

COMMERZBANK

Die Bank an Ihrer Seite



Unternehmerperspektiven 2017

Next Generation: Neues Denken für die Wirtschaft

Ergebnisse für Nordrhein-Westfalen

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 Nordrhein-Westfalen

› Geschäftstätigkeit

8 Prozent der Unternehmen aus NRW sind jünger als 10 Jahre und damit „Digital Natives“. Die meisten Unternehmen bleiben ihrem Hauptgeschäftsfeld langfristig treu. Dabei gibt es überdurchschnittlich viele etablierte und „alteingesessene“ Unternehmen in der Region.

› Veränderungsdruck

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

› Führungswechsel

43 Prozent der Unternehmen aus NRW müssen in den nächsten 5 Jahren einen Wechsel an der Führungsspitze bewältigen. Der zentrale Grund: Alters- oder gesundheitsbedingte Nachfolge. Ein Führungswechsel weckt hohe Erwartungen an strategische Veränderungen. Dieses Potenzial wird allerdings nicht immer ausgeschöpft.

› Neues Denken

Die Verweildauer in den Führungsetagen der Unternehmen ist hoch. Das zeugt von hohem Commitment, hat aber auch Kehrseiten: Die heute notwendigen Veränderungsimpulse werden häufig von jungen Führungskräften wie auch von „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: Apps, digitalisierte Services und mehr technologische Integration in die Struktur der Unternehmen werden von den Bankdienstleistern erwartet. Der klassische Bankkredit bleibt ein wichtiges Finanzierungsinstrument, innovative Angebote gewinnen jedoch 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 NRW mit einem Jahresumsatz ab 2,5 Mio. Euro

Regionale Stichprobe:

505 Unternehmen aus Nordrhein-Westfalen

Gesamtstichprobe:

2.010 Unternehmen (im Folgenden „Bundesdurchschnitt“)

Unternehmensgröße:

ab 2,5 Mio. Euro Jahresumsatz

Gesprächspartner:

Führungskräfte der ersten Ebene

Verfahren:

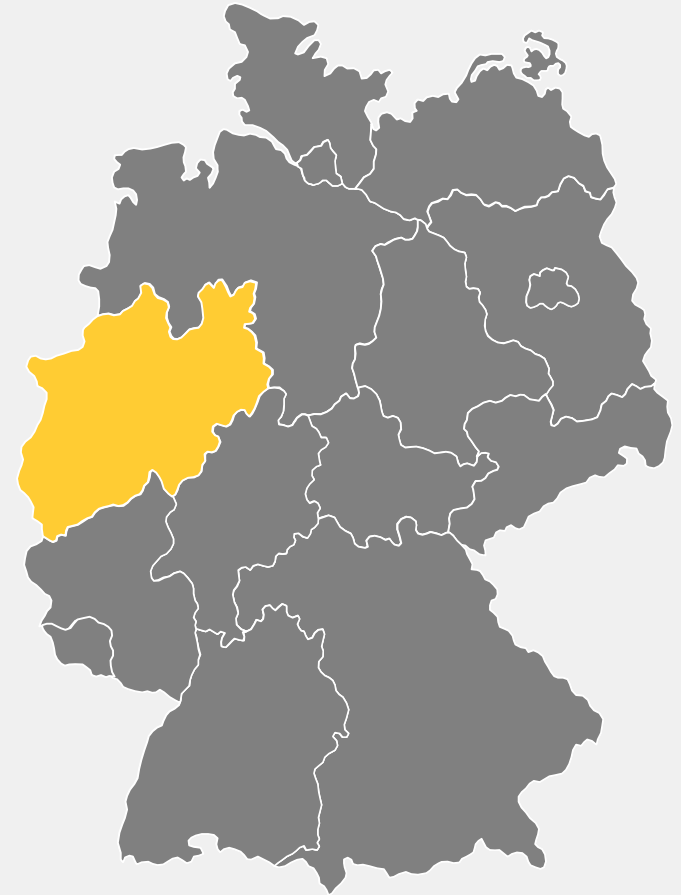
telefonische Interviews von 20 Minuten Dauer

