
Hiscox-Studie „DNA of an entrepreneur“ 2011

Wie meistern die KMU in westlichen Ländern die Krise?

- Es gibt mehr optimistische als pessimistische KMU.
- Sie haben wenig Vertrauen in die EU und in ihre Regierungen.
- Der eigene Chef zu sein ist ihnen wichtiger als Geld verdienen.



Einleitung

Die Bedeutung von Firmenneugründungen und kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) für die globale Wirtschaft darf nicht unterschätzt werden – alleine im Vereinigten Königreich sorgen KMU für 59 % der Beschäftigung und für 49 % des Umsatzes in der Privatwirtschaft.* Bei der Überwindung des weltweiten konjunkturellen Abschwungs kommt ihnen eine wichtige Aufgabe zu. Wir haben unsere dritte internationale Studie „DNA of an entrepreneur“ in Auftrag gegeben, um ein besseres Verständnis für die Probleme zu wecken, mit denen KMU konfrontiert sind. Die Ergebnisse dieser Studie sind wichtig für uns, da KMU einen beträchtlichen Teil unseres Kundenstammes ausmachen. Untersucht wurden neben den Einstellungen und Meinungen der KMU-Eigentümer – der Unternehmer, die ihre Firmen inspirieren und voranbringen – zu den „großen“ aktuellen Themen wie der Wirtschaft auch ihr mikroökonomisches Umfeld und ihre Lebensweisen. Raten Sie einmal, in welchem Land am seltensten das Mittagessen ausgelassen wird? Und wo wird am längsten gearbeitet?

Die Ergebnisse von KMU aus dem Vereinigten Königreich, den USA, Frankreich, Deutschland, Spanien und den Niederlanden zeigen, dass fast die Hälfte der befragten Unternehmensverantwortlichen (47 %) mit Zuversicht in das kommende Jahr blicken. Allerdings gibt es hier beträchtliche nationale Unterschiede – den größten Optimismus zeigten die Deutschen, den geringsten die Briten. Trotz der schwierigen Zeiten ist

Optimismus die vorherrschende Stimmung; nur 26 % der Befragten bezeichneten ihre Stimmung als pessimistisch und 27 % der Befragten waren sich nicht sicher. Der Bericht zeigt, dass Stärke und Widerstandsfähigkeit der Unternehmer ungebrochen sind, was sich zum einen an einer Zunahme der durchschnittlichen Wochenarbeitszeit um zwei Stunden und zum anderen am Festhalten an den Werten erkennen lässt, die ursprünglich zu der Unternehmensgründung geführt haben.

Lesen Sie auf den nächsten Seiten, wie sich KMU angesichts der neuen makro- und mikroökonomischen Risiken behaupten, und erfahren Sie mehr über die Einstellungen, Zielsetzungen und Lebensweisen in diesem für die Gesundheit der Weltwirtschaft so wichtigen Segment.

Bronek Masojada

Bronek Masojada
Chief Executive, Hiscox



* Ministerium für wirtschaftliche Innovationen und Fähigkeiten – „Business Population Estimates“ für 2011

Profil der Studienteilnehmer

- 3000 Eigentümer oder Partner von Unternehmen mit weniger als 50 Mitarbeitern und zwar jeweils 500 Personen im Vereinigten Königreich (UK), in den USA, in den Niederlanden (NL), in Deutschland (DE), Frankreich (FR) und Spanien (ESP).
- Die Unternehmen sind vorrangig im Dienstleistungssektor tätig (84 %).
- 87 % der Unternehmen erzielen einen Jahresumsatz von weniger als einer Mio. £, 57 % erzielen einen Jahresumsatz von weniger als 100 000 £.
- 39 % sind Ein-Mann-Unternehmen, 30 % der Unternehmen haben weniger als fünf Mitarbeiter.
- 58 % der Befragten waren Männer, 42 % Frauen.

- 52 % der Studienteilnehmer waren zwischen 40 und 59 Jahre alt, 35 % waren jünger als 40.

In der Online-Befragung sollten nicht nur tatsächliche Leistungsdaten untersucht, sondern auch Einstellungen und Meinungen hinterfragt werden. Einige der Fragen sind mit Fragen aus vorangehenden Jahren identisch. Änderungen bei Methodik und Umfang erschweren den direkten Vergleich, auf interessante Veränderungen bei den Antworten wird jedoch hingewiesen. Die Feldarbeit wurde in Spanien einige Wochen später durchgeführt als in den übrigen Ländern. Zwischenzeitlich aufgetretene nationale Wirtschaftsprobleme und Probleme in der Eurozone haben sich möglicherweise auf die Antworten ausgewirkt. Aufgrund von Rundungen ergeben einige Zahlen in der Summe keine 100 %.

