



Unternehmerperspektiven 2017

Next Generation: Neues Denken für die Wirtschaft

Ergebnisse für Hessen

Agenda

0. Key Results	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
5. Next Generation Banking: Digitale Services	21

Key Results für Hessen

› Geschäftstätigkeit

Jedes zehnte Unternehmen aus Hessen ist jünger als 10 Jahre und damit ein „Digital Native“.

Die meisten Unternehmen bleiben ihrem Hauptgeschäftsfeld langfristig treu.

Die älteren Unternehmen sind überdurchschnittlich häufig mit ausgereiften Produkten und Dienstleistungen in ebensolchen Märkten tätig.

› Veränderungsdruck

Der Veränderungsdruck auf die Geschäftsmodelle nimmt zu, 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, aber auch dem eigenen Führungsverständnis. Daneben steht vor allem die IT-Infrastruktur im Fokus.

› Führungswechsel

Gut ein Drittel der Unternehmen aus Hessen muss 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 Führungsspitze ist insgesamt gut gemischt und auffällig breit gestreut. Gleichzeitig ist die Verweildauer im Unternehmen hoch. Dies zeugt von hohem Commitment, hat aber auch Kehrseiten: Die heute notwendigen Veränderungsimpulse werden häufig von jungen Führungskräften und „Neueinsteigern“ gesetzt. Sie sind daher für etablierte Unternehmen besonders wichtige Impulsgeber, aber selten an der Spitze der Unternehmen zu finden.

› Next Generation Banking

Neues Denken im Unternehmen heißt auch, dass sich die Anforderungen an das Banking von morgen verändern: Digitale Services, Apps und mehr technologische Integration in die Struktur der Unternehmen werden erwartet. In Hessen soll aber auch persönliche Beratung über digitale Kanäle weiter garantiert werden.

Klassische Bankkredite sind nach wie vor gefragt, innovative Finanzierung und Förderung z. B. durch Risikokapital und Inkubatoren gewinnen massiv an Bedeutung.

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
5. Next Generation Banking: Digitale Services	21

Die Untersuchung ist repräsentativ für mittelständische Unternehmen aus Hessen mit einem Jahresumsatz ab 2,5 Mio. Euro

Regionale Stichprobe:

160 Unternehmen aus Hessen

Gesamtstichprobe:

2.010 Unternehmen (im Folgenden „Bundesdurchschnitt“)

Unternehmensgröße:

ab 2,5 Mio. Euro Jahresumsatz

Gesprächspartner:

Führungskräfte der ersten Ebene

Verfahren:

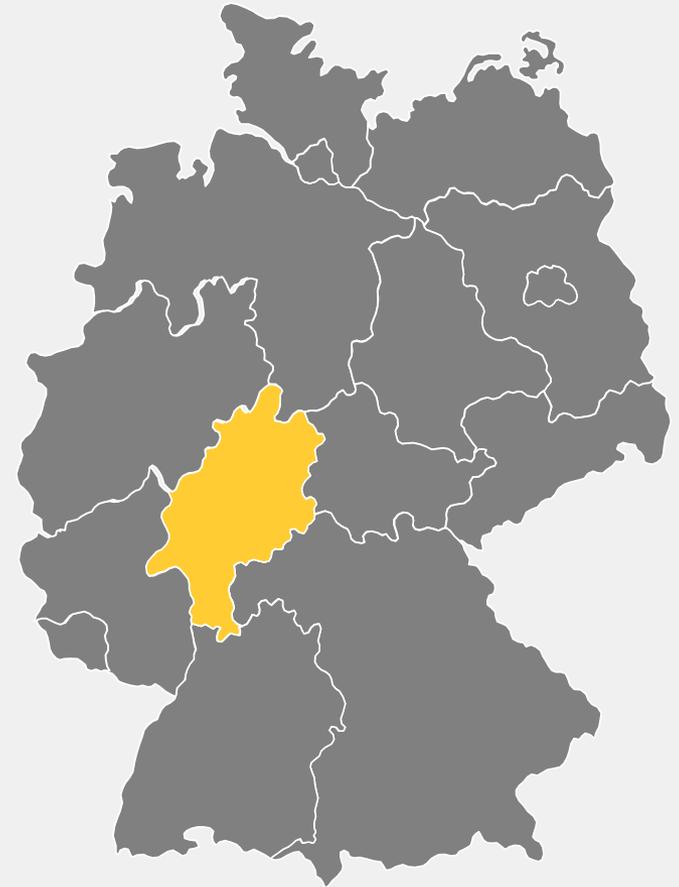
telefonische Interviews von 20 Minuten Dauer

Durchführung:

Kantar TNS

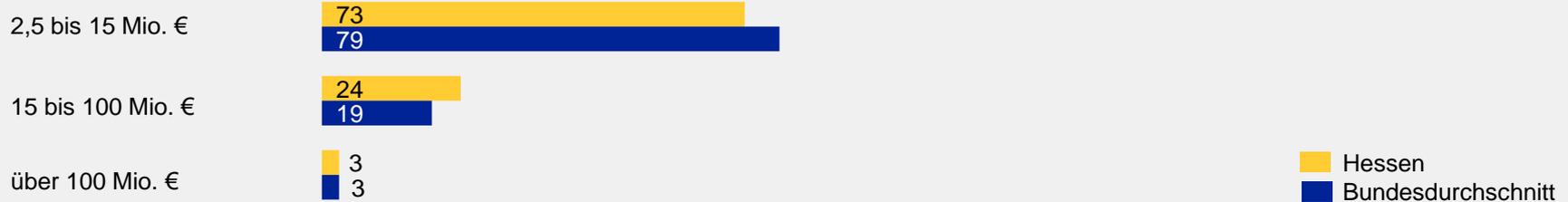
Zeitraum:

November 2016 bis Januar 2017



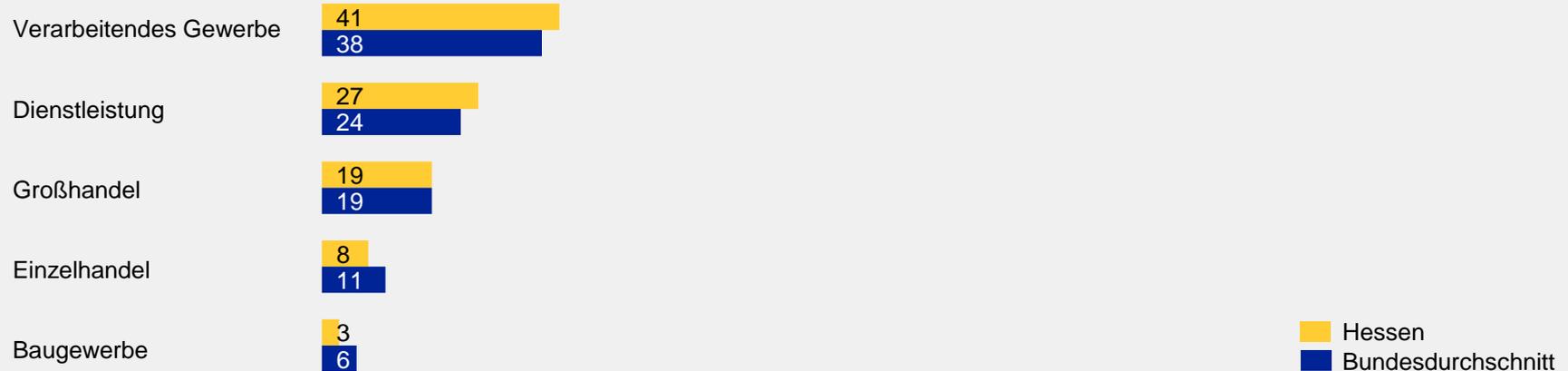
Strukturdaten der regionalen Stichprobe

Jahresumsatz



alle Angaben in Prozent

Branchen



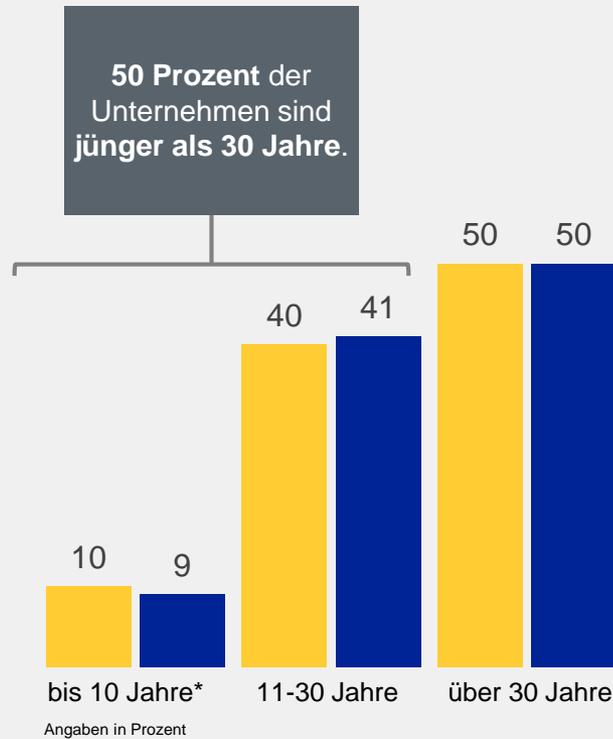
alle Angaben in Prozent

Agenda

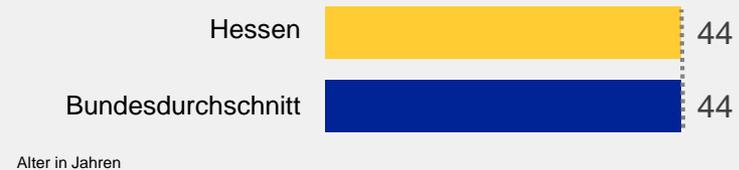
0. Executive Summary	1
1. Untersuchungsdesign	3
2. Deutscher Mittelstand: Demografie eines Erfolgsmodells	6
3. Unternehmen im Umbruch: Führungswechsel und Nachfolge	12
4. Next Generation Management: Impulsgeber für neues Denken?	17
5. Next Generation Banking: Digitale Services	21

