



# **Unternehmerperspektiven 2017**

## **Next Generation: Neues Denken für die Wirtschaft**

Ergebnisse für Baden-Württemberg

# Agenda

<b>0. Key Results</b>	<b>1</b>
1. Untersuchungsdesign	3
2. Deutscher Mittelstand: Demografie eines Erfolgsmodells	6
3. Unternehmen im Umbruch: Führungswechsel und Nachfolge	12
4. Next Generation Management: Impulsgeber für neues Denken?	17
5. Next Generation Banking: Digitale Services	21

# Key Results für Baden-Württemberg

## › Geschäftstätigkeit

8 Prozent der Unternehmen aus Baden-Württemberg sind jünger als 10 Jahre und damit „Digital Natives“.

Die meisten Unternehmen bleiben ihrem Hauptgeschäftsfeld langfristig treu.

Die älteren Unternehmen sind häufig mit ausgereiften Produkten und Dienstleistungen in ebensolchen Märkten tätig, jedoch gibt es in der Region auch überdurchschnittlich viele Unternehmen in Wachstumsmärkten.

## › Veränderungsdruck

Der Veränderungsdruck auf die Geschäftsmodelle nimmt, weil neue starke Wettbewerber in die Märkte drängen und ein Umbruch von Schlüsseltechnologien zu erwarten ist. Die Unternehmen machen Modernisierungsbedarf allerdings eher selten bei ihrer Angebotspalette aus, sondern vor allem bei der Mitarbeiterqualifikation, den Produktionsabläufen und im Marketing.

## › Führungswechsel

33 Prozent der Unternehmen aus Baden-Württemberg müssen in den nächsten 5 Jahren einen Wechsel an der Führungsspitze bewältigen. Der zentrale Anlass: Alters- oder gesundheitsbedingte Nachfolge.

Ein Führungswechsel weckt hohe Erwartungen an strategische Veränderungen. Dieses Potenzial wird allerdings nicht immer ausgeschöpft.

## › Neues Denken

Die Altersstruktur der Führungskräfte in Baden-Württemberg ist gut gemischt, die Verweildauer im Unternehmen ist hoch. Dies zeugt von hohem Commitment im Mittelstand.

Trotz vieler etablierter Unternehmen sind die Führungskräfte in der Region besonders zukunftsorientiert.

## › Next Generation Banking

„Neues Denken“ im Unternehmen heißt auch, dass sich die Anforderungen an das Banking von morgen verändern: Apps und Schnittstellen zur Unternehmenssoftware werden erwartet. Klassische Bankkredite verlieren an Bedeutung, die Region sieht in innovativen Finanzierungsformen wie Inkubatoren, Business Angels und Peer-to-Peer-Lending überdurchschnittlich viel Potenzial.

# Agenda

0. Executive Summary	1
<b>1. Untersuchungsdesign</b>	<b>3</b>
2. Deutscher Mittelstand: Demografie eines Erfolgsmodells	6
3. Unternehmen im Umbruch: Führungswechsel und Nachfolge	12
4. Next Generation Management: Impulsgeber für neues Denken?	17
5. Next Generation Banking: Digitale Services	21

# Die Untersuchung ist repräsentativ für mittelständische Unternehmen aus Baden-Württemberg mit einem Jahresumsatz ab 2,5 Mio. Euro

