

Von den Megatrends zum Geschäftserfolg: Eine Managementherausforderung

Perspectives 2015

Frankfurt, 16. Juni 2015

Prof. Dr. Hannes Utikal

Provadis School of International Management and Technology

Industriepark Höchst, Frankfurt am Main



**Provadis
Hochschule**

**150 Jahre
Industriepark Höchst
15 Jahre Infraserb Höchst
10 Jahre Provadis-Hochschule**

Campus im Herzen der Industrie

- 1. Branchenstudie „Von den Megatrends zum Geschäftserfolg“**
- 2. Herausforderungen für das Management**
- 3. Erfolgsfaktoren: Strategische Lernfähigkeit und Flexibilität**
- 4. Zusammenfassung**

Branchenstudie

Vorstellung einiger Ergebnisse

Von Megatrends zum Geschäftserfolg

Methodisches Vorgehen



Von Megatrends zum Geschäftserfolg

Managementimplikationen der Megatrends für die chemische und pharmazeutische Industrie in Deutschland

Kooperationspartner:



VCI

Verband der
Chemischen
Industrie e.V.



WESTFÄLISCHE
WILHELMS-UNIVERSITÄT
MÜNSTER

provadis
Hochschule



rhein-main-cluster
chemie & pharma

boch

Medienpartner:

CHEManager

- **Multi-Methods, Multi-Source Ansatz:**
wissenschaftliche Literatur,
online-Umfrage,
Expertengespräche

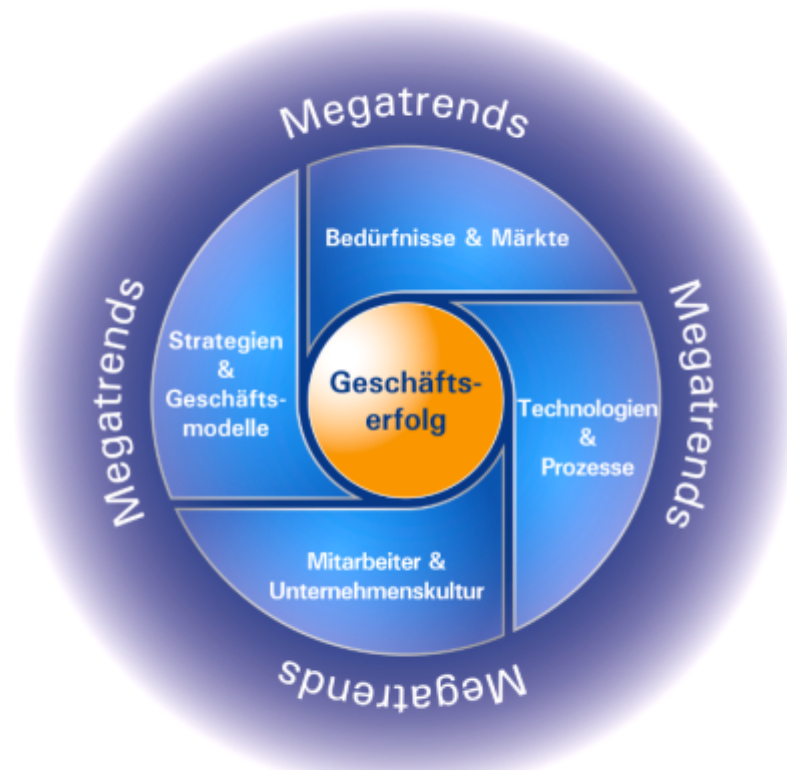
- **Ergebnisse: April 2015**

- **N = 141**

www.chempharmtrends.de

Auswertungen

Der Zusammenhang „Von dem Megatrends zum Geschäftserfolg“ wurde aus verschiedenen Perspektiven untersucht.



