

20. Juni 2017

Weltweite HSBC-Studie „Essence of Enterprise“: Jungunternehmer wollen ihr Umfeld inspirieren, ältere ihr eigener Chef sein

- *Positiver Einfluss auf ihr Umfeld ist jungen Unternehmern wichtiger als älteren*
- *Jungunternehmer widmen mehr Zeit dem Privatleben als ältere Generation*
- *Unternehmer im Alter ab fünfzig Jahren schätzen vor allem ihre Entscheidungsfreiheit*
- *Ergebnisse in Deutschland bestätigen weltweiten Trend*

Deutsche Jungunternehmer motiviert ihr positiver Einfluss auf ihr Umfeld stärker als gestandene Unternehmer. Dagegen schätzt die ältere Generation vor allem die Freiheit in ihren Entscheidungen. Das ist ein zentrales Ergebnis der Studie "Essence of Enterprise" von HSBC Private Banking, für die weltweit mehr als 4.000 Unternehmer befragt wurden. Die Ergebnisse in Deutschland decken sich mit den weltweiten Aussagen.

Als Grund für ihr Unternehmertum gaben in Deutschland 18 Prozent der Befragten im Alter bis 30 Jahre an, mehr Einfluss nehmen zu wollen. In der Generation ab 50 Jahren spielt dies für neun Prozent eine Rolle. Diese Einflussnahme ist jedoch kein Selbstzweck, sondern wird positiv konnotiert. 37 Prozent der Jungunternehmer wollen das Beste für ihre Familie erreichen und 23 Prozent ihr Umfeld inspirieren. Unter den gestandenen Unternehmern gaben das knapp ein Drittel beziehungsweise 13 Prozent an.

„Die Jungunternehmer von heute sind die führenden Köpfe von morgen. Ihnen ist es besonders wichtig, Dinge in ihrem Umfeld positiv zu bewegen. Dafür setzen sie auf ein gutes Netzwerk und nachhaltiges Geschäft – und fordern beides von ihrer Bank ein“, sagt Dr. Rudolf Apenbrink, Vorstand für Private Banking und Asset Management bei HSBC Deutschland.

Die jüngere Generation balanciert darüber hinaus ihre Zeit für unternehmerische und private Aktivitäten besser aus als die ältere. Junge Unternehmer in Deutschland widmen täglich etwas mehr als acht Stunden ihrem Privatleben, ihren beruflichen Aktivitäten etwa neun. Dagegen gibt die Generation der Unternehmer über 50 Jahren an, knapp sechseinhalb Stunden für Privates und zehneinhalb Stunden für Geschäftliches aufzuwenden. Auch international entfällt bei den Jungunternehmern mehr Zeit auf Privates als bei der älteren Generation. Im Durchschnitt sind es etwas mehr als sieben Stunden, während geschäftliche Aktivitäten rund zehn Stunden ausmachen. Die Abweichungen zur Zeitverteilung der älteren Generation sind jedoch deutlich kleiner.

Eine vergleichsweise geringe Rolle für den Schritt in das Unternehmertum spielen in Deutschland finanzielle Überlegungen. Hierzulande nennen 23 Prozent das Mehreren ihres persönlichen Wohlstands als Grund. International sind es 43 Prozent. Das gilt vor allem für die ältere Generation. Während weltweit rund 45 Prozent der gestandenen Unternehmer auf finanzielle Gründe verwies, waren es in der jüngeren Generation 38 Prozent. In Deutschland liegen die Quoten mit 22 Prozent für die

älteren Generation beziehungsweise 23 Prozent für die jüngere deutlich unter dem internationalen Schnitt.

Als größte Herausforderung nennen deutsche Jungunternehmer die Aufgabe, ihre Geschäfte von der Spitze aus voranzutreiben. Rund 48 Prozent der Befragten unter 30 Jahren stimmte dieser Aussage zu, gefolgt von der Sorge um die finanzielle Sicherheit für ihre Familie. Die ältere Generation treibt mit 56 Prozent vor allem die Frage nach den Konsequenzen ihrer geschäftlichen Entscheidungen um. Sie lassen sich ihre Freude am Unternehmertum dennoch nicht nehmen. Rund die Hälfte gibt an, bei aller Arbeit auch den Spaß im Blick behalten zu wollen.

„Wer sein Leben stärker in die eigene Hand nehmen will, nimmt dafür viel Arbeit und eine höhere Unsicherheit in Kauf“, sagt Dr. Rudolf Apenbrink. „Deshalb geht bei erfolgreichen Unternehmern das Streben nach Unabhängigkeit oft mit einem gesunden Blick für Risiken und Erträge, für soziale Kontakte, Vertrauen und Optimismus einher. Unsere Erfahrung zeigt, dass solche Persönlichkeiten eine Beratung auf Augenhöhe schätzen.“

Die Studie „Essence of Enterprise“ wurde im Auftrag von HSBC durchgeführt. Innerhalb eines Monats wurden mehr als 4.000 Unternehmer in elf Nationen befragt, darunter 281 in Deutschland. Als Unternehmer werden Personen definiert, die einen Mehrheitsanteil an einem Privatunternehmen halten und ein Vermögen von mindestens einer Viertelmillion US-Dollar vor allem über unternehmerische Aktivitäten aufgebaut haben.

Tabelle:

Frage: Welcher der folgenden Gründe hat sie dazu bewegt, Unternehmer zu werden? (Mehrfachnennungen möglich)

Motiv für Unternehmertum	Unternehmer bis 30 Jahre weltweit	Unternehmer ab 50 Jahren weltweit	Unternehmer bis 30 Jahre in Deutschland	Unternehmer ab 50 Jahren in Deutschland
Mehr Einfluss nehmen zu wollen	23 Prozent	13 Prozent	18 Prozent	9 Prozent
Das Beste für die Familie zu tun	39 Prozent	37 Prozent	37 Prozent	31 Prozent
Das persönliche Umfeld zu verbessern	23 Prozent	13 Prozent	23 Prozent	13 Prozent

Kontakt

Betty Stevens

Telefon +49 211 910-3540

betty.stevens@hsbc.de

HSBC Deutschland ist Teil der HSBC-Gruppe, einer der führenden Geschäftsbanken der Welt. Sie ist die „Leading International Bank“ und verfügt über ein Netzwerk in mehr als 70 Ländern weltweit, die für über 90 Prozent der Weltwirtschaftsleistung stehen. Kunden von HSBC Deutschland sind Unternehmen, institutionelle Kunden, der öffentliche Sektor und vermögende Privatkunden.

Die Bank steht für Internationalität, umfassende Beratungskompetenz, große Platzierungskraft, erstklassige Infrastruktur und Kapitalstärke. Die Note „AA- (Stable)“ ist das beste Fitch-Rating einer privaten Geschäftsbank in Deutschland. HSBC Deutschland, die als HSBC Trinkaus & Burkhardt AG firmiert, wurde im Jahr 1785 gegründet und beschäftigt in Düsseldorf und an elf weiteren Standorten mehr als 2.800 Mitarbeiter. (Alle Angaben zum 31. Dezember 2016)

Hinweise für Redaktionen:

Alle unsere Presse-Informationen finden Sie auf der Homepage www.hsbc.de/presse oder folgen Sie uns auf Twitter (@HSBC_DE)