Durchführung:

Kantar TNS

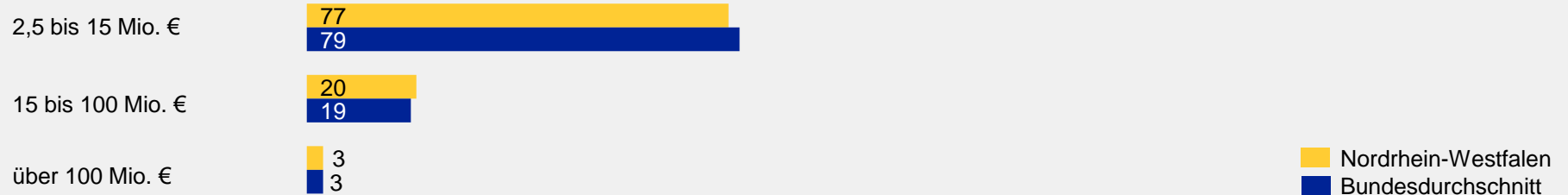
Zeitraum:

November 2016 bis Januar 2017



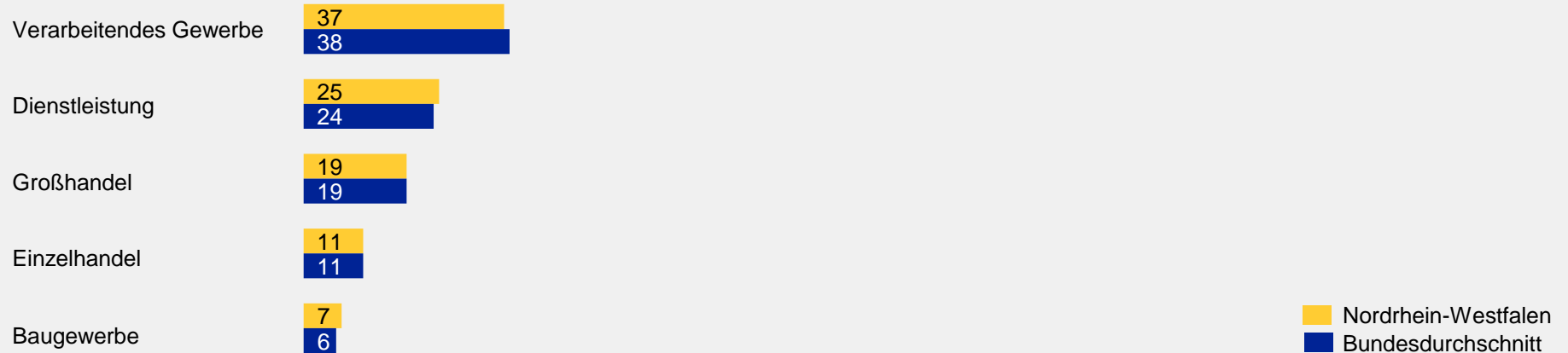
Strukturdaten der regionalen Stichprobe

Jahresumsatz



alle Angaben in Prozent

Branchen



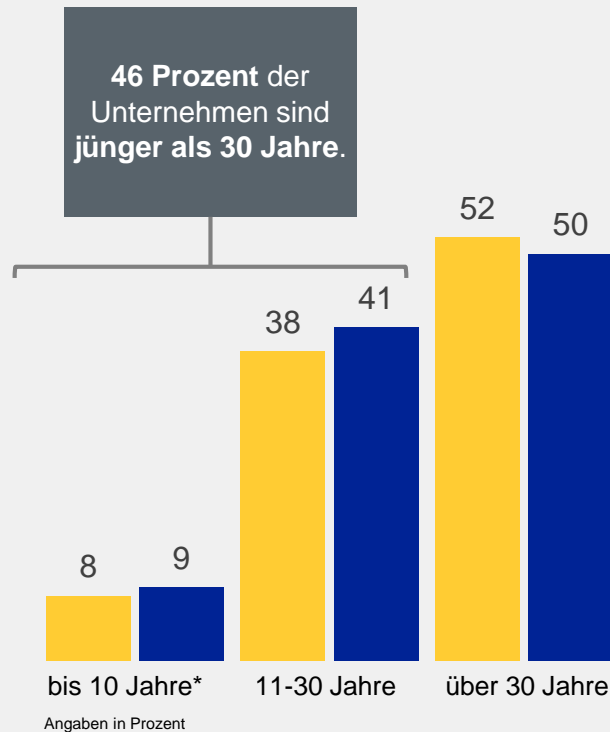
alle Angaben in Prozent

Agenda

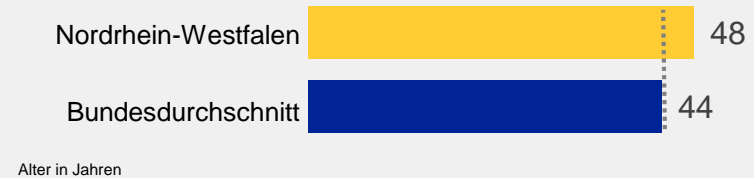
0. Executive Summary	1
1. Untersuchungsdesign	3
2. Deutscher Mittelstand: Demografie eines Erfolgsmodells	6
3. Unternehmen im Umbruch: Führungswechsel und Nachfolge	12
4. Next Generation Management: Impulsgeber für neues Denken?	17
