



Geschäftsklimastudie 2015

Eine Studie von STUNT e.V. - www.stunt-bielefeld.de



STUNT e.V. ...

... bietet Vielfalt

Wir vereinen Studenten aller Hochschulen in Bielefeld und alle Studiengrade. Unsere Studenten kommen sowohl aus den Wirtschafts-, Sozial- und Naturwissenschaften als auch aus anderen Fachbereichen. Unsere interdisziplinäre Aufstellung ermöglicht es uns, Ihre Problemstellung aus verschiedenen Blickwinkeln zu betrachten.

... ist die Schnittstelle zwischen Wirtschaft und Wissenschaft

Als Studenten verfügen wir über einen direkten Zugang zu neusten Erkenntnissen aus der universitären Forschung. Wir können dadurch innovative Ansätze zur Lösung von Problemen direkt in der Praxis anwenden.

... wird durch ein starkes Netzwerk unterstützt

STUNT e.V. ist durch entsprechende Verbände auch auf nationaler und internationaler Ebene aktiv. Darüber hinaus erfahren wir Unterstützung durch ein prominent besetztes Kuratorium und einen starken Förderkreis.

... kann umfangreiche Beratungserfahrung vorweisen

In zahlreichen Projekten haben wir unsere Kompetenz bereits unter Beweis gestellt. Die ebenso zahlreichen positiven Referenzen unserer Kunden sprechen für sich.

... besteht aus motivierten Studenten

Unser größtes Plus sind die zahlreichen jungen Menschen, die sich als Studentische Unternehmensberater in unserem Verein engagieren. Wir sind motiviert und belastbar. Außerdem bieten wir Ihnen direkten Zugang zu aktueller Forschung und Lehre.

Inhaltsverzeichnis

STUNT stellt sich vor	4 - 5
Methodik	6
Interview	7 - 10
Klimastudie	11 - 23
- Tradition	24 - 28
Startup Befragung	28 - 31
Danksagung	32
Projektteam Vorstellung	33
Impressum	34

STUNT stellt sich vor

STUNT e.V. ist die Studentische Unternehmensberatung in Bielefeld und vereint seit 2001 motivierte und leistungsorientierte Studierende, die sich bereits während des Studiums in der unternehmerischen Praxis engagieren. Eines der wesentlichen Merkmale von STUNT e.V. ist unsere Interdisziplinarität. Die breite Ausrichtung ermöglicht es uns, Projektaufgaben aus den unterschiedlichsten Perspektiven zu betrachten bzw. Projekte aus verschiedensten Bereichen erfolgreich zu bearbeiten. Unsere Kernkompetenzen liegen in den Bereichen Befragungen und Studien, Social Media Beratung, Prozessmanagement sowie Markt- und Wettbewerbsanalysen.

Um die Qualität und die Ausbildung unserer Berater auch künftig zu sichern, stellen wir hohe Anforderungen an unser eigenes Qualitäts- und Wissensmanagement und an die Ausbildung unserer Mitglieder. So lassen wir uns beispielsweise mindestens einmal jährlich durch das externe Audit des Bundesverband Deutscher Studentischer Unternehmensberatungen e.V. (BDSU) prüfen, führen semesterweise ein Recruiting durch, das sicherstellt, dass der Beraterbachwuchs sich zunächst in einem Auswahlverfahren und einem konkreten Projekt bewähren muss, und vermitteln in regelmäßigen Schulungen fachliche und soziale Kompetenzen.

Nicht zuletzt stehen unsere Kuratoren den Projektteams mit ihrer Expertise zur Verfügung und geben unseren Projekten durch ihr Wissen sowie ihre Erfahrungen in Wirtschaft und Beratung einen zusätzlichen Mehrwert. STUNT e.V. ist die Alternative zu herkömmlichen Unternehmensberatungen und bietet sowohl den Mitgliedern als auch den Unternehmen viele Vorteile und Möglichkeiten.

Methodik

Diese Studie orientiert sich an der Vorgehensweise der ifo Geschäftsklimastudie. Allerdings konzentrieren wir uns auf die Region Ostwestfalen-Lippe und ihre Unternehmen und beleuchten die Themen, die sie aktuell bewegen.

Neben der Erhebung des allgemeinen Geschäftsklimas widmen wir uns in diesem Jahr der Frage, welchen Einfluss die Tradition auf die mittelständischen Unternehmen der Region ausübt. Darüber hinaus stellen wir einen Vergleich an zu sehr jungen Unternehmen, die nicht auf eine langjährige Tradition zurückblicken können, und erklären, welche Substitute es für Tradition geben kann.

Dazu haben wir zwei Onlinebefragungen durchgeführt. Die erste Befragung erfasste das Geschäftsklima und den Einfluss der Tradition. Mit Hilfe unserer Medienpartner der Wirtschaft Regional und der Markt & Wirtschaft Westfalen sowie durch persönliche Ansprache ausgewählter CRM-Kontakte von STUNT e.V. konnte im Zeitraum von Mitte Dezember 2014 bis Ende Januar 2015 ein Rücklauf von 153 Unternehmen erzielt werden. Die zweite Befragung richtete sich exklusiv an regionale Start-Up-Unternehmer und wurde im Januar 2015 durchgeführt. Durch eine Kooperation mit dem lokalen Start-Up-Netzwerk Start-Ups Bielefeld konnten wir 23 junge Unternehmer erreichen.

Die Auswertung der Daten wurde mit Microsoft Excel und dem Statistikprogramm STATA durchgeführt. Dadurch konnten wir zu ausgewählten Fragen Korrelations- und Faktoranalysen erstellen.

Experteninterview

STUNT: *Denken Sie, dass es sinnvoll ist für Unternehmen weiterhin auf Tradition zu setzen, obwohl die Wirtschaft immer globaler wird?*

Prof. Wollmershäuser: Das ist kein Widerspruch. Sich an Tradition zu orientieren bedeutet nicht, dass man nicht gleichzeitig auch global sein kann. Gerade im Bereich der Endprodukte bedeutet Tradition ja keineswegs, dass diese Produkte global nicht verkauft werden können. Vermutlich ist sogar das Gegenteil der Fall: Besonders deutsche Produkte und Namen können auf eine lange Tradition zurückblicken und stellen damit etablierte Marken auf dem Weltmarkt dar. Der globale Konkurrenzkampf ist gewaltig und besonders für neue Unternehmen, die nicht mit langer Tradition aufwarten können, ist es sehr schwer dort erfolgreich zu werden.

Gleichzeitig bedeutet Tradition nicht, dass man sich auf altem ausruhen darf. Man muss In-



Prof. Dr. Timo Wollmershäuser
Kommissarischer Leiter des ifo-Zentrums für Konjunkturforschung und Befragung

novativ bleiben, aber Tradition zu haben und dadurch positiv bekannt zu sein, ist kein Widerspruch zu Globalität.

STUNT: *Wie sieht es dann mit der Anpassung von Tradition auf Grund von lokalen Gegebenheiten in Verkaufs- und Produkti-*

onsländern aus? An dieser Stelle gehen ja häufig traditionelle Eigenarten von Produkten verloren. Gleichsam muss oftmals die traditionelle Produktionsweise den Produktionsweisen des Produktionslandes angepasst werden.

Prof. Wollmershäuser: Die Welt verändert sich überall. In Deutschland vollzieht sich der Wandel von der Produktions- in die Dienstleistungsgesellschaft und die Produktion wird an vielen

was passiert, wenn es versäumt wird, sich an die neuen Gegebenheiten anzupassen, sieht man an deutschen Traditionsfirmen wie Grundig, die Konkurs anmelden mussten. Da wurde der Absprung verpasst und da ist Tradition dann gescheitert.

STUNT: *Was würde Ihnen als erstes in den Sinn kommen, wenn es um Tradition in Unternehmen geht?*

Prof. Wollmershäuser: Das Produkt. Als Beispiel fallen mir sofort die deutschen Autohersteller ein. Weltweit wird Mercedes als das Auto betrachtet und darauf kann man setzen. Tradition muss im Produkt wiedererkennbar sein und nicht in der Art und Weise, wie es entstanden ist. Sonst würden die Produkte zu teuer und an der Stelle ist Tradition fehl am Platz und unwirtschaftlich.

STUNT: *Wir beobachten, dass die Geschäftserwartungen der*

„Tradition muss im Produkt wiedererkennbar sein“

Stellen in andere Länder ausgelagert. Hier wird sich den neuen Gegebenheiten angepasst, um innovativ bleiben zu können. Der Wertschöpfungsprozess hat sich komplett verändert. Da darf man nicht zu sehr an traditionellen Produktions- und Vermarktungsformen festhalten. Und

Unternehmen überwiegend positiv sind sowie eine tendenzielle Zunahme der Investitionen. Führen positive Geschäftserwartungen per se zu einer Zunahme der Investitionen? Welche anderen Faktoren können hier zum Tragen kommen?

„wirtschaftspolitische Rahmenbedingungen sind für viele Unternehmen ein Grund weniger zu investieren“

Prof. Wollmershäuser: Wir haben beobachten können, dass es zu größeren Erweiterungsinvestitionen kommt, wenn die Geschäftslage gut ist und die Unternehmen ausgelastet sind. Wenn man sich den Konjunkturzyklus als typische Sinuskurve vorstellt, dann werden Investitionen vornehmlich in der Phase getätigt, in der sich die Konjunk-

tur wieder oberhalb der Null-Linie befindet und ansteigt. Erst ab der Nulllinie sind die Firmen ausgelastet und zuvor werden erst die restlichen Kapazitäten ausgeschöpft, bevor es an neue Investitionen gehen kann. Andere Determinanten können zum Beispiel die Finanzierungsbedingungen sein. Wenn das Geld günstig und einfach zu haben ist, sozusagen, fällt die Entscheidung eher zu Gunsten einer Investition aus. Besonders in letzter Zeit, also seit dem Herbst 2013, konnten wir beobachten, dass immer mehr Unternehmen die wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen als Grund genannt haben, weniger zu investieren.

STUNT: *In wie weit spielt Außenpolitik eine Rolle? Beeinflusst deutsche Außenpolitik auch die national agierenden Mittelständler in Bayern oder OWL?*

Prof. Wollmershäuser: Natürlich! Sobald die Politik Einfluss

auf die Entwicklung irgendeines Landes hat, in dem dann der mögliche Gewinn des Unternehmens beeinträchtigt wird, spielt Außenpolitik auch dort eine Rolle. Ganz konkret ist natürlich jedes Unternehmen, das Kontakt zu Russland oder Griechenland hat, betroffen.