**Regionale Stichprobe:**

287 Unternehmen aus Baden-Württemberg

**Gesamtstichprobe:**

2.010 Unternehmen (im Folgenden „Bundesdurchschnitt“)

**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



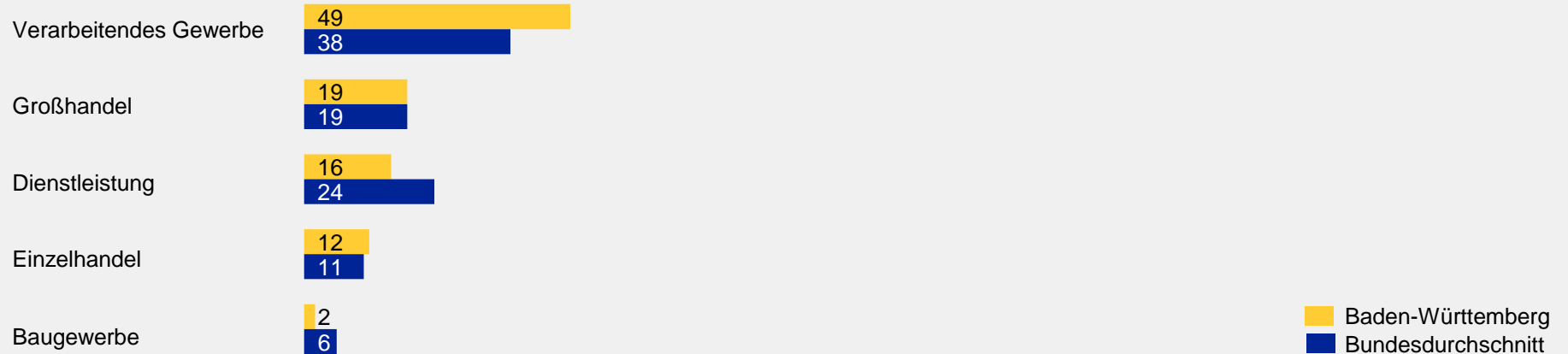
# Strukturdaten der regionalen Stichprobe

## Jahresumsatz



alle Angaben in Prozent

## Branchen



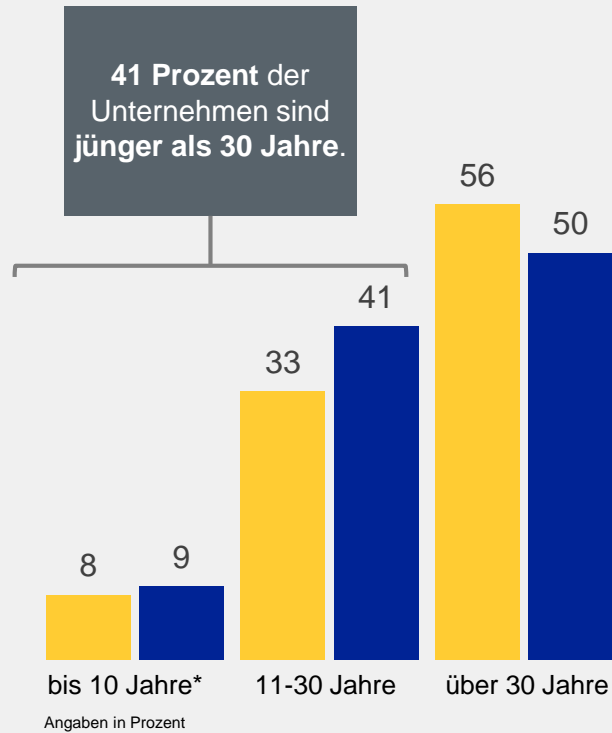
alle Angaben in Prozent

# Agenda

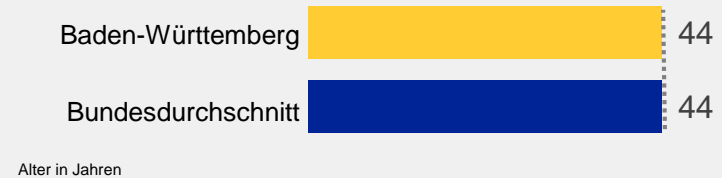
0. Executive Summary	1
1. Untersuchungsdesign	3
<b>2. Deutscher Mittelstand: Demografie eines Erfolgsmodells</b>	<b>6</b>
3. Unternehmen im Umbruch: Führungswechsel und Nachfolge	12
4. Next Generation Management: Impulsgeber für neues Denken?	17
5. Next Generation Banking: Digitale Services	21

# 56 Prozent der Unternehmen in Baden-Württemberg sind älter als 30 Jahre, nur 8 Prozent sind „Digital Natives“

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



Durchschnittsalter der Unternehmen in Jahren:



