



Breaking Business

Regeln brechen. Erfolg sichern.

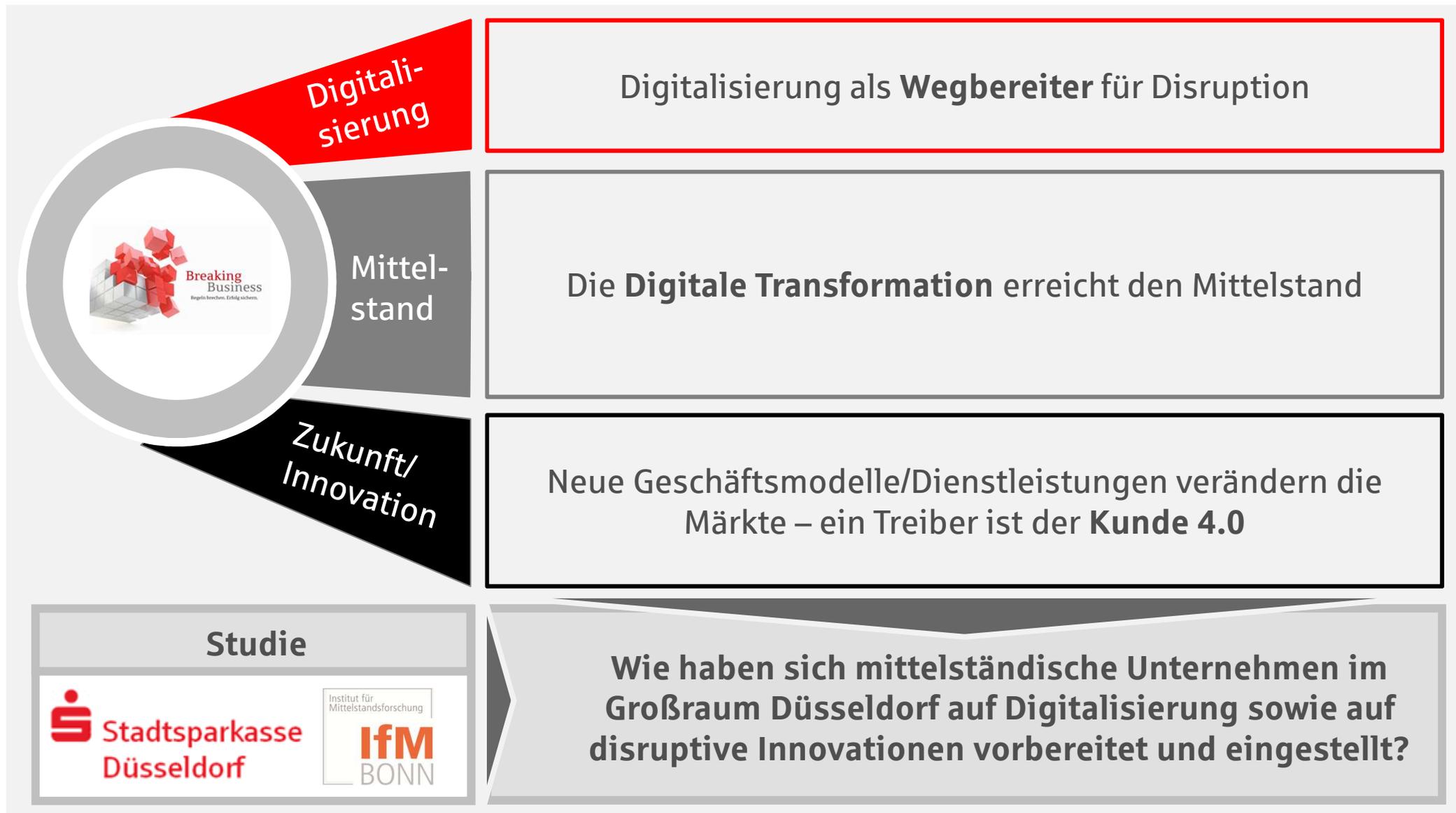
9. März 2017
Mittelstandstag 2017 und
10. Düsseldorfer Unternehmerpreis

**Studie: Disruptive Innovationen –
Befragungsergebnisse**
Karin-Brigitte Göbel
Vorstandsvorsitzende der Stadtsparkasse Düsseldorf
Düsseldorf, 7. März 2017

Agenda

1. Hintergrund und Ziel der Studie
2. Studiendesign
3. Bedeutung digitaler Technologien
4. Veränderung des Wettbewerbs
5. Veränderung des Preisbewusstseins
6. Kundenbedarf und -verhalten
7. Regelmäßige Überprüfung des Geschäftsmodells
8. Potenziale und Chancen
9. Auswirkungen disruptiver Entwicklungen
10. Strategische Positionierung
11. Geschäftliche Neu-Positionierung
12. Fazit und Empfehlungen

1. Hintergrund und Ziel der Studie



2. Studiendesign Überblick

Erhebungszeitraum

Ende Oktober bis Mitte Dezember 2016

Grundgesamtheit

Mittelständische Unternehmen im Großraum Düsseldorf

Stichprobenumfang

circa 5.000 Unternehmen

Teilnehmerzahl

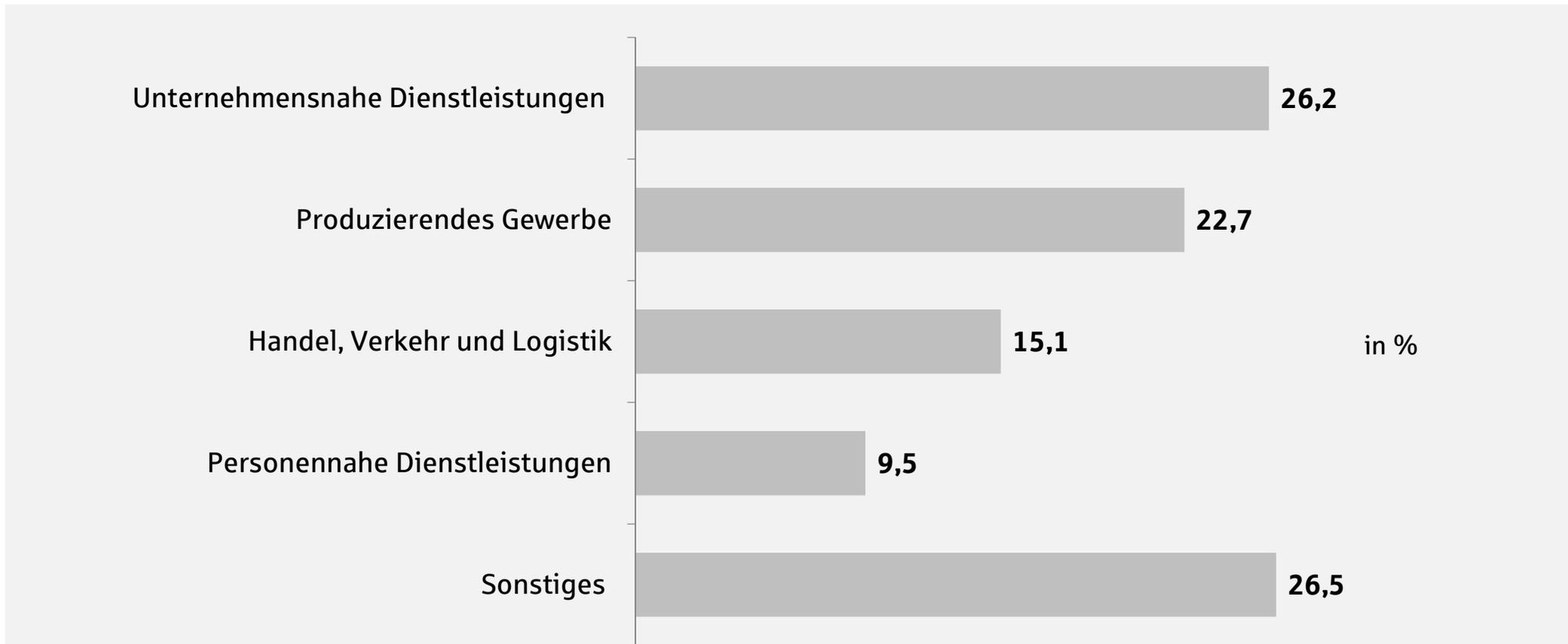
327 Unternehmen – Rücklaufquote: 6,5% –

Methodik

Online-Befragung – Optional: schriftliche Teilnahme

2. Studiendesign

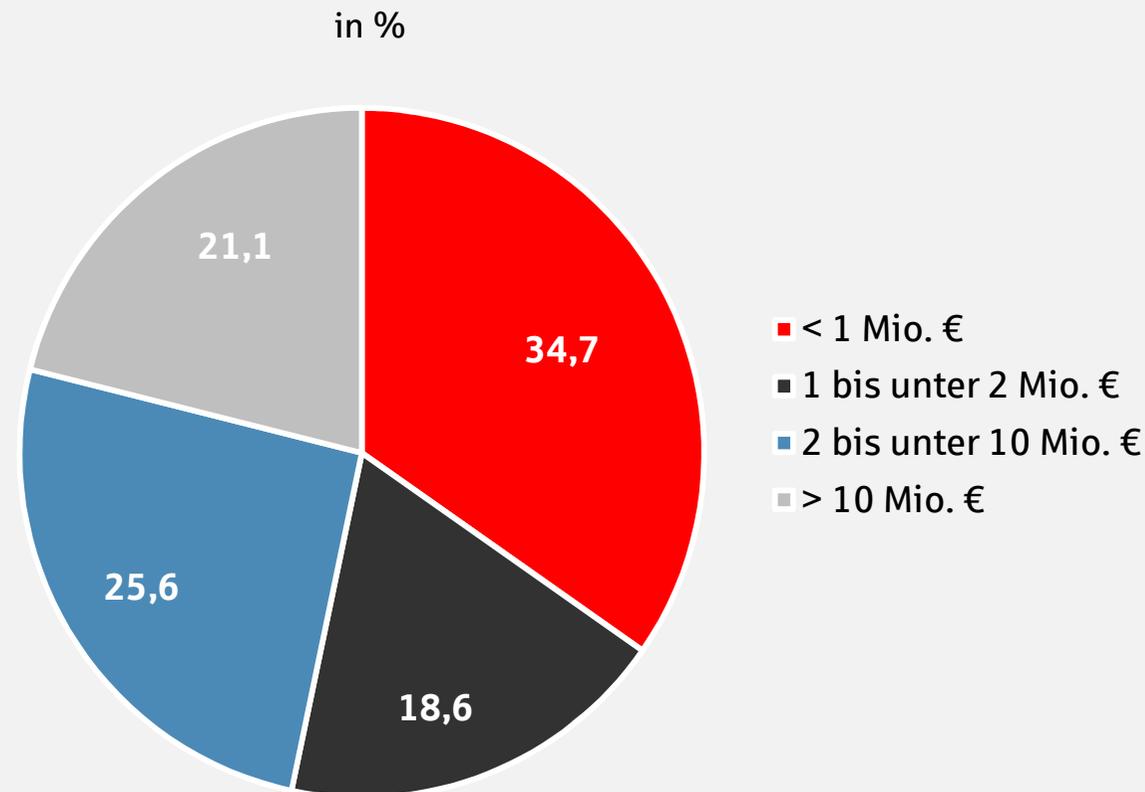
Verteilung der teilnehmenden Unternehmen auf Branchen



Branchenvielfalt der Region spiegelt sich unter den befragten Unternehmen wieder.

