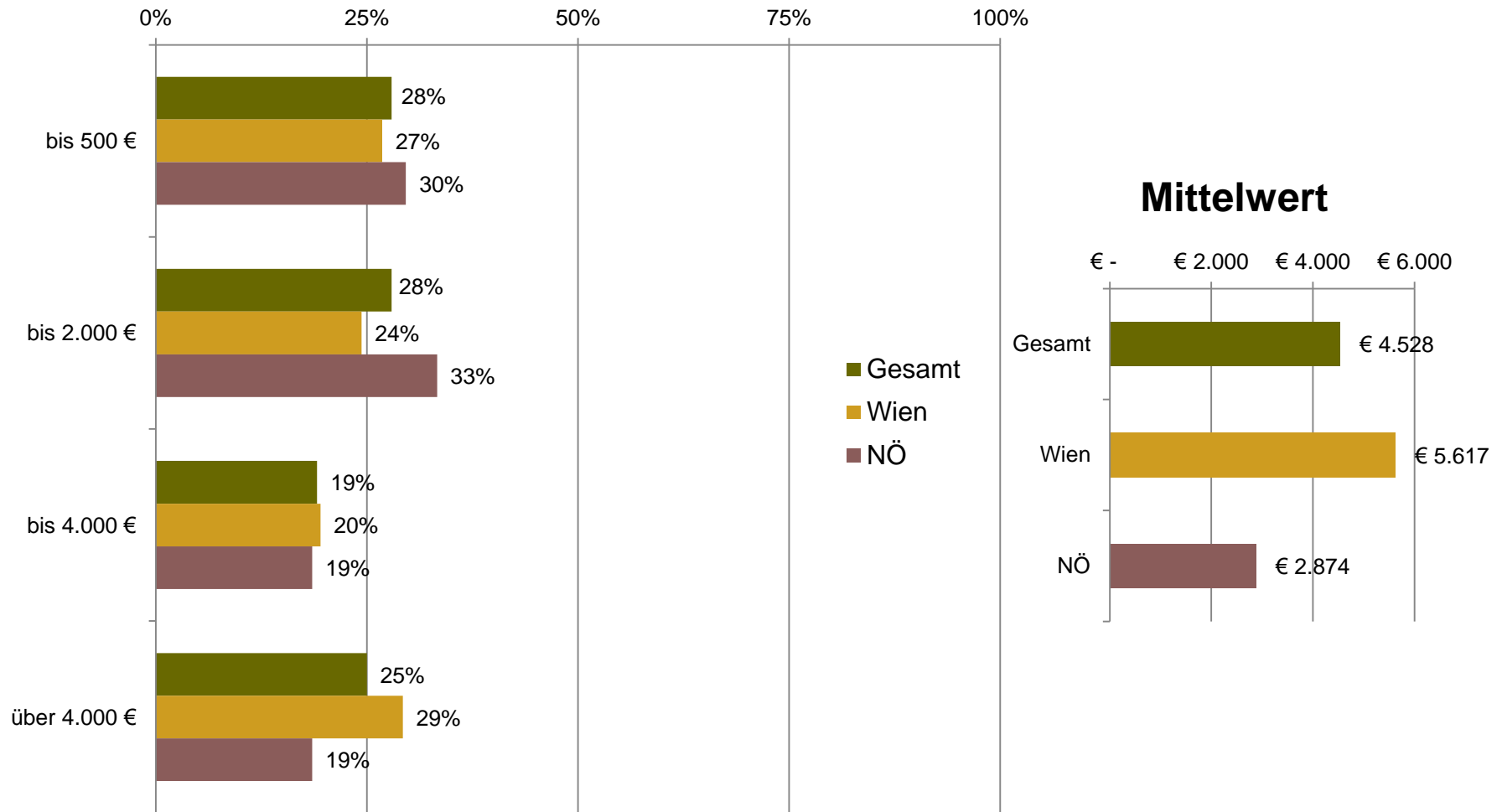
Spontane Nennung, Angaben in %, n=291 (165 W, 126 NÖ), Personen die eine Angabe gemacht haben



## Q5.2 Volumen an Aufträgen pro Inanspruchnahme: im Durchschnitt € 4.528

In welchem Volumen vergibt Ihr Unternehmen typischerweise Aufträge im Bereich Unternehmensberatung?

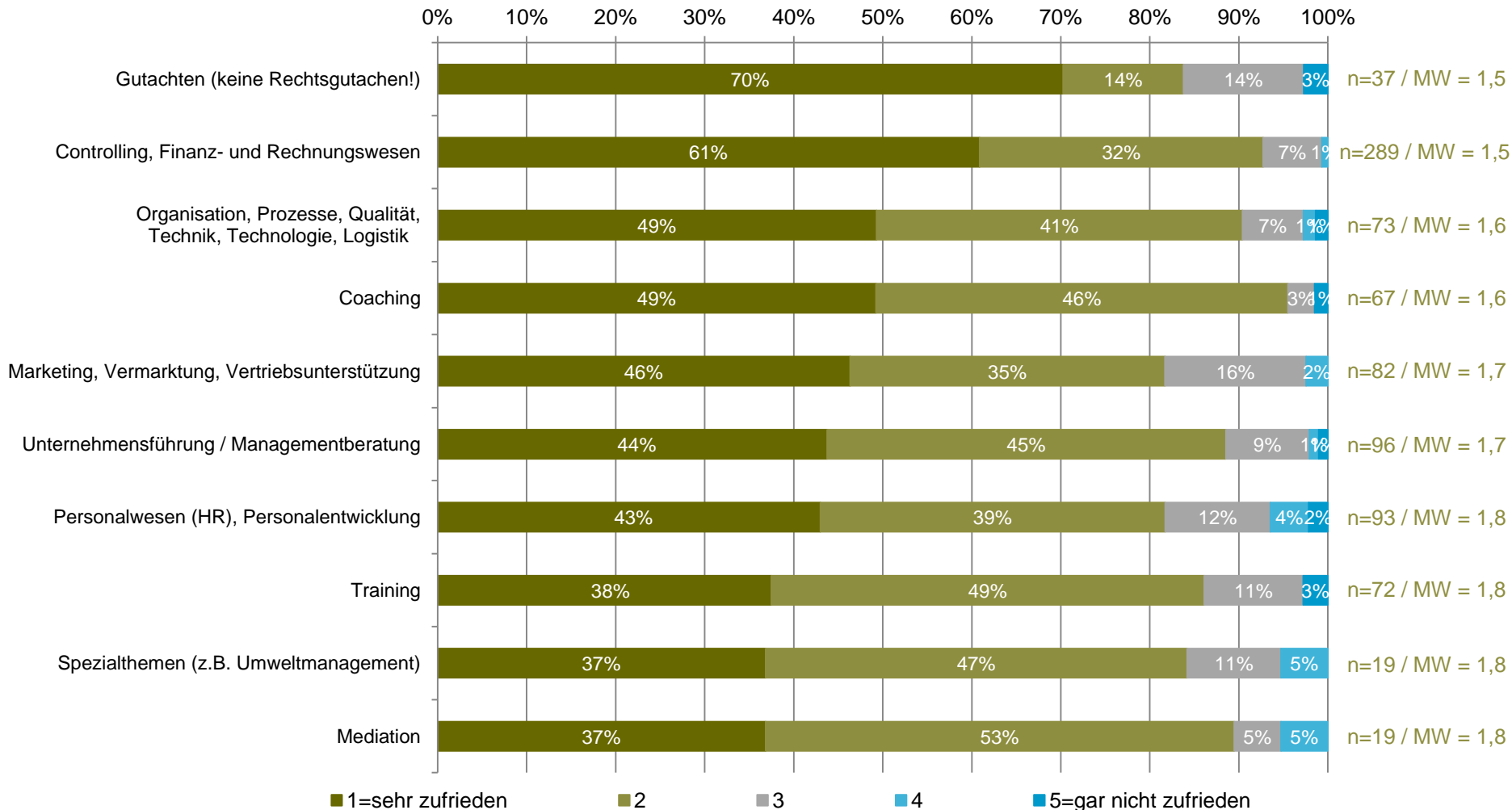
Spontane Nennung, Angaben in %, n=68 (41 W, 27 NÖ), Personen die eine Angabe gemacht haben



