

Kleinunternehmen im Fokus

Untersuchung von Geschäfts- und Gewerbekunden sowie kleineren Mittelständlern vor dem Hintergrund von COVID-19 Pandemie und Ukraine-Krieg





Ursprung und Verlauf der Kleinunternehmer-Studien

Die VR Smart Finanz führt gemeinsam mit dem CFin – Research Center for Financial Services seit 2019 regelmäßig Studien mit der Fokusgruppe Kleinunternehmen durch. Betrachtet werden hier die Cluster Geschäfts- und Gewerbetunden sowie der kleinere Mittelstand bis etwa sechs Millionen Euro Jahresumsatz. Der anfängliche Fokus lag auf den Eigenschaften und besonderen Anforderungen dieser anzahlstarken Zielgruppe. Seither werden verstärkt auch die Bedürfnisse der Kunden vor dem Hintergrund von aktuellen Krisen (COVID-19, Ukraine-Krieg) untersucht. Seit Mai 2019 konnten durch vier Studien mit insgesamt über 1.000 Teilnehmern umfangreiche Erkenntnisse erworben werden.

Zielsetzungen

- ➔ Erarbeitung eines tiefen Verständnisses über eine hochrelevante Zielgruppe
- ➔ Identifikation konkreter Auswirkungen von Krisensituationen auf die Kleinunternehmen
- ➔ Untersuchung des Investitions- und Finanzierungsverhaltens
- ➔ Betrachtung relevanter Trends, wie beispielsweise Nachhaltigkeit und Digitalisierung, im Firmenkontext

Key Learnings



1

Negative Auswirkungen der COVID-19 Pandemie gehen **sukzessive zurück**, Zukunftsaussichten von Kleinunternehmen stabilisieren sich

2

Pandemie führt zu einer Verschlechterung der **Liquiditätssituation** von Kleinunternehmen, adäquate **Finanzierungslösungen** als Chance für Firmen

3

Ukraine-Krieg hat Auswirkungen auf Großteil der Firmen, insbesondere **Energiekrise** und zunehmende **Inflation** werden wahrgenommen

4

Dennoch plant der überwiegende Teil **an Investitionsplänen festzuhalten**, **Fremdkapital** wird dabei zunehmend als **Katalysator** wahrgenommen

5

Für einen Großteil ist die **nachhaltige Ausrichtung des Geschäftsbetriebs** relevant, hier wird sowohl **fachliche als auch finanzielle Unterstützung** benötigt

1



Studienaufbau und Zielgruppe

2



Auswirkungen COVID-19 Pandemie und Ukraine-Krieg

3



Investition und Finanzierung

4



Nachhaltigkeitsaspekte im Firmenkontext

5

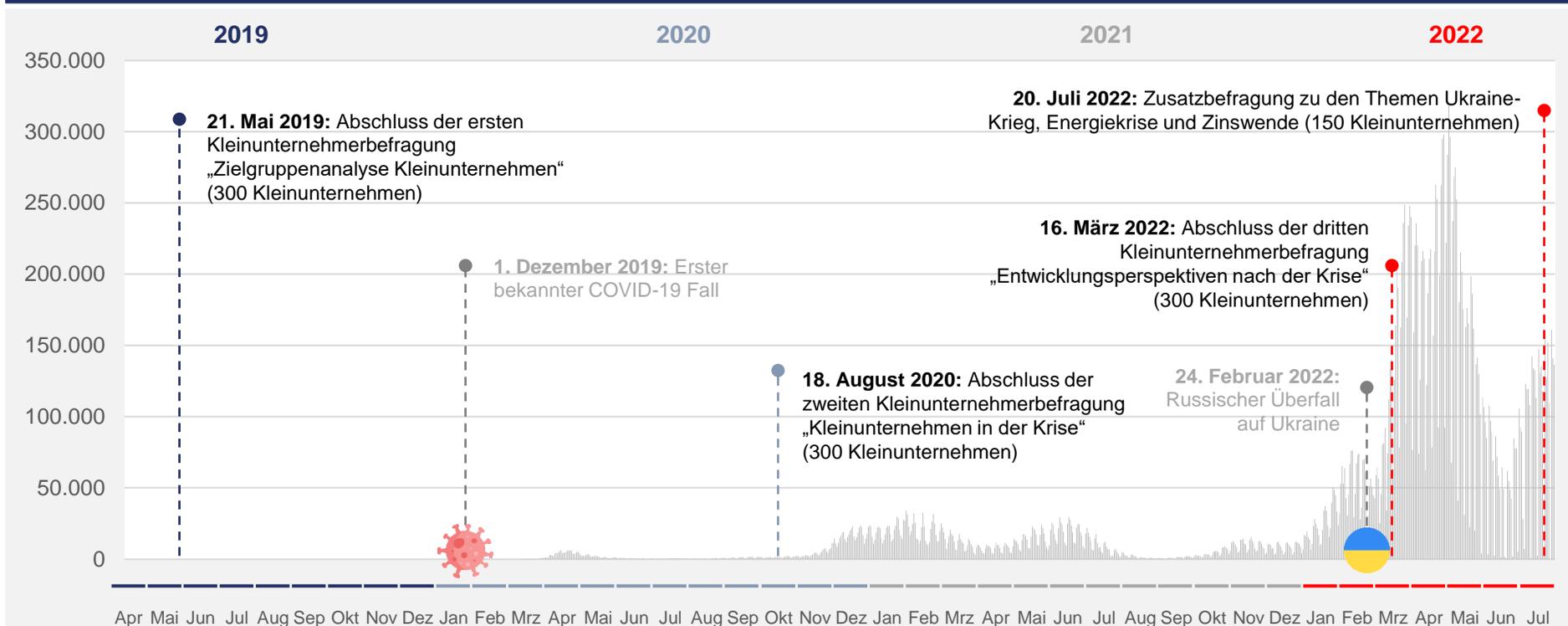


Digitalisierung und Kommunikationskanäle

Die Aktualisierung der Studie wurde gezielt zu einem Moment angestoßen, als strenge Corona-Maßnahmen gelockert wurden, Auswirkungen des Kriegs wurden über einen PulseCheck abgefragt

Zeitpunkte der Untersuchung

Untersuchungszeitraum und COVID-19 Fälle



Im Rahmen der durchgeführten Studien wurden insgesamt **1.050** Kleinunternehmen befragt

Die Segmentierungskriterien werden analog zu den Vorstudien angesetzt, um eine optimale Vergleichbarkeit und Kontinuität zu ermöglichen

Klassifizierung im Rahmen der Studie

Befragung von insgesamt 1.050 Firmenkunden/ Unternehmen



Geschäftskunden

Kriterium:

- Umsatz bis 250.000 Euro

- Geschäftskunden agieren in vielen Fällen ohne angestellte Mitarbeiter als „Solopreneure“ bzw. mit einem kleinen Mitarbeiterstamm
- Oftmals Einzelunternehmen in Form eines eingetragenen Kaufmanns (e.K.)
- Beispiele sind Fotografen, Designer oder kleinere Handwerksbetriebe

75% des Samples (2022)
70% (Statistisches Bundesamt)



Gewerbekunden

Kriterium:

- Umsatz von 250.000 bis 500.000 Euro

- Kleinere, meist regionale Unternehmen
- (Semi-)professionelle Mikrounternehmen und Kleinbetriebe
- Beschäftigen in der Regel bis zu fünf Mitarbeiter
- Beispiele sind Handwerksfirmen oder kleinere Handelsfirmen

10% des Samples (2022)
12% (Statistisches Bundesamt)



Mittelstand

Kriterium:

- Umsatz ab 500.000 Euro

- (Über-)regionale, mittelgroße Unternehmen mit größerer Belegschaft
- Unternehmen mit Internationalisierungstendenzen
- Mittelständler agieren branchenübergreifend und bedienen i.d.R. einen Kundenstamm von mehreren hundert Abnehmern

15% des Samples (2022)
18% (Statistisches Bundesamt)

1



Studienaufbau und Zielgruppe

2



Auswirkungen COVID-19 Pandemie und Ukraine-Krieg

3



Investition und Finanzierung

4



Nachhaltigkeitsaspekte im Firmenkontext

5



Digitalisierung und Kommunikationskanäle

Zukunftsaussichten durch Pandemie eingetrübt, aber weniger als 10% der Kleinunternehmen mit pessimistischer Einschätzung

Zukunftswahrnehmung



Geschäftskunden



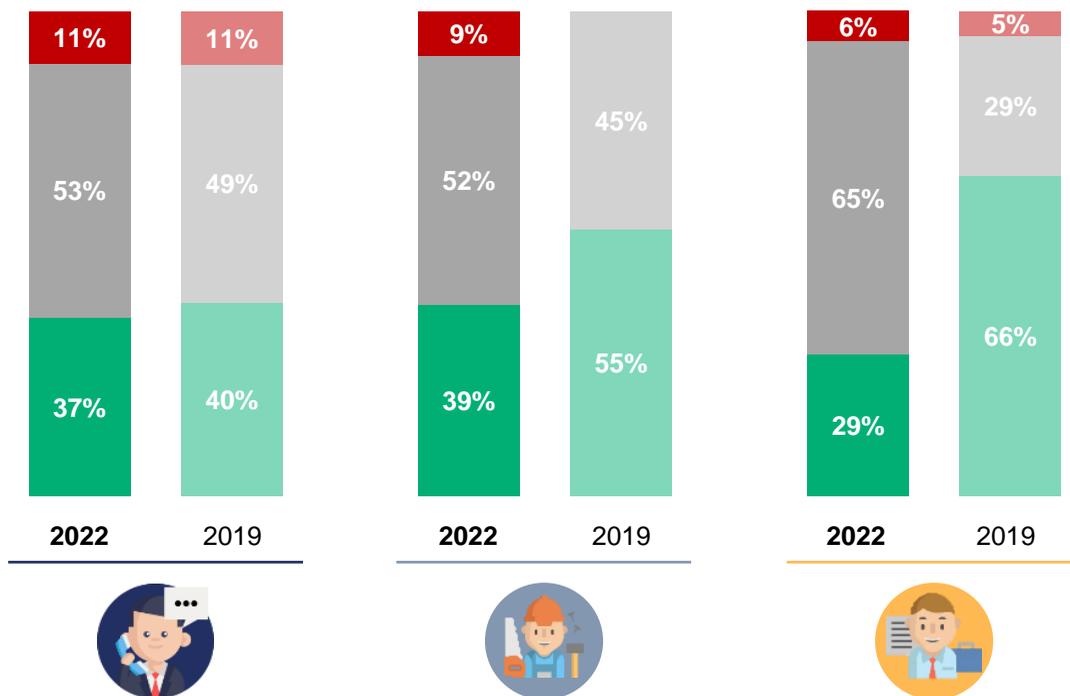
Gewerbekunden



Mittelstand

Einschätzung der wirtschaftlichen Situation für die kommenden drei Jahre

■ Positiv ■ Durchwachsen ■ Negativ



- Key Facts -

- Insgesamt Rückgang der „Positiv“-Wertungen, Geschäftskunden zeigen sich hier besonders robust
- Nur geringfügige Zunahme von Kleinunternehmen, die negativ in die Zukunft blicken
- Gewerbekunden und Mittelstand sehen die Zukunft tendenziell durchwachsener