5. Next Generation Banking: Digitale Services	21



Viele erfahrene und etablierte Unternehmen in NRW, knapp jeder zehnte Mittelständler ist ein „Digital Native“

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



Durchschnittsalter der Unternehmen in Jahren:



 Nordrhein-Westfalen
 Bundesdurchschnitt

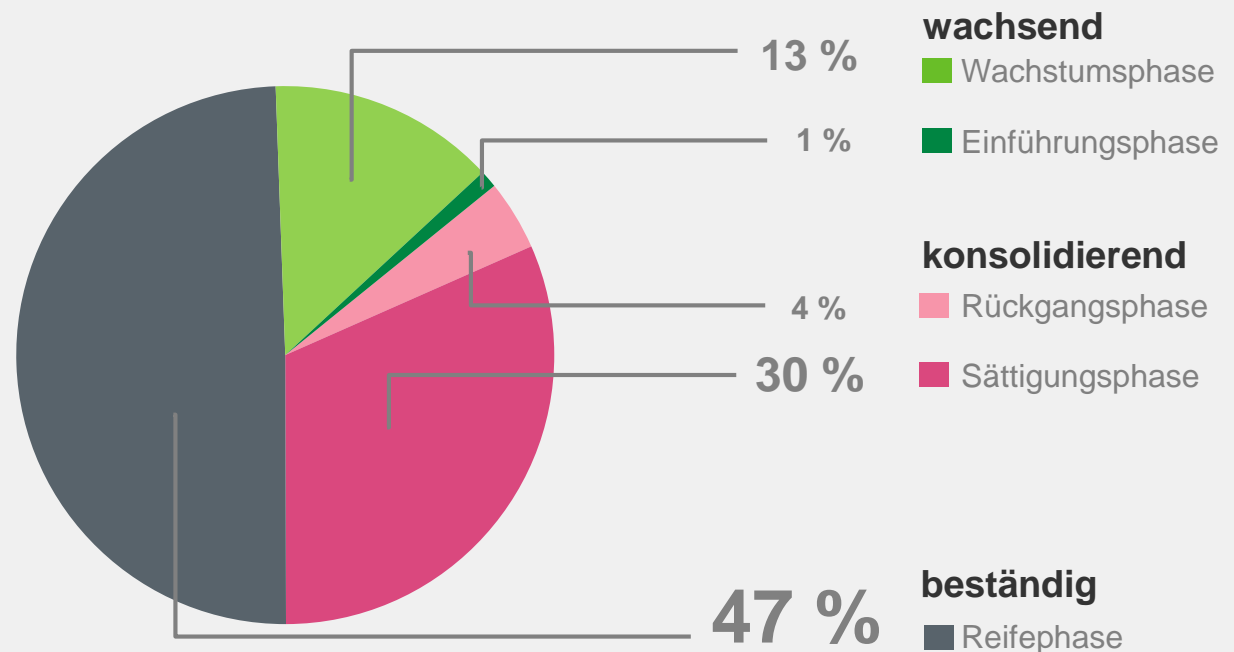
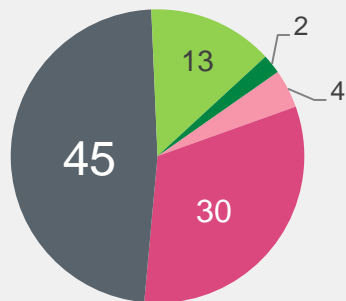
*Junge Unternehmen (bis 10 Jahre) sind unterrepräsentiert, da sie oft noch nicht den der Stichprobe zugrunde liegenden Mindestumsatz (2,5 Mio. € im Jahr) erreichen.

