



DOPING FÜR MARKEN®

frischblut für **TISCHLER**

Ergebnisse branchenanalyse // 16. jänner 2015



Der **Status quo.**



Mehr als die Hälfte der österreichischen Tischler ist mit der Arbeit ihrer Interessenvertretung zufrieden.

Der **Status quo.**

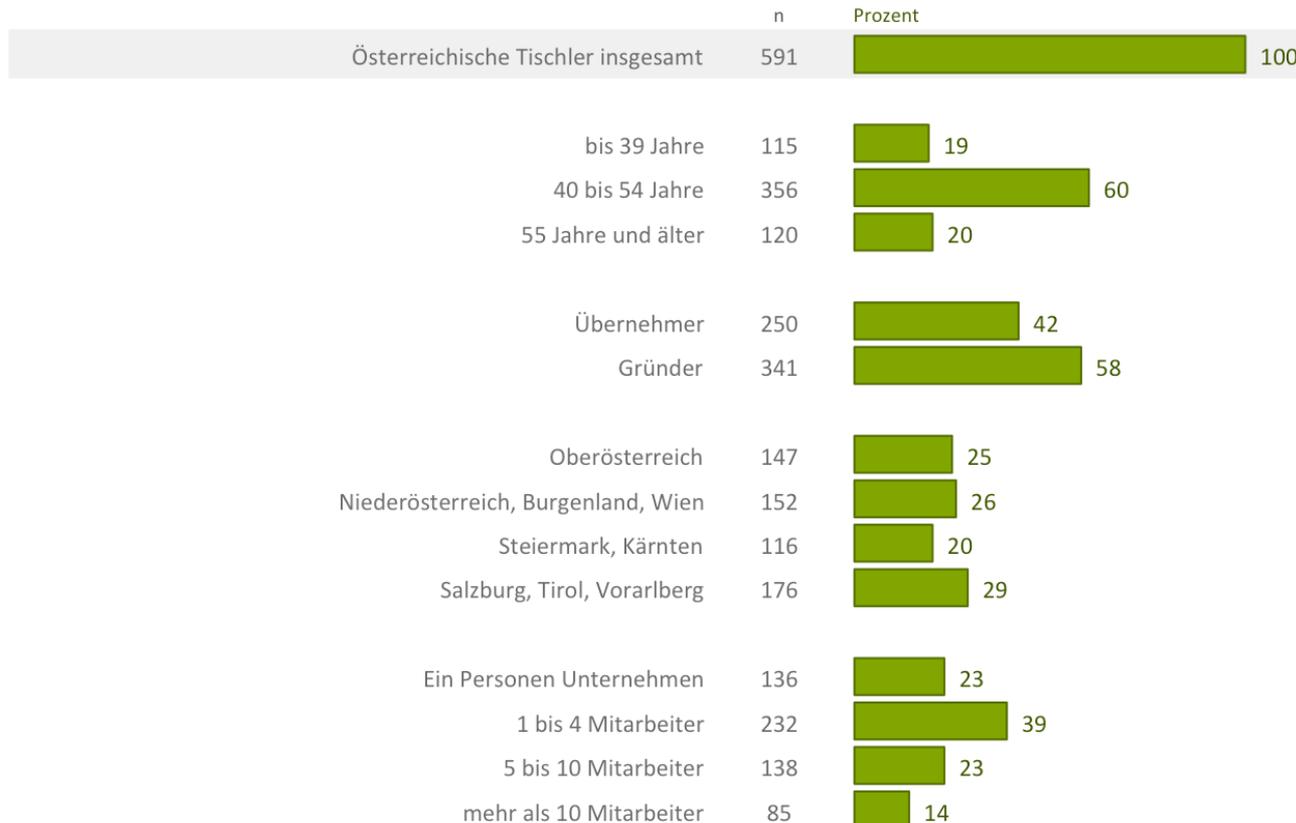
Vom 15.12.2014 – 7.01.2015 führte das Marktforschungsinstitut „market“ eine **repräsentative Umfrage** unter den **8.600 Tischlern** Österreichs durch.

Ziel der Bundes- und Landesinnung war es, in einer gestützten und ungestützten **Onlinebefragung** mehr über den Status quo der Branche und die Bedürfnisse der einzelnen Tischler zu erfahren. Nur wenn man weiß, wo die Probleme liegen und man einen Bezug zu den einzelnen Anliegen hat, kann Innungsarbeit effizient betrieben werden. Die Studie beschäftigt sich vor allem mit drei Themenbereichen. Zum Einstieg wird die **wirtschaftliche Situation** der Branche aus der Sicht des Tischlers beleuchtet, dann folgt ein Teil über die **Lehrlingsausbildung** und schließlich werden die Erwartungen an die **Standesvertretung** erhoben.

Die Eckdaten **der Studie.**

- Aufgabenstellung:** Befragung der österreichischen Tischler um eine interne Analyse der Zukunftsherausforderungen und Wünsche an die Landesvertretung zu eruieren.
- Erhebungszeitraum:** 15. Dez. – 07. Jän. 2015
- Zielgruppe:** Österreichische Tischler
- Befragungsart:** Online Interviews

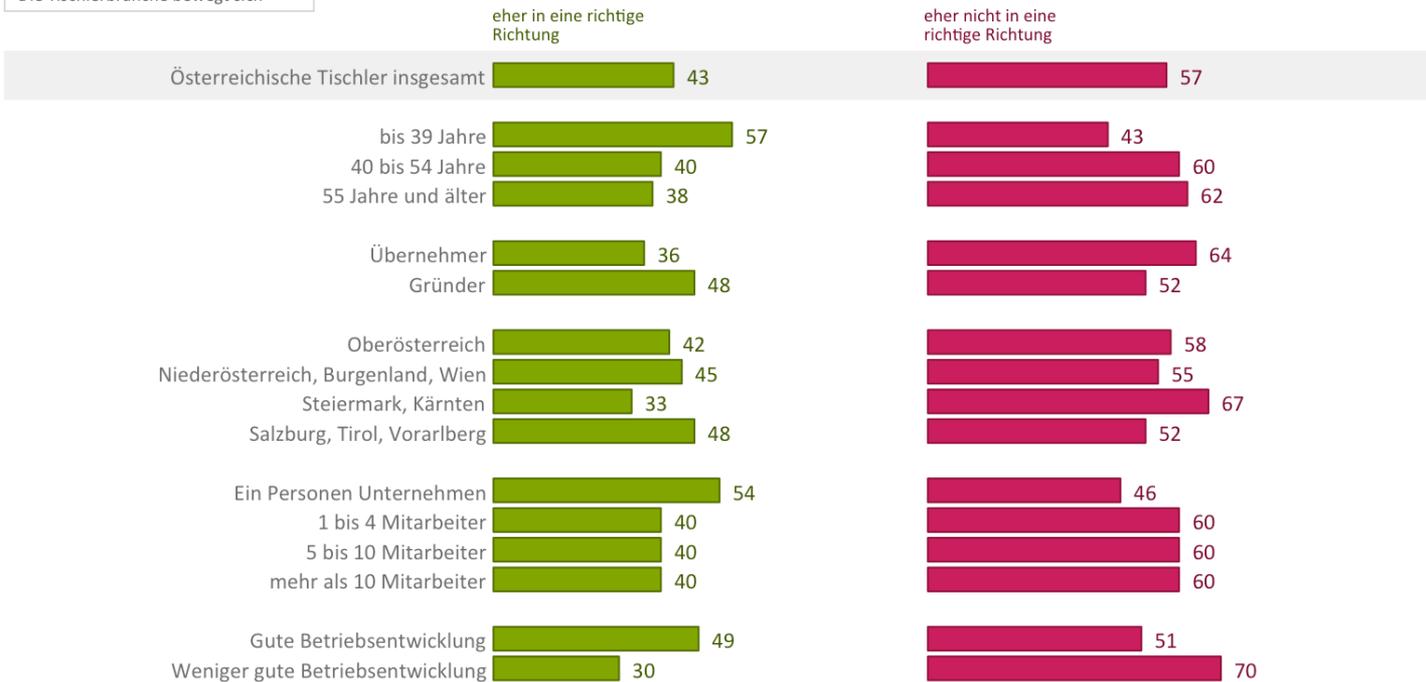
Die Struktur der Befragten.



Beginnen wir mit den **Entwicklungen der Branche.**

i Mehrheit ist sich einig, die Tischlerbranche bewegt sich eher nicht in eine richtige Richtung. Dies sehen verstärkt Ein-Personen Unternehmen und Jüngere.

Die Tischlerbranche bewegt sich -



Frage 1: Wenn Sie an die Tischlerbranche denken: Haben Sie allgemein den Eindruck, dass sich die Tischlerbranche in Österreich in die richtige Richtung entwickelt oder sehen Sie persönlich in Zukunft eher Schwierigkeiten auf die Branche zukommen?



Die Rahmenbedingungen.

Wie in jeder Branche haben sich die Rahmenbedingungen ständig geändert und man ist als Unternehmer immer **gefordert Schritt zu halten.**



Dieser Wert ist ein Wert, der quer durch alle Branchen geht, weil zu spüren ist, dass der **Druck immer größer** wird.

Gestützt und ungestützt, nennen die Tischler vor allem die **Konkurrenz** und die **vielen Auflagen als Hemmschuh.**

Spontane Begründung **der falschen Richtung.**

i Vor allem der große Konkurrenzkampf mit Möbelhäuser und zu viele Auflagen der Behörden werden spontan am häufigsten genannt.

