Wirtschaftskammer Steiermark
Institut für Wirtschafts- und Standortentwicklung (IWS)

Wirtschafts- und Standortentwicklung
STEIERMARK

Steirische Regionalpolitische Studien
Nr. 02/2013

Servicestationen – eine wachsende Branche!

Branchenerhebung und betriebswirtschaftliche Analyse

Mag. Simone Harder
DI Dr. Christian Theuermann

CAMPUS 02 GRAZ
FACHHOCHSCHULE DER WIRTSCHAFT

WKO Tankstellen · Garagen

STUDIE

VORWORT

Sehr geehrte Damen und Herren,
geschätzte Unternehmerinnen und Unternehmer,

die Branche der Servicestationen hat sich in den vergangen fünf Jahren äußerst dynamisch entwickelt. Ein Mitgliederwachstum von rund 36 % ist für uns als Interessenvertretung mehr als nur ein Auftrag. Da wir über diese Branche bis dato jedoch nur das wussten, was wir in der Praxis beobachten konnten, haben wir die FH Campus 02 und das Institut für Wirtschafts- und Standortentwicklung beauftragt, diese wachsende Branche zu untersuchen.

Die Ergebnisse der vorliegenden Studie liefert die notwendige Grundlage für unsere weitere Arbeit. Ein erster Schritt wurde bereits gesetzt: Seit einigen Wochen gibt es im Fachgruppenausschuss der Garagen, Tankstellen und Servicestationsunternehmungen den ersten steirischen Ansprechpartner für Servicestationen in der WKO Steiermark. Ab der nächsten Branchenveranstaltung werden die Servicestationsunternehmen zudem ein fixer Bestandteil auch dieser Events sein.

Wir wünsche Ihnen viel Freude beim Lesen dieser ersten Studie über die steirischen Servicestationen!

Harald Pfleger
Obmann der Fachgruppe Garagen, Tankstellen und Servicestationsunternehmungen

Helmut Schaupp
Branchenvertreter der steirischen Servicestationen

Mag. Oliver Käfer
Geschäftsführer der Fachgruppe Garagen, Tankstellen und Servicestationsunternehmungen

GLEICHHEITSGRUNDSATZ

Aus Gründen der Lesbarkeit wurde in dieser Arbeit darauf verzichtet, geschlechtsspezifische Formulierungen zu verwenden. Wir möchten ausdrücklich festhalten, dass die bei Personen verwendeten maskulinen Formen für beide Geschlechter zu verstehen sind.

WICHTIGSTES IN KÜRZE

Die Berufsgruppe der Servicestationsunternehmungen ist im Zeitraum 2007 bis 2012 um 36 % gewachsen und somit verstärkt in den Fokus der gesetzlichen Interessenvertretung, der Fachgruppe der Garagen-, Tankstellen und Servicestationsunternehmungen der WKO Steiermark, gerückt. Da allerdings bis zum jetzigen Zeitpunkt kaum auswertbare und interpretierbare Basisdaten hinsichtlich Branchenspezifika, betriebswirtschaftlicher Leistungsdaten etc. vorhanden waren, wurde erstmals in Österreich eine praxisfokussierten Erhebung in dieser Branche durchgeführt. Die wesentlichen Studienergebnisse und Erkenntnisse lassen sich wie folgt in die zentralen Hauptthemengebiete zusammenfassen:

Die Motivationen zur Gründung einer Servicestation sind mannigfaltig, als Hauptmotive gelten jedoch der Wunsch der Selbstständigkeit und die steigende Nachfrage!

Die Beweggründe für die Gründung einer Servicestation sind sehr vielfältig, jedoch hat sich gezeigt, dass der Drang nach Selbstständigkeit klar überwiegt. Weitere Motive sind die Geschäftsfelderweiterung, die Ausnutzung einer Marktnische sowie der steigende Bedarf nach dieser Dienstleistung.

Die Branche der Servicestationen ist kleinstrukturiert: Der überwiegende Teil der Unternehmungen firmiert als Einzelunternehmen und hat gar keine oder nur wenige Mitarbeiter!

Nahezu 81 % der Servicestationen werden als Einzelunternehmung geführt und diese Unternehmungen verfügen großteils nur über einen Betriebsstandort (91,5 %). Der Anteil an Ein-Personen-Unternehmen liegt darüber hinaus bei 55,3 %. Diese Situation verdeutlicht die Strukturen in dieser Branche und lässt erkennen, dass hier entsprechendes Potenzial besteht, da die Unternehmer noch Raum für Wachstum haben, indem die Dienstleistung aufgrund einer Standorterweiterung zukünftig ausgebaut werden kann.

Die steirischen Servicestationsbetreiber haben in den letzten Jahren trotz konjunktureller Unsicherheiten eine kontinuierliche Umsatzsteigerung erzielt!

Eine erfreuliche Tendenz ergibt sich bei der Umsatzentwicklung dieser Unternehmensgruppe. 46,8 % der Unternehmungen konnten die Umsätze in den letzten Jahren steigern. Lediglich ein kleiner Prozentsatz musste einen Umsatzrückgang hinnehmen. Dies zeigt eindeutig die positive Entwicklung dieser Berufsgruppe auf und lässt den steigenden Bedarf derartiger Dienstleistungen erkennen.

Das Leistungsspektrum der steirischen Servicestationen ist sehr umfangreich, jedoch ist der Fokus auf das Kerngeschäft klar vorhanden!

Hinsichtlich der angebotenen Dienstleistungen zeigt es sich, dass die steirischen Servicestationen ein sehr ausgedehntes Leistungsangebot aufweisen. Der Bereich der Autoaufbereitung überwiegt hier mit mehr als 53 %. Weitere Leistungen, welche von den Unternehmen angeboten werden sind z.B. die Autowäsche, Reifenwechsel, Spot Repair, usw. Darüber hinaus sind die Servicestationen sehr an Kooperationen interessiert und arbeiten mit Unternehmungen auch außerhalb ihrer Branche zusammen. Dies erzeugt positive Effekte für sämtliche Beteiligte (z.B. Erweiterung des Leistungsspektrums). Bei den Kooperationen überwiegen der Autohandel und Kfz-Werkstätten.

Bei den Kunden der Servicestationen handelt es sich sowohl um Privatpersonen als auch um Unternehmen! Die Firmenkunden kommen meist aus dem Bereich des Autohandels!

Der Privatkundenbereich überwiegt eindeutig, jedoch ist bereits ein starkes Wachstum hin zu Firmenkunden erkennbar.

Erheblicher Nachholbedarf besteht im Bereich der Fachkräfteentwicklung: Mehr als 80 % der Unternehmen finden kaum geeignete Mitarbeiter!

Die Gründe für einen derartigen Mangel sind vielfältig. Hier zeigt sich auch ein Anknüpfungspunkt für die Interessenvertretung dieser Sparte. Es muss sichergestellt werden, dass diese Unternehmungen am Arbeitsmarkt entsprechend ausgebildete Mitarbeiter finden, um auch nachhaltig und erfolgreich wachsen zu können, da die Studie aufzeigt, dass ein entsprechend hoher Bedarf an den Dienstleistungen dieser Branche vorliegt.

Der Bekanntheitsgrad der gesetzlichen Interessenvertretung, der Fachgruppe der Garagen-, Tankstellen und Servicestationsunternehmungen der WKO Steiermark muss gesteigert werden!

Mit einem Bekanntheitsgrad von ca. 48,9 % unter den gesamten Mitgliedern zeigt sich hier ein erhebliches Steigerungspotenzial. Hier empfiehlt es sich, noch aktiver auf die Mitglieder zuzugehen und entsprechend mehr an Öffentlichkeitsarbeit zu leisten, um den Bekanntheitsgrad zu heben. Erfreulich ist in diesem Zusammenhang, dass die Mitglieder grundsätzlich mit den Leistungen der WKO zufrieden sind. Trotzdem sind die Erwartungen der Servicestationsbetreiber an die Interessensvertretung sehr vielfältig und reichen von speziellen Förderprogrammen, Praxisschulungen für die Mitglieder, Beratungsgespräche bis zu entsprechenden Kursangeboten.

INHALTSVERZEICHNIS

1 Einleitung 1

2 Methodik 4

3 Branchenerhebung: Status quo, Potenziale und Herausforderungen 5

3.1 Servicestationen: Profil einer bis dato unbekannten Branche 5

3.2 Wirtschaftlicher Aufschwung in Zeiten konjunktureller Unsicherheiten 10

3.3 Fachkräfte: Große Nachfrage trifft auf knappes Angebot 14

3.4 Anforderungen an die Interessenvertretung 16

4 Resümee 20

5 Literaturverzeichnis 22

6 Anhang: Fragebogen 23

ABBILDUNGSVERZEICHNIS

Abbildung 1: Aktive Mitglieder der Berufsgruppe der Servicestationen 2007-2011 2
Abbildung 2: Altersstruktur 6
Abbildung 3: Höchste abgeschlossene Ausbildung.....6
Abbildung 4: Betreibungsjahre 6
Abbildung 5: Rechtsformen 7
Abbildung 6: Anzahl der betriebenen Servicestationen 8
Abbildung 7: Betriebsstandort (Mehrfachantworten möglich).....8
Abbildung 8: Gestaltung der Öffnungszeiten (Mehrfachantworten möglich).....8
Abbildung 9: Leistungsspektrum (Mehrfachantworten möglich) 9
Abbildung 10: Zusätzliche Gewerbeberechtigungen (Mehrfachantworten möglich).....9
Abbildung 11: Umsatzentwicklung der letzten Jahre..... 10
Abbildung 12: Kundenstamm der Serviceunternehmen (Mehrfachantworten möglich) 11
Abbildung 13: Gezieltes Marketing (Mehrfachantworten möglich) 11
Abbildung 14: Kooperationspartner der Servicestationen (Mehrfachantworten möglich) 12
Abbildung 15: Gründe für Kooperationen 13
Abbildung 16: Betriebswirtschaftliche und rechtliche Beratung..... 13
Abbildung 17: Verbesserung der betriebswirtschaftlichen Kenntnisse..... 14
Abbildung 18: Betriebsstruktur und Anzahl der Beschäftigten 14
Abbildung 19: Gründe für Probleme bei der Mitarbeiterakquise (Mehrfachantworten möglich) 15
Abbildung 20: Schulungsbedarf der Servicestationen 16
Abbildung 21: Bekanntheit der Fachgruppe..... 17
Abbildung 22: Teilnahme an einer Fachgruppentagung 17
Abbildung 23: Informationsquellen der Servicestationen 18
Abbildung 24: Erwartungen an die Interessenvertretung 18

TABELLENVERZEICHNIS

Tabelle 1: Eckdaten zur Umfrage im Überblick.....4

1 EINLEITUNG

Die Servicestationsunternehmungen[1] sind eine bis dato „unbekannte“ Berufsgruppe, über die aktuell noch keine umfangreichen Branchen- bzw. Unternehmensdaten zur Verfügung stehen. Da aufgrund der mangelhaften Datenlage keinerlei Aussagen über die betriebswirtschaftliche Situation oder auch die Bedürfnisse dieser jungen und zugleich wachsenden Berufsgruppe getroffen werden können, hat es sich die vorliegende Praxisstudie zum Ziel gesetzt, diese betriebswirtschaftlich und strukturell zu analysieren bzw. zu untersuchen. Da keine konkreten Informationen für eine entsprechende betriebswirtschaftliche Betrachtung in Österreich vorhanden sind, wurde im Auftrag der gesetzlichen Interessenvertretung, der Fachgruppe der Garagen-, Tankstellen und Servicestationsunternehmungen der WKO Steiermark, erstmals eine Erhebung in dieser Branche durchgeführt.

