

COMMERZBANK

Die Bank an Ihrer Seite



UnternehmerPerspektiven 2017

Next Generation: Neues Denken für die Wirtschaft

Ergebnisse für die Branchen Informationstechnologie und Telekommunikation

Agenda

0. Key Results	1
1. Untersuchungsdesign	3
2. Deutscher Mittelstand: Demografie eines Erfolgsmodells	5
3. Unternehmen im Umbruch: Führungswechsel und Nachfolge	11
4. Next Generation Management: Impulsgeber für neues Denken?	16
5. Next Generation Banking: Digitale Services	20

Key Results für die Branchen Informationstechnologie und Telekommunikation

› Geschäftstätigkeit

Die ITK-Unternehmen sind vergleichsweise jung: 57 Prozent wurden erst in den letzten 30 Jahren gegründet. Sie vertreiben also häufig Produkte und Dienstleistungen, die sich in der Einführungs- oder Wachstumsphase befinden. Immerhin 46 Prozent der Unternehmen bewegen sich jedoch in reifen Märkten.

› Veränderungsdruck

In den Branchen gibt es zwei wesentliche Anlässe für Veränderungen:

1. Neue Wettbewerber drängen in die Märkte.
2. Unternehmen erwarten einen Umbruch von Schlüsseltechnologien.

Die ITK-Unternehmen machen Modernisierungsbedarf dennoch selten bei ihrer Angebotspalette aus, sondern vor allem bei der Mitarbeiterqualifikation, im Marketing und der IT-Infrastruktur.

› Führungswechsel

41 Prozent der ITK-Unternehmen müssen in den nächsten fünf Jahren einen Wechsel an der Führungsspitze bewältigen. Alter und Gesundheit der bestehenden Führungskräfte sind dafür die zentralen Anlässe. Ein Führungswechsel weckt hohe Erwartungen an strategische Veränderungen. Dieses Potenzial wird allerdings nicht immer gehoben.

› Neues Denken

ITK-Führungskräfte sind vergleichsweise jung, die Verweildauer im Unternehmen gleichzeitig hoch. Das hohe Commitment im Mittelstand hat aber auch Kehrseiten, denn überwiegend junge Führungskräfte und erfahrene „Neueinsteiger“ sorgen für die notwendigen Veränderungsimpulse. Sie sind in den Branchen jedoch selten an der Spitze der Unternehmen zu finden.

› Next Generation Banking

Neues Denken heißt auch, dass sich die Anforderungen an das Banking von morgen verändern. Die Bank wird zum Modernisierungshelfer und Impulsgeber.

Gut die Hälfte der ITK-Unternehmen erwartet mehr digitalisierte Services, mehr technologische Integration von Bankdienstleistungen in die Struktur der Unternehmen, aber auch persönliche Beratung z. B. über Video-Chat.

Agenda

0. Executive Summary	1
1. Untersuchungsdesign	3
2. Deutscher Mittelstand: Demografie eines Erfolgsmodells	5
3. Unternehmen im Umbruch: Führungswechsel und Nachfolge	11
4. Next Generation Management: Impulsgeber für neues Denken?	16
5. Next Generation Banking: Digitale Services	20

Die Untersuchung ist repräsentativ für mittelständische ITK-Unternehmen ab 2,5 Mio. Euro Jahresumsatz

Branchen-Stichprobe:	106 Unternehmen aus der Informationstechnologie und Telekommunikation
Gesamtstichprobe:	2.010 Unternehmen (im Folgenden „Mittelstand (gesamt)“)
Unternehmensgröße:	ab 2,5 Mio. Euro Jahresumsatz
Gesprächspartner:	Führungskräfte der ersten Ebene
Verfahren:	telefonische Interviews von 20 Minuten Dauer
Durchführung:	Kantar TNS
Zeitraum:	November 2016 bis Januar 2017