■ Baden-Württemberg  
■ Bundesdurchschnitt

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

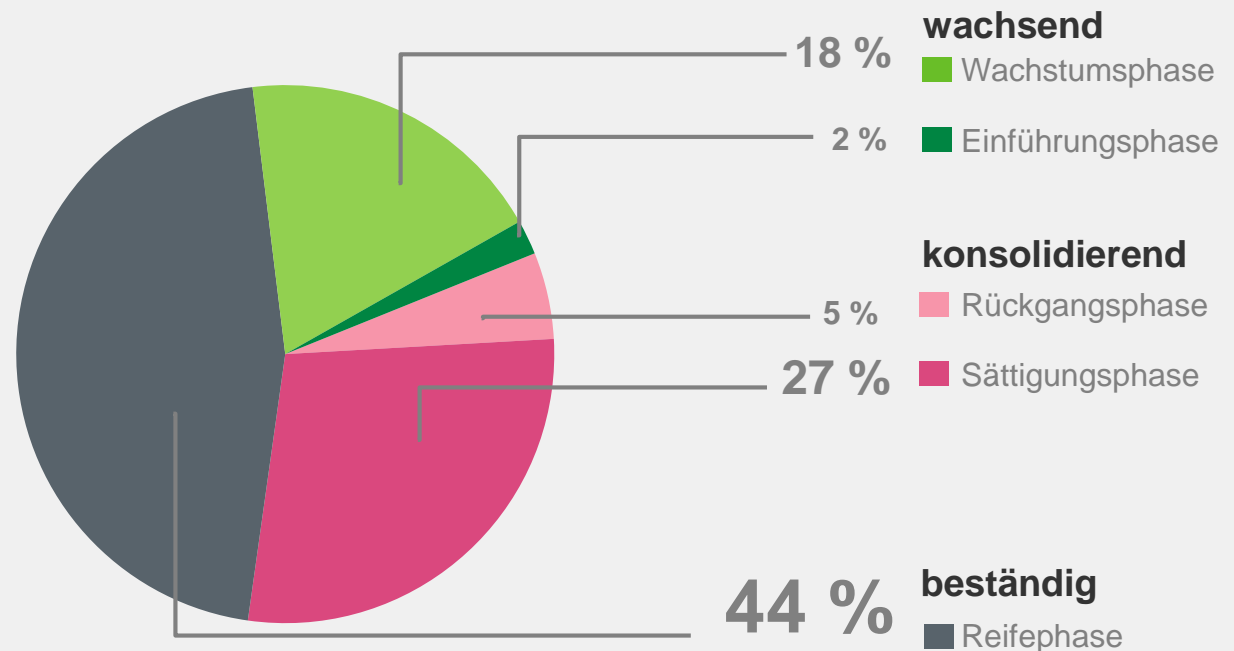
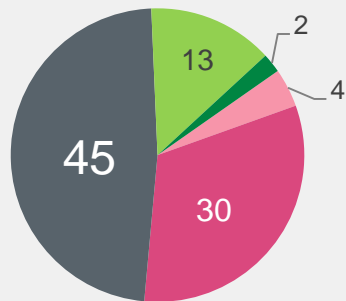


# Die meisten Unternehmen bewegen sich in ausgereiften und gesättigten Märkten mit ebensolchen Produkten und Dienstleistungen

