



Unternehmerperspektiven 2017

Next Generation: Neues Denken für die Wirtschaft

Ergebnisse für Niedersachsen und Bremen

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 Niedersachsen und Bremen

› Geschäftstätigkeit

Nur 6 Prozent der Unternehmen aus Niedersachsen und Bremen sind jünger als 10 Jahre und damit „Digital Natives“.

Die meisten Unternehmen bleiben mit einem recht hohen Durchschnittsalter von 50 Jahren ihrem Hauptgeschäftsfeld langfristig treu.

Die älteren Unternehmen sind 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, dem Marketing und den Produktionsabläufen.

› Führungswechsel

Gut ein Drittel der Unternehmen aus Niedersachsen und Bremen 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

In Niedersachsen und Bremen gibt es überdurchschnittlich viele junge Führungskräfte und vergleichsweise viele „Neueinsteiger“.

Im Schnitt wirkt das Management in seinen unternehmerischen Einstellungen aber vergleichsweise konservativ. In der Region gelingt es den Unternehmen offenbar selten, besonders engagierte und zukunftsorientierte Führungskräfte zu gewinnen.

› Next Generation Banking

Technische Lösungen zur digitalen Abwicklung von Bankgeschäften sind für die mittelständischen Unternehmen in der Region besonders attraktiv, aber auch Service und Beratung sollen digitaler werden.

Die Region setzt im digitalen Wandel besonders häufig auf öffentliche Förderung zur Unterstützung der Innovationsvorhaben. Der klassische Bankkredit verliert 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 Niedersachsen/Bremen mit einem Jahresumsatz ab 2,5 Mio. Euro

Regionale Stichprobe:

179 Unternehmen aus Niedersachsen und Bremen

Gesamtstichprobe:

2.010 Unternehmen (im Folgenden „Bundesdurchschnitt“)

Unternehmensgröße:

ab 2,5 Mio. Euro Jahresumsatz

Gesprächspartner:

Führungskräfte der ersten Ebene

Verfahren:

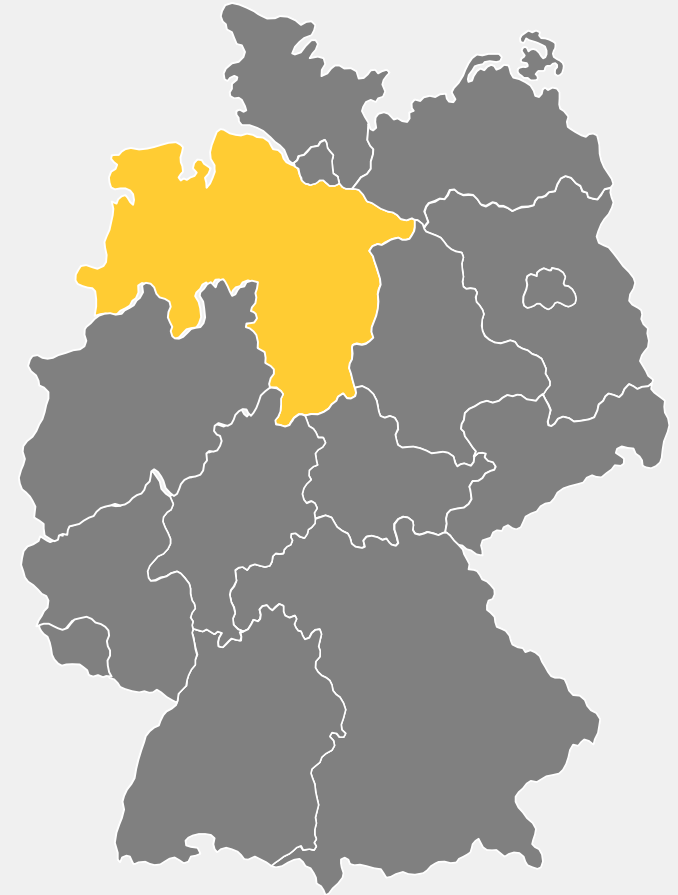
telefonische Interviews von 20 Minuten Dauer

Durchführung:

Kantar TNS

Zeitraum:

November 2016 bis Januar 2017



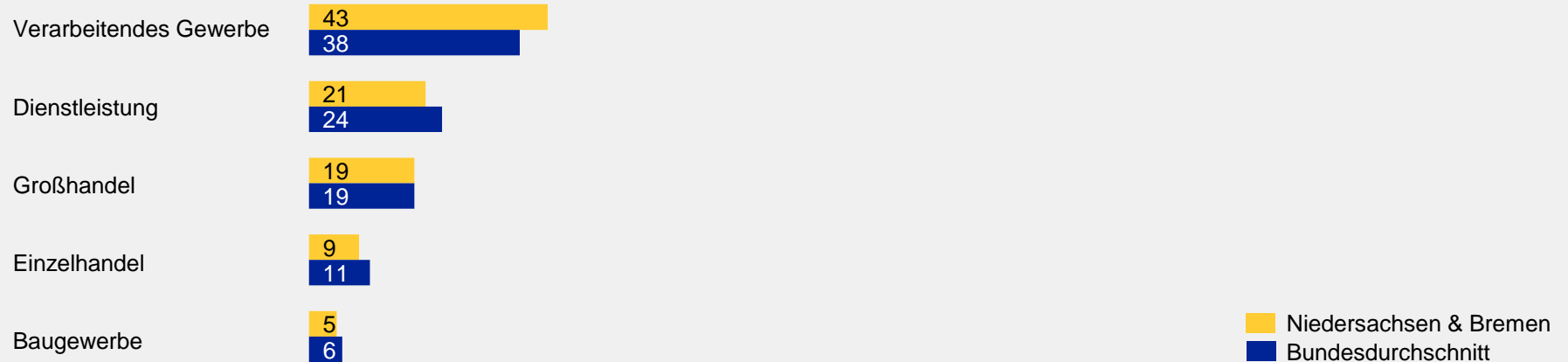
Strukturdaten der regionalen Stichprobe

Jahresumsatz



alle Angaben in Prozent

Branchen



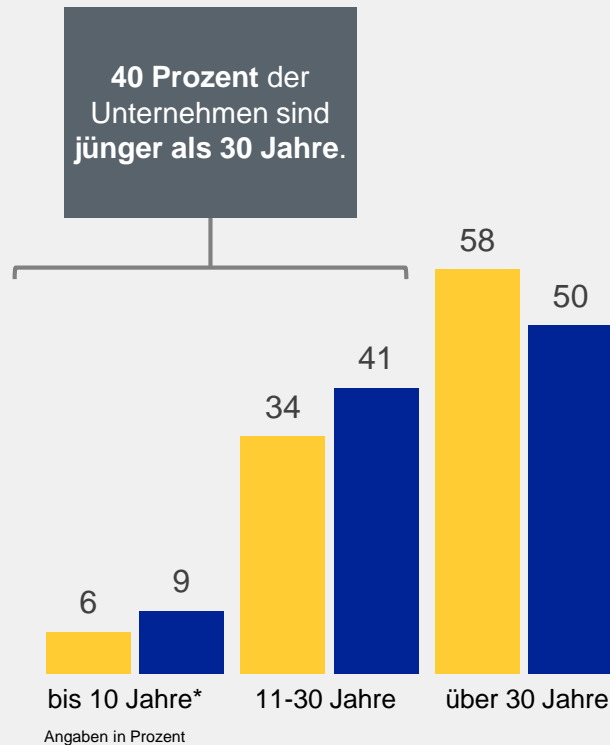
alle Angaben in Prozent

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

Über die Hälfte der Unternehmen ist älter als 30 Jahre, nur 6 Prozent sind „Digital Natives“

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



Durchschnittsalter der Unternehmen in Jahren:

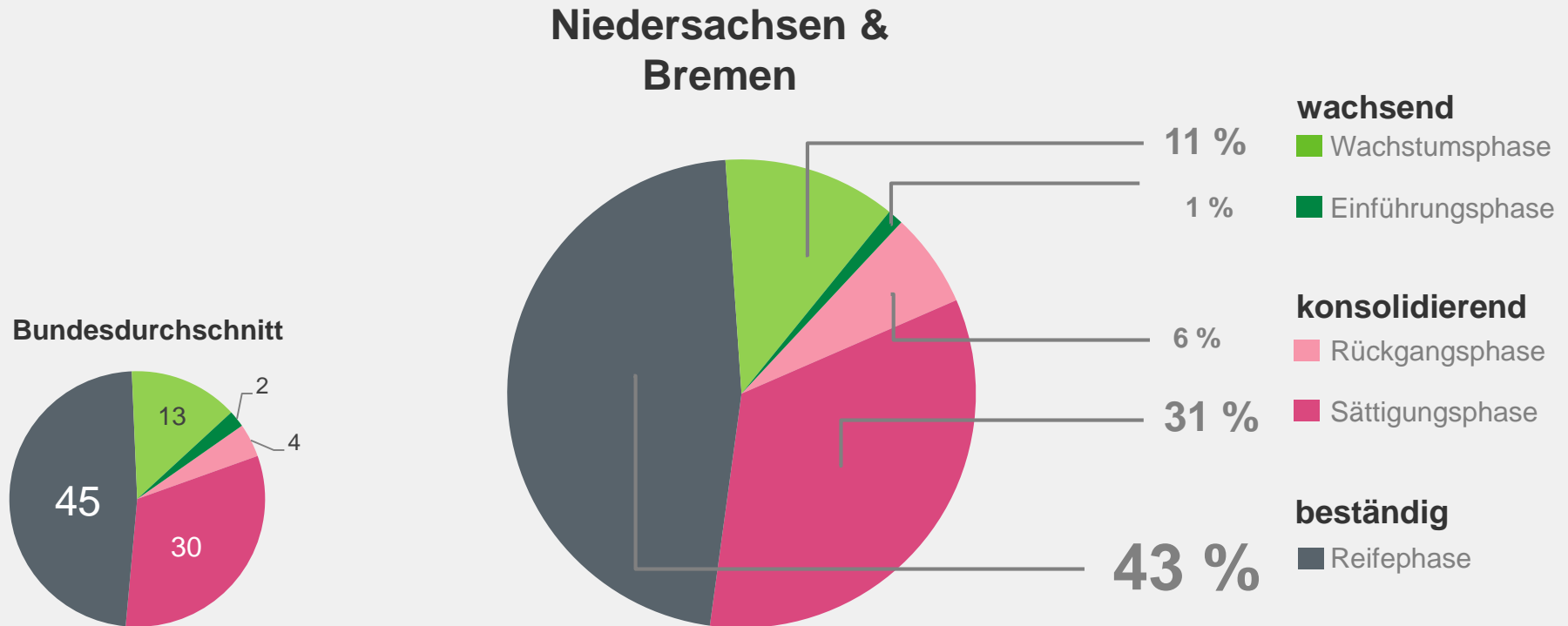


■ Niedersachsen & Bremen
■ Bundesdurchschnitt

**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

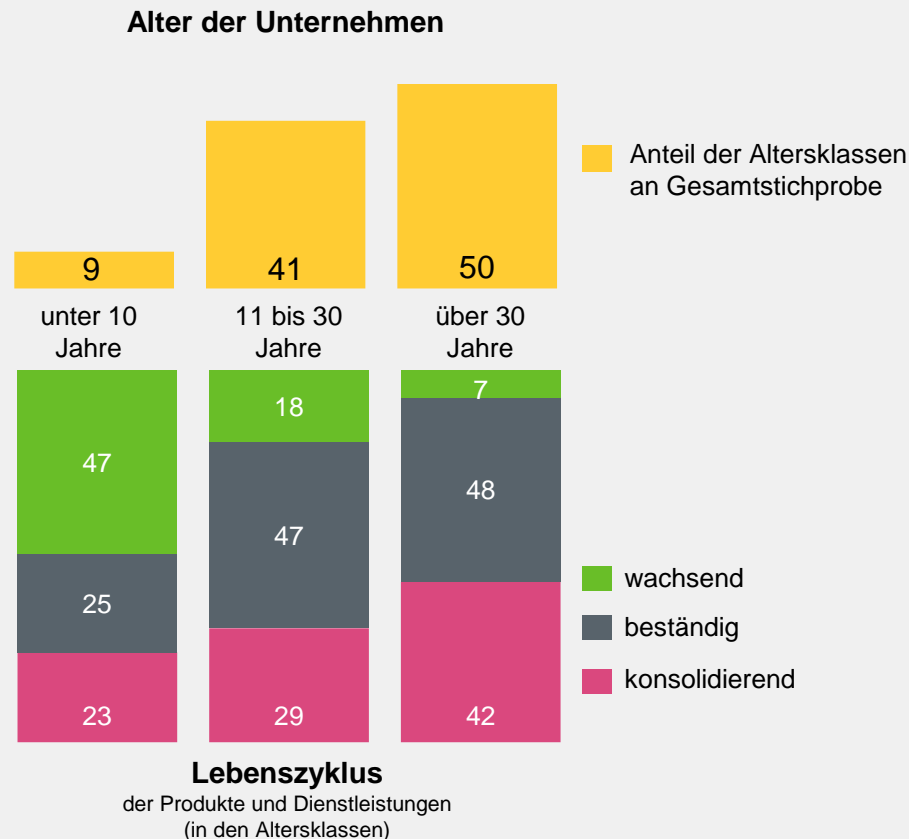
Lebenszyklus der Produkte oder Dienstleistungen