Die Hälfte der hessischen Unternehmen ist jünger als 30 Jahre, jeder zehnte Mittelständler ist ein „Digital Native“

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



Durchschnittsalter der Unternehmen in Jahren:



 Hessen
 Bundesdurchschnitt

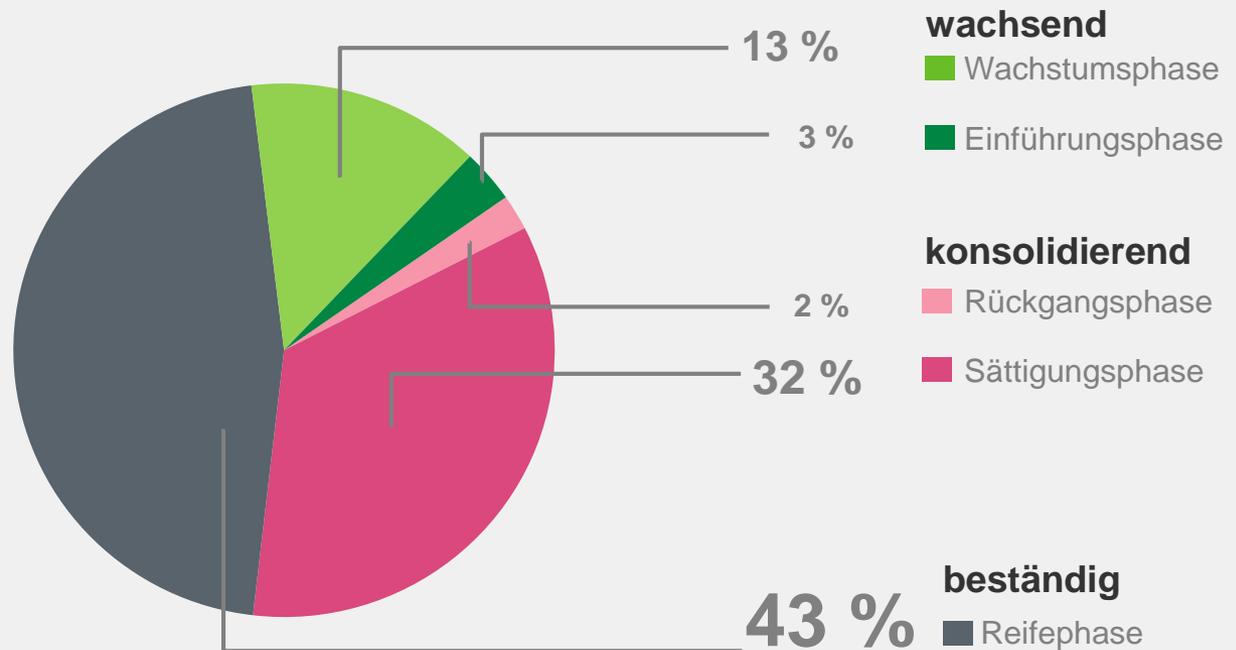
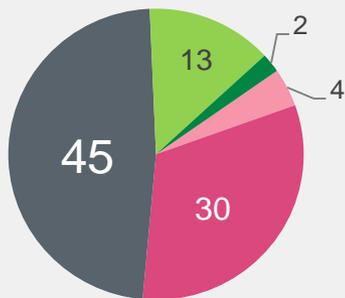
**Junge Unternehmen (bis 10 Jahre) sind unterrepräsentiert, da sie oft noch nicht den der Stichprobe zugrunde liegenden Mindestumsatz (2,5 Mio. € im Jahr) erreichen.*

