

BRANCHENEINBLICK

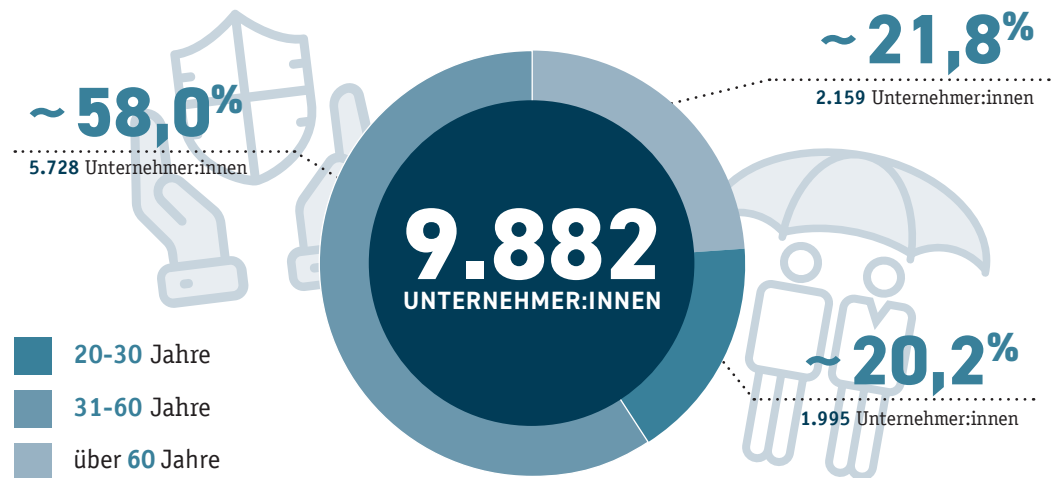
Fakten, die über Ihren Erfolg entscheiden.

hauptberuflich Selbstständige (40-50h)

VERSICHERUNGSAGENT:INNEN

ALTERSSTRUKTUR DER UNTERNEHMER:IN

Das Alter von Unternehmer:innen hat häufig einen Einfluss auf die unternehmerische Tätigkeit: Wie viele Jahre Berufs- und Branchenerfahrung hat man bereits aus unselbstständiger Tätigkeit (vor der Gründung), welchen Kundenstamm hat man sich bereits aufgebaut bzw. welche potenziellen Kunden kann man ansprechen? Wie gelingt es, Neukunden ans Unternehmen zu binden?

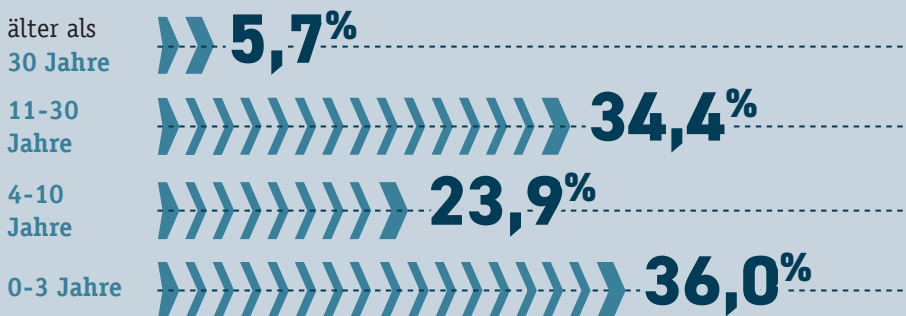


Späterer Schritt in die Selbstständigkeit.

Viele Unternehmer:innen gehen als Selbstständige in die Alterspension.

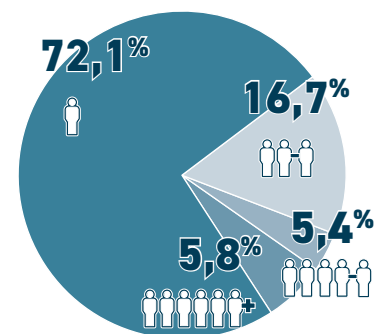
ALTERSSTRUKTUR DER UNTERNEHMEN

Ein hoher Anteil an jungen Unternehmen deutet auf rege Gründungsaktivität hin. Ein geringer Anteil an Unternehmen, die längerfristig bestehen, kann als Zeichen dafür gewertet werden, dass kein hinreichend großer Kundenstamm aufgebaut werden kann. Gründungen und Schließungen verändern die Wettbewerbsstruktur innerhalb der Branche.



