



UnternehmerPerspektiven 2017

Next Generation: Neues Denken für die Wirtschaft

Ergebnisse für die chemische und pharmazeutische Industrie

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 chemische und pharmazeutische Industrie

› Geschäftstätigkeit

16 % der Unternehmen sind jünger als zehn Jahre und damit „Digital Natives“.

Viele Unternehmen bleiben ihrem Hauptgeschäftsfeld langfristig treu.

Ältere Unternehmen sind überdurchschnittlich oft mit ausgereiften Produkten und Dienstleistungen in konsolidierten Märkten tätig.

› Veränderungsdruck

Zwei wesentliche Anlässe:

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

Unternehmen machen Modernisierungsbedarf eher selten bei ihrer Angebotspalette aus (48 %), sondern vor allem bei der Mitarbeiterqualifikation (60 %), im Marketing (53 %) und bei den Produktionsabläufen (50 %).

› Führungswechsel

39 % der Unternehmen müssen in den nächsten fünf Jahren einen Wechsel an der Führungsspitze bewältigen. Die zentralen Gründe: Altersruhe und gesundheitliche Probleme.

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

› Neues Denken

Die Altersstruktur der mittelständischen Führungskräfte ist insgesamt gut gemischt. Die Verweildauer im Unternehmen ist 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 der Branche 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.

Es werden mehr digitalisierte Services (61 %) und mehr technologische Integration von Bankdienstleistungen in die Struktur der Unternehmen (53 %) erwartet.

Alternative Finanzierungsformen gewinnen massiv an Bedeutung, insbesondere wenn sie mit Mentoring verbunden sind (Inkubatoren).

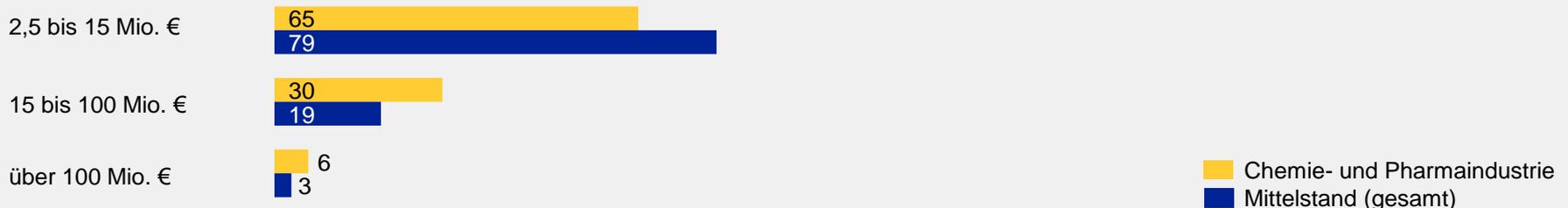
Agenda

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 Unternehmen aus der chemischen und pharmazeutischen Industrie ab 2,5 Mio. Euro Jahresumsatz

Branchen-Stichprobe:	90 Unternehmen aus der chemischen und pharmazeutischen Industrie
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



