

# ÖSTERREICHWEITE BEFRAGUNG DER TEXTILREINIGER, WÄSCHER UND FÄRBER

## Eine qualitative Bestandsaufnahme der Branche

<b>AUFTRAGGEBER:</b>	Wirtschaftskammer Österreich
<b>FALLZAHL:</b>	35 Unternehmer und Geschäftsführer der Branche
<b>METHODE:</b>	qualitative, schriftliche (Online-) Befragung
<b>BEFRAGUNGSZEITRAUM:</b>	August 2015

# 1. INHALTSVERZEICHNIS

---

1.	INHALTSVERZEICHNIS .....	2
2.	VORBEMERKUNGEN .....	4
3.	DIE VOM UNTERNEHMEN INITIIERTEN VERÄNDERUNGEN 2014 / 2015 .....	5
4.	VERÄNDERUNGEN IN DER UNTERNEHMENSFÜHRUNG.....	7
5.	VERÄNDERUNGEN DES GESCHÄFTSMODELLS / MARKTAUFTRITTS .....	8
6.	VERÄNDERUNGEN INNERHALB DES UNTERNEHMENS .....	9
7.	ZUSAMMENFASSUNG DER SELBSTINITIERTEN VERÄNDERUNGEN IM JAHR 2014 /2015 .....	10
8.	ALLGEMEINE AUSWIRKUNGEN DER VERÄNDERUNGEN .....	11
9.	AUSWIRKUNGEN DER VERÄNDERUNGEN AUF UMSATZ UND GEWINN.....	12
10.	AUSWIRKUNGEN AUF PRODUKTIVITÄT UND MOTIVATION DER MITARBEITER .....	13
11.	ÜBERBLICK DER AUSWIRKUNGEN .....	14
12.	SPONTANE EMPFEHLUNGEN FÜR DIE BRANCHENKOLLEGEN .....	15
13.	GEPLANTE VERÄNDERUNGEN UND INNOVATIONEN IM EIGENEN UNTERNEHMEN .....	16
14.	GEPLANTE VERÄNDERUNGEN IM BEREICH PRODUKTE UND DIENSTLEISTUNGEN .....	17
15.	GEPLANTE VERÄNDERUNGEN IM BEREICH MÄRKTE UND ZIELGRUPPEN .....	18
16.	GEPLANTE VERÄNDERUNGEN IM BEREICH INTERNE ABLÄUFE.....	19
17.	GEPLANTE VERÄNDERUNGEN IM BEREICH VERTRIEBSWEGE .....	20
18.	GEPLANTE VERÄNDERUNGEN IM BEREICH KOOPERATIONEN UND KOOPERATIONSPARTNER.....	21
19.	GEPLANTE VERÄNDERUNGEN IM BEREICH KOMMUNIKATION .....	22
20.	ZUSAMMENFASSUNG DER GEPLANTEN VERÄNDERUNGEN .....	23
21.	VERMUTETE ERFOLGSFAKTOREN IN DER BRANCHE .....	24
22.	VERMUTETE STOLPERSTEINE IN DER BRANCHE .....	26

23.	ZUSAMMENFASSUNG DER FAKTOREN FÜR ERFOLG UND MISSERFOLG IN DER BRANCHE .....	27
24.	DIE GANZ PERSÖNLICHEN ERWARTUNGEN AN DIE INTERESSENVERTRETUNG.....	28
25.	VERMUTETE ERWARTUNGEN DER BERUFSGRUPPEN-MITGLIEDER AN DIE INTERESSENVERTRETUNG	30
26.	GEFÜHLTE UNTERSTÜTZUNG DURCH DIE INTERESSENVERTRETUNG – IM EIGENEN BUNDESLAND ....	32
27.	DIE UNTERSTÜTZUNG DURCH DIE INTERESSENVERTRETUNG – ÖSTERREICHWEIT .....	33
28.	SPONTAN GEWÜNSCHTE AKTIVITÄTEN DER INTERESSENVERTRETUNG .....	34
29.	DIE ZUKÜNFTIGEN ERWARTUNGEN AN DIE INTERESSENVERTRETUNG .....	35
30.	WEITERE WÜNSCHE UND ANREGUNGEN AN DIE INTERESSENVERTRETUNG .....	37
31.	DIE ANSPRÜCHE AN DIE INTERESSEN-VERTRETUNG – EINE ZUSAMMENFASSUNG .....	38
32.	FAZIT UND EMPFEHLUNGEN .....	39
33.	STRUKTURDATEN DER QUALITATIVEN STUDIE.....	40

## 2. VORBEMERKUNGEN

---

- ▶ Im Befragungszeitraum August 2015 wurde im Auftrag der **WIRTSCHAFTSKAMMER ÖSTERREICH** eine **qualitative Befragung** der Mitglieder der Berufsgruppe **Textilreiniger, Wäscher und Färber** durchgeführt. Diese Berufsgruppe umfasst österreichweit knapp 700.
  
- ▶ Insgesamt haben **35 Personen** an der Befragung teilgenommen. Fast 90 % der Befragten sind die **Inhaber bzw. Geschäftsführer** eines Unternehmens der Branche.
  
- ▶ **Ziel** der Befragung ist es, die **derzeitige Situation** und die **Zukunft der Branche** abzubilden.
  - Dabei sollen die aktuellen **Veränderungen** in den Betrieben und **deren Auswirkungen** sowie **derzeitige** und **zukünftige Erfolgsfaktoren** festgestellt werden.
  - Außerdem soll das **Image der Interessenvertretung** und die **Erwartungen, Verbesserungsempfehlungen** und **Wünsche** an die Interessenvertretung abgebildet werden.

*Um den Lesefluss zu vereinfachen, wird auf geschlechtsspezifische Verdoppelungen verzichtet, alle nachfolgenden neutralen Bezeichnungen beziehen sich selbstverständlich auf beide Geschlechter!*

### 3. DIE VOM UNTERNEHMEN INITIIERTEN VERÄNDERUNGEN 2014 / 2015

---

*Frage: Was haben Sie im letzten Jahr (2014 / 2015) in Ihrem Geschäft(en) im Vergleich zu den Vorjahren anders gemacht? Welche Veränderungen gab / gibt es in Ihrem Unternehmen?*

- ▶ **7 der 35 antwortenden Personen** (20,0 %) habe im Vorjahr **keine Änderungen** vorgenommen
  
- ▶ Die übrigen **28 Befragten** (80,0 %) haben im Vorjahr etwas verändert und machen spontan **folgende** Angaben rund um **Veränderungen** in ihren Unternehmen:
  - **Rationalisierungen** / Einsparungen durch **Schließung** einer (Miet-) **Filiale** / einer unrentablen Filiale (4 Nennungen)
  - **Maschinenerneuerung** / Kauf neuer Maschinen (3 Nennungen)
  - **Einstellung neuer Mitarbeiter** / Einstellung eines neuen Lehrlings (2 Nennungen)
  - **veränderte Personalstruktur** / durch Pensionierungen ist es nun ein neues, jüngeres Team (2 Nennungen)
  - **Personalabbau** (2 Nennungen)
  - **Online Marketing** / Einschaltung im Internet / Homepage verbessert (2 Nennungen)
  - stärkerer **Preiswettbewerb** / **Preisdruck** z. B. im Bereich der Mietwäschekunden (Gesundheitswesen, Industrie, Tourismus usw.) (2 Nennungen)
  - Konzentration auf **Effizienz** / **Umstrukturierung** der Arbeitsabläufe (2 Nennungen)