Lebenszyklus der Produkte oder Dienstleistungen

## Baden-Württemberg

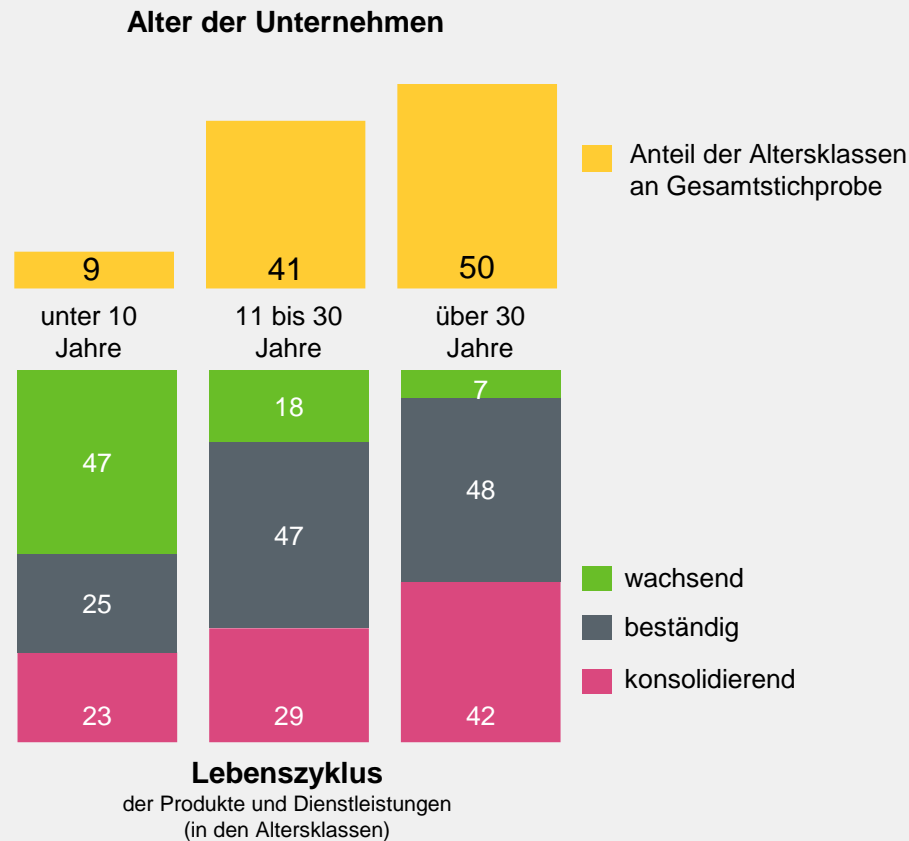
### Bundesdurchschnitt



Angaben in Prozent

# Unternehmen „altern“ mit ihren Produkten, Dienstleistungen und Märkten

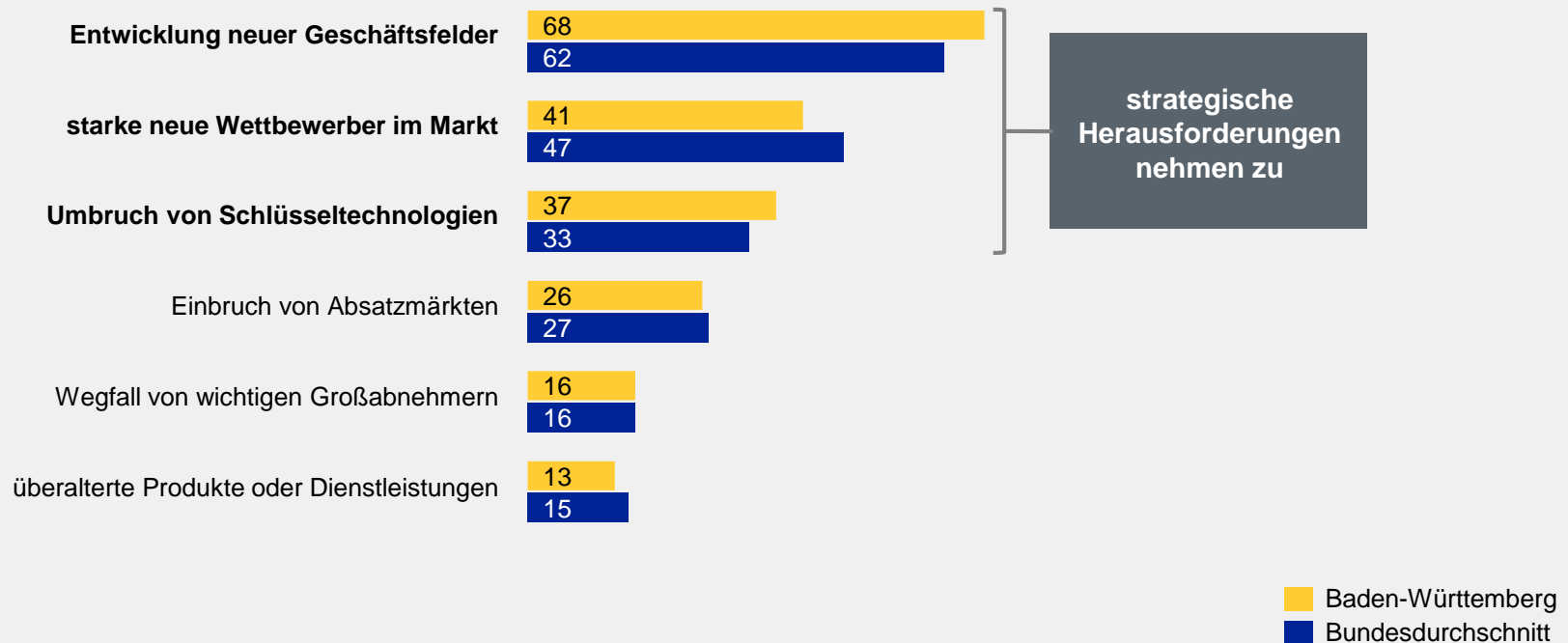
Lebenszyklus der Produkte oder Dienstleistungen nach Alter der Unternehmen