## Q6 Zufriedenheit mit Leistungen: durchgehend zufrieden, MW nie höher 1,8

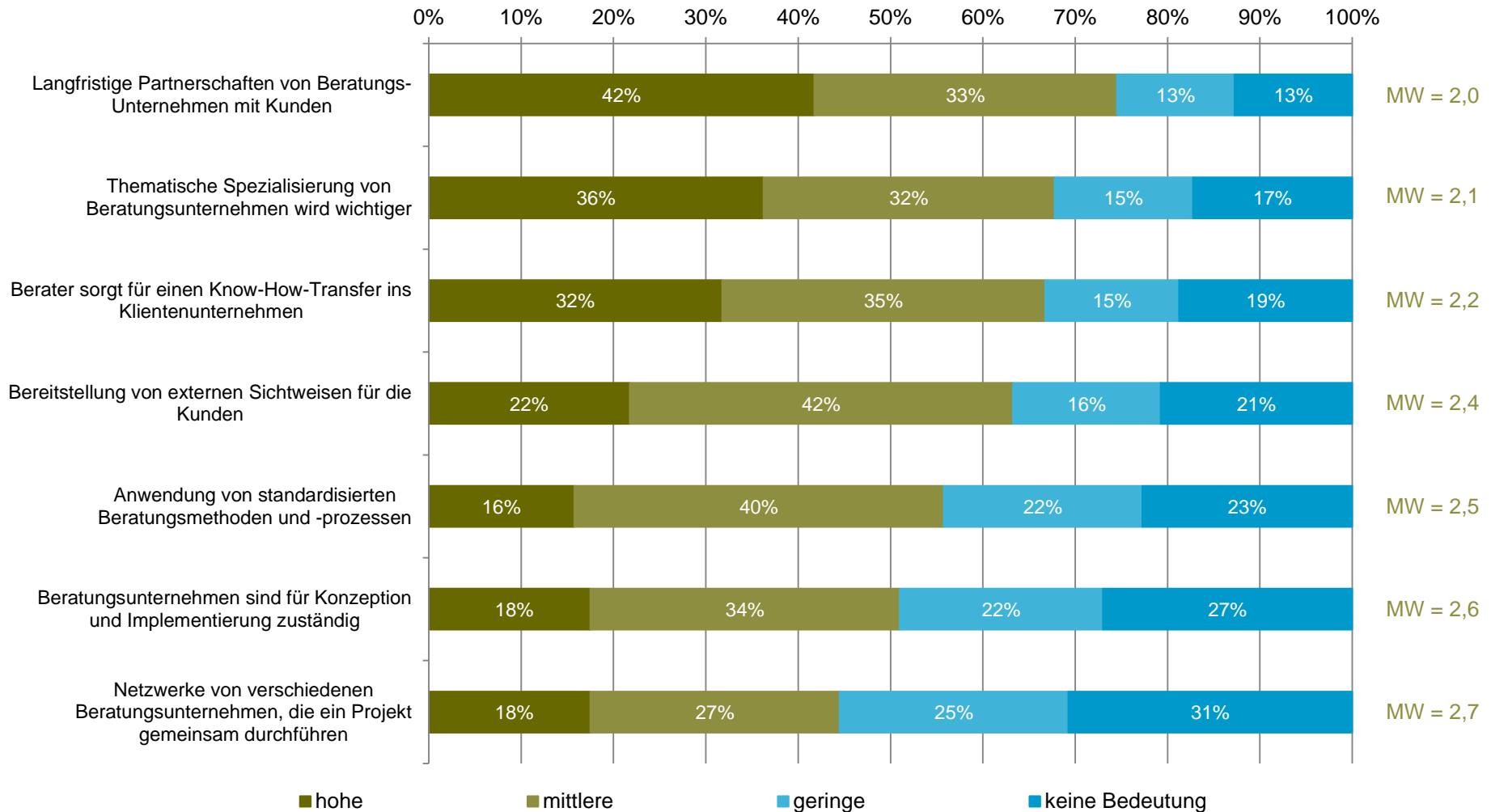
Sprechen wir nun über die Leistungen, die Sie in Anspruch genommen haben. Wie zufrieden waren Sie mit diesen Leistungen?