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

Lebenszyklus der Produkte oder Dienstleistungen

Hessen

Bundesdurchschnitt

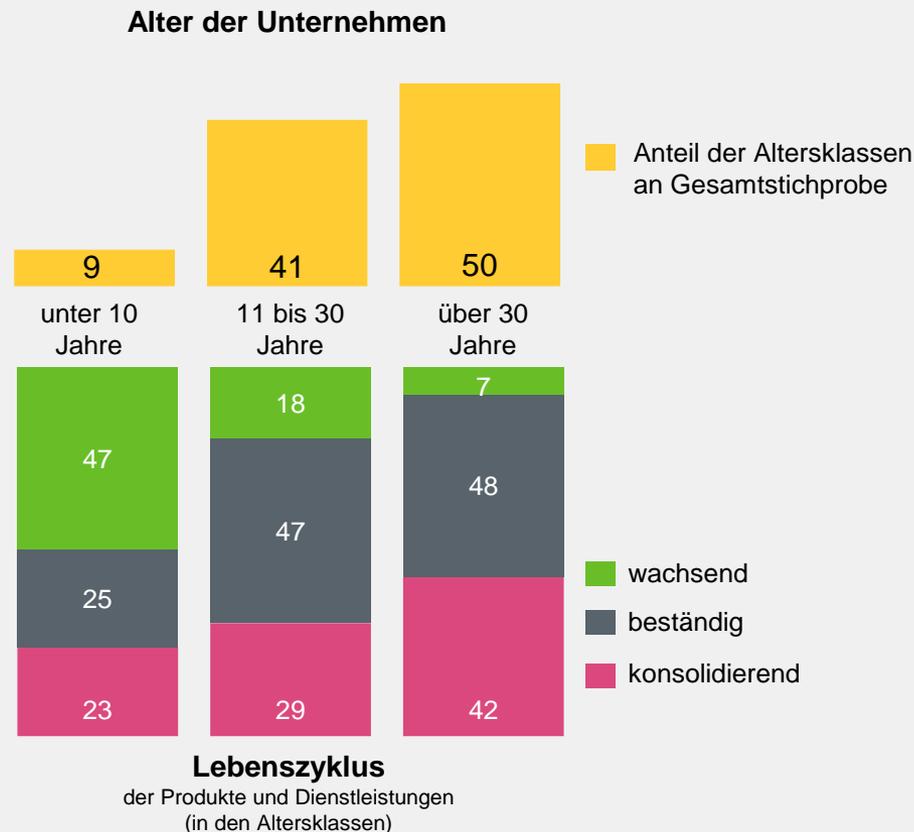


- wachsend**
 - Wachstumsphase
 - Einführungsphase
- konsolidierend**
 - Rückgangsphase
 - Sättigungsphase
- beständig**
 - Reifephase

Angaben in Prozent

Unternehmen „altern“ mit ihren Produkten, Dienstleistungen und Märkten

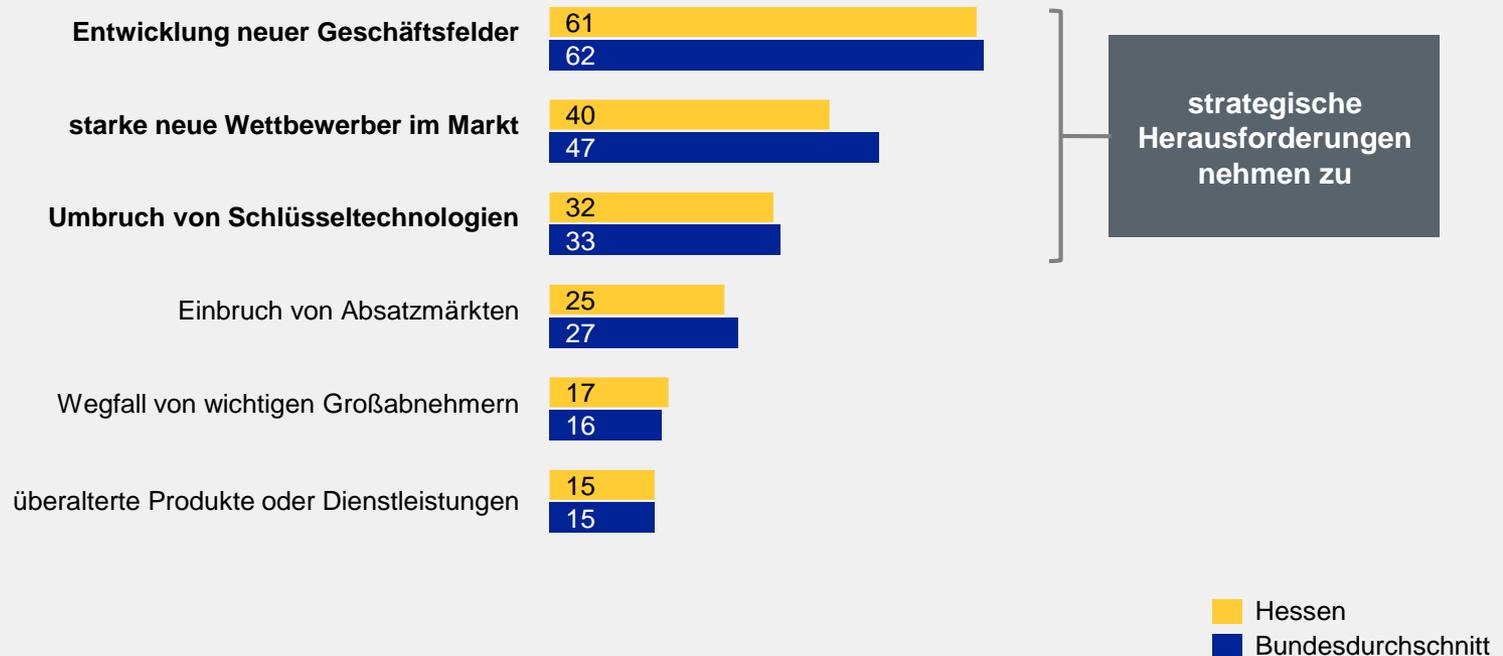
Lebenszyklus der Produkte oder Dienstleistungen nach Alter der Unternehmen



