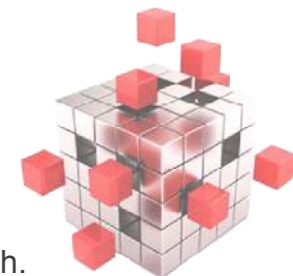


## Ergebnisse der Interim Management Studie 2016

Austrian Partner of



The perfect match.



## Inhaltsverzeichnis

1. Untersuchungsdesign

2. Ergebnisse der Befragung der Interim ManagerInnen

3. Ergebnisse der Befragung der UnternehmensvertreterInnen

4. Vergleich innerhalb der DACH-Region

## Inhaltsverzeichnis

### **1. Untersuchungsdesign**

2. Ergebnisse der Befragung der Interim ManagerInnen

3. Ergebnisse der Befragung der UnternehmensvertreterInnen

4. Vergleich innerhalb der DACH-Region

| 1. Untersuchungsdesign                      | 2. Die Ergebnisse der Befragung der IM                                    | 3. Die Ergebnisse der Befragung der Unternehmen                           | 4. Vergleich Dach-Region |
|---|---|---|--------------------------|
| <b>Übersicht über die Erhebung</b>          | <b>F1 - Befragung Interim ManagerInnen</b>                                | <b>F2 - Befragung UnternehmensvertreterInnen</b>                          |                          |
| <b>Erhebungsform</b>                        | Quantitative Befragung über Survey Monkey                                 | Quantitative Befragung über Survey Monkey                                 |                          |
| <b>Instrument der Befragung, Fragetypen</b> | standardisierter Fragebogen mit geschlossenen sowie Hybridfragestellungen | standardisierter Fragebogen mit geschlossenen sowie Hybridfragestellungen |                          |
| <b>Anzahl der Fragen</b>                    | 34 Fragen   | 32 Fragen   |                          |
| <b>Ausgesendete Fragebögen</b>              | 900   | 2.300   |                          |
| <b>Rücklaufquote 2016</b>                   | 9,9%  | 2,2%  |                          |
| <b>Auswertung</b>                           | Survey Monkey, Microsoft Office Excel, SPSS                               | Survey Monkey, Microsoft Office Excel, SPSS                               |                          |