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

Lebenszyklus der Produkte oder Dienstleistungen

Nordrhein-Westfalen

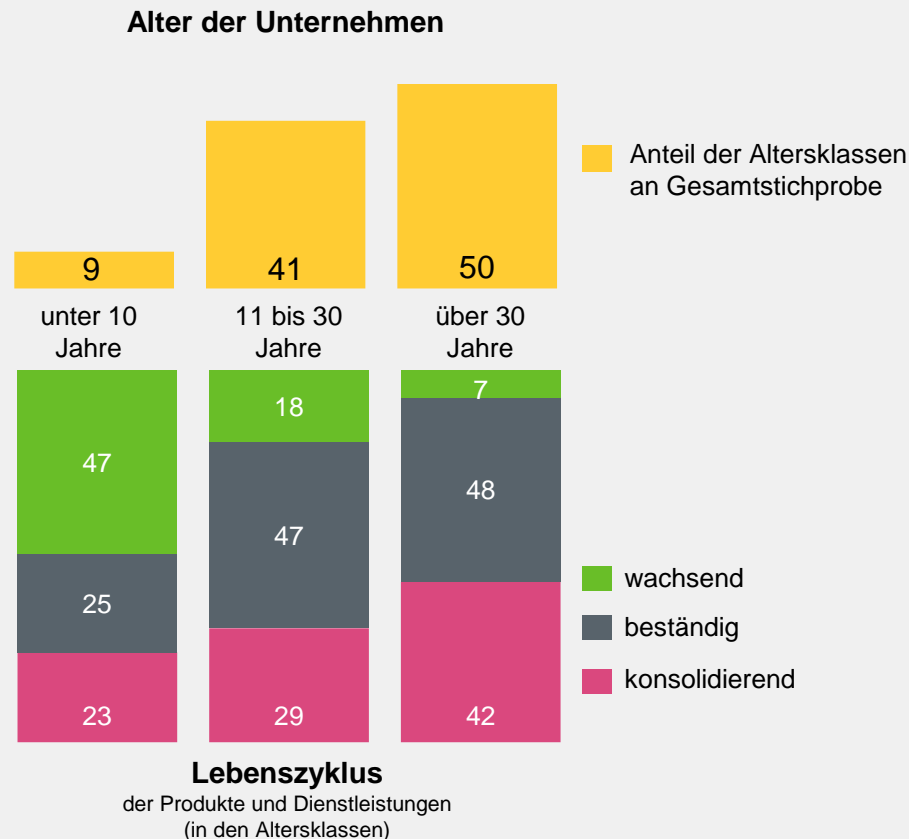
Bundesdurchschnitt



Angaben in Prozent
