



Unternehmerperspektiven 2017

Next Generation: Neues Denken für die Wirtschaft

Ergebnisse für Schleswig-Holstein und Hamburg

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 Schleswig-Holstein und Hamburg

› Geschäftstätigkeit

Die Unternehmen aus der Region sind mit einem Durchschnittsalter von 39 Jahren vergleichsweise jung, aber dennoch häufig in reifen oder sich konsolidierenden Märkten tätig. 13 Prozent wurden in den letzten 10 Jahre gegründet und sind damit „Digital Natives“.

› Veränderungsdruck

Der Veränderungsdruck auf die Geschäftsmodelle nimmt zu, weil neue starke Wettbewerber in die Märkte drängen und bestehende Absatzmärkte einbrechen. Die Unternehmen machen Modernisierungsbedarf allerdings eher selten bei ihrer Angebotspalette aus, sondern vor allem bei der Mitarbeiterqualifikation, den Produktionsabläufen und der IT.

› Führungswechsel

Ein Drittel der Unternehmen aus Schleswig-Holstein und Hamburg 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

Es gibt in Schleswig-Holstein und Hamburg vergleichsweise viele junge Führungskräfte, die Verweildauer im Unternehmen ist gleichzeitig hoch. Die jungen Führungskräfte sind in ihrer unternehmerischen Orientierung vergleichsweise innovativ und zukunftsgerichtet eingestellt. Sie stehen vor der Herausforderung, dies in ihren Unternehmen auch umzusetzen.

› Next Generation Banking

Neues Denken heißt auch, dass sich die Anforderungen an das Banking von morgen verändern: Den Unternehmen ist es besonders wichtig, dass persönlicher Service auf digitaler Basis erhalten bleibt. Gleichzeitig wird die technologische Integration von Bankdienstleistungen in die Struktur der Unternehmen erwartet. Klassische Kreditfinanzierung tritt in den Hintergrund, die Bedeutung von innovativen Finanzierungsformen nimmt dramatisch zu.

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 Schleswig-Holstein/HH mit einem Jahresumsatz ab 2,5 Mio. Euro

Regionale Stichprobe:

126 Unternehmen aus Schleswig-Holstein und Hamburg

Gesamtstichprobe:

2.010 Unternehmen (im Folgenden „Bundesdurchschnitt“)

Unternehmensgröße:

ab 2,5 Mio. Euro Jahresumsatz

Gesprächspartner:

Führungskräfte der ersten Ebene

Verfahren:

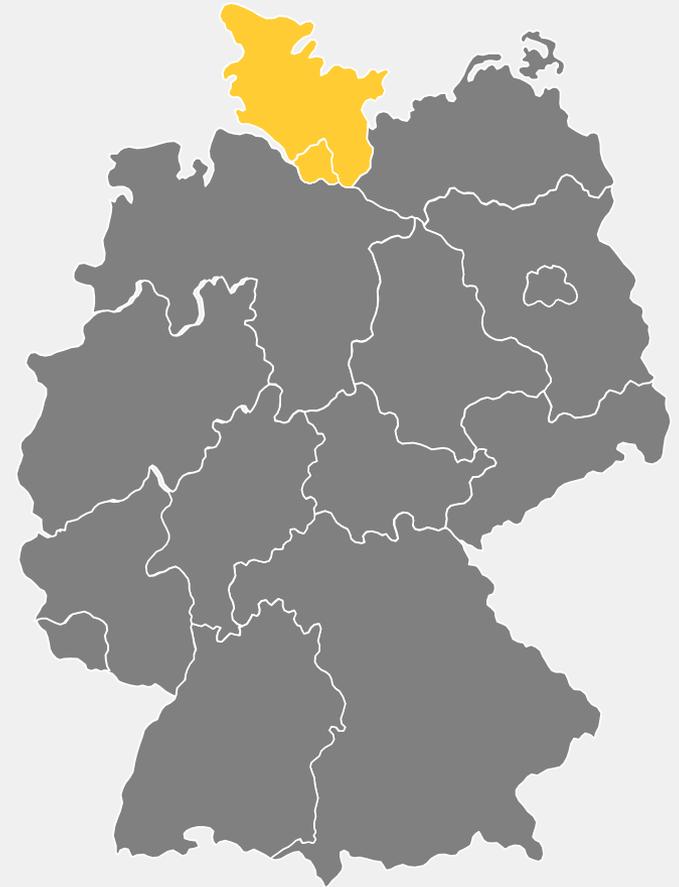
telefonische Interviews von 20 Minuten Dauer