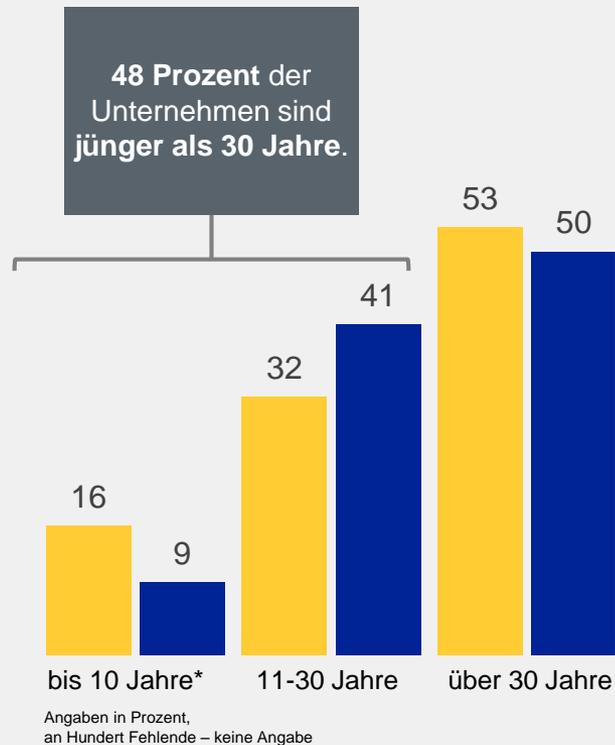
alle Angaben in Prozent

Agenda

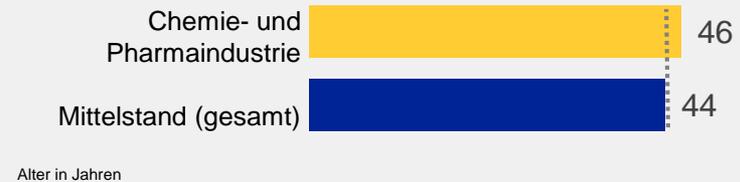
0. Executive Summary	1
1. Untersuchungsdesign	3
2. Deutscher Mittelstand: Demografie eines Erfolgsmodells	5
3. Unternehmen im Umbruch: Führungswechsel und Nachfolge	11
4. Next Generation Management: Impulsgeber für neues Denken?	16
5. Next Generation Banking: Digitale Services	20

Divergente Altersstruktur in der Branche: einerseits viele Traditionsunternehmen, andererseits viele Neugründungen und „Digital Natives“

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



Durchschnittsalter der Unternehmen in Jahren:



■ Chemie- und Pharmaindustrie
■ Mittelstand (gesamt)

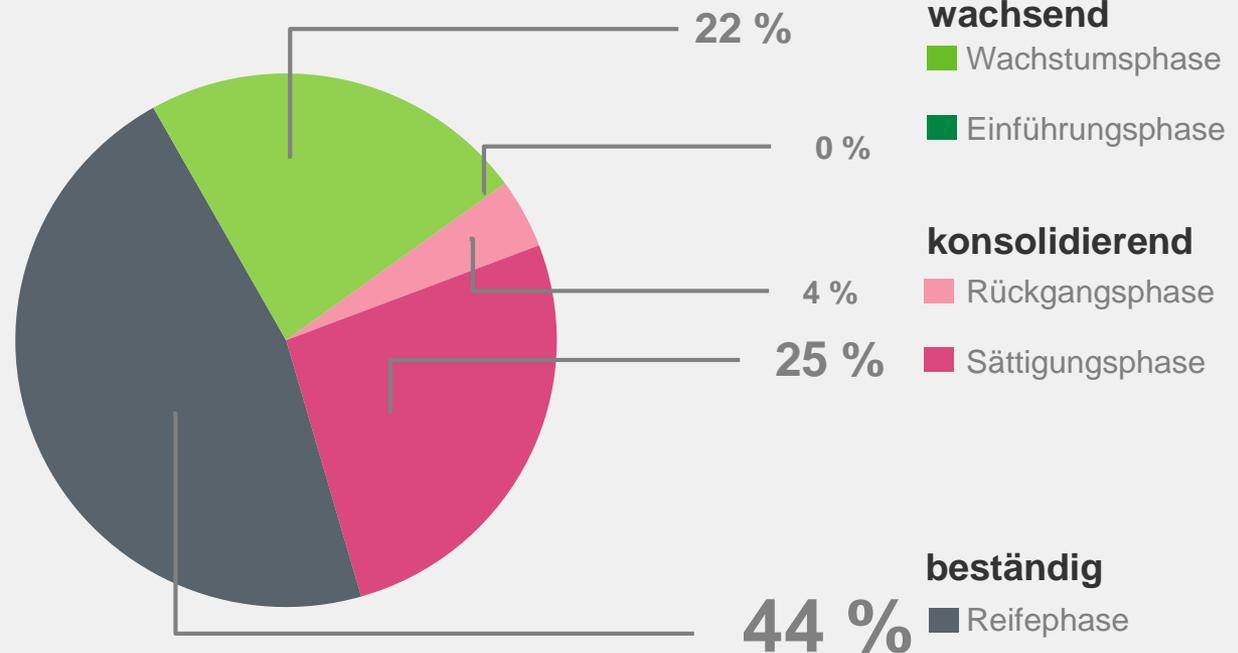
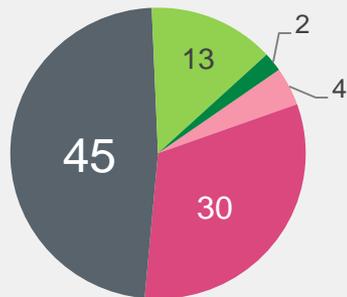
**Junge Unternehmen (bis zehn Jahre) sind unterrepräsentiert, da sie oft noch nicht den der Stichprobe zugrunde liegenden Mindestumsatz (2,5 Mio. Euro im Jahr) erreichen.*