Jahresumsatz



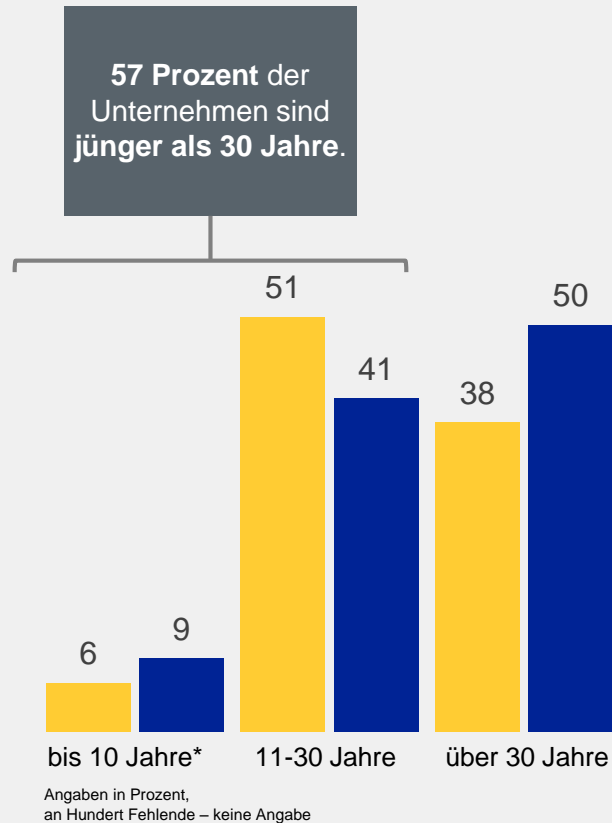
alle Angaben in Prozent

Agenda

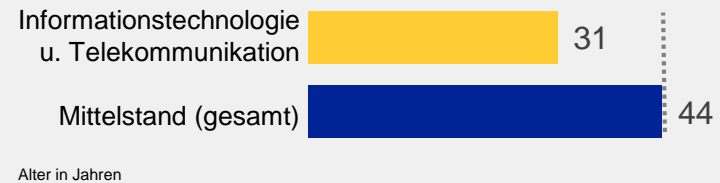
0. Executive Summary	1
1. Untersuchungsdesign	3
2. Deutscher Mittelstand: Demografie eines Erfolgsmodells	5
3. Unternehmen im Umbruch: Führungswechsel und Nachfolge	11
4. Next Generation Management: Impulsgeber für neues Denken?	16
5. Next Generation Banking: Digitale Services	20

ITK-Unternehmen sind überdurchschnittlich jung, Neugründungen der letzten 10 Jahre erreichen Umsatzschwelle nur selten (2,5 Mio. €)

Alter der Unternehmen (ab 2,5 Mio. Euro Jahresumsatz)



Durchschnittsalter der Unternehmen in Jahren:



■ Informationstechnologie u. Telekommunikation
■ Mittelstand (gesamt)

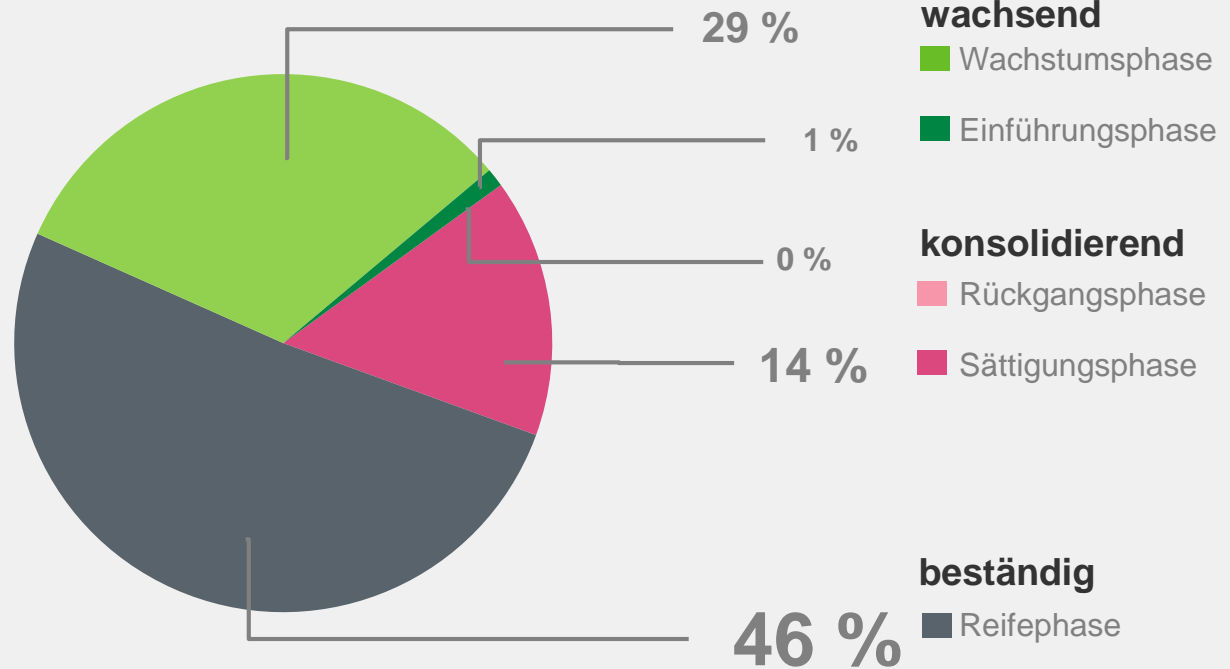
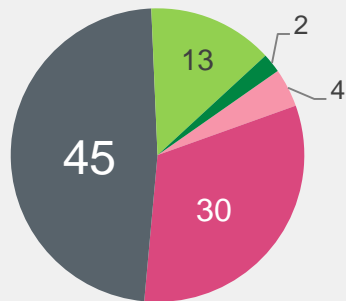
**Junge Unternehmen (bis 10 Jahre) sind unterrepräsentiert, da sie oft noch nicht den der Stichprobe zugrunde liegenden Mindestumsatz (2,5 Mio. € im Jahr) erreichen.*