- **Einzelnennungen:**

Renovierung des Betriebs  
 mehr persönliche Präsenz im Unternehmen  
 mehr Produktivität durch Serviceausweitung der Dienstleistungen  
 neue Software und neue Kassensysteme in den Filialen  
 bessere und schnellere Auswertungen und Informationen zum laufenden Betrieb  
 Nassreinigungskapazität um zwei Drittel erhöht  
 alle Filialen wurden online miteinander vernetzt  
 Erweiterung um eine Annahmestelle  
 Kauf einer neuen Presse (Möglichkeit große Aufträge, welche Wäschereien nicht fertigen können, zu machen)  
 effizientere Einkaufsstrategie  
 neue Übernahmestellen gefunden  
 Investitionen in erneuerbare Energie  
 Verlust zweier Großkunden  
 Beendigung der Gutscheinaktion (nicht mehr realistisch finanzierbar, dafür erhalten Kunden Mengenrabatt)  
 regelmäßige Überprüfung der Arbeitsprozesse und des optischen Erscheinungsbild  
 Erweiterung des Produktionsbereichs

**Wortwörtliches:**

*„Im Jahr 2014 haben vier Mitarbeiter den Betrieb verlassen. Die Stellen sind noch nicht vollständig nachbesetzt, deshalb arbeite ich selbst in den Filialen mit und bin fast nicht mehr im Zentralbetrieb!“*

*„Extreme Produktivitätsbemühungen sind weiterhin notwendig. Die technischen Möglichkeiten haben jedoch nicht mehr die Wirksamkeit wie früher – der Fokus liegt nun auf der Serviceausweitung der Dienstleistungen“*

***Mehr als 3/4 der Antwortenden haben 2014 /2015 Veränderungen initiiert –  
 Hauptthemen sind Aktivitäten rund um Rationalisierung!***

## 4. VERÄNDERUNGEN IN DER UNTERNEHMENSFÜHRUNG

---

**Grundgesamtheit sind all jene, die in ihrem Unternehmen im Vorjahr etwas verändert haben (n=28)**

Frage: *Haben Sie Veränderungen in der Unternehmensführung (Führungsarbeit / Führungsaufgabe) vorgenommen? Wenn ja, welche?*

- ▶ **13 Befragte** (46,4 %) geben an, dass sie im Vorjahr **keine Veränderungen** in der Unternehmensführung vorgenommen haben
  
- ▶ **15 Befragte** (53,6 %) haben die Unternehmensführung verändert und nennen **spontan folgende Veränderungen**:
  - **bessere Aufgabenverteilung** und Verantwortung an Mitarbeiter abgegeben / **Mitarbeiterschulungen für mehr Selbstverantwortung** (6 Nennungen)
  
  - **Änderungen der Führungsebene** und **Führungsstil** / einheitlicher, kontinuierlicher Führungsstil (2 Nennungen)
  
  - **Einzelnennungen:**
    - erweiterte Dienstleistungsbreite
    - weiterer Ausbau der EDV-Stützung (z.B. Webportal für den Kunden wesentlich verstärkt)
    - verstärkte Außendienstarbeit
    - Produktionsverbesserungen im Rahmen technologischer Neuerungen
    - Senkung des Energieverbrauchs
    - Preisgespräche mit Zulieferern intensiviert
    - erweiterte Qualitätskontrolle und Zertifizierung
    - stärkere Konzentration auf Lenkung / Controlling / Planung
    - Schließung einer Kaltfiliale

**Wortwörtliches:**

*„Durch ein neues Team gab es eine neue Einschulung und auch die Aufgabenbereiche wurden neu verteilt – ich delegiere nun mehr!“*

*„Ich bin nun täglich im Unternehmen, um für die Mitarbeiter und die Kunden persönlich verfügbar zu sein!“*

**Mehr als die Hälfte haben die Unternehmensführung verändert –  
Aufgabenverteilung NEU und Verantwortungsverteilung NEU waren die Topthemen!**

## 5. VERÄNDERUNGEN DES GESCHÄFTSMODELLS / MARKTAUFTRITTS

---

*Grundgesamtheit sind all jene, die im Vorjahr in ihrem Unternehmen etwas verändert haben (n=28)*

*Frage: Hat sich Ihr Konzept / Plan zur Unternehmensführung oder Ihr Geschäftsmodell / Art und Weise des Marktauftritts verändert? Wenn ja, welche Veränderungen gab es?*

- ▶ **17 Befragte** (60,7 %) geben an, dass sie **keine Veränderungen** des Geschäftsmodell vorgenommen haben
  
- ▶ **11 Befragte** (39,3 %) haben im Vorjahr das Geschäftsmodell bzw. die Art und Weise des Marktauftritts verändert und nennen **spontan folgende Veränderungen**:
  - **mehr Werbung** / stärkerer Online-Auftritt (5 Nennungen)
  - **klare Positionierung** / Qualität verdeutlichen / Imageverbesserung (4 Nennungen)
  - **neue Übernahmestellen** (2 Nennungen)
  - **Einzelnennungen:**
    - neues IT-Konzept zur Einführung eines Chip-Kennzeichnungssystem
    - zusätzliches Angebot im Bereich Wäscherei
    - Investitionsfinanzierung nur mehr über Eigenmittel – damit wird kurz-, mittel- und langfristig die Krisenfestigkeit des Unternehmens sichergestellt
    - neue Möglichkeit des Einlesens der zu reinigenden Teile per Barcode

**Wortwörtliches:**

*„Neue Positionierung - vom lokalen Reiniger zum Partner für alle (z.B.: Betriebe, Gastronomie usw.)!“*

***Im Geschäftsmodell gab es mehrheitlich keinerlei Veränderungen!***



## 6. VERÄNDERUNGEN INNERHALB DES UNTERNEHMENS

---

*Grundgesamtheit sind all jene, die im Vorjahr in ihrem Unternehmen etwas verändert haben (n=28)*

*Frage: Denken Sie jetzt bitte an Ihr Unternehmen (qualitativ und quantitativ) – hat sich innerhalb des Unternehmens etwas verändert? (z.B.: Anzahl der Mitarbeiter, Arbeitsabläufe, Standorte, Investitionen usw.) Wenn ja, welche Veränderungen gab es?*

- ▶ **3 Befragte** (10,7 %) haben im Vorjahr innerhalb ihres Unternehmens **keine Änderungen** vorgenommen
  
- ▶ **25 der Befragten** (89,3 %) haben innerhalb des Unternehmens etwas verändert und nennen **spontan folgende Veränderungen**:
  - **Einstellung neuer Mitarbeiter** / Erhöhung der Mitarbeiterzahl (10 Nennungen)
  - **Investition in neue Maschinen** / neue Bügelstation (5 Nennungen)
  - **Einsparung der Mitarbeiter** / geringere Mitarbeiterzahl / schwierig, motivierte Mitarbeiter zu finden (4 Nennungen)
  - **Optimierung des Arbeitsablaufs** / bessere Definierung der Prozesse (4 Nennungen)
  - **Qualitätsweiterentwicklung** / Fertigstellung qualitativ hochwertiger Aufträge (2 Nennungen)
  - **Einzelnennungen:**
    - Senkung des Energieverbrauchs
    - mehr Nähe zum Kunden
    - neue Übernahmestellen
    - neue Organisationsform
    - Rationalisierung
    - Änderung der Arbeitszeiten
    - Vergrößerung des Wäschereibereiches
    - Adaptierung des eigenen Bürogebäudes

***Im jeweiligen Unternehmen blieb kein Stein auf dem anderen – sowohl im Bereich Mitarbeiter, als auch in den Bereichen Investition und Qualität, gab es Veränderungen!***

## 7. ZUSAMMENFASSUNG DER SELBSTINITIERTEN VERÄNDERUNGEN IM JAHR 2014 / 2015

---

- ▶ Die **überwiegende Mehrheit** der Befragten (80,0 %) hat im letzten Jahr (2014 / 2015) in ihrem Geschäft / ihren Geschäften **etwas verändert**.
  