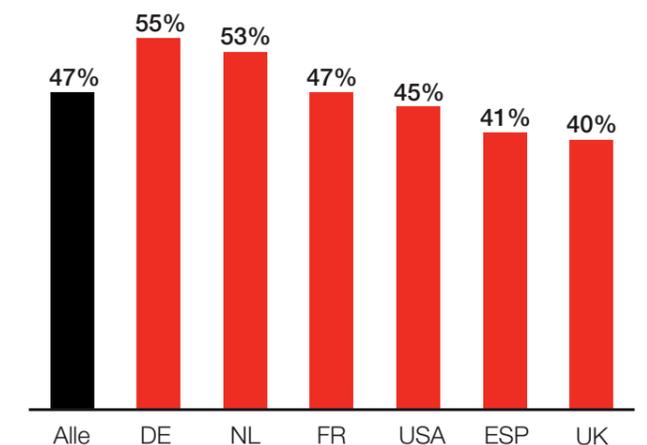
Umgang mit den neuen Risiken

Unsere Studie befasste sich mit den Auswirkungen des neuen makroökonomischen Umfelds: Sind die gegenwärtigen Hoffnungen und Ängste der Unternehmer ein Zeichen dafür, dass sie Umfang und Art der Risiken, mit denen sie konfrontiert sind, anders wahrnehmen? Die wichtigsten Ergebnisse lauten:

- **Fast die Hälfte aller Befragten war in Bezug auf ihr Unternehmen optimistisch, was das nächste Jahr angeht.** Am optimistischsten zeigten sich die deutschen und niederländischen Unternehmer, am wenigsten optimistisch die britischen und spanischen Unternehmer. In vier Ländern (Vereinigtes Königreich, Deutschland, Niederlande, Frankreich) brachte unsere jüngste Umfrage **einen seit Februar 2010 deutlich (d. h. um zehn Prozentpunkte) zurückgegangenen Optimismus** zutage. Die gedrückte Stimmung sollte jedoch nicht überbewertet werden. **Optimismus herrscht weiterhin vor.** Die 47 % der Befragten, die erklärten, optimistisch zu sein, übertrafen zahlenmäßig die 26 % der Befragten, die angaben, nicht optimistisch zu sein, und 27 % der Befragten gaben an, sich nicht sicher zu sein.
- 43 % der Unternehmensverantwortlichen vermeldeten ein Negativ- oder Nullwachstum bei den letztjährigen Einnahmen. Für denselben Zeitraum berichteten 42 % der Befragten über ein Negativ-Nullwachstum beim Gewinn, 47 % über ein Negativ-/Nullwachstum bei den Gewinnspannen und 71 % über ein Negativ-/Nullwachstum bei der Zahl der Mitarbeiter.
- Es ist interessant, dass vor diesem düsteren Hintergrund die mangelnde Unterstützung seitens der Politik zu der am häufigsten genannten Angst der KMU gehört.

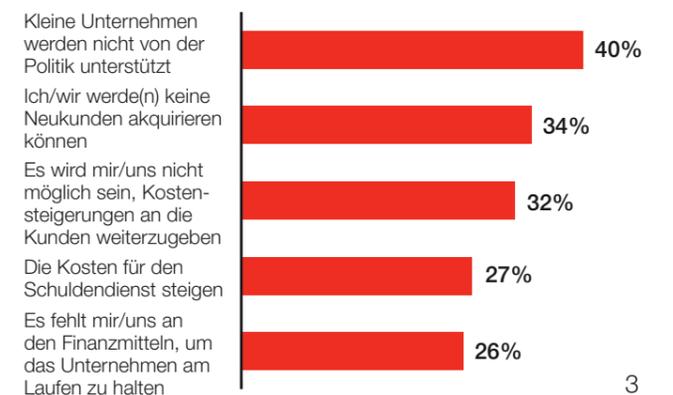
Was das nächste Jahr angeht: Sind Sie optimistisch?

Anteil der Befragten, die mit „ja“ geantwortet haben. Basis: alle KMU.



Was das nächste Jahr angeht: Was sind Ihre größten Ängste?

Die Teilnehmer konnten sich für mehrere Antworten entscheiden. Basis: alle KMU.



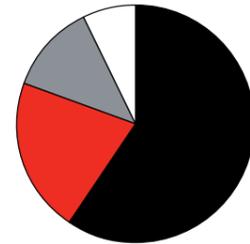
Geschäftsphilosophie

Die Studienteilnehmer wurden nach ihren Motiven für die Geschäftsgründung, ihrem bevorzugten Ratschlag für andere Unternehmer und ihrer persönlichen Definition für geschäftlichen Erfolg befragt.