Die meisten Unternehmen bewegen sich in reifen Märkten, aber auch mit vielen Produkten in der Wachstums- und Einführungsphase

Lebenszyklus der Produkte oder Dienstleistungen

Informationstechnologie und Telekommunikation

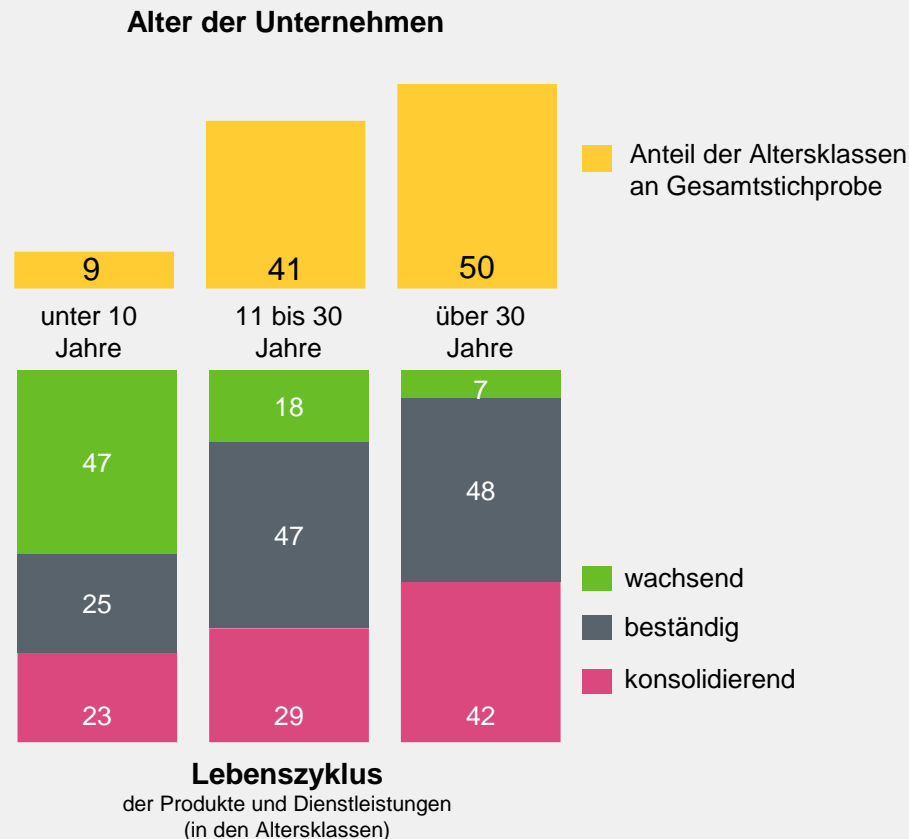
Mittelstand (gesamt)