Die Servicestationen sind nach der Struktur der Wirtschaftskammerorganisation der Fachgruppe der Garagen-, Tankstellen und Servicestationsunternehmungen zuzuordnen. Diese Berufsgruppe fällt gem. § 5 Abs. 2 der Gewerbeordnung unter das freie Gewerbe. Konkret handelt es sich bei Servicestationen um Unternehmen, die die Wartung von Kraftfahrzeugen durchführen und somit klar von den Tätigkeiten der KFZ-Mechaniker abzugrenzen sind. Folgende Leistungen dürfen daher seitens der Servicestationsunternehmen erbracht werden: [2]

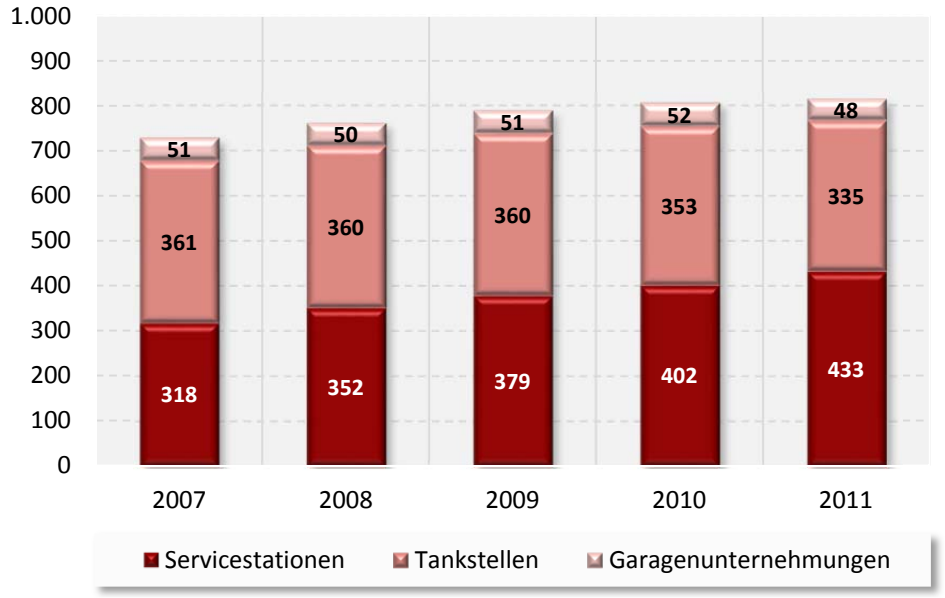
- **Karosserie Außen:** Waschen mit Reinigungsmitteln, Lackpflege durch polieren bzw. konservieren, Chromreinigung, Reinigung von Autoscheiben und Außenspiegel, Austausch von Scheibenwischerblättern, Behebung von Störungen an der Scheibenwischanlage.
- **Karosserie Innen:** Innenreinigung, Reinigung mit geeigneten Chemikalien und Staubsaugern, ersetzen von Sicherheitsgurten.
- **Chassis:** Unterwäsche, Aufbringung eines Unterbodenschutzes, Hohlraumkonservierung, schmieren von Radlager, Fetten von Seilen und Gestängen, Behebung von Geräuschen an Federn.
- **Abschmieren:** Ersetzen von Schmiernippel, Kontrolle und Erneuerung des Motor-, Getriebe-, Differential-Automatik- und Kupplungsöles, Kontrolle und Ersetzung von Bremsflüssigkeit, Überprüfung der Schmierung des Lenkgetriebes.
- **Motor:** Motorwäsche, Erneuerung des Ölfilters, Reinigung und Erneuerung von Zündkerzen, Reinigung des Verteilers und des Unterbrechers, Verteilerkopf ersetzen, Erneuerung des Keilriemens und Einstellen der Keilriemenspannung, Luftfilter reinigen und Einsatz wechseln, Kraftstofffilter erneuern.
- **Kühler:** Undichtheiten der Wasser- und Heizschläuche beheben, Schläuche erneuern, Kühlerreinigung, Kühlwasser erneuern, Frostschutzmittel einfüllen und Werte prüfen.

[1] Siehe dazu unter: http://portal.wko.at/wk/format_detail.wk?angid=1&stid=608527&dstid=2583, [11.03.2013]
[2] WKO STEIERMARK [2012]: Berufszweige der Fachgruppe der Garagen-, Tankstellen- und Servicestationsunternehmungen, http://portal.wko.at/wk/format_detail.wk?angid=1&stid=681303&dstid=2212&cbtyp=1&titel=Berufszweige%2cder%2cFachgruppe%2cder%2cGaragen-%2c%2cTankstellen-%2cund%2cServicestations-unternehmungen, [09.02.2013]

- **Beleuchtung:** Beleuchtungseinrichtung kontrollieren, Lampen austauschen, Sicherungen erneuern.
- **Batterie:** Batteriepflege, Spannung prüfen, Batteriesäuren nachfüllen, Starthilfe, Klemmen und Pole reinigen und fetten.
- **Reifen:** Luftdruck und Profil kontrollieren, Reifen wechseln, Montage und Wuchten von Reifen, Durchführung kleinerer Reparaturen (Kaltvulkanisieren), Schneekettenmontage.

Ausschlaggebend für die Durchführung der vorliegenden Analyse war mitunter die dynamische Entwicklung der Zahl an Berufsgruppenmitgliedern. Die Berufsgruppe ist in der Steiermark innerhalb von 5 Jahren von 318 aktiven Mitgliedern auf 433 aktive Mitglieder gewachsen, was einer Zunahme von rund 36 % entspricht.

Abbildung 1: Aktive Mitglieder der Berufsgruppe der Servicestationen 2007-2011, Stichtag jeweils zum 31.12.



Quelle: WKO Steiermark (Sonderauswertung Unternehmerservice 2013).

Aufgrund dieser positiven Mitgliederentwicklung war es für die Fachgruppengeschäftsführung wesentlich zu wissen, wie es einerseits zu diesem Wachstum gekommen ist und andererseits die gegenwärtige Situation der steirischen Servicestationsunternehmen im Wirtschaftsumfeld aussieht. Die zentralen Fragestellungen können demnach wie folgt dargestellt werden:

1. Was sind die wesentlichen Merkmale der Branche unter Berücksichtigung der Unterscheidung zwischen Servicestationen und Waschstraßen?
2. Über welchen Ausbildungsgrad verfügen die Servicestationsunternehmungen, wie gut sind ihre betriebswirtschaftlichen Kenntnisse und besteht ein konkreter Schulungs- bzw. Weiterbildungsbedarf?
3. Was sind die Wünsche und Forderungen der Servicestationsunternehmungen an Ihre Interessenvertretung, die WKO Steiermark?

Aus den generierten Erkenntnissen werden seitens der Fachgruppe in weiterer Folge kundenfokussierte Maßnahmen abgeleitet, um so dieser Berufsgruppe ein passendes Serviceangebot zur Verfügung zu stellen.

In den folgenden Abschnitten werden die Erhebungsmethode zur Datenerfassung erläutert, die wesentlichen Befragungsergebnisse dargestellt und Handlungskorridore aufgezeigt.

2 METHODIK

Die Basis der vorliegenden Branchenanalyse bildet eine Ersterhebung, die zwischen Dezember 2012 und Jänner 2013 unter steirischen Servicestationsunternehmungen durchgeführt wurde. Im Rahmen der Erstellung des empirischen Konzeptes[3] wurde als Untersuchungsmethode die standardisierte Befragung mittels Fragebogen gewählt. Bei der Gestaltung des Erhebungsbogens entschied man sich mit Ausnahme der statistischen Angaben in erster Linie für geschlossene Fragen, welche mittels einer vierstufigen Ordinatenskala zu beantworten waren. Der Erhebungsbogen beinhaltet 23 Fragen, die wiederum in die folgenden fünf Überkapitel untergliedert wurden (Details siehe Anhang):

1. Allgemeine Angaben zum Unternehmen
2. Mitarbeiter
3. Kooperationen
4. Wirtschaftliche Situation
5. Interessenvertretung

Bei der Festlegung der für die Studie notwendigen Stichprobe wurde die einfache Zufallsstichprobe zur Auswahl der Untersuchungsobjekte herangezogen. Befragt wurden Mitglieder, die zum Betrieb einer Servicestation nach der Gewerbeordnung berechtigt sind und somit der Berufsgruppe „Servicestationsunternehmungen“ in der Steiermark angehören. Insgesamt wurden 425 Servicestationen kontaktiert. In einem ersten Schritt wurde mit den Mitgliedern telefonisch Kontakt aufgenommen und in weiterer Folge ein standardisierter Fragebogen per E-Mail zugesandt. Mit einer ausgewählten Gruppe an Servicestationsbetreibern wurden darüber hinaus persönliche Interviews geführt. Insgesamt konnten 47 Personen befragt werden, womit eine Nettorücklaufquote von 11,1 % erreicht werden konnte. Diese Beteiligung erlaubt eine aussagekräftige Auswertung über die wesentlichen Merkmale der Branche, wie z.B. über die zentralen Tätigkeitsbereiche, den Betriebsstandort, die betriebswirtschaftliche Gestaltung, die Aus- und Weiterbildung, sowie die Wünsche und Forderungen an die Interessenvertretung der Wirtschaftskammer Steiermark.

Tabelle 1: Eckdaten zur Umfrage im Überblick

Umfragedetails	
Befragungszeitraum:	Dezember 2012 bis Jänner 2013
Sampledesign:	aktive Mitglieder der Berufsgruppe „Servicestationsunternehmungen“ mit Stichtag 6.12.2012
Grundgesamtheit:	425
Rücklauf absolut:	47
Rücklaufquote:	11,1 %

Quelle: Eigene Darstellung (2013).

[3] Siehe dazu auch ALBERS, S./KLAPPER, D./KONRADT, U./WALTER, A./WOLF, A. [2007]

3 BRANCHENERHEBUNG: STATUS QUO, POTENZIALE UND HERAUSFORDERUNGEN

Die vorliegende Praxisstudie, welche thematisch Bestandteil des Forschungsschwerpunktes der Studienrichtung Rechnungswesen & Controlling der FH *CAMPUS* 02 ist, wurde in den Monaten Dezember 2012 und Jänner 2013 in Kooperation mit dem Institut für Wirtschafts- und Standortentwicklung (IWS) der WKO Steiermark durchgeführt.

Die Basis der vorliegenden empirischen Untersuchung bilden, wie eingangs beschrieben, 47 beantwortete Fragebögen. Der aktuelle Abschnitt fasst die wesentlichen Ergebnisse dieser Erhebung zusammen und liefert erstmals Einblicke in die rasch wachsende Berufsgruppe der Servicestationsunternehmungen.

3.1 Servicestationen: Profil einer bis dato unbekannten Branche

Die Berufsgruppe der Servicestationen unterlag seit 2007 einer erheblichen Wachstumsdynamik. Innerhalb von wenigen Jahren hat sich die Zahl an aktiven Mitgliedern um 36 % (ein Plus von 115 Servicestationsunternehmen) erhöht. Angesichts dieses Mitgliederwachstums und der damit zusammenhängenden zunehmenden Bedeutung dieser Berufsgruppe innerhalb der Fachgruppe der Garagen-, Tankstellen und Servicestationsunternehmungen der WKO Steiermark stellt sich daher die Frage nach den Charakteristika dieser bis dato unbekannten Branche. Auf Basis der im vorangegangenen Abschnitt erläuterten Ersterhebung können die wesentlichen Merkmale der Servicestationsbetreiber wie folgt zusammengefasst werden:

Eine „reife" Branche: Nur rund ein Drittel der befragten Servicestationsbetreiber ist jünger als 36 Jahre!

Die Auswertung der Altersangaben zeigt, dass sich der Anteil an unter 26-Jährigen auf lediglich 8,5 % beläuft. Der „typische" Servicestationsbetreiber bringt Lebenserfahrung mit sich: Rund 43 % der befragten Unternehmer sind bereits älter als 45 Jahre (siehe Abbildung 2).

Vom Lehrling zum Unternehmer: Knapp 80 % der Servicestationsunternehmer haben eine Lehre abgeschlossen!

Bei der Frage nach der höchsten abgeschlossenen Ausbildung der Servicestationsbetreiber (vgl. Abbildung 3) zeigt sich ein klares Ergebnis: 53,2 % der befragten Unternehmer besitzen einen Lehrabschluss. Weitere 23,4 % haben sogar eine Meisterprüfung abgelegt. Der Abschluss einer Allgemeinbildenden oder Berufsbildenden höheren Schule (Matura) ist mit lediglich 12,8 % der Befragten von geringerer Bedeutung. Auf Basis der Befragungsergebnisse gilt somit das Erlenen eines Berufs als Basisqualifikation vieler Servicestationsunternehmer, womit anzunehmen ist, dass für die Ausübung dieses Gewerbes Fachkenntnisse notwendig sind.

Etablierte Betriebe: Mehr als die Hälfte der Servicestationsunternehmen existiert bereits länger als fünf Jahre!

53,2 % der befragten Servicestationsunternehmen bestehen bereits mehr als fünf Jahre. Der Grund für die längere Betriebstätigkeit der Servicestationen liegt mitunter darin, dass es sich hierbei häufig um Familienunternehmen handelt, welche schon in der zweiten Generation betrieben werden. Der Anteil an Servicestationsunternehmen mit einer Betriebsdauer von maximal zwei Jahren ist jedoch mit knapp 20 % nicht zu vernachlässigen (siehe Abbildung 4).