Angaben in Prozent

Unternehmen „altern“ mit ihren Produkten, Dienstleistungen und Märkten

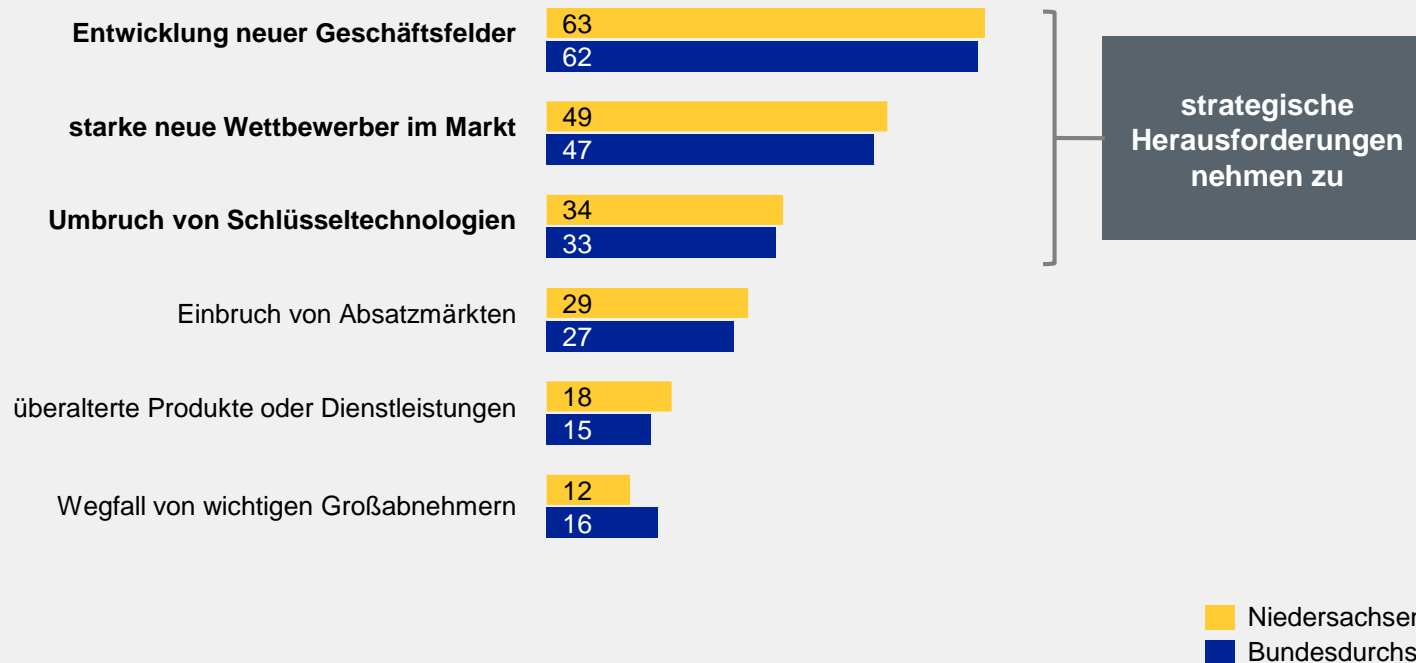
Lebenszyklus der Produkte oder Dienstleistungen nach Alter der Unternehmen



Angaben in Prozent

Viele Unternehmen aus der Region erwarten in den nächsten fünf Jahren disruptive Veränderungen