GRÖSSE DER UNTERNEHMEN (BESCHÄFTIGUNG)

Die Unternehmensgröße kann sowohl gemessen an Personen als auch am Umsatz dargestellt werden.



Rund 72 % der Unternehmen sind Ein-Personen-Unternehmen.

GESCHÄFTSMODELL

Das Geschäftsmodell beschreibt die Funktionsweise eines Unternehmens – wie und wodurch es Gewinne macht.

Versicherungsagent:innen bieten dem Kunden typischerweise eine umfassende Dienstleistung an:

- Bedürfnisanalyse
- Risikoanalyse
- Produktsuche (Vermittlung des bestmöglichen Versicherungsschutzes)
- Nach- und Weiterbetreuung (Unterstützung im Schadensfall)

Berufsausübung: Rund 1/3 der Versicherungsagent:innen arbeiten in Einzelbüros, ein weiteres Drittel vorwiegend im eigenen Wohnungsverband und rund 27% verrichten ihre beruflichen Tätigkeiten in einer Bürogemeinschaft.

Aus Kundenperspektive ist gerade in dieser Branche die **Erreichbarkeit** wichtig (z.B. im Schadensfall). Hierzu müssen geeignete **Kommunikationsformen** überlegt werden (bspw. Rückruf-SMS, Abwesenheitsnotizen, etc.).

Im Durchschnitt gibt es in jeder der rund 2.090 Gemeinden **mehrere Anbieter** (~ 5 Unternehmen). Für Kunden bedeutet dies eine große Auswahl an Anbietern. Für Versicherungsagent:innen bedeutet dies, sich mit den eigenen Stärken auseinanderzusetzen. Ein außergewöhnliches Werteverständnis für Menschen in schwierigen Lebenslagen machen die Versicherungsagent:innen zu verlässlichen Partnern vor Ort.

Besonders entscheidend für die Kundenakquise ist die gute regionale Vernetzung und **Präsenz im Kundeneinzugsgebiet** (bspw. Veranstaltungen). **E-Mail Marketing**, eine professionelle **Website**, **Empfehlungsmarketing** und vor allem „**Mundpropaganda**“ als Akquiseform (speziell bei potenziellen Multiplikator:innen im Kundennetzwerk) sind zentrale Elemente im Kundenbeziehungsmanagement. Um langfristig erfolgreich bzw. wettbewerbsfähig zu bleiben, ist es wichtig, **mehrere Spezialgebiete** bzw. Standbeine im Geschäftsmodell zu haben, z.B. Firmen- und Privatkunden. Versicherungsagent:innen haben eine gesetzliche Weiterbildungspflicht - rund 96% der Unternehmer:innen messen der kontinuierlichen Weiterbildung hohe Bedeutung bei. Durch die Kombination aus Wissen, guter Beratung und einem netten Umgang, ist es erheblich einfacher, Folgeaufträge (weitere Abschlüsse) zu sichern.

ARBEITSZEIT DER UNTERNEHMER:INNEN

Die Arbeitszeit der Unternehmer:innen ist gerade bei Ein-Personen-Unternehmen die Basis für die Geschäftstätigkeit. Die Unternehmer:innen müssen sich sowohl um die Kundschaft (Aufträge) als auch die administrativen Arbeiten (Buchhaltung, Einhaltung der rechtlichen Rahmenbedingungen etc.) kümmern. **Die Anzahl der Arbeitsstunden ist für die Umsatzhöhe ausschlaggebend.**



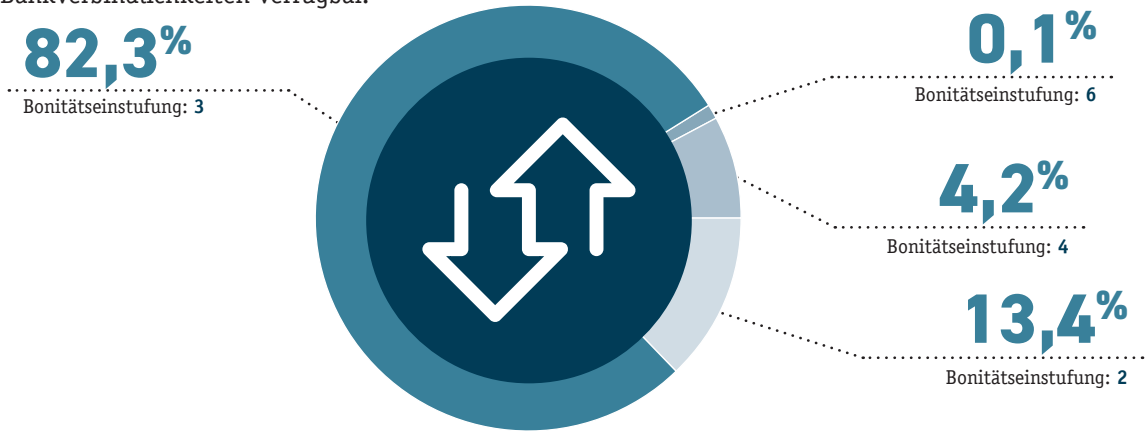
Selbstständige arbeiten in Österreich deutlich länger als unselbstständig Beschäftigte – insgesamt rund 2.100 Arbeitsstunden im Jahr.