Motive für die Unternehmensgründung

Basis: alle KMU.

- Ich wollte mein eigener Chef sein 59%
- Ich dachte, ich könnte mehr Geld verdienen, wenn ich ein eigenes Unternehmen habe anstatt für jemanden anderes zu arbeiten 21%
- Ich wollte der traditionellen Arbeitswelt entfliehen 12%
- Mir wurde gekündigt 7%



- Für die Unternehmensgründung wurde als Hauptgrund genannt, dass die Befragten ihr eigener Chef sein wollten; dies war ihnen deutlich wichtiger als die möglichen wirtschaftlichen Vorteile.

- Für 62 % der Befragten ist geschäftlicher Erfolg dadurch definiert, dass er ihnen einen komfortablen Lebensstil erlaubt. Ein Viertel aller Antwortenden (25 %) wollte einfach überleben oder über die Runden kommen.
- Die Studienteilnehmer wurden nach den drei besten Ratschlägen für andere Unternehmer befragt. Am häufigsten ausgewählt wurden folgende: „wenn Sie etwas versprechen, dann halten Sie es auch“ (von 42 % der KMU genannt); „seien Sie realistisch, was das Potenzial Ihrer Geschäftsideen angeht“ (41 %); „seien Sie sich nicht zu stolz, um Hilfe zu bitten“ (39 %).

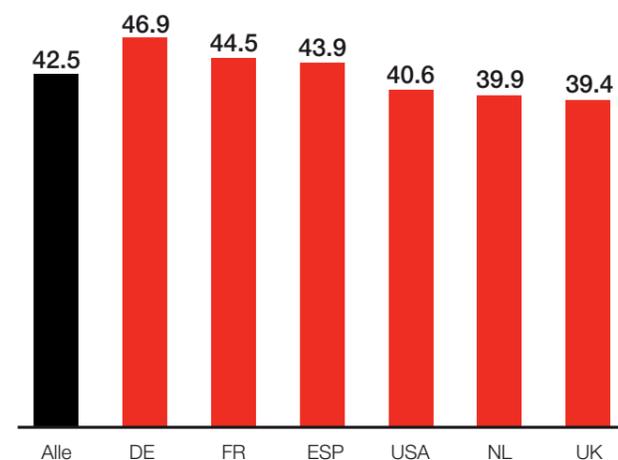
Geschäftsleben

Wir fragten die Studienteilnehmer, wie sich die Wirtschaftssituation auf ihren Lebensstil – und auf ihre Mittagspause – auswirkt.

- 43 % gaben an, der anhaltende wirtschaftliche Abschwung habe bei ihnen zu mehr persönlichem Stress geführt (60 % der Befragten in Spanien stimmten dieser Aussage zu, während es in den Niederlanden nur 26 % waren). 29 % berichteten über Schlafprobleme. **Andere Antworten belegen jedoch die Zähigkeit der Unternehmer in harten Zeiten.** 28 % meinten, der Abschwung habe sie stärker gemacht und ihren Erfolgswillen gefördert, während 29 % erklärten, bedingt durch den Abschwung effizienter zu arbeiten.
- Die durchschnittliche Wochenarbeitszeit betrug **42,5 Stunden.** (Der Umfrage zufolge stieg sie im Vereinigten Königreich, in Deutschland, Frankreich und den Niederlanden seit Februar 2010 um rund zwei Stunden an.) Die Deutschen hatten die längste Arbeitswoche, die Briten die kürzeste.

Durchschnittliche Arbeitszeit pro Woche in Stunden

Basis: alle KMU.



Mittagessen außer Haus?

Auf die Frage, wie sie normalerweise ihre Mittagspause verbringen, **tendierten die meisten Befragten dazu, die Mittagspause als freie Zeit zu betrachten:** Nur 11 % von ihnen trafen sich regelmäßig beim Mittagessen mit Mitarbeitern, und nur 6 % luden regelmäßig Kunden oder Lieferanten ein. Die Deutschen ließen am häufigsten das Mittagessen gänzlich ausfallen (20 %), bei den Niederländern und Franzosen kam dies am seltensten vor (6 bzw. 7 %). Niederländer (16 %) und Deutsche (18 %) trafen sich dreimal so oft zur Mittagszeit mit Mitarbeitern wie Briten und Amerikaner (jeweils 6 %). Franzosen und Spanier gingen am häufigsten in ein Restaurant (17 % bzw. 18 %), Briten am seltensten (3 %).