An Hundert Fehlende: keine Angabe

Unternehmen „altern“ mit ihren Produkten, Dienstleistungen und Märkten

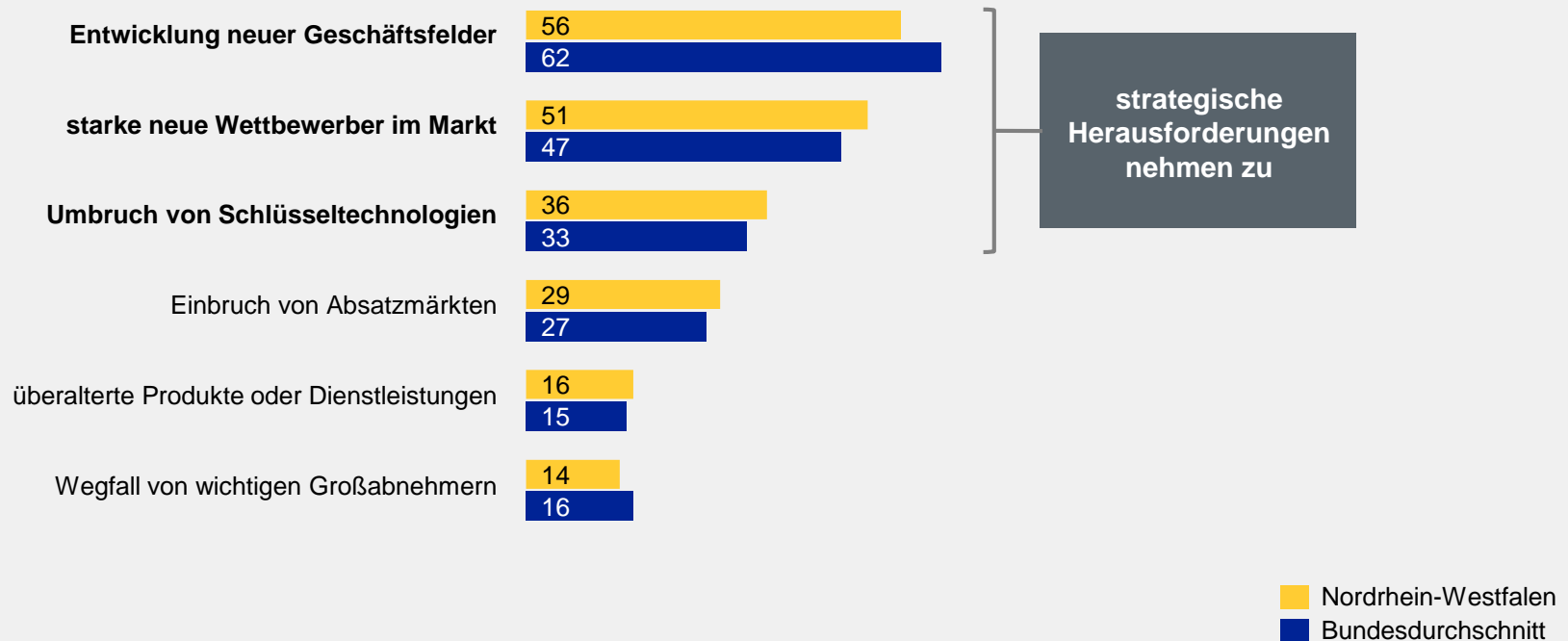
Lebenszyklus der Produkte oder Dienstleistungen nach Alter der Unternehmen