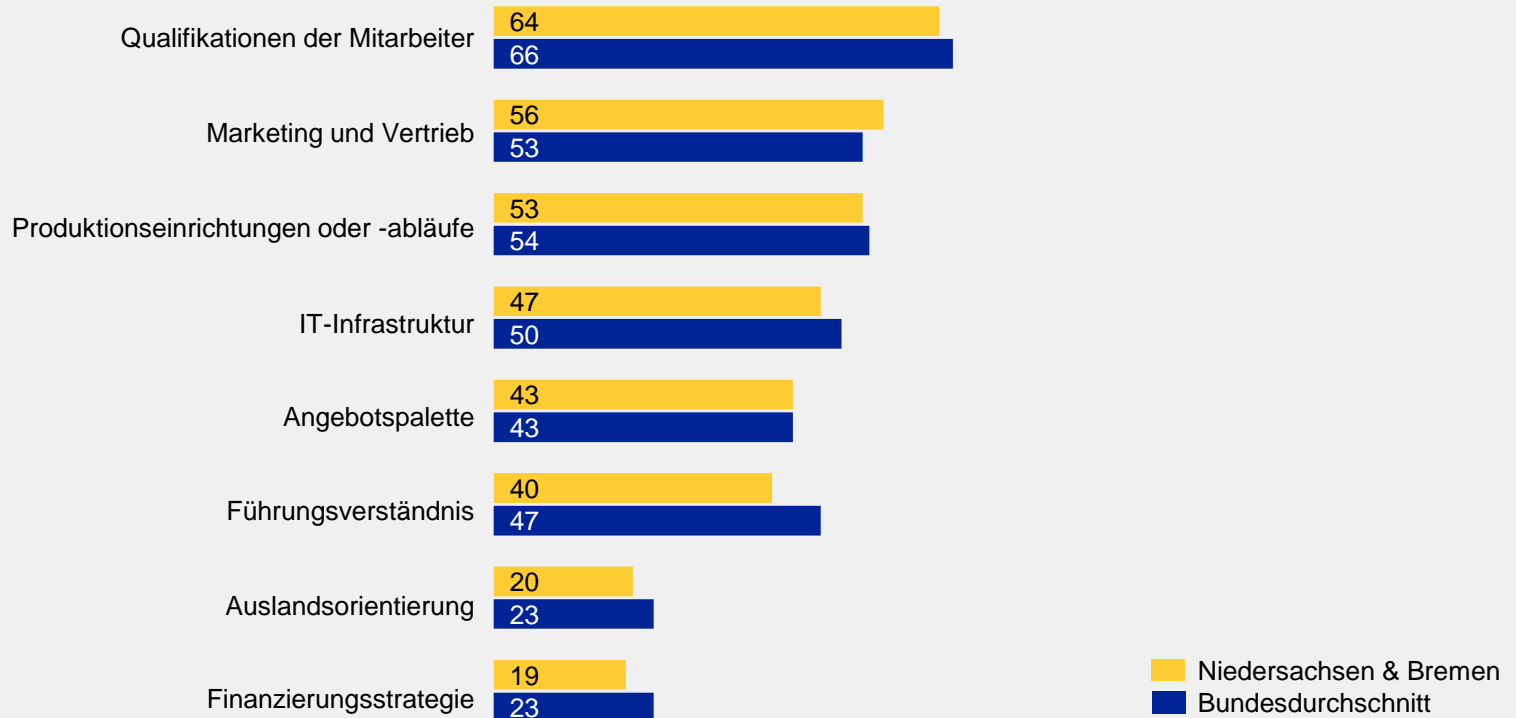
Welchen Herausforderungen müssen sich die Unternehmen in den nächsten fünf Jahren stellen?



Angaben in Prozent, Mehrfachnennungen

Der größte Veränderungsbedarf entsteht bei der Mitarbeiterqualifikation, im Marketing und bei den Produktionsabläufen