5-er Skala, Angaben in %, absteigend gereiht nach Top 1, Achtung! Basis teilweise sehr gering



# Q7 Bedeutung von Themen/Trends: langfristige Partnerschaften, thematische Spezialisierungen und Know-How Transfer zu Kunden

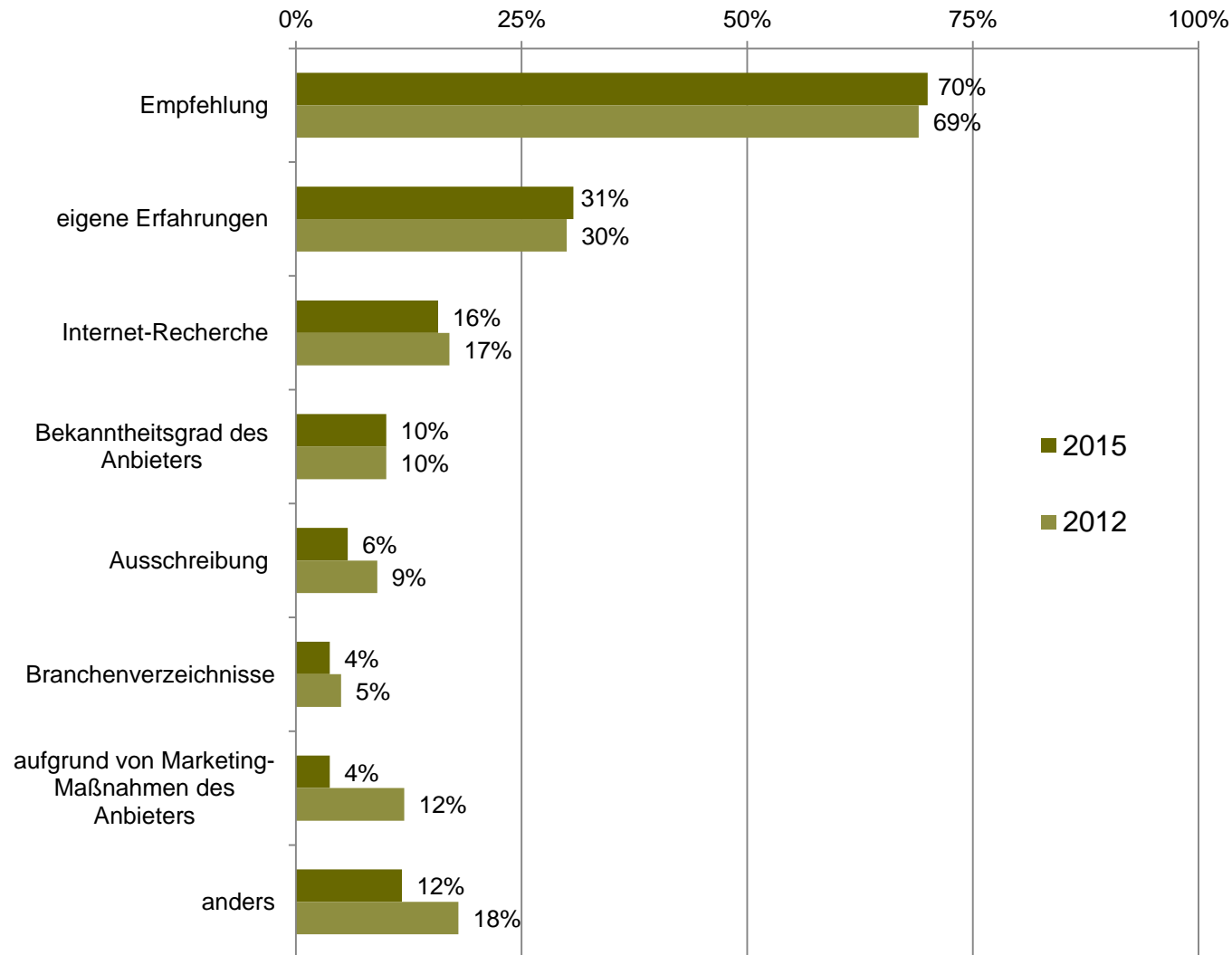
Welche Bedeutung sehen Sie bei folgenden Themen oder Trends für Ihr Unternehmen in der Zukunft?  
4-er Skala, Angaben in %, n=400, absteigend gereiht nach Top 2



# Q8 Suche von Beratern: 70% Empfehlung, 31% eigene Erfahrungen, 16 Internet

Wie suchen Sie einen Unternehmensberater aus?