Angaben in Prozent

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

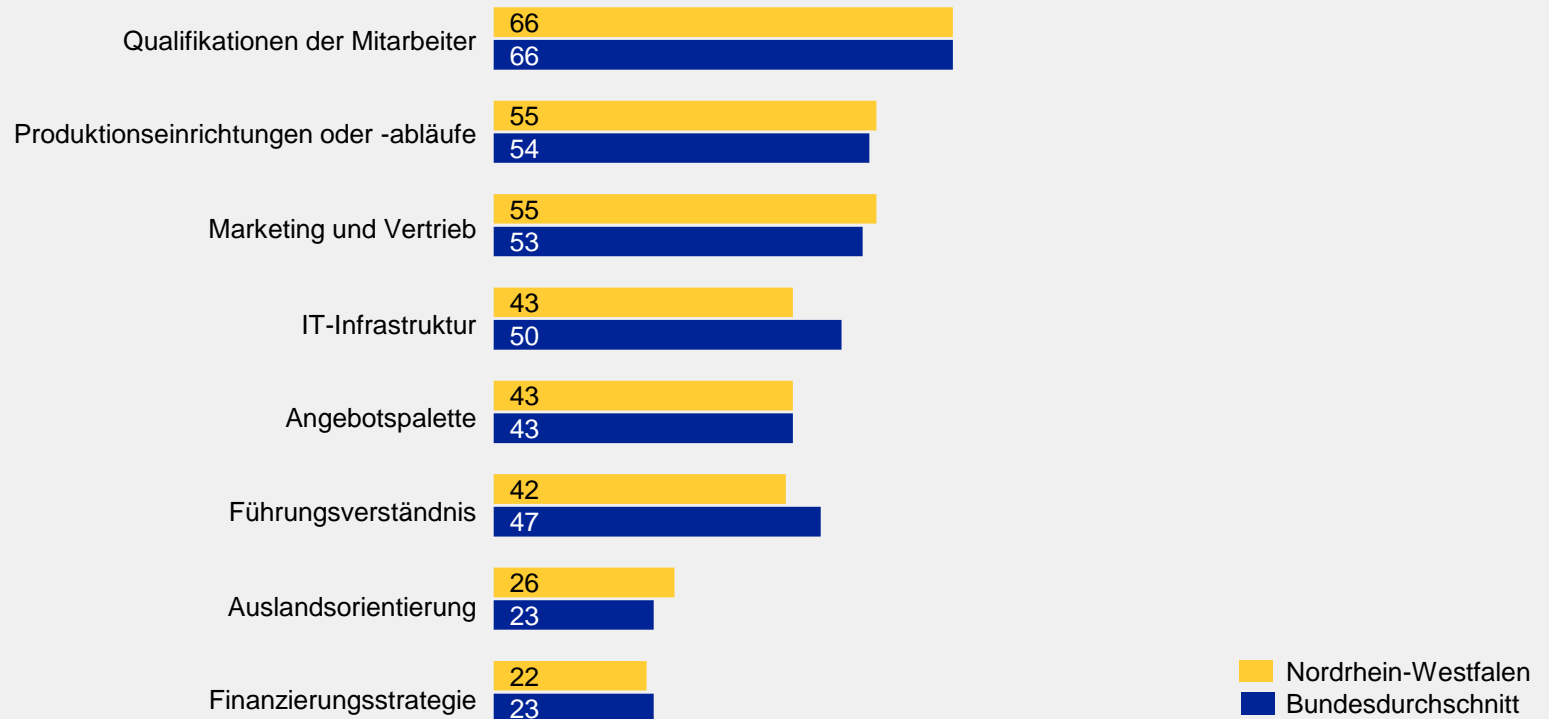
Welchen Herausforderungen müssen sich die Unternehmen in den nächsten fünf Jahren stellen?



Angaben in Prozent, Mehrfachnennungen

Der größte Veränderungsbedarf entsteht bei der Mitarbeiterqualifikation, in der Produktion und im Marketing