Auswertungen differenziert nach

- Branchensegmenten
- Innovationsorientierung
- Erfolg der Unternehmen
- Nachhaltigkeitsorientierung

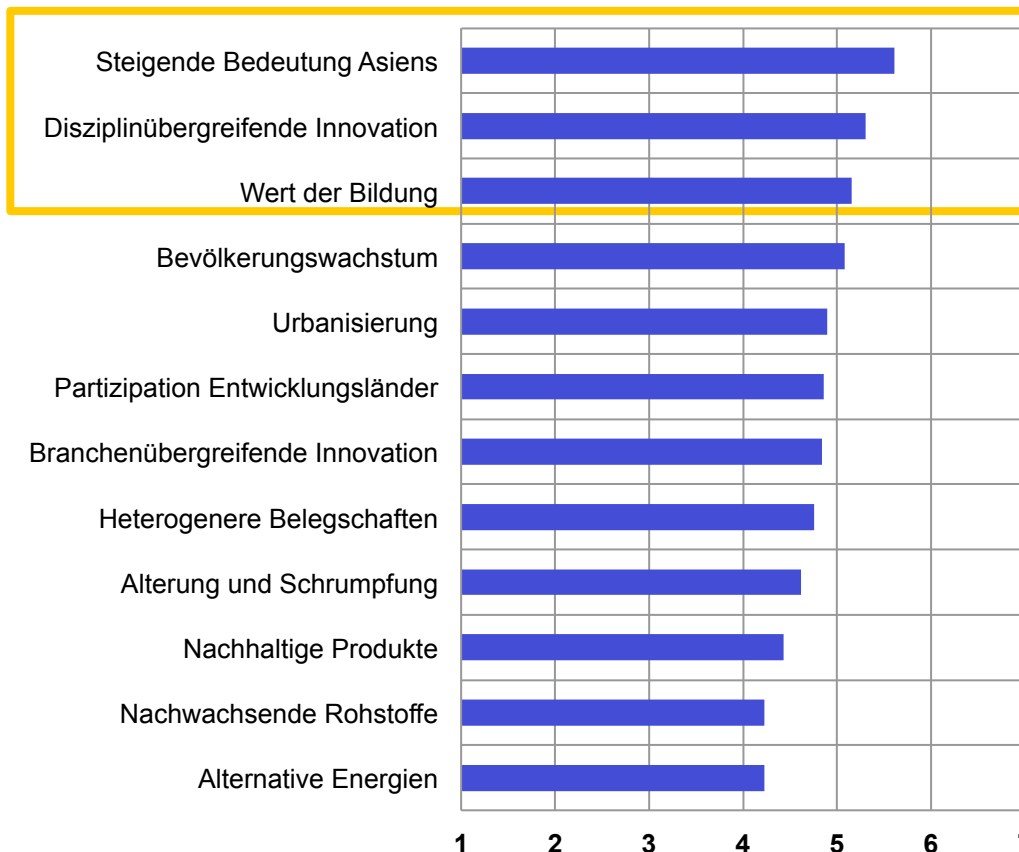


Online-Befragung und Experteninterviews

Relevanz der Megatrends

Als besonders relevante Trends werden von den Befragten die Themenfelder „Globalisierung“, „Innovation“ und „Änderungen in der Arbeitswelt“ eingestuft.