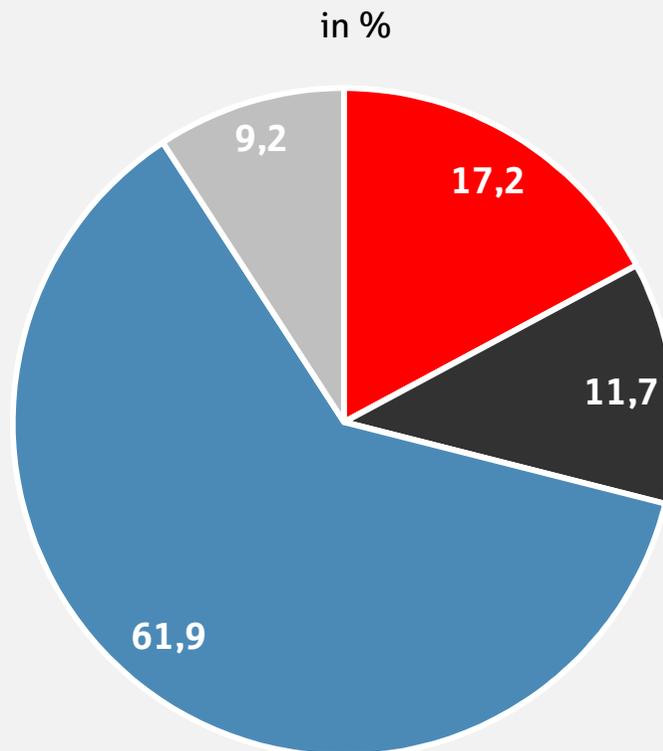
2. Studiendesign

Unternehmensgröße nach Jahresumsatz



Alle befragten Unternehmen sind mit Blick auf den Umsatz dem **regionalen Mittelstand** zuzuordnen.

3. Bedeutung digitaler Technologien Für das Geschäftsmodell

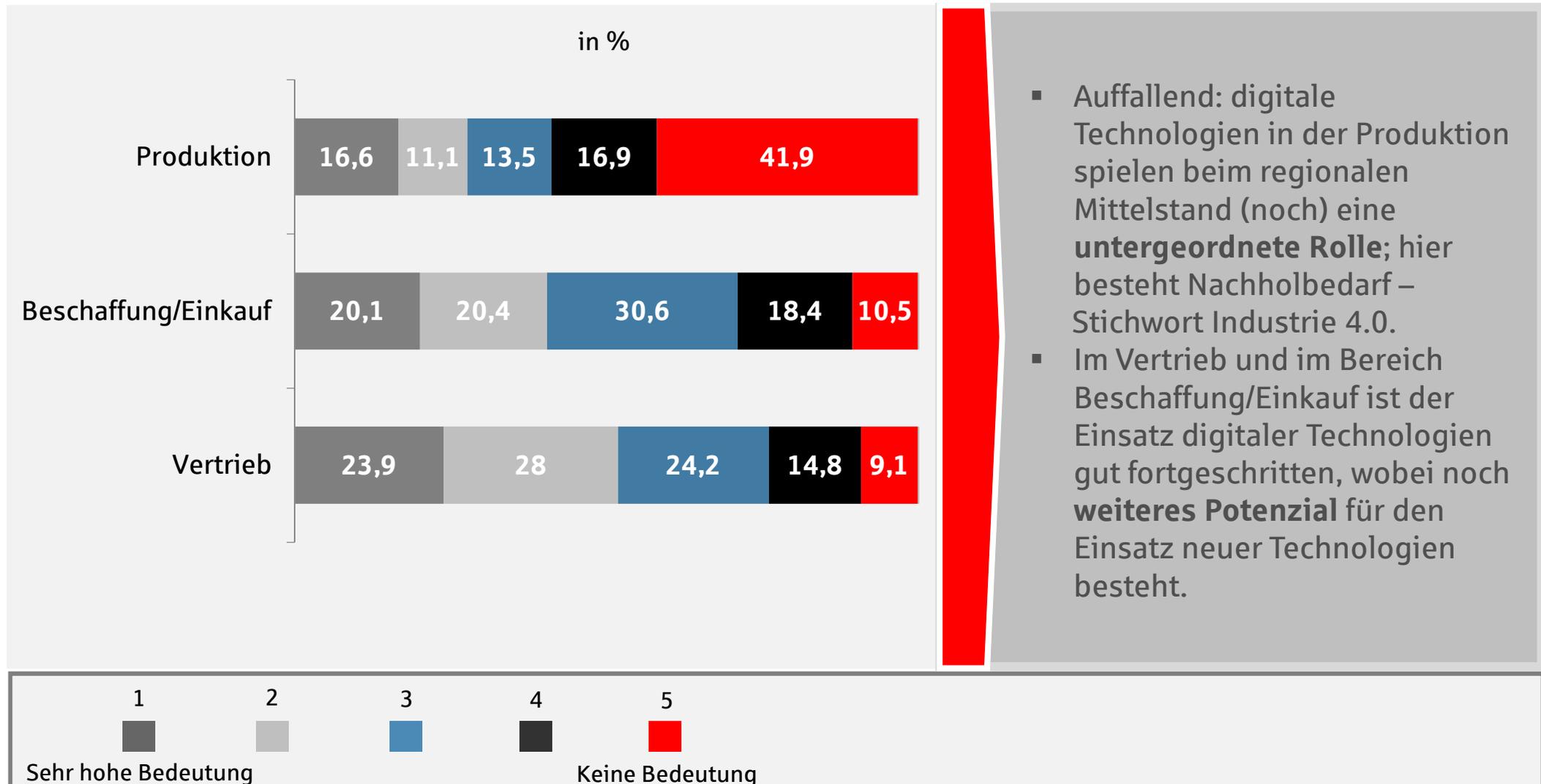


- Digitale Technologien sind für die Geschäftsmodelle einer – wachsenden – Minderheit der Unternehmen essentiell.
- Weniger als 10 Prozent der befragten Unternehmen sahen in der Digitalisierung **keine Bedeutung** für das eigene Geschäftsmodell.
- Bedeutung der Digitalisierung grundsätzlich in den Unternehmen erkannt; aber über 70 Prozent der Unternehmen halten **Digitalisierung als nicht erfolgskritisch** für das eigene Geschäftsmodell.

Geschäftsmodell...

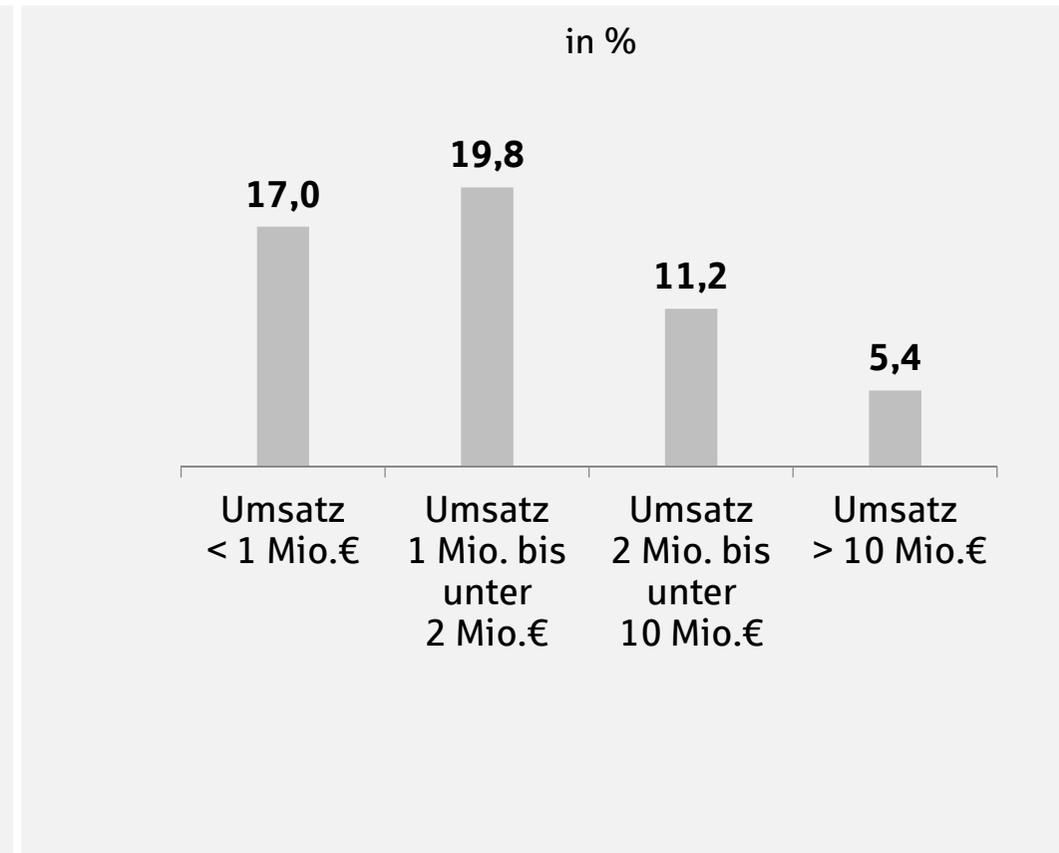
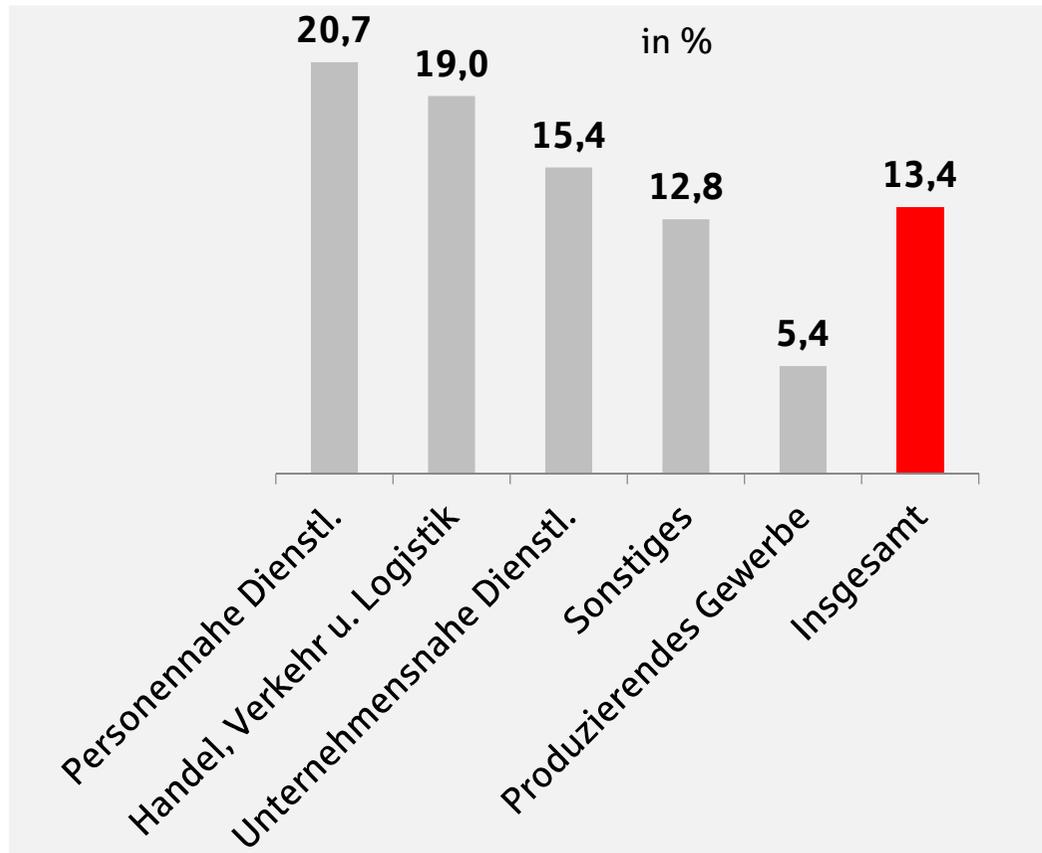
- ohne digitale Technologien nicht denkbar.
- muss ohne digitale Technologien im hohen Maß angepasst werden.
- wird durch Digitale Technologien unterstützt, diese sind nicht entscheidend.
- ist ohne Digitale Technologien perfekt.