Die meisten Unternehmen bewegen sich in ausgereiften und gesättigten Märkten, eine starke Minderheit ist auf Wachstumsmärkten aktiv

Lebenszyklus der Produkte oder Dienstleistungen

Chemische und pharmazeutische Industrie

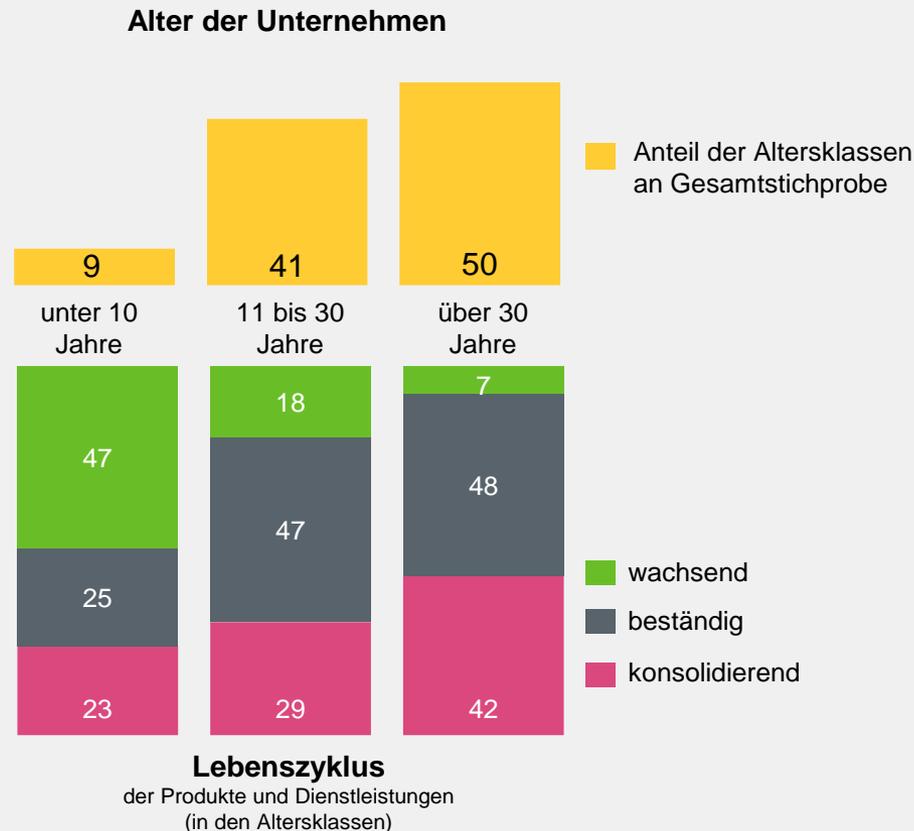
Mittelstand (gesamt)