STUNT: *Rund die Hälfte der befragten Unternehmen gibt an, dass sie sich durch gesamtgesellschaftliche Entwicklungen an der unternehmerischen Ausübung ihrer Tradition gehindert fühlen. Ein Großteil sieht Probleme in politischen Regelungen. Welche Regelungen sind hier gemeint? Gegen welche Gesetze oder Gesetzesvorschläge formiert sich aktuell besonders großer Widerstand in der Wirtschaft?*

Prof. Wollmershäuser: Ein großes Problem für Deutschland ist die Bürokratie. Wenn sich die Unternehmen über die Bedingungen in Deutschland beklagen,

„Das Problem beim Mindestlohn ist die Bürokratie“

gen, dann ist es in aller erster Linie auf Grund der Bürokratie, die die Unternehmen belastet.

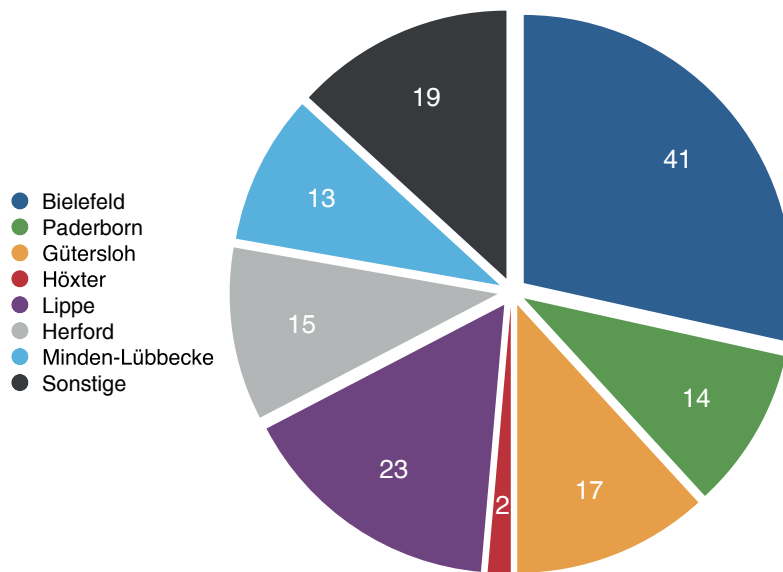
Beispiel Mindestlohn: Die meisten Unternehmen beklagen sich, weil sie mehr Lohn zahlen müssen, sondern wegen all der Pflichten, die sie jetzt haben. Die ganze Dokumentation der Stundenzahlen, etc. Das stört; das schränkt ein. Der ganze Bürokratiekomplex ist das, was Unternehmen meist als erstes Ansprechen, wenn sie nach Hemmnissen gefragt werden.

STUNT: *Prof. Wollmershäuser, wir bedanken uns für das nette Gespräch.*

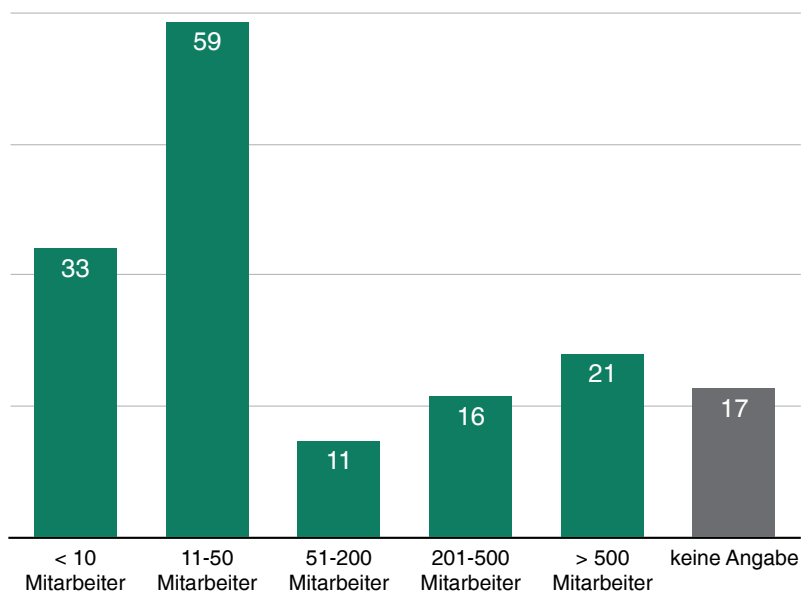
Das Interview wurde am 17. März telefonisch durchgeführt.

Geschäftsklimastudie

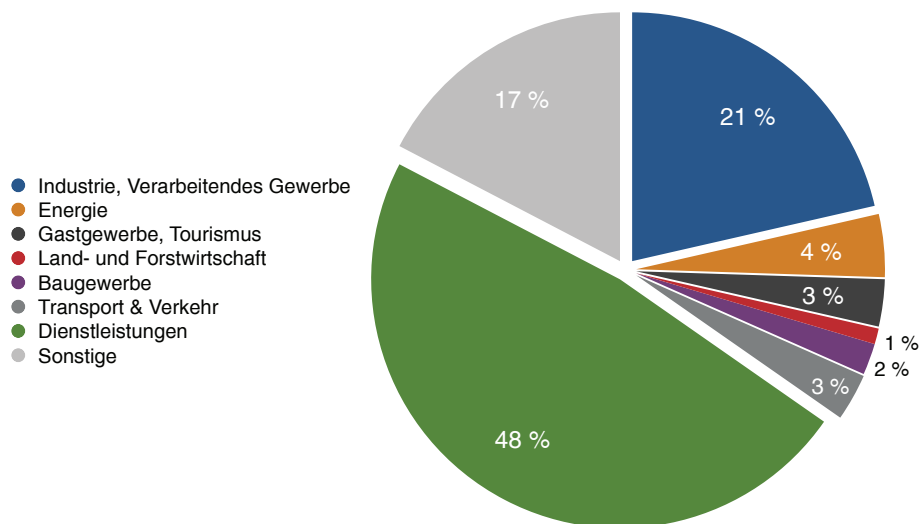
In welchem der folgenden Kreise OWLs ist das Unternehmen oder der Standort des Unternehmens, in dem Sie arbeiten, ansässig?



Wie viele Mitarbeiter beschäftigt Ihr Unternehmen?



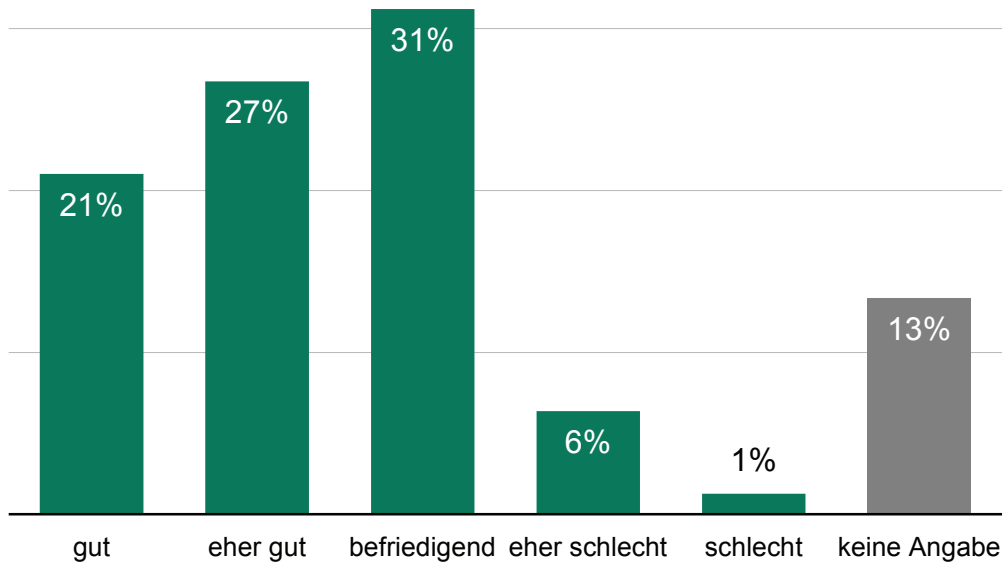
Welcher Branche gehört Ihr Unternehmen an?



Die Teilnehmer der Studie sind sehr gleichmäßig über die gesamte Region verteilt. Den größten Anteil an den 144 befragten Unternehmen stellen die Bielefelder Betriebe dar, was auf die Tatsache zurückzuführen ist, dass dort die meisten Unternehmen ansässig sind. Bei ca. der Hälfte von ihnen handelt es sich um verschiedenste Dienstleister. Die zweitgrößte Gruppe stellen die Industrieunternehmen dar. Diese Aufteilung entspricht auch den gesamtdeutschen Wirtschaftssektoren.

Bei den meisten Studienteilnehmern handelt es sich um eher kleine Unternehmen mit einer Beschäftigungszahl von bis zu 50 Mitarbeitern.

Wie beurteilen Sie die derzeitige Geschäftslage Ihres Unternehmens?

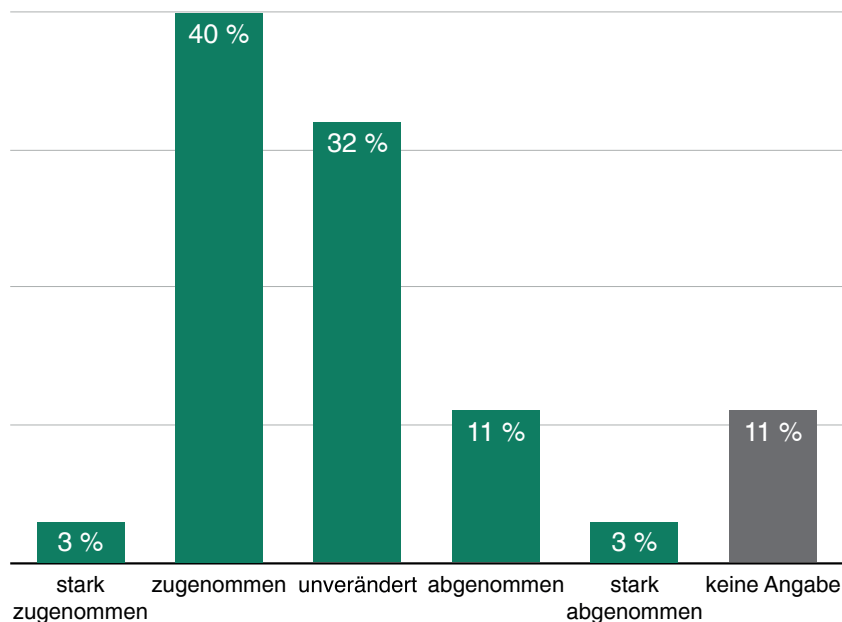


Die Unternehmen in der Region beurteilen ihre eigene Geschäftslage deutlich positiv. Fast die Hälfte der Unternehmen gibt an, die Geschäftslage sei „eher gut“ bis „gut“. Weitere 31% bewerten sie als „befriedigend“, während weniger als 10% sie als schlecht bewerten. Allerdings gab auch kein einziges Unternehmen an, die Geschäftslage sei „sehr gut“.