Abbildung 2: Altersstruktur

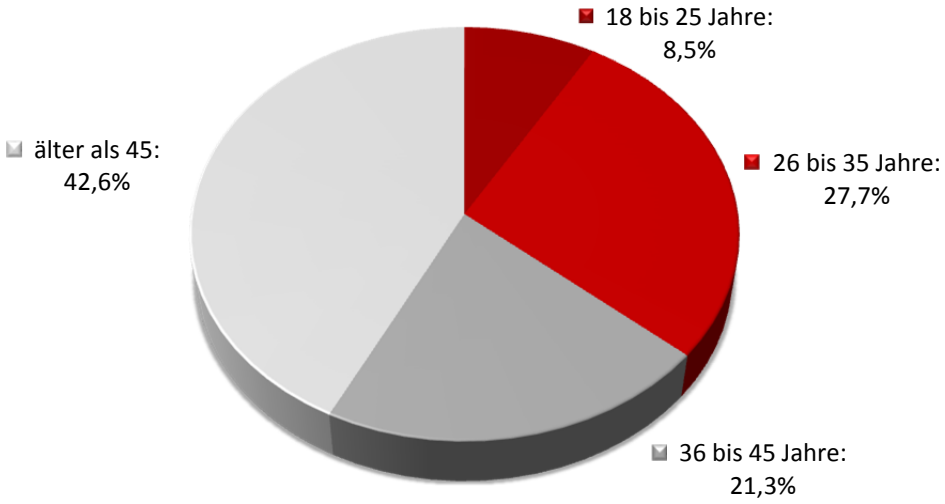


Abbildung 3: Höchste abgeschlossene Ausbildung

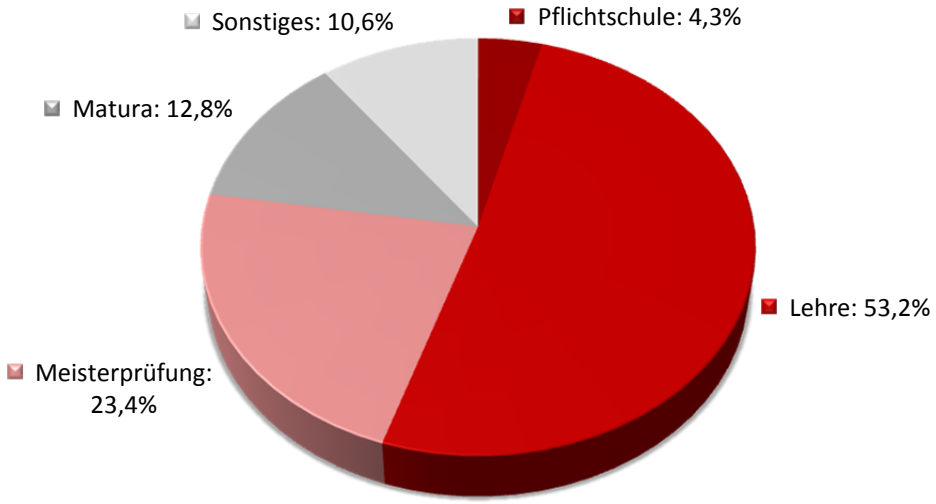
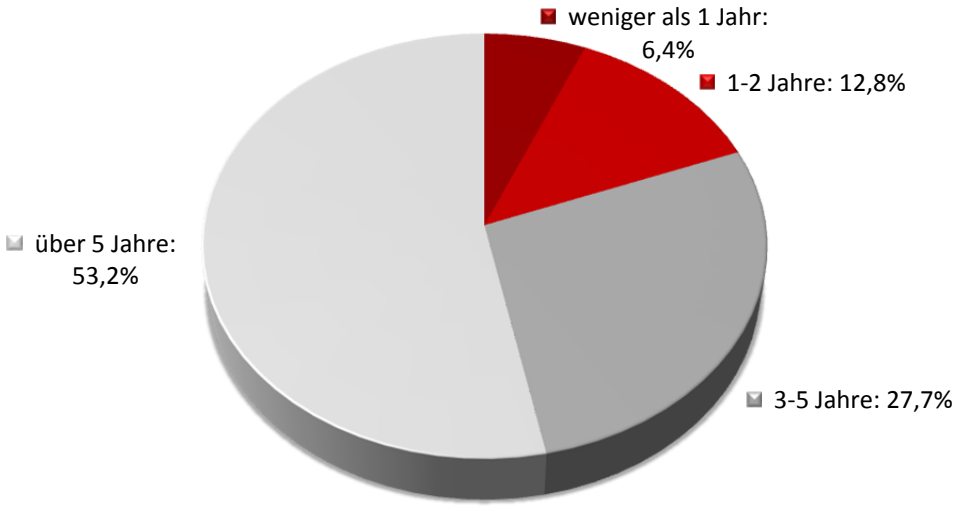


Abbildung 4: Betreibungsjahre



Quelle: Eigene Darstellung (2013).

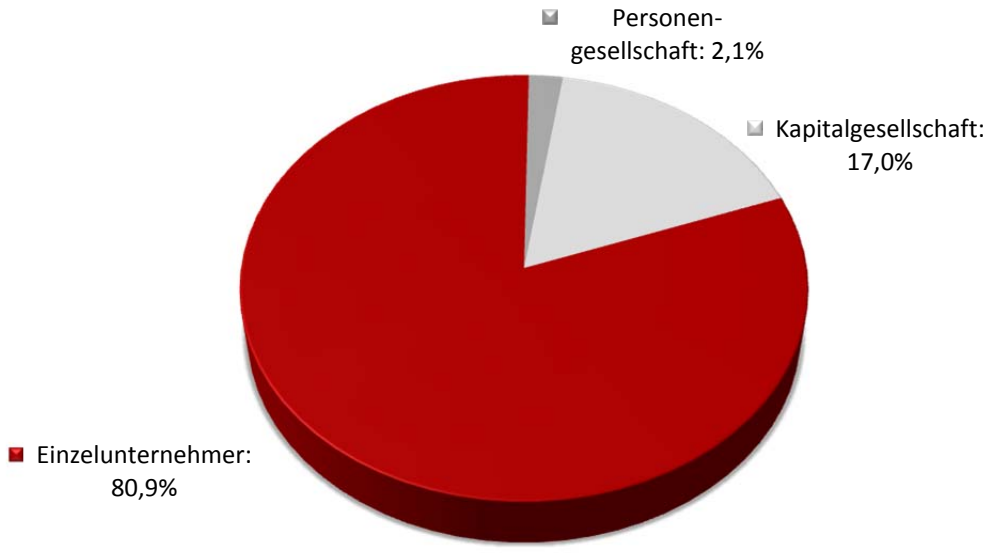
Gründungsmotive: Der Wunsch nach Selbständigkeit und die Nachfrage potentieller Kunden sind ausschlaggebend für die Gründung eines Servicestationsunternehmens!

Hauptmotivator für eine Unternehmensgründung ist häufig der Wunsch nach Selbständigkeit und Unabhängigkeit. In der Branche der Servicestationen kommt laut Angaben der befragten Betriebe hinzu, dass die ungebrochene Nachfrage am Markt die Entscheidung für die Gründung eines Servicestationsunternehmens begünstigte. Der haupt- oder nebenerwerbliche Betrieb einer Servicestation hat sich somit in den vergangenen Jahren zu einer attraktiven beruflichen Alternative entwickelt.

Eine kleinstrukturierte Branche: Überwiegend Einzelunternehmen und gar keine oder nur wenige Mitarbeiter!

Die Branche der Servicestationen ist überwiegend kleinstrukturiert. 80,9 % der Befragten führen ihre Servicestation als Einzelunternehmen. Die Rechtsformen der Kapital- oder Personengesellschaft sind, wie generell in der gewerblichen Wirtschaft der Steiermark, mit 17,0 % (in der Regel GmbH) bzw. 2,1 % seltener anzutreffen (siehe Abbildung 5).
Für eine Kleistrukturierung spricht zudem der EPU-Anteil von 55,3 %. Vereinzelt waren zwar auch mittlere Betriebe mit mehr als fünfzig Beschäftigten unter den Befragungsteilnehmern, der überwiegende Anteil an befragten Arbeitgeberbetrieben verfügt jedoch über maximal 10 Mitarbeiter. Details zur Beschäftigungsstruktur werden in Abschnitt 3.3 näher erläutert.

Abbildung 5: Rechtsformen



Quelle: Eigene Darstellung (2013).

Betriebsstandort: Für gut ein Drittel der Servicestationsbetreiber ist das eigene Heim auch gleichzeitig der Betriebsstandort ihres Unternehmens!

91,5 % der befragten Unternehmer betreiben eine einzelne Servicestation, lediglich 8,5 % verfügen über zwei bis fünf Betriebsstätten. In 36,2 % der Fälle dient eine Servicehalle beim Wohnhaus des Unternehmers als Betriebsstandort. Der Rest betreibt seine Servicestation(en) an einem eigenen, dafür vorgesehenen Standort. 6,4 % der Unternehmen üben das Gewerbe im Rahmen einer Tankstelle mit Servicehalle aus (vgl. Abbildungen 6 und 7).

Abbildung 6: Anzahl der betriebenen Servicestationen

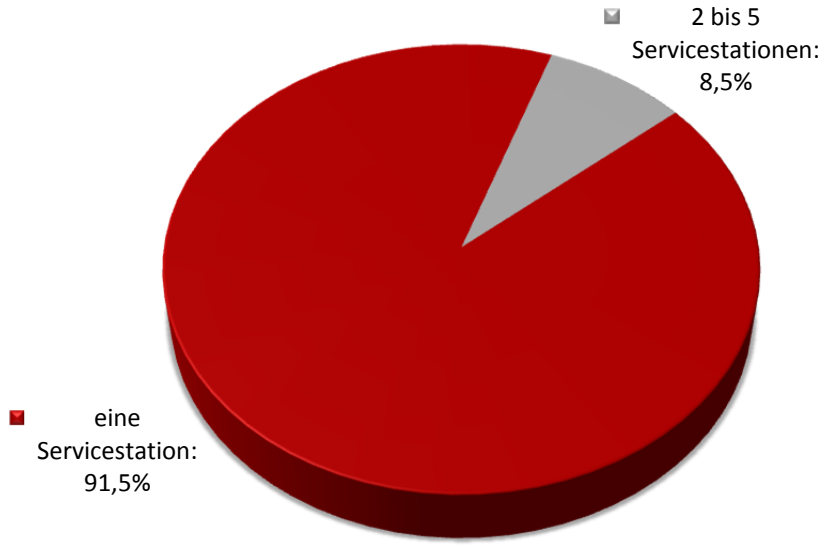


Abbildung 7: Betriebsstandort (Mehrfachantworten möglich)

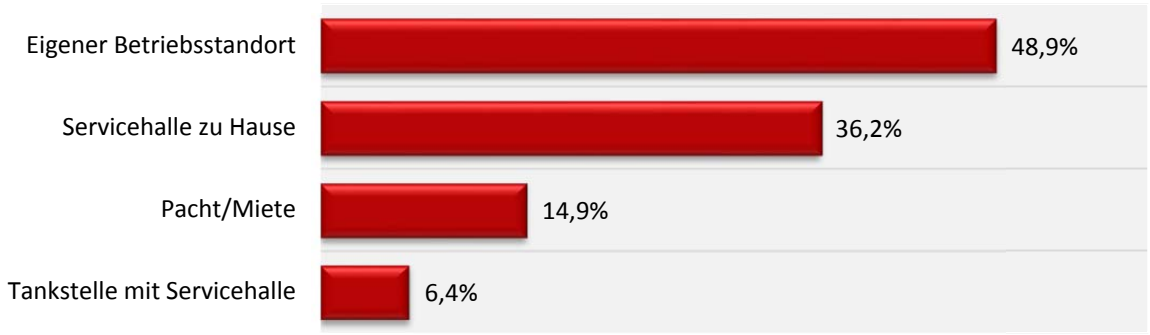
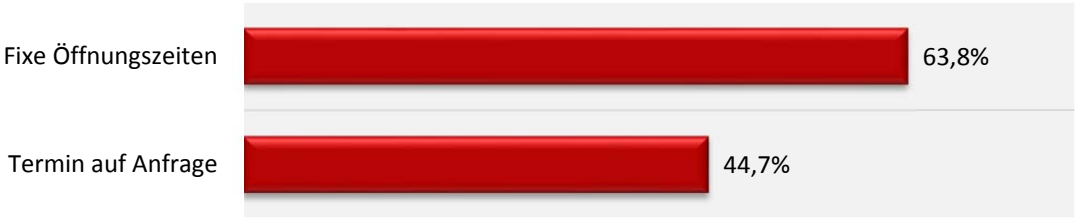


Abbildung 8: Gestaltung der Öffnungszeiten (Mehrfachantworten möglich)



Quelle: Eigene Darstellung (2013).

Öffnungszeiten: Knapp zwei Drittel verfügen über geregelte Öffnungszeiten, Flexibilität wird dennoch geboten!

63,8 % der befragten Unternehmen betreiben ihre Servicestationen grundsätzlich zu fixen Öffnungszeiten, womit jedoch nicht ausgeschlossen ist, dass Termine auf Anfrage oder außerhalb der festgelegten Öffnungszeiten vereinbart werden können (siehe auch Abbildung 8).

Von der Autoaufbereitung zum Spot Repair: Die steirischen Servicestationen verfügen über eine breite Angebotspalette!

Die steirischen Servicestationen besitzen über eine breite Angebotspalette, die von der Autoaufbereitung über den Reifenwechsel und -service bis hin zur Reparatur von kleineren Lackschäden (Spot Repair) reicht. An vorderster Stelle befindet sich die Autoaufbereitung, die von 53,2 % der Servicestationen angeboten wird. Von einigen Befragten wird diese sogar als die „größte Wissenschaft" unter den angebotenen Leistungen bezeichnet.