Angaben in Prozent

# Viele Unternehmen erwartet in den nächsten fünf Jahren disruptive Veränderungen

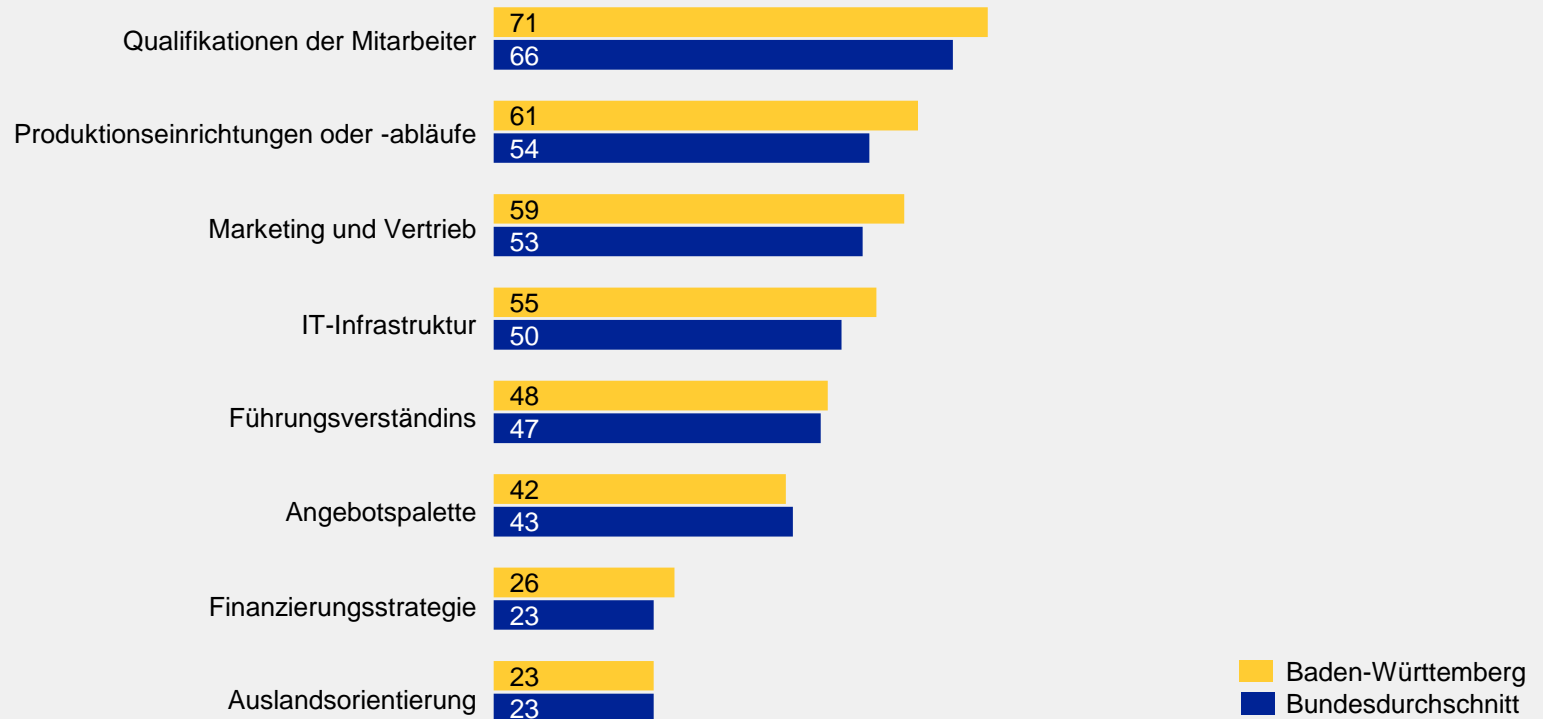
Welchen Herausforderungen müssen sich die Unternehmen in den nächsten fünf Jahren stellen?



