



Studie: Deutsche Wirtschaft investiert zu wenig in neue Technologien

Studie: Deutsche Wirtschaft investiert zu wenig in neue Technologien
Investitionen in neue Technologien sind besonders wichtig für den wirtschaftlichen Erfolg des eigenen Unternehmens - dieser Meinung sind 70 Prozent der Fach- und Führungskräfte in der deutschen Wirtschaft. Gleichzeitig investieren aber nur vier von zehn Firmen in diesen Bereich. Ein Widerspruch, der Handlungsbedarf aufdeckt. Zu diesem Ergebnis kommt der "Managementkompass Neue Geschäftsmodelle" von Steria Mummert Consulting in Zusammenarbeit mit dem F.A.Z.-Institut. "Die technischen Innovationszyklen werden immer kürzer", sagt Bernd Scherf, Senior Executive Manager bei Steria Mummert Consulting, "das birgt große Chancen für Unternehmen - aber auch die Gefahr, schneller als bisher den Anschluss zu verlieren, wenn man neue Technologien vernachlässigt. Ein Beispiel: Online-basierte Prozesse und Vertriebskanäle eröffnen neue Geschäftsmöglichkeiten und es können Kostensenkungen realisiert werden. Firmen, die hier rechtzeitig investiert haben, besitzen heute einen klaren Wettbewerbsvorteil." Den Zusammenhang zwischen Investitionen in Zukunftstechnik und dem wirtschaftlichen Erfolg eines Unternehmens bestätigt auch die Studie: 54 Prozent der Firmen, die nach Selbsteinschätzung der Befragten stärker wachsen als der Branchendurchschnitt, investieren zugleich in neue Technologien. Unter den Unternehmen, die schwächer als ihre Gesamtbranche wachsen, sagen hingegen nur 11 Prozent, dass sie nennenswert in neue Technik investieren. Zumindest ein Teil der deutschen Wirtschaft hat den Handlungsbedarf erkannt - die Investitionsfreude nimmt leicht zu: Für die Zukunft planen 44 Prozent der Unternehmen, Geld für neue Technologien auszugeben. Je nach Branche fällt die Investitionsbereitschaft allerdings sehr unterschiedlich aus: Im Sektor Telekommunikation, IT und Medien sehen fast sechs von zehn Firmen solche Ausgaben zukünftig vor - in der Versicherungsbranche hingegen nur rund jede vierte. Investitionen in innovative Technologien allein sind aber noch kein Garant für wirtschaftlichen Erfolg. Steria-Mummert-Experte Bernd Scherf: "Um das Potenzial moderner Technologien auszuschöpfen, müssen Unternehmen rechtzeitig prüfen ob und wie man neue technische Möglichkeiten zum Vorteil für das eigene Geschäftsmodell nutzen kann." Hintergrund
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.
Faktenkontor GmbH
Hans-Henny-Jahn-Weg 29
22085 Hamburg
Deutschland
Telefon: +49 [0] 40/22703-0
Telefax: +49 [0] 40/22703-7961
Mail: info@faktenkontor.de
URL: <http://www.steria-mummert.de>

Pressekontakt

Steria Mummert

22085 Hamburg

steria-mummert.de
info@faktenkontor.de

Firmenkontakt

Steria Mummert

22085 Hamburg

steria-mummert.de
info@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 Nutzwertargumentationen 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.