Angaben in Prozent

Viele Unternehmen aus Hessen erwarten in den nächsten fünf Jahren disruptive Veränderungen

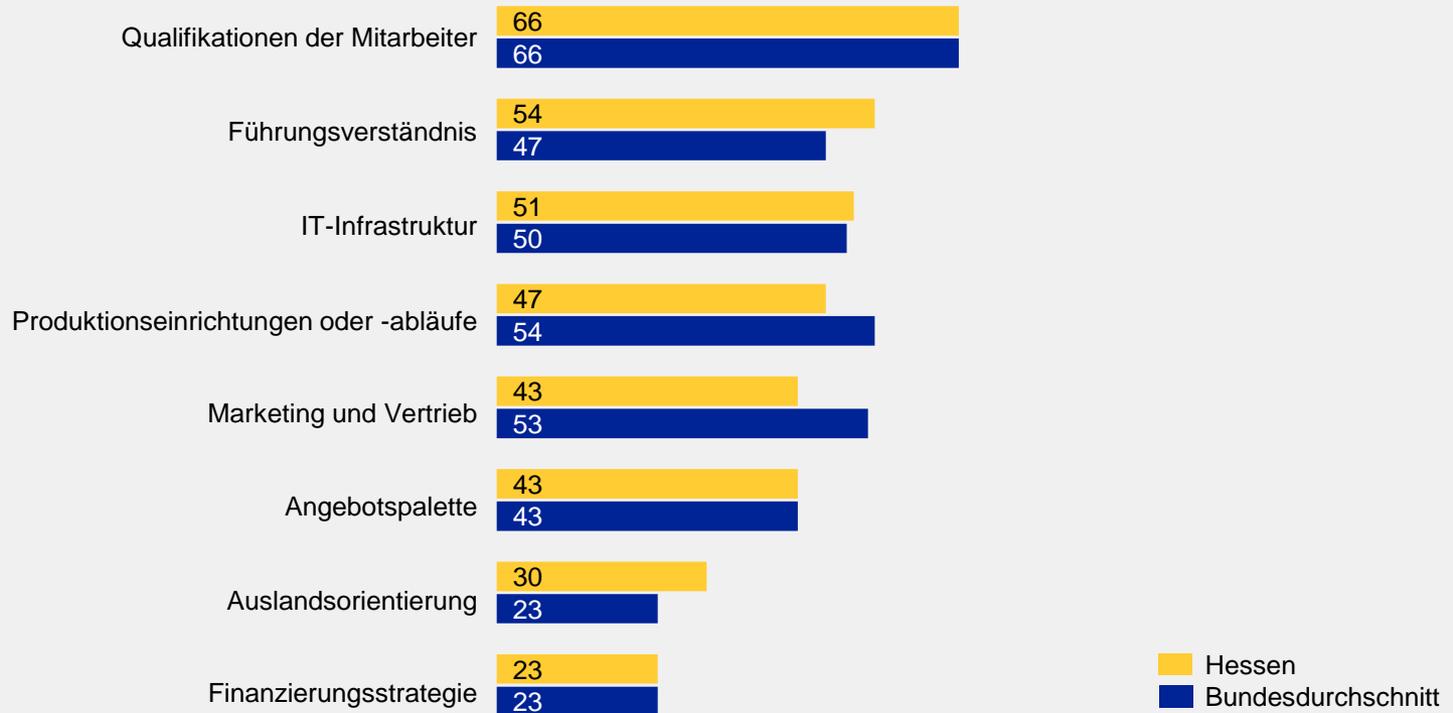
Welchen Herausforderungen müssen sich die Unternehmen in den nächsten fünf Jahren stellen?



Angaben in Prozent, Mehrfachnennungen

Der größte Veränderungsbedarf entsteht bei den Mitarbeitern – aber auch ein Umdenken der Führungskräfte ist nötig

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
3. Unternehmen im Umbruch: Führungswechsel und Nachfolge	12
4. Next Generation Management: Impulsgeber für neues Denken?	17
5. Next Generation Banking: Digitale Services	21

37 Prozent der Unternehmen aus Hessen rechnen in den nächsten fünf Jahren mit einem Wechsel an der Führungsspitze

Welchen Herausforderungen mussten/müssen sich die Unternehmen stellen?