Angaben in Prozent, an Hundert Fehlende: keine Angabe

Unternehmen „altern“ mit ihren Produkten, Dienstleistungen und Märkten

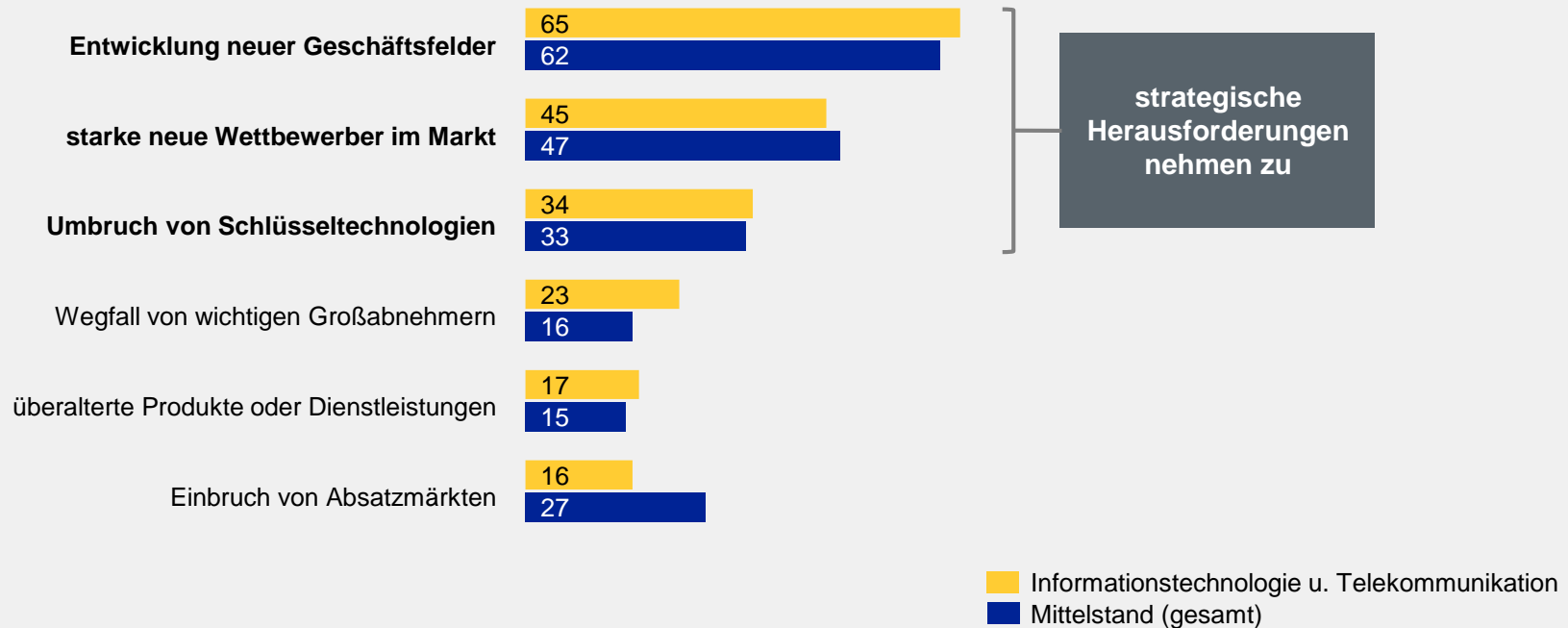
Lebenszyklus der Produkte oder Dienstleistungen nach Alter der Unternehmen



Angaben in Prozent

Etwa die Hälfte der ITK-Unternehmen erwartet in den nächsten fünf Jahren disruptive Veränderungen

