Neue Geschäftsmodelle: Innovationsfreude zahlt sich aus

Neue Geschäftsmodelle: Innovationsfreude zahlt sich aus

Fast zwei Drittel der Unternehmen in Deutschland stellen ihr eigenes Geschäftsmodell regelmäßig auf den Prüfstand und passen es an neue Gegebenheiten an. Das ist auch dringend notwendig: Nur so können Firmen in den sich immer schneller entwickelnden, globalisierten Märkten des 21. Jahrhunderts erfolgreich wirtschaften. Zu diesem Ergebnis kommt der "Managementkompass Neue Geschäftsmodelle" von Steria Mummert Consulting in Zusammenarbeit mit dem F.A.Z.-Institut.
Wer sein Geschäftsmodell nicht regelmäßig aktualisiert, der riskiert Wettbewerbsnachteile, Kundenverlust und schrumpfende Marktanteile. Dieser Auffassung sind mehr als 80 Prozent der für den Managementkompass befragten Fach- und Führungskräfte deutscher Unternehmen. "Früher konnte ein einmal etabliertes Geschäftsmodell eine Firma erfolgreich durch mehrere Jahrzehnte tragen. Diese Zeiten sind vorbei", sagt Michael Hagedorn, Leiter des Innovationsmanagements bei Steria Mummert Consulting: "Firmen wie Neckermann, Schlecker und Q-Cells sind gescheitert, weil sie zu lange an einem überholten Geschäftsmodell festgehalten und sich nicht rechtzeitig an veränderte Rahmenbedingungen angepasst haben."
Dass zwischen Innovationsfreude und Erfolg ein starker Zusammenhang besteht, zeigt ein weiteres Ergebnis des Managementkompass. Unter den Unternehmen, die nach Selbsteinschätzung der Befragten stärker wachsen als der Branchendurchschnitt, überarbeiten deutlich mehr ihr eigenes Geschäftsmodell regelmäßig: In dieser Gruppe sind es 80 Prozent. Die Innovationsverweigerer fallen hingegen zurück. Unter den Firmen, die schwächer als die Gesamtbranche wachsen, sind es nur 21 Prozent.
In den letzten Jahren haben sich mehrere neue Geschäftsmodelltypen etabliert. Ganz vorne steht bei Deutschlands Unternehmen die sogenannte Open Innovation. Fast drei Viertel der Befragten schätzen diesen Ansatz als wichtig für ihr eignes Unternehmen ein. Open Innovation bedeutet, dass die Firmen bei der Entwicklung neuer Ideen systematisch mit externen Partnern kooperieren. Das können sowohl andere Firmen als auch die eigenen Kunden sein. Auf Platz zwei folgt mit 54 Prozent die Modularisierung, das Ausgliedern einzelner Komponenten eines alten Geschäftsmodells zur Wiedereingliederung mit anderer Vernetzung in ein neues. 44 Prozent setzen auf den Typus "Long Tail", das bedeutet den Vertrieb vieler Nischenprodukte.
Der von den Unternehmen als besonders wichtig eingestufte Open-Innovation-Ansatz führt aber nicht automatisch zum Erfolg. "Wichtig ist, dass sich die Partner sinnvoll ergänzen", sagt Innovationsexperte Michael Hagedorn, "ihre Stärken sollten in unterschiedlichen Bereichen liegen. Durch die Verknüpfung der Kompetenzen erlangen beide Seiten dann einen Wettbewerbsvorsprung. Neben einem Wissenstransfer zum gegenseitigen Vorteil können beide Partner so auch ihre Sichtbarkeit am Markt verstärken und gleichzeitig ihre Risiken mindern. "
Hintergrundinformationen
Der "Managementkompass Neue Geschäftsmodelle" bietet Kompaktwissen für Manager. Er zeigt, wie Unternehmen Geschäftsmodelle anpassen, neu konzipieren und strukturieren können, und warum dies in Zeiten intensiven Wettbewerbs, globalisierter Märkte und kurzer technologischer Innovationszyklen notwendig ist. Er beinhaltet zudem die wichtigsten Ergebnisse der gleichnamigen Potenzialanalyse. Mittels einer Online-Befragung vom 20. bis zum 27. September 2012 wurden dafür 240 Fach- und Führungskräfte aus großen und mittelständischen Unternehmen aller Branchen der deutschen Wirtschaft befragt.
Über Steria Mummert Consulting (www.steria-mummert.de)
Steria Mummert Consulting bietet Unternehmen und Behörden Business-Services auf Basis modernster IT und zählt heute zu den zehn führenden Business Transformation Partnern in Deutschland. Als Teil der Steria Gruppe verbindet das Unternehmen die tiefgehende Kenntnis der Geschäftsmodelle seiner Kunden mit einer umfassenden internationalen Expertise in IT und Business Process Outsourcing. Mit seinem kooperativen Beratungsstil begleitet Steria Mummert Consulting seine Kunden bei ihren Transformationsprozessen, und ermöglicht so, dass sie sich auf ihr Kerngeschäft konzentrieren und ihre Erfolgsposition nachhaltig verbessern können. 20.000 Steria-Mitarbeiter in 16 Ländern stehen hinter den Systemen, Services und Prozessen, die Tag für Tag die Welt in Gang halten, und berühren dabei das Leben von Millionen Menschen weltweit. 1969 gegründet, unterhält Steria heute Standorte in Europa, Indien, Nordafrika und Südostasien. Der Umsatz des Unternehmens betrug im Jahr 2011 1,75 Milliarden Euro. 21 Prozent* des Kapitals sind im Besitz der Steria-Mitarbeiter. Die Gruppe, mit Hauptsitz in Paris, ist an der Euronext Paris gelistet.
*Inkl. Trust für Mitarbeiter-Aktien in UK.

Kontakt:
Jörg Forthmann
Faktenkontor
Tel.: +49 (0) 40 253 185-111
E-Mail: joerg.forthmann@faktenkontor.de
<img src="http://www.pressrelations.de/new/pmcounter.cfm?n_pinr_=519369" width="1" height="1">

Pressekontakt

Steria Mummert

22085 Hamburg

joerg.forthmann@faktenkontor.de

Firmenkontakt

Steria Mummert

22085 Hamburg

joerg.forthmann@faktenkontor.de

Warum nennt sich eine PR-Agentur Faktenkontor? Weil Fakten über Kommunikationserfolge entscheiden. Journalisten suchen Fakten. Entscheider suchen Fakten. Kunden suchen Fakten. Wer harte Nachrichten, Entscheidungsgrundlagen und Nutzwertargumen-tationen sowie spannende Geschichten liefert, setzt sich durch. Deshalb basiert unsere Kommunikationsarbeit für Pressestelle und Vertrieb unserer Kunden auf harten gründlich erhobenen Fakten.In hanseatischer Tradition nennen wir uns Faktenkontor. Das Kontor steht für hanseatisches Kaufmannstum, ein Selbstverständnis auf das sich unsere Kunden im täglichen Miteinander unbedingt verlassen können.Wie entstand das Faktenkontor? Das Faktenkontor ist aus der Unternehmensberatung Mummert Consulting hervorgegangen. Anfang 2006 firmierte die am 1. Januar 2003 gegründete Mummert Communications in Faktenkontor um.