Geschäftskunden zeigen kaum Verschlechterung des Ausblicks gegenüber 2019

Existenzängste durch Corona sind seit dem Beginn der Pandemie zurückgegangen, die Lage stabilisiert sich

Existenzängste



Geschäftskunden



Gewerbekunden



Mittelstand

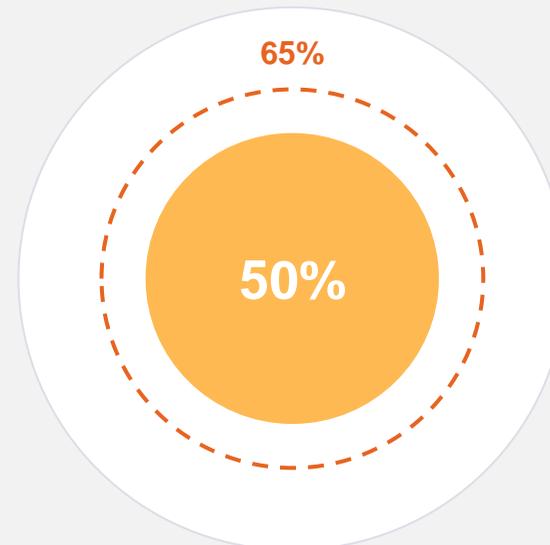
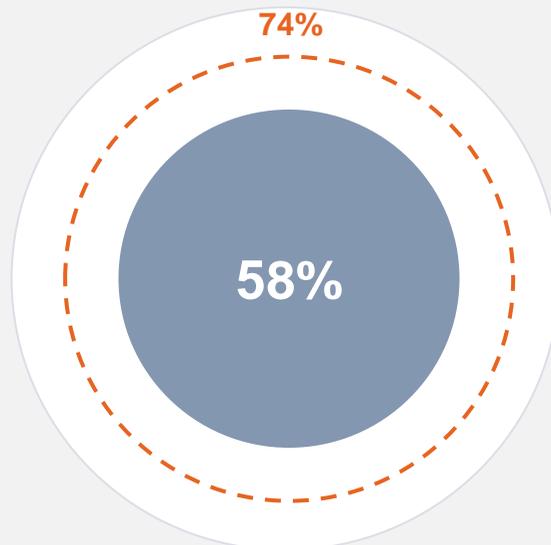
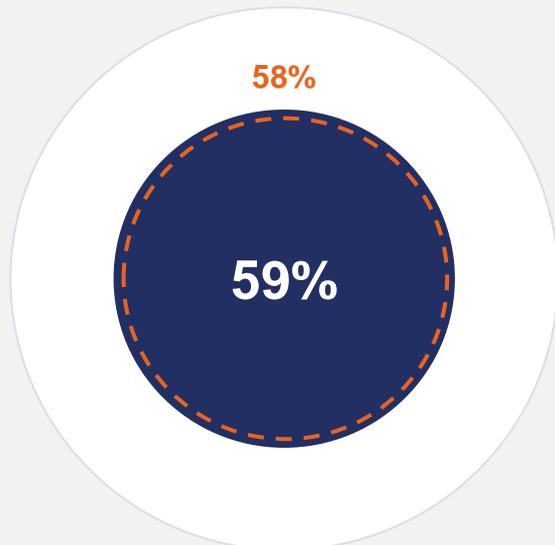
Existenzängste im Verlauf der COVID-19 Pandemie



Anteil mit Existenzängsten 2022



Anteil mit Existenzängsten 2020



Frage: Haben oder hatten Sie in den vergangenen sechs Monaten Existenzängste?

08/2020 (n = 300); 03/2022 (n = 300)

Liquiditätsengpässe haben in den vergangenen Jahren deutlich pandemiebedingt zugenommen, attraktive Finanzierungsangebote können Kleinunternehmen stützen

Liquidität



Geschäftskunden

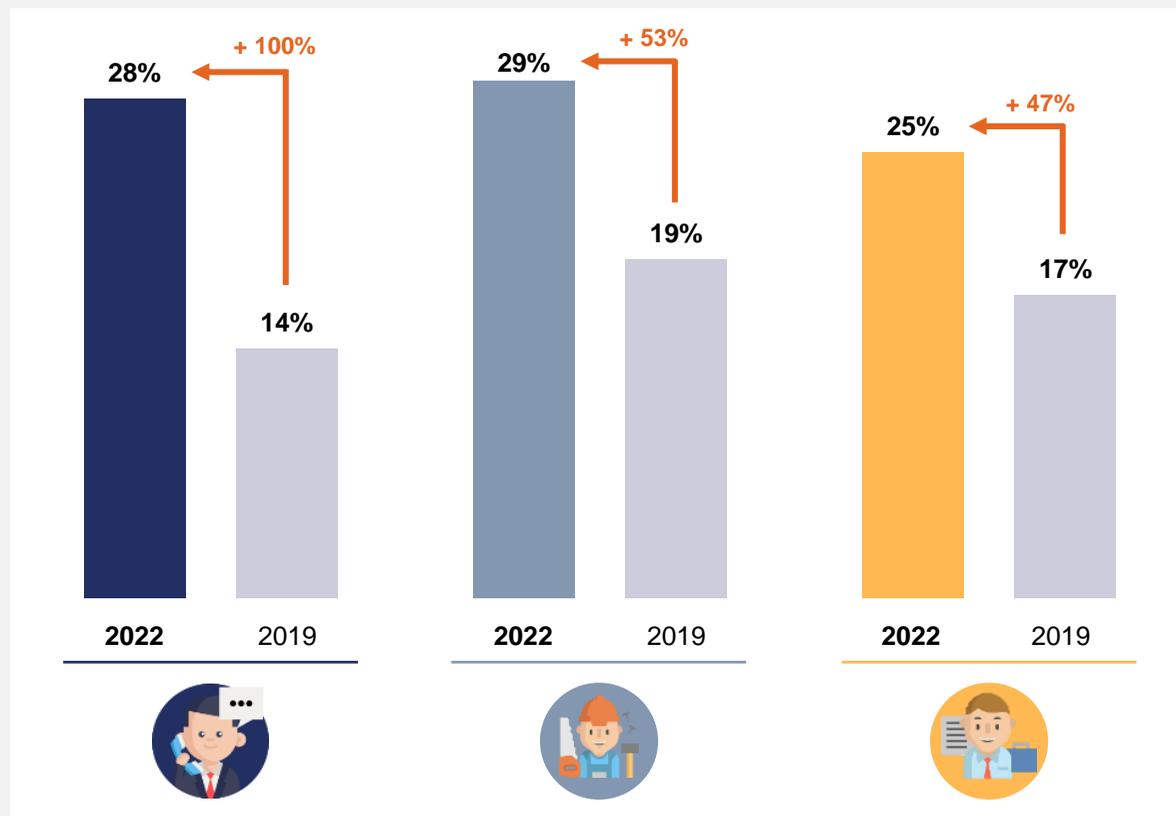


Gewerbekunden



Mittelstand

Liquiditätsengpässe vor und während der COVID-19 Pandemie



- Key Facts -

- Im Vergleich zum Zeitraum vor der COVID-19 Pandemie haben sich die Liquiditätsengpässe von Kleinunternehmen erhöht
- Geschäftskunden mit Verdoppelung der Fälle
- Attraktive und flexible Finanzierungsangebote mit hohem Potential, da Liquiditätssicherung wichtiges Ziel der Firmen ist

Insbesondere Kleinstfirmen sind von Liquiditätsengpässen betroffen

Etwa 70% der Kleinunternehmen gehen davon aus, die staatlichen Soforthilfen zurückzahlen zu können

Soforthilfen



Geschäftskunden

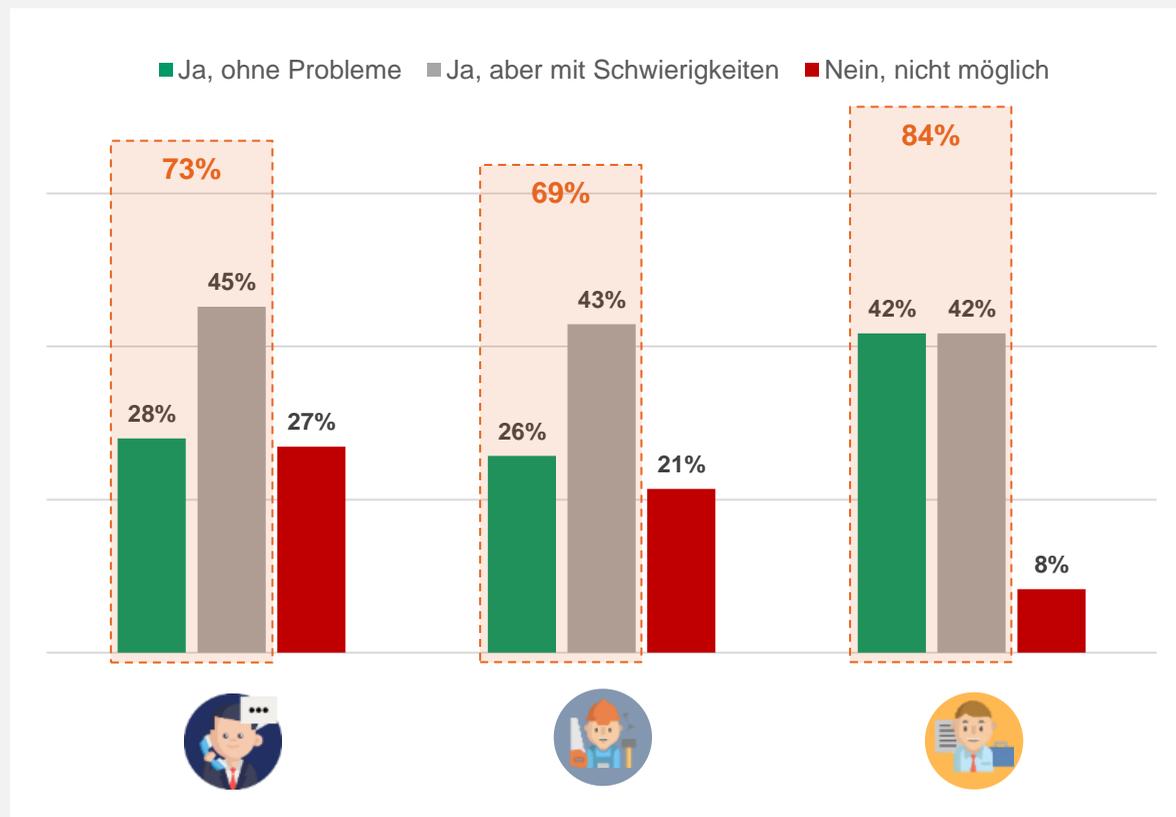


Gewerbekunden



Mittelstand

Rückzahlung staatlicher Soforthilfen



- Key Facts -

- 37% der Kleinunternehmen haben staatliche Soforthilfen in Anspruch genommen
- Überwiegender Teil geht davon aus, diese zurückzahlen zu können, wenn auch teils mit Schwierigkeiten
- Etwa ein Viertel sieht die Rückzahlung als nicht möglich an

Einige Kleinunternehmen werden Probleme bei der Rückzahlung von Soforthilfen haben