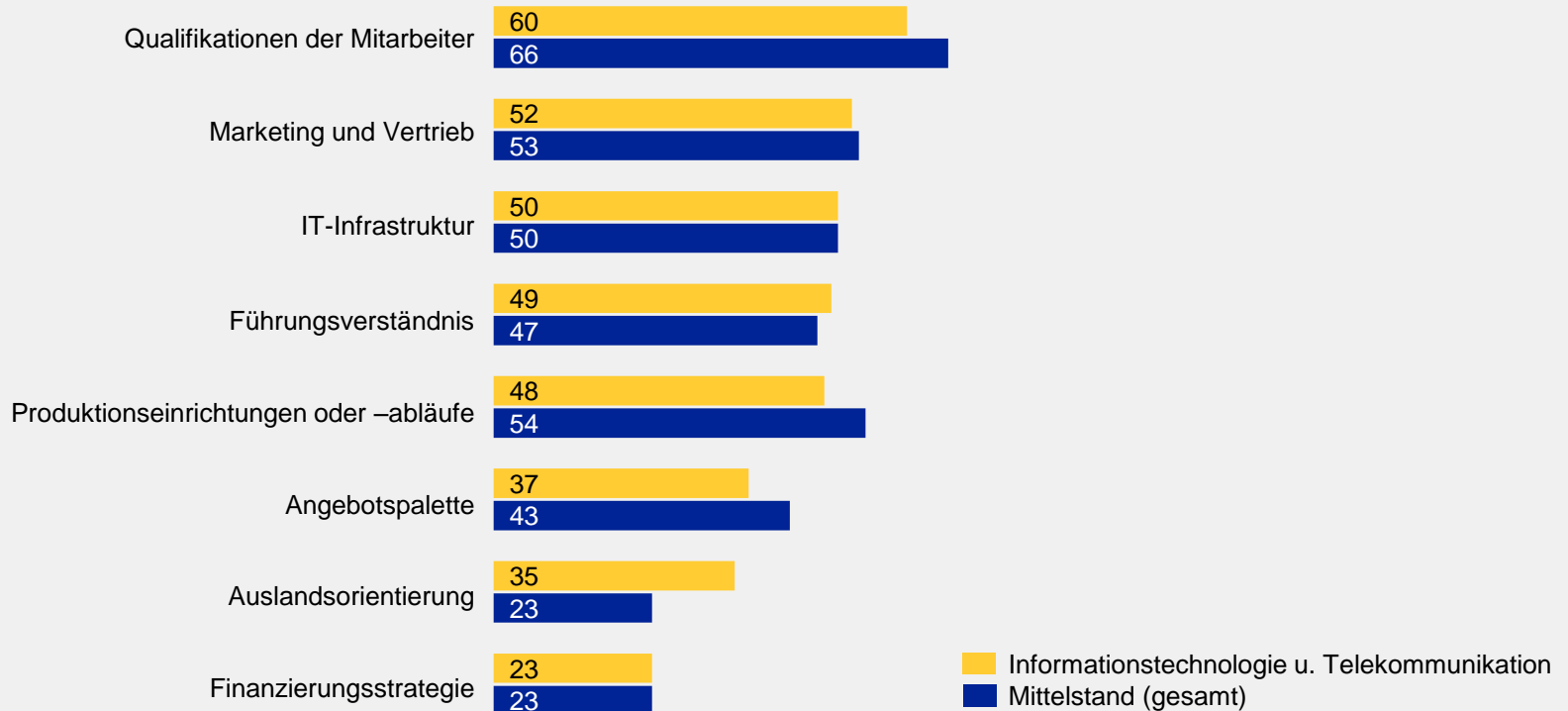
Welchen Herausforderungen müssen sich die Unternehmen in den nächsten fünf Jahren stellen?



Angaben in Prozent, Mehrfachnennungen

Der größte Veränderungsbedarf entsteht bei den Mitarbeitern – gefolgt von Anpassungen im Marketing und der Modernisierung der IT

Wo müssen sich die Unternehmen grundlegend verändern, damit sie morgen erfolgreich sind?



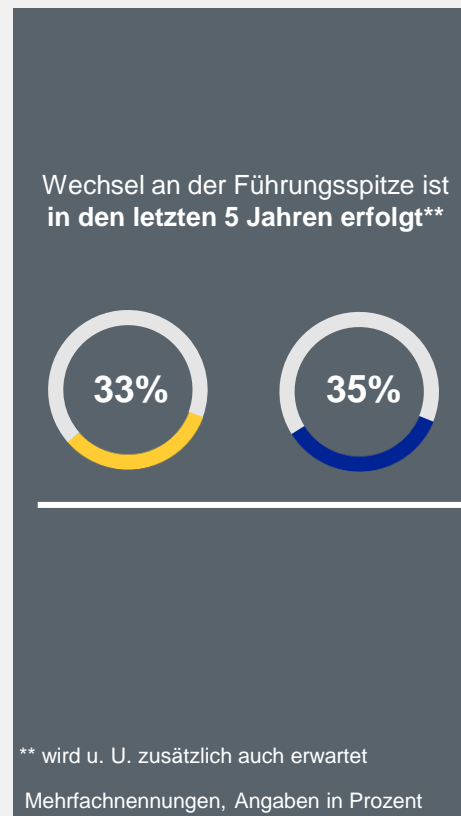
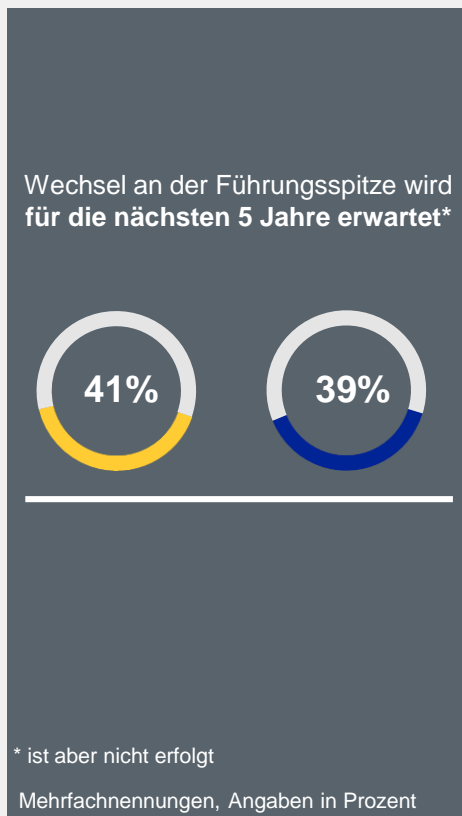
Angaben in Prozent, Mehrfachnennungen