Die Tischlerbranche bewegt sich eher nicht in eine richtige Richtung, weil -

Basis: Tischler, die finden das sich die Tischlerbranche eher nicht in eine richtige Richtung bewegt (57%=100%)

	Übernehmer	Gründer	Oberösterreich	Niederösterreich, Burgenland, Wien	Steiermark, Kärnten	Salzburg, Tirol, Vorarlberg
Konkurrenz (durch Möbelhäuser, Großflächen, Mitbewerber aus dem Ausland)	31	29	19	34	37	30
Auflagen der Behörde, unsinnige Auflagen, zu viele Auflagen	32	23	27	27	19	35
Facharbeitermangel, Fachpersonalmangel, keine Fachleute, Personalprobleme	12	11	8	13	13	12
Preisdruck, Preiskampf, Preise sinken, Preisverfall	13	12	14	8	12	15
Lohnnebenkosten, Abgaben, Steuerlast	13	9	12	8	12	11
Lehrlingsproblematik, Lehrlinge, Lehrlingsmangel, kein geeigneter Nachwuchs	11	9	8	8	13	11
Kaufkraft sinkt, Schwache Kaufkraft, Kunden sparen, Kunden haben zu wenig Geld	10	10	12	10	17	3
Hörigkeit von der Industrie, Abhängigkeit von der Industrie	9	11	8	11	12	10
Bürokratie, zuviel Bürokratie	8	8	12	2	6	11
Umsatzrückgang, Rückgang der Auftragslage, zu wenig Aufträge	4	3	6	4	0	4
wirtschaftliche Gründe, Wirtschaftslage allgemein	3	5	6	4	3	4
Wird zu wenig von der Innung getan	2	1	2	0	1	2
Anderes	8	12	13	13	12	4
Keine Angabe, weiß nicht	9	11	8	13	13	8

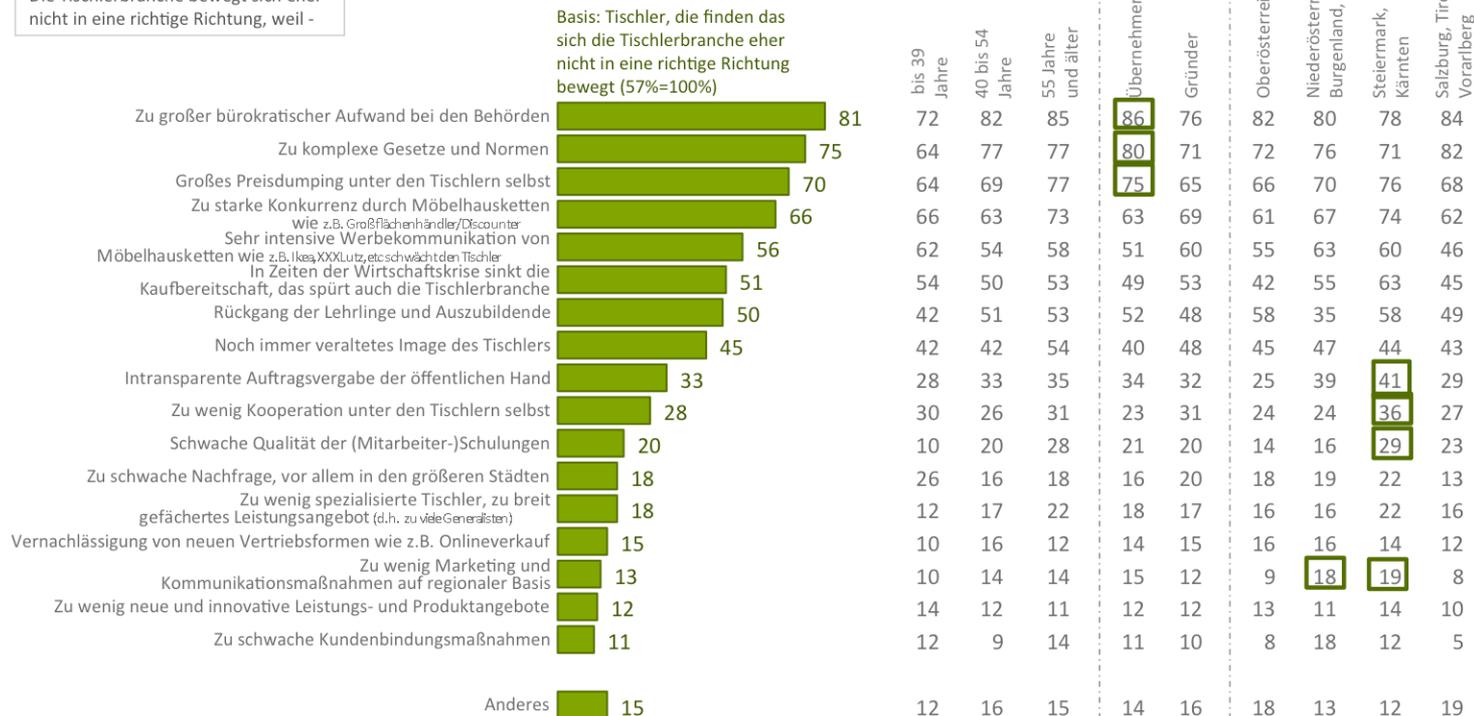
Frage 2: Warum sind Sie der Meinung, dass in Zukunft Schwierigkeiten auf die Tischlerbranche zukommen werden?



Gestützte Begründung der falschen Richtung.

i Zu großer bürokratischer Aufwand, zu komplexe Gesetze, Preisdumping unter den Tischlern, sowie starke Konkurrenz durch Möbelhausketten.

Die Tischlerbranche bewegt sich eher nicht in eine richtige Richtung, weil -



Frage 3: Warum sind Sie der Meinung, dass in Zukunft Schwierigkeiten auf die Tischlerbranche zukommen werden?

Die **Entwicklungen.**

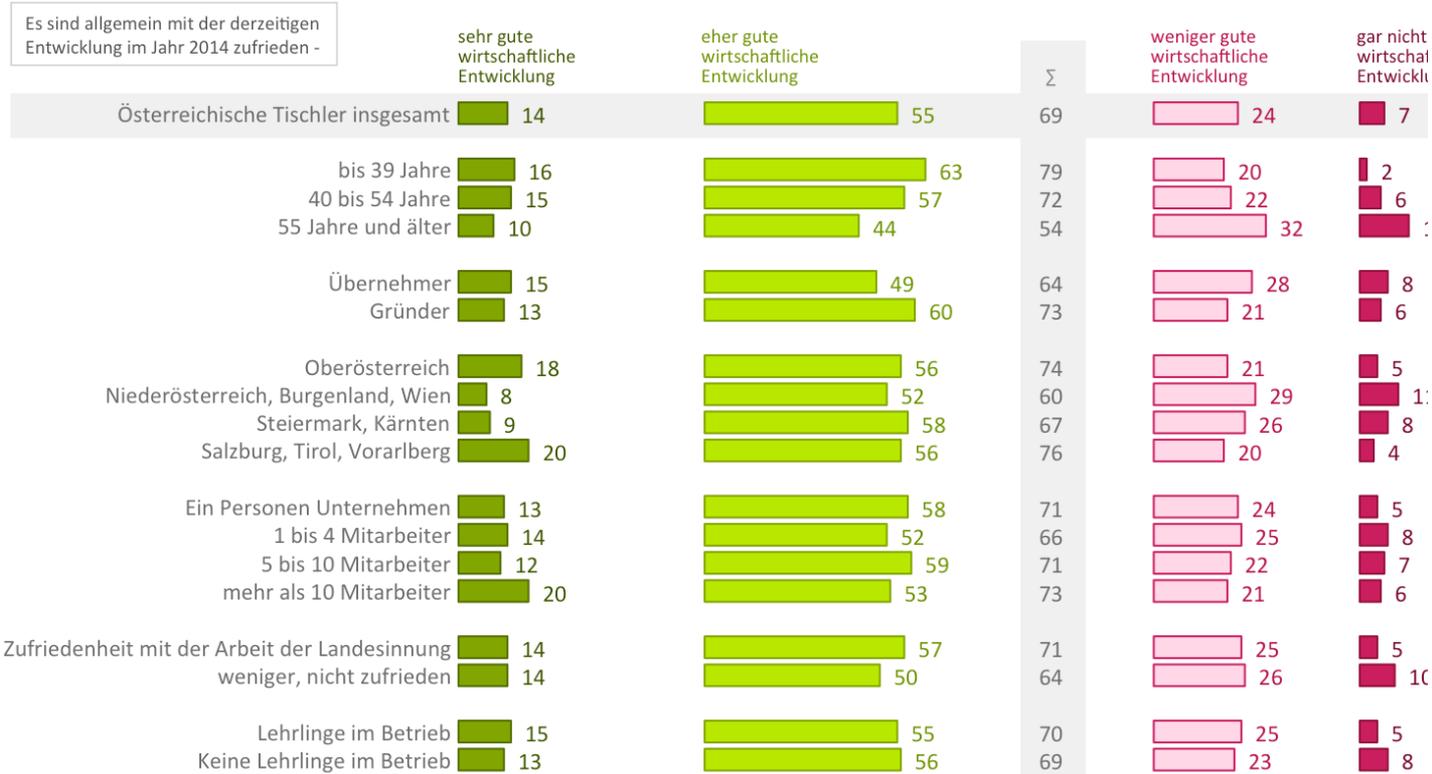


Wenn man nun über die Entwicklung des eigenen Betriebes reflektieren lässt, so sind 2/3 mit der Entwicklung zufrieden.

Wobei hier wiederum die jüngeren Unternehmer in der Branche optimistischer sind.

Zufriedenheit mit der wirtschaftlichen Entwicklung.

i Gut mehr als zwei Drittel waren 2014 zufrieden mit der wirtschaftlichen Entwicklung Ihres Betriebes. Auffallend: Die Älteren waren weit weniger zufrieden.



Frage 5: Wenn Sie nun an Ihren Betrieb denken, wie zufrieden sind Sie allgemein mit der derzeitigen Entwicklung, Jahr 2014, Ihres Betriebes?