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



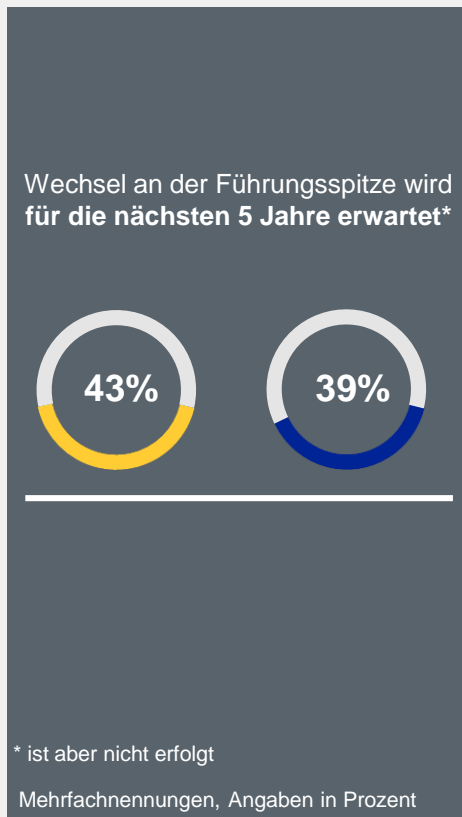
Angaben in Prozent, Mehrfachnennungen



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

Führungswechsel in NRW überdurchschnittlich häufig zentrale Herausforderung

Welchen Herausforderungen mussten/müssen sich die Unternehmen stellen?



 Nordrhein-Westfalen
 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**



 Nordrhein-Westfalen
 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

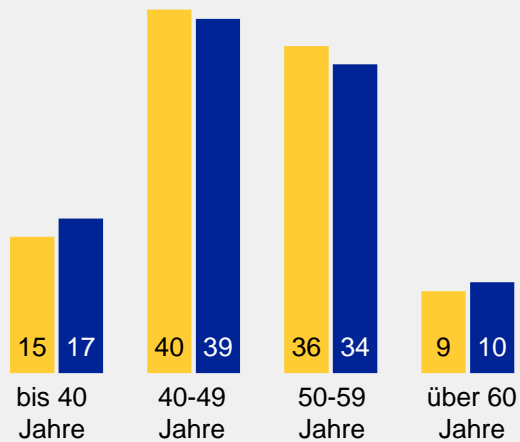
Agenda



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

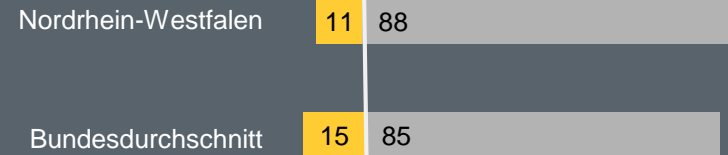
Anteil der Altersgruppen (befragte Führungskräfte) an der Gesamtstichprobe



 Nordrhein-Westfalen
 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.

Nordrhein-Westfalen **2,4**

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

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



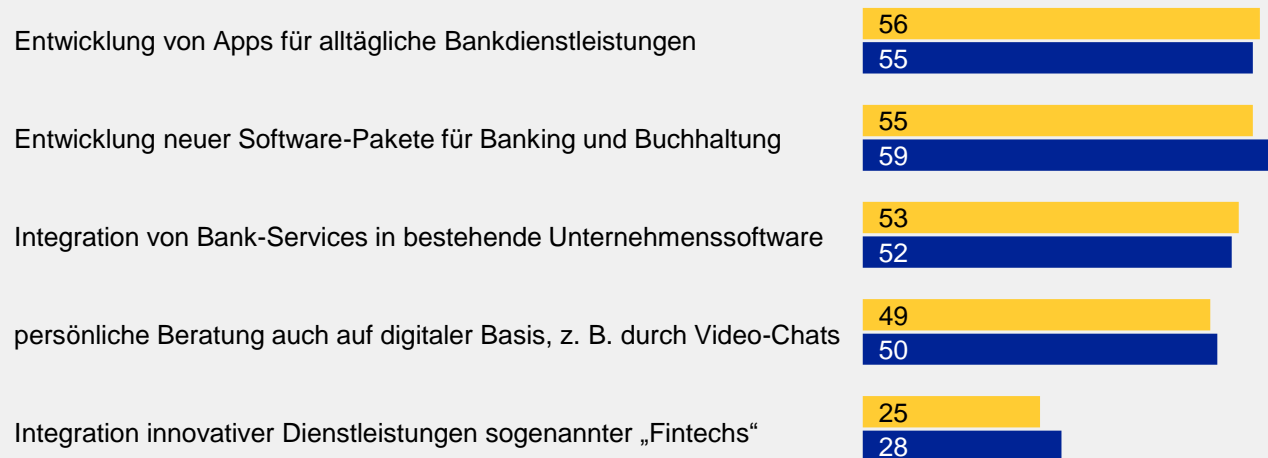
Angaben in Prozent, an Hundert Fehlende: nicht relevant/k. A.