Angaben in Prozent, an Hundert Fehlende: keine Angabe

Unternehmen „altern“ mit ihren Produkten, Dienstleistungen und Märkten

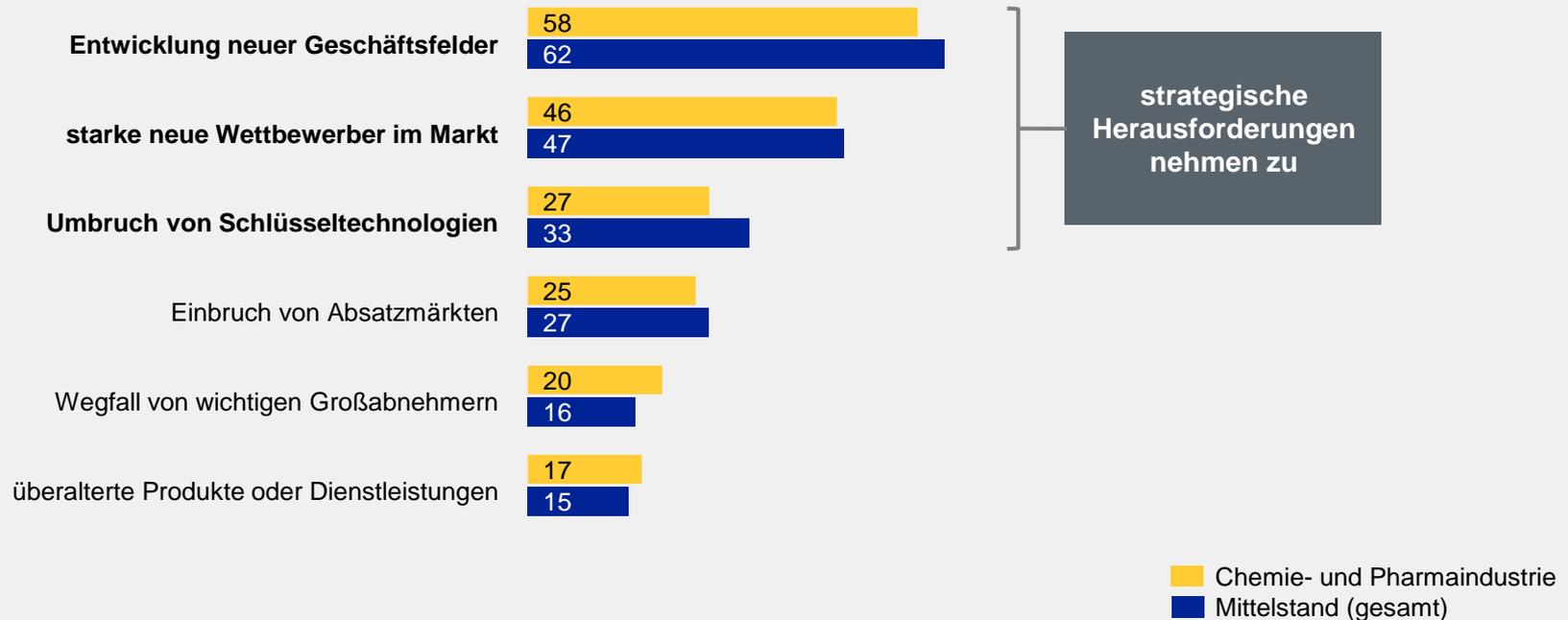
Lebenszyklus der Produkte oder Dienstleistungen nach Alter der Unternehmen