Relevanz der Megatrends 2014: Alle Segmente



Top 3 Themenfelder

GLOBALISIERUNG

INNOVATION UND TECHNOLOGIE

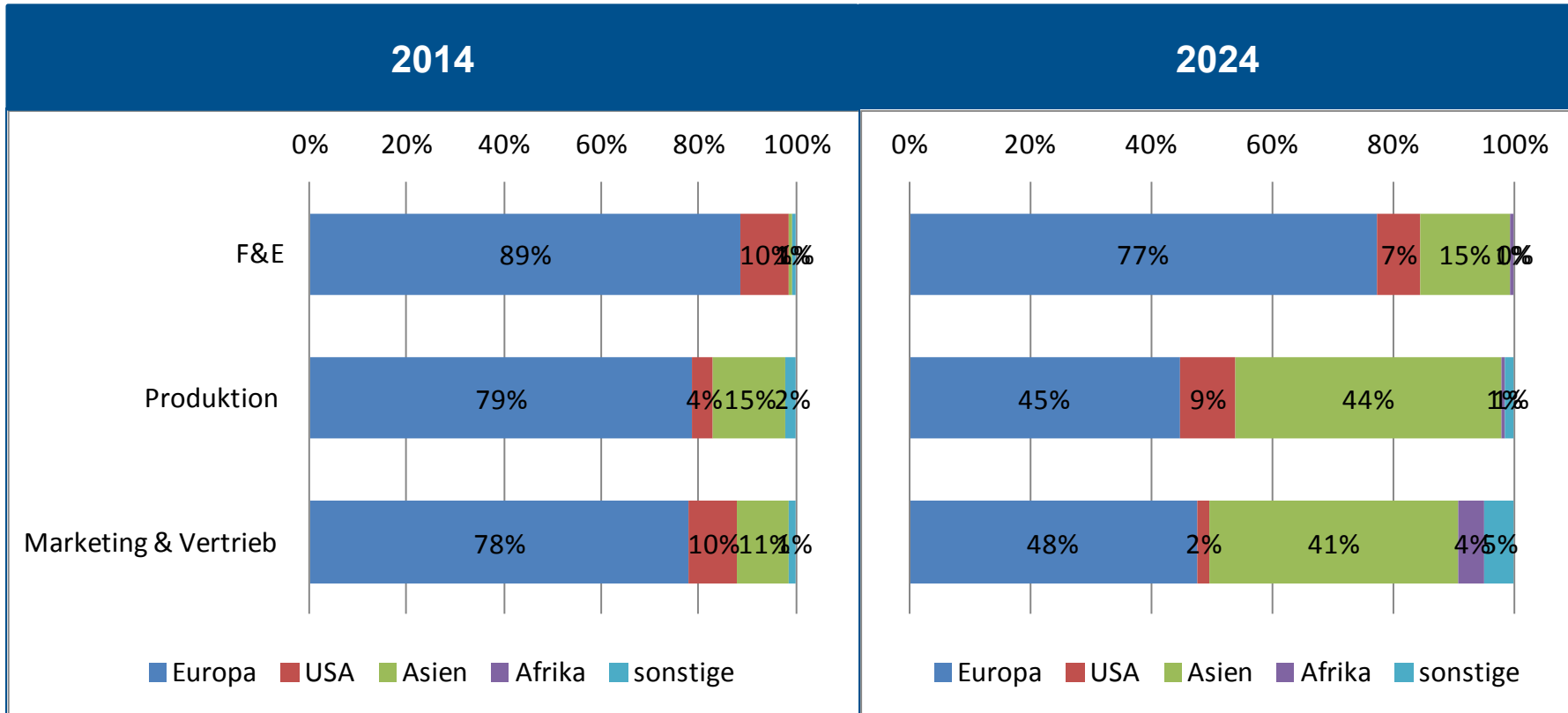
ARBEITSWELT

Skala: 7 = trifft vollkommen zu bis
1 = trifft überhaupt nicht zu

Frage: Wie relevant sind nach Ihrer Einschätzung die folgenden Aspekte für die Aktivitäten Ihrer Geschäftseinheit/Ihres Unternehmens im Jahr 2014?

Megatrend Globalisierung

Konfiguration der Wertschöpfungskette: Die Bedeutung des Standortes Europa wird bis zum Jahr 2024 über alle Teilfunktionen abnehmen.



Quelle: Branchenstudie „Von den Megatrends zum Geschäftserfolg“, 2014

Frage: Wo liegt Ihrer Einschätzung nach im Jahr 2014 bzw. 2024 der geografische Schwerpunkt der folgenden Aktivitäten Ihrer Geschäftseinheit/Ihres Unternehmens?

n = 141

Dargestellt ist die Anzahl der Antworten in Prozent.

Die Globalisierung bietet im Ausland neue Märkte und zwingt in Europa zu permanenter Optimierung.