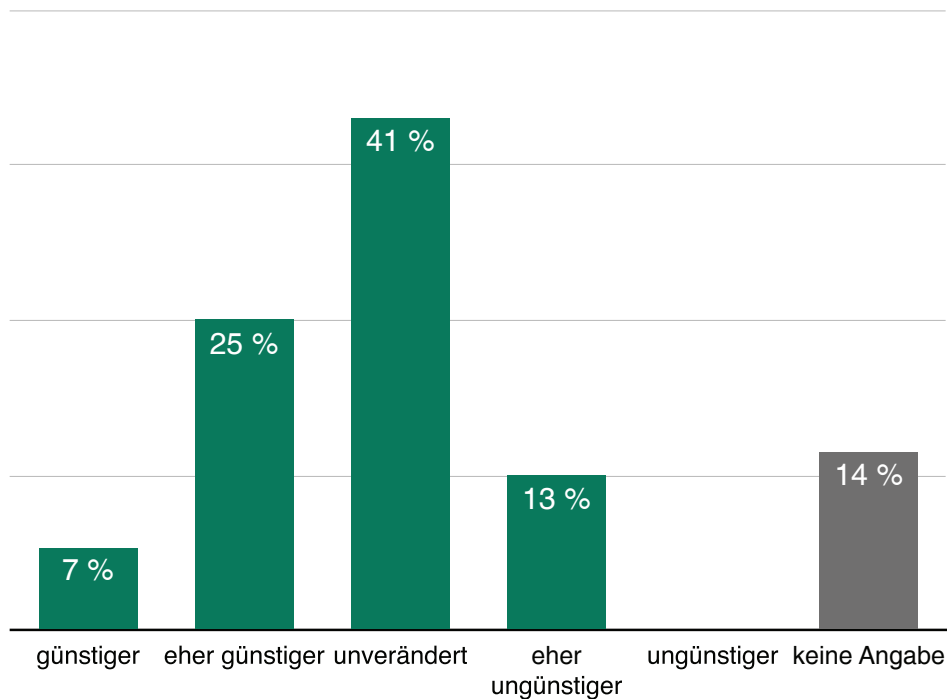
Dieser Befund deckt sich mit den Befunden früherer Studien. Bei unserer Erhebung vor rund einem Jahr fiel die Beurteilung der Geschäftslage nahezu identisch aus. Die Region OWL ist im Allgemeinen eine Region mit einer starken Konjunktur. Selbst die Finanz- und Wirtschaftskrise der jüngeren Vergangenheit hatte nur leichte Auswirkungen auf die ansässigen Unternehmen.

Professor Wollmershäuser vom ifo Institut sagt dazu: „OWL ist eine Region, in der auf Tradition, Sicherheit und Rücklagen gebaut wird. Nach der Finanzkrise konnte die lokale Wirtschaft daher schnell aus eigenen Rücklagen wieder durchstarten und das ohne fremde Hilfe in Form von Krediten. Die Unternehmen konnten daher mit einem Wettbewerbsvorteil aus der Krise hinausgehen. Das liegt natürlich auch daran, dass es eine Krise der Banken war, auf die diese Unternehmen ja ohnehin nicht zurückgreifen müssen. Solange ich also unabhängig vom Finanzsektor bin, habe ich einen Vorteil, in der Zeit, in der der Finanzsektor schwächelt.“

Wie haben sich die Auftragseingänge Ihres Unternehmens innerhalb des vergangenen halben Jahres verändert?



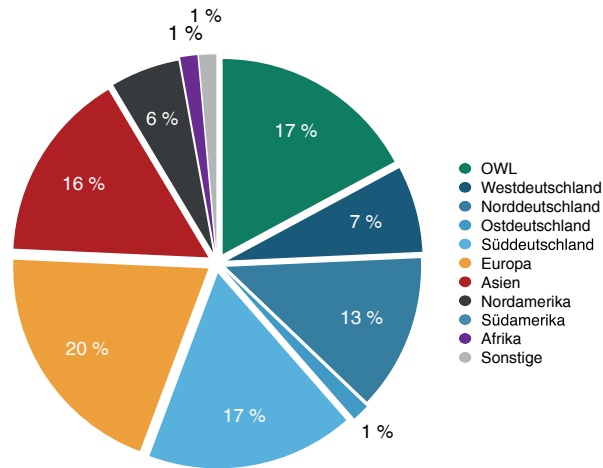
Wie sind Ihre Geschäftserwartungen für das kommende halbe Jahr im Vergleich zum vergangenen halben Jahr?



Die Zahl der Auftragseingänge im vergangenen halben Jahr hat bei fast der Hälfte der Betriebe zugenommen. Bei weiteren 32% hat die Auftragslage stagniert. Bemerkenswerterweise gaben nur 14% der Befragten eine verschlechterte Auftragslage an. Die Geschäftserwartungen für das kommende halbe Jahr sind bei einem Großteil der Unternehmen unverändert. Ein Drittel der Betriebe schaut optimistisch in die Zukunft. Negative Erwartungen sind in Ostwestfalen-Lippe nach wie vor die Ausnahme.

Ein hoch signifikanter Korrelationskoeffizienten von 0,51 bestätigt einen starken Zusammenhang zwischen der Auftragslage und den Geschäftserwartungen: Eine gute Auftragslage im vergangenen halben Jahr führte zu einer positiven Einschätzung der aktuellen Geschäftslage sowie den zukünftigen Erwartungen.

Wo sind Ihre wichtigsten Zuliefererfirmen ansässig?

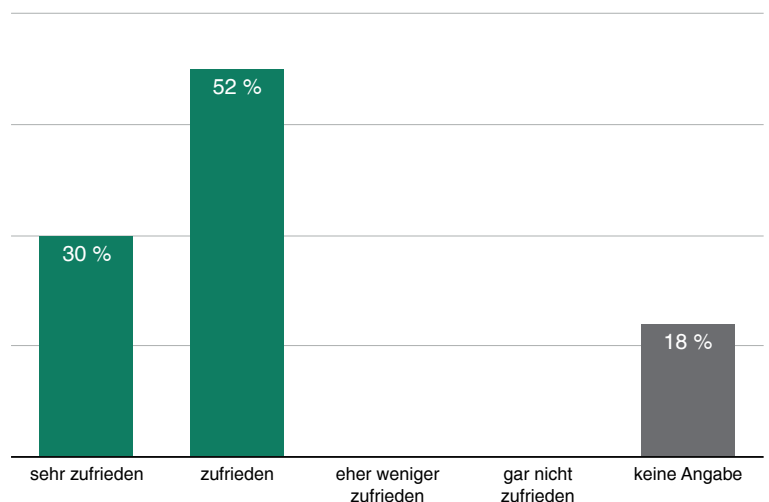


Die wichtigsten Zuliefererfirmen der Region sind im Rest Deutschlands anzutreffen. Von diesen haben jeweils 17% ihren Sitz in OWL und Süddeutschland. Weitere 13% befinden sich in Norddeutschland. Auffällig ist, dass kaum Zuliefererfirmen der ostwestfälischen Unternehmen in Ostdeutschland angesiedelt sind und nur ein geringer Anteil sich im nicht-ostwestfälischen Teil von Westdeutschland befindet.

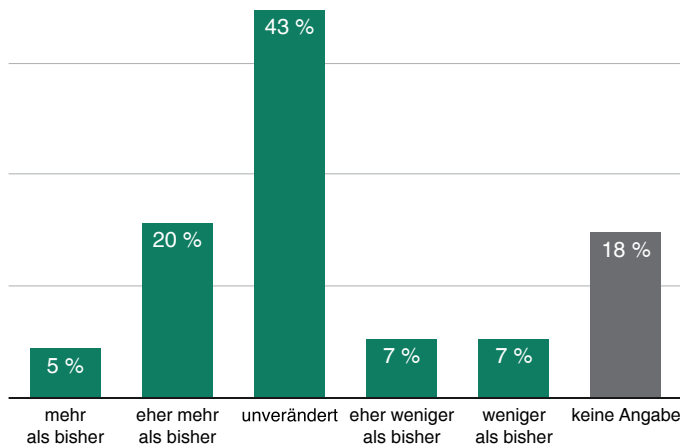
Ausländische Zuliefererfirmen sind in Europa und Asien vorzufinden. Südamerika und Afrika sind als Zuliefererländer für die ostwestfälischen Unternehmen uninteressant.

Wie zufrieden sind Sie mit Ihren Zulieferern?

Die Zufriedenheit mit den Zulieferern ist bei allen befragten Unternehmen hoch bis sehr hoch.



In welchem Umfang plant Ihr Unternehmen in den kommenden 6 Monaten in den Standort OWL zu investieren?

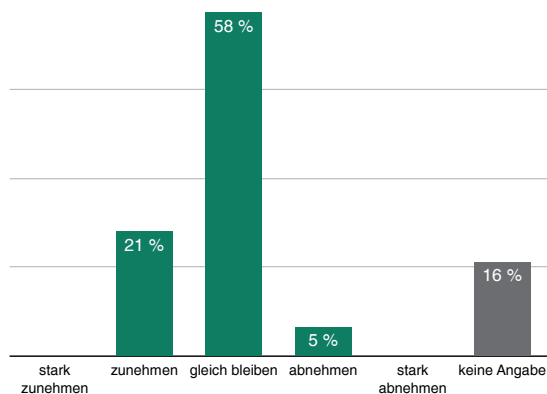


Die geplanten Investitionen im kommenden halben Jahr am Standort OWL sind bei den meisten befragten Betrieben unverändert. Ein Viertel der Unternehmen plant seine Investitionen (leicht) zu erhöhen. Desinvestitionen bleiben eine Seltenheit.

Unsere Korrelationsanalyse zeigt, dass ein positiver Zusammenhang zwischen der Beurteilung der eignen Geschäftslage und der Höhe der geplanten Investitionen besteht. Unternehmen, deren Geschäfte gut laufen, neigen dazu, mehr in den in den Standort OWL zu investieren.

Auch die Zahl der Beschäftigten wird in den ostwestfälischen Betrieben weitgehend gleich bleiben. Rund ein Fünftel der Unternehmen plant eine Erhöhung des Beschäftigungsstandes. Gleichzeitig geben lediglich 5% an, dass sie Entlassungen planen.

Wie wird sich die Anzahl der Beschäftigten im Unternehmen im kommenden halben Jahr verändern?