Abbildung 9: Leistungsspektrum (Mehrfachantworten möglich)

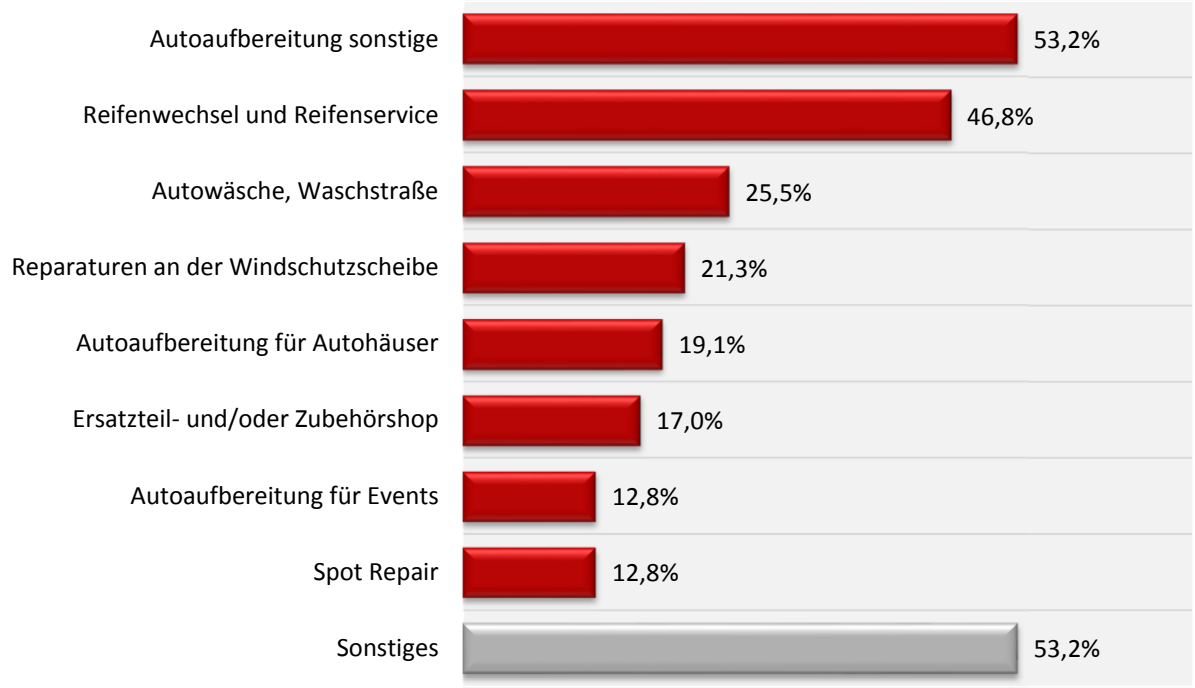
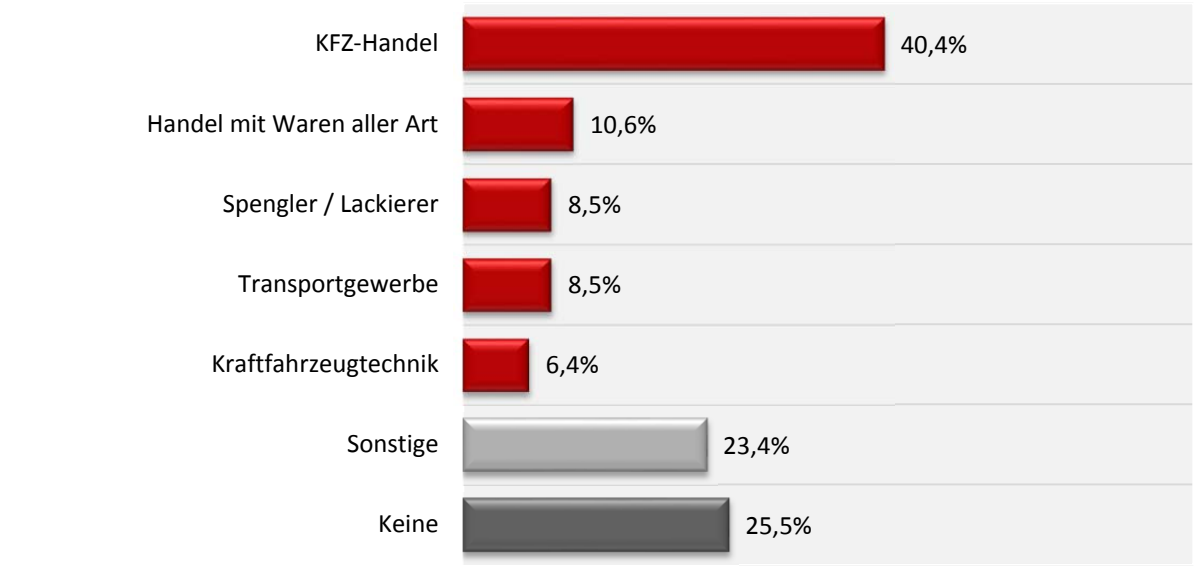


Abbildung 10: Zusätzliche Gewerbeberechtigungen (Mehrfachantworten möglich)



Quelle: Eigene Darstellung (2013).

Gewerberechtliche Voraussetzungen eines breiten Leistungsspektrums: Drei Viertel der Servicestationsbetreiber besitzen zusätzliche Gewerbeberechtigungen!

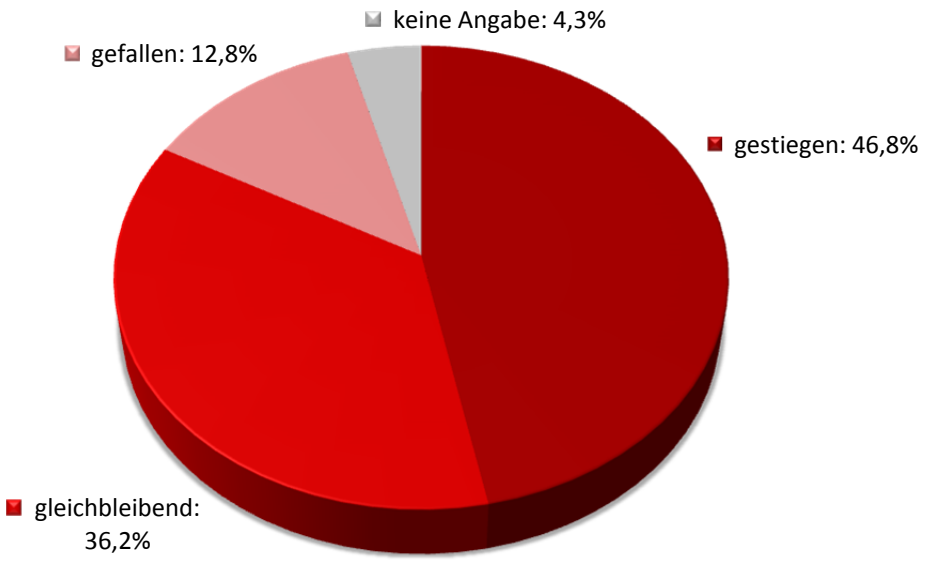
Rund 75 % der befragten Servicestationsunternehmen verfügen über weitere Gewerbeberechtigungen, davon zum überwiegenden Teil im Kfz-Handel (40,4 % aller Befragungsteilnehmer). Ebenso in den verwandten Tätigkeitsbereichen „Spengler und Lackierer“ sowie „Kraftfahrzeugtechnik“ besitzen steirische Servicestationsbetreiber zum Teil entsprechende Gewerbeberechtigungen.

3.2 Wirtschaftlicher Aufschwung in Zeiten konjunktureller Unsicherheiten

Die vergangenen Jahre waren wirtschaftlich von Höhen und Tiefen gekennzeichnet. Nach einer Hochkonjunktur in den Jahren 2007 und 2008, schlittert die steirische Wirtschaft gegen Ende 2008 bzw. Anfang 2009 in eine Rezession. Obwohl sich die wirtschaftliche Lage in den Jahren 2010 und 2011 überraschend schnell von ihrer Talfahrt erholte, entwickelt sich diese seitdem wenig dynamisch.

Weitaus positiver zeigt sich die betriebswirtschaftliche Entwicklung der Servicestationsbetreiber. In Zeiten konjunktureller Unsicherheit, scheint die Branche geradezu einen wirtschaftlichen Aufschwung verzeichnet zu haben. 46,8 % der befragten Servicestationsunternehmen und damit beinahe jeder zweite Betrieb konnte in den vergangen Jahren seinen Umsatz steigern. In immerhin 36,2 % der Unternehmen blieb die Umsatzentwicklung konstant. Lediglich 12,8 % der Servicestationsbetreiber – ein vergleichsweise geringer Anteil angesichts der allgemeinen Wirtschaftssituation der vergangenen Jahre – klagten über Umsatzeinbußen.

Abbildung 11: Umsatzentwicklung der letzten Jahre



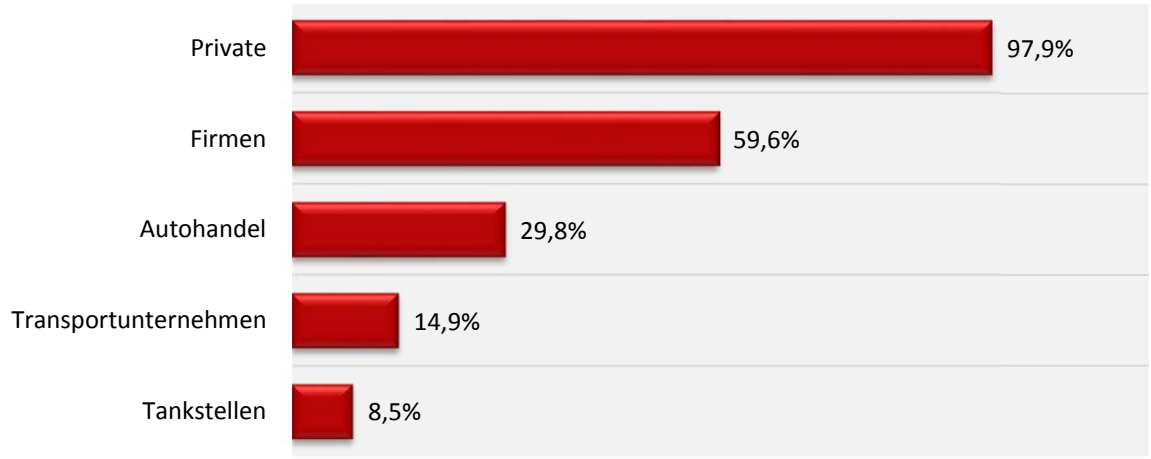
Quelle: Eigene Darstellung (2013).

Steigende Nachfrage: Sowohl Privatpersonen als auch Firmen nehmen die Leistungen der Servicestationen in Anspruch!

Der wirtschaftliche Aufschwung der Branche dürfte mitunter auf die steigende Nachfrage innerhalb dieses Marktsegments zurückzuführen sein. Zum Klientel der steirischen Servicestationsunternehmen gehören sowohl Privatpersonen (97,9 % zählen diese zu ihrem Kundenstamm)

als auch Unternehmen (59,6 %). Unter den Firmenkunden steht der Autohandel, der von 29,8 % der befragten Servicestationsbetreiber serviciert wird, an erster Stelle. Aber auch Transportunternehmen (14,9 %) und Tankstellen (8,5 %) nehmen vermehrt die Leistungen der Servicestationen in Anspruch.

Abbildung 12: Kundenstamm der Serviceunternehmen (Mehrfachantworten möglich)

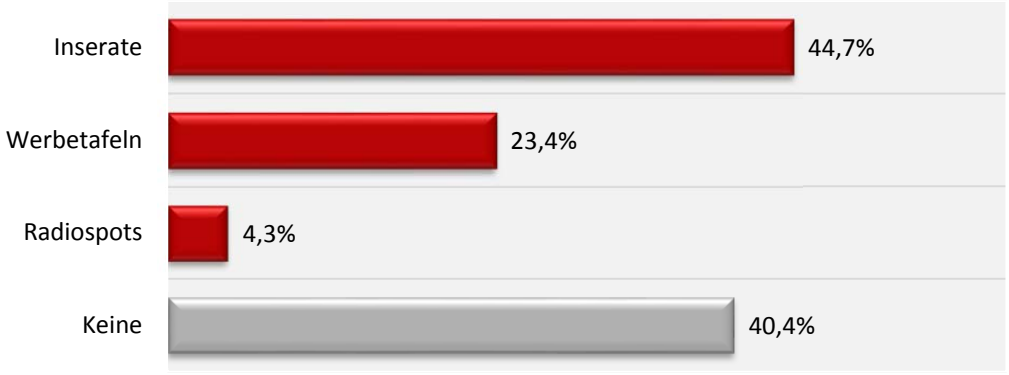


Quelle: Eigene Darstellung (2013).

Mit Marketing zum Erfolg: 60% der befragten Servicestationen setzen auf eine gezielte Vermarktung ihrer Produkte!

Begünstigt wurde die wirtschaftliche Entwicklung der Branche teilweise auch durch den gestiegenen Bekanntheitsgrad. Kundenorientiertes Marketing ist in der Branche kein Fremdwort mehr. Rund 60 % der Servicestationen betreiben gezielt Werbung für ihre Dienstleistungen. Inserate (44,7 % der Servicestationen) und Werbetafeln (23,4 %) gelten als beliebteste Marketingmaßnahmen. Werbung via Radiospots wird zwar betrieben, aus Kostengründen machen jedoch nur 4,3 % der befragten Unternehmen davon Gebrauch.

Abbildung 13: Gezieltes Marketing (Mehrfachantworten möglich)



Quelle: Eigene Darstellung (2013).

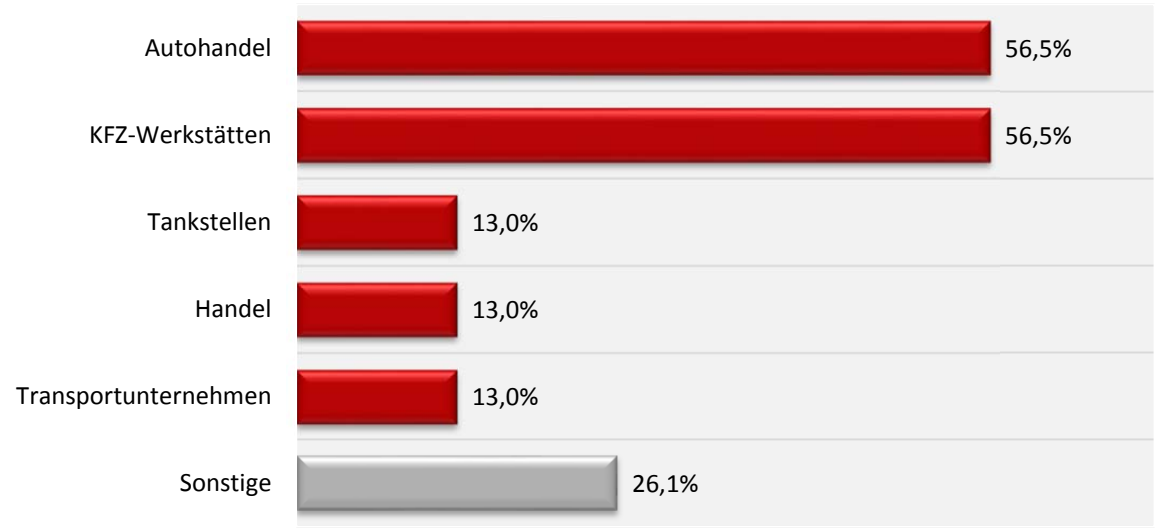
Jene 40,4 % der Servicestationen, die keinerlei Werbung betreiben, setzen in erster Linie auf Mundpropaganda, in- und außerhalb ihres Familien- und Freundeskreises.