Angaben in Prozent

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

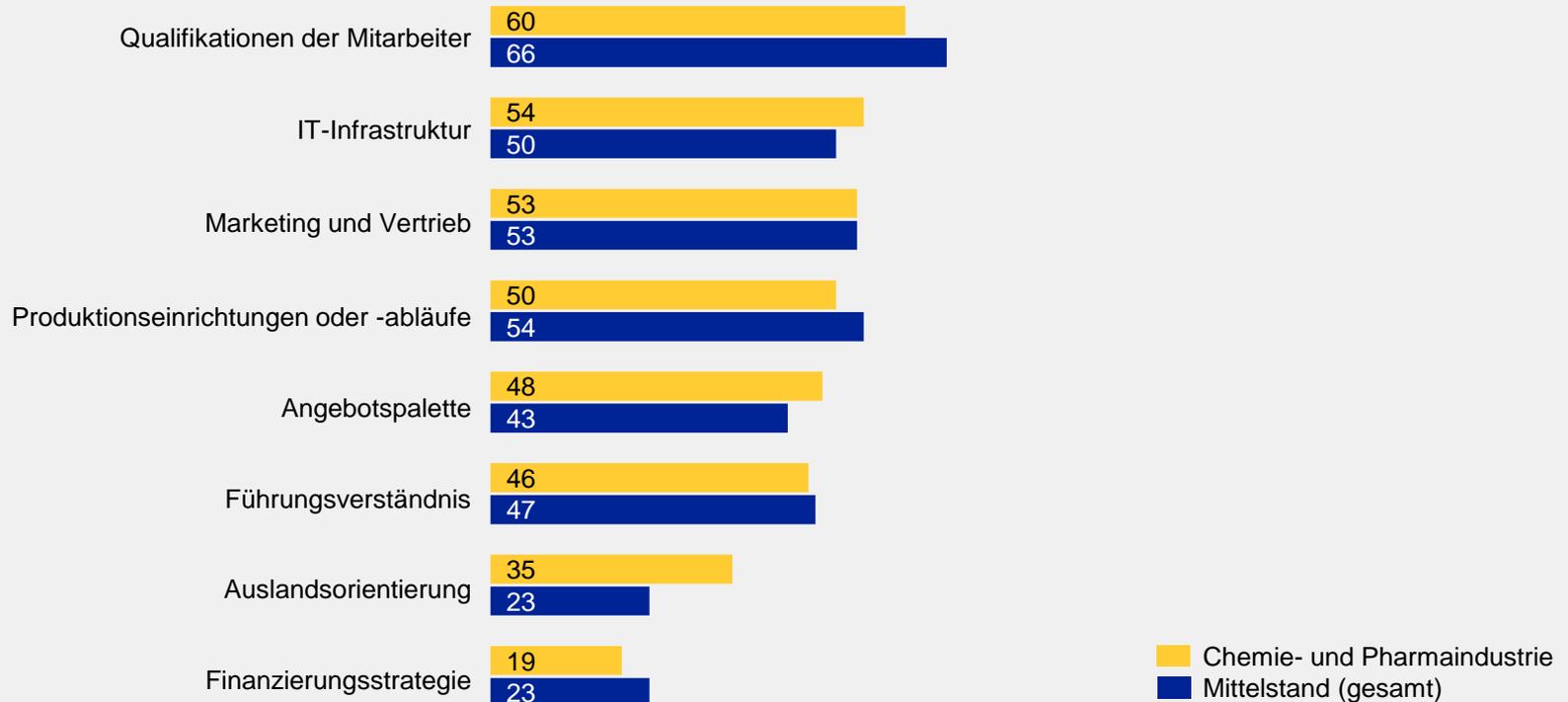
Welchen Herausforderungen müssen sich die Unternehmen in den nächsten fünf Jahren stellen?



