

# Studie „Beratung – Sinnvolle Hilfe oder Geldverschwendung“

Ergebnisse des BDS/DGV-Stimmungstest



1. Kernaussagen
2. Rahmendaten zum Stimmungstest
3. Spezifikation der Umfrageteilnehmer
4. Repräsentativität und Vergleichbarkeit
5. Umfrageergebnisse im Detail
6. Checkliste Mittelstandsberater

© Bund der Selbständigen  
Deutscher Gewerbeverband  
Landesverband Bayern e.V.

Kontakt: Thomas Schörg  
Telefon: 089/54056-215, Telefax: 089/5026493  
e-Mail: [thomas.schoerg@bds-bayern.de](mailto:thomas.schoerg@bds-bayern.de)



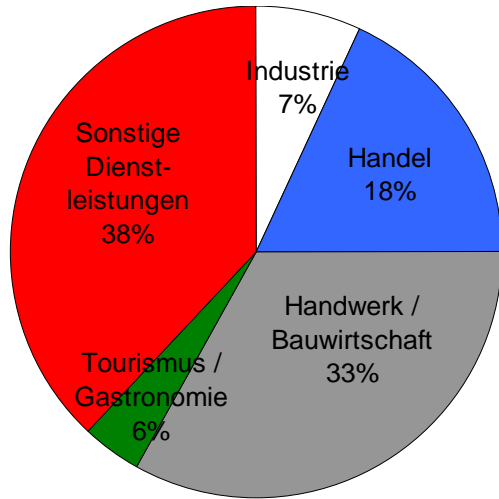
# 1. Kernaussagen

- Nur jeder dritte Mittelständler hat beim Umgang mit Beratern Routine. 4 von 10 haben sich noch nie beraten lassen.
- Steuerberater und Rechtsanwälte genießen im Mittelstand ein „institutionalisiertes“ Vertrauen, das sich nicht vollständig durch die konkrete Zufriedenheit mit der Beratung erklären lässt.
- Der Steuerberater ist der externe Helfer Nummer 1. Dieser Trend ist durch das extrem hohe Vertrauen und gute Beratungszufriedenheit selbsterhaltend und selbstverstärkend.
- Mittelständler nehmen Beratungsleistungen nicht systematisch in Anspruch.
- Lediglich in den Bereichen Steuern und Recht lässt sich von signifikanten Erfolgen der Beratung sprechen, die sich in der Zufriedenheit ausdrücken.
- Es scheint eine Kommunikations- und Kooperationslücke zwischen Beratern und Unternehmern zu geben, dokumentiert durch die oftmals kritisierte Maßnahmenvorschläge.
- Die Indikatoren Konzeption, Empfehlung und persönlicher Kontakt sind für die Auswahl entscheidend.
- Angesichts der ernüchternden Projekterfolge scheint es Schwächen beim Auswahlverfahren und der Zielformulierung zu geben.
- Die Fokussierung auf die Konzeption und das Vertrauen bei der Beraterauswahl sind bedenklich: Konzepte sind schwer und nur mit entsprechender Erfahrung bewertbar. Vertrauen steht in keinem direkten Zusammenhang mit Qualität und Erfolgswahrscheinlichkeit.
- Mit steigender Unternehmensgröße steigt auch die Beratungsaffinität, manifestiert durch eine oftmals höhere Zufriedenheit mit der Beratung.
- Finanz-, Bank- und Unternehmensberater haben ein erhebliches Imageproblem.
- Der Handel ist eine besonders beratungskritische Branche.

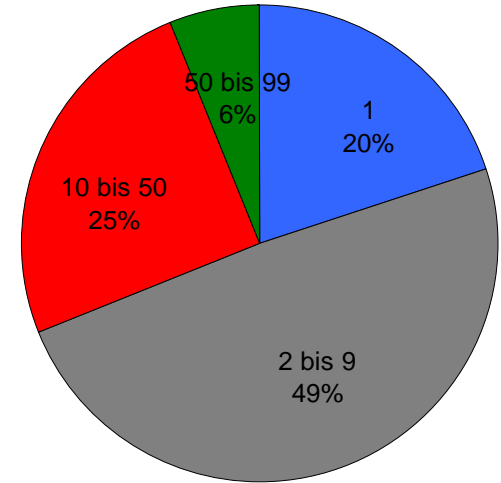
## 2. Rahmendaten zum Stimmungstest

- Der BDS/DGV-Stimmungstest wird in Form einer schriftlichen Umfrage halbjährlich unter den derzeit rund 22.000 BDS/DGV-Mitgliedsunternehmen aller Branchen durchgeführt.
- Der aktuelle Stimmungstest gliedert sich in die Teile: A (Altersvorsorge), B (Wirtschaftliche Lage) und C (Beratung). Teil A und B sind nicht Bestandteil dieser Studie.
- Befragungszeitraum war von Ende Juli bis Ende August 2007.
- Die wissenschaftliche Leitung hat Prof. Dr. Karlheinz Zwerenz von der Hochschule München.
- Die 660 Mitgliedsunternehmen, die sich an der Umfrage beteiligt haben, beschäftigen im Durchschnitt 16 Mitarbeiter.
- 60 Prozent firmieren als Einzelunternehmen, 19 Prozent als Personengesellschaft und 21 Prozent als Kapitalgesellschaft.
- Das durchschnittliche Alter der Betriebe beträgt 27 Jahre, das der Betriebsinhaber 50 Jahre.
- Die Befragten sind zu 81 Prozent männlich und zu 19 Prozent weiblich.