Vernetzung als Erfolgsstrategie: Knapp jede zweite Servicestation arbeitet mit anderen Unternehmen zusammen!

Nicht zuletzt in Anbetracht des breiten Leistungsspektrums der Servicestationen bilden Kooperationen mit anderen Unternehmen einen wesentlichen Wirtschaftsfaktor. Beinahe die Hälfte (48,9 %) der befragten Servicestationen gab an, mit anderen Betrieben zusammenzuarbeiten (51,1 % führen keine Kooperationen mit anderen Unternehmen). Durch die Kooperationspartner werden Leistungen wie beispielsweise die § 57a Überprüfungen[4] erbracht, da diese nicht von den Servicestationen durchgeführt werden dürfen.

Bei den bestehenden Wirtschaftsbeziehungen mit anderen Unternehmen handelt es sich um zu je 56,5 % um Kooperationen mit dem Autohandel bzw. Kfz-Werkstätten. 13,0 % der kooperationswilligen Servicestationsunternehmen arbeiten mit Tankstellen, dem Handel und/oder Transportunternehmen zusammen. Darüber hinaus kooperieren 26,1 % mit sonstigen Partnern (z.B. anderen Servicestationen).

Abbildung 14: Kooperationspartner der Servicestationen (Mehrfachantworten möglich)[5]



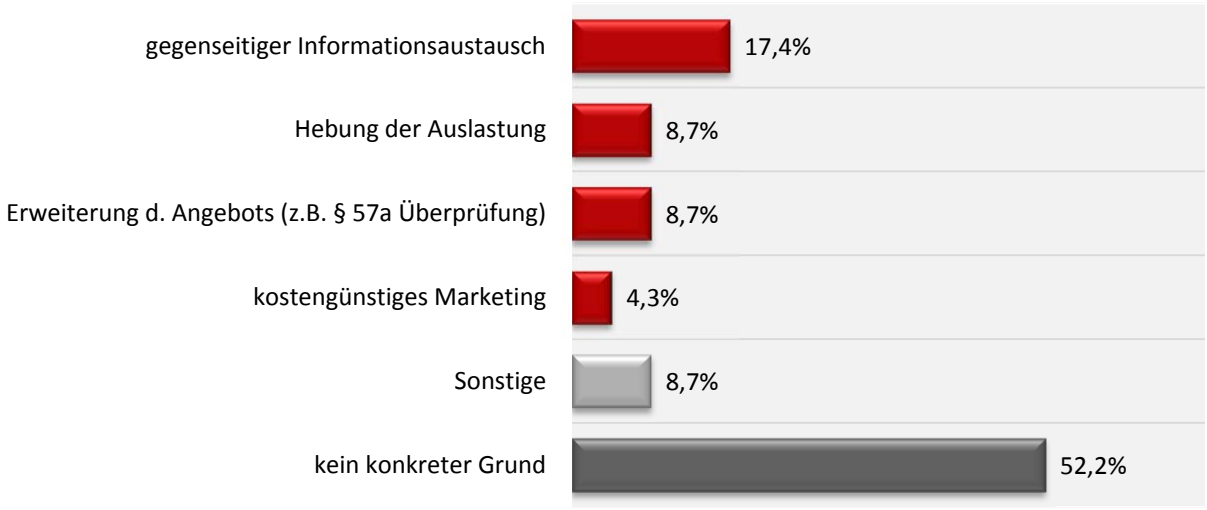
Quelle: Eigene Darstellung (2013).

Die Gründe für eine Kooperation mit Unternehmerkollegen gehen jedoch über die gemeinsame Leistungserbringung hinaus. 17,4 % nutzen Kooperationen zum gegenseitigen Informationsaustausch. Jeweils 8,7 % versuchen dadurch ihre Auslastung zu heben bzw. ihr Angebot (z.B. um die § 57a Überprüfung) zu erweitern. Kostengünstiges Marketing (Firmenkunden werden als Vermittler eingesetzt) ist für 4,3 % ein wesentliches Motiv. Der Großteil (52,2 %) der Servicestationen mit Wirtschaftsbeziehungen zu anderen Unternehmen definieren keinen konkreten Grund für ihre Kooperation(en), sondern gehen diese aufgrund von allgemeinen betriebswirtschaftlichen Überlegungen ein.

[4] Unter der § 57a Überprüfung versteht man die regelmäßige Kontrolle von Kraftfahrzeugen auf deren Verkehrs- und Betriebssicherheit (sogenanntes „Pickerl“).

[5] Die angeführten Prozentsätze beziehen sich auf den Anteil an befragten Servicestationsunternehmen, die Kooperationen mit anderen Unternehmen unterhalten.

Abbildung 15: Gründe für Kooperationen

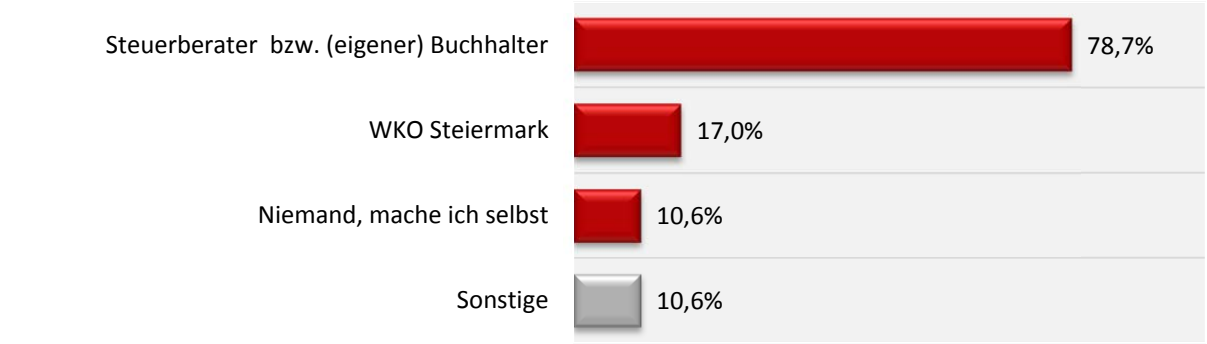


Quelle: Eigene Darstellung (2013).

Mehr betriebswirtschaftliches Know-how gefordert: Obwohl rund 80 % der Servicestationen auf die Dienste eines Steuerberaters vertrauen, möchte gut jeder zweite Servicestationsbetreiber seine betriebswirtschaftlichen Kenntnisse verbessern!

In rechtlichen und betriebswirtschaftlichen Belangen vertrauen rund 80 % der Servicestationsbetreiber auf einen Steuerberater bzw. Buchhalter, 17 % wenden sich an die WKO Steiermark und rund 11 % erledigen Angelegenheiten dieser Art in Eigenregie.

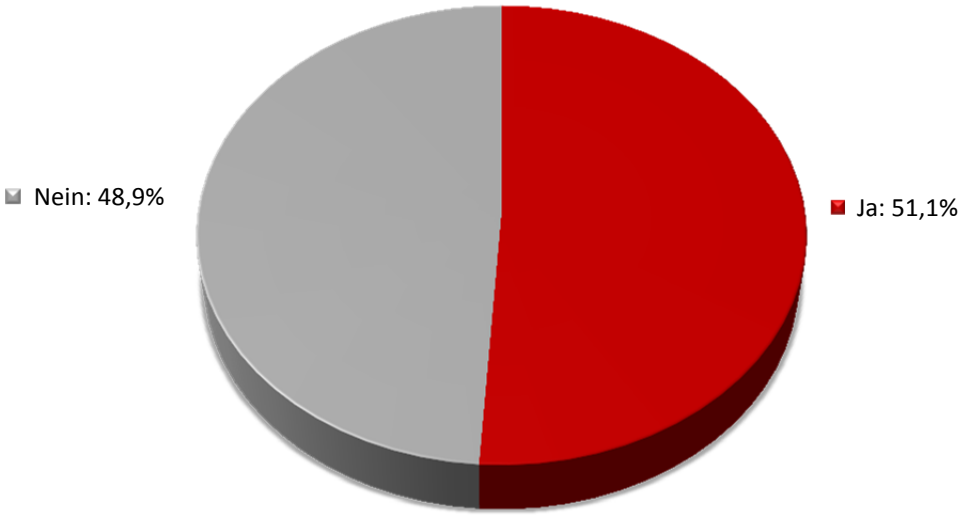
Abbildung 16: Betriebswirtschaftliche und rechtliche Beratung



Quelle: Eigene Darstellung (2013).

Obwohl die befragten Servicestationen gut betreut werden, wünschen sich 51,1 % der Servicestationsunternehmer eine Verbesserung ihrer rechtlichen und betriebswirtschaftlichen Kenntnisse. Beinahe ebenso viele sehen in Anbetracht der umfassenden Betreuung durch Steuerberater und Co keine Notwendigkeit sich in diese Richtung weiterzubilden. Trotz oder gerade wegen des wirtschaftlichen Aufschwungs wäre jedoch die Aneignung entsprechender rechtlicher bzw. betriebswirtschaftlicher Grundkompetenz von entscheidender Bedeutung.

Abbildung 17: Verbesserung der betriebswirtschaftlichen Kenntnisse

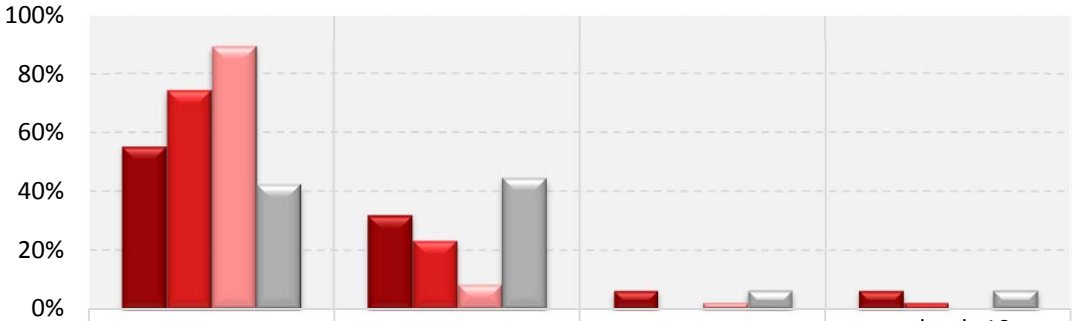


Quelle: Eigene Darstellung (2013).

3.3 Fachkräfte: Große Nachfrage trifft auf knappes Angebot

Humankapital ist ein wesentlicher Faktor für die Entwicklung eines Unternehmens. Obwohl es sich bei 42,6 % der befragten Servicestationen um Ein-Personen-Unternehmen (EPU) handelt, nimmt das Thema „Mitarbeiter" auch in einer kleinstrukturierten Branche wie jener der Servicestationen einen wesentlichen Stellenwert ein.

Abbildung 18: Betriebsstruktur und Anzahl der Beschäftigten



	0 Mitarbeiter	1-5 Mitarbeiter	6-10 Mitarbeiter	mehr als 10 Mitarbeiter
Vollzeit	55,3%	31,9%	6,4%	6,4%
Teilzeit	74,5%	23,4%	0,0%	2,1%
Geringfügig	89,4%	8,5%	2,1%	0,0%
Gesamt	42,6%	44,7%	6,4%	6,4%

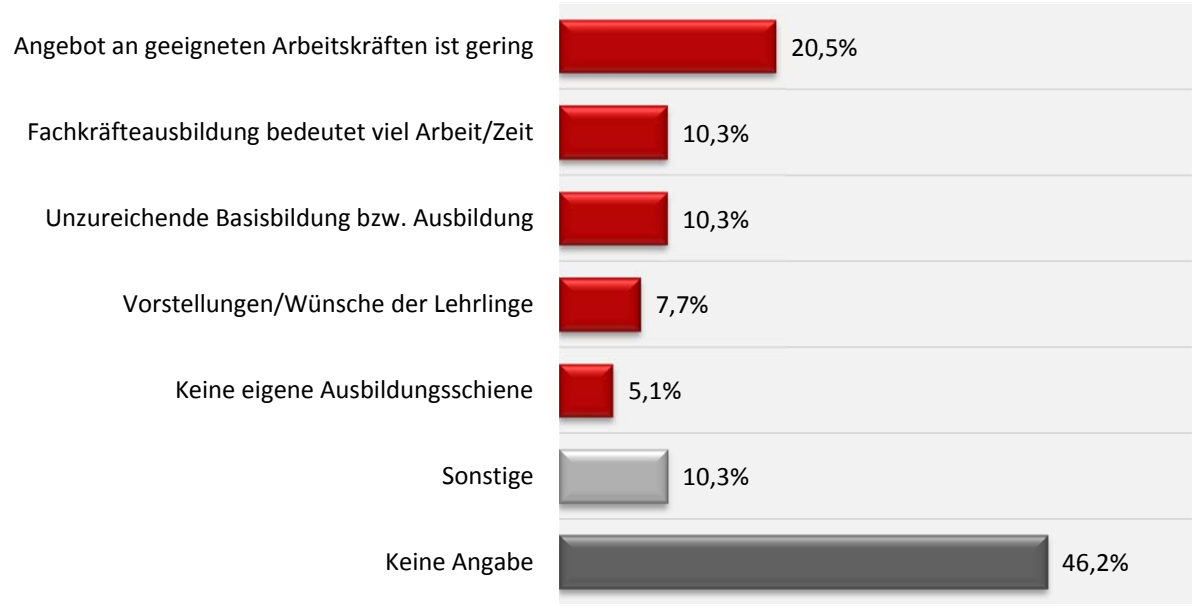
Quelle: Eigene Darstellung (2013).