Angaben in Prozent, Mehrfachnennungen

Der größte Veränderungsbedarf besteht bei den Mitarbeitern – gefolgt von IT, Marketing und Vertrieb und Produktionseinrichtungen/-abläufen

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



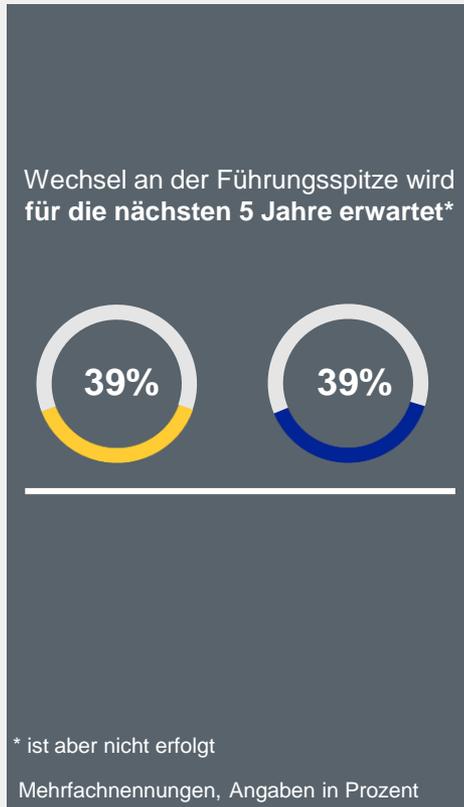
Angaben in Prozent, Mehrfachnennungen

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

39 Prozent der Chemie- und Pharma-Unternehmen rechnen in den nächsten fünf Jahren mit einem Wechsel an der Führungsspitze

Welchen Herausforderungen mussten/müssen sich die Unternehmen stellen?



 Chemie- und Pharmaindustrie
 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



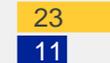
Wechsel in ein anderes Unternehmen



andere Gründe



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



 Chemie- und Pharmaindustrie
 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

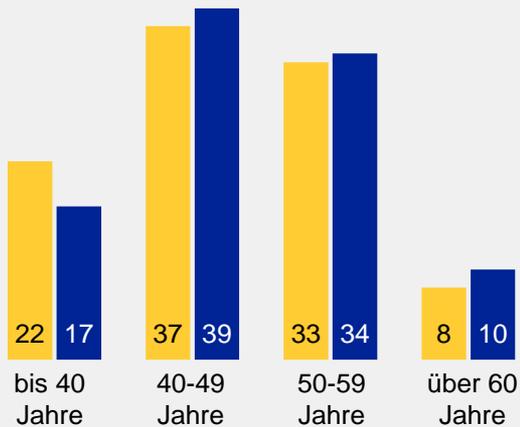
Agenda

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

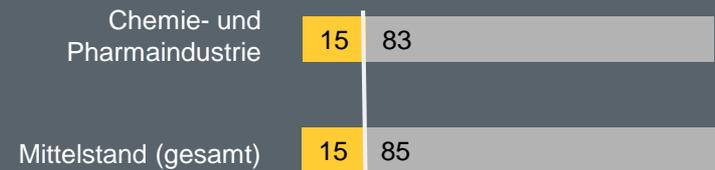
Anteil der Altersgruppen (befragte Führungskräfte) an der Gesamtstichprobe



 Chemie- und Pharmaindustrie
 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.

Chemie- und Pharmaindustrie **2,5**

Mittelstand (gesamt)
(alle Führungskräfte) **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**