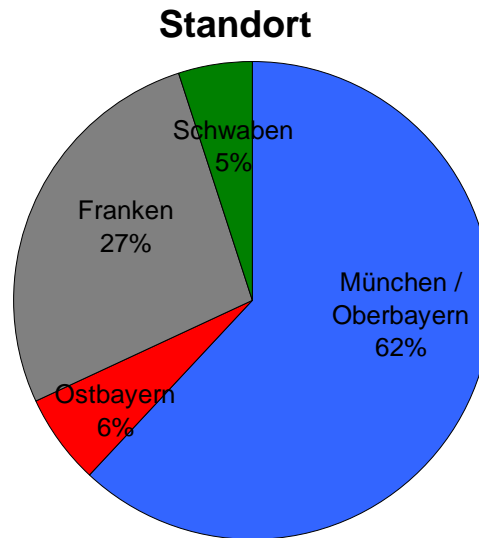
### 3. Spezifikation der Umfrageteilnehmer



**Branchenverteilung**



**Größe / Mitarbeiterzahl**



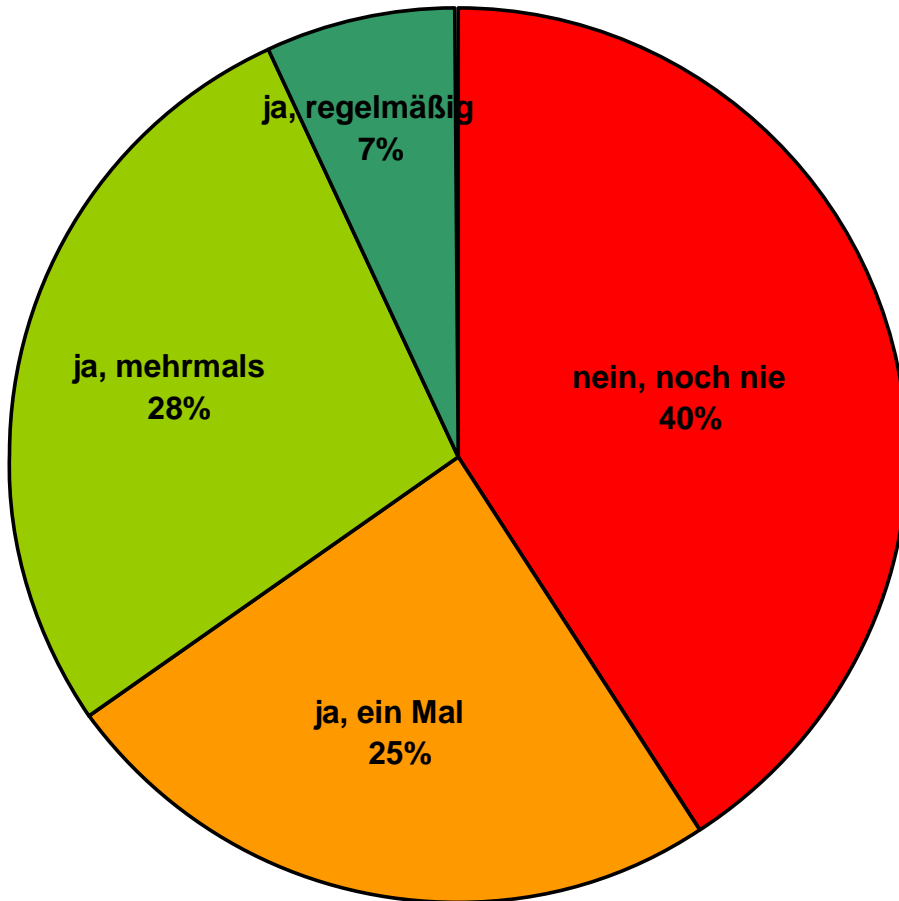
**Standort**

## 4. Repräsentativität und Vergleichbarkeit

	Kriterium / Bezugsgröße	BDS/DGV	Bayern
Branche	Industrie	=	=
	Handel	-	=
	Handwerk / Bauwirtschaft	+	=
	Tourismus / Gastronomie	=	=
	Sonstiges / Dienstleistungen	=	=
Größe	0 – 9 Mitarbeiter	=	-
	10 – 50 Mitarbeiter	=	=
	> 50 Mitarbeiter	=	+
Standort	München / Oberbayern	+	+
	Ostbayern	-	-
	Franken	+	-
	Schwaben	-	-