“ Die Stärken des europäischen Chemie- und Pharmastandortes liegen in hoher Prozessqualität, Schnelligkeit bei Innovationen und im Bereich Compliance.“

(Dr. Matthias Braun, Mitglied der Geschäftsführung der sanofi-aventis Deutschland GmbH)

Managementherausforderungen

Verteidigung europäischer Wettbewerbsvorteile :
Produktions-/Prozess-/Innovationskompetenz, Qualität, Compliance

Internationale Kompetenz;
Fremdsprachenkompetenz;
interkulturelle Kompetenz

Herausforderungen: *Weltweiten Fußabdruck optimieren*
Steuerungskompetenzen aufbauen

Schlaglicht: Globalisierung Personalarbeit



**Auslandsauf-
enthalte von
Auszubildenden**

**Pflichtsemester im
Ausland**

**Internationale
Summer Schools**

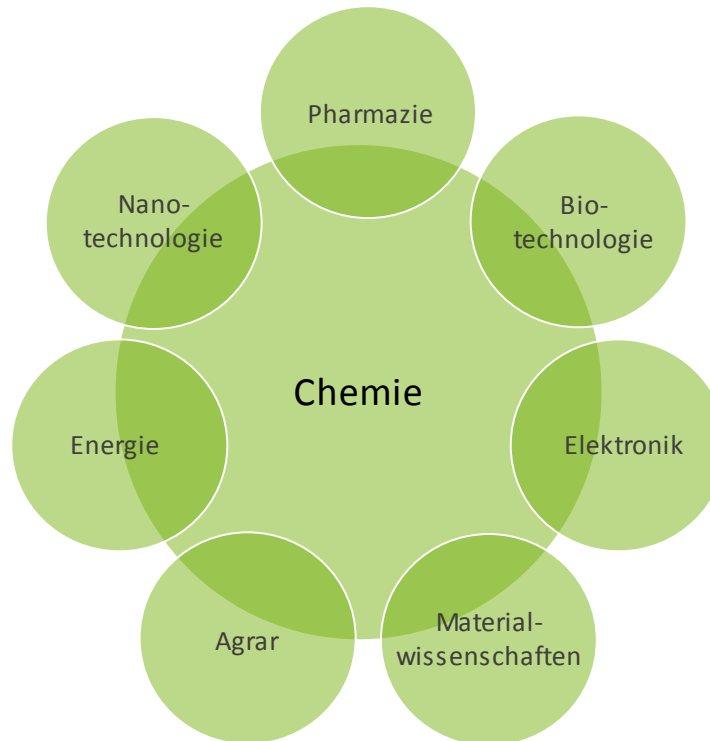
**Internationale
Job Rotation**



***Globalisierung: Auswirkungen auf fast alle
unternehmerischen Teilbereiche und Hierarchieebenen***

Megatrend Innovation – disziplin- und branchenübergreifend

Die Chemie ist eine reife Wissenschaft. Innovationen werden typischerweise an den Schnittstellen zwischen der Chemie und weiteren Wissenschaften erwartet.



We have to reinvent chemistry – we should not only focus on molecules but on broader fields – systems or broader societal challenges e.g. climate change, food supply.

Prof. Georges Whitesides,
Harvard University 2015

Quelle: Leker; Golembiewski, 2015.



Herausforderung:

Expertise in der Chemie und in den angrenzenden Wissenschaften

Schlaglicht: Steigerung der Vielfalt in Unternehmen



ein Geschlecht

ein Alter

eine
Qualifikation

ein
sozialer
Hintergrund



***Herausforderung: Diversität im Unternehmen steigern, um
Kooperations- und Innovationsfähigkeit zu verbessern***

Megatrend: Steigender Wert der Bildung

Holzschnittartig lassen sich Änderungen der Arbeitswelt wie folgt umreißen:

Früher

- ein Arbeitgeber – ein Leben lang ...
- feste Arbeitsorte und -zeiten
- definierte Karrierepfade
- homogene Belegschaften
- eine Disziplin

Morgen

- berufliche Lebensabschnittspartner
- vielfältige Ausdifferenzierung
- mehr Optionen
- zunehmende Diversität
- interdisziplinäre Kooperationsfähigkeit