 Hessen
 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**



 Hessen
 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

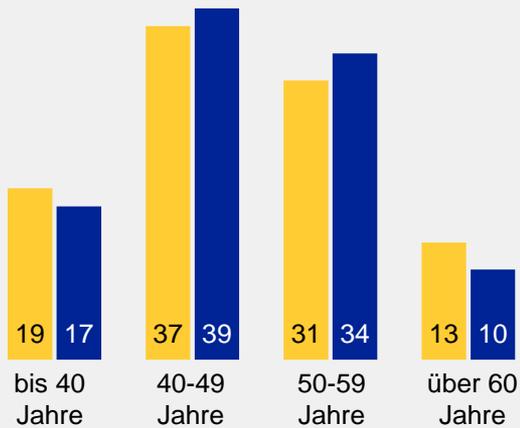
Agenda

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

Junge Führungskräfte und „Neueinsteiger“ sind die Ausnahme

Alter der befragten Führungskräfte

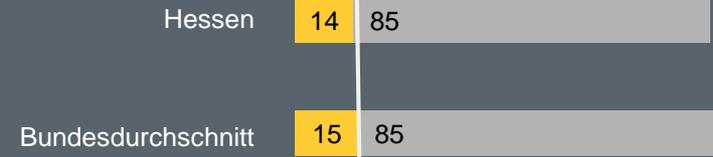
Anteil der Altersgruppen (befragte Führungskräfte) an der Gesamtstichprobe



 Hessen
 Bundesdurchschnitt

Dauer der Unternehmenszugehörigkeit

bis 5 Jahre  über 5 Jahre 



Angaben in Prozent

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

Score „Neues Denken“

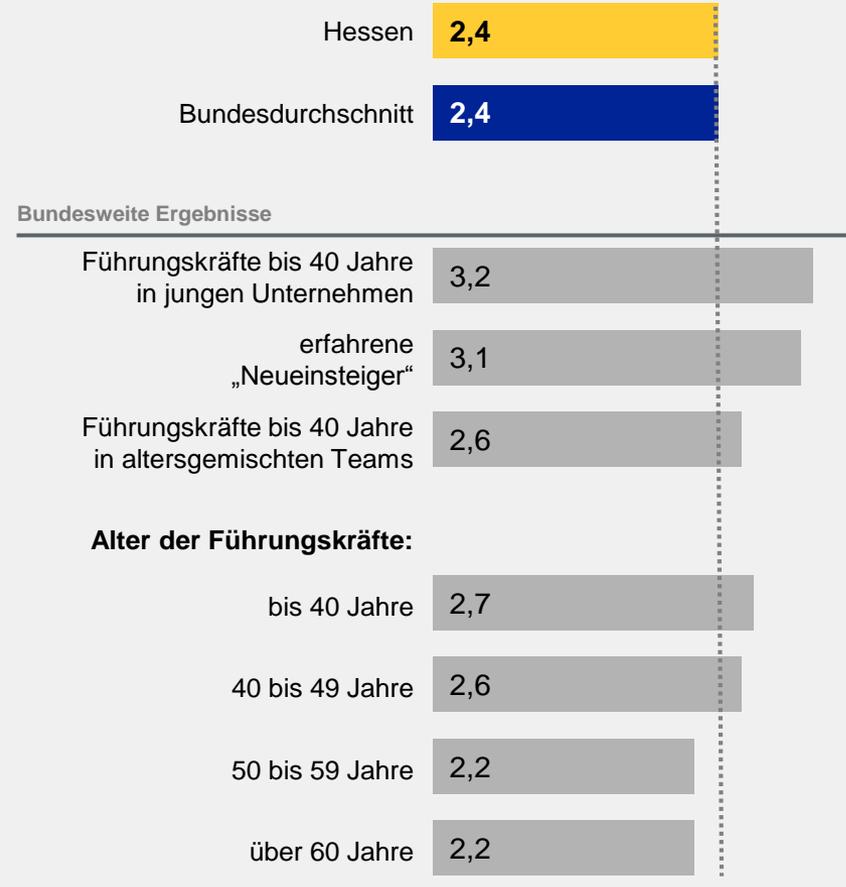
Der Score „Neues Denken“ dient dazu, zukunftsgerichtetes Denken und Handeln zu identifizieren.