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



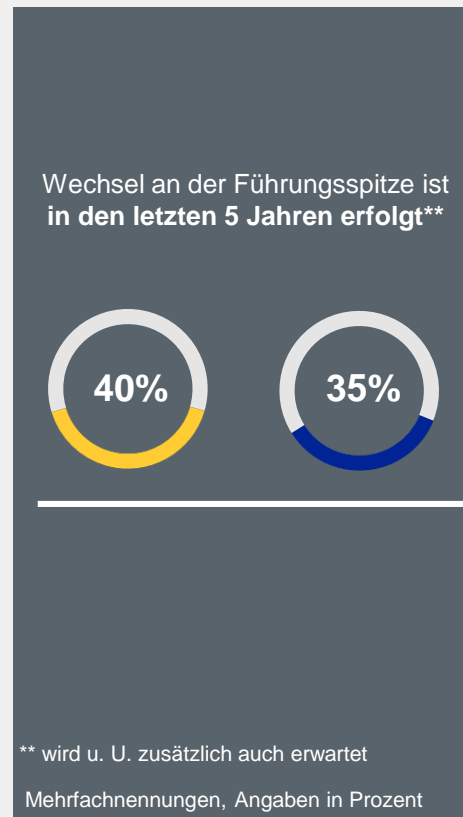
Angaben in Prozent, Mehrfachnennungen



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

35 Prozent der Unternehmen aus der Region rechnen in den nächsten fünf Jahren mit einem Wechsel an der Führungsspitze

Welchen Herausforderungen mussten/müssen sich die Unternehmen stellen?



 Niedersachsen & Bremen
 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**



 Niedersachsen & Bremen
 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

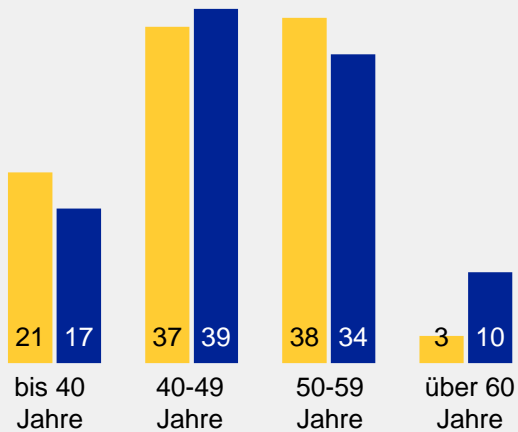
Agenda



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

Die Altersstruktur der Führungskräfte in der Region ist gut gemischt, es gibt überdurchschnittlich viele „Neueinsteiger“

Alter der befragten Führungskräfte

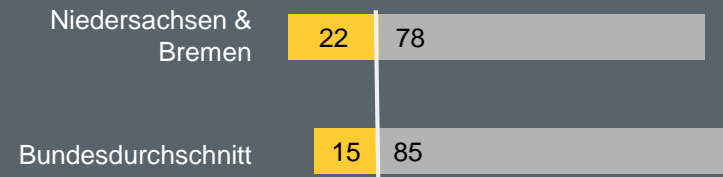
Anteil der Altersgruppen (befragte Führungskräfte) an der Gesamtstichprobe



 Niedersachsen & Bremen
 Bundesdurchschnitt

Dauer der Unternehmenszugehörigkeit

bis 5 Jahre  über 5 Jahre 



Angaben in Prozent

Junge Führungskräfte und „Neueinsteiger“ stehen häufiger für „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.

Niedersachsen & Bremen **2,2**

Bundesdurchschnitt **2,4**

Bundesweite Ergebnisse

Führungskräfte bis 40 Jahre
in jungen Unternehmen **3,2**

erfahrene
„Neueinsteiger“ **3,1**

Führungskräfte bis 40 Jahre
in altersgemischten Teams **2,6**

Alter der Führungskräfte:

bis 40 Jahre **2,7**

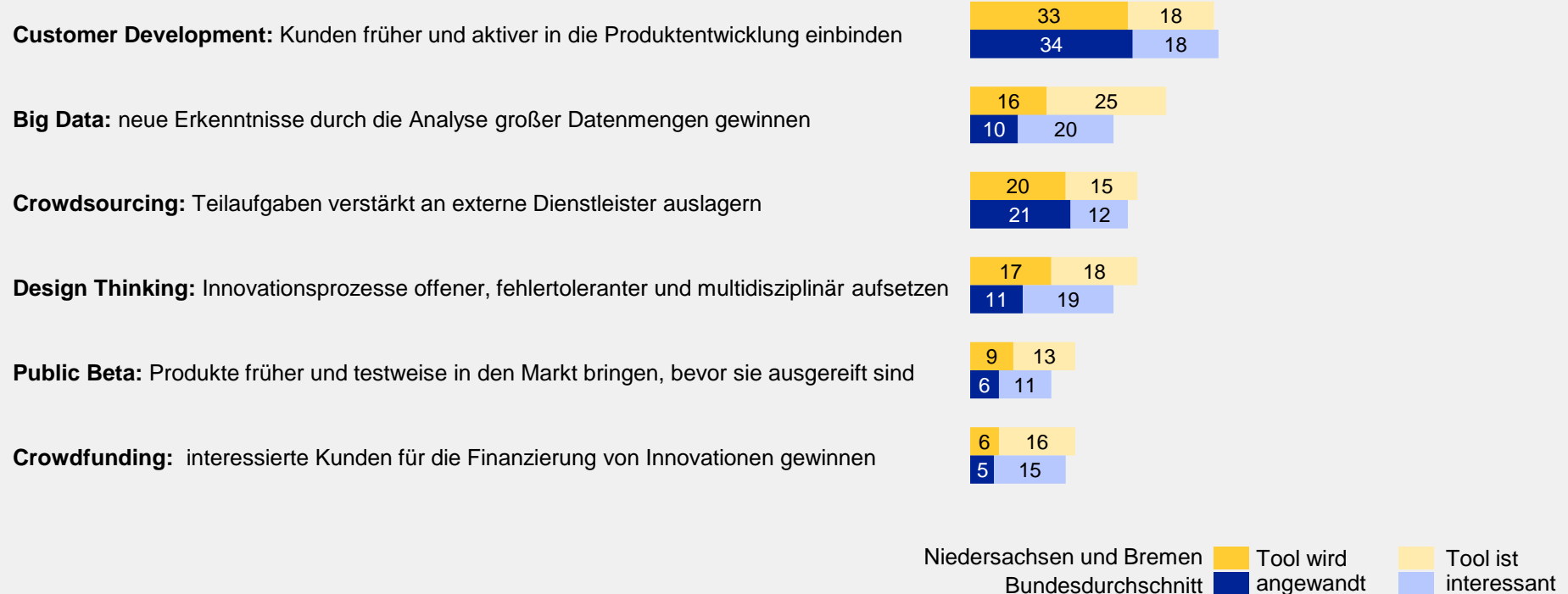
40 bis 49 Jahre **2,6**

50 bis 59 Jahre **2,2**

über 60 Jahre **2,2**

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



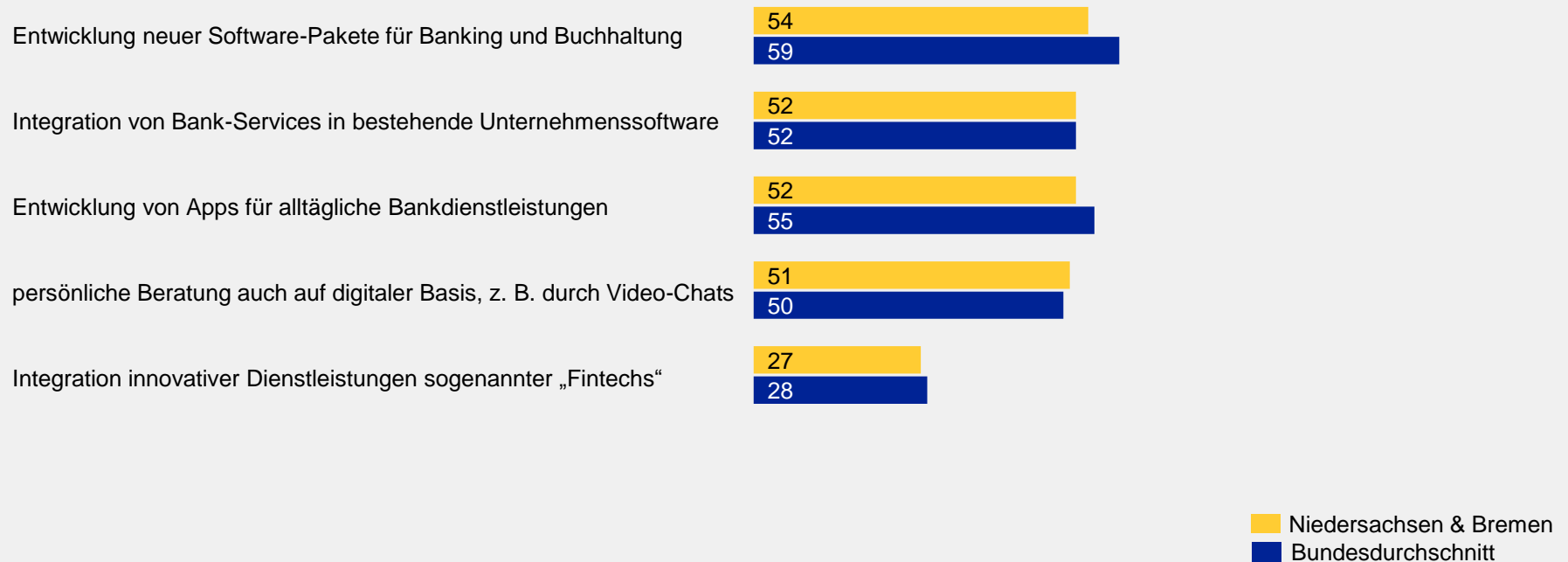
Angaben in Prozent, an Hundert Fehlende: nicht relevant/k. A