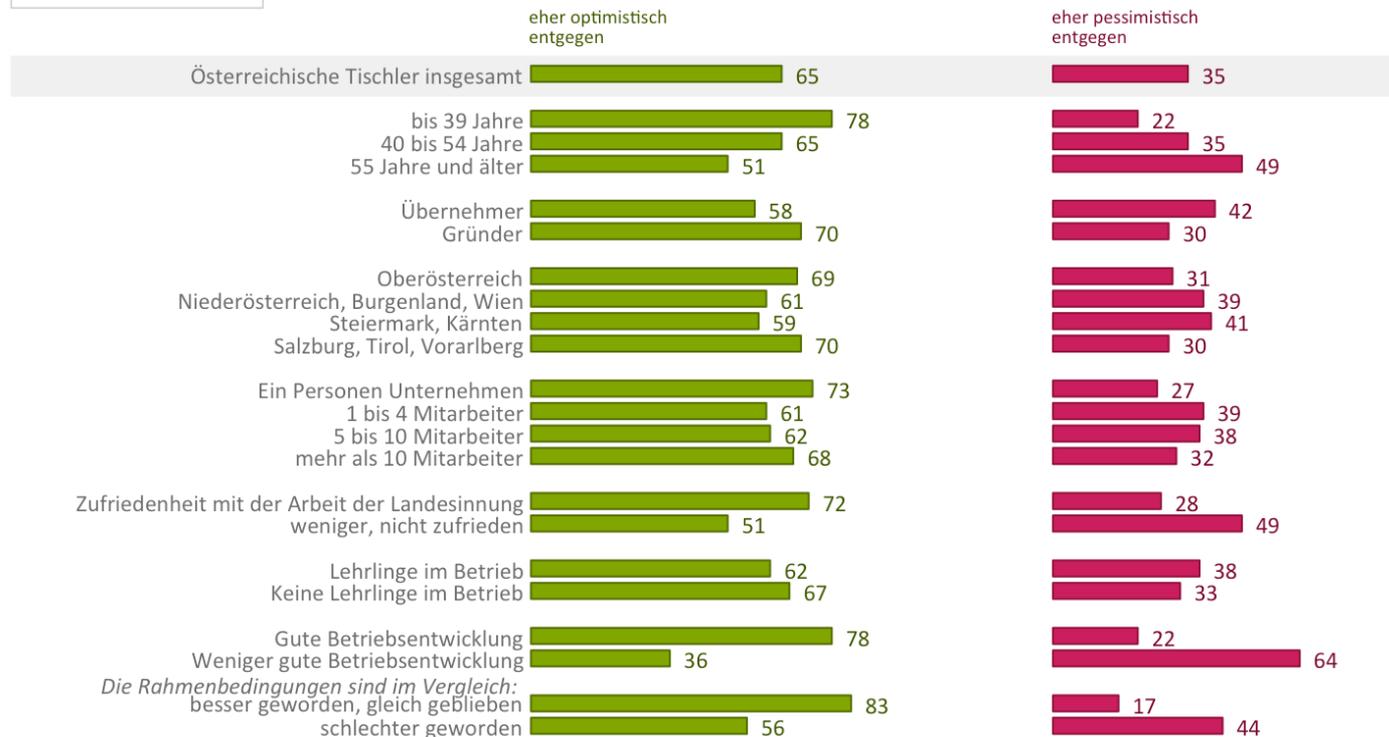


DOPING FÜR MARKEN™

Ausblick in die Zukunft.

i Knapp zwei Drittel sehen der Zukunft Ihres Betriebes eher optimistisch entgegen.

Es sehen der Zukunft -



Frage 7: Sehen Sie der Zukunft Ihres Betriebes für die nächsten 3 bis 5 Jahren eher optimistisch oder eher pessimistisch entgegen? Ich sehe der Zukunft-



Die wichtigsten Maßnahmen.

Fragt man nun was aus Sicht des Unternehmens die wichtigsten Maßnahmen sind, um im aktuellen Wirtschaftsumfeld erfolgreich bestehen zu können, so sind hier die Top 3.

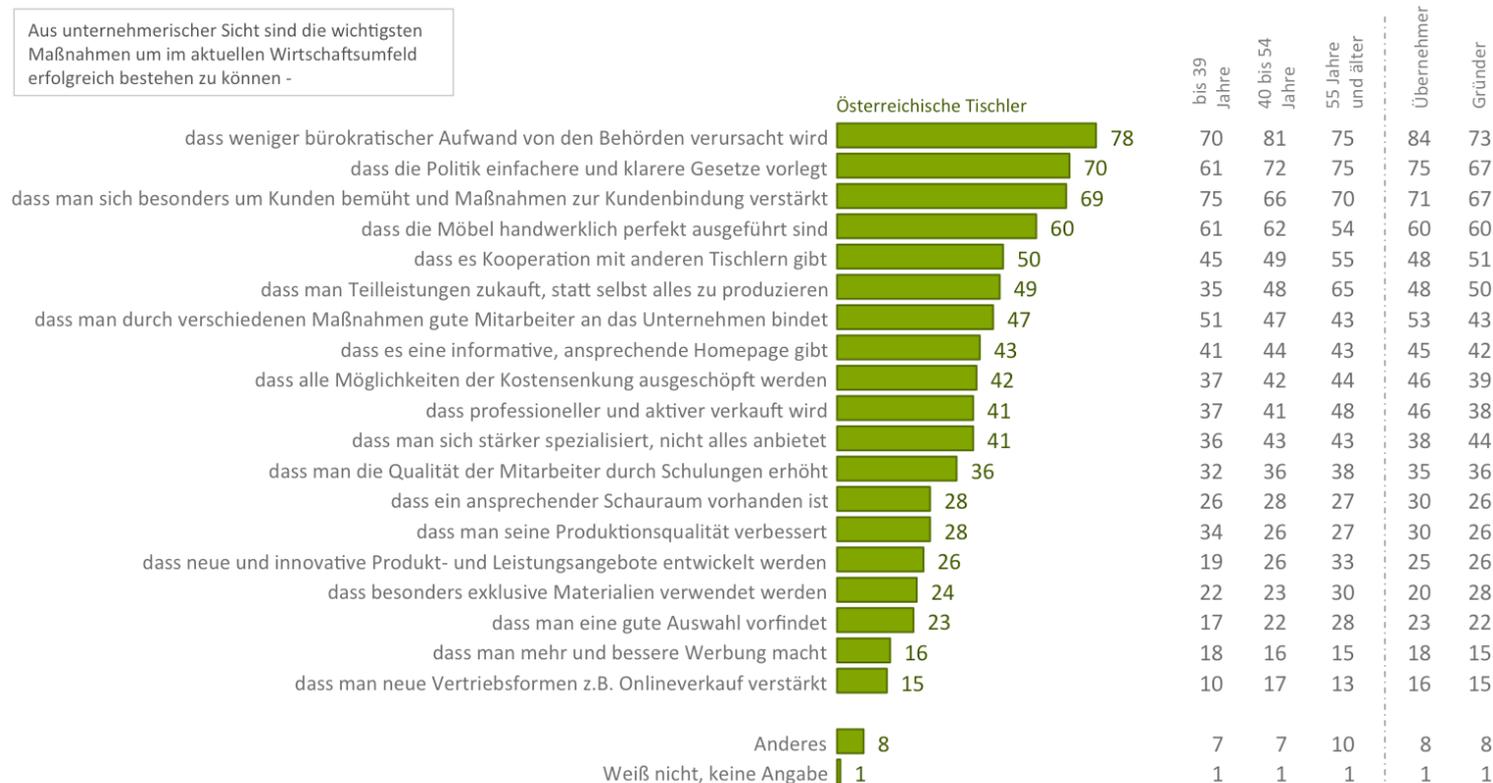
- Weniger Bürokratie
- Einfachere, klare Gesetze
- Maßnahmen zur Kundenbindung

Die wichtigsten Maßnahmen für das Wirtschaftsumfeld.



Weniger bürokratischer Aufwand, einfachere und klarere Gesetze und Verstärkung der Kundenbindungsmaßnahmen.

Aus unternehmerischer Sicht sind die wichtigsten Maßnahmen um im aktuellen Wirtschaftsumfeld erfolgreich bestehen zu können -



Frage 8: Was denken Sie sind aus unternehmerischer Sicht die wichtigsten Maßnahmen um im aktuellen Wirtschaftsumfeld erfolgreich bestehen zu können?



Die **Kundenbindung**.

In einer vorangegangenen Studie, die auf den Konsumenten abzielte, hat der Tischler bei der **Weiterempfehlung** mit einem Prozentwert von **76 %** punkten können.

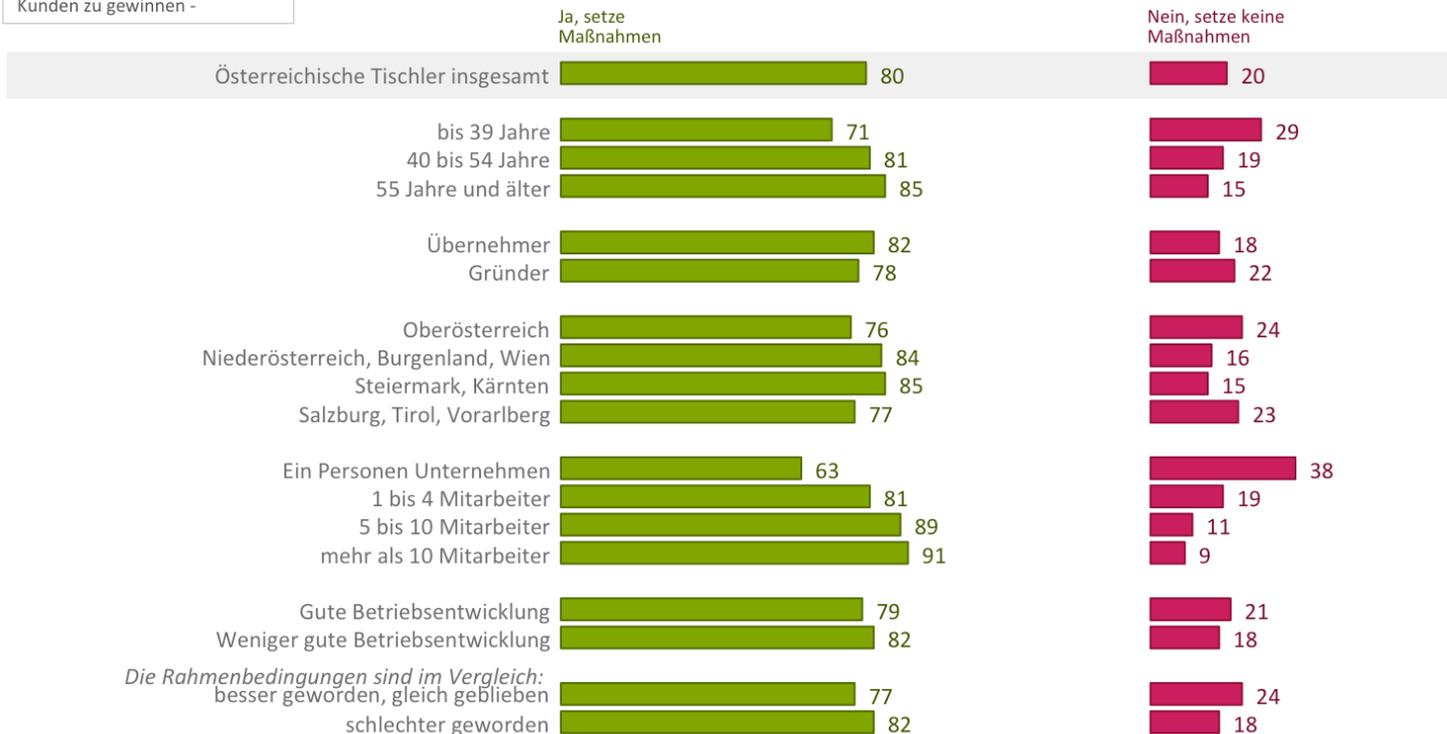
▶ Diese Studie zeigt nun, dass **80 %** der Tischler **Kundenbindungsmaßnahmen** setzen.