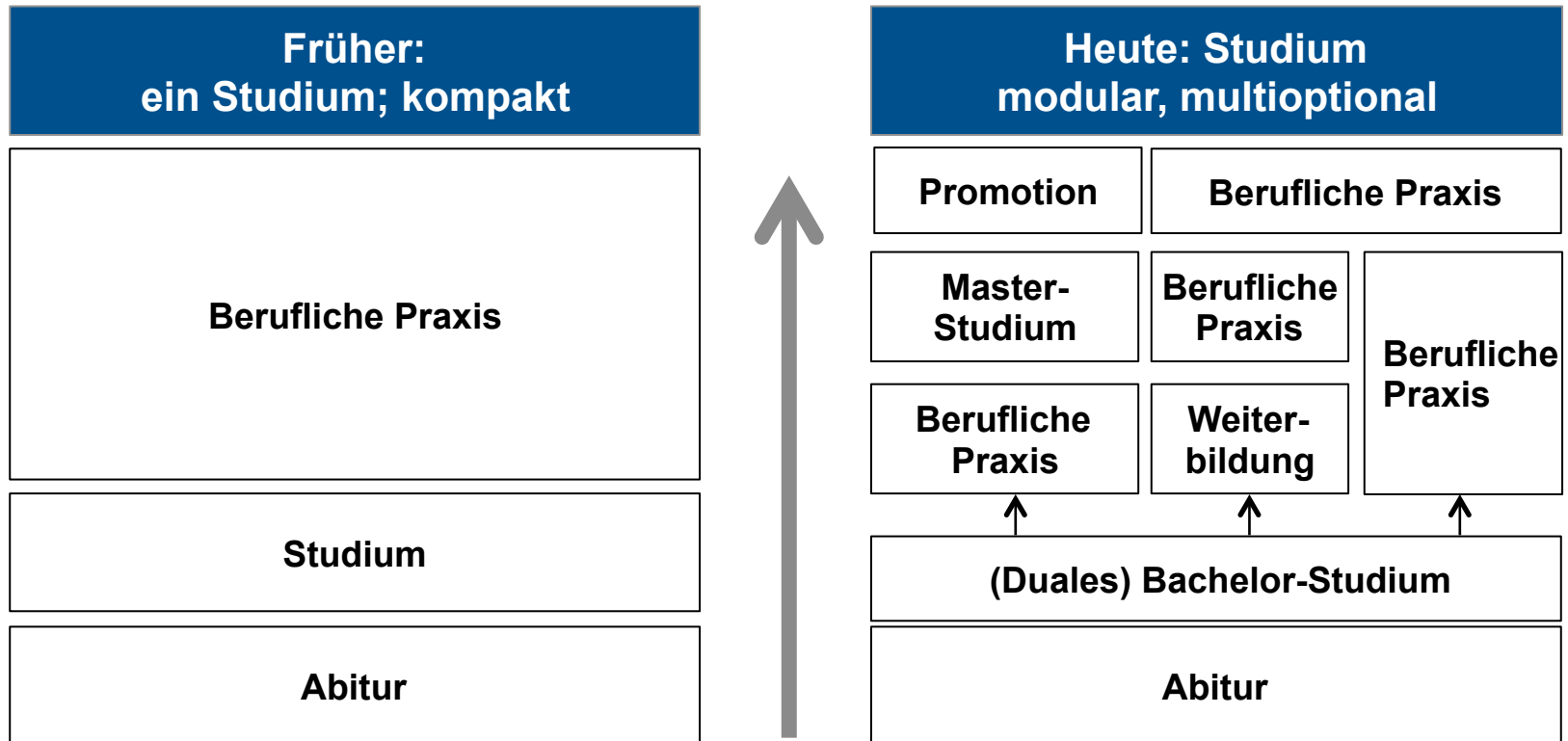


Herausforderung: Management zunehmender Komplexität

Megatrend: Steigender Wert der Bildung

Chemiestudium pro Jahr:
2000 Doktoranden
800 gehen bei Unternehmen in die
Forschung

Die Bildungsreformen der letzten Jahre haben sowohl den Unternehmen als auch den Studierenden neue Möglichkeiten eröffnet.