Wie verbringen Sie normalerweise Ihre Mittagspause?

Die Teilnehmer konnten sich für mehrere Antworten entscheiden. Basis: alle KMU.



Die Makroumgebung der Unternehmer

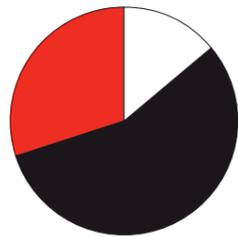
Wir untersuchten, wie sich die Krise in der Eurozone auf das Geschäftsleben von Unternehmern und auf ihre Sicht der wichtigsten nationalen und transnationalen Einrichtungen auswirkt:

- Die Unsicherheit bezüglich der finanziellen Stabilität der EU wirkte sich auf die Pläne von 44 % der antwortenden Unternehmer in den fünf untersuchten EU-Ländern aus. Diese Zahl ist erstaunlich, da nur 27 % der Teilnehmer aktiv im Export tätig sind.
- In allen EU-Ländern wurde die EU insgesamt negativ wahrgenommen, und die Befragten in den USA standen dem Nordamerikanischen Freihandelsabkommen (NAFTA) ablehnend gegenüber.

Auswirkungen einer drohenden Instabilität in der EU

Wirken sich mögliche weitere Probleme mit der Finanzstabilität der EU auf Ihre Entscheidungsfindung aus? Basis: KMU in fünf EU-Ländern.

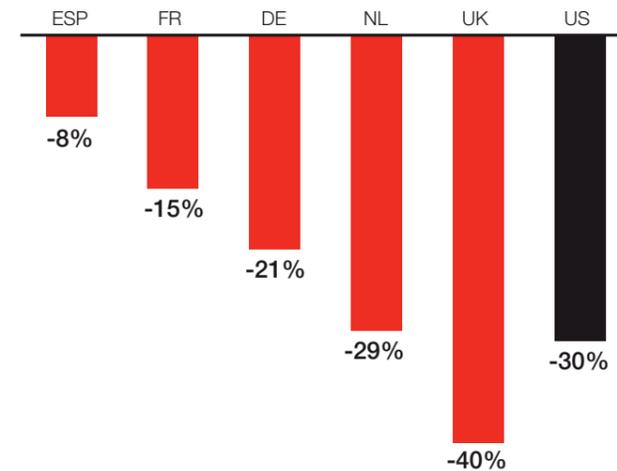
- Nein, sie haben darauf keine Auswirkungen 56%
- Ja, ich habe einige meiner Pläne vorerst auf Eis gelegt 30%
- Ja, ich habe einige meiner Pläne verworfen 14%



- Nur in Frankreich war die Mehrzahl der Studienteilnehmer der Ansicht, dass die Politik die Unternehmen unterstützt (zentrale Regierung hilfreich 41 %, nicht hilfreich 31 %; lokale Regierung hilfreich 47 %, nicht hilfreich 27 %). In allen Ländern fanden die Befragten die zentrale Regierung weniger hilfreich für die Unternehmen als die lokale Regierung.
- Zwar gab es beträchtliche nationale Unterschiede, doch die Mehrheit (67 %) der befragten Unternehmer stand dem Steuersystem ihres Landes kritisch gegenüber – dies trifft am meisten für die Spanier (80 %) und am wenigsten für die Niederländer (53 %) zu. Bürokratie wurde von 68 % der Studienteilnehmer beklagt (den höchsten Prozentsatz gab es bei den Deutschen mit 79 %, den niedrigsten bei den Briten und Amerikanern mit jeweils 59 %). 56 % der befragten Unternehmer bemängelten ein „unflexibles“ Arbeitsrecht (Frankreich: 73 %, USA: 40 %).

Hilfreich oder nicht? EU und NAFTA

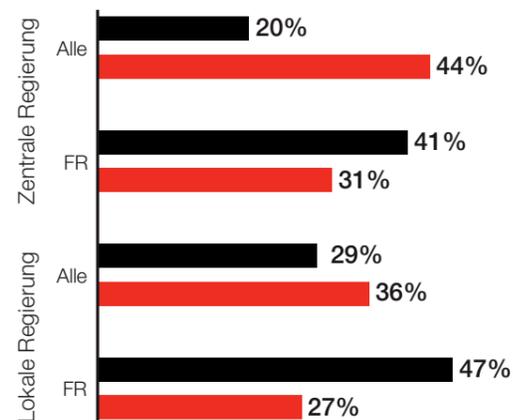
Zahl der „hilfreich“-Antworten abzüglich der „nicht hilfreich“-Antworten (Antworten der Amerikaner die NAFTA betreffend, alle übrigen die EU betreffend). Basis: alle KMU.