Durchführung:

Kantar TNS

Zeitraum:

November 2016 bis Januar 2017



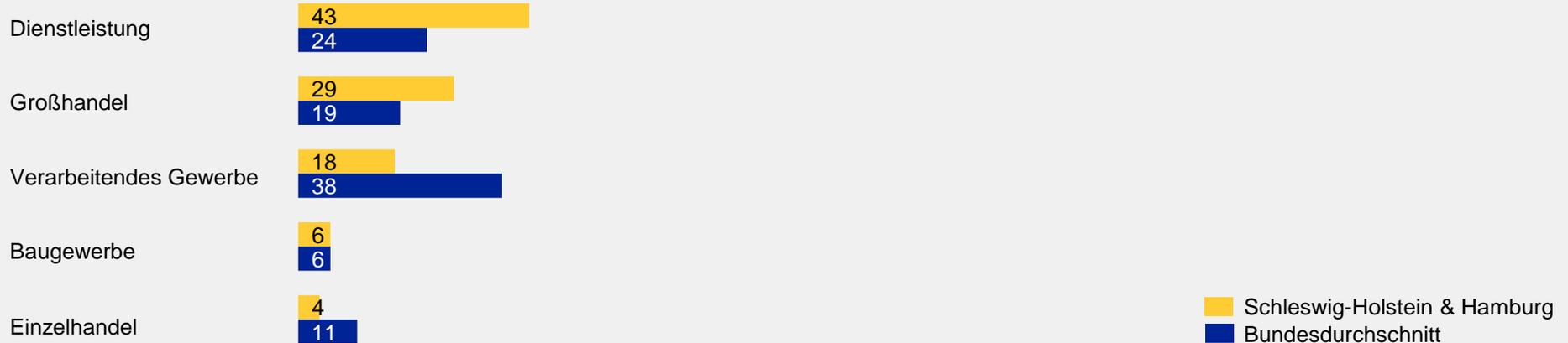
Strukturdaten der regionalen Stichprobe

Jahresumsatz



alle Angaben in Prozent

Branchen



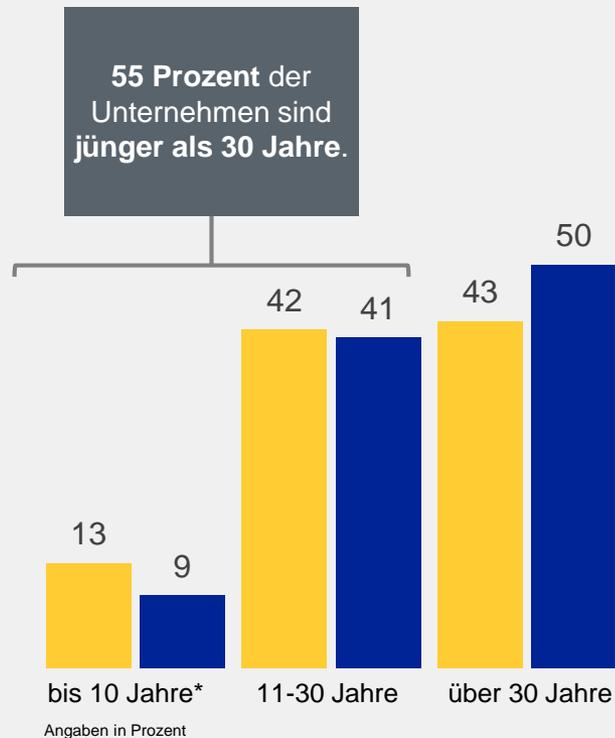
alle Angaben in Prozent

Agenda

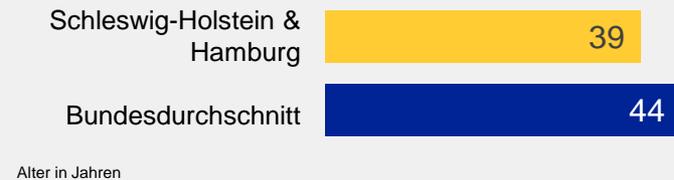
0. Executive Summary	1
1. Untersuchungsdesign	3
2. Deutscher Mittelstand: Demografie eines Erfolgsmodells	6
3. Unternehmen im Umbruch: Führungswechsel und Nachfolge	12
4. Next Generation Management: Impulsgeber für neues Denken?	17
5. Next Generation Banking: Digitale Services	21