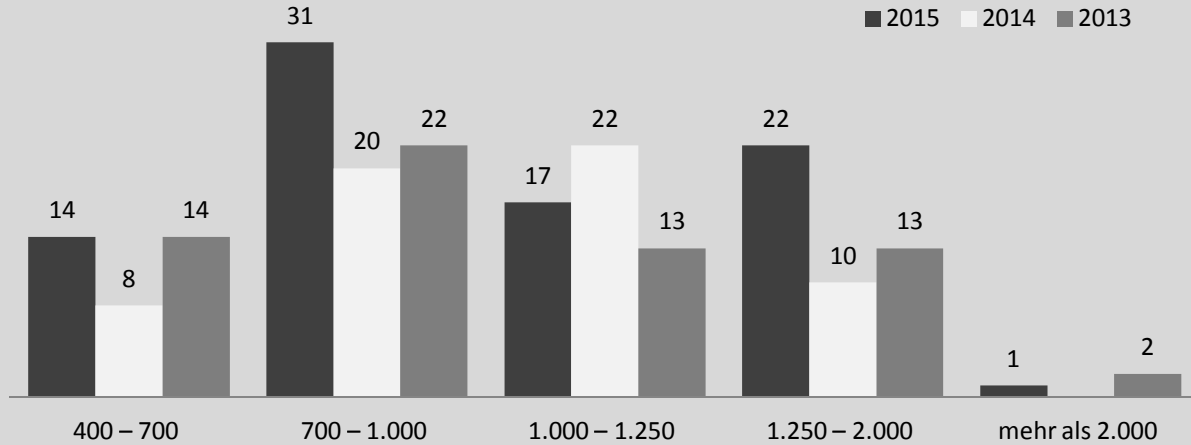
## Inhaltsverzeichnis

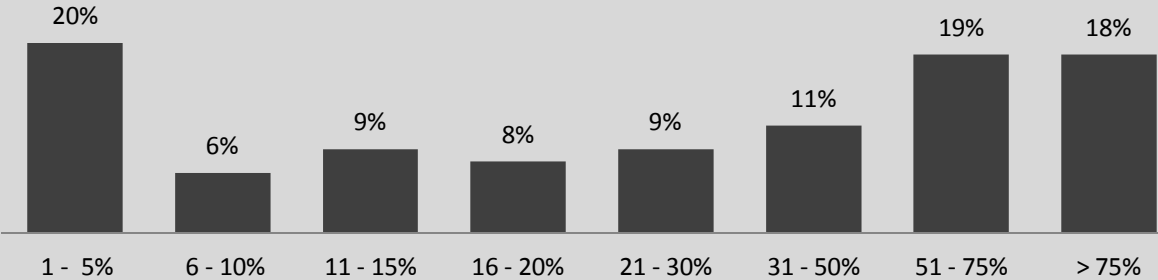
1. Untersuchungsdesign

**2. Ergebnisse der Befragung der Interim ManagerInnen**

3. Ergebnisse der Befragung der UnternehmensvertreterInnen

4. Vergleich innerhalb der DACH-Region

| 1. Untersuchungsdesign             | 2. Ergebnisse der Befragung der IM  | 3. Ergebnisse der Befragung der Unternehmen | 4. Vergleich Dach-Region |           |      |      |      |           |    |   |    |             |    |    |    |               |    |    |    |               |    |    |    |                |   |   |   |
|------------------------------------|---|---|--------------------------|-----------|------|------|------|-----------|----|---|----|-------------|----|----|----|---------------|----|----|----|---------------|----|----|----|----------------|---|---|---|
| <b>Übersicht über die Erhebung</b> | <b>F1 - Befragung Interim ManagerInnen</b>  |   |                          |           |      |      |      |           |    |   |    |             |    |    |    |               |    |    |    |               |    |    |    |                |   |   |   |
| <b>Auslastung</b>                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>– Durchschnittliche Gesamtauslastung bei knapp 50% (bei 200 Tagen Jahresauslastung)</li> </ul>   |   |                          |           |      |      |      |           |    |   |    |             |    |    |    |               |    |    |    |               |    |    |    |                |   |   |   |
| <b>Tages-Sätze</b>                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>– Dominierten im Jahr 2014 Tages-Sätze von EUR 1.000 – EUR 1.250, stehen im Rahmen der letzten Befragung die Kategorien EUR 700- EUR 1.000 sowie EUR 1.250- EUR 2.000 hervor (n 2015 = 85; 4 nicht beantwortet).</li> </ul>  <table border="1"> <caption>Tages-Sätze (Anzahl von Befragten)</caption> <thead> <tr> <th>Kategorie</th> <th>2015</th> <th>2014</th> <th>2013</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>400 – 700</td> <td>14</td> <td>8</td> <td>14</td> </tr> <tr> <td>700 – 1.000</td> <td>31</td> <td>20</td> <td>22</td> </tr> <tr> <td>1.000 – 1.250</td> <td>17</td> <td>22</td> <td>13</td> </tr> <tr> <td>1.250 – 2.000</td> <td>22</td> <td>10</td> <td>13</td> </tr> <tr> <td>mehr als 2.000</td> <td>1</td> <td>0</td> <td>2</td> </tr> </tbody> </table> |   |                          | Kategorie | 2015 | 2014 | 2013 | 400 – 700 | 14 | 8 | 14 | 700 – 1.000 | 31 | 20 | 22 | 1.000 – 1.250 | 17 | 22 | 13 | 1.250 – 2.000 | 22 | 10 | 13 | mehr als 2.000 | 1 | 0 | 2 |
| Kategorie                          | 2015  | 2014  | 2013                     |           |      |      |      |           |    |   |    |             |    |    |    |               |    |    |    |               |    |    |    |                |   |   |   |
| 400 – 700                          | 14  | 8   | 14                       |           |      |      |      |           |    |   |    |             |    |    |    |               |    |    |    |               |    |    |    |                |   |   |   |
| 700 – 1.000                        | 31  | 20  | 22                       |           |      |      |      |           |    |   |    |             |    |    |    |               |    |    |    |               |    |    |    |                |   |   |   |
| 1.000 – 1.250                      | 17  | 22  | 13                       |           |      |      |      |           |    |   |    |             |    |    |    |               |    |    |    |               |    |    |    |                |   |   |   |
| 1.250 – 2.000                      | 22  | 10  | 13                       |           |      |      |      |           |    |   |    |             |    |    |    |               |    |    |    |               |    |    |    |                |   |   |   |
| mehr als 2.000                     | 1   | 0   | 2                        |           |      |      |      |           |    |   |    |             |    |    |    |               |    |    |    |               |    |    |    |                |   |   |   |