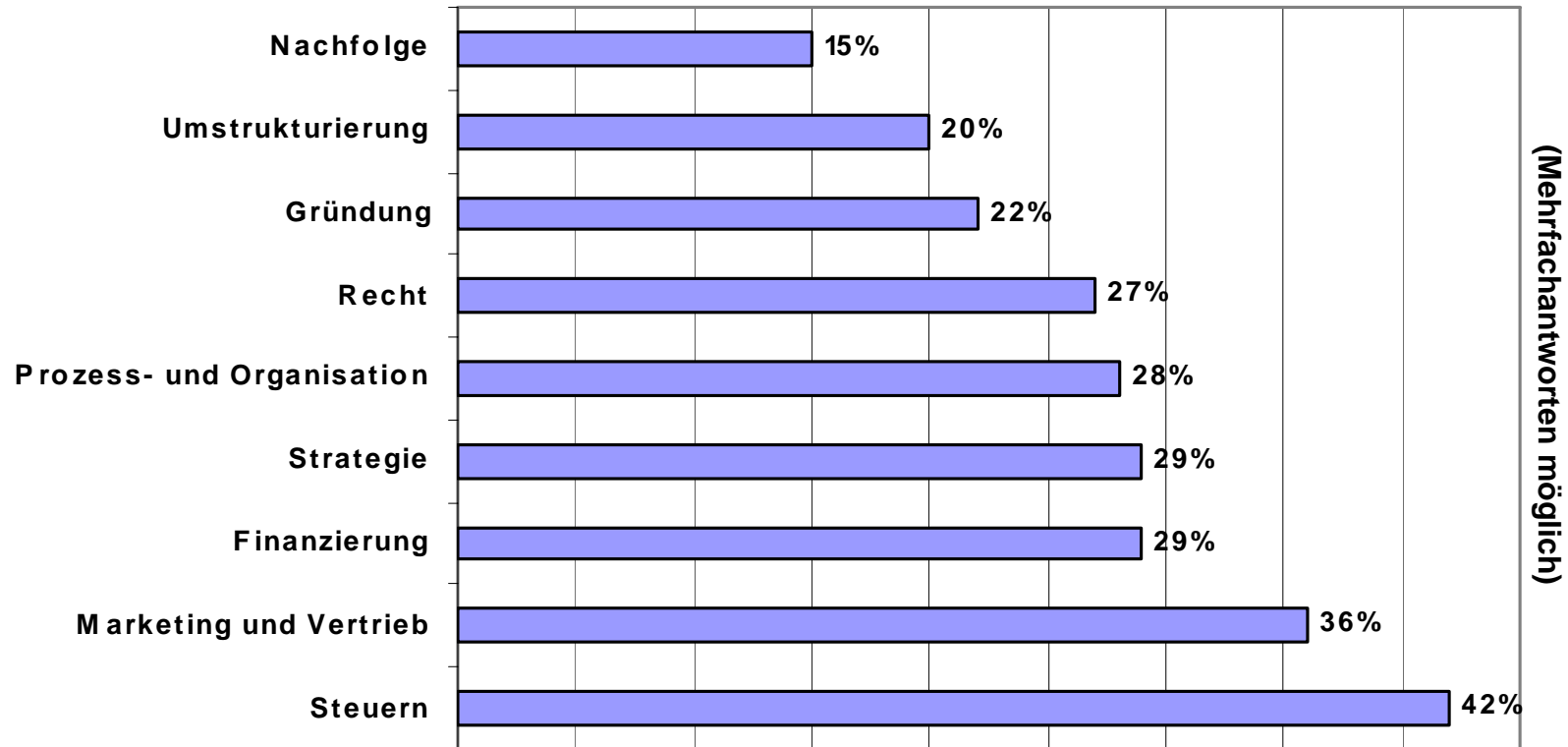
- Toleranzintervall von 5%
- = (Spezifikation der Umfrageteilnehmer im Toleranzintervall), + (überrepräsentiert), – (unterrepräsentiert)
- repräsentative Aussagen für die Regionen sind auf der Basis der Umfragewerte nur bedingt möglich