Bei mehr als zwei Dritteln der Kleinunternehmen hat sich die Auftragslage durch die Lockerungen stabilisiert oder im Vergleich zum Vorkrisenniveau sogar verbessert

Auftragslage nach Lockerungen



Geschäftskunden



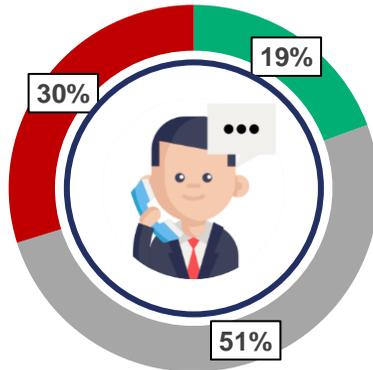
Gewerbekunden



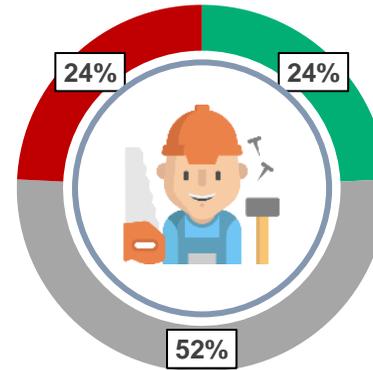
Mittelstand

Entwicklung der Auftragslage nach gelockerten Lockdown-Regelungen

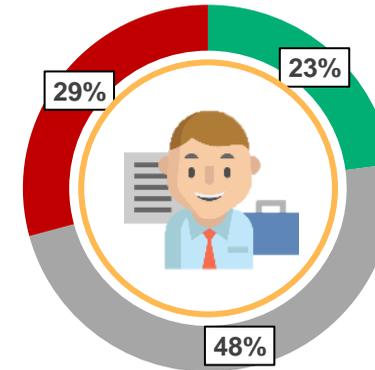
■ Bessere als vor der Pandemie ■ Gleichbleibend ■ Schlechter als vor der Pandemie



- Hälfte mit gleichbleibender Auftragslage
- Knapp jeder Dritte verschlechtert sich
- 19% verbessert



- Etwa je ein Viertel mit Verbesserung bzw. Verschlechterung
- 52% mit gleichbleibender Auftragslage



- Größerer Anteil mit Verschlechterung als Verbesserung der Auftragslage
- 48% geben eine gleichbleibende Situation an

Frage: Wie hat sich Ihre Auftragslage entwickelt, nachdem die strengen Lockdown-Regeln gelockert wurden?

Knapp die Hälfte aller Kleinunternehmen berichtet von Problemen in der Lieferkette durch COVID-19, insbesondere Mittelständler sind betroffen

Lieferketten



Geschäftskunden



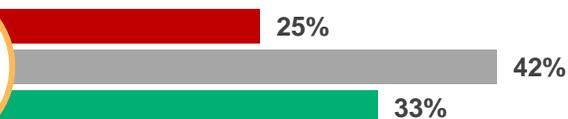
Gewerbekunden



Mittelstand

Probleme innerhalb der Lieferkette

■ Starke Probleme ■ Leichte Probleme ■ Keine Probleme



- Mit zunehmender Unternehmensgröße traten während der COVID-19 Pandemie verstärkt Probleme in der Lieferkette auf
- Während nur 41% der Geschäftskunden mit Probleme zu kämpfen hatten, waren es im Mittelstand 67%
- Im Mittel berichten 46% aller Kleinunternehmen von Problemen

Je größer das Unternehmen, desto stärker treten Lieferkettenprobleme auf

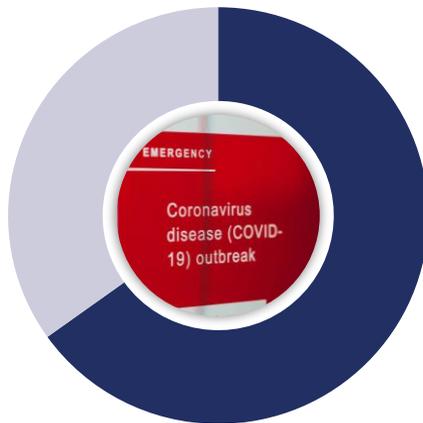
Frage: Haben Sie während der Pandemie Probleme in Ihrer Lieferkette wahrgenommen?

Knapp zwei Drittel der Kleinunternehmen sind der Ansicht, dass die Pandemie langfristig zu einer stärkeren Belastung für sie führt als der Ukraine-Krieg

Einflussfaktoren im Vergleich

Stärke des Einflusses von COVID-19 Pandemie und Ukraine-Krieg im Vergleich

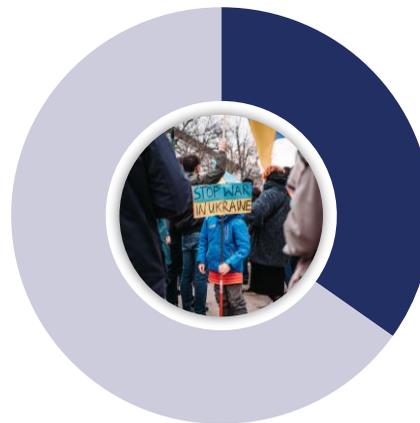
- COVID-19 Pandemie -



65%

erwarten stärkere
Folgen durch die
Pandemie

- Ukraine-Krieg -



35%

erwarten stärkere
Folgen durch den
Ukraine-Krieg

- Key Facts -

- COVID-19 Pandemie als langfristige Beeinträchtigung von Kleinunternehmen
- Knapp zwei Drittel sehen hieraus langfristig eine stärkere Belastung als durch den Krieg
- Die tatsächliche Schwere der Auswirkungen indirekter Folgen (u.a. Energiekrise, Handelsketten) bleibt abzuwarten

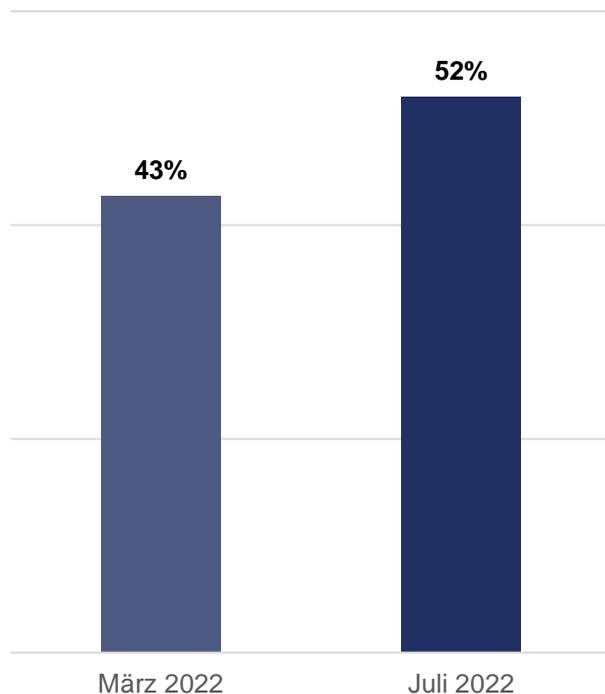
Aktuell bewerten Unternehmen die langfristigen Folgen durch die Pandemie als gravierender

Die Hälfte der Kleinunternehmen geht von einer Stabilisierung oder sogar Verbesserung der Situation in den kommenden Monaten aus, jeder vierte Kunden ist pessimistischer

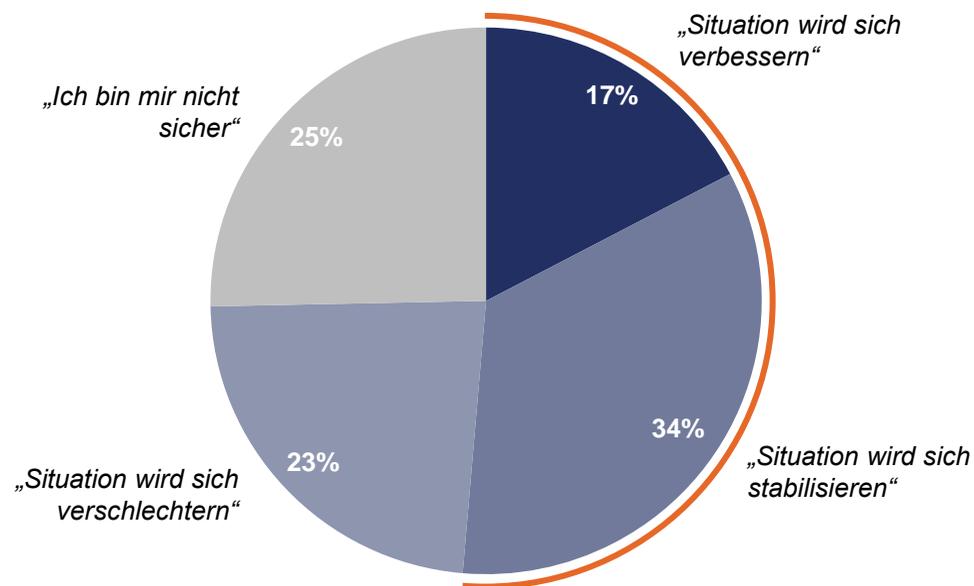
Belastungen durch den Krieg (1/2)

Wahrgenommene Belastungen durch den Ukraine-Krieg

- Veränderung im Zeitverlauf -



- Perspektive in den kommenden Monaten -



Fragen: 1) Sehen Sie Probleme für Ihr Unternehmen durch den Angriffskrieg in der Ukraine? 2) Wie wird sich die wirtschaftliche Situation Ihres Unternehmens durch den Ukraine-Krieg in den kommenden Monaten entwickeln?

