








# EIN VIERTEL DER BETRIEBE IM HANDWERK NUTZT FACEBOOK

ERGEBNISSE DER BEFRAGUNGSWELLE 2013 IM GRÜNDUNGSPANEL NRW

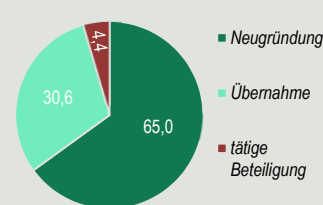
## Branchenzugehörigkeit

(in %)

	Personenbezogene Dienstleistungen	34,7
	Ausbaugewerbe	30,2
	Bauhauptgewerbe	10,1
	Kraftfahrzeuggewerbe	9,1
	Gesundheitsgewerbe	7,3
	Handwerk für den gewerblichen Bedarf	5,7
	Nahrungsmittelhandwerk	3,0

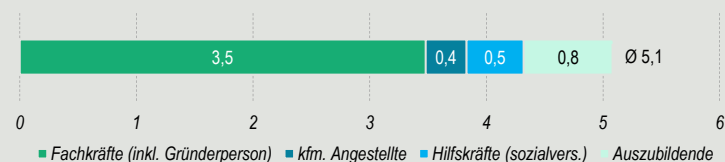
## Verteilung nach Gründungsart

(in %)



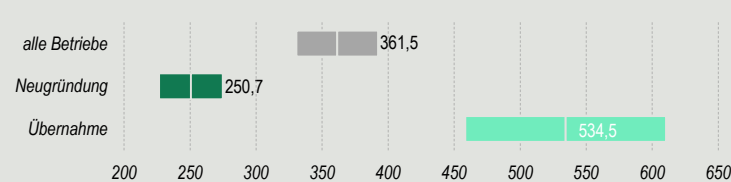
## Zahl der Beschäftigten

(Mittelwerte)



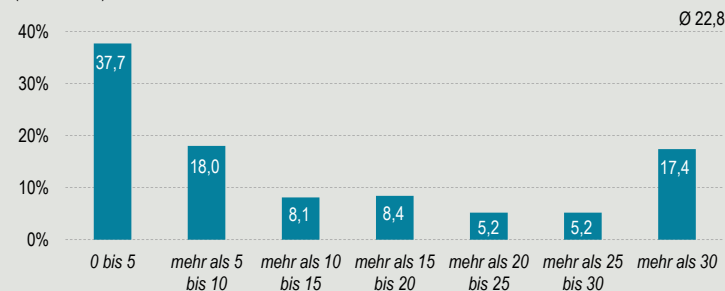
## Jahresnettoumsatz

(in Tsd. Euro, Mittelwerte und 99%-Konfidenzintervalle)



## Nettoinvestitionen des letzten Jahres

(in Tsd. Euro)



## Einschätzung der Geschäftslage durch die Gründerperson

derzeitige Geschäftslage:



50%

gut



44%

befriedigend



6%

schlecht

zukünftige Geschäftslage:



36%

gut



63%

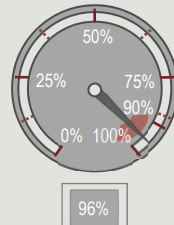
befriedigend



1%

schlecht

Geschäftsklimaindex:



## Jährliche Existenzgründungsbefragung

Ein Forschungsteam der Leuphana Universität Lüneburg befragt jährlich Existenzgründungen in Nordrhein-Westfalen zur wirtschaftlichen Lage und Entwicklung ihrer Unternehmen. Im Mittelpunkt der Studie stehen Meisterinnen und Meister im Handwerk, die die Meistergründungsprämie NRW empfangen haben. Neben der Untersuchung der wirtschaftlichen Kennzahlen der Betriebe hat die Erhebung jedes Jahr ein anderes aktuelles Schwerpunktthema im Fokus. Im Rahmen der im Januar 2014 durchgeführten 14. Erhebungswelle galt das Schwerpunktthema dem Bereich Social Media mit dem derzeit größten Social Media Network Facebook im Mittelpunkt der Befragung. Die Studie richtet sich nur an vollzeitliche Existenzgründungen, die sich 2007 oder später gegründet haben. Überwiegend handelt es sich dabei um Neugründungen (65 Prozent), während Übernahmen (31 Prozent) und tätigen Beteiligung (4 Prozent) geringeres Gewicht haben. Von insgesamt 4.442 angeschriebenen Meisterbetrieben haben 2.266 (51 Prozent) teilgenommen.