Hilfreich oder nicht? Zentrale und lokale Regierung?

Basis: alle KMU.

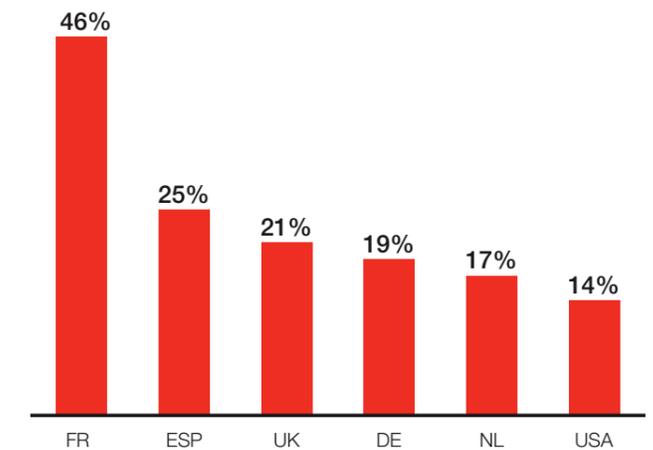
- Hilfreich
- Nicht hilfreich



- In allen Ländern vertrat nur eine Minderheit der Antwortenden die Ansicht, das Rechtssystem unterstütze die Unternehmen. Am positivsten äußerten sich die Franzosen, am wenigsten positiv die Amerikaner.
- Die Teilnehmer wurden gefragt, ob das Bildungssystem ihres Landes die Träume und Ideen des einzelnen fördert. In den EU-Ländern stimmten nur 23 % der Befragten dieser Aussage zu, während 52 % nicht zustimmten. Amerikanische Unternehmer standen ihrem Bildungssystem positiver gegenüber (36 % stimmten der Aussage zu, 42 % stimmten nicht zu).
- 57 % der Befragten in den EU-Ländern bestätigten die Aussage, ihre nationale Kultur fördere keine Risikobereitschaft, 22 % waren anderer Ansicht. In den USA war das Ergebnis genau umgekehrt: 23 % der Befragten stimmten der Aussage zu, 57 % stimmten nicht zu.

Hilfreich oder nicht? Das Rechtssystem

Summe aus den Antworten „recht hilfreich“ und „sehr hilfreich“. Basis: alle KMU.



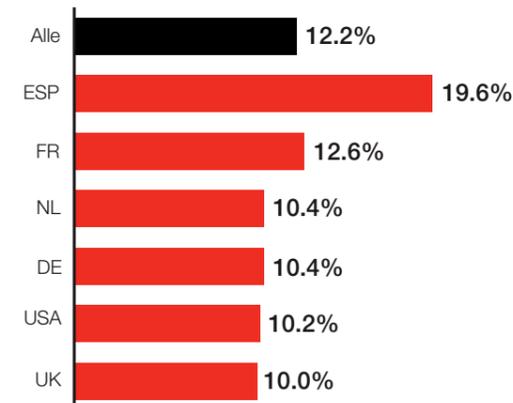
Thema Finanzen

Wir befragten die KMU zu alltäglichen Finanzthemen und erkundigten uns insbesondere nach ihrer Beziehung zu Geldgebern und Kunden:

- In allen Ländern antworteten nur sehr wenige der befragten Unternehmer, es sei einfach, neue Finanzierungsquellen zu erschließen. Während vor dem Abschwung noch 21 % der Befragten in fünf Ländern (Vereinigtes Königreich, Deutschland, Niederlande, Frankreich und USA) entsprechend dachten, hat sich diese Zahl in der aktuellen Studie mit 11 % nahezu halbiert. Trotz des Drucks, dem ihre Unternehmen ausgesetzt sind, waren allerdings die Spanier stärker als ihre Kollegen in den übrigen Ländern der Meinung, Geldmittel ließen sich leicht beschaffen.

Geldmittel lassen sich leicht beschaffen

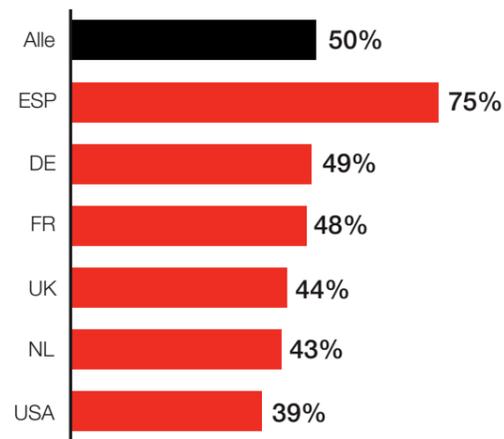
Anteil der Befragten, die mit „ja“ geantwortet haben. Basis: alle KMU.