44,7 % der befragten Servicestationsbetreiber beschäftigten zwischen einem und fünf Mitarbeiter. Jeweils 6,4 % verfügen derzeit über sechs bis zehn bzw. mehr als zehn Beschäftigte. Angesichts der Beschäftigtenzahl handelt es sich bei einem Großteil der befragten Servicestationen um Kleinst- bzw. Kleinbetriebe.

Fachkräfte: Qualifizierte Mitarbeiter sind Mangelware!

Qualifizierte Mitarbeiter sind, wie in vielen anderen Branchen, nur schwer zu finden. Lediglich 17,0 % der befragten Servicestationen haben keine Probleme bei der Personalbeschaffung. In allen übrigen Betrieben (83,0 %) gestaltet sich die Suche nach geeigneten Mitarbeitern als mühsames Unterfangen. Die Gründe dafür sind unterschiedlich: 20,5 % der Servicestationsbetreiber führen ihre Schwierigkeiten bei der Mitarbeiterakquise auf das mangelnde Angebot an Fachkräften am Arbeitsmarkt zurück. Jeweils 10,3 % machen eine unzureichende Basisbildung und/oder Ausbildung (Lehre) für den Fachkräftemangel verantwortlich bzw. sehen die Ursache in der arbeits- und zeitaufwändigen Fachkräfteausbildung. Für 7,7 % sind die Vorstellungen bzw. Wünsche der Lehrlinge die eigentliche Herausforderung, während 5,1 % der Servicestationen das Problem darin sehen, dass keine eigene Ausbildungsschiene für die Branche angeboten wird.

Abbildung 19: Gründe für Probleme bei der Mitarbeiterakquise (Mehrfachantworten möglich)



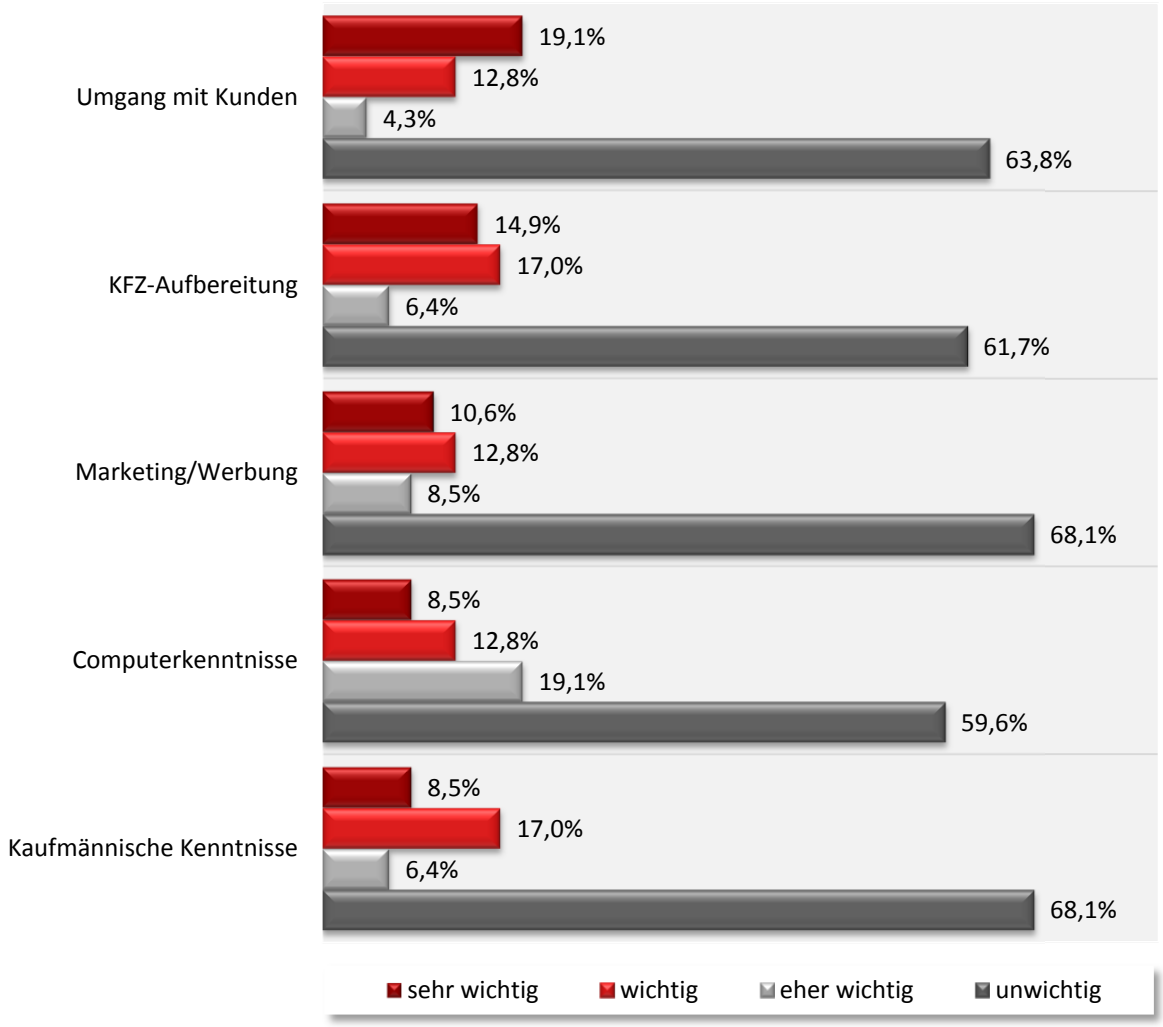
Quelle: Eigene Darstellung (2013).

Schulungsbedarf ist gering: Der Mehrheit der Servicestationen erachten Schulungen derzeit als eher unwichtig!

Gegenwärtig besteht in den befragten Servicestationen kaum Schulungsbedarf. Die Servicestationsbetreiber stufen Kurse in den Bereichen „Umgang mit Kunden“, „KFZ-Aufbereitung“, „Marketing/Werbung“, „Computerkenntnisse“ sowie „kaufmännische Kenntnisse“ überwiegend als unwichtig ein. Der Anteil an Betrieben, die Schulungen dieser Bereiche mit Prädikat „unwichtig“ ausstatten, liegt jeweils klar über der 50-Prozent-Marke (vgl. Abbildung 20).

Trotz des insgesamt niedrigen Schulungsbedarfs der Servicestationsunternehmen sehen jeweils knapp ein Drittel der Betriebe eine Notwendigkeit an Schulungen im Umgang mit Kunden sowie an KFZ-Aufbereitungskursen. Abgeleitet aus den persönlichen Interviews ist vor allem die Autoaufbereitung eine nicht zu unterschätzende Serviceleistung, die bei nicht fachkundiger Anwendung erheblichen Schaden anrichten kann.

Abbildung 20: Schulungsbedarf der Servicestationen



Quelle: Eigene Darstellung (2013).

3.4 Anforderungen an die Interessenvertretung

Die vorliegende Ersterhebung und Branchenanalyse liefert auch einige Handlungsableitungen für die Interessenvertretung, die Fachgruppe der Garagen-, Tankstellen und Servicestationsunternehmungen der WKO Steiermark.

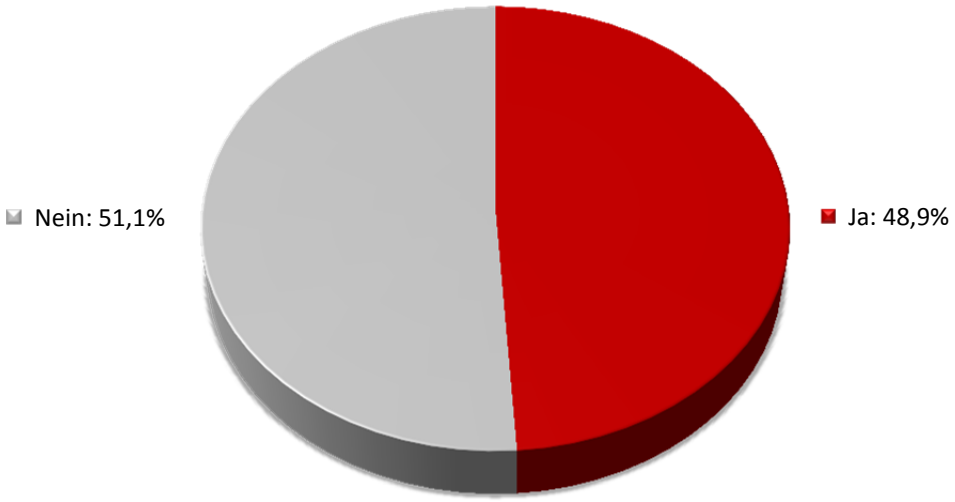
Fachgruppe der Garagen-, Tankstellen und Servicestationsunternehmungen: Steigerung des Bekanntheits- und Beteiligungsgrades erforderlich!

Ein Handlungsbedarf ist insbesondere in punkto Bekanntheitsgrad zu identifizieren. Weniger als der Hälfte der befragten Servicestationsbetreiber (48,9 %) ist die Fachgruppe der Garagen-, Tankstellen und Servicestationsunternehmungen ein Begriff. Das dürfte mitunter auch darauf zurückzuführen sein, dass der Berufsgruppe der Servicestationsunternehmungen in der Vergangenheit wenig Aufmerksamkeit zuteil wurde und erst mit der dynamischen Entwicklung der Mitgliederzahl seit 2007 stärker in den Fokus der Interessenvertretung gerückt ist. Darüber hinaus kommt hinzu, dass die Komplexität der Wirtschaftskammerorganisation und die damit verbundene Fachorganisationsstruktur für Unternehmer (vor allem junger Branchen) oftmals

schwer nachvollziehbar sind. Während die WKO Steiermark als Dachorganisation präsent ist, tritt die Fachorganisation oftmals in den Hintergrund der unternehmerischen Wahrnehmung.

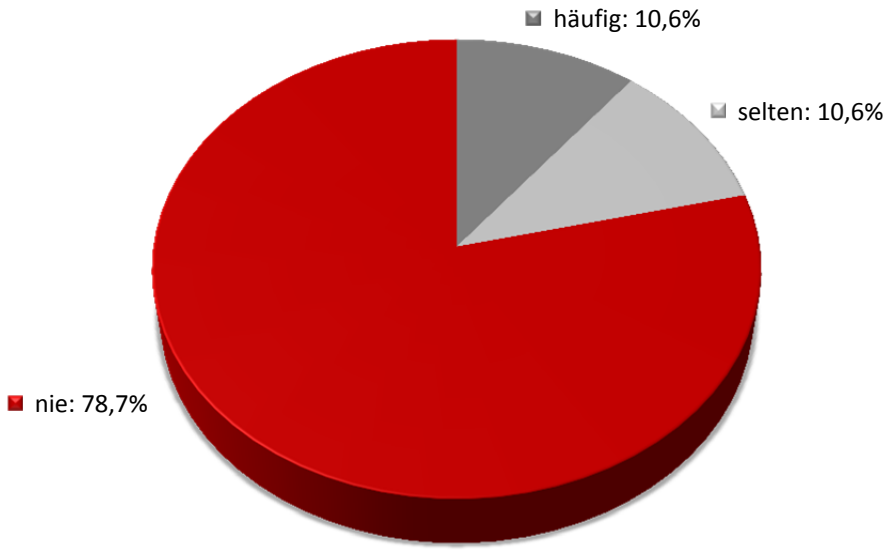
Die schwache Außenwirkung der Fachgruppe spiegelt sich auch in der Teilnahmebereitschaft an den Fachgruppentagungen wider. Rund 80 % der Befragungsteilnehmer haben noch nie an einer Fachgruppentagung teilgenommen. Der Beteiligungsgrad und das Interesse der Servicestationsbetreiber sind damit äußerst gering. Eine Schärfung Profils der Fachgruppe und Hebung ihres Bekanntheitsgrades durch gezielte Mitgliederkommunikation ist daher dringend erforderlich.

Abbildung 21: Bekanntheit der Fachgruppe der Garagen-, Tankstellen und Servicestationsunternehmungen



Quelle: Eigene Darstellung (2013).