3. Bedeutung digitaler Technologien Für die einzelnen Wertschöpfungsketten



3. Bedeutung digitaler Technologien

Anteil am Gesamtumsatz, der über das Internet erwirtschaftet wird



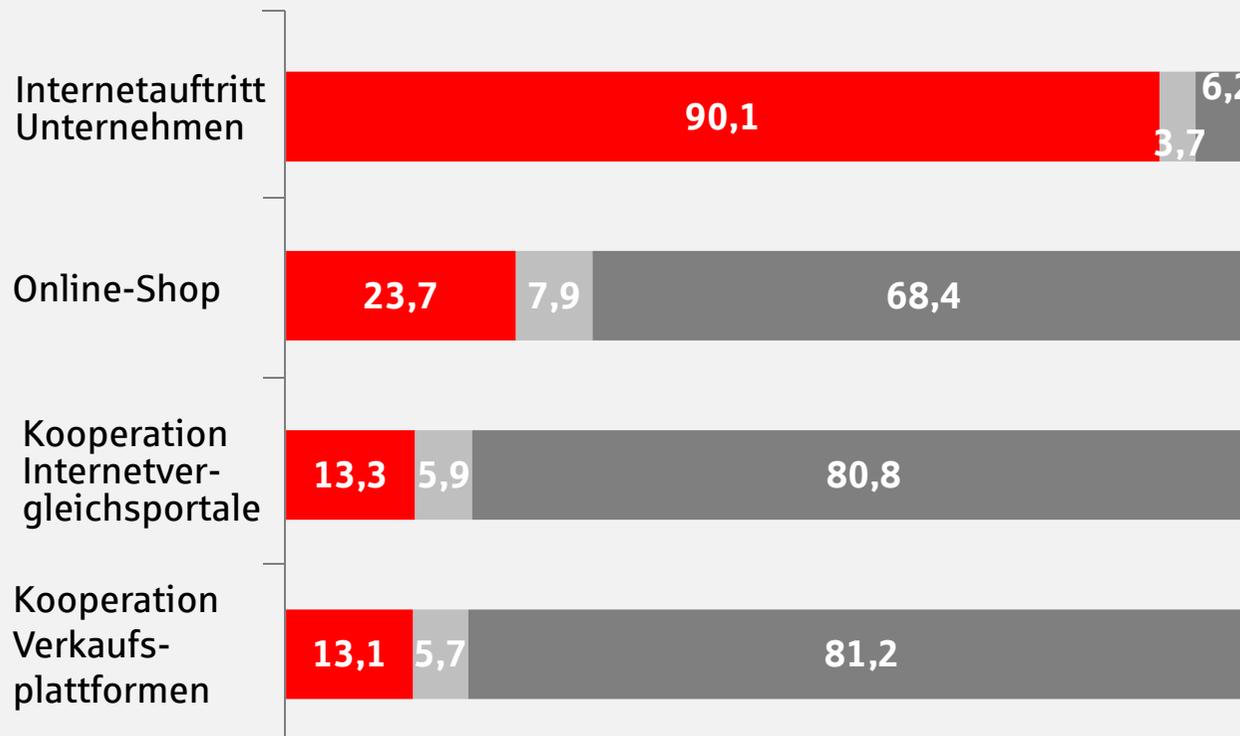
Personennahe Dienstleistungen erzielen von allen Branchen den **höchsten Anteil** am Gesamtumsatz über das Internet; bedeutender Anteil ebenfalls bei Handel, Verkehr & Logistik.

Nutzung digitaler Technologien gehen mit der Umsatzgröße zurück. Kleinere Unternehmen (bis 2 Mio. €) **profitieren überproportional** vom Geschäft über das Internet.

3. Bedeutung digitaler Technologien

Nutzen des Internets und Kooperationen mit Verkaufsplattformen

in %



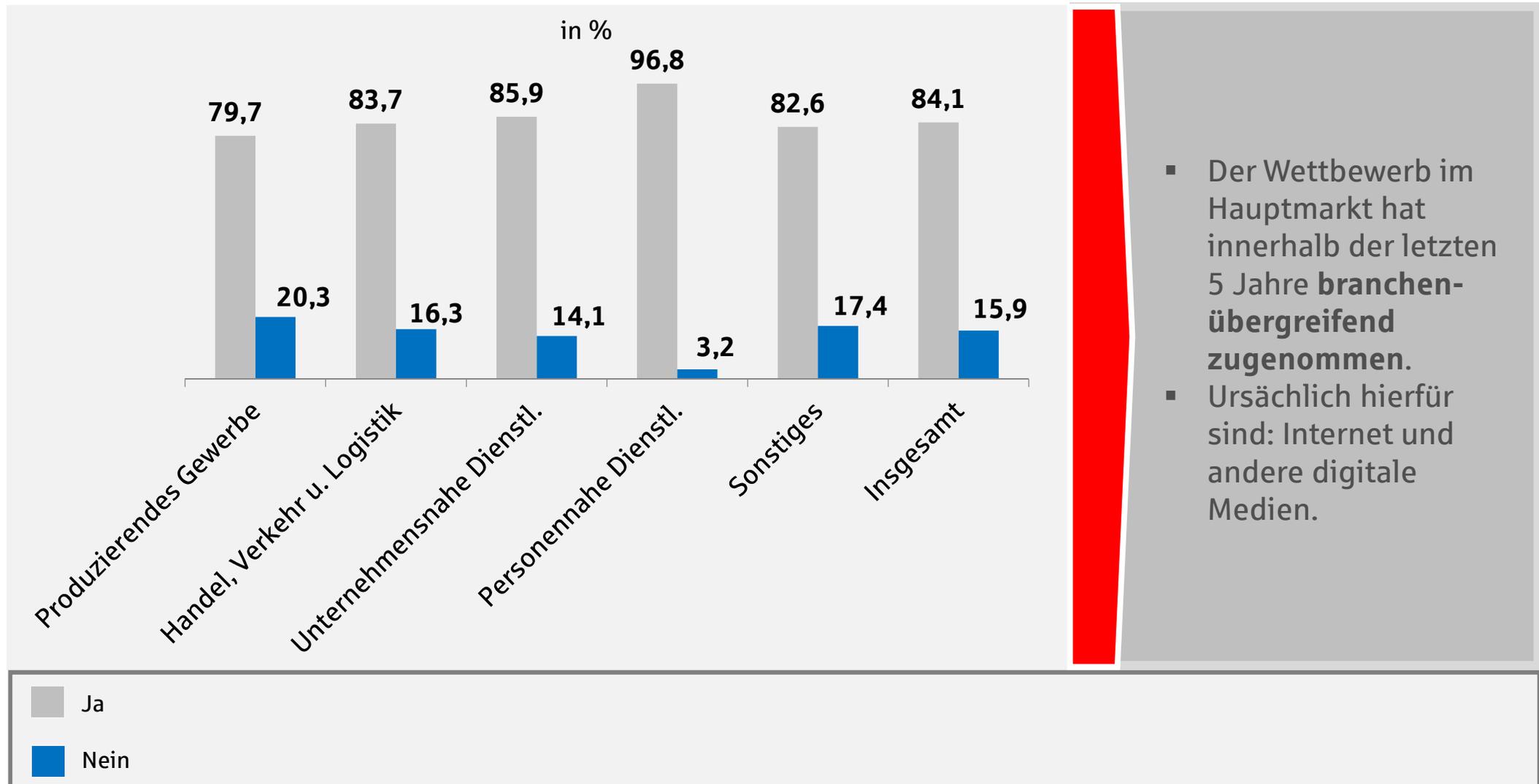
- Nahezu alle Unternehmen haben einen **eigenen Internetauftritt**.
- Die Vernetzung mit Internetvergleichsportalen oder Verkaufsplattformen (z. B. Amazon Market Place) wird **noch nicht professionell genutzt** – mitunter kann dies die Unternehmen Umsatz kosten!