- Trotz der wirtschaftlichen Herausforderungen hatten nur 38 % der Unternehmer versucht, Bedingungen mit den Geldgebern zu verhandeln oder eine größere Kapitalmenge zu erbitten; bei 34 % von ihnen wurde vollständig auf ihr Ersuchen eingegangen, bei weiteren 48 % zumindest teilweise. 73 % der Unternehmer sagten aus, das Verhältnis zu ihrer Bank hätte sich nicht verändert.

Kunden zahlen später

Anteil der Befragten, die mit „ja“ geantwortet haben. Basis: alle KMU.



- Die Hälfte (50 %) aller Studienteilnehmer berichtete über mehr Probleme mit verspäteten Zahlungen. Privatpersonen (von 37 % der Befragten erwähnt) und private Kleinunternehmen (34 %) führen die Liste der säumigen Zahler an, 30 % der Unternehmensverantwortlichen berichteten jedoch auch über Probleme mit größeren Privatfirmen, 26 % über Probleme mit staatlichen Stellen, 25 % über Probleme mit anderen öffentlichen Einrichtungen. In Spanien hatten drei Viertel (75 %) der Studienteilnehmer beträchtliche Probleme mit säumigen Zahlern und anders als in anderen Ländern war der Zahlungsverzug bei staatlichen Stellen und öffentlichen Einrichtungen am ausgeprägtesten (und wurde von 35 % bzw. 42 % der Unternehmen genannt).
- In der Studie sollten sich die Teilnehmer ferner zu ihrer Erfahrung und ihren Kenntnissen in **Versicherungsfragen** äußern. 43 % von ihnen gaben an, für sie in Frage kommende Versicherungen genau zu kennen, 16 % sagten hingegen, sie wüssten nicht, welche Versicherungen es gibt. 55 % der Befragten erachteten den Zahlungsausfall eines Kunden als beträchtliches Risiko, gegen das sie nicht versichert sind, und 26 % sahen es als Risiko an, aus irgendeinem Grund von einem Kunden verklagt zu werden. 18 % waren der Ansicht, über einen Versicherungsschutz gegen Fehler zu verfügen, aufgrund derer sie verklagt werden könnten.

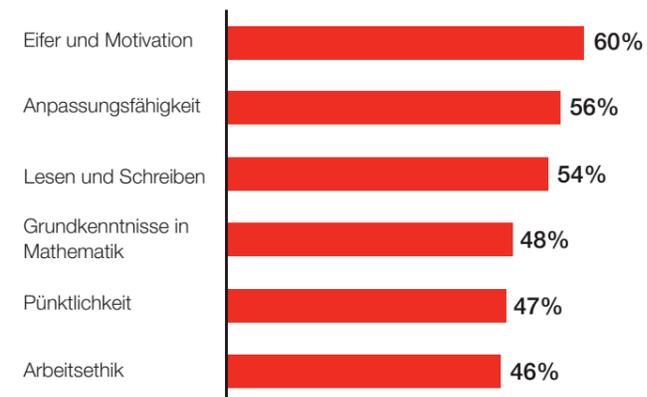
Beschäftigungspolitik

Wir untersuchten aktuelle Fragestellungen der Beschäftigungspolitik, einschließlich der Qualität von Neueinsteigern auf dem Arbeitsmarkt und des Einsatzes von ausländischen Arbeitskräften und Outsourcing. Dies führte zu den folgenden interessanten Erkenntnissen:

- Nur die wenigsten Unternehmer (23 %) gaben an, die Zahl ihrer Mitarbeiter sei im zurückliegenden Jahr gestiegen (36 % in Deutschland, 13 % in den USA). 20 % aller Befragten erklärten, im kommenden Jahr zusätzliche Mitarbeiter einstellen zu wollen (36 % in Deutschland, 10 % in den USA). **Trotz der schwierigen Zeiten wollen 54 % der Unternehmensverantwortlichen im kommenden Jahr Entlassungen vermeiden**, dem stehen 8 % der Unternehmer gegenüber, die damit rechnen, Mitarbeiter entlassen zu müssen.
- 45 % der Studienteilnehmer stellten im letzten Jahr Schul- und Hochschulabgänger ein. In der Befragung sollten diese in sechs Bereichen beurteilt werden. Dabei waren die Unternehmer eher vom Eifer und von der Anpassungsfähigkeit der Schul- und Hochschulabgänger überzeugt als von deren grundlegenden Fähigkeiten.