- ▶ Die häufigsten Änderungen betreffen die **Unternehmensstruktur** und die **Unternehmensplanung** – **89,3 %** geben an, genau dort Veränderungen initiiert zu haben. Zu den Top-Veränderungen in der Branche gehören die Einstellung neuer Mitarbeiter, Investitionen in neue Maschinen aber auch die Einsparung von Mitarbeitern.
  
- ▶ Veränderungen in der **Unternehmensführung** (Führungsarbeit / Führungsaufgabe) werden von **53,6 %** der Befragten zu Protokoll gegeben!
  
- ▶ Zu Veränderungen im **Geschäftsmodell** bzw. in der Art und Weise des Marktauftritts ist es bei **39,3 %** der Unternehmen gekommen. Geschäftsmodellveränderungen wurden 2014 / 2015 noch nicht mehrheitlich getätigt!

## 8. ALLGEMEINE AUSWIRKUNGEN DER VERÄNDERUNGEN

---

*Grundgesamtheit sind all jene, die im Vorjahr in ihrem Unternehmen etwas verändert haben (n=28)*

*Frage: Und wie haben sich all diese Veränderungen auf den wirtschaftlichen Erfolg Ihres Unternehmens ausgewirkt?*

- ▶ **4 Personen** machen **keine Angabe**
  
- ▶ **5 der 24 Antwortenden** (20,8 %) geben an, dass es noch **keine Auswirkungen** gab bzw. die Veränderungen nur eine geringe Wirkung hatten
  
- ▶ **17 Befragte** (70,8 %) bemerken **positive Auswirkungen** durch die Veränderungen des Vorjahrs und nennen spontan folgende Auswirkungen:
  - **Optimierung der Arbeitsabläufe** / bessere Betriebsabläufe (2 Nennungen)
  
  - positive Rückmeldung der Kunden / **mehr Kundenzufriedenheit** (2 Nennungen)
  
  - **Einzelnennungen:**
    - höhere Stückzahlen in der Reinigung
    - mehr Flexibilität in der Wäscherei
    - neue Mitarbeiterin ist sehr flexibel und kann an 2 Standorten des Unternehmens arbeiten
    - Verbesserung der EBIT
    - gesteigerte Qualität durch neue Maschinen führte zu einem Kundenzuwachs
    - Optimierung der Kosten bei gleichbleibender Qualität
    - Verbesserung des Betriebsklima
    - Einsparung der Fixkosten
    - vermehrter, persönlicher Einsatz
    - gleichbleibender Ertrag bei sinkenden Umsätzen
    - Kosteneinsparung durch Schließung der Kaltfiliale
    - neue Übernahmestellen konnten Verlust von den Standorten etwas ausgleichen
    - Ausweitung der privaten Stammkunden / stärkere Kundenbindung
    - Ersparnisse im Bereich Einkauf
    - schnellere Lieferzeiten
  
- ▶ **2 Personen** (8,4 %) geben an, dass die Veränderungen **negative Auswirkungen** hatten

***Veränderungen wirken und das zu mehr als zwei Drittel positiv!***

## 9. AUSWIRKUNGEN DER VERÄNDERUNGEN AUF UMSATZ UND GEWINN

---

*Grundgesamtheit sind all jene, die im Vorjahr in ihrem Unternehmen etwas verändert haben (n=28)*

*Frage: Wie haben sich die Veränderungen auf Ihren Umsatz und Gewinn ausgewirkt?*

- ▶ **6 Personen** machen **keine Angabe**
  
- ▶ **6 der 22 Antwortenden** (27,3 %) konnten **keine** oder nur **geringe Auswirkungen** auf ihren Umsatz und Gewinn feststellen
  
- ▶ **12 Befragte** (54,6 %) haben **positive Auswirkungen** bemerkt und nennen spontan folgende Auswirkungen auf ihren Umsatz und Gewinn :
  - sehr gute und **positive Veränderung** (5 Nennungen)
  
  - **Kostensparnis** (2 Nennungen)
  
  - **Einzelnennungen:**  
 leichte Steigerung des Gewinns aufgrund niedrigerer Lohnkosten  
 Umsatz ist gleichgeblieben aber Gewinn ist leicht gestiegen  
 Kundenzuwachs  
 Einkommenssteigerung  
 kürzere Produktionszeiten und Wege
  
- ▶ **4 Befragte** (18,1 %) haben **negative Auswirkungen** gemerkt und nennen spontan folgende Auswirkungen:
  - **Umsatz und Gewinn sind zurück gegangen** (2 Nennungen)
  
  - **Einzelnennungen:**  
 Kostenerhöhung  
 eventuell steigender Umsatz, aber sinkender Gewinn  
 trotzdem noch ein Verlust von 10 %

## 10. AUSWIRKUNGEN AUF PRODUKTIVITÄT UND MOTIVATION DER MITARBEITER

---

*Grundgesamtheit sind all jene, die im Vorjahr in ihrem Unternehmen etwas verändert haben (n=28)*

*Frage: Wie haben sich die Veränderungen auf die Produktivität und Motivation der Mitarbeiter ausgewirkt?*

- ▶ **9 Personen** machen **keine Angabe**
  
- ▶ **5 der 19 Antwortenden** (26,3 %) merken **keine Auswirkungen** durch die Veränderungen
  
- ▶ **12 Befragte** (63,2 %) merken **positive Auswirkungen** auf die Produktivität und die Motivation der Mitarbeiter und nennen spontan **folgende Auswirkungen**:
  - **gesteigerte Produktivität** der Mitarbeiter (8 Nennungen)
  - **Entlastung der Mitarbeiter** / weniger Stress bei der Aufgabenerledigung (4 Nennungen)
  - sehr gutes Betriebsklima / **besseres Miteinander** und Zusammenarbeiten (2 Nennungen)
  - **Motivation** der Mitarbeiter ist (deutlich) **gestiegen** (2 Nennungen)
  - **Einzelnennungen:**
    - Sonderfälle können rascher erledigt werden
    - einfachere Bearbeitung
    - bessere Qualität
  
- ▶ **2 Befragte** (10,5 %) merken **negative Auswirkungen** und nennen spontan folgende Auswirkungen:
  - **Motivation** der Mitarbeiter ist **stark gesunken** (2 Nennungen)
  - **Einzelnennungen:**
    - Veränderungen werden nie positiv aufgenommen
    - verminderte Produktivität

## 11. ÜBERBLICK DER AUSWIRKUNGEN

---

- ▶ Die **Auswirkungen** der Veränderungen werden **mehrheitlich** als **positiv** eingestuft (70,8 %).
- ▶ Positive Auswirkungen auf die **Produktivität** und die **Motivation der Mitarbeiter** verzeichnen **63,2 %**. Außerdem sehen **54,6 %** einen positiven Einfluss auf den **Umsatz** und den **Gewinn**.