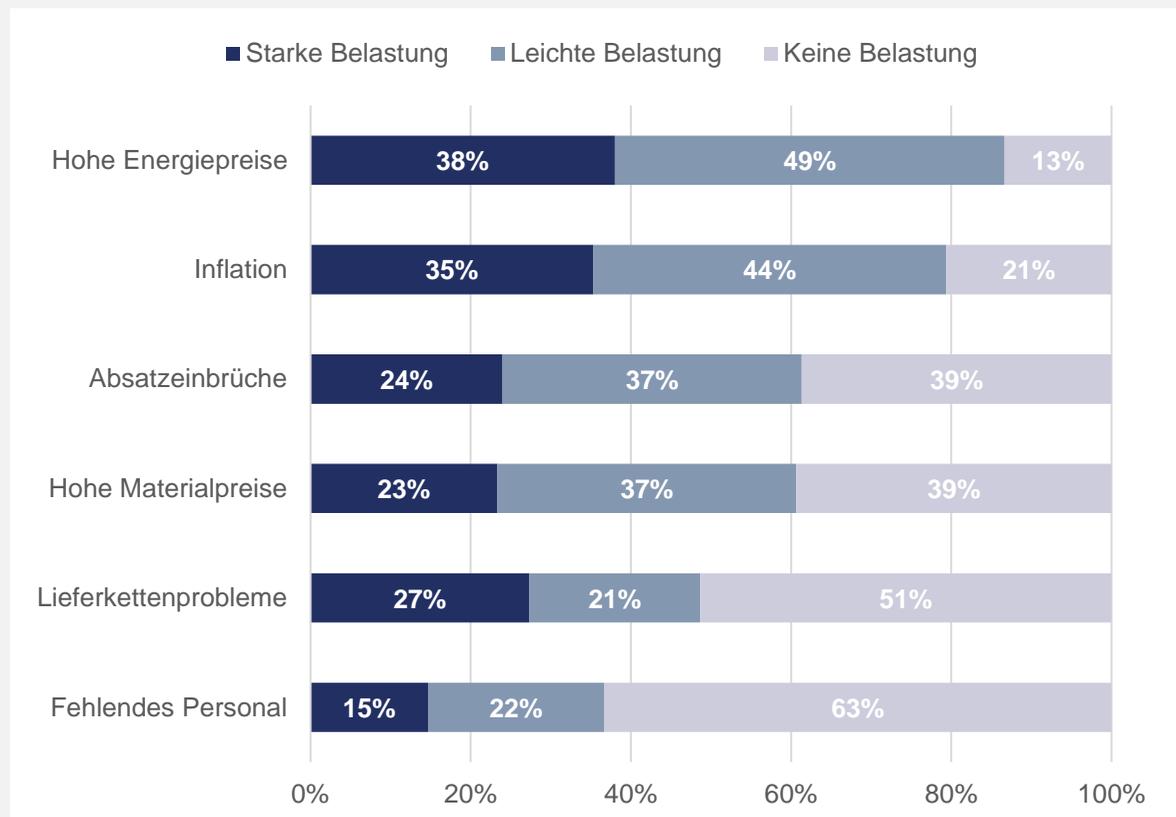
07/2022 (n = 150)

Hohe Energiepreise und Inflation stellen derzeit die größte Belastung für Kleinunternehmen dar, etwa vier von fünf Firmen sind hiervon negativ betroffen

Belastungen durch den Krieg (2/2)

Daten aus PulseCheck (07/2022; n = 150)

Verschiedene Belastungen für Kleinunternehmen durch den Ukraine-Krieg



- Key Facts -

- Hohe Energiepreise sowie die Inflationsrate sind Hauptprobleme für Kleinunternehmen
- Sechs von zehn Firmen sehen zudem Belastung durch Absatzeinbrüche und hohe Materialpreise
- Durch fehlendes Personal und Lieferkettenprobleme sieht sich Mehrheit der Firmen derzeit nicht beeinträchtigt

Kleinunternehmen sehen höchste Belastung durch Energiekrise

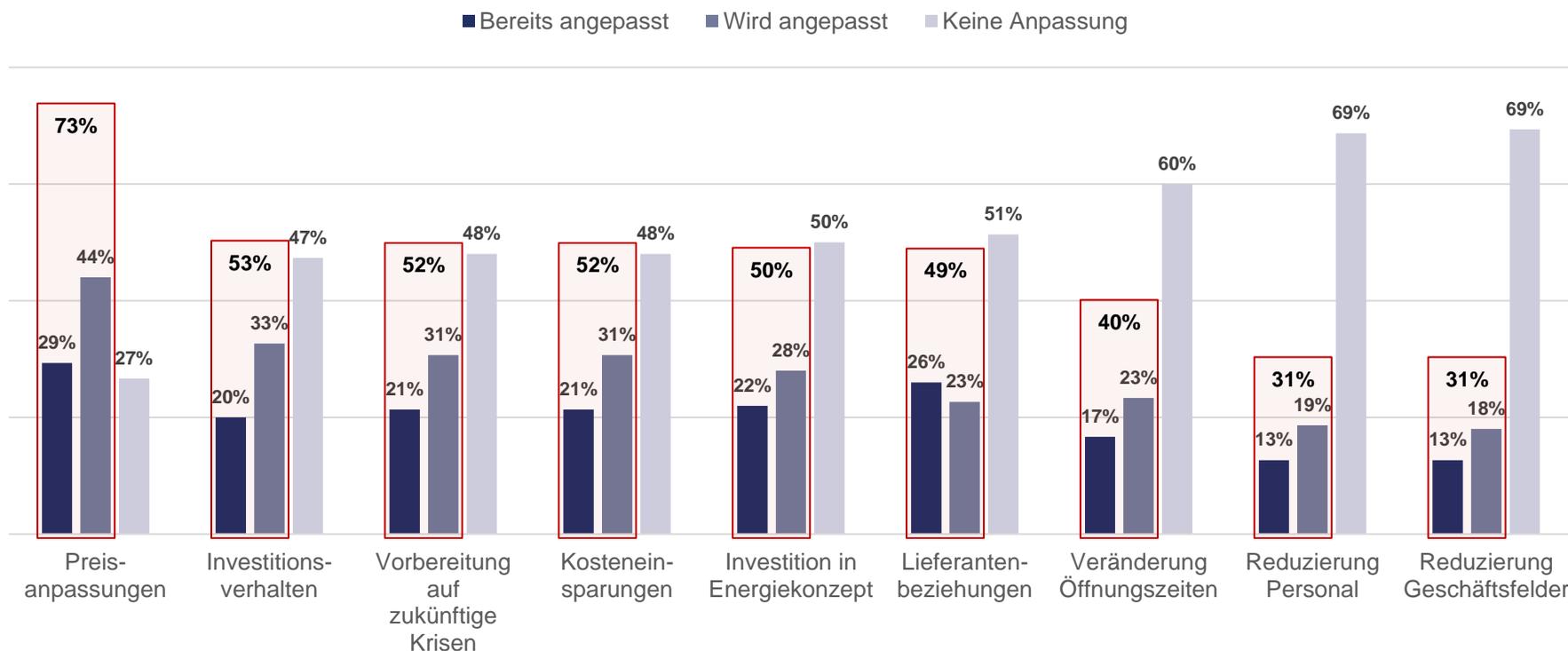
Frage: In welchen Bereichen wird Ihr Unternehmen durch den Ukraine-Krieg belastet?

07/2022 (n = 150)

Preisanpassungen sind die mit Abstand am häufigsten geplanten Veränderungen von Kleinunternehmen vor dem Hintergrund des Ukraine-Kriegs

Anpassungen

Durchgeführte oder geplante Anpassungen aufgrund des Ukraine-Krieges



Frage: Werden Sie die folgenden Dinge in Ihrem Unternehmen aufgrund des Ukraine-Krieges anpassen?

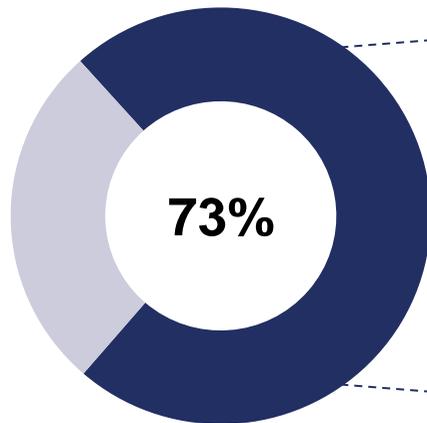
07/2022 (n = 150)

Die Inflation ist eine große Belastung für Kleinunternehmen, der überwiegende Teil sieht sich in der Lage, diese an die Kunden weitergeben zu können

Inflation

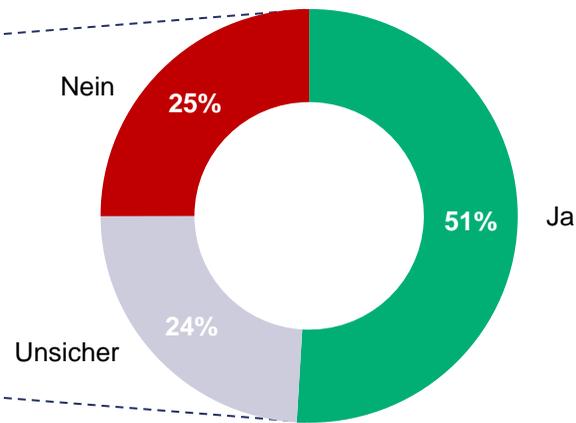
Weitergabe der Inflation an Kunden

- Preisadjustments -



73% der Kleinunternehmen haben Preisadjustments aufgrund des Ukraine-Kriegs durchgeführt oder planen diesen Schritt

- Weitergabe Inflation -



Ein Viertel der Kleinunternehmen vermutet, die Inflation nicht in vollem Umfang an die Kunden weitergeben zu können

- Key Facts -

- Knapp drei Viertel der Kleinunternehmen haben Preisadjustments vorgenommen oder planen dies
- Von diesen Firmen ist sich etwa die Hälfte sicher, die Inflation an die Kundschaft weitergeben zu können
- Ein Viertel ist nicht dieser Meinung, ein weiteres Viertel ist diesbezüglich unsicher

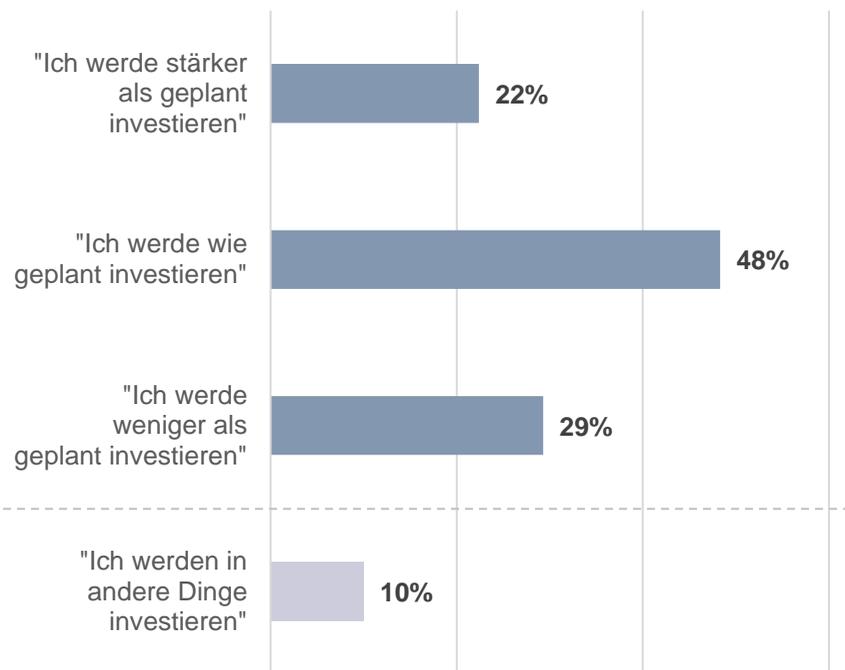
Durch die Weitergabe der Preiserhöhungen an die Kunden wird die Inflation realer

Mehr als zwei Drittel der Kleinunternehmen werden trotz Ukraine-Krieg wie geplant oder verstärkt investieren

Investitionsverhalten

Veränderung des Investitionsverhaltens durch den Ukraine-Krieg

- Veränderung des Investitionsvolumens -



- Veränderung der zeitlichen Komponente -



Fragen: 1) Wie wirkt sich der Ukraine-Krieg auf Ihr Investitionsverhalten aus? 2) Werden Sie für 2022 geplante Investitionen verschieben?