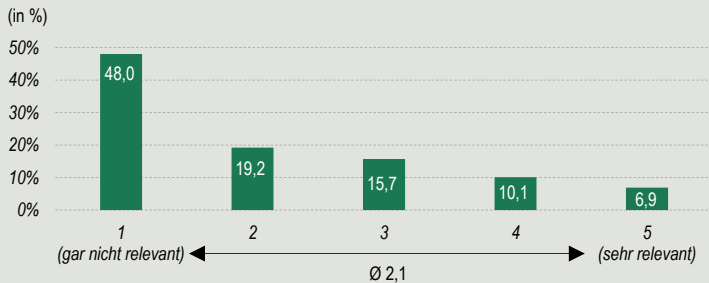
## Wer macht sich selbstständig? In welcher Branche?

Die Selbstständigen sind im Durchschnitt 39 Jahre alt. Vier von fünf (82 Prozent) Gründenden sind männlich. 40 Prozent aller Handwerksgründungen sind der Branche Bau zuzuordnen (davon Ausbaugewerbe: 30 Prozent, Bauhauptgewerbe: 10 Prozent). Die Branche der personenbezogenen Dienstleistungen steht mit knapp 35 Prozent Anteil der Befragten an zweiter Stelle. Hierunter zählen Handwerksgerwerke wie das der Friseure, Schuhmacher oder Damen- und Herrenschneider. Die Mehrheit aller weiblichen Selbstständigen (78 Prozent) macht sich innerhalb der personenbezogenen Dienstleistungen selbstständig, hingegen sind es nur ein Viertel aller männlichen Gründenden (25 Prozent). Das Handwerk der Friseure ist dabei das am häufigsten gewählte Berufsfeld bei Gründerinnen: 75 Prozent aller befragten Frauen sind im Friseurberuf tätig. Bei den Männern ist knapp die Hälfte (48 Prozent) in der Baubranche tätig.

## Wirtschaftliche Situation im Handwerk exzellent

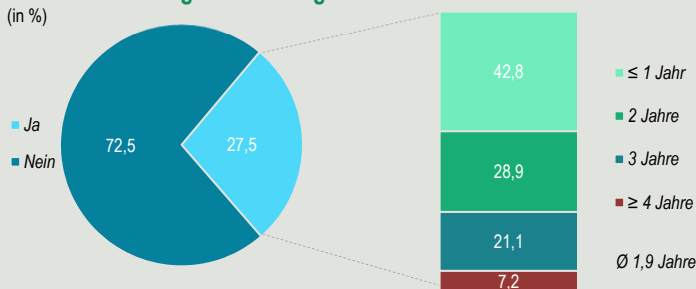
94 Prozent beurteilen die derzeitige Geschäftslage ihres Betriebes als gut oder befriedigend. Die Erwartungen an die Entwicklung der Geschäftslage sind noch optimistischer: 99 Prozent erwarten eine ebenso gute oder sogar bessere Entwicklung der Geschäftslage. Der mittlere Jahresumsatz ist bei Übernahmen mit etwa 0,5 Millionen Euro doppelt so hoch wie bei Neugründungen (eine Viertel Million Euro). Die befragten Betriebe investierten 2013 rund 23.000 Euro, jeder Sechste steckte mehr als 30.000 Euro in seine Firma. Mit Inhaber/in wurden im Schnitt 5,1 Arbeitsplätze geschaffen.

## Kommunikation in den sozialen Medien\*

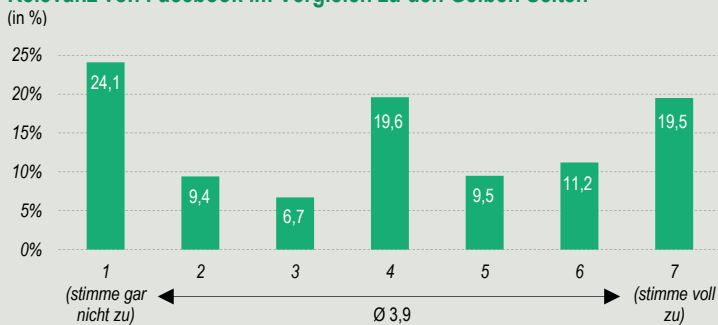


\* Frage: Wie relevant für Ihr Unternehmen ist das Kommunikationskonzept der Kommunikation in soziale Medien (Facebook/Twitter/Xing etc.)?

## Facebook Nutzung und Nutzungsdauer

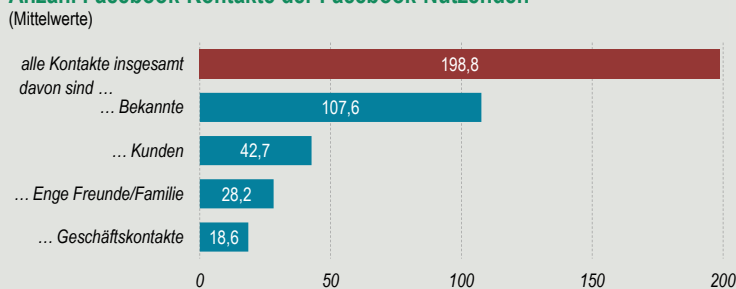


## Relevanz von Facebook im Vergleich zu den Gelben Seiten\*



\* Frage: Mir ist es wichtiger auf Facebook gefunden zu werden, als in den Gelben Seiten.