Agenda

0. Executive Summary	1
1. Untersuchungsdesign	3
2. Deutscher Mittelstand: Demografie eines Erfolgsmodells	5
3. Unternehmen im Umbruch: Führungswechsel und Nachfolge	11
4. Next Generation Management: Impulsgeber für neues Denken?	16
5. Next Generation Banking: Digitale Services	20

41 Prozent der Unternehmen rechnen in den nächsten fünf Jahren mit einem Wechsel an der Führungsspitze

Welchen Herausforderungen mussten/müssen sich die Unternehmen stellen?



-  Informationstechnologie u. Telekommunikation
-  Mittelstand (gesamt)

Führungswechsel meist altersbedingt, Wechsel in andere Unternehmen bleibt die Ausnahme

Warum kam oder kommt es zu einem Wechsel an der Führungsspitze?

Wechsel an der Führungsspitze wird für die nächsten 5 Jahre erwartet*

Eintritt in den Ruhestand oder gesundheitliche Gründe



Wechsel in ein anderes Unternehmen





andere Gründe



Wechsel an der Führungsspitze ist in den letzten 5 Jahren erfolgt**



 Informationstechnologie u. Telekommunikation
 Mittelstand (gesamt)

an Hundert Fehlende: keine Angabe, Angaben in Prozent

* ist aber noch nicht erfolgt

** wird u. U. zusätzlich auch erwartet

Erwartungen an den kommenden Führungswechsel sind hoch, Veränderungspotenzial wird aber nicht immer ausgeschöpft

Welche Veränderungen gingen mit dem Führungswechsel einher oder sind mit diesem zu erwarten?



Angaben in Prozent, Mehrfachnennungen

* ist aber nicht erfolgt

** wird u. U. zusätzlich auch erwartet

Vor dem Führungswechsel besteht hoher strategischer Beratungsbedarf

Welche Unterstützung nutzte oder erwartet man im Zuge des Führungswechsels von Bankpartnern?



Angaben in Prozent, Mehrfachnennungen

* ist aber nicht erfolgt

** wird u. U. zusätzlich auch erwartet

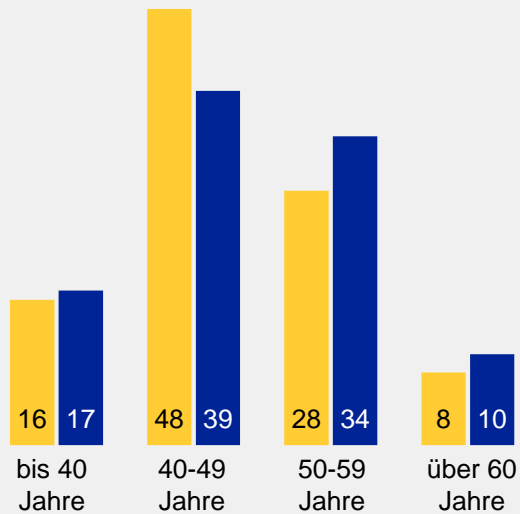
Agenda



0. Executive Summary	1
1. Untersuchungsdesign	3
2. Deutscher Mittelstand: Demografie eines Erfolgsmodells	5
3. Unternehmen im Umbruch: Führungswechsel und Nachfolge	11
4. Next Generation Management: Impulsgeber für neues Denken?	16
5. Next Generation Banking: Digitale Services	20

Junge Führungskräfte und „Neueinsteiger“ sind die Ausnahme

Alter der befragten Führungskräfte

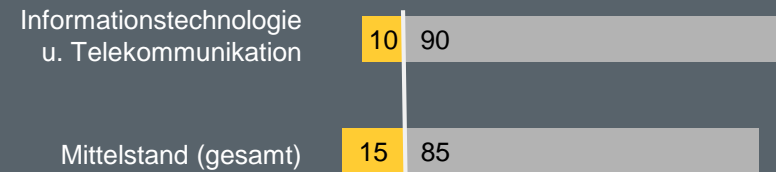
Anteil der Altersgruppen (befragte Führungskräfte) an der Gesamtstichprobe



 Informationstechnologie u. Telekommunikation
 Mittelstand (gesamt)