Die regionale Nachfrage hängt stark vom hergestellten Produkt/der erbrachten Dienstleistung ab. Während manche Unternehmen ihre Produkte auf dem Weltmarkt verkaufen, ist dies für die regionale Bäckereikette keine Option.

Wie schätzen Sie die Nachfrage nach Ihren Produkten/Dienstleistungen in OWL im Vergleich zu anderen Standorten ein?

	deutlich höher	höher	genauso	geringer	deutlich geringer	keine Angabe
Bielefeld	5	6	15	7	3	5
Gütersloh	0	5	8	3	0	1
Herford	0	4	11	0	0	0
Höxter	0	0	1	1	0	0
Lippe	4	1	11	6	0	1
Minden-Lübbecke	2	3	3	2	2	1
Paderborn	1	3	4	5	0	1
Sonstige	2	0	9	2	3	3
Gesamt	14	22	62	26	8	12

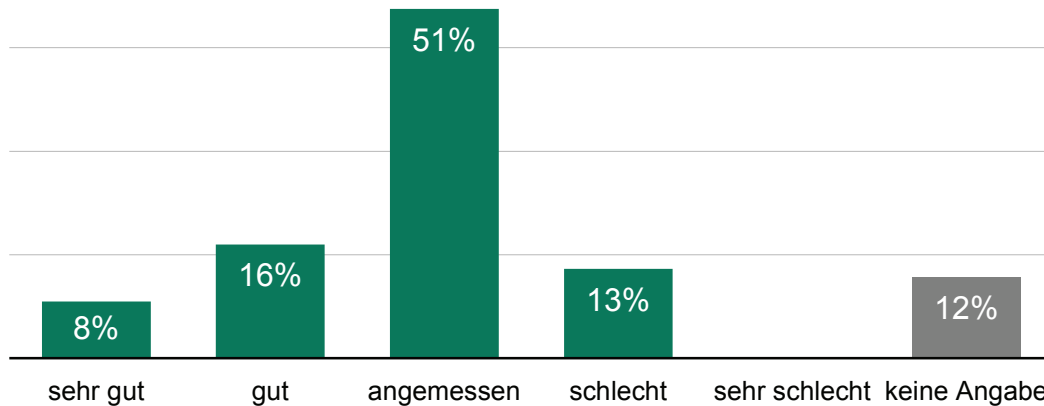
Der Großteil der Unternehmen gibt an, die Nachfrage nach den eigenen Produkten oder Dienstleistungen am Standort OWL sei genauso groß wie an anderen Orten. Die Zahl der Unternehmen, bei denen die regionale Nachfrage größer ist, entspricht in etwa der Zahl der Unternehmen, bei denen sie geringer ist.

Auch die Abhängigkeit von regionalen Nachfrage ist sehr unterschiedlich. Ungefähr zu gleichen Teilen gaben die Studienteilnehmer an, (eher) abhängig bzw. unabhängig von ihr zu sein. Der Standort des Unternehmens hat keine Auswirkung auf die Abhängigkeit von der regionalen Nachfrage. Die Verteilung der Antworten ist über alle Standorte hinweg sehr ähnlich.

Wie schätzen Sie die Abhängigkeit Ihres Unternehmens von der regionalen Nachfrage ein?

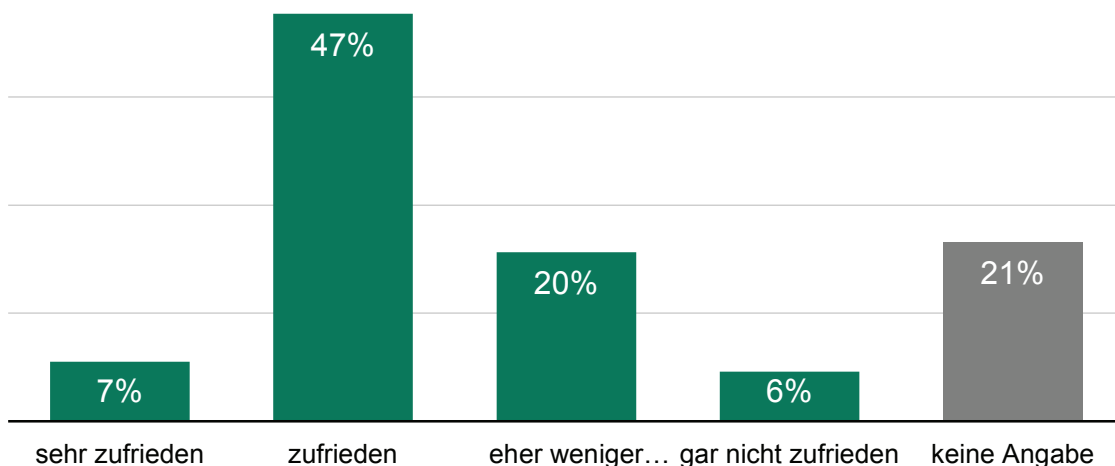
	abhängig	eher abhängig	eher unabhängig	unabhängig	keine Angabe
Bielefeld	9	12	11	4	5
Gütersloh	2	4	9	0	2
Herford	1	9	2	3	0
Höxter	0	0	2	0	0
Lippe	5	7	6	4	1
Minden-Lübbecke	2	2	5	3	1
Paderborn	3	5	4	1	1
Sonstige	3	6	4	2	4
Gesamt	25	45	43	17	14

Wie schätzen Sie die Kooperationsbereitschaft anderer Unternehmen an Ihrem Standort in OWL ein?



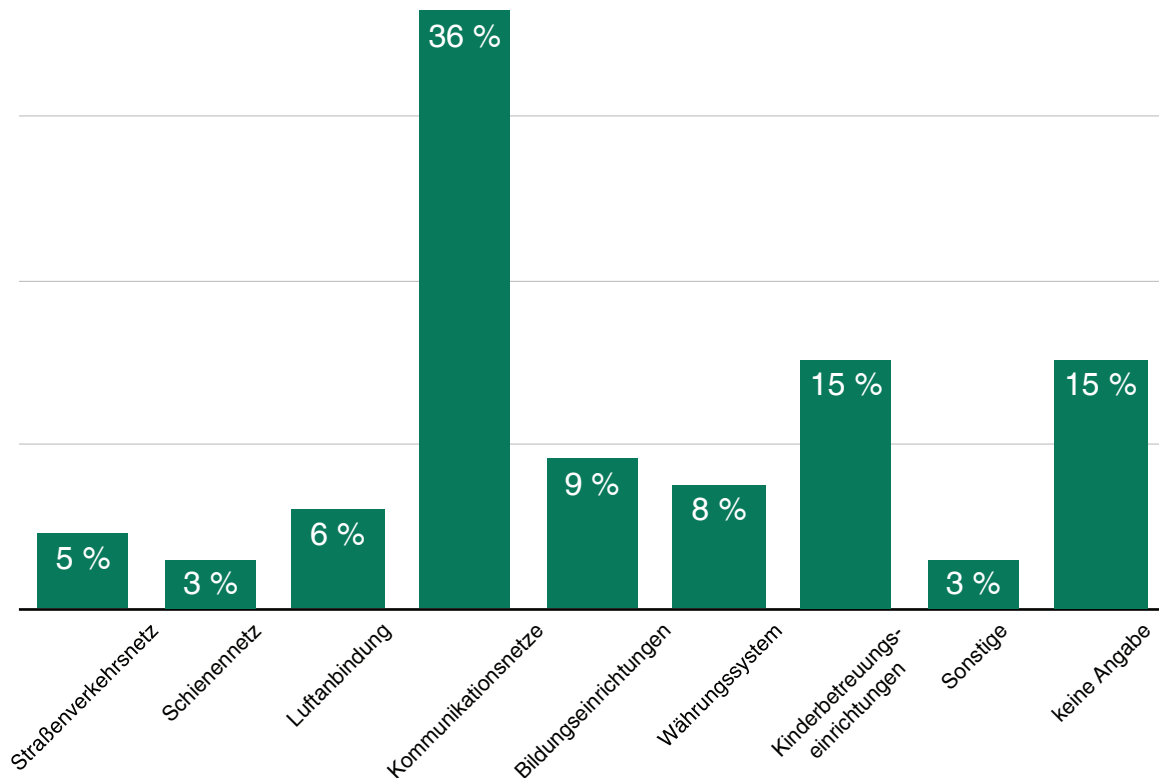
Die Kooperationsbereitschaft anderer Unternehmen bewerten 51% der Befragten als „angemessen“. 24% bewerten sie als „gut“ bis „sehr gut“. Der hohe Grad der Vernetzung der ostwestfälischen Unternehmen erklärt dieses Ergebnis. Lediglich 13% der Unternehmen sind mit der Kooperationsbereitschaft Anderer unzufrieden und bewerten sie als „schlecht“.

Wie zufrieden sind Sie mit der Zusammenarbeit mit der öffentlichen Verwaltung an Ihrem Standort?



Mit der Zusammenarbeit mit der öffentlichen Verwaltung an ihrem Standort sind die meisten Unternehmen zufrieden. Nichtsdestotrotz klagen auch viele Unternehmen über eine mangelhafte Zusammenarbeit. Immerhin ist über ein Viertel der Befragten „eher unzufrieden“ bis „gar nicht zufrieden“.

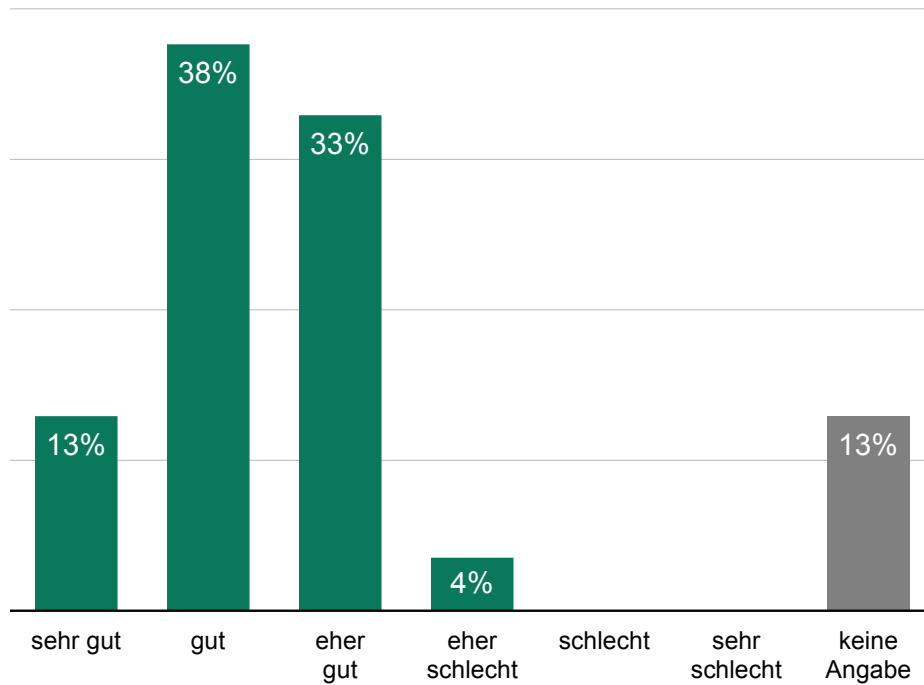
Wo sehen Sie infrastrukturelle Probleme für Ihre Geschäftstätigkeit?