| 1. Untersuchungsdesign                    | 2. Ergebnisse der Befragung der IM   | 3. Ergebnisse der Befragung der Unternehmen | 4. Vergleich Dach-Region |                    |            |        |     |         |    |          |    |          |    |          |    |          |     |          |     |       |     |
|---|--|---|--------------------------|--------------------|------------|--------|-----|---------|----|----------|----|----------|----|----------|----|----------|-----|----------|-----|-------|-----|
| <p><b>Übersicht über die Erhebung</b></p> | <p><b>F1 - Befragung Interim ManagerInnen</b></p>  |   |                          |                    |            |        |     |         |    |          |    |          |    |          |    |          |     |          |     |       |     |
| <p><b>Lead to Deal</b></p>                | <p>– Im Allgemeinen ist der Aufwand für die Mandatsbeschaffung sehr hoch.<br/>           – Rd. 37% geben an, dass ihre Lead to Deal Quote &gt;50% ist.<br/>           – In Verbindung damit, dass die Mehrheit über persönliche Kontakte akquiriert, ist klar, dass aktives „networking“ essentieller Bestandteil eines IM ist (n 2015= 80, 9 ausgelassen)</p>  <table border="1"> <thead> <tr> <th>Lead to Deal Range</th> <th>Percentage</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1 - 5%</td> <td>20%</td> </tr> <tr> <td>6 - 10%</td> <td>6%</td> </tr> <tr> <td>11 - 15%</td> <td>9%</td> </tr> <tr> <td>16 - 20%</td> <td>8%</td> </tr> <tr> <td>21 - 30%</td> <td>9%</td> </tr> <tr> <td>31 - 50%</td> <td>11%</td> </tr> <tr> <td>51 - 75%</td> <td>19%</td> </tr> <tr> <td>&gt; 75%</td> <td>18%</td> </tr> </tbody> </table> |   |                          | Lead to Deal Range | Percentage | 1 - 5% | 20% | 6 - 10% | 6% | 11 - 15% | 9% | 16 - 20% | 8% | 21 - 30% | 9% | 31 - 50% | 11% | 51 - 75% | 19% | > 75% | 18% |
| Lead to Deal Range                        | Percentage   |   |                          |                    |            |        |     |         |    |          |    |          |    |          |    |          |     |          |     |       |     |
| 1 - 5%                                    | 20%  |   |                          |                    |            |        |     |         |    |          |    |          |    |          |    |          |     |          |     |       |     |
| 6 - 10%                                   | 6%   |   |                          |                    |            |        |     |         |    |          |    |          |    |          |    |          |     |          |     |       |     |
| 11 - 15%                                  | 9%   |   |                          |                    |            |        |     |         |    |          |    |          |    |          |    |          |     |          |     |       |     |
| 16 - 20%                                  | 8%   |   |                          |                    |            |        |     |         |    |          |    |          |    |          |    |          |     |          |     |       |     |
| 21 - 30%                                  | 9%   |   |                          |                    |            |        |     |         |    |          |    |          |    |          |    |          |     |          |     |       |     |
| 31 - 50%                                  | 11%  |   |                          |                    |            |        |     |         |    |          |    |          |    |          |    |          |     |          |     |       |     |
| 51 - 75%                                  | 19%  |   |                          |                    |            |        |     |         |    |          |    |          |    |          |    |          |     |          |     |       |     |
| > 75%                                     | 18%  |   |                          |                    |            |        |     |         |    |          |    |          |    |          |    |          |     |          |     |       |     |
| <p><b>Herausforderungen</b></p>           | <ul style="list-style-type: none"> <li>– Mandatsbeschaffung</li> <li>– Ansicht, dass IM zu teuer ist</li> <li>– Unbekanntheit der Arbeitsform an sich</li> <li>– Mangelnde Akzeptanz der MitarbeiterInnen</li> <li>– rasche Einarbeitung und Integration in das Unternehmen</li> </ul>   |   |                          |                    |            |        |     |         |    |          |    |          |    |          |    |          |     |          |     |       |     |

