

Geschäftsmodelle überaltern schnell

05.03.2012, 11:49 | Wissenschaft, Forschung, Bildung

Pressemitteilung von: *European Management School (EMS)*

Exklusive Erstvorstellung der Studie „Future Fitness 2012“ an der EMS

Im Rahmen der Veranstaltungsreihe "Business Insights" von Prof. Dr. Fürst in Kooperation mit den icgrowth Institut präsentierte Dr. Andreas Kricsfalussy, Geschäftsführender Partner der Unternehmensberatung Horn & Company, die Ergebnisse der gemeinsamen Studie „Future Fitness 2012 – wie fit ist die deutsche Wirtschaft für globale Mega-Konsumtrends?“, die am 06.03.2012 in der Financial Times Deutschland vorgestellt wird. Die Studierenden der EMS erhielten Einblicke in die bis dato noch nicht veröffentlichte Studie, die Horn & Company in Kooperation mit dem icgrowth Institut durchführte. Die Studie beschäftigt sich mit den fünf weltweiten Mega-Konsumtrends, auf die sich deutsche Unternehmen erfolgreich anpassen müssen.

Früher war alles besser, Halbwertszeiten von Geschäftsmodellen länger, Arbeitsplätze sicher, Trends leicht identifizierbar und die Konkurrenz abgehängt. Heute ist permanente Veränderung – schnell und leise. Die digitale Revolution beschleunigt den globalen Wettbewerb, verkürzt Innovations- und Produktlebenszyklen sowie die Halbwertszeit von Konkurrenzvorteilen. Die dahinterstehenden globalen Mega-Trends gelten zeitlich und geographisch als „weit weg“ und so bleiben deutsche Manager zu lange unbeteiligt.

Der Mittelstand ist nicht gut für globale Mega-Konsumtrends aufgestellt, so das Ergebnis der Umfrage „Future Fitness 2012“ unter 287 deutschen Top-Managern. 71% der befragten Manager bewerten das frühzeitige Erkennen und die strategische Ausrichtung auf Mega-Trends als wichtig, aber nur 45% fühlen sich dafür gut gerüstet. Wäre dieser Wert auf den gesamten Mittelstand übertragbar, wären mehr als 1 Mio. KMU nicht gut gerüstet und allein bei den Top 500 Familienunternehmen mehr als 300 Mrd. € Umsatz p.a. und mehr als 1 Mio. Arbeitsplätze gefährdet.

Der Mittelstand hat zu wenig operative Anpassungsmaßnahmen auf den Weg gebracht. „Dies überrascht, da ja gerade der Mittelstand in den letzten vier Jahren der Wirtschaft Stabilität gegeben hat“, fasst Dr. Andreas Kricsfalussy, Geschäftsführender Partner von Horn & Company, Autor der Studie zusammen. Die fünf Mega-Konsumtrends „Globale wirtschaftliche Machtverschiebung“, „Weltweites Wachstum der Mittelschicht“, „Demografischer Wandel“, „Knappe Ressourcen & Nachhaltigkeit“ sowie „Digitale Revolution“ sind den Top-Managern bekannt und werden als Chancen gesehen. „Dabei sind sie sich aber unsicher, wie Sie reagieren sollen“.

Die Mittelständler können als „passive Optimisten“ charakterisiert werden. Zur Vermeidung von Risiken wird aktuell mehr initiiert als aktiv zur Chancennutzung. Keine 50% der Unternehmen beschäftigen sich mit der Trendidentifikation und auch nur jeder Zweite sorgt dafür, dass operative Anpassungsmaßnahmen erfolgreich umgesetzt werden. Immerhin beabsichtigen 60% in den nächsten 3 Jahren die Umsetzung operativer Maßnahmen zu verbessern.