■ Ja ■ Nein

■ Noch nicht, aber Einführung in den nächsten 12 Monaten geplant

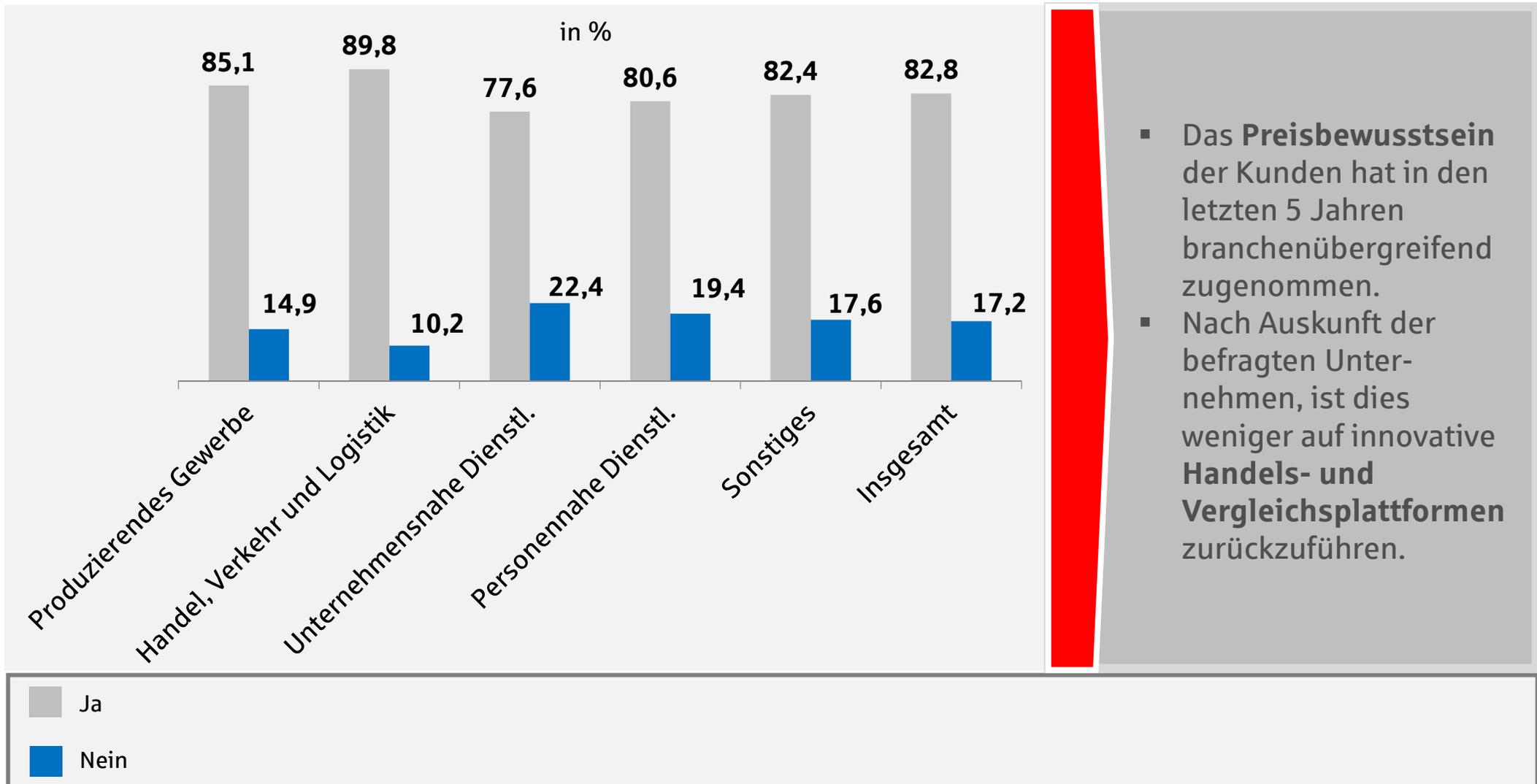
4. Veränderung des Wettbewerbs

Internet und andere digitale Medien



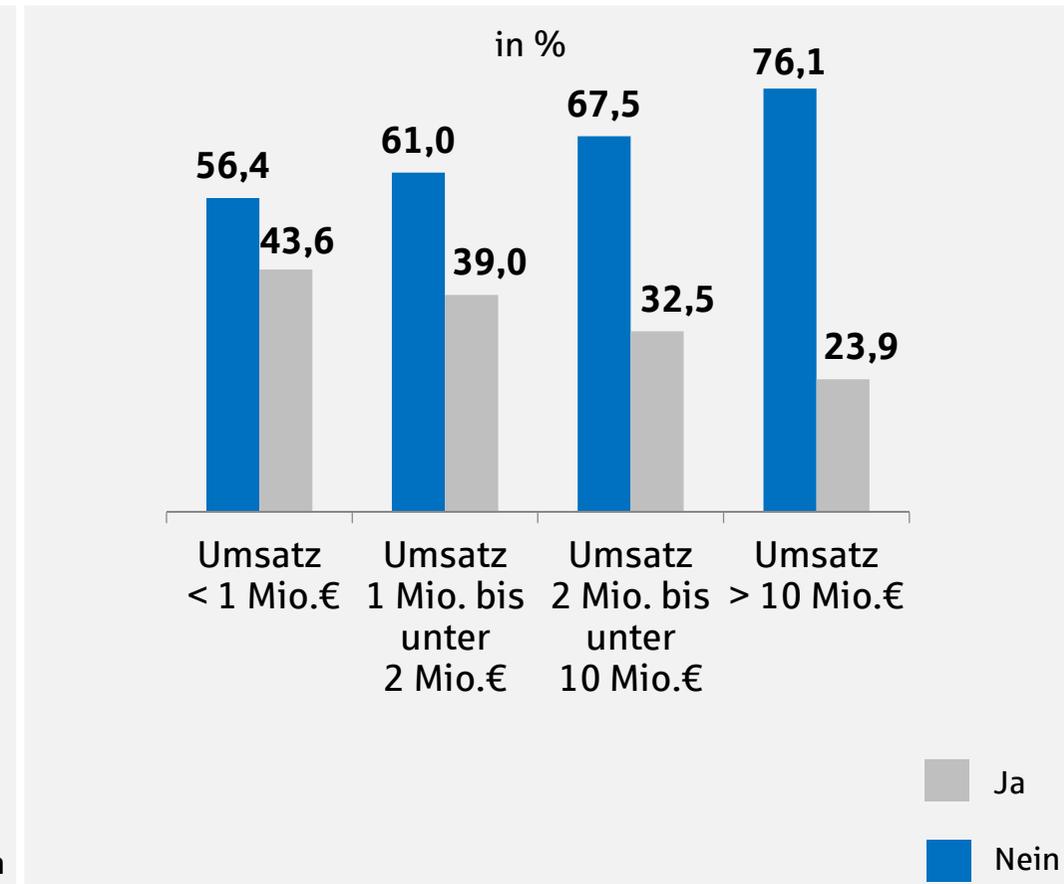
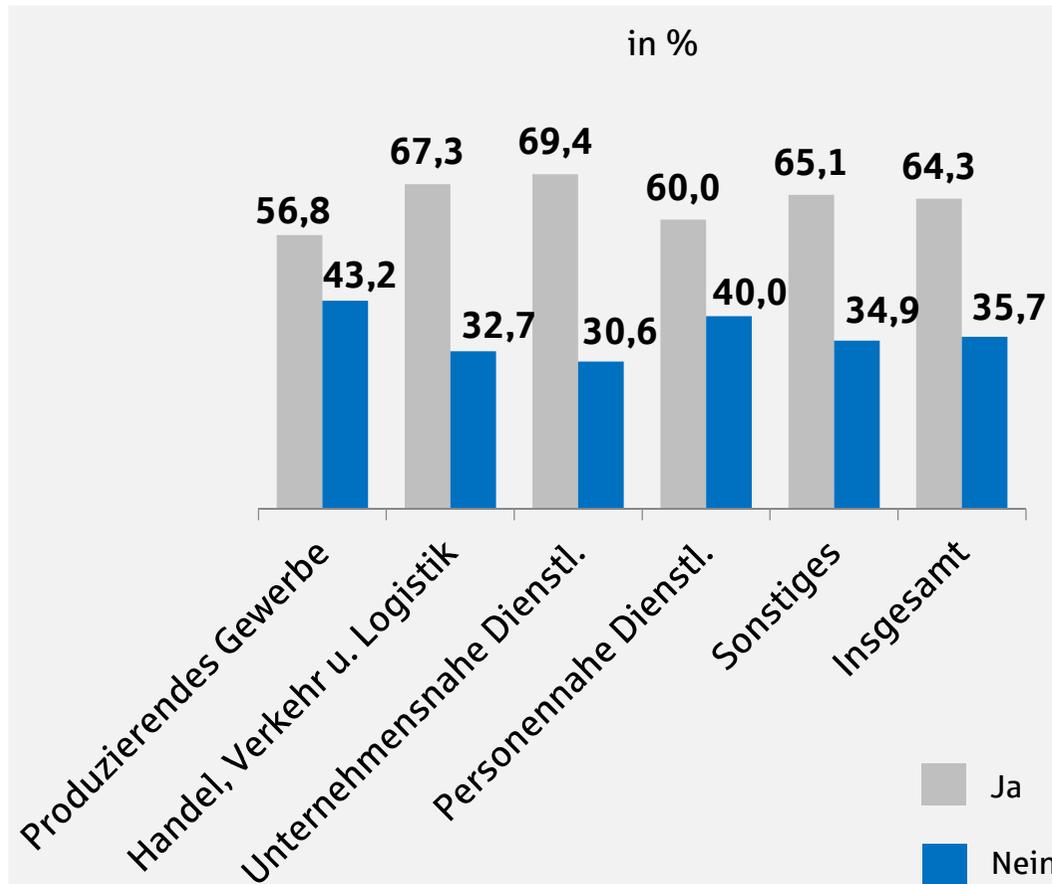
5. Veränderung des Preisbewusstseins

Kundenbetrachtung



- Das **Preisbewusstsein** der Kunden hat in den letzten 5 Jahren branchenübergreifend zugenommen.
- Nach Auskunft der befragten Unternehmen, ist dies weniger auf innovative **Handels- und Vergleichsplattformen** zurückzuführen.