| 1. Untersuchungsdesign             | 2. Ergebnisse der Befragung der IM   | 3. Ergebnisse der Befragung der Unternehmen | 4. Vergleich Dach-Region |          |          |          |                |     |     |                |     |     |                |    |     |            |    |    |
|------------------------------------|--|---|--------------------------|----------|----------|----------|----------------|-----|-----|----------------|-----|-----|----------------|----|-----|------------|----|----|
| <b>Übersicht über die Erhebung</b> |  | <b>F1 - Befragung Interim ManagerInnen</b>  |                          |          |          |          |                |     |     |                |     |     |                |    |     |            |    |    |
| <b>Marktentwicklung</b>            | <p>– gleichbleibender bis mäßig wachsender Markt (n 2016= 75, 14 ausgelassen)</p> <table border="1"> <caption>Market Development Data</caption> <thead> <tr> <th>Category</th> <th>2016 (%)</th> <th>2015 (%)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>mäßig wachsend</td> <td>46%</td> <td>31%</td> </tr> <tr> <td>gleichbleibend</td> <td>46%</td> <td>53%</td> </tr> <tr> <td>stark wachsend</td> <td>4%</td> <td>11%</td> </tr> <tr> <td>rückläufig</td> <td>4%</td> <td>5%</td> </tr> </tbody> </table> |   |                          | Category | 2016 (%) | 2015 (%) | mäßig wachsend | 46% | 31% | gleichbleibend | 46% | 53% | stark wachsend | 4% | 11% | rückläufig | 4% | 5% |
|                                    | Category   | 2016 (%)                                    | 2015 (%)                 |          |          |          |                |     |     |                |     |     |                |    |     |            |    |    |
| mäßig wachsend                     | 46%  | 31%   |                          |          |          |          |                |     |     |                |     |     |                |    |     |            |    |    |
| gleichbleibend                     | 46%  | 53%   |                          |          |          |          |                |     |     |                |     |     |                |    |     |            |    |    |
| stark wachsend                     | 4%   | 11%   |                          |          |          |          |                |     |     |                |     |     |                |    |     |            |    |    |
| rückläufig                         | 4%   | 5%  |                          |          |          |          |                |     |     |                |     |     |                |    |     |            |    |    |
| <b>Handlungserfordernis</b>        | <ul style="list-style-type: none"> <li>– Ruf nach Rechtssicherheit in arbeitsrechtlicher Hinsicht (siehe auch Entwicklung in D)</li> <li>– Verlangen nach unabhängiger Öffentlichkeitsarbeit</li> <li>– Einführung von Qualitätsrichtlinien</li> </ul>   |   |                          |          |          |          |                |     |     |                |     |     |                |    |     |            |    |    |