## 5.1 Hat Ihr Unternehmen schon einmal ein professionelles Beratungsangebot genutzt?



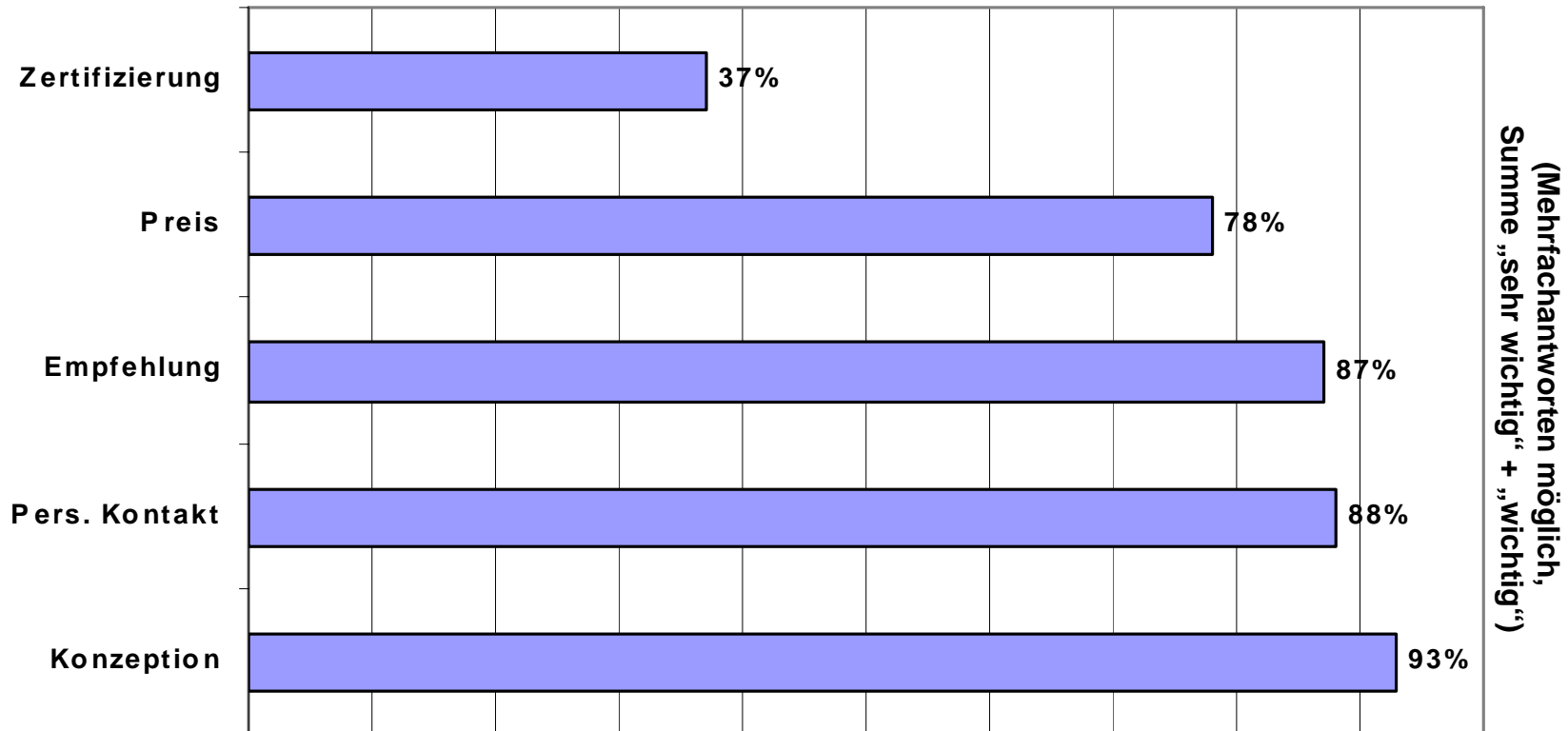
- Für jedes dritte Unternehmen ist der Umgang mit Beratern Routine.
- Für ein Viertel aller mittelständischen Unternehmer und Selbständigen ist der Berater ausschließlich ein punktueller Problemlöser.
- 4 von 10 Unternehmen haben sich noch nie beraten lassen. Angesichts der Einbeziehung steuerlicher und rechtlicher Beratungen ein überraschend niedriger Wert, der auf eine defensive Beratungskultur schließen lässt.
- Mit steigender Unternehmensgröße wächst auch die Beratungsaffinität.
- Der Handel ist besonders zurückhaltend bei der Inanspruchnahme von Beratungsleistungen, die Industrie besonders aufgeschlossen.
- Alter und Geschlecht des Unternehmers bzw. des Selbständigen haben keinen Einfluss auf die Beratungsneigung.