Hier wiederum sind die Unternehmer 55+ am aktivsten.

Das Setzen von **Maßnahmen**.

i Große Mehrheit setzt auf aktive Kundenbindungsmaßnahmen.

Es setzen aktiv Maßnahmen um Kunden zu gewinnen -



Frage 9: Denken Sie nun wieder an Ihren Betrieb. Setzen Sie aktiv Maßnahmen um Kunden zu gewinnen? Würden Sie sagen-

Die **Kontinuität**.



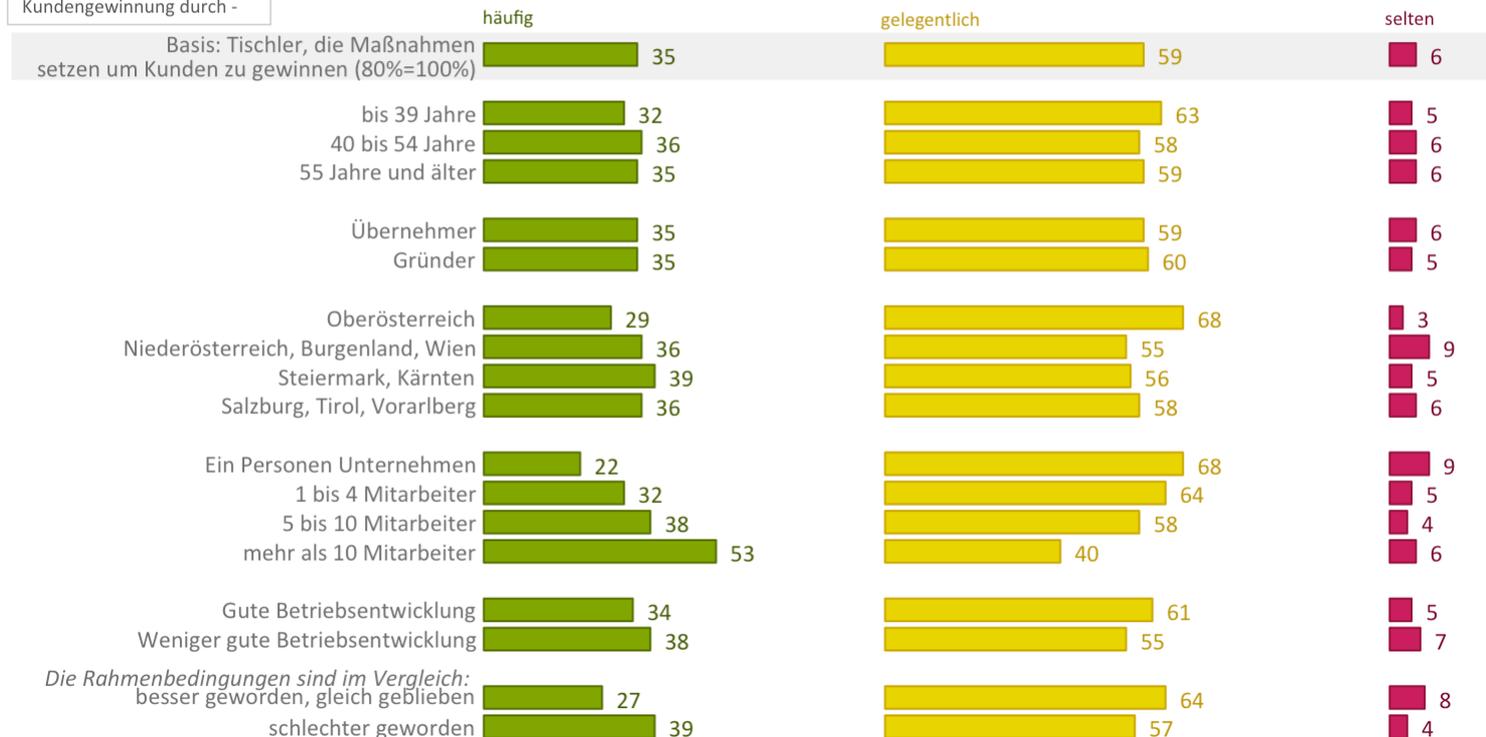
Wo aber **noch unbedingt gearbeitet** werden muss,
ist die **Kontinuität**.



Die Häufigkeit der Durchführung.

i Nur gelegentliche Maßnahmen!

Es führen Maßnahmen zur Kundengewinnung durch -



Frage 10: Wie oft führen Sie diese Maßnahmen zur Kundengewinnung durch? Würden Sie sagen-

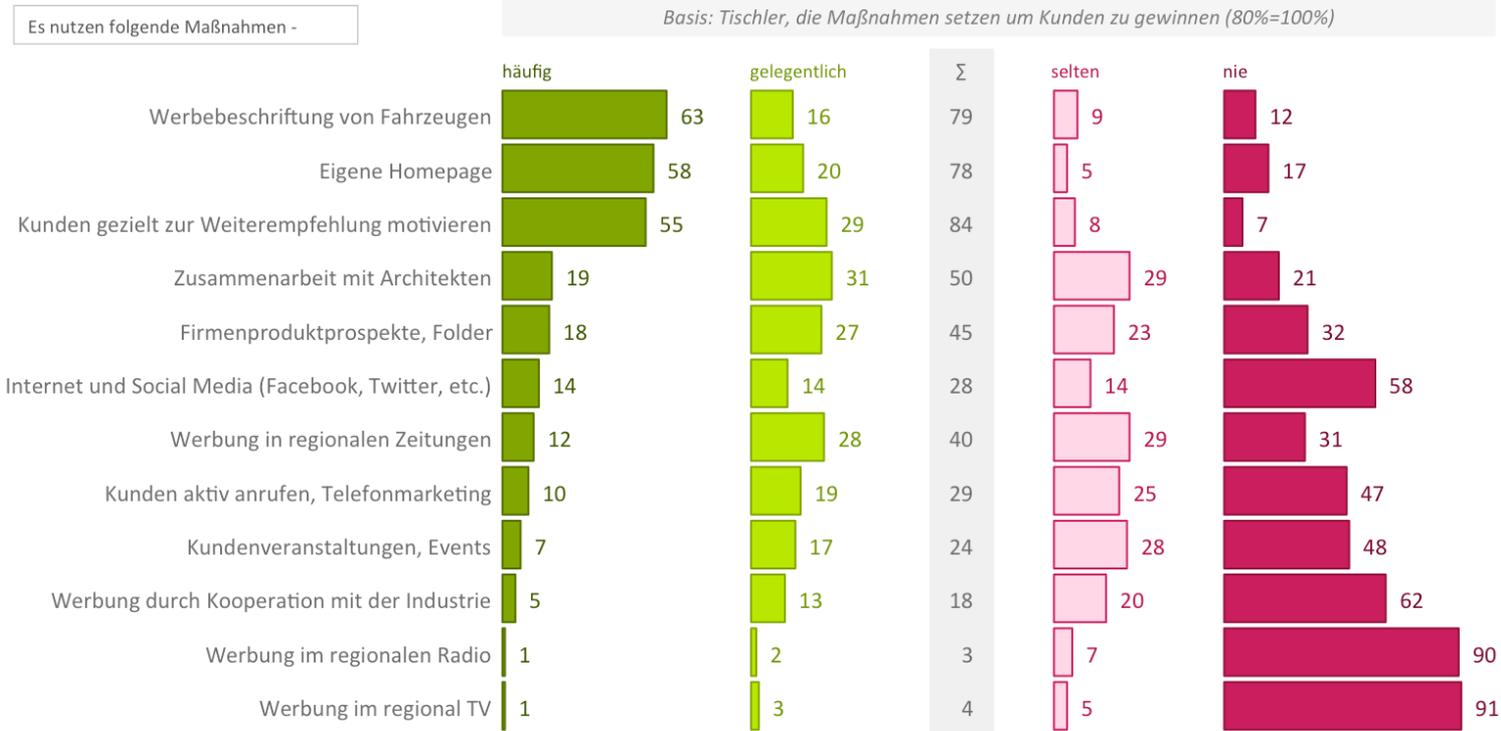
Die Maßnahmen.

Die Top 3 Maßnahmen sind:

- Fahrzeugbeschriftung
- Homepage
- Kunden zur Weiterempfehlung animieren

Maßnahmen zur Kundengewinnung.

Werbebeschriftung von Fahrzeugen, eigene Homepage und Kunden zur gezielten Weiterempfehlung motivieren.



Frage 11: Was tun Sie alles aktiv um Kunden anzuwerben? Nachfolgend finden Sie eine Liste mit verschiedenen Maßnahmen um Kunden zu akquirieren. Welcher dieser Maßnahmen nutzen Sie häufig (1), gelegentlich (2), selten (3) oder nie (4)?