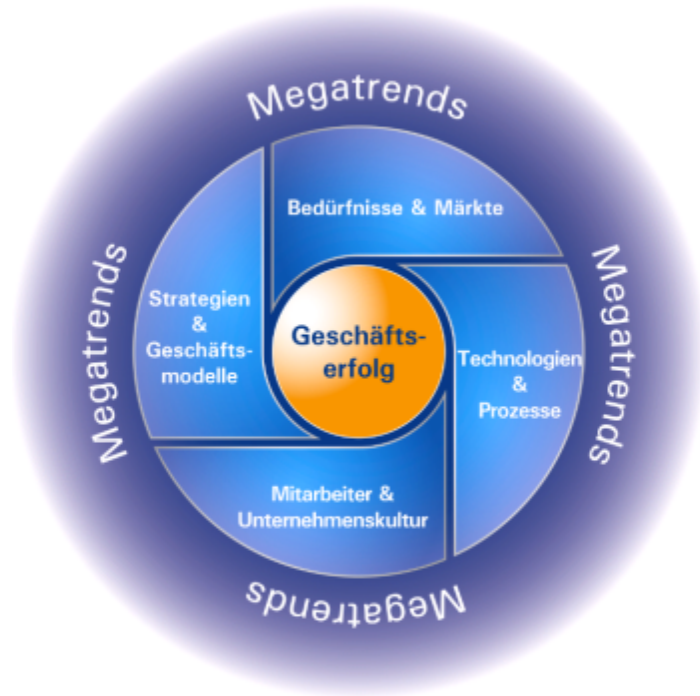


In Anlehnung an Telekom 2011

Herausforderung: Etablierte akademische Qualifizierungsmuster aus der Perspektive der beruflichen Anforderungen überprüfen

Transformation in der Chemie- und Pharmaindustrie

Unternehmensspezifisch sind angesichts der Megatrends die Treiber, Chancen und Barrieren der Veränderung zu identifizieren.



Treiber der Transformation

- Geschäftschancen
- Unternehmertum
- externe Erwartungen (regulatorische Veränderungen; gesellschaftliche Erwartungen)

Barrieren der Transformation

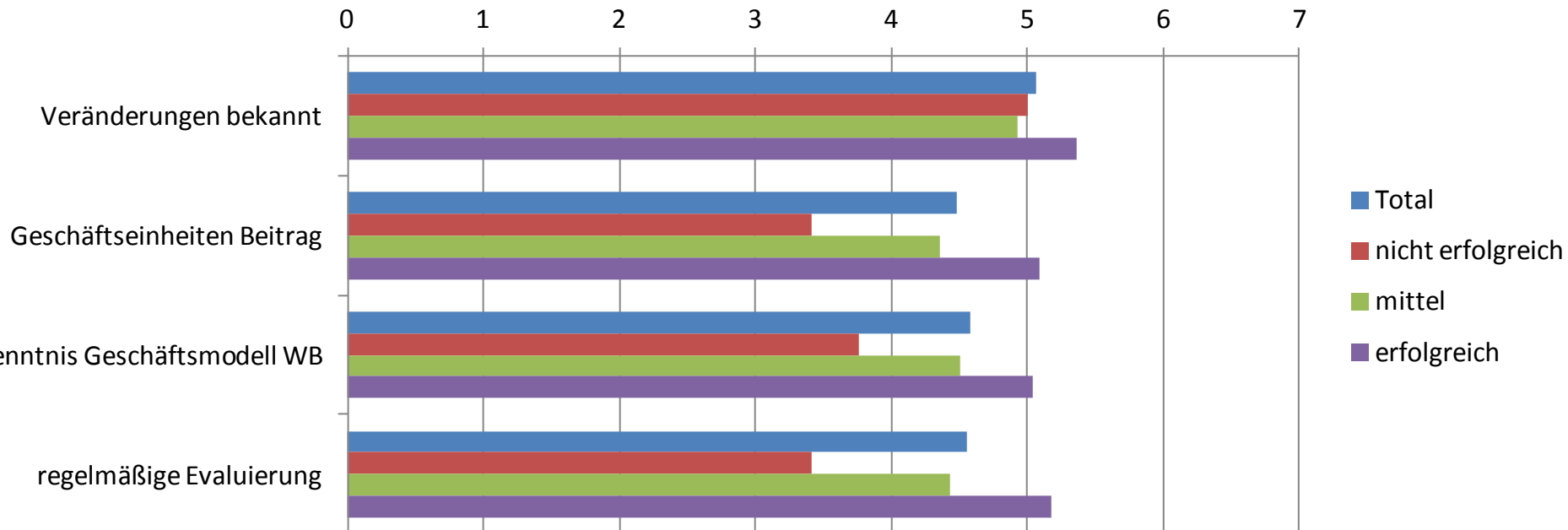
- heutiger Erfolg
- getätigte Investitionen
- „war schon immer so“ – Mentalität
- homogene Belegschaften und Karrierepfade