Angaben in Prozent, Mehrfachnennungen

# Der größte Veränderungsbedarf entsteht bei der Mitarbeiterqualifikation, den Produktionsabläufen, dem Marketing und der IT

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



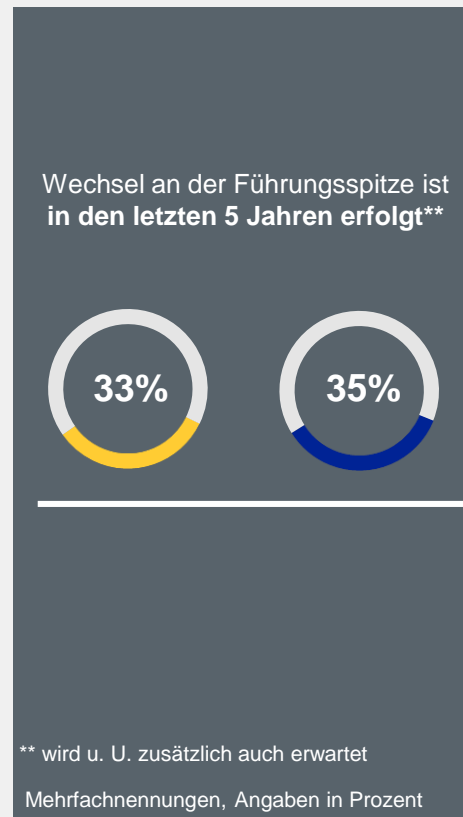
Angaben in Prozent, Mehrfachnennungen



# Agenda

0. Executive Summary	1
1. Untersuchungsdesign	3
2. Deutscher Mittelstand: Demografie eines Erfolgsmodells	6
<b>3. Unternehmen im Umbruch: Führungswechsel und Nachfolge</b>	<b>12</b>
4. Next Generation Management: Impulsgeber für neues Denken?	17
5. Next Generation Banking: Digitale Services	21

# 33 Prozent der Unternehmen aus Baden-Württemberg rechnen in den nächsten fünf Jahren mit einem Wechsel an der Führungsspitze

Welchen Herausforderungen mussten/müssen sich die Unternehmen stellen?



 Baden-Württemberg  
 Bundesdurchschnitt

# 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\*\*



 Baden-Württemberg  
 Bundesdurchschnitt

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

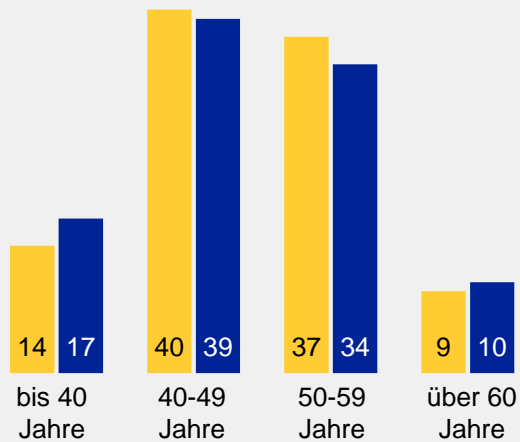
# Agenda



0. Executive Summary	1
1. Untersuchungsdesign	3
2. Deutscher Mittelstand: Demografie eines Erfolgsmodells	6
3. Unternehmen im Umbruch: Führungswechsel und Nachfolge	12
<b>4. Next Generation Management: Impulsgeber für neues Denken?</b>	<b>17</b>
5. Next Generation Banking: Digitale Services	21