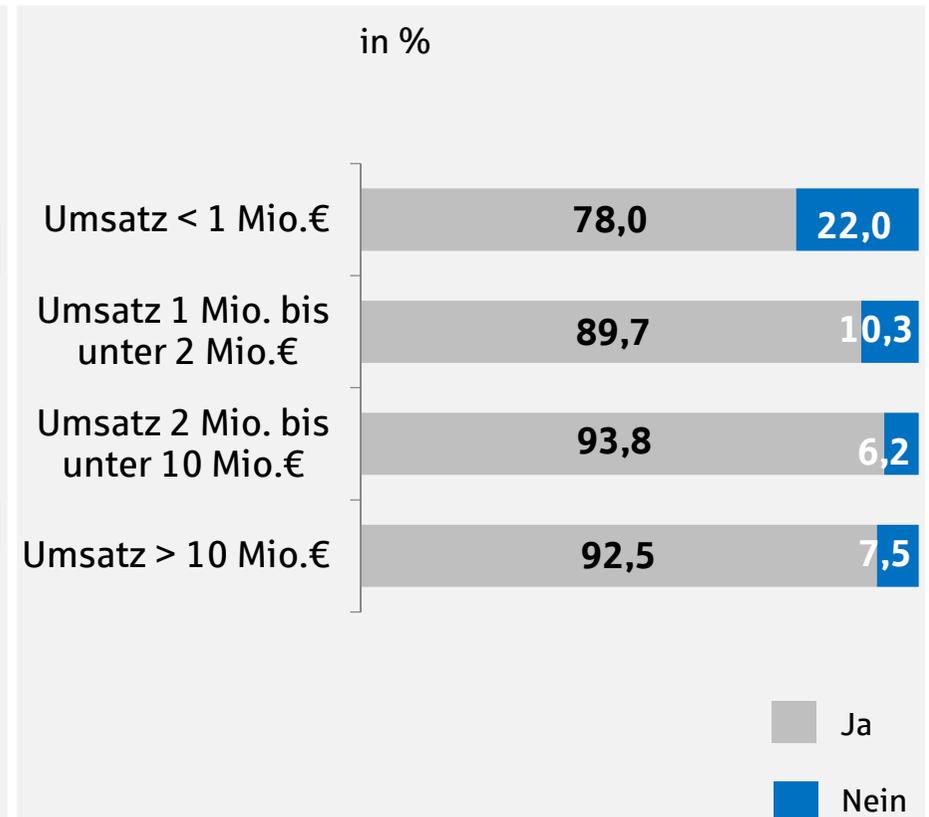
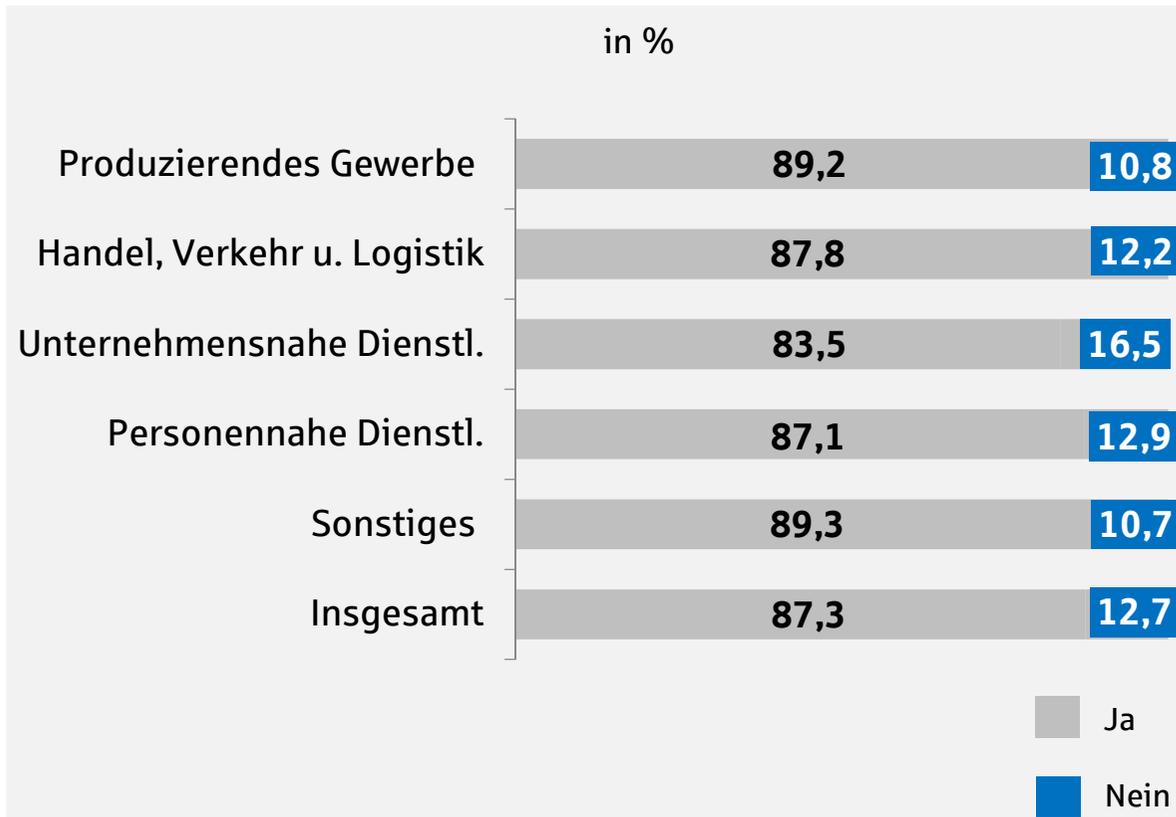
6. Kundenbedarf und -verhalten Analyse durch Unternehmen



Unternehmensnahe Dienstleistungen und Handel **analysieren öfter** den Bedarf und das Verhalten ihrer Kunden als andere Branchen.

Je größer das Unternehmen, **desto häufiger** die Analyse des Kundenbedarfs- und verhaltens.

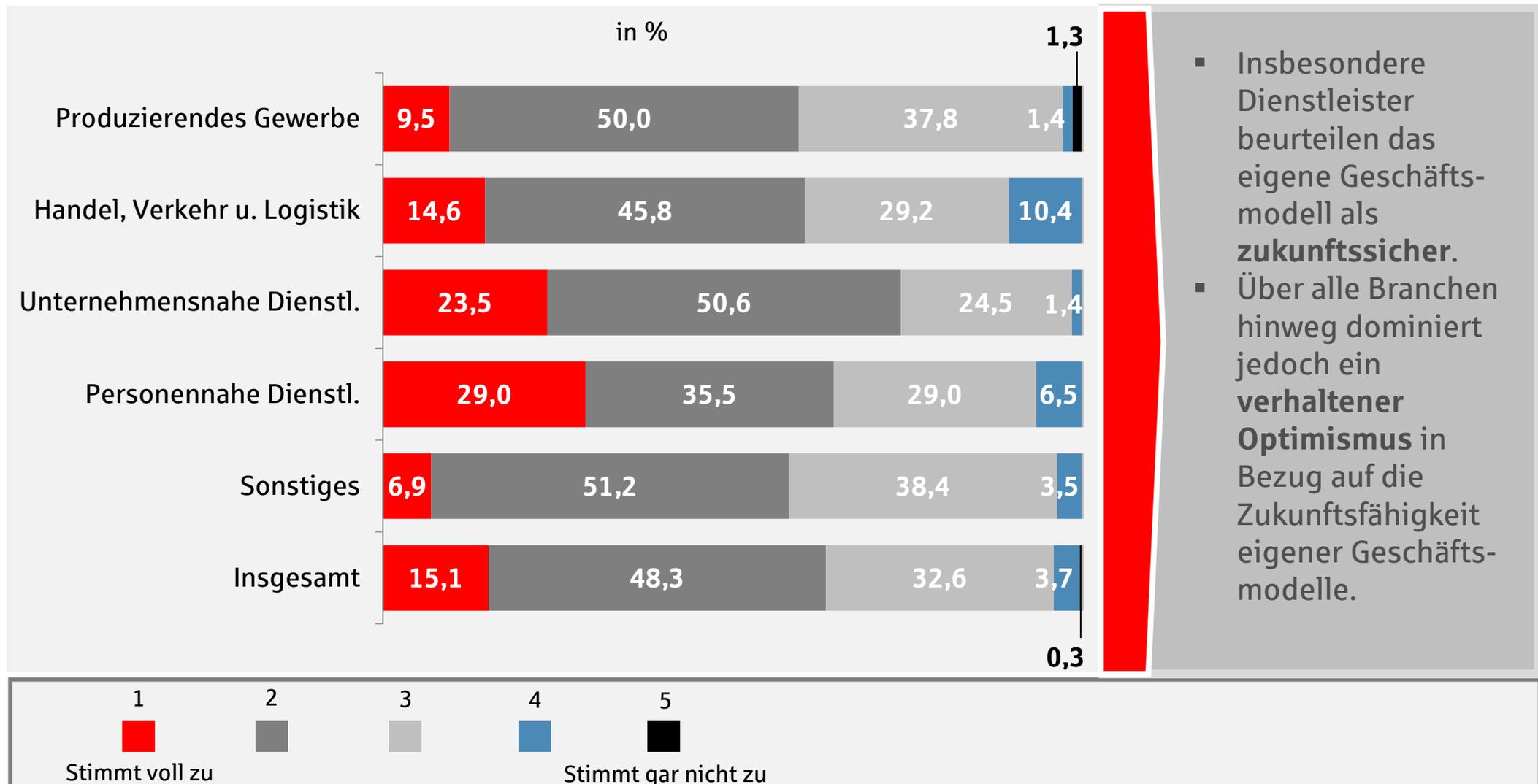
7. Regelmäßige Überprüfung des Geschäftsmodells Im Rahmen der strategischen Positionierung



Den Unternehmen ist die Flexibilität des Unternehmens wichtig. Sie sind mit Blick auf eine **regelmäßige Überprüfung** des eigenen Geschäftsmodells sensibilisiert.