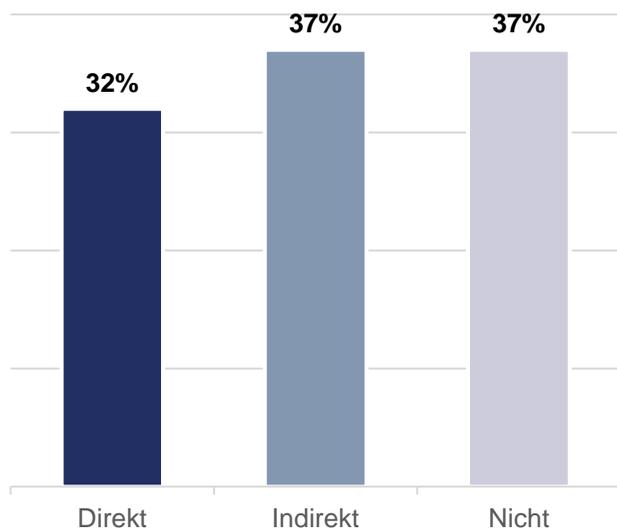
07/2022 (n = 150)

Mehr als zwei Drittel sehen eine direkte oder indirekte Betroffenheit durch einen Gas-Lieferstopp, Umsatzrückgänge sind die größte Bedrohung

Energiekrise

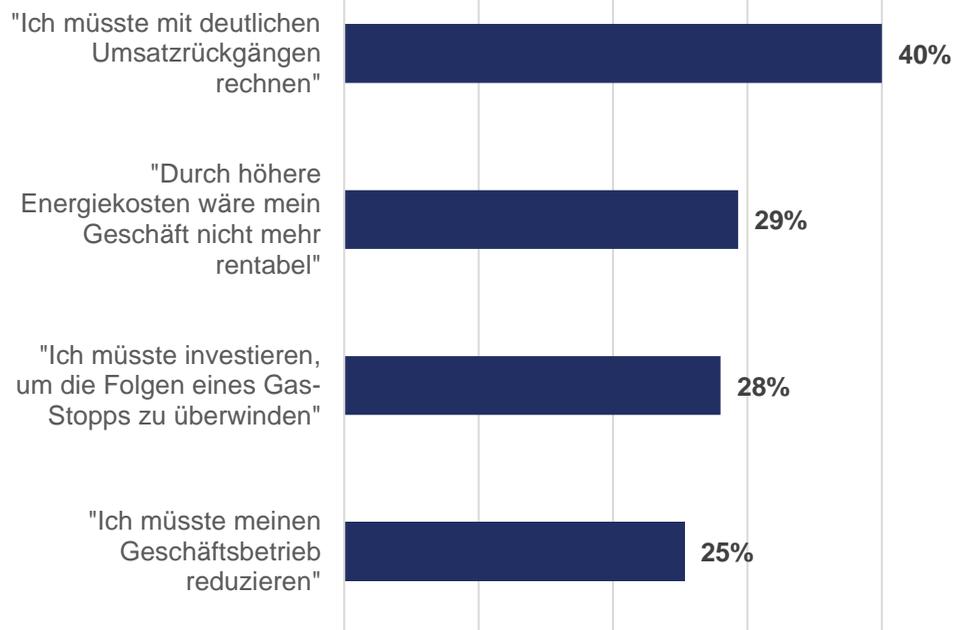
Folgen eines Gas-Engpasses für Kleinunternehmen

- Betroffenheit -



Ein überwiegender Teil der Kleinunternehmen wäre durch einen Gas-Lieferstopp betroffen

- Konkrete Auswirkungen -



1



Studienaufbau und Zielgruppe

2



Auswirkungen COVID-19 Pandemie und Ukraine-Krieg

3



Investition und Finanzierung

4



Nachhaltigkeitsaspekte im Firmenkontext

5

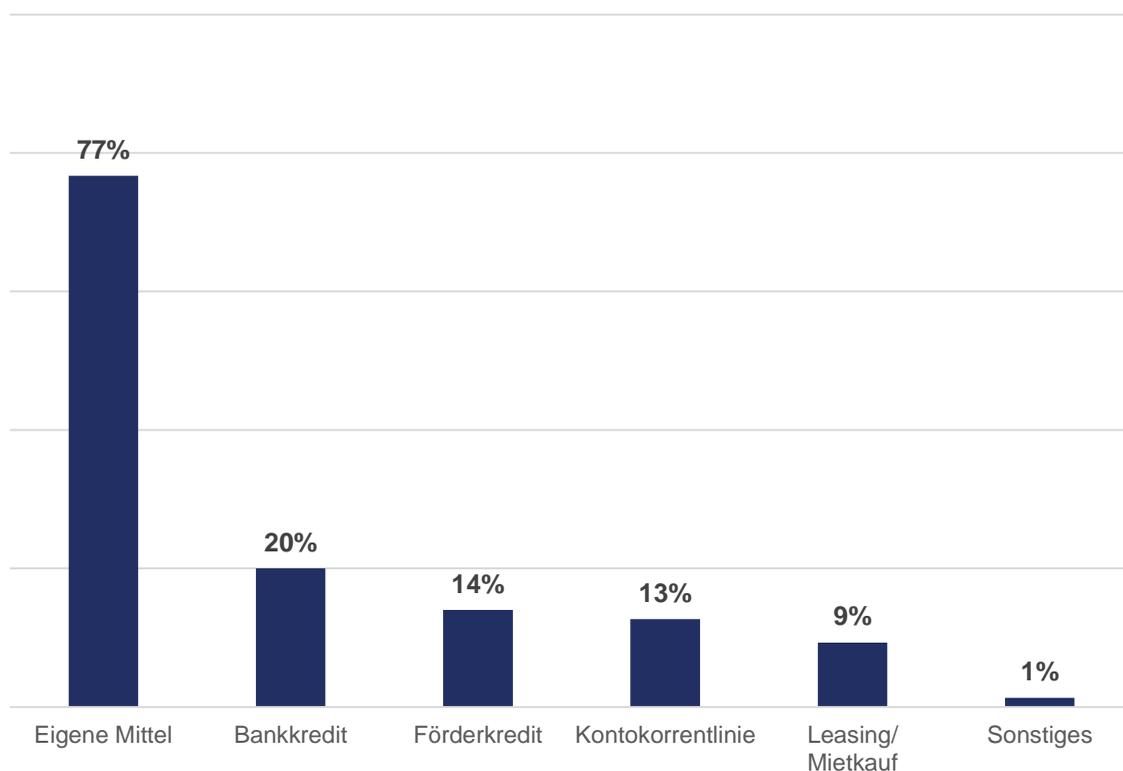


Digitalisierung und Kommunikationskanäle

Kleinunternehmen sind vergleichsweise wenig affin für Fremdkapital, die wichtigste Liquiditätsquelle sind die Eigenmittel

Kapitalquellen

Quellen zur Deckung des Liquiditätsbedarfs in 2022



- Key Facts -

- Mehr als drei von vier Kleinunternehmen wollen den Liquiditätsbedarf dieses Jahr über eigene Mittel decken
- Finanzierungen sind nur für eine Minderheit relevant, Bankkredite liegen hier mit 20% auf Platz eins
- Für Leasing/ Mietkauf will sich demnach knapp jede zehnte Firma entscheiden

Eigenmittel sind die wichtigste Quelle zur Deckung des Liquiditätsbedarfs

Frage: Über welche Mittel werden Sie in 2022 Ihren Liquiditätsbedarf decken?

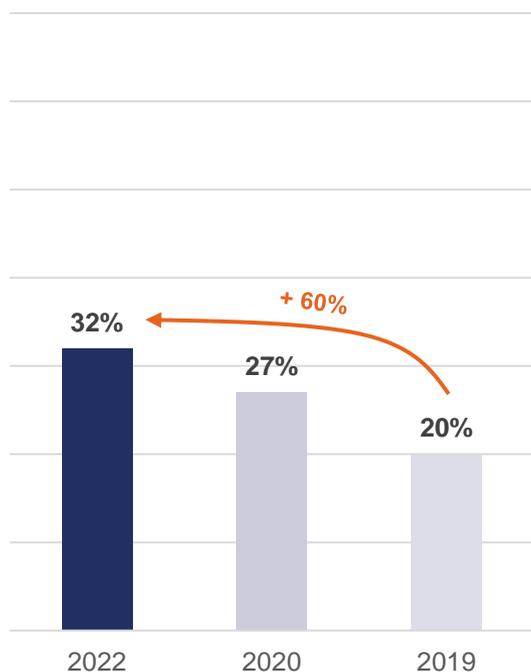
07/2022 (n = 150)