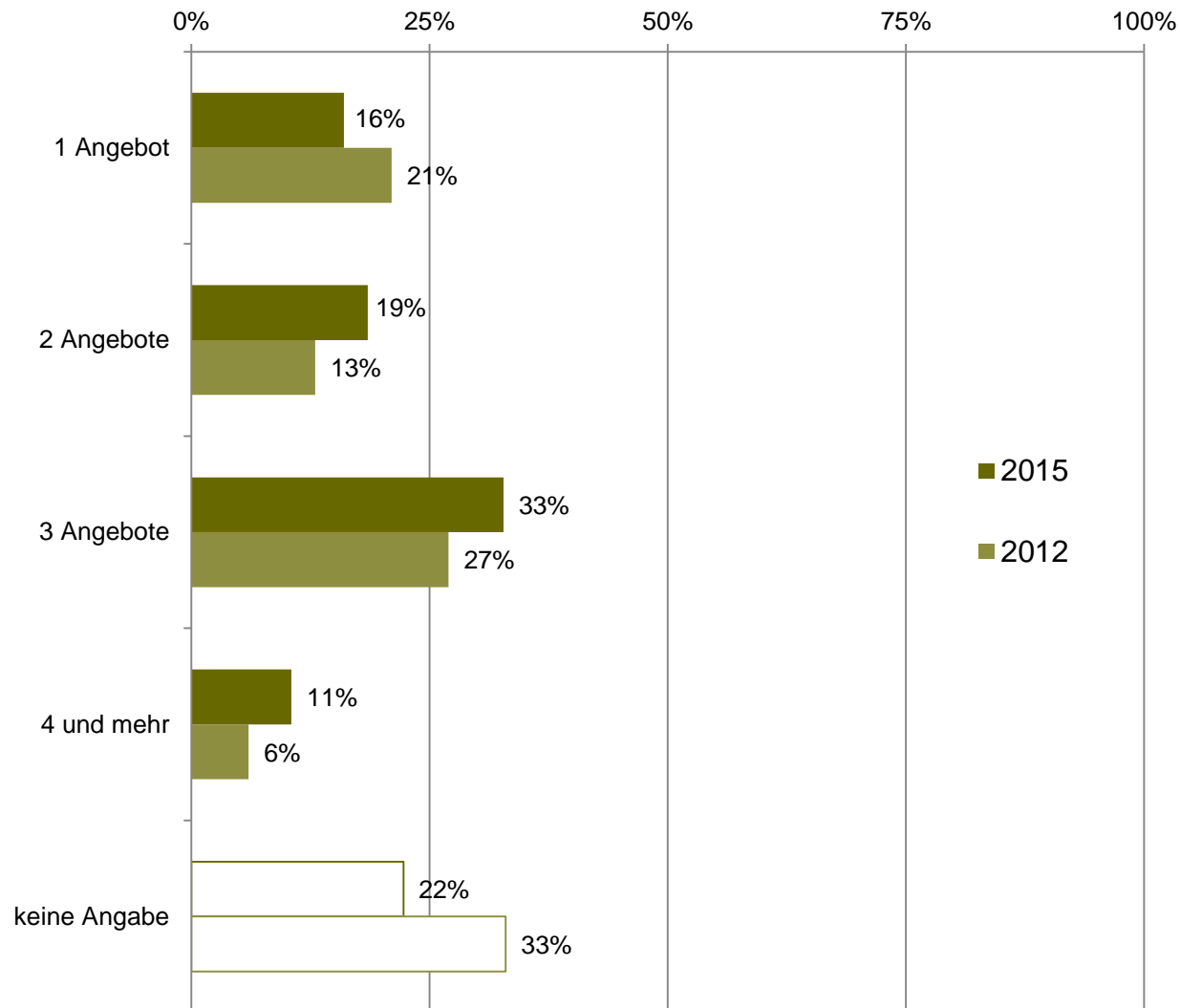
Mehrfachnennung, Angaben in %, n=400



## Q8a Einholung von Angeboten: 33% 3 Angebote, 35% 1 oder 2 Angebote

Wie viele Angebote holen Sie in der Regel ein?

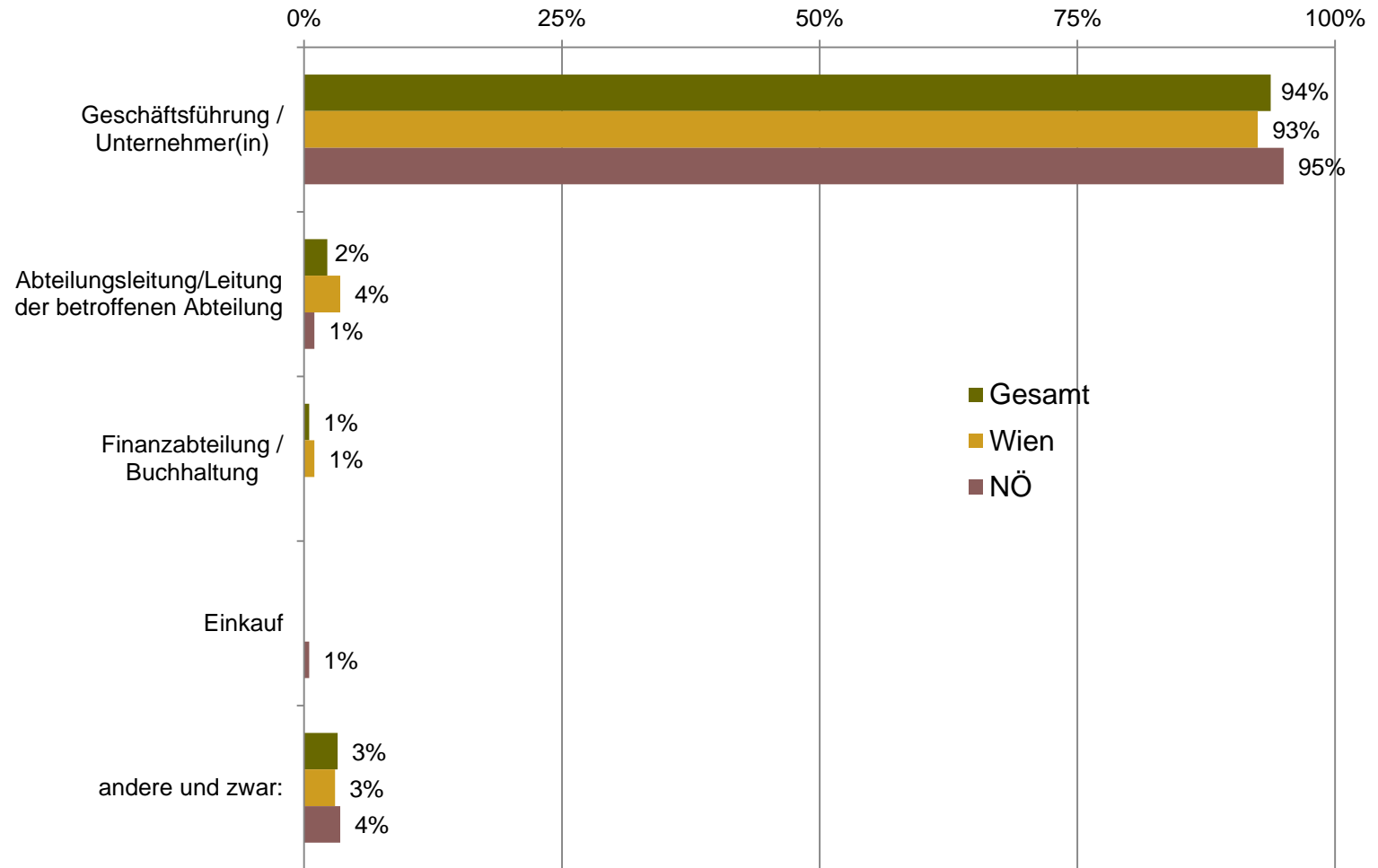
Spontane Nennung, Angaben in %, n=400



## Q9 Verantwortlicher für Kaufentscheidungen: die Geschäftsführung/Unternehmer(in)

Wer diskutiert und trifft in Ihrem Unternehmen die Kaufentscheidungen bei IT Dienstleistungen/Unternehmensberatung?