Viele junge Unternehmen im Norden, jeder achte Mittelständler ist ein „Digital Native“

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



Durchschnittsalter der Unternehmen in Jahren:

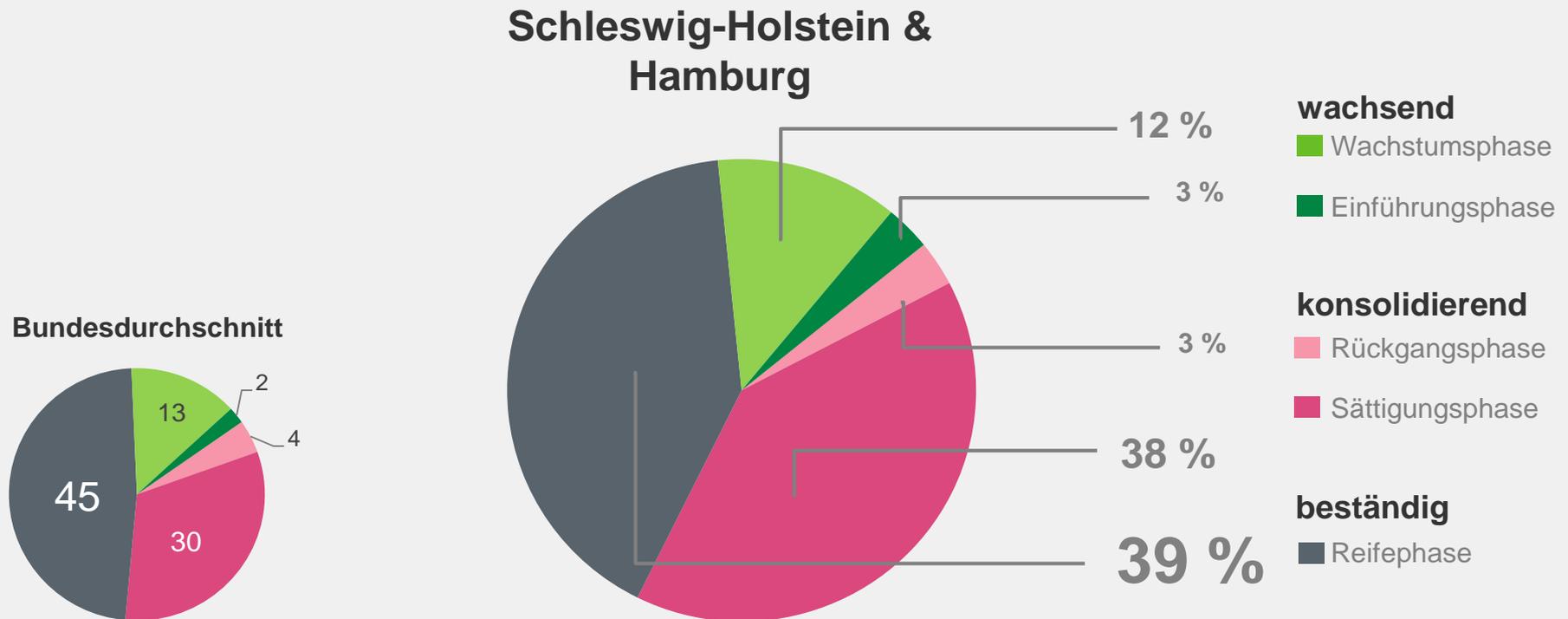


 Schleswig-Holstein & Hamburg
 Bundesdurchschnitt