Abbildung 22: Teilnahme an einer Fachgruppentagung

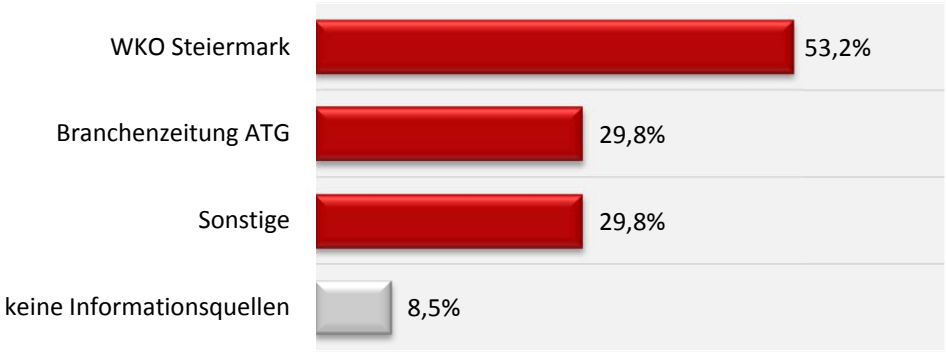


Quelle: Eigene Darstellung (2013).

WKO Steiermark als Informationsdrehscheibe: 53,2 % der befragten Servicestationen beziehen ihre Informationen von der WKO Steiermark!

Trotz der schwachen Wahrnehmung der Fachgruppe ist die WKO Steiermark für etwas mehr als die Hälfte der befragten Servicestationsunternehmen eine wesentliche Anlaufstelle zur Informationsbeschaffung. An zweiter Stelle liegen die Branchenzeitung „ATG-Auto, Tankstellen und Garagen“ und sonstige Informationsquellen wie z.B. Internet, Foren und Messen (jeweils 29,8 %). 8,5 % der befragten Servicestationsbetreiber beziehen keinerlei Informationen.

Abbildung 23: Informationsquellen der Servicestationen

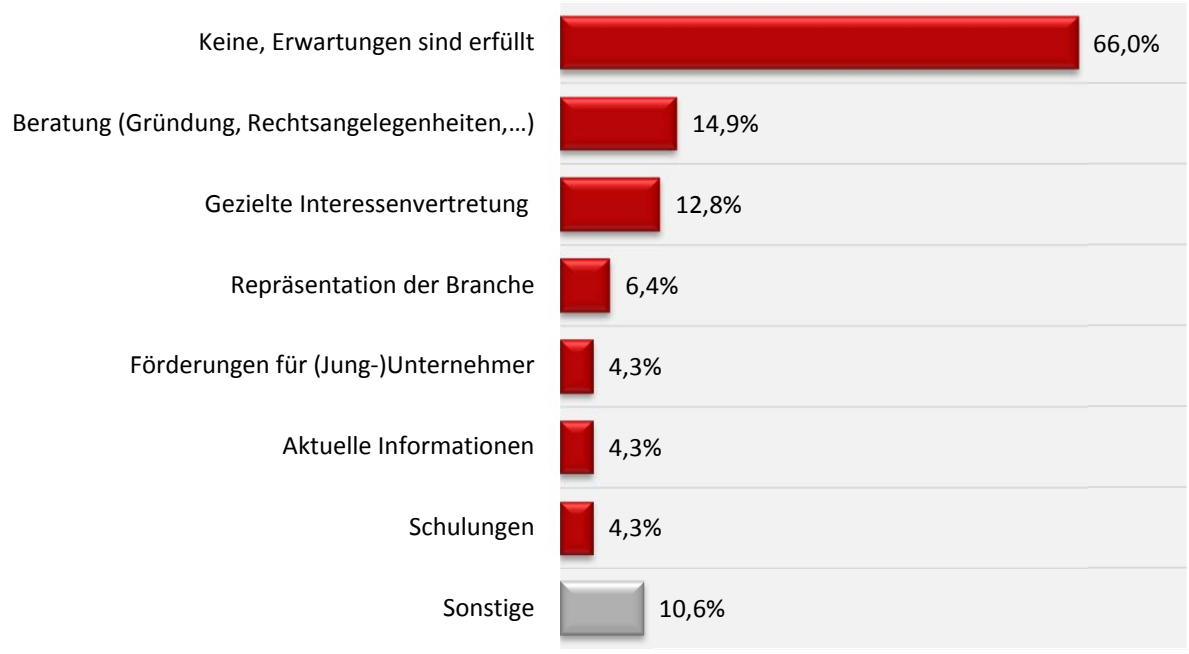


Quelle: Eigene Darstellung (2013).

WKO Steiermark: 66 % der befragten Servicestationen sehen ihre Erwartungen erfüllt!

Von der Interessenvertretung erwarten sich die Servicestationen in erster Linie Beratungsleistungen (rund 15 % der Befragungsteilnehmer). Das umfasst sowohl die Unterstützung bei der Unternehmensgründung als auch Auskünfte in rechtlicher bzw. betriebswirtschaftlicher Hinsicht. Eine gezielte Interessenvertretung sowie eine bessere Repräsentation der Branche wünschen 12,8 % bzw. 6,4 % der Betriebe.

Abbildung 24: Erwartungen an die Interessenvertretung



Quelle: Eigene Darstellung (2013).

Obwohl insgesamt zwei Drittel der befragten Servicestationsbetreiber mit der Arbeit der WKO Steiermark zufrieden sind und ihre Erwartungen grundsätzlich erfüllt sehen, zeigt sich auch hier, dass in punkto Mitgliederkommunikation Verbesserungsbedarf besteht. Nicht nur die Fachgruppe, sondern auch Serviceleistungen wie beispielsweise die Rechts- und Gründerberatung werden nicht in dem notwendigen Ausmaß wahrgenommen. Auf Basis der Umfrageergebnisse wäre es daher ratsam, entsprechende Maßnahmen in diese Richtung zu ergreifen.

4 RESÜMEE

Die Zahl der Servicestationen ist in den vergangenen Jahren deutlich gestiegen und hat sich binnen fünf Jahren zur mitgliederstärksten Berufsgruppe innerhalb der Fachgruppe der Garagen-, Tankstellen- und Servicestationsunternehmungen entwickelt. Trotz dieser dynamischen Entwicklung sind in Österreich kaum Basisdaten zur Branche verfügbar. Die vorliegende empirische Studie wurde daher mit dem vordergründigen Ziel durchgeführt, die aktuelle betriebswirtschaftliche Situation sowie allgemeine Informationen über die Berufsgruppe der Servicestationsunternehmungen zu erheben und dadurch den aktuellen Entwicklungsstand dieser Unternehmungen transparent zu machen. Zu diesem Zweck wurde eine Ersterhebung in Form von Experteninterviews und einer schriftlichen Befragung mittels Fragebogen durchgeführt und ausgewertet. Die zentralen Fragestellungen beschäftigten sich nicht nur mit den wesentlichen Merkmale der Branche (Betreibungsjahre, Mitarbeiterzahl, Leistungen, etc.), sondern zielten auch auf der Eruierung entsprechender Informationen über die Erwartungen, Wünsche und Forderungen der Servicestationsbetreiber an Ihre Interessenvertretung, die Fachgruppe der Garagen-, Tankstellen- und Servicestationsunternehmungen der WKO Steiermark, ab.

Die erstmalige Erhebung der Branchenmerkmale dient unter anderem dafür, eine **klare Unterscheidung** bzw. Abgrenzung **zwischen Servicestationsunternehmungen und Werkstätten** treffen zu können. Während Kfz-Werkstätten jede Art von Wartungen und Reparaturen durchführen, beschränken sich Servicestationen lediglich auf die Behebung kleinerer Schäden mittels Spot Repair. Unter die Tätigkeitsbereiche von Servicestationen fallen daher insbesondere die Autoaufbereitungen, der Reifenwechsel und sonstige Dienstleistungen wie die Ausbesserung von kleinen Lackschäden, Poliertätigkeiten etc. Aufgrund des breiten Leistungsspektrums verfügen jedoch drei Viertel der Servicestationsbetreiber über weitere Gewerbeberechtigungen. K**ooperationen** mit anderen Unternehmen wie z.B. Kfz-Werkstätten oder auch dem Autohandel sind darüber hinaus **ein zusätzlicher Erfolgsfaktor**. Neben eines Informationsaustausches und der Erweiterung der Angebotspalette können auf Basis dieser Kooperationen auch Kunden generiert werden.

Ein klares Ergebnis zeigt sich in Bezug auf das **Ausbildungsniveau und die betriebswirtschaftlichen Kenntnisse** der Servicestationsbetreiber. Ein Großteil dieser kann eine Lehre als höchste abgeschlossene Ausbildung vorweisen. Während damit fachliche Grundkenntnisse vorausgesetzt werden können, lässt dieses Ergebnis möglicherweise einen indirekten Konnex zu den mangelhaften betriebswirtschaftlichen Detail-Kenntnissen bilden. Die Unternehmungen behelfen sich in diesem Bereich häufig mit externen Beratern; insbesondere mit Steuerberatern und Buchhaltern. Eine **Verbesserung des betriebswirtschaftlichen Basiswissens** ist daher bei vielen Unternehmungen **anzustreben**, um entsprechende kaufmännische Grunderfordernisse wie eine passende Stundensatzkalkulation oder Preise für angebotene Dienstleistungen usw. im Betrieb zur Verfügung zu haben.

Trotz teils schlechter betriebswirtschaftlicher Kenntnisse der Servicestationsbetreiber hat die Branche in den vergangenen Jahren einen wirtschaftlichen Aufschwung erlebt. Dies zeigt sich unter anderem auch in der Umsatzentwicklung der befragten Unternehmungen. Hier geben mehr als 46 % an, dass sie in den letzten Jahren **steigende Umsätze** verbuchen konnten. Die wirtschaftliche Situation der befragten Servicestationen zeichnet damit ein erfreuliches Bild. Um auch zukünftig den wirtschaftlichen Erfolg zu sichern, sollte daher die Aneignung von kaufmännischem Know-how unterstützt und die betriebswirtschaftliche Beratung seitens WKO Steiermark entsprechend beworben werden.

Erhebliches **Potenzial** besteht im **Bereich der Mitarbeiter**. 83 % der interviewten Servicestationen haben laut eigenen Angaben Schwierigkeiten bei der Suche nach qualifiziertem Personal, das den Anforderungen einer Servicestationsunternehmung entspricht. Hieraus ergeht auch ein klarer Auftrag an die Interessenvertretung, Maßnahmen zu setzen damit ausreichend Fachkräfte am Arbeitsmarkt verfügbar sind. So bietet es sich beispielsweise an, ein bedarfsgerechtes Ausbildungs- bzw. Schulungskonzept für diese Berufsgruppe am Markt zu etablieren.

Die Servicestationen zeigen sich hinsichtlich ihrer **Anforderungen an ihre Interessenvertretung**, die Fachgruppe der Garagen-, Tankstellen- und Servicestationsunternehmungen der WKO Steiermark, relativ zurückhaltend. Einerseits liegen die Gründe darin, dass die Befragungsteilnehmer mit ihrer derzeitigen Situation zufrieden sind, andererseits ist die Fachgruppe jedem zweiten Unternehmen der Branche unbekannt. Aus diesem Grund können Verbesserungswünsche und Anregungen nur schwer erhoben bzw. abgeleitet werden. Um eine verstärkte Wahrnehmung zu erzielen, ist demnach eine Hebung des Bekanntheitsgrades der Fachgruppe unter den Servicestationsbetreibern dringend anzustreben.

5 LITERATURVERZEICHNIS

ALBERS, S./KLAPPER, D./KONRADT, U./WALTER, A./WOLF, A. [2007]: Methodik der empirischen Sozialforschung, 2., überarbeitete und erweiterte Auflage, Verlag Gabler, Wiesbaden 2007

WKO STEIERMARK [2012]: Berufszweige der Fachgruppe der Garagen-, Tankstellen- und Servicestationsunternehmungen: Infos für Servicestationsunternehmungen, http://portal.wko.at/wk/format_detail.wk?angid=1&stid=681303&dstid=2212&cbtyp=1&titel=Berufszweige%2cder%2cFachgruppe%2cder%2cGaragen-%2c%2cTankstellen-%2cund%2cServicestationsunternehmungen, [09.02.2013].

WKO STEIERMARK [2012]: Berufszweige der Fachgruppe der Garagen-, Tankstellen- und Servicestationsunternehmungen: Infos für Servicestationsunternehmungen, http://portal.wko.at/wk/format_detail.wk?angid=1&stid=608527&dstid=2583, [11.03.2013]

WKO STEIERMARK [2012]: Mitgliederstatistik 2012, http://portal.wko.at/wk/format_detail.wk?angid=1&stid=459722&dstid=7110&opennavid=0, [11.03.2013]

6 ANHANG: FRAGEBOGEN

1 Allgemeine Angaben zum Unternehmen

1.1 Was war Ihr Motiv für die Gründung einer Servicestation?

_____

_____

1.2 Wie lange sind Sie bereits Servicestationsbetreiber/in?

☐ weniger als 1 Jahr
☐ 1 - 2 Jahre
☐ 3 - 5 Jahre
☐ über 5 Jahre

1.3 Wie viele Servicestationen betreiben Sie?

☐ 1
☐ 2 - 5
☐ 6 - 10
☐ Mehr als 10

1.4 In welcher Form betreiben Sie ihr Unternehmen?

☐ Einzelunternehmer
☐ Personengesellschaft
☐ Kapitalgesellschaft
☐ Franchise (welches Unternehmen?): _____

1.5 Wie gestaltet sich Ihr Betriebsstandort? (Mehrfachnennung möglich)

☐ Servicehalle zu Hause
☐ Tankstelle mit Servicehalle
☐ Pacht/Miete
☐ Eigener Betriebsstandort
☐ Mobile Servicestation
☐ Sonstige:_____

1.6 Welche Leistungen bieten Sie an? (Mehrfachnennung möglich)

☐ Autoaufbereitung für Autohäuser
☐ Autoaufbereitung für Events
☐ Autoaufbereitung sonstige
☐ Autowäsche, Waschstraße
☐ Reifenwechsel und Reifenservice
☐ Spot Repair
☐ Reparaturen an der Windschutzscheibe
☐ Ersatzteil- und/oder Zubehörshop
☐ Sonstiges: _____

1.7 Wie gestalten sich die Öffnungszeiten Ihrer Servicestation?

☐ Fixe Öffnungszeiten
☐ Termin auf Anfrage

1.8 Über welche (zusätzlichen) Gewerbeberechtigungen verfügen Sie?