***Ökonomische Auswirkungen sind spürbar!  
Produktivitätsveränderungen führen nicht automatisch zu mehr Motivation –  
hieran gilt es zu arbeiten!***

## 12. SPONTANE EMPFEHLUNGEN FÜR DIE BRANCHENKOLLEGEN

---

Frage: Welche Aktivitäten empfehlen Sie Ihren Kollegen, damit diese mehr Gewinn und Umsatz erzielen?

- ▶ **21 Personen** machen **keine Angabe**
  
- ▶ Die **14 Antwortenden** empfehlen ihren Kollegen **spontan folgende Aktivitäten**, um mehr Gewinn und Umsatz zu erzielen:
  - **bestmögliche Qualität** (4 Nennungen)
  - **gutes Betriebsklima** / Mitarbeiter miteinbeziehen und wertschätzen (3 Nennungen)
  - **Kundenzufriedenheit** und **Kundennähe** (3 Nennungen)
  - **Freundlichkeit** und **Hilfsbereitschaft** (2 Nennungen)
  - **rationale Preiskalkulation** / keine Dumpingpreise (2 Nennungen)
  - **Einzelnenennungen:**
    - harte Arbeit
    - selbst ist der Unternehmer
    - Mitarbeiter nicht als gleichwertige Partner anzusehen
    - je weniger Mitarbeiter, desto besser
    - Mundpropaganda ist die beste Werbung
    - schlanke Abläufe

***Herausragende Qualität und angenehmes Betriebsklima sind  
spontane Empfehlungen an die Kollegen!***

## 13. GEPLANTE VERÄNDERUNGEN UND INNOVATIONEN IM EIGENEN UNTERNEHMEN

---

*Frage: Was wollen und werden Sie in den nächsten 3 bis 5 Jahren (bis 2020) in Ihrem Unternehmen verändern? Welche Innovationen sind geplant?*

- ▶ **10 Personen** machen **keine Angabe**
  
- ▶ **8 der 25 antwortenden Personen** (32,0 %) haben noch **keine konkreten Veränderungen** und Innovationen für die Zukunft geplant
  
- ▶ **17 Befragte** (68,0 %) haben für die nächsten Jahre Veränderungen und Innovationen geplant und nennen spontan **folgende zukünftige Veränderungen**:
  - **Investition** in neue Maschinen / auf dem **neuesten Stand der Technik** bleiben / weitere Vereinfachungen durch technische Unterstützung (6 Nennungen)
  
  - **Betrieb verkleinern** / unprofitable Filialen schließen und durch externe Annahmestellen kompensieren (2 Nennungen)
  
  - Zusammenstellung eines **stabilen Team** / **neue Mitarbeiter** einstellen (2 Nennungen)
  
  - **Einzelnennungen:**
    - Optimierung der Reinigung und des Verkaufs
    - Verbesserung des internen und externen Auftretts
    - größerer Standort
    - neue Investitionen
    - Anpassung der Produktpalette an die aktuellen Kundenbedürfnissen
    - alternative Angebote
    - Verbesserung der internen Logistik
    - genaue Kostenrechnung führen
    - Hausabholungen forcieren
    - Bürokratie abbauen
    - Umstrukturierung der Produktionsprozesse
    - Verkauf des Betriebs

***Innovationen sind geplant!***



## 14. GEPLANTE VERÄNDERUNGEN IM BEREICH PRODUKTE UND DIENSTLEISTUNGEN

---

*Frage: Wollen Sie neue Produkte und / oder neue Dienstleistungen anbieten? Wenn ja, welche werden Sie anbieten?*

- ▶ **23 der befragten Personen** (65,7 %) werden in Zukunft **keine neuen Produkte** anbieten
  
- ▶ **12 Befragte** (34,3 %) planen neue Produkte und Dienstleistungen anzubieten und nennen **spontan folgende Veränderungen:**
  - Kundenservice ausbauen / **Full-Service** (3 Nennungen)
  
  - **Hemdenservice** anbieten (2 Nennungen)
  
  - **Einzelnennungen:**
    - Optimierung der Dienstleistungen
    - Lohnwäsche in der Berufsbekleidung
    - Kundennähe schaffen
    - Ware vom Kunden abholen
    - Umstellung auf Mietbasis für den Kunden (Wäscherei)
    - Dienstleistungen außerhalb der normalen Tätigkeit der Textilreiniger anbieten

***Neue Produkte wird es mehrheitlich keine geben!***

## 15. GEPLANTE VERÄNDERUNGEN IM BEREICH MÄRKTE UND ZIELGRUPPEN

---

Frage: Werden Sie neue Märkte und neue Zielgruppen ansprechen? Wenn ja, welche?

- ▶ **19 der befragten Personen** (54,3 %) wollen in Zukunft **keine neuen Märkte** und **Zielgruppen** ansprechen
  
- ▶ **16 Befragte** (45,7 %) geben an, dass sie in Zukunft neue Märkte und Zielgruppen ansprechen werden und nennen **spontan folgende Veränderungen**:
  - noch **keine konkreten Veränderungen** / ist vom Bedarf des Marktes abhängig  
(2 Nennungen)
  
  - **Angebotserweiterung** für touristische Betriebe im Bereich Wäscherei / **Hotellerie**  
(2 Nennungen)
  
  - **Firmen und Beschäftigte in Büros** (2 Nennungen)
  
  - **Einzelnennungen**:
    - Fokus auf die eigene Region
    - Erweiterung des Mattenservices (Wäscherei)
    - Fokussierung auf ausgewählte Zielgruppen und deren Bedürfnisse
    - gezieltes Ansprechen der älteren Bevölkerungsgruppe
    - Fokus auf die Jugend (durch vermehrtem Auftritt im Internet)
    - Filialabbau durch elektronisches Übernahmeprogramm (online)
    - spezielle Angebote für Ämter und Kammern
    - außerhalb der normalen Tätigkeit der Textilreiniger

***Fast die Hälfte wird in Zukunft neue Märkte und neue Zielgruppen ansprechen –  
der Weg dorthin ist aber noch nicht konkret!***

## 16. GEPLANTE VERÄNDERUNGEN IM BEREICH INTERNE ABLÄUFE

---

Frage: Werden Sie die internen Abläufe verändern? (z.B. Mitarbeiterfortbildungen, etc.)

- ▶ **21 der befragten Personen** (60,0 %) planen **keine Veränderungen** der internen Abläufe
  
- ▶ **14 Befragte** (40,0 %) wollen die internen Abläufe in Zukunft verändern und nennen spontan **folgende Veränderungen:**
  - **Weiterbildung** / Fortbildung der Mitarbeiter / regelmäßige **Mitarbeiterschulungen** (6 Nennungen)
  - bessere **interne Kommunikation** / intensive Mitarbeitergespräche (2 Nennungen)
  - definierte, **rationelle Abläufe** (2 Nennungen)
  - regelmäßige Kontrolle und **Überprüfung der Arbeitsabläufe** (2 Nennungen)
  - **Einzelnennungen:**
    - mehr Lehrlinge aufnehmen
    - mehr Fachkräfte ausbilden
    - Detachierkurse / Bügelkurse für neue Mitarbeiter anbieten
    - mehr Verantwortung auf den Mitarbeiter übertragen
    - zusätzlich Schulungen zur Persönlichkeitsentwicklung
    - Leistungsanreize schaffen

**Interne Ablaufveränderungen werden nicht angestrebt – so die Mehrheit der Befragten!**

## 17. GEPLANTE VERÄNDERUNGEN IM BEREICH VERTRIEBSWEGE

---

*Frage: Werden Sie Ihre Vertriebswege / Wege zum Kunden in Zukunft verändern? Wenn ja, welche Veränderungen wird es geben?*