Fremdkapital wird zunehmend als Katalysator für Wachstum wahrgenommen

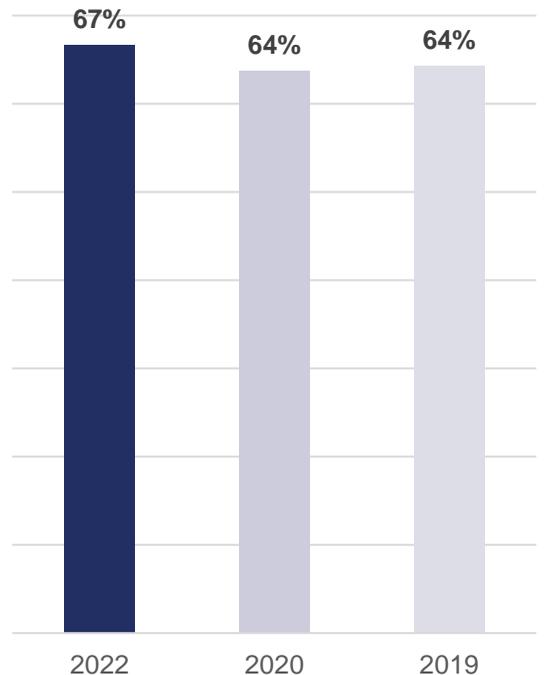
Wahrnehmung von Fremdkapital

Einstellung gegenüber Fremdkapital-Finanzierungen im Zeitverlauf

„Durch Finanzierung lässt sich Wachstum generieren“



„Ich fühle mich unwohl mit Finanzierungen“



- Key Facts -

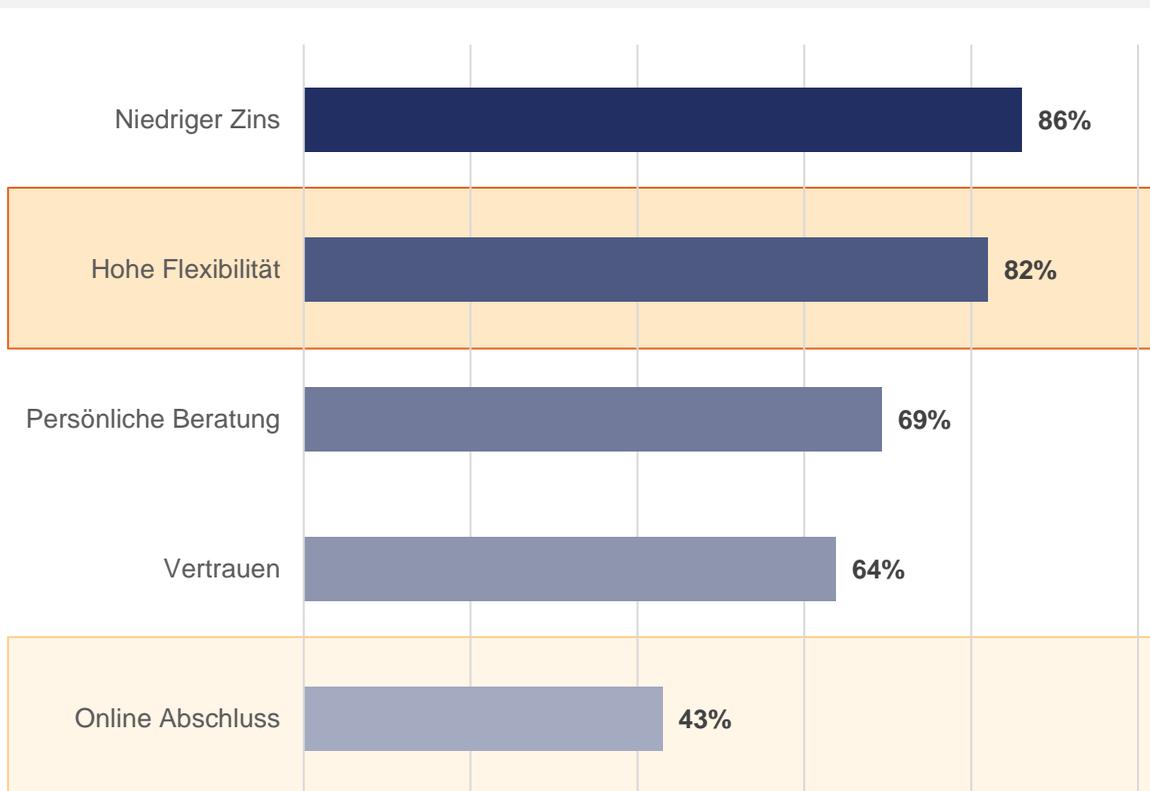
- Wachsender Anteil Kleinunternehmen sieht Finanzierung als Katalysator für Wachstum
- Steigerung um 60% binnen drei Jahren
- Dennoch fühlt sich ein konstant hoher Anteil unwohl bei der Aufnahme von Verbindlichkeiten
- Je größer die Firma, desto stärker wird Fremdkapital als Wachstumsfaktor angesehen

Fremdkapital wird zunehmend mit dem Unternehmenswachstum verbunden

Flexibilität ist einer der wichtigsten Faktoren bei der Finanzierungsentscheidung, für knapp die Hälfte ist der Online Abschluss wichtig

Finanzierungsfaktoren

Wichtigkeit verschiedener Faktoren bei einer Finanzierung



- Key Facts -

- Hohe Flexibilität ist neben einer attraktiven Kondition der wesentliche Erfolgsfaktor bei einer Finanzierung
- Online-Abschluss für Kleinunternehmen zunehmend von Bedeutung, knapp die Hälfte spricht sich bereits dafür aus
- Persönliche Beratung nach wie vor relevant, insbesondere jüngere Unternehmer setzen daneben auf Videoberatung

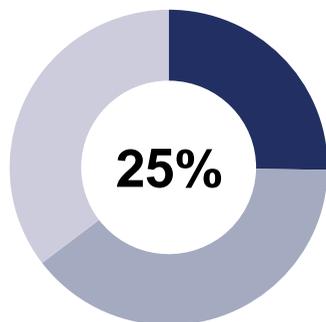
Flexible Finanzierungsprodukte sind für Kleinunternehmen besonders wichtig

Die Zinswende stellt nur für etwa ein Viertel der Kleinunternehmen eine Überforderung dar, auch aufgrund insgesamt geringer Fremdkapitalquoten

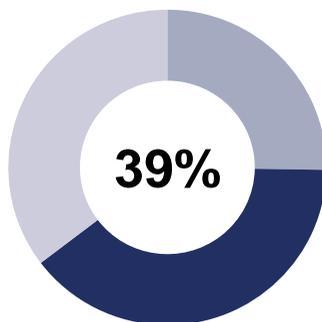
Zinswende

Einfluss der Zinswende auf die Finanzierungssituation von Kleinunternehmen

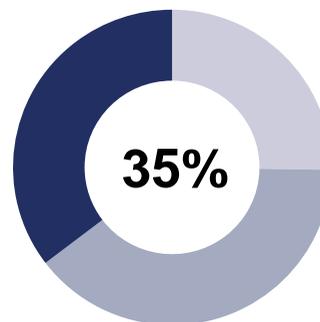
- Einschätzung von Kleinunternehmen zu steigenden Kreditzinsen -



„Die erhöhte Zinsbelastung wird mein Unternehmen **überfordern**“



„Ich sehe **keine Probleme** für mein Unternehmen durch höhere Zinsen“



„Mein Unternehmen hat **keine Verbindlichkeiten** ggü. Banken“

- Key Facts -

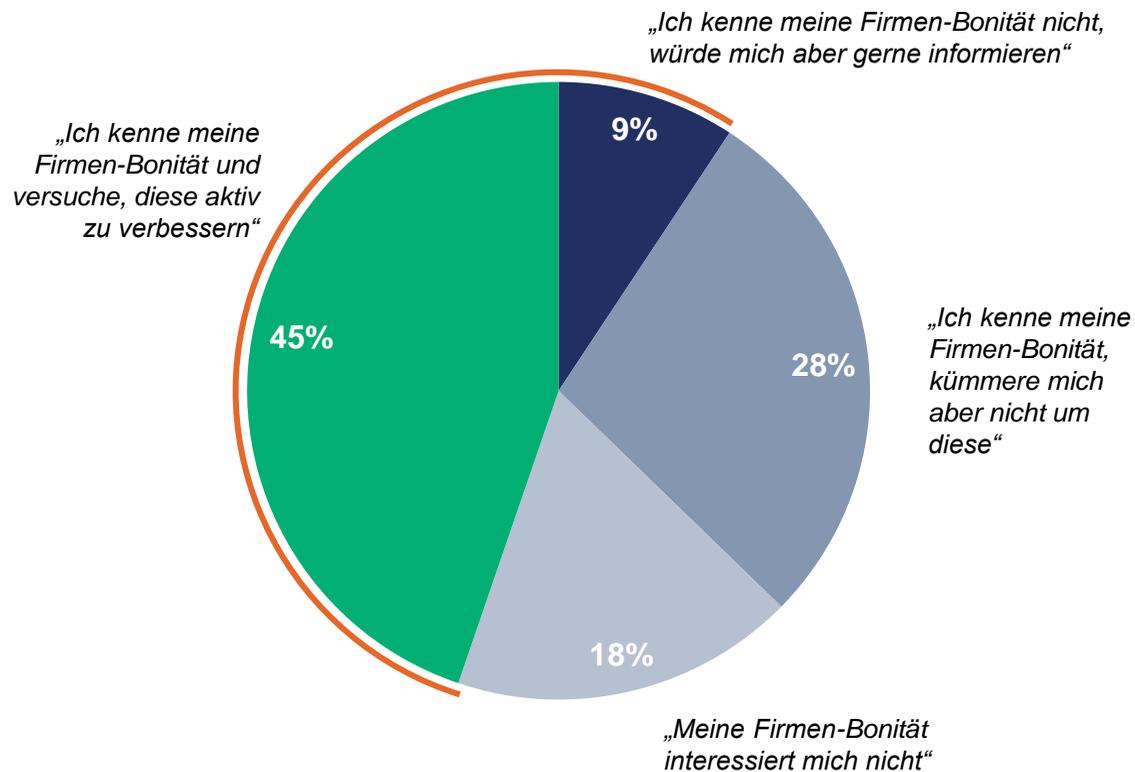
- Seit kurzem steigendes Zinsumfeld mit Auswirkungen
- Ein Viertel der Befragten gibt an, durch steigende Zinsen überfordert zu sein
- Knapp 40% sehen keine Probleme durch höhere Zinsen
- Ein gutes Drittel attestiert, dass keine Verbindlichkeiten gegenüber Banken bestehen

Großteil der Kleinunternehmen sieht sich von der Zinswende nicht betroffen

Die potentielle Zielgruppe im Angebotsfeld „Bonität“ ist hoch, nur geringer Anteil zeigt hier kein Interesse

Bonität

Einschätzungen zur Firmenbonität



- Key Facts -

- Knapp die Hälfte versucht die Firmenbonität aktiv zu verbessern
- 28% kümmern sich nicht aktiv um die Verbesserung, lediglich 18% haben daran keinerlei Interesse
- 40% halten ein digitales Tool zum Management der eigenen Bonität für (sehr) interessant

Aktive Verbesserung der Bonität für Großteil ein wichtiges Thema

Frage: Welcher Aussage stimmen Sie zu?

03/2022 (n = 300)

1



Studienaufbau und Zielgruppe

2



Auswirkungen COVID-19 Pandemie und Ukraine-Krieg

3



Investition und Finanzierung

4



Nachhaltigkeitsaspekte im Firmenkontext

5

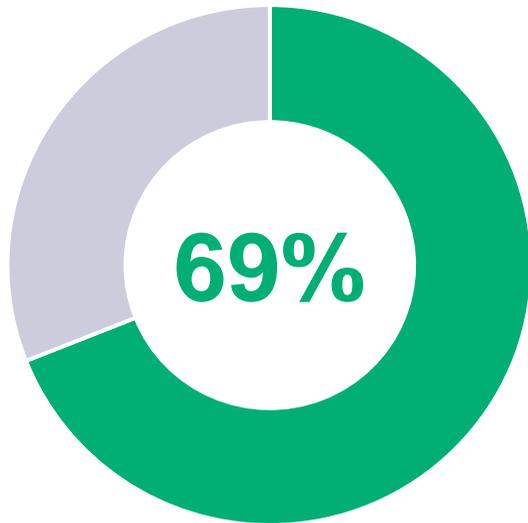


Digitalisierung und Kommunikationskanäle

Kleinunternehmen stufen verschiedene Maßnahmen zur Erhöhung der Nachhaltigkeit als sinnvoll ein, der überwiegende Teil sieht hierdurch Vorteile für den Unternehmenserfolg