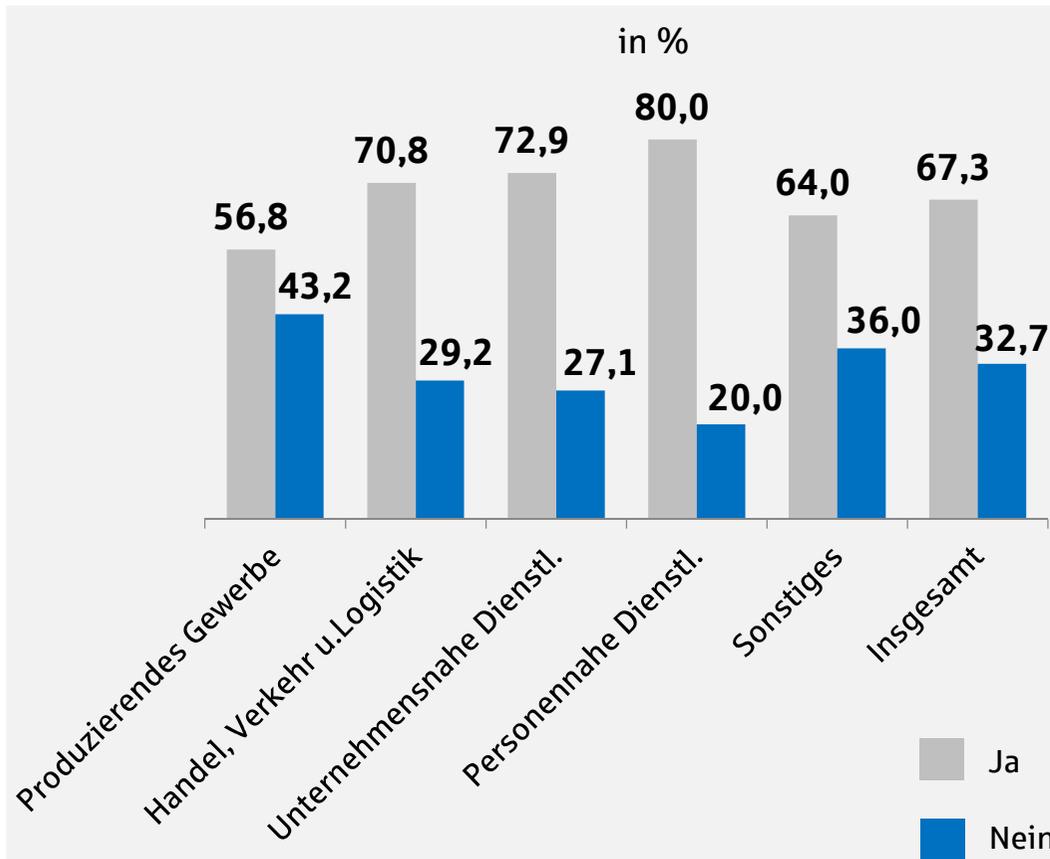
Die regelmäßige Überprüfung des Geschäftsmodells ist mit zunehmender Unternehmensgröße **fester Bestandteil** der Unternehmensrealität.

7. Regelmäßige Überprüfung des Geschäftsmodells Mit Blick auf die Zukunftsfähigkeit

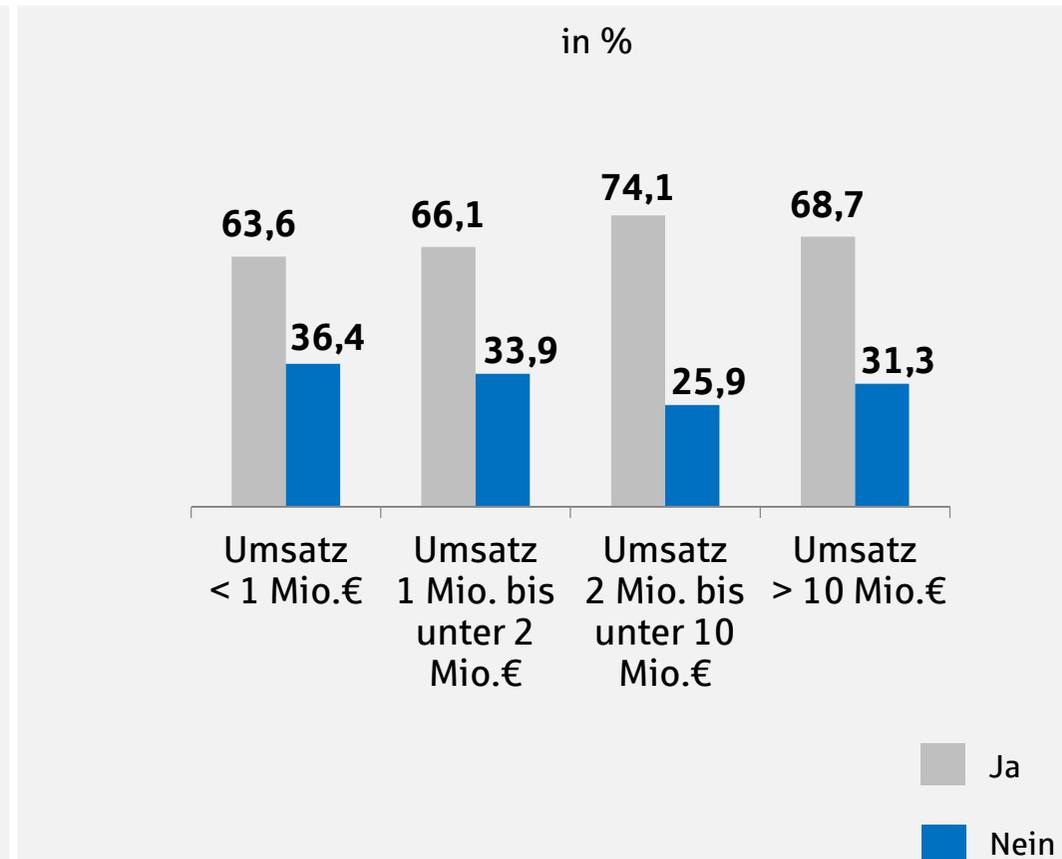


7. Regelmäßige Überprüfung des Geschäftsmodells

Beobachtung neuer Technologien und Geschäftsmodelle



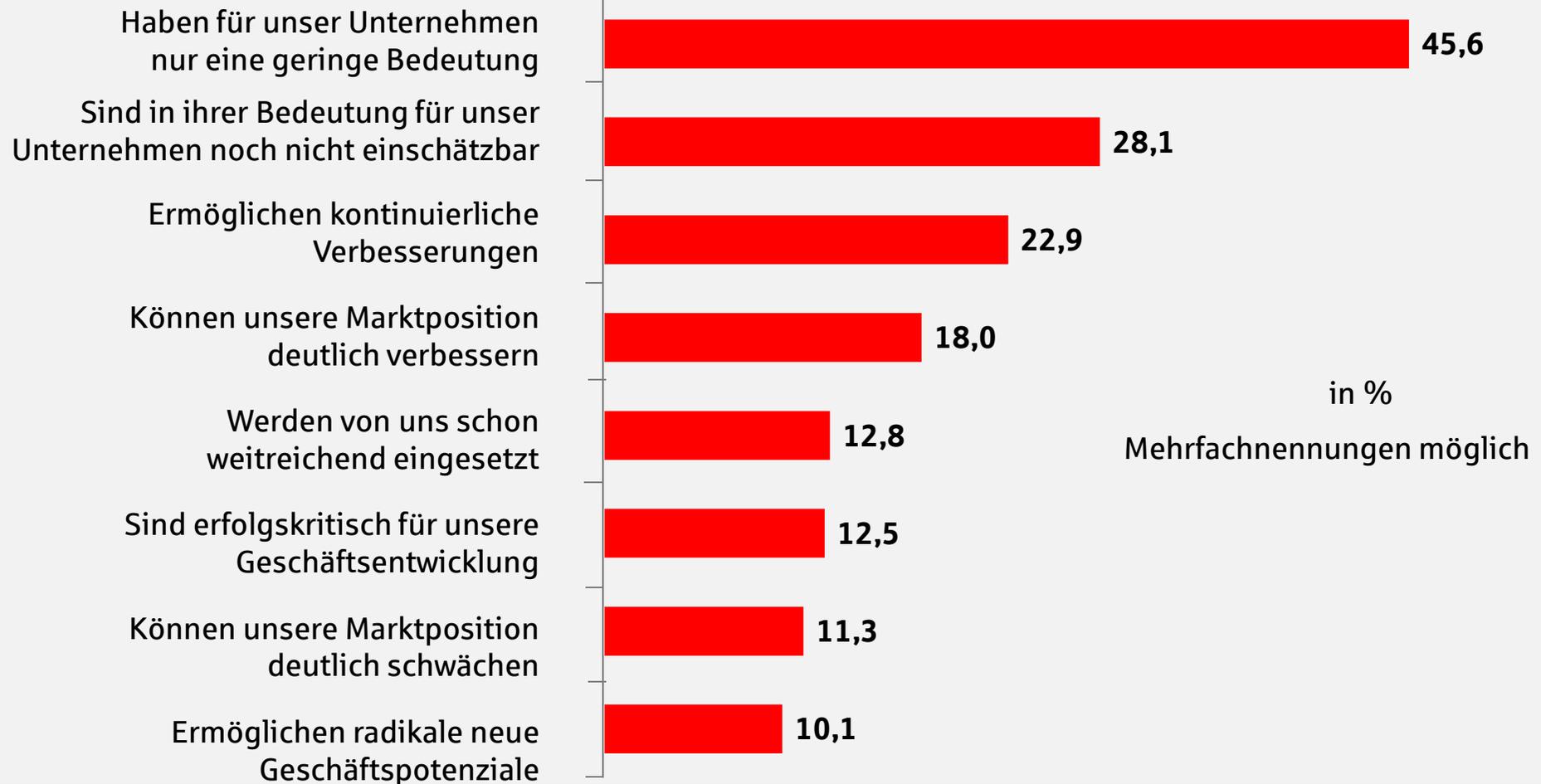
Zwei von drei Unternehmen **beobachten** neue Technologien oder Geschäftsmodelle – produzierendes Gewerbe hat diesbezüglich Nachholbedarf.



Umsatztechnisch unterscheiden sich die Unternehmen in diesem Punkt nur geringfügig.