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 |

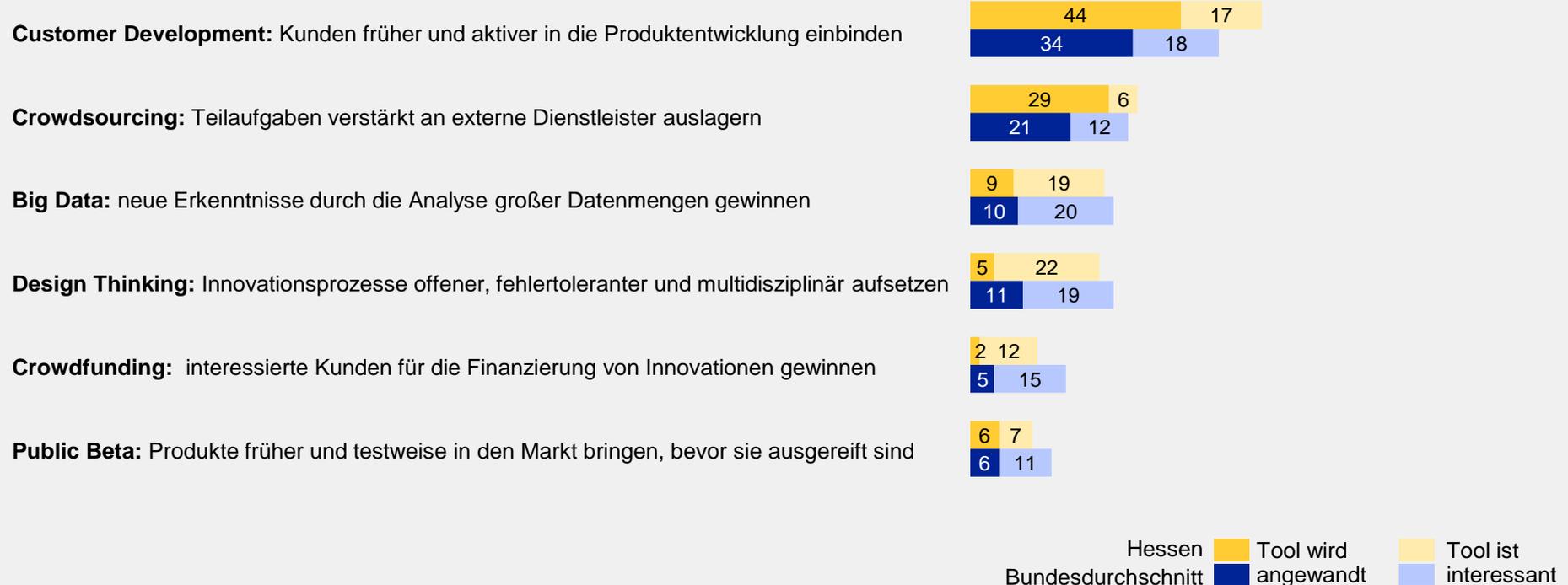
Score = durchschnittliche Anzahl der Nennungen in betrachteter Zielgruppe

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



Gegenüber Trends im Innovationsmanagement besteht Zurückhaltung

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



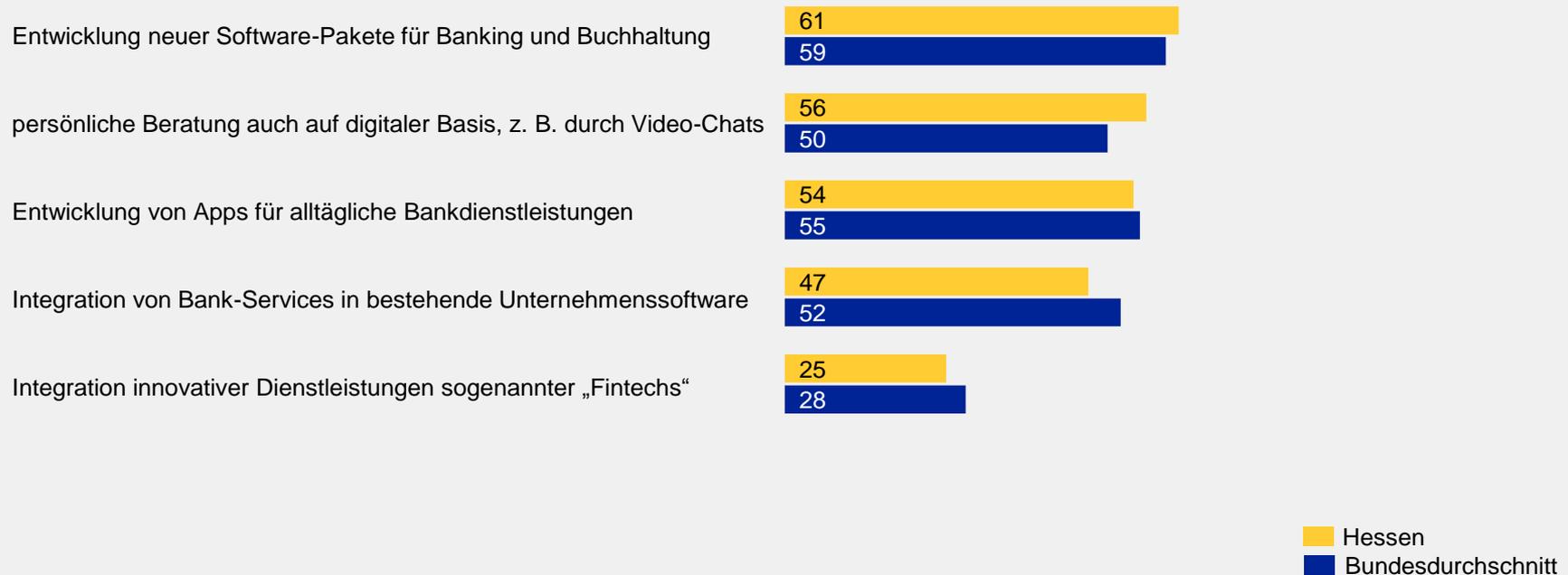
Angaben in Prozent, an Hundert Fehlende: nicht relevant/k. A