Einfachnennung, Angaben in %, n=400 (200 W, 200 NÖ)

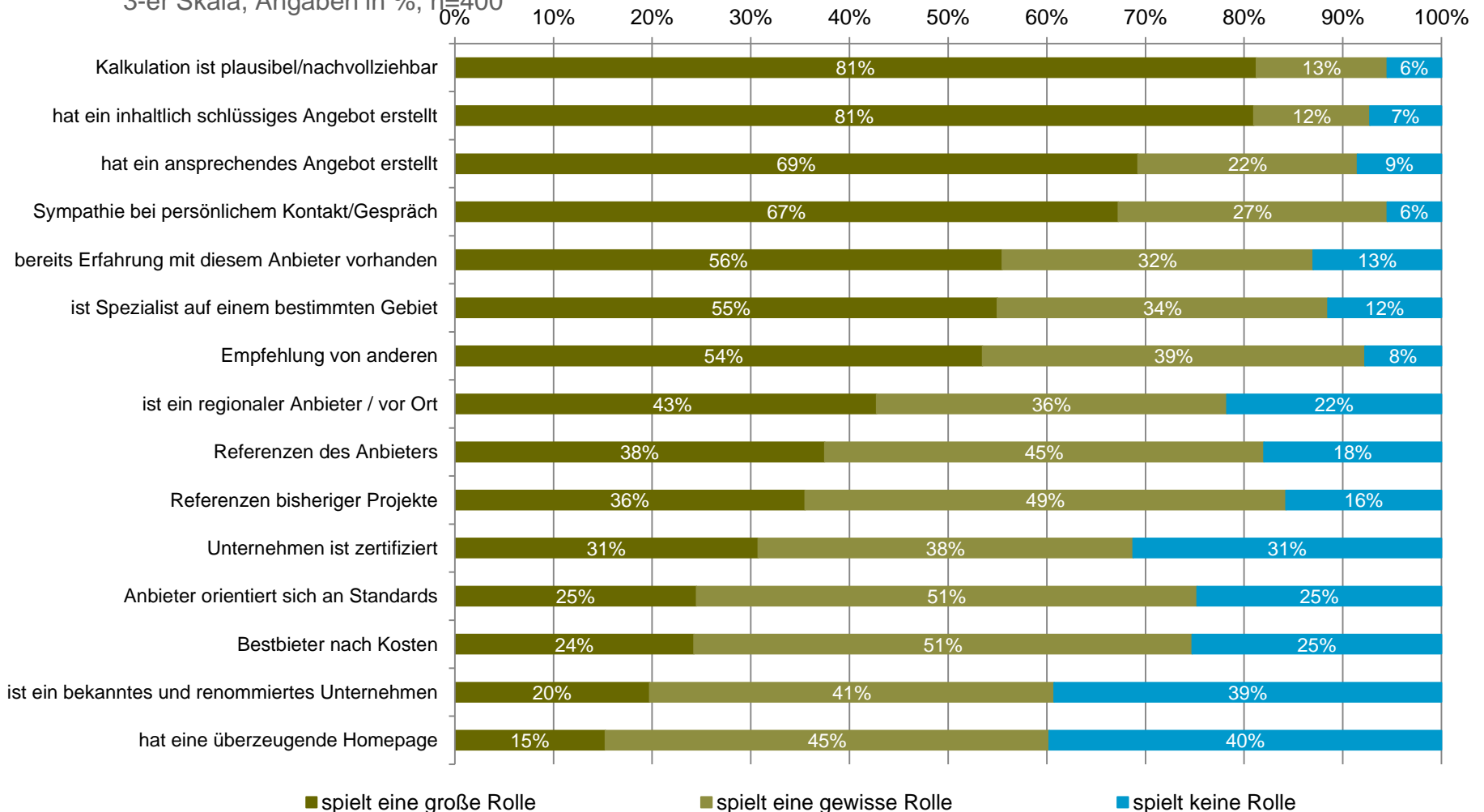




# Q10 Auswahlkriterien für Beratungen: plausible Kalkulation, inhaltlich schlüssiges Angebot und Sympathie beim Kontakt

Was sind in Ihrem Unternehmen die wichtigsten Kaufentscheidungskriterien für Unternehmensberatung? Wonach wird ein Unternehmen ausgewählt?