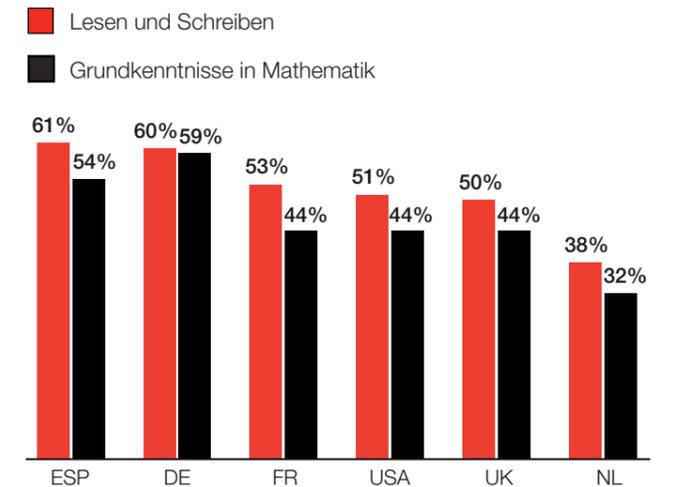
Meinungen zu Schul- und Hochschulabgängern

Das Diagramm zeigt für alle Länder die Prozentwerte der Noten „gut“ oder „ausgezeichnet“. Basis: alle KMU, die Schul- und Hochschulabgänger eingestellt haben (1.360).



Kenntnisse von Schul- und Hochschulabgängern im Rechnen, Lesen und Schreiben

Das Diagramm zeigt den Prozentsatz der Schul- und Hochschulabgänger, die in den einzelnen Ländern mit „gut“ oder „ausgezeichnet“ benotet wurden. Basis: alle KMU, die Schul- und Hochschulabgänger eingestellt haben (1.360).



- Deutsche Unternehmer gaben ihren Schul- und Hochschulabgängern die besten Noten im Fach Rechnen, spanische Unternehmer hingegen in den Fächern Lesen und Schreiben. In den Niederlanden wurden für alle drei Fächer (Rechnen, Lesen und Schreiben) jeweils die schlechtesten Noten vergeben.
- Nur wenige KMU in der Studie (10 %) beschäftigten ausländische Mitarbeiter, allerdings fiel dieser Prozentsatz in Deutschland und Spanien mit jeweils 18 % etwas höher aus. Nur jeder siebte Unternehmer (14 %) in Spanien machte von Outsourcing Gebrauch. Flexibilität wurde am häufigsten als Grund für den Einsatz ausländischer Mitarbeiter und für Outsourcing genannt (alle Befragten 24 %, Deutschland 23 %, Spanien 30 %). In den Niederlanden lag diese Zahl bei 38 %, aber 31 % der dortigen Studienteilnehmer, die von ausländischen Mitarbeitern und Outsourcing Gebrauch machten, führten zusätzlich die Deckung eines kurzfristigen Mangels an Arbeitskräften als Motiv an. Bei den amerikanischen Unternehmern, die auf diese Mittel zurückgriffen, wurde Flexibilität nur von 11 % als Grund genannt; 22 % erklärten hingegen, ausländische Arbeitskräfte und Outsourcing seien billiger.

Einige nationale Besonderheiten

Aus der Studie ergaben sich einige interessante nationale Eigenschaften von Unternehmern.

1 Deutschland

- Waren hinsichtlich der Leistung in jüngster Zeit am erfolgreichsten.
- Sind am optimistischsten.
- Haben die längste Arbeitswoche.
- Möchten am ehesten ihr eigener Chef sein.
- Messen Erfolg am ehesten daran, dass er ihnen einen bequemen Lebensstil beschert.
- Befürchten am ehesten, dass die Politik kleine Unternehmen nicht unterstützt.

2 Vereinigtes Königreich

- Haben die kürzeste Arbeitswoche.
- Sind am wenigsten optimistisch.
- Haben insgesamt das geringste Vertrauen in die EU.
- Sind am meisten von ihrer Kenntnis des Versicherungsumfelds überzeugt.
- Essen öfter als andere alleine zu Mittag.
- Gaben den Schul- und Hochschulabgängern die schlechtesten Noten in puncto Eifer/Motivation und Arbeitsethik.