## Inhaltsverzeichnis

1. Untersuchungsdesign

2. Ergebnisse der Befragung der Interim ManagerInnen

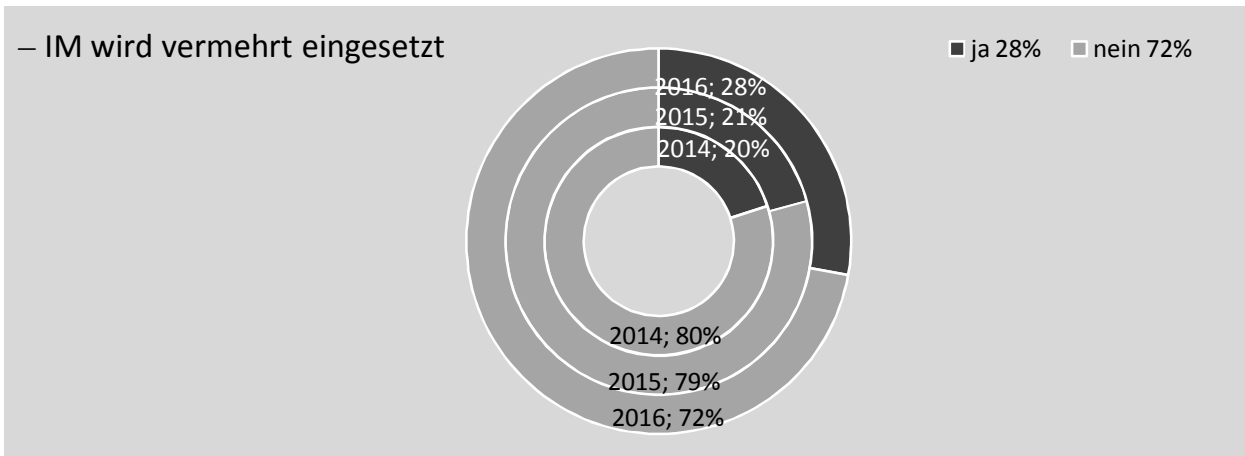
**3. Ergebnisse der Befragung der UnternehmensvertreterInnen**

4. Vergleich innerhalb der DACH-Region

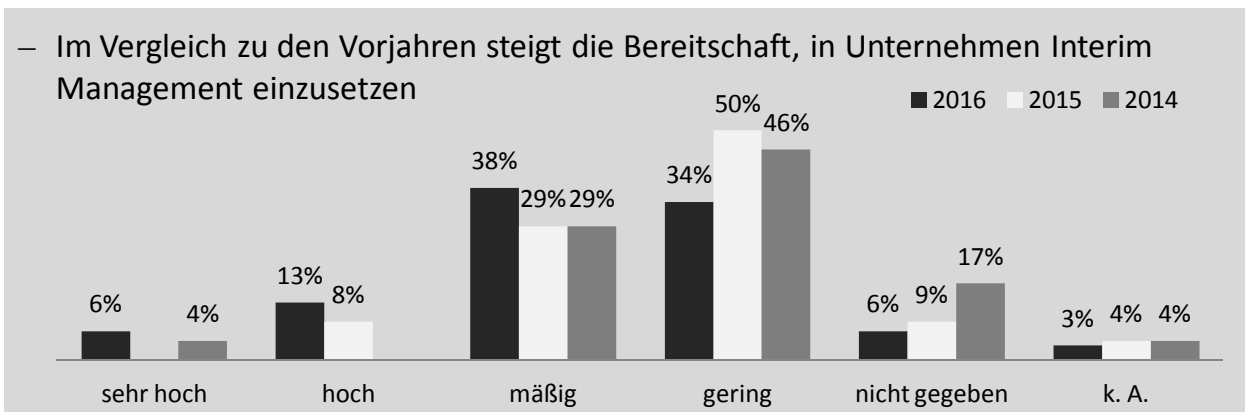
|                        |                                    |  |                          |
|------------------------|------------------------------------|--|--------------------------|
| 1. Untersuchungsdesign | 2. Ergebnisse der Befragung der IM | <b>3. Ergebnisse der Befragung der Unternehmen</b> | 4. Vergleich Dach-Region |
|------------------------|------------------------------------|--|--------------------------|

|                                    |  |
|------------------------------------|--|
| <b>Übersicht über die Erhebung</b> | <b>F1 - Befragung UnternehmensvertreterInnen</b> |
|------------------------------------|--|