Herausforderung: Balance zwischen Veränderung und Stabilität

Erfolgsfaktor 1: Kenntnis des Geschäftsmodells

Erfolgreiche Unternehmen verfügen – nach eigener Einschätzung – über eine besonders differenzierte Kenntnis des eigenen Geschäftsmodells.

Wahrnehmung des eigenen Geschäftsmodells



Quelle: Branchenstudie „Von den Megatrends zum Geschäftserfolg“, 2014

Frage: In welchem Maß treffen die folgenden Aussagen auf Ihr Unternehmen zu? (1 = starke Ablehnung – 7 = starke Zustimmung)

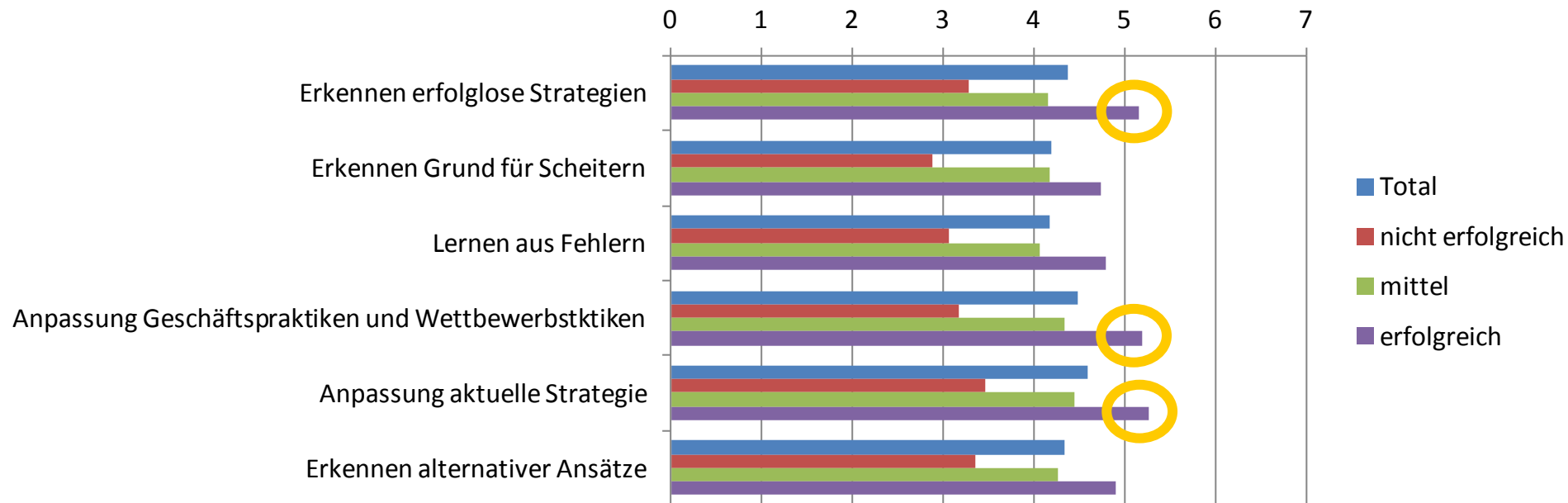
n = 141

Dargestellt ist der statistische Mittelwert der Antworten.

Erfolgsfaktor 2: Strategische Lernfähigkeit

Erfolgreiche Unternehmen zeichnen sich durch eine deutlich größere strategische Lernfähigkeit aus als die weniger erfolgreichen Unternehmen.