## 5.2 Welche (n) Grund (Gründe) gab es für die Inanspruchnahme von Beratungsleistungen?



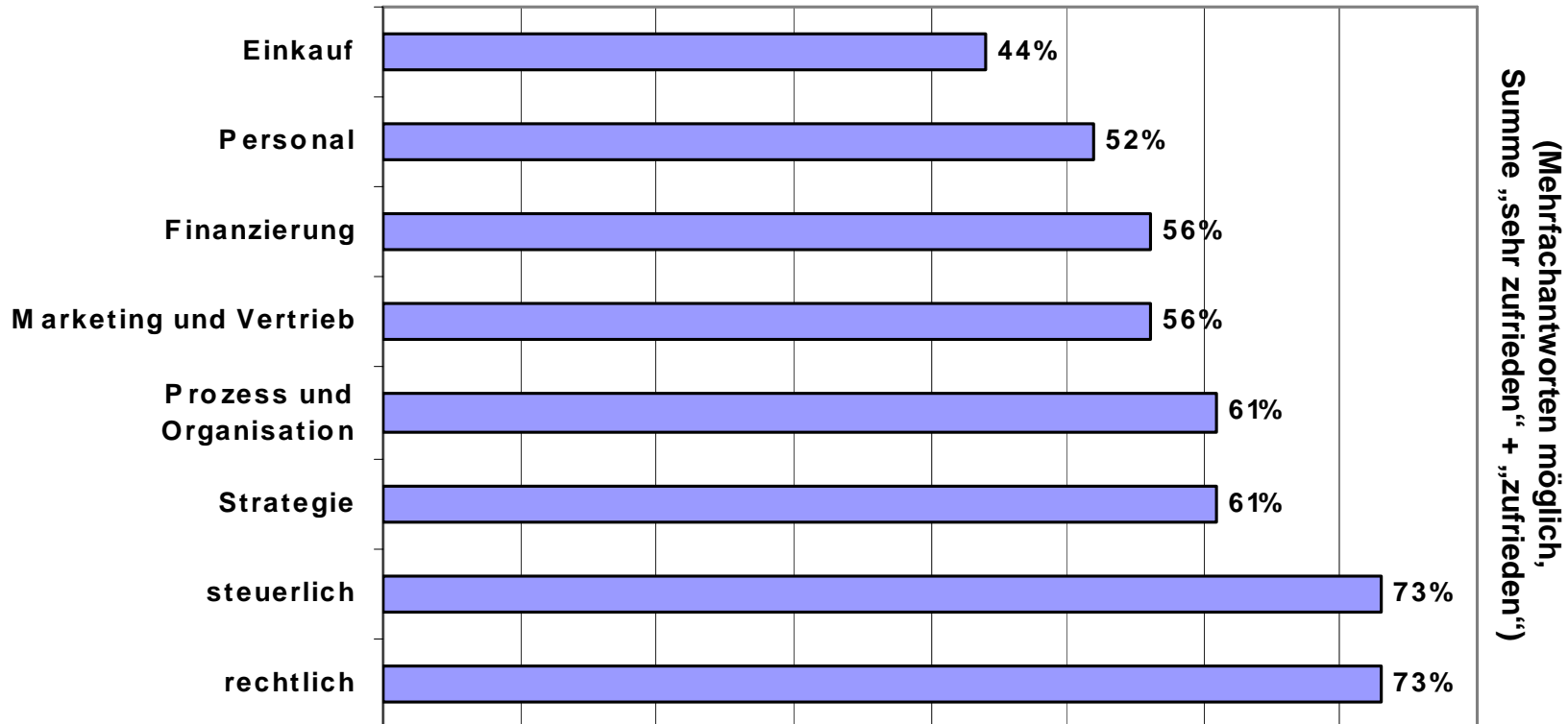
- Steuerliche Fragen sind ein wiederkehrendes Thema, das professionelles Know-how erfordert. Trotzdem verzichteten fast 60% darauf.
- Marketing und Vertrieb sind die traditionellen Schwächen des Mittelstandes.
- Finanzierung, Recht und Gründung als Gründe für eine Beratung bleiben hinter der theoretisch zu erwartenden Bedeutung dieser Beratungsleistungen zurück.
- Die Differenzierung der Beratungsgründe nach Unternehmensgröße und Branche deckt sich mit der Differenzierung der Beratungsentscheidung.