Dauer der Unternehmenszugehörigkeit

bis 5 Jahre  über 5 Jahre 



Angaben in Prozent

Junge Führungskräfte und „Neueinsteiger“ verkörpern häufiger „Neues Denken“

Score „Neues Denken“

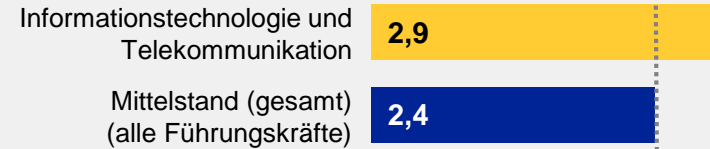
Der Score „Neues Denken“ dient dazu, zukunftsgerichtetes Denken und Handeln zu identifizieren.

Basiert auf der Präferenz für:

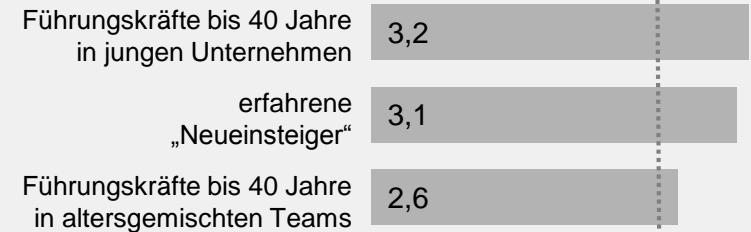
- | | |
|--|--------------------------------|
| innovative Produkte | - statt etablierter Produkte |
| hohes, aber schwer planbares Wachstum | - statt moderatem Wachstum |
| Investition in Expansion | - statt gesicherter Liquidität |
| Jugend und Dynamik einer Führungskraft | - statt Alter und Routine |
| Führungskräfte mit Erfahrung als Gründer | - statt Erfahrung als Manager |
| Positionierung als Pionier | - statt Folger |
| expansive Positionierung | - statt Beständigkeit |

Score = durchschnittliche Anzahl der Nennungen in betrachteter Zielgruppe

Je höher der Score, desto zukunftsorientierter agiert die betrachtete Zielgruppe.



Bundesweite Ergebnisse



Alter der Führungskräfte:



Zurückhaltung gegenüber Trends im Innovationsmanagement

Haltung zu aktuellen Trends, die die Innovationsfähigkeit von Unternehmen erhöhen sollen



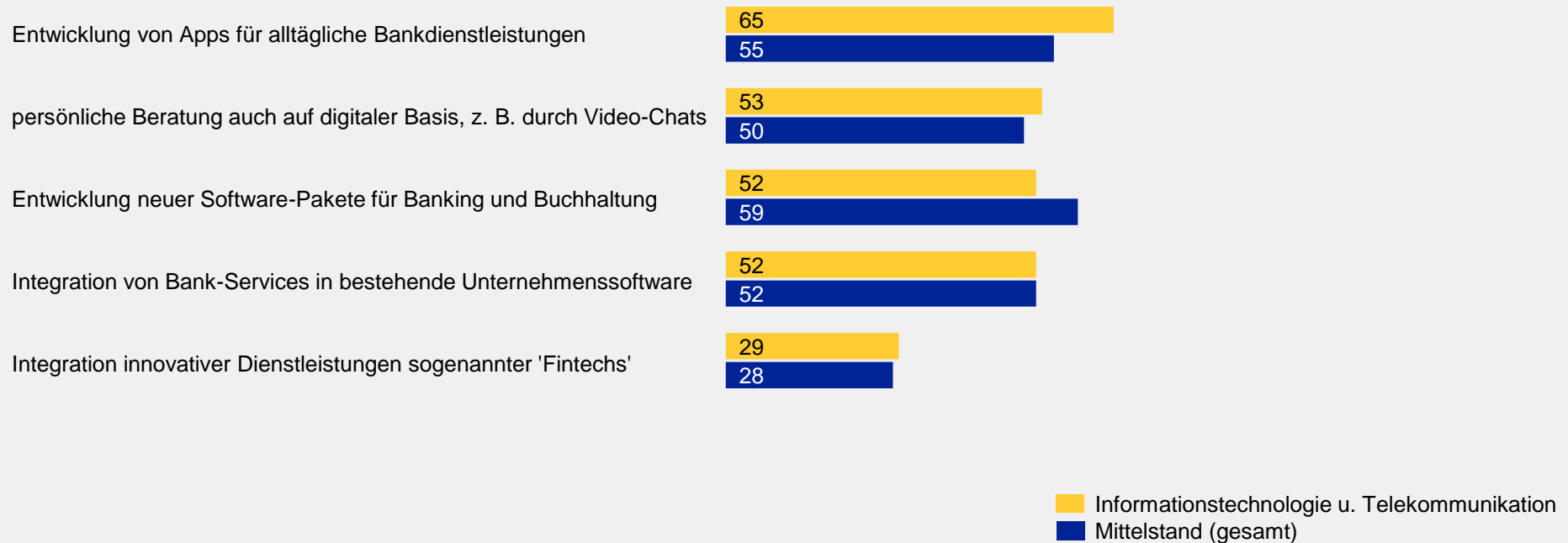
Angaben in Prozent, an Hundert Fehlende: nicht relevant/k. A