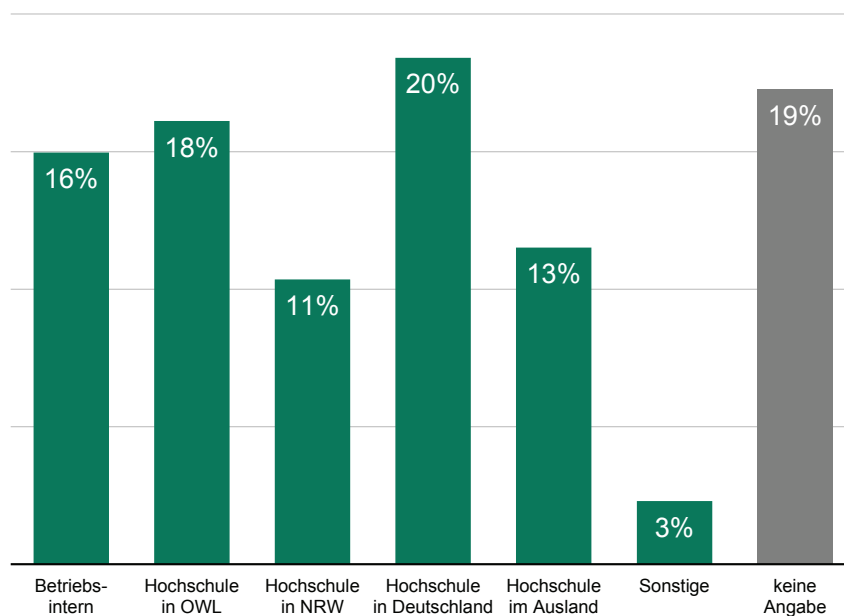
Infrastrukturelle Probleme, die sich bei der Ausübung der eigenen Geschäftstätigkeit hinderlich auswirken, werden nur von wenigen Unternehmen gesehen. Die meisten im Fragebogen vorgeschlagenen Probleme werden jeweils von weniger als 10% der Unternehmen gesehen.

Das drängendste Problem wird bei den Kommunikationsnetzen gesehen. 36% der befragten Unternehmen wünschen sich einen Ausbau ebenjener. Die zweitgrößte Herausforderung wird bei der Kinderbetreuung gesehen.

Wie schätzen Sie die Qualität der Hochschulausbildung an Ihrem Standort in OWL ein?



Wo wurden die Nachwuchsführungskräfte Ihres Unternehmens ausgebildet?



Die Unternehmen in OWL geben der lokalen Hochschulausbildung im Durchschnitt die Note „gut“ (2,31). 13% von ihnen befinden sie sogar für „sehr gut“. Es ist bemerkenswert, dass lediglich 4% die Hochschulen in ihrer Nähe „eher schlecht“ bewerten. Kein einziger Befragter hat ein wirklich schlechtes Bild der ansässigen Hochschulen.

Die ostwestfälischen Hochschulen genießen großes Ansehen in der Region und ihr Absolventen sind bei den Betrieben sehr gefragt. 18% der Studienteilnehmer gaben an, dass ihre Nachwuchsfachkräfte in erster Linie in der Region ausgebildet wurden. Aus dem Rest von NRW kommen in Relation dazu weniger Fachkräfte. Unternehmen, deren Nachwuchskräfte mehrheitlich eine lokale Hochschule besucht haben, bewerten die Hochschulen überdurchschnittlich gut mit 2,07.

Grundsätzlich genossen viele Nachwuchskräfte der Region aber auch Hochschulausbildungen an verschiedensten Standorten in ganz Deutschland sowie im Ausland.

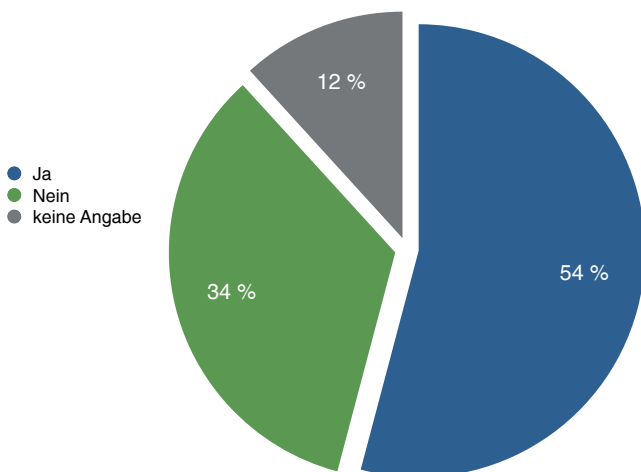
16% der Befragten setzen bei ihren Nachwuchskräften auf eine betriebsinterne Ausbildung.

Tradition & Mittelstand

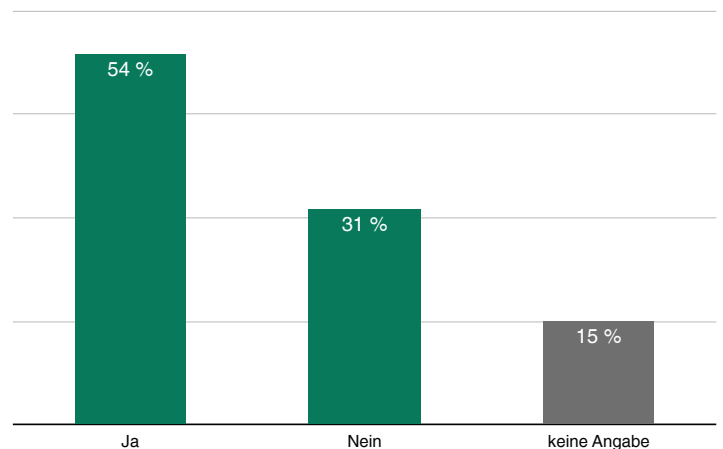
Welchen Einfluss hat Tradition auf die Firmenkultur?

In diesem Jahr haben wir uns im Besonderen mit der Thematik der Tradition und dessen Rolle im Kontext der lokalen Wirtschaft beschäftigt. Zu diesem Zweck haben wir verschiedene Fragen, die sowohl den Einfluss von Traditionen messen, als auch darauf abstellen, in welchen Bereichen Tradition überhaupt eine Rolle spielt, gestellt.

Würden Sie ihr Unternehmen als Familienunternehmen bezeichnen?

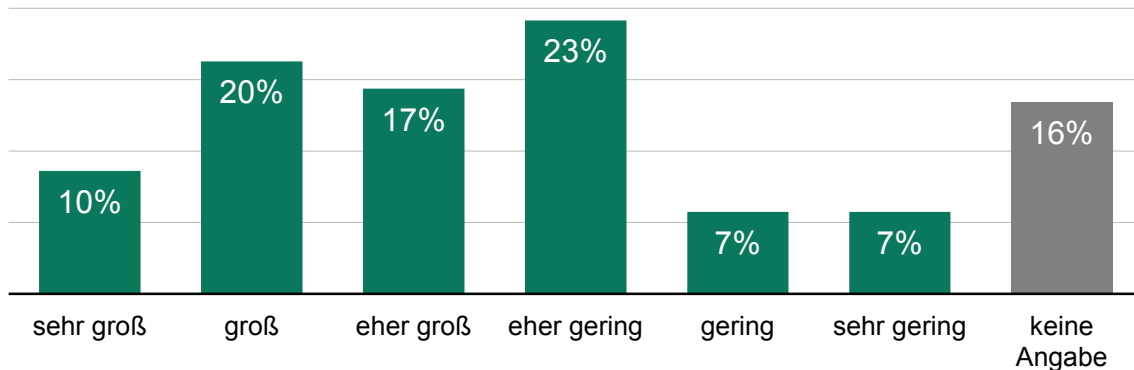


Glauben Sie, dass die Region OWL im Vergleich zu anderen Regionen eine besondere Rolle einnimmt hinsichtlich traditionsreicher Unternehmen?



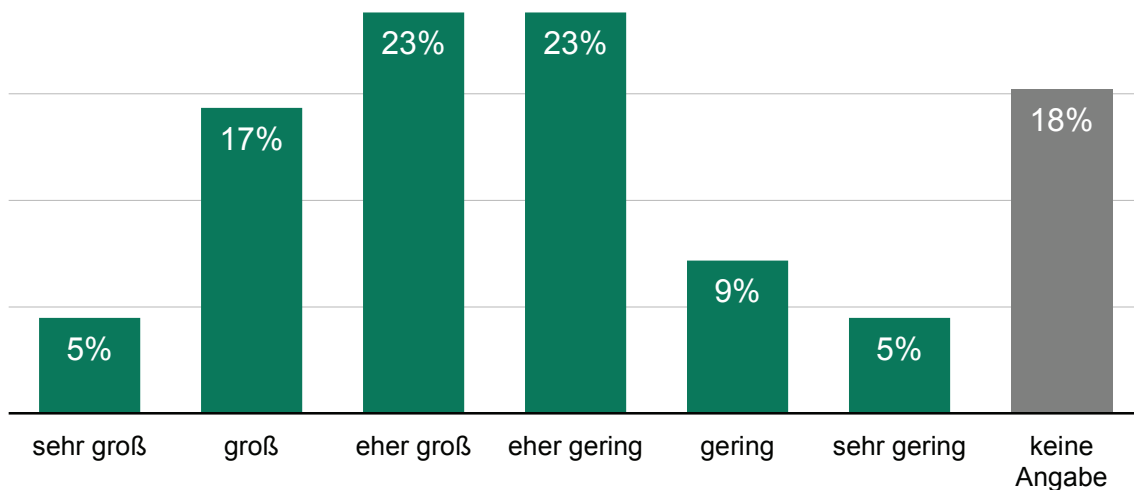
Ostwestfalen-Lippe ist stark von traditionellen Familienunternehmen geprägt. Über die Hälfte der Befragten würde ihr Unternehmen als Familienunternehmen klassifizieren; 34% tun dies nicht. Besonders die kleineren Unternehmen bezeichnen sich selbst häufig als klassisches Familienunternehmen.