**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

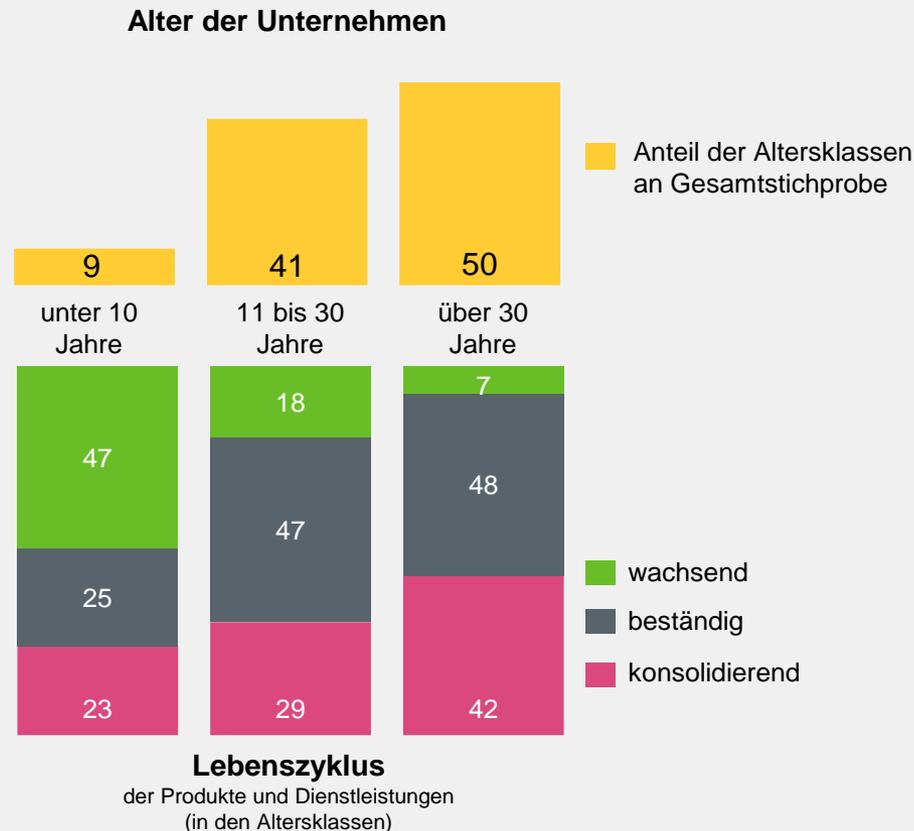
Lebenszyklus der Produkte oder Dienstleistungen



Angaben in Prozent

Unternehmen „altern“ mit ihren Produkten, Dienstleistungen und Märkten

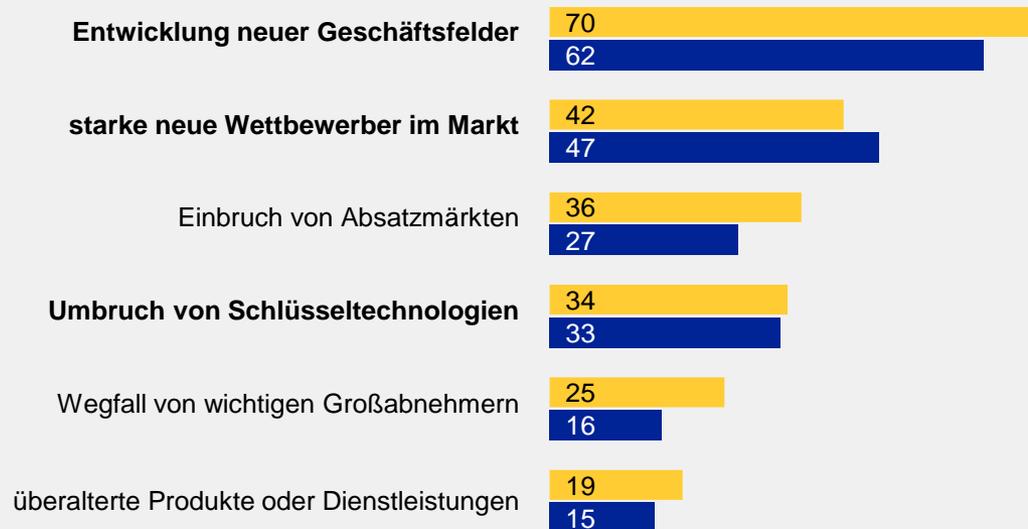
Lebenszyklus der Produkte oder Dienstleistungen nach Alter der Unternehmen