- ▶ **30 der befragten Personen** (85,7 %) wollen ihre **Vertriebswege** zukünftig **nicht verändern**
  
- ▶ **5 Befragte** (14,3 %) planen ihre Vertriebswege und Wege zum Kunden zu verändern und nennen **spontan folgende Veränderungen**: *(Einzelnennungen)*
  - Hausabholungen beim Kunden
  - stärkere Kooperation mit unserem Konzern in Deutschland
  - engere Bindung zwischen den Kunden und den Mitarbeitern vor Ort
  - Fokus auf proaktive Kommunikation unserer Kundenbetreuer
  - Vereinfachung der Dokumentation

***Die Vertriebswege bleiben!***

## 18. GEPLANTE VERÄNDERUNGEN IM BEREICH KOOPERATIONEN UND KOOPERATIONSPARTNER

---

*Frage: Werden sich Ihre Kooperationspartner verändern? Wenn ja, welche Veränderungen im Bereich Kooperation planen Sie?*

- ▶ **31 der befragten Personen** (88,6 %) planen **keine Veränderungen** im Bereich Kooperation
  
- ▶ **4 Befragte** (11,4 %) wollen ihre Kooperationen und ihre Kooperationspartner in Zukunft ändern und nennen **spontan folgende Veränderungen**: *(Einzelnennungen)*
  - verstärkte Kooperationen, aber die Möglichkeiten sind gesetzlich beschränkt
  - bestehende Kooperationen weiter ausbauen
  - konkrete, qualifizierte Maßnahmen setzen
  - stärkeren Fokus auf Hotels, Raumausstatter und Wäschereien

***Kooperationspartner der Gegenwart sind auch Kooperationspartner der Zukunft!***

## 19. GEPLANTE VERÄNDERUNGEN IM BEREICH KOMMUNIKATION

---

*Frage: Werden / wollen Sie Ihre Kommunikation (zu verschiedensten Zielgruppen) verändern? Wenn ja, welche Veränderungen wird es geben?*

- ▶ **23 der befragten Personen** (65,7 %) planen **keine Veränderungen** im Bereich Kommunikation
  
- ▶ **12 Befragte** (34,3 %) wollen ihre Kommunikation zukünftig ändern und nennen **spontan folgende Veränderungen**:
  - stärkeren Fokus auf **Online-Kommunikation** (Social Media) und **Internet-Auftritt** (3 Nennungen)
  - neue **Werbemaßnahmen** setzen und mehr **Öffentlichkeitsarbeit** (3 Nennungen)
  - **neue Kontaktmöglichkeiten** / Verständigungen per Email und SMS (2 Nennungen)
  - **aktive Kundenansprache** / proaktive Kundenkommunikation (2 Nennungen)
  - **Einzelnennungen:**  
Fokus auf Kundennähe / mehr persönlichen Kontakt  
Veränderungen der Kommunikation sind marktabhängig  
Mitarbeiter enger in Unternehmensbelange einbinden

***Ein Drittel der Befragten wird Kommunikation und Information verändern!***

## 20. ZUSAMMENFASSUNG DER GEPLANTEN VERÄNDERUNGEN

---

- ▶ Der **Wille zur Veränderung** und Weiterentwicklung besteht. Die Mehrheit der Befragten (**68,0 %**) plant in den nächsten Jahren Veränderungen und Innovationen durchzuführen. Die **Investition** in neue Maschinen bzw. auf dem **neuesten Stand der Technik** zu sein, steht hier an erster Stelle.
- ▶ Die **häufigsten Veränderungen** sind im **Bereich neue Märkte und Zielgruppen** geplant. Fast die Hälfte der Befragten mit Veränderungswunsch (45,7 %) planen Veränderungen, wie z.B. eine Angebotserweiterung und konkretes Ansprechen neuer Zielgruppen.
- ▶ Veränderungen der **internen Abläufe** werden von 40,0 % der Befragten angestrebt. Rund ein **Drittel der Befragten** (34,3 %) werden in Zukunft **neue Produkte** und Dienstleistungen anbieten und die **Kommunikationswege verändern**.
- ▶ Bei **Kooperationen** und **Vertriebswegen** sind die Veränderungsambitionen eher schwach ausgeprägt: 88,6 % der Befragten planen **keine Veränderungen** im Bereich Kooperation. Auch Vertriebswege NEU sind nicht im Planfokus – so 85,7 % der Befragten!

## 21. VERMUTETE ERFOLGSFAKTOREN IN DER BRANCHE

---

*Frage: Was ist Ihrer Meinung nach heute und morgen ein zentraler Erfolgsfaktor in Ihrer Branche / in Ihrem Geschäft?*

- ▶ **8 Personen** machen **keine Angabe**
  
- ▶ Die **27 antwortenden Personen** nennen **spontan folgende Erfolgsfaktoren** in ihrer Branche:
  - **Top-Qualität** / hochwertige Dienstleistungen (14 Nennungen)
  - **Fachbetrieb** mit kompetenter Beratung / **Fachpersonal** (9 Nennungen)
  - **herausragende Leistung** und Service (6 Nennungen)
  - Nähe zum Kunden / **persönliche Kundenbetreuung** (4 Nennungen)
  - **Freundlichkeit** / **soziale Kompetenz** der Mitarbeiter in den Filialen und im Fuhrpark (5 Nennungen)
  - **Zuverlässigkeit** / Beständigkeit (3 Nennungen)
  - **angemessener Preis** (3 Nennungen)
  - **schneller Service** / Pünktlichkeit (3 Nennungen)
  - **Kooperationen** innerhalb der Branche (2 Nennungen)
  - **Innovationen** / offen für Neues sein (2 Nennungen)
  - **Einzelnennungen:**
    - gutes Betriebsklima
    - Erfüllen der Kundenerwartungen
    - Kundentreue / Stammkunden
    - Gelungener Internetauftritt
    - hohe Effizienz in den Abläufen
    - Liquidität
    - Flexibilität
    - Schwerpunkte setzen / die eigenen Stärken kennen
    - permanente Weiterentwicklung im Dialog mit den Mitarbeitern
    - wirkungsvolle Unterstützung durch Interessenvertretung



**Wortwörtliches:**

*„Es ist wichtig, Schnelligkeit und Top-Qualität vereinbaren zu können!“*

*„Man muss auf jeden Kunden einzeln eingehen und persönlich beraten!“*

*„Zu schaffen, was andere nicht schaffen!“*

## 22. VERMUTETE STOLPERSTEINE IN DER BRANCHE

---

Frage: Was ist Ihrer Meinung nach heute und morgen der größte Stolperstein in Ihrer Branche?