8. Potenziale und Chancen

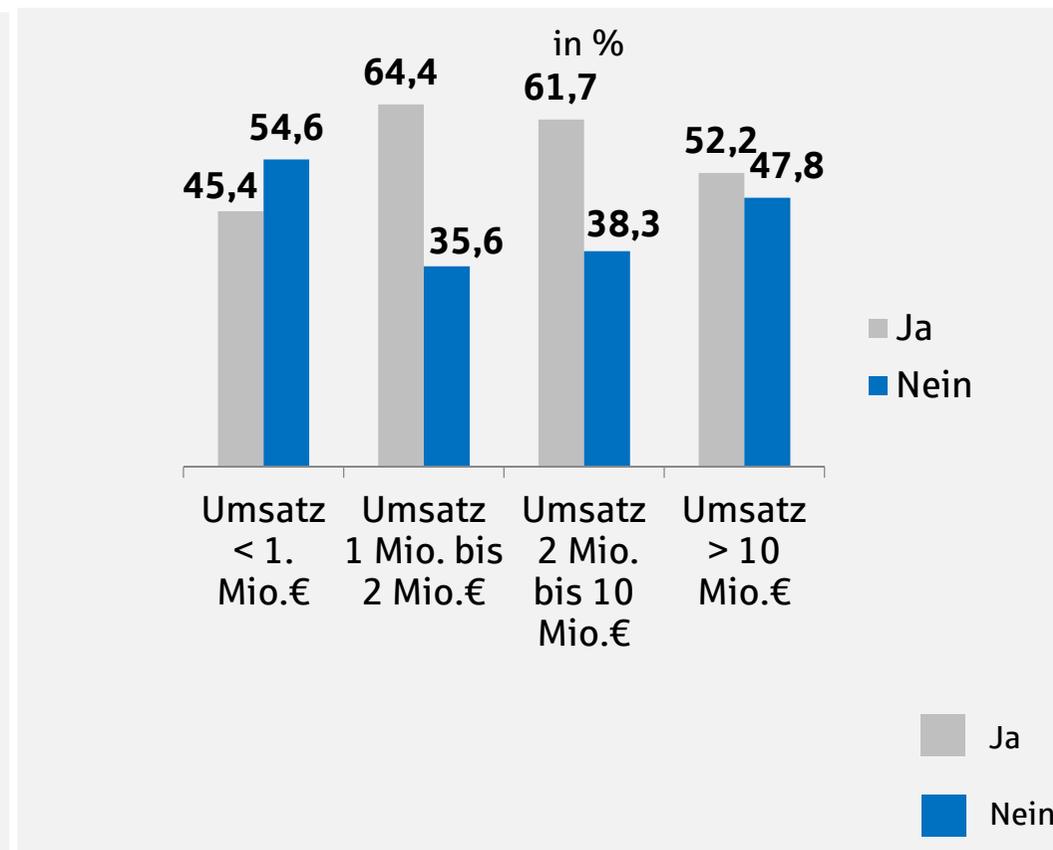
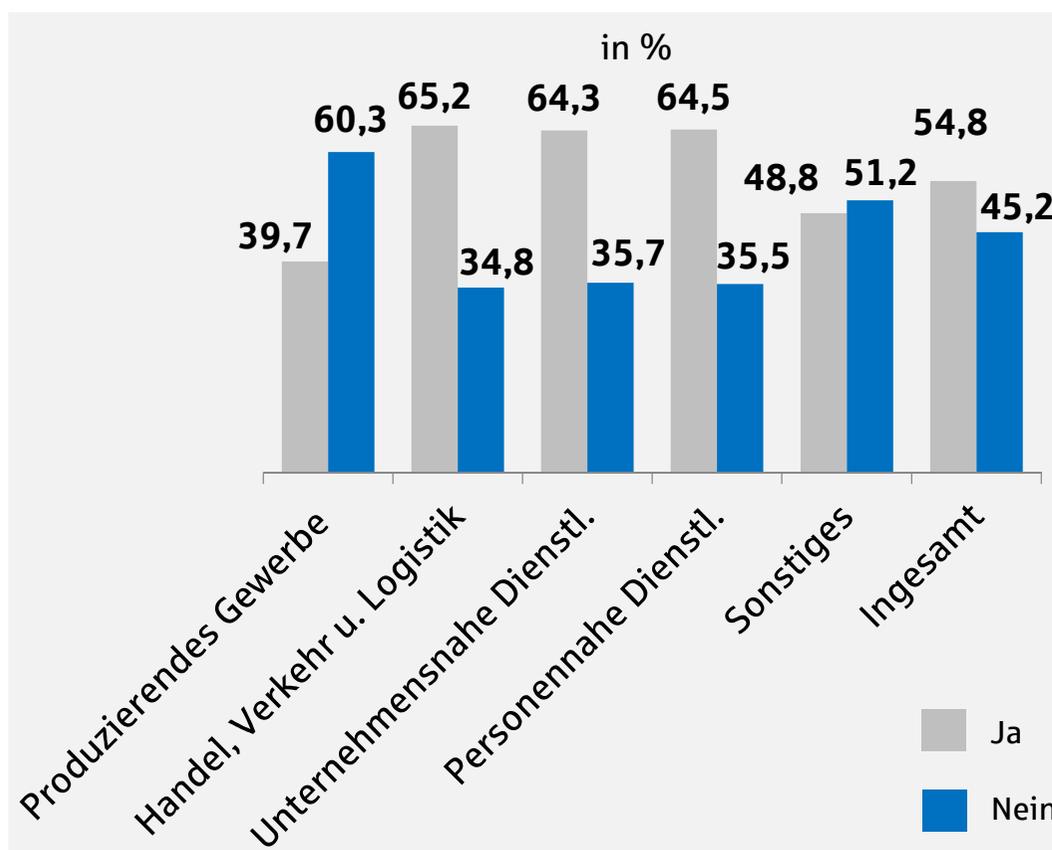
Neue Technologien und Geschäftsmodelle



Die Potenziale und die Chancen neuer Technologien und neuer Geschäftsmodelle werden von den befragten Unternehmen **selten erkannt**.

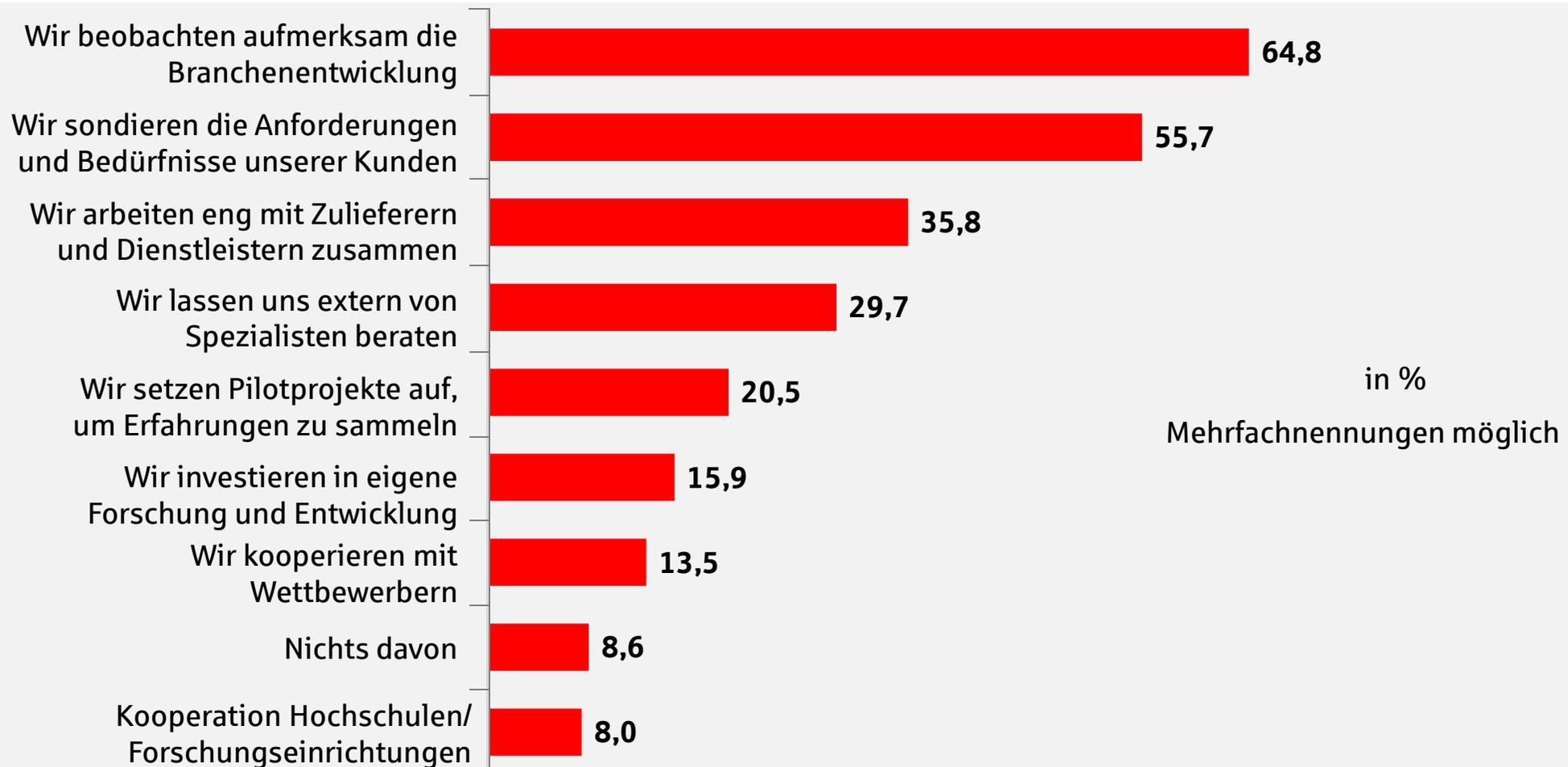
9. Auswirkungen disruptiver Entwicklungen

Ist das eigene Geschäftsmodell robust?



Jedes zweite Unternehmen überprüft, ob das eigene Geschäftsmodell digitalen/disruptiven Entwicklungen standhält und hat im Ergebnis damit eine zu **optimistische Sicht** auf die Lage. Das regionale produzierende Gewerbe, obwohl gleichfalls von disruptiven Entwicklungen betroffen, hat die Robustheit des eigenen Geschäftsmodells **noch nicht analysiert**.