Angaben in Prozent

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

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

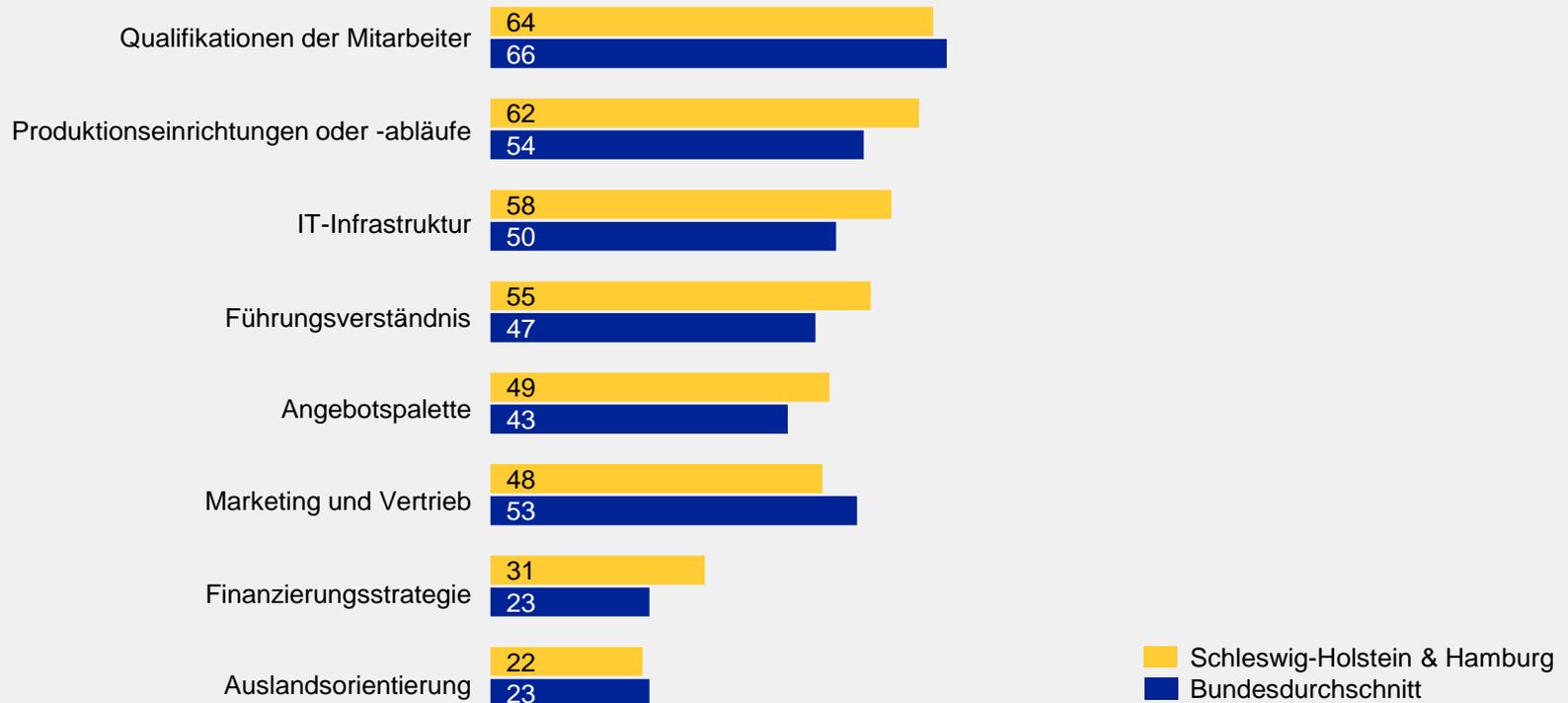


 Schleswig-Holstein & Hamburg
 Bundesdurchschnitt

Angaben in Prozent, Mehrfachnennungen

Der größte Veränderungsbedarf entsteht bei der Mitarbeiterqualifikation, den Produktionsabläufen 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
3. Unternehmen im Umbruch: Führungswechsel und Nachfolge	12
4. Next Generation Management: Impulsgeber für neues Denken?	17
5. Next Generation Banking: Digitale Services	21

32 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?