Der **Online-Auftritt / Homepage.**



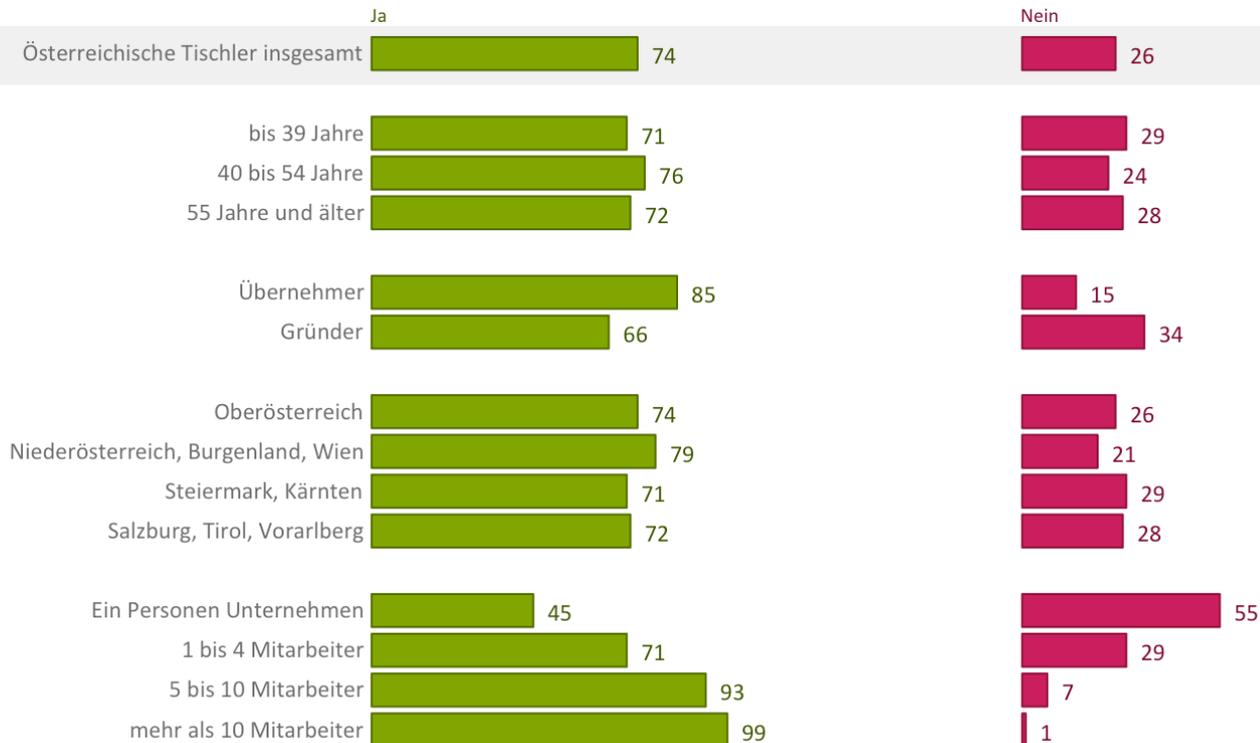
Knapp **75 %** der österreichischen Tischler **besitzen eine Homepage.**

Bei den Betrieben **über 10 Mitarbeitern** sind es sogar **99 %.**

Betreibung einer **eigenen Homepage**.

i Knapp drei Viertel der Tischlerbetriebe hat eine eigene Homepage.

Es haben eine eigene Homepage -



Frage 13: Hat Ihr Betrieb eine eigene Homepage?

Der **Online-Auftritt / Homepage.**

Allerdings wird in die Pflege der Homepage zu wenig Zeit investiert.

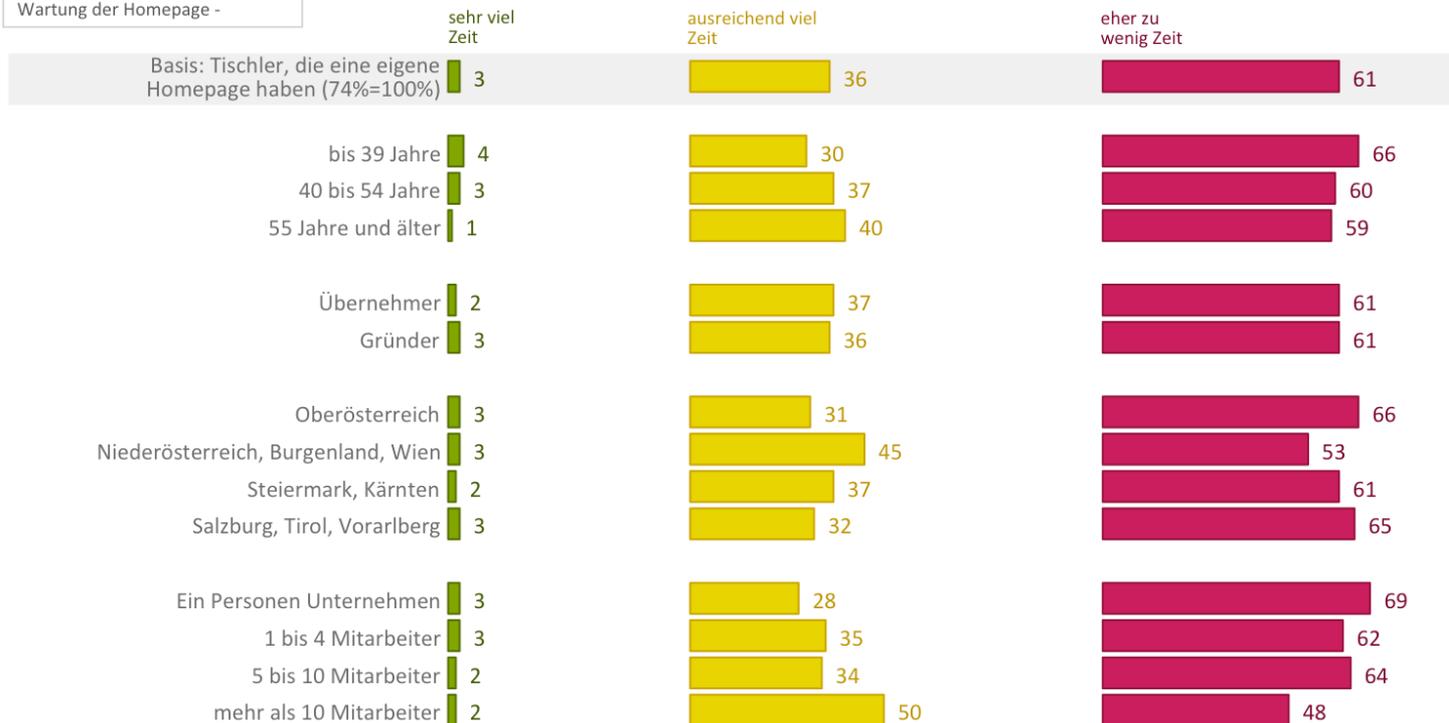


61% investieren zu wenig Zeit.

Investierung der **Pflege und Wartung** der Homepage.

6 von 10 Betrieben geben an, zu wenig Zeit für die Homepage zu investieren.

Es investieren mit der Pflege und Wartung der Homepage -



Frage 14: Wie viel Zeit würden Sie sagen, investieren Sie durchschnittlich mit der Pflege und Wartung Ihrer Homepage? Würden Sie sagen, Sie investieren-



Die **Lehrlingsausbildung**.

Der zweite Themenkomplex behandelt die **Lehrlingsausbildung**.

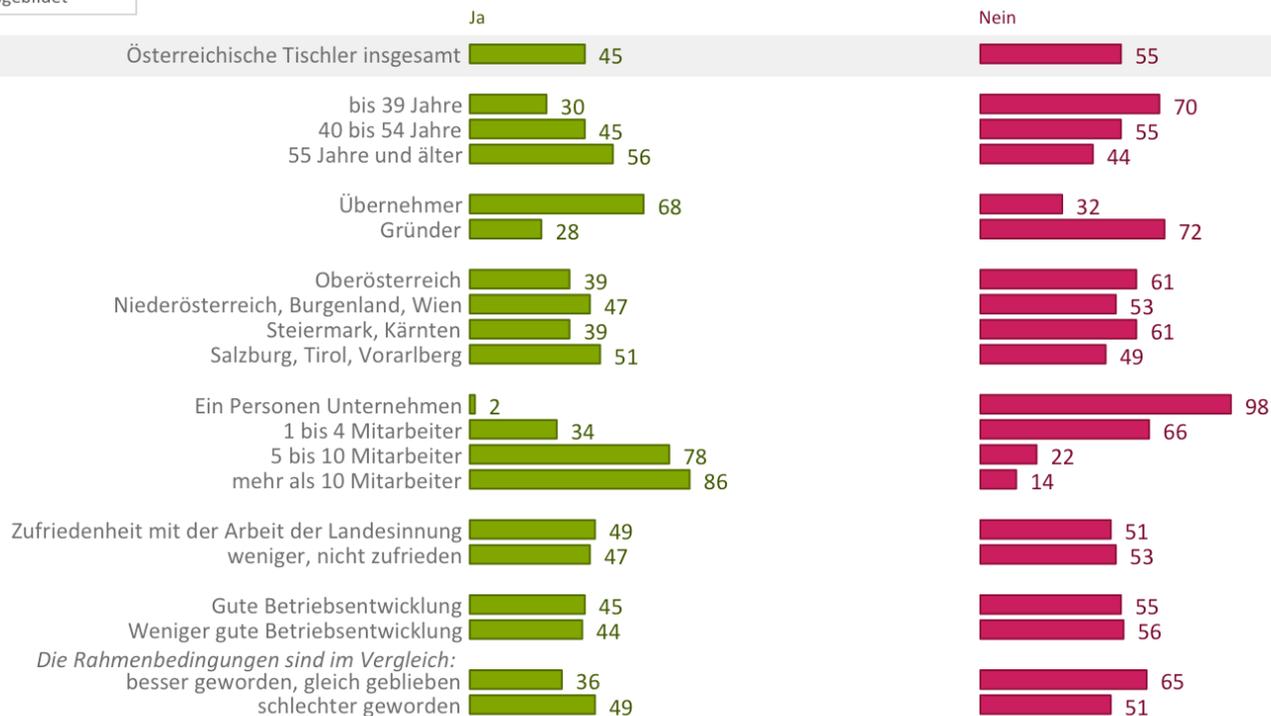


Insgesamt bilden **45 %** der Betriebe Lehrlinge aus. Vor allem Betriebe ab 5 Mitarbeitern sind in der Ausbildung tätig.

Die Ausbildung von Lehrlingen.

i Vor allem größere Tischlerbetriebe (ab 5 Personen) bilden Lehrlinge aus.

In den Betrieb werden
Lehrlinge ausgebildet -



Frage 15: Kurz zu einem anderen Thema. Werden in Ihrem Betrieb auch Lehrlinge ausgebildet?

Die **Lehrlingsausbildung.**

Hier muss gesagt werden, dass die Tischler eine **lange Tradition** in der Lehrlingsausbildung haben - bereits seit 50 Jahren werden Lehrlingswettbewerbe auf höchstem Niveau durchgeführt.