Die Mittelständler mit den besten Umsatzrenditen passen sich schneller an die Trends an und sind dabei international deutlich aktiver. „Die Unternehmen sind zu kurzfristig orientiert und sollten jetzt schnell die Expansionsgrenze Europa überwinden, Produktportfolien „customizen“ und ihre Geschäftsmodelle anpassen“, betont Prof. Dr. Ronny Fürst, Direktor des icgrowth Instituts, Wiesbaden. Im Vordergrund der bisherigen Maßnahmen steht die absatzseitige Internationalisierung mit dem Fokus auf China. „Nachhaltigkeit“ als Verkaufsargument ist selbstverständlich, andere Maßnahmen wie E-Commerce oder spezifische Produktangebote für neue Nachfragegruppen (z.B. 65+) bergen noch unausgeschöpfte Potentiale. Nächste Schritte liegen bspw. in der Expansion nach Süd-Amerika, Internationalisierung der Produktions- und F&E-Standorte sowie der landesspezifischen Social Media-Differenzierung.

Die Studie beinhaltet ein Benchmarking mit DAX- und M-DAX-Unternehmen. Diese geben dem Mittelstand Handlungsorientierung, denn sie passen sich permanent an die fünf globalen Mega-Konsumtrends an. BMW als ein Best Practice Beispiel nutzt die Chancen aller fünf Trends sehr erfolgreich. Der Automobilhersteller ist bspw. in allen vier BRIC-Staaten präsent, hat Nachhaltigkeits- und Ökologieprinzipien in der Produktion entwickelt, bietet spezifisch an

Kundenbedürfnisse angepasste Produkte an und unterhält vor Ort in Beijing einen eigenen Forschungs- & Entwicklungsstandort. Das Unternehmen ist bei den drei

Erfolgsfaktoren „Frühzeitige Trendidentifikation & Strategieausrichtung“, „Investitionsbereitschaft & Top-Management-Commitment“ sowie „Ressourcen-Mobilisierung & schnelle Maßnahmenableitung“ bestens aufgestellt.

Nach dem Vorbild der großen deutschen DAX-Unternehmen wird auch der deutsche Mittelstand seine Prozesse und Produkte auf Nachhaltigkeit trimmen. Der Trend zur Öffnung der Wertschöpfungsprozesse und Einbindung Externer in den Entwicklungs-, Beschaffungs- und Absatzprozess setzt sich langsam bei den Unternehmen durch. Kooperationen treten generell stärker in den Fokus. Langfristige Ressourcenabsicherung und Diversifizierung in der Beschaffung ist für alle Firmen ein Top-Thema. Bei der Absicherung der Wechselkursrisiken hat der Mittelstand Nachholbedarf und die Finanzierung der Expansionen ist auch mittelfristig nicht über lokale Kapitalgeber geplant.

Am Ende gab Dr. Kricsfalussy den anwesenden Studenten mit auf den Weg: „Denken Sie daran, dass Bildung immer honoriert wird. Nehmen Sie möglichst viele theoretische Inputs von Ihrer Hochschule mit und überlegen Sie sich genau, wo Sie hinwollen“.

Die Befragung wurde im November und Dezember 2011 durch Horn & Company mit wissenschaftlicher Begleitung des icgrowth Instituts Wiesbaden durchgeführt.

- „Globale wirtschaftliche Machtverschiebung“
(Schwellenländer überholen Industrienationen in weltweiter Wertschöpfung),
- „Weltweites Wachstum der Mittelschicht“
(Steigender Wohlstand in Schwellenländern erhöht Anteil der Mittelschicht),
- „Demografischer Wandel“
(Steigende und alternde Weltbevölkerung lebt zunehmend in Städten),
- „Knappe Ressourcen & Nachhaltigkeit“
(Ressourceneffizienz und Nachhaltigkeit gewinnen wegen Knappheit stetig an Bedeutung) sowie
- „Digitale Revolution“
(Neue Technologien & digitale Vernetzung verändern Informations-/ Konsumverhalten)

Portrait

European Management School (EMS)

Die EMS ist die wissenschaftliche Management School der Cologne Business School, die zu den besten deutschen Wirtschafts-Fachhochschulen zählt. Ihre innovativen Bachelor-Programme „International Business“, „International Culture and Management“ und „General Management“ mit den spezifischen Spezialisierungen tragen das Gütesiegel der unabhängigen Akkreditierungsagentur FIBAA. Kleine Seminargruppen garantieren eine sehr persönliche Atmosphäre, die zusammen mit der intensiven Betreuung und zusätzlichen Services von unseren Studenten sehr geschätzt wird.