☐ Kraftfahrzeugtechnik
☐ KFZ-Handel
☐ Spengler / Lackierer
☐ Sonstiges: _____

1.9 Was ist Ihre höchste abgeschlossene Ausbildung?

☐ kein Pflichtschulabschluss
☐ Pflichtschulabschluss
☐ Lehre
☐ Meisterprüfung
☐ Matura
☐ Sonstige:_____

1.10 Alter des/der Inhabers/in:

☐ 18 - 25
☐ 26 - 35
☐ 36 - 45
☐ Älter als 45

2 Mitarbeiter/innen

2.1 Wie viele Mitarbeiter/innen beschäftigen Sie?

☐ Vollzeit Anzahl: _____
☐ Teilzeit Anzahl: _____
☐ Geringfügig Anzahl: _____

2.2 In welchen Bereichen sehen Sie in Ihrem Unternehmen aktuell Schulungsbedarf? (Mehrfachnennungen möglich)

	sehr wichtig	wichtig	eher wichtig	unwichtig
Kaufmännischer Bereich	☐	☐	☐	☐
Computerkenntnisse	☐	☐	☐	☐
Umgang mit Kunden	☐	☐	☐	☐
Marketing / Werbung	☐	☐	☐	☐
KFZ-Aufbereitungskurse	☐	☐	☐	☐
Sonstiges: _____	☐	☐	☐	☐

2.3 Ist es einfach in Ihrer Branche qualifizierte Mitarbeiter/innen zu finden?

☐ Ja ☐ Nein

Wenn nein, wieso nicht?

_____
_____

3 Kooperationen

3.1 Kooperieren Sie mit anderen Unternehmen oder Servicestationen?

☐ Ja ☐ Nein

Wenn ja, aus welchen Branchen stammen Ihre Kooperationspartner und was sind die Gründe für die Kooperation?

☐ Autohandel
☐ Tankstellen
☐ Handel
☐ Werkstätten
☐ Transportunternehmen
☐ Sonstige: _____

Gründe:

_____

_____

3.2 Woher kommen Ihre Kunden?

☐ Autohandel
☐ Firmen
☐ Private
☐ Transportunternehmen
☐ Tankstellen

4 Wirtschaftliche Situation

4.1 Wie hat sich Ihr Umsatz in den letzten Jahren entwickelt?

☐ gestiegen
☐ gleichbleibend
☐ gefallen

4.2 Betreiben Sie gezielt Werbung? (Mehrfachnennungen möglich)

☐ Inserate, wenn ja, wo: _____
☐ Radiospots, wenn ja, wo: _____
☐ Werbetafeln
☐ Keine

4.3 Würden Sie gerne ihre betriebswirtschaftlichen Kenntnisse verbessern?

☐ Ja ☐ Nein

4.4 Wer berät/unterstützt Sie in betriebswirtschaftlichen und rechtlichen Belangen?

- ☐ niemand, mache alles selbst
- ☐ Steuerberater / (eigener) Buchhalter
- ☐ Wirtschaftskammer
- ☐ Sonstige: _____

5 Interessenvertretung

5.1 Kennen Sie Ihre Fachgruppe bzw. Ihre Fachgruppenvertretung in der Wirtschaftskammer Steiermark?

- ☐ Ja
- ☐ Nein

5.2 Woher erhalten Sie überwiegend Ihre Informationen zur Branche? (Mehrfachnennung möglich)

- ☐ ATG - Auto, Tankstellen und Garage (Branchenzeitung)
- ☐ Wirtschaftskammer
- ☐ Sonstiges: _____

5.3 Haben Sie bereits einmal an einer Fachgruppentagung der Garagen-, Tankstellen- und Servicestationsunternehmen teilgenommen?

- ☐ häufig
- ☐ selten
- ☐ nie

5.4 Welche Erwartungen haben Sie an Ihre Interessenvertretung, die Wirtschaftskammer Steiermark / Fachgruppen Garagen-, Tankstellen- und Servicestationsunternehmungen?

_____

_____

Über die Autoren

Mag. Simone Harder, geboren am 29.06.1986 in Klagenfurt, studierte Volkswirtschaftslehre an der Karl-Franzens-Universität Graz (Abschluss Frühjahr 2009). Nachdem sie zwischen 2008 und 2009 als Projektmitarbeiterin bzw. freie Dienstnehmerin in der Joanneum Research Forschungsgesellschaft mbH (POLICIES - Zentrum für Wirtschafts- und Innovationsforschung) tätig war, trat sie im Juli 2009 in den Dienst der WKO Steiermark (Institut für Wirtschafts- und Standortentwicklung).

Als volkswirtschaftliche Referentin beinhalten ihre Aufgabengebiete die Erstellung volkswirtschaftlicher Analysen und Studien mit den Schwerpunkten Kooperation Wissenschaft und Wirtschaft sowie Bildungs- und Berufsorientierung. Zudem ist sie für empirische Erhebungen zu wirtschaftspolitischen Themen zuständig.

Dipl.-Ing. Dr. Christian Theuermann ist hauptberuflicher Lektor und Fachbereichskoordinator für Transferkompetenz an der Studienrichtung Rechnungswesen & Controlling der FH CAMPUS 02 in Graz mit langjähriger Industrieerfahrung in leitender Position und Autor zahlreicher einschlägiger Publikationen.

Weiters ist Herr Dipl.-Ing. Dr. Christian Theuermann geschäftsführender Gesellschafter von THECONTRAIN consulting&training, mit den Dienstleistungsschwerpunkten: Corporate-Riskmanagement, Finanzmanagement und Strategieentwicklung.

Über den Projektleiter

FH-Prof. Mag. Peter Meiregger ist Studiengangsleiter des Studiengangs Rechnungswesen & Controlling der FH CAMPUS 02 und Referent für abgabenrechtliche Interessensvertretung der Wirtschaftskammer Steiermark.

Nach dem Studium der Betriebswirtschaftslehre an der Karl-Franzens-Universität Graz folgten mehrere Berufsjahre in einer international tätigen Steuerberatungskanzlei und die Angelobung zum Steuerberater. 2006 wurde er zum FH-Professor ernannt. Die Schwerpunkte der Forschung und Lehre bilden standortpolitisch relevante Fragestellung der Besteuerung und Rechnungslegung. Weiters ist er unterstützend am Institut für Wirtschafts- und Standortentwicklung der Wirtschaftskammer Steiermark tätig.

Er ist Autor zahlreicher Fachpublikationen und Fachvortragender für diverse Bildungseinrichtungen.

Projektteam

Christoph Dösinger
Christina Konrad
Adrian Ioan Micsa
Maria Kügerl
Lukas Zweckmayr

Publikationen des IWS

Studien

01/13 - Steirische Unternehmerstudie 2013

01/12 - Steirisches Gesundheitswesen

02/12 - Die Vertreter der Wirtschaftskammer in den Selbstverwaltungsorganen

03/12 - Wachstum und Infrastruktur (mit Joanneum Research POLICIES)

04/12 - Arbeitsmarktliberalisierung 2011

05/12 - Die Auswirkung langer Laufzeiten unbesetzter Stellen (Univ.- Prof. DDr. Steiner)

06/12 - Nachfolger gesucht! Herausforderungen der Unternehmensnachfolge in der Steiermark (mit Campus 02)

07/12 - Aktuelle Aspekte der steirischen KMU-Finanzierungspraxis (mit Campus 02)

08/12 - Wirtschaftsstandort Graz 2013+

09/12 - WKO Arbeitsmarktindikatoren (mit Joanneum Research)

01/11 – Feinstaub Graz II – Bewertung des Luft- und Klimapaketes der WKO Steiermark zur Reduktion Feinstaubemissionen im Großraum Graz (mit Joanneum Research POLICIES)

02/11 – Regionalpolitische Player Modellregion Murtal

03/11 – Weststeirercity – Aspekte einer Gemeindezusammenlegung

04/11 – Bundesheerreform in Österreich – Die regionalpolitische Bedeutung des Heeres am Beispiel der Steiermark

05/11 – Die steirischen Garagen-, Tankstellen- und Servicestationsunternehmen 2010: Zahlen, Daten und Fakten

---

01/10 – Wirtschaftsstandort Steiermark 2015 (mit Joanneum Research POLICIES)

02/10 - Wirtschaftsstandort Steiermark 2015 – Regionalauswertungen nach NUTS 3 (mit Joanneum Research POLICIES)

03/10 – Gemeindestudie 2009

04/10 – Analyse Landeshaushalt Steiermark – Teil 1: Soziales (mit Campus 02)

05/10 – Analyse Landeshaushalt Steiermark – Teil 2: Gesundheit (mit Campus 02)

06/10 – Analyse Landeshaushalt Steiermark – Teil 3: Verwaltung (mit Campus 02)

07/10 – Betriebsgründungs- und Auflösungsreport

08/10 – Feinstaub Graz – Diskussionsgrundlage zu Kosten und Wirksamkeit der Umweltzone Graz (mit Joanneum Research POLICIES)

01/09 – Energiestrategie 2020 (Sozialpartnerpapier)

02/09 – Goldener Boden: Wirtschaftspolitischer Leitfaden für Gemeinden

03/09 – Aus- und Weiterbildungsbedarf im Bezirk Deutschlandsberg
04/09 – Analyse zur geplanten Umweltzone im Großraum Graz
05/09 – Baubedarf und Rohstoffversorgung in der Steiermark
06/09 – Aus- und Weiterbildungsbedarf in der Steiermark
07/09 – Vermögenssteuern und ihre Auswirkungen auf die Wirtschaft in der Steiermark (mit Campus 02)

01/08 – Die wirtschaftliche Situation der Tankstellen in der Steiermark
02/08 – Die Auswirkungen des Tanktourismus auf die Tankstellenbetriebe in den steirischen Grenzregionen
03/08 – Baubedarf und Rohstoffversorgung in der Steiermark
04/08 – Analyse des Haushaltes des Landes Steiermark – Zeitreihenanalyse 2000 bis 2008 (mit Campus 02 und IV)
05/08 – Die Auswirkungen des Andienungszwangs auf die steirische Entsorgungswirtschaft
06/08 – Gemeinde-Zusammenlegungsprojekt: „Weststeirer-City“

01/07 – Goldener Boden: Wirtschaftspolitischer Leitfaden für Gemeinden
02/07 – Personalbedarfsanalyse in der steirischen Gastronomie und Hotellerie
---
01/06 – Demographische Entwicklung in der Steiermark
02/06 – Die wirtschaftliche Situation der steirischen Entsorgungswirtschaft
03/06 – Kastner + Öhler: Die Wirtschaftliche Bedeutung eines Leitbetriebes in der Grazer Innenstadt
04/06 – Die aktuelle Situation der Nahversorgung in den Gemeinden der Steiermark
05/06 – Qualifizierungsbedarfserhebung im produzierenden Sektor der Steiermark
---
01/05 – Bevorzugung der Land- und Forstwirtschaft gegenüber der gewerblichen Wirtschaft
02/05 – Umfang und Auswirkungen des „Ausflaggens“ im steirischen Güterbeförderungsgewerbe
03/05 – Gemeinden als regionaler Standortfaktor

01/04 – Initiativen für eine moderne KMU-Entwicklung in der Steiermark
02/04 – Neugründer 2001 – 2003 mit Schwerpunkt Beschäftigungsauswirkungen
03/04 – Beurteilung des Wirtschaftsstandortes Weiz
04/04 – Betriebsnachfolge – Abbau von rechtlichen Nachfolgehürden: Was tut Not?
05/04 – Natura 2000: die wirtschaftlichen Folgen für das Ennstal und die Steiermark
06/04 – Zehn wirtschaftspolitische Forderungen für Graz

Statistiken und Umfragen

Regelmäßig wiederkehrende Publikationen

- Steirische Wirtschaft in Zahlen - jährlich

- Die Steiermark im Bundesländervergleich - jährlich
- Steirisches Konjunkturbarometer – halbjährlich

Empirische Erhebungen

01/2013 - Blitzumfragen 2013

01/2012 - Steuerpläne der Regierung

02/2012 - Migration und Unternehmertum

Für elektronische Kopien unserer Produkte wenden Sie sich bitte an unser Sekretariat unter der Telefonnummer +43 316 - 601 662 bzw. senden Sie eine Anfrage an iws@wkstmk.at

FACHHOCHSCHULE DER WIRTSCHAFT

Wirtschafts- und Standortentwicklung
STEIERMARK

Ein Produkt des IWS.
Institut für Wirtschafts- und Standortentwicklung
der Wirtschaftskammer Steiermark
Körblergasse 111-113, 8021 Graz
Telefon +43 (0) 316/601-796 DW
e-mail: iws@wkstmk.at
http://wko.at/stmk/iws

3. Mai 2013