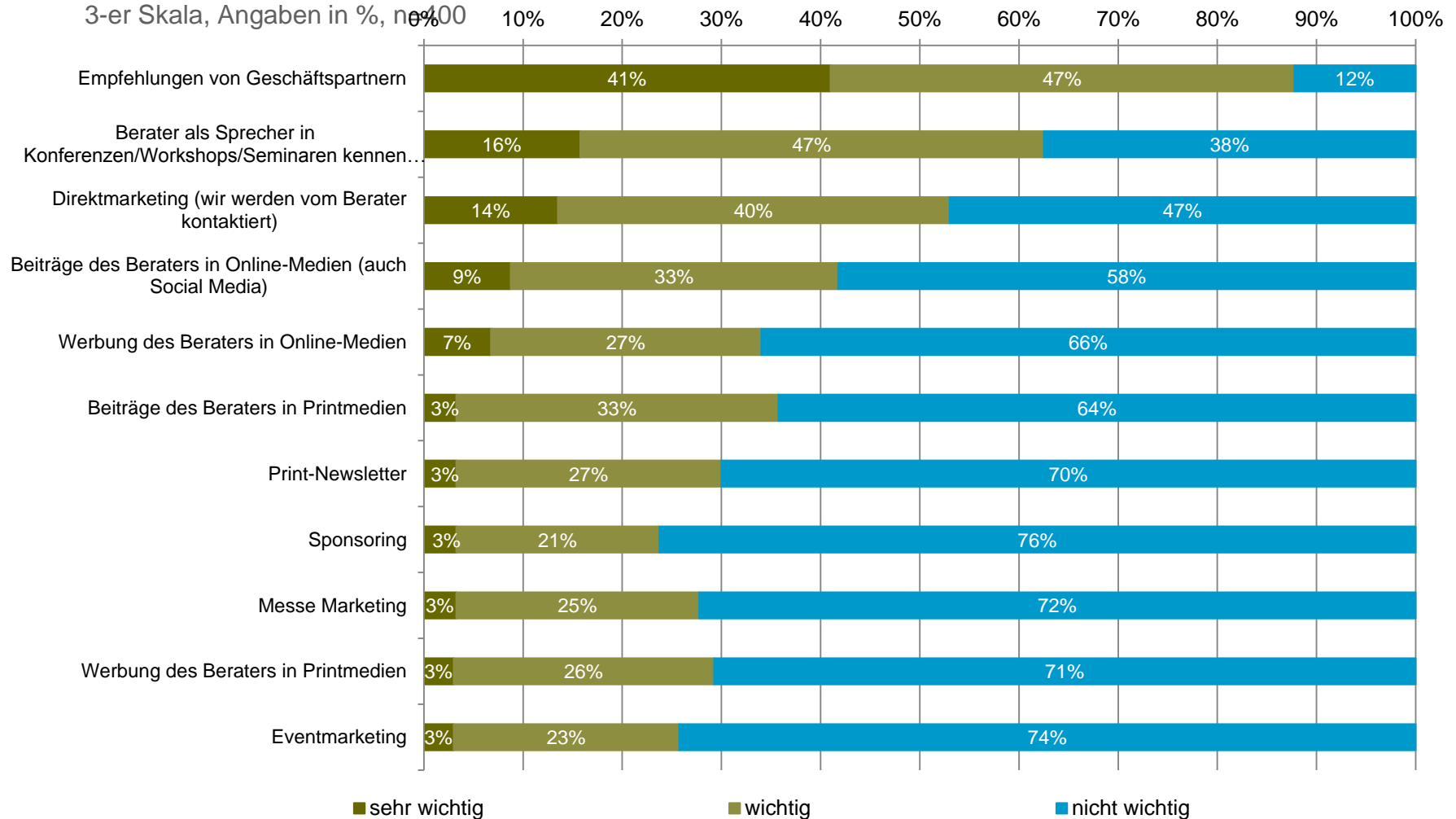
3-er Skala, Angaben in %, n=400



## Q11 Bedeutung sämtlicher Marketinginstrumente: Empfehlungen von Geschäftspartnern, Berater als Sprecher in Konferenzen/Workshops

Wie wichtig sind für Ihr Informations- und Entscheidungsverhalten bei der Inanspruchnahme von Unternehmensberatung die folgenden Marketinginstrumente!