- ▶ **3 Personen** machen keine Angabe
  
- ▶ Die **32 antwortenden Personen** nennen **spontan folgende Stolpersteine** in Ihrer Branche:
  - **zu wenig Fachpersonal** / schwer gut geschulte Mitarbeiter zu finden (9 Nennungen)
  - **Bürokratie** / Verordnungen und **Vorschriften in der Branche** / Gewerbebehörde (6 Nennungen)
  - **steigende Kosten** / hohe Lohnkosten, Energie- und Entsorgungskosten (5 Nennungen)
  - **Branche verliert an Attraktivität** / keine Käufer für Betriebe (5 Nennungen)
  - **steigender Preiskampf** / Dumpingpreise (4 Nennungen)
  - **Unwissen der Bevölkerung** / der Wert und die Qualität des Textilreinigers sind nicht anerkannt / Reinigungen und Wäschereien werden als „giftig“ wahrgenommen (3 Nennungen)
  - **geringeres Sauberkeitsbewusstsein** beim Kunden (3 Nennungen)
  - größte **Konkurrenz** ist die private **Waschmaschine** (2 Nennungen)
  - **mangelnde Liquidität** / nicht leistbare Investitionen (2 Nennungen)
  - immer mehr **Aufwand** und persönlicher Einsatz notwendig (2 Nennungen)
  - **Unfreundlichkeit** des Personals (2 Nennungen)
  - **Einzelnennungen:**
    - Zeitfaktor
    - schlechte Qualität durch alte Maschinen
    - mangelnde Ertragskraft
    - Service des Chemiereinigers ist kaum mehr kostendeckend zu führen
    - Willkür der Auftraggeber
    - finanzielle Lage der Kunden
    - überdimensionierte Investitionen
    - teilweise feindliches Verhalten der eigenen Vertreter gegenüber Kleinunternehmern

## 23. ZUSAMMENFASSUNG DER FAKTOREN FÜR ERFOLG UND MISSERFOLG IN DER BRANCHE

---

- ▶ Die **Top 3-Erfolgsfaktoren** in der Branche Textilreiniger, Wäscher und Färber sind laut den Befragten eine **hochwertige Qualität**, ein **Fachbetrieb mit kompetentem Personal** und **herausragender Service**. Eine persönliche, freundliche Kundenbetreuung sowie Zuverlässigkeit, Pünktlichkeit und ein angemessener Preis sind ebenfalls erfolgsversprechend!
  
- ▶ Zu den größten **Stolpersteinen** zählen **ungeschulte Mitarbeiter**, Vorschriften und **Verordnungen** sowie **steigende Gesamtkosten** und **sinkende Attraktivität** der Branche.

***Qualität ist Erfolg!***  
***Mitarbeiter sind Stolpersteine!***

## 24. DIE GANZ PERSÖNLICHEN ERWARTUNGEN AN DIE INTERESSENVERTRETUNG

---

Frage: Welche Erwartungen haben Sie persönlich an Ihre Interessenvertretung in Ihrem Bundesland?

- ▶ **14 Personen** machen **keine Angabe**
  
- ▶ **3 der 21 antwortenden Befragten** (14,3 %) geben an, dass sie **keine Erwartungen** an ihre Interessenvertretung haben
  
- ▶ **18 Befragte** (85,7 %) äußern **spontan folgende Erwartungen** an die Interessenvertretung in ihrem Bundesland:
  - **stärkere Zusammenarbeit** / mehr Kontakt untereinander (5 Nennungen)
  
  - mehr **Beratungsmöglichkeiten** und **Hilfestellungen** / persönlicher Dialog (3 Nennungen)
  
  - **Imageaufwertung** / gute Repräsentation unseres Berufszweigs nach außen (2 Nennungen)
  
  - **Einzelnennungen:**
    - Mitarbeiterschulungen
    - konkrete Maßnahmen umsetzen (Schulung, gemeinsame Werbung usw.)
    - bessere Bedingungen schaffen um am Markt bestehen zu können
    - Bürokratie senken
    - mehr Flexibilität und Fairness
    - unser Bundesland stark vertreten um Benachteiligung zu verhindern
    - stärkeres Branchenbewusstsein fördern
    - kontinuierliche Fortführung der Geschäfte
    - soziale Wünsche auf vernünftiges Maß reduzieren
    - exakte Kostenrechnung in der Textilreinigung

Frage: Welche Erwartungen haben Sie persönlich an Ihre Interessenvertretung österreichweit?

- ▶ **15 Personen** machen **keine Angabe**
- ▶ **2 der 20 antwortenden Personen** (10,0 %) geben an, dass sie **keine Erwartungen** an die österreichweite Interessenvertretung haben
- ▶ **18 Befragte** (90,0 %) äußern **spontan folgende Erwartungen** an ihre Interessenvertretung:
  - **Gesetze mitbestimmen** / nicht alle Beschlüsse von der Regierung zu akzeptieren  
(3 Nennungen)
  - **Imageaufwertung** / gute Repräsentation unseres Berufszweigs nach außen (3 Nennungen)
  - **gemeinsame Werbeaktionen** / auch neue Betriebe in der Anfangsphase miteinbeziehen  
(2 Nennungen)
  - Unterstützung in der **Mitarbeiterfortbildung** (2 Nennungen)
  - **Einzelnennungen:**
    - Steuersenkung
    - Struktur an heutige Gegebenheiten anpassen
    - Wirtschaftskammer ist wenig effektiv
    - Unterstützung bei Lohnverhandlungen
    - bürokratischen Aufwand verringern
    - Vorschriften u. Verordnungen entgegen wirken
    - höhere Förderungen von Klein- und Mittelbetrieben
    - verstärkter Kontakt und Austausch untereinander

**Wortwörtliches:**

*„Bei neuen Gesetzen mehr Druck auf die Entscheidungsträger ausüben wie zum Beispiel bei den Themen Registrierkassenpflicht und Durchführungsbestimmung!“*

*„Wirtschaftskammer ist ein erstarrtes bürokratisches System, welches zu hohe Kosten verursacht und wenig effektiv ist.“*

*„Die veraltete Struktur der Branche an die heutigen wirtschaftlichen Gegebenheiten und Rahmenbedingungen anpassen.“*

**Ein Mehr an Zusammenarbeit, ein Mehr an Mitbestimmung und ein besseres Image sind die persönlichen Erwartungen!**

## 25. VERMUTETE ERWARTUNGEN DER BERUFSGRUPPEN-MITGLIEDER AN DIE INTERESSENVERTRETUNG

---

Frage: *Und welche Erwartungen haben die Mitglieder Ihrer Berufsgruppe an Ihre Interessenvertretung in Ihrem Bundesland?*

- ▶ **21 Personen** machen **keine Angabe**
  
- ▶ **Eine der 14 antwortenden Personen** (7,1 %) kann die Erwartungen der Mitbewerber **nicht einschätzen**
  
- ▶ **13 Befragte** (92,9 %) äußern spontan **folgende Erwartungen** der Mitglieder ihrer Berufsgruppe an die Interessenvertretung in ihrem Bundesland:
  - **ähnlich** wie meine persönlichen Erwartungen (2 Nennungen)
  
  - **Beratung** / Hilfe bei Anliegen (3 Nennungen)
  
  - Hilfe bei **Behördenabwicklung** / Behörden zur Mäßigung veranlassen (2 Nennungen)
  
  - Möglichkeit des **persönlichen Kontakts** (2 Nennungen)
  
  - **Einzelnennungen:**
    - gute Repräsentation unseres Berufszweigs nach außen
    - mehr Reiniger in der Interessenvertretung
    - überzogenen Gesetze / Verordnungen mit Druck beseitigen
    - betriebsfremde Kosten aus den Betrieben entfernen (z.B.: Erste Hilfe Kurs)
    - fehlender Kundendienst für Maschinenwartung
    - alle Stolpersteine zu beseitigen
    - Unterstützung bei Problemfällen

Frage: Welche Erwartungen haben die Mitglieder Ihrer Berufsgruppe an Ihre österreichweite Interessenvertretung?