Unter Berücksichtigung von Urlaub, Feiertagen bzw. Krankenständen ergibt sich eine typische Arbeitswoche von 50 Arbeitsstunden (gegenüber z.B. 40 Stunden bei einem Vollzeitdienstverhältnis).

Der überwiegende Teil der Arbeitszeit (jedenfalls im Ausmaß einer Vollzeitarbeitskraft) ist für die berufliche Tätigkeit für Kunden zu verwenden, der kleinere Teil (wohl max. 20 %) für die weitere administrative Arbeit.

RATING

Das Rating stellt eine Bonitätseinstufung von Unternehmen dar. Es erfolgt eine Einstufung der wirtschaftlichen Lage anhand von Finanzkennzahlen. Die Bonitätsstufen 1 und 2 bedeuten, dass eingestufte Unternehmen ein sehr geringes (Ausfalls- bzw. Insolvenz-)Risiko haben. Die Klasse 3 entspricht einer „durchschnittlichen Bonität“. Die Stufen 4 bis 6 weisen eine sehr schlechte Bonität aus – das (Ausfalls- bzw. Insolvenz-)Risiko liegt über dem Durchschnitt und es sind keine zusätzlichen Bankverbindlichkeiten verfügbar.



BANKVERBINDLICHKEITEN

Bankverbindlichkeiten sind verzinstes, rückzahlbares Fremdkapital, für das typischerweise auch Sicherheiten (z.B. die persönliche Haftung der Unternehmer:innen) übernommen werden muss. Langfristige Bankverbindlichkeiten dienen typischerweise zur Finanzierung von Investitionen. Der Kontokorrentkredit zählt zu den kurzfristigen Bankverbindlichkeiten, hierüber erfolgt vielfach die Finanzierung des laufenden Betriebes.



! Bei einem Jahresumsatz von € 116.000,- wird im Durchschnitt eine Bankfinanzierung im Ausmaß von rd. € 15.400,- in Anspruch genommen.

BREAK-EVEN-UMSATZ – DIE GEWINNSCHWELLE

Der Break-Even-Point ist jener Wert, bei dem die Einnahmen (Umsatzerlöse) den Ausgaben (Gesamtkosten) entsprechen. Über diesem Punkt wird ein Gewinn erwirtschaftet, darunter ein Verlust.

! Auf Basis der o.a. Kostenstruktur ergibt sich ein Mindestumsatz für ein EPU von rd. € 116.000,- p.a.
 Bei einem angenommenen Umsatz je Kunde in Höhe von € 187,- exkl. USt (sohin € 224,- inkl. USt) erfordert die Erreichung des Mindestumsatzes insgesamt rd. 620 Dienstleistungen – sohin rd. 3 am Tag.
 Die Umsätze je Kunde variieren in dieser Berufsgruppe stark, in Abhängigkeit der gewählten Schwerpunktsetzung.

Zu beachten ist, dass das Preismodell oftmals sowohl Vergütungen für den Erstabchluss, als auch über die Versicherungslaufzeit vorsieht und dass Kunden oftmals mehrere Versicherungsarten bei einem Agenten abschließen. Besonders in der Zeit nach der Unternehmensgründung, in der Aufbauphase des Kundenstammes, aber auch in Urlaubszeiten etc. kann es zu erheblichen Stehzeiten kommen. Ungefähr 60 % - 70 % der aufgewendeten Zeit ist als verrechenbar einzustufen. Die nicht verrechenbaren 30 % - 40 % entfallen auf administrative Tätigkeiten wie Buchhaltung und eigene Werbung. Neben der Verteilung zwischen Stamm- und Laufkunden ist im Hinblick auf den erforderlichen Kundenstamm (Anzahl der Stammkunden) natürlich die Wiederabschlussquote pro Jahr relevant. Diese liegt je nach Spezialisierung bei rund 90 %.