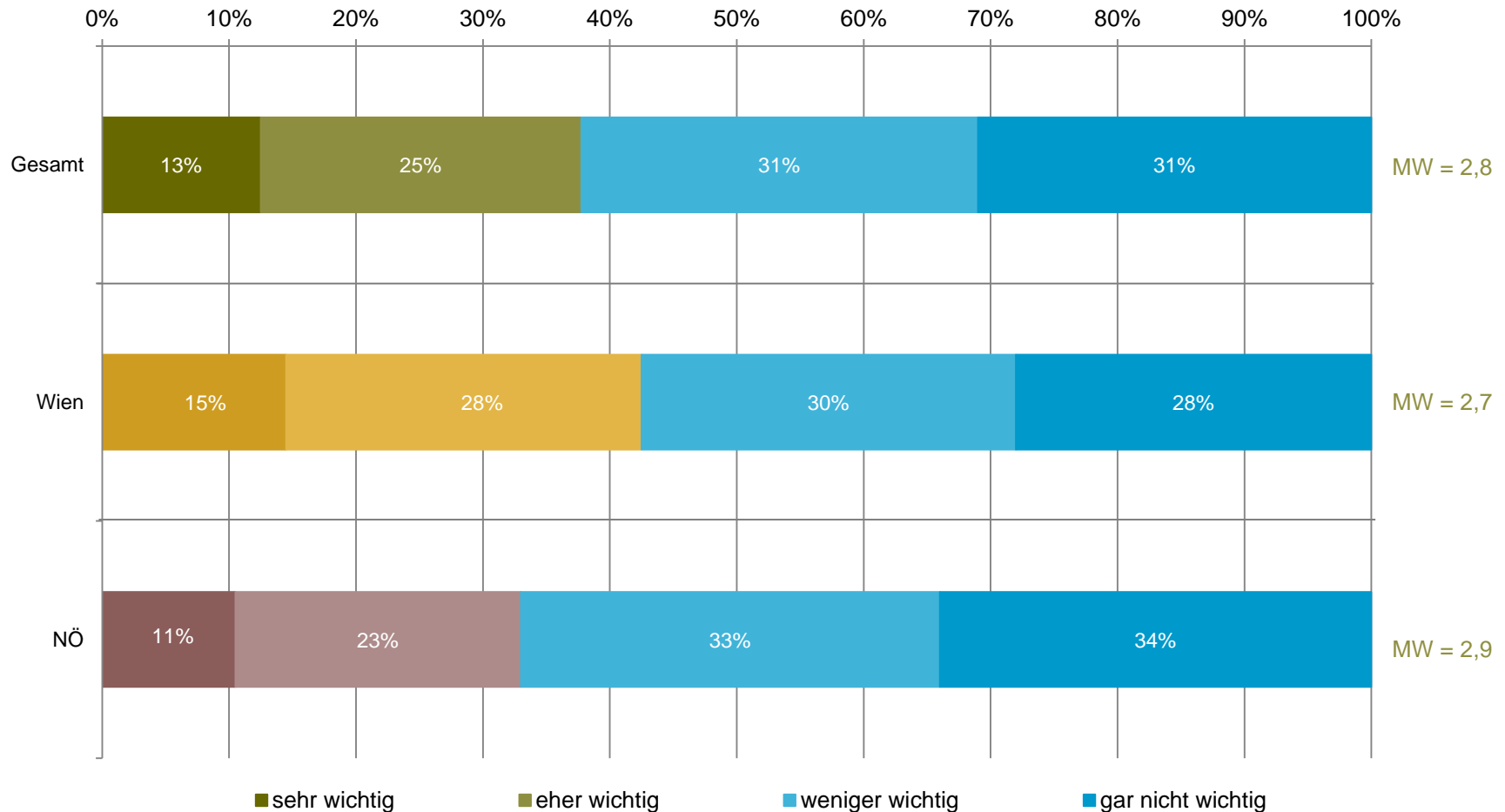
3-er Skala, Angaben in %, n=1000



## Q12a Bedeutung Europäischer Norm: 38% sehr/eher wichtig

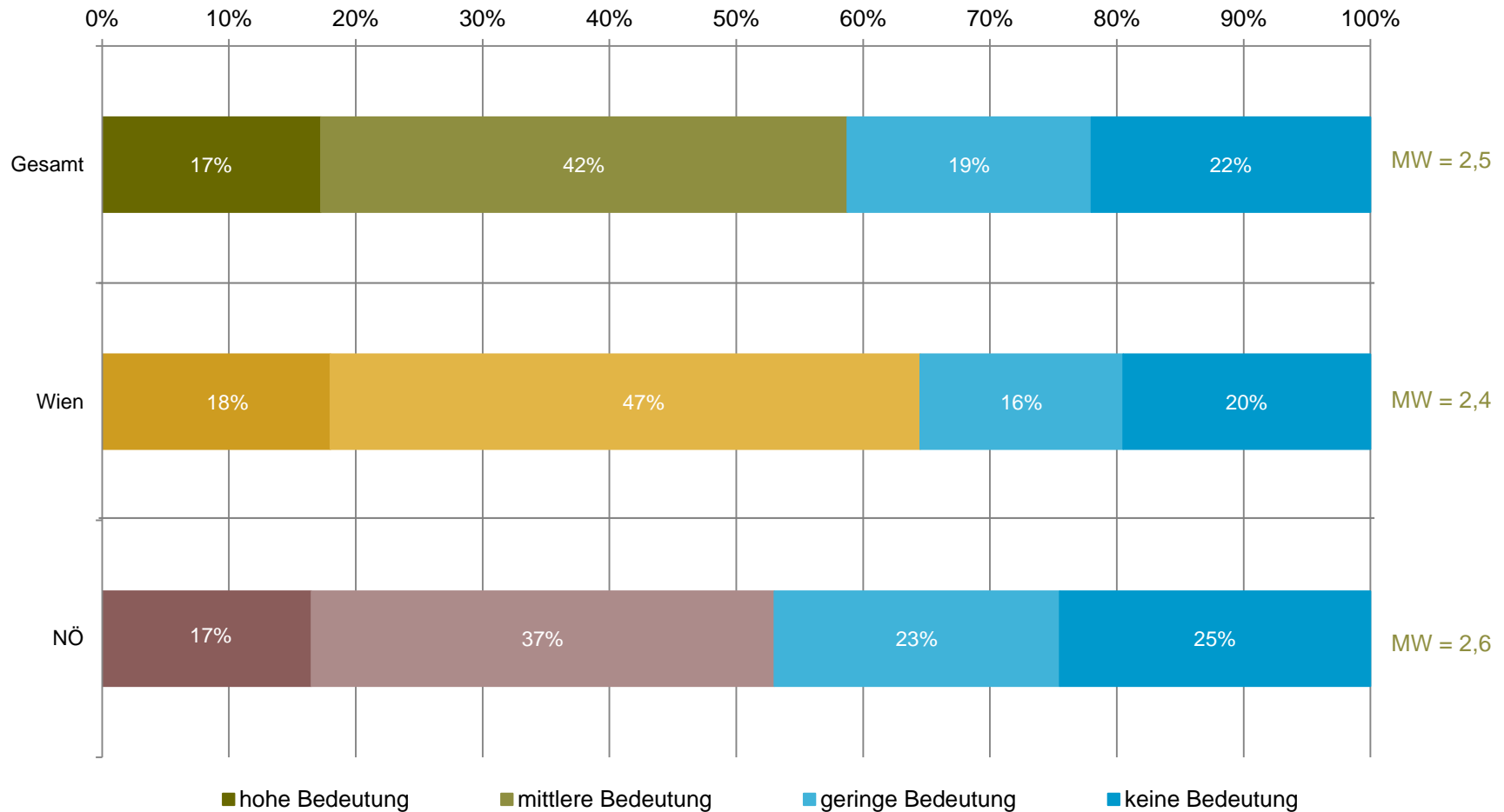
In der Branche wurde eine Norm für Beratungsprozesse entwickelt. Welche Bedeutung hat für Sie dass ein Beratungsprozess nach einer Europäischen Norm erfolgt? Ist dies für Ihr Unternehmen wichtig?

Einfachnennung, Angaben in %, n=400 (200 W, 200 NÖ)



## Q12b Bedeutung von Zertifizierungen: 59% zumindest mittlere Bedeutung

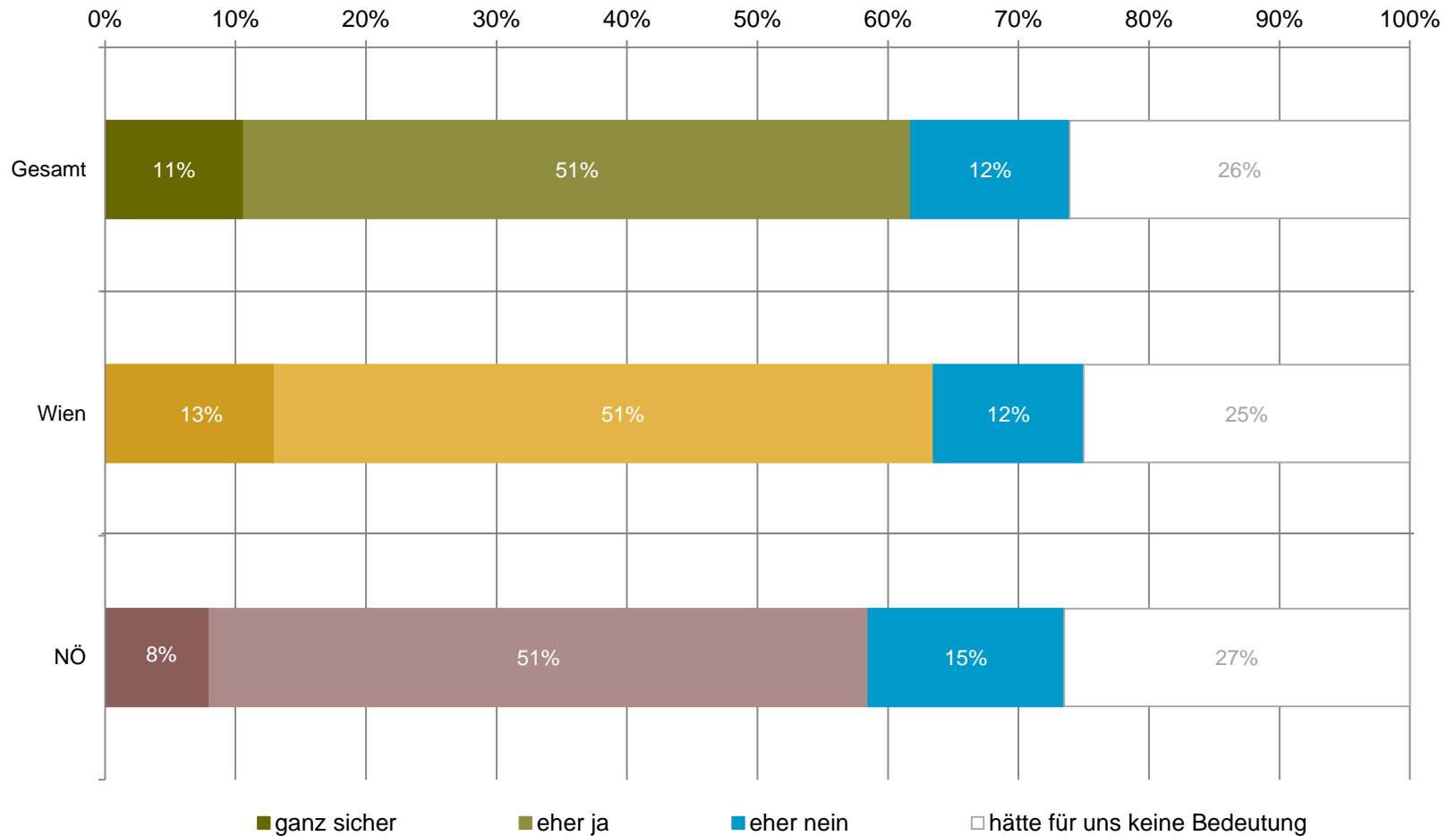
Welche Bedeutung haben für Sie internationale oder nationale Zertifizierungen für Beratungsunternehmen, also eine Art kontrollierter Gütesiegel und Kompetenzausweis? Einfachnennung, Angaben in %, n=400 (200 W, 200 NÖ)