Wie schätzen Sie den Einfluss der Unternehmenstradition auf die strategischen Entscheidungen in Ihrem Unternehmen ein?



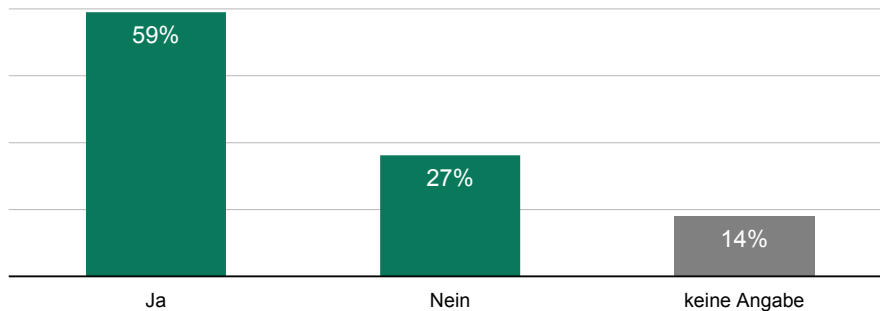
Knapp ein Drittel der Unternehmen gibt an, dass die eigene Tradition einen „großen“ bis „sehr großen“ Einfluss auf die strategischen Geschäftsentscheidungen hat. Für 14% hat die Unternehmenstradition nur einen „geringen“ bis „sehr geringen“ Einfluss. Besonders bei den großen Unternehmen ist der Einfluss i. d. R. hoch.

Wie schätzen Sie den Einfluss der Unternehmenstradition auf die Innovationsfreude Ihres Unternehmens ein?

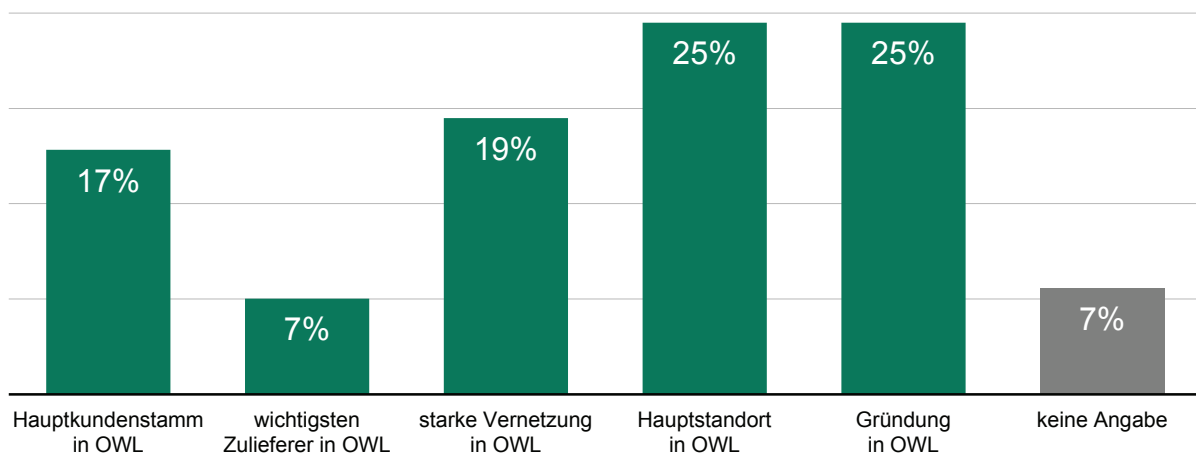


Ein sehr ähnliches Bild ergibt sich für die Frage, wie groß der Einfluss der Tradition auf die Innovationsfreude des Unternehmens ist.

Hat die Tradition Ihres Unternehmens einen regionalen Bezug zu OWL?



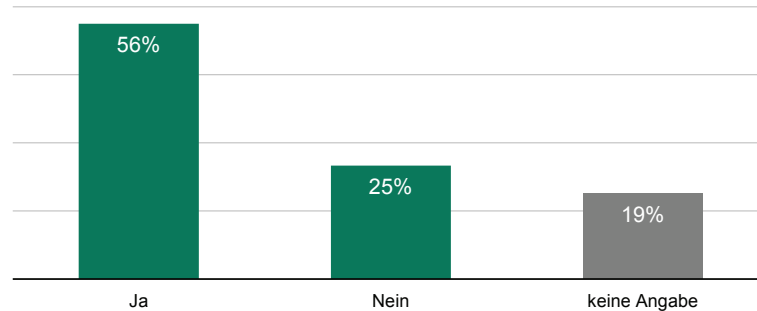
Wenn Ja, welchen?



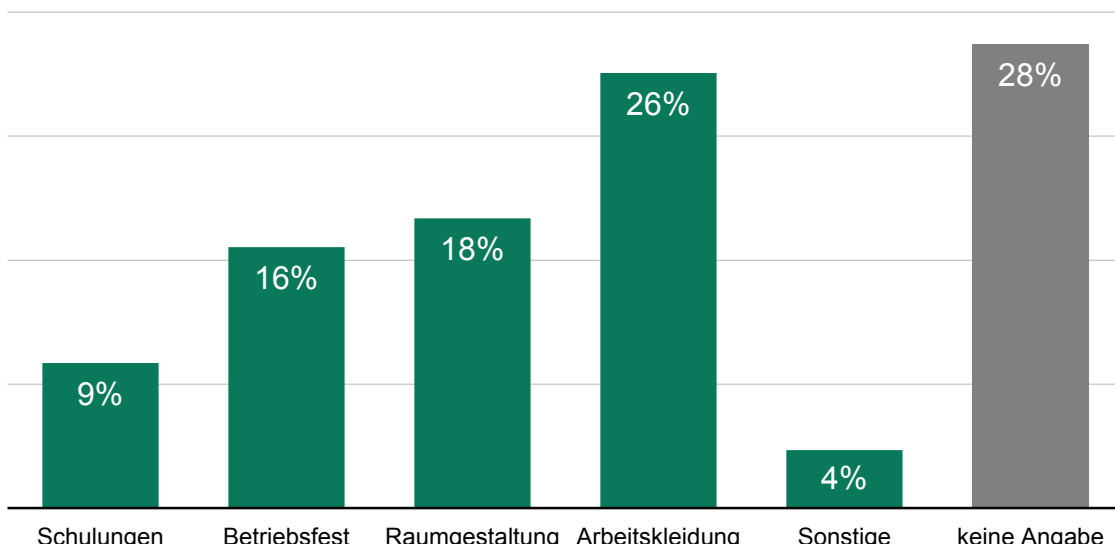
Die Unternehmenstradition hat bei 59% der befragten Unternehmen einen regionalen Bezug zu Ostwestfalen-Lippe.

In den meisten Fällen ist dieser Bezug gegeben durch die Firmengründung in OWL und/oder den Hauptsitz in OWL. Ein Fünftel der Befragten verweist auf die starke Vernetzung innerhalb der Region. Für 17% ist der Hauptkundenstamm in OWL ansässig.

Wird die Tradition Ihres Unternehmens Ihrer Belegschaft bewusst vermittelt?

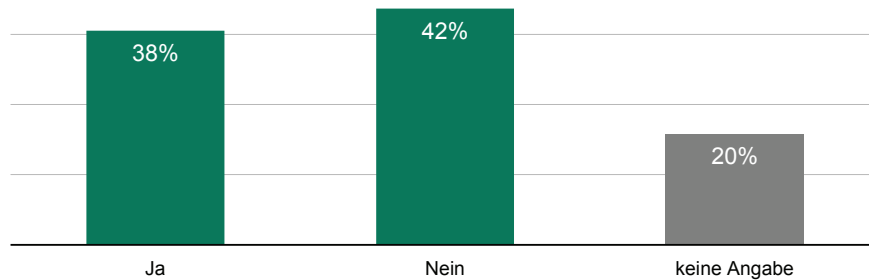


Wenn Ja, wodurch?

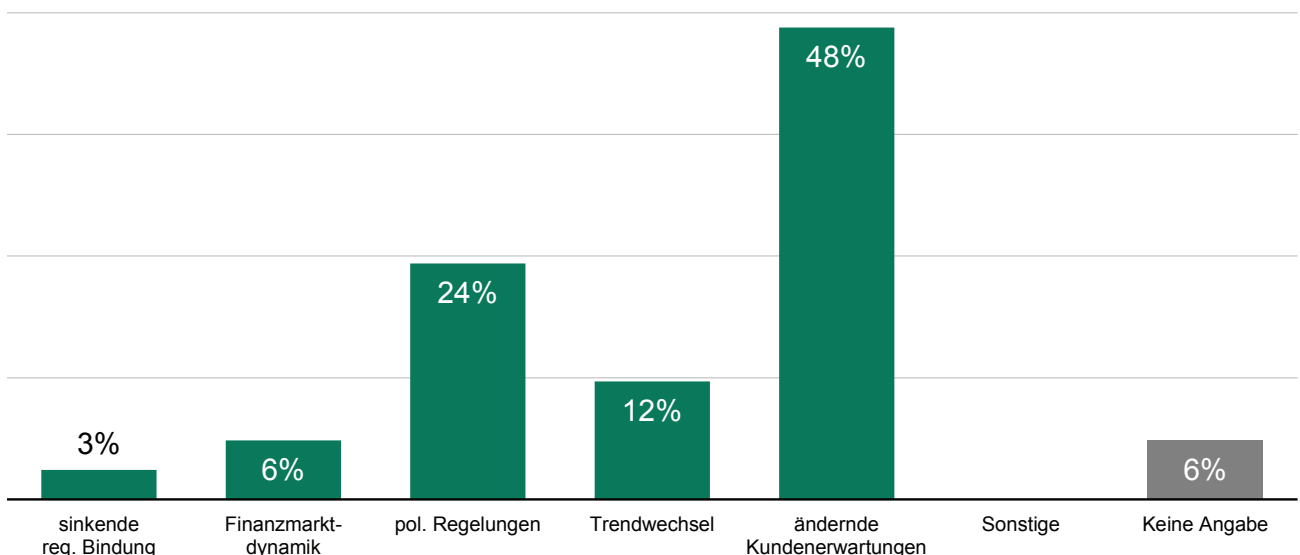


In einem Viertel der Betriebe wird die Tradition der Belegschaft durch die Arbeitskleidung vermittelt. Auch die Raumgestaltung erinnert in einem Fünftel der Unternehmen an die Firmentradition. Zudem wird die Tradition häufig auf Betriebsfesten thematisiert. Bei Schulungen ist die Tradition hingegen nur selten von Bedeutung.