 Schleswig-Holstein & Hamburg
 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**



 Schleswig-Holstein & Hamburg
 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

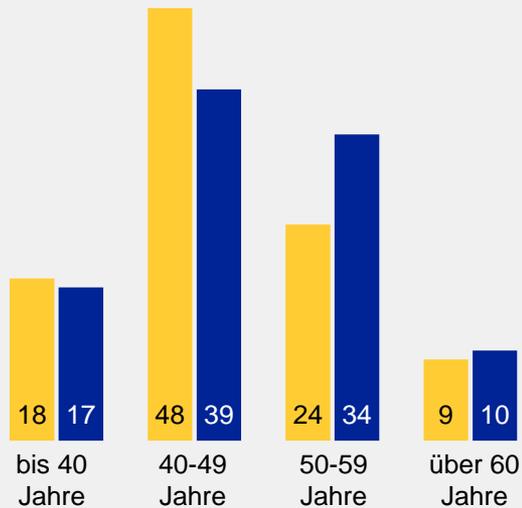
Agenda

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

Viele junge Führungskräfte in Schleswig-Holstein und Hamburg, „Neueinsteiger“ sind aber eine Ausnahme

Alter der befragten Führungskräfte

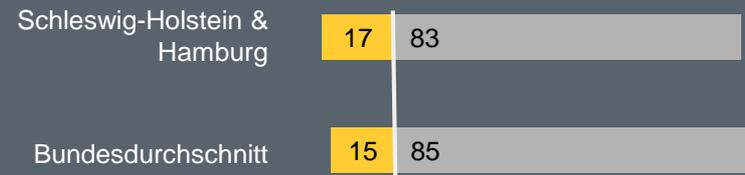
Anteil der Altersgruppen (befragte Führungskräfte) an der Gesamtstichprobe



 Schleswig-Holstein & Hamburg
 Bundesdurchschnitt

Dauer der Unternehmenszugehörigkeit

bis 5 Jahre  über 5 Jahre 



Angaben in Prozent

Führungskräfte in Schleswig-Holstein und Hamburg sind besonders häufig zukunftsorientiert und innovativ

Score „Neues Denken“

Der Score „Neues Denken“ dient dazu, zukunftsgewandtes 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.

Schleswig-Holstein & Hamburg **2,8**

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, Crowdsourcing ist jedoch in der Region überdurchschnittlich verbreitet

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



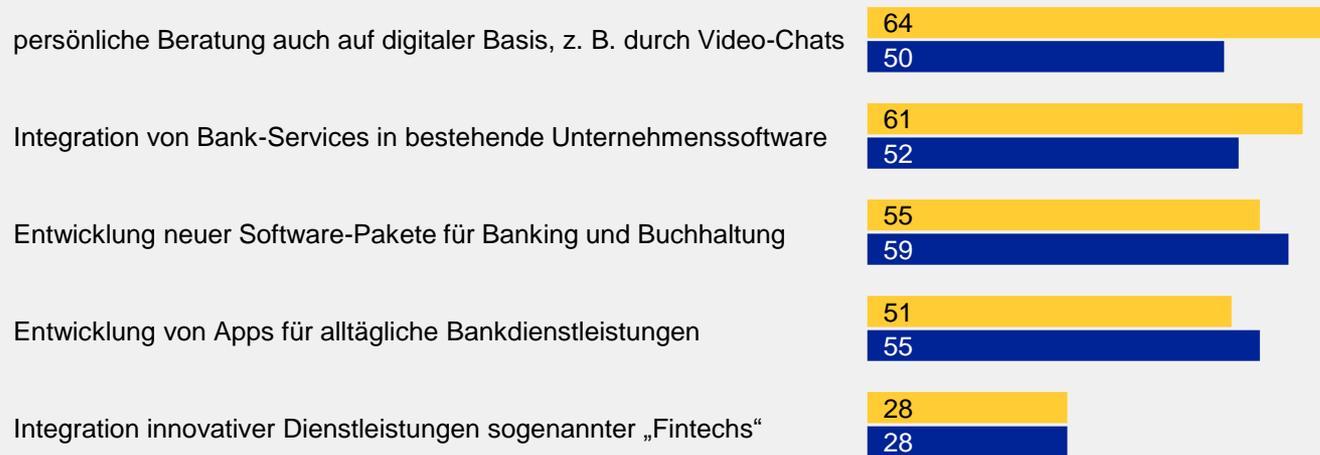
Angaben in Prozent, an Hundert Fehlende: nicht relevant/k. A