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
5. Next Generation Banking: Digitale Services	21

Unternehmen erwarten neue digitale Angebote, aber auch weiterhin persönliche Betreuung von ihren Bankpartnern

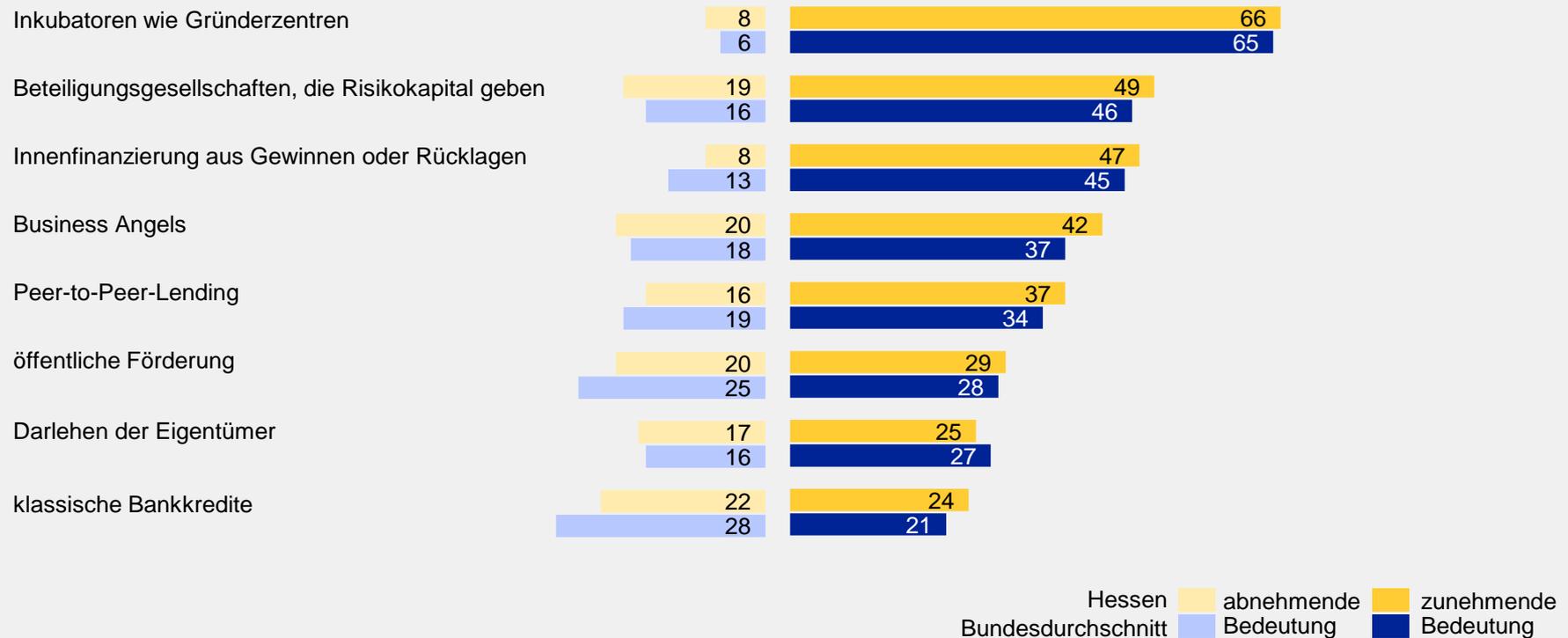
Welche digitalen Serviceleistungen erwarten Sie von der Bank der Zukunft?



Angaben in Prozent, Mehrfachnennungen

Klassische Kreditfinanzierung weiter gefragt, innovative Finanzierungsformen gewinnen dramatisch an Bedeutung

Generelle künftige Bedeutung von Finanzierung für Innovationen und Unternehmensgründungen



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