Erforderlicher	
Mindestjahresumsatz: € 116.000,-	
Arbeitstage	215
Arbeitsstunden (p.a.)	1.656
Mindest-Stundenumsatz Ø	70,-
Annahme: Umsatz je Kunde	187,-
Anzahl (Kunden/Jahr)	620
Anzahl (Kunden/Tag)	3

Viele Unternehmen werden die Kleinunternehmerregelung betreffend USt in Anspruch nehmen.

UMSATZNIVEAUS DER UNTERNEHMEN

Die Höhe der Umsätze ist zentral für den nachhaltigen Bestand des Unternehmens. Eine zu geringe Umsatzhöhe kann dazu führen, dass die Kosten nicht zur Gänze gedeckt werden können. Das bedeutet, dass der/die Unternehmer:in nicht zur Gänze das Unternehmerentgelt verdienen.



! Die meisten Unternehmen mit weniger als € 100.000,- Umsatz sind Ein-Personen-Unternehmen.

KOSTENSTRUKTUR

Es ist zwischen fixen und variablen Kosten zu unterscheiden. Die fixen Kosten fallen an, unabhängig ob das Unternehmen Umsätze erzielt. Es sind die Kosten der Infrastruktur des Unternehmens. Dazu zählen insbesondere die Personalkosten (Entgelt für Arbeitsleistung der Selbstständigen und/oder Beschäftigte) sowie die sonstigen Kosten (z.B. Miete, Versicherungen, ...), aber auch die Abschreibung für Investitionen. Variable Kosten sind abhängig vom Umsatz. Darunter fällt der Material- und Handelswareneinsatz.



Die Branche ist gekennzeichnet von hohen Fixkosten und geringen variablen Kosten (rd. 2 % des Umsatzes).

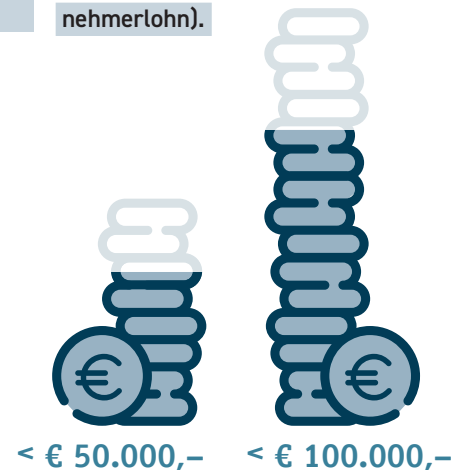
Hohe Fixkosten bedeuten eine hohe Gewinnschwelle (Break-Even-Punkt). Im Branchendurchschnitt betragen die Fixkosten für ein Unternehmen (EPU), welches das gesamte Jahr tätig ist, rund € 113.000,- (inkl. Unternehmerlohn).

ERTRAGSKRAFT

Die Ertragskraft gibt das Ergebnis der Unternehmen wieder. Im Durchschnitt sind die Unternehmen bis € 100.000,- Jahresumsatz nicht in der Lage, das komplette Unternehmerentgelt zu verdienen.

! In der Größenklasse bis € 50.000,- wird im Durchschnitt rund 67 % des benötigten (kalkulatorischen) Entgelts erwirtschaftet.

Bei Unternehmen bis € 100.000,- Jahresumsatz in der Regel nur 74 %, da fast immer Aushilfen bzw. Teilzeitbeschäftigte benötigt werden.



Impressum: Wirtschaftskammer Österreich, Abteilung Zielgruppenmanagement, Wiedner Hauptstraße 63, 1045 Wien, <http://epu.wko.at>, für den Inhalt verantwortlich: Lukas Sprenger, MSc, BSc, Mag. Roman Riedl, Autor: Mag. Peter Voithofer, Grafik: nw-partner.at, Quellen: KMU Forschung Austria, KSV 1870 Information GmbH, Statistik Austria, Wirtschaftskammer Österreich, Interviews mit Unternehmer:innen

WEITERE INFOS UND KONTAKTE



Versicherungsagenten:
bit.ly/3EG6Kwa



epu.wko.at/kontakt



gruenderservice.at/kontakt