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 trotz Digitalisierung persönliche Beratung und hoffen auf digitale Möglichkeiten zur Abwicklung von Bankgeschäften

Welche digitalen Serviceleistungen erwarten Sie von der Bank der Zukunft?

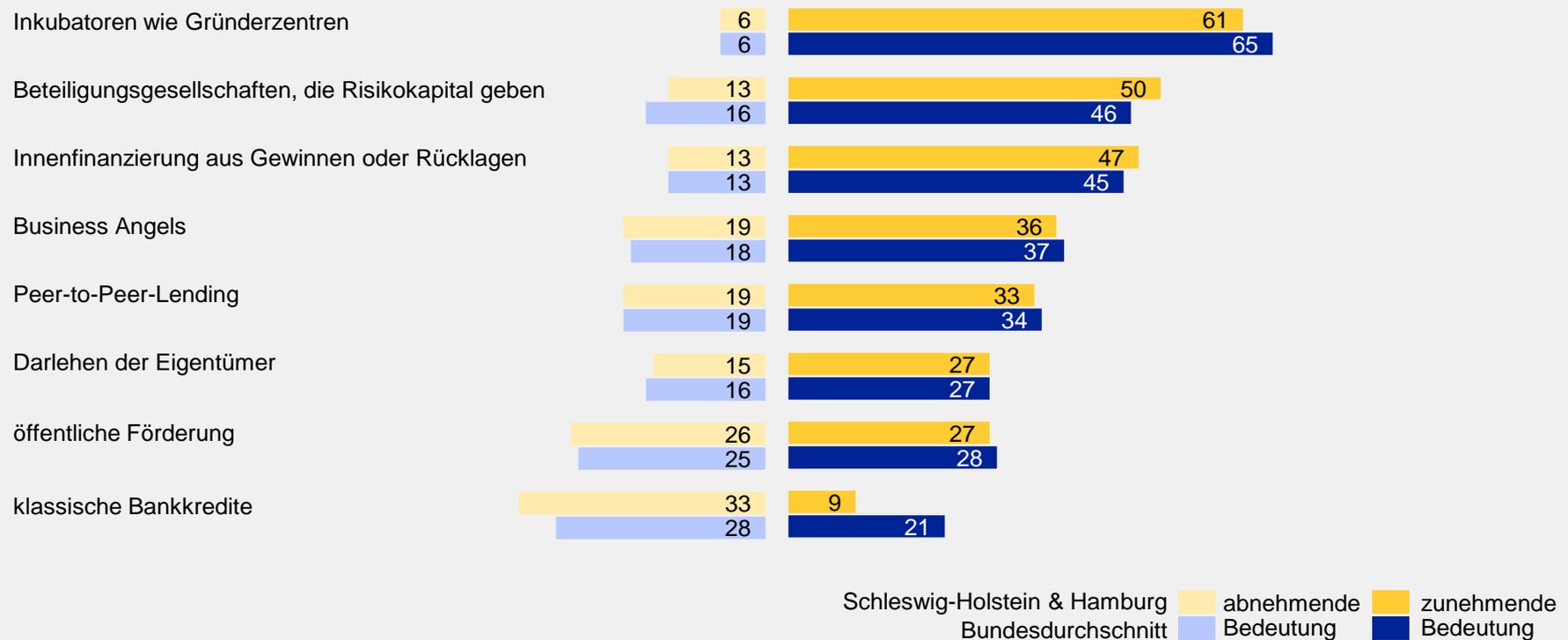


 Schleswig-Holstein & Hamburg
 Bundesdurchschnitt

Angaben in Prozent, Mehrfachnennungen

Klassische Kreditfinanzierung tritt in den Hintergrund, 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