# Junge Führungskräfte und „Neueinsteiger“ sind die Ausnahme

## Alter der befragten Führungskräfte

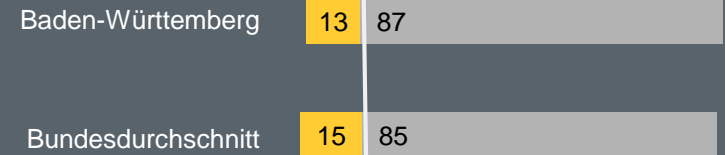
Anteil der Altersgruppen (befragte Führungskräfte) an der Gesamtstichprobe



 Baden-Württemberg  
 Bundesdurchschnitt

## Dauer der Unternehmenszugehörigkeit

bis 5 Jahre  über 5 Jahre 



Angaben in Prozent

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

## Score „Neues Denken“

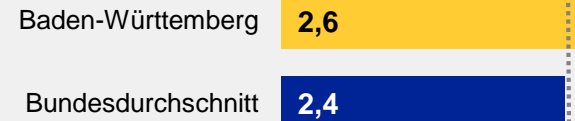
Der Score „Neues Denken“ dient dazu, zukunftsgerichtetes Denken und Handeln zu identifizieren.

### 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:



# Gegenüber Trends im Innovationsmanagement besteht Zurückhaltung, die datengetriebene Analyse besitzt jedoch durchaus ihren Reiz

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



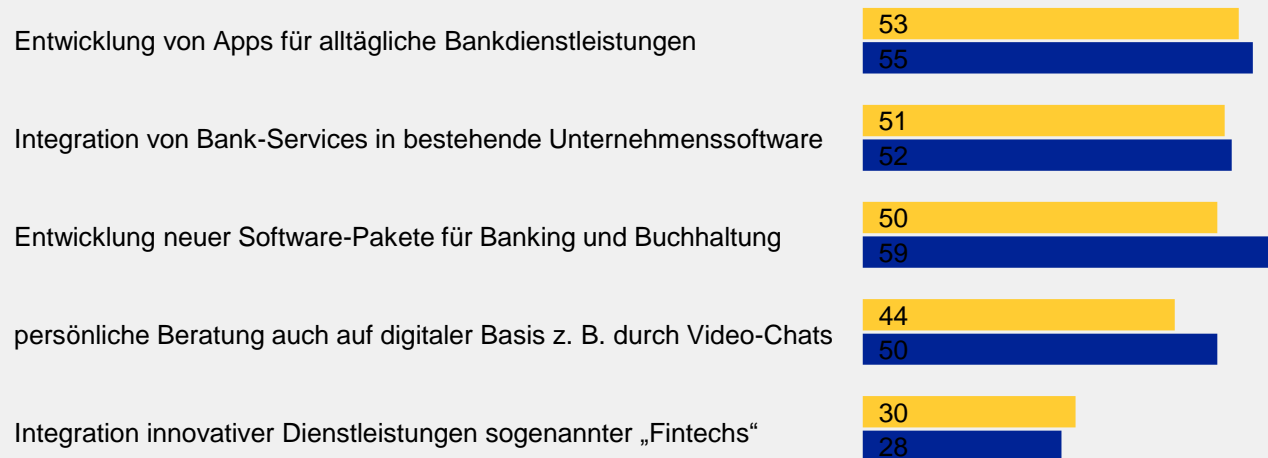
Angaben in Prozent, an Hundert Fehlende: nicht relevant/k. A



# Agenda

0. Executive Summary	1
1. Untersuchungsdesign	3
2. Deutscher Mittelstand: Demografie eines Erfolgsmodells	6
3. Unternehmen im Umbruch: Führungswechsel und Nachfolge	12
4. Next Generation Management: Impulsgeber für neues Denken?	17
<b>5. Next Generation Banking: Digitale Services</b>	<b>21</b>

# Unternehmen erwarten neue digitale Angebote von ihren Bankpartnern

Welche digitalen Serviceleistungen erwarten Sie von der Bank der Zukunft?