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
5. Next Generation Banking: Digitale Services	21

Unternehmen erwarten umfassende digitale Angebote von ihren Bankpartnern, sowohl im Bankgeschäft als auch in der Beratung

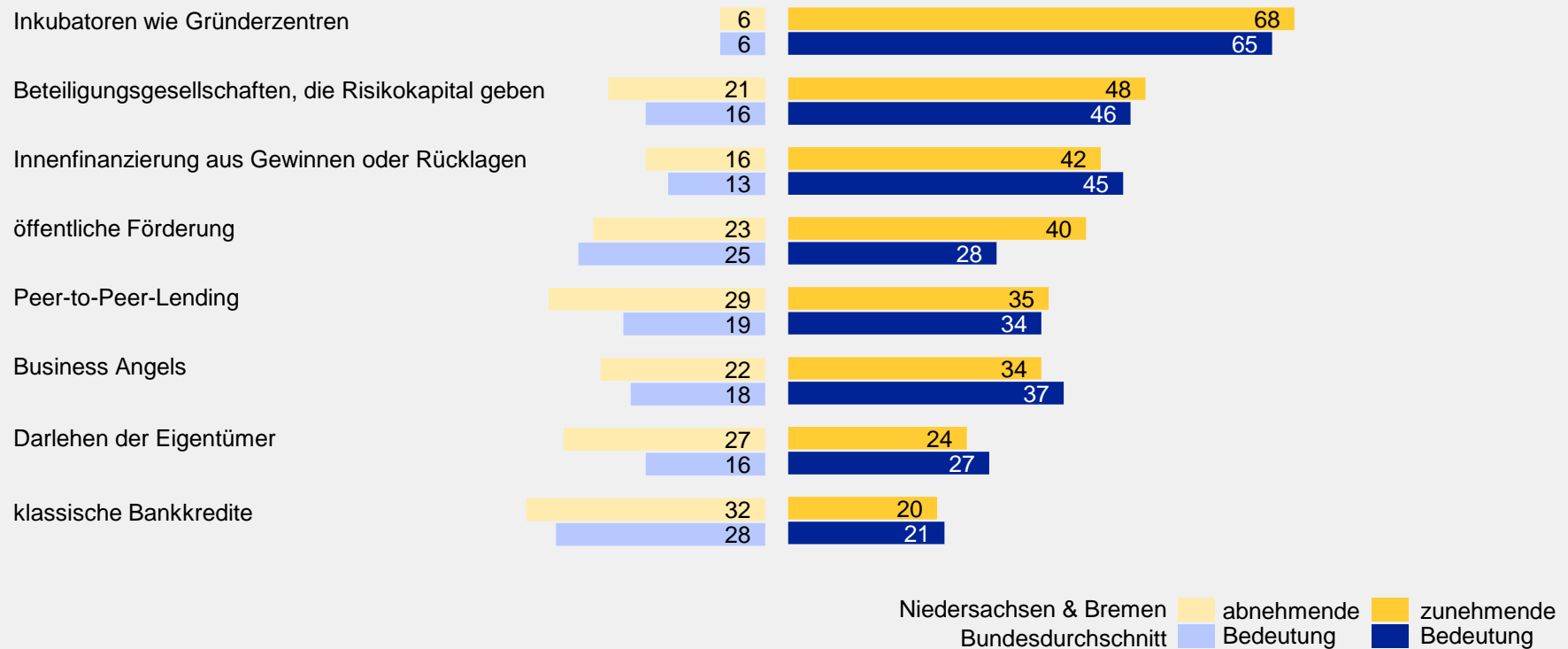
Welche digitalen Serviceleistungen erwarten Sie von der Bank der Zukunft?



Angaben in Prozent, Mehrfachnennungen

Klassische Kreditfinanzierung 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