## 5.3 Wie wichtig sind für Sie die folgenden Merkmale bei der Entscheidung für ein Beratungsangebot?



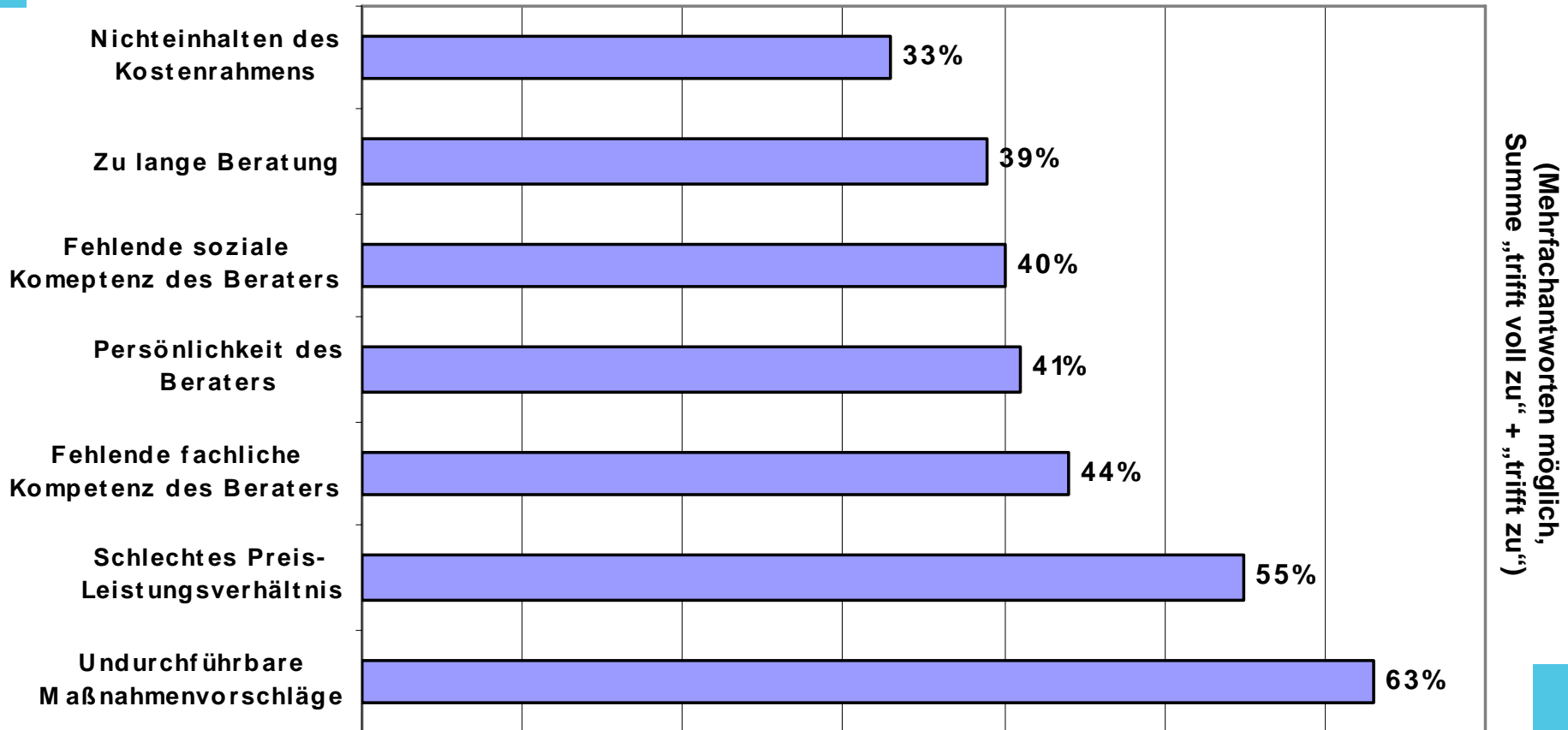
- Die Schlüssigkeit der Konzeption und „vertrauensbezogene“ Indikatoren wie persönlicher Kontakt und Empfehlungen sind entscheidend.
- Der Preis der Beratung ist zwar wichtig, jedoch nicht dominierend.
- Die Zertifizierung von Beratungsangeboten fristet eher ein Schattendasein, was auf eine mangelnde Akzeptanz bzw. mangelndes Vertrauen in vorhandene Angebote schließen lässt.
- Die Wertigkeit der Entscheidungsmerkmale ist größtenteils unabhängig von der Unternehmensgröße bzw. Branche.