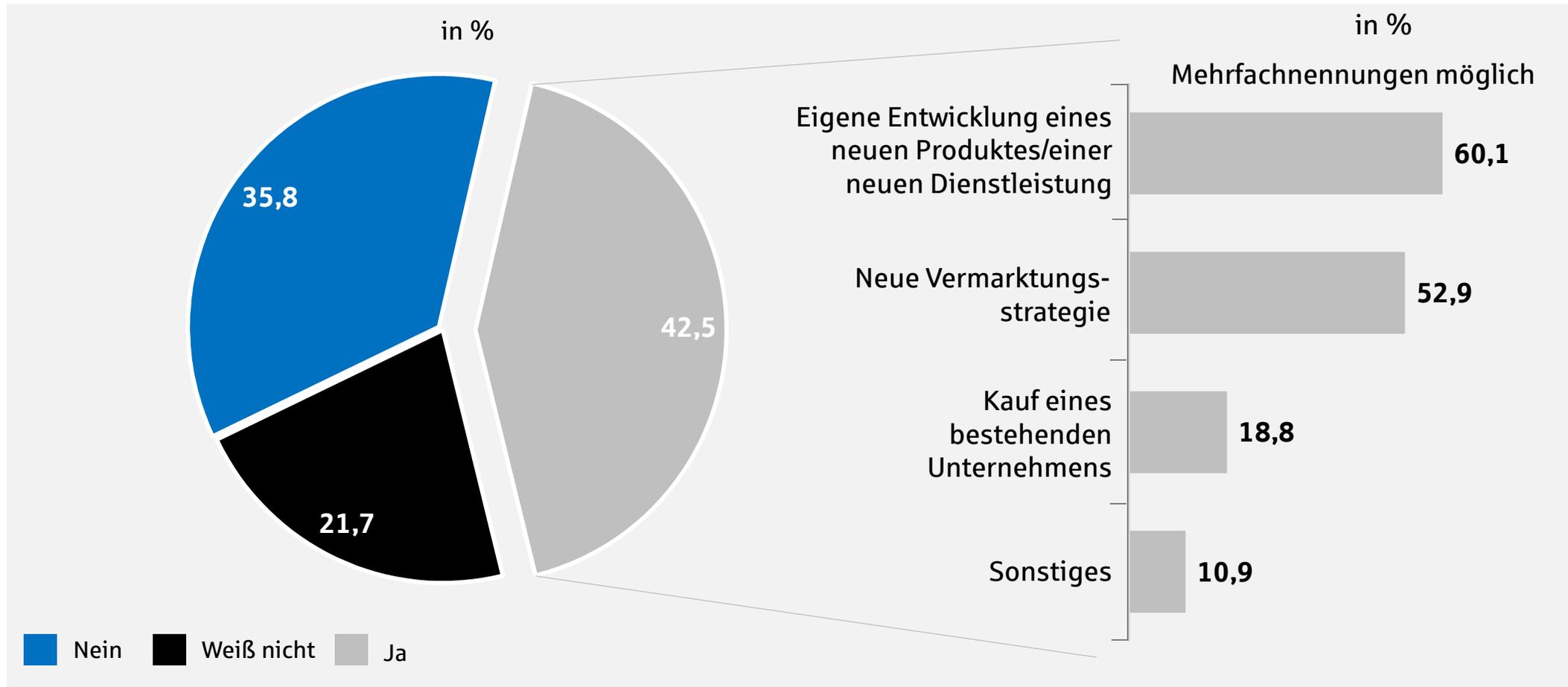
10. Strategische Positionierung – Umgang mit Digitalisierung



Austausch mit Spezialisten, Pilotprojekte, Investitionen in F&E, Kooperationen mit Wissenschaft werden seltener als Strategie verfolgt – **Beobachtung und Sondierung dominieren.**

11. Geschäftliche Neu-Positionierung

Zukunftsblick



Fast zwei Drittel aller Unternehmen stellen Überlegungen an, die Geschäftsausrichtung zukünftig in **Teilen neu zu ordnen**. Dabei ist Digitalisierung und das von ihr ausgehende Potenzial nur ein Aspekt.

12. Fazit und Empfehlungen

Bedeutung der Digitalisierung ist beim Mittelstand erkannt; **Für das eigene Geschäftsmodell wird diese eher als unterstützend, nicht jedoch als erfolgskritisch beurteilt.** Über alle Wertschöpfungsketten hinweg, liegt ein nicht vollumfänglich ausgeschöpftes Potenzial in Bezug auf digitale Technologien.

Internet und digitale Medien sind Treiber für den erhöhten Wettbewerb beim regionalen Mittelstand. Zugleich steigt die Preissensitivität der Kunden. Verkannt wird, dass Digitalisierung/Internet (Handels- und Vergleichsplattformen) zur Preistransparenz beitragen und somit das Preisbewusstsein der Kunden im hohen Maße schärfen.

Der Anteil am Gesamtumsatz über das Internet ist für alle Branchen bedeutsam, wobei insbesondere kleinere Unternehmen überproportional vom Geschäft über das Internet profitieren. **Eine professionelle Vernetzung mit Internetvergleichsportalen oder Verkaufsplattformen liegt nicht vor, was die Unternehmen Umsatz kosten kann.**

Alle Branchen analysieren – mit unterschiedlicher Intensität – den Kundenbedarf und das Kundenverhalten als Indikatoren für eine mögliche Geschäftsmodellanpassung. **Eine regelmäßige Überprüfung des Geschäftsmodells ist beim regionalen Mittelstand fest verankert.**

12. Fazit und Empfehlungen

Zwei Drittel der Unternehmen beobachten lediglich neue Technologien und Geschäftsmodelle – im produzierenden Gewerbe liegt in diesem Punkt der größte Nachholbedarf.

Die Potenziale der neuen Technologien und daraus abgeleiteten Geschäftsmodelle fürs eigene Unternehmen werden nur selten erkannt. Das gilt vor allem für Unternehmen des produzierenden Gewerbes.

Vor allem Unternehmen außerhalb des produzierenden Gewerbes haben ihr Geschäftsmodell auf disruptive Innovationen/Entwicklungen hin überprüft. Zukünftig erfolgt eine Geschäftsanpassung insbesondere in den Bereichen Produktentwicklung/Dienstleistung sowie Vermarktung.

Ein erheblicher Anteil der Unternehmen unterschätzt die Risiken, die für sie von neuen Technologien und Geschäftsmodellen ausgehen und handelt zu spät.

12. Fazit und Empfehlungen

1

Das Thema „Digitalisierung“ ist ein „Management-Thema“. Es gehört auf die Agenda jeder Unternehmensführung und muss mit klarer Zuständigkeit besetzt werden.

2

Das Thema „Digitalisierung“ ist heute in vielen Unternehmen auf mehrere Personen verteilt. Damit fehlt die klare Zuständigkeit und ein explizit Verantwortlicher. Damit sind Fehlentwicklungen vorprogrammiert.

3

Bei der Umsetzung einer Digitalisierungsstrategie sind die Mitarbeiter und deren Wissen der entscheidende Faktor. Die meisten Unternehmen werden fehlendes „Know-How“ von außen ergänzen müssen.

4

Wichtig bleibt aber, eine Unternehmenskultur zu schaffen und zu pflegen, die Raum gibt für Veränderungen, ressortübergreifendes Denken und vernetzte Kommunikation.

5

Zu den Schlüsselqualifikationen von Führungskräften zählt künftig technisches Verständnis für die digitale Transformation.

6

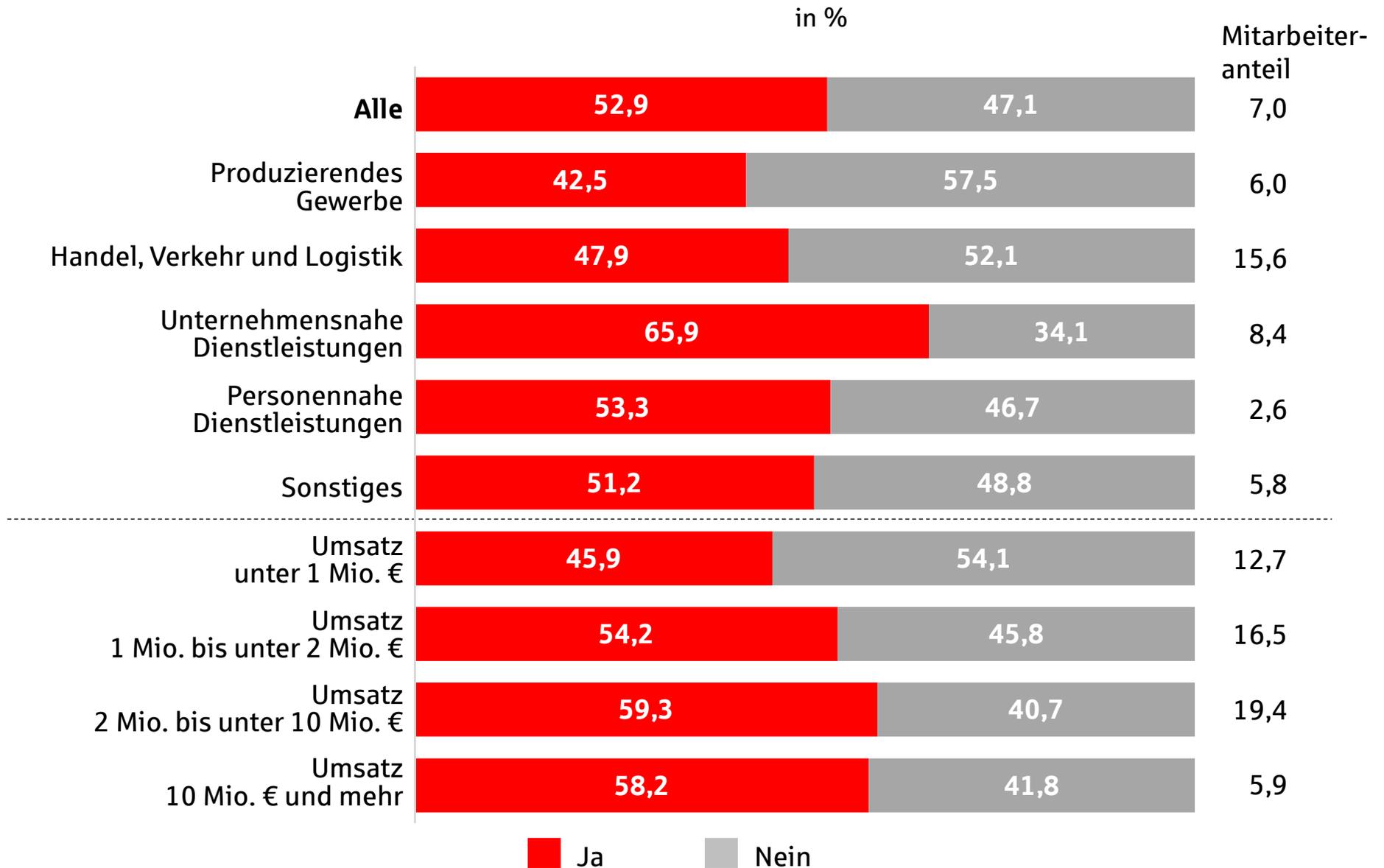
Die Digitalisierung erfordert umfangreiche Investitionen in die IT-Technik. Dazu zählen ebenso Investitionen in die IT-Sicherheit.



Back-up



Mehr als die Hälfte der Unternehmen ermöglicht Heimarbeit, aber nicht einmal jeder zehnte Mitarbeiter ist davon erfasst



Digitalisierung ändert die Anforderungen an die Mitarbeiter, wird Mitarbeiter aber eher selten verdrängen