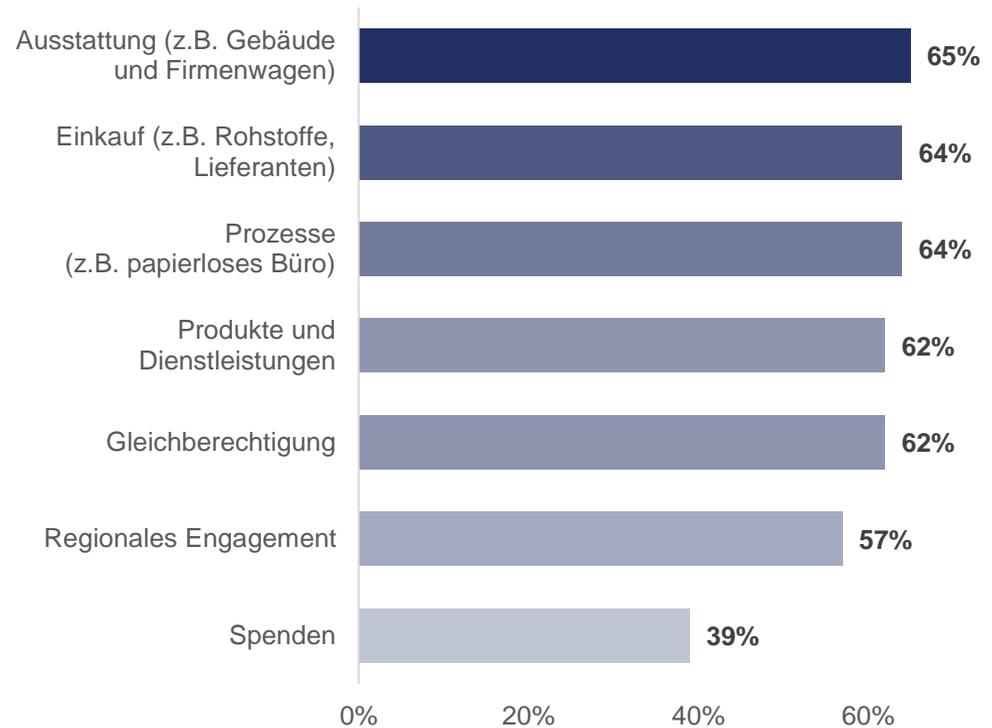
Nachhaltigkeit

Wahrgenommene Vorteile einer nachhaltigen Positionierung



Mehr als zwei Drittel der Kleinunternehmen sehen Vorteile in einer nachhaltigen Ausrichtung des Geschäftsmodells

- Sinnvolle Einsatzfelder -



Nachhaltigkeit ist über alle Cluster hinweg ein wichtiges Thema, in der privaten Sphäre wird es als wichtiger bewertet als im Unternehmen

Nachhaltigkeit

U Unternehmen

P Privat

 Geschäftskunden

 Gewerbetunden

 Mittelstand

Wichtigkeit von Nachhaltigkeit im unternehmerischen und privaten Umfeld



Fragen: 1) Ist Nachhaltigkeit für sie aus Unternehmensperspektive ein wichtiges Thema? 2) Ist Nachhaltigkeit für Sie im privaten Umfeld ein wichtiges Thema?

03/2022 (n = 300)

Knapp die Hälfte der Kleinunternehmen benötigt Hilfe bei der Umsetzung von Nachhaltigkeit in der Firma

Nachhaltigkeit im Unternehmen



Geschäftskunden



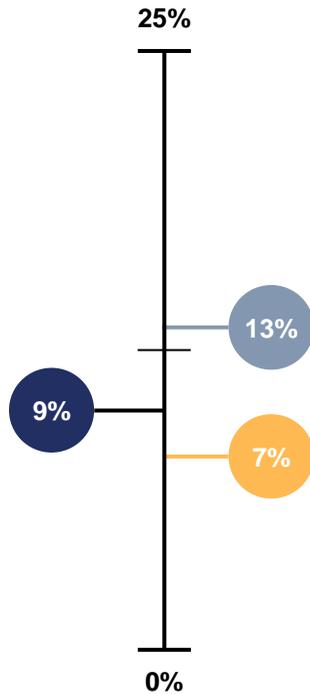
Gewerbekunden



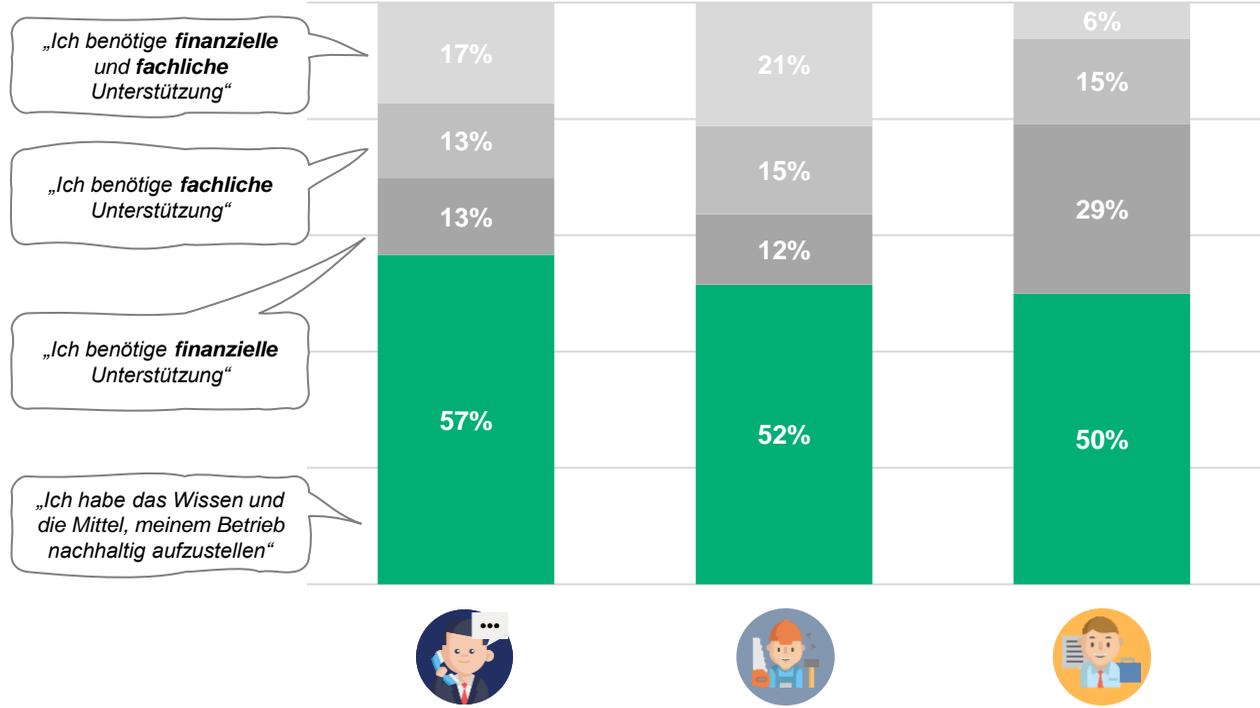
Mittelstand

Umsetzung von Nachhaltigkeit

- Umsatzanteil -



- Unterstützungsbedarf bei Implementierung von Nachhaltigkeit im Unternehmen -



Fragen: 1) Wie viel Prozent Ihres Jahresumsatzes wären Sie maximal bereit, für die Nachhaltigkeit Ihres Unternehmens zu investieren?; 2) Welcher Aussage stimmen Sie eher zu?

03/2022 (n = 300)

1



Studienaufbau und Zielgruppe

2



Auswirkungen COVID-19 Pandemie und Ukraine-Krieg

3



Investition und Finanzierung

4



Nachhaltigkeitsaspekte im Firmenkontext

5



Digitalisierung und Kommunikationskanäle

Insbesondere kleine Unternehmen haben nur selten Kontakt zu ihrem Firmenkundenbetreuer, Bankgeschäfte werden zunehmend online abgewickelt

Kanalnutzung



Geschäftskunden



Gewerbetunden

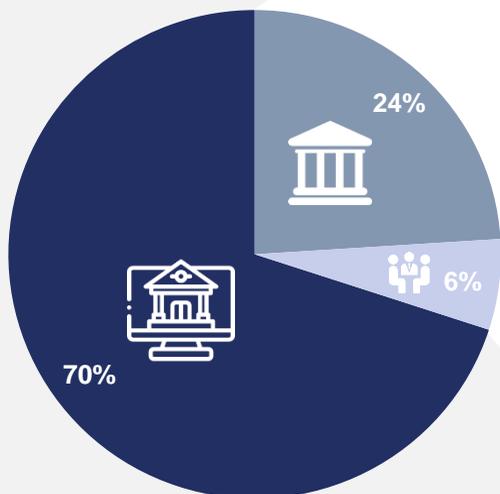


Mittelstand

Kanäle und Häufigkeit

- Kanäle für Bankgeschäfte -

- Online Banking
- Persönlich bei der Bank
- Persönlich im Unternehmen



- Häufigkeit des Bank-/ Beraterkontakts -

- Häufig
- Gelegentlich
- Selten
- Nie



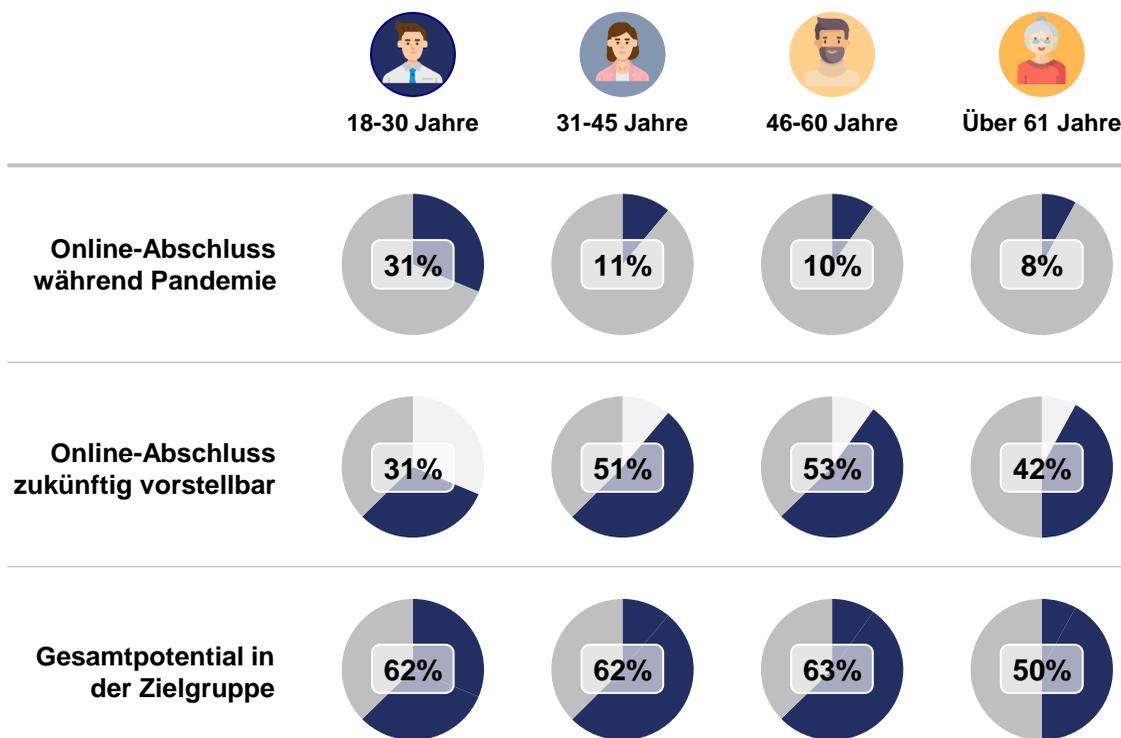
Fragen: 1) Wie wickeln Sie Ihre Bankgeschäfte vorwiegend ab? 2) Wie häufig sprechen Sie mit Ihrem Bankberater über Ihr Unternehmen?