3 USA

- Einziges Land, in dem mehr Frauen an der Studie teilnahmen als Männer.
- Waren hinsichtlich der Leistung in jüngster Zeit am wenigsten erfolgreich.
- Vergaben die schlechteste Note, was die Nützlichkeit des Rechtssystems angeht.
- Sind am ehesten davon überzeugt, dass das Bildungssystem Träume und Ambitionen unterstützt.
- Senken mehr als alle anderen, dass die nationale Kultur Risikobereitschaft fördert.
- Beliebteste Form des Mittagessens: Sandwich am Schreibtisch/Durcharbeiten.



4 Niederlande

- Klagen am wenigsten über mehr Stress aufgrund des Abschwungs.
- Sind am wenigsten der Ansicht, die EU sei hilfreich.
- Gaben den aktuellen Schul- und Hochschulabgängern die schlechtesten Noten.
- Klagen am wenigsten über das Steuersystem.
- Beliebteste Form des Mittagessens: Sandwich am Schreibtisch/Durcharbeiten.
- Trinken – zusammen mit den Spaniern – am seltensten Alkohol während der Mittagspause.

5 Frankreich

- Einziges Land, in dem die zentrale und die lokale Regierung häufiger mit „hilfreich“ als mit „nicht hilfreich“ beurteilt wurde.
- Beschweren sich am meisten über ein unflexibles Arbeitsrecht.
- Vergaben die höchste Note, was die Nützlichkeit des Rechtssystems angeht.
- Klagen am häufigsten über Schlaflosigkeit.
- Gaben ihren Schul- und Hochschulabgängern die besten Noten in puncto Eifer.
- Beliebteste Form des Mittagessens: zu Hause (zusammen mit den Spaniern jedoch auch der höchste Prozentsatz an Mittagessen im Restaurant).

6 Spanien

- Jüngstes Profil der teilnehmenden Unternehmer.
- Höchster Anteil an Befragten, die ein Unternehmen gründeten, um Geld zu verdienen (und geringster Anteil an Befragten, die ihr eigener Chef sein wollten).
- Klagen am häufigsten über das nationale Steuersystem.
- Glauben am wenigsten, dass die nationale Kultur Risikobereitschaft fördert.
- Hatten die meisten Probleme mit säumigen Zahlern, einschließlich großer Firmen, öffentliche Einrichtungen und staatliche Stellen.
- Waren durch den Abschwung stärker gestresst.

Methodik

Die Untersuchung wurde von The Survey Shop im Auftrag von Hiscox durchgeführt. Der Stichprobe wurden Online-Panels zugrunde gelegt. Teilnahmeberechtigt waren Eigentümer oder Partner von Unternehmen mit maximal 49 Mitarbeitern. 3000 Eigentümer und Partner von KMU nahmen in der Zeit vom 5. bis 11. September 2011 (fünf Länder) bzw. vom 3. bis 9. Oktober 2011 (Spanien) teil. Statistische Genauigkeit: +1 % bis +1,5 % für die gesamte Stichprobe von 3000 Teilnehmern und +2 % bis +4 % für die Stichprobe der 500 Teilnehmer pro Land.

Über Hiscox

Hiscox ist ein internationaler Spezialversicherer, zu dessen Kunden mehr als 150 000 kleinere und mittlere Unternehmen in Europa (einschließlich Vereinigtem Königreich) zählen und der unlängst eine Versicherung für kleine Unternehmen in den USA auf den Markt gebracht hat. Das Unternehmen hat sich auf Vermögensschaden-Haftpflicht- und D&O-Lösungen und Berufshaftpflichtversicherungen für eine Reihe freier Berufe einschließlich IT, Unternehmensberatung und Marketing spezialisiert.

Hiscox ist ein internationaler Spezialversicherer. Das Unternehmen ist am London Stock Exchange notiert (LSE:HSX). Die Hiscox-Gruppe hat im Underwriting drei Hauptbereiche: Hiscox London Market, Hiscox UK und Europa sowie Hiscox International. Hiscox London Market versichert internationales Geschäft auf dem Londoner Markt, hauptsächlich großes oder komplexes Geschäft, das von mehreren Versicherern gezeichnet werden muss oder das die internationalen Lizenzen von Lloyd's benötigt. Hiscox UK und Hiscox Europa konzentrieren sich auf spezielle Versicherungen für verschiedene Berufsgruppen, Geschäftskunden sowie vermögende Privatkunden. Hiscox International ist auf Bermuda, Guernsey und in den USA tätig. Hiscox Insurance Company Limited, Hiscox Underwriting Limited und Hiscox Syndicates Ltd werden von der Financial Services Authority reguliert.



Contact: Nicole Moeller, Marketing Manager
Email: nicole.moeller@hiscox.com
www.hiscox.com
Ergebnisse veröffentlicht: November 2011