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 von ihren Bankpartnern

Welche digitalen Serviceleistungen erwarten Sie von der Bank der Zukunft?

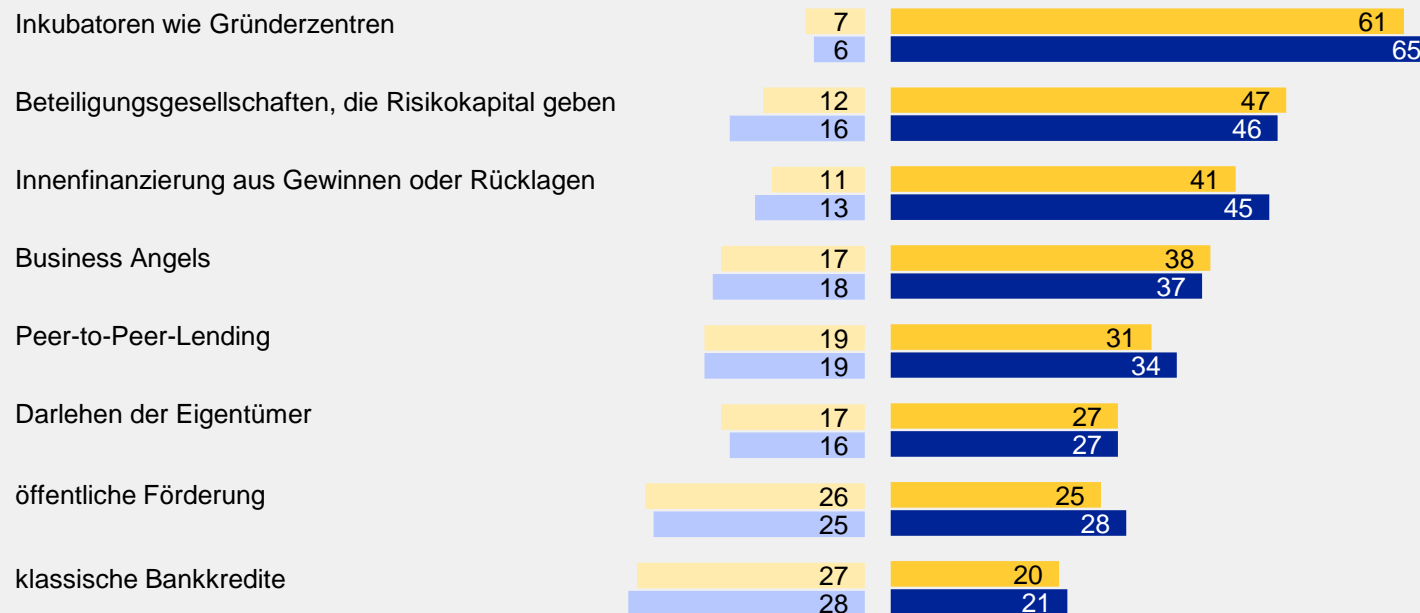


 Nordrhein-Westfalen
 Bundesdurchschnitt

Angaben in Prozent, Mehrfachnennungen

Klassische Kreditfinanzierung weniger gefragt, Bedeutung innovativer Finanzierungsformen nimmt dramatisch zu

Generelle künftige Bedeutung von Finanzierung für Innovationen und Unternehmensgründungen



Nordrhein-Westfalen abnehmende Bedeutung zunehmende Bedeutung
 Bundesdurchschnitt abnehmende Bedeutung zunehmende Bedeutung

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