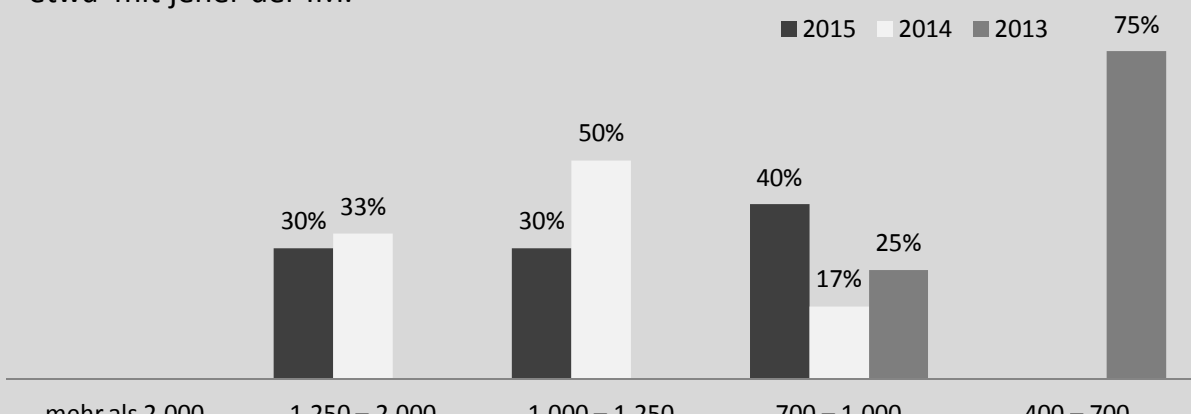
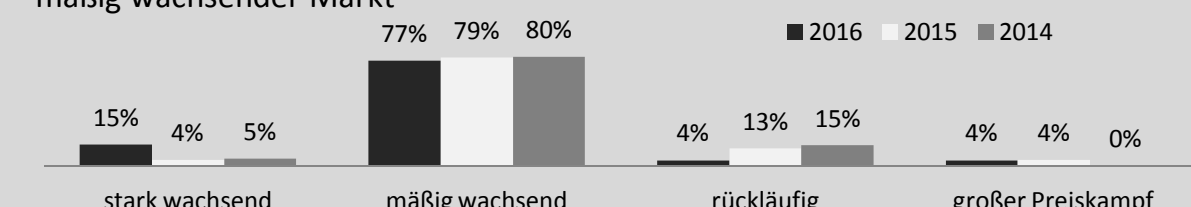
**Einsatz von IM bei Ressourcenengpässen und Projekten**



**Bereitschaft IM einzusetzen**



|                        |                                    |  |                          |
|------------------------|------------------------------------|--|--------------------------|
| 1. Untersuchungsdesign | 2. Ergebnisse der Befragung der IM | <b>3. Ergebnisse der Befragung der Unternehmen</b> | 4. Vergleich Dach-Region |
|------------------------|------------------------------------|--|--------------------------|