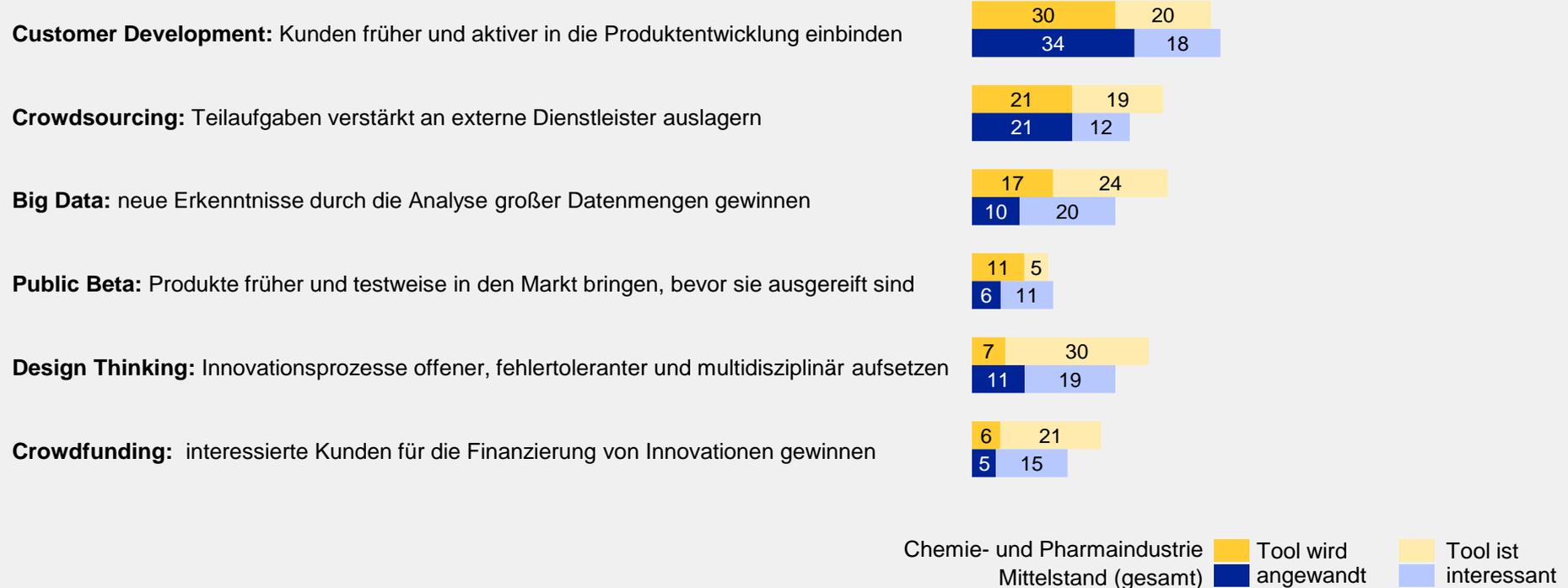
40 bis 49 Jahre **2,6**

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



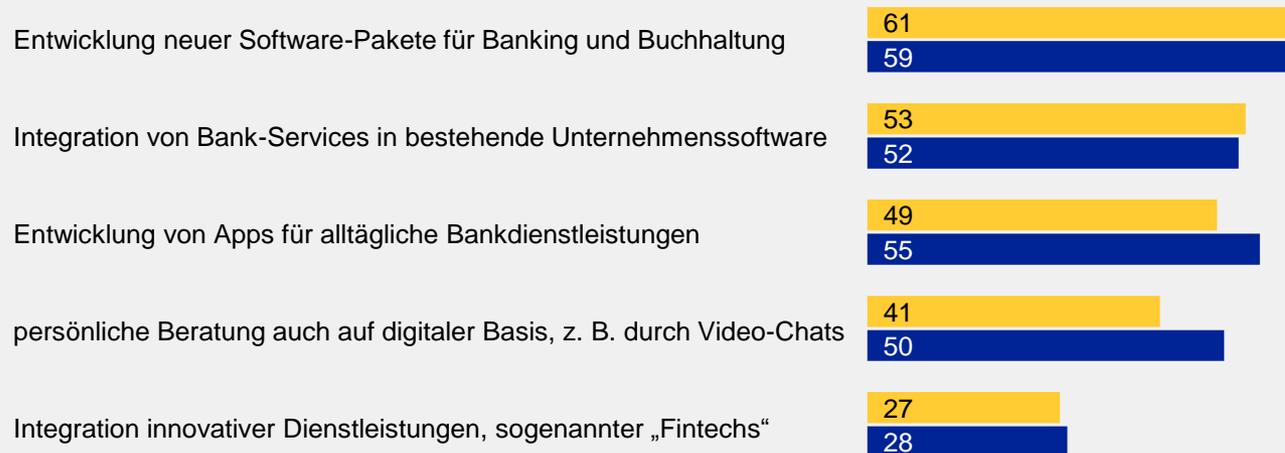
Angaben in Prozent, an Hundert Fehlende: nicht relevant/keine Angabe

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?