Auch bei den **World Skills** werden vom heimischen Tischlernachwuchs immer wieder **Spitzenplätze erreicht.**



Die Landes- und Bundesinnungen setzen sich stark für das **duale Ausbildungssystem** ein. So werden auch permanent **Förderungsmaßnahmen** für die Betriebe erarbeitet.

Die Lehrlingsausbildung.

2015/2016 werden die Innungen verstärkt in die Schulen gehen. Österreichweit wird in der Pflichtschule eine Potentialanalyse evaluiert, sodass jeder genau weiß, wo seine Fähigkeiten liegen. In Österreich soll keiner unvorbereitet in die Berufswahl gehen.

In Österreich gibt es 2 Lehrberufe:

- Der klassische Tischler (3 Jahre)
- Den Tischlereitechniker, mit Ausprägung Produktionstechnik oder Planung.

Insgesamt werden 3.000 Lehrlinge als Tischler / Jahr ausgebildet. Beim Top-Lehrlingsplatzranking liegt man dabei auf dem 3. Platz.

Die **Interessenvertretung**.

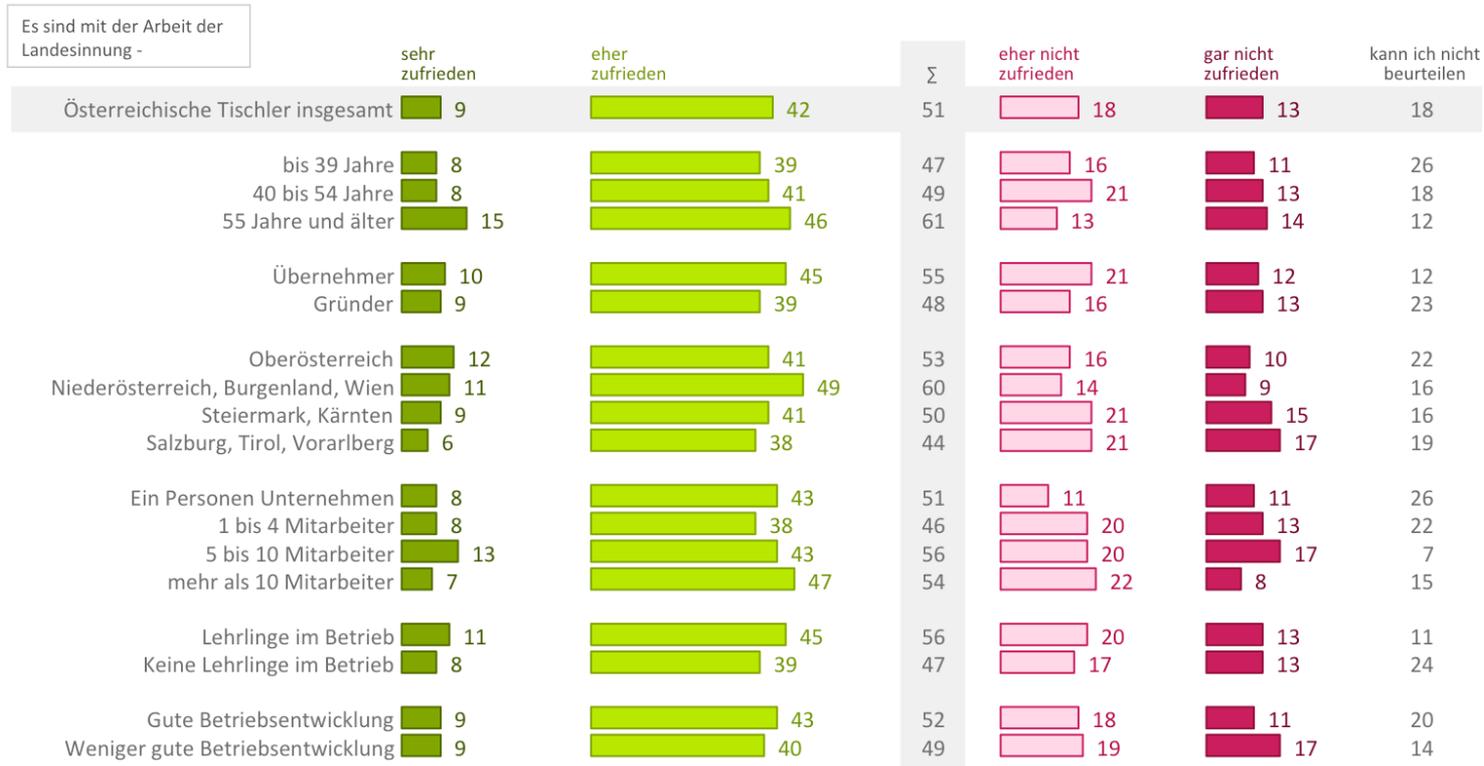
Teil drei der Studie reflektiert kritisch die Arbeit der Interessenvertretung.



Die Hälfte der Betriebe ist mit der Arbeit der Innung zufrieden.

Die Zufriedenheit mit der Arbeit der Landesinnung.

i Die Hälfte der Tischlerbetriebe ist zufrieden. Das sind vor allem Ältere.



Frage 19: Jetzt zur Landesinnung der Tischler: Wie zufrieden sind Sie mit der Arbeit Ihrer Landesinnung? Würden Sie sagen-

Die **Erwartungen.**

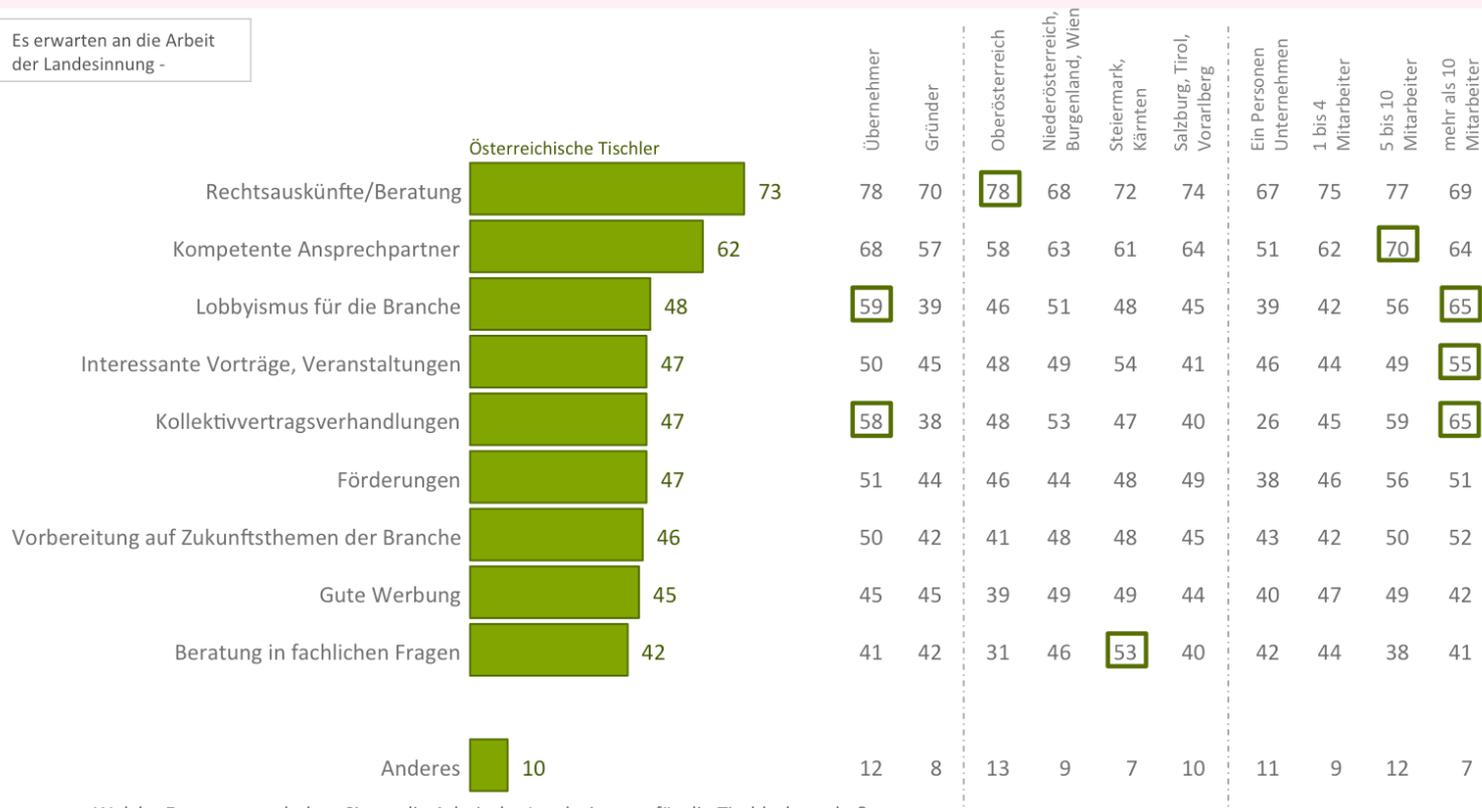
Was erwarten sich nun die Tischler von der Arbeit der Landesinnung?

- ▶ Hier stehen Rechtsauskünfte/Beratungen, kompetente Ansprechpartner und Lobbyismus ganz an vorderster Front.

Die Erwartungen an die Arbeit der Landesinnung.

i Rechtsauskünfte und ein kompetenter Ansprechpartner werden erwartet.

Es erwarten an die Arbeit der Landesinnung -



Frage 21: Welche Erwartungen haben Sie an die Arbeit der Landesinnung für die Tischlerbranche?

Die Erwartungen.

In diesem Themenfeld zeigt sich ganz deutlich, dass die Innung in die **richtige Richtung arbeitet.**

So wurde mit der **Normfit GmbH** eine Serviceleistung geschaffen, die sich aktiv mit der Zertifizierung von Fenster und Türen beschäftigt. Sie **hilft** den Tischlern **aktiv bei der Umsetzung von Gesetzen und Auflagen.** Als Einzelner könnte er diese Maßnahmen nur schwer ergreifen.

Aktiv gehen viele Innungen mit Veranstaltungen zu den Tischlern auf Bezirksebene raus - momentan wird hauptsächlich Hilfestellung bei Verbraucherrichtlinien, Barrierefreiheit, Wegzeitregelung und Notwendigkeit von Absauganlagen geleistet.