## 5.4 Wie zufrieden waren Sie mit folgenden Beratungsangeboten?



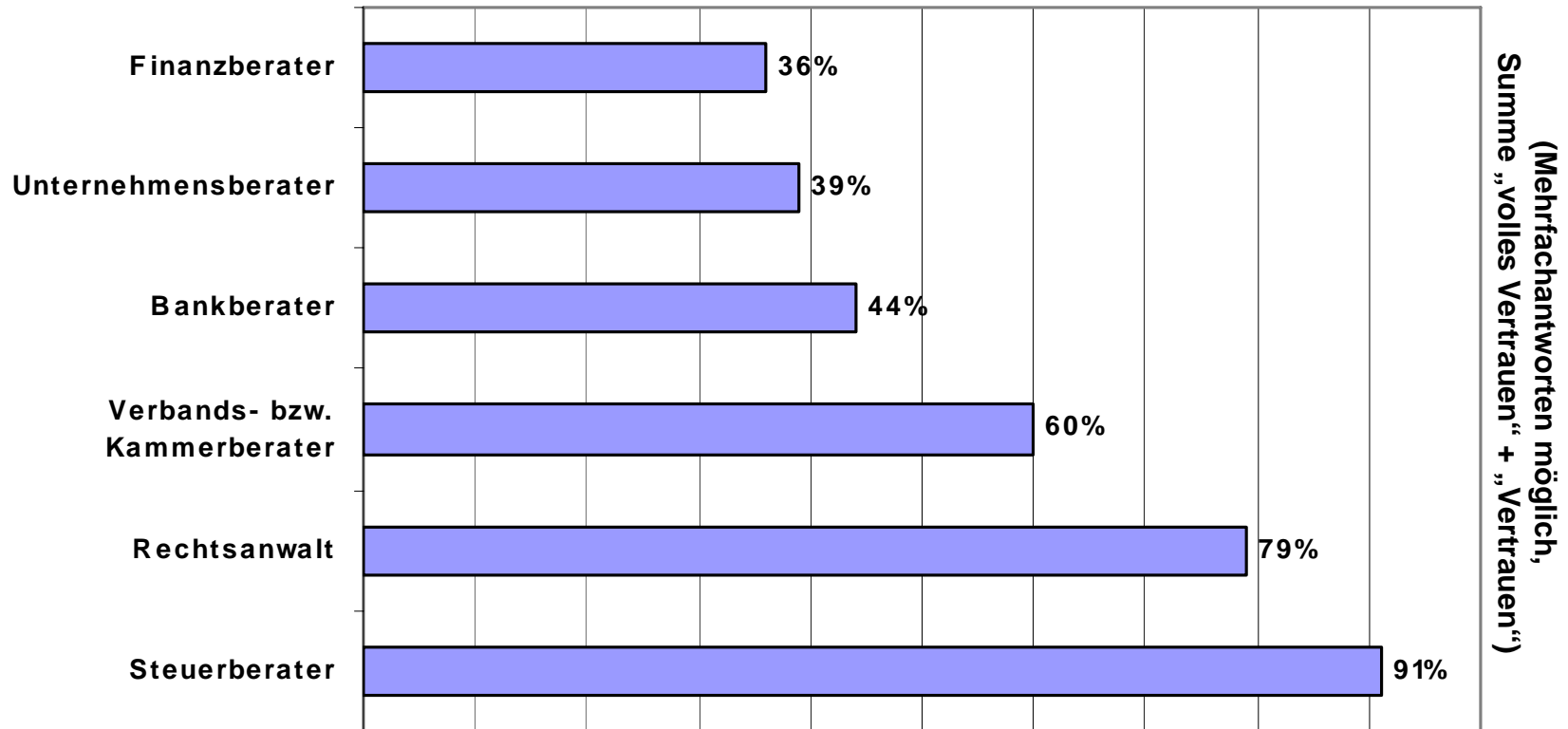
- Die Zufriedenheit ist bei steuerlicher und rechtlicher Beratung am höchsten. Dies ist ein Hinweis auf die Professionalität der beiden Beratergruppen sowie auf einen einfacheren Beratungsgegenstand (Keine exogenen Faktoren in der Problemlösung).
- Mit häufigerer Inanspruchnahme von Beratungsangeboten steigt auch die Zufriedenheit.
- Größere Unternehmen sind oftmals zufriedener als kleine Unternehmen und Solo-Selbständige.
- „Sehr zufrieden“ sind selbst mit der steuerlichen und rechtlichen Beratung knapp ein Viertel.

## 5.5 Warum waren Sie mit dem Beratungsangebot nicht zufrieden?



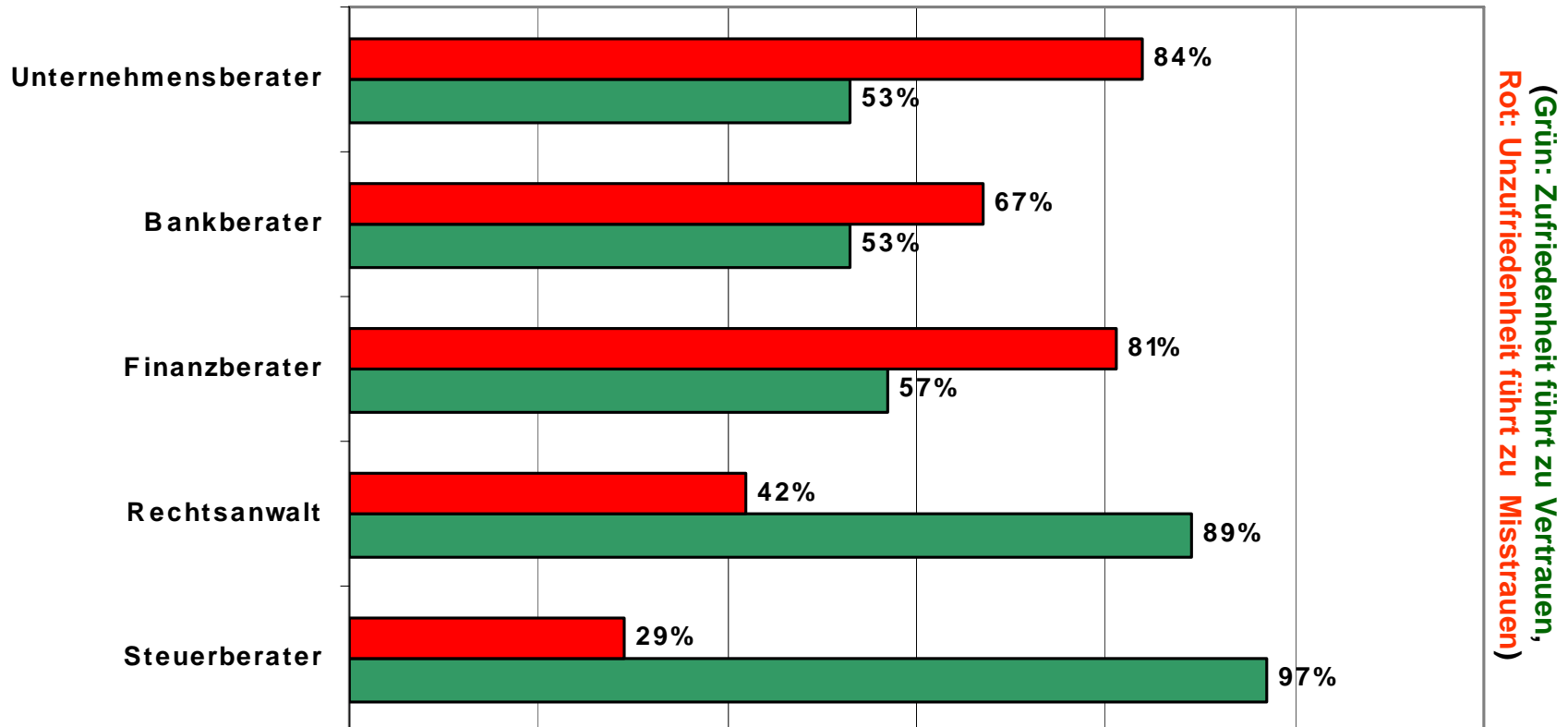
- Die Umsetzungsorientierung ist der Schlüssel zur erfolgreichen Beratung im Mittelstand.
- Das Preis-Leistungsverhältnis ist zwar wichtig, aber nicht dominierend.
- Der Trend bei der Beratungszufriedenheit hinsichtlich der Unternehmensgröße bestätigt sich. Je größer das Unternehmen, desto besser ist das „Beratungszeugnis“.
- Der Handel ist die kritischste Branche, Dienstleister dagegen sind positiv.