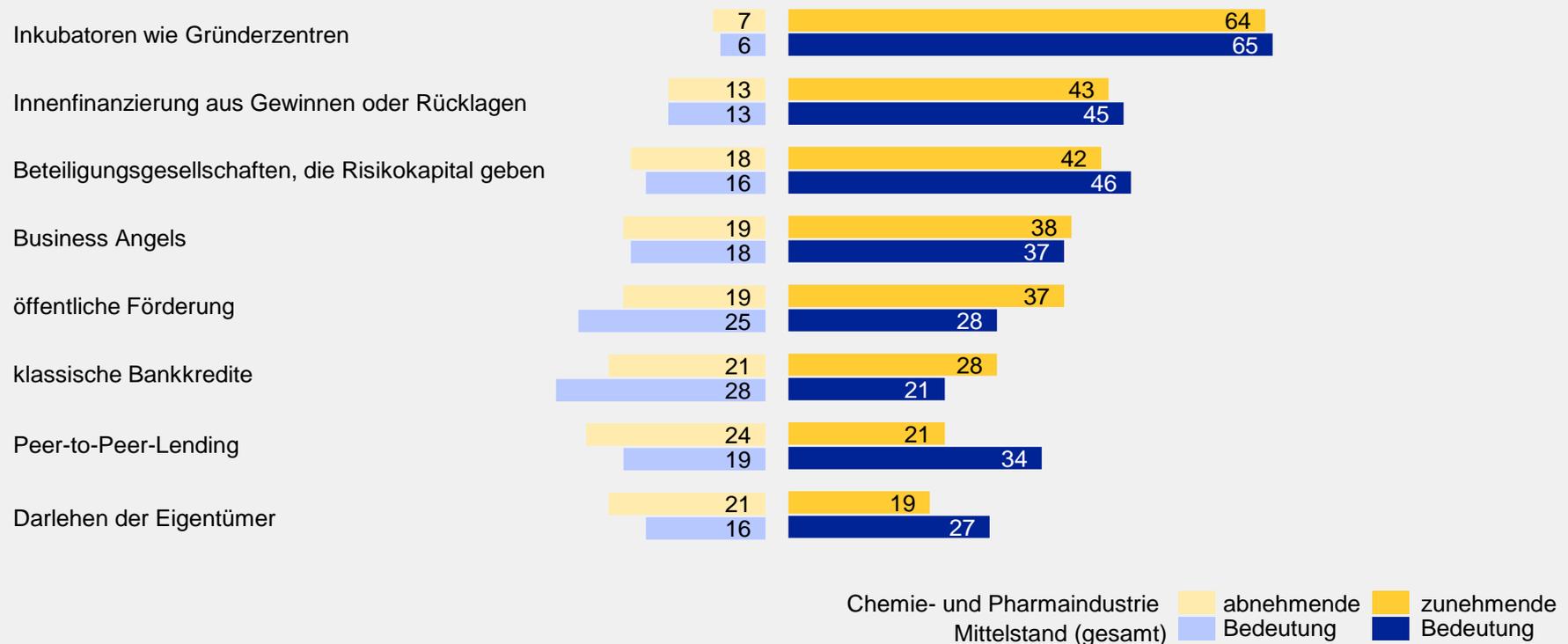


 Chemie- und Pharmaindustrie
 Mittelstand (gesamt)

Angaben in Prozent, Mehrfachnennungen

Klassische Kreditfinanzierung bleibt gefragt, Bedeutung innovativer Finanzierungsformen nimmt zu

Generelle künftige Bedeutung von Finanzierung für Innovationen und Unternehmensgründungen



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