Gibt es gesamtgesellschaftliche Entwicklungen, die der Tradition Ihres Unternehmens zuwiderlaufen bzw. Sie daran hindern die Tradition zu leben/weiterzugeben?



Wenn Ja, wodurch?



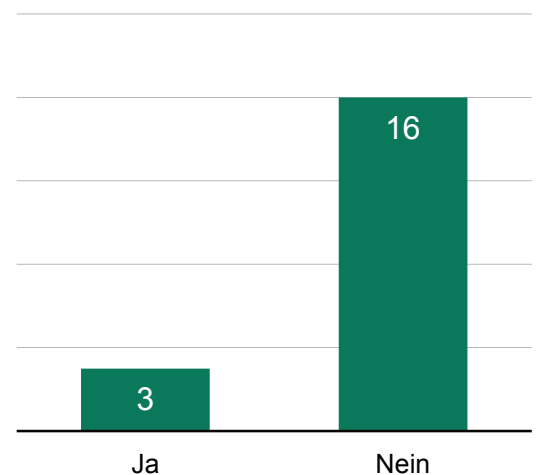
38% der Traditionsunternehmen fühlen sich durch gesamtgesellschaftliche Entwicklungen in der Ausübung und Weitergabe ihrer Firmentradition gestört. Hierbei werden in erster Linie sich ändernde Kundenerwartungen genannt. Aber auch bestimmte politische Regelungen können einen negativen Einfluss auf die Unternehmenstradition haben. Bei 42% der Betriebe kann die Tradition allerdings ohne Einschränkungen gelebt und aktiv weitergegeben werden.

Start-Up-Befragung

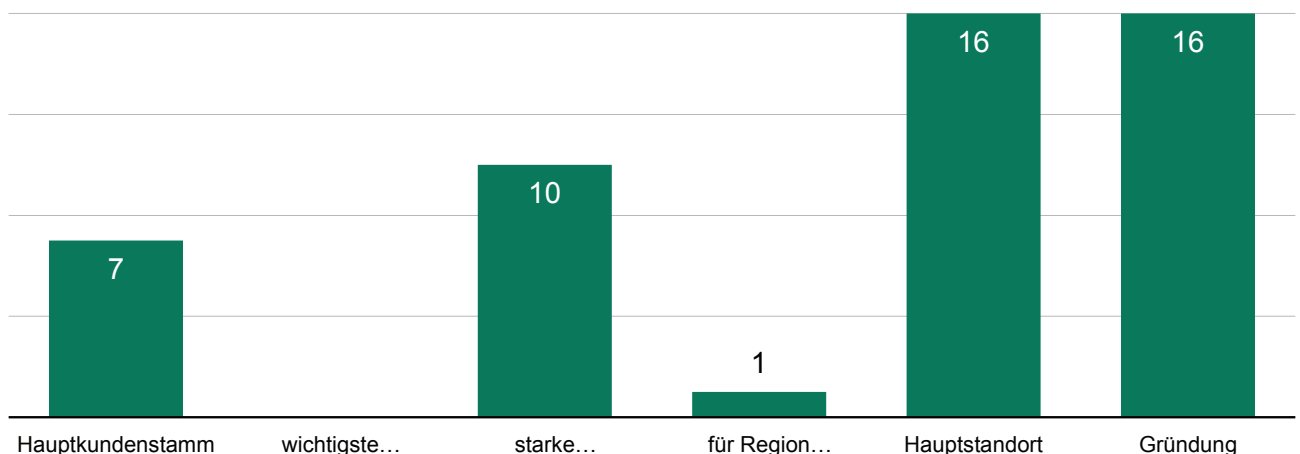
Die ostwestfälischen Start-Up-Unternehmen bezeichnen sich selbst im Gegensatz zum etablierten Mittelstand nur selten als Familienunternehmen. Ihr regionaler Bezug ist im Allgemeinen schwächer ausgeprägt und wird in erster Linie durch die Unternehmensgründung bzw. den Hauptstandort in OWL hergestellt.

Der Kontakt zu anderen Unternehmen spielt hingegen für Start-Up-Unternehmer eine deutlich größere Rolle. Fast die Hälfte von Ihnen gibt an gut vernetzt zu sein und ca. ein Drittel besitzt in Hauptkundenstamm in OWL.

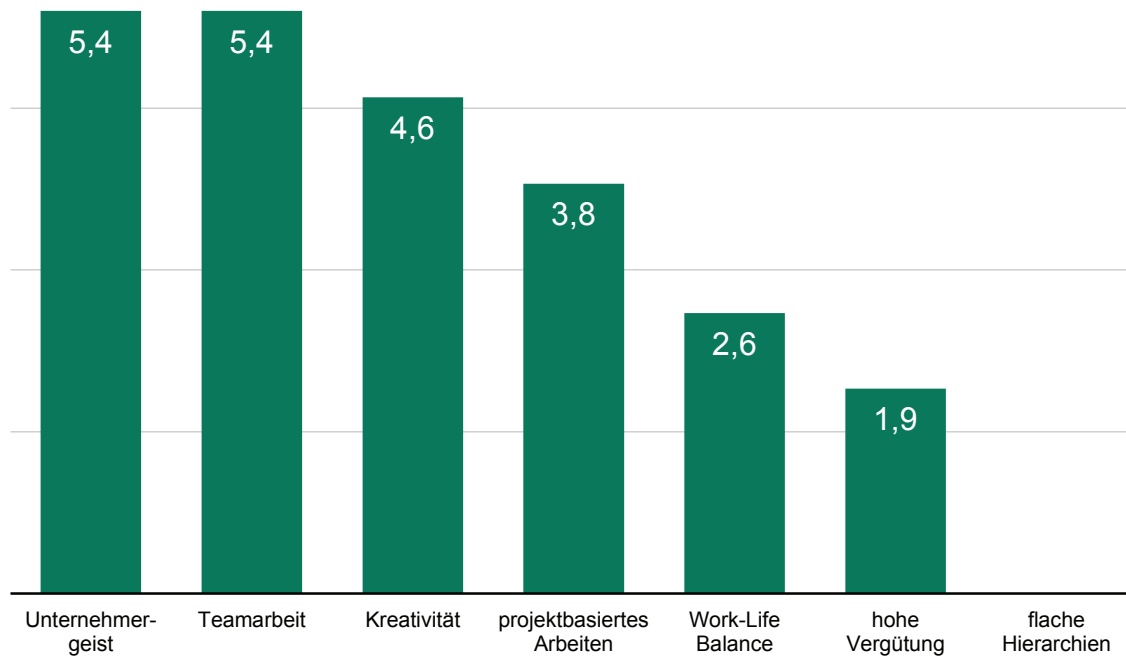
Würde Sie Ihr Unternehmen als Familienunternehmen bezeichnen?



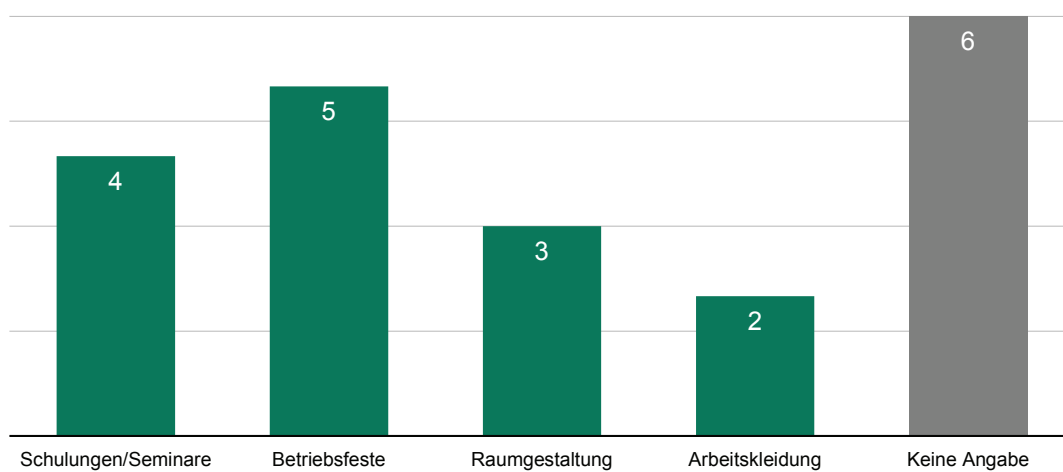
Welchen Bezug haben Sie zu OWL?



Was zeichnet die Firmenkultur bei Startups besonders aus?



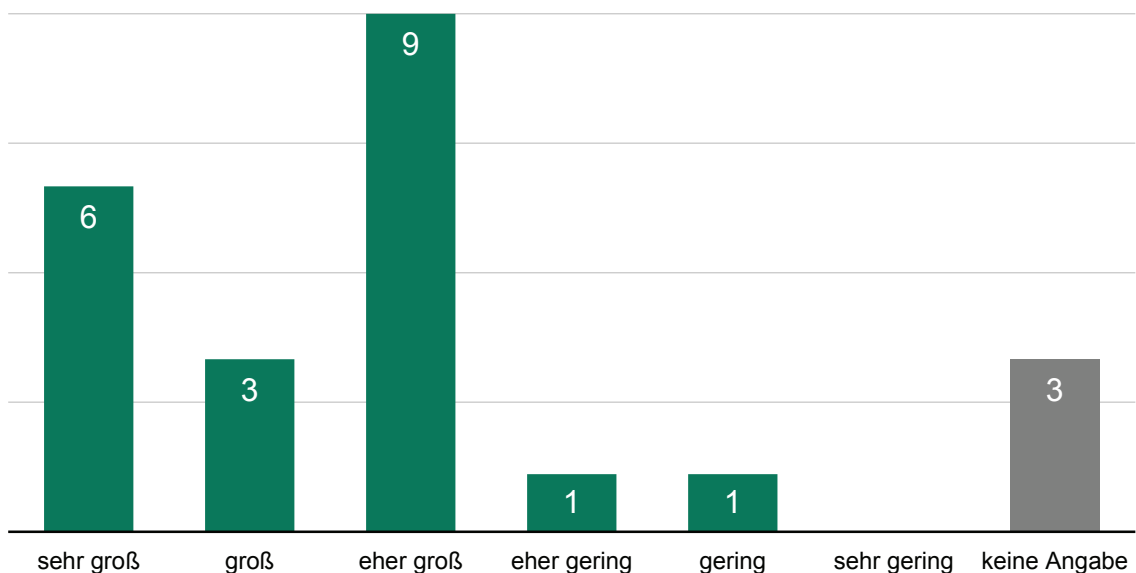
Wodurch wird Ihre Firmenkultur der Belegschaft bewusst vermittelt?