 **Das heißt, dass die Innung sehr nah an den Bedürfnissen des Marktes arbeitet.**

Die Informationspolitik.

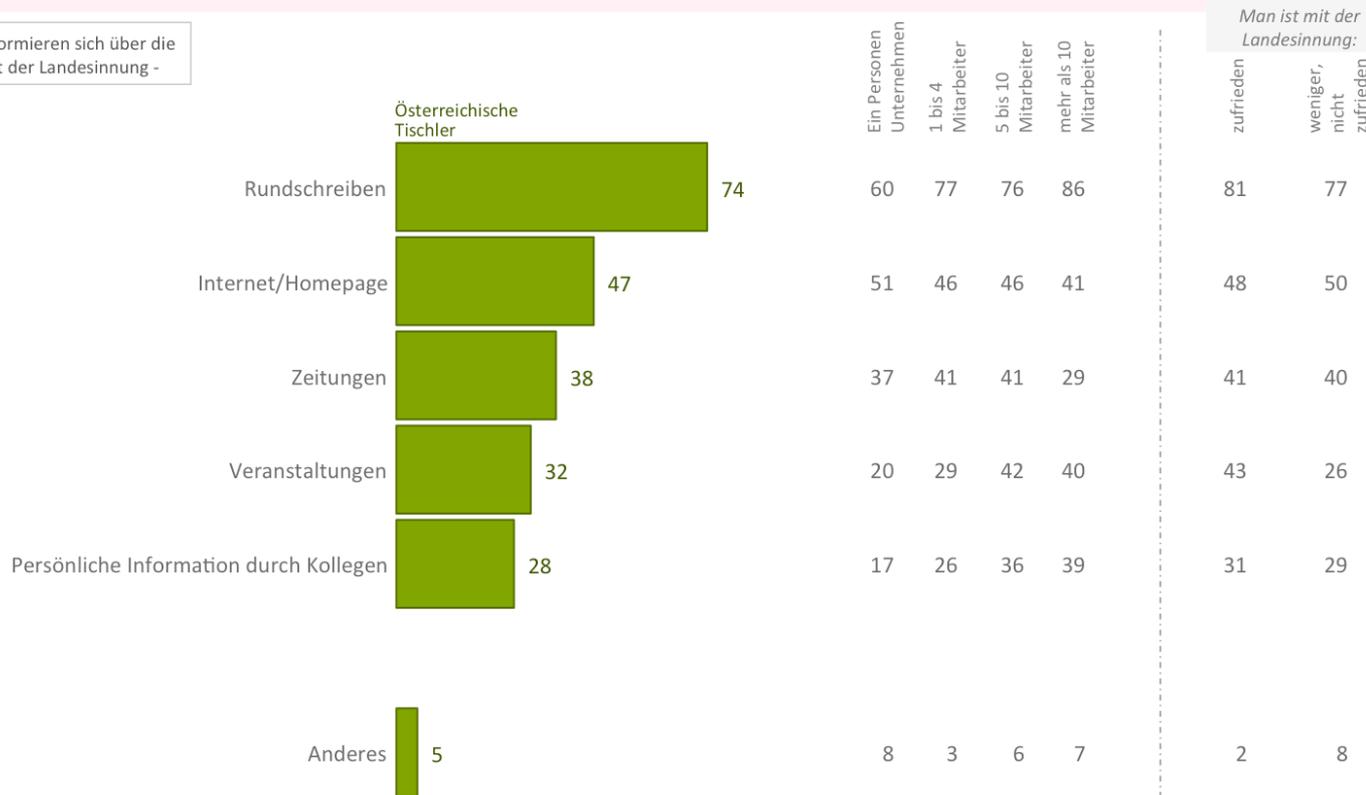
Hier geht es um die Kommunikationspolitik der Innung.

- ▶ Meist tut die Innung sehr viel Gutes und man muss viele Klaviere spielen, um tatsächlich beim Mitglied anzukommen.

Informationen über die Arbeit der Landesinnung.

i Rundschreiben und Internet/Homepage dienen zur Information

Es informieren sich über die Arbeit der Landesinnung -



Frage 22: Wie informieren Sie sich über die Arbeit Ihrer Landesinnung?

Rundschreiben Gesamt: 120 x

ergebnisse branchenanalyse // 16. jänner 2015



DOPING FÜR MARKEN™

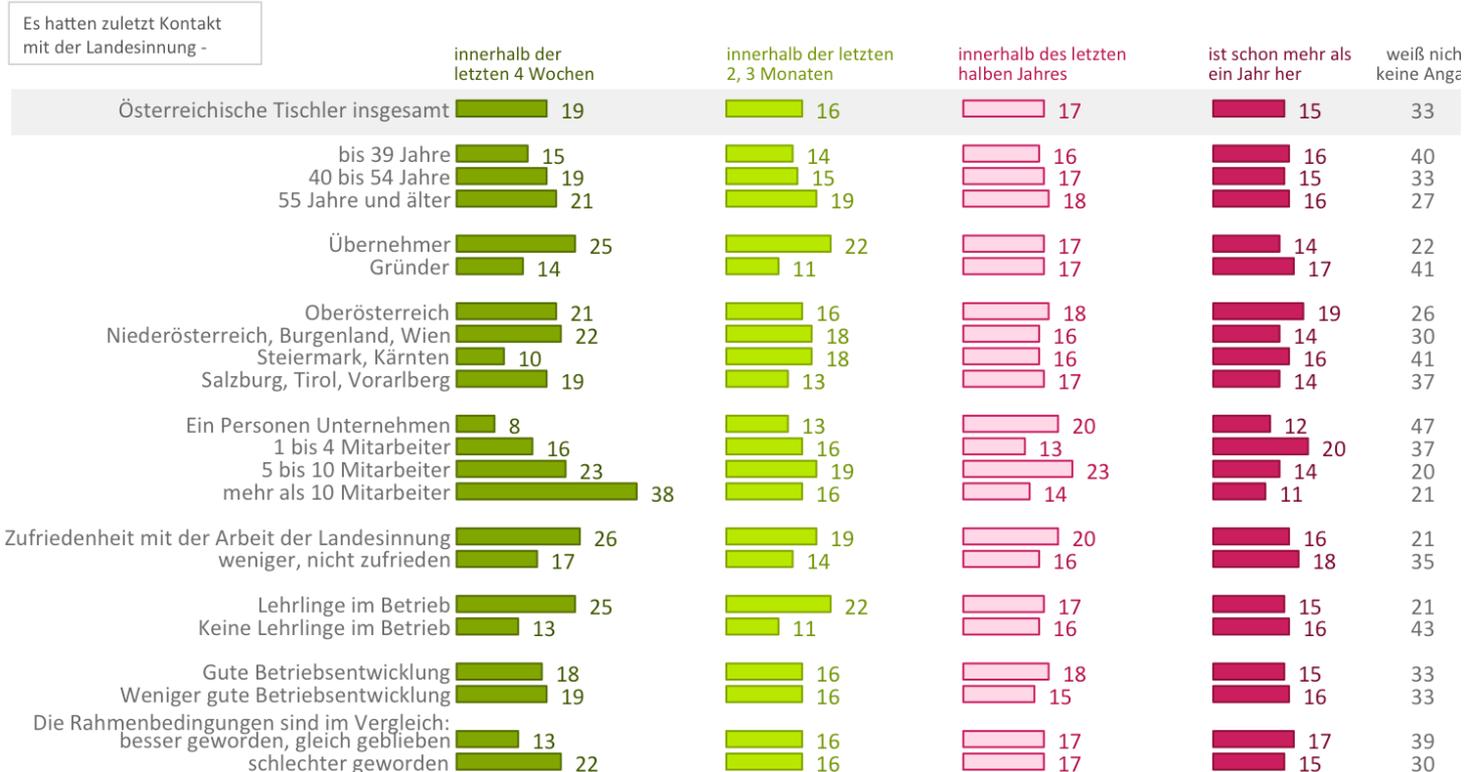
Die Kontaktaufnahme.

Hier geht es um die Kontakthäufigkeit.

- Knapp **2/3** sind mit dem letzten Kontakt **zufrieden**.
- **19 %** sogar **sehr zufrieden**.

Letzter Kontakt mit der Landesinnung.

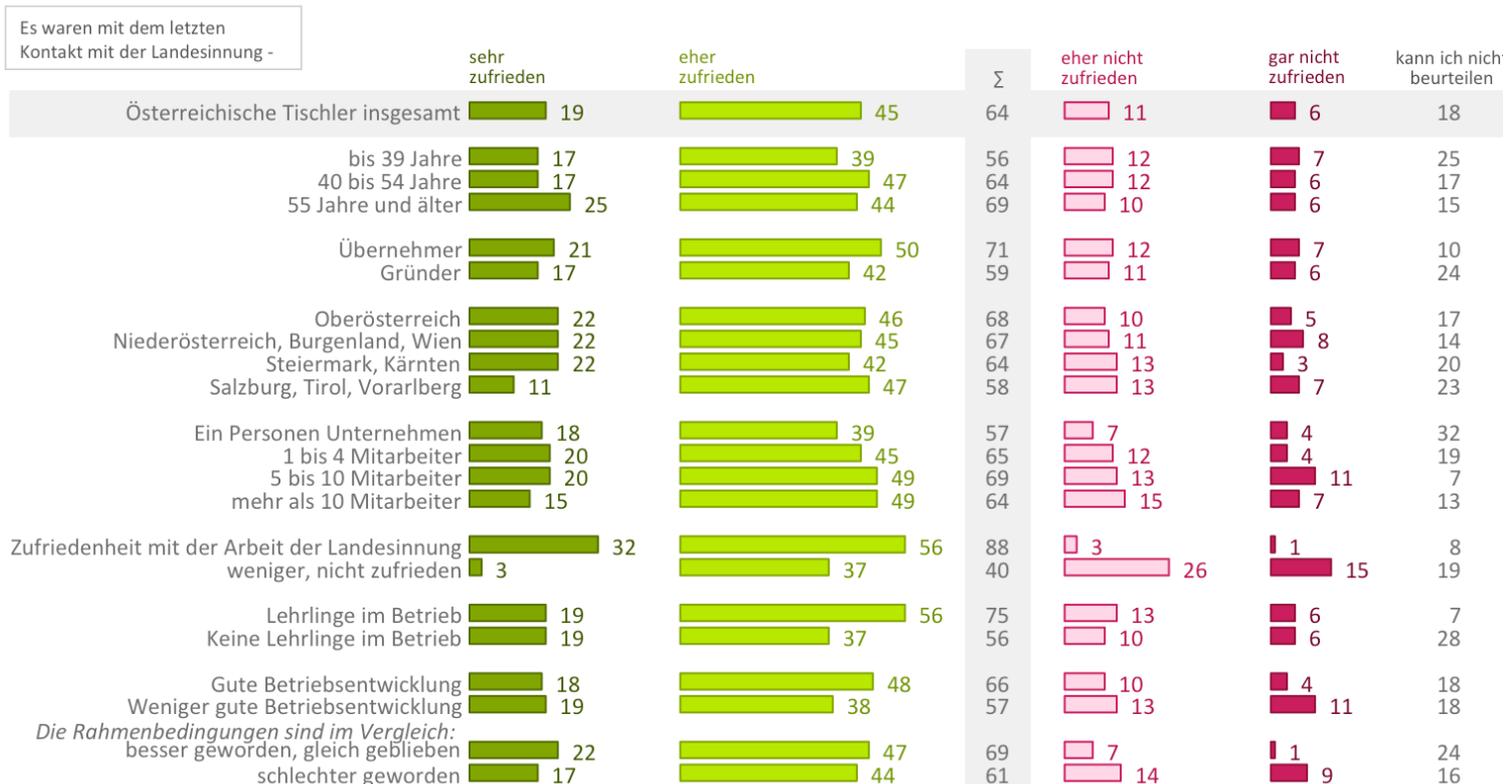
Tischlerbetriebe mit mehr als 10 Mitarbeiter haben weitaus häufiger Kontakt als kleinere Unternehmen.