## Anzahl Facebook-Kontakte der Facebook-Nutzenden



## Facebook-Aktivitäten der Facebook-Nutzenden

(Mittelwerte)

In wie vielen Gruppen sind Sie auf Facebook aktiv?	2,3
Wie viele Stunden unterhalten Sie sich pro Woche auf Facebook?	3,3
Wie viele Fotos posten Sie im Schnitt pro Woche?	1,6
Wie viele Neuigkeiten zum Unternehmen posten Sie im Schnitt pro Woche?	1,1
Wie viele „Likes“ hat Ihre Unternehmensseite auf Facebook erhalten?	163,0

## Über ein Viertel der selbstständigen Handwerksbetriebe nutzt das soziale Netzwerk Facebook

Zwei von drei Selbstständigen (67 Prozent) im Handwerk halten die Kommunikation ihres Unternehmens in den sozialen Medien wie Facebook, Twitter oder Xing für nicht relevant für ihr Unternehmen. Jeder sechste Handwerksbetrieb (17 Prozent) aber schätzt die Kommunikation in und mittels der sozialen Medien als relevant oder sehr relevant für sein Unternehmen ein, 16 Prozent sind unentschieden. Über ein Viertel (27,5 Prozent) der befragten Meisterbetriebe nutzen bereits Facebook im Rahmen ihres Unternehmens. Dabei nutzen sie Facebook im Schnitt seit 1,9 Jahren, wobei mehr als jeder vierte Nutzer schon seit 3 Jahre oder länger mit Facebook im beruflichen Kontext arbeitet.

## Facebook hat Stellenwert von Gelben Seiten eingeholt

Das Auffinden und die Präsentation des Unternehmens auf Facebook ist für diejenigen Selbstständigen, die Facebook bereits in ihren Unternehmensauftritt eingebunden haben, mindestens genauso wichtig wie das Auffinden der Firma in den Gelben Seiten. 40 Prozent schätzen es als wichtiger ein, dass Ihr Unternehmen auf Facebook gefunden wird als in den Gelben Seiten. Ein ebenso großer Anteil (40 Prozent) hält es für wichtiger in den Gelben Seiten gefunden zu werden. Die übrigen 20 Prozent haben keine klare Tendenz.

## Der Anteil an Kunden- und Geschäftskontakte auf Facebook an allen Facebook-Kontakten macht ein Drittel aus

Facebook-aktive Inhaberpersonen geben an, dass sie im Schnitt über 198 Facebook-Kontakte insgesamt verfügt. Davon entfällt insgesamt ein Drittel (31 Prozent) auf die berufliche Vernetzung, die sich aus 22 Prozent Kunden- und 9 Prozent Geschäftskontakten zusammensetzt. Zwei von fünf Facebook-Nutzenden (41 Prozent) unterhalten sich regelmäßig in der Woche mit ihren Kunden auf Facebook, Unterhaltungen mit Geschäftskontakten pflegen 34 Prozent regelmäßig über Facebook. Durchschnittlich 3,3 Stunden in der Woche werden dabei für die Kommunikation auf Facebook mit Kontakten aufgewendet, davon 1,1 Stunden für die Kommunikation mit Kunden- oder Geschäftskontakten.

## Social Media Strategien im Handwerk

Insgesamt betrachtet, setzen Handwerksbetriebe Facebook sehr selektiv ein. Nur ein Viertel der Betriebe macht dies überhaupt. Die am häufigsten genannten Einsätze dieser Facebook-aktiven sind:

- Wahrnehmung neuer Kundenbedürfnisse, die auf Facebook geäußert werden (81 Prozent),
- Wahrnehmung von Kundenbeschwerden, die auf Facebook kommuniziert werden (64 Prozent),
- Informieren über Mitbewerber am Markt mittels Facebook (23 Prozent), und
- Reaktion auf Aktivitäten von Mitbewerbern auf Facebook (30 Prozent): Intensivierung der eigenen Bemühungen.

Quelle: Gründungspanel NRW 2013.

Centrum für Existenzgründung in Theorie & Anwendung e.V.  
c/o Leuphana Universität Lüneburg

www.ceta-ev.de

centre for entrepreneurship  
centrum für existenzgründung  
in theory & application  
in theorie & anwendung



Kontakt:

Dipl.-Kffr. Stefanie Pakura  
Gründungsforschung

stefanie.pakura@uni.leuphana.de