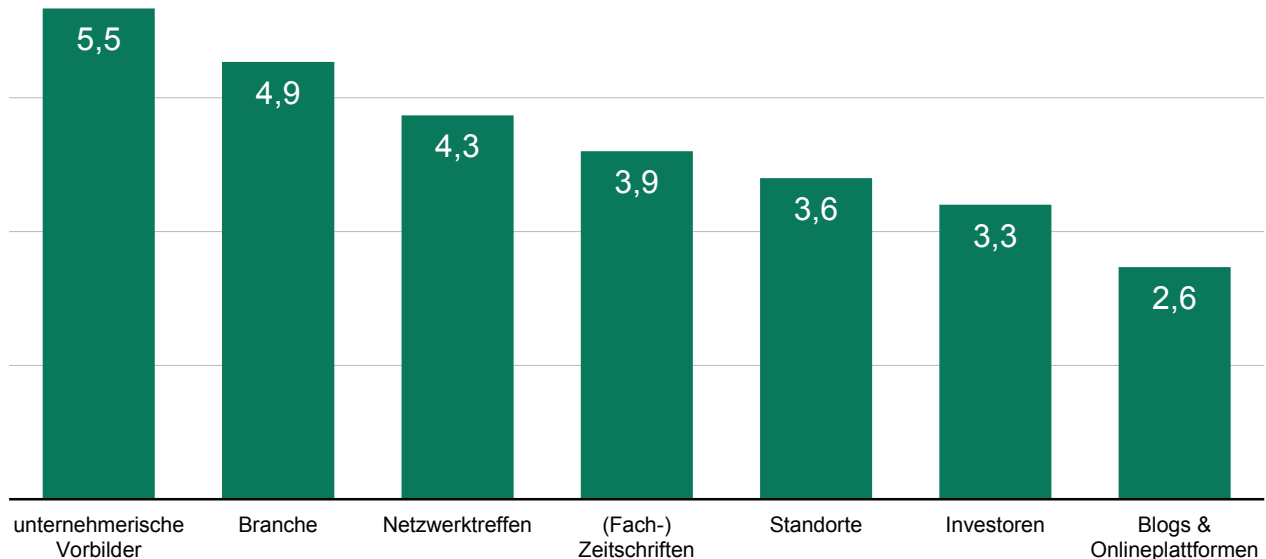
Die Faktoranalyse zeigt, dass besonders ein ausgeprägter Unternehmergeist und ein hohes Maß an Teamarbeit die entscheidendsten Aspekte der Start-Up-Kultur sind. Auch ein hoher kreativer Anspruch an die eigenen Projekte zeichnet die Arbeit in einem Start-Up aus. Work-Life-Balance und eine hohe Vergütung spielen nur ungeordnete Rollen. Erstaunlicherweise sind flache Hierarchien kein Merkmal von Start-Up-Unternehmen.

Vermittelt wird die Firmenkultur häufig durch interne Seminare und auf Betriebsfesten. Besonders wichtig ist die Firmenkultur für die Innovationskraft der Unternehmen. Mehr als Dreiviertel der Studienteilnehmer geben an, dass ihre Kultur einen großen Einfluss auf ihre Innovationsfreude hat.

Wie groß ist der Einfluss der Firmenkultur auf Ihre Innovationsfreude?



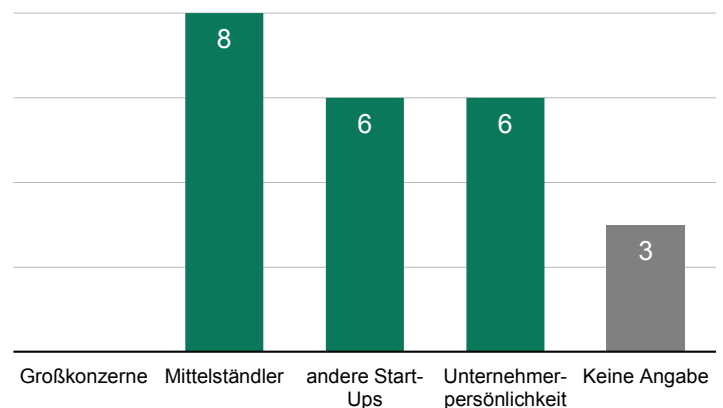
Was beeinflusst die Firmenkultur Ihres Start-Ups?



Anhand einer Faktoranalyse konnten wir ermitteln, dass unternehmerische Vorbilder den größten Einfluss auf junge Start-Up-Unternehmer ausüben. Auch die Branche, in der das Unternehmen tätig ist, und der Kontakt zu anderen Firmen durch Netzwerktreffen sind wichtige Einflussfaktoren auf die Firmenkultur.

Anstatt sich großen Konzernen zu orientieren, blicken viele Nachwuchsunternehmer tendenziell eher auf mittelständische Unternehmen.

An welchen Vorbildern orientieren Sie sich?



Danksagung

Die Erhebung der Geschäftsklimastudie OWL 2015 wurde unterstützt von:



Das Projektteam dankt allen Unternehmen, die an der Studie teilgenommen haben!

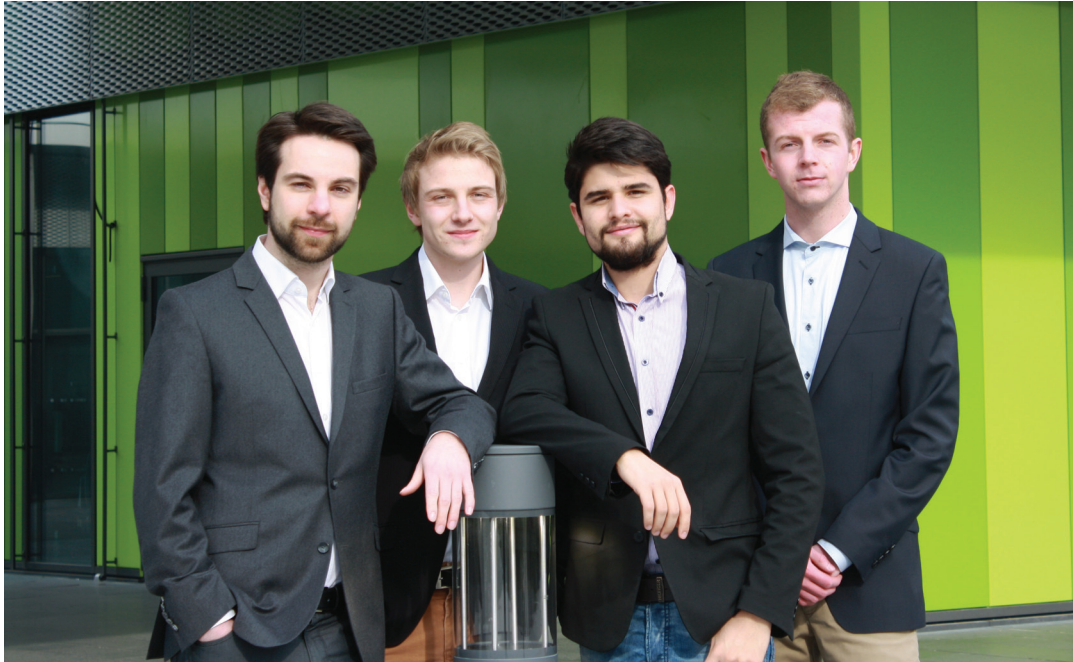
Darüber hinaus bedanken wir uns herzlich bei Prof. Dr. Dr. Sinn und Prof. Dr. Wollmershäuser vom ifo Institut für Wirtschaftsforschung für Ihre Hilfe bei der Interpretation der Ergebnisse.

Zudem wurde das Projektteam tatkräftig unterstützt von Yanniah Pelzer, Alexander Rüsing und Sarah Hofmann.

Unser ganz besonderer Dank gilt Jule Adriaans, die uns mit ihrem statistischen Fachwissen und ihrer Forschungserfahrung wertvolle Unterstützung gab!

Wenn Sie bei den kommenden Erhebungen mitmachen möchten, wenden Sie sich bitte an: gks@stunt-bielefeld.de

Das Projektteam



Phillip Marsell, Lennart S. Grosch (Projektleiter), Inanc Aksakal, Gerrit Schlüter (v.l.n.r., nicht im Bild: Peter Vogel)

Alle Rechte vorbehalten. © Copyright by STUNT e.V. - Studentische Unternehmensberatung Bielefeld. Das vorliegende Werk unterliegt dem Urheberrecht von STUNT e.V. - Studentische Unternehmensberatung Bielefeld.

Eine Verwendung und Verbreitung des Materials zu nichtkommerziellen Zwecken ist eingeschränkt möglich.

Jede Reproduktion, Vervielfältigung, elektronische Verarbeitung und Verbreitung der Studie oder Teilen der Studie ist nur zulässig, wenn sie STUNT e.V. - Studentische Unternehmensberatung Bielefeld als Urheber der Ergebnisse klar erkennen lassen.

Für Fragen und Anregungen wenden Sie sich bitte an:
gks@stunt-bielefeld.de

Impressum

Name und Anschrift des Herausgebers:

STUNT e.V. - Studentische Unternehmensberatung Bielefeld
Universitätsstraße 25
33615 Bielefeld

Vorstand: Phillip Marsell, Patrick Mönkemöller, Nicole Ziemnicki
Sitz des Vereins: Bielefeld
Registergericht: Amtsgericht Bielefeld 20 VR 3483
Telefon: 0521 - 106 33 89
E-Mail: info@stunt-bielefeld.de
Internet: www.stunt-bielefeld.de
Facebook: www.facebook.com/STUNT.Bielefeld
Xing: www.xing.com/companies/stunte.v.-studentische-unternehmensberatungbielefeld

Druck:

Flyeralarm GmbH
Alfred-Nobel-Str. 18
97080 Würzburg

www.flyeralarm.de

Gedruckt im: April 2015

Projektleitung:
Phillip Marsell
Timo Nagel
Ressort Kundengewinnung

Redaktion und Layout:
Lennart S. Grosch
Yanniah Pelzer

Haftungshinweis, Copyright und Urheberrechte

Haftung für externe Links: Trotz sorgfältiger inhaltlicher Kontrolle übernehmen wir keine Haftung für die Inhalte externer Links. Für den Inhalt der verlinkten Seiten sind ausschließlich deren Betreiber verantwortlich. Zum Zeitpunkt der Linksetzung waren auf diesen Seiten keinerlei Rechtsverstöße ersichtlich.

Copyright 2015 STUNT e.V. - Studentische Unternehmensberatung Bielefeld. Alle Beiträge sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung wie Nachdruck, Vervielfältigung, elektronische Verarbeitung und Übersetzung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der Zustimmung des Herausgebers.

Deckblatt: Sparrenburg (Bielefeld Marketing GmbH)