Frage 23: Können Sie sich noch erinnern, wann Sie zuletzt Kontakt mit Ihrer Landesinnung hatten? Würden Sie sagen-

Zufriedenheit mit dem letzten Kontakt der Landesinnung.

i Knapp zwei Drittel der Tischler sind mit dem letzten Kontakt zur Landesinnung zufrieden. 19 Prozent sind sogar sehr zufrieden!



Frage 24: Wie zufrieden waren Sie mit Ihrem letzten Kontakt mit der Landesinnung? Würden Sie sagen, Sie waren-

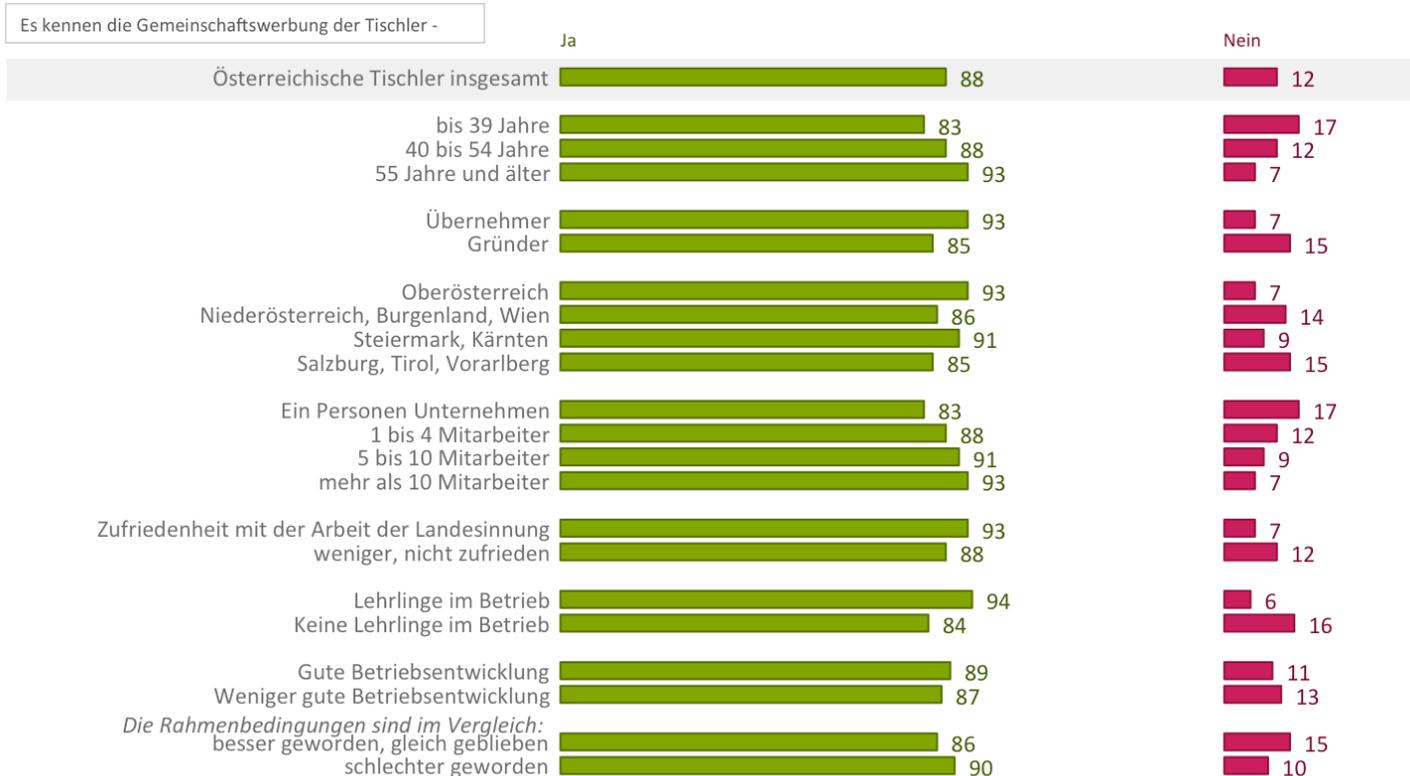
Die **Gemeinschaftswerbung.**

Die Innung macht seit mehr als **25 Jahren** Gemeinschaftswerbung und hat sich in den eigenen Reihen einen **hohen Bekanntheitsgrad** aufgebaut.



Bekanntheit der **Gemeinschaftswerbung** der Tischler.

i Sehr große Bekanntheit der Gemeinschaftswerbung.



Frage 26: Kenne Sie die Gemeinschaftswerbung der Tischler?

Die Werbemittel.

Die Innung stellt auch Werbeartikel zur Verfügung. **Hier wurde die Relevanz abgefragt.**

Interesse an Werbemitteln.

Es finden folgende
Werbeartikel -



Frage 27: Die Landesinnung produziert Werbeartikel für die gesamte Branche. Welche der nachfolgenden Artikel wären für Ihren Betrieb sehr interessant bzw. wenig interessant?

Eine kurze Zusammenfassung.

1. Für 43% der befragten Mitgliedsbetriebe entwickelt sich die Tischlerbranche in die richtige Richtung. 57% sind dem gegenüber skeptisch eingestellt. Spontan wird ein hoher Konkurrenzkampf (30%), zu viele Auflagen durch Behörden (27%), Fachpersonalmangel (12%) und Preisdruck (12%) als Begründung genannt. Gestützt nennen 81% der Tischler einen zu großen bürokratischen Aufwand, drei Viertel sehen zu komplexe Gesetze, weiter 70% großes Preisdumping unter den Tischlern selbst und starke Konkurrenz durch Möbelhausketten wird von zwei Drittel der Tischler wahrgenommen.
2. Auch wenn zwei Drittel der Befragten schlechtere Rahmenbedingungen für die Tischler im Vergleich zu den letzten 2,3 Jahren sehen, so ist man mit der **wirtschaftlichen Entwicklung** im eigenen Betrieb im Jahr 2014 **zufrieden** (69%). Auch sehen knapp zwei Drittel der Tischler der **Zukunft** Ihres eigenen Betriebes eher **optimistisch entgegen** zu investieren.

Eine **kurze Zusammenfassung.**

3. Die wichtigsten Maßnahmen um im aktuellen Wirtschaftsumfeld bestehen zu können sind für die Tischler: **weniger bürokratischer Aufwand** (78%), einfachere und **klare Gesetze** (70%) und **Verstärkung der Kundenbindungsmaßnahmen** (69%).
4. **80 Prozent** der Tischler setzen bereits auf aktive Kundenbindungsmaßnahmen, dies sind vor allem Werbebeschriftung von Fahrzeugen, eine **eigene Homepage** und Kunden gezielt zur Weiterempfehlung zu motivieren.
5. Maßnahmen zur Kundenanwerbung werden von der Mehrheit der Tischler jedoch nur gelegentlich durchgeführt. (59%)
6. Knapp drei Viertel der Tischler geben an, eine eigene Homepage zu betreiben, wobei 61 Prozent davon auch gestehen eher zu wenig Zeit in die Pflege und Wartung der Homepage



DOPING FÜR MARKEN®

„frischblut“

Markenführung & Kommunikations GmbH, adalbert-stifter-platz 2, 4020 linz

www.frischblut.at

Die in dieser Präsentation dokumentierten Strategien, Gedanken und Vorschläge sind geistiges Eigentum von "frischblut" Markenführung & Kommunikations GmbH und unterliegen den geltenden Urheber- und Nutzungsrechten. Eine Weitergabe der Präsentationsschrift und der Layouts an Dritte sowie eine Veröffentlichung, Vervielfältigung, Nachbildung, Verbreitung oder sonstige Verwertung der in diesem Konzept präsentierten und im Rahmen der Zusammenarbeit in Zukunft entwickelten Ideen, Lösungen und Konzepte ist ohne vorige schriftliche Zustimmung von frischblut nicht zulässig. Werden präsentierte Ideen, Lösungen und Konzepte nicht verwendet, so ist frischblut berechtigt, diese anderweitig einzusetzen.

Die geschäftlichen Grundlagen für eine gute Zusammenarbeit sind die Allgemeinen Geschäftsbedingungen von „frischblut“, nachzulesen auf unserer Website. Alle im Konzept genannten Preise sind freibleibend und gehen davon aus, dass die Produktion der Werbemittel und Mediaschaltungen über frischblut laufen. Sie sind auf Basis eines normalen Arbeitsaufwandes gerechnet und verstehen sich exkl. 20% Ust.