- ▶ **27 Personen** machen **keine Angabe**
  
- ▶ Die **8 antwortenden Befragten** äußern spontan **folgende Erwartungen** der Mitglieder ihrer Berufsgruppe an die österreichweite Interessenvertretung:
  - **Minderung der Bürokratie** (2 Nennungen)
  
  - gute **Repräsentation** unseres Berufszweigs nach außen (2 Nennungen)
  
  - **Einzelnennungen:**
    - mehr Reiniger in der Interessenvertretung
    - Gesetze mitbestimmen
    - Klein- und Mittelunternehmen stärker vertreten
    - Aktionen nicht vorsetzen, sondern vorher absprechen

***Die vermuteten Erwartungen der Berufskollegen decken sich großteils mit den persönlichen Erwartungen!***

## 26. GEFÜHLTE UNTERSTÜTZUNG DURCH DIE INTERESSENVERTRETUNG – IM EIGENEN BUNDESLAND

---

Frage: *Fühlen Sie und die Mitglieder Ihrer Berufsgruppe sich durch Ihre Interessenvertretung in Ihrem Bundesland unterstützt? Wo genau empfinden Sie diese Unterstützung?*

- ▶ **20 Personen** machen **keine Angabe**
- ▶ **3 der 15 antwortenden Befragten** (20,0 %) fühlen sich von ihrer Interessenvertretung in ihrem Bundesland (gar) **nicht unterstützt**
- ▶ **7 Befragte** (46,7 %) fühlen sich **wenig** und nur **teilweise unterstützt**:
  - fühle mich in allen Bereichen **zu wenig bzw. schlecht unterstützt** (3 Nennungen)
  - **Wirkung ist nur mäßig** / wünsche mir mehr Unterstützung (2 Nennungen)
  - **Einzelnennungen:**  
obwohl ich selbst Interessenvertreter bin, komme ich mir nur mäßig vertreten vor  
Unterstützung nur bei Kundenthemen, Reisen und Kollektivvertrag
- ▶ **5 Befragte** (33,3 %) fühlen sich durch ihre Interessenvertretung **unterstützt**:
  - fühle mich von **einzelnen Personen** (Landesinnungsmeister) **unterstützt** (2 Nennungen)
  - **Einzelnennungen:**  
verlässliche Unterstützung in den Innungsbüros  
Unterstützung im Bereich des Servicetelefons  
immer ein offenes Ohr für Probleme

### **Wortwörtliches:**

*„Ich fühle mich nicht durch die Interessenvertretung, sondern durch KR Walter Imp unterstützt!“*



## 27. DIE UNTERSTÜTZUNG DURCH DIE INTERESSENVERTRETUNG – ÖSTERREICHWEIT

---

*Frage: Fühlen Sie und die Mitglieder Ihrer Berufsgruppe sich durch Ihre Interessenvertretung österreichweit unterstützt? Wo genau empfinden Sie diese Unterstützung?*

- ▶ **25 Personen** machen **keine Angabe**
  
- ▶ **3 der 10 antwortenden Befragten** (30,0 %) fühlen sich von ihrer Interessenvertretung österreichweit (gar) **nicht unterstützt**
  
- ▶ **2 Befragte** (20,0 %) fühlen sich **wenig** und nur **teilweise unterstützt**:
  - **Einzelnennungen:**
    - fühle mich nur in manchen Bereichen unterstützt
    - fühle mich nur wenig unterstützt
  
- ▶ **5 Befragte** (50,0 %) fühlen sich durch ihre Interessenvertretung **unterstützt**:
  - **tolle Reklamationsbearbeitung** / Reklamationsmanagement (2 Nennungen)
  
  - **Einzelnennungen:**
    - persönlicher Kontakt mit dem Bundesinnungsmeister
    - Unterstützung durch KR Walter Imp

***Das Unterstützungsgefühl muss steigen!***

## 28. SPONTAN GEWÜNSCHTE AKTIVITÄTEN DER INTERESSENVERTRETUNG

---

*Frage: In welchen Bereichen fühlen Sie sich alleine gelassen? Wo muss die Interessenvertretung (in Ihrem Bundesland und österreichweit) aktiv werden?*

▶ **11 Personen** machen **keine Angabe**

▶ Die **24 antwortenden Befragten** äußern spontan **folgende gewünschte Aktivitäten** und **Unterstützungsbereiche**:

- **mehr Kontakt** untereinander / mehr gemeinsame Treffen / bessere Vernetzung der Betriebe (4 Nennungen)
- **mehr Informationen** z.B. zu Förderungen, Auflagen (3 Nennungen)
- **Image der Branche** / starke Repräsentation der Berufsgruppe nach außen (2 Nennungen)
- **Ausbildungs- und Fortbildungsmöglichkeiten** forcieren (2 Nennungen)
- **angemessene Förderungen** wie in anderen Branchen (2 Nennungen)
- **Unterstützung bei den Behörden** (2 Nennungen)
- **gemeinsames Marketing** der Branche / Öffentlichkeitsarbeit (2 Nennungen)
- **Einzelnenennungen:**
  - in allen Bereichen
  - Abbau von Bürokratie
  - Unterstützung bei Neuerungen
  - zu wenig Vertretung der Kleinunternehmen
  - Fokus auf Behindertenintegration
  - ausgewogenes Verhältnis zwischen Auftraggeber und Auftragnehmer schaffen
  - Bildung einer "Einkaufsgenossenschaft" um günstigere Preise zu erzielen

***Gewünschte Aktivitäten drehen sich um mehr Kontakte und Treffen sowie mehr Information!***

## 29. DIE ZUKÜNFTIGEN ERWARTUNGEN AN DIE INTERESSENVERTRETUNG

---

*Frage: Welche Aktivitäten erwarten Sie sich von der Interessenvertretung in Zukunft österreichweit und in Ihrem Bundesland?*

- ▶ **10 Personen** machen **keine Angabe**
  
- ▶ Die **25 antwortenden Befragten** nennen spontan **folgende erwartete Aktivitäten** der Interessenvertretung:
  - gezielte, **gemeinsame Werbung** / Öffentlichkeitsarbeit (5 Nennungen)
  
  - **gemeinsame Aktionen** und **Treffen** / Erfahrungs- und Informationsaustausch forcieren (5 Nennungen)
  
  - mehr Vertreter und **Unterstützung für Kleinbetriebe** / mehr Förderungen für KMUs (4 Nennungen)
  
  - **Imagepflege der Branche** / starke Repräsentation der Berufsgruppe nach außen / Aufwertung des Berufs (4 Nennungen)
  
  - mehr **Mitarbeiterschulungen** / fachliche Fortbildung (3 Nennungen)
  
  - stärker gegen unnötige Gesetze und Verordnungen vorgehen / (bürokratische) **Hindernisse beseitigen** (2 Nennungen)
  
  - bessere **Aufklärung der Kunden** (2 Nennungen)
  
  - **mehr Kooperationen** innerhalb der Branche (2 Nennungen)
  
  - **mehr Informationen**, z.B.: bezüglich Auflagen (2 Nennungen)

- **Einzelnennungen:**

Umwandlung der Wirtschaftskammer in eine freiwillige Mitgliedschaft

Lehrlingsoffensive

mehr Flexibilität

Preisdruck eindämmen

schnellere Betreuung bei Gesetzänderungen

Hellhörigkeit in Bezug auf Behindertenbedürfnisse

mehr Fachreisen

**Wortwörtliches:**

*„Gemeinsame Aktionen wie der Branchenfilm, Kalender und die damit verbundenen Rechte weitzernützen.“*

*„Die Bündelung der Kräfte aller Bundesländer um die Branche zu stärken!“*

*„Branchenspezifische Benchmarks für Menschen und Maschinen im Einsatz kommunizieren, damit man die eigenen Zahlen mit Richtwerten vergleichen kann!“*