Agenda

0. Executive Summary	1
1. Untersuchungsdesign	3
2. Deutscher Mittelstand: Demografie eines Erfolgsmodells	5
3. Unternehmen im Umbruch: Führungswechsel und Nachfolge	11
4. Next Generation Management: Impulsgeber für neues Denken?	16
5. Next Generation Banking: Digitale Services	20

Unternehmen erwarten neue digitale Angebote von ihren Bankpartnern

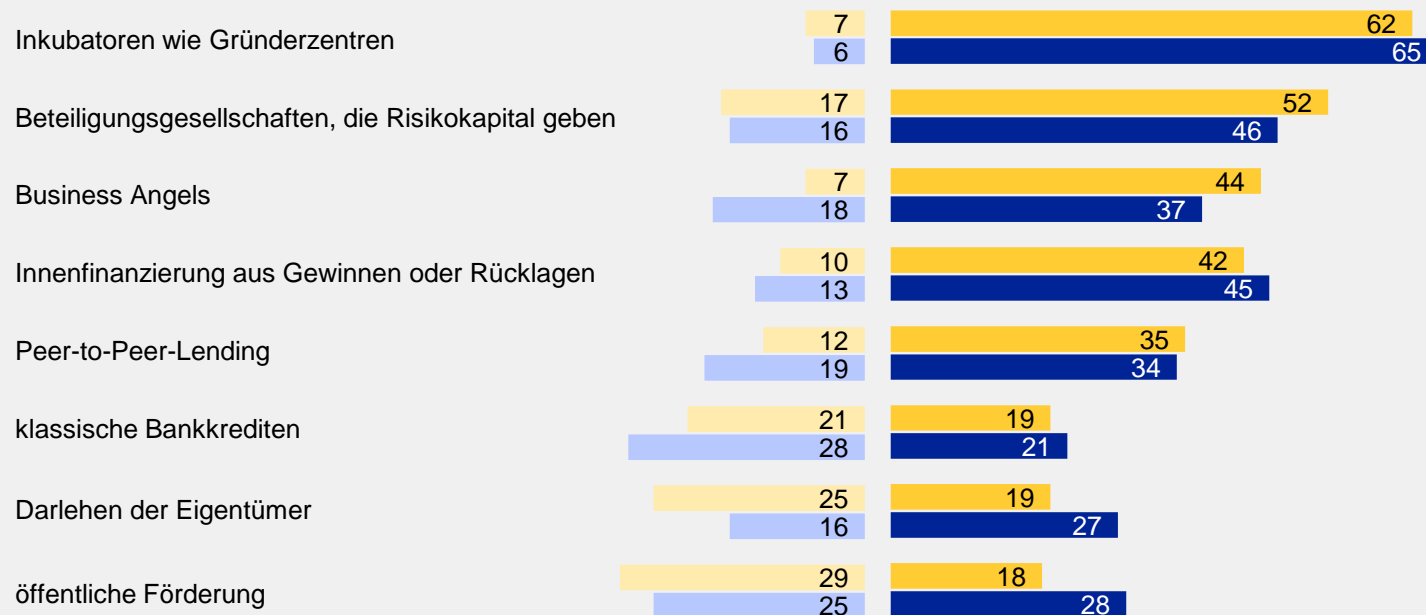
Welche digitalen Serviceleistungen erwarten Sie von der Bank der Zukunft?



Angaben in Prozent, Mehrfachnennungen

Klassische Kreditfinanzierung bleibt gefragt, Bedeutung innovativer Finanzierungsformen nimmt dramatisch zu

Generelle künftige Bedeutung von Finanzierung für Innovationen und Unternehmensgründungen



Informationstechnologie u. Telekommunikation
 Mittelstand (gesamt)

abnehmende Bedeutung  

zunehmende Bedeutung  

Angaben in Prozent, an Hundert Fehlende: unveränderte Bedeutung oder keine Angabe