| <p><b>Übersicht über die Erhebung</b></p> | <p><b>F1 - Befragung UnternehmensvertreterInnen</b></p>  |           |      |      |      |                |     |    |    |                |     |     |     |               |     |     |     |                   |     |     |     |           |    |    |     |
|---|--|-----------|------|------|------|----------------|-----|----|----|----------------|-----|-----|-----|---------------|-----|-----|-----|-------------------|-----|-----|-----|-----------|----|----|-----|
| <p><b>Tages-Sätze</b></p>                 | <p>– Wie im Jahr 2014 liegen die Tages-Sätze auch für 2015 zwischen EUR 700 und EUR 2.000 EUR. 40% der UnternehmensvertreterInnen geben an, IM mit Tagessätzen in der Kategorie EUR 700 – EUR 1.000 zu entschädigen – Kernaussage deckt sich in etwa mit jener der IM.</p>  <table border="1"> <caption>Bar chart data: Tages-Sätze</caption> <thead> <tr> <th>Kategorie</th> <th>2015</th> <th>2014</th> <th>2013</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>mehr als 2.000</td> <td>0%</td> <td>0%</td> <td>0%</td> </tr> <tr> <td>1.250 – 2.000</td> <td>30%</td> <td>33%</td> <td>0%</td> </tr> <tr> <td>1.000 – 1.250</td> <td>30%</td> <td>50%</td> <td>0%</td> </tr> <tr> <td>700 – 1.000</td> <td>40%</td> <td>17%</td> <td>25%</td> </tr> <tr> <td>400 – 700</td> <td>0%</td> <td>0%</td> <td>75%</td> </tr> </tbody> </table> | Kategorie | 2015 | 2014 | 2013 | mehr als 2.000 | 0%  | 0% | 0% | 1.250 – 2.000  | 30% | 33% | 0%  | 1.000 – 1.250 | 30% | 50% | 0%  | 700 – 1.000       | 40% | 17% | 25% | 400 – 700 | 0% | 0% | 75% |
| Kategorie                                 | 2015   | 2014      | 2013 |      |      |                |     |    |    |                |     |     |     |               |     |     |     |                   |     |     |     |           |    |    |     |
| mehr als 2.000                            | 0%   | 0%        | 0%   |      |      |                |     |    |    |                |     |     |     |               |     |     |     |                   |     |     |     |           |    |    |     |
| 1.250 – 2.000                             | 30%  | 33%       | 0%   |      |      |                |     |    |    |                |     |     |     |               |     |     |     |                   |     |     |     |           |    |    |     |
| 1.000 – 1.250                             | 30%  | 50%       | 0%   |      |      |                |     |    |    |                |     |     |     |               |     |     |     |                   |     |     |     |           |    |    |     |
| 700 – 1.000                               | 40%  | 17%       | 25%  |      |      |                |     |    |    |                |     |     |     |               |     |     |     |                   |     |     |     |           |    |    |     |
| 400 – 700                                 | 0%   | 0%        | 75%  |      |      |                |     |    |    |                |     |     |     |               |     |     |     |                   |     |     |     |           |    |    |     |
| <p><b>Marktentwicklung</b></p>            | <p>– mäßig wachsender Markt</p>  <table border="1"> <caption>Bar chart data: Marktentwicklung</caption> <thead> <tr> <th>Kategorie</th> <th>2016</th> <th>2015</th> <th>2014</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>stark wachsend</td> <td>15%</td> <td>4%</td> <td>5%</td> </tr> <tr> <td>mäßig wachsend</td> <td>77%</td> <td>79%</td> <td>80%</td> </tr> <tr> <td>rückläufig</td> <td>4%</td> <td>13%</td> <td>15%</td> </tr> <tr> <td>großer Preiskampf</td> <td>4%</td> <td>4%</td> <td>0%</td> </tr> </tbody> </table>  | Kategorie | 2016 | 2015 | 2014 | stark wachsend | 15% | 4% | 5% | mäßig wachsend | 77% | 79% | 80% | rückläufig    | 4%  | 13% | 15% | großer Preiskampf | 4%  | 4%  | 0%  |           |    |    |     |
| Kategorie                                 | 2016   | 2015      | 2014 |      |      |                |     |    |    |                |     |     |     |               |     |     |     |                   |     |     |     |           |    |    |     |
| stark wachsend                            | 15%  | 4%        | 5%   |      |      |                |     |    |    |                |     |     |     |               |     |     |     |                   |     |     |     |           |    |    |     |
| mäßig wachsend                            | 77%  | 79%       | 80%  |      |      |                |     |    |    |                |     |     |     |               |     |     |     |                   |     |     |     |           |    |    |     |
| rückläufig                                | 4%   | 13%       | 15%  |      |      |                |     |    |    |                |     |     |     |               |     |     |     |                   |     |     |     |           |    |    |     |
| großer Preiskampf                         | 4%   | 4%        | 0%   |      |      |                |     |    |    |                |     |     |     |               |     |     |     |                   |     |     |     |           |    |    |     |