## 5.6 Wie viel Vertrauen haben Sie zu den nachfolgenden Beratern?



- Fast jeder Unternehmer bzw. Selbständiger vertraut seinem Steuerberater. Dieser spielt eine Schlüsselrolle beim „Zukauf externer Kompetenz“.
- Ähnlich hohes Vertrauen genießen die Rechtsanwälte als „zweite Säule“ der Beratung.
- Das Image von Bankberatern ist bemerkenswert schlecht, das Vertrauen in Unternehmens- und Finanzberater alarmierend gering.
- Das Vertrauen ist weder abhängig von der Unternehmensgröße noch von der Beratungshäufigkeit.

## 5.7 Welchen Einfluss hat die Beratungszufriedenheit auf das Vertrauen zum Berater?



- Das Vertrauen in Steuerberater und Rechtsanwälte ist so hoch, dass selbst die Unzufriedenheit mit der Beratung nur bei 29% (Steuerberater) bzw. 42% (Rechtsanwalt) zu einem konkreten Vertrauensverlust führt. Allerdings hat die Zufriedenheit einen unmittelbaren Einfluss auf das Vertrauen (Steuerberater: 97%, Rechtsanwalt: 89%).
- Bei Finanz-, Bank- oder Unternehmensberatern wirkt sich die Unzufriedenheit erheblich bis massiv auf das Vertrauen aus.

## 6. Checkliste Mittelstandsberater

1. **Viele Mittelständler haben wenig Vertrauen zu Beratern (Ausnahmen: Steuerberater und Rechtsanwälte). Kleine Unternehmen und Solo-Selbständige sind besonders zurückhaltend. Vertrauensbildende Maßnahmen sind daher enorm wichtig.**
2. **Viele Mittelständler haben keine Routine im Umgang mit Beratern. Machen Sie daher die Inhalte sowie die Vorgehensweise Ihrer Beratungsleistung von Anfang an transparent.**
3. **Die Bedeutung von Beratungsangeboten wird vom Mittelstand oftmals als gering eingeschätzt. Weisen Sie daher deutlich auf mögliche Chancen hin.**
4. **Das persönliche Umfeld spielt bei der Beraterwahl eine entscheidende Rolle. Nutzen Sie daher die Möglichkeiten von Unternehmernetzwerken zur Kundenaquise.**
5. **Legen Sie ein großes Augenmerk auf Ihr individualisiertes Beratungskonzept. Es ist das entscheidende Kriterium der Beraterauswahl.**
6. **Bilden Sie nach Möglichkeit Netzwerke mit Steuerberatern und Rechtsanwälten. Beide Berufsgruppen genießen ein hohes Ansehen im Mittelstand und können so Ihr Türöffner sein.**
7. **Der Preis ist zwar sowohl bei der Beraterwahl als auch bei der Beratungszufriedenheit ein wichtiges Kriterium, er ist allerdings nicht dominierend.**
8. **Undurchführbare Maßnahmenvorschläge sind der häufigste Grund für unzufriedene Kunden. Befassen Sie sich daher eindringlich mit den Umsetzungsmöglichkeiten Ihres mittelständischen Kunden.**