***Jede einzelne Erwartung gilt es ernst zu nehmen!***

## 30. WEITERE WÜNSCHE UND ANREGUNGEN AN DIE INTERESSENVERTRETUNG

---

*Frage: Gibt es von Ihrer Seite oder von den Ihnen bekannten Mitgliedern Ihrer Berufsgruppe weitere Wünsche oder Anregungen an die Interessenvertretung in Ihrem Bundesland und österreichweit?*

▶ **23 Personen** machen **keine Angabe**

▶ Die **12 antwortenden Befragten** äußern spontan **folgende Wünsche** und **Anregungen** an die Interessenvertretung:

- Interessenvertretung arbeitet sehr gut / **Leistung beibehalten** (2 Nennungen)
- sich um **Personalprobleme kümmern** / fachmännisches Vertretungspersonal (2 Nennungen)
- **Einzelnennungen:**
  - Forcieren von bundesländerübergreifenden Zusammenarbeit
  - faire Wettbewerbsrichtlinien durchführen (grenzüberschreitend)
  - Anliegen besser in der Regierung zu unterbreiten
  - Einbeziehung der Betriebe bereits in den Planungsphasen
  - Auflösung der Interessenvertretung im Bundesland / österreichweite Zusammenlegung
  - vierteljährlicher Stammtisch
  - Politik muss die Wichtigkeit der Betriebe als Arbeitgeber anerkennen
  - Interessenvertretung soll auf Augenhöhe mit der Arbeitnehmerseite stehen
  - die wichtigsten Daten des Innungsbüros (Hotline) in Visitenkartenformat an die Mitglieder aussenden

## 31. DIE ANSPRÜCHE AN DIE INTERESSEN- VERTRETUNG – EINE ZUSAMMENFASSUNG

---

- ▶ Die empfundene **Unterstützung** durch die Interessenvertretung ist **nur teilweise vorhanden**. Nur wenige Befragte sind zufrieden mit der derzeitigen Leistung und der **Großteil** der Befragten empfindet **wenig oder gar keine Unterstützung** durch die Interessenvertretung!
- ▶ Zu den häufig geäußerten Erwartungen und Wünsche an die Interessenvertretung gehören eine **verstärkte Zusammenarbeit** und mehr persönlicher Kontakt untereinander, sowie eine **positive Präsentation des gesamten Berufszweigs** nach außen und nach innen. Außerdem wünschen sich die Befragten ein Mehr an Mitspracherecht, wenn es um Gesetze geht.
- ▶ **Hilfestellungen, Beratungsmöglichkeiten** und **Informationsleistungen** sind weitere Erwartungen an die Interessenvertretung im eigenen Bundesland, aber auch österreichweit. **Benchmarks** und **branchenspezifische Richtwerte** gehören auch zu der Wunschwelt der Befragten.
- ▶ Die Befragten wünschen sich **mehr Branchentreffen**, bei denen Informations- und Erfahrungsaustausch und gegenseitige Unterstützung forciert werden. Es sollen auch mehr **gemeinsame Aktionen** und Öffentlichkeitsarbeit stattfinden, wie zum Beispiel gemeinsame Werbung und Aufklärung der verschiedensten Kundengruppen.

## 32. FAZIT UND EMPFEHLUNGEN

---

- ▶ 80,0 % der antwortenden Experten – also mehr als drei Viertel – haben im letzten Jahr Veränderungen initiiert. Diese werden **auch im nächsten Jahr Veränderungen zu 46,4 %** vorantreiben.
  - Und von jenen, die im Vorjahr noch nichts gemacht haben, werden immerhin 14,3 % im Jahr 2016 mit Veränderungen durchstarten.
  
- ▶ Einen Großteil der **Veränderungen im letzten Jahr** gab es innerhalb der Unternehmen – **fast 90 %** haben **interne Veränderungen** / Verbesserungen vorgenommen. In erster Linie gab es neue Investitionen und Veränderungen in der Mitarbeiterstruktur (qualitative Verbesserungen). Außerdem haben **fast 55 % Veränderungen** in der **eigenen Unternehmensführung** gemacht. Weitere **39,3 %** haben im letzten Jahr ihr **Geschäftsmodell** (Vertrieb NEU) und den Marktauftritt (mehr und professionellere Kommunikation und Information) verändert.
  
- ▶ Erfreulich: knapp **70 %** derjenigen, die Veränderungen initiiert haben, spüren bereits **positive Auswirkungen** (materiell und immateriell).
  - Bei fast 65 % hat sich die Produktivität und Motivation der Mitarbeiter erhöht.
  - Und bei mehr als die Hälfte (54,6 %) gab es durch die getroffenen Veränderungen eine positive Auswirkung auf den Umsatz und/oder Gewinn.
  
- ▶ **Positive Auswirkungen** wurden in erster Linie von jenen Befragten attestiert, die in **mehr als einem Bereich aktiv Veränderungen vorgenommen** haben. An mehreren Hebeln gleichzeitig arbeiten, macht „schnell erfolgreich“. Vor allem Veränderungen in der Unternehmensführung sowie der Unternehmensstruktur und der gleichzeitigen Änderungen des Geschäftsmodells, führen zu Gewinn.
  
- ▶ Jene, die noch keinen messbaren Erfolg verzeichnen konnten, bleiben aber Gottseidank **optimistisch** und fast **die Hälfte wird in Zukunft einfach dranbleiben**, denn weitere Veränderungen sind Erfolgsprovokateure!
  
- ▶ Derzeit wird die **Unterstützung** durch die Interessenvertretung **nur sehr gering** wahrgenommen. Die Befragten wünschen sich **mehr Information, mehr Kontakt** untereinander und **mehr Zusammenarbeit** sowie gemeinsame Projekte. Darüber hinaus muss die Interessenvertretung **die gesamte Branche** lautstark und **emotional positiv vertreten**. Gleichzeitig dürfen die Interessen der Mitglieder nicht zu kurz kommen.

### 33. STRUKTURDATEN DER QUALITATIVEN STUDIE

		GESAMTWERT (n=33)	
		Angabe in %	absolute Häufigkeit
<b>TÄTIGKEIT IM UNTERNEHMEN</b>	Inhaber	<b>77,2</b>	<b>27</b>
	Geschäftsführer	<b>11,4</b>	<b>4</b>
	Stellvertreter	--	--
	andere Position	<b>11,4</b>	<b>4</b>
<b>STANDORTE</b>	ein Unternehmensstandort	<b>54,3</b>	<b>19</b>
	mehrere Unternehmensstandorte	<b>45,7</b>	<b>16</b>
<b>ANZAHL DER MITARBEITER</b>	bis 5 Mitarbeiter	<b>40,0</b>	<b>14</b>
	6 bis 10 Mitarbeiter	<b>11,4</b>	<b>4</b>
	11 bis 100 Mitarbeiter	<b>40,0</b>	<b>14</b>
	mehr als 100 Mitarbeiter	<b>8,6</b>	<b>3</b>
<b>BUNDESLAND</b>	Wien	<b>20,0</b>	<b>7</b>
	Niederösterreich	<b>20,0</b>	<b>7</b>
	Burgenland	<b>2,9</b>	<b>1</b>
	Oberösterreich	<b>14,3</b>	<b>5</b>
	Salzburg	<b>5,7</b>	<b>2</b>
	Tirol	<b>14,3</b>	<b>5</b>
	Vorarlberg	<b>2,9</b>	<b>1</b>
	Steiermark	<b>17,0</b>	<b>6</b>
	Kärnten	<b>2,9</b>	<b>1</b>