## Inhaltsverzeichnis

1. Untersuchungsdesign

2. Ergebnisse der Befragung der Interim ManagerInnen

3. Ergebnisse der Befragung der UnternehmensvertreterInnen

**4. Vergleich innerhalb der Dach-Region**

|                        |                                    |   |                          |
|------------------------|------------------------------------|---|--------------------------|
| 1. Untersuchungsdesign | 2. Ergebnisse der Befragung der IM | 3. Ergebnisse der Befragung der Unternehmen | 4. Vergleich Dach-Region |
|------------------------|------------------------------------|---|--------------------------|

**Dauer der Mandate**

|                | Bühler Management 2016 | AIMP Provider Umfrage 2016 | Branchen Index 2014 des DSIM |
|----------------|------------------------|----------------------------|------------------------------|
| Dauer Mandate  | rel. Häufigkeiten      | rel. Häufigkeiten          | rel. Häufigkeiten            |
| 1 - 3 Monate   | 21%                    | 10%                        | 4%                           |
| 4 - 6 Monate   | 24%                    | 24%                        | 12%                          |
| 7 - 9 Monate   | 15%                    | 50%                        | 16%                          |
| 10 - 12 Monate | 9%                     |                            | 16%                          |
| 13 - 24 Monate | 19%                    | 12%                        | 20%                          |
| > 24 Monate    | 12%                    | 4%                         | 32%                          |
| <b>Summe</b>   | <b>100%</b>            | <b>100%</b>                | <b>100%</b>                  |

**Auslastung und Tagessatz**

|   | Bühler Management 2016 | AIMP Provider Umfrage 2016 | Branchen Index 2014 des DSIM       |
|---|------------------------|----------------------------|------------------------------------|
| <b>Auslastungsgrad (Basis 200 Tage)</b> | 50%                    | 71,5% (143 Tage)           | 60% der Befragten Auslastung > 50% |

– Der durchschnittliche Tagessatz gemäß Bühler-Studie liegt bei rund **EUR 1.000**, jener von **AIMP bei rund EUR 1.025**. Die DSIM-Studie weist keine Informationen über Tagessätze auf.

|                        |                                    |   |                          |
|------------------------|------------------------------------|---|--------------------------|
| 1. Untersuchungsdesign | 2. Ergebnisse der Befragung der IM | 3. Ergebnisse der Befragung der Unternehmen | 4. Vergleich Dach-Region |
|------------------------|------------------------------------|---|--------------------------|

|                             |  |  |  |                                     |
|-----------------------------|--|--|--|-------------------------------------|
| <b>Auslöser des Mandats</b> |  | <b>Bühler Management 2016</b>                    | <b>AIMP Provider Umfrage 2016</b>                | <b>Branchen Index 2014 des DSIM</b> |
|                             | <b>Reihung nach häufigster Nennung</b> | <b>Projektbenennung</b>                          | <b>Projektbenennung</b>                          | <b>Projektbenennung</b>             |
|                             | 1. Rang                                | Restrukturierung                                 | Vakanz   | Change Management                   |
|                             | 2. Rang                                | Change Management                                | klassische Projektarbeit                         | Vakanz                              |
|                             | 3. Rang                                | Geschäftsaufbau (neue Märkte, Start up, Produkt) | Geschäftsaufbau (neue Märkte, Start up, Produkt) | Kostensenkungsprogramm              |

## Mag. (FH) Peter Ranefeld-Rathbauer, MA

Email: [p.ranefeld@hotmail.com](mailto:p.ranefeld@hotmail.com)

Tel: 0043 680 21 89 889

Skype: peranefeld

Weitere Informationen finden Sie auf:



Austrian Partner of



The perfect match.