Strategische Lernfähigkeit



Quelle: Branchenstudie „Von den Megatrends zum Geschäftserfolg“, 2014

Frage: Inwiefern treffen die folgenden Aussagen auf Ihr Unternehmen zu? (1 = trifft gar nicht zu – 7 = trifft voll zu)

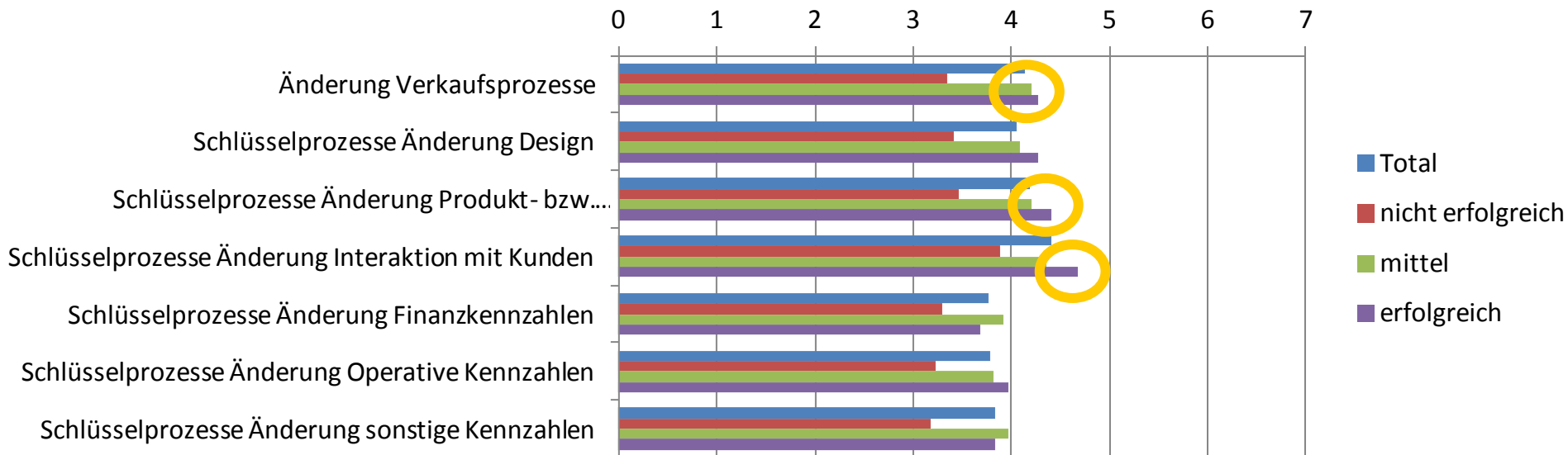
n = 141

Dargestellt ist der statistische Mittelwert der Antworten.

Erfolgsfaktor 3: Umsetzung

Die erfolgreichen Unternehmen haben in den letzten fünf Jahren in deutlich höherem Ausmaß Änderungen bei ihren Schlüsselprozessen vorgenommen.

Schlüsselprozesse



Quelle: Branchenstudie „Von den Megatrends zum Geschäftserfolg“, 2014

Frage: Innerhalb der letzten fünf Jahre haben wir signifikant... (1 = starke Ablehnung – 7 = starke Zustimmung)

n = 141

Dargestellt ist der statistische Mittelwert der Antworten.

- Die Implikationen der Megatrends sind unternehmensspezifisch zu beleuchten – nach Geschäftsbereichen, Abteilungen und Regionen differenziert.
- Hauptherausforderungen für die Unternehmensführung sind bei gesamthafter Betrachtung:
 - (a) Globalisierung
 - (b) Innovation
 - (c) Steigender Wert der Bildung
- Die Branche sieht für sich eher einen evolutionären als einen revolutionären Wandel – dies ist Chance und Risiko zugleich.
- Es ist ein langer Weg von den Megatrends zum Geschäftserfolg – erfolgreiche Unternehmen haben eine
 - bessere Kenntnis von Geschäftsmodellen
 - höhere strategische Lernfähigkeit
 - höhere strategische Flexibilität



Änderungskompetenz ist Schlüsselkompetenz

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit



**Prof. Dr. Hannes Utikal, Hochschulleitung
Provadis-Hochschule, Industriepark Höchst, Frankfurt/Main**