## Q13 Seriosität von Beratungsunternehmen: Norm vermittelt für 62% Seriosität

Würde Ihnen ein Beratungsunternehmen, das internationalen oder nationalen Standards folgt, bei einer Auftragsvergabe mehr Vertrauen und Seriosität vermitteln?

Einfachnennung, Angaben in %, n=400 (200 W, 200 NÖ)



## Summary

Von 02. Oktober bis 18. November 2015 wurden 400 Unternehmen in Wien und Niederösterreich, die Dienstleistungen im Bereich Unternehmensberatung in Anspruch nehmen, telefonisch zu diesem Kundenverhältnis befragt.

---

- Von den Kunden der Unternehmensberater wurden mit großem Abstand am intensivsten Leistungen aus dem Bereich „Controlling, Finanz- und Rechnungswesen“ (72%) in Anspruch genommen, gefolgt von „Unternehmensführung/Managementberatung“ (24%), „Personalwesen“ (23%) und „Marketing, Vermarktung, Vertriebsunterstützung“ (21%). Am seltensten wurde analog zu 2012 „Mediation“ nachgefragt.
- Knapp die Hälfte der Befragten gab an, Leistungen aus diesem Bereich regelmäßig in Anspruch zu nehmen. Im Wesentlichen werden UB-Dienstleistungen zwischen ein und viermal pro Jahr (55%) beauftragt. Immerhin 36% der Befragten Unternehmen gibt hier „öfter als zehn mal“ an.
- 71% der Kunden sind einem Anbieter treu, weitere 15% beschäftigen zwei Anbieter von UB-Dienstleistungen, 14% sogar mehr als drei. Kunden von Wiener Unternehmensberatern sind zu 67% einem UB-Dienstleister treu; bei Kunden von Niederösterreichischen Unternehmensberatern liegt dieser Wert sogar bei 76%.
- Das durchschnittliche Volumina der Aufträge pro Jahr liegt insgesamt bei 12.699 Euro, in Wien deutlich niedriger (9.072 Euro) als in Niederösterreich (17.450 Euro).
- Die Kunden sind durchwegs mit den in Anspruch genommenen Leistungen zufrieden; vor allem Rechtsgutachten (70% sehr zufrieden) und Controlling/Finanz-und Rechnungswesen (61%) schneiden sehr gut ab. Alles in allem wird keiner der erhobenen Bereiche schlechter als 1,8 im Mittelwert (bezogen auf eine fünfstellige Skala) bewertet, was letztlich eine sehr zufriedenstellende Performance bedeutet.
- Die bedeutendsten Trends für die Zukunft aus Sicht der UB-Kunden sind langfristige Partnerschaften von Beratungsunternehmen mit Kunden, Thematische Spezialisierung von Beratungsunternehmen und Know-How Transfer vom Berater ins Klientenunternehmen, auch die Bereitstellung von externen Sichtweisen scheint den Befragten noch wichtig zu sein. Netzwerke von verschiedenen Beratungsunternehmen werden als am wenigsten wichtig erachtet.

- 70% der UB-Kunden suchen einen Unternehmensberater nach Empfehlung aus. Bei 31% ist die eigene Erfahrung und bei immerhin noch 16% eine Internet Recherche Basis dieser Entscheidung.
- Ein Drittel der Befragten holt in der Regel werden 3 Angebote ein. 11% holen 4 oder mehr Angebote und 35% der Befragten holen 1 oder maximal 2 Angebote ein.
- Der Verantwortliche für die Kaufentscheidung ist bei 94% die Geschäftsführung/ Unternehmer(in). Bei nur 2% der Befragten Unternehmen ist die Abteilungsleitung/Leitung der betroffenen Abteilung für die Kaufentscheidung bei Unternehmensberatung verantwortlich.
- Die wichtigsten Auswahlkriterien für Unternehmensberatung sind eine nachvollziehbare Kalkulation, ein inhaltlich schlüssiges Angebot, ein ansprechendes Angebot und die Sympathie bei persönlichen Kontakt/Gespräch. Weniger wichtig sind hier die Kriterien „Bestbieter nach Kosten“, „ist ein bekanntes und renommiertes Unternehmen“ und „hat ein überzeugende Homepage“. Das mit Abstand wichtigste Marketinginstrument bei der Inanspruchnahme von Unternehmensberatung sind „Empfehlungen von Geschäftspartnern“, gefolgt von „Berater als Sprecher in Konferenzen/Workshops...kennen“ und „Direktmarketing“.
- Für 38% ist das Durchführen eines Beratungsprozesses entlang eine Europäischen Norm sehr/eher wichtig. Ein Gütesiegel in Form einer internationalen oder nationalen Zertifizierung für Beratungsunternehmen geben 17% ein hohe Bedeutung und 42% mittlere Bedeutung. Ein Beratungsunternehmen, dass internationalen oder nationalen Standards folgt, würde dadurch insgesamt 62% der Respondenten mehr Vertrauen und Seriosität vermitteln.



Rückfragen/Kontakt

## 4. Rückfragen/Kontakt

Studienleitung: Mag. Roland Führer  
Tel: +43 (0)1 512 8900 14  
Mobil: +43 (0) 676 940 39 45  
Mail: [roland.fuehrer@meinungsraum.at](mailto:roland.fuehrer@meinungsraum.at)  
Web: [www.meinungsraum.at](http://www.meinungsraum.at)