05/2019 (n = 300); 08/2020 (n = 300)

Im Bereich Online-Abschluss legen junge Unternehmer vor, für die Zukunft zeigt sich auch die ältere Zielgruppe sehr interessiert Bankprodukte (z.B. Kredit) digital abzuschließen

Online-Abschluss

Online-Abschlussbereitschaft nach Alter



- Key Facts -

- Während der Pandemie haben insbesondere jüngere Unternehmer bereits online abgeschlossen
- Zukünftig erfolgt hier eine Angleichung: ältere Unternehmer können sich dies verstärkt vorstellen
- Potential somit über alle Alterssegmente hoch

Über alle Altersklassen hinweg hohes Interesse am Online-Abschluss

Insbesondere junge Unternehmer interessieren sich für den verstärkten Einsatz digitaler Tools im Unternehmensalltag

Digitale Tools im Unternehmen



18-30 J.



31-45 J.



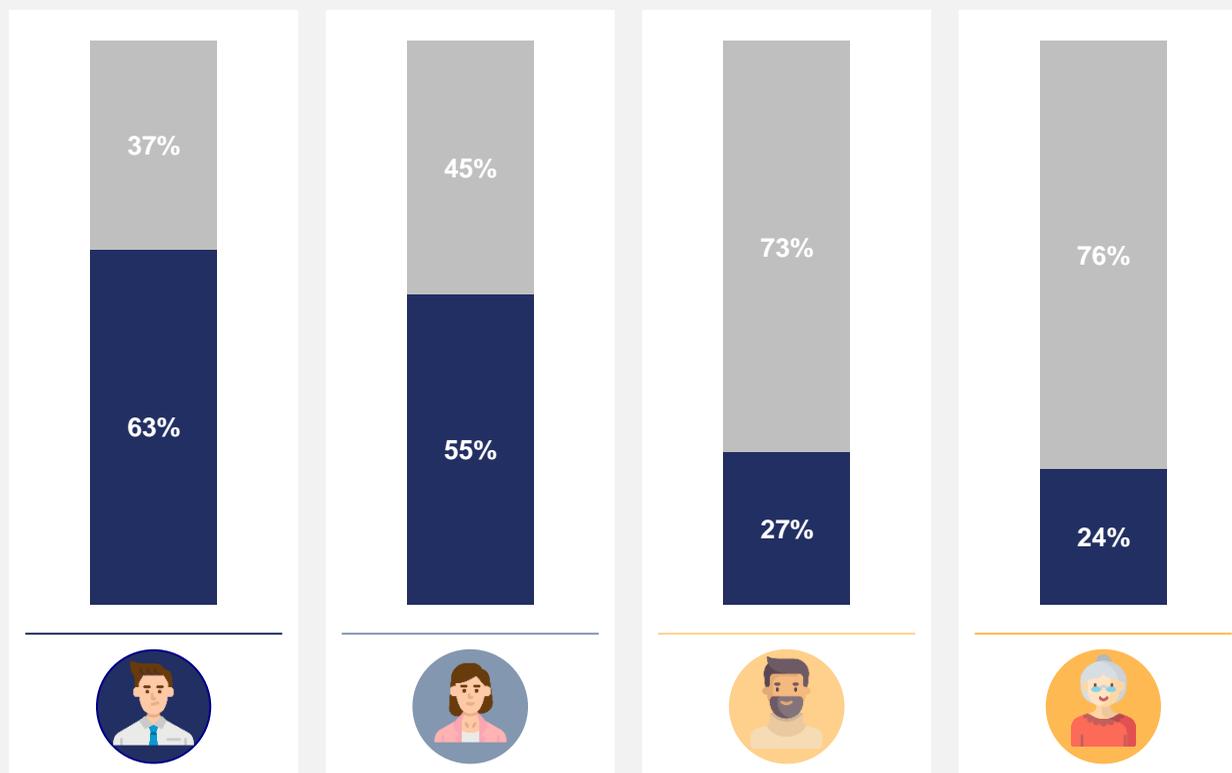
46-60 J.



61+ J.

Verstärkung digitaler Tools nach Alter der Unternehmer

■ Ja ■ Nein



- Key Facts -

- Fast zwei Drittel (63%) der unter 30-Jährigen will zukünftig verstärkt digitale Tools und Services nutzen
- Bei den 31-45 Jährigen ist es mehr als jeder Zweite (55%)
- Deutliche Diskrepanz bei den über 45-Jährigen: hier plant im Schnitt nur jeder Vierte verstärkt mit digitalen Tools

Digitale Tools und Services finden vor allem bei unter 45-Jährigen hohen Zuspruch

Mit zunehmender Größe der Kleinunternehmen werden neue Vertriebswege wie Vergleichsplattformen und Finanzvermittler interessanter

Alternative Abschlusskanäle



Geschäftskunden



Gewerbekunden

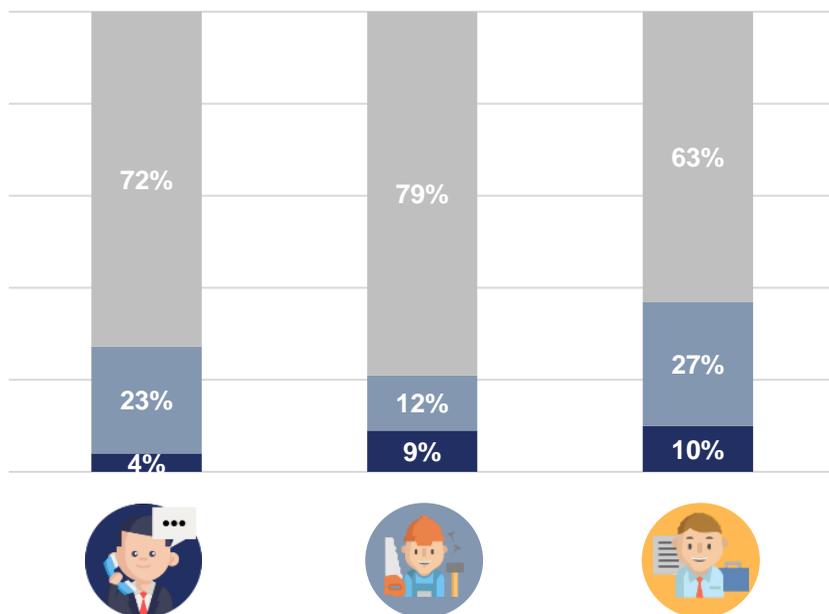


Mittelstand

Nutzungsverhalten bei digitalen Plattformen und Vermittlern

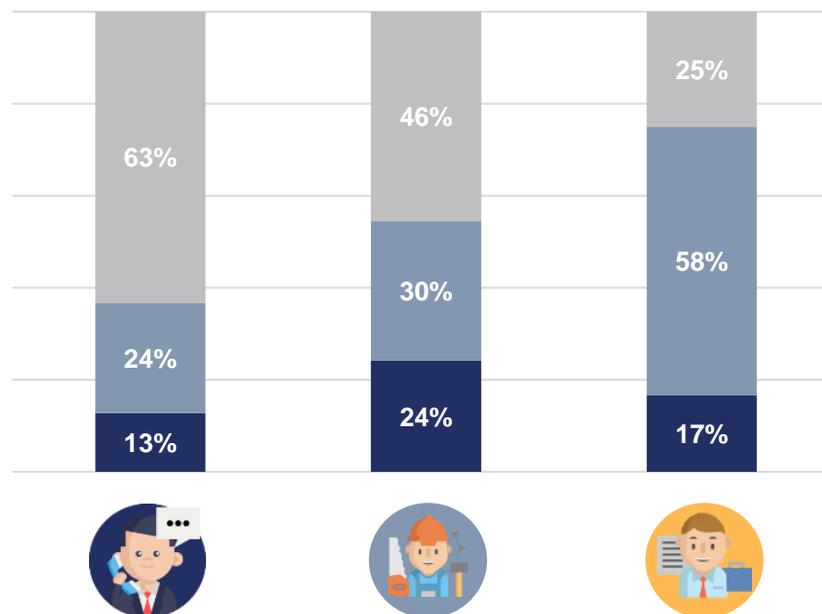
- Nutzung digitaler Vergleichsplattformen -

■ Abschluss ■ Information ■ Weder noch



- Beratung durch Finanzvermittler -

■ Ja, habe ich ■ Nein, würde ich aber ■ Nein, würde ich auch nicht



Fragen: Haben Sie bereits Online-Vergleichsportale für Firmenkredite genutzt?; Haben Sie sich in der Vergangenheit von einem Finanzvermittler – also nicht von Ihrer Hausbank – hinsichtlich Ihrer Unternehmensfinanzen beraten lassen?

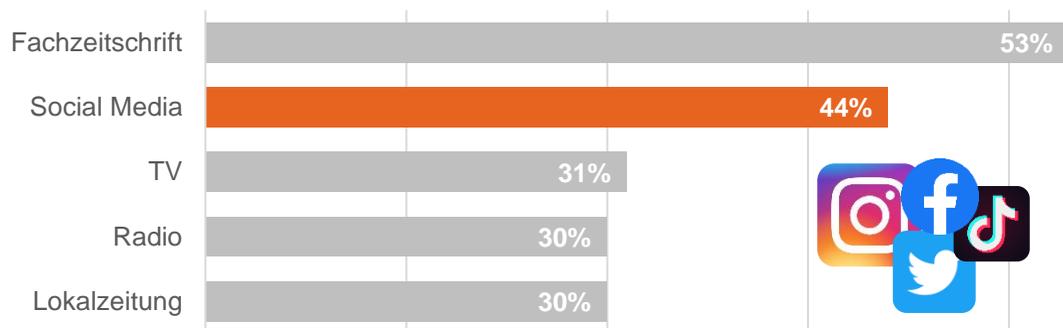
03/2022 (n = 300)

Der Bereich Social Media ist für die betriebliche Informationsbeschaffung von vergleichsweise hoher Relevanz

Social Media

Relevanz von Social Media-Kanälen als Informationsquelle für Kleinunternehmen

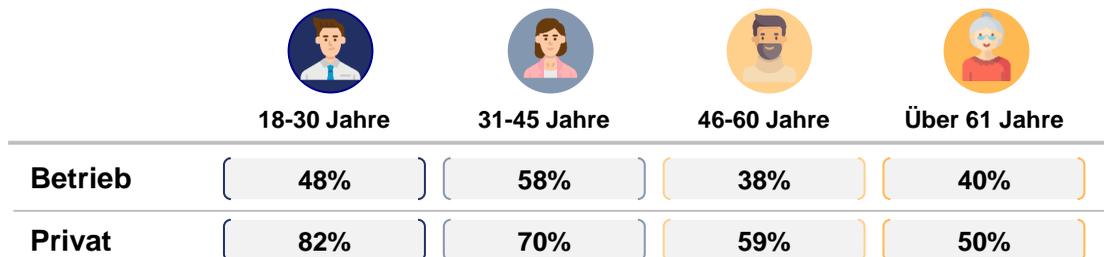
- Ausgewählte Informationskanäle aus betrieblicher Perspektive -



- Key Facts -

- Social Media nimmt vergleichsweise wichtige Rolle bei der betrieblichen Informationsbeschaffung ein
- Insbesondere Unternehmer jungen und mittleren Alters nutzen Social Media-Kanäle hierfür
- Daneben sind Fachzeitschriften hochrelevant

- Nutzung von Social Media nach Alter der Unternehmer -



Social Media als einer der wichtigsten Informationskanäle für Kleinunternehmen