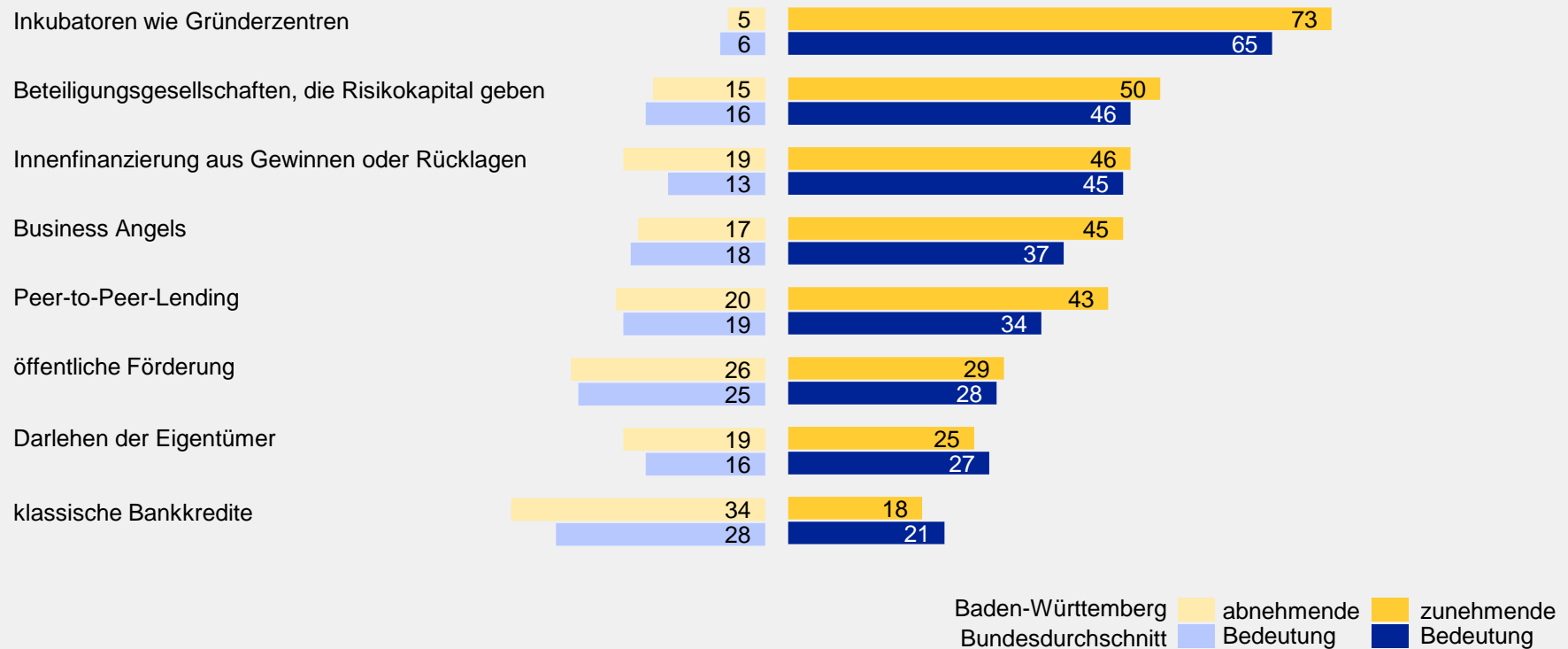


 Baden-Württemberg  
 Bundesdurchschnitt

Angaben in Prozent, Mehrfachnennungen

# Klassische Kreditfinanzierung immer weniger gefragt, Bedeutung innovativer Finanzierungsformen nimmt dramatisch zu

Generelle künftige Bedeutung von Finanzierung für Innovationen und Unternehmensgründungen



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